

**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤ. ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ
ΕΠΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΓΙΑΝΝΗΣ ΣΚΑΡΠΕΛΟΣ
ΜΕΛΗ ΚΩΣΤΗΣ ΔΑΛΛΑΣ, ΠΕΡΣΕΦΟΝΗ ΖΕΡΗ
ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ ΕΛΕΝΗ ΛΟΥΡΑ
ΑΜ 4110Μ016**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η διαμόρφωση της ταυτότητας των νέων
στα κοινωνικά δίκτυα:
Το παράδειγμα των νέων 10-12 ετών στο facebook**

ΑΘΗΝΑ 2012



Περιεχόμενα

Περιεχόμενα	3
1. Εισαγωγή	4
1.1. Το θέμα και η χρησιμότητά του	4
1.2. Δομή της εργασίας	6
1.3. Στοιχεία για την έρευνα και ευχαριστίες.....	7
2. Βιβλιογραφική επισκόπηση των βασικών όρων που θα μελετήσουμε.....	8
2.1. Το «προφίλ» του Facebook	8
2.1.1. Το «χρονολόγιο» (timeline) και ο ρόλος του στην ταυτότητα του ατόμου.....	9
2.1.2. Κοινωνική επίδραση του Facebook και εκπαίδευση	10
2.1.3. Κατανοώντας τα «κοινωνικά μέσα» και την προσβασιμότητα	12
2.2. Η έννοια της ταυτότητας και οι νέοι	14
2.2.1. Τι είναι «νέο» για την εργασία μας	14
2.2.2. Η έννοια της ταυτότητας και το Facebook	15
2.2.3. Ατομική ταυτότητα – συλλογική ταυτότητα	19
2.3. Η έννοια εαυτού, η ταυτότητα και το facebook	21
3. Η μεθοδολογία της έρευνας.....	23
3.1. Προς μια υπόθεση εργασίας.....	24
3.2. Εντοπίζοντας τα στοιχεία του ενδιαφέροντός μας	25
3.3. Η διαμόρφωση του δείγματος	25
3.4. Η συλλογή και καταγραφή των δεδομένων	26
3.5. Πρόσθετα μεθοδολογικά εργαλεία.....	28
3.6. Αξιοποίηση της βιβλιογραφίας και των πηγών.....	29
4. Οι νέοι στα κοινωνικά δίκτυα: έρευνα και παρατηρήσεις για την ταυτότητα.....	29
4.1. Η καταγραφή των ευρημάτων	30
4.2. Αναλύοντας τα ευρήματα.....	32
4.2.1. Οι «δημιουργικές δοκιμές».....	33
4.2.2. Η δημιουργία ονόματος, πρωταρχικό πεδίο «δημιουργικών δοκιμών»	34
4.2.3. Οι φωτογραφίες	35
4.2.3.1. Τα «εξώφυλλα» και τα προφίλ	36
4.2.3.2. Τα άλμπουμ.....	38
4.2.4. Η ταυτότητα μέσα από τη γραπτή γλώσσα	40
4.3. «Πες μου τους φίλους σου»: προτεινόμενα και εθελούσια δίκτυα	41
4.4. Παρατηρήσεις από την ανάλυση.....	44
4.4.1. Η «σελίδα-σπίτι» και η λειτουργία της για τα παιδιά.....	44
4.4.2. Η ταυτότητα του «star» και το Facebook	46
4.5. Συγκροτημένη ταυτότητα σε ένα κατακερματισμένο προφίλ.....	49
5. Συμπεράσματα.....	50
Βιβλιογραφία	53

1. Εισαγωγή

1.1. Το θέμα και η χρησιμότητά του

Η επίδραση των κοινωνικών δικτύων στη ζωή μας τα τελευταία χρόνια είναι πολύ μεγάλη. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι σε όλο τον πλανήτη αποκτούν «προφίλ» στα δημοφιλή δίκτυα και ζουν μέσα από αυτά ένα μεγάλο κομμάτι της ζωής τους. Παρ' όλο που τα περισσότερα από αυτά – όπως το Facebook που θα μας απασχολήσει σε αυτή την εργασία – απευθύνονται σε ενήλικες, αυτό δεν είναι απόλυτο. Έτσι, μια μεγάλη μερίδα νέων, από τη μαθητική κιόλας ηλικία εγγράφονται σε αυτά και διαμορφώνουν τις κοινωνικές τους σχέσεις, αλλά και το δικό τους «προφίλ».

Ειδικότερα στο facebook, με την έννοια του «προφίλ» όπως θα δούμε, περιγράφεται ένα σύνολο πληροφοριών, εικόνων, κειμένων, βίντεο και άλλων στοιχείων που «ανεβάζει» (upload) ο χρήστης σε ένα δικό του χώρο μέσα στο λογισμικό του ιστότοπου συγκροτώντας έτσι μια ψηφιακή εκδοχή του εαυτού του. Τη στιγμή που γράφεται αυτή η εργασία, η έννοια αυτή του προφίλ συγκροτείται κυρίως γύρω από ένα «χρονολόγιο»¹ (timeline), όπως αναφέρεται, που περιλαμβάνει όλα αυτά τα στοιχεία χρονικά προσδιορισμένα, από τη γέννηση του χρήστη ως σήμερα. Παράλληλα διατηρείται ο θεμελιώδης όρος του «τοίχου» (wall) που επέχει τη θέση της «αρχικής σελίδας» του προφίλ, από την οποία εκκινεί ο επισκέπτης για να αλληλεπιδράσει με όλο το περιεχόμενο του προφίλ.

Μέσα στα οκτώ χρόνια παρουσίας του συγκεκριμένου πλέον διαδεδομένου κοινωνικού μέσου στο διαδίκτυο², το προφίλ έχει δώσει πολλές δυνατότητες διαμόρφωσης μιας «ταυτότητας» από το άτομο στο διαδίκτυο, για την οποία πολλά μπορούν να λεχθούν. Από το πιο προφανές, δηλαδή ότι η ταυτότητα αυτή μπορεί να είναι τελείως πλαστή, ακόμη και ως προς το φύλο, την ηλικία κλπ. μέχρι το γεγονός μιας βαθύτερης επίδρασης του διαδικτυακού προφίλ, στη συγκρότηση της πραγματικής εικόνας που έχει το άτομο για τον εαυτό του.

Στην εργασία μας συζητούμε την διαμόρφωση της ταυτότητας των νέων 10-12 ετών. Πρόκειται για την ηλικία που περιγράφει τις δύο μεγαλύτερες τάξεις του Δημοτικού Σχολείου, δηλαδή την Πέμπτη (Ε') και την Έκτη (ΣΤ') Τάξη, που αποτελούν πρακτικά το τελευταίο ζεύγος τάξεων και συχνά αντιμετωπίζονται ως μια ενότητα ηλικιακή αλλά και γνωστική στην δημοτική δημόσια εκπαίδευση (Ενδεικτικά: Π.Ι. 2003: 618). Παράλληλα στην ηλικία αυτή τα παιδιά εισέρχονται ή

¹ Facebook (2012). *Προφίλ*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο <http://www.facebook.com/help/profile>. Προσπελάστηκε στις 10/05/2012.

² Ξεκίνησε τη λειτουργία του στις 4 Φεβρουαρίου το 2004 όπως αναγράφεται στη Wikipedia (2012) για το λήμμα «Facebook»

(Διαθέσιμο στο < <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook> >. Προσπελάστηκε στις 18/05/2012).

βρίσκονται ήδη στην αρχή της εφηβείας, οπότε και η ζωή τους γενικά μπαίνει σε μια τελείως καινούργια φάση την οποία θα ακολουθήσει η ενηλικίωση.

Γι' αυτό και ο συσχετισμός της ηλικίας αυτής με την δημιουργία και δραστηριοποίηση προφίλ στα κοινωνικά μέσα από τα παιδιά αποκτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Τα παιδιά μέσα από την πρωτοφανή ιστορικά αυτή συγκυρία που δημιουργεί το διαδίκτυο, εισέρχονται σε έναν «χώρο ενηλίκων» όπως είναι θεσμικά το Facebook και μπορούν να κινηθούν διαμορφώνοντας μια ψηφιακή ταυτότητα με ρεαλιστικές προεκτάσεις.

Τα παιδιά έχουν ισότιμες δυνατότητες πρόσβασης με τους ενήλικες στον παγκόσμιο και πολυδιάστατο χώρο της ψηφιακής πραγματικότητας του Facebook. Αλλά ακόμη και αν δεν τα ενδιαφέρει η πρόσβαση αυτή στον κόσμο των ενηλίκων, υπάρχουν άλλα πολύ σημαντικά στοιχεία που προκύπτουν. Καθώς δικτυώνονται μεταξύ τους σε ιδιότυπα εφηβικά δίκτυα, καθώς διαμορφώνουν ιδιότυπους κώδικες επικοινωνίας, έχουν τη δυνατότητα δημιουργίας μιας πλαστότητας στο προφίλ τους, προς την κατεύθυνση ενός προφίλ ενηλίκου. Αυτή η καινούργια κατάσταση δεν είναι εύκολο να αγνοηθεί απλά και μόνο γιατί δεν είναι αλήθεια. Στην εργασίας μας προσπαθούμε να καταλάβουμε καλύτερα τι συμπεράσματα μπορεί να μας δώσει η μελέτη της.

Για παράδειγμα, στην εφαρμογή όπου καταγράφονται οι σχέσεις πρώτου βαθμού συγγένειας των χρηστών του facebook τα παιδιά παρατηρείται ότι δηλώνονται μεταξύ τους ως «αδέρφια», «γονείς», «παιδιά», «ξαδέρφια» κ.λπ. ή ότι είναι συζευγμένοι, διαζευγμένοι, σε διάσταση κ.λπ. Παρόλο που φαίνονται σαν ένα απλό παιχνίδι που κάνουν οι νεαροί χρήστες, με εφαρμογές που απευθύνονται σε ενήλικες και επιζητούν να καταγράψουν την πραγματικότητα, αξίζει να αναρωτηθούμε για την βαθύτερη διάσταση που αποκτούν για τα παιδιά οι πλαστοί, αλλά οικειοθελούς επιλογής, δεσμοί αυτοί.

Ομοίως και σε άλλες περιπτώσεις: σε πλαστές φωτογραφίες των προφίλ, σε κατασκευασμένες πληροφορίες για την «εργασία» τους (τα παιδιά εννοείται ότι ακόμη δεν βρίσκονται στο στίβο της εργασίας), σε οπτικές απεικονίσεις και φωτογραφίες, στα λόγια και τα σχόλια, στις επιλογές των ονομάτων και των χαρακτηριστικών τους, ίσως βρίσκονται πολύ ενδιαφέροντα στοιχεία για τον βαθύτερο κόσμο των παιδιών αλλά και την άμεση εικόνα τους στον κόσμο.

Παράλληλα μέσα από την άσκηση του λειτουργήματος του εκπαιδευτικού όλα αυτά τα χρόνια, γνωρίζουμε πλέον από την καθημερινότητά μας ότι η πραγματικότητα του Facebook γίνεται μέρος της πραγματικότητας και της σχολικής ζωής. Άλλες φορές οι εκπαιδευτικοί που έχουν προφίλ, γίνονται «φίλοι» (friends) με τους μαθητές τους, ακόμη και για εκπαιδευτικούς σκοπούς,

άλλες φορές τα παιδιά μεταφέρουν τα «προβλήματα» των σχέσεών τους της πραγματικότητας στην «δυνητική πραγματικότητα» (virtual reality) του Facebook και άλλες φορές συμβαίνει ακριβώς το αντίστροφο. Σε πολλές περιπτώσεις οι συμπεριφορές των παιδιών στον ψηφιακό χώρο επιδρούν στην καθημερινότητα, προβληματίζοντας σε ένα βαθμό τους γονείς τους, που ίσως δεν γνωρίζουν «τι ακριβώς είναι αυτό». Εκπαιδευτικοί και γονείς καλούνται να κάνουν επιλογές για τη στάση τους απέναντι στο φαινόμενο της χρήσης των κοινωνικών διαδικτυακών μέσων από τα παιδιά και να επιλύσουν προβλήματα που δημιουργούνται από τις πολλές διαστάσεις που μπορεί να λάβει η χρήση αυτή.

Σε κάθε περίπτωση, μέσα από την έρευνά μας αυτή ανακαλύψαμε ενδιαφέροντα στοιχεία για τον τρόπο που τα παιδιά διαμορφώνουν την ταυτότητά τους μέσα από τη δημιουργία προφίλ και την επακόλουθη επικοινωνία μεταξύ τους. Τα παιδιά έχουν προβληματισμούς, αντεπεξέρχονται στις κοινωνικές και πολιτισμικές απαιτήσεις του σύγχρονου κόσμου, μέρος του οποίου είναι και η ψηφιακή πραγματικότητα. Ήταν για μας μια έρευνα αποκαλυπτική και χρήσιμη για τη λειτουργία του εκπαιδευτικού αλλά και του πολιτισμικού αναλυτή και ως τέτοια ελπίζουμε να αποβεί προς όλους.

1.2. Δομή της εργασίας

Στο δεύτερο μέρος, αμέσως μετά την παρούσα εισαγωγή, γίνεται μια βιβλιογραφική επισκόπηση με σκοπό να καταγράψουμε στοιχεία από όσα έχουν λεχθεί και θα είναι χρήσιμα για την ανάλυσή μας. Η φύση του διαδικτύου και των κοινωνικών μέσων μας οδηγεί σε διεπιστημονικές προσεγγίσεις όπου παραδοσιακές επιστημονικές προσεγγίσεις, π. χ. μέσα από το χώρο της Ψυχολογίας, θα πρέπει να συνδυαστούν με σύγχρονες μελέτες και παρατηρήσεις για το διαδίκτυο, τα κοινωνικά μέσα που αναπτύσσονται σε αυτό και βέβαια το Facebook.

Στο τρίτο μέρος καταγράφουμε τα μεθοδολογικά στοιχεία που συγκροτούν την έρευνα και ανάλυση που καταγράφεται στο επόμενο μέρος. Η μεθοδολογία μας κατά κανόνα βασισμένη σε ποιοτικές μεθόδους, στοχεύει να αξιοποιήσει το ατέλειωτο υλικό που συσσωρεύουν οι χρήστες – μαθητές των οποίων το περιεχόμενο των προφίλ τους μας ήταν προσβάσιμο – ώστε να οδηγηθούμε σε συγκεκριμένα και όσο το δυνατόν ασφαλή συμπεράσματα. Η ερμηνεία των αποτελεσμάτων αντλεί τα μεθοδολογικά της εργαλεία από συναφείς κοινωνικές επιστήμες όπως την Ψυχολογία και τις συγκεκριμένες έννοιές της στις οποίες θα στηριχθούμε, αλλά και από αναλύσεις περιεχομένου κυρίως όμως στα ποιοτικά τους χαρακτηριστικά.

Το τέταρτο μέρος αποτελεί την καταγραφή των ευρημάτων με σκοπό την άμεση αξιοποίησή τους για να οδηγηθούμε σε συμπεράσματα. Είναι γνωστό ότι – παρόλο που τα παιδιά εκθέτουν

συχνά χωρίς περιορισμούς τον εαυτό τους μέσα από τα προφίλ – δεν είναι θεμιτό να αναπαράγονται φωτογραφίες και άλλα προσωπικά δεδομένα των παιδιών με κανένα τρόπο. Στο αρχείο της έρευνάς μας βρίσκονται όλα εκείνα τα ερευνητικά τεκμήρια που θα αναφερθούν στο μέρος αυτό, αλλά δεν έχει νόημα να τα συμπεριλάβουμε, μια και περιγράψουμε τις επιδράσεις τους σχετικά με το θέμα της ταυτότητας που θα μελετήσουμε. Για τη δημιουργία του ερευνητικού κομματιού αυτού μελετήθηκαν εκατοντάδες φωτογραφίες, διατάξεις προφίλ και τοίχοι, «χρονολόγια», σελίδες των προφίλ με πληροφορίες (info), διάλογοι καταγεγραμμένοι από τα σχόλια (comments) και τις αναρτήσεις (post) των χρηστών.

Το πέμπτο μέρος είναι αυτό των συμπερασμάτων. Στόχος μας είναι αφενός η κατανόηση της λειτουργίας των προφίλ για τη δημιουργία της ταυτότητας του ατόμου, αφετέρου η θετική αξιοποίηση από κάθε ενδιαφερόμενο, τους γονείς και τους εκπαιδευτικούς αλλά και σε κάποιες περιπτώσεις από τους ίδιους τους χρήστες που μπορεί να είναι τα παιδιά. Γι' αυτό τα συμπεράσματα εκφράζονται με ανάλογο τρόπο.

1.3. Στοιχεία για την έρευνα και ευχαριστίες

Για την υλοποίηση της εργασίας αυτής συνεισέφεραν με την προσβασιμότητα που παρείχαν, όλοι οι μαθητές – χρήστες του Facebook τους οποίους και ευχαριστώ θερμά μέσα από αυτή την εργασία. Η έρευνα τοποθετείται χρονολογικά στις σχολικές χρονιές 2010-2011 και 2011-2012. Στο διάστημα αυτό το «δίκτυο» των χρηστών που αποτέλεσαν αντικείμενο παρατήρησης μεταβαλλόταν με τους ίδιους ρυθμούς που είναι δυναμικό μέσα στο ίδιο το Facebook. Άλλοτε υπήρχε η δυνατότητα πρόσβασης σε προφίλ όχι μόνο «φίλων» αλλά και «φίλων των φίλων» «friends of friends», τους οποίους επίσης πρέπει να ευχαριστήσουμε. Ο κατάλογος, ωστόσο, των εμπλεκομένων προσώπων θα ήταν αρκετά μεγάλος για να τον συμπεριλάβουμε εδώ, καθώς κατά περίπτωση περιλαμβάνει γονείς, συναδέλφους εκπαιδευτικούς και απλούς κατόχους προφίλ, που με διαδικασίες ερωτήσεων και άλλων μορφών διαπροσωπικού χαρακτήρα έρευνας συνέβαλαν στην ολοκλήρωση της εργασίας.

2. Βιβλιογραφική επισκόπηση των βασικών όρων που θα μελετήσουμε

2.1. Το «προφίλ» του Facebook

Για να κατανοήσουμε το Facebook και να δούμε κάποιες παραμέτρους του χρήσιμες για την εργασία μας θα επιχειρήσουμε να διαμορφώσουμε το «προφίλ» του, δηλαδή το στίγμα του στο διαδίκτυο αλλά και στην κοινότητα γενικότερα την παγκόσμια και την ελληνική.

Για το Facebook βρίσκει κανείς πολλά στοιχεία, μια και λόγω της διάδοσής του απασχολεί πολλούς φορείς και δίνει πολλές διεξόδους για συζητήσεις, μελέτες κ.λπ. Ενδεικτικά θα αναφέρουμε μερικά ιστότοπους που παρακολουθούν καθημερινά τα στατιστικά του (όπως οι checkfacebook.com, allfacebook.com, insidefacebook.com) ή το αξιολογούν (π.χ. ο alexa.com που το κατατάσσει στη δεύτερη θέση παγκοσμίως μετά το Google³).

Τον Μάιο του 2012 σύμφωνα με τον ιστότοπο socialbakers.com η Ελλάδα ήταν τεσσαρακοστή δεύτερη σε σειρά κατάταξης ως προς τον αριθμό χρηστών με 3.705.140 χρήστες. Όπως φαίνεται στον πίνακα 1 δεν καταγράφονται επίσημα οι ηλικίες των 10-12 ετών⁴. Επίσης από την παρατήρησή μας στο Facebook διαπιστώνουμε ότι οι ημερομηνίες γέννησης δεν είναι πάντα ρεαλιστικές, π.χ. γιατί νέοι άνθρωποι εμφανίζουν ημερομηνίες στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, ή δίνουν ημερομηνίες γέννησης σε φορείς κ.λπ.

Πίνακας 1. οι ηλικίες στο facebook τον Μάιο του 2012 κατά το socialbakers.com								
Ηλικία σε έτη	13-15	16-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-
Ποσοστό (α)	6%	7%	25%	31%	19%	8%	2%	2%
Εύρος στατιστικής ομάδας σε έτη (β)	3	2	7	10	10	10	10	> 10
~Ποσοστό κατά ανά ηλικιακό έτος (α/β)	2%	3,5%	3,6%	3%	2%	0,8%	0,2%	0,2%

Στον πίνακα 1 συμπεριλάβαμε και τον απόλυτο αριθμό του ηλικιακού εύρους της κάθε στατιστικής ομάδας από αυτές που διαχωρίζει την ανθρώπινη ηλικία το socialbakers.com. Όπως

³ <http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com> (Προσπελάστηκε 26/05/2012).

⁴ <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/greece> (Προσπελάστηκε 26/05/2012).

παρατηρούμε δημιουργεί μια ξεχωριστή ομάδα για τρία μόλις έτη, δηλαδή τις ηλικίες 13,14,15 ετών. Μια ξεχωριστή ομάδα δημιουργείται για τις ηλικίες 16 και 17, μια άλλη για τις ηλικίες 18-24 και μετά συνεχίζει ανά δεκαετία. Δίνει λοιπόν έμφαση στα δύο πρώτα χρόνια (13-15 έτη) που είναι και τα κοντινά στην ηλικία που εξετάζουμε. Έτσι για τρία χρόνια έχουμε ποσοστό 6% που σημαίνει 2% περίπου ανά έτος, ενώ π.χ. για τα δέκα χρόνια του εύρους 35-44 έτη έχουμε 19%, που αντιστοιχεί κατά προσέγγιση και πάλι σε 2%. Οι μικρές ηλικίες δηλαδή έχουν μεγάλη συμμετοχή στο Facebook όση και οι ηλικίες γύρω στα σαράντα έτη.

2.1.1. Το «χρονολόγιο» (timeline) και ο ρόλος του στην ταυτότητα του ατόμου

Από την πρώτη στιγμή της λειτουργίας του το Facebook, ανά διαστήματα, αλλάζει διαρκώς τα στοιχεία και τις εφαρμογές με τις οποίες διαρθρώνεται το προφίλ αλλά και οι εξωτερικές σχετιζόμενες με αυτό εφαρμογές. Πιο πρόσφατη εξέλιξη του αποτελεί η εφαρμογή του «χρονολογίου» (timeline) που οργανώνει όλα τα δεδομένα που έχει καταχωρημένα ο χρήστης σε μια χρονοσειρά από τη γέννησή του ως σήμερα. Αυτός είναι και ο στόχος του καθώς προτρέπει στη σχετική σελίδα: «Ένα εντελώς διαφορετικό προφίλ. Πείτε την ιστορία της ζωής σας!». ⁵

Όπως είναι προφανές το μέχρι στιγμής προφίλ του Facebook τείνει να υπερβεί τη στατική σύγχρονη «ταυτότητα», που μοιάζει μια επικαιροποιημένη καρτέλα με δεδομένα και τείνει να δημιουργήσει μια «ταυτότητα σε βάθος χρόνου», μια παρουσίαση δηλαδή του ατόμου που θα δίνει τη δυνατότητα στον παρατηρητή να σχηματίζει μια εντύπωση για το σύνολο της ζωής του.

Θα μπορούσαμε να παρομοιάσουμε την εμπειρία αυτή με μια συνάντηση όπου ο χρήστης συζητά μαζί μας με απτά παραδείγματα, μας δείχνει φωτογραφίες από τη ζωή του και ανασύρει γεγονότα συζητήσεις που είχε (με άλλους χρήστες) καθώς και παρατηρήσεις - καταγραφές (notifications) για πράγματα που έχει κάνει στο παρελθόν του. Με το χρονολόγιο, το προφίλ σταματάει να είναι μια σύγχρονη φόρμα δεδομένων, σύγχρονη όσο και το διαδίκτυο που το φιλοξενεί. Γίνεται πλέον ένα πολυμέσο που αναλαμβάνει να αγκαλιάσει ολόκληρη την ζωή μας, ακόμη και τα χρόνια που δεν υπήρχε διαδίκτυο, με την ίδια πληρότητα και την ίδια φυσικότητα. Ακόμη κι αν οι μεγαλύτερες ηλικίες δυσκολευτούν να το κάνουν αυτό, είναι προφανές ότι στο εξής όλο και περισσότεροι άνθρωποι θα διευκολύνονται από την τεχνολογία να δημιουργούν για τους ίδιους ή για τα παιδιά τους ένα χρονολόγιο.

⁵ <http://www.facebook.com/about/timeline> (Προσπελάστηκε 26/05/2012).

2.1.2. Κοινωνική επίδραση του Facebook και εκπαίδευση

Το Facebook έχει πολλές όψεις με τις οποίες επιδρά στην καθημερινότητα και την κοινωνική ζωή των ανθρώπων. Η δυνατότητα να υπάρχει και στα κινητά τηλέφωνα τελευταίας τεχνολογίας, και μάλιστα αδιαλείπτως, συντέλεσε στο να είναι διαρκώς σε επαφή φίλοι, συγγενείς, συνάδελφοι κ.λπ. Τα «νέα» από τους φίλους (friends) βρίσκονται σε συνεχή ροή στην αρχική σελίδα (home page) του χρήστη στο facebook και ο χρήστης επίσης μπορεί να δίνει τα δικά του ή να παρεμβαίνει σε συζητήσεις κ.λπ.

Παράλληλα με όλον αυτόν τον «δυνητικό»⁶ κόσμο που δημιουργείται από τους συμμετέχοντες στο Facebook και τα δίκτυα που δημιουργούν, υπάρχει βέβαια και ένας αριθμός ανθρώπων που δεν έχουν σχέση με την τεχνολογία τέτοια που να τους οδηγεί σε δημιουργία προφίλ. Επίσης μια μερίδα ανθρώπων συνειδητά δεν συμμετέχουν. Στην πρώτη περίπτωση καταγράφεται ένα «ψηφιακό χάσμα» (digital divide) (Witte & Mannon 2010:3), στη δεύτερη περίπτωση χρειάζεται να θυμόμαστε πως όταν μιλάμε δια ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα στο Facebook αναφερόμαστε πάντα μόνο στους χρήστες του και όχι στο σύνολο των ανθρώπων.

Στο σύγχρονο σχολείο αυτό το «χάσμα», ανάμεσα σε πληροφορικά ενήμερους χρήστες και σε ανθρώπους που δεν γνωρίζουν χρήση των υπολογιστών και διαδικτύου, εκ των πραγμάτων είναι αδύνατον να υπάρχει. Οι μαθητές έχουν πρόσβαση μέσα από το μάθημα της Πληροφορικής, τόσο στις δεξιότητες χρήσης και τα τεχνικά όσο και στο διαδίκτυο (Ενδεικτικά από το αναλυτικό πρόγραμμα: Π.Ι. 2003:412-428) όπου έχουν πρόσβαση και στο Facebook. Παράλληλα, στη μαθητική ζωή έχουν πολλές διεξόδους πρόσβασης ακόμη και αν δεν έχουν υπολογιστή και διαδίκτυο στο σπίτι, μέσα από υπολογιστές φίλων, συμμαθητών κ.λπ.

Το ίδιο το Facebook έδειξε εξ αρχής ότι δίνει σημασία στα εκπαιδευτικά δίκτυα. Βέβαια αφού πρόκειται για ένα δίκτυο ενηλίκων, τα δίκτυα αυτά ήταν τα πανεπιστημιακά. Το ίδιο το Facebook είναι «παιδί» ενός πανεπιστημιακού δικτύου, καθώς ο δημιουργός του το ξεκίνησε από εφαρμογή για τους συμφοιτητές του πανεπιστημίου του⁷. Για το σκοπό αυτό, ένα χαρακτηριστικό του Facebook είναι η δυνατότητα που δίνει στο χρήστη να ενταχτεί σε υποσύνολα δίκτυα (networks) που με θεσμικό τρόπο (από φορείς) δημιουργούνται μέσα σε αυτό. Πρόκειται για συνδέσεις είτε με εκπαιδευτικά ιδρύματα είτε με χώρους εργασίας⁸.

⁶ Προτιμούμε τον όρο «δυνητικό» από τον «εικονικό» για να αποδώσουμε το «virtual», κατά την επιχειρηματολογία που αναπτύσσεται σε σύγχρονες μεταφράσεις όπως αυτή του «Η δυνητική πραγματικότητα» (Levy 1999).

⁷ Περισσότερα για την απαρχή του Facebook ως τοπικό κοινωνικό μέσο για ένα πανεπιστήμιο, ενδεικτικά στη σελίδα της Wikipedia (2012). *Facebook*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook> >. Προσπελάστηκε 20/05/2012.

⁸ <http://www.facebook.com/help/search/?q=δίκτυα> (Προσπελάστηκε 26/05/2012).

Εκτός όμως από αυτόν τον ελεγχόμενο τρόπο δημιουργίας δικτύων, οι ατέλειωτες δυνατότητες δημιουργίας ομάδων (group) και σελίδων που συγκεντρώνουν «θαυμαστές» (likes) χωρίς τον περιορισμό των 5.000 φίλων το πολύ που παρέχει στα κοινά προφίλ, δίνουν πολλές δυνατότητες δικτυωμένης δράσης με πολλά άλλα προφίλ που έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα. Άμεσα ή έμμεσα οι εφαρμογές αυτές μπορούν να έχουν εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Έτσι, μπορεί να αναφέρονται σε θεματικές που διδάσκονται (π.χ. Τέχνες, Μαθηματικά, Πληροφορική κ.λπ.), να απευθύνονται σε εκπαιδευτικούς ή μαθητές (ή φοιτητές κ.λπ.) και να εστιάζουν σε διαγωνισμούς, συμβάντα και άλλα σχετικά ζητήματα με τη μαθητική και εκπαιδευτική ζωή. Ένα από τα τελευταία φαινόμενα είναι να δημιουργούν ομάδες οι μαθητές, που συγκροτούνται με βάση το σχολείο τους, ή το τμήμα του σχολείου στο οποίο ανήκουν. Βέβαια υπάρχει πάντα η δυνατότητα σελίδας του σχολείου, που εμφανίζεται είτε σαν «σελίδα» που συγκεντρώνει «μου αρέσει», είτε σαν ένα ολοκληρωμένο προφίλ, ανάλογα την τεχνολογία και την χρονιά που γίνεται η δημιουργία.

Οι δυνατότητες που δίνει το Facebook για δημιουργικές, παραγωγικές δραστηριότητες είναι πραγματικά πολλές, αν αναλογιστεί κανείς ότι παρέχει επικοινωνιακές δυνατότητες που κανείς δε θα μπορούσε να φανταστεί πριν χρόνια. Μάλιστα όλα αυτά γίνονται χωρίς ουσιαστικό κόστος.

Πολλά έχουν ειπωθεί για τους τρόπους αξιοποίησης του Facebook. Η Kitsis (2008) διατυπώνει σε μελέτη της τις δυνατότητες αξιοποίησης του Facebook ως εκπαιδευτικό μέσο με άμεσο ενδιαφέρον για το σχολείο, ενώ άλλοι μελετητές εκφράζουν σοβαρές αντιρρήσεις για την απρόσκοπτη χρήση του στην εκπαίδευση χωρίς να έχει προηγηθεί μια εκτενής συζήτηση για τις επιπτώσεις και τα χαρακτηριστικά του (Ενδεικτικά: Boon & Sinclair 2009). Ήδη πολλές εκπαιδευτικές μονάδες, με πρωτοβουλίες εκπαιδευτικών ή μαθητών αξιοποιούν το Facebook για τις εκπαιδευτικές διαδικασίες που γίνονται μέσα ή γύρω από το Σχολείο. Μάλιστα το μοντέλο του «social medium» που εισήγαγε το facebook έχει αξιοποιηθεί σε πολλές ηλεκτρονικές πλατφόρμες αμιγώς εκπαιδευτικού ενδιαφέροντος που διοργανώνει είτε η πολιτεία είτε άλλοι φορείς⁹. Στις περισσότερες περιπτώσεις τα δίκτυα αυτά ονομάζονται «εκπαιδευτικά κοινωνικά δίκτυα», αποδίδοντας τον όρο «social learning network».

⁹ Το Πανελλήνιο Σχολικό Δίκτυο του Ελληνικού Υπουργείου για την Εκπαίδευση δίνει τη δυνατότητα προφίλ στους χρήστες του, που διασυνδέονται μεταξύ τους (βλέπε: <http://blogs.sch.gr/members/>). Άλλοι ιστότοποι που δίνουν τη δυνατότητα εκπαιδευτικής πλατφόρμας είναι – για παράδειγμα – οι edmodo.com, einztein.com και άλλοι.

2.1.3. Κατανοώντας τα «κοινωνικά μέσα» και την προσβασιμότητα

Ο όρος social learning network, τον Μάιο του 2012 δεν καταγράφεται ακόμα ως όρος στην αγγλική Wikipedia, είναι όμως υπό ανάπτυξη ο όρος «social learning tools»¹⁰, που αναφέρεται εμμέσως στην εκπαιδευτική αξιοποίηση των κοινωνικών μέσων (social media). Ως «κοινωνικά μέσα» καταγράφονται ένα σύνολο ιστότοποι με κύριο χαρακτηριστικό τη διαδραστικότητα της επικοινωνίας με άμεσο τρόπο.¹¹ Η J. Ferrante, στον εκτενή εισαγωγικό στην Κοινωνιολογία τόμο της (2011:108) κατατάσσει τα κοινωνικά μέσα δεύτερα σε σειρά μετά την τηλεόραση.

Οι δυνατότητες της δικτύωσης αυτής είναι πολλές και διαρκώς εξελισσόμενες, ωστόσο έχουν καταγραφεί κάποιες βασικές παράμετροι για να τις κατανοήσουμε. Αυτές αναφέρονται ευσύνοπτα από τον Mayfield (2008:5) ως:

- Συμμετοχή (Participation), με την έννοια ότι όλοι μπορούν να συμμετέχουν και να λάβουν τη θέση του μέσου (media) αλλά και του κοινού (audience).
- «Ανοιχτότητα» (Openness) στο περιεχόμενο, για το οποίο υπάρχει αποθάρρυνση για περιορισμούς στα δικαιώματα χρήσης και ο καθένας καλείται να συμμετέχει στη διαμόρφωσή του.
- Διαλογικότητα (Conversation) ανάμεσα στις συμμετέχουσες πλευρές, που αντιδιαστέλλεται με την μονομερή επικοινωνία των «παραδοσιακών» μέσων επικοινωνίας και ενημέρωσης.
- Κοινότητα (Community), με την έννοια της δυνατότητας ομαδώσεων ατόμων γύρω από ένα θέμα – αντικείμενο που είναι κοινό τους ενδιαφέρον.

¹⁰ http://en.wikipedia.org/wiki/Social_learning_tools (προσπελάστηκε 26/05/2012).

¹¹ Τη στιγμή που γράφεται η εργασία μας ο όρος αναφέρεται ευρέως στο ελληνικό διαδίκτυο, χωρίς ωστόσο να καταγράφονται σαφείς ετυμολογικές ενδείξεις, επίσημη χρήση ή διευρυμένη χρηστική βιβλιογραφία. Ενδεικτικά παραδείγματα όπου ο όρος διαπραγματεύεται στο διαδίκτυο:

»Η Google αφιερώνει ένα μέρος επεξηγηματικό για το δικό της «κοινωνικό μέσο», και χρησιμοποιεί ακριβώς τον όρο αυτό στη σελίδα:

< <http://support.google.com/plus/bin/answer.py?hl=el&answer=2409856&topic=2409423&ctx=topic> > που επονομάζει: «Οδηγός γονέων για το Google+». Εκεί ένας «ιστότοπος κοινωνικού δικτύου» αναφέρεται και ως «υπηρεσία κοινωνικής ωφελείας».

» Συχνά συναντούμε αναπαραγωγές του ορισμού της αγγλικής wikipedia (http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media Προσπελάστηκε 26/05/2012) όπου αναφέρεται ότι: «Τα κοινωνικά μέσα περιλαμβάνουν διαδικτυακές τεχνολογίες και τεχνολογίες κινητών οι οποίες χρησιμοποιούνται ώστε να δημιουργήσουν διαδραστική επικοινωνία και διάλογο ανάμεσα σε άτομα, οργανισμούς και κοινότητες». Στην ελληνική wikipedia, γίνεται αναφορά του όρου για να τον συνδέσει με το web. 2.0 χωρίς ακόμη να έχει αναπτυχθεί σχετικό άρθρο (http://el.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 . Προσπελάστηκε 26/05/2012).

Στην ελληνική βιβλιογραφία καταγράψαμε έναν τίτλο με τον όρο «social media» (Πασχόπουλος, Α. (2010). *Νέα Μέσα. Είσοι μέσα; Social media marketing*. Αθήνα: Κλειδάριθμος), ενώ ο όρος εμφανίζεται και σε αρκετά ελληνόγλωσσα άρθρα και δημοσιεύσεις εργασιών ή πρακτικών συνεδρίων.

- Συνδεσιμότητα (Connectedness) με την έννοια της διασύνδεσης των εφαρμογών και των κοινωνικών δικτύων μεταξύ τους, ή με άλλα άτομα, ιστότοπους κ.λπ.

Μέσα από αυτές, για τις τεχνολογικές εξελίξεις του 2008, ο Mayfield (2008:6) διέκρινε επτά κατηγορίες «κοινωνικών δικτύων»¹², μία εκ των οποίων είναι τα κοινωνικά μέσα τα οποία εξετάζουμε. Ο βαθμός προσβασιμότητας στην «ταυτότητα» του άλλου μέσα από όλες αυτές τις εφαρμογές δεν είναι ο ίδιος. Είναι σημαντικό όμως ότι η προσβασιμότητα αυτή ελέγχεται και είναι εις γνώση του χρήστη. Οι Witte & Mannon (2010:85-86) δίνουν έμφαση στο χαρακτηριστικό της αμφίπλευρης αποδοχής της «φιλίας» ώστε να συνδεθούν δύο προφίλ στο Facebook.

Ωστόσο, δεν πρέπει να παραβλέπουμε ότι είναι δυνατόν να έχει κανείς πλήρη πρόσβαση στο προφίλ κάποιου άλλου αν το επιθυμεί ο δεύτερος, ή επίσης, για τον ίδιο λόγο, να μην μπορεί καν να γνωρίζει την ύπαρξη του άλλου προφίλ. Στην πρώτη περίπτωση ελέγχει κανείς στις ρυθμίσεις απορρήτου του προφίλ του ποια στοιχεία θα είναι πλήρως, μερικώς ή με όρους προσβάσιμα. Στη δεύτερη μπορεί κανείς να «μπλοκάρει», να αποκόψει έναν άλλο λογαριασμό, ώστε να μην εμφανίζεται τίποτα σε αυτόν, ακόμη και στοιχεία που αναρτούνται σε τρίτα προφίλ. Οι διαδικασίες αυτές εγείρουν την ανάγκη ενός «εγχειριδίου», γι' αυτό και είναι πολύ δημοφιλείς οι χαρακτηριστικές εκδόσεις με οδηγίες χρήσεως (Ενδεικτικά αναφέρουμε «το 'χαμένο' εγχειρίδιο του Facebook» (Vander Veer 2011)).

Θα μπορούσαμε να σχηματοποιήσουμε την προσβασιμότητα που έχει κάποιος στο προφίλ ενός χρήστη σύμφωνα με δύο παραμέτρους, όπως αυτές προκύπτουν από τις «ρυθμίσεις» στο προφίλ¹³. Στη μία προκύπτει μια κλίμακα στην οποία βρίσκεται στο ένα άκρο όλος ο κόσμος του διαδικτύου έξω από το Facebook (Δημόσια) στο ενδιάμεσο οι φίλοι και στην άλλη άκρη οι «ρυθμίσεις» που αποτελούν προσωπικές επιλογές όπως: ορατά στοιχεία σε συγκεκριμένα άτομα, ομάδες, λίστες ή άτομα με «ετικέτα». Υπάρχει και η δυνατότητα ένα στοιχείο να το βλέπει μόνο ο ίδιος χρήστης – κάτοχος του προφίλ. Στην άλλη παράμετρο βρίσκονται όλα τα επιμέρους στοιχεία που συνθέτουν το προφίλ, όπως πληροφορίες, φωτογραφίες, αναρτήσεις, στα οποία οι ρυθμίσεις της «κλίμακας απορρήτου» ισχύουν ξεχωριστά (εικόνα 1).

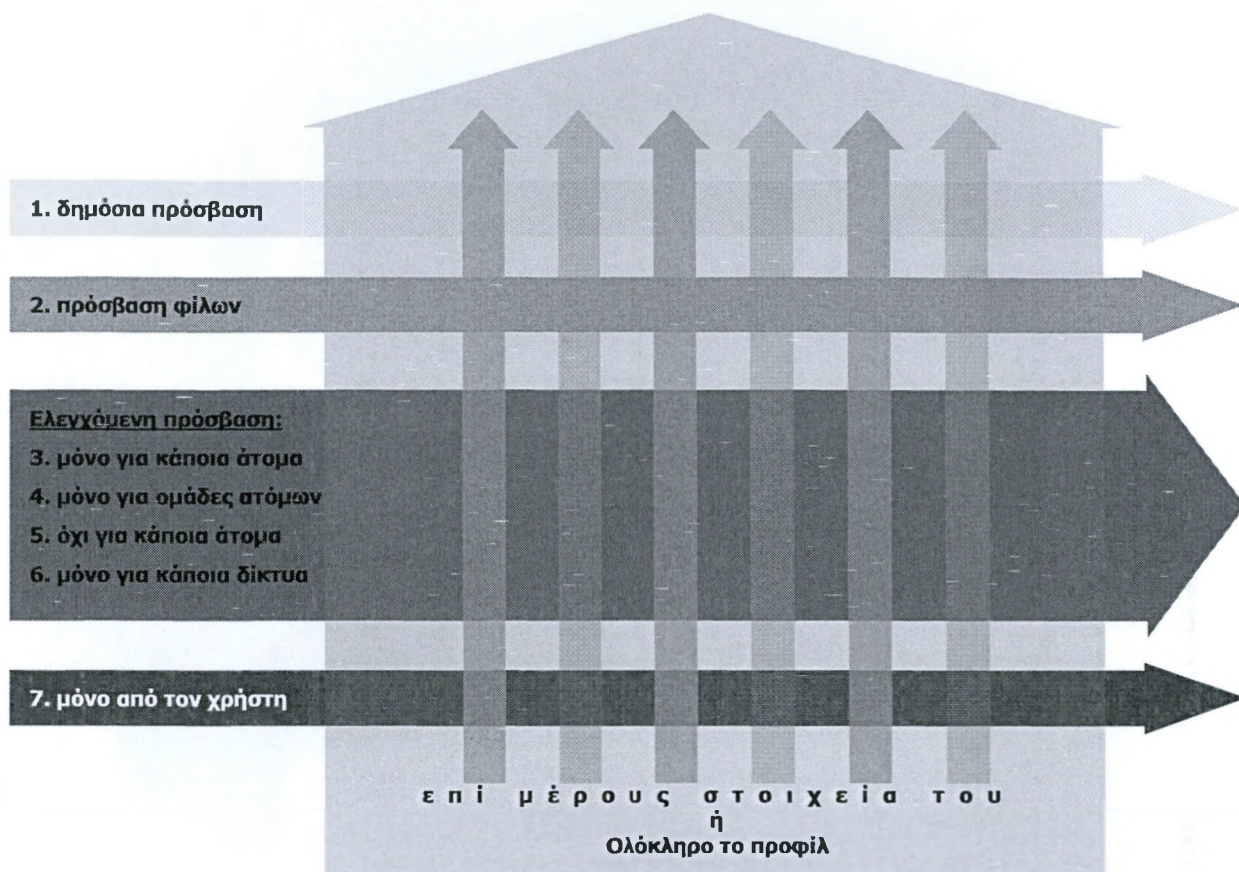
Η ρύθμιση αυτή του τρόπου με τον οποίο έχει κανείς πρόσβαση στα στοιχεία του άλλου είναι σημαντική γιατί τελικά διαμορφώνει το σύνολο των στοιχείων της ψηφιακής ταυτότητας του ατόμου, η οποία δεν είναι απαραίτητα ορατή με τον ίδιο τρόπο για όλους τους τρίτους. Πρέπει

¹² 1. Social networks, Blogs, Wikis, Podcasts, Forums, Content Communities, Microblogging.

¹³ Συνήθως σε έναν συνδεδεμένο χρήστη εμφανίζονται στη σελίδα:

< <http://www.facebook.com/settings/?tab=privacy> >

επίσης να επισημανθεί ότι ο χρήστης μπορεί να προβλέψει ποιος θα έχει πρόσβαση σε στοιχεία που κάποιος άλλος χρήστης δημιουργεί γι' αυτόν, όπως – για παράδειγμα – όταν τον αναφέρει σε μια φωτογραφία.



Εικόνα 1. Οι επιλογές του χρήστη για την προσβασιμότητα των άλλων στο προφίλ του. Κάθε σημείο συνάντησης κάθετου και οριζόντιου βέλους αποτελεί μια δυναμική επιλογή του χρήστη

2.2. Η έννοια της ταυτότητας και οι νέοι

Παρακάτω θα εστιάσουμε σε δύο βασικούς όρους, την «ταυτότητα» και τον «εαυτό», όπως αυτοί κυρίως παρουσιάζονται στις ψυχολογικές θεωρίες, συσχετίζοντας τους όρους με το αντικείμενο μελέτης μας το Facebook. Επίσης θα δούμε την έννοια «νέου», που περιλαμβάνεται στον τίτλο της εργασίας, όπως την αντιλαμβανόμαστε εδώ.

2.2.1. Τι είναι «νέο» για την εργασία μας

Η έννοια του «νέου» στην εργασία μας αναφέρεται στην ηλικία των δέκα με δώδεκα ετών. Η ηλικία αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική για μας λόγω του χαρακτηρισμού της ως «προ-εφηβεία»,

(preteenager, preteen, preadolescence¹⁴). Από την πλευρά του εκπαιδευτικού μας συστήματος, καλύπτεται από το τελευταίο στάδιο της ενότητας του Δημοτικού Σχολείου, που χαρακτηρίζεται από ενιαίο αναλυτικό πρόγραμμα κοινό με αυτό της πρώτης στιγμής που το παιδί εισέρχεται στην εκπαίδευση. Μετά από αυτό, όλα αλλάζουν: ξεκινά το Γυμνάσιο Σχολείο και εισερχόμαστε στην εφηβεία. Παρακάτω θα μας απασχολήσει η έννοια της ταυτότητας για την ηλικία αυτή.

2.2.2. Η έννοια της ταυτότητας και το Facebook

Στις κοινωνικές επιστήμες, ο όρος «ταυτότητα» εμφανίζεται με πολλές μορφές. Κυριαρχεί το ζήτημα της «ταυτότητας» στην Φιλοσοφία, όπου διερευνάται η εικόνα του ανθρώπου για τον ίδιο, σε σχέση με το σώμα του, σε σχέση με τους άλλους, και σε σχέση με την ιδέα της συνέχειας, τι έπεται δηλαδή του θανάτου για την ταυτότητα του προσώπου (Personal identity) (Garret 1998, Noonan 2003). Η έννοια είναι προσφιλής, και στα Μαθηματικά, την Πληροφορική και άλλες θετικές επιστήμες.¹⁵ Ωστόσο, πολλές θεωρίες έχουν περιστραφεί γύρω από αυτή στην Κοινωνιολογία και τις επιστήμες του ανθρώπου.

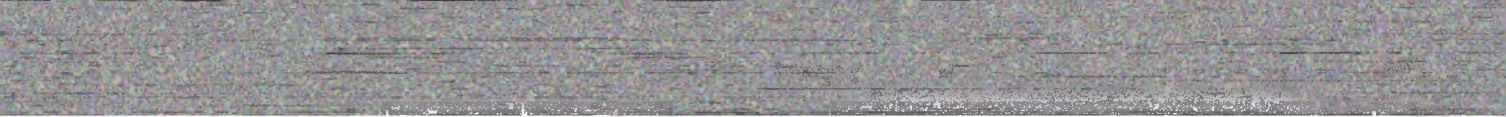
Πρέπει όμως να επισημανθεί ότι τουλάχιστον μέχρι στις αρχές της δεκαετίας του '90, τα εγχειρίδια μελέτης της ταυτότητας έθεταν για την κατανόσή της κριτήρια που εστίαζαν στο σώμα, το μυαλό, τη «φυσική» ύπαρξη του ατόμου (αν και το κριτήριο αυτό ήταν αμφιλεγόμενο) και τη μνήμη (Noonan 2005 [1989]), χωρίς ποτέ να έχει γίνει επαρκής λόγος για την «ψηφιακή ταυτότητα», έτσι τουλάχιστον όπως αυτή διαμορφώνεται σήμερα.

Δύο χρόνια μετά την εμφάνιση του Facebook, ωστόσο, ο R. Jenkins εντάσσει το φαινόμενο της συνδιάλεξης μέσω «nickname» στο Facebook, ως ζήτημα διαμόρφωσης ταυτότητας και αναρωτιέται τι σημαίνει να συνομιλούν δύο τυπικά και ουσιαστικά άγνωστοι μέσα από τη συνάντηση των ταυτοτήτων που δομούν στα προφίλ τους (2008:2). Αργότερα στο ίδιο έργο του (Jenkins 2008:48) θα εντάξει το πλαίσιο δημιουργίας ταυτότητας στο διαδίκτυο στην ίδια κατηγορία με το πλαίσιο των μύθων και των φανταστικών σεναρίων (fiction), τονίζοντας ότι στο εξής (2008[1996]:92) θα πρέπει να μελετήσουμε σε μεγαλύτερο βάθος τα ζητήματα ταυτότητας που προκύπτουν από τα κινητά τηλέφωνα, το διαδίκτυο και άλλες σύγχρονες εφαρμογές.

Στην «εγκυκλοπαίδεια εφαρμοσμένης ψυχολογίας» του Spielberg συναντούμε ένα κοινότοπο, συνοπτικό ορισμό για την «προσωπική (personal) ταυτότητα» (2004:403): πρόκειται για το

¹⁴ New Oxford American Dictionary. (2005). Oxford: Oxford University Press. (2^η έκδοση).

¹⁵ Ενδεικτικά βλέπουμε ότι η αρχική έννοια identity παραπέμπει στα λήμματα της wikipedia σε δεκάδες εκδοχές πολλών θετικών και θεωρητικών επιστημών: <http://en.wikipedia.org/wiki/Identity> (Προσπελάστηκε 19/05/2012).





από την πλήρη ανωνυμία των σχολίων στα blogs, στην πλήρη επωνυμία των σχολίων στους τοίχους των ταυτοτικά ελέγξιμων κοινωνικών δικτύων (πίνακας 2).

Πίνακας 2. Η εξέλιξη του βαθμού ανωνυμίας / επωνυμίας στο διαδίκτυο				
Τύπος λογισμικού	webpage (html)	Blog (web 2.0)	Profile (Social media)	Συνεργασία πολλών profile
Τυπική Δυνατότητα Ανωνυμίας	Μεγάλη: Ο χρήστης μπορεί να δημιουργεί ανώνυμες ιστοσελίδες	Περιορισμένη: Ο Χρήστης πρέπει να διαθέτει user name	Ανύπαρκτη / Ελάχιστη: Ο χρήστης πρέπει να δηλώνει πραγματικά στοιχεία	Ανύπαρκτη / Εξαιρετικά ελάχιστη Το ή τα profile χρησιμοποιούνται για πολλαπλούς τύπους εφαρμογών που συνεργάζονται μεταξύ τους
Στοιχεία διαμόρφωσης της ταυτότητας	Ο Χρήστης δίνει τα στοιχεία που επιθυμεί όταν επιθυμεί.	Επιπλέον, άλλοι χρήστες μπορούν να παρεμβαίνουν με σχόλια.	Επιπλέον κάθε ενέργεια του χρήστη καταγράφεται με παράλληλη εισαγωγή πολλών στοιχείων	Επιπλέον, όλες οι ενέργειες του χρήστη καταγράφονται και υπόκειται σε διαχείριση
χρόνος	1994 - (έναρξη διαδικτύου)	1998 - (διάδοση των blog)	2004 - (έναρξη του facebook)	Δεύτερο μισό '00 - πρακτικές συνεργασίας ιστότοπων με log-in

Υπάρχει δηλαδή μια μεταστροφή του βαθμού ανωνυμίας / επωνυμίας, που επιδρά στις επιδιώξεις του χρήστη κατά την δημιουργία της ταυτότητάς του (Zhao, Grasmuck & Martin 2008). Παράλληλα με την εξέλιξη αυτή μεταβλήθηκε ο βαθμός επίδρασης που πίστευε το κοινό ότι μπορεί να έχει το Facebook στην καθημερινότητα των ανθρώπων. Δυό χρόνια μετά τη λειτουργία του, υπήρχαν μελέτες που αμφισβητούσαν την επίδραση αυτή (Hewwit & Forte 2006) ενώ στις μέρες μας, η επίδραση είναι αδιαμφισβήτητη, με χρήστες που αγγίζουν τα εννιακόσια εκατομμύρια βρίσκουν κατά δήλωση της εταιρείας¹⁷ σε αυτό ολόκληρη την αγορά του πλανήτη εκπροσωπούμενη, και προσφάτως έγινε η εισαγωγή του στο Χρηματιστήριο δημιουργώντας νέο παγκόσμιο ρεκόρ κεφαλαιοποίησης¹⁸.

Η Ε. Westlake (2008) υποστηρίζει ότι οι ταυτότητες που δημιουργούνται σε αυτό είναι μεν ελαστικές στις δυνατότητες κατασκευές αλλά και παράλληλα άκαμπτες και σταθερές λόγω της

¹⁷ Στο < <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22> >. Προσπελάστηκε 20/05/2012.

Τα δεδομένα στη σελίδα ανανεώνονται συνεχώς.

¹⁸ Η ανακοίνωση της εισαγωγής στο χρηματιστήριο από το facebook:

< <http://newsroom.fb.com/News/Facebook-Announces-Pricing-of-Initial-Public-Offering-16b.aspx> >.

Προσπελάστηκε 20/05/2012. Τα αποτελέσματα της εισαγωγής με αξιολόγηση στα 104 εκατομμύρια δολάρια:

< http://www.washingtonpost.com/opinions/the-104-billion-question-what-does-facebooks-value-say-about-ours/2012/05/18/gIQAf4UJZU_story.html >.

φύσεως του μέσου. Στο ζήτημα της ταυτότητας, μελετητές βρίσκουν «κενά», «ασυνέχειες» και «ελλείψεις» που τους κάνουν σκεπτικούς (Boon & Sinclair 2009) ενώ άλλοι δίνουν έμφαση στην ενίσχυση της συνολικής ταυτότητας, διαδικτυακής (on line) και «εδαφικής» (on-ground) (Kitsis 2008).

Ο Dalsgraad (2008) καταγράφει την λειτουργία του προφίλ περισσότερο ως μια διαδικασία δόμησης ενός κοινωνικού εαυτού δικτυωμένου, παρά την απεικόνιση ενός ατόμου. Παρατηρεί ότι νέες ιεραρχίες και όροι διαφοροποίησης δημιουργούνται. Προς την πλευρά της ενίσχυσης του κοινωνικού εαυτού κινούνται και οι Ellison, Steinfield και Lampe (2007), που εστιάζουν στην επανασύνδεση του ατόμου με προηγούμενες δραστηριότητές του και παρελθούσες ομάδες. Πράγματι, στο facebook, όλοι έχουν μια ιστορία να αφηγηθούν για κάποιο παλιό, φίλο, συμμαθητή, κλπ. με τον οποίο επικοινωνήσαν, ενώ αλλιώς δε θα είχαν τη δυνατότητα. Το ίδιο ισχύει και με παρελθούσες ομάδες ατόμων στις οποίες ενδεχομένως ανήκαμε. Οι Ellison, Steinfield και Lampe (2007) εισάγουν την έννοια του «διατηρημένου κοινωνικού κεφαλαίου» (maintained social capital), με την έννοια των κοινωνικών συνδέσεων που ενθαρρύνονται με κοινωνικές ομάδες στις οποίες ήταν συνδεδεμένο το άτομο στο παρελθόν και δε θα υπήρχε συνέχεια χωρίς το Facebook.

2.2.3. Ατομική ταυτότητα – συλλογική ταυτότητα

Σε ένα προφίλ καταγράφουμε ένα μεγάλο σύστημα υπαγωγής σε ομάδες (groups) στις οποίες παλιότερα με τη θέληση του χρήστη και πλέον (2011-2012) χωρίς τη θέλησή του, αλλά με δυνατότητα διαγραφής του από αυτές, μπορεί να συμμετέχει. (Εικόνα 3). Το αποτέλεσμα είναι να δημιουργούνται ταυτοτικά στοιχεία κοινά για μεγάλους αριθμούς ατόμων - προφίλ. Πόσο ρεαλιστικά είναι όμως αυτά τα στοιχεία;

Όπως είπαμε στην παρούσα έκδοση του λογισμικού, μπορεί κανείς να εντάξει ατέλειωτους φίλους – προφίλ σε ένα γκρουπ που μπορεί να δημιουργήσει για οποιοδήποτε σκοπό. Ο χρήστης ενημερώνεται γι' αυτό μέσω ειδοποίησης (Notification) και μπορεί μεταβαίνοντας στη σελίδα της ομάδας να διαγραφεί. Κατά κανόνα όμως για να ενταχτεί (και πάλι) θα πρέπει να κάνει αίτημα προς κάποιο διαχειριστή της ομάδας. Αν παραβλέψουμε τη μετάβαση σε αυτή τη νέα μέθοδο δημιουργίας ομάδων, θα παραμείνει η εντύπωση που αρχικά ίσχυε, ότι δηλαδή το σύνολο των ομάδων στις οποίες συμμετέχει κάποιος αντικατοπτρίζει τη σύνθεση της ατομικής του ταυτότητας, ένα σύνολο από συλλογικές ταυτότητες που συνθέτουν όλα αυτά. Προφανώς όμως δεν είναι πάντα έτσι πλέον. Ένας χρήστης μπορεί να μη διαχειρίζεται για δικούς του λόγους (έλλειψη χρόνου, τεχνογνωσίας κ.λπ.) σε ποιες ομάδες τελικά παραμένει και κατά πόσο

τις επιθυμεί. Επιπροσθέτως δεν είναι βέβαιο ότι «τις βρήκε» αφού περισσότερο φαίνεται ότι «τον βρήκαν».

Υπάρχει όμως μια δεύτερη παράμετρος η οποία συσχετίζεται με την κοινωνιοστραφή διάσταση του προφίλ, που έχει τονιστεί και από τους μελετητές (Kitsis 2009). Αυτή έχει να κάνει με τη συνεχή παρουσία και αναπαραγωγή του εικονιδίου που αντιστοιχεί στο προφίλ (προεπισκόπηση εικόνας προφίλ και ονόματος) σε κάθε ομάδα που ο χρήστης συμμετέχει. Οι άλλοι χρήστες βλέπουν την παρουσία του και με ένα «κλικ» αποκτούν πρόσβαση στο προφίλ, με ό,τι συνεπάγεται αυτό για περαιτέρω δυνατότητες δικτύωσης.



Όνομα Επώνυμο

ΑΓΑΠΗΜΕΝΑ

Ενημερώσεις

Μηνύματα

Εκδηλώσεις

ΣΕΛΙΔΕΣ

Όνομα σελίδας

Όνομα σελίδας

κ.λπ.

ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Όνομα Εφαρμογής

Όνομα Εφαρμογής

κ.λπ.

ΟΜΑΔΕΣ

Όνομα Ομάδας

Όνομα Ομάδας

κ.λπ.

Δημιουργία Ομάδας

ΦΙΛΟΙ

Στενοί φίλοι

Οικογένεια

Εργασία

Πανεπιστήμιο

Τόπος Κατοικίας

Κατάσταση σύνδεσης

(συνδεδεμένος ναι/όχι)

Ομάδες

+ δημιουργία ομάδας

(κουμπι αφαίρεσης)	(εικονίδιο κατηγορίας)	Όνομα Ομάδας (+ αριθμός ειδοποιήσεων)	τελευταία χρήση
(κουμπι αφαίρεσης)	(εικονίδιο κατηγορίας)	Όνομα Ομάδας (+ αριθμός ειδοποιήσεων)	τελευταία χρήση
(κουμπι αφαίρεσης)	(εικονίδιο κατηγορίας)	Όνομα Ομάδας (+ αριθμός ειδοποιήσεων)	τελευταία χρήση
(κουμπι αφαίρεσης)	(εικονίδιο κατηγορίας)	Όνομα Ομάδας (+ αριθμός ειδοποιήσεων)	τελευταία χρήση
(κουμπι αφαίρεσης)	(εικονίδιο κατηγορίας)	Όνομα Ομάδας (+ αριθμός ειδοποιήσεων)	τελευταία χρήση
(κουμπι αφαίρεσης)	(εικονίδιο κατηγορίας)	Όνομα Ομάδας (+ αριθμός ειδοποιήσεων)	τελευταία χρήση
(κουμπι αφαίρεσης)	(εικονίδιο κατηγορίας)	Όνομα Ομάδας (+ αριθμός ειδοποιήσεων)	τελευταία χρήση
(κουμπι αφαίρεσης)	(εικονίδιο κατηγορίας)	Όνομα Ομάδας (+ αριθμός ειδοποιήσεων)	τελευταία χρήση

κ.λπ.

Εικόνα 3.: Η σελίδα του προφίλ όπου εμφανίζονται οι ομάδες. Αριστερά οι ομάδες ενταγμένες στο μενού των δυνατοτήτων που μεταβαίνουμε από την «αρχική σελίδα» (home page).

Όσο περισσότερο συμμετέχει δηλαδή ο χρήστης σε ομάδες, τόσο αυξάνονται οι πιθανότητες να εμφανίζεται το εικονίδιό του στις σελίδες των ομάδων αυτών τη στιγμή που άλλοι χρήστες βρίσκονται εκεί. Η ταυτότητα γίνεται περισσότερο «κοινωνική» και συγκροτείται από περισσότερα στοιχεία «συλλογικότητας».

Αντίστοιχα πολλαπλασιάζεται η παρουσία του χρήστη με όλες τις περιπτώσεις όπου δηλώνει την άποψή του, π.χ. με ένα «μου αρέσει» (like), που μπορεί να συμβεί σε δεκάδες πράγματα, αναρτήσεις, σχόλια και γενικά συμβάντα σαν κι αυτά που το facebook μας ενημερώνει μέσα από

«ειδοποιήσεις». Το πλέον σημαντικό στοιχείο όμως που συμβάλλει στην ενδυνάμωση της προσωπικής ταυτότητας του ατόμου, έρχεται όταν το άτομο δρα δυναμικά μέσω της συλλογικής όψης της ταυτότητάς του που υιοθετεί μέσα από μια ομάδα. Το άτομο μπορεί να δηλώσει (με σχόλιο – comment) ακόμη και να διαδηλώσει (δηλώνοντας μια «αιτία» - cause), και να δραστηριοποιηθεί μέσα από την ομάδα, γεγονός που επιδρά στην ενίσχυση της ταυτότητάς του έτσι όπως επιθυμεί να τη διαμορφώσει (Klandermans 2004:406-7). Η θεωρία της «κοινωνικής ταυτότητας» (social identity theory)¹⁹ επισημαίνει ακόμη πιο εύστοχα σε σχέση με τις ομάδες ότι από τις δια-ομαδικές δυναμικές σχέσεις (intergroup relations) απορρέουν οι δια-ταυτοτικές σχέσεις που προσδιορίζουν τα άτομα (Liebkind 2004:339).

2.3. Η έννοια εαυτού, η ταυτότητα και το facebook

Η αίσθηση της ταυτότητας που αποκτά το άτομο μπορεί να προσδιοριστεί με τρεις τρόπους, κατά την κλασσική θεωρία της ψυχολογίας: α) μέσα από την ευαισθητοποίηση που εκφράζει το άτομο μέσα από τα ενδιαφέροντα τις αξίες τις ικανότητες και τους σχεδιασμούς του β) το βαθμό ολοκλήρωσης μέσα στο πέρασμα του χρόνου, από το παρελθόν προς το παρόν και το μέλλον των αντιλήψεών του για τον εαυτό και γ) στον τρέχον βαθμό που το άτομο νοιώθει ολοκληρωμένο (integrated) κάθε στιγμή (Karaevli & Hall 2004:776). Στο σημείο αυτό, κυρίως μέσω των δύο τελευταίων προτάσεων (ο εαυτός στο πέρασμα του χρόνου και ο εαυτός που πασχίζει για ολοκλήρωση κάθε στιγμή) εισερχόμαστε σε ένα σημαντικό κομμάτι της ταυτότητας, την έννοια του εαυτού (self concept).

Όπως και η έννοια της ταυτότητας και η έννοια του εαυτού είναι ίσως από τους πλέον διαδεδομένους και ταυτόχρονα ασαφείς, συγκεχυμένους όρους στην έρευνα της ψυχολογίας (Ενδεικτικά: Byrne 1990, 1996, Harter 1983, 1999, Hansford & Hattie 1982, Hattie 1992, για περαιτέρω βιβλιογραφία: Gecas 1982:1).

Στη βιβλιογραφία συναντούμε κυρίως δύο έννοιες, αυτή του «εαυτού» (self-concept) και της «αυτό-εκτίμησης» (self-esteem). Σε κάθε περίπτωση, και παρά τις απόψεις για διαχωρισμό των όρων (Ενδεικτικά: Blyth & Treager 1983:92) οι μελετητές όλοι συγκλίνουν ότι η έννοια του εαυτού αναφέρεται στον τρόπο που το άτομο αντιλαμβάνεται τον εαυτό του (Ενδεικτικά: Byrne 1996, Hattie 1992). Όμως πρέπει να διαχωρίσουμε τις τρεις έννοιες (Gecas 1982:4):

¹⁹ Εισηγητής της θεωρίας θεωρείται ο Herni Tajfel, με ποιο χαρακτηριστική του τη δημοσίευση: (1974) *Social identity and intergroup behaviour*. Στο *Social Science Information*, V. 13, σ.σ.65-93.

- Ο εαυτός (self) είναι μια διαδικασία που πορευόμαστε από το «εγώ» (I) στο «εμένα» (Me) αναστοχαζόμενοι και διαδρώντας με το περιβάλλον.
- η «έννοια του εαυτού» είναι το αποτέλεσμα, το προϊόν της διαδικασίας, έτσι όπως το άτομο το αντιλαμβάνεται για τον εαυτό του.
- η έννοια της «αυτό-εκτίμησης» σχετίζεται με τα συναισθήματα και την αξιολογική διάθεση του ατόμου για την «έννοια του εαυτού».

Πιο χρηστική για την εργασία μας, αλλά και πιο διαδεδομένη στις μέρες μας είναι η «έννοια του εαυτού», που πηγάζει γενικότερα από τη μελέτη της πρόσληψης της έννοιας του εαυτού (self-conception). Σε αυτή συμπεριλαμβάνονται όψεις γνωστικές, αλλά και συναισθηματικές (εν μέρει αξιολογικές) και άλλες, που οδηγούν σε επιλογές και συμπεριφορές το άτομο. Συναντούμε όμως και άλλους σχετικούς όρους εκτός από την «αυτό-εκτίμηση» (self-esteem, το άτομο αξιολογεί τον εαυτό του), όπως την «αυτοαντίληψη» (self-perception, γνωστική προσέγγιση του ατόμου για τον εαυτό του) και την «αυτό-εικόνα» (self-image, επίσης γνωστική προσέγγιση) ή ακόμη την «αυτ(ο)αξία» (self-worth, αξιολογική όπως η αυτό-εκτίμηση) καθώς και όρους όπως την «αυτό-αποτελεσματικότητα» (self-efficacy, Miller 1989:275) ή την «αυτό-τροποποίηση» (self-modifying, Miller 1989:309), που αναφέρονται στην ευστοχία των δράσεων του εαυτού κατά τη δράση του. Κάθε έννοια από αυτές αποδίδει μια συγκεκριμένη διαδικασία στην πορεία (Process, Gicas 1982) διαμόρφωσης του εαυτού από την πλευρά του ατόμου.

3. Η μεθοδολογία της έρευνας

Η εργασία αυτή προήλθε από την ανάγκη αλλά και τη δυνατότητα κατανόησης της παρουσίας και της δράσης των νέων παιδιών, μαθητών δημοτικού σχολείου, στο Facebook. Ο βαθμός συμμετοχής τους στο Facebook είναι μεγάλος. Ενδεικτικά σε ένα σχολείο αστικής περιοχής²⁰ καταμετρήθηκαν οι μισοί μαθητές της Πέμπτης τάξης να έχουν λογαριασμό, ενώ κατά τη διάρκεια της Έκτης τάξης ο αριθμός αυτός αυξάνεται διαρκώς φτάνοντας στο τέλος της χρονιάς τα τρία τέταρτα (3/4) της τάξης. Στο γυμνάσιο το ποσοστό περνά τα εννιά δέκατα: 9/10 (πίνακας 3).

Πίνακας 3: τάση χρηστών Facebook			
%	Ε' δημοτικού	ΣΤ' δημοτικού	Α' Γυμνασίου
100			
95			
90			
85			
80			
75			
70			
65			
60			
55			
50			
45			
40			
35			
30			
25			
20			
15			
10			
0			

Η πληροφορία αυτή είναι κατ' αρχάς δύσκολο να τεκμηριωθεί ερευνητικά, γιατί οι μαθητές δεν κοινοποιούν πάντα το γεγονός ότι έχουν πρόσβαση στο Facebook. Όταν όμως η ερώτηση αυτή διατυπώνεται στο σχολείο, η συμμετοχή τους στο Facebook αποκαλύπτεται ως μέρος της μαθητικής του ζωής. Ή, με άλλους όρους, η ταυτότητα που συγκροτείται στο Facebook είναι υποσύνολο της μαθητικής τους ταυτότητας, μια και οι «φίλοι» του Facebook απορρέουν από τους συμμαθητές και τους φίλους τους στο σχολείο.

Σε αρκετές περιπτώσεις είναι εφικτό να παρακολουθήσει κανείς στατιστικά την ημερομηνία έναρξης χρήσης του Facebook, προκειμένου να γίνει κατανοητό από πότε αρχίζει ο λογαριασμός. Ωστόσο με το χρονολόγιο η τάση αυτή τείνει να καταργηθεί μια και το χρονολόγιο ξεκινάει από τη «γέννηση» του χρήστη. Έτσι δυνητικά η αρχή του προφίλ δεν βρίσκεται στην ημερομηνία εγγραφής αλλά στην γέννηση του χρήστη.

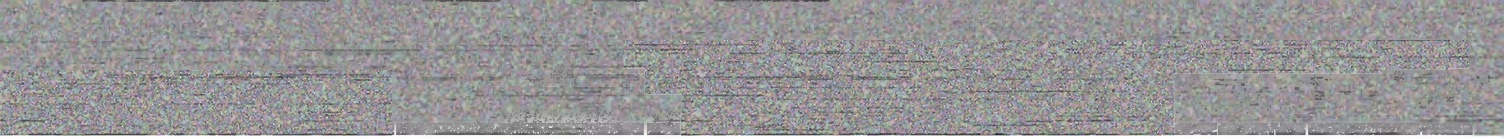
²⁰ Τα στοιχεία είναι από το ημερολόγιο καταγραφών στην πορεία της έρευνας.

Τα παιδιά συχνά έχουν σαν «κοινό μυστικό» τη δραστηριότητά τους αυτή, η οποία είναι εξαιρετικά διαδεδομένη, γι' αυτό και μας παρακίνησε έντονα σε αυτή την εργασία. Κάθε μαθητής έχει να αφηγηθεί έστω και μια στοιχειώδη παρουσία του στο facebook, που προϋποθέτει είτε τη δημιουργία προφίλ είτε το «σερφάρισμα» δίπλα σε έναν συμμαθητή που έχει ήδη προφίλ. Παρακάτω θα δούμε την πορεία διαμόρφωσης της μεθοδολογίας μας.

3.1. Προς μια υπόθεση εργασίας

Οι αρχικές – πιλοτικές – εκτιμήσεις έδειξαν ότι δεν χρησιμοποιούν όλοι οι μαθητές το facebook με τον ίδιο τρόπο. Η έρευνα κινήθηκε πρακτικά σε ένα σύνολο παιδιών 10-12 ετών, με τα οποία η γράφουσα είχε την δυνατότητα της άμεσης και καθημερινής επικοινωνίας, μέσα από τη σχολική ζωή. Προκειμένου να καταλήξουμε, λοιπόν, σε μια μεθοδολογία έρευνας, συλλογής και επεξεργασίας των στοιχείων, προϋπήρχε ένα διάστημα συζήτησης και συνύπαρξης μέσα από τα συνδεδεμένα μας προφίλ αρκετά διερευνητικό ώστε να γίνει κατανοητό «τι συμβαίνει εκεί». Οι μαθητές εστίαζαν στη συνομιλία (chat), τα παιχνίδια (εφαρμογές παιχνιδιών)) που διαθέτει το Facebook και φυσικά την ανάρτηση φωτογραφιών και διαφόρων δεσμών (link).

Είναι ήδη γνωστό ότι το προφίλ του Facebook σχετίζεται με την ταυτότητα του ατόμου και τον τρόπο που αυτό επιλέγει να εκθέσει και να φέρει σε διάδραση τον εαυτό του μέσα στο ψηφιακό περιβάλλον (Ενδεικτικά: Zhao – Grasmuck & Martin 2008, Westlake 2008, Boon – Sinclair 2009, Dalsgaard 2008). Στην κρίσιμη ηλικία όμως της προ-εφηβείας έχουμε διαδικασίες «διαμόρφωσης ταυτότητας» καθώς το παιδί περνάει σταδιακά στην εφηβεία και μετά στην ενηλικίωση. Πώς, λοιπόν, διαμορφώνεται η ταυτότητα των νέων αυτών στο facebook; Είναι πιθανόν να έχουμε στη φάση αυτή ιδιαίτερα φαινόμενα, καθώς διαμορφώνεται η ταυτότητα ενός ατόμου που «δεν έχει διαμορφώσει (ακόμα) ταυτότητα». Ο προ-έφηβος στο Facebook έχει δυνατότητες ισότιμες με αυτές κάθε ενήλικα. Πως θα αντιδράσει μπροστά στην προοπτική αυτή; Τι επιλογές για την ταυτότητά του θα κάνει σε ένα χώρο όπου οι επιλογές δεν προβλέπεται να είναι για την παιδική ηλικία του, αλλά για κάθε ενήλικα; Και το σημαντικότερο: τι πρέπει να γνωρίζουν οι εκπαιδευτικοί και οι γονείς για τη συμβολή των κοινωνικών μέσων στη διαμόρφωση της ταυτότητας των νέων; Σε καμία περίπτωση δε φιλοδοξούμε να απαντήσουμε σε όλα αυτά τα σημαντικά ερωτήματα. Όμως με την παρούσα έρευνα κάναμε μια αρχή προκειμένου συστηματικά να κατανοήσουμε καλύτερα την ταυτότητα των νέων παιδιών που έχουμε απέναντί μας.



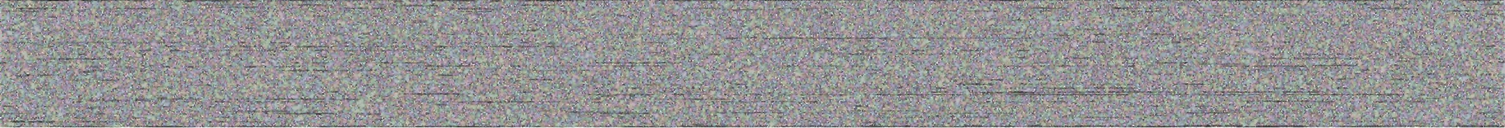
1. The first part of the paper discusses the importance of understanding the underlying mechanisms of the observed phenomena. This is crucial for developing effective interventions and policies. The authors argue that a comprehensive understanding of the system is necessary to address the complex challenges it presents.

2. The second part of the paper focuses on the methodology used in the study. The authors describe the data collection process, the statistical models employed, and the validation techniques used to ensure the reliability of the results. They emphasize the importance of transparency and reproducibility in scientific research.

3. The third part of the paper presents the results of the study. The authors show that the proposed model accurately predicts the observed outcomes across different scenarios. They also discuss the limitations of the study and the need for further research to refine the model and explore additional factors that may influence the results.

4. The fourth part of the paper discusses the implications of the findings for practice and policy. The authors suggest that the insights gained from this study can be used to inform decision-making and to develop more effective strategies for addressing the issues at hand. They also highlight the need for ongoing monitoring and evaluation to ensure the continued relevance and effectiveness of the interventions.

5. The fifth part of the paper concludes the study and provides a summary of the key findings. The authors reiterate the importance of understanding the underlying mechanisms of the system and the need for a comprehensive approach to addressing the challenges it presents. They also express their hope that the findings of this study will contribute to the broader understanding of the system and lead to more effective interventions and policies.







4.1. Η καταγραφή των ευρημάτων

Η περιήγηση στα προφίλ των «φίλων», μας έδωσε τη δυνατότητα για μια μεγάλη συλλογή δεδομένων τα οποία μπορούν να κατηγοριοποιηθούν – και σύμφωνα με τη δομή του προφίλ – όπως φαίνεται στον πίνακα 5.

Πίνακας 5. Ταξινόμηση περιεχομένου των προφίλ και παρατηρήσεις			
αα	ενότητα	υποενότητα	παρατηρήσεις
1.	φωτογραφίες	«εξώφυλλο»	Η εισαγωγική αυτή φωτογραφία ερμηνεύεται ως το «πρώτο μήνυμα» που θέλει να δώσει το άτομο για τον εαυτό του. Υπάρχει μόνο στο «Χρονολόγιο».
2.		τοίχου	Όλες οι φωτογραφίες που δεν ομαδοποιήθηκαν από τον χρήστη σε άλμπουμ καθώς και φωτογραφίες από άλλα προφίλ που έχουν ετικέτα του χρήστη (tag).
3.		προφίλ	Η «φωτογραφία ταυτότητας», που ωστόσο δεν έχει πάντα το πρόσωπο του χρήστη, αλλά υπόκειται σε «δημιουργικές δοκιμές». Η επιλογή της «τετράγωνης προεπισκόπησης» που τυχόν κάνει ο χρήστης δημιουργεί μια «αναπλαισίωση» της εικόνας κυριολεκτικά και μεταφορικά. Ανήκει σε ξεχωριστή ομάδα φωτογραφιών (σαν άλμπουμ) με όλες τις αντίστοιχες παλιότερες φωτογραφίες προφίλ.
4.		άλμπουμ	Σε πολλές περιπτώσεις αντιστοιχούν σε ομάδες φωτογραφιών όπως τι «κατεβάζουμε» από τη φωτογραφική μηχανή, π.χ. φωτογραφίες μιας εκδρομής. Μπορεί όμως να είναι και οποιαδήποτε ομάδα φωτογραφιών που συλλέχθηκαν από το διαδίκτυο και άλλες πηγές. Τα άλμπουμ έχουν τίτλο και περιγραφή.
5.		βίντεο	Συνήθως δημιουργικό κομμάτι του προφίλ όπου τα παιδιά μπορεί να «ανεβάσουν» βίντεο τραβηγμένα από κινητό με πρωταγωνιστές τους ίδιους.
6.	φίλοι	φίλοι	Ο αριθμός των φίλων παίζει ρόλο στην «εξωστρέφεια» που δείχνει ο χρήστης μέσα στο Facebook. Καταγράφεται ένας μέσος αριθμός φίλων (στην περίπτωσή μας μεσοσταθμικά ορίστηκε στο 100) και μετά παρατηρούνται ποιοτικά οι αποκλίσεις: περισσότεροι φίλοι εντός ή εκτός facebook (προσδιορίζονται με τη γεωγραφική εγγύτητα) παρατηρούνται ποιοτικά. Οι «φίλοι» μπορεί να μην είναι πάντα φυσικά πρόσωπα.
7.		συγγενείς	Είναι οι σχέσεις συγγένειας που αμφίπλευρα έχουν αποδεχτεί οι χρήστες. Πρόκειται για πεδίο «δημιουργικών δοκιμών» μια και τα παιδιά ορίζουν γονείς, αδέρφια, παιδιά, ξαδέρφια κ.λπ. που δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα αλλά στους ποιοτικούς δεσμούς που συνδέουν τα πρόσωπα στην πραγματικότητα (στενοί φίλοι «κολλητοί / κολλητές» κ.λπ.)
8.	προτεινόμενα στοιχεία ταυτότητας	γέννηση	Σχετικό «δημιουργικών δοκιμών» με την έννοια ότι ο χρήστης δηλώνει μια ηλικία που δεν ελέγχεται. Μπορεί να εμφανιστεί ως ενήλικας, υπερήλικας κ.λπ.
9.		εργασία	Απόλυτο πεδίο «δημιουργικών δοκιμών» μια και όλοι οι χρήστες δεν εργάζονται εξ ορισμού. Οι επιλογές ελέγχονται ποιοτικά και συσχετίζονται κυρίως με τη σατυρική διάθεση των παιδιών και τη δημιουργικότητά τους.

10.	Πληροφορίες (ή κ «μου αρέσει»)	πόλη	Απόλυτο πεδίο «δημιουργικών δοκιμών», μια και είναι δεδομένη η πόλη διαμονής, που είναι αυτή του σχολείου που φοιτούν τα παιδιά.
11.		καταγωγή	Απόλυτο πεδίο «δημιουργικών δοκιμών». Τα παιδιά π.χ. δηλώνουν ως πόλη καταγωγής την πόλη της αγαπημένης τους ομάδας, άλλο σημείο στον πλανήτη κ.λπ.
12.		σπουδές	Πεδίο «δημιουργικών δοκιμών», που συνήθως εδώ δε χρησιμοποιείται. Όταν δηλώνεται ανταποκρίνεται στις προσδοκίες για σπουδές.
13.		εκπαίδευση	Αν και μπορεί να είναι πεδίο «δημιουργικών δοκιμών», συνήθως ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, μια και το σχολείο είναι ένα ισχυρό ταυτοτικό στοιχείο που ενώνει την ομάδα και τους χρήστες γενικότερα.
14.		φιλοσοφία	Ή «αγαπημένες φράσεις», όπου τα παιδιά εναποθέτουν κατά κανόνα «τσιτάτα».
15.		Σπορ	Οι ενότητες αυτές είναι στην πράξη κατηγοριοποιήσεις των «μου αρέσει» (likes) Που κάνουν οι χρήστες. Π.χ. στα σπορ περιλαμβάνονται σελίδες αγαπημένων ομάδων και αθλητών, στις «τέχνες ψυχαγωγία περιλαμβάνονται ταινίες, βιβλία, σήριαλ, παιχνίδια, «άτομα που μας εμπνέουν» (π.χ. συχνά στα αγόρια είναι ποδοσφαιριστές), χόμπι και δραστηριότητες που εκπροσωπούνται σε σελίδα κ.λπ.
16.		Τέχνες - ψ/α	
17.		δραστ/τες	
18.		στοιχεία επ/ας	Κατά κανόνα email και ονόματα χρήστη σε άλλα κοινωνικά μέσα
19.	χρονολόγιο		Σε όσους χρήστες το επιλέγουν είναι η σύνθετη κατασκευή που οργανώνει αρχικά ολόκληρο το προφίλ. Αξιολογείται ποιοτικά λαμβάνοντας υπ' όψιν ότι στο μεγαλύτερο βαθμό δημιουργείται αυτόματα με τη σύνθεση των διαφόρων στοιχείων.
20.	σημειώσεις		Χρησιμοποιείται κυρίως για επικόλληση ανεκδότων, κουίζ και άλλων έτοιμων κυρίως κειμένων που θέλουν τα παιδιά να μοιραστούν μεταξύ τους.
21.	χάρτης		Ένας αυτόματα δημιουργούμενος, ρεαλιστικός χάρτης για τους τόπους εργασίας και καταγωγής του χρήστη. Επίσης σημειώνονται όλα τα γεωγραφικά σημεία που εμφανίζονται στο προφίλ, π.χ. τοποθεσία κάποιας φωτογραφίας.
22.	άλλες εφαρμογές		Πρόκειται για εξωτερικά του λογισμικού προγράμματα που επιτρέπεται να εγκατασταθούν σε αυτό και να τα εντάξει και ο χρήστης στο προφίλ του. Δεν έχουν όλοι οι χρήστες πρόσβαση σε αυτά και είναι αρκετά μεταβαλλόμενα με το πέρασμα του χρόνου.
23.	όνομα χρήστη		Πεδίο για ανεξάντλητες δοκιμές, όταν αυτές γίνονται αποδεκτές από το λογισμικό. Υπάρχουν πολλές επιλογές που οδηγούν σε έναν τύπο «όνομα χρήστη» (user name) που όμως χωρίζεται υποχρεωτικά από το λογισμικό σε δύο μέρη (όνομα – επώνυμο).
24.	άλλα στοιχεία		Σε αυτά περιλαμβάνεται 1. το φύλο, 2. Οι Θρησκευτικές πεποιθήσεις, 3. Οι πολιτικές πεποιθήσεις, 4. Η προσωπική κατάσταση και 5. το «ενδιαφέρομαι για». Σχετικά με την προσωπική κατάσταση, όταν αναφέρεται σε γάμο ή διάλυση, πρόκειται κατά κανόνα για «δημιουργική δοκιμή», λόγω της φυσικής τους ηλικίας.



1. 在 1949 年以前，中国是一个半殖民地半封建国家，政治、经济、文化各方面都受到外国势力的控制。在政治上，帝国主义列强通过不平等条约，在中国享有特权，操纵中国的内政外交。在经济上，外国资本控制了中国的金融、工业和交通。在文化上，帝国主义推行文化侵略，企图消灭中国的民族文化。

2. 1949 年 10 月 1 日，中华人民共和国成立，标志着中国历史的一个伟大转折点。从此，中国结束了被侵略、被压迫的历史，真正成为独立自主的国家。中国人民从此站起来了，成为国家的主人。

3. 新中国成立后，在毛泽东同志的领导下，中国人民进行了艰苦卓绝的斗争，取得了伟大的成就。在政治上，建立了人民民主专政的国家政权。在经济上，进行了社会主义改造，建立了社会主义制度。在文化上，大力发展社会主义文化，提高了国民的文化素质。

4. 然而，在社会主义建设过程中，我们也经历了曲折和探索。特别是“文化大革命”时期，给国家和人民带来了深重的灾难。但正是这些曲折和探索，使我们更加清醒地认识到，只有坚持社会主义道路，才能实现国家的繁荣富强和人民的幸福安康。

5. 改革开放以来，中国在经济、政治、文化、社会各方面都取得了举世瞩目的成就。中国已经成为世界第二大经济体，人民生活水平显著提高，国际地位日益提升。这些成就的取得，是中国共产党领导中国人民艰苦奋斗的结果，也是中国特色社会主义道路优越性的体现。

6. 当前，中国正处于实现中华民族伟大复兴的关键时期。我们要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，统筹推进“五位一体”总体布局，协调推进“四个全面”战略布局，为实现第二个百年奋斗目标而努力奋斗。

7. 总之，中国的发展道路是独特的，也是成功的。我们要坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，坚定不移地走中国特色社会主义道路，为实现中华民族伟大复兴的中国梦而努力奋斗。



συνομιλούν οι μαθητές και να γνωρίζουν ο ένας τον άλλο. Η πρακτική αυτή εμφανίζεται σε κάποιες περιπτώσεις και στα «λευκώματα» που κυκλοφορούν μεταξύ τους και συμπληρώνουν τα παιδιά στο δημοτικό σχολείο. Οι «δημιουργικές δοκιμές» εδώ φαίνεται να είναι ακριβώς ένα τέτοιο φαινόμενο.

4.2.2. Η δημιουργία ονόματος, πρωταρχικό πεδίο «δημιουργικών δοκιμών»

Είναι ευρύτερα γνωστό ότι οι επιλογές των «nickname», αντιπροσωπεύουν την ταυτότητα που θέλει το άτομο να δημιουργήσει στο διαδίκτυο, και αρκετές μελέτες έχουν γίνει εξετάζοντας «το nickname και την ταυτότητα» (Ενδεικτικά: Bechar - Israeli 2012). Στο Facebook ζητούνται δύο ονόματα: το πρωτεύον, που μπορεί να είναι στην μητρική γλώσσα (ελληνικά) ή στην αγγλική και το δευτερεύον που είναι στην γλώσσα που απομένει από τις δύο προηγούμενες, προκειμένου να μπορεί κάποιος να αναζητήσει ευκολότερα το πρόσωπο στον κατάλογο του ιστότοπου. Και το πρώτο και το δεύτερο όνομα χρησιμοποιούνται με δημιουργικό τρόπο και κύριο γνώμονα την αδιαφορία για πιστότητα στοιχείων, προστά στην ανωνυμία και την παράθεση μηνυμάτων. Για παράδειγμα: Ελένη Χ. (Sagaro Poli). Στον πίνακα 6 έχουμε μια πλήρη καταγραφή των παραλλαγών που συναντήσαμε προκειμένου να δημιουργηθεί το πρωτεύον όνομα.

Σε αυτόν διακρίνονται τρεις επιλογές γραφής: η γραφή σε κανονική αγγλική γλώσσα (το όνομα στη μορφή του διαβατηρίου), η γραφή σε Greeklish και σε ελάχιστες περιπτώσεις ελληνικοί χαρακτήρες στο πρώτο όνομα. Η γενική εικόνα που αποκομίζεται είναι ότι τα παιδιά επιλέγουν είτε την πλήρη επωνυμία, αλλά μόνο στα αγγλικά (στα ελληνικά δε συνέβηκε ποτέ) είτε τη «δημιουργική γραφή», των nickname στα πλαίσια του Facebook. Αυτά τα nickname δεν έχουν καμία σχέση με ό,τι γνωρίσαμε μέχρι τώρα, γιατί δεν ζητούνται από το λογισμικό, ως μια νέα ταυτότητα, αλλά επιχειρείται να εγκαθιδρυθούν από τους χρήστες, την ίδια στιγμή που το λογισμικό ελέγχει την πιστότητά τους και τα αποτρέπει από το σύστημα.

Για να γίνει κατανοητή η χρήση Greeklish και άλλων ιδιωμάτων, όπως συντομεύσεις με σύμφωνα χωρίς φωνήεντα (π.χ. Pt ή Pr αντί για «Petrou») πρέπει να συσχετιστεί με τον τρόπο γραφής που συναντάμε μέσα στους διάλογους των σχολίων. Εκεί τα φωνήεντα κατά κανόνα εκλείπουν και οι λέξεις περικόπτονται δραματικά (για παράδειγμα trpt σημαίνει «τίποτα».) Αυτή η περικοπή δεν συμβαίνει όταν η λέξη που μπαίνει (περιπτώσεις 3,4,9,10 του πίνακα 6) είναι εμβληματική, π.χ. «Athina» (γεωγραφικός προσδιορισμός), ομάδα, ή άλλο αντικείμενο θαυμασμού με το οποίο ταυτίζεται ο χρήστης.

Πίνακας 6 . Το όνομα χρήστη						
αα	γλώσσα	Όνομα	ενδιάμεσο	Επώνυμο	παράδειγμα	παρατηρήσεις
1.	English	πλήρες	-	πλήρες	Giorgos Georgopoulos	Η ταυτότητα αποκαλύπτεται πλήρως
2.		δύο πρώτες συλλαβές	-	πλήρες	Geo Georgopoulos	Το όνομα αποκτά μια «αργκό» διάσταση
3.		1 ^η λέξη φράσης	2 ^η λέξη φράσης	3 ^η λέξη φράσης	Doing a research	Ανωνυμία με μια φράση που χαρακτηρίζει το άτομο
4.		πλήρες	-	αγγλική λέξη	Giorgos Research	Ανωνυμία με αντικατάσταση του επωνύμου από μια χαρακτηριστική λέξη.
5.		πλήρες	-	δύο χαρακτηριστικά γράμματα	Giorgos Rs ή Rh ή Rc κ.λπ.	Ανωνυμία με 2 συνθηματικά γράμματα. Πολύ προσφιλής δήλωση ονόματος
6.		πλήρες	-	ένα γράμμα (αρχικό)	Giorgos G	Ανωνυμία με ένα γράμμα (κατά κανόνα αρχικό του επωνύμου).
7.	Greeklish	Όνομα Ελληνικό		πλήρες	Giwrkos Georgopoulos	Επωνυμία με επιμονή στον ελληνικό χαρακτήρα και τα Greeklish ως «κώδικα» και «αργό», που διαφοροποιεί το άτομο.
8.		Όνομα Ελληνικό		δύο γράμματα	Giwrkos Gr	Συνδυασμός ανωνυμίας και «αργκό»
9.		1 ^η λέξη φράσης	2 ^η λέξη φράσης	3 ^η λέξη φράσης	Kano mia erevna	
10.		πλήρες	-	λέξη	Giorgos Erevna	Ανωνυμία με αντικατάσταση του επωνύμου από μια χαρακτηριστική λέξη ή λέξη «άρνησης επωνυμίας», π.χ. «kiansaresei», «sketo».
11.		πλήρες	-	ένα γράμμα (αρχικό)	Giwrkos G	Ανωνυμία στην πιο τυπική της μορφή. Το αρχικό συνήθως είναι το αρχικό του επωνύμου. Σε αυτή την περίπτωση ο χρήστης δίνει το στίγμα του ονόματός του, παράλληλα όμως δηλώνει ότι επιθυμεί ανωνυμία.
12.	Ελληνικά	Όνομα	-	Αρχικό	Γιώργος Γ.	Όπως και στις προηγούμενες περιπτώσεις πρόκειται για τη διατήρηση της ανωνυμίας, την άρνηση να δηλώσει το άτομο το όνομά του. Όμως η ανωνυμία δεν είναι απόλυτη, καθώς δίνει ένα στοιχείο σε «όποιον γνωρίζει», μια και είναι πραγματικά το αρχικό του επωνύμου.

4.2.3. Οι φωτογραφίες

Στο ζήτημα των φωτογραφιών στο Facebook κατά την περίοδο της έρευνάς μας προστέθηκε το ζήτημα της νέας εφαρμογής που εισήγαγε ο ιστότοπος να γίνεται αυτόματη αναγνώριση προσώπων στις φωτογραφίες που «ανεβάζει» ο χρήστης και να δίνονται «προτεινόμενες ετικέτες». Οι φωτογραφίες στο Facebook δεν είναι πλέον απλές απεικονίσεις με σημειολογικές προεκτάσεις αλλά συνδέονται με πρόσωπα και τόπους που τις συνοδεύουν ως «μεταδεδομένα».

Επίσης, μια φωτογραφία αποκτά διαφορετικό νόημα, ανάλογα με τη θέση που επιλέγει ο χρήστης να την τοποθετήσει. Στην τελευταία έκδοση του λογισμικού προτείνεται το «εξώφυλλο», μια φωτογραφία σε όλο το πλάτος, σαν «wide screen» οθόνη, στην κεφαλίδα της πρώτης σελίδας του προφίλ, το χρονολόγιο). Ο ιστότοπος προτείνει γι' αυτή τον χρήστη να γεμίσει «αυτό το πλατύ κενό πλαίσιο με μια εικόνα» που τον «αντιπροσωπεύει πλήρως. Είναι το πρώτο πράγμα που βλέπουν οι άλλοι όταν επισκέπτονται το χρονολόγιο» του χρήστη.²³ Επόμενη σε θέαση φωτογραφία είναι η τυπική φωτογραφία του προφίλ, που είναι μικρότερη, και με ίσες πλευρές (τετράγωνη), «κροπαρισμένη» (κομμένη κατάλληλα) από τον χρήστη με τη βοήθεια του λογισμικού. Ακολουθούν οι φωτογραφίες «τοίχου», που ανεβαίνουν απ' ευθείας ή προκύπτουν από επισήμανση με το όνομα του χρήστη από κάποιο φίλο του και τέλος οι φωτογραφίες οργανωμένες σε άλμπουμ και κάποια πιθανά βίντεο.

4.2.3.1. Τα «εξώφυλλα» και τα προφίλ

Τα νεοεμφανιζόμενα, προς το τέλος της έρευνάς εξώφυλλα αντιμετωπίζονται ποικιλότροπα από τους χρήστες. Προέρχονται πολλές φορές και από ιστότοπους που προτείνουν εικόνες ή βοηθάνε τον χρήστη να «κόψει» σωστά την εικόνα, να ρυθμίσει την ανάλυση κ.λπ. ώστε να έχει το ιδανικότερο αποτέλεσμα στο προφίλ του. Μια πρώτη παρατήρηση είναι ότι η εικόνα – εξώφυλλο συνδυάζεται αισθητικά και νοηματικά με την εικόνα προφίλ. Πράγματι, η εικόνες αυτές βρίσκονται σε σύνθεση μεταξύ τους με τη μικρότερη τετράγωνη να παρεισφρεί στην μεγάλη (εικ. 5).



Εικόνα 5. Οι πραγματικοί συσχετισμοί διαστάσεων – θέσεων των αρχικών εικόνων στο χρονολόγιο του Facebook.

Έτσι, η «ταυτότητα» που δίνουν οι φωτογραφίες προκύπτει από μια «αντίστιξη», που συνήθως είναι και αισθητική και θεματική. Ειδικά στη φωτογραφία εξώφυλλο, πολλές φορές το «κόψιμο»

²³ <http://www.facebook.com/about/timeline>. Προσπελάστηκε 20/05/2012.

που προκύπτει αφήνει απ' έξω μεγάλα μέρη της αρχικής φωτογραφίας, με αποτέλεσμα να δημιουργείται ένα «μυστήριο» για τη συνέχεια της φωτογραφίας, που λύνεται όταν ο επισκέπτης «κλικάρει» πάνω της οπότε ανοίγει σε καινούργιο παράθυρο από την πραγματική της θέση σε κάποιο άλμπουμ. Πριν προχωρήσουμε στην ανάλυση των ευρημάτων, επιχειρούμε μια ομαδοποίηση των κυριότερων θεμάτων που συναντήσαμε οργανωμένα σε πίνακα (7), μαζί με τις παρατηρήσεις μας.

Πίνακας 7. Τάσεις θεματικών συνδυασμών εικόνων προφίλ - εξωφύλλου		
Εικόνες Προφίλ	Συνδυασμοί	Εικόνες εξωφύλλου
Φίλες. Εικόνες που προβάλλουν τα κορίτσια κυρίως με μία ή δύο συνήθως φίλες τους, αγκαλιασμένες ή σε πολύ οικεία θέση κοιτώντας την κάμερα. Ασπρόμαυρο προφίλ. Καλλιτεχνικών διαθέσεων φωτογραφία με ρύθμιση «ασπρόμαυρης», που θυμίζει επαγγελματική φωτογράφιση. Παρέα. Παρέα σε μια εκδρομή. Αγόρια και κορίτσια. Ομάδα. Το σήμα, το έμβλημα ή άλλη εμβληματική εικόνα που παραπέμπει ξεκάθαρα σε μια ποδοσφαιρική κατά κανόνα ομάδα. Προσωπική προφίλ. Φωτογραφία με το κινητό όπου η στάση υποβάλλεται από την ανάγκη να κρατηθεί το κινητό σε απόσταση. Μπορεί να βγει και στον καθρέφτη Προσωπική ολόσωμη. Τραβηγμένη είτε από άλλον είτε στον καθρέφτη, συνήθως χαμηλής ανάλυσης / ποιότητας, αλλά με χαρακτήρα καλλιτεχνικό. Καλλιτέχνης. Κατά κανόνα μουσικός. Το προφίλ δανείζεται την εικόνα κάποιου άλλου, π.χ. ενός καθαρίστα ροκ συγκροτήματος, ποδοσφαιριστή κ.λπ. Άθλημα-ατομική. Ατομική κατά κανόνα φωτογραφία από την προπόνηση ή από αγώνα σε κάποιο άθλημα που συμμετέχει ο χρήστης. Ζευγάρι. Εμφανίζονται και οι δύο σαν ζευγάρι και κοιτούν κατά κανόνα την κάμερα. Επιγραφή. Κάποιο κείμενο, σύνθημα, καλαίσθητα παρουσιασμένο για φωτογραφία προφίλ. Σύμβολο. Μια εικόνα αντικειμένου, λεπτομέρεια αντικειμένων, χρώμα, τοπίο, κάτι που έχει βρεθεί από το διαδίκτυο και φέρει κάποιον επιφανειακό – αισθητικό συμβολισμό (π.χ. λουλούδια, φρούτα, σχέδια κ.λπ.).		Φίλες. Εικόνες που προβάλλουν τα κορίτσια κυρίως με μία ή δύο συνήθως φίλες τους, αγκαλιασμένες ή σε πολύ οικεία θέση κοιτώντας την κάμερα. Ομάδα. Το σήμα, το έμβλημα ή άλλη εμβληματική εικόνα που παραπέμπει ξεκάθαρα σε μια ποδοσφαιρική κατά κανόνα ομάδα. Γήπεδο, κερκίδα ή φάσεις από αγώνα. Άθλημα-ομαδική. Από την προπόνηση για την ομάδα συνήθως αναμνηστική φωτογραφία από το γήπεδο με όλους τους συναθλητές ή τις συναθλήτριες. Καλλιτέχνης. Σκηνή από συναυλία ή άλλο στιγμιότυπο μουσικού κατά κανόνα συγκροτήματος. Καλλιτέχνης, ηθοποιός σε διάσημη πόζα, άνθρωποι του θεάματος. Τίποτα. Το σημείο του εξωφύλλου μένει κενό. Δεσμός. Η σχέση που διατηρεί ο χρήστης και μπορεί να την εμφανίζει και ως «παντρεμένος/η». Φίλοι. Παρατεταγμένοι ή σε άλλη στιγμή της παρέας οι φίλοι ποζάρουν στην κάμερα. Προσωπική ολόσωμη. Συνήθως με αρκετό φόντο λόγω των διαστάσεων του εξωφύλλου. Στιγμιότυπο. Κάποια φωτογραφία από την καθημερινότητα, ή μια εκδρομή, όχι απαραίτητα καλλιτεχνικά στημένη, με δόση αυθορμητισμού. Σύμβολο. Μια εικόνα αντικειμένου, λεπτομέρεια αντικειμένων, χρώμα, τοπίο, σλόγκαν, κάτι που έχει βρεθεί από το διαδίκτυο και φέρει κάποιον επιφανειακό – αισθητικό συμβολισμό (π.χ. λουλούδια, φρούτα, σχέδια κ.λπ.).

Ο πίνακας 7 καταγράφει τις τάσεις συνδυασμών θεμάτων, όπως αναλύθηκαν σε τριάντα τρία (33) προφίλ σε μια δεδομένη στιγμή. Οι συνδυασμοί προσπαθήσαμε να είναι ενδεικτικοί τάσης, γι' αυτό δεν καταγράφουμε τα νούμερα αλλά το «πάχος» της γραμμής, που όσο μεγαλύτερο είναι τόσο περισσότερο προτίμηση δείχνουν τα παιδιά προς αυτό.

Η κυριαρχία του συνδυασμού «προσωπικό προφίλ – σύμβολο στο εξώφυλλο», είναι χαρακτηριστική κυρίως στα αγόρια (ενδεικτικό ποσοστό ανά φύλο: 60% αγόρια, 40% κορίτσια). Η αμέσως επόμενη τάση εκδηλώνεται στα κορίτσια που προτιμούν στο εξώφυλλό τους να βάλουν τις «κολλητές» τους. Τα αγόρια δεν έχουν την ίδια διάθεση να βάλουν τις αγορίστικες παρέες τους στο εξώφυλλο, και όταν έγινε αυτό, προβαλλόταν καθαρά η σχέση του αγοριού με την κοπέλα να συμμετέχει π.χ. στη φωτογραφία προφίλ. Τα αγόρια θέλουν να έχουν ένα ελκυστικό προφίλ, συχνά ελκυστικό μέσα από την επιθετικότητά τους, και δύσκολα προβάλλουν άλλα αγόρια σε αυτό. Αντρική παρουσία σε αγορίστικο προφίλ υπάρχει μόνο με καλλιτέχνες, με τους οποίους το αγόρι ταυτίζεται και «αντλεί» από την εικόνα που αποπνέουν στο άλλο φύλο. Έτσι μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η επιλογή των προσώπων στις δύο αυτές αρχικές εικόνες του χρονολογίου ρυθμίζονται από το φύλο και από τη διάθεση για σχέση με το άλλο φύλο.

Το ίδιο θα μπορούσαμε να πούμε ότι ισχύει και στην κυρίαρχη τάση (προφίλ – σύμβολο) που είδαμε στην αρχή. Το άτομο προβάλλει τον εαυτό του και τα ιδεώδη του, τα οποία – χωρίς αυτό να φαίνεται καθαρά στον πίνακα 7 – συμπληρώνουν το κύρος, τον χαρακτήρα, δίνουν κάποιο μήνυμα, που φαίνεται να εκπέμπεται κυρίως για το άλλο φύλο. Τα κορίτσια εκφράζονται με σύμβολα ομορφιάς, καθαρότητας, ευαισθησίας με την έννοια της θηλυκότητας, με μηνύματα για τη μοναδικότητά τους, και τα αγόρια, εκφράζονται με σύμβολα επιθετικά, σκληρά με την έννοια της αρρενωπότητας, διεκδικητικά, δυναμικά (π.χ. άθληση, παιχνίδια ισχύος – σπάνια βιντεοπαιχνίδια). Έτσι, η προβολή της εξωστρέφειας προς το άλλο φύλο και την παρέα, που εμφανίζεται ως υπαρκτή, δυναμική και δεμένη παρέα, κυριαρχούν στην ανάλυσή μας.

4.2.3.2. Τα άλμπουμ

Τα άλμπουμ συγκροτούν σε ομάδες τις φωτογραφίες των παιδιών, κάτω από τίτλους που τα ίδια δίνουν. Υπάρχουν και οι ομάδες των φωτογραφιών προφίλ και φωτογραφιών εξωφύλλου (οι δεύτερες για όσους έχουν επιλέξει το χρονολόγιο). Οι συνήθειες που επικρατούν στις ομαδοποιήσεις των άλμπουμ δεν αλλάζουν από αυτές που επικρατούν και για όλους τους χρήστες του Facebook, καθώς μπορεί:

Α) να ονομάζουν ένα άλμπουμ με βάση το περιεχόμενο μιας ενότητας φωτογραφιών, όπως ακριβώς «κατέβηκαν» από τη φωτογραφική μηχανή – κινητό, πχ. «εκδρομή 2012», με κάποιο χαρακτηριστικό για τον τόπο την εκδήλωση κ.λπ.

Β) να δίνουν κάποιο περιγραφικό τίτλο π.χ. «οι φίλοι μου κι εγώ», ή να περιγράφουν την ενότητα από φωτογραφίες διαφορετικών χρονικών στιγμών αλλά με κοινή θεματική

Γ) να συλλέγουν φωτογραφίες από το διαδίκτυο που είναι αντιπροσωπευτικές στις ιδέες, τις αρέσκειες, τις πεποιθήσεις τους κ.λπ. εναποθέτοντάς τις στον τοίχο ή σε κάποιο άλμπουμ θεματικό ή όχι και τέλος

Δ) να φτιάχνουν άλμπουμ «διάφορες» όπου πραγματικά εκεί μπαίνουν διάφορες φωτογραφίες που δεν ταιριάζουν αλλού.

Στη συντριπτική τους πλειοψηφία, οι φωτογραφίες των παιδιών αφορούν τα ίδια και τα σύμβολα που τους εκφράζουν. Παράλληλα φαίνονται και οι φίλοι και οι παρέες, σε μια διαρκή προβολή της κοινωνικότητας που τα διακρίνει ειδικά στο θέμα της φιλίας. Οι φωτογραφίες προέρχονται από κινητά τηλέφωνα, όπως φαίνεται από την ποιότητα της εικόνας, ή όπως συχνά δηλώνει η ονομασία του άλμπουμ. Επίσης φωτογραφίες ανεβάζονται και από την κάμερα του υπολογιστή, όπως άλλωστε και προτρέπει το λογισμικό σε διάφορα σημεία του.

Μπορούμε να πούμε ότι στις φωτογραφίες αυτές – επιλεγμένες από τα παιδιά – βλέπουμε σε μεγάλο βαθμό τον ιδεατό τους εαυτό. Χαμόγελο και ευτυχία, χιούμορ και σαρκασμός, διακρίνεται στις εκφράσεις τους. Από την άλλη, η προκλητική σοβαρότητα – αγριάδα, που ελκύει το άλλο φύλο, που θωρακίζει την κοινωνική εικόνα, δείχνοντας ένα άτομο αύταρκες και απαιτητικό. Όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά αφορούν και στα δύο φύλα. Υπάρχουν όμως σημαντικά σημεία διαφοροποίησης, στο βαθμό που το κάθε φύλο οπτικά προβάλλεται διαφορετικά.

Τα κορίτσια προβάλλουν σαφώς τον εαυτό τους υιοθετώντας την ίδια θεματολογία των ενήλικων γυναικείων μοντέλων. Σημμένες πόζες, ειδικές κλίσεις στην κάμερα, αλληλοβοηθούμενες στις λήψεις, προβάλλουν τον εαυτό τους συγκροτώντας ήδη από την προεφηβεία σε μεγάλο βαθμό μια εικόνα εφηβική. Ωστόσο, η φιλία σε αυτό είναι σημαντική αρωγός. Αφενός στις φωτογραφίες που ενισχύουν την ταυτότητα ως προς το φύλο συμμετέχουν και ως παρέες, αφετέρου, ανακυκλώνουν με πολύ έντονο τρόπο τον αλληλοθαυμασμό τους και την ελκυστικότητά τους.

Όπως θα δούμε παρακάτω, αναπτύσσεται ένα ιδιαίτερο φαινόμενο προβολής του εαυτού με όρους «σταρ». Ωστόσο, σε αυτήν την ανακύκλωση ναρκισσιστικών σε μεγάλο βαθμό δραστηριοτήτων, υπάρχει μια κλειστότητα της ομάδας που την προστατεύει από τη διάσπαση της έκθεσης και δίνει έναν χαρακτήρα εσωτερικού κώδικα που λειτουργεί κανονιστικά και προστατευτικά, αν σκεφτεί κανείς ότι αποκλείει σε ένα μεγάλο βαθμό τους ενήλικες που δε θα καταφέρουν τουλάχιστον εύκολα να προσεγγίσουν τις προσφωνήσεις και τις συζητήσεις τους. Δημιουργείται έτσι ένα ιδιαίτερο και πολυδιάστατο γλωσσικό – γραφικό ιδίωμα που λειτουργεί ως ταυτοτικό στοιχείο της συλλογικότητας που τα παιδιά θέλουν να έχουν. Αυτό θα μελετήσουμε αμέσως παρακάτω.

4.2.4. Η ταυτότητα μέσα από τη γραπτή γλώσσα

Η κλειστότητα αυτή σε μεγάλο βαθμό αντικατοπτρίζεται στην αργκό γλώσσα και τις εικόνες με χαρακτήρες που σχηματίζουν (emojicons), με πρόσωπα, εκφράσεις και σύμβολα. Στον πίνακα 9 καταγράφουμε επτά βασικά σημεία, δίπλα σε πραγματικά παραδείγματα. Τα σημεία αυτά εντοπίζουμε με βάση τους γνωστούς γραμματικούς κανόνες που μαθαίνουν τα παιδιά στο σχολείο. Προκειμένου, λοιπόν, να υπερβούν τη συμβατική γλώσσα και να δημιουργήσουν το δικό τους κώδικα συνθέτουν στοιχεία «προφορικοποιημένων» γραφών του διαδικτύου σε ένα λόγο που υπερβαίνει:

1. Τα σημεία στίξης δημιουργώντας σύμβολα με τα emojis,
2. Το αλφάβητο, δημιουργώντας ένα «αλφαριθμητικό» αλφάβητο λατινογενές,
3. Την προσωδία, δημιουργώντας νέους ρυθμούς στο λόγο με πολλαπλά φωνήεντα,
4. Την ορθογραφία, δημιουργώντας φωνητικά γραμμένες λέξεις σε όλες τις γλώσσες,
5. τον συλλαβισμό, καταργώντας τη ραχοκοκαλιά της συλλαβής που είναι το φωνήεντο,
- 6, τον τονισμό, γράφοντας άτονα και τέλος,
7. Τις εκφράσεις και τις χρήσεις των όρων, δημιουργώντας ιδιωματισμούς.

Όλες αυτές οι παραλλάξεις και οι αφαιρέσεις του λόγου καταγράφονται με παραδείγματα στον πίνακα 9.

Είναι αξιοσημείωτο, επίσης, ότι τόσο οι θαυμασμοί που καταγράφονται στις φωτογραφίες όσο και η ανάπτυξη αυτού του πολλαπλού κωδικοποιητικού συστήματος προέρχονται στη συντριπτική πλειοψηφία (σχεδόν όλοι) από κορίτσια.

Πίνακας 8. συστήματα κωδικοποίησης του γραπτού λόγου		
α/α	έκφραση	παρατηρήσεις
1.	- ♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥ - thenx - tpt kuklitsa mu :)	Μπορούμε να επισημάνουμε τα συστήματα που συγκροτούν έναν ιδιαίτερο κώδικα στα εξής: 1. Τα emoticons (περιπτώσεις 1,3,4,5,8,10) δηλαδή τα μικρά χαμογελάκια όπως το :) και άλλες εκφράσεις όπως xD (κλειστά μάτια και μεγάλο χαμόγελο) κ.λπ. αποτελούν το ένα σκέλος του ιδιαίτερο «κώδικα».
2.	- aimaaaa mouuuuu ♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥	
3.	- psoniwwww ... xD - thnxxx...!!! ♥ - tpt♥ tn aLI9Eia LeW ♥	2. Άλλο σκέλος αφορά στην greeklish με γραφή (π.χ. w αντί ω) και την ανάμειξη μικρών – κεφαλαίων, ή τη χρήση νούμερων ως χαρακτήρων (π.χ. 8 ή 9 αντί για θ).
4.	*.* ♥	3. Την « προφορικοποίηση » του λόγου με κεφαλαία αντί για δυνατή και παρατεταμένα φωνήεντα (π.χ. iiii) αντί για μακροσκελή φωνή – κραυγή.
5.	<33333	
6.	>.< ♥	4. Παρατηρούμε μια απαλοιφή της ορθογραφίας με στόχο τη δημιουργία ενός κώδικα και όχι λόγω άγνοιας. Και στην ελληνική και στην αγγλική γραφή, η φωνητική καταγραφή της λέξης εμφανίζεται συχνά: «thenx» αντί για «Thanks» και «Παρακαλο» αντί για «παρακαλώ» (περίπτωση 1).
7.	♥ (:	
8.	χαχαχαχα...:) e3ali...xD cimfwnw apolita :) nC pic ! ♥	5. Τα φωνήεντα απαλείφονται επίσης για τον ίδιο λόγο, και στις δύο γλώσσες, ενισχύοντας περισσότερο την κρυπτογράφηση του λόγου (π.χ. nc αντί για nice, tpt αντί για τίποτα).
9.	Πραγματικά υπεροχη♥	
10.	Πωπωπωω ενσα κουκλιι♥:P	6. Απαλοιφή του τόνου στα πεζά ελληνικά γράμματα (3,9). 7. Ιδιωματικές εκφράσεις όπως «αίμα μου» (2).

4.3. «Πες μου τους φίλους σου»: προτεινόμενα και εθελούσια δίκτυα

Η «δικτυωμένη» ταυτότητα στο Facebook διαμορφώνεται, όπως προκύπτει από το λογισμικό και την παρατήρηση της συμπεριφοράς των παιδιών, από δύο παραμέτρους: από τη μια οι τρόποι που το ίδιο το Facebook κατευθύνει και οργανώνει τους χρήστες ώστε να δικτυωθούν μεταξύ τους και από την άλλη οι θεσμοποιημένες ή «δημιουργικές» ανταποκρίσεις των παιδιών.

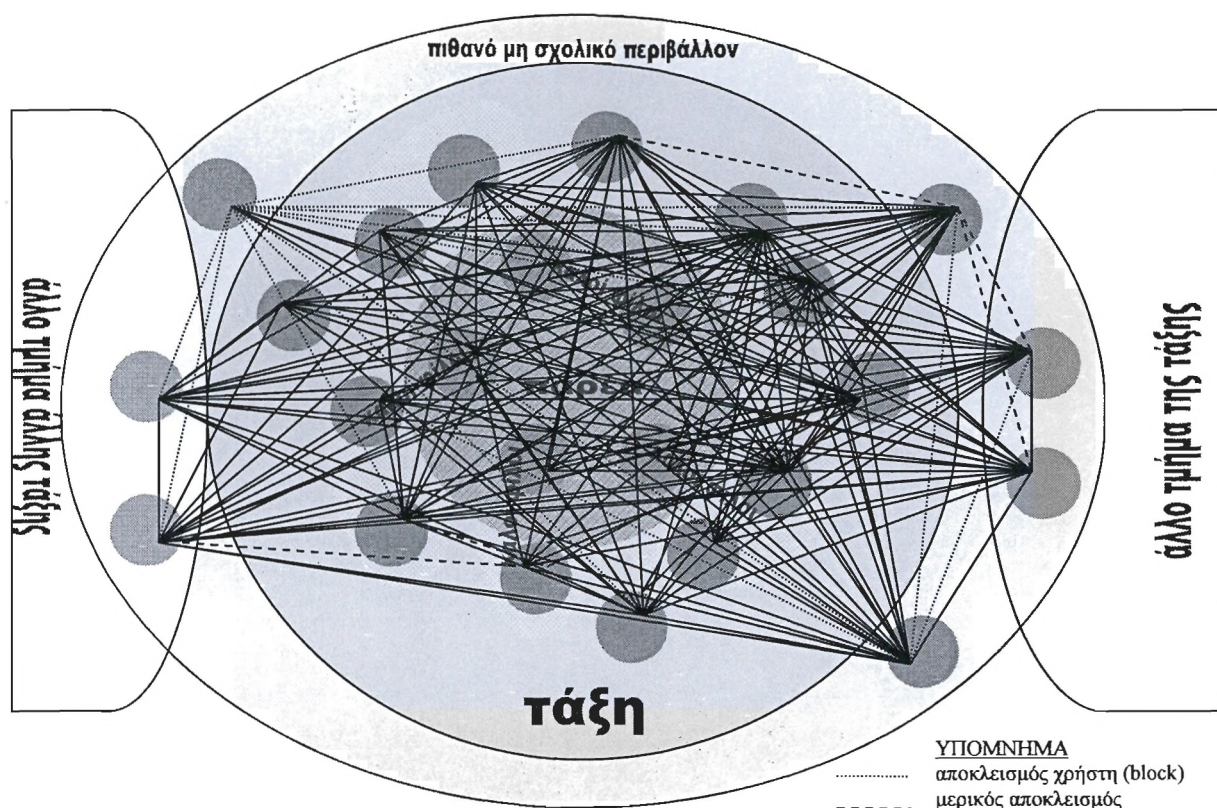
Πρώτα απ’ όλα βλέπει κανείς στο προφίλ τον «αριθμό φίλων», ο οποίος έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά για τα παιδιά που μελετήσαμε. Ξεκινά με έναν μέσο όρο τριάντα με πενήντα – κατά προσέγγιση – φίλων, που αντικατοπτρίζει τις παιδικές φιλίες και παρέες των παιδιών με επίκεντρο το σχολείο και σε ένα χρόνο σχεδόν διπλασιάστηκε. Στο τέλος του δημοτικού και την έναρξη του γυμνασίου, αλλά και γιατί η κοινωνικότητα και η «εξωστρέφεια» των παιδιών αυξάνεται, αυτό το νούμερο ξεφεύγει με διάφορες τάσεις πάνω από το εκατό με ανώτατα νούμερα (προς το τέλος της πρώτης γυμνασίου) τα 500-600 άτομα. Βέβαια, πρέπει να συνυπολογίσουμε ότι όλα αυτά τα προφίλ δεν ανταποκρίνονται πάντα σε μοναδικά φυσικά πρόσωπα, αλλά σε φορείς ή άλλες περιπτώσεις όχι κανονικά ενεργών προφίλ (διπλά, μη

πραγματικά ενεργά, προφίλ που διαγράφονται και αντικαθίστανται κ.λπ. Επίσης οι αριθμοί είναι γενικά αυξητικοί γιατί οι ρυθμοί προσθήκης είναι σαφώς μεγαλύτεροι από αυτούς της αφαίρεσης φίλων (πίνακας 8).

Πίνακας 9 .Τάξη διαμόρφωσης αριθμού φίλων			
ηλικία	10-11 (Ε΄ δημοτικού)	11-12 (ΣΤ΄ δημοτικού)	12- (Γυμνάσιο)
501-600			Υ
401-500			
301-400			
201-300			
101-200			
51-100		Υ	
1-50	Χ		

Όσο ο αριθμός αυτός παραμένει χαμηλός, οι φίλοι είναι αντιπροσωπευτικοί της καθημερινότητάς τους. Ισχύει κυριολεκτικά το «Πες μου τους φίλους σου να σου πω ποιος είσαι». Με την αύξηση του αριθμού η παροιμιώδης αυτή φράση αποκτά άλλο νόημα: «Πες μου τους φίλους σου» (στο Facebook) για να σου πω τι χρήστης είσαι και κατ’ επέκταση να βγάλω κάποια συμπεράσματα για σένα. Οι φίλοι στην συντριπτική τους πλειοψηφία είναι συμμαθητές., που καθώς αλλάζουν τα σχολεία αλλάζουν κι αυτοί με μεγάλους ρυθμούς. Επίσης συναθλητές και άλλα παιδιά με τα οποία συνυπάρχουν στους χώρους που σπουδάζουν, γυμνάζονται, ασκούν τα χόμπι τους κ.λπ. έρχονται να προστεθούν.

Για να κατανοήσουμε όμως τους «φίλους» πρέπει να λάβουμε υπ’ όψιν τις παραμέτρους που τελικά καθιστούν τους φίλους αυτούς σε πλήρη κοινωνία, σύμφωνα και με τις λειτουργίες του λογισμικού. Όπως έχουμε δει (εικόνα 1) δεν έχουν όλοι τον ίδιο βαθμός πρόσβασης. Μάλιστα σε λίγες περιπτώσεις κατά την διεξαγωγή της εργασίας χρειάστηκε να συζητηθεί πως κάποιοι φίλοι θα περιοριστούν στην πρόσβασή τους ή ακόμη θα αποκλειστούν. Υπάρχουν πάντα οι περιπτώσεις και ανεπιθύμητης συμπεριφοράς του χρήστη σε άλλο προφίλ και άλλοι παρόμοιοι λόγοι, οι οποίοι εγείρουν το θέμα «ελεγχόμενης πρόσβασης» για κάποιους φίλους. Στην εικόνα 6 απεικονίζουμε το σχηματισμένο δίκτυο ανάμεσα στη μικρή ομάδα που αποτελεί την κεντρική παρέα της μελέτης μας (5 άτομα) και είκοσι ακόμη άτομα στον περίγυρο. Βλέπουμε ότι το δίκτυο πρόσβασης σε δεδομένα άλλων είναι κατά βάση ένα πυκνό πλέγμα, μια και όλοι μπορούν να προσπελάσουν τα προφίλ όλων (ενδεικτικό παράδειγμα συνολικά είκοσι πέντε ατόμων στην περίπτωση μας. Με τις διακεκομμένες γραμμές βλέπουμε πως διαμορφώνεται το δίκτυο αυτό όταν η πρόσβαση γίνεται ελεγχόμενη για το χρήστη.

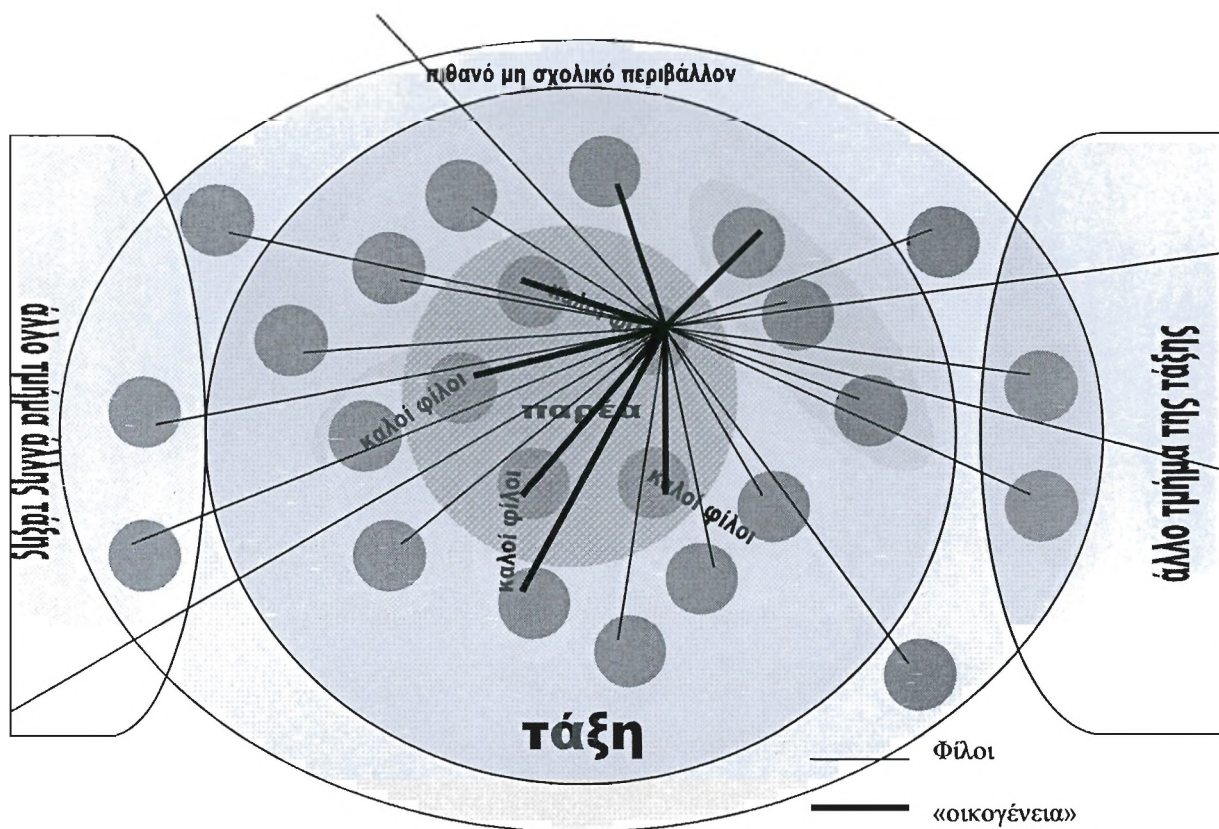


Εικόνα 6. μικρό κοινωνικό δίκτυο με κάποιους χρήστες σε περιορισμένη πρόσβαση

Βέβαια η πρόσβαση αυτή δεν μπορεί να αποκλειστεί με τον ίδιο απόλυτο τρόπο στην πραγματικότητα. Κάποιος μπορεί να πληροφορηθεί από κάποιον άλλο ή να έχει οπτική πρόσβαση μέσα από το προφίλ κάποιου άλλου που θα του το επιτρέψει. Αυτή είναι η μία παράμετρος όπου τα δίκτυα ρυθμίζονται με πραγματικές ρυθμίσεις από το λογισμικό.

Στην άλλη περίπτωση η σύνδεση αποκτά ιδιαίτερη διάσταση, με πρωτοβουλία αμοιτέρων των χρηστών, μέσα από μια παραλλαγή της εφαρμογής για την οικογένεια, που επινοούν τα παιδιά. Δηλώνουν μεταξύ τους ότι είναι συγγενείς. Για παράδειγμα κάποιος δηλώνει άλλο παιδί για πατέρα, ή για μητέρα, δημιουργώντας πολυμελείς οικογένειες, που κατά βάθος επιθυμούν να είναι καλές παρέες. Έτσι, μέσα από ένα προφίλ, τελικά βλέπουμε δύο «επιθυμητά» από το χρήστη δίκτυα: αυτό των φίλων και αυτό των «κολλητών», ή των ατόμων που επιζητείται να δειχθεί μια ιδιαίτερη σχέση (μέλη «οικογένειας»), όπως απεικονίζεται στην εικόνα 7.

Το ίδιο το Facebook, με τις πιο πρόσφατες ρυθμίσεις που εισήγαγε κατά την έρευνά μας δημιούργησε τις κατηγορίες – ομάδες φίλων: α) στενοί φίλοι β) γνωστοί γ) οικογένεια δ) περιορισμένοι (με φραγές πρόσβασης) ε) άλλες ομάδες που τυχόν εμείς δημιουργούμε και ομαδοποιούμε τους φίλους μας.



Εικόνα 7. τρόποι να δείξει ο χρήστης τα επιθυμητά «δίκτυα» που συγκροτούν τους φίλους του.

Αυτές όμως τις ομαδοποιήσεις δεν μπορούμε να τις έχουμε δημόσια όπως είναι προφανές, είναι προσωπικές για τον καθένα και δημιουργούνται για να διευκολύνουν την πρόσβαση στους μεγάλους αριθμούς φίλων. Αυτά είναι τα προτεινόμενα δίκτυα από το λογισμικό. Είναι δηλαδή προτεινόμενες διαβαθμίσεις εσωτερικού χαρακτήρα και δεν σχετίζονται με τα «εθελούσια», την οικογένεια, τους φίλους και τις δηλώσεις δικτύων (τα παιδιά βέβαια δεν έχουν καμία ακόμη γιατί αφορούν σε εργασιακούς χώρους και χώρους φοίτησης), που διαχειρίζονται επικοινωνιακά, όπως είδαμε, τα παιδιά.

4.4. Παρατηρήσεις από την ανάλυση

Ακολουθούν κάποιες παρατηρήσεις που δεν προκύπτουν μεμονωμένα από τα ευρήματα αλλά από ζητήματα συνολικής λειτουργίας του facebook.

4.4.1. Η «σελίδα-σπίτι» και η λειτουργία της για τα παιδιά

Σε όλη την πορεία της εργασίας αναφέρουμε ως σελίδα έναρξης του προφίλ και της ταυτότητας του χρήστη – παιδιού – ατόμου, τον «τοίχο» ή το χρονολόγιο, ανάλογα την μορφή οργάνωσης του προφίλ που έχει επιλέξει ο χρήστης. Παρ' όλα αυτά η «home page», η «σελίδα – σπίτι» (Σκαρπέλος 1999), του κομματιού του Facebook που αναλογεί στον χρήστη που εισέρχεται δεν

είναι αυτή. Ως Αρχική σελίδα αναφέρεται στην «διαχειριστική μπάρα» μια άλλη σελίδα που δεν έχει καμία σχέση με το προφίλ και τις υποενότητες του όπως τα παρουσιάσαμε στον πίνακα 5. Η «αρχική» αυτή σελίδα περιλαμβάνει «μπάρες πλοήγησης»²⁴, από τις οποίες κατευθύνεται ο χρήστης δομημένα και οργανωμένα στο εσωτερικό του ιστότοπου, όμως ο κύριος κορμός της παρουσιάζει ένα «παράδοξο» σε σχέση με τις συμβατικές λειτουργίες των αρχικών σελίδων. Στον κύριο κορμό της σελίδας υπάρχει η κεντρική, συνεχώς ανανεούμενη ροή με τα γεγονότα που συμβαίνουν στα προφίλ των φίλων. Υπάρχει μια δυναμικότητα σε αντίθεση με την «παθητικότητα του τύπου» (Σκαρπέλος 1999:82) που θα περίμενε κανείς και τη βρίσκει τελικά μάλλον στο προφίλ. Έτσι, ενώ θα περίμενε κανείς η αρχική σελίδα να συνδέεται με το προφίλ και η ροή των νέων από τα συνδεδεμένα προφίλ να προέρχεται από μια σελίδα τύπου «νέων» («news», «what's new» κ.λπ.), ουσιαστικά η αρχική σελίδα σε εξάγει από τη λογική του προφίλ και σε εισάγει στο «εξωτερικό» του δηλαδή σε όλο το Facebook. Δε μπορούμε παρά να εικάσουμε ότι αυτή είναι μια «αρχική» των δραστηριοτήτων σελίδα, μια σελίδα προορισμένη να παροτρύνει το χρήστη στη διάδραση και όχι στη συγκρότηση του προφίλ και κατ' επέκταση της ταυτότητάς του. Άλλωστε κατά την είσοδό του, κάθε χρήστης εισάγεται αυτόματα στη σελίδα αυτή. Βέβαια μια τέτοια προτεραιότητα είναι φυσιολογική, αν αναλογιστούμε ότι το Facebook δεν στοχεύει να είναι μια ναρκισσιστική διαδικασία, κατά την οποία μπαίνει κανείς για να δει και να περιποιηθεί το προφίλ του, προσθέτοντας στοιχεία, πληροφορίες, εικόνες κ.λπ. Απ' την άλλη, ο τοίχος (ή το χρονολόγιο) του προφίλ είναι από μόνος του ένας χώρος διάδρασης γιατί οι φίλοι μας μπορεί να μας «μιλούν» σε αυτό έχοντας αφήσει κάποιο μήνυμα, έχοντας βάλει κάποια ετικέτα σε δικό τους στοιχείο (οπότε το στοιχείο αυτό θα εμφανιστεί στο προφίλ μας).

Είναι αξιοσημείωτο ότι στην έρευνά μας, τα παιδιά στην πλειοψηφία τους (ποσοστό που αγγίζει το 90%) αποδέχονταν την λογική της έναρξης πρόσβασης του ιστότοπου από την ροή των νέων. Αυτό καταδεικνύει και τη συμφωνία τους με τη «λογική» του Facebook που θέτει σε προτεραιότητα την κοινωνική ζωή και την «παρακολούθηση» των άλλων. Για τα παιδιά είναι πολύ σημαντικό να λαμβάνουν νέα από τους άλλους που μπορεί άμεσα ή έμμεσα να απευθύνονται σε αυτούς, να δείχνουν συναισθήματα προς συγκεκριμένους αποδέκτες ή να προβάλλουν τον εαυτό τους κυρίως με διάθεση να προσληφθεί από τον άλλον και όχι απλά να παραθέσουν μια συγκροτημένη ταυτότητα του εαυτού, προς χρήση όποιου θα ήθελε να ενημερωθεί για αυτούς. Κάτι τέτοιο συνάδει περισσότερο με ένα μέρος του κόσμου των ενηλίκων χρηστών του Facebook.

²⁴ Περισσότερα για τις «μπάρες πλοήγησης» (navigation bars) στη Wikipedia (2012) *navigation bar*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < http://en.wikipedia.org/wiki/Navigation_bar >. Προσπελάστηκε 26/05/2012.

Πράγματι, με την εξέλιξη του ιστότοπου και την όλο και περισσότερο εισαγωγή προϊόντων, εταιρειών, φορέων κ.λπ. στο Facebook, αυτό αποτέλεσε όλο και περισσότερο ένα σταθερό σημείο αναφοράς (μέσα από το προφίλ) από το οποίο μπορεί να ενημερωθεί κανείς και να απευθυνθεί όταν θέλει για κάποιο πρακτικό λόγο να βρει ένα πρόσωπο ή ένα φορέα. Μάλιστα έχει τεθεί ο προβληματισμός, αν ένας εργοδότης – για παράδειγμα – θα πρέπει να ελέγχει και την παρουσία κάποιου εργαζομένου ή υποψήφιου εργαζομένου στο Facebook (Ενδεικτικά: Yang²⁵ 2010).

Όμως στην περίπτωση των παιδιών αυτό δεν ισχύει καθόλου (όπως προκύπτει από τις προφορικές ερωτήσεις ανατροφοδότησης). Για τα παιδιά 10-12 το facebook δεν είναι ένας χώρος «τοποθέτησης» της ταυτότητάς τους, και στο βαθμό που αυτό ισχύει αφορά μόνο την παρέα τους. Σε αυτή την ηλικία δεν υπάρχει κανένας προβληματισμός για την «πραγματική» λειτουργία του facebook που είναι ένας χώρος συνύπαρξης με μακροσκοπικές προοπτικές. Τα παιδιά έχουν άγνοια – θα λέγαμε – της διάστασης αυτής γιατί, βέβαια, δεν έχουν καμία τέτοια ενημέρωση. Όμως και τα πεδία «δημιουργικών δοκιμών» που συζητήσαμε δείχνουν, βλέπουν σε μεγάλο βαθμό το facebook ένα «παιχνίδι», όπως βέβαια και μια μερίδα ενηλίκων που διατηρεί την ανωνυμία της (στα πλαίσια που ήδη έχουμε περιγράψει) κάνει.

Για να ολοκληρώσουμε αυτή τη διάκριση, μπορούμε να συσχετίσουμε το Facebook με δύο άλλους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης που εκφράζουν – θα λέγαμε – αυτό το δίπολο: από τη μια αναφέρουμε το linkedin.com, ως έναν χώρο που προτεραιότητα έχει η τοποθέτηση της ταυτότητας. Τι συγκροτεί αυτόν που έχει το προφίλ, και τι πρέπει να βρει ο επισκέπτης που ενδιαφέρεται να ενημερωθεί; Γι αυτό και στον ιστότοπο αυτό δίνεται έμφαση στη συγκρότηση ενός προφίλ με «επαγγελματικά» χαρακτηριστικά. Από την άλλη βρίσκεται το tweeter.com. Σε αυτόν τον ιστότοπο προτεραιότητα έχει η ροή των νέων που εκφράζονται συνοπτικά, με μόλις εκατόν σαράντα χαρακτήρες. Αυτό επιτρέπει την σύντομη, πυκνή και σε λίγο χρόνο πραγματοποιούμενη πρόσβαση στα νέα των άλλων. Γι' αυτό στο tweeter η σημασία του προφίλ είναι μικρή και λίγη έμφαση δίνεται στη συγκέντρωση στοιχείων σε αυτό.

4.4.2. Η ταυτότητα του «σταρ» και το Facebook

Όπως έχουμε αναφέρει, ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά των κοινωνικών δικτύων, είναι η «προσβασιμότητα» που δημιουργεί μια σύγχυση ανάμεσα στον εκδότη και τον αναγνώστη,

²⁵ Η εγκυρότητα των διαδικτυακών πηγών ελέγχεται από τη βαθμολόγηση και τον αριθμό προτεραιότητας που δίνει ο ιστότοπος alexa.com. Ο Yang είναι αρθρογράφος στο techdirt.com απ' όπου και αντλούμε την πηγή το οποίο κατά την συγγραφή της εργασίας αξιολογείται με «5 στα 5» και βρίσκεται στα πρώτα 4.000 sites παγκοσμίως (για την ακρίβεια στη θέση 3.790).

ανάμεσα στο μέσο και το κοινό (Mayfield 2008:5). Θα πρέπει να θεωρήσουμε κάθε χρήστη, και ιδιαίτερα τα παιδιά που μελετάμε εδώ, ως δημιουργούς. Γνωρίζουν πολύ καλά να επεξεργάζονται εικόνες, γιατί οι δυνατότητες επεξεργασίας είναι άμεσα διαθέσιμες σε αυτούς με λογισμικά που βρίσκουν στα κινητά τηλέφωνα (την ώρα της λήψης) σε ιστότοπους που κάνουν αυτοματοποιημένες επεξεργασίες και στα ίδια τα λογισμικά που πλέον βρίσκουν ευρέως διαδεδομένα ακόμη και ως σταθερά εξαρτήματα των λειτουργικών συστημάτων. Το ίδιο ισχύει και για την επεξεργασία βίντεο, με κύριους αρωγούς στη διαδικασία αυτή τα κινητά τηλέφωνα και τα αντίστοιχα λογισμικά επεξεργασίας βίντεο που διαθέτουν. Στο δείγμα που μελετήσαμε βρήκαμε – όπως και καταγράψαμε παραπάνω – ένα μεγάλο εύρος δημιουργημάτων, εικόνων και βίντεο που μοιάζουν με μικρές «παραγωγές» που άλλοτε μόνο «επαγγελματίες» θα μπορούσαν να κάνουν.

Έτσι, παρατηρούμε, την – πρωτοφανή – δυνατότητα των παιδιών να μπορούν να διαχειριστούν τους εαυτούς τους και να προβάλλονται ως «σταρ». Έννοιες που άλλοτε θα χρησιμοποιούσαμε για ανθρώπους του θεάματος, όπως «εξώφυλλο» (προτείνεται από το ίδιο το facebook) ή ακόμη «καλλιτεχνικές φωτογραφίες», σαν αυτές που θα χρησιμοποιούσε ένα μοντέλο για να προσληφθεί σε ένα πρακτορείο μοντέλων για φωτογράφιση, φωτογραφίες «καθημερινότητας» σαν αυτές που αποσπούν οι φωτογράφοι για τις στήλες των κοσμικών που δημιουργούν «κοινωνικές συζητήσεις», όλα αυτά είναι τώρα στη διάθεση των παιδιών.

Δεν πρέπει να παραβλέψουμε ότι τα παιδιά ως πολύ καλοί χρήστες των νέων τεχνολογιών, συγκροτούν μια «τάξη» τεχνογνωσίας υψηλού επιπέδου για τα μέτρα των σύγχρονών τους ενηλίκων. Αυτή είναι και μια γενικότερη επίδραση που φέρνει η τεχνολογία του διαδικτύου στις ισορροπίες των μελών όλων των ηλικιών, που μεταφράζεται εν τέλει σε μια αναδιοργάνωση σχέσεων ισχύος. Ενώ παραδοσιακά «τα μέσα επικοινωνίας, κυρίως τα οπτικοακουστικά, χρησιμοποιούν τους σταρ ώστε να προσελκύουν την προσοχή των χρηστών τους» (Ζέρη 2006:198), επιβιώνοντας τελικά στο οικονομικό κύκλωμα που αναπτύσσονται, οι θεατές σταδιακά εξομοιώνονται με τους σταρ. Έτσι η οικονομική διάστασή τους διαχέεται στην ισχύ που δίνει η παρουσία τους στο «νέο» μέσο, που είναι το Facebook. Αν και η «οικονομοτεχνική» αυτή διάσταση της παρουσίας των παιδιών ως απόλυτων και νέων σταρ που παράγονται και καταναλώνονται από την ίδια τους την παρέα δεν τα αγγίζει, κατά βάθος λειτουργεί τροφοδοτώντας τα με μια πρόγευση ισχύος από τον ολοκληρωμένο, μιντιακό τρόπο με τον οποίο μπορούν να υπάρχουν μέσα στην παρέα.

Σε αυτό το σημείο, το ελκυστικό φύλο, λόγω της εικόνας που αποπνέει αντικειμενικά, ενισχύεται από την υποκειμενική διάσταση της κοινωνικής και λανθάνουσας οικονομικής ισχύος που μπορεί να αντλήσει.

Απ' την άλλη οι προβαλλόμενοι «καλλιτέχνες» και «ηθοποιοί» των έργων αυτών είναι τα ίδια τα παιδιά. Έχοντας σαν πρότυπο τις εικόνες και τα βίντεο που εισπράττουν από μικρά παιδιά, από το «εμπορικό» στερέωμα που τα περιστοιχίζει, τα παιδιά μπορούν να δημιουργήσουν συνθήκες προβολής του εαυτού τους ίδιες με αυτές των καλλιτεχνών, τραγουδιστών, ηθοποιών, μοντέλων κ.λπ. που βλέπουν καθημερινά στα μέσα.

Τα παιδιά προβάλλονται και θαυμάζονται μεταξύ τους, όπως δείχνουν τα σχόλια που ακολουθούν τις εικόνες που αναρτούν. Μάλιστα θα μπορούσαμε να διακρίνουμε έναν συγκεκριμένο τύπο «κορυφαίας» αυτοπροβολής, όπως θα μπορούσαμε να την χαρακτηρίσουμε, που είναι κάποιες εξαιρετικά «επιτυχημένες» φωτογραφίες που αποσπών πολλά σχόλια και προβάλλουν σε όλους τους φίλους τον «ερωτεύσιμο» χαρακτήρα, το πιο «ελκυστικό» κομμάτι της ταυτότητάς τους.

Οι φωτογραφίες αυτές μπορεί να βρίσκονται σε οποιαδήποτε κατηγορία από αυτές που αναφέραμε (προφίλ, εξώφυλλο, τοίχου, άλμπουμ), με λιγότερο πιθανή την κατηγορία «εξώφυλλο», που όπως είπαμε, και λόγω δυσκολίας στο «καδράρισμα» (είναι αρκετά «wide screen», φαρδιές και με χαμηλό ύψος). Έχουν κάποιο χαρακτηριστικό που τις κάνει ξεχωριστές, π.χ. τα παιδιά είναι «καλά» ντυμένα, ή μπορεί να έχουν επιμεληθεί ιδιαίτερα τον εαυτό τους, π.χ. για μια έξοδο, μια γιορτή κ.λπ. Ποζάρουν στο φακό, ή ποζάρουν έχοντας επίγνωση της ύπαρξης του φακού, δίνοντας σαφέστατο μήνυμα ότι απευθύνονται στον θεατή – φακό. Οι φωτογραφίες μπορεί να βγαίνουν από τα ίδια τα παιδιά, οπότε εμφανίζονται να «κρατούν το κινητό τους», να κοιτιούνται μέσα από τον καθρέφτη, ή να έχουν μια χαρακτηριστική στάση, όπου κάπου υπονοείται ένα χέρι τεντωμένο μπροστά για να κρατάει την κάμερα – κινητό.

Το αποτέλεσμα είναι μια (συνήθως διαλέγεται μία και όχι οι άλλες παραπλήσιες που τυχόν τραβιούνται) φωτογραφία, η οποία αναρτάται με κάποια «θριαμβευτική» διάθεση, χρησιμοποιείται κατά κανόνα για φωτογραφία προφίλ και αποσπά, θαυμασμό και «μου αρέσει» σχεδόν από όλους, στη χαρακτηριστική αργό και τους κώδικες που τα παιδιά έχουν αναπτύξει, με τους χαρακτήρες και τα σύμβολα που είδαμε (πίνακας 8).

4.5. Συγκροτημένη ταυτότητα σε ένα κατακερματισμένο προφίλ

Κάνοντας έναν «απολογισμό» από μια περιήγηση σε ένα προφίλ αποκομίζουμε μια εικόνα, την οποία το ίδιο το προφίλ προσπαθεί να παρουσιάσει ως ενιαία. Το χρονολόγιο δηλαδή – αλλά και ο προγενέστερός του τοίχος – δεν θεωρούν ότι παραπέμπουν σε αυτόνομες σελίδες αλλά σε προεκτάσεις της μιας και αυτής αρχικής διάστασης, που δεν είναι καν η «αρχική σελίδα», όπως είδαμε. Στην πραγματικότητα το προφίλ είναι ένα σύνολο μεμονωμένων στοιχείων όχι απαραίτητα συνδεδεμένων μεταξύ τους. Ένα άλμπουμ με φωτογραφίες δεν είναι απαραίτητα σχετικό με ένα άλλο άλμπουμ σε άλλο τόπο, άλλο χρόνο. Όμως το χρονολόγιο κάνει μια μεγάλη και αυτόματη προσπάθεια να εντάξει όλο αυτό το διάσπαρτο υλικό σε μια σειρά, και ο χρόνος είναι η πιο ασφαλής σειρά γι' αυτό. Στη συνέχεια, οι νεοσύστατοι χάρτες αναλαμβάνουν να θέσουν όλο αυτό το μέχρι τώρα ασύνδετο ως προς τον τόπο υλικό, κάπου πάνω στη γη. Έτσι οι δύο mega-διαστάσεις, ο γήινος χρόνος και ο γήινος χώρος γίνονται οι πλατφόρμες για να τοποθετηθεί το κάθε τι και να συντεθεί με ασφάλεια και συνάφεια.

Γιατί αυτό μπορεί να είναι σημαντικό για τα παιδιά; Για την ακρίβεια, τα παιδιά δεν μπορούν να έχουν συναίσθηση αυτής της διάστασης, γιατί όπως είδαμε – και όπως μας μαρτυρούνε – γι' αυτά το facebook είναι πρωτίστως ένα μεγάλο παιχνίδι. Όμως στην πράξη πρόκειται για την πρώτη τόσο νεαρή γενιά που εισάγεται σε αυτής της μορφής τη δυνητικοποίηση. Όλοι οι ενήλικες που χρησιμοποιούν τον ιστότοπο θα δυσκολευτούν να τροφοδοτήσουν το χρονολόγιο με όλο αυτό το υλικό που πιθανόν δεν έχει διασωθεί. Όμως η γενιά την οποία μελετάμε γεννήθηκε ενώ οι ψηφιακές κάμερες ήταν γεγονός. Η ζωή τους πραγματικά θα «αποδομηθεί» και θα αποσυντεθεί σε έναν άλλο χώρο και χρόνο, όπως θα μας θύμιζε ορίζοντας τη δυνητική πραγματικότητα ο Levy (1999). Γι' αυτό ο τρόπος παρουσίασης των παιδιών, ο τρόπος αντίληψης της ταυτότητας που δομούν, είναι σημαντικός για την παρούσα και τη μελλοντική συνολική ταυτότητά τους. Για την ώρα στα παιδιά που μελετήσαμε το προφίλ τους, διακρίνουμε έναν ώριμο και συγκροτημένο τρόπο αντιμετώπισης της μεταφοράς αυτής. Γι' αυτό άλλωστε και μας προέκυψε η έννοια των δημιουργικών δοκιμών που συζητήσαμε. Χωρίς αυτή, θα ήταν μάλλον δύσκολο να κατανοήσουμε τι πραγματικά διακυβεύεται με την παρουσία των παιδιών στον κυβερνοχώρο και το διαδίκτυο.

5. Συμπεράσματα

Οι αρχικές υποθέσεις της εργασίας μας περιελάμβαναν και την αναζήτηση του «τι πραγματικά συμβαίνει» όταν νέα παιδιά χρησιμοποιούν έναν χώρο που προορίζεται για ενήλικες, και σε πολλές περιπτώσεις είναι αρκετά αμφιλεγόμενος. Με το πέρας της έρευνας και τις πρώτες διεξαγωγές συμπερασμάτων, φάνηκε ότι συντελούνται σημαντικές διεργασίες από τους μαθητές που συγκροτούν την ταυτότητά τους με τελείως νέους όρους για όλους μας, αλλά όχι όρους παροδικούς. Σε αυτή τη φάση της ζωής τους αντιμετωπίζουν την δυνητική πραγματικότητα που αντιμετωπίζει ολόκληρη η δικτυωμένη ανθρωπότητα. Η πραγματικότητα αυτή φαίνεται ότι «ήρθε για να μείνει».

Οι ταυτότητες των παιδιών που τις συγκροτούν, όπως είδαμε από τόσο νωρίς στον χώρο του διαδικτύου, φαίνεται ότι αναπτύσσονται σε ένα χώρο που έτσι κι αλλιώς θα είναι σημαντικός στο μέλλον. Όλα δείχνουν ότι ολόκληρη η ζωή των χρηστών θα παρουσιάζεται διαδικτυακά, αν δε γίνεται ήδη αυτό σε πολύ μεγάλο βαθμό. Κινητά τηλέφωνα, gadgets και πολλές τεχνολογίες έχουν επιστρατευτεί για να μεταφέρεται άμεσα και εύκολα η πραγματικότητα κάθε στιγμής της ζωής μας στην κοινή θέα του κοινωνικού δικτύου.

Έτσι όμως, τα παιδιά ασκούνται στον «κατακερματισμό» και τη δυνητικοποιημένη επανασύνδεση των ταυτοτικών τους στοιχείων, ασκούνται να αντέχουν την αστοχία που φέρνει κάποιες φορές η ψηφιοποίηση του πραγματικού, αν θεωρήσουμε ότι είναι μεταφορά της ίδιας της πραγματικότητας. Όσο κι αν η συμμετοχή των παιδιών στα κοινωνικά δίκτυα είναι αμφιλεγόμενη, δεν παύει να είναι μια εμπειρία, η αντιμετώπιση της οποίας είναι νευραλγικής σημασίας για το άτομο.

Στην πραγματικότητα, πρόκειται για μια άλλη πραγματικότητα. Αυτή η άλλη πραγματικότητα δεν αναιρεί όσα γνωρίζαμε μέχρι τώρα, τα μετασχηματίζει. Τα παιδιά γίνονται «σταρ» στην θέση των ειδώλων τους, ή συμπληρώνουν και συμπληρώνονται με τα είδωλά τους. Συγκροτούν μια ταυτότητα φαινομενικά πλαστή, αλλά στην πράξη δοκιμάζουν την ταυτότητα αυτή σε ένα «δοχείο άμμου». Σατιρίζουν την πραγματικότητα όχι γιατί έχουν διάθεση αστεϊσμού, αλλά γιατί «λυτρώνονται» μέσα από την καρναβαλική τους διάθεση. Σατιρίζουν, πειράζουν και πειράζονται αλλά διατηρούν έναν αυστηρό κώδικα επικοινωνίας που μεταφράζεται και σε ιδιωματική γραπτή γλώσσα, που τους δίνει το άλλοθι της κοινής κουλτούρας.

Αν αναλογιστούμε με έναν τέτοιο τρόπο το διαδικτυακό βίωμα των παιδιών στο Facebook μπορούμε πιο εύκολα να διαχειριστούμε προφανείς εκφράσεις και πεποιθήσεις για το ρόλο του

διαδικτύου στη ζωή μας. Σαφώς υπάρχουν κίνδυνοι και «θολά» σημεία σε μια πραγματικότητα που δίνεσαι ολοκληρωτικά, χωρίς να γνωρίζεις περί τίνος πραγματικά πρόκειται. Όμως τα προφανή γραμμικά ζητήματα διευθετούνται εύκολα. Στην πορεία της έρευνάς μας συναντήσαμε πολλά τέτοια ζητήματα. Απαγορεύσεις, διαφωνίες ανάμεσα στα παιδιά που μεταφράζονταν σε παραβατική συμπεριφορά μέσα στα όρια του ανεκτού. Επίσης σε ένα χώρο που δεν περιφρουρείται απόλυτα, καθώς έστω και σαν όνομα το προφίλ κάθε παιδιού είναι παγκοσμίως προσβάσιμο από την αναζήτηση, σαφώς και θα υπάρξουν ερωτήματα για την ασφάλεια των παιδιών. Καθώς αυτά όμως είναι γραμμικά προβλήματα, με γραμμικό τρόπο και θα λυθούν.

Πρώτος γραμμικός τρόπος επίλυσης του προβλήματος της έκθεσης των παιδιών στο «άλλο» αλλά και την πλαστότητα, είναι η επιβεβαίωση της ενημερότητάς του για το τι είναι αυτό που κάνουν. Συνήθως τα παιδιά γνωρίζουν άμεσα και σε βάθος τις εφαρμογές, τις ρυθμίσεις και τις τεχνικές δυνατότητες, που αποτελούν τις αδυναμίες των ενηλίκων, που δεν γνωρίζουν, δεν εξοικειώθηκαν από παιδιά με τις τεχνολογίες αυτές και φυσικά δεν διαθέτουν τον ίδιο χρόνο. Καλή ενημέρωση και εμπιστοσύνη στα παιδιά επιλύει άμεσα και «γραμμικά» τα προβλήματα αυτά.

Στον αντίποδα όμως, όπου τα παιδιά θα πρέπει να καταλάβουν ότι δημιουργούν μια ταυτότητα, ότι διαχειρίζονται συμβολισμούς και πολυδιάστατους τρόπους επικοινωνίας, εκεί, η γνώση και η κατανόηση βρίσκεται από την πλευρά του εκπαιδευτικού, του ερευνητή και κατ' επέκταση του ενημερωμένου γονέα. Αυτή η γνώση και η «κουλτούρα», αν μας επιτρέπεται ο όρος, μπορεί να μεταφερθεί στα παιδιά. Μερικά παραδείγματα προκύπτουν από τις αναλύσεις που κάναμε.

Αρχικά προκύπτει το γεγονός ότι τα παιδιά διαχειρίζονται και δημιουργούν σε μεγάλο βαθμό, κώδικες επικοινωνίας, που φαίνεται ότι είναι το «επόμενο στάδιο» στην διανθρώπινη επικοινωνία μετά «τη γραφή» (Flusser 2003). Από τη γλώσσα, ως τη χρήση των φωτογραφιών με μεταδεδομένα, που περιλαμβάνουν χάρτες και πρόσωπα, δημιουργώντας νέα χωρικά και προσωπικά δίκτυα, τα παιδιά μπορούν να είναι ενήμερα για την πορεία αυτή της επικοινωνίας.

Στη συνέχεια είναι δυνατόν τα παιδιά να καταλάβουν αφενός την απομυθοποίηση του «αστέρα» των μέσων, και την γενικότερη λειτουργία των μέσων στην διαμόρφωση ιδεών και κουλτούρας, αφού και οι ίδιοι γίνονται «αστέρες» και δημιουργοί παράλληλα με την ιδιότητά τους ως «κοινό».

Η διαμόρφωση της ταυτότητας που μελετήσαμε στα πλαίσια μιας μεταπτυχιακής εργασίας, είναι ένα ζήτημα που δεν εξαντλείται, και μάλιστα ενώ η διαδικασίες αυτές είναι σε εξέλιξη διεθνώς. Μπορούμε όμως να επισημάνουμε, τόσο στα παιδιά όσο και στην κοινότητα που τα

περιορίζει ότι συμβαίνει ένα τέτοιο γεγονός προσωπικής συγκρότησης. Το γεγονός αυτό δεν μπορεί να είναι «πραγματικό», καθώς τίποτα δεν είναι διαπροσωπική σχέση εκτός από την πραγματική διαπροσωπική σχέση. Είναι όμως μια πραγματικότητα με επιπτώσεις στην καθημερινότητα του παιδιού. Μπορεί να είναι ένας χώρος παιχνιδιού και «δημιουργικής έκφρασης», που «καταχρηστικά» αναπτύσσεται σε έναν χώρο ενηλίκων. Είναι όμως και μια εμπειρία στον κυβερνοχώρο άμεσα συνδεδεμένη με το μέλλον που θα αντιμετωπίσουν τα παιδιά στον εργασιακό ή ακαδημαϊκό χώρο που θα κινηθούν.

Τέλος, επειδή, όπως είδαμε, ένα μεγάλο κομμάτι της ταυτότητάς τους στο Facebook αφιερώνεται στην κοινωνικότητα της παρέας και τη σχέση τους με το άλλο φύλο, μπορούμε να επισημάνουμε στα παιδιά τους περιορισμούς που δεν φαίνονται αλλά υπάρχουν στην πραγματική προσέγγιση που θα έχουν με το άλλο φύλο και τις στενές τους παρέες.

Δεδομένου ότι η κοινωνική δικτύωση στο διαδίκτυο και τα σύγχρονα κοινωνικά μέσα είναι σε εξέλιξη, θα πρέπει να είμαστε σε αναμονή για νεότερα και με εξελιγμένες τεχνικές δυνατότητες μέσα. Ήδη έχουν εμφανιστεί οι βιντεο-κλήσεις. Ήδη, πρόσφατα είδαμε μια πιο ολοκληρωμένη απόπειρα δυνητικοποίησης ολόκληρου του βίου, μέσω του «χρονολογίου». Σε αυτήν την «τεχνολογική κούρσα» δεν μπορούμε από τώρα να προβλέψουμε το επόμενο βήμα και ίσως αυτό δεν είναι αναγκαίο. Μπορούμε όμως να πούμε ότι τα βασικά στοιχεία, δηλαδή η δυνατότητα δημιουργίας μιας «ψηφιακής ταυτότητας» συμπληρωματικής ή παράλληλης με ό,τι στην πραγματικότητα είμαστε, και οι ευκαιρίες μας να διαχειριστούμε τη δυνατότητα αυτή, παραμένουν ίδια. Εναπόκειται στη στοχοθεσία μας να παρατηρούμε και να αναλύουμε την πορεία αυτή δίνοντας άμεσα και αποτελεσματικά την απαραίτητη ανατροφοδότηση, τόσο στα παιδιά – όταν αυτό κρίνεται δόκιμο – όσο και στους γονείς, τους εκπαιδευτικούς και όλη την περιβάλλουσα κοινότητα των παιδιών.

Βιβλιογραφία

- Bechar – Israeli, H. (2012). From <Bonehead> to <cLoNehEAd>: *Nicknames, Play, and identity on internet relay cha. Jerusalem*. Jerusalem: Hebrew University of Jerusalem. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue2/bechar.html> >. Προσπελάστηκε 26/05/2012.
- Blyth, A., D. – Treager, C., M. (1983). The Self-Concept and Self-Esteem of Early Adolescents. Στο *Theory into Practice*. V. 22. No. 2. Early Adolescence: A New Look (Spring, 1983). Taylor & Francis, Ltd. σ.σ. 91-97. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < <http://www.jstor.org/stable/1477149> >. Προσπελάστηκε 01/03/2012.
- Boon, S. - Sinclair, C. (2009). A world I don't inhabit: disquiet and identity in Second Life and Facebook. Στο *Proceedings of the 6th International Conference on Networked Learning*. σ.σ. 16-23. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: <http://www.networkedlearningconference.org.uk/past/nlc2008/abstracts/PDFs/Boon_16-23.pdf>. Προσπελάστηκε 01/03/2012.
- Byrne, B. M., (1996). *Measuring self – ncept along the life span*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Byrne, M., B. (1990). Self-Concept and Academic Achievement: Investigating Their Importance as Discriminators of Academic Track Membership in High School. Στο *Canadian Journal of Education / Revue canadienne de l'éducation*. V. 15, No. 2 (Spring, 1990). Canadian Society for the Study of Educaion. σ.σ. 173-182. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < <http://www.jstor.org/stable/1495374> >. Προσπελάστηκε 01/03/2012.
- Calvet, J.-L. (1995). *Η προφορική παράδοση*. Μτφρ. Καρυολέμου, Μ. Αθήνα: Καρδαμίτσα.
- Carlson, A., R. (1981). Self-Concept Research: The Gap between Social Theory and Educational Practice. Στο *Canadian Journal of Education / Revue canadienne de l'éducation*. V. 6. N. 4 (1981). Canadian Society for the Study of Education. σ.σ. 77-91. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < <http://www.jstor.org/stable/1494358> >. Προσπελάστηκε 20/05/2012.
- Dalsgaard, S. (2008). Facework on Facebook: The presentation of self in virtual life and its role in the US elections. Στο *Anthropology Today*. V. 24. Issue 6. December 2008. σ.σ. 8-12.
- Ellison, B. N. – Steinfield, C. – Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook «Friends»: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. Στο *Journal of Computer-Mediated Communication*. V. 12, Issue 4. July 2007. σ.σ. 1143–1168. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < <http://elkhealth.pbworks.com/f/Ellison,+Steinfeld,+and+Lampe+%282007%29.pdf> > . Προσπελάστηκε 01/03/2012.
- Ferrante, J. (2011) *Seeing Sociology. An introduction*. Belmont CA: Wadsworth

Flusser, V.(2003). *Η γραφή*. Μτφρ. Ηλιόπουλος, Η. Γιώργος. Αθήνα: Ποταμός.

Furth, B. (επ.) (2010). *Handbook of social network technologies and applications*. New York: Springer.

Garret, B. (1998). *Personal Identity and selfconsciousness*. London: Routledge.

Gecas, V. (1982). The Self-Concept. Στο *Annual Review of Sociology*. V. 8 (1982). Annual Reviews. σ.σ. 1-33. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < <http://www.jstor.org/stable/2945986> >. Προσπελάστηκε 01/03/2012.

Harter, S. – Waters, P. – Whitese, R., N. Relational Self-Worth: Differences in Perceived Worth as a Person across Interpersonal Contexts among Adolescents. Στο *Child Development*. V. 69. N. 3 (Jun., 1998). Blackwell Publishing on behalf of the Society for Research in Child Development. σ.σ. 756-766. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < <http://www.jstor.org/stable/1132202> >. Προσπελάστηκε 20/05/2012.

Harter, S. (1982). The Perceived Competence Scale for Children. *Child Development*. V. 53. σ.σ. 87-97

Harter, S. (1983). Developmental perspectives on the self-system. Στο E.M. Heatherington (επ.), *Handbook on child psychology: Socialization, personality and social development* (V.4, σ.σ. 275-386). New York: Wiley.

Hattie, A. J., (1992). *Self-concept*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Hebdige, D. (1988). *Υποκουλτούρα, το νόημα του στυλ*. Μτφρ. Καλλιφατίδη, Ε. Αθήνα: Γνώση.

Hewitt, A & Forte A. (2006). Crossing boundaries: Identity Management and Student / Faculty Relationships on the Facebook. Αναρτημένη Αφίσα στο Proceedings of the 2006 ACM Conference on *Computer Supported Cooperative Work, CSCW 2006, Banff, Alberta*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.94.8152&rep=rep1&type=pdf> >. Προσπελάστηκε 01/02/2012.

Hunsford, C., B. - Hattie, A., J. (1982). The Relationship between Self and Achievement/Performance Measures. Στο *Review of Educational Research*. Vol. 52. No. 1 (Spring, 1982). American Educational Research Association. σ.σ. 123-142. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < <http://www.jstor.org/stable/1170275> >. Προσπελάστηκε 01/03/2012.

Jackson, L. S. (2011). *Research Methods. A Modular approach*. Second Edition. Belmont, CA: Wadsworth.

Jenkins, R. W. (2008 [1996]). *Social Identity*. London: Routledge.

Karaevli, A. – Hall, T. D. (2004). Organizations, Careers in. Στο Spielberger, C. (2004). *Encyclopedia of Applied Psychology V.2*. Elsevier Inc. σ.σ. 773-777.

Kitsis, M. S. (2008). The Facebook Generation: Homework as Social Networking. Στο *The English*

Journal , Vol. 98, No. 2 (Nov., 2008), National Council of Teachers of English. σ.σ. 30-36.

Διαθέσιμο διαδικτυακά στο:

<<http://www.jstor.org/stable/40503379>>. Προσπελάστηκε 01/03/2012.

Klandermans, B. (2004). Collective Action. Στο Spielberger, C. (2004). *Encyclopedia of Applied Psychology V.1*. Elsevier Inc. σ.σ. 403-410.

Levy, P. (1999). *Η δυναμική πραγματικότητα*. Μτφρ. Καραχάλιος, Μ. Αθήνα: Κριτική.

Liebkind, K. (2004). Intergroup relations and culture. Στο Spielberger, C. (2004). *Encyclopedia of Applied Psychology V.2*. Elsevier Inc. σ.σ. 339-348.

Mayfield, A. (2008). *What is social media?* Icrossing. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο:

<<http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/>

What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf>. Προσπελάστηκε 20/05/2012.

Miller, H. P. (1989). *Theories of Developmental Psychology*. New York: Worth Publications.

Noonan, W. H. (2003 [1989]). *Personal Identity*. London: Routledge

Παιδαγωγικό Ινστιτούτο (Π.Ι.) (2003). *Διαθεματικό Ενιαίο Πλαίσιο Προγραμμάτων Σπουδών -*

Αναλυτικά Προγράμματα Σπουδών. Αθήνα: ΥΠ.Ε.Π.Θ. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο:

<<http://www.pi-schools.gr/programs/depps/>>. Προσπελάστηκε 01/03/2012.

Shimar, B. – House, R. J. – Artur, B. M. (1993). The Motivational Effects of Charismatic Leadership: A Self-Concept Based Theory. Στο *Organization Science*. V. 4. N. 4 (Nov., 1993). σ.σ. 577-594. INFORM. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο:

<<http://www.jstor.org/stable/2635081>>. Προσπελάστηκε 20/05/2012.

Σκαρπέλος, Ι. (1999). *Terra virtualis. Η κατασκευή του κυβερνοχώρου*. Αθήνα: Νεφέλη.

Stratton, O., L. – Tekippe, J., D. – Flick, L., G. (1973). Personal Space and Self-Concept. Στο *Sociometry*, V. 36. N. 3. (Sep., 1973). σ.σ. 424-429. American Sociological Association. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο:

<<http://www.jstor.org/stable/2786344>>. Προσπελάστηκε: 20/05/2012.

Vander Veer, A., E. (2011). *Facebook. The missing manual*. Sebastopol CA: O' Reilly Media.

Westlake, E. - J. (2008). Friend Me if You Facebook: Generation Y and Performative Surveillance. Στο *The Drama Review*. Winter 2008, Vol. 52, No. 4 (T200), σ.σ. 21-40. New York University and the Massachusetts Institute of Technology.

Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: <<http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/dram.2008.52.4.21>>.

Προσπελάστηκε 20/05/2012.

Witte, C. J. - Mannon, E. S. (2010). *The internet and social Inequalities*. New York: Routledge.

Yang, D. (2010). *Should Managers Care That Employees Are On Facebook And YouTube While At Work?*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο:

< <http://www.techdirt.com/articles/20100419/0217429076.shtml> >.

Προσπελάστηκε: 1/03/2012.

Ζέρη, Π. (2006). *Ψηφιακά δίκτυα, γνώση και Δημόσια πολιτική*. Αθήνα: Σιδέρης.

Zhao, S. – Grasmuck, S. – Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. Στο *Computers in Human Behavior*, v. 24 2008, σσ. 1816-1836. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: < [http://astro.temple.edu/~bzhao001/Identity Construction on Facebook.pdf](http://astro.temple.edu/~bzhao001/Identity%20Construction%20on%20Facebook.pdf) >. Προσπελάστηκε 01/03/2012.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Τηλ. 210 - 92 01 001

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ

13 ΦΕΒ. 2013

29 ΝΟΕ. 2013

1-7 ΑΠΡ. 2014

10-14 ΜΑΡ. 2014

04 ΙΟΥΝ. 2014

07 ΝΟΕ. 2014

- 2 ΙΟΥΝ. 2015

ΠΑΝΤΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ



002000100448