

ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

Δρ Παναγιώτης Ε. Τζαβάρας

Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Abstract

Nowadays, a lot of people possess accounts on multiple online social networks, e.g., Facebook and Twitter. These networks are overlapped, but the correspondences between their users are not explicitly given. Mapping common users across these social networks will be beneficial for applications such as cross-network recommendation. In recent years, a lot of mapping algorithms have been proposed which exploited social and/or profile relations between users from different networks. However, there is still a lack of unified mapping framework which can well exploit high-order relational information in both social structures and profiles. In this paper, we propose a unified hypergraph learning framework based in twon of Kalamata, Greece.

Λέξεις κλειδιά: Social Media, αστικός χώρος, επικοινωνία, ποσοτικές μέθοδοι, χρήστες κοινωνικών δικτύων.

1. Η χαρτογραφική αποτύπωση της Καλαμάτας

Σε αυτό την εργασία, παρουσιάζονται όλα τα χαρτογραφικά δεδομένα που αφορούν την πόλη της Καλαμάτας. Η παρουσίαση βασίζεται σε τρεις μεταβλητές, στον πληθυσμό, στην απασχόληση και στην εκπαίδευση. Ταυτόχρονα, διατυπώνονται χρήσιμα συμπεράσματα για τις διαδικασίες που διαμορφώνουν την ταυτότητα ενός αστικού χώρου και αποτυπώνουν την ιδιοσυγκρασία μιας πόλης σχετικά με την χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ).

Ως βέλτιστη λύση για τη συλλογή των εμπειρικών δεδομένων καθώς και τη διασφάλιση της αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος ως προς τον πληθυσμό, κρίθηκε η μη πιθανοθεωρητική τεχνική της δειγματοληψίας ποσοστών (Quota sampling). Η Επιλογή του δείγματος έγινε έτσι ώστε να αντανακλάται σε αυτό η δημογραφική δομή του πληθυσμού, ως προς τα χαρακτηριστικά της ηλικίας, της εκπαίδευσης και της απασχόλησης.

Η συγκέντρωση πρωτογενών στοιχείων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ψηφιακού ερωτηματολογίου, του οποίου η συμπλήρωση του διαρκούσε είκοσι περίπου λεπτά. Αποτελούνταν από ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών, 5βάθμιες κλίμακες τύπου Likert, 7βάθμιες κλίμακες τύπου scale, καθώς και απαντήσεις «Σωστό/ Λάθος» ή «Ναι/Όχι». Η στατιστική ανάλυση έξι έγινε με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS.

2. Στόχος της έρευνας

Σκοπός μας είναι να διαπιστώσουμε και να τεκμηριώσουμε με στατιστικές μεθόδους τα ταυτοτικά χαρακτηριστικά των χρηστών των ΜΚΔ. Γίνεται συσχετισμός της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων με τις μεταβλητές της ηλικίας, της απασχόλησης και του εκπαιδευτικού επιπέδου. Στόχος μας είναι να αποδείξουμε εάν οι πιο πάνω μεταβλητές σχετίζονται μεταξύ τους ή όχι, ως προς τη χρήση των ΜΚΔ.

Τα ερωτήματα και οι υποθέσεις εργασίας που χρησιμοποιήθηκαν στην εν λόγω έρευνα είναι τα ακόλουθα:

- i. Ποιες είναι οι αιτίες χρήσης των ΜΚΔ;
- ii. Πώς συσχετίζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με την ηλικία, την απασχόληση και με το επίπεδο εκπαίδευσής τους;

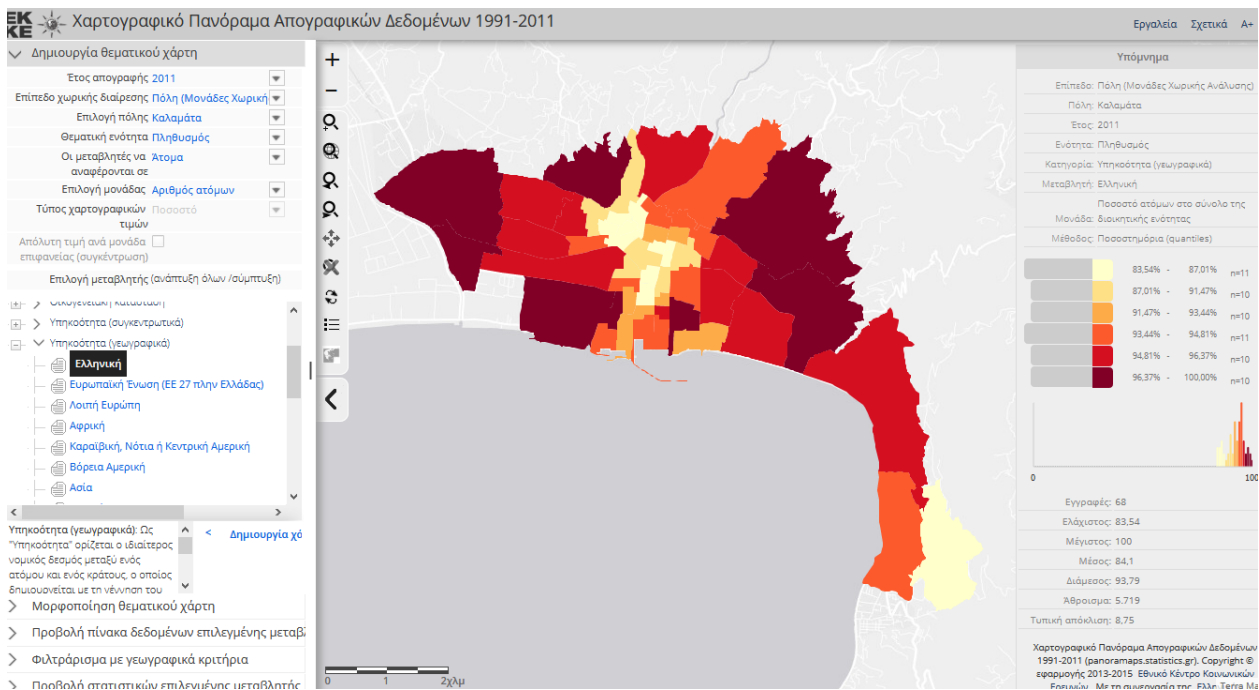
- iii. Πώς συσχετίζεται η άρνηση χρήσης των ΜΚΔ με την ηλικία, την απασχόληση και το επίπεδο εκπαίδευσης;
- iv. Πώς διαφοροποιούνται οι διαπροσωπικές σχέσεις μέσω κοινωνικών δικτύων και ποιος ο ρόλος των ΜΚΔ στην κοινωνικοποίηση των νέων;

3. Χαρτογραφική αποτύπωση της Καλαμάτας

Τα χαρτογραφικά δεδομένα που διαμορφώνουν την ταυτότητα ενός αστικού χώρου και αποτυπώνουν τα χαρακτηριστικά των χρηστών, αφορούν την πόλη της Καλαμάτας και η παρουσίασή τους βασίζεται στις μεταβλητές: πληθυσμός, απασχόληση και εκπαίδευση.

3.1 Μεταβλητή: Κατανομή πληθυσμού με ελληνική υπηκοότητα

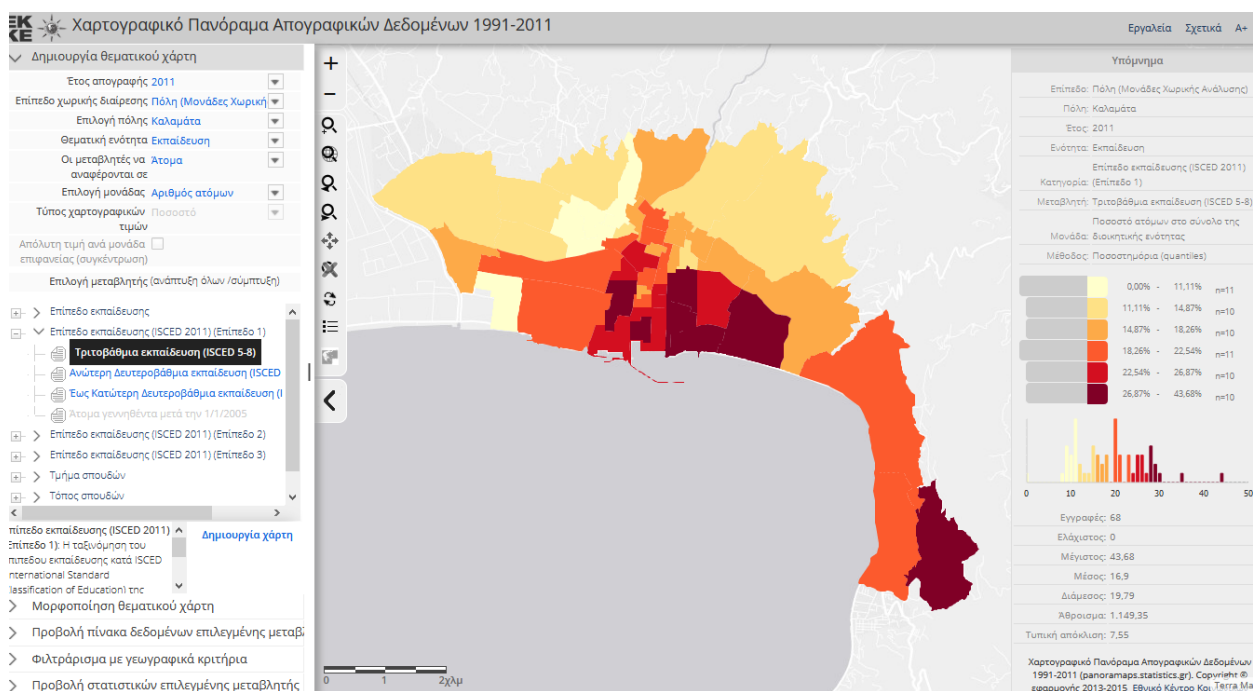
Όπως παρατηρούμε στην εικόνα 1, οι περιοχές του εμπορικού κέντρου της πόλης φιλοξενούν σχεδόν αποκλειστικά τους κατοίκους που δεν έχουν ελληνική υπηκοότητα. Αντίθετα, στις περιοχές περιμετρικά του αστικού ιστού της πόλης, κατοικούν κατά μεγάλη πλειονότητα πολίτες ελληνικής υπηκοότητας.



Εικόνα 1: πληθυσμός με ελληνική υπηκοότητα
 Πηγή: <http://panoramaps.statistics.gr/panorama/>
 Τελευταία προσπέλαση 20/10/2017

3.2 Μεταβλητή: Εκπαίδευση

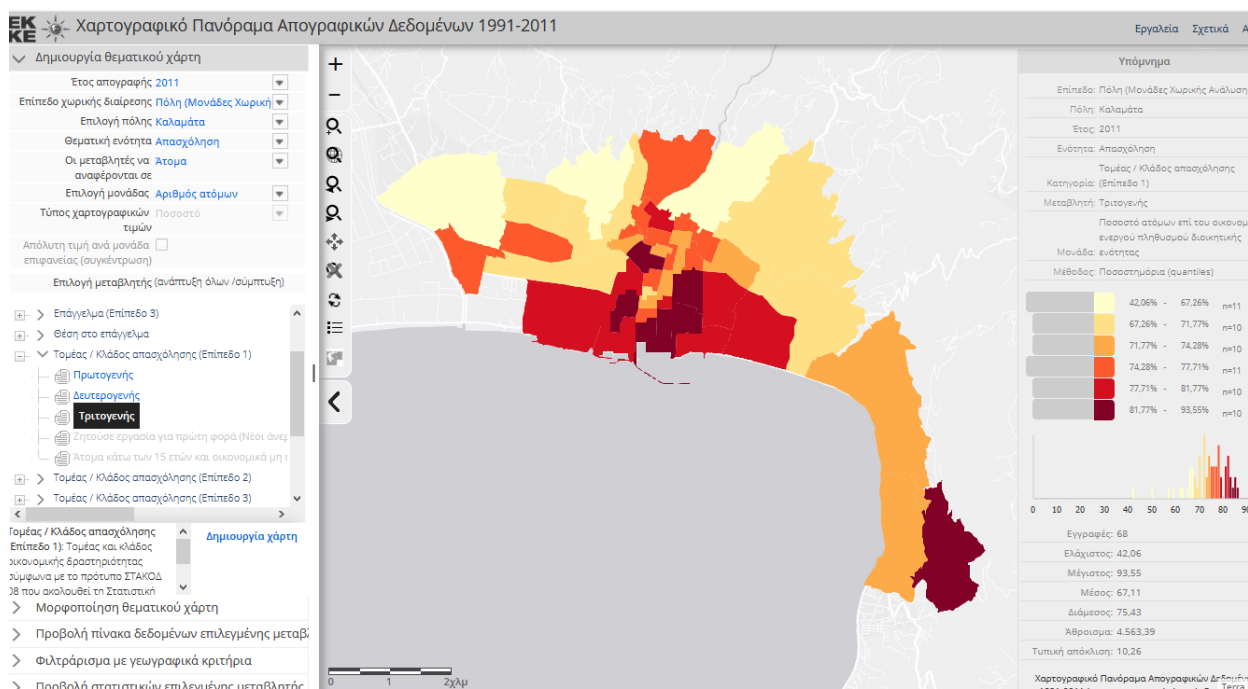
Όπως παρατηρούμε στην εικόνα 2, το μεγαλύτερο τμήμα του πληθυσμού με επίπεδο εκπαίδευσης Γυμνασίου, κατοικεί στην βόρεια πλευρά της πόλης στα όρια του περιμετρικού. Στο εμπορικό κέντρο της πόλης και στις περιοχές πέριξ αυτού, κατοικούν κυρίως άτομα με «ανώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση» (δηλαδή Λύκειο), ενώ στις περιοχές της μαρίνας, της παραλίας και της Βέργας, κατοικούν κυρίως απόφοιτοι Πανεπιστημίου και άνω.



Εικόνα 2: εκπαίδευση
Πηγή: <http://panoramaps.statistics.gr/panorama/>
Τελευταία προσπέλαση 20/10/2017

3.3 Μεταβλητή: Απασχόληση

Όπως παρατηρούμε στην εικόνα 3, περιμετρικά του αστικού ιστού της πόλης και ιδιαίτερα στις βορειοδυτικές περιοχές της, η απασχόληση των κατοίκων αφορά στον πρωτογενή τομέα. Στις περιοχές του ιστορικού κέντρου, της ανατολικής και δυτικής παραλίας και της νέας εισόδου, επικρατούν ο δευτερογενής και ο τριτογενής κλάδος απασχόλησης, κάτι που φαίνεται να ισχύει με μεγαλύτερη ένταση στην ανατολική πλευρά της πόλης και ιδιαίτερα στην περιοχή της Βέργας.



Εικόνα 3: απασχόληση
 Πηγή: <http://panoramaps.statistics.gr/panorama/>
 Τελευταία προσπέλαση 20/10/2017

4. Στατιστική ανάλυση

Για τη διασφάλιση της αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος ως προς τον πληθυσμό, κρίθηκε η μη πιθανοθεωρητική τεχνική της δειγματοληψίας ποσοτών (Quota sampling). Η Επιλογή του δείγματος έτσι ώστε να αντανακλάται σε αυτό η δημογραφική δομή του πληθυσμού ως προς τα χαρακτηριστικά της ηλικίας, της εκπαίδευσης και της απασχόλησης.

Η συγκέντρωση πρωτογενών στοιχείων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ψηφιακού ερωτηματολογίου και αποτελούνταν από ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών, 5βάθμιες κλίμακες τύπου Likert, 7βάθμιες κλίμακες τύπου scale, καθώς και απαντήσεις «Σωστό/ Λάθος» ή «Ναι/Όχι».

Με βάση το μεθοδολογικό σχεδιασμό που αναπτύχθηκε, η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω διαδικτυακού δομημένου ερωτηματολογίου σε μη πιθανοθεωρητικό δείγμα στον αστικό ιστό της Καλαμάτας. Το ερωτηματολόγιο πήρε μορφή ηλεκτρονικής φόρμας, η οποία παρέχεται δωρεάν από την εφαρμογή Google Docs της Google και διανεμήθηκε ηλεκτρονικά μέσω e-mail.

4.1 Συχνότητα χρήσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Όπως παρατηρούμε στον πίνακα 1, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων, σε ένα ποσοστό 67% χρησιμοποιούν το Facebook για δυο ώρες και πάνω ημερησίως. Αξιοσημείωτο είναι το ποσοστό όσων απάντησαν ότι συνδέονται για κάποιες ώρες μόνο σε εβδομαδιαία βάση.

Q05A.FACEBOOK USE				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 hours daily	128	33,9	33,9
	more than 2 hours daily	124	32,8	66,7
	hours weekly	88	23,3	89,9
	hours monthly	23	6,1	96,0
	almost never	15	4,0	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Πίνακας 1

4.2 Πόσο καιρό είστε χρήστης σε κάποιο ΜΚΔ;

Όπως παρατηρούμε στον πίνακα 2, υπερτερούν οι μακροχρόνιοι χρήστες των ΜΚΔ, ιδιαίτερα αυτοί που έχουν ενεργούς λογαριασμούς σε τουλάχιστον μια πλατφόρμα για πάνω από 5 χρόνια.

Q10.USE				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	less than 1 year	14	3,7	3,7
	About 1 year	13	3,4	7,1
	2 or 3 years	40	10,6	17,7
	4 to 6 years	137	36,2	54,0
	Over 5 years	174	46,0	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Πίνακας 2

4.3 Πόσους φίλους έχετε στο Facebook;

Στον πίνακα 3 βλέπουμε τον αριθμό των «φίλων» που έχουν οι χρήστες των ΜΚΔ στην πιο δημοφιλή για τον καθένα πλατφόρμα. Όπως παρατηρούμε υπάρχει μια ομοιόμορφη κατανομή, καμπανοειδούς καμπύλης όπου στην κορυφή επικρατεί η τιμή των 400 περίπου «φίλων».

Q12.NUMBER_FRIENDS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
less than 100	60	15,9	15,9	15,9
101-200	61	16,1	16,1	32,0
201-500	120	31,7	31,7	63,8
501-1000	66	17,5	17,5	81,2
Over 1001	71	18,8	18,8	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Πίνακας 3

4.4 Ηλικιακή κατανομή των «φίλων»

Στον πίνακα 4 που ακολουθεί, καταγράφονται οι ηλικιακές ομάδες των «φίλων» μας στα ΜΚΔ. Μπορεί ως ποσοστό η ηλικιακή ομάδα 35-64 να είναι διπλάσιο της ηλικιακής ομάδας 15-34, θα πρέπει όμως να λάβουμε υπόψη μας δυο παραμέτρους. Πρώτον, ότι τα τρία τέταρτα περίπου των ερωτώμενων ανήκαν σε ηλικιακές ομάδες άνω των 30 ετών και δεύτερον, ότι αυξάνεται ραγδαία η εξάπλωση των ΜΚΔ στις νεότερες ηλικίες κάτι που σημαίνει ότι στα επόμενα χρόνια η ηλικιακή κατανομή των χρηστών των ΜΚΔ θα διαφοροποιηθεί δραστικά.

Q13.FRIENDS_AGE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
under 14	2	,5	,5	,5
15-34	128	33,9	33,9	34,4
35-64	248	65,6	65,6	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Πίνακας 4

4.5 Τι ποσοστό από τις επαφές σου στο κοινωνικό δίκτυο γνωρίζεις προσωπικά;

Σε αυτή την πολύ ενδιαφέρουσα ερώτηση, θέλαμε να αποδείξουμε ότι οι ψηφιακοί μας φίλοι δεν είναι σε πολύ μεγάλο ποσοστό φίλοι και στις δια ζώσης παρέες μας. Πραγματικά όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα 5, μόνο το 23% των «φίλων» μας στα ΜΚΔ είναι πρόσωπα που έχουμε γνωρίσει δια ζώσης.

Q14.PERCENT KNOW CONTACT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0-10%	14	3,7	3,7	3,7
11-30%	23	6,1	6,1	9,8
31-50%	50	13,2	13,2	23,0
51-75%	86	22,8	22,8	45,8
over 75%	205	54,2	54,2	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Πίνακας 5

4.6 Επικοινωνία μέσω μηνυμάτων

Στο ερώτημα αυτό θέλαμε να διαπιστώσουμε, με ποιους «φίλους» μας επικοινωνούμε μέσω μηνυμάτων. Όπως προκύπτει από το πίνακα 6, η συντριπτική πλειοψηφία των «φίλων» που ανταλλάσσω μηνύματα είναι άτομα τα οποία γνωρίζουμε από τον κοινωνικό ή επαγγελματικό περίγυρο.

Άρα το συμπέρασμα που προκύπτει από τις δυο τελευταίους πίνακες είναι ότι, καίτοι οι περισσότεροι «φίλοι» μας είναι άτομα που δεν έχουμε ποτέ συναντηθεί ή γνωριστεί δια ζώσης, εν τούτοις, ανταλλάσσουμε μηνύματα συνήθως μόνο με όσους γνωρίζουμε.

Q18.CHAT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Δεν μιλάω σε κανέναν	62	16,4	16,4	16,4
Μιλάω μόνο σε άτομα που ξέρω	278	73,5	73,5	89,9
Δε μιλάω σε άτομα που δεν ξέρω	13	3,4	3,4	93,4
Μιλάω σε όλους τους συνομήλικούς μου ανεξαρτήτως αν τους γνωρίζω ή όχι	5	1,3	1,3	94,7
Μιλάω σε όλους ανεξαρτήτως φύλου και ηλικίας	10	2,6	2,6	97,4
Μιλάω μόνο στην περίπτωση που μου μιλήσει ο άλλος	9	2,4	2,4	99,7
Άλλο	1	,3	,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Πίνακας 6

5 Ο ρόλος της προσωπικότητας του χρήστη στα ΜΚΔ

Σύμφωνα με το μοντέλο των Πέντε Παραγόντων (Five-Factor Model) των McCrae και Costa (1987 : 81-90), η προσωπικότητα μπορεί να περιγραφεί από διαστάσεις ή παράγοντες που συγκροτούν τη λεγόμενη «Μεγάλη Πεντάδα». Αυτές οι διαστάσεις των ατόμων, οι οποίες επηρεάζουν τις σκέψεις, τα συναισθήματα και τις δραστηριότητές τους μπορούν να βοηθήσουν στην κατανόηση της χρήσης ή μη των ΜΚΔ, ανάλογα με την προσωπικότητα του χρήστη (Τζαβάρας, 2020). Οι πέντε παράγοντες που θα περιγραφούν στη συνέχεια είναι ο νευρωτισμός, η εξωστρέφεια, η δεκτικότητα στην εμπειρία, η προσήνεια και η ευσυνειδησία.

5.1 Νευρωτισμός

Ο νευρωτισμός, ή αλλιώς συναισθηματική σταθερότητα, αναφέρεται στο βαθμό με τον οποίο ένα άτομο μπορεί να βιώσει αρνητικά συναισθήματα όπως λύπη, άγχος, ανασφάλεια, ντροπή, ενοχές, θυμό και ψυχολογική πίεση. Στον νευρωτισμό επίσης αποδόθηκε και η τάση των ατόμων που αναρτούν αληθείς πληροφορίες στα προφίλ τους. Οι νευρωτικοί χρήστες του Facebook ειδικότερα έχει βρεθεί ότι αποκαλύπτουν προσωπικά στοιχεία για τον εαυτό τους, επειδή αποζητούν επιβεβαίωση. Με τη συμμετοχή τους σε ομάδες και με το να δηλώνουν αρέσκεια (like) σε σχόλια που αναρτούν οι άλλοι στον τοίχο τους, ελπίζουν ότι οι φίλοι τους θα τους το ανταποδώσουν (Γιώτα 2015 : 53-55).

5.2 Εξωστρέφεια ή εσωστρέφεια

Η διάσταση της εξωστρέφειας ή εσωστρέφειας, αναφέρεται στο κατά πόσο ένα άτομο διαθέτει χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την ποσότητα και την ένταση της διαπροσωπικής διάδρασης του. Οι εξωστρεφείς χρήστες εντοπίζουν τον αληθινό εαυτό τους στην πραγματική ζωή τους, ενώ οι εσωστρεφείς έχουν μια τάση να εκφράζουν τον αληθινό εαυτό τους μέσω των ΜΚΔ. Οι εσωστρεφείς χρήστες των ΜΚΔ έχουν χαμηλή αυτοεκτίμηση, ενώ οι πιο εξωστρεφείς χρήστες έχουν υψηλή αυτοεκτίμηση και είναι αρκετά πιο δημοφιλείς τόσο στον πραγματικό κόσμο όσο και στα ΜΚΔ (Zywica & Danowski 2008 : 1-34).

5.3 Δεκτικότητα σε εμπειρίες

Η δεκτικότητα σε εμπειρίες αναφέρεται στο εύρος, στο βάθος και στην πολυπλοκότητα της ζωής ενός ατόμου. Χρήστες των ΜΚΔ με υψηλή βαθμολογία σε αυτό τον παράγοντα χαρακτηρίζονται από φαντασία, περιέργεια, δημιουργικότητα και αναζήτηση νέων εμπειριών. Αντίθετα, χρήστες των ΜΚΔ με χαμηλή βαθμολογία χαρακτηρίζονται ως συντηρητικά άτομα στις πράξεις και στις ιδέες τους, που αποστρέφονται τις αλλαγές και προτιμούν τις παλαιές και συντηρητικές μεθόδους.

5.4 Προσήνεια

Η προσήνεια αναφέρεται στην ποιότητα των διαπροσωπικών διαδράσεων του ατόμου. Χρήστες των ΜΚΔ με αυξημένη τάση προς το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό, συνεργάζονται και εμπιστεύονται εύκολα τους άλλους και χαρακτηρίζονται από ευθύτητα, συναίσθηση και αλτρουισμό. Αντίθετα, χρήστες των ΜΚΔ με χαμηλή προσήνεια, διέπονται από αρνητικά συναισθήματα, όπως τάση για κριτική, εχθρικότητα ή επιθετικότητα. Επιπλέον, ενώ οι χρήστες των ΜΚΔ με υψηλά επίπεδα προσήνειας δείχνουν αγάπη και ενδιαφέρον για το συνάνθρωπο τους, μεγάλη ευαισθησία απέναντι στον ανθρώπινο πόνο, μεγάλη θέληση για συνεργασία και αποφεύγουν τις συγκρούσεις, οι χρήστες των ΜΚΔ με χαμηλή προσήνεια, χαρακτηρίζονται ως ανταγωνιστικά, εριστικά, ορισμένες φορές εχθρικά και γενικά καχύποπτα με τους άλλους. Χρήστες των ΜΚΔ με χαμηλό δείκτη προσήνειας και χαμηλό δείκτη εξωστρέφειας, δυσκολεύονται να αναπτύξουν φιλίες στον πραγματικό κόσμο και φαίνεται ότι έχουν λιγότερους φίλους στα ΜΚΔ (Landers & Lounsbury 2006 : 283-293).

5.5 Ευσυνειδησία

Τέλος, η ευσυνειδησία αναφέρεται στον έλεγχο των παρορμήσεων για την επίτευξη στόχων του κάθε ατόμου. Η υψηλή βαθμολογία στον παράγοντα αυτό χαρακτηρίζει άτομα με αυτοπειθαρχία, επίμονα και οργανωτικά. Αντίθετα, άτομα με χαμηλή βαθμολογία στην ευσυνειδησία, δυσκολεύονται να ελέγξουν τις επιθυμίες ή τις ανάγκες τους. Έχει αποδειχθεί ότι τα ευσυνείδητα άτομα επιθυμούν να αποφεύγουν τη χρήση των ΜΚΔ, ενώ τα άτομα με χαμηλό δείκτη ευσυνειδησίας χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ προκειμένου να αναβάλλουν άλλες υποχρεώσεις τους (Wilson, et al. 2010 : 173-177).

6 Συμπεράσματα

Τα ΜΚΔ περιλαμβάνουν χρήστες από κοινωνικές ή πληθυσμιακές ομάδες διαφόρων ηλικιών, διαφορετικού φύλου, εκπαίδευσης, εθνικότητας ή θρησκειότητας. Στην εικονική πραγματικότητα των ΜΚΔ οι άνθρωποι δεν μιλούν, δεν αγγίζονται, δεν συναντώνται στην πραγματική τους ζωή, αλλά μόνο μέσω μιας ψηφιακής οθόνης. Η συνένδεση στο Διαδίκτυο με άλλους ανθρώπους, γνωστούς ή αγνώστους, όλων των κοινωνικών τάξεων, δίνει στους ειδικούς τη δυνατότητα μελέτης της ανθρώπινης συμπεριφοράς.

Η διαστρωμάτωση του πληθυσμού από τα αστικά κέντρα και την ύπαιθρο διαφοροποιείται. Διαφοροποιούνται και οι προτιμήσεις των χρηστών των ΜΚΔ που αφορούν στη μουσική που ακούν, στα βιβλία και τα κόμικς που διαβάζουν, στην πολυεθνική διατροφή που επιλέγουν, καθώς και οι υπερσυνδέσεις (links) που αναλογούν στην επαγγελματική τους δραστηριότητα, στις πολιτικές συζητήσεις και στα ενδιαφέροντά τους.

Στο σημείο αυτό και ύστερα από την αξιολόγηση των ευρημάτων της έρευνας που διενεργήσαμε, σκιαγραφήσαμε το προφίλ του μέσου Έλληνα χρήστη των ΜΚΔ και το προφίλ του μη χρήστη. Λάβαμε υπόψη μας όλες τις θεωρητικές προσεγγίσεις, αλλά και τα αποτελέσματα της έρευνας που υλοποιήσαμε.

Προφίλ χρήστη	Προφίλ μη χρήστη
Είναι: γυναίκα ή άνδρας	Είναι: γυναίκα ή άνδρας
14-30 ετών	> 65 ετών
εργαζόμενη/ος	μη εργαζόμενη/ος ή συνταξιούχος
συνήθως ανώτερης ή ανώτατης εκπαίδευσης	δευτεροβάθμιας ή κατώτερης βαθμίδας εκπαίδευσης
Προτιμά Facebook (όμως, το Instagram αναπτύσσεται ραγδαία)	Τα ΜΚΔ δεν την/τον ενδιαφέρουν ή δεν της/του χρειάζονται
Είναι χρήστης σε κάποιο ΜΚΔ > 5 έτη.	
Αφιερώνει κατά μ.ό. 180 λεπτά/ημέρα στα ΜΚΔ	
Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ: για να ενημερώνεται, για να κρατά επαφή με παλιούς φίλους ή με όσους είναι μακριά, για να επικοινωνεί με άλλους	
Έχει συναντηθεί με κάποιον που γνώρισε από ΜΚΔ. 23%	
καίτοι οι περισσότεροι «φίλοι» μας είναι άτομα που δεν έχουμε ποτέ συναντηθεί ή γνωριστεί δια ζώσης, εν τούτοις, ανταλλάσσουμε μηνύματα συνήθως μόνο με όσους γνωρίζουμε	
Θεωρεί ότι τα ΜΚΔ σημαίνουν αποκλειστικά ψυχαγωγία και επικοινωνία με φίλους	Αρνείται να χρησιμοποιήσει τα ΜΚΔ, διότι θεωρεί ότι εκτίθεται η προσωπική ζωή των χρηστών τους
Έχει υψηλό δείκτη νευρωτισμού	
Είναι εξωστρεφής και έχει μεγάλο αριθμό φίλων/ακολούθων	
Εμφανίζει δεκτικότητα σε εμπειρίες	Χαρακτηρίζεται από ευσυνειδησία (= φειδωλή χρήση)

Βιβλιογραφία

Einstein A. 1952. Πώς βλέπω τον κόσμο, μετ. Μίνας Ζωγράφου-Μεραναίου, Εκδόσεις Μαρή, Αθήνα, σελ. 88

Landers R. N., & Lounsbury J. W. 2006. An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22, σελ.283–293

McCrae R. R. & Costa P. T. 1987. Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), σελ. 81-90

Wilson K., Fornasier S., & White K. M. 2010. Psychological Predictors of Young Adults' Use of Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 13(2), σελ. 173-177

Zywica J., & Danowski J. 2008. The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; Predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1), σελ. 1-34

Γιώτα Κ. 2015. Διδακτορική διατριβή: «Ο ρόλος της επικοινωνίας μέσω Διαδικτύου με τη χρήση υπολογιστή στη διαδικασία κοινωνικής αλληλεπίδρασης και ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων», Παν. Θεσσαλίας, σελ.53-55

ΕΚΚΕ 2011. Η διαδικτυακή εφαρμογή ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΑΠΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ 1991-2011 στοχεύει στη δυναμική αξιοποίηση του τεράστιου πλούτου πληροφορίας που περιλαμβάνουν τα δεδομένα των τριών τελευταίων Απογραφών Πληθυσμού-Κατοικιών (1991-2001-2011). Πηγή: <https://panorama.statistics.gr>

Τζαβάρας, Π. 2020. Κατανοώντας τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνοεκδοτική