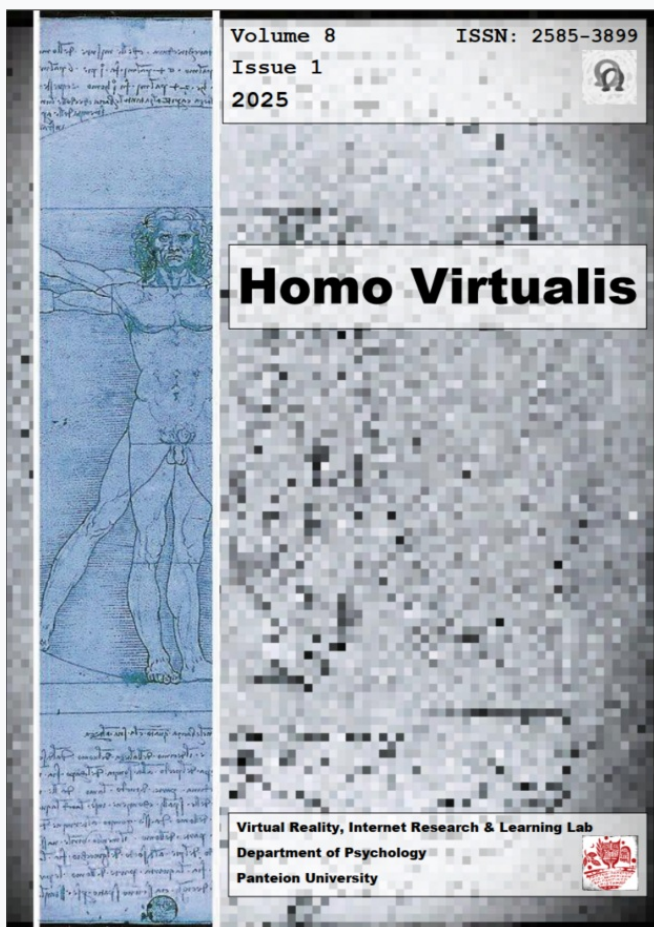


# Homo Virtualis

Vol 8, No 1 (2025)

Vol. 8 No. 1 (2025)



## The psychological impact of social media: FOMO, social comparison, and media fatigue

*Aikaterini Konstantopoulou, Alexios Brailas*

doi: [10.12681/homvir.40950](https://doi.org/10.12681/homvir.40950)

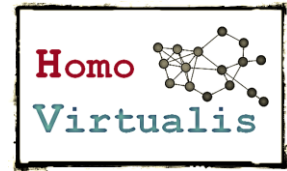
Copyright © 2025, Aikaterini Konstantopoulou, Alexios Brailas



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

### To cite this article:

Konstantopoulou, A., & Brailas, A. (2025). The psychological impact of social media: FOMO, social comparison, and media fatigue. *Homo Virtualis*, 8(1), 1-22. <https://doi.org/10.12681/homvir.40950>



## **The psychological impact of social media: FOMO, social comparison, and media fatigue**

**Aikaterini Konstantopoulou<sup>1</sup> & Alexios Brailas<sup>2</sup>**

**Abstract:** This study explores the psychological effects of social media, focusing on the phenomena of Fear of Missing Out (FOMO), social comparison, and media fatigue. Using a qualitative phenomenological approach, the research examines the experiences of 10 young adults (aged 21-23) regarding their relationship with social media and its psychological consequences. The findings indicate that social media could intensify social comparison among individuals, encouraging the construction of a carefully curated digital identity, and heightening levels of anxiety due to the fear of missing out possible experiences and opportunities. Additionally, the overload of information and the constant need to stay connected online all the time may lead to emotional exhaustion and media fatigue. This study discusses the implications of these effects on psychological well-being and suggests potential strategies for a more balanced use of social media. Individuals should be able to use new social technologies in a functional and life-promoting way, and it is a challenge for modern psychologists to assist individuals and groups in this direction. This is not a matter of debate, as it is given today that technology, social media, and artificial intelligence are now an integral part of the post-human, postdigital, condition.

**Keywords:** Social media, FOMO, social comparison, media fatigue, anxiety

---

<sup>1</sup> Psychology graduate, Department of Psychology, Panteion University, Athens, Greece. Email: katerinavk19@gmail.com

<sup>2</sup> Psychologist (PhD), Group psychotherapist and facilitator. Department of Psychology, Panteion University, Athens, Greece. Email: abrailas@panteion.gr

# Η ψυχολογική επίδραση των social media: FOMO, κοινωνική σύγκριση και media fatigue

Αικατερίνη Κωνσταντοπούλου & Αλέξιος Μπράιλας

**Περίληψη:** Η παρούσα μελέτη εξετάζει τις ψυχολογικές επιδράσεις των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ), εστιάζοντας στο φαινόμενο του Fear of Missing Out (FOMO), την κοινωνική σύγκριση και την κόπωση από τα ΜΚΔ (Media Fatigue). Μέσω μιας ποιοτικής φαινομενολογικής προσέγγισης, αναλύονται οι εμπειρίες νέων ατόμων (21-23 ετών) όσον αφορά τη σχέση τους με τα social media και οι συνέπειες της χρήσης τους. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι τα ΜΚΔ ενισχύουν τη σύγκριση με τους άλλους, ενθαρρύνουν τη δημιουργία μιας προσεκτικά επιμελημένης ψηφιακής ταυτότητας και επιδεινώνουν το άγχος λόγω του φόβου απώλειας εμπειριών. Παράλληλα, η υπερφόρτωση πληροφοριών και η διαρκής ανάγκη σύνδεσης οδηγούν συχνά σε εξάντληση και συναισθηματική δυσφορία. Συζητούνται οι επιπτώσεις αυτών των φαινομένων στην ψυχολογική ευεξία και προτείνονται στρατηγικές για μια πιο ισορροπημένη χρήση των ΜΚΔ. Τα άτομα είναι σε θέση να χρησιμοποιούν τα νέα μέσα και τις τεχνολογίες με λειτουργικό και υγιή τρόπο και αποτελεί πρόκληση για τους σύγχρονους ψυχολόγους να συνδράμουν προς αυτή την κατεύθυνση. Αυτό αποτελεί κρίσιμο ζητούμενο, αφού είναι δεδομένο ότι η τεχνολογία, τα κοινωνικά μέσα και τη τεχνητή νοημοσύνη είναι πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της ανθρώπινης, ή της μετα-ανθρώπινης, ύπαρξης και πραγματικότητας.

**Λέξεις κλειδιά:** Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, FOMO, κοινωνική σύγκριση, κόπωση, άγχος

## Εισαγωγή

Στη σύγχρονη εποχή της πληροφορίας και της όλο και περισσότερο τεχνολογικά διαμεσολαβημένης κοινωνικής πραγματικότητας, τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ), έχουν αναδειχθεί ως βασικοί πυλώνες της επικοινωνίας και της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Σε παγκόσμιο επίπεδο, πάνω από 3,8 δισεκατομμύρια άνθρωποι (49% του παγκόσμιου πληθυσμού) συνιστούν ενεργούς χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (DataReportal, 2020). Για τους νέους, ειδικότερα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν αποτελούν απλώς ένα εργαλείο επικοινωνίας (Yang & Brown, 2013) αλλά έναν ζωτικό χώρο για την εξερεύνηση και τη διαμόρφωση της προσωπικής τους ταυτότητας (Brailas & Tsekeris, 2014).

Τα social media εκτός του ότι ενισχύουν την δυνατότητα σύνδεσης και διάδρασης στον κοινωνικό κόσμο, φέρνουν στο προσκήνιο ένα νέο φαινόμενο, αυτό της συνειδητοποίησης των ευκαιριών και των δυνατοτήτων που ενδεχομένως χάνουμε, οδηγώντας με αυτόν τον τρόπο στην πρόταση του όρου *Fear of Missing Out* (FOMO) (Holte & Ferraro, 2020). Το FOMO περιγράφει την έντονη ανησυχία ότι οι άλλοι απολαμβάνουν σημαντικές ή ικανοποιητικές εμπειρίες από τις οποίες το άτομο μπορεί να απουσιάζει (Przybylski κ.ά., 2013). Η συνεχής ανάγκη για παρακολούθηση των πληροφοριών μπορεί να οδηγήσει σε αισθήματα ανεπάρκειας και άγχους, στην αίσθηση ότι οι άλλοι έχουν καλύτερη ζωή από το ίδιο το άτομο, έχοντας ως αποτέλεσμα την κοινωνική σύγκριση (Steinberger & Kim, 2023). Η κοινωνική σύγκριση με την σειρά της, σε μεγάλο βαθμό εντείνεται μέσα από τις επιμελημένες και συχνά «εξιδανικευμένες» εικόνες και δημοσιεύσεις άλλων χρηστών. Μπορεί έτσι, από την μια πλευρά να δημιουργήσει στρεβλές αντιλήψεις για την πραγματικότητα, αυξάνοντας τα επίπεδα της ανασφάλειας, της ζήλειας και του άγχους υπονομεύοντας την αυτοεκτίμηση του ατόμου (Servidio κ.ά., 2021). Ενώ από την άλλη πλευρά, δύναται να ενισχύσει τα συναισθήματα εξάρτησης από τις διάφορες πλατφόρμες οδηγώντας σε κόπωση, γνωστή ως Media Fatigue (Tandon κ.ά., 2021), με άμεσες συνέπειες στην καθημερινή ζωή, την παραγωγικότητα, την σωματική ευεξία και την ψυχολογική διάθεση του ατόμου (Dhir κ.ά., 2021).

### **Fear of missing out**

Ο όρος Social media περιγράφει ένα εύρος διαδικτυακών μέσων και υπηρεσιών, που παρέχουν την δυνατότητα συναναστροφής και διατήρησης των ήδη υπάρχοντων σχέσεων, την απόκτηση και διαμόρφωση νέων (φλερτ), την πρόσβαση σε νέες επαγγελματικές ευκαιρίες καθώς και την αλληλεπίδραση με εταιρίες και προωθητικό περιεχόμενο (Aichner κ.ά., 2021). Επιπλέον, τα ΜΚΔ συνιστούν ένα χώρο μέσα στον οποίο τα άτομα εκφράζουν διάφορες πλευρές του εαυτού τους, τα ενδιαφέροντα, τις ασχολίες τους. Σε μεγάλο βαθμό αποτελούν μια προέκταση του εαυτού τους, των στοιχείων που τους αντιπροσωπεύουν. Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές αλληλεπιδράσεις που λαμβάνουν χώρα αυτοπροσώπως, τα άτομα τείνουν να προβάλλουν μια ταυτότητα η οποία είναι θετικά κατασκευασμένη, προσεγμένη και ανά πάσα στιγμή διαθέσιμη μέσω των δημόσιων προφίλ στα ΜΚΔ. Αν και τα διάφορα προφίλ συνήθως απεικονίζουν σε ένα βαθμό τον πραγματικό εαυτό των χρηστών (Back κ.ά., 2010), δίνεται κυρίως έμφαση στις θετικές πλευρές της ζωής τους (Chou & Edge, 2012; Vogel & Rose, 2016). Τα άτομα υιοθετούν διαφορετικές συμπεριφορές και εμφάνιση γύρω από τους άλλους προκειμένου να ελέγξουν την εικόνα που βγάζουν προς τα έξω αλλά και να δημιουργήσουν μια θετική εντύπωση, κερδίζοντας ανταμοιβές.

Το Fear of missing out (FOMO) ορίζεται ως η διάχυτη ανησυχία ότι οι άλλοι μπορεί να έχουν ικανοποιητικές εμπειρίες από τις οποίες κάποιος απουσιάζει (Przybylski et al., 2013). Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχουν διευκολύνει περισσότερο από ποτέ την δυνατότητα παρατήρησης της κοινωνικής ζωής των φίλων/ συγγενών μας, των ταξιδιών που κάνουν, των καταναλωτικών τους συνηθειών. Παρά το γεγονός ότι τα Social media διευρύνουν τις πιθανές ευκαιρίες για σύνδεση αλλά και τις δυνατότητες που εν δυνάμει μπορούμε να αξιοποιήσουμε, μας φέρνουν

αντιμέτωπους και με όλες εκείνες τις εμπειρίες που ενδεχομένως δεν μπορούμε να πραγματοποιήσουμε και επομένως «χάνουμε» (Milyanskaya κ.ά., 2018), αυξάνοντας με αυτό τον τρόπο τα συναισθήματα δυσαρέσκειας και ενισχύοντας μια αρνητική αξιολόγηση η οποία κατά κύριο λόγο κατευθύνεται προς τον εαυτό. Το FOMO μπορεί να θεωρηθεί ότι προκύπτει ως αποτέλεσμα της προβολής μιας πληθώρας πληροφοριών, εμπειριών και επιλογών με κοινωνικό κυρίως πρόσημο, σε συνδυασμό με αβεβαιότητα σχετικά με το αν έχουμε κάνει την καλύτερη επιλογή, και την εκ των προτέρων λύπη για την επιλογή την οποία δεν έχουμε κάνει (Milyanskaya κ.ά., 2018). Διάφορα θεωρητικά πλαίσια, όπως η θεωρία του αυτοπροσδιορισμού (Deci & Ryan, 1985) αλλά και η θεωρία της αντισταθμιστικής χρήσης του διαδικτύου (Wang κ.ά., 2018), έχουν αναπτυχθεί για να εξηγήσουν πως τα MKΔ είναι σε θέση να καλύψουν τις ανάγκες των ατόμων για ανήκειν και αποδοχή, ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο την εξέλιξη και ευημερία τους (Tandon κ.ά., 2020) αλλά και να λειτουργήσουν ευεργετικά αντισταθμίζοντας την απουσία κοινωνικών δυναμικών (Wang κ.ά., 2018), προάγοντας ως αποτέλεσμα το FOMO (Oberst κ.ά., 2017; Przybylski κ.ά., 2013) και ενισχύοντας έναν φαύλο κύκλο προβληματικής χρήσης (Beyens κ.ά., 2016; Oberst κ.ά., 2017).

### **Κοινωνική σύγκριση**

Η θεωρία της κοινωνικής σύγκρισης υποστηρίζει ότι ελλείψει αντικειμενικών πληροφοριών, τα άτομα διακρίνονται από μια έμφυτη τάση να συγκρίνουν τον εαυτό τους με τους άλλους, σε μια προσπάθεια να αποκτήσουν ακριβή αυτοαξιολόγηση και γνώση. Πλατφόρμες όπως το Instagram, το Facebook, το Tik Tok, παρέχουν την δυνατότητα στα άτομα να προβάλλονται με θετικό τρόπο και ως εκ του τούτου να δημοσιεύουν ανταποδοτικές εμπειρίες, που περιλαμβάνουν μεγάλο βαθμό επιμέλειας και εστιάζουν στην προώθηση μια θετικής αυτοεικόνας (Steinberger & Kim, 2023). Η συμμετοχή σε διαδικασίες κοινωνικής σύγκρισης έχει θετική συσχέτιση με την αυξημένη χρήση των MKΔ (Reer κ.ά., 2019). Στα social media, οι χρήστες τείνουν να θεωρούν ότι οι άλλοι βρίσκονται σε καλύτερη θέση απ' ό,τι οι ίδιοι και προβαίνουν στην ανοδική μορφή της διεργασίας της σύγκρισης. Το υλικό που αναρτάται στα social media, παρέχει στους χρήστες άφθονη πληροφορία ώστε να εμπλακούν σε συγκρίσεις με γνώμονα την ικανότητα, όπως η εξωτερική εμφάνιση, ο υλικός πλούτος, η επαγγελματική επιτυχία καθώς και γενικότερα με πλευρές της ζωής που παρουσιάζονται δυσανάλογα θετικά (Saiphoo & Vahedi, 2019). Εξαιτίας της ασύμμετρα θετικής και «ιδανικής» προβολής των άλλων στα MKΔ, το FOMO μπορεί να κάνει την εμφάνιση του υπονομεύοντας τα γενικά επίπεδα ψυχολογικής ευεξίας του ατόμου, ενισχύοντας την χρήση των social media (Burnell κ.ά., 2019; Reer κ.ά., 2019), αλλά και επηρεάζοντας τομείς της αυτοεκτίμησης (Nesi κ.ά., 2018) και αυτοαντίληψης του ατόμου, όπως η εικόνα σώματος (Fardouly & Vartanian, 2016).

### **Media Fatigue**

Η κόπωση από τα MKΔ (media fatigue) αποτελεί μια πολυδιάστατη και σύνθετη έννοια. Για παράδειγμα, οι Lee κ.ά. (2022), προσδιόρισαν την κόπωση των MKΔ ως την υποκειμενική αξιολόγηση της κούρασης, εξάντλησης που προκύπτει από την

συνεχή χρήση των νέων κοινωνικών μέσων. Από την άλλη πλευρά, οι Bright κ.ά. (2015), αναφέρθηκαν σε αυτό τον όρο ως «την ικανότητα των ατόμων να περιορίσουν την χρήση των ΜΚΔ, όταν αντιλαμβάνονται ότι κατακλύζονται από τον τεράστιο όγκο πληροφοριών, μηνυμάτων και επαφών». Με δεδομένο ότι η κόπωση προκύπτει ως αποτέλεσμα της έκθεσης του ατόμου σε υπερβολικό όγκο πληροφοριών και ερεθισμάτων, θα μπορούσαμε να αναγνωρίσουμε τρία είδη υπερφόρτωσης που δυνητικά μπορούν να οδηγήσουν σε κόπωση/εξουθένωση στα ΜΚΔ: την υπερπληροφόρηση, την επικοινωνιακή υπερφόρτωση και την υπερφόρτωση χαρακτηριστικών του συστήματος (Cho κ.ά., 2011; Erppler & Mengis, 2008). Η συνεχής έκθεση στα ερεθίσματα που διαχέονται στις διάφορες πλατφόρμες, μπορεί να οδηγήσει σε πληροφοριακή υπερφόρτωση, να δημιουργήσει άγχος, δυσαρέσκεια, απογοήτευση και καταληκτικά κόπωση. Η κόπωση ως αποτέλεσμα της χρήσης των ΜΚΔ συνιστά μια έννοια η οποία εμπλέκει γνωστικές, ψυχολογικές, συναισθηματικές και συμπεριφορικές αντιδράσεις (Ravindran κ.ά., 2013). Το FOMO ενισχύοντας την αυξημένη χρήση των ΜΚΔ είναι πιθανό να οδηγήσει σε πληροφοριακή και επικοινωνιακή υπερφόρτωση, λόγω του τεράστιου όγκου πληροφοριών και μηνυμάτων που λαμβάνουν τα άτομα στις διάφορες πλατφόρμες των Social media (Hattingh κ.ά., 2022). Σε αυτό το πλαίσιο η αδυναμία του ατόμου να διαχειριστεί αυτό τον όγκο πληροφοριών οδηγεί σε άγχος και κατά συνέπεια κόπωση (Tandon κ.ά., 2021) και εξάντληση (Dhir κ.ά., 2021) φέροντας αρνητικές επιπτώσεις σε ψυχολογικό επίπεδο όπως κατάθλιψη, άγχος, απογοήτευση (Malik κ.ά., 2020) αλλά και σε σωματικό όπως στέρηση ύπνου, αδυναμία συγκέντρωσης (Salo κ.ά., 2017).

## **Μεθοδολογία**

Λαμβάνοντας υπόψιν τα παραπάνω, η παρούσα έρευνα, έχει ως στόχο να διερευνήσει τις ψυχολογικές επιδράσεις των social media. Πιο συγκεκριμένα, η μελέτη εστιάζει στο πως τα άτομα διαμορφώνουν, οικοδομούν την ταυτότητα τους στα social media, κατά πόσο προβαίνουν σε κοινωνικές συγκρίσεις με τους συνομήλικους τους και πως αυτό επιδρά στην εμφάνιση του FOMO και άλλων ψυχολογικών μεταβλητών όπως η κόπωση (media fatigue), το άγχος κτλ. Για αυτό τον σκοπό διεξήχθη μια ποιοτική φαινομενολογική έρευνα, προκειμένου να εξεταστεί πως τα άτομα βιώνουν και νοηματοδοτούν τις εμπειρίες τους όσον αφορά την περιήγηση τους στις διάφορες πλατφόρμες αλλά και να μελετηθούν εις βάθος οι αντιλήψεις τους γύρω από τα αυτά τα ζητήματα. Η χρήση της ποιοτικής μεθοδολογίας κρίθηκε απαραίτητη σε αυτό το σημείο, καθώς στόχος της είναι η ανάδειξη της μοναδικότητας της εμπειρίας του ατόμου και η κατανόηση του εσωτερικού πλαισίου αναφοράς του (Μπράιλας κ.ά., 2023). Ο ερωτώμενος αποτελεί ενεργό μέρος της διεργασίας διεξαγωγής και συλλογής των δεδομένων και συνεργάζεται στοχαστικά με τον ερευνητή, αποσκοπώντας στην μέγιστη κατανόηση και ανάδυση της αξίας του υποκειμενικού του βιώματος, στην διερεύνηση του φαινομένου μέσα από τα μάτια του.

### *Μέθοδοι παραγωγής των εμπειρικών δεδομένων και δεοντολογία*

Η παραγωγή/συλλογή των εμπειρικών δεδομένων για τη συγκεκριμένη έρευνα έγινε μέσω ημιδομημένων συνεντεύξεων. Οι συνεντεύξεις συνιστούν ιδιαίτερα

απαιτητικές και χρονοβόρες διαδικασίες όσον αφορά την συλλογή και ανάλυση των δεδομένων. Αποτελούν μια μέθοδο διερεύνησης των εμπειριών των ατόμων αλλά και του νοήματος που αποδίδουν σε αυτές (Miles & Huberman, 1984), μέσω και της διάδρασης/αλληλεπίδρασης με τον συνεντευκτή ως συμπαραγωγό της γνώσης (Brailas, 2025). Βασικό χαρακτηριστικό της ημιδομημένης συνέντευξης είναι ότι είναι εν μέρει κατευθυνόμενη από τον ερευνητή με τα ερωτήματα τα οποία θέτει, αλλά ταυτόχρονα είναι σε θέση να ενθαρρύνει τον συνεντευξιζόμενο να μιλήσει, να εκφραστεί ελεύθερα (Willig, 2013) και να εμβαθύνει στο ζήτημα το οποίο μελετά. Για την τήρηση των κανόνων δεοντολογίας και ηθικής, δόθηκε στους συνεντευξιζόμενους ένα έντυπο ενημέρης συγκατάθεσης, με τους στόχους της έρευνας, την δυνατότητα να αποχωρήσουν οποιαδήποτε στιγμή ένιωθαν άβολα αλλά και την διασφάλιση της ανωνυμίας τους. Επιπλέον, σε αυτό έγγραφο γνωστοποιούνταν πως η συζήτηση θα ηχογραφεί και δεν θα χρησιμοποιηθεί παρά μόνο για τους σκοπούς της μελέτης και επιπλέον δινόταν προς υπογραφή πριν την έναρξη κάθε συνέντευξης ως απαραίτητη προϋπόθεση για την πραγματοποίησή της.

#### *Δείγμα και διεξαγωγή των συνεντεύξεων*

Στην παρούσα έρευνα, για την συγκέντρωση του δείγματος ακολουθήθηκε δειγματοληψία ευκολίας. Το δείγμα αποτελούσαν 10 συμμετέχοντες (6 γυναίκες και 4 άντρες) ηλικίας 21-23 ετών. Οι συνεντεύξεις έλαβαν χώρα την περίοδο του Φεβρουαρίου- Μάιου και συμμετείχαν ως επί το πλείστον φοιτητές. Οι συνεντεύξεις έλαβαν χώρα στον προσωπικό χώρο των συμμετεχόντων προκειμένου να νιώθουν πιο άνετα με την διαδικασία εκτέλεσης των συζητήσεων. Η έρευνα εστίασε σε αυτή την ηλικιακή ομάδα, γιατί όπως υποδεικνύει η βιβλιογραφία είναι πιθανότερο να βιώσουν τέτοιου είδους φαινόμενα όπως FOMO, αυξημένη χρήση των social media, κόπωση κτλ. (Beyens κ.ά., 2016). Διαμορφώθηκε ένας οδηγός πολυτροπικής συνέντευξης (Brailas, 2020, 2025) όπου περιλάμβανε όλες εκείνες τις ερωτήσεις σχετικές με την έρευνα και στην συνέχεια πραγματοποιήθηκαν σε βάθος ημιδομημένες συνεντεύξεις για την περαιτέρω εξέταση της υπό διερεύνησης προβληματικής. Οι συνεντεύξεις είχαν διάρκεια περίπου 1 ώρα και 15 λεπτά.

#### *Εγκυρότητα και αξιοπιστία*

Σε μια προσπάθεια να αναδειχθεί με σφαιρικό τρόπο η ποιότητα των εμπειριών των συμμετεχόντων και να αυξηθεί η εγκυρότητα των δεδομένων υιοθετήθηκε μια πολυτροπική προσέγγιση. Πιο συγκεκριμένα, μετά την ολοκλήρωση του λεκτικού μέρους της διαδικασίας της συνέντευξης, τα άτομα κλήθηκαν να ζωγραφίσουν και να απεικονίσουν στο χαρτί που τους δόθηκε τα συναισθήματα τους ή οτιδήποτε θεωρούσαν ότι αντιπροσωπεύει την σχέση τους με τα social media (Brailas, 2020, 2025). Στην συνέχεια, και αφού είχαν ολοκληρώσει την ζωγραφιά, τους ζητήθηκε να περιγράψουν τι ζωγράφισαν, να αποδώσουν λόγια και νόημα στο υλικό που διαμόρφωσαν. Η χρήση οπτικού περιεχομένου στην ποιοτική συνέντευξη αποτελεί μια ιδιαίτερα εποικοδομητική προσθήκη, καθώς επιτρέπει την ανάδυση των βαθύτερων σκέψεων, συναισθημάτων των ατόμων αλλά και την ανίχνευση των ασυνείδητων μη λεκτικών νοημάτων που δεν είναι εύκολα προσβάσιμα λεκτικά (Brailas, 2020). Η ζωγραφιά δίνει την δυνατότητα στον ερευνητή να προσεγγίσει το θέμα του πολυδιάστατα, λαμβάνοντας υπόψιν την οπτική του βιώματος του ατόμου

η οποία πολλές φορές μπορεί να είναι αθέατη και μη λεκτικά προσεγγίσιμη. Η αξία και η σημαντικότητα του λεκτικού περιεχομένου των συνεντεύξεων αναβαθμίζεται και εμπλουτίζεται από την προσθήκη οπτικών τεχνικών (Clark, 2017).

#### *Μέθοδοι ανάλυσης των εμπειρικών δεδομένων*

Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας παραγωγής των εμπειρικών δεδομένων, πραγματοποιήθηκε η ανάλυσή τους μέσω της Θεματικής Ανάλυσης. Η Θεματική ανάλυση περιλαμβάνει μια διαδικασία εντοπισμού επαναλαμβανόμενων νοητικών μοτίβων, δηλαδή «θεματικών κατηγοριών - themes» στα εμπειρικά δεδομένα (Braun & Clarke, 2006). Η εξοικείωση του ερευνητή με το παραγόμενο υλικό συνιστά βασική προϋπόθεση για την διαδικασία της κωδικοποίησης, η οποία στοχεύει στην αναγνώριση μονάδων νοήματος που συσχετίζονται μεταξύ τους και στην οργάνωσή τους στη συνέχεια σε ευρύτερες υπέρ-κατηγορίες (Brailas κ.ά., 2023).

#### **Αποτελέσματα: Κίνητρα συμμετοχής**

Περισσότερο χρησιμοποιούμενη πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ των συμμετεχόντων αναφέρεται το Instagram. Μετά ακολουθούν το Tik Tok, το Facebook, το Messenger και το Viber. Μπορεί να καταναλώνουν από μια ώρα την ημέρα μέχρι και 4-8 ώρες. Ως κύρια ώρα αιχμής, αναφέρεται το μεσημέρι (όταν π.χ. θα καθίσουν για φαγητό, για να ξεκουραστούν) ή και το βράδυ (όταν έχουν ολοκληρώσει τις υποχρεώσεις τους, το βιώνουν σαν ανταμοιβή). Μέσα από τα λεγόμενα των ερωτώμενων αναδεικνύονται διάφοροι λόγοι που φαίνεται να λειτουργούν ως κίνητρο για την συνεχή σύνδεση τους στις διάφορες πλατφόρμες.

#### *Επικοινωνία*

Η επικοινωνία με φίλους, συγγενείς και σημαντικούς άλλους παρουσιάζεται ως κυρίαρχος παράγοντας πίσω από χρήση των ΜΚΔ. Η αμεσότητα και ευκολία της πρόσβασης παρέχουν την δυνατότητα σύνδεσης και διάδρασης σε διαφορετικά σημεία του κόσμου. Αποτελούν ένα συνδεδετικό κρίκο με τον κοινωνικό περίγυρο, με τους φυσικούς περιορισμούς και αποστάσεις εκμηδενίζονται. Η ανάγκη για υποστήριξη και παροχή βοήθειας εκπληρώνεται απλά με το πάτημα ενός κουμπιού. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά μια συμμετέχουσα:

Πιο εύκολο είναι πλέον να μιλήσουμε με μηνύματα παρά στο τηλέφωνο π.χ. Αυτό που σου δίνουν τα social media με τα μηνύματα είναι διευκόλυνση. Μπορεί να μην έχω κάρτα ας πούμε, ή να μην έχει ο άλλος και να μην μπορούμε να μιλήσουμε στο τηλέφωνο. Τα social media σου δίνουν αυτή τη δυνατότητα δωρεάν αρκεί να έχεις ιντερνέτ, ας πούμε. Κυρίως με μηνύματα πλέον επικοινωνούμε.

#### *Αποφυγή δύσκολων συναισθημάτων*

Σε περιόδους κατά τις οποίες τα άτομα βρίσκονται σε φορτισμένη συναισθηματική κατάσταση, φαίνεται πως καταφεύγουν στο κινητό και στα social media, ως ένα μέσο αποφυγής και αντιστάθμισης των αρνητικών συναισθημάτων που νιώθουν. Για πολλούς από τους συμμετέχοντες τα ΜΚΔ αποτελούν ένα μέσο διαφυγής από την πραγματικότητα, ένα πολλές φορές εικονικό φίλο που προσδίδει μια δίοδο απομάκρυνσης από τις έγνοιες και τις υποχρεώσεις. Το υλικό που είναι διαθέσιμο στις διάφορες πλατφόρμες είναι εύπεπτο, ποικίλει από ψυχαγωγικό μέχρι και

ενημερωτικό, απομακρύνοντας τα άτομα από τις ανησυχίες τους, και παραγκωνίζοντας για λίγο τα άγχη και τα ζητήματα που τα απασχολούν. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά μια συμμετέχουσα:

για μένα τα social media πολλές φορές αποτελούν έναν τρόπο να αποφύγω κάποια συναισθήματα και κάποιες σκέψεις, κάποιες καταστάσεις. Για παράδειγμα, το πιο απλό θα σου πω μπορεί να διαβάζω και να είναι δίπλα μου το κινητό και να μην μπορώ να λύσω μια άσκηση. Κατευθείαν θα πιάσω το κινητό να κάνω refresh την κύρια σελίδα του instagram ή να δω αν μου έχει στείλει κάποιος μήνυμα.

### *Ψυχαγωγία*

Τα ΜΚΔ συνιστούν ένα ψυχαγωγικό μέσο στο οποίο τα άτομα απευθύνονται πολλές φορές μετά από μια απαιτητική μέρα για να “αποσυνδεθούν” και να ηρεμήσουν. Η πληθώρα ψυχαγωγικού περιεχομένου που διαρρέει στα social media ποικίλει σε αστεία βίντεο, memes, ενημέρωση αλλά και βίντεο που ενισχύουν την έμπνευση του ατόμου και το κάνουν να νιώθει μέρος μιας ευρύτερης ομάδας. Επιπλέον, οι συμμετέχοντες υπογραμμίζουν την συμβολή που έχει ο αλγόριθμος (π.χ. του instagram και του Tik Tok) σε αυτό φαινόμενο. Το γεγονός ότι ο “αλγόριθμος” είναι σε θέση να αναλογίζεται τα ενδιαφέροντα των χρηστών, και στην συνέχεια να προσαρμόζει το περιεχόμενο με βάση αυτά, ενέχει κατά τους συμμετέχοντες σημαντικό ρόλο στο εθιστικό χαρακτήρα του περιεχομένου που προβάλλεται στα social media. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά μια συμμετέχουσα:

είναι μέσο ψυχαγωγίας, δηλαδή μου προσφέρουν γέλιο και αυτή την ανεμελιά ας πούμε (...) Θα μπω να δω περιεχόμενο που δεν είναι δικό μου και επομένως δεν είναι δική μου υποχρέωση και κατ’ επέκταση μπορώ να αφεθώ και να ξεφύγω.

Επίσης, όπως επισημαίνεται, σε πολλές περιπτώσεις νιώθουν την δυνατότητα να έχουν πρόσβαση στο τέλος μιας δύσκολης ημέρας, σαν μια επιβράβευση, σαν κάτι που τους «αξίζει» μετά από όσα έχουν βιώσει, τα άγχη και τις δυσκολίες:

Ίσως επειδή ξέρω ότι έχω να κάνω πράγματα(...) Το νιώθω και σαν ένα “reward” ας πούμε ορίστε πάρτο το ατελείωτο σκρολάρισμα. Και δεν θα έχω και ενοχές. Δηλαδή, μπορώ να το κάνω τόσες ώρες χωρίς να νιώθω ενοχές.

### *Πλήξη/Συνηθία*

Η αίσθηση ότι έχουν ελεύθερο χρόνο, εφόσον έχουν ολοκληρωθεί οι υποχρεώσεις της ημέρας, ωθεί τα άτομα προς τα social media, γιατί όπως υποστηρίζουν έτσι έχουν συνηθίσει να κάνουν, απλά το σώμα τους πάει μόνο του. Αναδεικνύεται σε αυτό το σημείο μια σχέση εξάρτησης και υπερβολικής δέσμευσης με το κινητό και τα ΜΚΔ. Οι ερωτώμενοι πολλές φορές αδυνατούν να ελέγξουν τον εαυτό τους, τον χρόνο που μπορεί να καταναλώνουν στα διάφορα μέσα. Έτσι, μια ώρα πλοήγησης μπορεί να βιώνεται σαν ένα λεπτό, επειδή το περιεχόμενο που προβάλλεται είναι εύπεπτο, γρήγορο και αποσυντονίζοντας τα άτομα.

Δεν ξέρω είναι και αυτό με τα 10 δευτερόλεπτα σημασίας στο βίντεο και λες εντάξει μωρέ δεν είμαι πολλή ώρα. Καταναλώνεις και την πληροφορία ίσως πολύ γρήγορα. Και είσαι σε φάση εντάξει, περνάει ωραία (...) έχεις καταλήξει να είσαι τρώρο.

## Αίσθηση ταυτότητας και social media

Τα ΜΚΔ προσφέρουν την δυνατότητα στα άτομα να κατασκευάσουν ένα προσεκτικά επιμελημένο προφίλ το οποίο αντανακλά στις αξίες, τα ενδιαφέροντα και την ταυτότητα τους. Μέσα από την καθημερινή πρόσβαση στις διάφορες πλατφόρμες αποκτούν την αίσθηση ότι ο λογαριασμός που έχουν στα social media αποτελεί προέκταση της ζωής τους, μέρος της ταυτότητας τους, της εικόνας που έχουν στον κοινωνικό τους περίγυρο:

πιστεύω ότι ένα προφίλ σου στο instagram αντικατοπτρίζει και ποιος είσαι ... Έτσι και τα SM. Το τι θα ποστάρεις λέει κάτι για εσένα.

Μια ερωτώμενη μάλιστα αναφέρει ότι ο τρόπος με τον οποίο είναι διαμορφωμένα τα social media -το πόσο εύκολα μπορεί να «μάθουν» τι σου αρέσει και στην συνέχεια να προσαρμόσουν το περιεχόμενο στα ενδιαφέροντα σου- την κάνουν να βιώνει αυτό τον χώρο ως ένα «ασφαλές πεδίο», που μπορεί να εκφραστεί ελευθέρως, αλλά και πάλι ως ένα σημείο. Δεν θα δημοσιεύσει περιεχόμενο που είναι στεναχωρημένη ή μια ενδεχομένως κακή στιγμή.

για μένα αυτό είναι safe space γιατί νιώθω(...) έχει δημιουργηθεί μια κοινότητα ας πούμε νοερή στο Tik Tok, όπου νιώθω ότι με βλέπουν κάποιοι άνθρωποι.

Ωστόσο, η φύση των social media όπως υπογραμμίζουν οι ερωτώμενοι, ενθαρρύνει την προώθηση μια θετικής εικόνας, η οποία πολλές φορές μπορεί να απέχει από την πραγματικότητα. Οι χρήστες τείνουν να προβάλλουν τις πιο ευνοϊκές πτυχές της ζωής τους, αποκρύπτοντας τις αρνητικές, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει στην αίσθηση αποσύνδεσης μεταξύ της διαδικτυακής και της πραγματικής ταυτότητας (Εικόνα 2). Πολλοί από τους συμμετέχοντες επισημαίνουν, ότι τα ΜΚΔ τείνουν να προβάλλουν το «θετικό», το «καλό» επειδή αυτό κάνουν όλοι. Κανένας δεν θα μοιραστεί στιγμές αδυναμίας, κάτι που τους καθιστά ευάλωτους. Εστιάζουν στα χαρακτηριστικά εκείνα που τους κάνουν «κουλ», ξεχωριστούς, και διαφορετικούς. Πάντα όμως με μια θετική προκατάληψη προς τον εαυτό. Δημοσιεύονται στιγμές τις οποίες το άτομο περνάει καλά, είναι έξω και είναι «όμορφο». Επιλεγμένα στιγμιότυπα που ίσως δεν συμβαίνουν τόσο συχνά, αλλά θεωρούν ότι αξίζει να τα μοιραστούν. Η ανάγκη του να είναι «αρεστοί», αποδεκτοί από τους συνομήλικους, αναφέρονται ως κύριοι λόγοι που το άτομο θα επιλέξει να δημοσιεύσει και να επικεντρωθεί σε μια πιο ιδανική πτυχή του εαυτού του. Επιπλέον, η δυνατότητα λήψης αυτοεπιβεβαίωσης μέσω των “like” και των “σχολίων” ενισχύει τα άτομα προς αυτή την κατεύθυνση. Με την ευνοϊκή προβολή να εντείνεται και να τροφοδοτείται:

Αντιπροσωπεύει εμένα πιστεύω, αλλά πολλές φορές μπορεί να ανεβάσω και πράγματα ή μάλλον μπαίνω στον κόπο να βγάλω πράγματα που θα αρέσουν και στους άλλους ... Θέλω να είμαι αρεστός ας πούμε. Να έχω μια ωραία διαφήμιση του εαυτού μου έτσι ώστε να με προσεγγίζουν και άτομα.

Σε ένα βαθμό αυτό που συμβαίνει με τα social media -όπως υποστηρίζεται από τους συμμετέχοντες- και την εικόνα που προβάλλεται είναι ότι γίνεται « μάρκετινγκ του εαυτού μας», των μοναδικών χαρακτηριστικών μας. Σε μια διαφήμιση, το ενδιαφέρον μονοπωλείται στην επισήμανση των ευνοϊκών χαρακτηριστικών του προϊόντος, το ίδιο και στα διάφορα προφίλ στο Instagram. Υπάρχουν συγκεκριμένα

κανονιστικά πρότυπα που καθορίζουν τι είναι αποδεκτό και τι όχι ως προς το υλικό που δημοσιεύεται.

Πιστεύω αυτό που είπα, ότι ο καθένας προσπαθεί συνήθως να δείξει ότι όλα είναι ωραία, γιατί θες να δείξεις το «ωραίο». Δεν θες να δείξεις ότι σήμερα ας πούμε ξύπνησα και έχω κατάθλιψη γιατί πάνε χάλια τα οικονομικά μου, έχω πρόβλημα με την οικογένειά μου ...

Για την εταιρία σου δεν θα διαφήμιζες κάτι κακό ποτέ, γιατί να το κάνεις για τον εαυτό σου;

## **Fear of missing out**

Η δυνατότητα συνεχούς πρόσβασης και παρακολούθησης της ζωής των άλλων στα ΜΚΔ, προκαλεί μια έντονη ανησυχία ότι οι άλλοι, έχουν ικανοποιητικές εμπειρίες από τις οποίες το άτομο απουσιάζει (FOMO). Γενικότερα, μέσα από τις συνεντεύξεις των συμμετεχόντων εμφανίζονται διάσπαρτα συναισθήματα και ανησυχίες σχετικά με την ενδεχόμενη απουσία τους από τα social media. Αναδεικνύεται ότι οι συμμετέχοντες παρουσιάζουν μια σχέση αλληλεξάρτησης με το κινητό και την σύνδεση τους στις διάφορες πλατφόρμες. Η ανάγκη τους για “ανήκειν”, για συμμετοχή στα κοινωνικά γεγονότα, για αλληλεπίδραση/ επικοινωνία, για παρακολούθηση των πληροφοριών και εντοπισμό των πιθανών ευκαιριών συνιστούν παράγοντες που συντελούν στην εμφάνιση συναισθημάτων του FOMO.

Φόβος απώλειας του σχετίζεσθαι: Στην ερώτηση: “Πως θα νιώθατε αν ξεχνούσατε το κινητό σας στο σπίτι;” οι περισσότεροι συμμετέχοντες αποκαλύπτουν μια αμφιθυμία. Από την μια πλευρά, αναφέρουν ότι θα ένιωθαν μεγαλύτερη απελευθέρωση και δημιουργικότητα όντας μακριά από το κινητό τους και τα social media, ενώ από την άλλη ότι θα αισθάνονταν ότι κάτι τους «λείπει», ότι ένα σημαντικό κομμάτι τους, θα είχε μείνει πίσω.

Μπορεί να νιώσω εκείνη την στιγμή “άδεια” από την άποψη γιατί δεν το πήρες; ...

Γιατί καλώς ή κακώς έχει γίνει λίγο-πολύ προέκταση του χεριού (το κινητό).

Η βασική ανησυχία των συμμετεχόντων σε αυτό το σενάριο αφορά την επικοινωνία και την διασύνδεση με τα κοντινά τους άτομα. Οι σκέψεις κυρίως κατευθύνονται προς τους άλλους, ανησυχούν μήπως κάποιος από τους φίλους ή την οικογένεια τους τους ψάξει και αυτοί δεν είναι διαθέσιμοι, μήπως κάποιος αναστατωθεί με την απουσία τους. Σε περίπτωση που δεν έχουν το κινητό μαζί τους νιώθουν ότι ουσιαστικά λείπει το βασικό μέσο για την σύνδεση τους στα ΜΚΔ και για την επικοινωνία με τον κοινωνικό τους περίγυρο. Αισθάνονται ανασφάλεια και εκτεθειμένοι:

Φοβόμουν μήπως λάβω κάποιο τηλεφώνημα, με χρειάζεται κάποιος και δεν μπορώ να ανταποκριθώ ...

νιώθεις λίγο ότι κάτι λείπει νομίζω. Γιατί έχουμε συνηθίσει τόσο πολύ συνέχεια ότι έχεις το κινητό στο χέρι ... οπότε λίγο όταν δεν το έχεις είναι σαν κάτι να λείπει δυστυχώς, ναι.

Πολλές φορές αυτός ο φόβος για συνεχή σύνδεση και αλληλεπίδραση, η ανάγκη για άμεση ανταπόκριση σε ειδοποιήσεις και μηνύματα μπορεί να διεισδύσει και στα πλαίσια της δια ζώσης επαφής, έχοντας ως αποτέλεσμα την εμφάνιση του

“rhubbing”, (δηλ. την χρήση κινητού όταν λαμβάνει χώρα μια κοινωνική συνάντηση). Πρόκειται για μια κατάσταση η οποία συμβαίνει συχνά στους συμμετέχοντες και τους γεμίζει με εκνευρισμό και θυμό, γιατί αισθάνονται ότι ο συνομιλητής τους δεν τους προσέχει, δεν δείχνει αυθεντικό ενδιαφέρον γι’ αυτούς. Οι περισσότεροι παραδέχονται ότι πολλές φορές μπορεί να υιοθετούν και εκείνοι την ίδια στάση αλλά υπερασπίζονται τον εαυτό τους, τονίζοντας ότι αυτό γίνεται υπό συγκεκριμένες συνθήκες: αν χρειάζεται να απαντήσουν σε κάποιο σημαντικό μήνυμα, να ενημερώσουν κάποιον ή όταν νιώθουν οικεία να το κάνουν π.χ. με άλλους φίλους που κάνουν το ίδιο. Όπως αναφέρουν:

μπορεί να μην βρίσκεσαι κάθε μέρα με τους φίλους σου. Βρίσκεσαι μια ώρα ή 2 ώρες μέσα σε μια ολόκληρη εβδομάδα και το να περνάς τη μισή από αυτή την ώρα στο κινητό και όχι ανταλλάσσοντας εμπειρίες είναι κάτι που σε κάνει να σκέφτεσαι ότι περνάς ο χρόνος, περνάει η στιγμή άσκοπα.»

Φόβος απώλειας σημαντικών πληροφοριών: Στα πλαίσια της έρευνας, οι συμμετέχοντες βρέθηκαν αντιμέτωποι με το υποθετικό σενάριο της απουσίας τους από τα social media για μια ημέρα. Οι περισσότεροι από αυτούς τόνισαν ότι δεν θα ήταν απαραίτητα προβληματική μια τέτοια συνθήκη, αλλά ευχάριστη. Ωστόσο κάτι τέτοιο (όπως αναφέρθηκε), είναι πιθανότερο να συμβεί εφόσον έχουν μια γεμάτη, πολυάσχολη ημέρα. Αντίθετα, μια μέρα η οποία δεν είναι τόσο έντονα προγραμματισμένη, που μπορεί να μην περιλαμβάνει εξόδους κτλ. ενισχύει την πιθανότητα κατά τους ερωτώμενους να βρίσκονται στα social media, γιατί κάπως πρέπει να καταναλώσουν αυτό το χρόνο, να καλύψουν το κενό που νιώθουν ή να αποφύγουν συναισθηματικές καταστάσεις που τους πιέζουν. Η πρόσβαση στα ΜΚΔ, αναγνωρίζεται ως μια διέξοδος από την πραγματικότητα, από τα άγχη. Προσωρινά κάνει το άτομο να αποσυμπιεστεί και να αποφύγει καταστάσεις και συναισθήματα. Εκκινείται η περιέργεια τους να δουν τι μηνύματα τους έχουν στείλει, να δουν κάποιο “story”, να ενημερωθούν για το που βρίσκονται οι φίλοι τους. Στο τέλος της ημέρας και με την ενδεχόμενη μονοήμερη αποχή τους από τα social media, τα άτομα έρχονται αντιμέτωπα με όλο εκείνο το πλήθος πληροφοριών που δημοσιεύτηκε και μια ανησυχία ως προς την ικανότητα τους να συμβαδίσουν με αυτό.

Θέλουμε να βλέπουμε συνέχεια τι έγινε, ποιος ανέβασε, τι έκανε (...) Θέλουμε να είμαστε μέσα ρε παιδί μου σε αυτά που είναι στη μόδα και είναι trendy...το να είσαι μέσα σε όλα σημαίνει ότι πρέπει να ‘σαι μες στο κινητό και να δείξεις αυτό και να σχολιάσεις το άλλο.

Φόβος περιθωριοποίησης: Στην σημερινή εποχή, η συμμετοχή σε οποιαδήποτε πλατφόρμα των ΜΚΔ αποτελεί μια σταθερά. Οι συμμετέχοντες σε μεγάλο βαθμό δυσκολεύονται να δουν τον εαυτό τους εκτός των ΜΚΔ γιατί πιστεύουν ότι αυτό τους καθιστά παρωχημένους, “out of place” όπως επισημαίνουν. Όταν όλοι οι συνομήλικοί τους έχουν πρόσβαση, η απόφαση τους να απέχουν, αυτόματα τα τοποθετεί πίσω από τα γεγονότα, από την επικαιρότητα. Δεν έχουν άλλη επιλογή λοιπόν, από τον να ακολουθήσουν την μάζα, το σύνολο.

έχεις social media γιατί θέλεις να είσαι μέσα στην κοινωνία. Στην ουσία αν έχεις social media είσαι μέσα στην κοινωνία και είσαι εκσυγχρονισμένος και όλα αυτά. Οπότε αναγκαστικά έχεις, ας πούμε κάπως έτσι.

Επομένως, αναδεικνύεται μια έντονη κοινωνική πίεση από την πλευρά των ομότιμων όσον αφορά την χρήση των social media. Τα άτομα πολλές φορές

αισθάνονται την ανάγκη να εγκαταλείψουν τα ΜΚΔ αλλά δεν το κάνουν γιατί σκέφτονται τον αντίκτυπο που θα έχει αυτή η κίνηση στις σχέσεις τους με τους άλλους. Αναγκάζονται να συμβαδίσουν με στάσεις, πρότυπα ή ακόμη και να αμφισβητήσουν τις δικές τους απόψεις, επειδή οι περισσότεροι ενστερνίζονται μια διαφορετική οπτική. Νιώθουν ότι αν δεν το κάνουν, δεν θα είναι αποδεκτοί και οι άλλοι θα τους απορρίψουν. Φαινομενικά αναδεικνύεται πως τα άτομα, έχουν την επιλογή να απενεργοποιήσουν τα social media, αλλά όπως υποστηρίζουν και οι ίδιοι, στην ουσία δεν την έχουν. Είναι μεγάλο μειονέκτημα να μην έχουν social media σε οποιαδήποτε ασχολία. Όπως παραστατικά αναφέρουν οι ερωτώμενοι:

χάνεις κάποια πράγματα δηλαδή(...) νιώθω ότι χάνεσαι από τα βασικά πράγματα που θα βλέπει η γενιά σου στα social media, που είναι ενεργοί.

Και θεωρώ ότι μπορεί να είσαι και λίγο «παρείσακτος, “out of place” αν δεν έχεις social media το 2024. Από την άποψη ότι θα χάσεις πολλά πράγματα που συμβαίνουν στον κόσμο ή οτιδήποτε κυλάει, (...) Οπότε σίγουρα θα μένεις λίγο πίσω.

Μάλιστα στην περίπτωση που τους ζητείται να περιγράψουν τι θα σκέφτονταν αν γνώριζαν ένα άτομο το οποίο δεν διέθετε , αντιλαμβάνονται ότι θα τους φαινόταν κάπως περίεργο, θα τους παραξένευε. Είναι δύσκολο σήμερα κάποιος να μην είναι διασυνδεδεμένος στα διάφορα ΜΚΔ. Αναφέρουν ότι δεν θα μπορούσαν να δουν το προφίλ του προκειμένου να βρουν κοινά ενδιαφέροντα, να δουν τις απόψεις του , τους φίλους του, εν γένει τι άνθρωπος είναι. Παρόλο που μια τέτοια στάση τους φαίνεται δύσκολα εφικτή με βάσει τα σημερινά δεδομένα, το χαρακτηρίζουν ως ένα ξεχωριστό, αντισυμβατικό άτομο. Ως ένα άτομο που δεν νοιάζεται για την γνώμη των άλλων, ούτε χρειάζεται επιβεβαίωση από τα social media. Φαίνεται πως θαυμάζουν την ικανότητα του να υπερβεί τις κοινωνικές επιταγές και να πράξει με βάσει τις επιθυμίες του.

## **Κοινωνική σύγκριση**

Τα social media παρέχουν συνεχή πρόσβαση στην ζωή και τις επιτυχίες των άλλων. Η υπερπροβολή της ζωής των άλλων, του πλούτου, των επιτευγμάτων τους, όπως αναφέρουν οι συμμετέχοντες, τους φέρνει αντιμέτωπους με τις δικές τους δυνατότητες και πόσα είναι σε θέση να καταφέρουν. Η συνειδητοποίηση της απόστασης ανάμεσα στον εαυτό και τους άλλους , οδηγεί τα άτομα σε μειονεκτική θέση, και τα κάνει να νιώθουν συναισθήματα ζήλειας και δυσαρέσκειας. Αναρωτιούνται πως οι γύρω τους έχουν καταφέρει τόσα πολλά (ιδιαίτερα οι συνομήλικοι τους), ενώ οι ίδιοι αισθάνονται ότι παραμένουν στάσιμοι, ότι χάνουν πράγματα τα οποία άλλοι απολαμβάνουν. Όπως επισημαίνουν , στα social media κυριαρχούν συγκεκριμένα πρότυπα όσον αφορά την διασκέδαση, την ομορφιά, την ψυχαγωγία. Επειδή προβάλλεται το «ιδανικό», το «τέλειο», δημιουργείται η ανάγκη ότι πρέπει να βρίσκονται συνεχώς σε εγρήγορση, να αρπάζουν ευκαιρίες για νέες εμπειρίες και να κάνουν πράγματα για να είναι ευτυχισμένοι. Όταν βλέπουν ότι οι άλλοι κάνουν ταξίδια, εξελίσσονται επαγγελματικά και γενικότερα έχουν ανταποδοτικές εμπειρίες προβληματίζονται και αισθάνονται ότι οι ίδιοι κάνουν κάτι λάθος, ότι δεν είναι αρκετά καλοί για να τα καταφέρουν, γεγονός που επηρεάζει την αυτοεκτίμησή τους και την ευεξία τους. Στην σύγκριση μεταξύ του

εαυτού και των άλλων η ζυγαριά τείνει να γέρνει προς το μέρος τους, έχοντας ως αποτέλεσμα να πιέζει τα άτομα, να τους προκαλεί άγχος και να τα δεσμεύει σε ένα αέναο κυνήγι του «τέλειου» με στόχο την απόκτηση αποδοχής και επιβεβαίωσης. Ειδικότερα όπως γνωστοποιούν τα άτομα:

Όταν λοιπόν βλέπεις ότι άλλοι κάνουν πράγματα που και εσύ θα ήθελες να κάνεις ... αυτό δημιουργεί ένα συναίσθημα λίγο μειονεξίας, λίγο ζήλιας, λίγο τι καλά θα ήταν αν μπορούσα και εγώ να ήμουν εκεί.

Γιατί να είναι εκείνος και να μην είμαι εγώ; Θα βάλω τον εαυτό μου λίγο στο τρυπάκι της σύγκρισης. Λίγο στο τρυπάκι ότι εγώ ίσως να μην αξίζω να το κάνω. Και τι κάνω με τη ζωή μου; Και οι άλλοι κάνουν πράγματα.

## Media Fatigue

Οι ερωτώμενοι υποστηρίζουν ότι ο εκτεταμένος όγκος πληροφοριών που διαχέεται μέσω των social media, η υπερπροβολή της ζωής, των επιτευγμάτων των άλλων, προκαλεί συναισθήματα κούρασης και ανάγκη αποσύνδεσης από τις διάφορες πλατφόρμες. Η επανάληψη του προβαλλόμενου υλικού, το αδιάφορο περιεχόμενο, αλλά και η γρήγορη εναλλαγή πληροφορίας και η παραπληροφόρηση θέτει τα άτομα σε μια διεργασία εγρήγορσης και συνεχούς επαγρύπνησης για επεξεργασία των ερεθισμάτων που λαμβάνουν, γεγονός που οδηγεί σε συναισθήματα κούρασης και εξουθένωση. Η συνεχής προβολή της «ιδανικής» ζωής των άλλων προκαλεί κορεσμό και συναισθήματα δυσαρέσκειας. Μάλιστα οι συμμετέχοντες υπογραμμίζουν ότι η γρήγορη και εύπεπτη πληροφορία που ρέει στα social media, τους κάνει να χάνουν την αίσθηση του χρόνου. Μπορεί να καταναλώνουν ώρες χωρίς να το καταλάβουν στις διάφορες πλατφόρμες και στο «ατελείωτο σκρολάρισμα, όπως ονομάζουν. Και αυτό με την σειρά του φέρει επιπτώσεις τόσο σε σωματικό όσο και σε ψυχολογικό επίπεδο. Δυσκολία στην συγκέντρωση, κόκκινα μάτια, πονοκέφαλοι, χαμηλή ποιότητα ύπνου αλλά και συναισθήματα άγχους, μειονεξίας, δυσαρέσκειας, χαμηλής αυτοεκτίμησής (εξαιτίας της κοινωνικής σύγκρισης) ευεξίας αλλά και ανάγκης οριστικής εγκατάλειψης των social media κυριαρχούν στις περιγραφές των ερωτώμενων.

Υπάρχει πάρα πολλή πληροφορία(...) φτάνω σε σημείο να τα κλείσω από την τόση πληροφορία που έχω λάβει και δεν αντέχω άλλο. Δεν μπορώ να το επεξεργαστώ.

Επιπλέον, ένας από τους συμμετέχοντες αναφέρει ότι αυτό που τον κουράζει στα social media είναι ότι παρέχουν πρόσβαση σε τόσες πληροφορίες, επιλογές που το εξουθενωτικό για το άτομο είναι ότι δεν ξέρει τι να πρωτοκάνει ή αν έχει την δυνατότητα να τα κάνει όλα αυτά.

πριν τα social media/Internet δεν μπορούσα να ξέρω πως είναι Ιαπωνία(...)Λέω δεν μπορώ, γιατί κάθε μέρα βλέπω κάτι καινούργιο και δεν ξέρω τι να πρώτο-κάνω.

## Οραματιζόμενοι τα ιδανικά social media

Μία από τις καταληκτικές ερωτήσεις που απευθύνεται στους συμμετέχοντες αφορά την δυνατότητα αλλαγής οποιασδήποτε διάστασης στα ΜΚΔ. Σε αυτό το σημείο αναδεικνύονται πιθανά προβληματικά στοιχεία στην δομή των Μέσων και

ξεδιπλώνεται πως συμμετέχοντες οραματίζονται «ιδανικά» την πλοήγηση τους. Οι περισσότεροι επικεντρώνονται στην ανάγκη προβολής μια πιο αυθεντικής και αφιλτράριστης εικόνας των άλλων, μια πιο αληθινή προσέγγιση τόσο του εαυτού τους όσο και των πραγμάτων. Κάποιοι εστιάζουν στην εθιστική τάση που εκκινούν τα social media και στην υπερβολική χρήση. Αναφέρονται σε μια πιο συνειδητή διαχείριση του χρόνου τους σε αυτά καθώς και σε ενδεχόμενη βελτίωση του αλγόριθμου προς αποφυγή τέτοιων φαινομένων. Δύο από τους συμμετέχοντες επίσης επισημαίνουν την επιθυμία τους για καθορισμό ηλικιακών ορίων όσον αφορά την χρήση των διάφορων πλατφόρμων αλλά και περιορισμό του διαφημιστικού περιεχομένου.

Δεν ξέρω πώς θα γινόταν αυτό, αλλά θα μπορούσε να ήτανε πιο αληθινό.

Θα άλλαζα τον αλγόριθμο (...) να μπορούν οι χρήστες των social media να κάνουν πιο συνειδητή χρήση (...) να αφιερώνει ο χρήστης όσο χρόνο χρειάζεται στα social media και να μην είναι φτιαγμένα έτσι ώστε να απορροφούν τον ίδιο, να τον ωθούν σε ένα ατελείωτο σκρολάρισμα.

### **Όψεις της εμπειρίας χρήσης των social media**

Προς το τέλος της συνέντευξης ζητείται από τους συμμετέχοντες να αναλύσουν κάποιες αρνητικές και θετικές πτυχές της αλληλεπίδρασης τους με τα social media και στην συνέχεια να ζωγραφίσουν οποιαδήποτε διάσταση της σχέσης τους με αυτά. Μέσα από τις αφηγήσεις τους, προκύπτουν οι εξής διαστάσεις όσον αφορά την αρνητική προσέγγιση:

#### *Ζητήματα ασφάλειας*

Η κλοπή ιδιωτικών προφίλ για εμπορικούς και δυσφημιστικούς σκοπούς, η διακίνηση προσωπικών φωτογραφιών χωρίς συγκατάθεση, η ακούσια παρακολούθηση (stalking) κυριαρχούν στις περιγραφές των συμμετεχόντων. Τα άτομα δηλώνουν ευάλωτα απέναντι στο χαοτικό περιβάλλον των social media και αναγνωρίζουν πόσο εύθραυστο μπορεί να είναι ένα προφίλ στα ΜΚΔ. Η ευκολία με την οποία μπορεί να χρησιμοποιήσει κάποιος προσωπικά στοιχεία για κερδοσκοπικούς σκοπούς και όχι μόνο, φαίνεται πως προβληματίζει τα άτομα και περιορίζει την εκφραστικότητα τους.

#### *Φλερτ*

Δυο εκ των συμμετεχόντων αναφέρουν αρνητικές εμπειρίες φλερτ στα social media. Γίνεται αναφορά στον απρόσωπο χαρακτήρα του φλερτ και στα διπλά μηνύματα που μεταφέρονται μέσω των διάφορων πλατφόρμων. Το γεγονός ότι τα social media παρέχουν άπειρες επιλογές για ερωτικούς συντρόφους, κάνει τους ερωτώμενους να αισθάνονται «αναλώσιμοι», σαν προϊόντα προς πώληση και περιορίζει την αυθεντικότητα και την αξιοπιστία αυτής της προσέγγισης.

#### *Επίταση υπαρχόντων συναισθημάτων*

Επιπλέον δύο συμμετέχοντες αναφέρονται στην ικανότητα των social media να διογκώσουν συναισθήματα και να υπενθυμίσουν αρνητικές εμπειρίες τις οποίες έχει το άτομο αντιμετωπίσει στο παρελθόν (μέσω της προβολής σχετικού



πρόσβασης στα Μέσα. Δύο άκρα, το θετικό και το αρνητικό, αυτό που από την μια ενθαρρύνει τα άτομα και από την άλλη τα «ανησυχεί» και τα απογοητεύει. Οι χρήστες βρίσκονται ανάμεσα σε αυτό το δίπολο και πολλές φορές ο «φόβος» τι μπορεί να χάνουν κάτι να τα ωθήσει σε ένα συνεχές κύκλο χρήσης.

**Εικόνα 2:** Η αντίθεση ανάμεσα στην φυσική πραγματικότητα και την ψηφιακή περσόνα, η εστίαση σε μια θετικά κατασκευασμένη ταυτότητα



**Πηγή:** Ζωγραφιά συμμετέχουσας στην έρευνα κατά το στάδιο της πολυτροπικής συνέντευξης

## Συζήτηση

Στόχος της συγκεκριμένης έρευνας ήταν να εξετάσει σε βάθος τις εμπειρίες, σκέψεις και συναισθήματα που προκύπτουν από την περιήγηση των ατόμων στα social media. Είναι πλέον δεδομένο πως τα ΜΚΔ αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητας των νέων. Έχουν διεισδύσει σε τέτοιο βαθμό στην ζωή τους, που πλέον θεωρούνται συνώνυμα της ταυτότητας τους, της εικόνας που παρουσιάζουν στον έξω κόσμο. Τα άτομα κατασκευάζουν προσεκτικά την εικόνα που θα προβάλλουν στα ΜΚΔ, τονίζοντας τα στοιχεία εκείνα που τους χαρακτηρίζουν ως μοναδικούς και ιδιαίτερους και κρύβοντας τις πιθανές ατέλειες τους (Alutaybi κ.ά., 2019; Chua & Chang, 2016) σε μια προσπάθεια για προβολή κοινωνικά αποδεκτού περιεχομένου (Ganda, 2014).

Τα social media παρέχουν περισσότερο από ποτέ την ικανότητα γνώσης αλλά και υπενθύμισης όλων των εναλλακτικών τους επιλογών (Milyanskaya κ.ά., 2018), μέσω του υλικού που δημοσιεύεται στις διάφορες πλατφόρμες, γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση του FOMO (Przybylski κ.ά., 2013). Η προβολή των θετικών εμπειριών των άλλων και η επικέντρωση στην προώθηση μια μονόπλευρα ιδωμένης και φιλτραρισμένης ταυτότητας, σε κάποιες περιπτώσεις ωθεί τους χρήστες να προβούν σε κοινωνικές συγκρίσεις (Servidio κ.ά., 2021). Με την σειρά της, κάποιες φορές η υπερβολική ενασχόληση των χρηστών με τις επιτυχίες και τα

επιτεύγματα των άλλων, αλλά και με τον τεράστιο όγκο πληροφοριών που διαχέεται στα social media, μπορεί να γίνει προβληματική. Επομένως, ενδέχεται να έχει ως αποτέλεσμα κόπωση (Cramer κ.ά., 2016), άγχος (Rahmania κ.ά., 2023), στρες (Beyens κ.ά., 2016), χαμηλή αίσθηση ικανοποίησης από την ζωή (Dhir κ.ά., 2021), μειωμένη αυτοεκτίμηση, αλλά και σωματικές επιπτώσεις όπως χαμηλή ποιότητα ύπνου (Adams κ.ά., 2017; Zhu κ.ά., 2023), δυσκολία στη συγκέντρωση και την προσοχή (Milyanskaya κ.ά., 2018), πονοκεφάλους και μεταξύ των άλλων μια σχέση αλληλεξάρτησης με τα social media η οποία εντείνει ένα φαύλο κύκλο αρνητικών συνεπειών (Tandon κ.ά., 2021) και δυσχεραίνει την ικανότητα των χρηστών να απεμπλακούν από τα ΜΚΔ (Chai κ.ά., 2019). Ωστόσο, χρειάζεται να τονίσουμε στο σημείο αυτό ότι όλα τα προηγούμενα αφορούν προβληματικές και δυσλειτουργικές διεμπλοκές των ατόμων με τα κοινωνικά μέσα. Τα άτομα είναι σε θέση να χρησιμοποιούν τα νέα μέσα και τις τεχνολογίες με λειτουργικό και υγιή τρόπο και αποτελεί πρόκληση για τους σύγχρονους ψυχολόγους να συνδράμουν τα άτομα και τις ομάδες προς αυτή την κατεύθυνση. Αυτό δε αποτελεί ζητούμενο αφού είναι δεδομένο ότι η τεχνολογία, τα κοινωνικά μέσα και τη τεχνητή νοημοσύνη είναι πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της ανθρώπινης, ή της μετα-ανθρώπινης, ύπαρξης και πραγματικότητας (Brailas, 2024)

## References

- Adams, S. K., Williford, D. N., Vaccaro, A., Kisler, T. S., Francis, A., & Newman, B. (2017). The young and the restless: Socializing trumps sleep, fear of missing out, and technological distractions in first-year college students. *International Journal of Adolescence and Youth*, 22(3), 337–348. <https://doi.org/10.1080/02673843.2016.1181557>
- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Alutaybi, A., McAlaney, J., Arden-Close, E., Stefanidis, A., Phalp, K., & Ali, R. (2019). Fear of Missing Out (FoMO) as Really Lived: Five Classifications and one Ecology. *2019 6th International Conference on Behavioral, Economic and Socio-Cultural Computing (BESC)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/BESC48373.2019.8963027>
- Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization. *Psychological Science*, 21(3), 372–374. <https://doi.org/10.1177/0956797609360756>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>

- Brailas, A. (2020). Using Drawings in Qualitative Interviews: An Introduction to the Practice. *The Qualitative Report*, 25(12), 4447–4460.  
<https://doi.org/10.46743/2160-3715/2020.4585>
- Brailas, A. (2024). Postdigital Duoethnography: An Inquiry into Human-Artificial Intelligence Synergies. *Postdigital Science and Education*, 6(2), 486–515.  
<https://doi.org/10.1007/s42438-024-00455-7>
- Brailas, A. (2025). The Appreciative Qualitative Interview: A Research Method for Empowering People. *Methodology*, 21(1), 74-90.  
<https://doi.org/10.5964/meth.15421>
- Brailas, A., Tragou, E., & Papachristopoulos, K. (2023). Introduction to Qualitative Data Analysis and Coding with QualCoder. *American Journal of Qualitative Research*, 7(3), 19–31. <https://doi.org/10.29333/ajqr/13230>
- Brailas, A., & Tsekeris, C. (2014). Social behaviour in the internet era: Cyborgs, adolescents and education. *European Journal of Social Behaviour*, 1(1), 1–4.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.237023>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.  
<https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. (2015). Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior*, 44, 148–155. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.048>
- Burnell, K., George, M. J., Vollet, J. W., Ehrenreich, S. E., & Underwood, M. K. (2019). Passive social networking site use and well-being: The mediating roles of social comparison and the fear of missing out. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(3).  
<https://doi.org/10.5817/CP2019-3-5>
- Chai, H.-Y., Niu, G.-F., Lian, S.-L., Chu, X.-W., Liu, S., & Sun, X.-J. (2019). Why social network site use fails to promote well-being? The roles of social overload and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 100, 85–92.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.005>
- Cho, J., Ramgolam, D. I., Schaefer, K. M., & Sandlin, A. N. (2011). The Rate and Delay in Overload: An Investigation of Communication Overload and Channel Synchronicity on Identification and Job Satisfaction. *Journal of Applied Communication Research*, 39(1), 38–54.  
<https://doi.org/10.1080/00909882.2010.536847>
- Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012). “They Are Happier and Having Better Lives than I Am”: The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others’ Lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121.  
<https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls’ engagement in self-presentation and peer comparison on social

- media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190–197.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Clark, A. (2017). Seeing Real Life?: Working with the Visual to Understand Landscapes of Community. *International Review of Qualitative Research*, 10(2), 190–210. <https://doi.org/10.1525/irqr.2017.10.2.190>
- Cramer, E. M., Song, H., & Drent, A. M. (2016). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue. *Computers in Human Behavior*, 64, 739–746.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.07.049>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of Research in Personality*, 19(2), 109–134. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(85\)90023-6](https://doi.org/10.1016/0092-6566(85)90023-6)
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., Budhiraja, S., & Islam, N. (2021). The dark side of social media: Stalking, online self-disclosure and problematic sleep. *International Journal of Consumer Studies*, 45(6), 1373–1391.  
<https://doi.org/10.1111/ijcs.12659>
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2008). The Concept of Information Overload—A Review of Literature from Organization Science, Accounting, Marketing, MIS, and Related Disciplines (2004). Στο M. Meckel & B. F. Schmid (Επιμ.), *Kommunikationsmanagement im Wandel* (σελ. 271–305). Gabler.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9772-2\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9772-2_15)
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5.  
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Ganda, M. (2014). *Social Media and Self: Influences on the Formation of Identity and Understanding of Self through Social Networking Sites*.  
<https://doi.org/10.15760/honors.64>
- Hattingh, M., Dhir, A., Ractham, P., Ferraris, A., & Yahiaoui, D. (2022). Factors mediating social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: A comparative study among Instagram and Snapchat users. *Technological Forecasting and Social Change*, 185, 122099.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122099>
- Holte, A. J., & Ferraro, F. R. (2020). Anxious, bored, and (maybe) missing out: Evaluation of anxiety attachment, boredom proneness, and fear of missing out (FoMO). *Computers in Human Behavior*, 112, 106465.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106465>
- Lee, D.-J., Bang, Y., & Kim, M.-S. (2022). A Conceptualization of Social Media Fatigue and Its Dimensions. *Asia-Pacific Journal of Business*, 13(3), 35–57.  
<https://doi.org/10.32599/apjb.13.3.202209.35>
- Malik, A., Dhir, A., Kaur, P., & Johri, A. (2020). Correlates of social media fatigue and academic performance decrement: A large cross-sectional study. *Information*

*Technology & People*, 34(2), 557–580. <https://doi.org/10.1108/ITP-06-2019-0289>

- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods*.
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: Prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. *Motivation and Emotion*, 42(5), 725–737. <https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5>
- Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of Adolescent Peer Relations in the Social Media Context: Part 2—Application to Peer Group Processes and Future Directions for Research. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 295–319. <https://doi.org/10.1007/s10567-018-0262-9>
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55(1), 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rahmania, F. A., Ramadhayanti, J. S., Andini, T. A. D., & Nugraha, S. P. (2023). Fear of Missing Out (FOMO) as a Mediator of Anxiety on Social Media Fatigue in Early Adulthood. *Psympathic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 85–92. <https://doi.org/10.15575/psy.v10i1.20956>
- Ravindran, T., Chua, A. Y. K., & Goh, D. H.-L. (2013). Characteristics of Social Network Fatigue. *2013 10th International Conference on Information Technology: New Generations*, 431–438. <https://doi.org/10.1109/ITNG.2013.66>
- Reer, F., Tang, W. Y., & Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media & Society*, 21(7), 1486–1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259–275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>
- Salo, M., Pirkkalainen, H., & Koskelainen, T. (2017). Technostress and Social Networking Services: Uncovering Strains and Their Underlying Stressors. Στο S. Stigberg, J. Karlsen, H. Holone, & C. Linnes (Επιμ.), *Nordic Contributions in IS Research* (τ. 294, σελ. 41–53). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-64695-4\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-319-64695-4_4)
- Servidio, R., Sinatra, M., Griffiths, M. D., & Monacis, L. (2021). Social comparison orientation and fear of missing out as mediators between self-concept clarity

- and problematic smartphone use. *Addictive Behaviors*, *122*, 107014.  
<https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.107014>
- Steinberger, P., & Kim, H. (2023). Social comparison of ability and fear of missing out mediate the relationship between subjective well-being and social network site addiction. *Frontiers in Psychology*, *14*, 1157489.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1157489>
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G. N., & Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: A systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research*, *31*(3), 782–821. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>
- Tandon, A., Kaur, P., Dhir, A., & Mäntymäki, M. (2020). Sleepless due to social media? Investigating problematic sleep due to social media and social media sleep hygiene. *Computers in Human Behavior*, *113*, 106487.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106487>
- Vogel, E. A., & Rose, J. P. (2016). Self-reflection and interpersonal connection: Making the most of self-presentation on social media. *Translational Issues in Psychological Science*, *2*(3), 294–302. <https://doi.org/10.1037/tps0000076>
- Wang, P., Xie, X., Wang, X., Wang, X., Zhao, F., Chu, X., Nie, J., & Lei, L. (2018). The need to belong and adolescent authentic self-presentation on SNSs: A moderated mediation model involving FoMO and perceived social support. *Personality and Individual Differences*, *128*, 133–138.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.02.035>
- Willig, C. (2013). *Introducing Qualitative Research In Psychology*. Open University Press. <https://books.google.gr/books?id=E-lhuM-pNV8C>
- Zhu, X., Zheng, T., Ding, L., Zhang, X., Li, Z., & Jiang, H. (2023). Exploring associations between social media addiction, social media fatigue, fear of missing out and sleep quality among university students: A cross-section study. *PLOS ONE*, *18*(10), e0292429. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292429>
- Ίσαρη, Φ., & Πούρκος, Μ. (2015). Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας. Kallipos, Open Academic Editions. <https://dx.doi.org/10.57713/kallipos-473>
- Μπράιλας, Α., Παπαχριστόπουλος, Κ., & Τράγου, Έ. (2023). Εισαγωγή στην ποιοτική ανάλυση δεδομένων με το λογισμικό Taguette: Ζητήματα εγκυρότητας και αξιοπιστίας στην ποιοτική έρευνα. *Ανοικτή Εκπαίδευση*, *19*(1), 29–54.  
<https://doi.org/10.12681/jode.26960>

## Οι συγγραφείς

Η **Αικατερίνη Κωνσταντοπούλου** είναι απόφοιτη του τμήματος ψυχολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών. Πραγματοποίησε την πρακτική της άσκηση στη Διαγνωστική και Θεραπευτική Μονάδα για το Παιδί «Σπύρος Δοξιάδης» όπου ασχολήθηκε με την κλινική διάγνωση παιδιών εφαρμόζοντας προβολικές τεχνικές (TAT) καθώς και με την ανίχνευση μαθησιακών δυσκολιών μέσω της χρήσης εργαλείων αξιολόγησης νοημοσύνης. Στο πλαίσιο της πτυχιακής της εργασίας στο Τμήμα Ψυχολογίας διερεύνησε τις επιπτώσεις των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην ψυχική υγεία. Το ενδιαφέρον της επικεντρώνεται στην εφαρμογή ερευνητικών και θεραπευτικών μεθόδων στην ψυχική υγεία αλλά και την κατανόηση της ανθρώπινης συμπεριφοράς.

Ο **Αλέξης Μπράϊλας** είναι Ψυχολόγος (Πανεπιστήμιο Κρήτης) και Διδάκτωρ ψυχολογίας (Πάντειο Πανεπιστήμιο). Έχει εκπαιδευτεί στο ΑΚΜΑ στη συστημική προσέγγιση και είναι θεραπευτής και εμπυχωτής ομάδων. Διδάσκει στο Τμήμα Ψυχολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου και σε ψυχοεκπαιδευτικά και μεταπτυχιακά προγράμματα του Πανεπιστημίου Αθηνών και του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Έχει γράψει βιβλία και επιστημονικά άρθρα για τη μεθοδολογία έρευνας, την ψυχολογία, την εκπαίδευση και τις ανθρώπινες σχέσεις στη σύγχρονη πολύπλοκη τεχνοκοινωνική πραγματικότητα. Είναι μέλος της Ελληνικής Εταιρείας Συστημικής Θεραπείας (ΕΛΕΣΥΘ), της Ελληνικής Ψυχολογικής Εταιρείας (ΕΛΨΕ), του Συλλόγου Ελλήνων Ψυχολόγων (ΣΕΨ), της European Association for Psychotherapy (EAP) καθώς και της Παιδαγωγικής Εταιρείας Ελλάδος (ΠΕΕ). <https://abrailas.github.io>