

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



## Μεταπτυχιακή Διατριβή

Ανάλυση κοινωνικών δικτύων: διερεύνηση ηλικιακών  
διαφορών στον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής  
κοινότητας «SparkPeople»

Πολύνα Φυσέντζου

Λεμεσός 2012



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

Ανάλυση κοινωνικών δικτύων: διερεύνηση ηλικιακών  
διαφορών στον τρόπο χρησιμοποίησης της  
διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople»

της  
Πολύνας Φυσέντζου

Λεμεσός 2012

**ΕΝΤΥΠΟ ΕΓΚΡΙΣΗΣ**

Μεταπτυχιακής διατριβής

Ανάλυση κοινωνικών δικτύων: διερεύνηση ηλικιακών  
διαφορών στον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής  
κοινότητας «SparkPeople»

Παρουσιάστηκε από

Φυσέντζου Πολύνα

Επιβλέπων καθηγητής \_\_\_\_\_  
[ιδιότητα και όνομα]

Μέλος επιτροπής (Πρόεδρος) \_\_\_\_\_  
[ιδιότητα και όνομα]

Μέλος επιτροπής \_\_\_\_\_  
[ιδιότητα και όνομα]

Μέλος επιτροπής \_\_\_\_\_  
[ιδιότητα και όνομα]

Μέλος επιτροπής \_\_\_\_\_  
[ιδιότητα και όνομα]

Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Δεκέμβριος, 2012

## **Πνευματικά δικαιώματα**

Copyright © Πολύνα Φυσέντζου, 2012

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της μεταπτυχιακής διατριβής από το Τμήμα Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Ζαφείρη Παναγιώτη για την αμέριστη κατανόηση που επέδειξε προς το πρόσωπό μου. Χάρη στη πολύτιμη βοήθεια του επιβλέποντα καθηγητή μου θα ήταν αδύνατο, μέχρι και ανέφικτο να εκπληρώσω την μεταπτυχιακή αυτή διατριβή. Πάνω από όλα, όμως, θα ήθελα να εκφράσω τις έντονες ευχαριστίες μου προς την οικογένεια μου και τους φίλους μου, που απλόχερα μου παρείχαν την ψυχολογική υποστήριξη ώστε να μπορέσω να άρω τις παρεμβαλλόμενες συμπληγάδες, και να φέρω εις πέρας την έρευνα αυτή.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η νέα διερευνητική προσέγγιση της κατανόησης των χρηστών εντός διαδικτυακών περιβαλλόντων αποτέλεσε μια από τις κινητήριες δυνάμεις εκπόνησης της παρούσας έρευνας. Συγκεκριμένα, σκοπό της παρούσας έρευνας αποτέλεσε η διερεύνηση ηλικιακών διαφορών ή ομοιοτήτων ως προς τον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» από ηλικιωμένους (60 ετών και άνω) και νέους χρήστες (18-22 ετών). Συλλέγοντας με έναν μη αυτοματοποιημένο τρόπο δεδομένα από την προσωπική σελίδα «SparkPage» των χρηστών, επιδιώχθηκε να διερευνηθούν διαφορές ως προς τη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου των χρηστών και ως προς τον τρόπο γραπτής αυτό-παρουσίασης τους. Τα ευρήματα της έρευνας δείχνουν ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο από ότι οι νέοι χρήστες, επηρεάζοντας θετικά το κοινωνικό τους κεφάλαιο. Εντούτοις, τόσο οι νέοι όσο και οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» τείνουν με τον ίδιο απροσδιόριστο τρόπο να συνδέονται με περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους. Οι ηλικιωμένοι τείνουν να έχουν περισσότερους φίλους και να παρουσιάζουν τον εαυτό τους χρησιμοποιώντας ένα πιο απρόσωπο στυλ γραπτής έκφρασης από ότι οι νέοι, δείχνοντας έτσι ότι ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνικοποίηση τους και όχι για την αυτό-προβολή τους. Αντίθετα, οι νέοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την αυτό-προβολή αφού χρησιμοποιούν στατιστικά σημαντικά περισσότερες αυτό-αναφορές από ότι οι ηλικιωμένοι.

# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	vi
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ .....	vii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	ix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	x
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ .....	xi
ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ .....	xii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	xv
1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ-ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	1
2 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ .....	3
2.1 Εννοιολογική οριοθέτηση της «διαδικτυακής κοινότητας» .....	3
2.1.1 Διαδικτυακές κοινότητες και κοινωνικά δίκτυα .....	7
2.1.2 Διαδικτυακές κοινότητες και ανάπτυξη του κοινωνικού κεφαλαίου .....	9
2.2 Διφορούμενη κριτική στις επιδράσεις της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή – Διαδικτυακές κοινότητες.....	13
2.3 Η περίπτωση της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» .....	16
2.4 Σχετικές έρευνες.....	18
2.4.1 Ηλικιακές διαφορές ως προς τη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου .....	19
2.4.2 Ηλικιακές διαφορές ως προς τη διαδικτυακή αυτό-παρουσίαση.....	24
2.4.3 Ηλικιακές διαφορές ως προς τη χρησιμοποίηση δραστηριοτήτων επικοινωνίας . .....	29
2.4.4 Κοινωνική στήριξη σε διαδικτυακές κοινότητες απώλειας σωματικού βάρους... .....	32
3 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ .....	35



3.1	Ερευνητικά ερωτήματα .....	35
3.2	Εργαλεία συλλογής και ανάλυσης δεδομένων.....	36
3.2.1	Εργαλεία συλλογής δεδομένων .....	36
3.2.2	Εργαλεία ανάλυσης δεδομένων.....	37
3.3	Διαδικασία συλλογής των δεδομένων .....	39
3.4	Χαρακτηριστικά δείγματος.....	39
3.5	Αξιοπιστία-Εγκυρότητα-Ηθικά ζητήματα.....	40
3.6	Διαδικασία ανάλυσης δεδομένων .....	41
4	ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	42
4.1	Ηλικιακές διαφορές ως προς τη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου .....	42
4.1.1	Ηλικιακές διαφορές ως προς τον αριθμό των φίλων .....	42
4.1.2	Ηλικιακές διαφορές ως προς το γένος των φίλων .....	53
4.2	Ηλικιακές διαφορές ως προς τη διαδικτυακή αυτό- παρουσίαση.....	61
5	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	71
5.1	Περιορισμοί, προκλήσεις και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.....	75
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....	77
6	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ .....	80
6.1	Ενδεικτικό ερωτηματολόγιο της διαδικτυακής επισκόπησης.....	80

## **ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ**

Πίνακας 1: Παραδείγματα λέξεων για κάθε κατηγορία του LIWC .....	37
Πίνακας 2: Περιγραφή των επτά κατηγοριών λέξεων του LIWC.....	38

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Σύγκριση του αριθμού φίλων των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών .....	43
Γράφημα 2: Σύγκριση του αριθμού φίλων των αγοριών και των κοριτσιών.....	48
Γράφημα 3: Σύγκριση του αριθμού φίλων των ανδρών και των γυναικών.....	50
Γράφημα 4: Σύγκριση του αριθμού φίλων των αγοριών και των ανδρών.....	51
Γράφημα 5: Σύγκριση του αριθμού φίλων των κοριτσιών και των γυναικών .....	53
Γράφημα 6: Σύγκριση ως προς το γένος των φίλων των νέων και των ηλικιωμένων.....	54
Γράφημα 7: Σύγκριση ως προς το γένος των φίλων των αγοριών και των κοριτσιών.....	55
Γράφημα 8: Σύγκριση ως προς το γένος των φίλων των ανδρών και γυναικών.....	57
Γράφημα 9: Σύγκριση ως προς το γένος των φίλων των αγοριών και των ανδρών.....	58
Γράφημα 10: Σύγκριση ως προς το γένος των φίλων των κοριτσιών και των γυναικών .....	60
Γράφημα 11: Σύγκριση των βαθμολογιών των νέων και των ηλικιωμένων στο LIWC .....	61
Γράφημα 12: Σύγκριση των βαθμολογιών των κοριτσιών και των αγοριών στο LIWC .....	65
Γράφημα 13: Σύγκριση των βαθμολογιών των γυναικών και των ανδρών στο LIWC.....	66
Γράφημα 14: Σύγκριση των βαθμολογιών των αγοριών και των ανδρών στο LIWC .....	68
Γράφημα 15: Σύγκριση των βαθμολογιών των κοριτσιών και των γυναικών στο LIWC.....	69

## ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

CMC	Computer mediated communication
ICT	Information and communications technology
LIWC	Linguistic inquiry and word count
N	Μέγεθος δείγματος
SC	Social capital
UGC	User generated content
URL	Uniform resource locator

## ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Articles	Άρθρα
Big words, words with more than six letters	Μεγάλες λέξεις, λέξεις μεγαλύτερες των 6 χαρακτήρων
Blogger	Μπλόκερ
Blogs	Ιστολόγια
Bonding social capital	Κοινωνικό κεφάλαιο των δεσμών
Implicit affinity network	Ασαφές κοινωνικό δίκτυο
Bridging social capital	Κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης
Comments	Σχόλια
Computer mediated communication	Επικοινωνία μέσω υπολογιστή
Directed communication	Κατευθυνόμενη επικοινωνία
E-mail	Μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
Explicit social network	Σαφές κοινωνικό δίκτυο
Hypermedia	Υπέρ-μέσα
Information and communications technology	Τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας
Instant message	Άμεσο μήνυμα
Internet survey	Διαδικτυακή επισκόπηση
Introduction text	Εισαγωγικό κείμενο
Mann-Whitney test	Μη παραμετρικό τεστ σύγκρισης

Maximum	Μέγιστο
Mean	Μέσος όρος
Median	Διάμεση τιμή
Minimum	Ελάχιστο
Negative emotion words	Αρνητικές συναισθηματικά λέξεις
Online community	Διαδικτυακή κοινότητα
Overall cognitive words	Γνωστικές λέξεις
Positive emotion words	Θετικές συναισθηματικά λέξεις
Private message	Προσωπικό μήνυμα
Profile pictures	Φωτογραφίες προφίλ
Quantitative content analysis	Ποσοτική ανάλυση περιεχομένου
Range	Εύρος
Relative frequency distribution	Κατανομή σχετικών συχνοτήτων
Self-references	Αυτό-αναφορές
Self-representation	Αυτό-παρουσίαση
Social capital	Κοινωνικό κεφάλαιο
Social network services	Υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης
Social network sites	Ιστοτόποι κοινωνικής δικτύωσης
Social networks	Κοινωνικά δίκτυα
Social words	Κοινωνικές λέξεις
SparkMail	Μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, εντός της διαδικτυακής κοινότητας SparkPeople

SparkPage	Προσωπική σελίδα εντός της διαδικτυακής κοινότητας SparkPeople
SparkTeam	Ομάδες εντός της διαδικτυακής κοινότητας SparkPeople
Status	Κατάσταση
Student's t-test	Παραμετρικό τεστ σύγκρισης
Undirected communication	Μη κατευθυνόμενη επικοινωνία
Web crawler	Διαδικτυακό πρόγραμμα ανίχνευσης δεδομένων

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αδιαμφισβήτητα, στη σημερινή εποχή παρατηρείται μια έντονη κινητικότητα του ενδιαφέροντος της ανθρωπότητας και των ερευνητών προς τις διαδικτυακές κοινότητες, καθώς αυτές με ραγδαίους ρυθμούς γίνονται η δημοφιλέστερη μορφή επικοινωνίας μέσω υπολογιστή (Computer mediated communication).

Το γεγονός ότι έχουν διεξαχθεί έρευνες οι οποίες έχουν μελετήσει πάνω από 10 εκατομμύρια προφίλ χρηστών, σε δημοφιλείς διαδικτυακές κοινότητες, αποδεικνύει το ενδιαφέρον που υφίσταται στην ερευνητική κοινότητα για την κατανόηση του φαινομένου της διαδικτυακής κοινωνικής δικτύωσης (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 266). Επίσης, η έξαρση του ερευνητικού ενδιαφέροντος προς την ανάλυση κοινωνικών δικτύων, ίσως, να οφείλεται και στην ευκολία πρόσβασης και συλλογής των δεδομένων που χρειάζεται ο ερευνητής. «Λόγω της αυξημένης δυνατότητας για πρόσβαση στο διαδίκτυο, τα δεδομένα των κοινωνικών δικτύων είναι διαθέσιμα, τόσο στατικά όσο και δυναμικά (κατά την πάροδο του χρόνου)» (Smith, 2008, σελ. 17). Κατά αυτόν τον τρόπο, τα δεδομένα που συλλέγονται από διαδικτυακές κοινότητες είναι πιο επίκαιρα και επαρκή, ως προς την εκάστοτε υπό διερεύνηση θεματική.

Ταυτοχρόνως, οι διαδικτυακές κοινότητες, και ιδιαίτερα οι δημοφιλείς, γνωρίζουν την έντονη αποδοχή από μεγάλο ποσοστό κόσμου παγκόσμια, με τα ποσοστά επισκεψιμότητας και χρησιμοποίησής τους από τους ανθρώπους να φθάνουν στο ζενίθ. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της διαδικτυακής κοινότητας «Facebook», που όπως αναφέρουν στην έρευνα τους οι Quinn, Chen, και Mulvenna (2011, σελ. 266), δημιουργήθηκε το 2004 και υπολογίζεται ότι σήμερα δέχεται πάνω από 550 εκατομμύρια μοναδικούς επισκέπτες το μήνα, οι οποίοι μοιράζονται περισσότερα από 30 δισεκατομμύρια είδη περιεχομένου (βίντεο, εικόνες κτλ.). Αδιαμφισβήτητα, η έντονη δημοτικότητα και η δριμύς κινητικότητα μεγάλου αριθμού χρηστών στις διαδικτυακές κοινότητες αποδίδεται, κυρίως, στο γεγονός ότι ο χρήστης μιας διαδικτυακής κοινότητας μετατρέπεται πλέον από θεατή σε δημιουργό περιεχομένου, εντός της κοινότητας, όπου μέσα σε ένα δημοκρατικό περιβάλλον έχει τη δυνατότητα να διαχειρίζεται το περιεχόμενο που δημιουργεί.

Στον 21ο αιώνα οι χρήστες των διαδικτυακών κοινοτήτων έχουν τη δυνατότητα να δημιουργούν σχέσεις, άμεσες ή έμμεσες, και να αλληλεπιδρούν δια μέσου εξελιγμένων



εφαρμογών (Web 2.0). Ειδικότερα, οι διαδικτυακές κοινότητες είναι υπηρεσίες που επιτρέπουν σε ένα άτομο να δημιουργήσει ένα δημόσιο ή ημιδημόσιο προφίλ δημοσιεύοντας προσωπικές πληροφορίες, ενδιαφέροντα και φωτογραφίες. Σύμφωνα με τους Boyd και Ellison (as cited in Taraszow, Aristodemou, Shitta, Laouris, & Arsoy, 2010, σελ. 82),

«οι διαδικτυακές κοινότητες επιτρέπουν σε ένα άτομο να δημιουργήσει μία λίστα από άλλους χρήστες με τους οποίους μπορεί να μοιράζεται κοινά ενδιαφέροντα, ενώ έχει τη δυνατότητα να βλέπει και να πλοηγείται στη λίστα των συνδέσμων και των δραστηριοτήτων που δημοσιεύει».

Υπό την πιο πάνω εννοιολογική οριοθέτηση των διαδικτυακών κοινοτήτων γίνεται αντιληπτό το γεγονός ότι, εντός των κοινοτήτων οι άνθρωποι μπορούν να κοινωνικοποιηθούν, να συνεργαστούν, και να επικοινωνήσουν με άτομα που έχουν είτε μια άμεση σχέση (συνεργάτες, συγγενείς) είτε μια έμμεση σχέση (άτομα με τα οποία έχουν κοινά ενδιαφέροντα ή κοινά προβλήματα). Στο σημείο αυτό και έχοντας υπόψη τα πιο πάνω, δίνεται το έναυσμα να θίξουμε το γεγονός ότι εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων δομούνται τα λεγόμενα κοινωνικά δίκτυα (Social networks), δίκτυα άμεσων και έμμεσων σχέσεων μεταξύ των χρηστών, οι οποίοι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους.

Εν συνεχεία, εντός των κοινωνικών δικτύων, που δομούνται εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων, αναπτύσσεται το κοινωνικό κεφάλαιο (Social capital) το οποίο δεν ανήκει σε ένα μεμονωμένο άτομο. Σύμφωνα με τον Smith (2008, σελ. 17) «το κοινωνικό κεφάλαιο θεμελιώνεται στις σχέσεις που έχουν τα άτομα, στην ιδιότητα των ατόμων και στα δεδομένα αλληλεπίδρασης». Επί του παρόντος σημείου, είναι αρεστό να αναφερθεί ότι το κοινωνικό κεφάλαιο (SC) διακρίνεται σε κοινωνικό κεφάλαιο των δεσμών (Bonding social capital) και σε κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης (Bridging social capital). Συμπερασματικά, το κοινωνικό κεφάλαιο πηγάζει από τις σχέσεις που έχουν οι χρήστες μιας διαδικτυακής κοινότητας μεταξύ τους, το οποίο για να δημιουργηθεί επιβάλλεται η αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών.

Η επί τάπητος έρευνα, έχει κύριο σκοπό τη διερεύνηση πιθανών ηλικιακών διαφορών ή ομοιοτήτων στον τρόπο με τον οποίον οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) και οι νέοι χρήστες (18-22 ετών) χρησιμοποιούν τη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople» (SparkPeople, Inc., 2012b). Απώτερος στόχος της διερεύνησης αυτής, είναι η αιτιολόγηση της ύπαρξης ενδεχόμενων διαφορών μεταξύ των ηλικιωμένων και των νέων, ως προς τον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής κοινότητας. Παράλληλα, ως ένας επιμέρους ερευνητικός

στόχος τίθεται η κατανόηση του χρήστη και η δόμηση ενός προτύπου για τον τρόπο με τον οποίον οι νέοι και οι ηλικιωμένοι χρήστες συμπεριφέρονται και αλληλεπιδρούν. Πηγή έμπνευσης για την εκπόνηση αυτής της έρευνας αποτέλεσε η έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 644), η οποία είχε ως κύριο σκοπό τη διερεύνηση ηλικιακών διαφορών και ομοιοτήτων στον τρόπο με τον οποίον οι ηλικιωμένοι και οι νέοι χρήστες χρησιμοποιούν τη διαδικτυακή κοινότητα MySpace. Κρίνεται, ότι η έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) αποτελεί πηγή έμπνευσης και παρότρυνσης για την εκπόνηση παρόμοιων ερευνών.

Το κεφάλαιο που ακολουθεί περιγράφει το ερευνητικό πρόβλημα και την αναγκαιότητα για εκπόνηση της παρούσας έρευνας. Έπειτα, ακολουθεί το κεφάλαιο της βιβλιογραφικής ανασκόπησης το οποίο διακρίνεται σε τέσσερα υποκεφάλαια. Τα τρία πρώτα υποκεφάλαια του δεύτερου κεφαλαίου, διαπραγματεύονται τόσο τον εννοιολογικό προσδιορισμό του όρου διαδικτυακή κοινότητα (Online community), όσο και του κοινωνικού δικτύου και του κοινωνικού κεφαλαίου. Επίσης, γίνεται μνεία στη διαφορούμενη κριτική ως προς τις επιπτώσεις των διαδικτυακών κοινοτήτων στο κοινωνικό δίκτυο και το κοινωνικό κεφάλαιο των ατόμων. Το κεφάλαιο της βιβλιογραφικής ανασκόπησης κλείνει με την παρουσίαση των υφιστάμενων ερευνών ως προς τις ηλικιακές διαφορές στη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου, στον τρόπο διαδικτυακής αυτό-παρουσίασης (Self-representation) και στη χρησιμοποίηση δραστηριοτήτων επικοινωνίας. Επίσης, παρουσιάζονται έρευνες που διερεύνησαν το ρόλο των ομότιμων στους στόχους που θέτει ένα άτομο για την απώλεια σωματικού βάρους.

Έπειτα, στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφεται η ερευνητική μεθοδολογία που υιοθετείται στην έρευνα αυτή. Στη συνέχεια ακολουθεί το πρακτικό μέρος της έρευνας, όπου γίνεται ανάλυση και συζήτηση των αποτελεσμάτων. Τέλος, η επί χειρός έρευνα κλείνει με την παρουσίαση των συμπερασμάτων.

# 1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ-ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΜΕΛΕΤΗΣ

Η εκπόνηση της επί συζήτηση έρευνας κρίνεται ότι θα παρέχει χρήσιμα ευρήματα για τον ερευνητικό τομέα της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή (Computer mediated communication). Η πιο πάνω πεποίθηση τεκμηριώνεται από το γεγονός ότι στην ερευνητική ατζέντα υφίστανται ελάχιστες έρευνες που διερευνούν πιθανές διαφορές μεταξύ ηλικιωμένων και νέων χρηστών ως προς τον τρόπο χρησιμοποίησης (συμπεριφορά- αλληλεπίδραση, ανάπτυξη κοινωνικού δικτύου και κοινωνικού κεφαλαίου) διαδικτυακών κοινοτήτων (Online communities).

Η προβληματική που προβάλλει, λοιπόν, στο ερευνητικό παρασκήνιο είναι το γεγονός ότι «η διαδικτυακή αλληλεπίδραση και συμπεριφορά νέων και ηλικιωμένων χρηστών δεν έχει διερευνηθεί πλήρως ακόμη» (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 266). Τα αίτια αποδίδονται στο γεγονός ότι το ερευνητικό ενδιαφέρον επικεντρώνεται είτε σε μια μόνο ηλικιακή ομάδα, τους νέους (Boyd, 2008; Ellison et al., 2006), είτε επικεντρώνεται μόνο στην αξιολόγηση των δομών και του σχεδιασμού μιας διαδικτυακής κοινότητας δίνοντας λιγότερη προσοχή στην κατανόηση της συμπεριφοράς των χρηστών.

Οι ηλικιωμένοι είναι μια ομάδα χρηστών που συνήθως παραγκωνίζεται, τόσο κατά το σχεδιασμό των διαδικτυακών κοινοτήτων, όσο και στον ερευνητικό τομέα της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή (CMC). Είναι παραδεχτό ότι «οι ηλικιωμένοι έχουν συχνά διαφορετικές στάσεις και προσδοκίες για τις τεχνολογίες, καθιστώντας το μερικές φορές δύσκολο να δουν τα πιθανά οφέλη από τη χρησιμοποίηση μιας διαδικτυακής κοινότητας» (Gregor et al., as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 645). Οι προσδοκίες και οι στάσεις των ηλικιωμένων είναι πιθανόν να τους αποθαρρύνουν να χρησιμοποιήσουν τις τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας (ICT), κάτι το οποίο δεν είναι θεμιτό.

Στον αντίλογο, οι Quinn, Chen, και Mulvenna (2011, σελ. 266) προτείνουν ότι πρέπει να υφίσταται μια νέα διερευνητική προσέγγιση, δηλαδή «η καλύτερη κατανόηση του χρήστη εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας». Ταυτόχρονα, είναι σημαντικό να τροχοδρομούνται έρευνες που να διερευνούν τον τρόπο χρησιμοποίησης μιας διαδικτυακής κοινότητας, τόσο από νέους όσο και από ηλικιωμένους χρήστες. Κατά αυτόν τον τρόπο αποφεύγεται η εξαγωγή μεροληπτικών και προκατειλημμένων συμπερασμάτων, καθώς δε θα δίνεται

προσοχή σε ένα μεμονωμένο πληθυσμό (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 645). Η τροχοδρόμηση τέτοιου είδους μελετών μπορεί να προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες, και να οδηγήσει στη δόμηση ενός προτύπου για τους νέους και τους ηλικιωμένους ως προς τον τρόπο χρησιμοποίησης μιας διαδικτυακής κοινότητας. Παράλληλα, από τα ευρήματα τέτοιου είδους ερευνών είναι δυνατόν να παρθούν χρήσιμες πληροφορίες για ένα σχεδιασμό που θα λαμβάνει υπόψη τόσο τους νέους όσο και τους ηλικιωμένους χρήστες.

Έχοντας κατά νου τα προαναφερθέντα, αυτή η έρευνα επικεντρώνεται στη διερεύνηση πιθανών διαφορών ή ομοιοτήτων ως προς τον τρόπο με τον οποίον οι νέοι (18-22 ετών) και οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) χρήστες χρησιμοποιούν τη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople». Η τροχοδρόμηση της παρούσας έρευνας θα προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες, επιτρέποντας την καλύτερη κατανόηση των προτύπων συμπεριφοράς και αλληλεπίδρασης των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Ταυτόχρονα, αυτή η έρευνα δύναται να παρέχει χρήσιμες πληροφορίες και για την αξιολόγηση του σχεδιασμού της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Εν συνεχεία, θα είναι εφικτό να κατανοήσουμε πώς οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω), και οι νέοι (18-22 ετών) σχηματίζουν το κοινωνικό τους δίκτυο και το κοινωνικό τους κεφάλαιο (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 644) εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Κατά επέκταση, θα είναι εφικτό να εντοπιστούν ενδεχόμενες διαφορές ή ομοιότητες μεταξύ των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών ως προς την ανάπτυξη του κοινωνικού τους δικτύου και κοινωνικού κεφαλαίου, προσδιορίζοντας τις αιτίες ύπαρξης των ενδεχόμενων διαφορών ή ομοιοτήτων.

Εν κατακλείδι, μέσα από τη διερεύνηση πιθανών ηλικιακών διαφορών ως προς το πώς χρησιμοποιείται η διαδικτυακή κοινότητα από τις δύο ηλικιακές ομάδες θα είναι εφικτό να κατανοήσουμε το ρόλο που διαδραματίζει η διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople», τόσο για τους νέους όσο και για τους ηλικιωμένους χρήστες. Ειδικότερα, διαμέσου αυτής της διερεύνησης δε θα είναι ουτοπικό να εντοπιστεί ο σκοπός και τα κίνητρα υπό τα οποία οι δύο ηλικιακές ομάδες χρησιμοποιούν αυτή τη διαδικτυακή κοινότητα προώθησης της απώλειας σωματικού βάρους.

## 2 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

### 2.1 Εννοιολογική οριοθέτηση της «διαδικτυακής κοινότητας»

Εν πρώτοις, στα πλαίσια των αναγκών της παρούσας έρευνας δίδεται η εννοιολογική οριοθέτηση του όρου διαδικτυακή κοινότητα (Online community). Πλειάδα όρων υιοθετούνται και χρησιμοποιούνται, μεταξύ άλλων ο όρος ιστοτόποι κοινωνικής δικτύωσης (Social network sites), κοινωνικά δίκτυα (Social networks), υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης (Social network services) και άλλοι. Εντούτοις, στην παρούσα έρευνα υιοθετείται και χρησιμοποιείται ο όρος διαδικτυακή κοινότητα (Online community), καθώς ο όρος αυτός παραπέμπει περισσότερο σε διαδικτυακές υπηρεσίες που επικεντρώνονται στην «ομάδα» και όχι σε μεμονωμένα άτομα.

Αδιαμφισβήτητα, οι διαδικτυακές κοινότητες στηρίζουν τη λειτουργία τους στο διαδίκτυο και αποτελούν μια μορφή επικοινωνίας μέσω υπολογιστή (CMC). Οι διαδικτυακές κοινότητες «επιτρέπουν στο χρήστη να κατασκευάσει ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα οριοθετημένο σύστημα» (Ellison, 2007, σελ. 211). Επιπλέον, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να κατασκευάσει μια λίστα από φίλους με τους οποίους μπορεί να έχει κοινά ενδιαφέροντα ή να συνδέεται με αυτούς με κάποια μορφή συγγένειας. Τέλος, ο χρήστης οποιασδήποτε διαδικτυακής κοινότητας μπορεί να βλέπει και να πλοηγείται στη λίστα των συνδέσμων και των δραστηριοτήτων που δημοσιεύει ο ίδιος και οι φίλοι του (Boyd & Ellison, as cited in Taraszow, Aristodemou, Shitta, Laouris, & Arsoy, 2010, σελ. 82).

Στο σημείο αυτό προβάλλει το εξής ερώτημα: ποια είναι η εξέλιξη των διαδικτυακών κοινοτήτων, και γιατί σήμερα οι διαδικτυακές κοινότητες γίνονται όλο και πιο δημοφιλείς;

Αληθεύει το γεγονός ότι οι άνθρωποι σήμερα ρέουν στις διαδικτυακές κοινότητες, ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου, εθνικότητας, θρησκείας, ιδιότητας κτλ. Ωστόσο, κάτι τέτοιο δεν ίσχυε για τις πρωτοεμφανιζόμενες διαδικτυακές κοινότητες, όπου σε μερικές εξ αυτών δεν ήταν δυνατή η πρόσβαση από το ευρύ κοινό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση της διαδικτυακής κοινότητας Facebook ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)), η οποία αρχικά απευθυνόταν σε ένα μεμονωμένο φοιτητικό κοινό και προσέφερε περιορισμένες δραστηριότητες. Ωστόσο, σήμερα οι διαδικτυακές κοινότητες διαφοροποιούνται, παρέχοντας τη δυνατότητα πρόσβασης στο ευρύ κοινό.

Πρωταρχικοί σκοποί των διαδικτυακών κοινοτήτων σήμερα είναι, η ανταλλαγή περιεχομένου και η κοινωνική αλληλεπίδραση (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 266). Αυτό που διαφοροποιεί τις διαδικτυακές κοινότητες από άλλες μορφές επικοινωνίας μέσω υπολογιστή (CMC) είναι ο νέος ρόλος του χρήστη εντός της κοινότητας, οι προσφερόμενες δραστηριότητες επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης, και το γεγονός ότι ο χρήστης μπορεί να βλέπει και να πλοηγείται στη λίστα των φίλων του. Ίσως, τα χαρακτηριστικά και οι δυνατότητες που παρέχουν επί του παρόντος οι διαδικτυακές κοινότητες στο χρήστη να είναι τα συστατικά της αυξανόμενης επιτυχίας τους.

Ειδικότερα, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να διατηρεί μια λίστα φίλων και να αλληλεπιδρά με αυτούς μέσω ποικίλων δραστηριοτήτων επικοινωνίας, «να συνδέεται με την οικογένεια και να διατηρεί επαφή με ένα μεγαλύτερο σύνολο από προϋπάρχοντες και νέους φίλους» (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 571). Τα άτομα χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές κοινότητες, τις ενσωματώνουν στη ζωή τους ως μέσο επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης με τους διάφορους φίλους που διατηρούν στο φυσικό τους κόσμο. Αρκετοί ερευνητές (Qureshi, 2007), καταλήγουν ότι η εμφάνιση και εδραίωση των τεχνολογιών επικοινωνίας (CT) «έχει αλλάξει σημαντικά τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις».

Γίνεται λόγος για έναν νέο και πρωτοποριακό ρόλο του χρήστη εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων. Σε μια πρόωπη εποχή, ο χρήστης επιδιδόταν σε μια παθητική κατανάλωση περιεχομένου. Επί του παρόντος, ο ρόλος του χρήστη αλλάζει άρδην και είναι διττός. Ο χρήστης τίθεται στο επίκεντρο, όπου από απλός παθητικός καταναλωτής πληροφοριών μετατρέπεται και σε παραγωγό πληροφοριών και γνώσης, περιεχόμενο το οποίο δημοσιεύει σε ένα «κοινό». Υπό αυτήν την άποψη, οι διαδικτυακές κοινότητες εμπίπτουν στην κατηγορία του περιεχομένου που δημιουργείται από το χρήστη (User-generated content) (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 644).

Παρέχεται μια συναρπαστική και εξατομικευμένη εμπειρία στο χρήστη, καθώς αυτός εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας μπορεί να ελέγχει το περιεχόμενο που δημιουργεί ο ίδιος, αλλά και άλλοι χρήστες της ίδιας διαδικτυακής κοινότητας (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 266). Το δημοκρατικό περιβάλλον είναι ένα στοιχείο το οποίο υπερισχύει σήμερα εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων, και υπό το οποίο ο χρήστης παραγάγει, καταναλώνει και ανταλλάζει περιεχόμενο. Ο χρήστης έχει το προτέρημα εκτός από το να παρέχει πληροφορίες, παράλληλα «να επεξεργάζεται τις υπάρχουσες εισφορές, να σχολιάζει τις αναρτήσεις και να συζητά σχετικά θέματα» (Mallan, 2009, σελ. 53). Άρα, ο χρήστης

συμμετάσχει ενεργά, έχοντας τη δυνατότητα να παραγάγει περιεχόμενο, αλλά και να προβάλει την άποψη του σχολιάζοντας το περιεχόμενο άλλων χρηστών. Αναντίρρητα, αυτό το δημοκρατικό πνεύμα που επικρατεί στις διαδικτυακές κοινότητες δίνει στον κάθε χρήστη μια ευκαιρία να εκφραστεί εύκολα διαδικτυακά (Elahi & Karlsen, 2012).

Στο σημείο αυτό γίνεται μνεία στα βασικά χαρακτηριστικά των διαδικτυακών κοινοτήτων. Οι διαδικτυακές κοινότητες προσφέρουν ποικίλες δραστηριότητες επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης. Ωστόσο, τον άξονα των διαδικτυακών κοινοτήτων αποτελεί το δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ που καλείται να δομήσει ένας χρήστης όταν γίνει μέλος σε μια διαδικτυακή κοινότητα.

Το προφίλ είναι μια μοναδική σελίδα εντός της οποίας ο χρήστης, όντας μέλος μιας διαδικτυακής κοινότητας, καλείται να εισαγάγει προσωπικές πληροφορίες (Sunden, as cited in Ellison, 2007, σελ. 211). Επιπλέον, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα πρόσβασης στη λίστα των φίλων του μέσω του προφίλ του. Στο λεγόμενο προφίλ, ο χρήστης ενθαρρύνεται να εισαγάγει προσωπικές πληροφορίες όπως είναι η ηλικία, ο τόπος διαμονής, τα ενδιαφέροντα κτλ. Συν τοις άλλοις, οι περισσότερες εκ των υφιστάμενων διαδικτυακών κοινοτήτων δίνουν τη δυνατότητα στο χρήστη να διαμορφώσει την αισθητική εικόνα του προφίλ του ανεβάζοντας εικόνες, βίντεο, μουσική, γράφοντας ιστολόγια (Blogs), καθορίζοντας χρώμα φόντου και άλλα τα οποία διαφοροποιούνται ανάλογα με την εκάστοτε διαδικτυακή κοινότητα (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 643; Ellison, 2007, σελ. 213; Alexander, as cited in Mallan, 2009, σελ. 53).

Ταυτόχρονα, οι δραστηριότητες επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης αποτελούν ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό των διαδικτυακών κοινοτήτων. Δραστηριότητες όπως είναι τα ομαδικά και τα ατομικά παιχνίδια, το άμεσο μήνυμα (Instant message), οι δημοσιεύσεις, η ανταλλαγή φωτογραφιών και το προσωπικό μήνυμα (Private message) που έχει τη μορφή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (Taraszow, Aristodemou, Shitta, Laouris, & Arsoy, 2010, σελ. 83) συνδράμουν στην επικοινωνία και αλληλεπίδραση μεταξύ του χρήστη και των φίλων του, ή μεταξύ άλλων χρηστών που δεν περιλαμβάνονται στη λίστα των φίλων του. Σύμφωνα με τους Ellison, Steinfeld, και Lampe (as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 643) οι δραστηριότητες αυτές δίνουν τη δυνατότητα στο χρήστη να αναπτύξει το κοινωνικό του δίκτυο και το κοινωνικό του κεφάλαιο, εντός της διαδικτυακής κοινότητας. Ωστόσο, ανάλογα με την εκάστοτε διαδικτυακή κοινότητα διαφοροποιούνται και οι προσφερόμενες

δραστηριότητες. Συνεπώς και υπό αυτήν την άποψη οι διαδικτυακές κοινότητες δεν είναι πανομοιότυπες.

Παρά τα κοινά χαρακτηριστικά που φέρουν μεταξύ τους οι διαδικτυακές κοινότητες, παρουσιάζουν και σημαντικές διαφορές. Οι διαδικτυακές κοινότητες διαφοροποιούνται ανάλογα με το σκοπό και το κοινό στο οποίο απευθύνονται.

Ορισμένες διαδικτυακές κοινότητες έχουν σκοπό την προώθηση του υγιεινού τρόπου ζωής ([www.sparkpeople.com](http://www.sparkpeople.com); [www.fatsecret.com](http://www.fatsecret.com)), άλλες έχουν σκοπό την ανταλλαγή φωτογραφιών ([www.flickr.com](http://www.flickr.com)), την κοινωνική δικτύωση ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) και την προώθηση και πώληση προϊόντων (Zaphiris, 2012). Αυτές οι διαδικτυακές κοινότητες είναι ορισμένα παραδείγματα που δείχνουν ότι υπάρχουν διάφορα είδη διαδικτυακών κοινοτήτων ανάλογα με το σκοπό δημιουργίας τους.

Παράλληλα, ορισμένες διαδικτυακές κοινότητες διαφοροποιούνται καθώς μπορεί να απευθύνονται σε διαφορετικά άτομα, ως προς την εθνικότητα, τη γλώσσα, τη θρησκεία, τις πολιτικές πεποιθήσεις, το φύλο ή άλλες ιδιότητες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η διαδικτυακή κοινότητα Orkut, η οποία αρχικά «ξεκίνησε στις Ηνωμένες Πολιτείες ως μια εξολοκλήρου αγγλική διαδικτυακή κοινότητα, αλλά οι πόρτο-γαλλόφωνοι Βραζιλιάνοι τελικά έγιναν η κυρίαρχη ομάδα χρηστών» (Kopytoff, as cited in Ellison, 2007, σελ. 214). Όσον αφορά σε άλλες ιδιότητες, υπάρχουν και διαδικτυακές κοινότητες που πρωτοπορούν αφού δεν απευθύνονται άμεσα σε ανθρώπινα όντα. Όσο παράξενο και αν ηχεί, υφίστανται διαδικτυακές κοινότητες που αφορούν σε σκύλους (Dogster) και γάτες (Catster), με διαχειριστές τους ιδιοκτήτες τους. Διαφαίνεται, λοιπόν, ότι τα είδη των διαδικτυακών κοινοτήτων ποικίλουν, σύμφωνα με το κοινό στο οποίο απευθύνονται.

Επί αυτού του σημείου και πριν την ολοκλήρωση αυτής της υποενότητας, η προσοχή εστιάζεται στις διαδικτυακές κοινότητες σχετικές με την υγεία. Γενικά, υπάρχουν αρκετές διαδικτυακές κοινότητες που σχετίζονται με την υγεία και που είναι ήδη αρκετά δημοφιλείς.

Οι περισσότερες εκ των διαδικτυακών κοινοτήτων για την υγεία έχουν στηριχτεί σε κοινές ασθένειες, όπως είναι ο καρκίνος διαφόρων μορφών. Ωστόσο, υπάρχουν και διαδικτυακές κοινότητες (Online communities) που έχουν σκοπό να καταπολεμήσουν το αυξανόμενο φαινόμενο της παχυσαρκίας. Άλλωστε, αναφέρεται ότι «τα προβλήματα της παχυσαρκίας και του υπερβολικού βάρους συνέβαλαν στην ανάπτυξη της τεχνολογίας που προωθεί τη



σωματική δραστηριότητα και τον υγιεινό τρόπο ζωής» (Maitland & Chalmers, 2011, σελ. 315).

Σε γενικές γραμμές, οι διαδικτυακές κοινότητες που σχετίζονται με την υγεία δημιουργήθηκαν ώστε τα άτομα να μοιράζονται τα προβλήματα τους, να αποσπών πληροφορίες, να λαμβάνουν κοινωνική στήριξη από άτομα που αντιμετωπίζουν το ίδιο πρόβλημα και σε μερικές περιπτώσεις να λαμβάνουν επαγγελματική ιατρική στήριξη (Daily Strength) (Smith, 2008, σελ. 22).

### **2.1.1 Διαδικτυακές κοινότητες και κοινωνικά δίκτυα**

Όπως ήδη έχει διατυπωθεί, εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να διατηρεί μια λίστα από φίλους, με τους οποίους επικοινωνεί και αλληλεπιδρά. Οι φίλοι, με τους οποίους διαδικτυακά συνδέεται ένας χρήστης, δομούν το κοινωνικό δίκτυο (Social network) του χρήστη. Διαφορετικά, το κοινωνικό δίκτυο ενός χρήστη απαρτίζεται από ένα πλέγμα φίλων με τους οποίους ο χρήστης έχει μια διαπροσωπική σχέση. Ωστόσο, όπως αναφέρει η Boyd (as cited in Ellison, 2007, σελ. 213) στις διαδικτυακές κοινότητες ο όρος «φίλου» δε σημαίνει κατά ανάγκη τη φιλία στην καθημερινή λαϊκή αίσθηση, και οι λόγοι που οι άνθρωποι συνδέονται ποικίλουν».

Συνοπολογίζοντας τα πιο πάνω, συνάγεται ότι «τα κοινωνικά δίκτυα που δομούνται εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων έχουν στο επίκεντρο τους τις ανθρώπινες σχέσεις» (Smith, 2008, σελ.18). Δεδομένου ότι, το κοινωνικό δίκτυο ενός χρήστη αποτελείται από έναν αριθμό φίλων, όπου με τον καθένα από αυτούς ο χρήστης έχει διαφορετική σχέση, τότε το κοινωνικό δίκτυο διαφοροποιείται ανάλογα με το είδος των κοινωνικών σχέσεων του χρήστη. Οι κοινωνικές σχέσεις ενός χρήστη διακρίνονται σε δύο κατηγορίες.

Στην ενυπάρχουσα βιβλιογραφία (Elahi & Karlsen, 2012; Smith, 2008, σελ. 17) γίνεται διάκριση μεταξύ άμεσων και έμμεσων σχέσεων που ένας χρήστης μπορεί να έχει με άλλους χρήστες μιας διαδικτυακής κοινότητας.

Ο άμεσος τρόπος σύνδεσης του χρήστη με έναν άλλο χρήστη της διαδικτυακής κοινότητας σημαίνει ότι, η σχέση μεταξύ αυτών είναι καλά καθορισμένη. Δηλαδή, ο χρήστης γνωρίζει ήδη το άτομο αυτό στον φυσικό του κόσμο, εκτός διαδικτυακής κοινότητας, και με το οποίο μπορεί να συνδέεται με κάποια μορφή συγγένειας ή να είναι φίλος ή συνεργάτης κτλ. Άρα, εδώ γίνεται λόγος για μεταφορά και διατήρηση του προϋπάρχοντος κοινωνικού δικτύου του χρήστη εντός της διαδικτυακής κοινότητας. Άλλωστε, πρόσφατες έρευνες

αποφάνθηκαν ότι υπάρχουν ενδιαφέρουσες ομοιότητες μεταξύ του κοινωνικού δικτύου εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας και του προϋπάρχοντος κοινωνικού δικτύου του ατόμου (Howard, 2008, σελ. 15).

Αντιστρόφως ανάλογα, όταν ο χρήστης συνδέεται έμμεσα με έναν άλλο χρήστη της διαδικτυακής κοινότητας τότε σημαίνει ότι, η σχέση μεταξύ αυτών βασίζεται εξ' ολοκλήρου σε εγγενείς ομοιότητες, όπως είναι τα κοινά ενδιαφέροντα, και ο χρήστης δεν τυγχάνει να γνωρίζει το άτομο αυτό και στο φυσικό του κόσμο (Smith, 2008, σελ. 17). Γίνεται λόγος για τη σύναψη μιας νέας σχέσης, με ένα νέο άτομο το οποίο δε συμπεριλαμβάνεται στο προϋπάρχον κοινωνικό δίκτυο του χρήστη και με το οποίο συνδέεται μέσω όμοιων ενδιαφερόντων, μιας όμοιας ιατρικής κατάστασης κτλ. Η προκείμενη διάκριση των κοινωνικών σχέσεων ενός χρήστη με άλλα άτομα εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας, οδηγεί σε μια τρίπτυχη διαλογή του κοινωνικού δικτύου ενός χρήστη.

Τα κοινωνικά δίκτυα που αποτελούνται από δίκτυα άμεσων και έμμεσων σχέσεων ονομάζονται υβριδικά κοινωνικά δίκτυα (Smith, 2008, σελ.18). Ωστόσο, όταν το κοινωνικό δίκτυο ενός χρήστη αποτελείται μόνο από άμεσες σχέσεις τότε ονομάζεται σαφές κοινωνικό δίκτυο (Explicit social network). Αντίθετα, όταν το κοινωνικό δίκτυο του χρήστη αποτελείται μόνο από έμμεσες σχέσεις ονομάζεται ασαφές κοινωνικό δίκτυο (Implicit affinity network). Το κατά πόσο ο χρήστης θα διατηρήσει διαδικτυακά τις προϋπάρχουσες σχέσεις (άμεσες) του ή θα συνάψει νέες σχέσεις (έμμεσες) εναπόκειται, εν μέρει, στο είδος και το σκοπό της εκάστοτε διαδικτυακής κοινότητας.

Σύμφωνα με την Ellison (2007, σελ. 210) οι περισσότερες διαδικτυακές κοινότητες υποστηρίζουν και προωθούν τη διατήρηση του προϋπάρχοντος κοινωνικού δικτύου ενός χρήστη. Εντούτοις, οι Donath και Boyd (as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 644) ισχυρίζονται ότι οι διαδικτυακές κοινότητες μπορεί να μην αυξάνουν τον αριθμό των άμεσων σχέσεων ενός χρήστη, αλλά να υποστηρίζουν τη σύναψη και τη διατήρηση νέων/έμμεσων σχέσεων και κατά επέκταση την ανάπτυξη και διατήρηση του ασαφούς κοινωνικού δικτύου.

Αληθεύει το γεγονός ότι, υφίστανται διαδικτυακές κοινότητες που προωθούν τη δημιουργία νέων/έμμεσων σχέσεων σύμφωνα με όμοια ενδιαφέροντα, ιατρικά προβλήματα, στόχους ή πολιτικές απόψεις. Άλλωστε, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι δεν έχουν όλες οι διαδικτυακές κοινότητες τον ίδιο στόχο, τον εκμηδενισμό της γεωγραφικής απόστασης μεταξύ προϋπαρχόντων σχέσεων του χρήστη. Πλειάδα διαδικτυακών κοινοτήτων προωθεί την κοινωνική στήριξη, μέσα από τη γνωριμία του χρήστη με νέα άτομα (έμμεσες σχέσεις)

με τα οποία ενδέχεται να έχει το ίδιο «πρόβλημα» και ενδιαφέρεται να αποσπάσει νέες πληροφορίες από αυτά τα άτομα τις οποίες οι άμεσες σχέσεις (οικογένεια, φίλοι κτλ.) δεν μπορούν να του παρέχουν.

Ωστόσο, δεν έχουν όλα τα άτομα τον ίδιο σκοπό χρησιμοποίησης μιας διαδικτυακής κοινότητας, και ίσως θα ήταν υποκειμενικό να ισχυριστούμε ότι τα άτομα ενεργούν πάντα σύμφωνα με το σκοπό μιας διαδικτυακής κοινότητας.

### **2.1.2 Διαδικτυακές κοινότητες και ανάπτυξη του κοινωνικού κεφαλαίου**

Ο όρος κοινωνικό κεφάλαιο (Social capital) είναι, συνήθως, δυσνόητος και δύσκολα αντιληπτός. Ωστόσο, προϋποτίθεται η κατανόηση του κοινωνικού κεφαλαίου, καθώς αποτελεί το θεμέλιο λίθο στην ανάλυση κοινωνικών δικτύων. Εκτός από το ότι είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τί είναι το κοινωνικό κεφάλαιο, είναι εξίσου σημαντικό να κατανοήσουμε πώς το κοινωνικό κεφάλαιο δημιουργείται/αναπτύσσεται και διατηρείται. Άλλωστε, όπως και σε αυτήν την έρευνα, η θεωρία του κοινωνικού κεφαλαίου χρησιμοποιείται σε πολλές έρευνες για τη διερεύνηση του τρόπου με τον οποίον τα άτομα χρησιμοποιούν μια διαδικτυακή κοινότητα (Ellison et al., 2006).

Παρά το γεγονός ότι το ενδιαφέρον για το κοινωνικό κεφάλαιο έχει επεκταθεί και σε άλλους τομείς (επιχειρήσεις, πληροφορική, οικονομικά, υγεία) (Smith, 2008, σελ. 17), το κοινωνικό κεφάλαιο γίνεται όλο και πιο σημαντικό για τα άτομα στις τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας (Information and communications technology). Ποιά είναι η ερμηνεία του ορισμού στα πλαίσια της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή (CMC);

Η ενυπάρχουσα βιβλιογραφία (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 644; Smith, 2008, σελ. 17; Bourdieu, as cited in Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 571) συγκλίνει προς την άποψη ότι το κοινωνικό κεφάλαιο είναι το όφελος ενός ατόμου από τη συμμετοχή του σε ένα κοινωνικό δίκτυο, η σύνθεση του κοινωνικού του δικτύου, δηλαδή ο αριθμός και το είδος των σχέσεων του, καθώς και οι διαθέσιμοι πόροι εντός αυτού του κοινωνικού δικτύου. Διαφαίνεται, ότι το κοινωνικό κεφάλαιο δημιουργείται στη βάση των κοινωνικών δικτύων που σχηματίζονται εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας. Δηλαδή, το κοινωνικό κεφάλαιο κατοικεί στις σχέσεις μεταξύ των ατόμων.

Το κοινωνικό κεφάλαιο διακρίνεται σε δύο είδη και βασίζεται στις οποιεσδήποτε ομοιότητες που δείχνουν τον τρόπο σύνδεσης ενός ατόμου με ένα άλλο. Δηλαδή, το

κοινωνικό κεφάλαιο κατηγοριοποιείται ανάλογα με το είδος των κοινωνικών σχέσεων που έχει ένα άτομο, όπως είναι οι άμεσες και οι έμμεσες σχέσεις.

Σύμφωνα με τη θεωρία του κοινωνικού κεφαλαίου, το κοινωνικό κεφάλαιο διακρίνεται στο κοινωνικό κεφάλαιο των δεσμών (Bonding social capital) και στο κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης (Bridging social capital) (Smith, 2008, σελ. 18; Putnam, as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 644; Katz & Aspden, Rosenberg, as cited in Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 572). Στο σημείο αυτό, κρίνεται εγγύς η επεξήγηση των δύο ειδών του κοινωνικού κεφαλαίου.

Το κοινωνικό κεφάλαιο των δεσμών (Bonding social capital) θεμελιώνεται στη βάση των άμεσων σχέσεων που συνθέτουν το σαφές κοινωνικό δίκτυο ενός χρήστη, εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας. Όπως ήδη έχει αναφερθεί, οι άμεσες σχέσεις ενός ατόμου αφορούν σε προϋπάρχουσες σχέσεις που έχει το άτομο στο φυσικό του κόσμο, και μπορεί να αφορούν σε οικογενειακά πρόσωπα, στενούς φίλους, συνεργάτες κτλ. Μεταξύ του χρήστη και αυτών των άμεσων σχέσεων ανταλλάσσεται συναισθηματική υποστήριξη, αμοιβαιότητα και συντροφικότητα (Wellman & Wortley, as cited in Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 572; Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 644).

Από την άλλη πλευρά, το κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης (Bridging social capital) παρέχεται και θεμελιώνεται στη βάση των έμμεσων σχέσεων ενός χρήστη. Αυτές οι έμμεσες σχέσεις που αποτελούν το ασαφές κοινωνικό δίκτυο ενός χρήστη, δεν παρέχουν κατά ανάγκη συναισθηματική υποστήριξη (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 572). Ωστόσο, μεταξύ αυτών των νέων σχέσεων και του χρήστη μπορεί, αμοιβαία, να προσφέρονται νέες πληροφορίες, ευκαιρίες για κοινωνική συμμετοχή, κοινωνική στήριξη κτλ.

Προχωρώντας ένα βήμα παραπέρα, για τη δημιουργία του κοινωνικού κεφαλαίου απαιτείται η αμοιβαία κοινωνική επίδραση μεταξύ δύο ή περισσότερων ατόμων. Κατά συνέπεια, «δεν μπορεί το κοινωνικό κεφάλαιο να δημιουργηθεί χωρίς την αλληλεπίδραση μιας ομάδας ατόμων» (Nahapiet & Ghoshal, as cited in Qureshi, 2007). Άρα το κοινωνικό κεφάλαιο δε διακατέχεται από ένα μεμονωμένο άτομο, αλλά από μια ομάδα ατόμων (Coleman, as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 644) και απαιτεί την αλληλεπίδραση ώστε να δημιουργηθεί και την επικοινωνία ώστε αυτό να διατηρηθεί.

Μέχρι στιγμής, έχει ήδη νοηθεί ότι κάθε είδους διαδικτυακή κοινότητα προσφέρει στα μέλη της διαφορετικές δραστηριότητες υπό τις οποίες μπορεί να επικοινωνήσει άμεσα ή

έμμεσα με άλλους χρήστες. Το δίλημμα που προβάλλει είναι η σαφής και γενικεύσιμη σε όλες τις διαδικτυακές κοινότητες κατηγοριοποίηση των δραστηριοτήτων επικοινωνίας, υπό τις οποίες δημιουργείται και διατηρείται το κοινωνικό κεφάλαιο.

Από τη μια πλευρά θεωρείται ότι «οι δραστηριότητες επικοινωνίας είναι οτιδήποτε εκτελείται ή γίνεται από το χρήστη εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας» (Chen & Mulvenna, 2011, σελ. 268). Ωστόσο, δύναται να υπάρχει μια πιο σαφής κατηγοριοποίηση και ερμηνεία των δραστηριοτήτων επικοινωνίας, η οποία βασίζεται στη δομή μιας διαδικτυακής κοινότητας. Επί του παρόντος σημείου, να θίξουμε ότι δραστηριότητες επικοινωνίας θεωρούνται οι κοινωνικές δραστηριότητες, και όχι δραστηριότητες οι οποίες αφορούν στην ατομική ψυχαγωγία ενός ατόμου. Συνοπολογίζοντας την κατηγοριοποίηση των δραστηριοτήτων επικοινωνίας από τους Burke, Kraut, και Marlow (2011), οι δραστηριότητες διακρίνονται σε δύο κατηγορίες και αφορούν σε τρία είδη. Θεωρείται ότι αυτά τα είδη δραστηριοτήτων επικοινωνίας είναι αντιπροσωπευτικά για την πλειονότητα των διαδικτυακών κοινοτήτων (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 572). Για αυτό το λόγο, αυτή η διάκριση των δραστηριοτήτων υιοθετείται στην παρούσα έρευνα και περιγράφεται προσεχώς, εν συντομία.

Η πρώτη κατηγορία δραστηριοτήτων αφορά στις κατευθυνόμενες δραστηριότητες επικοινωνίας (Directed communication), οι οποίες αφορούν στην ένα προς ένα επικοινωνία (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 572). Με άλλα λόγια, είναι δραστηριότητες με τις οποίες ένας χρήστης, εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας, απευθύνεται σε έναν συγκεκριμένο χρήστη. Μερικά χαρακτηριστικά παραδείγματα δραστηριοτήτων κατευθυνόμενης επικοινωνίας είναι το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (E-mail), τα σχόλια (Comments) κτλ. Όταν ένας χρήστης αποστέλλει μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε έναν άλλο χρήστη, τότε η δραστηριότητα είναι κατευθυνόμενη, εξερχόμενη δραστηριότητα επικοινωνίας. Όμως, όταν ο χρήστης παραλάβει ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από έναν άλλο χρήστη, τότε η δραστηριότητα είναι κατευθυνόμενη, εισερχόμενη δραστηριότητα επικοινωνίας. Οι δραστηριότητες κατευθυνόμενης επικοινωνίας «θυμίζουν τους κανόνες της αμοιβαιότητας, και έτσι μπορούν να δεσμεύσουν τον εταίρο για να ανταποκριθεί με τον ίδιο τρόπο» (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 572).

Η δεύτερη κατηγορία δραστηριοτήτων αφορά στις μη κατευθυνόμενες δραστηριότητες επικοινωνίας (Undirected communication), στην οποίαν κατατάσσονται η «κατανάλωση» πληροφοριών και η μετάδοση πληροφοριών (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 573).

Όσον αφορά στην κατανάλωση πληροφοριών, εννοείται η ανάγνωση προσωπικών πληροφοριών από το προφίλ κάποιου άλλου χρήστη, η ανάγνωση ιστολογίων κτλ. Από την άλλη, η μετάδοση πληροφοριών αφορά σε δραστηριότητες με τις οποίες ο χρήστης θέτει ορατές προσωπικές πληροφορίες στο κοινωνικό του δίκτυο ή στο ευρύ κοινό. Μερικά χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι, η ενημέρωση της κατάστασης του χρήστη (Status), η εισαγωγή φωτογραφιών προφίλ (Profile pictures), το κείμενο αυτό-παρουσίασης του χρήστη και οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα εμπλέκει δημόσιες αλληλεπιδράσεις. Επομένως, σε αντίθεση με την κατευθυνόμενη επικοινωνία, διαμέσου των μη κατευθυνόμενων δραστηριοτήτων επικοινωνίας ο χρήστης δεν απευθύνεται σε έναν μεμονωμένο παραλήπτη, και άρα είναι λιγότερο πιθανόν να παρέχεται στον ίδιο βαθμό υποστήριξη (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 573).

Δια μέσου της κατευθυνόμενης επικοινωνίας ο χρήστης είναι δυνατόν να γνωρίσει νέα άτομα (έμμεσες σχέσεις), αλλά και να διατηρεί τις προϋπάρχουσες σχέσεις του (άμεσες σχέσεις). Σύμφωνα με τους Oswald, Clark, και Kelly (as cited in Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 572), οι κατευθυνόμενες δραστηριότητες επικοινωνίας είναι πιθανόν να εμπλέκουν περισσότερες πληροφορίες που να ενισχύουν τις σχέσεις και να εκδηλώνουν στον εταίρο εμπιστοσύνη, αυτό-αποκάλυψη, υποστήριξη και θετικότητα. Επομένως, η κατευθυνόμενη επικοινωνία είναι δυνατόν να επηρεάσει θετικά τόσο το κοινωνικό κεφάλαιο των δεσμών, όσο και το κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης. Εντούτοις, οι Burke, Kraut, και Marlow (2011, σελ. 573) αναφέρουν ότι οι δραστηριότητες κατευθυνόμενης επικοινωνίας τείνουν να χρησιμοποιούνται για τη διατήρηση της επικοινωνίας με άμεσες σχέσεις (προϋπάρχουσες σχέσεις), και άρα είναι πιθανότερο να επηρεάζεται περισσότερο θετικά το κοινωνικό κεφάλαιο των δεσμών.

Αντίθετα, οι μη κατευθυνόμενες δραστηριότητες επικοινωνίας, όπως η ανανέωση της κατάστασης του χρήστη, το κείμενο αυτό-παρουσίασης, οι πληροφορίες του προφίλ κτλ, «παρέχουν πληροφορίες που δίνουν έναυσμα για συζήτηση και αποκαλύπτουν τις ομοιότητες μεταξύ των χρηστών μιας διαδικτυακής κοινότητας» (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 573). Έτσι, οι μη κατευθυνόμενες δραστηριότητες επικοινωνίας είναι δυνατόν να παρέχουν πληροφορίες σε ένα χρήστη, αυξάνοντας την πιθανότητα να προσεγγίσει ένα άλλο άτομο επικαλούμενος τα κοινά τους ενδιαφέροντα. Προς την ίδια άποψη κλίνει και ο Smith (2008, σελ. 19), καθώς αναφέρει ότι κάθε φορά που ένα άτομο προβαίνει σε αλλαγές στο προφίλ του (μετάδοση πληροφοριών) δημιουργείται μια ευκαιρία για να προκύψουν νέες έμμεσες

σχέσεις (Smith, 2008, σελ. 19). Ωστόσο, δεν αναπτύσσονται άμεσα σχέσεις (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 577). Επομένως, η μη κατευθυνόμενη επικοινωνία είναι πιθανόν να επηρεάζει περισσότερο θετικά το κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης, από ότι το κοινωνικό κεφάλαιο των δεσμών (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 573).

Συνοψίζοντας, στη βάση της αλληλεπίδρασης μεταξύ του χρήστη και των φίλων του, και σύμφωνα με το είδος της μεταξύ τους σύνδεσης, παρέχεται αντίστοιχα το κοινωνικό κεφάλαιο των δεσμών και της γεφύρωσης. Οι δραστηριότητες επικοινωνίας που δύναται να υιοθετήσει ο χρήστης για να αλληλεπιδράσει με έναν άλλο χρήστη μιας διαδικτυακής κοινότητας, κατηγοριοποιούνται στις κατευθυνόμενες και μη κατευθυνόμενες δραστηριότητες επικοινωνίας. Οι κατευθυνόμενες δραστηριότητες επικοινωνίας είναι αυτές που επιδρούν περισσότερο θετικά στο κοινωνικό κεφάλαιο των δεσμών, ενώ οι μη κατευθυνόμενες δραστηριότητες επιδρούν περισσότερο θετικά στο κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης. Οι δραστηριότητες επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης που υιοθετεί ο χρήστης εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας, σκιαγραφούν τη συμπεριφορά του, υποδηλώνουν πώς επηρεάζεται το κοινωνικό του κεφάλαιο και προδίδουν τον σκοπό του χρήστη από τη συμμετοχή του στη διαδικτυακή κοινότητα. Δεν είναι πλάνη το γεγονός ότι, μπορεί να υφίστανται τόσο άμεσες όσο και έμμεσες σχέσεις στο κοινωνικό δίκτυο ενός χρήστη, και κατά συνέπεια να προσφέρονται και τα δύο είδη κοινωνικού κεφαλαίου, με ένα εκ των δύο να είναι πιο ανεπτυγμένο.

## **2.2 Διφορούμενη κριτική στις επιδράσεις της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή – Διαδικτυακές κοινότητες**

Η υφιστάμενη κριτική ως προς τις επιδράσεις των διαδικτυακών κοινοτήτων είναι διφορούμενη, καθώς οι απόψεις ποικίλουν. Η κριτική που ασκείται αφορά στο εάν οι διαδικτυακές κοινότητες, αυτές κάθε αυτές, συμβάλουν στην αύξηση, μείωση ή διατήρηση του κοινωνικού δικτύου και του κοινωνικού κεφαλαίου ενός ατόμου. Με άλλα λόγια, η κριτική περιστρέφεται περισσότερο γύρω από το κατά πόσο οι επιδράσεις της χρησιμοποίησης διαδικτυακών κοινοτήτων είναι θετικές ή αρνητικές στην κοινωνική ζωή του ατόμου.

Η ύπαρξη αυτής της ασαφούς κριτικής γεννά νέα ερωτήματα. Είναι δυνατόν μια διαδικτυακή κοινότητα αυτή κάθε αυτή να αυξάνει, να μειώνει ή να διατηρεί το κοινωνικό δίκτυο και το κοινωνικό κεφάλαιο ενός ατόμου; Σαφώς είναι ένα ερώτημα ενδιαφέρον, που

επιδέχεται απάντηση μέσα από τη θεώρηση όλων των απόψεων ως προς τις επιδράσεις των διαδικτυακών κοινοτήτων.

Υφίστανται ερευνητές (Smith, 2008, σελ. 17; Ala-Mutka et al., as cited in Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 266) που υποστηρίζουν ότι οι διαδικτυακές κοινότητες συμβάλουν στην κοινωνικοποίηση και στην κοινωνική ένταξη. Στον αντίποδα, άλλοι ερευνητές (Wellman, Haase, Witte, & Hampton, 2001, σελ. 439; McPherson, Smith-Lovin, & Brashears, as cited in Qureshi, 2007) ισχυρίζονται ότι οι διαδικτυακές κοινότητες απομονώνουν το άτομο από τις προϋπάρχουσες σχέσεις του και από κοινωνικές δραστηριότητες στο φυσικό του κόσμο.

Στην ενυπάρχουσα βιβλιογραφία (Elahi & Karlsen, 2012), θεωρείται ότι οι διαδικτυακές κοινότητες υπηρετούν στο μέγιστο έναν από τους βασικούς σκοπούς δημιουργίας τους, τη διευκόλυνση της αλληλεπίδρασης μεταξύ των χρηστών ανά τον κόσμο. Οι διαδικτυακές κοινότητες είναι μια μορφή επικοινωνίας μέσω υπολογιστή που επιλύει το πρόβλημα της γεωγραφικής απόστασης, εξομαλύνοντας την επικοινωνία με γεωγραφικά απομακρυσμένα άτομα και μειώνοντας αισθητά το κόστος της επικοινωνίας.

Για παράδειγμα, οι διαδικτυακές κοινότητες κάνουν εφικτή την επικοινωνία και σύνδεση μεταξύ ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα, από διαφορετικές χώρες. Κάτι τέτοιο μπορεί να μην ήταν εφικτό με άλλον τρόπο. Άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελεί η μετανάστευση ενός ατόμου σε μια άλλη χώρα, για οποιοδήποτε λόγο. Ωστόσο, το άτομο αυτό μέσω μιας διαδικτυακής κοινότητας μπορεί να διατηρήσει το προϋπάρχον κοινωνικό του δίκτυο, όπως είναι τα συγγενικά πρόσωπα ή οι παλιοί συνεργάτες που βρίσκονται πλέον γεωγραφικά μακριά. Άρα, οι διαδικτυακές κοινότητες συμβάλουν στη διατήρηση των προϋπαρχουσών σχέσεων και παράλληλα προωθούν τη δημιουργία νέων/έμμεσων σχέσεων (Elahi & Karlsen, 2012).

Συνοψίζοντας τα πιο πάνω, καταλήγουμε ότι οι διαδικτυακές κοινότητες επιτρέπουν τη σύνδεση και επικοινωνία μεταξύ διαφορετικών κοινωνικών δικτύων, διασκορπισμένων ανά τον κόσμο. Με άλλα λόγια, οι διαδικτυακές κοινότητες «παρέχουν ένα χώρο συναντήσεων για ανθρώπους που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα, ξεπερνώντας τους περιορισμούς του χώρου και του χρόνου» (Baym, Sproull, & Kiesler, Wellman, as cited in Wellman, Haase, Witte, & Hampton, 2001, σελ. 438).



Παρά ταύτα, αρκετοί ερευνητές (Qureshi, 2007; Wellman, Haase, Witte, & Hampton, 2001) καταλήγουν ότι οι διαδικτυακές κοινότητες απομονώνουν τα άτομα από δραστηριότητες στο φυσικό τους κόσμο. Οι Nie και Erbring (as cited in Wellman, Haase, Witte, & Hampton, 2001, σελ. 439) δήλωσαν ότι «ο χρόνος που δαπανάται διαδικτυακά βυθίζει μακριά τους ανθρώπους από άλλες δραστηριότητες». Κρίνεται, ότι η ενασχόληση σε διαδικτυακές κοινότητες καθλώνει τα άτομα σε εσωτερικούς χώρους, με αποτέλεσμα να περνούν λιγότερο χρόνο με τους φίλους και την οικογένειά τους στο φυσικό τους κόσμο. Ως εκ τούτου, οι πρόσωπο με πρόσωπο αλληλεπιδράσεις των ατόμων με το άμεσο κοινωνικό τους δίκτυο μειώνονται (McPherson, Smith-Lovin, & Brashears, as cited in Qureshi, 2007). Παρόλα αυτά, οι Burke, Kraut και Marlow (2011, σελ. 572) έρχονται να απορρίψουν τις απόψεις ως προς την απομόνωση των ατόμων από το φυσικό τους κόσμο.

Συγκεκριμένα, στον αντίλογο έρευνα καταδεικνύει ότι «τα άτομα που χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές κοινότητες έχουν σε μεγάλο βαθμό καλύτερη κοινωνική ένταξη» (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 572). Υπό αυτό το πρίσμα, τα άτομα που χρησιμοποιούν συχνά μια διαδικτυακή κοινότητα συμμετάσχουν περισσότερο σε οργανώσεις και διατηρούν πιο έντονη επικοινωνία με τους φίλους και την οικογένειά τους. Στην ίδια γραμμή πλευσης φαίνεται να κινούνται και οι απόψεις για τις επιδράσεις των διαδικτυακών κοινοτήτων στην κοινωνική ζωή των ηλικιωμένων χρηστών.

Ερευνητές (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011; Xie, as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 645) υποστηρίζουν ότι οι διαδικτυακές κοινότητες συνδράμουν θετικά στην κοινωνική συμμετοχή των ηλικιωμένων χρηστών. Οι ηλικιωμένοι είναι μια ομάδα του πληθυσμού που, συνήθως, λόγω φυσικής κατάστασης αδυνατεί να συμμετάσχει ενεργά σε κοινωνικές αλληλεπιδράσεις στο φυσικό κόσμο, κάτι που συχνά οδηγεί στην κοινωνική απομόνωση. Όμως, οι διαδικτυακές κοινότητες παρέχουν τη δυνατότητα στους ηλικιωμένους τόσο να διατηρούν τις προϋπάρχουσες σχέσεις τους και να αλληλεπιδρούν με αυτές, όσο και να συνάπτουν νέες σχέσεις (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 271).

Είναι ολοφάνερο ότι, οι απόψεις κλίνουν να υποστηρίζουν ότι οι διαδικτυακές κοινότητες επηρεάζουν είτε θετικά είτε αρνητικά το κοινωνικό δίκτυο και το κοινωνικό κεφάλαιο των χρηστών. Αυτές οι αντικρουόμενες απόψεις, ενδέχεται να οφείλονται στον τρόπο διερεύνησης των επιδράσεων της χρησιμοποίησης των διαδικτυακών κοινοτήτων. Μια τρίτη άποψη έρχεται να καταρρίψει όλα τα προαναφερθέντα, καθώς αυτή υπερτονίζει ότι η

χρησιμοποίηση μιας διαδικτυακής κοινότητας δε φέρει εγγενώς αρνητικές ή θετικές επιδράσεις στο κοινωνικό δίκτυο και το κοινωνικό κεφάλαιο των χρηστών.

Συγκεκριμένα, έρευνα (Qureshi, 2007) καταλήγει ότι οι επιδράσεις της χρησιμοποίησης των διαδικτυακών κοινοτήτων στο κοινωνικό δίκτυο και το κοινωνικό κεφάλαιο ενός χρήστη εξαρτώνται από τον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής κοινότητας, από μέρους του χρήστη. Στο σημείο αυτό, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ο τρόπος χρησιμοποίησης μιας διαδικτυακής κοινότητας σκιαγραφείται από τις δραστηριότητες που ο χρήστης υιοθετεί. Εν συνεχεία, οι δραστηριότητες που ο χρήστης υιοθετεί σχετίζονται με τη συμπεριφορά του η οποία με τη σειρά της ομολογεί το σκοπό χρησιμοποίησης της εκ μέρους του χρήστη.

Οι δραστηριότητες που προσφέρονται εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων δεν είναι κατεξοχήν κοινωνικές. Για παράδειγμα, οι δραστηριότητες ατομικής ψυχαγωγίας, όπως είναι τα ατομικά παιχνίδια, η παρακολούθηση βίντεο και η ανάγνωση περιεχομένου, δεν εμπερικλείουν καμία κοινωνική αλληλεπίδραση. Η έρευνα του Qureshi (2007) καταλήγει ότι, τα άτομα που χρησιμοποιούν μια διαδικτυακή κοινότητα για την «ατομική ψυχαγωγία έχουν λιγότερο ανεπτυγμένο κοινωνικό δίκτυο». Αντίθετα, τα άτομα που χρησιμοποιούν κοινωνικές δραστηριότητες εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας φάνηκε να έχουν ανεπτυγμένο κοινωνικό δίκτυο και ανεπτυγμένο κοινωνικό κεφάλαιο (Qureshi, 2007). Συνεπώς, για να ορίσουμε το κατά πόσο οι διαδικτυακές κοινότητες επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά το κοινωνικό δίκτυο και το κοινωνικό κεφάλαιο ενός χρήστη, πρέπει να λάβουμε υπόψη μας τον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής κοινότητας εκ μέρους του χρήστη.

Εν κατακλείδι, η σημαντικότερη διαπίστωση που εξαγάγεται είναι το γεγονός ότι «μια διαδικτυακή κοινότητα αυτή κάθε αυτή δε διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην οικοδόμηση και διατήρηση του κοινωνικού δικτύου και κοινωνικού κεφαλαίου ενός χρήστη» (Ellison et al., as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009; Qureshi, 2007). Αυτό που αποτελεί το θεμέλιο λίθο στην ανάπτυξη και διατήρηση του κοινωνικού κεφαλαίου ενός χρήστη, είναι ο τρόπος χρησιμοποίησης της κοινότητας από το χρήστη, και επομένως ο σκοπός που έχει όταν συμμετάσχει σε μια διαδικτυακή κοινότητα.

### **2.3 Η περίπτωση της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople»**

Το παρόν σύντομο υποκεφάλαιο εμπερικλείει την περιγραφή της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» ([www.SparkPeople.com](http://www.SparkPeople.com)), παρουσιάζοντας τον σκοπό δημιουργίας της και προβαίνοντας σε μια σύντομη περιγραφή των βασικών χαρακτηριστικών της.

Όπως προηγούμενα έχει αναφερθεί, η διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeaople» αφορά στην υγεία, και συγκεκριμένα στην απώλεια σωματικού βάρους για έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής. Ο ιδρυτής της εν λόγω διαδικτυακής κοινότητας, Chris Downie, αναφέρει ότι «το 2002 η διαδικτυακή κοινότητα αφορούσε κυρίως στη διατροφή και τη σωματική άσκηση» (SparkPeople Inc., 2012a). Σύμφωνα με αυτόν τον προσανατολισμό της διαδικτυακής κοινότητας, προστέθηκαν νέα εργαλεία όπως ο ανιχνευτής φυσικής κατάστασης, ο προγραμματισμός των γευμάτων του χρήστη κτλ. Μέχρι το 2002 η διαδικτυακή κοινότητα απαιτούσε την καταβολή συνδρομής για τη συμμετοχή. Ωστόσο, από το 2005 μέχρι και σήμερα η συμμετοχή στην κοινότητα είναι 100% δωρεάν (SparkPeople Inc., 2012a), προσφέροντας στα μέλη της πολλά εργαλεία σχετικά με την υγιεινή διατροφή και πλειάδα δραστηριοτήτων αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας. Το γεγονός αυτό, ίσως, να αποτέλεσε την ώθηση προς τη μεγάλη δημοτικότητα που γνωρίζει σήμερα η διαδικτυακή κοινότητα.

Η διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeaople» είναι μία εκ των μεγαλύτερων διαδικτυακών κοινοτήτων (Online community) που σχετίζονται με την υγεία. Είναι κοινός τόπος, το γεγονός ότι περισσότερα από 250.000 μέλη το μήνα συνδέονται στην κοινότητα, ενώ το Νοέμβριο του 2008 ήταν η τρίτη σε επισκεψιμότητα μεταξύ των διαδικτυακών κοινοτήτων που αφορούν στην απώλεια σωματικού βάρους (Hwang et al., 2010, σελ. 2). Αυτή τη στιγμή, η διαδικτυακή κοινότητα φιλοξενεί 1,970,007 χρήστες (SparkPeople, Inc., 2012c). Είναι παραδεκτό ότι η διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeaople» προσελκύει εκατομμύρια άτομα, παρέχοντας τους εξατομικευμένο πρόγραμμα διαχείρισης του σωματικού τους βάρους, συνταγές, αρθρογραφία, δίαιτες, κοινωνική στήριξη από άλλους χρήστες, ενθάρρυνση και επαγγελματική συμβουλευτική ώστε να επιτύχουν τους σκοπούς τους για έναν υγιέστερο τρόπο ζωής. Παράλληλα, η διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople» επιτρέπει στους χρήστες της να κατασκευάσουν τη δική τους προσωπική σελίδα, γνωστή ως «SparkPage», διατηρώντας μια λίστα από φίλους (άμεσες ή έμμεσες σχέσεις) με τους οποίους μπορούν να αλληλεπιδρούν μέσω διάφορων δραστηριοτήτων επικοινωνίας, και διατηρώντας μια λίστα από ομάδες στις οποίες συμμετάσχουν εντός της κοινότητας.

Τα μέλη της υπό περιγραφή διαδικτυακής κοινότητας ενθαρρύνονται να συμμετάσχουν, ανάλογα με τους προσωπικούς τους στόχους, σε ομάδες «SparkTeams», εντός της κοινότητας, οι οποίες δημιουργούνται από τους χρήστες. Στα πλαίσια μιας ομάδας (SparkTeam) ο χρήστης μπορεί να προσφέρει, αλλά και να εισπράξει κοινωνική στήριξη και κίνητρα για να επιτύχει τους προσωπικούς του στόχους για έναν υγιεινό τρόπο ζωής.

Η σελίδα «SparkPage», είναι παρόμοια με τη μοναδική σελίδα που έχει ένας χρήστης εντός άλλων διαδικτυακών κοινοτήτων, γνωστή ως προφίλ. Όπως και στο προφίλ ενός χρήστη του Facebook, έτσι και ένας χρήστης στην προσωπική του σελίδα «SparkPage» καλείται να εισαγάγει προσωπικές πληροφορίες, όπως είναι το όνομα, οι στόχοι του κτλ. Ωστόσο, ο χρήστης είναι αυτός που επιλέγει για το κατά πόσο η προσωπική του σελίδα θα είναι ορατή από το ευρύ κοινό. Επιπλέον, εντός αυτής της προσωπικής σελίδας ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να εισαγάγει προσωπικές φωτογραφίες, να παρουσιάσει τον εαυτό του μέσα από ένα τμήμα της σελίδας του, που ονομάζεται εισαγωγικό κείμενο (Introduction text), να δημοσιεύσει ιστολόγια, βίντεο, να δέχεται σχόλια από άλλα μέλη, να αναρτά και να ανανεώνει την κατάσταση του (Status), να στέλνει μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε άλλα μέλη (SparkMail) και να κάνει σχόλια (Comments).

Οι προαναφερθείσες δραστηριότητες είναι μερικές από τις βασικές δραστηριότητες που ένας χρήστης μπορεί να υιοθετήσει εντός της προσωπικής του σελίδας, τόσο για να αλληλεπιδράσει και να επικοινωνήσει με άλλα μέλη της διαδικτυακής κοινότητας, όσο και για να μοιραστεί με τους φίλους του την πρόοδο του σχετικά με τους στόχους που έχει θέσει.

Άλλωστε, στα πλαίσια αυτής της έρευνας διερευνούνται οι πιθανές ηλικιακές διαφορές στον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής κοινότητας μέσω της συμπεριφοράς των νέων (18-22 ετών) και των ηλικιωμένων (60 ετών και άνω) χρηστών εντός της προσωπικής τους σελίδας, γνωστής ως «SparkPage». Θα ήταν ουτοπικό εάν επιχειρούσε κανείς να διερευνήσει ηλικιακές διαφορές στον τρόπο χρησιμοποίησης της κοινότητας, μέσω της συμπεριφοράς των χρηστών στο σύνολο της διαδικτυακής κοινότητας. Κάτι τέτοιο, θα ήταν εξαιρετικά επίπονο και χρονοβόρο.

## **2.4 Σχετικές έρευνες**

Στο ερευνητικό παρασκήνιο υφίστανται ποικίλες έρευνες που αφορούν στις διαδικτυακές κοινότητες, αλλά που θέτουν διαφορετικής φύσεως ερευνητικά ερωτήματα και που διερευνούν πώς διαφορετικά δημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων συσχετίζονται με τον τρόπο χρησιμοποίησης μιας διαδικτυακής κοινότητας. Διαφορετικά, η έρευνα τείνει να εξετάζει το κατά πόσο και το πώς διαφορετικά δημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων επηρεάζουν τη συμπεριφορά τους εντός διαδικτυακών περιβαλλόντων.

Μέχρι στιγμής, έχει διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίον η φυλή και η εθνικότητα (Byrne; Gajjala, as cited in Ellison, 2007, σελ. 222), η θρησκεία (Nyland & Near, as cited in Ellison,

2007, σελ. 223) και το φύλο (Geidner, Flook, & Bell; Hjorth & Kim, as cited in Ellison, 2007, σελ. 223) συσχετίζονται με τη συμπεριφορά των χρηστών σε διαδικτυακές κοινότητες. Τα ευρήματα αυτών των ερευνών έχουν καταλήξει ότι τα εν λόγω φυσικά χαρακτηριστικά των ατόμων επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίον τα άτομα συμπεριφέρονται εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων. Εντούτοις, σύμφωνα με τον σκοπό αυτής της έρευνας, το ενδιαφέρον επικεντρώνεται σε έρευνες που έχουν διερευνήσει το κατά πόσο η ηλικία είναι ένας ανθρώπινος παράγοντας που επηρεάζει τη συμπεριφορά των ατόμων εντός διαδικτυακών περιβαλλόντων.

Ειδικότερα, παρουσιάζονται έρευνες που έχουν διερευνήσει ηλικιακές διαφορές, μεταξύ νέων και ηλικιωμένων χρηστών, ως προς τη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου (Social network), ως προς τον τρόπο διαδικτυακής αυτό-παρουσίασης (Self-representation) και ως προς την υιοθέτηση δραστηριοτήτων επικοινωνίας εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων. Επιπλέον, παρουσιάζονται έρευνες που διερεύνησαν το ρόλο των ομότιμων στους στόχους που θέτει ένα άτομο για την απώλεια σωματικού βάρους. Εντοπίζοντας αρκετές διαφορές στη συμπεριφορά μεταξύ διαφορετικών ηλικιακών ομάδων, οι περισσότερες εκ των ερευνών καταλήγουν ότι ο παράγοντας ηλικία έχει αντίκτυπο στον τρόπο συμπεριφοράς των ατόμων σε διαδικτυακά περιβάλλοντα (Zaphiris & Sarwar, as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 645).

#### **2.4.1 Ηλικιακές διαφορές ως προς τη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου**

Αναφερόμενοι στη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου (Social network) ενός ατόμου, εννοούμε κυρίως τον αριθμό των σχέσεων, αλλά και το είδος των σχέσεων με τις οποίες το άτομο συνδέεται σε μια διαδικτυακή κοινότητα. Ταυτόχρονα, στην παρούσα έρευνα όταν αναφερόμαστε στη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου εννοούμε και το γένος των σχέσεων που απαρτίζουν το κοινωνικό δίκτυο ενός ατόμου.

Στο προσεχές κείμενο, παρουσιάζονται τα κυριότερα ευρήματα ερευνών (Elahi & Karlsen, 2012; Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011) που εκπονήθηκαν με σκοπό να εντοπίσουν, κυρίως, ηλικιακές διαφορές ως προς τον αριθμό, το είδος και το γένος των σχέσεων που συνθέτουν το κοινωνικό δίκτυο νέων και ηλικιωμένων ατόμων σε διαδικτυακές κοινότητες. Είναι σημαντικό να διατυπωθεί ότι, σε ορισμένες από αυτές τις έρευνες γίνονται και συγκρίσεις ως προς το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου και με γνώμονα τον παράγοντα φύλο. Με άλλα λόγια, οι έρευνες διερεύνησαν το κατά πόσο η ηλικία (ανεξάρτητη μεταβλητή) του χρήστη διαδραματίζει ρόλο στον αριθμό (εξαρτημένη μεταβλητή), το είδος

και το γένος των φίλων (εξαρτημένη μεταβλητή) με τους οποίους συνδέεται σε μια διαδικτυακή κοινότητα.

Οι Quinn, Chen, και Mulvenna (2011, σελ. 266) εκπόνησαν μια έρευνα στη διαδικτυακή κοινότητα του Facebook, με δείγμα 500 νέους (15-30 ετών) και ενήλικες (50 ετών και άνω) χρήστες. Ανάμεσα σε άλλα ερευνητικά ερωτήματα της έρευνας των Quinn, Chen, και Mulvenna (2011), συμπεριλήφθηκε και η διερεύνηση του κατά πόσο η ηλικία των χρηστών του Facebook συσχετίζεται με τον αριθμό των φίλων με τους οποίους οι χρήστες συνδέονται. Η σύγκριση του διάμεσου αριθμού φίλων των δύο ηλικιακών ομάδων, κατέδειξε ότι οι νέοι χρήστες του Facebook έχουν 11 φορές περισσότερους φίλους απ' ότι οι ενήλικες χρήστες (αναλογία 11/1) (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 269). Καθώς φάνηκε ότι η διαφορά μεταξύ του αριθμού των φίλων των νέων και ενήλικων χρηστών ήταν στατιστικά σημαντική, οι ερευνητές καταλήγουν ότι «ο αριθμός των φίλων σχετίζεται με την ηλικία του χρήστη» (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 271). Τα ευρήματα της έρευνας των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009), ως προς τους χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας MySpace, φαίνεται να συγκλίνουν με τα ευρήματα της έρευνας των Quinn, Chen, και Mulvenna (2011).

Στα πλαίσια της μελέτης τους οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) διερεύνησαν πιθανές διαφορές ως προς τον αριθμό των φίλων που διατηρούν οι έφηβοι (13-19 ετών) και οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) χρήστες στη διαδικτυακή κοινότητα MySpace. Στα πλαίσια της έρευνας αυτής πραγματοποιήθηκαν και συγκρίσεις με γνώμονα τον παράγοντα φύλο, ως προς το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου των χρηστών της ίδιας ή διαφορετικής ηλικιακής ομάδας.

Όσον αφορά στον παράγοντα ηλικία, από την ανάλυση των δεδομένων τους οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) εντόπισαν ότι οι έφηβοι είχαν διάμεσο αριθμό φίλων 60, ενώ ο διάμεσος αριθμός φίλων για τους ηλικιωμένους υπολογίστηκε στους 12. Είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι, «πολλοί από τους ηλικιωμένους χρήστες του MySpace τύχαινε να έχουν κανέναν ή μόνο ένα φίλο» (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 648). Διαφαίνεται, ότι οι έφηβοι (13-19 ετών) χρήστες του MySpace, όπως και οι νέοι (15-30 ετών) χρήστες του Facebook στην έρευνα των Quinn, Chen, και Mulvenna (2011), τείνουν να έχουν πολύ μεγαλύτερο αριθμό φίλων από ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες. Η εφαρμογή του Mann-Whitney test κατέδειξε ότι οι έφηβοι (13-19) έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερους φίλους απ' ότι οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) χρήστες του MySpace (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 648).

Σημαντικές διαφορές εντοπίζουν στην έρευνα τους οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) και μεταξύ ατόμων διαφορετικού και ίδιου φύλου. Συγκρίνοντας το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου (Social network) των αγοριών εφηβικής ηλικίας (13-19 ετών) και των ηλικιωμένων ανδρών (60 ετών και άνω) στο MySpace, οι ερευνητές καταλήγουν ότι τα αγόρια έχουν περισσότερους φίλους από ό, τι οι άνδρες (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 648). Παρά το γεγονός ότι, τα κορίτσια στο MySpace έχουν περισσότερους φίλους απ' ό,τι τα αγόρια, τα αγόρια φαίνεται να είναι κοινωνικά πιο δραστήρια από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες. Το ίδιο συμπέρασμα συνάγεται και για τα κορίτσια, καθώς από την ανάλυση των δεδομένων τους οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 648) εντοπίζουν ότι τα κορίτσια έχουν περισσότερους φίλους από ότι οι ηλικιωμένες γυναίκες.

Επίσης, η έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) εντοπίζει αρκετές διαφορές μεταξύ του αριθμού των φίλων που διατηρούν τα κορίτσια και τα αγόρια της ίδιας ηλικίας. Ειδικότερα, η επί συζήτηση έρευνα καταλήγει ότι τα κορίτσια εφηβικής ηλικίας έχουν περισσότερους φίλους (Median: 103) απ' ό,τι τα αγόρια (Median:43) της ίδιας ηλικίας (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 648). Ορισμένοι ερευνητές (Herring et al., as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 648), ισχυρίζονται ότι αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα άτομα, γένους θηλυκού, κλίνουν να είναι πιο δραστήρια στις κοινωνικές πτυχές της διαδικτυακής συμμετοχής. Από την άλλη, είναι πιθανόν τα κορίτσια να ενδιαφέρονται περισσότερο από τα αγόρια για τη δόμηση ενός μεγάλου κοινωνικού δικτύου, κάτι το οποίο τις καθιστά δημοφιλείς εντός του κοινωνικού τους δικτύου. Άλλωστε, την ίδια άποψη φαίνεται να υποστηρίζει και η Ellison (2007, σελ. 220), αφού αναφέρει ότι η λίστα των φίλων σε μια διαδικτυακή κοινότητα χρησιμεύει ως δείκτης για την ταυτότητα του ιδιοκτήτη ενός προφίλ. Επομένως, φαίνεται ότι τα κορίτσια εφηβικής ηλικίας επειδή ενδιαφέρονται περισσότερο απ' ό,τι τα αγόρια για ένα μεγάλο κοινωνικό δίκτυο, που αυτόματα θα τις καθιστά δημοφιλείς, έχουν περισσότερους φίλους απ' ό,τι τα αγόρια της ίδιας ηλικίας στο MySpace.

Ύστερα από τον εντοπισμό ηλικικών διαφορών, ως προς το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών του MySpace, οι ερευνητές Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 653) καταλήγουν ότι η ηλικία φαίνεται να διαδραματίζει ρόλο στον αριθμό των φίλων με τους οποίους συνδέεται ένα άτομο, εντός του MySpace.

Μια επιπλέον έρευνα που, με τη σειρά της, έρχεται να επαληθεύσει το γεγονός ότι η ηλικία είναι ένα δημογραφικό χαρακτηριστικό των ατόμων που διαδραματίζει ρόλο στο

μέγεθος του κοινωνικού δικτύου ενός ατόμου είναι αυτή των Elahi και Karlsen (2012). Λαμβάνοντας υπόψη την ηλικία των χρηστών του Facebook, οι Elahi και Karlsen (2012) διερεύνησαν την επίδραση της ηλικίας ενός ατόμου στις κοινωνικές του σχέσεις.

Στα πλαίσια της εν λόγω έρευνας, εντοπίστηκε ότι οι νέοι (μέχρι 30 ετών) χρήστες του Facebook έχουν περισσότερους φίλους από τους ενήλικες χρήστες (40 ετών και άνω). Καθώς η ηλικία του χρήστη αυξάνεται, τότε μειώνεται ο αριθμός των φίλων που έχει και αντίστροφα. Κατά συνέπεια, η ηλικία είναι αντιστρόφως ανάλογη του αριθμού των φίλων που έχει ένας χρήστης στο Facebook. Έτσι, οι ερευνητές που εκπόνησαν την επί συζήτηση έρευνα, έχουν αποφανθεί ότι «οι νέοι χρήστες είναι πιο φιλελεύθεροι στη διεύρυνση του κοινωνικού τους κύκλου, σε σχέση με τους ενήλικες χρήστες» (Elahi & Karlsen, 2012). Διαφαίνεται ότι, τα ευρήματα της έρευνας αυτής βρίσκονται σε πλήρη συνάφεια με τα ευρήματα της έρευνας των Quinn, Chen, και Mulvenna (2011), που και αυτή αφορούσε στο Facebook.

Σημαντικές διαφορές εντόπισαν οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) και ως προς το γένος των φίλων που περιλαμβάνονται στο κοινωνικό δίκτυο τόσο των εφήβων όσο και των ηλικιωμένων χρηστών του MySpace. Συγκεκριμένα, οι ερευνητές καταλήγουν ότι «τα κορίτσια και τα αγόρια έχουν περισσότερους φίλους του αντίθετου φύλου» (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 649). Το ίδιο φάνηκε να ισχύει και για τους ηλικιωμένους χρήστες του MySpace. Συμπεραίνουν, ότι και οι δύο ηλικιακές ομάδες χρησιμοποιούν το MySpace για να συνδεθούν περισσότερο με άμεσες ή έμμεσες σχέσεις του αντίθετου φύλου.

Σύμφωνα με το θεωρητικό όριο του αριθμού των φίλων, ένα άτομο δε δύναται να έχει περισσότερους από 150 φίλους στο κοινωνικό του δίκτυο, και άρα οι φίλοι πέραν από αυτό το όριο δεν μπορούν να αφορούν σε άμεσες σχέσεις (Jeong & Mahmood, as cited in Elahi & Karlsen, 2012). Επεξηγώντας, σημαίνει ότι τα άτομα που βρίσκονται πάνω από το θεωρητικό όριο δεν αφορούν σε προϋπάρχουσες σχέσεις που έχει το άτομο στο φυσικό του κόσμο και δε συνδέεται με αυτά τα άτομα με έναν ρητό τρόπο (οικογένεια, συνεργάτες, φίλοι). Ωστόσο, τα άτομα πάνω από το θεωρητικό όριο αφορούν σε έμμεσες σχέσεις που δομούν το ασαφές κοινωνικό δίκτυο του ατόμου. Οι ερευνητές (Elahi & Karlsen, 2012) στον τομέα της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή τείνουν να ερμηνεύουν τα αποτελέσματα των ερευνών τους, ως προς το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου, υπό αυτό το θεωρητικό όριο.

Οι ερευνητές Elahi και Karlsen (2012) εντόπισαν ότι οι νέοι χρήστες του Facebook έχουν φίλους πέραν του θεωρητικού ορίου (150 φίλους), ενώ ο αριθμός των φίλων των ενήλικων



χρηστών εμπίπτει στο θεωρητικό όριο (150 φίλους ή λιγότερους). Κατά αυτή τη βλέψη των πραγμάτων, φαίνεται ότι οι νέοι έχουν περισσότερες έμμεσες σχέσεις, δηλαδή νέα άτομα με τα οποία μπορεί να συνδέονται μέσω κοινών ενδιαφερόντων. Αναλυτικότερα, οι νέοι χρήστες (μέχρι 30 ετών) του Facebook εντοπίστηκε ότι είναι πιο δεκτικοί στη δημιουργία νέων, έμμεσων σχέσεων (Elahi & Karlsen, 2012). Αντίθετα, τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, είναι απρόθυμοι να δημιουργήσουν νέες έμμεσες σχέσεις. Εντούτοις, τα ευρήματα της έρευνας της Boyd (as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 645) είναι αντίθετα, καθώς κατέδειξαν ότι οι έφηβοι συμμετέχουν στο MySpace, κυρίως, για να συνδεθούν με ήδη προϋπάρχουσες σχέσεις. Παρόμοιο συμπέρασμα συνάγει και ο Pew ο οποίος «διαπίστωσε ότι το 91% των αμερικανών εφήβων χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές κοινότητες για να συνδεθούν με προϋπάρχουσες φιλίες (Lenhart & Madden, as cited in Ellison, 2007, σελ. 221).

Παρά ταύτα, οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 653) εντόπισαν ότι το κοινωνικό δίκτυο των εφήβων στο MySpace αποτελείται από πολλές έμμεσες σχέσεις, σε αντίθεση με το κοινωνικό δίκτυο των ηλικιωμένων που αποτελείται από λιγότερες σχέσεις και άρα άμεσες. Κάτι τέτοιο, μπορεί να υποδηλώνει ότι οι ενήλικες χρήστες του MySpace είναι πιο επιλεκτικοί όταν προσθέτουν άτομα στη λίστα των φίλων τους, προσθέτοντας σχεδόν μόνο άτομα που γνωρίζουν από το φυσικό τους κόσμο. Είναι λογικό, λοιπόν, οι περισσότερες εκ των προϋπαρχουσών σχέσεων των ηλικιωμένων χρηστών να μην έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και έτσι το κοινωνικό τους δίκτυο να είναι μικρότερο από αυτό των εφήβων χρηστών του MySpace. Ωστόσο, οι έφηβοι χρήστες ενδιαφέρονται περισσότερο στο να «παρουσιάζουν» ένα μεγάλο κοινωνικό δίκτυο, καθώς αυτό χρησιμεύει ως δείκτης για την ταυτότητα του ιδιοκτήτη ενός προφίλ (Ellison, 2007, σελ. 220; Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 648).

Συναθροίζοντας, τα αποτελέσματα των προαναφερθεισών ερευνών συγκλίνουν προς την άποψη ότι οι νέοι σε ηλικία χρήστες των διαδικτυακών κοινοτήτων τείνουν να έχουν περισσότερους φίλους από ότι οι ενήλικες χρήστες. Συνολικά, οι υπό συζήτηση έρευνες καταλήγουν ότι η ηλικία είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου ενός ατόμου. Ίσως, τα νέα σε ηλικία άτομα έχουν διαφορετικά ενδιαφέροντα και προτιμήσεις απ' ότι οι ενήλικες χρήστες, και έτσι παρουσιάζονται να έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο. Επίσης, σύμφωνα με το θεωρητικό όριο φίλων, φάνηκε ότι οι νέοι στις περισσότερες εκ των αναφερόμενων ερευνών τείνουν να έχουν διευρυμένο το ασαφές

κοινωνικό τους δίκτυο, δηλαδή το κοινωνικό τους δίκτυο αποτελείται περισσότερο από έμμεσες σχέσεις.

#### **2.4.2 Ηλικιακές διαφορές ως προς τη διαδικτυακή αυτό-παρουσίαση**

Καθώς ένα άτομο γίνει μέλος σε μια διαδικτυακή κοινότητα καλείται μέσα από μια τυποποιημένη διαδικασία να δομήσει το προφίλ του, εισάγοντας προσωπικές πληροφορίες, φωτογραφίες και περιγράφοντας γραπτώς τον εαυτό του. Τοιουτοτρόπως, και υπό οποιαδήποτε μορφή, ο χρήστης αυτό-παρουσιάζεται (Self-representation) στο προφίλ του. Η αυτό-παρουσίαση αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ένταξης ενός ατόμου σε μια διαδικτυακή κοινότητα, κάτι το οποίο ένα άτομο δεν μπορεί να αποφύγει.

Εντούτοις, όσο και εάν οι διαδικτυακές κοινότητες ενθαρρύνουν τους χρήστες να κάνουν μια αληθή και ακριβή παρουσίαση του εαυτού τους, μέσω φωτογραφιών, κειμένου κτλ, δεν το πράττουν όλοι οι χρήστες στον ίδιο βαθμό. Το προφίλ των χρηστών δε θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι χαρακτηρίζεται από αληθοφάνεια (Boyd, as cited in Ellison, 2007, σελ. 220). Όσο όμως και εάν ένας χρήστης, μιας διαδικτυακής κοινότητας, μπορεί να αποκρύψει τα προσωπικά του στοιχεία παρουσιάζοντας ψευδή ή αλλοιωμένα, δεν μπορεί να αποφύγει μια οποιουδήποτε είδους αυτό-παρουσίαση (Enli & Thumim, 2012, σελ. 101).

Η προσοχή εστιάζεται στη γραπτή αυτό-παρουσίαση των ατόμων σε διαδικτυακά περιβάλλοντα. Η γραπτή αυτό-παρουσίαση των ατόμων σε διαδικτυακά περιβάλλοντα χρίζει έντονου ενδιαφέροντος από τους ερευνητές, και όπως ήδη έχει διατυπωθεί είναι μια μη κατευθυνόμενη δραστηριότητα επικοινωνίας που σχετίζεται με τη μετάδοση πληροφοριών (Walther, as cited in Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 573; Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009; Schler, Koppel, Argamon, & Pennebaker, 2006).

Συμφώνα με τον Pennebaker (2002, σελ. 8), το στυλ γραπτής έκφρασης ενός ατόμου μπορεί να αντανακλά την προσωπικότητα του, τη διάθεση, την κοινωνική κατάσταση, τη συμπεριφορά του και πολλές άλλες πτυχές της ατομικής του ταυτότητας. Η διερεύνηση του στυλ γραπτής αυτό-παρουσίασης σε διαδικτυακά περιβάλλοντα, δύναται να παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για την κατανόηση των προτύπων συμπεριφοράς για άτομα διαφορετικών ηλικιακών ομάδων. Παράλληλα, ο γραπτός λόγος είναι ένα μέτρο που δείχνει πώς ένα άτομο σκέφτεται για τον εαυτό του και τη σχέση του με τους άλλους (Pennebaker, 2002, σελ. 9).

Στο κείμενο που ακολουθεί, εμπερικλείονται τα κυριότερα ευρήματα ερευνών που διερεύνησαν ηλικιακές διαφορές (έφηβοι-ηλικιωμένοι) ως προς τον τρόπο γραπτής αυτό-παρουσίασης σε διαδικτυακά περιβάλλοντα.

Στα πλαίσια της έρευνας τους οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009), διερεύνησαν πιθανές διαφορές ως προς τον τρόπο με τον οποίον οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) και έφηβοι (13-19 ετών) χρήστες του MySpace παρουσιάζουν τον εαυτό τους στο προφίλ τους. Κατά τον ίδιο τρόπο, οι ερευνητές Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006) διερεύνησαν διαφορές στο στυλ γραπτής έκφρασης μεταξύ «bloggers» διαφορετικού φύλου και ηλικίας (13 ετών, μεγαλύτεροι των 48 ετών). Άλλωστε, τα ιστολόγια αποτελούν μια μορφή αυτό-παρουσίασης και οικοδόμησης της διαδικτυακής ταυτότητας του ατόμου (Boyd, as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 649).

Στο σημείο αυτό, να θίξουμε το γεγονός ότι και στις δύο προαναφερθείσες έρευνες αξιοποιήθηκε το λογισμικό πρόγραμμα LIWC (Linguistic inquiry and word count), για την ποσοτική ανάλυση περιεχομένου (Quantitative content analysis), εντοπίζοντας τη συχνότητα εμφάνισης επτά κατηγοριών λέξεων εντός ενός κειμένου (Self-references- Αυτό-αναφορές, Social words- Κοινωνικές λέξεις, Positive emotion words- Θετικές συναισθηματικά λέξεις, Negative emotion words – Αρνητικές συναισθηματικά λέξεις, Overall cognitive words- Γνωστικές λέξεις, Articles- Άρθρα, Big words, words with more than six letters- Μεγάλες λέξεις, λέξεις μεγαλύτερες των 6 χαρακτήρων).

Με γνώμονα τον παράγοντα φύλο οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) εντόπισαν αρκετές διαφορές μεταξύ ατόμων διαφορετικού και ίδιου φύλου, ως προς το στυλ γραπτής αυτό-παρουσίασης τους εντός του MySpace. Συγκρίνοντας το στυλ γραπτής αυτό-παρουσίασης μεταξύ των κοριτσιών και των αγοριών, εντοπίστηκε ότι τα κορίτσια χρησιμοποιούν, στατιστικά σημαντικά, περισσότερο απ' ό,τι τα αγόρια αυτό-αναφορές, κοινωνικές λέξεις και αρνητικές συναισθηματικά λέξεις (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 651). Έπειτα, προβαίνοντας σε σύγκριση του τρόπου γραπτής αυτό-παρουσίασης μεταξύ των γυναικών και ανδρών, φάνηκε ότι οι γυναίκες χρησιμοποιούν περισσότερο αυτό-αναφορές από ότι οι άνδρες εντός του MySpace. Ερμηνεύοντας τις διαφορές αυτές ως προς τον τρόπο γραπτής αυτό-παρουσίασης, οι ερευνητές κατέληξαν ότι οι ηλικιωμένες γυναίκες και τα κορίτσια τείνουν να είναι πιο εκφραστικές από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες και τα αγόρια κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους στο MySpace (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 651).

Σε παρόμοια συμπεράσματα καταλήγουν και οι Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006). Συγκεκριμένα, οι εν λόγω ερευνητές κατέληξαν ότι οι γυναίκες και τα κορίτσια, σε σύγκριση με τους άνδρες και τα αγόρια «bloggers», χρησιμοποιούν στο γραπτό τους λόγο περισσότερο θετικές και αρνητικές συναισθηματικά λέξεις. Φαίνεται, εν μέρει, ότι και στη συγκεκριμένη έρευνα οι γυναίκες και τα κορίτσια είναι πιο εκφραστικές στο γραπτό τους λόγο. Επιπλέον, εντοπίστηκε ότι τόσο οι γυναίκες όσο και τα κορίτσια χρησιμοποιούν περισσότερο αντωνυμίες στο γραπτό τους λόγο κάτι που δείχνει ότι, σε αντίθεση με τους άνδρες «bloggers», γράφουν με ένα πιο προσωπικό στυλ. Από την άλλη, οι Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006) κατέληξαν ότι τόσο οι άνδρες όσο και τα αγόρια «bloggers» χρησιμοποιούν στο γραπτό τους λόγο περισσότερο, από ότι οι γυναίκες και τα κορίτσια, άρθρα. Αυτό δείχνει ότι, όπως και οι άνδρες στο MySpace, έτσι και οι άνδρες «bloggers» γράφουν με ένα πιο απρόσωπο στυλ από ότι οι γυναίκες.

Στην έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) εντοπίστηκαν αρκετές διαφορές και μεταξύ του γραπτού τρόπου με τον οποίον οι χρήστες του ίδιου φύλου στο MySpace παρουσιάζουν τον εαυτό τους στο προφίλ τους. Ειδικότερα, τα αγόρια κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίασή τους χρησιμοποιούν περισσότερο απ' ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες, αυτό-αναφορές και γνωστικές λέξεις (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 652). Σύμφωνα με το LIWC (Pennebaker Conglomerates Inc, n.d.), τα άτομα που χρησιμοποιούν «γνωστικές λέξεις σημαίνει ότι προσέχουν και σκέφτονται πολύ πριν γράψουν κάτι».

Παρά ταύτα, οι ηλικιωμένοι άνδρες, σε αντίθεση με τα αγόρια, χρησιμοποιούν κατά την αυτό-παρουσίασή τους στο MySpace περισσότερο άρθρα και μεγάλες λέξεις (λέξεις μεγαλύτερες των έξι χαρακτήρων) (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 652). Στην ίδια γραμμή παρατάσσονται και τα ευρήματα των Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006), καθώς φάνηκε ότι οι άνδρες «bloggers» χρησιμοποιούν περισσότερο άρθρα από ότι τα αγόρια. Το γεγονός αυτό δείχνει ότι σε διαδικτυακά περιβάλλοντα οι ενήλικοι άνδρες τείνουν να υιοθετούν ένα πιο επίσημο στυλ γραπτής έκφρασης απ' ότι τα αγόρια. Σύμφωνα με την ερμηνεία που δίδεται από το LIWC, «τα άτομα που χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό άρθρα στο γραπτό τους λόγο τείνουν να σκέφτονται με έναν πιο συγκεκριμένο και απρόσωπο τρόπο» (Pennebaker Conglomerates Inc, n.d.).

Περαιτέρω, τα αποτελέσματα των μελετών φαίνεται να συγκλίνουν και ως προς τις διαφορές μεταξύ του στυλ γραπτής έκφρασης των γυναικών και των κοριτσιών, σε διαδικτυακά περιβάλλοντα. Τα κορίτσια τείνουν να χρησιμοποιούν στο MySpace

περισσότερο από ότι οι ηλικιωμένες γυναίκες, αυτό-αναφορές και αρνητικές συναισθηματικά λέξεις (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 652). Οι ηλικιωμένες γυναίκες, παρουσιάζονται να χρησιμοποιούν περισσότερο άρθρα και μεγάλες λέξεις κατά την αυτό-παρουσίαση τους στο MySpace. Αντίθετα, τα κορίτσια «bloggers» εντοπίστηκε να χρησιμοποιούν περισσότερο συντομογραφίες από ότι οι γυναίκες (Schler, Koppel, Argamon, & Pennebaker, 2006). Και στις δύο έρευνες, φαίνεται τα κορίτσια να χρησιμοποιούν ένα ανεπίσημο και προσωπικό στυλ γραπτής έκφρασης, ενώ οι γυναίκες παρουσιάζουν ένα πιο επίσημο στυλ γραπτής έκφρασης, αφού χρησιμοποιούν περισσότερα άρθρα και μεγάλες λέξεις.

Η ενυπάρχουσα βιβλιογραφία (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009; Schler, Koppel, Argamon, & Pennebaker, 2006) εντοπίζει αρκετές διαφορές στον τρόπο γραπτής αυτό-παρουσίασης και με γνώμονα τον παράγοντα ηλικία. Φάνηκε ότι, οι έφηβοι (13-19 ετών) χρήστες του MySpace χρησιμοποιούν, στη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους, σημαντικά περισσότερο από ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες (60 ετών και άνω) αυτό-αναφορές, αρνητικές συναισθηματικά λέξεις και γνωστικές λέξεις (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 651). Φαίνεται, τα αποτελέσματα των ερευνών να βρίσκονται σε συμφωνία, καθώς οι Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006) με τη σειρά τους εντόπισαν ότι καθώς η ηλικία ενός «blogger» μειώνεται τότε αυξάνεται η συχνότητα εμφάνισης αρνητικών συναισθηματικά λέξεων στο γραπτό του λόγο. Του λόγου του αληθές, τα νέα άτομα φαίνεται ότι σε διαδικτυακά περιβάλλοντα γραφούν περισσότερο για τον εαυτό τους, με έναν πιο συναισθηματικό τρόπο από ότι οι ενήλικες. Ομολογουμένως, το γεγονός ότι οι νέοι περιλαμβάνουν στο γραπτό τους λόγο πολλές αυτό-αναφορές δείχνει ότι ενδιαφέρονται, περισσότερο από ότι οι ενήλικες, να προβάλλουν τον εαυτό τους και τα συναισθήματα τους εντός του κοινωνικού τους δικτύου. Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγει και η Boyd (as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 651), αναφέροντας ότι «οι έφηβοι στο MySpace εναποθέτουν μεγάλη προσπάθεια για να οικοδομήσουν μια κατάλληλη διαδικτυακή ταυτότητα».

Αντίθετα, οι ηλικιωμένοι χρήστες του MySpace εντοπίστηκε να χρησιμοποιούν, κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους, περισσότερο από ότι οι έφηβοι άρθρα και μεγάλες λέξεις (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 651). Διαπιστώνοντας ότι οι έφηβοι «bloggers» χρησιμοποιούν περισσότερο από ότι οι ενήλικες συντομογραφίες στο γραπτό τους λόγο, φαίνεται ότι οι έφηβοι, γενικά, τείνουν να γράφουν με ένα πιο απλό και γραμματικά πενιχρό στυλ. Άλλωστε, οι ερευνητές (Schler, Koppel, Argamon, & Pennebaker, 2006) συνάγουν το συμπέρασμα ότι «οι συντομογραφίες είναι ένα σαφές χαρακτηριστικό γνώρισμα της

νεολαίας». Κάτι τέτοιο διαπιστώνεται και στην έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 652), όπου οι έφηβοι χρήστες του MySpace εντοπίστηκε να χρησιμοποιούν συντομογραφίες και ελλιπείς προτάσεις. Από την άλλη, το γεγονός ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες του MySpace χρησιμοποιούν περισσότερο άρθρα και μεγάλες λέξεις δείχνει ότι γράφουν με ένα πιο επίσημο στυλ γραπτής έκφρασης, το οποίο είναι πιο κοντά στο στυλ συγγραφής μιας επίσημης επιστολής (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 652).

Εν ολίγοις, τα ευρήματα των ερευνών φαίνεται (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009; Schler, Koppel, Argamon, & Pennebaker, 2006) να συγκλίνουν προς την άποψη ότι οι νέοι τείνουν σε διαδικτυακά περιβάλλοντα να γράφουν περισσότερο για τον εαυτό τους, με ένα πιο ανεπίσημο στυλ γραπτής έκφρασης. Το γεγονός αυτό φανερώνει ότι οι νέοι ανησυχούν για τη διαμόρφωση της ιδανικής διαδικτυακής τους ταυτότητας. Ωστόσο, κάτι τέτοιο δε φαίνεται να ισχύει ούτε για τους ηλικιωμένους χρήστες του MySpace, αλλά ούτε και για τους ενήλικες «bloggers».

Ακόμα μια ερμηνεία, είναι το γεγονός ότι οι νέοι μπορεί με την αποκάλυψη προσωπικών τους στοιχείων να ενδιαφέρονται να προσελκύσουν άτομα με τα οποία φαίνεται να έχουν κοινά ενδιαφέροντα. Η χρησιμοποίηση αυτό-αναφορών, και ειδικά η χρησιμοποίηση του πρώτου προσώπου ενικού «εγώ», είναι ένας από τους καλύτερους δείκτες ειλικρίνειας (Pennebaker, 2002, σελ. 8). Έτσι, η εκδήλωση αυτού του είδους ειλικρίνειας είναι πιθανόν να ενθαρρύνει την αποδοχή φιλίας από ένα άλλο άγνωστο άτομο, αναπτύσσοντας ένα άτομο το κοινωνικό του δίκτυο. Η Boyd (as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 645) αναφέρει ότι οι έφηβοι χρήστες του MySpace ενδιαφέρονται να δομήσουν μια διαδικτυακή ταυτότητα που θα εγκριθεί από τους συνομηλίκους τους. Αντίθετα, οι ηλικιωμένοι χρήστες του MySpace, καθώς και οι ενήλικες «bloggers» γράφουν με ένα επίσημο και απρόσωπο στυλ. Θα μπορούσε να είναι μια πιθανή εξήγηση για το γεγονός ότι οι έφηβοι (13-19 ετών) έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερους φίλους απ' ό,τι οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) χρήστες του MySpace (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 648).

Τελευταίο, αλλά όχι αμελητέο, οι ερευνητές Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 651) τονίζουν ότι η χρησιμοποίηση αυτό-αναφορών και αρνητικών συναισθηματικά λέξεων στη γραπτή αυτό-παρουσίαση των εφήβων στο MySpace, ομολογεί τα έντονα συναισθήματα που δύναται να βιώνουν κατά την εφηβική ηλικία.

Εν κατακλείδι, ολιστικά οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 653) συναθροίζοντας τα ευρήματα τους καταλήγουν ότι, «οι ηλικιακές διαφορές ως προς τον τρόπο αυτό-

παρουσίασης δείχνουν ότι οι διαφορετικές ηλικιακές ομάδες μπορεί να έχουν διαφορετικά κίνητρα και στόχους κατά τη δημιουργία του προφίλ τους». Επιπλέον, οι Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006) συνάγουν το γενικό συμπέρασμα ότι το στυλ γραπτής έκφρασης διαφοροποιείται ανάλογα με την ηλικία.

#### **2.4.3 Ηλικιακές διαφορές ως προς τη χρησιμοποίηση δραστηριοτήτων επικοινωνίας**

Στο παρόν υποκεφάλαιο γίνεται λόγος για έρευνες που διερεύνησαν ηλικιακές διαφορές ως προς τη χρησιμοποίηση δραστηριοτήτων επικοινωνίας, τόσο κατευθυνόμενων όσο και μη κατευθυνόμενων, σε διαδικτυακά περιβάλλοντα. Παρά αυτού του σημείου, έχει ήδη επισημανθεί ότι η αλληλεπίδραση δια μέσου των δραστηριοτήτων επικοινωνίας είναι εχέγγυα για τη δημιουργία και διατήρηση του κοινωνικού κεφαλαίου σε διαδικτυακά περιβάλλοντα, και κάθε κατηγορία δραστηριοτήτων επηρεάζει διαφορετικά το κοινωνικό δίκτυο και το κοινωνικό κεφάλαιο ενός χρήστη.

Εν πρώτοις, αναφέρονται επιγραμματικά οι έρευνες για τις οποίες γίνεται αναφορά, κάνοντας μια νύξη στους σκοπούς κάθε έρευνας, αντίστοιχα. Η έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009), διερεύνησε ηλικιακές διαφορές ως προς τη χρησιμοποίηση δραστηριοτήτων επικοινωνίας μεταξύ εφήβων (13-19 ετών) και ηλικιωμένων (60 ετών και άνω) εντός της διαδικτυακής κοινότητας MySpace. Άλλη μια έρευνα, που διερεύνησε ηλικιακές διαφορές ως προς τη χρησιμοποίηση δραστηριοτήτων επικοινωνίας, είναι αυτή των Quinn, Chen, και Mulvenna (2011), η οποία αφορά στη διαδικτυακή κοινότητα Facebook. Κυριότερα, επιδίωξαν να αναλύσουν τις διαφορές στη συμπεριφορά των νέων (15-30 ετών) και ηλικιωμένων (50 ετών και άνω) χρηστών (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 266). Τέλος, τα αποτελέσματα ακόμη μιας έρευνας που συσχετίζονται με τα αποτελέσματα των άλλων ερευνών, είναι αυτή του National Geographic Society (Wellman, Haase, Witte, & Hampton, 2001).

Σύμφωνα με τον παράγοντα ηλικία, οι Quinn, Chen, και Mulvenna (2012) αποφάνθηκαν ότι οι νέοι χρήστες του Facebook χρησιμοποιούν περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα την παροχή σχολίων (Comments) και απαντήσεων. Φαίνεται τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας να έρχονται σε συμφωνία με τα αποτελέσματα της έρευνας των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 650), οι οποίοι με τη σειρά τους εντόπισαν ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες στο MySpace έχουν λιγότερα σχόλια στο προφίλ τους από ότι οι έφηβοι, καθώς είναι μια δραστηριότητα που ελάχιστα χρησιμοποιούν. Ομοίως, συγκρίνοντας τους νέους και τους ηλικιωμένους χρήστες του Facebook καταδείχθηκε ότι, είναι πιο πιθανό

οι νέοι «να κάνουν σχόλια και σχεδόν υφίστανται διπλάσιες πιθανότητες να δημοσιεύσουν απαντήσεις σε σχέση με τους ηλικιωμένους χρήστες (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 270). Εντούτοις, καταδείχθηκε ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες «δημοσιεύουν στον τοίχο άλλων χρηστών στο διπλάσιο απ' ότι οι νέοι χρήστες, ενώ οι νέοι χρήστες κάνουν περισσότερα σχόλια στην κατάσταση κάποιου άλλου χρήστη» (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 270).

Λαμβάνοντας υπόψη τον παράγοντα φύλο, φάνηκε ότι τα κορίτσια εφηβικής ηλικίας είναι αυτά που λαμβάνουν τα περισσότερα σχόλια στο προφίλ τους, εντός του MySpace (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 650). Συγκρίνοντας τους χρήστες αντίθετου φύλου, δεν εντοπίστηκε καμία διαφορά μεταξύ των σχολίων που λαμβάνουν τα αγόρια και τα κορίτσια στο MySpace. Ωστόσο, φάνηκε ότι οι ηλικιωμένες γυναίκες του MySpace να λαμβάνουν πολύ περισσότερα σχόλια στο προφίλ τους, από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 651). Τέλος, ορισμένες διαφορές εντοπίστηκαν και κατά τη σύγκριση του αριθμού των σχολίων που λαμβάνουν στο προφίλ τους οι χρήστες του ίδιου φύλου. Οι ερευνητές Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 650) αναφέρουν ότι, «τα κορίτσια λαμβάνουν περισσότερα σχόλια στο προφίλ τους από ό, τι οι ηλικιωμένες γυναίκες και τα αγόρια λαμβάνουν περισσότερα σχόλια στο προφίλ τους από ό, τι οι ηλικιωμένοι άνδρες».

Σημαντικά μεγάλη διαφορά εντοπίζεται ως προς τη συχνότητα χρησιμοποίησης των υπέρ-μέσων (Hypermedia) μεταξύ των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών του Facebook. Ειδικότερα, οι ερευνητές (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 271) κατέληξαν ότι η χρησιμοποίηση υπέρ-μέσων (βίντεο, φωτογραφίες κτλ.) γίνεται με υψηλότερη συχνότητα από τους ηλικιωμένους χρήστες στο Facebook. Αντίθετα, τα αποτελέσματα της έρευνας των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 650) έδειξαν ότι οι έφηβοι χρησιμοποιούν περισσότερο μουσική και βίντεο στο προφίλ τους στο MySpace, από ότι οι ηλικιωμένοι (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 650). Φαίνεται, ότι τα ευρήματα των δύο αυτών ερευνών να έρχονται σε αντίθεση.

Από τη μια πλευρά, διαπιστώθηκε ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες του Facebook χρησιμοποιούν δραστηριότητες που είναι πιο εξελιγμένες, σε σχέση με τους νέους χρήστες (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 271). Από την άλλη πλευρά, οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 650) διαπιστώνουν ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες του MySpace είναι απρόθυμοι, σε σχέση με τους έφηβους, να χρησιμοποιήσουν βίντεο και μουσική, κάτι που



«μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι είναι λιγότερο εξοικειωμένοι με αυτό το είδος της τεχνολογίας».

Ως προς τον παράγοντα φύλο, εντοπίστηκε ότι στο MySpace «τα αγόρια δημοσιεύουν πιο συχνά μουσική από ότι τα κορίτσια, και οι γυναίκες δημοσιεύουν πιο συχνά μουσική και βίντεο στο προφίλ τους από ότι οι άνδρες» (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 650).

Η χρησιμοποίηση των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε διαδικτυακά περιβάλλοντα, φαίνεται να είναι μια από τις πιο συχνά χρησιμοποιούμενες δραστηριότητες επικοινωνίας, από μέρους των ηλικιωμένων ατόμων (Seniors Online, as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 645). Προς την ίδια διαπίστωση οδηγήθηκε και η έρευνα επισκόπησης National Geographic Society 2000, όπου οι αμερικανοί ενήλικες εντοπίστηκε να χρησιμοποιούν περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (E-mail) (Wellman, Haase, Witte, & Hampton, 2001, σελ. 441).

Σημαντικές ηλικιακές διαφορές φαίνεται να εντοπίζονται και ως προς τη χρησιμοποίηση της δραστηριότητας ιστολογίων (Blogs) μεταξύ των εφήβων και των ηλικιωμένων χρηστών του MySpace. Ειδικότερα, διακρίθηκε ότι πάνω από τους μισούς έφηβους στο δείγμα είχαν αναρτήσει ιστολόγια στο προφίλ τους στο MySpace, ενώ μόλις το ένα τέταρτο των ηλικιωμένων το είχε πράξει (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 649). Όπως ήδη έχει αναφερθεί τα ιστολόγια είναι μια μορφή αυτό-παρουσίασης. Άρα, οι έφηβοι χρήστες του MySpace φαίνεται να δημοσιεύουν περισσότερο ιστολόγια καθώς ενδιαφέρονται να δομήσουν μια ιδανική διαδικτυακή ταυτότητα. Σύμφωνα τους ερευνητές Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009 σελ. 650), οι ηλικιωμένοι χρήστες του MySpace είναι λιγότερο ανήσυχοι για τη διαμόρφωση της διαδικτυακής τους ταυτότητας.

Έχοντας ως γνώμονα τον παράγοντα φύλο, οι ερευνητές Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 650) εντόπισαν ότι «τα κορίτσια στο MySpace αναρτούν πιο συχνά και περισσότερο ιστολόγια από ότι τα αγόρια».

Ως γενικό συμπέρασμα, η έρευνα των Quinn, Chen, και Mulvenna (2011) καταλήγει ότι υφίστανται αρκετές διαφορές ως προς τη συχνότητα χρησιμοποίησης διαφορετικών δραστηριοτήτων επικοινωνίας μεταξύ των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών του Facebook. Οι νεότεροι χρήστες του Facebook υιοθετούν δραστηριότητες πιο συχνά από τους ηλικιωμένους χρήστες (Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 271). Στο ίδιο γενικό συμπέρασμα φαίνεται να οδηγείται και η έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009), καθώς

συναθροίζει ότι οι έφηβοι χρησιμοποιούν μια ποικιλία των διαθέσιμων δραστηριοτήτων στο MySpace, και άρα είναι πιο δραστήριοι από τους ηλικιωμένους χρήστες, έχοντας διαφορετικές προτιμήσεις και κίνητρα από τη χρησιμοποίηση της διαδικτυακής κοινότητας. Το γεγονός ότι οι έφηβοι του MySpace είναι πιο δραστήριοι, εναποθέτοντας μεγάλη προσπάθεια για την αυτό-παρουσίαση τους, φαίνεται να σχετίζεται με το γεγονός ότι έχουν πιο ανεπτυγμένο κοινωνικό δίκτυο και κοινωνικό κεφάλαιο από ότι οι ηλικιωμένοι (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 653)

Παρά ταύτα, τα ευρήματα των Quinn, Chen, και Mulvenna (2011) και των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) φαίνεται να είναι διαφορούμενα ως προς τη χρησιμοποίηση των υπέρ-μέσων εκ μέρους των ηλικιωμένων χρηστών, στα διαφορετικά διαδικτυακά περιβάλλοντα. Από τη μια πλευρά οι ηλικιωμένοι χρήστες του MySpace φαίνεται να μη χρησιμοποιούν δραστηριότητες όπως είναι η ανάρτηση βίντεο, μουσικής κτλ. Από την άλλη πλευρά, οι Quinn, Chen, και Mulvenna (2011) εντοπίζουν ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες του Facebook, σε αντίθεση με τους ηλικιωμένους χρήστες του MySpace, τείνουν να υιοθετούν περισσότερο από ότι οι νέοι δραστηριότητες που είναι πιο εξελιγμένες, όπως το βίντεο και η μουσική.

#### **2.4.4 Κοινωνική στήριξη σε διαδικτυακές κοινότητες απώλειας σωματικού βάρους**

Είναι κρίσιμο το γεγονός ότι στην ενυπάρχουσα βιβλιογραφία δεν υπάρχει μια δόκιμη ερμηνεία της κοινωνικής στήριξης που παρέχεται σε διαδικτυακά περιβάλλοντα προσανατολισμένα προς την απώλεια σωματικού βάρους (Williams, Barclay, & Schmied, as cited in Hwang et al., 2010, σελ. 4). Έχει αναφερθεί ήδη ότι, ο πρωταρχικός σκοπός των περισσότερων εκ των διαδικτυακών κοινοτήτων για την υγεία είναι η παροχή κοινωνικής στήριξης στο χρήστη από ομότιμους αλλά και από επαγγελματίες ιατρικούς συμβούλους. Το ερευνητικό ενδιαφέρον στρέφεται προς τη διερεύνηση του ρόλου που διαδραματίζουν οι ομότιμοι στους στόχους που θέτει ένα άτομο για την απώλεια σωματικού βάρους. Ακολούθως, παρουσιάζονται και αντιπαραβάλλονται τα κυριότερα ευρήματα ερευνών που ασχολήθηκαν με την υπό συζήτηση θεματική.

Εν πρώτοις, στα πλαίσια της έρευνας τους οι Maitland και Chalmers (2011) διερεύνησαν την κοινωνική στήριξη που παρέχεται από ομότιμους, σε ένα δείγμα ανδρών και γυναικών ηλικίας 21-74 ετών. Τον ίδιο προσανατολισμό είχε και η έρευνα των Hwang et al. (2010, σελ. 1), οι οποίοι επιδίωξαν να διερευνήσουν και να περιγράψουν την κοινωνική στήριξη που ανταλλάσσεται μεταξύ γυναικών (μέση ηλικία 39) και άλλων μελών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Οι ερευνητές Hwang et al. (2010, σελ. 7) εντόπισαν ότι τα μέλη της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» ενδιαφέρονται σε γενικές γραμμές να γνωρίζουν άτομα με τα οποία έχουν κοινά προβλήματα και στόχους (έμμεσες σχέσεις). Αυτό, ίσως, να οφείλεται στο γεγονός ότι οι ομότιμοι τους, δηλαδή τα άτομα με το ίδιο πρόβλημα, δύναται να τους παρέχουν νέες και χρήσιμες πληροφορίες, κοινές εμπειρίες και συμβουλές που άλλα άτομα από το φυσικό τους κόσμο δε θα μπορούσαν να τους παρέχουν (οικογένεια, φίλοι). Ταυτόχρονα, η διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople», δύναται εν μέρει, λόγω του προσανατολισμού της να ενθαρρύνει και να παροτρύνει αλληλεπιδράσεις με άτομα με τα οποία ο χρήστης συνδέεται με έμμεσο τρόπο (κοινοί στόχοι).

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα των Hwang et al. (2010), δηλώνουν ότι οι διάφορες αλληλεπιδράσεις τους δίνουν τη δυνατότητα να αισθάνονται ότι λαμβάνουν ενθάρρυνση ή κίνητρα. Η ανταλλαγή των κοινών εμπειριών και συμβουλών, μεταξύ ενός χρήστη και μιας έμμεσης σχέσης, φαίνεται να είναι ένα κίνητρο για τα άτομα ώστε να ενθαρρυνθούν για να επιτύχουν τους στόχους τους. Χαρακτηριστικό είναι το απόσπασμα από μια συνέντευξη, το οποίο παρατίθεται πιο κάτω:

«Μοιράστηκαν ένα πρόβλημα που με έκανε να σκεφτώ τρόπους για να βοηθήσω, και βοηθώντας τους βοήθησα τον εαυτό μου πάρα πολύ να μάθω» (Hwang et al., 2010, σελ. 7).

Στο ίδιο γενικό συμπέρασμα φαίνεται να οδηγούνται και οι Maitland και Chalmers (2011, σελ. 319), αφού εντόπισαν ότι οι ηλικιωμένες γυναίκες κατά τις συνομιλίες τους αντάλλαζαν συμβουλές σχετικές με την απώλεια σωματικού βάρους. Άλλωστε την ίδια άποψη φαίνεται να έχουν και οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 645), οι οποίοι αναφέρουν ότι οι ηλικιωμένοι χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο τα διαδικτυακά περιβάλλοντα για την ανταλλαγή πληροφοριών.

Επιπλέον, εντοπίστηκε ότι τα μέλη της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» τείνουν να «καταναλώνουν» πληροφορίες, διαβάζοντας ιστολόγια στην προσωπική σελίδα (SparkPage) άλλων μελών. Για παράδειγμα, οι συμμετέχοντες στην έρευνα ανέφεραν ότι ενθαρρύνονται και υποκινούνται από την ανάγνωση της ιστορίας κάποιου στην προσπάθεια του να χάσει βάρος (Hwang et al., 2010, σελ. 5). Τεκμήριο αποτελεί το πιο κάτω απόσπασμα συνέντευξης:

«Βλέποντας τι μπορούν να καταφέρουν τα άλλα άτομα που είναι στην ίδια κατάσταση μπορεί να σε ενθαρρύνει να δοκιμάσεις πράγματα που πίστευες ότι ήταν αδύνατο να κάνεις» (Hwang et al., 2010, σελ. 6).

Επιπλέον, τα μέλη της κοινότητας αναφέρουν ότι νιώθουν πώς κανείς από την κοινότητα δε θα τους κρίνει αρνητικά για μια ιστορία αποτυχίας ή για τα εμπόδια που μπορεί να αντιμετωπίζουν. Οι ίδιοι αναφέρουν ότι:

«Στήριξη και κατανόηση χωρίς επίκριση από ανθρώπους με το ίδιο πρόβλημα» (Hwang et al., 2010, σελ. 7).

Η αναγνώριση της επιτυχίας φαίνεται να διαμεσολαβεί στην ανταλλαγή κοινωνικής στήριξης μεταξύ των μελών διαδικτυακών κοινοτήτων για την απώλεια σωματικού βάρους. Οι ερευνητές Hwang et al. (2010, σελ. 6) κατέληξαν ότι όταν άλλα μέλη της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» αναγνωρίζουν την επιτυχία ενός ατόμου, τότε το εν λόγω άτομο ενθαρρύνεται για να συνεχίσει ώστε να φτάσει στον τελικό σκοπό.

Φαίνεται ότι μέσα από την κατανάλωση, μετάδοση περιεχομένου αλλά και την ένα προς ένα επικοινωνία (Κατευθυνόμενη επικοινωνία) τα μέλη της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» ανταλλάζουν συμβουλές, κοινές εμπειρίες και αναγνωρίζουν τις επιτυχίες ενός ατόμου στους στόχους του να χάσει βάρος. Κατά αυτόν τον τρόπο, αμφίδρομα ανταλλάσσεται η κοινωνική στήριξη μεταξύ των μελών της εν λόγω διαδικτυακής κοινότητας. Εντούτοις, το σημαντικότερο συμπέρασμα εξ όλων είναι το γεγονός ότι τα μέλη της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» αλληλεπιδρούν περισσότερο με άτομα με τα οποία έχουν κοινούς στόχους ή προβλήματα, καθώς αυτά τα άτομα δύναται να τους παρέχουν περισσότερη στήριξη από ότι οι άμεσες σχέσεις, σχέσεις από το φυσικό τους κόσμο.

Άρα, είναι πιο πιθανό το κοινωνικό δίκτυο των μελών της επί συζήτηση διαδικτυακής κοινότητας να αποτελείται από έμμεσες σχέσεις. Άλλωστε, οι ίδιοι οι ερευνητές Hwang et al. (2010, σελ. 9) συναθροίζουν ότι εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» τα άτομα έχουν περισσότερα οφέλη από το ασαφές κοινωνικό δίκτυο (Implicit affinity network). Υπό αυτήν την άποψη, σημαίνει ότι τα μέλη της εν λόγω κοινότητας έχουν πιο ανεπτυγμένο το κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης (Bridging social capital), ένα όφελος που έχουν τα μέλη από την αλληλεπίδραση τους με τις έμμεσες σχέσεις τους. Επομένως, δε θα ήταν πλάνη να υποστηρίξουμε ότι το κοινωνικό δίκτυο των ατόμων αυτών αποτελείται από περισσότερες έμμεσες σχέσεις.

### 3 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

#### 3.1 Ερευνητικά ερωτήματα

Η παρούσα έρευνα θέτει ως κύριο σκοπό, τη διερεύνηση πιθανών ηλικιακών διαφορών ή ομοιοτήτων ως προς τον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» από ηλικιωμένους (60 ετών και άνω) και νέους χρήστες (18-22 ετών).

Υπό τον προαναφερθέντα ερευνητικό σκοπό τίθενται τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

1. Διερεύνηση ηλικιακών διαφορών ή ομοιοτήτων μεταξύ των νέων και ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», ως προς τον αριθμό των φίλων τους.
2. Διερεύνηση ηλικιακών διαφορών ή ομοιοτήτων μεταξύ των νέων και ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», ως προς το γένος των φίλων τους.
3. Διερεύνηση ηλικιακών διαφορών ή ομοιοτήτων ως προς τον τρόπο με τον οποίον παρουσιάζουν τον εαυτό τους (Self-representation) στην προσωπική τους σελίδα «SparkPage», οι νέοι και οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».
4. Διερεύνηση ηλικιακών διαφορών ή ομοιοτήτων ως προς τις δραστηριότητες επικοινωνίας που υιοθετούν οι νέοι και οι ηλικιωμένοι χρήστες στην προσωπική τους σελίδα «SparkPage».
5. Διερεύνηση πιθανών διαφορών ή ομοιοτήτων στην ανάπτυξη του κοινωνικού δικτύου και του κοινωνικού κεφαλαίου μεταξύ των νέων και ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».
6. Κατά πόσο η ηλικία είναι ένας ανθρώπινος παράγοντας που επηρεάζει τον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople»;

Επί του παρόντος, να επισημανθεί ότι στην παρούσα έρευνα λαμβάνονται υπόψη οι παράγοντες ηλικία και φύλο. Επίσης, συνυπολογίζεται το γεγονός ότι το δείγμα αφορά σε άτομα που επιθυμούν έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής. Ανεξαρτήτως ηλικίας και φύλου, εν μέρει, οι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» έχουν έναν κοινό στόχο, την απώλεια σωματικού βάρους.

## 3.2 Εργαλεία συλλογής και ανάλυσης δεδομένων

Καταρχήν, είναι κρίσιμο να αναφερθεί ότι τα υπό συλλογή δεδομένα ήταν κυρίως δευτερογενή. Δηλαδή, συλλέχθηκαν δεδομένα που ήδη υπήρχαν στην προσωπική σελίδα των νέων (18-22 ετών) και των ηλικιωμένων χρηστών (60 ετών και άνω) της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Μια εκ των επιδιώξεων της έρευνας αυτής ήταν η συλλογή και πρωτογενών δεδομένων, δεδομένων που δεν προϋπήρχαν στην προσωπική σελίδα των χρηστών. Αυτό θα ήταν εφικτό υπό διαδικτυακή επισκόπηση (Internet survey) με εργαλείο συλλογής δεδομένων το δομημένο ερωτηματολόγιο (Βλέπε: Παράρτημα 6.1), η κατασκευή του οποίου βασίστηκε στην κατηγοριοποίηση των δραστηριοτήτων επικοινωνίας όπως αυτή δίδεται από τους Burke, Kraut, και Marlow (2011, σελ. 572). Εάν και η διαδικτυακή επισκόπηση προγραμματίστηκε και το ερωτηματολόγιο δομήθηκε, ωστόσο λόγω αρκετών περιορισμών και προκλήσεων που παρεμβλήθηκαν δεν πραγματοποιήθηκε.

Τα δευτερογενή δεδομένα ήταν τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά. Τα ποσοτικά δεδομένα αφορούσαν στον αριθμό και το γένος των φίλων των χρηστών. Από την άλλη, τα ποιοτικά δεδομένα αφορούσαν στο εισαγωγικό κείμενο (Introduction text) υπό το οποίο οι χρήστες παρουσιάζουν τον εαυτό τους στην προσωπική τους σελίδα, καλωσορίζοντας έτσι αυτούς που επισκέπτονται τη σελίδα τους. Για τη συλλογή των εν λόγω δεδομένων δεν αξιοποιήθηκε οποιοδήποτε διαδικτυακό πρόγραμμα ανίχνευσης δεδομένων (Web crawler) αλλά ακολουθήθηκε μια μη αυτοματοποιημένη διαδικασία, ενώ κατά την ανάλυση και συζήτηση των δεδομένων λαμβάνεται υπόψη και διερευνάται ο παράγοντας πλαίσιο, όπου αυτό θεωρείται ότι χρίζει ενδιαφέροντος. Σε αυτήν την έρευνα όταν αναφερόμαστε στον παράγοντα πλαίσιο εννοούμε τα καθορισμένα όρια, μέσα στα οποία υπάρχει ή συμβαίνει.

Στο κείμενο που ακολουθεί έπεται μια σύντομη και περιεκτική περιγραφή των κυριότερων εργαλείων συλλογής και ανάλυσης τόσο των ποσοτικών όσο και των ποιοτικών δεδομένων.

### 3.2.1 Εργαλεία συλλογής δεδομένων

Εργαλείο συλλογής των πρωτογενών δεδομένων, θα αποτελούσε ένα τυποποιημένο ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο που θα σύλλεγε δεδομένα με την ίδια μορφή από όλους τους συμμετέχοντες (Babbie, 2010, σελ. 254). Το ερωτηματολόγιο (Βλέπε: Παράρτημα 6.1) (αυτό-χορηγούμενο) θα χορηγείτο στους 100 χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας, αποστέλλοντας τους την αντίστοιχη διεύθυνση URL (Uniform resource locator-<http://kwiksurveys.com/s.asp?sid=gu9alsgqaslbtdq27520>) μέσω μηνύματος ηλεκτρονικού

ταχυδρομείου (SparkMail). Υπό τη διαδικτυακή επισκόπηση (Internet survey) επιδιωκόταν να διερευνηθούν ηλικιακές διαφορές ή ομοιότητες ως προς τις δραστηριότητες επικοινωνίας που υιοθετούν οι νέοι και οι ηλικιωμένοι χρήστες στην προσωπική τους σελίδα «SparkPage».

### 3.2.2 Εργαλεία ανάλυσης δεδομένων

Για την ανάλυση του κειμένου αυτό-παρουσίασης των χρηστών αξιοποιήθηκε το λογισμικό πρόγραμμα LIWC (Linguistic inquiry and word count), υπό το οποίο πραγματοποιήθηκε ποσοτική ανάλυση περιεχομένου (Quantitative content analysis). Το συγκεκριμένο πρόγραμμα ανάλυσης κειμένου

«κατασκευάστηκε από τους Pennebaker, Booth, και Francis, και έχει τη δυνατότητα να υπολογίζει το ποσοστό (%) στο οποίο οι άνθρωποι χρησιμοποιούν διάφορες κατηγορίες λέξεων σε ένα ευρύ φάσμα κειμένων» (LIWC Inc., n.d).

Συγκεκριμένα, για κάθε υπό ανάλυση κείμενο το λογισμικό πρόγραμμα LIWC υπολογίζει το ποσοστό (%) στο οποίο χρησιμοποιούνται αυτό-αναφορές (Self-references), κοινωνικές λέξεις (Social words), θετικές συναισθηματικά λέξεις (Positive emotion words), αρνητικές συναισθηματικά λέξεις (Negative emotion words), γνωστικές λέξεις (Overall cognitive words), άρθρα (Articles) και μεγάλες λέξεις, λέξεις μεγαλύτερες των έξι γραμμάτων (Big words, words with more than six letters) (LIWC Inc., n.d). Οι προαναφερθείσες επτά κατηγορίες λέξεων συνδέονται με κάποιες λέξεις από ένα προκαθορισμένο λεξικό (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009). Στον Πίνακα 1 φαίνονται οι λέξεις που συνδέονται με κάθε μια από τις επτά κατηγορίες λέξεων.

**Πίνακας 1: Παραδείγματα λέξεων για κάθε κατηγορία του LIWC**

Κατηγορίες	Παραδείγματα λέξεων	Αριθμός λέξεων που συνδέονται με κάθε κατηγορία
Αυτό-αναφορές	Εγώ, εμείς, εμένα	20
Κοινωνικές λέξεις	Συζήτηση, εμάς, φίλος	314
Θετικές συναισθηματικά λέξεις	Ευτυχισμένος, όμορφο, καλά	261
Αρνητικές συναισθηματικά λέξεις	Μίσος, άχρηστο, εχθρός	345
Γνωστικές λέξεις	Αιτία, ξέρω, όφειλε	312
Άρθρα	Μία, ένας, το	3
Μεγάλες λέξεις	Λέξεις μεγαλύτερες των έξι χαρακτήρων	-

Πηγή: Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009

Να αναφερθεί ότι το πρόγραμμα LIWC δίνει την ερμηνεία των επτά αυτών κατηγοριών λέξεων όπως φαίνεται στον Πίνακα 2. Η συγκεκριμένη περιγραφή των επτά αυτών κατηγοριών λέξεων χρησιμοποιείται κατά την ανάλυση και συζήτηση των αποτελεσμάτων της παρούσας έρευνας. Υπό την ποσοτική ανάλυση περιεχομένου, αξιοποιώντας το λογισμικό πρόγραμμα LIWC, διερευνώνται ηλικιακές διαφορές ή ομοιότητες ως προς τον τρόπο με τον οποίον παρουσιάζουν τον εαυτό τους οι νέοι και οι ηλικιωμένοι (Self-representation) στην προσωπική τους σελίδα «SparkPage».

**Πίνακας 2: Περιγραφή των επτά κατηγοριών λέξεων του LIWC**

<b>Αυτό-αναφορές</b>	Οι άνθρωποι που χρησιμοποιούν σε υψηλό ποσοστό αυτό-αναφορές τείνουν να είναι πιο ανασφαλείς, νευρικοί και καταθλιπτικοί. Επίσης, τείνουν να είναι πιο ειλικρινείς
<b>Κοινωνικές λέξεις</b>	Κοινωνικές λέξεις είναι λέξεις που αφορούν σε άλλα άτομα (π.χ. αυτοί, αυτή, εμάς, συζήτηση, φίλους). Σε γενικές γραμμές, οι άνθρωποι που χρησιμοποιούν σε υψηλό ποσοστό κοινωνικές λέξεις είναι περισσότερο κοινωνικά συνδεδεμένοι με άλλα άτομα
<b>Θετικές συναισθηματικά λέξεις</b>	Όσο περισσότερο οι άνθρωποι χρησιμοποιούν θετικές συναισθηματικά λέξεις (π.χ. χαρά, αγάπη, καλά), τόσο πιο αισιόδοξοι τείνουν να είναι. Αν αισθάνεστε καλά για τον εαυτό σας, είναι πιο πιθανόν να δείτε τον κόσμο με έναν θετικό τρόπο.
<b>Αρνητικές συναισθηματικά λέξεις</b>	Η χρησιμοποίηση αρνητικών συναισθηματικά λέξεων (π.χ. λυπημένος, φοβισμένος) συνδέεται με το άγχος και τα νεύρα. Οι άνθρωποι που έχουν μια κακή ημέρα είναι πιο πιθανόν να δουν τον κόσμο με έναν αρνητικό τρόπο
<b>Γνωστικές λέξεις</b>	Αυτές είναι λέξεις που αντανακλούν το πόσο οι άνθρωποι σκέφτονται όταν γράφουν για μια θεματική. Παραδείγματα: σκέφτομαι, αναρωτιέμαι, γιατί, γνώση
<b>Άρθρα</b>	Τα άρθρα ένα, μια, το, αντιπροσωπεύουν ένα τεράστιο ποσοστό των λέξεων που χρησιμοποιούμε στο γραπτό μας λόγο. Οι άνθρωποι που χρησιμοποιούν άρθρα σε υψηλό ποσοστό τείνουν να είναι πιο συγκεκριμένοι και απρόσωποι ως προς τον τρόπο σκέψης τους
<b>Μεγάλες λέξεις</b>	Οι άνθρωποι που χρησιμοποιούν σε υψηλό ποσοστό μεγάλες λέξεις τείνουν να είναι λιγότερο συναισθηματικοί και ψυχολογικά αποστασιοποιημένοι

**Πηγή: Pennebaker Conglomerates Inc., nd**

Επιπλέον, για την καταγραφή και στατιστική ανάλυση των δεδομένων, τόσο των ποιοτικών όσο και των ποσοτικών, αξιοποιήθηκε το πρόγραμμα MS Excel. Για τη στατιστική επεξεργασία των δεδομένων χρησιμοποιήθηκαν μέτρα κεντρικής τάσης όπως είναι ο μέσος όρος (Mean), η διάμεση τιμή (Median), το εύρος (Range) και πραγματοποιήθηκε κατανομή σχετικών συχνοτήτων (Relative frequency distribution). Επίσης, εφαρμόστηκαν παραμετρικά (Student's t-test) και μη παραμετρικά τεστ (Mann-Whitney test) σύγκρισης. Όπως αναφέρουν οι Ρούσσοι και Τσαούσης (2002, σελ. 251), η σύγκριση μεταξύ των μέσων όρων ή των



διάμεσων τιμών δύο ομάδων του δείγματος δεν επαρκεί για να εντοπίσουμε εάν η αριθμητική διαφορά είναι και στατιστικά σημαντική, αλλά απαιτείται η εφαρμογή παραμετρικών ή μη παραμετρικών τεστ όταν το δείγμα είναι ανεξάρτητο. Επιπλέον, με τη βοήθεια του προγράμματος MS Excel κατέστη δυνατή η δημιουργία γραφημάτων σύγκρισης μεταξύ διαφορετικών ομάδων του δείγματος.

### **3.3 Διαδικασία συλλογής των δεδομένων**

Πρωτίστως, δημιουργήθηκε ένας λογαριασμός στη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople», και στη συνέχεια εντοπίστηκαν χρήστες που είχαν τις επιθυμητές ηλικίες. Για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας έπρεπε να εντοπιστούν νέοι 18-22 ετών και ηλικιωμένοι 60 ετών και άνω.

Έτσι, αναζητήθηκαν δημοφιλείς ομάδες εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» που απευθύνονταν σε νέους 18-22 ετών και σε ηλικιωμένους 60 ετών και άνω. Στη συνέχεια, από κάθε ομάδα, με τυχαίο τρόπο προσεγγίστηκε η προσωπική σελίδα (SparkPage) κάθε χρήστη ώστε να διαπιστωθεί ότι ήταν ανοικτής πρόσβασης στο ευρύ κοινό, και επίσης ότι η ηλικία του κάθε χρήστη ήταν δυνατόν να προσδιοριστεί μέσα από το περιεχόμενο της προσωπικής του σελίδας. Αυτή η διαδικασία επαναλήφθηκε έως τη συλλογή του επιθυμητού αριθμού χρηστών, των οποίων η ηλικία έμπιπτε στο εύρος των ηλικιών που αναφέρθηκε πιο πάνω. Επιδιώχθηκε στο δείγμα να συμπεριληφθούν όσο το δυνατό χρήστες που εμφανίζονταν να είναι ενεργοί, μέσα από την πρόσφατη ανανέωση της κατάστασης (Status) τους, του εισαγωγικού κειμένου της σελίδας τους και άλλες δραστηριότητες. Κατά αυτόν τον τρόπο η ηλικία που αναφέρουν οι χρήστες στο εισαγωγικό κείμενο της προσωπικής τους σελίδας είναι πιο πιθανόν να ανταποκρίνεται στην πραγματική ηλικία τους, ειδικά όσον αφορά στους νέους ηλικιακά χρήστες (18-22 ετών).

Στη συνέχεια από την προσωπική σελίδα κάθε χρήστη, επιλεγόταν το εισαγωγικό κείμενο (Introduction text) υπό το οποίο παρουσίαζε τον εαυτό του. Επίσης, από την προσωπική σελίδα κάθε χρήστη, υιοθετώντας έναν μη αυτοματοποιημένο τρόπο, καταγράφηκε ο αριθμός και το γένος των φίλων του.

### **3.4 Χαρακτηριστικά δείγματος**

Το μέγεθος του δείγματος ανέρχεται στα 100 άτομα (N=100). Η δειγματοληψία ήταν τυχαία και μη αναλογικά στρωματοποιημένη. Δηλαδή, οι αναλογίες στο δείγμα είναι

διαφορετικές από τον πληθυσμό. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι από τα μέλη της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», τυχαία, επιλέχθηκαν μόνο 50 νέοι (18-22 ετών) και μόνο 50 ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) χρήστες.

Το δείγμα διακρίνεται σε δύο μεγάλες ομάδες των 50 ατόμων. Η πρώτη ομάδα αφορά σε 50 νέους, ηλικίας 18-22 ετών και η δεύτερη ομάδα αφορά σε 50 ηλικιωμένους, ηλικίας 60 ετών και άνω. Η επιλογή και διάκριση του δείγματος της έρευνας αυτής ακολουθεί την ίδια γραμμή πλεύσης με την έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 646). Για σκοπούς σύγκρισης, οι 50 νέοι διακρίνονται σε 25 κορίτσια και 25 αγόρια. Κατά τον ίδιο τρόπο, οι ηλικιωμένοι διακρίνονται σε 25 γυναίκες και 25 άντρες.

### **3.5 Αξιοπιστία-Εγκυρότητα-Ηθικά ζητήματα**

Θεωρείται ότι η συγκεκριμένη έρευνα χαρακτηρίζεται από αξιοπιστία, καθώς εάν τεθεί ξανά σε εφαρμογή χρησιμοποιώντας την ίδια μεθοδολογία είναι πιθανόν να έχουμε τα ίδια αποτελέσματα.

Ως προς την εσωτερική εγκυρότητα, τα εργαλεία συλλογής και ανάλυσης δεδομένων μετρούν αυτό που πρέπει να μετρούν. Κατά συνέπεια, αυτή η έρευνα διέπεται από εσωτερική εγκυρότητα.

Παρόλο που το δείγμα δεν έχει την ίδια σύνθεση με τον πληθυσμό, εφαρμόζοντας δειγματοληπτικά βάρη μπορούμε να διασφαλίσουμε την αντιπροσωπευτικότητα. Ωστόσο, δεν είναι απώτερος σκοπός της παρούσας έρευνας να εξαγάγει γενικεύσιμα συμπεράσματα. Δηλαδή, δεν επιδιώκεται η γενίκευση των ευρημάτων από το δείγμα στον πληθυσμό, αλλά η κατανόηση της συμπεριφοράς και η δόμηση ενός προτύπου συμπεριφοράς των δύο ηλικιακών ομάδων εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Για την εξασφάλιση των ηθικών ζητημάτων, στην παρούσα έρευνα δε γνωστοποιούνται οποιαδήποτε προσωπικά στοιχεία των συμμετεχόντων που να προδίδουν την ταυτότητά τους. Παρόλα αυτά, το δείγμα δε γνωρίζει για τη συμμετοχή του στην παρούσα έρευνα κάτι το οποίο ερευνητικά θα μπορούσε να θεωρηθεί ανήθικο. Εντούτοις, δε θα μπορούσε αυτή η έρευνα να τεθεί με άλλον τρόπο σε εφαρμογή, καθώς στα αρχικά στάδια επικοινωνίας με τους χρήστες, για τη χορήγηση του διαδικτυακού ερωτηματολογίου, η έρευνα αναφέρθηκε ως «ακατάλληλη» από τους χρήστες και έτσι οι διαχειριστές απαγόρευσαν τα μέλη να ενοχλούνται, χωρίς βέβαια άλλη επιλογή.

### **3.6 Διαδικασία ανάλυσης δεδομένων**

Αρχικά, συλλέχθηκαν τα ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα από την προσωπική σελίδα και των 100 χρηστών. Έπειτα, τα ποιοτικά δεδομένα που αφορούσαν στο εισαγωγικό κείμενο αυτό-παρουσίασης των χρηστών έτυχαν ποσοτικής ανάλυσης περιεχομένου, αξιοποιώντας το λογισμικό πρόγραμμα LIWC. Στη συνέχεια, χρησιμοποιώντας το πρόγραμμα MS Excel έγινε καταγραφή των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ποσοτική ανάλυση περιεχομένου.

Παρόμοια, στο πρόγραμμα MS Excel καταγράφηκαν τα ποσοτικά δεδομένα που αφορούσαν στον αριθμό και στο γένος των φίλων των χρηστών. Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε στατιστική επεξεργασία όλων των δεδομένων εντός του προγράμματος MS Excel. Υπολογίστηκαν μέτρα κεντρικής τάσης όπως είναι ο μέσος όρος (Mean), η διάμεση τιμή (Median), το εύρος (Range) και πραγματοποιήθηκε κατανομή σχετικών συχνοτήτων (Relative frequency distribution). Επίσης, εφαρμόστηκαν παραμετρικά (Student's t-test) και μη παραμετρικά τεστ (Mann-Whitney test) για τις συγκρίσεις μεταξύ διαφορετικών ομάδων του δείγματος και εντοπισμό ενδεχόμενων στατιστικά σημαντικών διαφορών.

## **4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ**

Στα πλαίσια αυτής της ενότητας γίνεται ανάλυση και συζήτηση των αποτελεσμάτων της παρούσας έρευνας. Αρχικά, κατά το πρώτο υποκεφάλαιο γίνεται ανάλυση και συζήτηση των αποτελεσμάτων για τη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου (Social network) των νέων (18-22 ετών) και των ηλικιωμένων (60 ετών και άνω) χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Απώτερος σκοπός είναι η διερεύνηση τυχών ηλικιακών διαφορών ή ομοιοτήτων ως προς τον αριθμό και το γένος των φίλων (σχέσεων) με τους οποίους συνδέονται οι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Έπειτα, στο δεύτερο υποκεφάλαιο παρουσιάζονται και σχολιάζονται τα αποτελέσματα της ποσοτικής ανάλυσης περιεχομένου, όπως αυτά έτυχαν στατιστικής επεξεργασίας στο πρόγραμμα MS Excel. Παρουσιάζονται ηλικιακές διαφορές ή ομοιότητες ως προς τον τρόπο διαδικτυακής αυτό-παρουσίασης των νέων και ηλικιωμένων χρηστών, εντός της προσωπικής τους σελίδας (SparkPage).

Είναι σημαντικό, ότι τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συσχετίζονται και αντιπαραβάλλονται με τα ευρήματα άλλων ερευνών στον τομέα της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή (CMC). Παράλληλα, τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής ερμηνεύονται και σύμφωνα με τη θεωρία του κοινωνικού κεφαλαίου. Τέλος, κατά την ανάλυση και συζήτηση όλων των αποτελεσμάτων αυτής της έρευνας, παραθέτονται συγκριτικά γραφήματα.

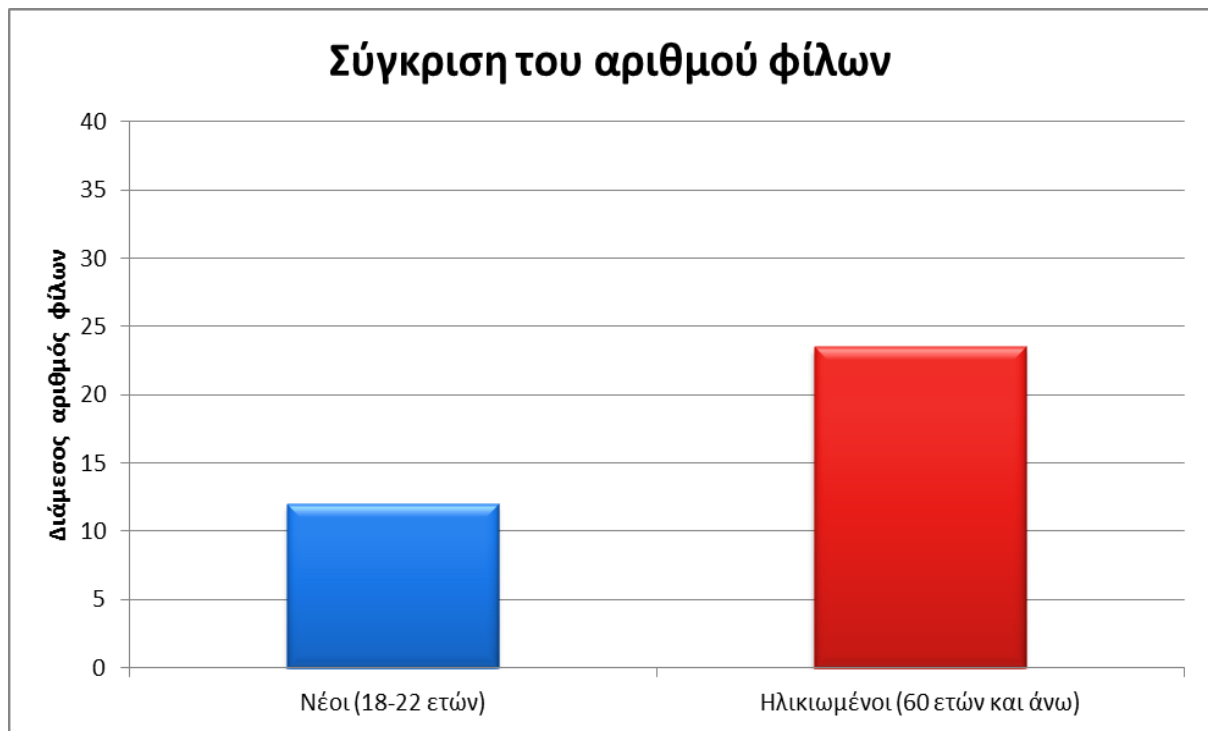
### **4.1 Ηλικιακές διαφορές ως προς τη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου**

#### **4.1.1 Ηλικιακές διαφορές ως προς τον αριθμό των φίλων**

Για τη διερεύνηση ηλικιακών διαφορών ή ομοιοτήτων ως προς το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», συλλέχθηκε ο αριθμός των φίλων με τους οποίους οι χρήστες συνδέονται εντός της κοινότητας. Στο προσεχές κείμενο, γίνεται σύγκριση μεταξύ του αριθμού των φίλων διαφορετικών ομάδων του δείγματος, συνυπολογίζοντας τους παράγοντες ηλικία και φύλο.

Λαμβάνοντας υπόψη τον παράγοντα ηλικία, το Γράφημα 1 παρουσιάζει, αντίστοιχα, το διάμεσο αριθμό φίλων για τους ηλικιωμένους χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας

«SparkPeople» με διάμεση ηλικία (Median) 65 ετών (μέγιστη ηλικία 80 ετών), και το διάμεσο αριθμό φίλων για τους νέους ηλικιακά χρήστες, με διάμεση ηλικία 20 ετών.



Γράφημα 1: Σύγκριση του αριθμού φίλων των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών

Από τη στατιστική επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχθηκαν, φαίνεται ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες (N=50) έχουν διάμεσο αριθμό φίλων 23, ενώ οι νέοι χρήστες (N=50) έχουν διάμεσο αριθμό (Median) φίλων 12. Συγκρίνοντας το διάμεσο αριθμό φίλων των ηλικιωμένων και των νέων χρηστών, διαφαίνεται ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» συνδέονται με περισσότερους φίλους, με μέγιστο αριθμό φίλων 196 (Maximum). Αντίθετα, οι νέοι φαίνεται να έχουν συγκριτικά λιγότερους φίλους από τους ηλικιωμένους, με μέγιστο αριθμό φίλων 134. Ωστόσο, η σύγκριση του διάμεσου αριθμού φίλων των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών δεν επαρκεί για να ορίσουμε αν αυτή η αριθμητική διαφορά μεταξύ του αριθμού των φίλων των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών είναι και στατιστικά σημαντική.

Η σύγκριση μεταξύ των μέσων όρων ή των διάμεσων τιμών των δύο ομάδων του δείγματος δεν επαρκεί για να εντοπίσουμε εάν η αριθμητική διαφορά είναι και στατιστικά σημαντική, αλλά απαιτείται η εφαρμογή παραμετρικών ή μη παραμετρικών τεστ όταν το δείγμα είναι ανεξάρτητο. Λαμβάνοντας υπόψη τους Ρούσσος και Τσαούσης (2002, σελ. 383),

εφαρμόζεται το μη παραμετρικό τεστ Mann-Whitney, καθώς το δείγμα στις δύο ηλικιακές ομάδες είναι ανεξάρτητο και αφού οι διάμεσες τιμές των δύο ομάδων αποκλίνουν κατά πολύ από τις αντίστοιχες μέσες τιμές τους. Το μη παραμετρικό τεστ Mann-Whitney δείχνει ότι οι ηλικιωμένοι έχουν σημαντικά περισσότερους φίλους εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» από τους νέους καθώς το  $p < 0.05$  ( $U(25,25) = -2.72$ ,  $p < 0.05$ ).

Εμβαθύνοντας, από τη σύγκριση του διάμεσου αριθμού φίλων των δύο ομάδων του δείγματος φαίνεται ότι οι ηλικιωμένοι έχουν δύο φορές (αναλογία 2 προς 1) περισσότερους φίλους από ότι οι νέοι (διάμεση ηλικία 20 ετών). Διαφορετικά, κάθε δύο φίλους των ηλικιωμένων οι νέοι έχουν ένα φίλο. Αυτή είναι μια αρκετά ενδιαφέρουσα ηλικιακή διαφορά ως προς το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου, μεταξύ των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Ωστόσο, το εύρημα μας αυτό ότι οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» έχουν σημαντικά μεγαλύτερο αριθμό φίλων από ότι οι νέοι, βρίσκεται σε πλήρη αντίθεση με τα ευρήματα των Quinn, Chen και Mulvenna (2011) και των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009).

Ειδικότερα, κατά τη μελέτη τους στο Facebook οι Quinn, Chen και Mulvenna (2011, σελ. 269) εντόπισαν ότι οι νέοι χρήστες έχουν 11 φορές περισσότερους φίλους από ότι οι ηλικιωμένοι, μια αριθμητική διαφορά που αποδείχθηκε στατιστικά σημαντική. Σε παρόμοια αποτελέσματα κατέληξαν και οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 648), οι οποίοι εντόπισαν ότι οι έφηβοι (13-19 ετών) έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερους φίλους από ότι οι ηλικιωμένοι (60 και άνω) χρήστες του MySpace. Καθώς οι προαναφερόμενοι ερευνητές συμφωνούν ως προς το ότι οι νέοι σε διαδικτυακά περιβάλλοντα έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο, τα ευρήματα της παρούσας έρευνας έρχονται να το αμφισβητήσουν εντοπίζοντας ότι οι ηλικιωμένοι έχουν 2 φορές περισσότερους φίλους από ότι οι νέοι ηλικιακά χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Εντούτοις, εν μέρει φαίνεται να συνάγεται το ίδιο γενικό συμπέρασμα, για τους χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», με αυτό τον Quinn, Chen, και Mulvenna (2011, σελ. 271) ότι «ο αριθμός των φίλων σχετίζεται με την ηλικία του χρήστη».

Φαίνεται ότι στο Facebook και στο MySpace ενώ η ηλικία του χρήστη μειώνεται, ο αριθμός των φίλων αυξάνεται. Παρόλα αυτά, στη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople» παρατηρείται να συμβαίνει το αντίθετο, αφού ενώ η ηλικία του χρήστη αυξάνεται τότε αυξάνεται και ο αριθμός των φίλων με τους οποίους συνδέεται. Φαίνεται ότι αυτή η

διαπίστωση αντιτίθεται των ευρημάτων της έρευνας των Elahi και Karlsen (2012), ότι όταν η ηλικία ενός χρήστη του Facebook αυξάνεται τότε μειώνεται ο αριθμός των φίλων που έχει και αντίστροφα. Στο σημείο αυτό αναζητούνται τα τεκμήρια που θα δώσουν μια λογικά αποδεκτή επεξήγηση και ερμηνεία του γεγονότος ότι, σε αντίθεση με άλλες διαδικτυακές κοινότητες, οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο από ότι οι νέοι ηλικιακά χρήστες (18-22 ετών).

Καθώς η διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople» ενθαρρύνει τη γνωριμία με νέα άτομα με τα οποία ένας χρήστης έχει κοινούς στόχους (έμμεσες σχέσεις) και προβλήματα, έτσι φαίνεται ότι το κοινωνικό δίκτυο των ηλικιωμένων χρηστών να είναι πιο διευρυμένο από ότι αυτό των νέων. Το μεγάλο κοινωνικό δίκτυο των ηλικιωμένων είναι πιθανότερο να επηρεάζει περισσότερο θετικά το κοινωνικό τους κεφάλαιο, δηλαδή είναι πιθανότερο αμφίδρομα να ανταλλάζουν περιεχόμενο, εμπειρίες και κοινωνική στήριξη με περισσότερα άτομα. Έτσι, το όφελος των ηλικιωμένων από τη θέση που κατέχουν στο κοινωνικό τους δίκτυο, και την αλληλεπίδραση τους με άλλους χρήστες ενδέχεται να είναι μεγαλύτερο από ότι αυτό των νέων ηλικίας 18-22 ετών.

Επίσης, διακρίνεται ότι οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον και είναι πιο δραστήριοι εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», η οποία αφορά στον υγιεινό τρόπο ζωής και στην απώλεια σωματικού βάρους. Αντίθετα, σε διαδικτυακές κοινότητες που επικεντρώνονται αποκλειστικά στην κοινωνική δικτύωση (Facebook, MySpace) οι ηλικιωμένοι φαίνεται να έχουν μικρότερο κοινωνικό δίκτυο ενώ οι νέοι να έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο (Elahi, & Karlsen, 2012; Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 271; Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 648). Αυτό ομολογεί ότι οι ηλικιωμένοι έχουν διαφορετικά κίνητρα και προτιμήσεις από τη χρησιμοποίηση της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» από ότι οι νέοι (19-22 ετών), και για αυτό να έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο (Social network). Με άλλα λόγια οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» παρουσιάζονται να ενδιαφέρονται περισσότερο για το περιεχόμενο που σχετίζεται με την υγεία και τη γνωριμία με περισσότερα άτομα από τα οποία δύναται να έχουν όφελος στην επίτευξη των στόχων τους για την απώλεια σωματικού βάρους. Καταλήγουμε ότι, ο σκοπός δημιουργίας και το περιεχόμενο της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» φαίνεται όντως να διαδραματίζει, εν μέρει, ρόλο στην οικοδόμηση και διατήρηση του κοινωνικού δικτύου και κοινωνικού κεφαλαίου των

ηλικιωμένων και των νέων χρηστών. Επιβεβαιώνεται αυτό που αναφέρουν και οι ερευνητές Donath και Boyd (as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 644), ότι λόγω του σκοπού δημιουργίας της η διαδικτυακή κοινότητα εντοπίζεται να ενθαρρύνει τους ηλικιωμένους να συνδέονται με νέες/έμμεσες σχέσεις και κατά επέκταση να έχουν ανεπτυγμένο το ασαφές κοινωνικό τους δίκτυο.

Σύμφωνα με τους ερευνητές (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 653), όταν το κοινωνικό δίκτυο των χρηστών αποτελείται από μεγάλο αριθμό σχέσεων, τότε είναι πιθανότερο το κοινωνικό τους δίκτυο να αποτελείται από περισσότερες έμμεσες σχέσεις, και λιγότερες άμεσες. Κατά συνέπεια τα άτομα θα έχουν περισσότερο ανεπτυγμένο το κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης (Bridging social capital), το οποίο είναι το όφελος που έχει ένας χρήστης από τις αλληλεπιδράσεις του με τις έμμεσες σχέσεις που έχει σε μια διαδικτυακή κοινότητα. Διερευνώντας τον αριθμό των φίλων των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», εντοπίζεται ότι η πλειοψηφία των ηλικιωμένων χρηστών τείνει να έχει περισσότερους από 100 φίλους, με μέγιστο αριθμό φίλων 196. Εντούτοις, οι πλειοψηφία των νέων χρηστών τείνει να έχει φίλους κάτω των 100, και παράλληλα εντοπίζεται οι περισσότεροι να έχουν μόνο δύο φίλους.

Σύμφωνα με το θεωρητικό όριο, ένα άτομο δε δύναται να έχει περισσότερους από 150 φίλους στο κοινωνικό του δίκτυο, και άρα οι φίλοι πέραν από αυτό το όριο δεν μπορούν να αφορούν σε άμεσες σχέσεις, αλλά αφορούν σε έμμεσες (Jeong & Mahmood, as cited in Elahi & Karlsen, 2012). Ωστόσο, κάτι τέτοιο μπορεί να μην ισχύει σε όλες τις διαδικτυακές κοινότητες. Λαμβάνοντας υπόψη αυτό το θεωρητικό όριο θα λέγαμε ότι το κοινωνικό δίκτυο των ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» δεν αποτελείται από έμμεσες σχέσεις, καθώς μόνο ένα άτομο εκ των ηλικιωμένων εντοπίζεται να έχει 196 φίλους, και άρα ορισμένες έμμεσες σχέσεις. Εντούτοις, σε αυτήν την ερευνά δεν υιοθετείται αυτό το θεωρητικό όριο για την ερμηνεία των αποτελεσμάτων, ως προς το είδος των σχέσεων που απαρτίζουν το κοινωνικό δίκτυο των χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι, δε θεωρείται για παράδειγμα ότι είναι δυνατόν εξήντα άτομα από το προϋπάρχον κοινωνικό δίκτυο του χρήστη να έχουν το ίδιο πρόβλημα (απώλεια σωματικού βάρους) και έτσι ο χρήστης να διατηρεί αυτές τις προϋπάρχουσες σχέσεις εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Άλλωστε, όσο περισσότερες σχέσεις έχουν οι χρήστες σε μια διαδικτυακή κοινότητα, τότε τόσο πιο πιθανόν είναι οι περισσότερες εξ αυτών να είναι έμμεσες (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 653).



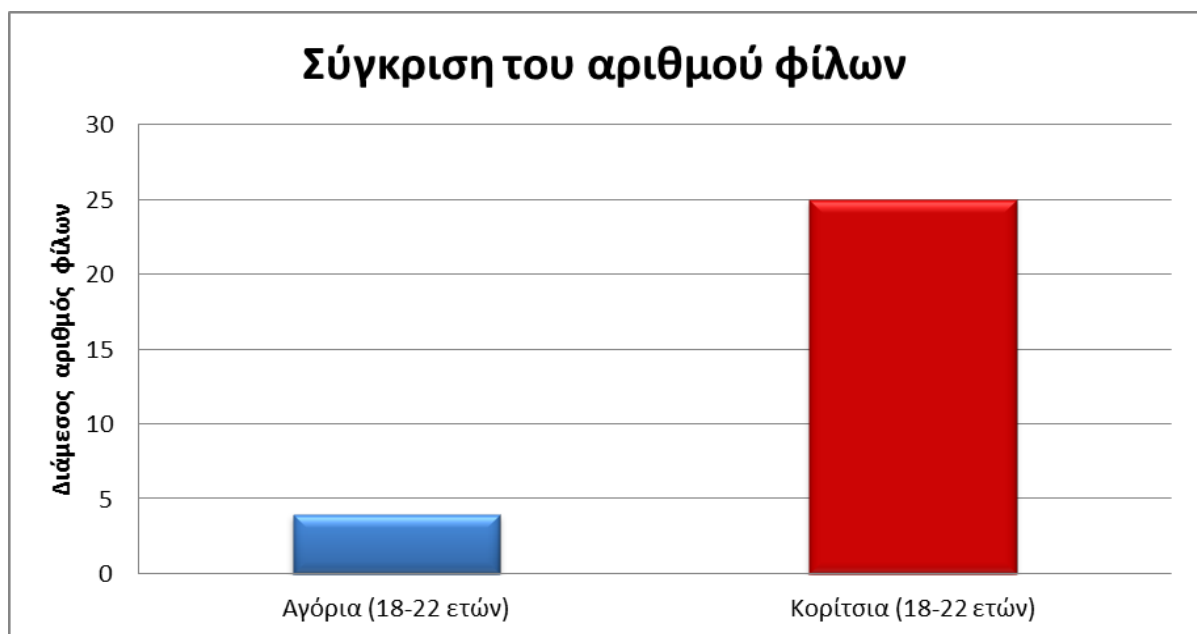
Υπό αυτό το πρίσμα εντοπίζεται ότι, ως ηλικιακή ομάδα, οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) συνδέονται με περισσότερες έμμεσες σχέσεις από ότι οι νέοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Άρα, οι ηλικιωμένοι δε φαίνεται να χρησιμοποιούν την εν λόγω διαδικτυακή κοινότητα κυρίως για τη διατήρηση του προϋπάρχοντος κοινωνικού τους δικτύου, αλλά περισσότερο για να συνδεθούν με νέες σχέσεις, έμμεσες. Φαίνεται, ότι αυτή η διαπίστωση να οδηγεί στο συμπέρασμα των Burke, Kraut, και Marlow (2011, σελ. 572) ότι οι νέες σχέσεις (έμμεσες σχέσεις) φαίνεται να προσφέρουν αμοιβαία, περισσότερο από ότι οι άμεσες σχέσεις (προϋπάρχουσες), νέες πληροφορίες και κοινωνική στήριξη στους ηλικιωμένους χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Κατά συνέπεια, οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» παρουσιάζονται να έχουν πιο ανεπτυγμένο κοινωνικό κεφάλαιο από ότι οι νέοι χρήστες (18-22 ετών), και πιο ανεπτυγμένο το κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης (Bridging social capital). Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουν και οι ερευνητές Hwang et al. (2010, σελ. 7), οι οποίοι με τη σειρά τους εντόπισαν ότι οι ενήλικες γυναίκες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» ενδιαφέρονται σε γενικές γραμμές να γνωρίζουν άτομα με τα οποία έχουν κοινά προβλήματα και στόχους (έμμεσες σχέσεις). Οι ίδιοι οι ερευνητές Hwang et al. (2010, σελ. 9) συναθροίζουν ότι εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» τα άτομα έχουν περισσότερα οφέλη από το ασαφές κοινωνικό δίκτυο (Implicit affinity network).

Στον αντίποδα, σε άλλες διαδικτυακές κοινότητες (Facebook, MySpace) εντοπίστηκε οι νέοι να είναι αυτοί που συνδέονται διαδικτυακά με περισσότερες έμμεσες σχέσεις από ότι οι ηλικιωμένοι. Συγκεκριμένα, σε αντιδιαστολή με αυτήν την έρευνα, η έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 653) καταλήγει ότι το κοινωνικό δίκτυο των εφήβων στο MySpace αποτελείται από πολλές έμμεσες σχέσεις, σε αντίθεση με το κοινωνικό δίκτυο των ηλικιωμένων που αποτελείται από λιγότερες σχέσεις και άρα άμεσες. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής έρχονται σε πλήρη αντίθεση και με τα ευρήματα των Elahi και Karlsen (2012), καθώς εντόπισαν ότι οι νέοι, εντός του Facebook, έχουν περισσότερες έμμεσες σχέσεις, δηλαδή νέα άτομα με τα οποία μπορεί να συνδέονται μέσω κοινών ενδιαφερόντων και άρα είναι πιο δεκτικοί από τους ενήλικες στη δημιουργία νέων σχέσεων.

Από την άλλη, το συμπέρασμα της έρευνας της Boyd (as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 645) φαίνεται να συγκλίνουν προς τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, καθώς κατέδειξε ότι οι έφηβοι συμμετέχουν στο MySpace, κυρίως, για να συνδεθούν με ήδη προϋπάρχουσες σχέσεις. Παράλληλα, σε συμφωνία φαίνεται να έρχεται η έρευνα αυτή με το

συμπέρασμα που συνάγει ο Pew, ο οποίος «διαπίστωσε ότι το 91% των αμερικανών εφήβων χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές κοινότητες για να συνδεθούν με προϋπάρχουσες φίλιες (Lenhart & Madden, as cited in Ellison, 2007, σελ. 221). Ωστόσο, για να επιβεβαιωθεί κάτι τέτοιο είναι αναγκαίο να προβούμε σε μια πιο λεπτομερή σύγκριση ως προς το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου των χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Προχωρώντας παραπέρα, γίνονται συγκρίσεις μεταξύ ομάδων του δείγματος ίδιου ηλικιακού εύρους, αλλά αντίθετου γένους. Παρατηρώντας το Γράφημα 2 φαίνεται τα αγόρια 18-22 ετών (N=25) να έχουν πολύ μικρότερο αριθμό φίλων από ότι τα κορίτσια 18-22 ετών (N=25).



**Γράφημα 2: Σύγκριση του αριθμού φίλων των αγοριών και των κοριτσιών**

Ειδικότερα, τα κορίτσια εντοπίζεται να έχουν διάμεσο αριθμό φίλων 25 (Median) ενώ τα αγόρια έχουν διάμεσο αριθμό φίλων μόλις 4. Εάν και οι δύο ομάδες των νέων ηλικιακά χρηστών έχουν ελάχιστο (Minimum) αριθμό φίλων 2, τα κορίτσια έχουν μέγιστο αριθμό φίλων 134. Από την άλλη, ο μέγιστος αριθμός φίλων που παρουσιάζεται να έχουν τα αγόρια ηλικίας 18-22 ετών στη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople» είναι 24.

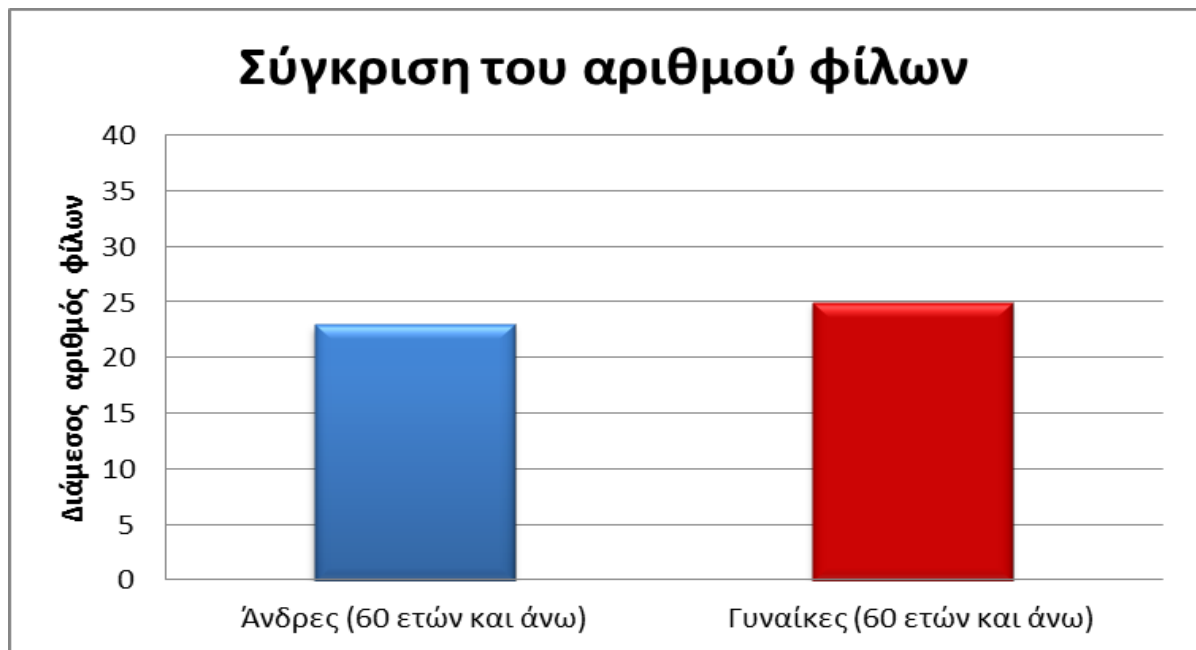
Για τη διαπίστωση του κατά πόσο αυτή η διαφορά μεταξύ του αριθμού φίλων των αγοριών και των κοριτσιών είναι στατιστικά σημαντική, εφαρμόζεται το μη παραμετρικό τεστ Mann-Whitney. Αποδεικνύεται, ότι τα κορίτσια έχουν στατιστικά σημαντικά

μεγαλύτερο αριθμό φίλων από ότι τα αγόρια της ίδιας ηλικιακής ομάδας ( $U(25,25)=3.84$ ,  $p<0.05$ ). Πιο συγκεκριμένα, παρατηρώντας και συγκρίνοντας πάλι το διάμεσο αριθμό φίλων των δύο αυτών ομάδων του δείγματος, καταφαίνεται ότι τα κορίτσια έχουν 5 φορές περισσότερους φίλους από ότι τα αγόρια (αναλογία 5 προς 1).

Συνεπώς, εδώ προβάλλει μια ενδιαφέρουσα διαφορά, η οποία δείχνει ότι τα κορίτσια έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο από ότι τα αγόρια εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Συνυπολογίζοντας την αναλογία του αριθμού φίλων φαίνεται τα αγόρια να έχουν, σε σχέση με τα κορίτσια, πολύ μικρό κοινωνικό δίκτυο. Στο σημείο αυτό φαίνεται να επαληθεύονται τα ευρήματα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 648), καθώς και η έρευνα αυτών καταλήγει ότι τα κορίτσια εφηβικής ηλικίας έχουν περισσότερους φίλους (Median: 103) απ' ότι τα αγόρια (Median:43) της ίδιας ηλικίας εντός του MySpace. Φαίνεται ότι τα κορίτσια σε διαδικτυακά περιβάλλοντα, ανεξάρτητα από το σκοπό της εκάστοτε κοινότητας, τείνουν να είναι πιο δραστήρια από ότι τα αγόρια της ίδιας ηλικίας στις κοινωνικές πτυχές της διαδικτυακής συμμετοχής. Από την άλλη, αυτό μπορεί να ομολογεί ότι τα κορίτσια ενδιαφέρονται να δομήσουν ένα μεγάλο κοινωνικό δίκτυο ενός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», ώστε να έχουν μεγαλύτερο όφελος από έμμεσες σχέσεις ως προς την παροχή κοινωνικής στήριξης στην επίτευξη των σκοπών τους για απώλεια σωματικού βάρους. Από την άλλη, τα αγόρια φαίνεται να μην επιδιώκουν να θέτουν τα θεμέλια για ένα μεγάλο κοινωνικό δίκτυο που θα τους παρέχει μεγαλύτερο όφελος. Ωστόσο, τα κορίτσια (18-22 ετών) μπορεί να ενδιαφέρονται περισσότερο για τη δόμηση ενός μεγάλου κοινωνικού δικτύου περισσότερο από ότι τα αγόρια, αφού αυτό τις καθιστά δημοφιλείς εντός του κοινωνικού τους δικτύου, το οποίο αναπτύσσουν εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Άλλωστε, την ίδια άποψη φαίνεται να υποστηρίζει και η Ellison (2007, σελ. 220), αφού αναφέρει ότι η λίστα των φίλων σε μια διαδικτυακή κοινότητα χρησιμεύει ως δείκτης για την ταυτότητα του ιδιοκτήτη ενός προφίλ.

Κατά τον ίδιο τρόπο τα δεδομένα που αναπαρίστανται στο Γράφημα 3 αφορούν στη σύγκριση του διάμεσου αριθμού φίλων των ανδρών και των γυναικών, ηλικίας 60 ετών και άνω. Παρατηρώντας το συγκεκριμένο γράφημα γίνεται αισθητό ότι οι γυναίκες τείνουν να έχουν περισσότερους φίλους εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», από ότι οι άνδρες της ίδιας ηλικιακής ομάδας. Οι γυναίκες εντοπίζεται να έχουν διάμεσο αριθμό φίλων 25 και οι άνδρες διάμεσο αριθμό φίλων 23. Συγκρίνοντας το διάμεσο αριθμό φίλων των δύο αυτών ομάδων του δείγματος, φαίνεται να υπάρχει μια διαφορά. Ωστόσο, πρέπει να

εντοπίσουμε το κατά πόσο οι γυναίκες έχουν στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερο αριθμό φίλων από τους άνδρες.

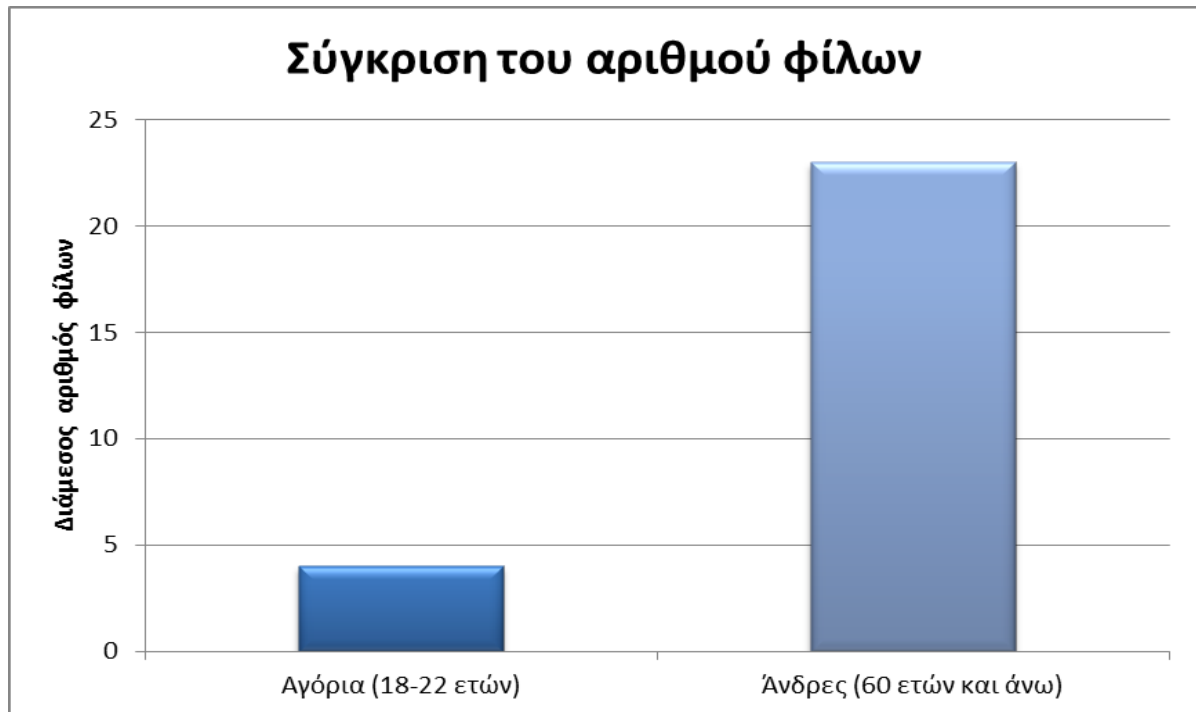


Γράφημα 3: Σύγκριση του αριθμού φίλων των ανδρών και των γυναικών

Το μη παραμετρικό τεστ Mann-Whitney δείχνει ότι δεν υφίσταται στατιστικά σημαντική διαφορά ως προς τον αριθμό των φίλων που έχουν οι γυναίκες και οι άνδρες ηλικίας 60 ετών και άνω ( $U(25,25)=1.87, p>0.05$ ). Αυτό καταδεικνύει ότι, τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες ηλικίας 60 ετών και άνω τείνουν να έχουν παρόμοιο αριθμό φίλων εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Επί αυτού του σημείου, κάτι τέτοιο θα μπορούσε να συνυπολογιστεί ως μια ομοιότητα μεταξύ των ηλικιωμένων ατόμων. Συνάγεται ότι, οι ηλικιωμένοι άνδρες και οι ηλικιωμένες γυναίκες είναι εξίσου κοινωνικά δραστήριοι εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Εμβαθύνοντας, διερευνώνται διαφορές ως προς το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου διαφορετικών ηλικιακά ομάδων του δείγματος, αλλά ίδιου φύλου. Η σύγκριση αυτή θα συνδράμει στην κατάκτηση της καλύτερης κατανόησης ως προς τις ηλικιακές διαφορές, αλλά και ως προς τον τρόπο οικοδόμησης και ανάπτυξης του κοινωνικού δικτύου και κοινωνικού κεφαλαίου των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών, εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Ερμηνεύοντας τις καταγραφές του Γραφήματος 4, φαίνεται ότι τα αγόρια (N=25) έχουν αισθητά μικρότερο αριθμό φίλων (διάμεσος αριθμός φίλων 4), από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες (διάμεσος αριθμός φίλων 23). Η εφαρμογή στατιστικού ελέγχου δείχνει ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες έχουν σημαντικά περισσότερους φίλους από ότι τα αγόρια 18-22 ετών (διάμεση ηλικία 20 ετών), εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» ( $U(25,25)=-3.17, p<0.05$ ).



**Γράφημα 4: Σύγκριση του αριθμού φίλων των αγοριών και των ανδρών**

Μια ακόμα ενδιαφέρουσα διαφορά εντοπίζεται, με τους ηλικιωμένους άνδρες να έχουν 5 φορές περισσότερους φίλους από τα αγόρια (αναλογία 5 προς 1). Ωστόσο, το εύρημα μας αυτό έρχεται σε αντίθεση με την έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 648) η οποία, αντίθετα, καταλήγει ότι τα αγόρια εφηβικής ηλικίας έχουν περισσότερους φίλους από ό, τι οι ηλικιωμένοι άνδρες στο MySpace. Φαίνεται ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες (διάμεση ηλικία 65 ετών) στη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople» είναι κοινωνικά πιο δραστήριοι από τα αγόρια ηλικίας 18-22 ετών.

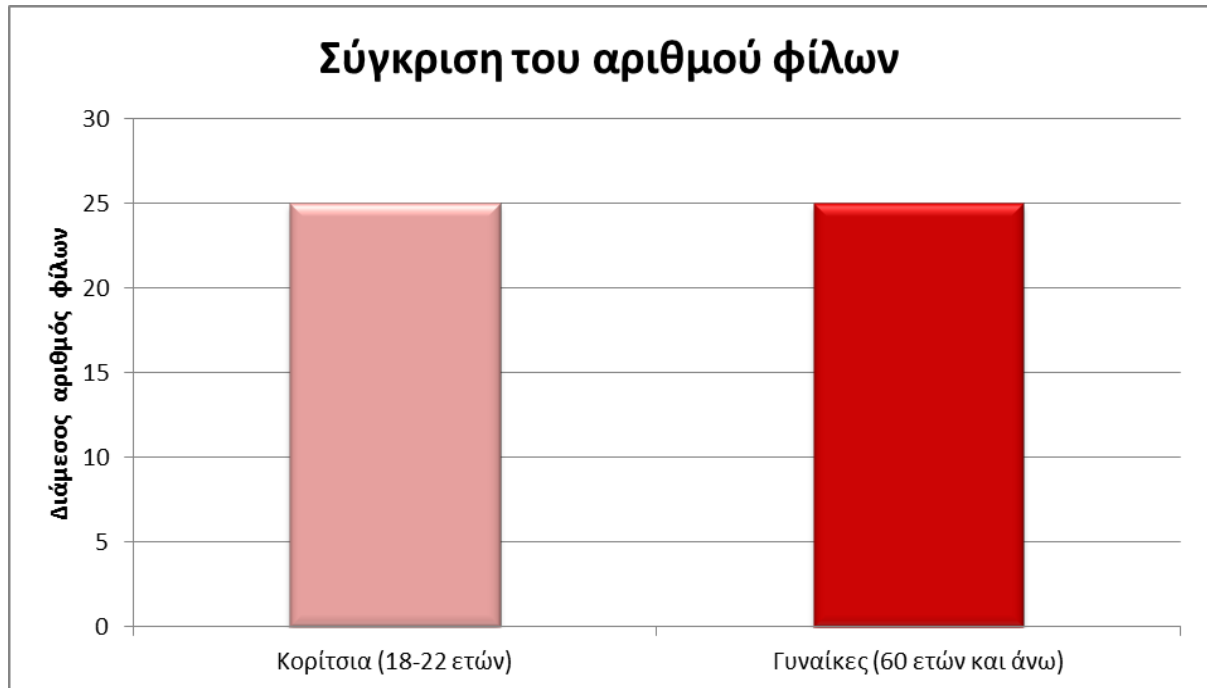
Αδιαμφισβήτητα το MySpace είναι μια διαδικτυακή κοινότητα που, κυρίως, στοχεύει στην κοινωνική δικτύωση, ενώ η διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople» προσανατολίζεται στην απώλεια σωματικού βάρους. Οι ηλικιωμένοι άνδρες φαίνεται να ενδιαφέρονται

περισσότερο για τη δόμηση ενός μεγάλου κοινωνικού δικτύου το οποίο θα επηρεάσει θετικά το κοινωνικό τους κεφάλαιο, δηλαδή το όφελος που θα αποκομίσουν στην επίτευξη των στόχων τους ως προς την απώλεια σωματικού βάρους. Τα αγόρια ηλικίας 18-22 ετών φαίνεται να έχουν διαφορετικά κίνητρα από τη χρησιμοποίηση της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», και για αυτό παρουσιάζονται αισθητά λιγότερο κοινωνικά δραστήρια από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες.

Εντοπίζεται ότι 17 από τα 25 αγόρια έχουν 2-8 φίλους, ενώ τα 9 από τα 17 αγόρια έχουν μόλις δύο φίλους. Να αναφερθεί ότι ο μέγιστος αριθμός φίλων που έχουν τα αγόρια εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» είναι 24, ενώ οι ηλικιωμένοι άνδρες έχουν μέγιστο αριθμό φίλων 131. Διερευνώντας περαιτέρω το είδος των σχέσεων με τις οποίες συνδέονται τα αγόρια, εντοπίζεται ότι ο ένας στους δύο φίλους των αγοριών αφορά σε μια προϋπάρχουσα σχέση (άμεση σχέση-μητέρα, φίλη). Φυσικά αυτό που επαληθεύει την υπόθεση ότι τα αγόρια ηλικίας 18-22 ετών έχουν διαφορετικά κίνητρα χρησιμοποίησης της διαδικτυακής κοινότητας, έχοντας μικρό κοινωνικό δίκτυο, είναι η διερεύνηση του πλαισίου υπό το οποίο έγιναν μέλη στη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople». Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι τα αγόρια δέχονται σχόλια από τις άμεσες σχέσεις με τις οποίες συνδέονται, παρακινώντας τους να προσπαθήσουν να χάσουν βάρος. Καταφαίνεται ότι τα αγόρια εντάχθηκαν στην κοινότητα έχοντας εξωτερικά κίνητρα, καθώς φαίνεται ένα οικείο πρόσωπο τους να τους παρακίνησε να ενταχθούν σε αυτήν την κοινότητα. Κάτι τέτοιο δείχνει ότι οι ίδιοι δεν έχουν εσωτερικά κίνητρα και για αυτό δεν επιδιώκουν να γνωρίσουν νέα άτομα, κάτι που οδηγεί σε μικρό κοινωνικό δίκτυο επηρεάζοντας αρνητικά το κοινωνικό τους κεφάλαιο. Σε αντίθεση οι ηλικιωμένοι άνδρες ενδιαφέρονται περισσότερο για την υγεία τους, δομώντας ένα μεγάλο κοινωνικό δίκτυο, κυρίως ασαφές, το οποίο δύναται να τους προσφέρει περισσότερες πληροφορίες και κοινωνική στήριξη για την επίτευξη των στόχων τους στην απώλεια σωματικού βάρους.

Είναι ενδιαφέρον να διερευνηθούν και ενδεχόμενες διαφορές ή ομοιότητες ως προς το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου των κοριτσιών (18-22 ετών) και των γυναικών (60 ετών και άνω). Παρατηρώντας το Γράφημα 5, φαίνεται τα κορίτσια (N=25) να έχουν ίσο διάμεσο αριθμό φίλων εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» με τις ηλικιωμένες γυναίκες (N=25). Όντως, τόσο ο διάμεσος αριθμός φίλων των κοριτσιών όσο και των ηλικιωμένων γυναικών υπολογίζεται στους 25. Φαίνεται ότι ομοίως τα κορίτσια και οι ηλικιωμένες γυναίκες συνδέονται με όμοιο αριθμό σχέσεων, καθώς η εφαρμογή μη παραμετρικού τεστ

Mann-Whitney δείχνει ότι δεν υφίσταται στατιστικά σημαντική αριθμητική διαφορά μεταξύ του αριθμού των φίλων των κοριτσιών και των ηλικιωμένων γυναικών ( $U(25,25)=-1.50, p>0.05$ ).



**Γράφημα 5:** Σύγκριση του αριθμού φίλων των κοριτσιών και των γυναικών

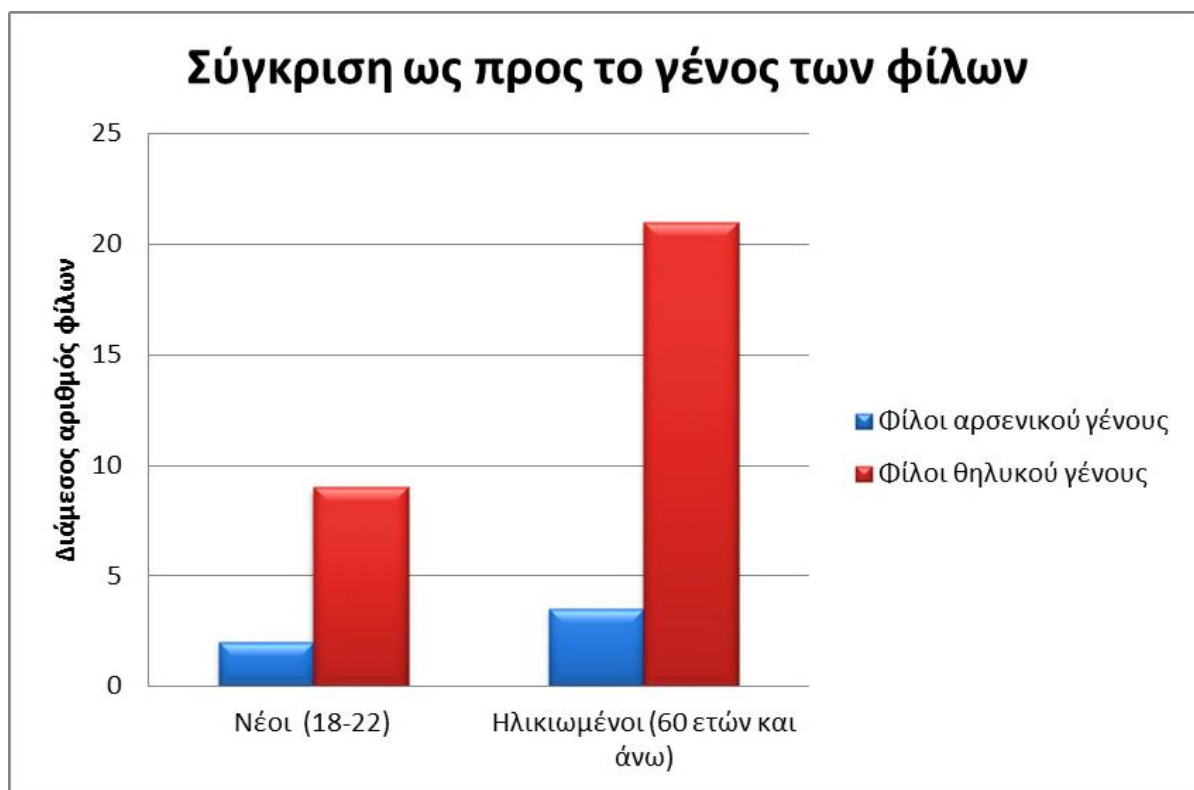
Εντούτοις, από την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας τους οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 648) εντοπίζουν ότι τα κορίτσια έχουν περισσότερους φίλους απ' ότι οι ηλικιωμένες γυναίκες στο MySpace. Η διαπίστωση τους αυτή έρχεται σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, καθώς εντοπίζεται ότι ασχέτως ηλικίας τα κορίτσια και οι ηλικιωμένες γυναίκες είναι εξίσου δραστήριες έχοντας ένα μεγάλο κοινωνικό δίκτυο, το οποίο φαίνεται να αφορά σε περισσότερες έμμεσες σχέσεις. Συμπερασματικά, φαίνεται ότι τόσο οι ηλικιωμένες γυναίκες όσο και τα κορίτσια (18-22 ετών) είναι πρόθυμες να κάνουν νέες γνωριμίες και άρα ενδιαφέρονται εξίσου να επιτύχουν τους στόχους τους στην απόλεια σωματικούς βάρους.

#### **4.1.2 Ηλικιακές διαφορές ως προς το γένος των φίλων**

Όπως προαναφέρθηκε, σε αυτήν την έρευνα όταν αναφερόμαστε στη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου των χρηστών δεν εννοούμε μόνο τον αριθμό και το είδος των σχέσεων (έμμεσες ή άμεσες), αλλά εννοούμε και το γένος των σχέσεων που απαρτίζουν το κοινωνικό

τους δίκτυο (Social network). Για τη διερεύνηση ενδεχόμενων διαφορών ή ομοιοτήτων ως προς το γένος των φίλων που συνθέτουν το κοινωνικό δίκτυο των ηλικιωμένων και των νέων ηλικιακά χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» εντοπίστηκε και καταγράφηκε, με έναν μη αυτοματοποιημένο τρόπο, το γένος των σχέσεων με τις οποίες συνδέονται εντός της διαδικτυακής κοινότητας.

Το Γράφημα 6 παρουσιάζει το διάμεσο αριθμό των φίλων γένους θηλυκού και αρσενικού με τους οποίους συνδέονται αντίστοιχα οι νέοι (διάμεση ηλικία 20 ετών) και οι ηλικιωμένοι χρήστες (60 ετών και άνω) εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Από τη στατιστική επεξεργασία των δευτερογενών δεδομένων, εντοπίζεται ότι οι νέοι (N=50) έχουν διάμεσο αριθμό φίλων (Median) θηλυκού γένους 9, ενώ έχουν διάμεσο αριθμό φίλων αρσενικού γένους 2. Από την άλλη, οι ηλικιωμένοι (N=50) εμφανίζονται να έχουν διάμεσο αριθμό φίλων θηλυκού γένους 21 και διάμεσο αριθμό φίλων αρσενικού γένους 3.



**Γράφημα 6:** Σύγκριση ως προς το γένος των φίλων των νέων και των ηλικιωμένων

Ειδικότερα, η κατανομή σχετικών συχνοτήτων δείχνει (Relative frequency distribution) ότι από το σύνολο των φίλων των νέων το 80% αποτελείται από σχέσεις θηλυκού γένους, ενώ μόλις το 20% από το σύνολο των φίλων τους αφορά σε σχέσεις γένους αρσενικού. Επίσης, οι ηλικιωμένοι εντοπίζεται να συνδέονται με περισσότερα άτομα γένους θηλυκού



καθώς από το σύνολο των φίλων τους το 80% αποτελείται από σχέσεις γένους θηλυκού και το 20% αφορά σε σχέσεις γένους αρσενικού. Φαίνεται ότι με τον ίδιο απροσδιόριστο τρόπο, τόσο οι νέοι όσο και οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» τείνουν να συνδέονται με περισσότερα άτομα θηλυκού γένους.

Συγκρίνοντας τη σύνθεση του κοινωνικού δικτύου των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» εφαρμόζεται το μη παραμετρικού τεστ Mann-Whitney. Εντοπίζεται ότι, συγκριτικά οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» τείνουν να έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους ( $U(25,25)=-2.47$   $p<0.05$ ) από ότι οι νέοι ηλικιακά χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Διερευνώντας διεξοδικά το κατά πόσο όντως το κοινωνικό δίκτυο των νέων ηλικιακά χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» περιλαμβάνει περισσότερες θηλυκού γένους σχέσεις, επιδίδεται μια περιγραφή του κοινωνικού δικτύου των αγοριών και των κοριτσιών ξεχωριστά. Από το Γράφημα 7 φαίνεται ότι το κοινωνικό δίκτυο των κοριτσιών ( $N=25$ ) αποτελείται από περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους από ότι σχέσεις αρσενικού γένους.



Γράφημα 7: Σύγκριση ως προς το γένος των φίλων των αγοριών και των κοριτσιών

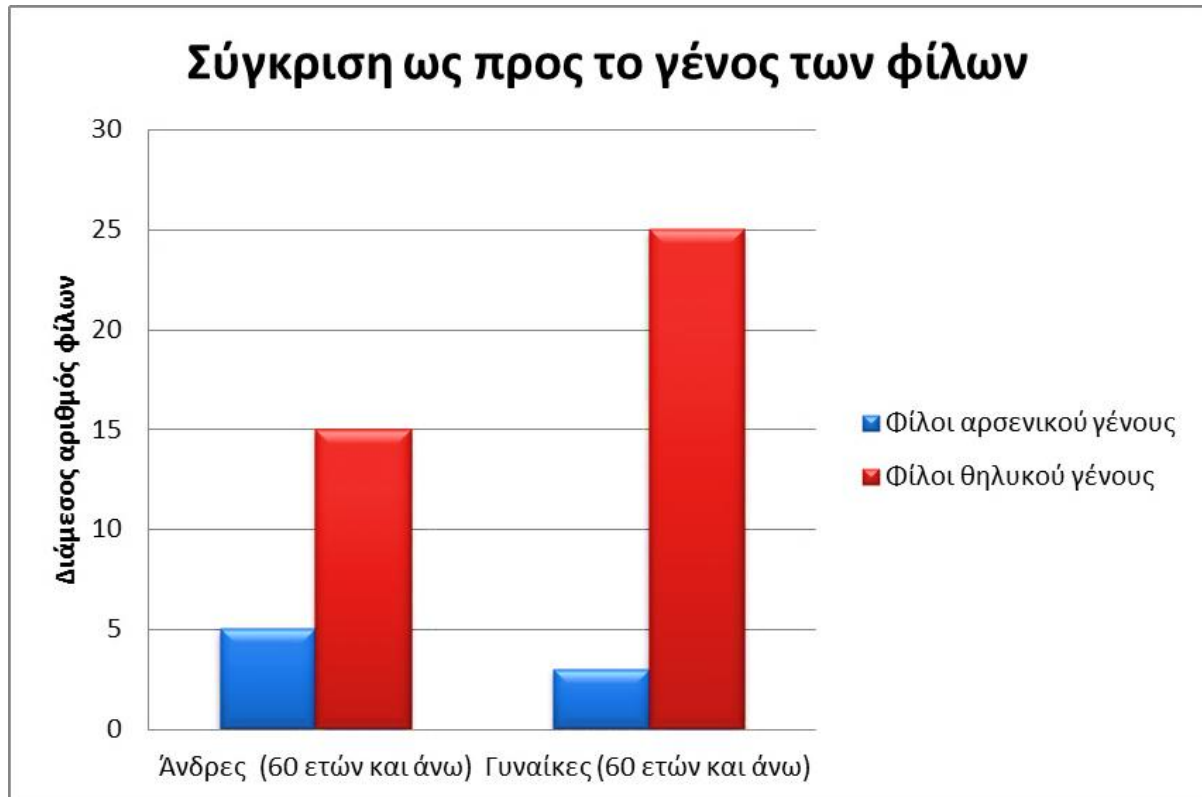
Η εφαρμογή του μέτρου κεντρική τάσης διάμεση τιμή (Median) επιβεβαιώνει αυτή τη διαπίστωση, καθώς ο διάμεσος αριθμός φίλων θηλυκού γένους των κοριτσιών εντοπίζεται στους 22, ενώ ο διάμεσος αριθμός φίλων αρσενικού γένους στους 3. Διαφαίνεται ότι από το σύνολο των φίλων των κοριτσιών το 90% αφορά σε θηλυκού γένους φίλους καθώς μόλις το 10% αφορά σε αρσενικού γένους φίλους. Σε πλήρης αντίθεση με τα ευρήματα της παρούσας έρευνας βρίσκονται τα ευρήματα της έρευνας των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 649) αφού εντοπίζουν ότι τα κορίτσια εφηβικής ηλικίας έχουν περισσότερους αρσενικού γένους φίλους εντός του MySpace.

Όσον αφορά στα αγόρια (N=25), από το Γράφημα 7 φαίνεται ότι το κοινωνικό τους δίκτυο αποτελείται τόσο από θηλυκού όσο και από αρσενικού γένους φίλους. Ο διάμεσος αριθμός φίλων αρσενικού γένους των αγοριών εντοπίζεται στους 2 και θηλυκού γένους στους 2. Καταληκτικά, τα αγόρια έχουν τόσο φίλους αρσενικού γένους όσο και θηλυκού γένους. Σε αντίθετα αποτελέσματα καταλήγουν οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 649) καθώς εντοπίζουν ότι τα αγόρια εφηβικής ηλικίας έχουν περισσότερους φίλους του αντίθετου φύλου εντός του MySpace.

Εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» τα αγόρια, σε αντίθεση με τα κορίτσια, δεν εντοπίζεται να έχουν περισσότερους φίλους θηλυκού γένους. Από την άλλη τα κορίτσια (18-22 ετών) εντοπίζεται να έχουν στο κοινωνικό τους δίκτυο περισσότερους φίλους θηλυκού γένους από ότι αρσενικού γένους. Επιπλέον, η εφαρμογή μη παραμετρικού τεστ Mann-Whitney δείχνει ότι τα κορίτσια έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερους φίλους θηλυκού γένους εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» από ότι τα αγόρια ( $U(25,25)=3.95, p<0.05$ ).

Διερευνώντας το κατά πόσο οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» έχουν περισσότερες θηλυκού γένους σχέσεις, το Γράφημα 8 δείχνει το διάμεσο αριθμό φίλων θηλυκού και αρσενικού γένους που έχουν οι ηλικιωμένες γυναίκες (N=25) και οι ηλικιωμένοι άνδρες (N=25) αντίστοιχα. Τα αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης των δεδομένων δείχνουν ότι οι ηλικιωμένες γυναίκες έχουν διάμεσο αριθμό φίλων θηλυκού γένους 25, ενώ έχουν διάμεσο αριθμό φίλων αρσενικού γένους 3. Όσον αφορά στους ηλικιωμένους άνδρες, εντοπίζεται να έχουν διάμεσο αριθμό φίλων θηλυκού γένους 15, ενώ έχουν διάμεσο αριθμό φίλων αρσενικού γένους 5. Διαφαίνεται ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» τείνουν να έχουν περισσότερους φίλους θηλυκού γένους, από ότι φίλους αρσενικού γένους. Αντίθετα η έρευνα των Pfeil,

Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 649) εντοπίζουν ότι οι άνδρες και οι γυναίκες έχουν περισσότερους φίλους του αντίθετου φύλου εντός του MySpace. Ωστόσο, εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» το 70% από το σύνολο των φίλων των ηλικιωμένων ανδρών αφορά σε θηλυκού γένους σχέσεις, και το 90% από το σύνολο των φίλων των ηλικιωμένων γυναικών αφορά σε θηλυκού γένους σχέσεις.



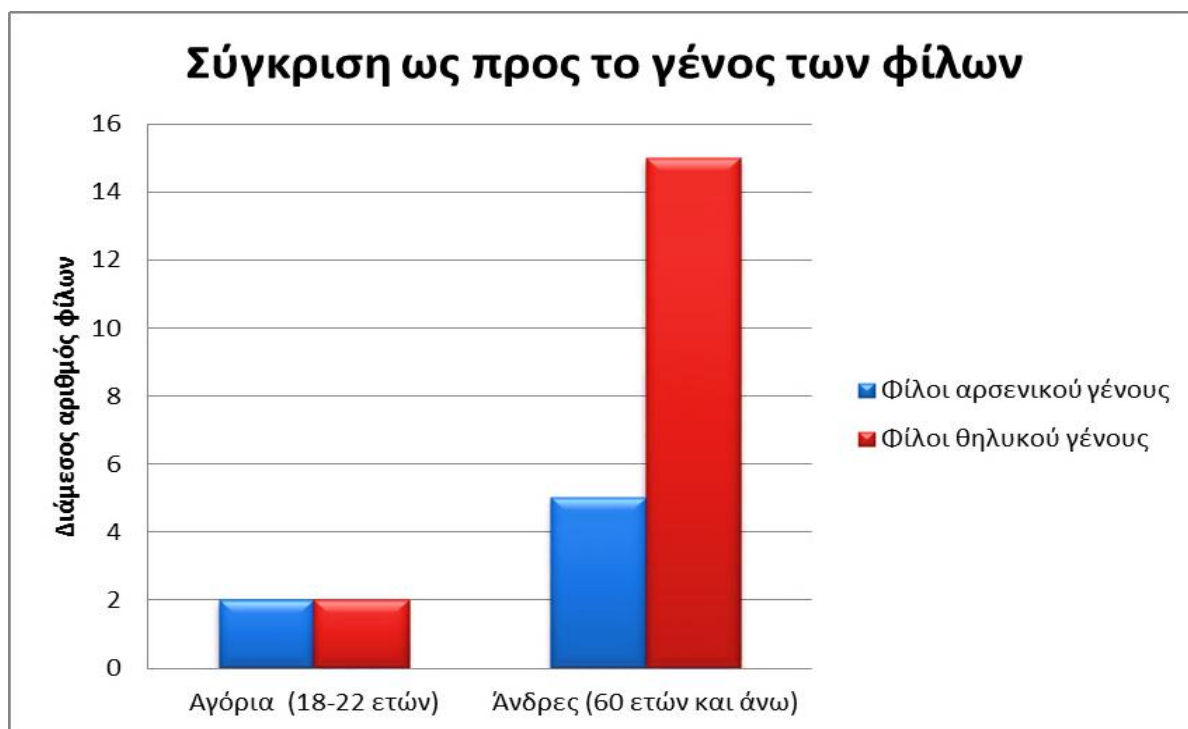
Γράφημα 8: Σύγκριση ως προς το γένος των φίλων των ανδρών και γυναικών

Συγκρίνοντας το κοινωνικό δίκτυο των ηλικιωμένων γυναικών και ανδρών, καταδεικνύεται ότι οι γυναίκες (διάμεση ηλικία 65 ετών) έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερους φίλους θηλυκού γένους ( $U(25,25)=2,29$   $p<0.05$ ) εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» από ότι οι άνδρες (διάμεση ηλικία 65 ετών).

Μείζον ενδιαφέρον προκαλεί η διερεύνηση του κατά πόσο οι νέοι ηλικιακά χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» συνδέονται με περισσότερες θηλυκού γένους σχέσεις, από ότι οι ηλικιωμένοι.

Στο Γράφημα 9 φαίνεται ότι το κοινωνικό δίκτυο των αγοριών ( $N=25$ ) αποτελείται τόσο από φίλους θηλυκού γένους όσο και από φίλους αρσενικού γένους. Εφαρμόζοντας μέτρα

κεντρικής τάσης καταδεικνύεται ότι τα αγόρια ηλικίας 18-22 ετών έχουν διάμεσο αριθμό τόσο θηλυκών όσο και αρσενικών φίλων 2. Επομένως, τα αγόρια δε φαίνεται να τείνουν να συνδέονται με περισσότερους φίλους θηλυκού γένους. Εντοπίζεται μια αναλογία ένα προς ένα, δηλαδή τα αγόρια κάθε μια θηλυκού γένους σχέση έχουν και μια αρσενικού γένους σχέση αντίστοιχα, εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Στο σημείο αυτό προβάλλει έντονη αντίθεση με τα αποτελέσματα της έρευνας των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 649) που καταλήγει ότι τα αγόρια εφηβικής ηλικίας (13-19 ετών) στο MySpace από το σύνολο των φίλων τους έχουν περισσότερες σχέσεις του αντίθετου φύλου (θηλυκού γένους).



**Γράφημα 9:** Σύγκριση ως προς το γένος των φίλων των αγοριών και των ανδρών

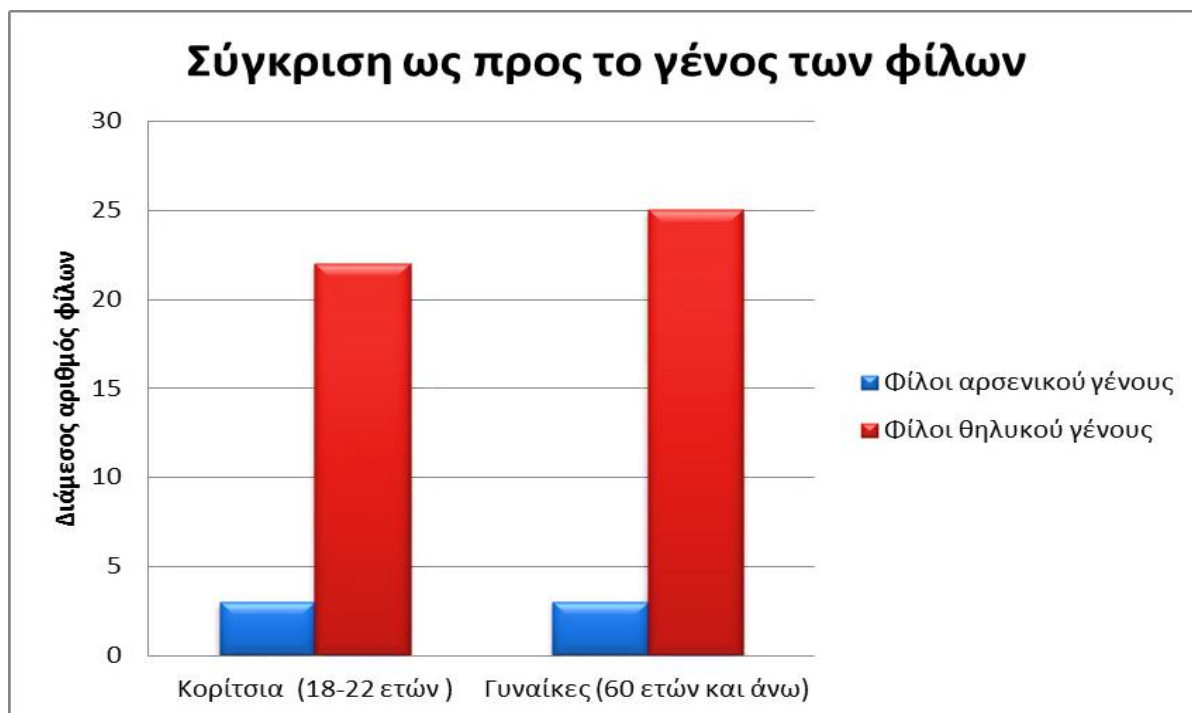
Όσον αφορά στους ηλικιωμένους άνδρες, το Γράφημα 9 ομολογεί ότι από το σύνολο των σχέσεων που συναποτελούν το κοινωνικό τους δίκτυο εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», οι περισσότερες σχέσεις φαίνεται να είναι θηλυκού γένους. Περαιτέρω, εντοπίζεται ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες έχουν διάμεσο αριθμό φίλων αρσενικού γένους 5, ενώ έχουν διάμεσο αριθμό φίλων θηλυκού γένους 15. Καταληκτικά, σε αντίθεση με τα αγόρια ηλικίας 18-22 ετών, το 70% του κοινωνικού δικτύου των ανδρών αποτελείται από σχέσεις θηλυκού γένους. Από την άλλη, οι σχέσεις αρσενικού γένους φαίνεται να διακατέχουν μόνο

το 30% από το σύνολο των σχέσεων που απαρτίζουν το κοινωνικό δίκτυο των ηλικιωμένων ανδρών. Φαίνεται ότι επί αυτού του σημείου υπάρχει μια συμφωνία μεταξύ των ευρημάτων της έρευνας αυτής και των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 649), καθώς οι εν λόγω εντοπίζουν ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες (60 ετών και άνω) τείνουν να έχουν περισσότερους φίλους θηλυκού γένους (σχέσεις αντίθετου φύλου) εντός του MySpace.

Σε αντιπαράθεση με τα αγόρια που συνδέονται με ίσο αριθμό θηλυκού και αρσενικού γένους σχέσεις, οι ηλικιωμένοι άνδρες καταδεικνύεται να συνδέονται με περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Συγκεκριμένα, οι ηλικιωμένοι άνδρες κάθε 3 φίλους αρσενικού γένους που έχουν, έχουν 10 φίλους θηλυκού γένους. Εντοπίζεται μια αρκετά ενδιαφέρουσα ηλικιακή διαφορά, με τα αποτελέσματα του μη παραμετρικού τεστ Mann-Whitney να καταδεικνύουν ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερους φίλους θηλυκού γένους ( $U(25,25)=-3.10$   $p<0.05$ ) εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», από ότι τα αγόρια ηλικίας 18-22 ετών. Αυτή μας η διαπίστωση έρχεται σε αντίθεση με τη διαπίστωση των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 649) ότι τα αγόρια εφηβικής ηλικίας έχουν περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους στο MySpace από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες.

Προχωρώντας, η επόμενη σύγκριση γίνεται μεταξύ του κοινωνικού δικτύου των κοριτσιών ( $N=25$ ) και των γυναικών ( $N=25$ ). Παρατηρώντας το Γράφημα 10 φαίνεται ότι το κοινωνικό δίκτυο τόσο των κοριτσιών όσο και των ηλικιωμένων γυναικών αποτελείται από περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους.

Όντως, οι ηλικιωμένες γυναίκες έχουν διάμεσο αριθμό σχέσεων θηλυκού γένους 25, ενώ έχουν διάμεσο αριθμό σχέσεων αρσενικού γένους 3. Από την κατανομή σχετικών συχνοτήτων (Relative frequency distribution) φαίνεται ότι από το σύνολο του κοινωνικού δικτύου των ηλικιωμένων γυναικών, με διάμεση ηλικία 65 ετών, το 90% αφορά σε θηλυκού γένους σχέσεις ενώ μόλις το 10% αφορά σε σχέσεις αρσενικού γένους. Στην παρούσα έρευνα ενώ εντοπίζεται οι ηλικιωμένες γυναίκες να έχουν πολύ περισσότερους φίλους θηλυκού γένους εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», αντίθετα η έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 649) εντοπίζει ότι, εντός του MySpace, οι ηλικιωμένες γυναίκες έχουν περισσότερους φίλους του αντίθετου φύλου (αρσενικού γένους).



**Γράφημα 10: Σύγκριση ως προς το γένος των φίλων των κοριτσιών και των γυναικών**

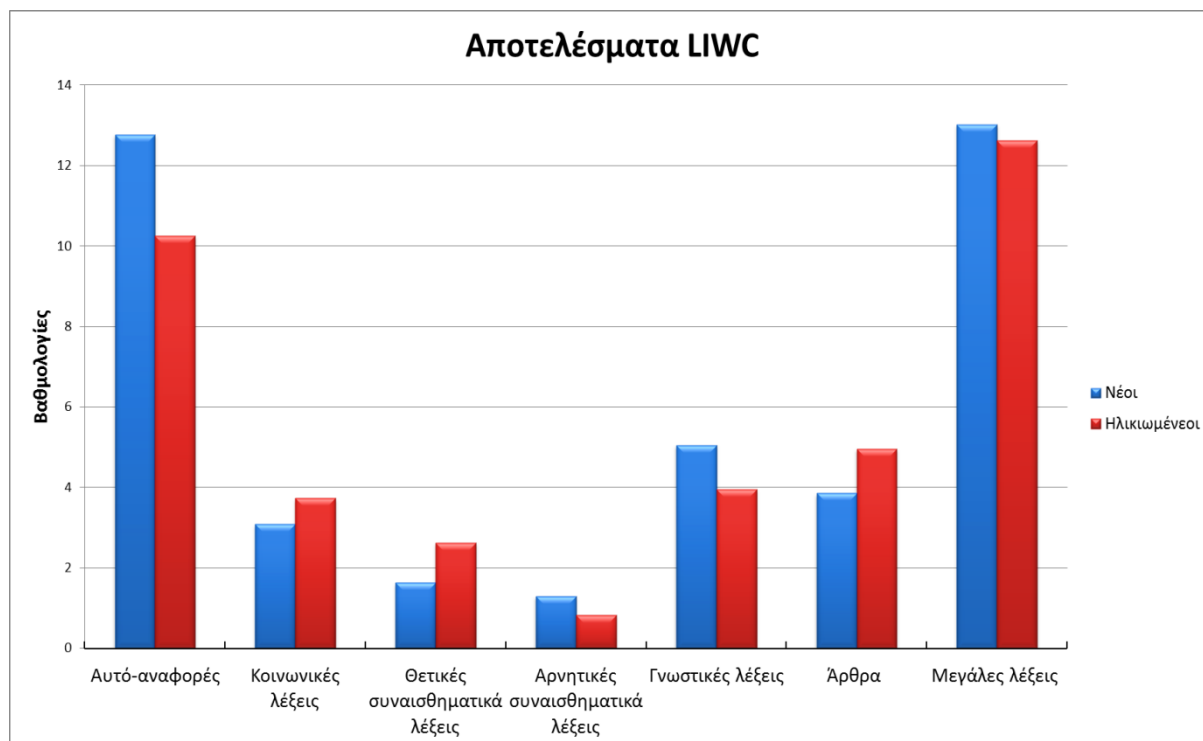
Όσον αφορά στα κορίτσια, εντοπίζεται ότι έχουν διάμεσο αριθμό φίλων θηλυκού γένους 22 και αρσενικού γένους 3. Προβαίνοντας σε κατανομή σχετικών συχνοτήτων διαφαίνεται ότι από το σύνολο των σχέσεων των κοριτσιών το 90% αφορά σε θηλυκού γένους σχέσεις και το 10% σε αρσενικού γένους σχέσεις. Αντιθέτως, οι ερευνητές Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 649) εντόπισαν ότι τα κορίτσια εφηβικής ηλικίας, από το σύνολο των ατόμων με τα οποία συνδέονται, έχουν περισσότερους φίλους αρσενικού γένους στο MySpace.

Συνάγεται ότι τόσο οι ηλικιωμένες γυναίκες όσο και τα κορίτσια τείνουν, εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», να συνδέονται με περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους. Δηλαδή, το κοινωνικό δίκτυο τόσο των ηλικιωμένων γυναικών όσο και των κοριτσιών απαρτίζεται από περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους, από ότι αρσενικού γένους. Αυτή η ερευνητική μας διαπίστωση βρίσκεται σε πλήρη αντίθεση με τους Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 649) οι οποίοι καταλήγουν ότι, εντός του MySpace, οι ηλικιωμένες γυναίκες και τα κορίτσια έχουν περισσότερους φίλους του αντίθετου φύλου (αρσενικού γένους). Εμβαθύνοντας, η εφαρμογή μη παραμετρικού τεστ Mann-Whitney δείχνει ότι οι ηλικιωμένες γυναίκες έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», από ότι τα κορίτσια ηλικίας 18-22 ετών (διάμεση ηλικία 21 ετών) ( $U(25,25)=-1.44, p>0.05$ ).

## 4.2 Ηλικιακές διαφορές ως προς τη διαδικτυακή αυτό- παρουσίαση

Ως προς τον γραπτό τρόπο υπό τον οποίον οι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» παρουσιάζουν τον εαυτό τους (Self-representation), συλλέχθηκε το εισαγωγικό κείμενο αυτό-παρουσίασης από την προσωπική σελίδα του κάθε χρήστη και έτυχε ποσοτικής ανάλυσης περιεχομένου αξιοποιώντας το λογισμικό πρόγραμμα LIWC. Στο προσεχές κείμενο γίνεται ανάλυση και συζήτηση των αποτελεσμάτων της ποσοτικής ανάλυσης περιεχομένου για διαφορετικές ομάδες του δείγματος (N=100), λαμβάνοντας υπόψη τους παράγοντες ηλικία και φύλο. Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συσχετίζονται και αντιπαραβάλλονται με αυτά των ενυπαρχουσών ερευνών (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009; Schler, Koppel, Argamon, & Pennebaker, 2006).

Στο Γράφημα 11 παρουσιάζονται οι βαθμολογίες ως προς τη χρησιμοποίηση των επτά κατηγοριών λέξεων (Βλέπε: Πίνακα 2) στο εισαγωγικό κείμενου κατά το οποίο οι νέοι (18-22 ετών) και οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) παρουσιάζουν τον εαυτό τους, εντός της προσωπικής τους σελίδας «SparkPage».



Γράφημα 11: Σύγκριση των βαθμολογιών των νέων και των ηλικιωμένων στο LIWC

Για τη δημιουργία των γραφημάτων χρησιμοποιήθηκε το μέτρο κεντρικής τάσης διάμεση τιμή (Median), καθώς θεωρείται πιο αντιπροσωπευτικό από το μέσο όρο (Mean) αφού «λαμβάνει περισσότερο υπόψη τις τιμές των άκρων, σε ένα σύνολο δεδομένων, παρέχοντας μια πιο αντιπροσωπευτική τιμή για την ομάδα ως σύνολο» (Quinn, Chen & Mulvenna, 2011, p. 268). Εκ πρώτης όψεως και έχοντας ως γνώμονα τις εγγραφές του Γραφήματος 11, διαφαίνεται να υφίστανται αρκετές διαφορές μεταξύ των νέων και των ηλικιωμένων ως προς τη χρησιμοποίηση των επτά κατηγοριών λέξεων κατά την γραπτή αυτό-παρουσίαση τους. Ωστόσο, εφαρμόζεται το παραμετρικό τεστ Student's t με σκοπό να εντοπιστεί ποια από τις δύο ηλικιακές ομάδες παρουσιάζει στατιστικά σημαντικά μεγαλύτερη βαθμολογία σε κάθε μια από τις επτά κατηγορίες λέξεων του λογισμικού προγράμματος LIWC.

Η εφαρμογή του παραμετρικού κριτηρίου t καταδεικνύει ότι, οι νέοι ηλικιακά χρήστες (18-22 ετών) της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» χρησιμοποιούν κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους στατιστικά σημαντικά περισσότερο αυτό-αναφορές ( $t(95)=3.47$ ,  $p<0.05$ ) από ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες (60 ετών και άνω). Σε συμφωνία φαίνεται να έρχονται τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής με τα αποτελέσματα της έρευνας των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 651), αφού η έρευνα εντοπίζει ότι οι έφηβοι (13-19 ετών) χρήστες του MySpace χρησιμοποιούν, στην γραπτή αυτό-παρουσίαση τους, σημαντικά περισσότερο από ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες (60 ετών και άνω) αυτό-αναφορές.

Εντούτοις, φαίνεται τα ευρήματα της έρευνας των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) να αποκλίνουν αρκετά από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας. Στα πλαίσια της έρευνας τους οι Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) εντόπισαν, επιπλέον, ότι οι έφηβοι χρησιμοποιούν περισσότερο από ότι οι ηλικιωμένοι αρνητικές συναισθηματικά λέξεις και γνωστικές λέξεις, κάτι το οποίο δεν εντοπίζεται για τους νέους ηλικιακά χρήστες (18-22 ετών) της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Επιπλέον, σε ασυμφωνία βρίσκεται η παρούσα έρευνα και με τους Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006) αφού με τη σειρά τους εντόπισαν ότι καθώς η ηλικία ενός «blogger» μειώνεται τότε αυξάνεται η συχνότητα εμφάνισης αρνητικών συναισθηματικά λέξεων στον γραπτό του λόγο. Αντιθέτως, οι νέοι ηλικιακά χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» δεν εντοπίζεται να χρησιμοποιούν περισσότερο από ότι οι ηλικιωμένοι αρνητικές συναισθηματικά λέξεις ή γνωστικές λέξεις.

Το γεγονός ότι οι νέοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» χρησιμοποιούν πολλές αυτό-αναφορές για να περιγράψουν και να παρουσιάσουν τον εαυτό



τους μπορεί να ερμηνευθεί ποικιλοτρόπως. Σύμφωνα με τους ερευνητές (Pennebaker, 2002, σελ. 8) η χρησιμοποίηση αυτό-αναφορών, και ειδικά η χρησιμοποίηση του πρώτου προσώπου ενικού «εγώ», είναι ένας από τους καλύτερους δείκτες ειλικρίνειας. Διαφαίνεται, λοιπόν, ότι οι νέοι 18-22 ετών τείνουν κατά την αυτό-παρουσίαση τους να είναι πιο ειλικρινείς από τους ηλικιωμένους χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Μια άλλη εξήγηση της έντονης χρησιμοποίησης αυτό-αναφορών είναι το ότι οι νέοι ανησυχούν για τη διαμόρφωση της ιδανικής διαδικτυακής τους ταυτότητας (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009; Schler, Koppel, Argamon, & Pennebaker, 2006). Άλλωστε και η Boyd (as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 651), κλίνει προς μια τέτοια εξήγηση, καθώς αναφέρει ότι «οι έφηβοι στο MySpace εναποθέτουν μεγάλη προσπάθεια για να οικοδομήσουν μια κατάλληλη διαδικτυακή ταυτότητα». Υπό αυτήν την άποψη, φαίνεται ότι τόσο οι νέοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» όσο και οι νέοι (έφηβοι) χρήστες του MySpace, στην έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009), ενδιαφέρονται πολύ στο να διαμορφώσουν την κατάλληλη διαδικτυακή ταυτότητα. Ίσως η έντονη προσπάθεια για δόμηση μιας ιδανικής διαδικτυακής ταυτότητας να ομολογεί το γεγονός ότι οι νέοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» αντιμετωπίζουν συναισθήματα που σχετίζονται με την εφηβεία (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 651), δηλαδή την ανασφάλεια, την νευρικότητα και την κατάθλιψη. Σύμφωνα με την ερμηνεία που δίδει το LIWC (Pennebaker Conglomerates Inc., nd) για αυτήν την κατηγορία λέξεων τα άτομα που χρησιμοποιούν κατά πολύ στο γραπτό τους λόγο αυτό-αναφορές «τείνουν να είναι πιο ανασφαλή, συναισθηματικά και καταθλιπτικά.

Όπως έχει προλεχθεί η αυτό-παρουσίαση σε διαδικτυακά περιβάλλοντα θεωρείται ως μια μη κατευθυνόμενη δραστηριότητα, που αφορά στην παραγωγή πληροφοριών. Δια μέσου αυτής της δραστηριότητας, τόσο οι νέοι όσο και οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» δεν απευθύνονται σε ένα συγκεκριμένο άτομο. Ωστόσο, μέσα από το εισαγωγικό κείμενο αυτό-παρουσίασης τους απευθύνονται στο ευρύ κοινό παρέχοντας πληροφορίες που δίνουν έναυσμα για συζήτηση, αποκαλύπτουν τις ομοιότητες μεταξύ των χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας και δημιουργώντας την έντονη πιθανότητα να προκύψουν νέες έμμεσες σχέσεις (Burke, Kraut, & Marlow, 2011, σελ. 573; (Smith, 2008, σελ. 19). Ωστόσο, η υπόθεση των ερευνητών (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 648) ότι η εκδήλωση αυτού του είδους ειλικρίνειας μπορεί να εξηγεί το γεγονός ότι οι έφηβοι (13-19 ετών) έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερους φίλους απ' ότι οι ηλικιωμένοι (60 ετών

και άνω) χρήστες του MySpace, αμφισβητείται. Μέχρι τώρα, γίνεται σαφές ότι οι νέοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» χρησιμοποιούν περισσότερες αυτό-αναφορές από ότι οι ηλικιωμένοι, αλλά έχουν μικρότερο κοινωνικό δίκτυο από ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Άλλωστε, όπως αναφέρουν οι Burke, Kraut, και Marlow (2011, σελ. 577) μέσω των μη κατευθυνόμενων δραστηριοτήτων επικοινωνίας μπορεί να δημιουργείται μια ευκαιρία για να προκύψουν νέες έμμεσες σχέσεις, αλλά δεν αναπτύσσουν άμεσα σχέσεις. Επομένως, δε φαίνεται ότι η χρησιμοποίηση πολλών αυτό-αναφορών εκ μέρους των νέων ηλικιακά χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» να σχετίζεται με τον αριθμό των φίλων με τους οποίους συνδέονται εντός της κοινότητας.

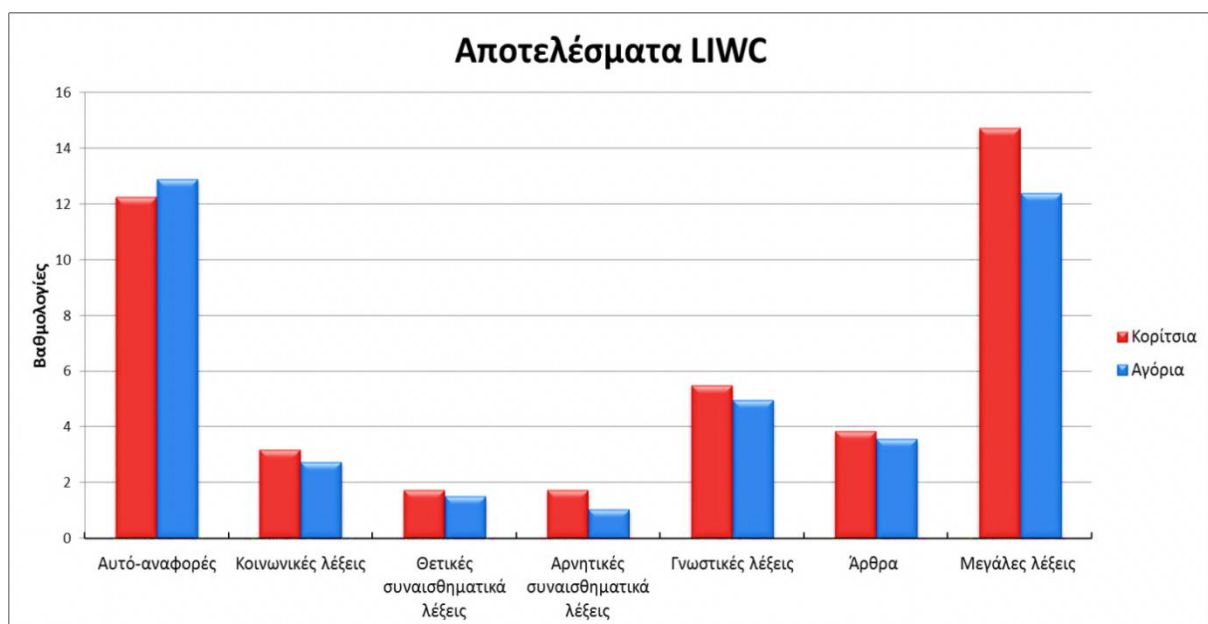
Ως προς τους ηλικιωμένους χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», εντοπίζεται να χρησιμοποιούν σημαντικά περισσότερο κοινωνικές λέξεις ( $t(76)=-2.00$ ,  $p<0.05$ ) και άρθρα ( $t(91)=-2.27$ ,  $p<0.05$ ) κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους, από ότι οι νέοι ηλικιακά χρήστες (19-22 ετών). Εν μέρει, τα αποτελέσματα της έρευνας των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 651) επιβεβαιώνονται καθώς εντοπίζουν ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες του MySpace χρησιμοποιούν, κατά την γραπτή αυτό-παρουσίαση τους, περισσότερο από ότι οι έφηβοι άρθρα. Παράλληλα, όμως, η παρούσα έρευνα βρίσκεται σε διαφωνία με τους Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 651) καθώς, σε αντίθεση με τους εν λόγω ερευνητές, η παρούσα έρευνα δεν εντοπίζει οι ηλικιωμένοι να χρησιμοποιούν μεγάλες λέξεις περισσότερο από ότι οι νέοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Σύμφωνα με την ερμηνεία που δίδεται από το LIWC (Pennebaker Conglomerates Inc., nd), οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» που χρησιμοποιούν κατά το γραπτό τους λόγο σε υψηλό ποσοστό κοινωνικές λέξεις τείνουν να είναι περισσότερο κοινωνικά συνδεδεμένοι με άλλα άτομα. Είναι κατάδηλο ότι αυτό δύναται να ισχύει για τους ηλικιωμένους (διάμεση ηλικία 65 ετών) χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», αφού έχει ήδη διαπιστωθεί ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο και πιο ανεπτυγμένο κοινωνικό κεφάλαιο σε σχέση με τους νέους (διάμεση ηλικία 20 ετών) χρήστες. Επομένως, διαπιστώνεται και πάλι ότι οι ηλικιωμένοι τείνουν να είναι κοινωνικά πιο δραστήριοι από ότι οι νέοι εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», ενώ παρουσιάζονται να ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνικοποίηση τους και όχι για την αυτό-προβολή τους.

Ταυτοχρόνως, το υψηλό ποσοστό χρησιμοποίησης άρθρων εκ μέρους των ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» δείχνει ότι, όπως και οι ηλικιωμένοι εντός του MySpace, γράφουν με ένα πιο επίσημο στυλ γραπτής έκφρασης, το οποίο είναι πιο κοντά στο στυλ συγγραφής μιας επίσημης επιστολής (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 652). Σε αντίθεση με τους νέους, οι ηλικιωμένοι παρουσιάζονται να μην ενδιαφέρονται για τη διαμόρφωση της ιδανικής τους διαδικτυακής ταυτότητας, καθώς σύμφωνα με την ερμηνεία που δίδεται από το LIWC (Pennebaker Conglomerates Inc., nd) τείνουν να είναι απρόσωποι ως προς τον τρόπο σκέψης τους. Επαληθεύεται, λοιπόν, ότι οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» ενδιαφέρονται περισσότερο από ότι οι νέοι για την κοινωνικοποίηση τους και όχι για την αυτό-προβολή τους.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι δεν εντοπίζεται καμία στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των νέων (18-22 ετών) και των ηλικιωμένων (60 ετών και άνω) χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» ως προς τη χρησιμοποίηση θετικών συναισθηματικά λέξεων ( $t(98)=-1.15$ ,  $p>0.05$ ), αρνητικών συναισθηματικά λέξεων ( $t(93)=0.03$ ,  $p>0.05$ ), γνωστικών λέξεων ( $t(96)=0.45$ ,  $p>0.05$ ) και μεγάλων λέξεων ( $t(97)=-0.49$ ,  $p>0.05$ ) κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους.

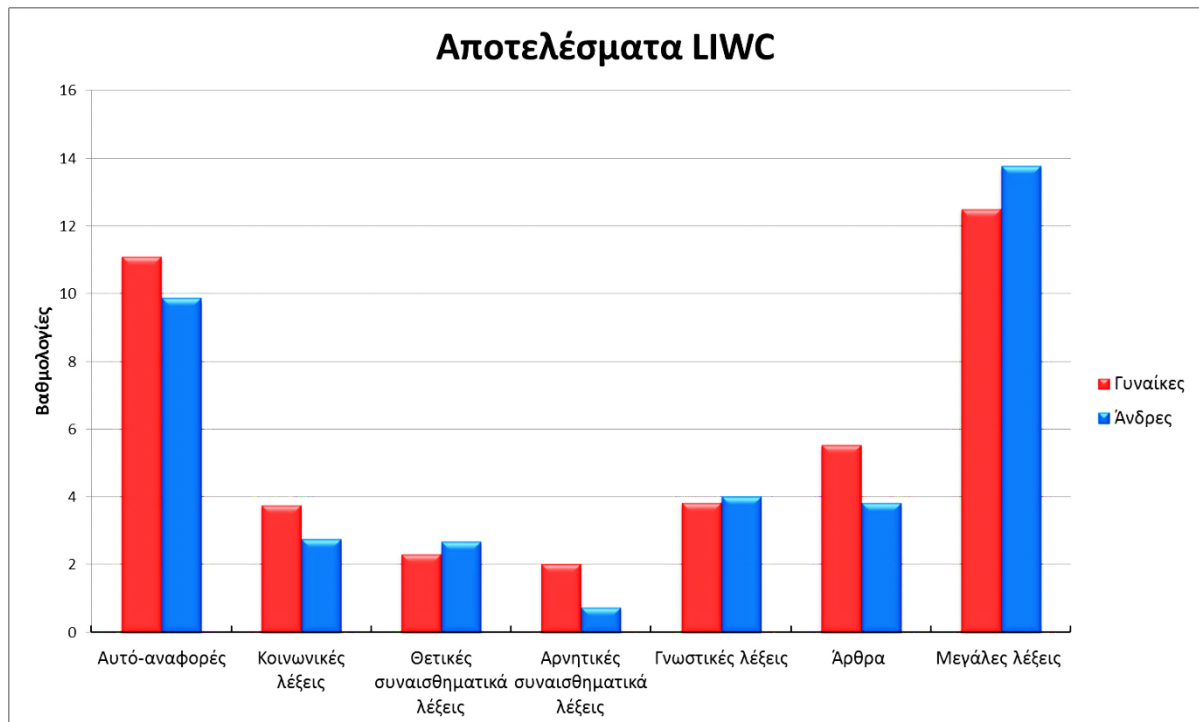
Διερευνώντας ενδεχόμενες διαφορές ή ομοιότητες ως προς τη χρησιμοποίηση των επτά κατηγοριών λέξεων εκ μέρους των αγοριών και κοριτσιών, κατά την γραπτή αυτό-παρουσίαση τους, παραθέτεται το συγκριτικό Γράφημα 12.



**Γράφημα 12: Σύγκριση των βαθμολογιών των κοριτσιών και των αγοριών στο LIWC**

Παρατηρώντας στο εν λόγω γράφημα τις βαθμολογίες τόσο των κοριτσιών όσο και αγοριών στις επτά κατηγορίες λέξεων, φαίνεται να υπάρχουν αρκετές διαφορές, με τα κορίτσια να έχουν υψηλότερη βαθμολογία από τα αγόρια σε όλες σχεδόν τις κατηγορίες λέξεων. Παρά ταύτα, από την εφαρμογή παραμετρικού τεστ Student's t εντοπίζεται ότι δεν υπάρχει καμιά στατιστικά σημαντική διαφορά ( $t < t_{\text{κρίσιμο}}, p > 0.05$ ) μεταξύ των αγοριών και των κοριτσιών ως προς τη χρησιμοποίηση και των επτά κατηγοριών λέξεων, κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους. Σε αυτή τη φάση, τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής έρχονται σε πλήρη αντίθεση με τα αποτελέσματα της έρευνας των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009). Σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, η έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 651) εντοπίζει ότι εντός του MySpace τα κορίτσια χρησιμοποιούν, στατιστικά σημαντικά, περισσότερο απ' ό,τι τα αγόρια αυτό-αναφορές, κοινωνικές λέξεις και αρνητικές συναισθηματικά λέξεις.

Προχωρώντας παραπέρα, γίνεται μια σύγκριση μεταξύ των ηλικιωμένων γυναικών και ανδρών ως προς τη χρησιμοποίηση των επτά κατηγοριών λέξεων κατά την γραπτή αυτό-παρουσίαση τους, εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Στο Γράφημα 13 παρουσιάζονται συγκριτικά οι βαθμολογίες των εν λόγω ομάδων του δείγματος.



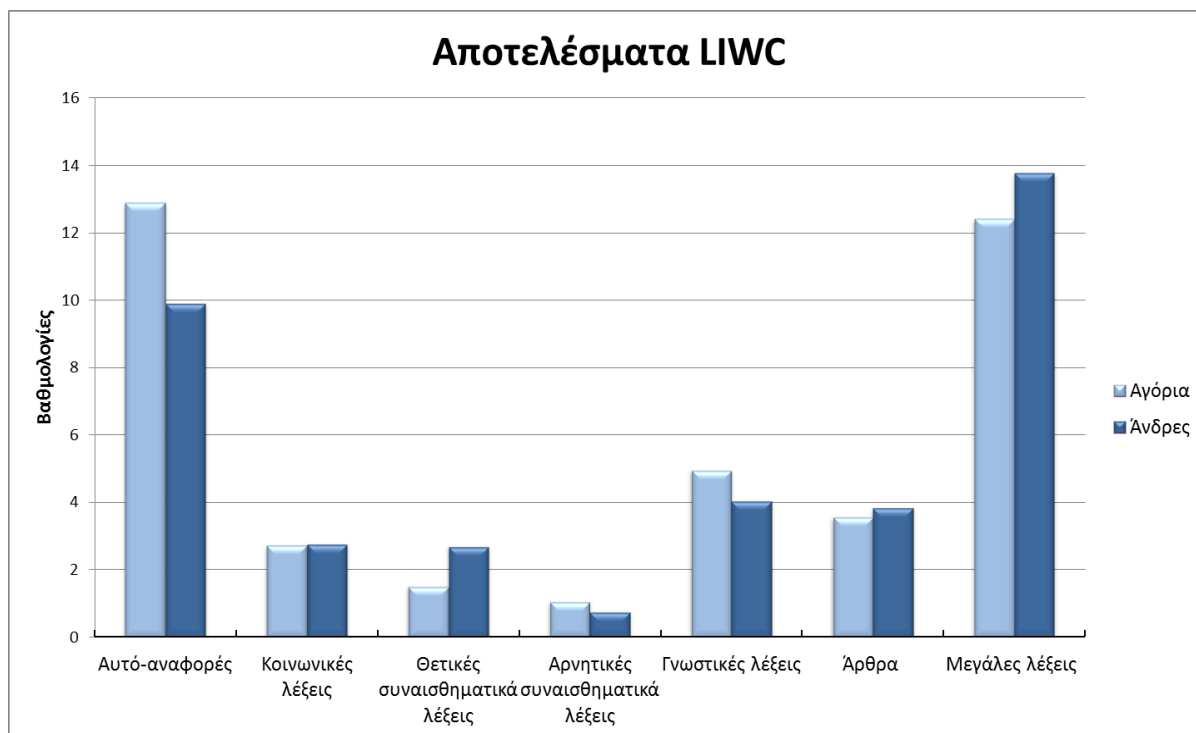
**Γράφημα 13: Σύγκριση των βαθμολογιών των γυναικών και των ανδρών στο LIWC**

Εκ πρώτης όψεως, παρατηρώντας το Γράφημα 13 φαίνεται να υπάρχουν αρκετές διαφορές μεταξύ των ηλικιωμένων ως προς στη χρησιμοποίηση των έξι εκ των επτά κατηγοριών λέξεων. Παρά ταύτα, η εφαρμογή του παραμετρικού τεστ Student's t αμφισβητεί αυτές τις κατ' εκτίμηση διαφορές.

Από την εφαρμογή παραμετρικού τεστ Student's t εντοπίζεται ότι οι ηλικιωμένες γυναίκες χρησιμοποιούν κατά την γραπτή αυτό-παρουσίαση τους περισσότερο άρθρα ( $t(37)=2.47$ ,  $p<0.05$ ) από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες. Ωστόσο, η εφαρμογή του κριτηρίου t δεν καταδεικνύει οποιεσδήποτε άλλες στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ηλικιωμένων γυναικών και ανδρών ως προς η χρησιμοποίηση των επτά κατηγοριών λέξεων. Αντιθέτως, οι ερευνητές Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 651) εντόπισαν ότι οι γυναίκες χρησιμοποιούν περισσότερο αυτό-αναφορές από ότι οι άνδρες χρήστες του MySpace. Σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας έρχονται και τα αποτελέσματα των Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006), καθώς εντοπίζουν ότι οι γυναίκες «bloggers» χρησιμοποιούν στον γραπτό τους λόγο περισσότερο θετικές, αρνητικές συναισθηματικά λέξεις και αντωνυμίες από ότι οι άνδρες. Σύμφωνα με τα πιο πάνω τόσο οι γυναίκες εντός του MySpace όσο και οι γυναίκες «bloggers» παρουσιάζονται πιο εκφραστικές από τους άνδρες κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους. Αντιθέτως, οι γυναίκες εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» παρουσιάζουν τον εαυτό τους χρησιμοποιώντας σε υψηλό ποσοστό άρθρα, και κατά συνέπεια με ένα πιο συγκεκριμένο και απρόσωπο τρόπο σκέψης (Pennebaker Conglomerates Inc., nd). Σε αντίφαση με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, οι ερευνητές Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006) εντόπισαν ότι οι άνδρες «bloggers» είναι που χρησιμοποιούν στον γραπτό τους λόγο περισσότερο από ότι οι γυναίκες άρθρα.

Κρίνεται σκόπιμο στα πλαίσια των ερευνητικών αυτών προσπαθειών να επιδοθεί σύγκριση και μεταξύ ομάδων του δείγματος διαφορετικής ηλικίας και ίδιου φύλου.

Στο Γράφημα 14 διαφαίνεται ότι υφίστανται αρκετές διαφορές μεταξύ των αγοριών και των ηλικιωμένων ανδρών. Εντούτοις, εξετάζοντας το κατά πόσο η αριθμητική διαφορά μεταξύ των μέσων όρων που προκύπτει είναι στατιστικά σημαντική, καταδεικνύεται ότι τα αγόρια χρησιμοποιούν σημαντικά περισσότερο από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες αυτό-αναφορές ( $t(46)= 2.9$ ,  $p<0.05$ ) κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».



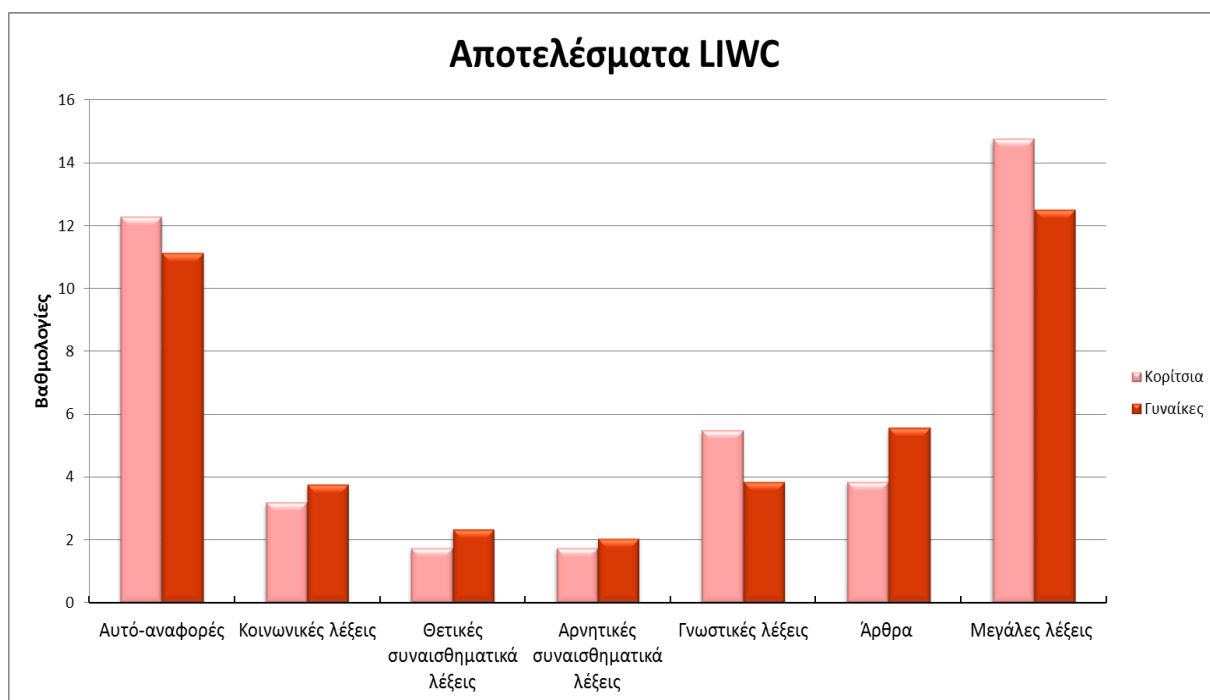
**Γράφημα 14: Σύγκριση των βαθμολογιών των αγοριών και των ανδρών στο LIWC**

Καμία άλλη στατιστικά σημαντική διαφορά δεν εντοπίστηκε μεταξύ των αγοριών και των ηλικιωμένων ανδρών ως προς τη χρησιμοποίηση των υπόλοιπων κατηγοριών λέξεων, κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους ( $t < t$  κρίσιμο,  $p > 0.05$ ), εντός της προσωπικής τους σελίδας «SparkPage». Το γεγονός ότι τα αγόρια χρησιμοποιούν περισσότερο αυτό-αναφορές από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες, καταδεικνύει ότι ανησυχούν και κάνουν μεγάλη προσπάθεια για να διαμορφώσουν τη διαδικτυακή τους ταυτότητα περισσότερο από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες. Όπως ήδη έχει αναφερθεί, το γεγονός ότι τα αγόρια χρησιμοποιούν περισσότερο αυτό-αναφορές καταδεικνύει ότι τείνουν να είναι πιο ανασφαλείς και νευρικοί από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες (Pennebaker Conglomerates Inc., nd).

Από τη μια πλευρά, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συγκλίνουν προς τα ευρήματα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 652) καθώς εντοπίζουν ότι τα αγόρια χρησιμοποιούν κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους, εντός του MySpace, περισσότερο από ότι οι άνδρες αυτό-αναφορές. Από την άλλη, ερευνητές (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 652) καταλήγουν επίσης ότι τα αγόρια χρησιμοποιούν περισσότερο από ότι οι άνδρες γνωστικές λέξεις, ενώ ότι οι άνδρες χρησιμοποιούν περισσότερο από ότι τα αγόρια άρθρα και μεγάλες λέξεις (λέξεις μεγαλύτερες των έξι χαρακτήρων). Ωστόσο, κάτι τέτοιο δεν

εμφανίζεται στη γραπτή αυτό-παρουσίαση των αγοριών και των ηλικιωμένων ανδρών εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Επιπλέον, αμφισβητούνται και τα αποτελέσματα της έρευνας των Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006), καθώς σε αντίθεση με την παρούσα έρευνα εντόπισε ότι οι άνδρες «bloggers» χρησιμοποιούν περισσότερο άρθρα από ότι τα αγόρια.

Χρησιμοποιώντας τα στατιστικά επεξεργασμένα δεδομένα που συλλέχθηκαν από την προσωπική σελίδα των γυναικών και των κοριτσιών δημιουργείται το συγκριτικό Γράφημα 15, στο οποίο παρουσιάζονται οι βαθμολογίες των κοριτσιών και των γυναικών στις επτά κατηγορίες λέξεων του LIWC. Για τη διερεύνηση του κατά πόσο η αριθμητική διαφορά που προέκυψε μεταξύ των μέσων τιμών των δύο ομάδων του δείγματος εφαρμόζεται το παραμετρικό τεστ Student's t.



**Γράφημα 15: Σύγκριση των βαθμολογιών των κοριτσιών και των γυναικών στο LIWC**

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι ηλικιωμένες γυναίκες (διάμεση ηλικία 65 ετών) χρησιμοποιούν στατιστικά σημαντικά περισσότερο από ότι τα κορίτσια άρθρα ( $t(36)=-2.55$ ,  $p<0.05$ ) κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους, ενός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Σε παρόμοια αποτελέσματα καταλήγουν και οι ερευνητές Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009, σελ. 652) με τις γυναίκες να χρησιμοποιούν περισσότερο από ότι τα κορίτσια άρθρα στο MySpace. Ωστόσο, τα ευρήματα της έρευνας αυτής συγκρούονται τόσο με τα

ευρήματα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009) όσο και με τα ευρήματα των Schler, Koppel, Argamon, και Pennebaker (2006) αφού οι ερευνητές όμοια καταλήγουν ότι τα κορίτσια χρησιμοποιούν ένα πιο ανεπίσημο και προσωπικό στυλ γραπτής έκφρασης από ότι οι γυναίκες.



## 5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η επί χειρός έρευνα έθεσε ως πρωταρχικό της σκοπό τη διερεύνηση πιθανών ηλικιακών διαφορών ή ομοιοτήτων ως προς τον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» από ηλικιωμένους (60 ετών και άνω) και νέους χρήστες (18-22 ετών). Αναντίρρητα, η επί χειρός μελέτη οδηγεί σε χρήσιμα συμπεράσματα για την κατάκτηση της καλύτερης κατανόησης των προτύπων συμπεριφοράς των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Τα εξαχθέντα συμπεράσματα δίδουν μια σαφής εικόνα για τον διαφορετικό τρόπο με τον οποίον οι δύο ηλικιακές ομάδες χρησιμοποιούν τη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople», καθορίζοντας πώς επηρεάζεται η ανάπτυξη του κοινωνικού τους δικτύου και του κοινωνικού τους κεφαλαίου. Κατά επέκταση, τα συναχθέντα συμπεράσματα της έρευνας αυτής συμβάλλουν στην καλύτερη κατανόηση του ρόλου που διαδραματίζει η διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople» για τους ηλικιωμένους και νέους χρήστες.

Συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας καταδεικνύουν ότι υφίστανται σημαντικές διαφορές μεταξύ των ηλικιωμένων (60 ετών και άνω) και νέων (18-22 ετών) χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» ως προς τη σύνθεση του κοινωνικού τους δικτύου. Καταδείχθηκε ότι οι ηλικιωμένοι τείνουν εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» να είναι κοινωνικά περισσότερο δραστήριοι από ότι οι νέοι χρήστες. Ειδικότερα, εντοπίστηκε οι ηλικιωμένοι να έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερους φίλους από τους νέους. Η σύγκριση του διάμεσου αριθμού φίλων των δύο αυτών ηλικιακών ομάδων του δείγματος έδειξε ότι οι ηλικιωμένοι έχουν δύο φορές (αναλογία 2 προς 1) περισσότερους φίλους από ότι οι νέοι (διάμεση ηλικία 20 ετών). Αυτή είναι μια αρκετά ενδιαφέρουσα ηλικιακή διαφορά ως προς το μέγεθος του κοινωνικού δικτύου, μεταξύ των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Επομένως, θα μπορούσε να λεχθεί ότι καθώς η ηλικία του χρήστη της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» αυξάνεται τότε αυξάνεται και ο αριθμός των φίλων με τους οποίους συνδέεται.

Τα προαναφερθέντα αποτελέσματα ερμηνεύονται σύμφωνα με τη θεωρία του κοινωνικού κεφαλαίου, καταλήγοντας ότι οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» έχουν πιο ανεπτυγμένο κοινωνικό κεφάλαιο από ότι οι νέοι. Το μεγάλο κοινωνικό δίκτυο των ηλικιωμένων είναι πιθανότερο να επηρεάζει περισσότερο

θετικά το κοινωνικό τους κεφάλαιο, δηλαδή είναι πιθανότερο αμφίδρομα να ανταλλάζουν περιεχόμενο, εμπειρίες και κοινωνική στήριξη με περισσότερα άτομα. Όσο πιο μεγάλο είναι το κοινωνικό δίκτυο των ατόμων, τόσο πιο πιθανόν είναι να περιλαμβάνει περισσότερες έμμεσες σχέσεις. Υπό αυτό το πρίσμα, αφού οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο έχουν περισσότερες έμμεσες σχέσεις από ότι οι νέοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Κατά συνέπεια, οι ηλικιωμένοι παρουσιάζονται να έχουν πιο ανεπτυγμένο το κοινωνικό κεφάλαιο της γεφύρωσης (Bridging social capital).

Από την αναδίφηση στη σχετική βιβλιογραφία (Elahi, & Karlsen, 2012; Quinn, Chen, & Mulvenna, 2011, σελ. 271; Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 648) εντοπίστηκε ότι σε διαδικτυακές κοινότητες που επικεντρώνονται αποκλειστικά στην κοινωνική δικτύωση (Facebook, MySpace) οι ηλικιωμένοι έχουν μικρότερο κοινωνικό δίκτυο ενώ οι νέοι έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο. Ωστόσο, η έρευνα αυτή κατέληξε σαφώς σε αντίθετα συμπεράσματα παρουσιάζοντας τους ηλικιωμένους να έχουν ένα πιο διευρυμένο κοινωνικό δίκτυο από τους νέους, εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Ο σκοπός δημιουργίας και το περιεχόμενο της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» φαίνεται όντως να διαδραματίζει, εν μέρει, ρόλο στην οικοδόμηση και διατήρηση του κοινωνικού δικτύου και κοινωνικού κεφαλαίου των ηλικιωμένων και των νέων χρηστών. Επιβεβαιώνεται αυτό που αναφέρουν και οι ερευνητές Donath και Boyd (as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 644), ότι λόγω του σκοπού δημιουργίας της η διαδικτυακή κοινότητα εντοπίζεται να ενθαρρύνει τους ηλικιωμένους να συνδέονται με νέες/έμμεσες σχέσεις και κατά επέκταση να έχουν ανεπτυγμένο το ασαφές κοινωνικό τους δίκτυο.

Εμβαθύνοντας, αρκετές διαφορές εντοπίστηκαν και μεταξύ των νέων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Τα κορίτσια ηλικίας 18-22 ετών εντοπίστηκε να έχουν σημαντικά περισσότερους φίλους από ότι τα αγόρια της ίδιας ηλικίας, με μια αναλογία 5 προς 1. Τα κορίτσια έχουν 5 φορές περισσότερους φίλους από ότι τα αγόρια εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Ομολογουμένως, αυτό δείχνει ότι τα κορίτσια ενδιαφέρονται περισσότερο από ότι τα αγόρια να δομήσουν ένα μεγάλο κοινωνικό δίκτυο ενός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», ώστε να έχουν μεγαλύτερο όφελος από έμμεσες σχέσεις ως προς την παροχή κοινωνικής στήριξης στην επίτευξη των σκοπών τους για απώλεια σωματικού βάρους. Τα κορίτσια ενδιαφέρονται περισσότερο από ότι τα αγόρια για τη δόμηση ενός μεγάλου κοινωνικού δικτύου που τις καθιστά δημοφιλείς εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Όσον αφορά στους ηλικιωμένους, η εφαρμογή στατιστικού ελέγχου έδειξε ότι δεν υπάρχει μεταξύ τους στατιστικά σημαντική διαφορά ως προς τον αριθμό των σχέσεων που συναποτελούν το κοινωνικό τους δίκτυο στη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople». Τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες ηλικίας 60 ετών και άνω τείνουν να έχουν παρόμοιο αριθμό φίλων, κάτι το οποίο καταδεικνύει ότι ασχέτως φύλου είναι εξίσου κοινωνικά δραστήριοι εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Επιπρόσθετα, εντοπίστηκε οι ηλικιωμένοι άνδρες να έχουν 5 φορές περισσότερους φίλους από τα αγόρια. Καθώς η διαφορά αυτή είναι στατιστικά σημαντική, οι ηλικιωμένοι άνδρες (διάμεση ηλικία 65 ετών) εμφανίζονται κοινωνικά πιο δραστήριοι από τα αγόρια ηλικίας 18-22 ετών στη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople». Οι ηλικιωμένοι άνδρες έχοντας πιο ανεπτυγμένο κοινωνικό δίκτυο, είναι πιο πιθανόν να επηρεάζεται περισσότερο θετικά το κοινωνικό τους κεφάλαιο. Αυτές οι διαφορές μεταξύ των ηλικιωμένων ανδρών και αγοριών δε φαίνεται να αντικατοπτρίζονται μεταξύ των ηλικιωμένων γυναικών και κοριτσιών. Ασχέτως ηλικίας, τα κορίτσια (18-22 ετών) και οι ηλικιωμένες γυναίκες (60 ετών και άνω) εντοπίστηκε να είναι εξίσου δραστήριες έχοντας ένα μεγάλο κοινωνικό δίκτυο, το οποίο είναι πιθανότερο να αφορά σε περισσότερες έμμεσες σχέσεις.

Διερευνώντας και συγκρίνοντας το γένος των σχέσεων των νέων και των ηλικιωμένων χρηστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», εντοπίστηκε μια ενδιαφέρουσα ηλικιακή ομοιότητα. Φάνηκε ότι με τον ίδιο απροσδιόριστο τρόπο τόσο οι νέοι όσο και οι ηλικιωμένοι χρήστες τείνουν να συνδέονται με περισσότερα άτομα θηλυκού γένους. Εντούτοις, οι ηλικιωμένοι φάνηκε να συνδέονται με σημαντικά περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους από ότι νέοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Είναι σημαντικό το γεγονός ότι, τα αγόρια εντοπίστηκε να έχουν ίσο αριθμό θηλυκού και αρσενικού γένους σχέσεων, ενώ τα κορίτσια να έχουν στατιστικά σημαντικά περισσότερες σχέσεις θηλυκού γένους από ότι τα αγόρια εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Υπό τη διερεύνηση ηλικιακών διαφορών ως προς τη γραπτή αυτό-παρουσίαση εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», εντοπίστηκε ότι οι νέοι ηλικιακά χρήστες (18-22 ετών) χρησιμοποιούν στατιστικά σημαντικά περισσότερο αυτό-αναφορές από ότι οι ηλικιωμένοι. Σύμφωνα και με την Boyd (as cited in Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 651), οι νέοι της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» εναποθέτουν μεγάλη προσπάθεια για να οικοδομήσουν μια κατάλληλη διαδικτυακή ταυτότητα. Ίσως η έντονη προσπάθεια για

δόμηση μιας ιδανικής διαδικτυακής ταυτότητας να ομολογεί το γεγονός ότι οι νέοι χρήστες της κοινότητας αντιμετωπίζουν συναισθήματα που σχετίζονται με την εφηβεία (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 651), δηλαδή την ανασφάλεια, την νευρικότητα και την κατάθλιψη. Σύμφωνα και με την ερμηνεία που δίδει το LIWC (Pennebaker Conglomerates Inc., nd) τα άτομα που χρησιμοποιούν κατά πολύ στο γραπτό τους λόγο αυτό-αναφορές «τείνουν να είναι πιο ανασφαλή, συναισθηματικά και καταθλιπτικά».

Αντίθετα, οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», φάνηκε να χρησιμοποιούν σημαντικά περισσότερο κοινωνικές λέξεις και άρθρα κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους, από ότι οι νέοι ηλικιακά χρήστες (19-22 ετών). Σύμφωνα με το LIWC (Pennebaker Conglomerates Inc., nd), οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» τείνουν να είναι περισσότερο κοινωνικά συνδεδεμένοι με άλλα άτομα. Αυτό δύναται να ισχύει για τους ηλικιωμένους (διάμεση ηλικία 65 ετών) χρήστες, αφού οι ίδιοι εντοπίστηκε να έχουν μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο και πιο ανεπτυγμένο κοινωνικό κεφάλαιο σε σχέση με τους νέους (διάμεση ηλικία 20 ετών) χρήστες. Επομένως, διαπιστώνεται και πάλι ότι οι ηλικιωμένοι τείνουν να είναι κοινωνικά πιο δραστήριοι από ότι οι νέοι εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople», ενώ παρουσιάζονται να ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνικοποίηση τους και όχι για την αυτό-προβολή τους.

Παράλληλα, οι ηλικιωμένοι καταδείχθηκε να χρησιμοποιούν σημαντικά περισσότερο από ότι οι νέοι χρήστες άρθρα κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίασή τους. Του λόγου το αληθές, αυτό δείχνει ότι οι ηλικιωμένοι παρουσιάζουν τον εαυτό τους με ένα πιο επίσημο στυλ γραπτής έκφρασης, το οποίο είναι πιο κοντά στο στυλ συγγραφής μιας επίσημης επιστολής (Pfeil, Arjan, & Zaphiris, 2009, σελ. 652). Σε αντίθεση με τους νέους, οι ηλικιωμένοι παρουσιάζονται να μην ενδιαφέρονται για τη διαμόρφωση της ιδανικής τους διαδικτυακής ταυτότητας, καθώς σύμφωνα με το LIWC (Pennebaker Conglomerates Inc., nd) τείνουν να είναι απρόσωποι ως προς τον τρόπο σκέψης τους.

Από την άλλη πλευρά, τα ευρήματα που εκκρίνονται από την έρευνα αυτή δηλώνουν ότι δεν υφίσταται καμία στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των νέων ηλικιακά χρηστών ως προς τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

Όσον αφορά στις ηλικιωμένες γυναίκες, καταδείχθηκε ότι χρησιμοποιούν στατιστικά σημαντικά περισσότερο άρθρα από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες και τα κορίτσια κατά τη γραπτή αυτό-παρουσίαση τους. Αυτό υποδηλώνει ότι εντός της διαδικτυακής κοινότητας

«SparkPeople» οι γυναίκες τείνουν να έχουν έναν πιο συγκεκριμένο και απρόσωπο τρόπο σκέψης από ότι τα κορίτσια και οι ηλικιωμένοι άνδρες (Pennebaker Conglomerates Inc., nd).

Τέλος, εντοπίστηκε ότι τα αγόρια εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» παρουσιάζουν τον εαυτό τους κάνοντας σημαντικά περισσότερες αυτό-αναφορές από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες. Το γεγονός ότι τα αγόρια χρησιμοποιούν περισσότερο αυτό-αναφορές από ότι οι ηλικιωμένοι άνδρες καταδεικνύει ότι, ανησυχούν περισσότερο και κάνουν μεγάλη προσπάθεια για να διαμορφώσουν τη διαδικτυακή τους ταυτότητα.

Συναθροίζοντας τα συμπεράσματα της επί χειρός έρευνας, συνάγεται το γενικό συμπέρασμα ότι η ηλικία, αλλά εν μέρει και το φύλο, είναι παράγοντες που επηρεάζουν τον τρόπο χρησιμοποίησης της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople». Εξαγάγεται το συμπέρασμα ότι καθώς η ηλικία των χρηστών του δείγματός αυξάνεται, τότε αυξάνεται και ο αριθμός των φίλων με τους οποίους συνδέονται. Το γεγονός αυτό ομολογεί ότι οι ηλικιωμένοι (60 ετών και άνω) χρησιμοποιούν τη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople» για να συνδεθούν με περισσότερα άτομα από ότι οι νέοι, άτομα τα οποία δύναται να αφορούν σε περισσότερες έμμεσες σχέσεις.

Κατά συνέπεια, το κοινωνικό κεφάλαιο των ηλικιωμένων χρηστών επηρεάζεται περισσότερο θετικά, από ότι αυτό των νέων, καθώς έχουν ένα μεγάλο κοινωνικό δίκτυο που ενδεχομένως να τους προσφέρει μεγαλύτερο όφελος. Από την άλλη, τόσο οι νέοι όσο και οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» με τον ίδιο απροσδιόριστό τρόπο τείνουν να συνδέονται περισσότερο με σχέσεις θηλυκού γένους. Ωστόσο, οι νέοι παρουσιάζουν τον εαυτό με έναν τρόπο που αντικατοπτρίζει τα αισθήματα που βιώνουν στην εφηβεία, εναποθέτοντας μεγάλη προσπάθεια για να δομήσουν την ιδανική διαδικτυακή ταυτότητα. Από την άλλη, οι ηλικιωμένοι χρήστες της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνική τους συμμετοχή και όχι για την αυτοπροβολή τους, κάτι το οποίο αντικατοπτρίζεται και στο γραπτό τους λόγο. Είναι καταφανές ότι, οι ηλικιωμένοι χρήστες έχουν διαφορετικά κίνητρα και σκοπό από τη χρησιμοποίηση της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople».

## **5.1 Περιορισμοί, προκλήσεις και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα**

Όπως όλες οι έρευνες, έτσι και αυτή η έρευνα φέρει ορισμένους περιορισμούς. Θεωρείται περιορισμός το γεγονός ότι επιλέχθηκαν μόνο νέοι ηλικίας 18-22 ετών. Κρίνεται ότι θα έπρεπε να συμπεριληφθούν στο δείγμα και άτομα μικρότερων ηλικιών. Εντούτοις, κάτι

τέτοιο δεν μπορούσε να είναι εφικτό αφού σύμφωνα με τους όρους και τις προϋποθέσεις συμμετοχής στη διαδικτυακή κοινότητα «SparkPeople», απαγορεύεται σε άτομα που δεν έχουν ηλικία 18 ετών και άνω να γίνουν μέλη της κοινότητας.

Όπως αναφέρουν και οι Elahi και Karlsen (2012), η ανάλυση κοινωνικών δικτύων είναι σχετικά νέο πεδίο έρευνας και προβάλλει πολλά εμπόδια και προκλήσεις. Μια σημαντική πρόκληση που αντιμετωπίστηκε κατά τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας, ήταν η ασυμφωνία των διαχειριστών της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» για διεξαγωγή της διαδικτυακής επισκόπησης. Μετά από μακρόχρονη συζήτηση και διαπραγμάτευση με τους διαχειριστές έγινε σαφές ότι η επιμονή για διεξαγωγή διαδικτυακής επισκόπησης στην κοινότητα τους θα συνεπαγόταν ανάλογες κυρώσεις, όπως η διαγραφή του λογαριασμού που είχε δημιουργηθεί για τους σκοπούς αυτής της έρευνας. Επιπλέον, η αυξημένη πολυπλοκότητα της ασφάλειας εντός της διαδικτυακής κοινότητας «SparkPeople» αποτέλεσε μείζον εμπόδιο στη διασφάλιση του δείγματος και των δεδομένων.

Ο τρόπος συλλογής των δεδομένων αποτέλεσε σημαντικό πρόβλημα κατά τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας. Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε υπό έναν μη αυτοματοποιημένο τρόπο, ο οποίος κατέστησε τη διαδικασία της συλλογής των δεδομένων επίπονη και χρονοβόρα. Παράλληλα, ο μη αυτοματοποιημένος τρόπος συλλογής των δεδομένων οδήγησε στη συλλογή δεδομένων από ένα σχετικά μικρό μέγεθος δείγματος (N=100). Σε αντίθετη περίπτωση, εάν ήταν δυνατή η δημιουργία ενός συστήματος αυτόματης συλλογής δεδομένων από το προφίλ των χρηστών, όπως και στην έρευνα των Pfeil, Arjan, και Zaphiris (2009), θα μπορούσαμε να συλλέξουμε δεδομένα από ένα μεγαλύτερο μέγεθος δείγματος.

Επί του παρόντος σημείου, να αναφέρουμε ότι χρίζει ενδιαφέροντος η διερεύνηση των ηλικιακών διαφορών ως προς τον τρόπο με τον οποίον οι νέοι και οι ηλικιωμένοι χρησιμοποιούν άλλες διαδικτυακές κοινότητες που αφορούν στην απώλεια σωματικού βάρους. Προτείνεται, λοιπόν, να πραγματοποιηθούν παρόμοιες έρευνες και σε άλλες διαδικτυακές κοινότητες. Εάν αυτό γίνει πράξη, τότε θα υπάρχει ικανοποιητικός αριθμός αποτελεσμάτων προς ερευνητική σύγκριση.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ**

Babbie, E. (2010). *The practice of social research* (12th ed.). USA: Wadsworth.

Burke, M., Kraut, R., & Marlow, C. (2011). Social capital on facebook: Differentiating uses and users. *Proceedings of the 2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems*. Canada: ACM

Elahi, N., & Karlsen, R. (2012). User behavior in online social networks and its implications: A user study. *Proceedings of the 2nd International Conference on Web Intelligence, Mining and Semantics*. Romania: ACM

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

Enli, G. S., & Thumim, N. (2012). Socializing and self-representation online: Exploring facebook. *Observatorio (OBS) Journal*, 6(1), 85-105.

Howard, B. (2008). Analyzing online social networks. *Communications of the ACM*, 51(11), 14-16. doi:10.1145/1400214.1400220

Hwang, K. O., Ottenbacher, A. J., Green, A. P., Cannon-Diehl, M. R., Richardson, O., Bernstam, E. V., et al. (2010). Social support in an internet weight loss community. *International Journal of Medical Informatics*, 79(1), 1-19. doi: 10.1016/j.ijmedinf.2009.10.003.

KwikSurveys. (n.d.) *Official free online survey & questionnaire tool*. Retrieved October 6, 2012, from <http://kwiksurveys.com/>

LIWC, Inc. (n.d.) *Linguistic inquiry and word count*. Retrieved September 15, 2012, from <http://www.liwc.net/index.php>

Maitland, J., & Chalmers, M. (2011). Designing for peer involvement in weight management. *Proceedings of the 2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems*. Canada: ACM

Mallan, K. M. (2009). Look at me! Look at me! Self-representation and self-exposure through online networks. *Digital Culture and Education*, 1(1), 51-56.

Pennebaker, J.W. (2002). What our words can say about us: Toward a broader language psychology. *Psychological Science Agenda*, 15, 8-9.

Pennebaker Conglomerates Inc. (n.d.). LIWC Results. Retrieved May 15, 2012, from <http://www.utpsyc.org/TAT/LIWCTATresults.php>

Pfeil, U., Arjan, R., & Zaphiris, P. (2009). Age differences in online social networking – A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in MySpace. *Computers in Human Behavior*, 25(3), 643-654. doi: 10.1016/j.chb.2008.08.015

Quinn, D., Chen, L., & Mulvenna, M. (2011). Does age make a difference in the behaviour of online social network users? *International Conferences on Internet of Things, and Cyber, Physical and Social Computing*.

Qureshi, I. (2007). The influence of computer mediated communication on social capital: A disaggregated approach. USA: ACM.

Schler, J., Koppel, M., Argamon, S., & Pennebaker, J. (2006). Effects of age and gender on blogging. *Proceedings of the AAAI Spring Symposia on Computational Approaches to Analyzing Weblogs*.

Smith, M. S. (2008). Social capital in online communities. *Proceedings of the 2nd PhD Workshop on Information and Knowledge Management*. USA: ACM

SparkPeople, Inc. (2012a). *Company History*. Retrieved October 7, 2012, from [http://www.sparkpeople.com/about/company\\_history.asp](http://www.sparkpeople.com/about/company_history.asp)

SparkPeople, Inc. (2012b). *Free diet plans at SpakPeople*. Retrieved October 6, 2012, from <http://www.sparkpeople.com/>



SparkPeople, Inc. (2012c). *SparkPeople Activity Around the World*. Retrieved November 13, 2012, from <http://www.sparkpeople.com/about/stats.asp>

Taraszow, T., Aristodemou, E., Shitta, G., Laouris, Y., & Arsoy, A. (2010). Disclosure of personal and contact information by young people in social networking sites: An analysis using facebook profiles as an example. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 6(1), 81-101.

Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the internet increase, decrease, or supplement social capital? *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436-455. doi: 10.1177/00027640121957286

Zaphiris, P. (2012). *Εβδομάδα 2: Τύποι δικτυακών κοινοτήτων και κοινωνικών μέσων* [Powerpoint slides]. Retrieved from drive.google.com Online: [https://docs.google.com/presentation/d/1ChBhE9\\_IDPgW1nyLQwePVOlVBI5oRplhqelcUFvWWPY/edit#slide=id.p4](https://docs.google.com/presentation/d/1ChBhE9_IDPgW1nyLQwePVOlVBI5oRplhqelcUFvWWPY/edit#slide=id.p4)

Ρούσσο, Π.Λ., & Τσαούσης, Γ. (2002). *Στατιστική εφαρμοσμένη στις κοινωνικές επιστήμες*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

## 6 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

### 6.1 Ενδεικτικό ερωτηματολόγιο της διαδικτυακής επισκόπησης

# Analysis of Online Social Networks: The Case of the Online Community 'SparkPeople'



#### *Survey Scope-Privacy statement*

This questionnaire is a part of a master thesis, prepared at the context of postgraduate studies at the Cyprus University of Technology (<http://www.cut.ac.cy/> - Department of Multimedia and Graphic Arts). The aim of the research is to investigate age differences or similarities in use of the social network community «SparkPeople».

It is important to state that the research results will be shared with all participants. Participants' personal data or any part thereof will not be published and will not be used by third parties. It is honour to spend your time in this survey, and thank you for promoting the research in your community.

*Is required an answer to each of the 19 questions.*

**\*1 Gender:**

Male  Female

**\*2 Age:**

18-20  21-22  over 60

**\*3 Note, choosing the relevant option from below, how frequently do you comment on other SparkPeople members':**

	Never	Seldom	Sometimes	Frequently	Very frequently
Status	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SparkPage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Photos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Activity or activities feed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blog entry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video entry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**\*4 Note how frequently you send to other SparkPeople members 'goodies', choosing the appropriate option from below:**

- Never
- Seldom
- Sometimes
- Frequently
- Very frequently

**\*5 Note how frequently you send 'Spark-Mail' to other members of SparkPeople, choosing the relevant option from below:**

- Never
- Seldom
- Sometimes
- Frequently
- Very frequently

**\*6 Note, choosing the appropriate option from below, how frequently do you 'like' other SparkPeople members':**

	Never	Seldom	Sometimes	Frequently	Very frequently
Status	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Activity or activities feed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blog entry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video entry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**\*7 Other SparkPeople members send you 'Spark-Mail':**

- Never
- Seldom
- Sometimes
- Frequently
- Very frequently

**\*8 Other SparkPeople members give you 'goodies':**

- Never
- Seldom
- Sometimes
- Frequently
- Very frequently

**\*9 Other members of SparkPage 'like' yours:**

	Never	Seldom	Sometimes	Frequently	Very frequently
Activity or activities feed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Status	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blog entry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video entry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**\*10 Note, choosing the appropriate option from below, how frequently other SparkPeople members comment on your:**

	Never	Seldom	Sometimes	Frequently	Very frequently
Status	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SparkPage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Photos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Activity or activities feed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blog entry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video entry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**\*11 Note, choosing the appropriate choice from below, how frequently do you add:**

	Never	Seldom	Sometimes	Frequently	Very frequently
New photos in your SparkPage photo gallery	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blog entry in your SparkPage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Video blog in your SparkPage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**\*12 In your SparkPage, you change your profile information (e.g. goals, program, personal information, other information etc.):**

- Never
- Seldom
- Sometimes
- Frequently
- Very frequently

**\*13 In your SparkPage, you change your page's introduction text:**

- Never
- Seldom
- Sometimes
- Frequently
- Very frequently

**\*14 In your SparkPage, you update your status:**

- Never
- Seldom
- Sometimes
- Frequently
- Very frequently

**\*15 In your SparkPage, you change the homepage photos (the three photos at the left hand side of your SparkPage-Info):**

- Never
- Seldom
- Sometimes
- Frequently
- Very frequently

**\*16 In your SparkPage, you change your profile photo:**

- Never
- Seldom
- Sometimes
- Frequently
- Very frequently

**\*17 You visit other members' SparkPage, in order to:**

	Never	Seldom	Sometimes	Frequently	Very frequently
Read their profile information (e.g. goals, personal informations)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Read their blog entry or entries	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Watch their video entry or entries	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Navigate to their photo gallery	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Read their status	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Read comments (user's comments-or user's friends comments)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**\*18 Using the online community 'Spark People', you directly (e.g. Spark-Mail, comments, 'like', give goodies etc.) communicate with:**

	Never	Seldom	Sometimes	Frequently	Very frequently
Relatives (e.g. brothers and sisters etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Family friends	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Colleagues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Classmates	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SparkPeople friends with whom you have shared interests (met in SparkPeople)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foreign (eg. an individual that you wish to meet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*19 Using the online community 'SparkPeople', you gather information (e.g. information from photos, text, blog entry etc.) from the SparkPage of:

	Never	Seldom	Sometimes	Frequently	Very frequently
Relatives (e.g. brothers and sisters etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Family friends	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Colleagues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Classmates	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SparkPeople friends with whom you have shared interests (met in SparkPeople)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foreign (eg. an individual that you wish to meet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Thank you for your contribution!**

