



## Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης

Τμήμα Οικονομικών Επιστήμων

Τμήμα Μηχανολόγων Μηχανικών

**Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών:**

**Νέα Επιχειρηματικότητα Καινοτομία και Ανάπτυξη**

Η Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά την διάρκεια  
της εργασίας αίτια και αποτέλεσμα

ΝΤΡΑΧΑΣ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ του ΚΩΝ/ΝΟΥ

Επιβλέπουσα

Μπέλλου Βικτωρία-Μαρία

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

## **Ευχαριστίες**

Στον τελευταίο σταθμό αυτού του ταξιδιού προς την απόκτηση του μεταπτυχιακού τίτλου , αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα Αναπληρώτρια καθηγήτρια Βικτώρια Μπέλλου, για την εμπιστοσύνη της τόσο κατά την ανάθεση όσο και κατά την διάρκεια της ολοκλήρωσης της διπλωματικής μου εργασίας καθώς και την υπομόνη της σε αυτή μου την προσπάθεια. Την ευχαριστώ θερμά για την πολύτιμη καθοδήγησή της, καθώς και για τον πολύτιμο χρόνο που αφιέρωσε στην συνεργασίας μας. Φυσικά θα ήθελα να πω ένα μεγάλο ευχαριστώ στους ανθρώπους που σε όλη την προσπάθεια μου με στήριξαν, μου συμπαράστηκαν και μου έδειξαν την πίστη τους και δεν είναι άλλοι από τους γονείς. Οφείλω ωστόσο και όσους βρίσκονται στον στενό οικογενειακό μου κύκλο φίλους και συγγενείς που βοήθησαν με τον τρόπο τους ο καθένας για την ολοκλήρωση αυτού του ταξιδιού.

Τέλος, οφείλω ένα μεγάλο ευχαριστώ σε όλους όσους διέθεσαν λίγα λεπτά από τον χρόνο τους για την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων και με βοήθησαν για την ολοκλήρωση αυτής της εργασίας.

## Περίληψη

Είναι γενική παραδοχή στις μέρες μας πως η ζωή μας είναι διαφορετική μέσω του Διαδικτύου και αποτελεί χρήσιμη αλλά και αναγκαία υπηρεσία για πολλούς όχι μόνο σε προσωπικό επίπεδο αλλά και σε επαγγελματικό. Συγκεκριμένα, με εκατομμύρια χρήστες καθημερινά να είναι συνδεδεμένοι στο Διαδίκτυο καθώς και σε υπηρεσίες του δικτύου όπως ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και ο χρόνος που αφιερώνουν να είναι περίπου τρεις ώρες, κατανοούμε πώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μέρος της ζωής πολλών ανθρώπων και δεν είναι απλά μια τάση της εποχής. Η παρούσα Διπλωματική εργασία διατυπώνει την ύπαρξη των Μέσων Ηλεκτρονικής Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) στον χώρο εργασίας και τα αίτια που την προκαλούν.

Σε πρώτο στάδιο, με γνώμονα την Διεθνή βιβλιογραφία, εξετάζονται οι λόγοι χρήσης και η στάση των χρηστών απέναντι στα Μέσα κοινωνικής Δικτύωσης. Σε δεύτερο στάδιο ακολουθεί εμπειρική μελέτη μέσα από την οποία, διερευνάται ο βαθμός επίδρασης των υπο εξέταση εννοιών σε σχέση με την χρήση των μέσων, κυρίως μέσω της εξέτασης ενός μεγάλου αριθμού παραγόντων, με έμφαση στην εργασιακή ανία και τον εθισμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα στοιχεία της έρευνας συγκεντρώθηκαν από 116 συμμετέχοντες εργαζόμενους στον ιδιωτικό τομέα και χρήστες των Social Media και μας οδήγησαν στην διεξαγωγή σημαντικών αποτελεσμάτων. Σημαντικό είναι το εύρημα ότι οι έννοιες της ανίας και του εθισμού συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην εκδήλωση του φαινομένου. Τέλος, τα ευρήματα παρέχουν χρήσιμες κατευθύνσεις για μελλοντική έρευνα.

Λέξεις κλειδιά: **Κοινωνική Δικτύωση, Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Εργασιακή Ανία, Εθισμός, εργασιακή αυτονομία, δημιουργική εργασία, εργασιακή υπερφόρτωση**

## Abstract

It is generally accepted today that our life is different with the Internet and is a useful and necessary service for many people not only on a personal level but also on a professional level. In particular, with millions of users on a daily basis connected to the Internet as well as network services such as social networking sites and the time they spend about three hours daily, we understand how social media are part of many people's lives and are not just simple a trend. This diploma thesis deals with the existence of the Social Media in the workplace and the causes that cause it.

At the first level, in the light of the International Bibliography, the users' use the attitudes towards Social Media are thoroughly examined. Immediately thereafter follows an empirical study through which, in relation to the degree of impact of the concepts under consideration on media use. Mainly through the examination of a large number of factors, with emphasis on labor boredom and addiction to social media. Research data from 116 private sector and social media users led to significant results. It is important to find that the concepts of boredom and addiction contribute greatly to the manifestation of the phenomenon. Finally, the findings provide useful guidance for future research.

**Keywords: Social Media, Social Networking, Workplace boredom, Internet Addiction, Job Autonomy, Job crafting, Work Overload**

ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	8
1. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ .....	11
1.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA .....	11
1.1.1 Εισαγωγή.....	11
1.1.2 Η εξέλιξη του Ιστού (Web).....	13
1.1.3 Κοινωνική Δικτύωση (Social Network).....	13
1.2 Μέσα κοινωνικής Δικτύωσης – Social Media .....	14
1.2.1 Εισαγωγή.....	14
1.2.2 Ιστορική εξέλιξη των μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης .....	15
1.2.3 Ορισμός Μέσων κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) .....	15
1.2.4 Χαρακτηριστικά των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης .....	16
1.2.5 Κατηγορίες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης .....	17
1.2.6 Η κατηγοριοποίηση των χρηστών των Social Media.....	18
1.2.7 Παρουσίαση των πιο δημοφιλών μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....	19
1.2.8 Οφέλη και Κίνδυνοι της χρήσης των Μέσων .....	20
1.2.9 Η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στον χώρο εργασίας.....	21
1.3 Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΚΗΣ ΑΝΙΑΣ ΜΕ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ .....	22
1.3.1 Εισαγωγή.....	22
1.3.2 Ορισμός Ανίας.....	22
1.3.3 Βασικά χαρακτηριστικά και συμπεριφορά πλήξης.....	23
1.3.4 . Αίτια εμφάνισης του φαινομένου.....	24
1.3.4.1 Αίτια που πηγάζουν από την εργασία στον οργανισμό.....	24
1.3.4.2 Αίτια που πηγάζουν από τον ίδιο τον εργαζόμενο .....	24
1.3.5. Συνέπειες του φαινομένου.....	25
1.3.5.1. Επιπτώσεις σε ατομικό επίπεδο .....	26
1.3.5.2. Επιπτώσεις σε οργανωσιακό επίπεδο.....	26

1.3.6 Η σχέση της Εργασιακής ανίας με το Cyberloafing .....	28
1.4 ΕΘΙΣΜΟΣ .....	28
1.4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	28
1.4.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΘΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	31
1.4.3 Αιτια εθισμού στο διαδικτυο.....	33
1.4.4 Συνεπειες του Εθισμού.....	36
1.5 JOB CRAFTING.....	40
1.5.1 ΟΡΙΣΜΟΣ .....	40
1.5.2 Οφέλη Job Crafting .....	40
1.6 ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΑΥΤΟΝΟΜΙΑ .....	41
1.6.1 Η σχέση της εργασιακής αυτονομίας και της χρήσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης .....	42
1.7 ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΥΠΕΡΦΟΡΤΩΣΗ.....	43
2.1 Εισαγωγή.....	46
2.2 Σχεδιασμός της έρευνας .....	46
2.3 Περιγραφή του ερωτηματολόγιου της έρευνας.....	46
2.4 Δειγματοληψία .....	47
3.ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	50
3.1.ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ .....	50
3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΙΝΑΚΑ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΩΝ ΥΠΟ ΕΞΕΤΑΣΗ ΕΝΝΟΙΩΝ.....	51
3.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ .....	54
3.3.1 ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ.....	54
3.4 ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΩΝ.....	59
3.4.1. ΓΡΑΜΜΙΚΗ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ – ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ PEARSON .....	59
3.4.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΙΝΑΚΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΩΝ ΤΩΝ ΖΕΥΓΩΝ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ.....	60

3.4.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΙΝΑΚΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΩΝ ΤΩΝ ΖΕΥΓΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ.....	61
3.5.ΓΡΑΜΜΙΚΗ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗ.....	62
3.5.1. ΑΠΛΗ ΓΡΑΜΜΙΚΗ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗ.....	62
4. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ.....	73
5. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ.....	75
6. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	75
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	77
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	83
ΠΙΝΑΚΕΣ.....	83
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	89

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το φαινόμενο της κοινωνικής δικτύωσης μέσω του Διαδικτύου, φαίνεται πως έχει ήδη ξεπεράσει την διάσταση μόδας και έχει εγκατασταθεί ως ένα κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο έχει ωστόσο και άλλα περιθώρια εξέλιξης. Όπως κάθε κοινωνικό φαινόμενο, με προεκτάσεις τόσο οικονομικές, πολιτικές, προσωπικές, η ηλεκτρονική κοινωνική δικτύωση εγείρει ανησυχίες και για τον λόγο αυτό έχει γίνει αντικείμενο έντονης παρατήρησης και συζήτησης από την Επιστημονική Κοινότητα ( Kaplan & Haenlein 2009, Zhang 2010). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Social Media), μέσω των οποίων επιτυγχάνεται η ηλεκτρονική κοινωνική δικτύωση, είναι αποτέλεσμα του Web 2.0, το οποίο κατάφερε να αλλάξει την εικόνα του διαδικτύου προσδίδοντάς του μια πιο κοινωνική διάσταση και τα Social Media μέρος του διαδικτύου αποτελούν την φυσική εξέλιξη των παραδοσιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας, τα οποία οφείλουν την δημιουργία τους στην τεχνολογική πρόοδο.

Επίσης ιστοσελίδες όπως Wikipedia, Facebook, YouTube, Twitter κ.ά. έχουν καταφέρει να αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας δισεκατομμυρίων ανθρώπων παγκοσμίως (ITU, 2012). Τα Social Media κατάφεραν να μετατρέψουν τον «μονόλογο» των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας σε έναν ευρύτερο διάλογο, προσέφεραν διαδραστικότητα και άμεση αλληλεπίδραση, ενώ παράλληλα κατόρθωσαν να μειώσουν τις γεωγραφικές αποστάσεις κάνοντας τον κόσμο να φαντάζει μικρότερος και φέρνοντας τους ανθρώπους κοντά. Σύμφωνα με τον Eyadat (2010) είναι πηγές πληροφόρησης για τους χρήστες και συνδέονται τόσο με την ενθάρρυνση της συζήτησης, των σχολίων, του feedback καθώς και με την ανταλλαγή και την διάχυση πληροφοριών από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη κατά τον Jones (2009). Τέλος, μέσω αυτών μπορεί να παραχθεί κοινωνική και συναισθηματική υποστήριξη ενώ τα μέσα συμβάλλουν και στην ενίσχυση του κοινωνικού κεφαλαίου (Zin & Reese, 2005). Το βασικό ερώτημα που κλήθηκε να απαντήσει η παρούσα εργασία είναι ποια είναι τα αίτια της χρήσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στο περιβάλλον της εργασίας. Θα γίνει μία προσπάθεια μέσα από το πρίσμα διάφορων εννοιών που μπορεί να αποτελούν αίτια όπως η εργασιακή ανία και ο εθισμός ώστε να αποδειχθεί για ποιόν από τους παραπάνω λόγους ο εργαζόμενος χρησιμοποιεί τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και



γενικότερα το διαδίκτυο στον χώρο της εργασίας. Ακόμη, χρησιμοποιούνται και άλλες έννοιες όπως είναι η αυτονομία της εργασίας, η δημιουργική εργασία και η εργασιακή υπερφόρτωση. Έχοντας λοιπόν αναφέρει τις έννοιες με τις οποίες καλείται να ασχοληθεί η εν λόγω εργασία και παρουσιάζοντας ορισμένα βασικά σημεία αυτών όπως περιγράφονται στην επίσημη βιβλιογραφία, είναι σημαντικό να εστιάσουμε στην σύνδεση των μεταβλητών αυτών και να εξηγήσουμε τα αναγώμενα αποτελέσματα.

Συγκεκριμένα, η μελέτη αυτή επιδιώκει να εξετάσει αρχικά το κατά πόσο η εργασιακή ανία ως παράγοντας θα επιδράσει θετικά στην χρήση των μέσων στον χώρο της εργασίας, ενώ παράλληλα επιδιώκεται να μελετηθεί εάν η χρήση των μέσων θα επηρεαστεί από τον εθισμό στα μέσα κοινωνικής Δικτύωσης. Τέλος, εξετάζονται ποιοι από τους παράγοντες-έννοιες που εξετάζουμε θα μπορέσουν να μετριάσουν μια σχέση αλλά και ποιος παράγοντας μεσολαβεί σε μία σχέση. Για τους σκοπούς αυτής της έρευνας έγινε η χρήση ενός ερωτηματολογίου σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και για τις άλλες έννοιες και συνολικά συγκεντρώθηκαν 116 ερωτηματολόγια.

***ΜΕΡΟΣ Ι***  
***ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ***

# 1. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ

## 1.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA

### 1.1.1 Εισαγωγή

Τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης κερδίζουν όλο και περισσότερους χρήστες σε παγκόσμιο επίπεδο καθώς επίσης το φαινόμενο δεν απουσιάζει και από την Ελληνική πραγματικότητα αφού και στην χώρα μας όλο και περισσότεροι εξοικιώνονται στην χρήση του διαδικτύου, και ευρύτερα σε ιστότοπους και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Μπορεί η χώρα μας και οι κάτοικοί της να μη θεωρούνται επιδέξιοι στη χρήση και αξιοποίηση της τεχνολογίας πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ), ωστόσο δείχνουν μεγάλη έφεση στη συμμετοχή στα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα. Καθημερινά, σε μέσα μαζικής μεταφοράς, στους δρόμους, σε χώρους συνάθροισης, στο εργασιακό περιβάλλον οι Έλληνες συζητούν με τους φίλους τους μέσω των μέσων κοινωνικής Δικτύωσης. Σύμφωνα με το Facebook, τον περασμένο Ιανουάριο, περίπου 4 εκατ. Έλληνες συνδέονταν καθημερινά στην εφαρμογή και η συντριπτική πλειονότητά τους (3,4 εκατ. χρήστες) μέσω κινητού. Η εταιρεία αναφέρει ακόμη ότι ο συνολικός αριθμός των χρηστών Facebook στην Ελλάδα είναι περίπου 5 εκατομμύρια, ποσοστό που αγγίζει το 40% του πληθύσμου της χώρας. Ωστόσο, μεγαλύτερος αριθμός είναι ο αριθμός των χρηστών της υπηρεσίας YouTube, με αναφορά της ίδιας το 2015 ότι η χώρα μας ξεπερνούσε τα 6 εκατομμύρια χρήστες, ποσοστό μεγαλύτερο από το 50% του πληθυσμού. (Μανδραβέλης, 2017).

Αξίζει να σημειωθεί πως σύμφωνα με τους δείκτες DESI (Digital Economy and Society Index) που καθορίζει η Ε.Ε για την μέτρηση της χρήσης και αξιοποίησης της ΤΠΕ στην Ε.Ε η χώρα μας κατατάσσεται στην 26<sup>η</sup> θέση για το 2017, όμως στην αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από πολίτες αλλά και επιχειρήσεις βρίσκεται πάνω από τον μέσο όρο. Σε ό,τι αφορά τους καταναλωτές, η χρήση των κοινωνικών δικτύων στην Ελλάδα είναι υψηλότερη του μέσου όρου στην Ευρώπη. Το 2016 στην Ελλάδα το 65,7% των χρηστών Internet έκανε χρήση των κοινωνικών δικτύων έναντι 63,1% που ήταν ο μέσος όρος στην Ευρώπη. Η χρήση κοινωνικών δικτύων ορίζεται ως η δημιουργία ενός προφίλ χρήστη, η μετάδοση μηνύματος κ.ά. σε υπηρεσίες όπως το Facebook, το Twitter, το Instagram και άλλες παρόμοιες εφαρμογές. Στα ίδια επίπεδα είναι και η δημιουργία περιεχομένου στο Διαδίκτυο. Η

Ελλάδα βρίσκεται λίγο πιο πάνω από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, με το 34,9% των χρηστών Διαδικτύου να δηλώνει ότι «ανέβασε» δικό του περιεχόμενο σε κάποια υπηρεσία τούς τελευταίους τρεις μήνες. Ο μέσος όρος στην Ευρώπη ανέρχεται σε 34,4%. Τέλος, ακόμη μεγαλύτερες επιδόσεις εμφανίζει η χώρα σε ό,τι αφορά την αξιοποίηση των ηλεκτρονικών κοινωνικών δικτύων από τις ελληνικές επιχειρήσεις. Οι μετρήσεις κατατάσσουν τη χώρα στην 11η θέση. (Μανδραβέλης, 2017).

Σε έρευνα της Focus Bari για τη χρήση των Η/Υ και του κινητού, οι Έλληνες χρήστες (13 έως 74 ετών) περνούν πάνω από τρεις ώρες καθημερινά συνδεδεμένοι στο Διαδίκτυο. Η μεγαλύτερη χρήση γίνεται φυσικά από τους νέους, οι οποίοι στις ηλικίες 18-24 είναι κατά μέσον όρο συνδεδεμένοι 256 λεπτά κάθε ημέρα που αυτό μεταφράζεται σε σχεδόν τεσσεράμισι ώρες ημερισίως, όταν στις ηλικίες 65-74 ετών η μέση χρήση μειώνεται στα 139 λεπτά την ημέρα περίπου δύομισι ώρες ημερισίως, δίνοντας τελικώς ένα ημερήσιο μέσο όρο για όλες τις ηλικίες 191 λεπτά δηλαδή τρεις ώρες ημερισίως όπως αναφέρθηκε πιο πάνω. Κορυφαία επιλογή, σύμφωνα με την έρευνα, είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Καθημερινά ένας στους τρεις Έλληνες (ηλικίας 13-74 ετών) κάνει χρήση υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης, ενώ κορυφαία επιλογή σε ποσοστό 31,5% για το «κατέβασμα» εφαρμογών (apps) στο κινητό τους τηλέφωνο είναι οι εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης. Σε αυτό το επίπεδο κατανοούμε πώς ο μονόλογος των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας έχει μετατραπεί σε έναν ευρύτερο διάλογο χάρη, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τα οποία αποτελούν απόρροια του Web 2.0. (Μανδραβέλης, 2017).

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει μια προσπάθεια προσέγγισης των εννοιών και όρων που θα μας απασχολήσουν σε όλη την διάρκεια της έρευνας με την βοήθεια της επιστημονικής αρθρογραφίας που υφίσταται μέχρι σήμερα. Για λόγους τόσο κατανόησης αλλά και διευκόλυνσης του αναγνώστη για τον ακριβή ορισμό των όρων της Κοινωνικής Δικτύωσης και των Social Media κρίνεται σκόπιμο η αναφορά σε μια σύντομη ιστορική αναδρομή του όρου Web2.0. Στη συνέχεια γίνεται προσπάθεια αποσαφήνισης των όρων της Κοινωνικής Δικτύωσης, των Κοινωνικών Δικτύων, των Social Media, ενώ ακολουθούν αναφορές σε ζητήματα που σχετίζονται με τους παραπάνω ορισμούς όπως για παράδειγμα οι επιδράσεις τους στην καθημερινή μας ζωή.

### **1.1.2 Η εξέλιξη του Ιστού (Web)**

Το 1989 δημιουργήθηκε ο ιστός, έχοντας διαδραματίσει έκτοτε σημαντικό ρόλο στην καθοδήγηση ανάπτυξης προτύπων του διαδικτύου ως προς τις γλώσσες σήμανσης, από τις οποίες αποτελούνται οι ιστοσελίδες. Η πρώτη εκδοχή ιστού, που ονομάστηκε web 1.0, αποτελείται από ένα σύστημα αλληλοσυνδεόμενων εγγράφων, ενώ υπάρχει και η δυνατότητα πρόσβασης σε αυτά τα έγγραφα μέσω του διαδικτύου. Αποτέλεσε καινοτόμα εφαρμογή για τα δεδομένα της εποχής της, ωστόσο η έλλειψη δραστηριότητας και επικοινωνίας μεταξύ των χρηστών επέφερε την αντικατάστασή της (Shivalingaiah & Naik, 2014).

Η δεύτερη εκδοχή του ιστού με την ονομασία web 2.0 αποτέλεσε επιχειρηματική επανάσταση. Ειδικότερα, σε αυτό συνέβαλλε η μετάβαση σε πλατφόρμα, στην οποία οι εφαρμογές δεν δημιουργούνται μεμονωμένα αλλά αξιοποιούνται μέσω της συλλογικής νοημοσύνης, έχοντας παράλληλα τη δυνατότητα μεταβολής και διαμόρφωσης συλλογικά. Η τεχνολογία web 2.0 συμπεριλαμβάνει διαδικτυακές εφαρμογές όπως ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, συστήματα ταξινόμησης προερχόμενα από τη συνεργατική δημιουργία και τη διαχείριση ετικετών, καθώς και διάφορα online παιχνίδια, ιστολόγια (Selwyn 2008).

### **1.1.3 Κοινωνική Δικτύωση (Social Network)**

Ως κοινότητα ορίζεται «μία ομάδα ανθρώπων που μαθαίνουν να αλληλεπιδρούν μαζί, οικοδομώντας σχέσεις που έχουν ως συνεπακόλουθα τη δημιουργία της αίσθησης συμμετοχής και της αμοιβαίας δέσμευσης» (Wenger, 1998). Κατά επέκταση, η έμφυτη τάση του ανθρώπου για επικοινωνία και ανάγκη αλληλεπίδρασης με άλλους επιτυγχάνονται μέσω της κοινωνικής δικτύωσης. Ο άνθρωπος μέσω της κοινωνικής δικτύωσης καλύπτει την ανάγκη του συνεταιρίζεσθαι, χάρη στη δημιουργία δικτύων με άλλους ανθρώπους. Αποκτά τη δυνατότητα για ανταλλαγή απόψεων, ιδεών και εμπειριών.

Η κοινωνική δικτύωση αποτελεί την πρακτική επέκτασης της γνώσης μέσω της σύνδεσης ατόμων με ίδια ή παρεμφερή ενδιαφέροντα. Στα πλαίσια της δεύτερης εκδοχής του ιστού (web 2.0), τα κοινωνικά δίκτυα συνδέονται με τις τεχνολογικές

υπηρεσίες, ενώ το λογισμικό προσφέρει τη δυνατότητα επικοινωνίας μεταξύ των ατόμων ανεξαρτήτως τοποθεσίας και χρονικής στιγμής. Ως εκ τούτου, η κοινωνική δικτύωση συνιστά την πράξη αλληλεπίδρασης και σύνδεσης με άλλα άτομα σε ένα κοινωνικό περιβάλλον δια μέσου ενός διαδικτυακού τόπου (Gunawardena et al, 2009).

Η κοινωνική δικτύωση πραγματοποιείται μέσω των σύγχρονων μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των διαφόρων διαδικτυακών ιστότοπων. Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν διαδικτυακούς χώρους, οι οποίοι παρέχουν στους χρήστες τη δυνατότητα δημιουργίας προσωπικού προφίλ, μέσω των οποίων πραγματοποιείται η σύνδεση με άλλα άτομα (Gunawardena et al, 2009).

## **1.2 Μέσα κοινωνικής Δικτύωσης – Social Media**

### **1.2.1 Εισαγωγή**

Η παγκόσμια προσβασιμότητα στο διαδίκτυο αποτελεί ένα από τα βασικά φαινόμενα ανασχηματισμού της κοινωνίας. Πέραν των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης που κατακλύζονται σε καθημερινή βάση από δισεκατομμύρια χρήστες, ιδιαίτερη μνεία χρήζουν και τα κοινωνικά δίκτυα. Πρόκειται για εφαρμογές που χρησιμοποιούνται από τουλάχιστον 2 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως, με τις προβλέψεις να κάνουν λόγο για 3 δισεκατομμύρια χρήστες μέχρι το 2020 (Social Bakers, 2013).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν αποτελούν πλέον απλά μία διάσταση της μόδας, αλλά έχουν εδραιωθεί σε παγκόσμια κλίμακα, με τον αριθμό χρηστών να αυξάνεται εντυπωσιακά με την πάροδο των ετών. Το Facebook αποτελεί την δημοφιλέστερη επιλογή ανάμεσα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με τους χρήστες τους σε καθημερινή βάση να προσεγγίζουν τα 2 δισεκατομμύρια (Social Bakers, 2013).

## 1.2.2 Ιστορική εξέλιξη των μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Το Usenet αποτέλεσε μία πρώιμη μορφή κοινωνικής δικτύωσης. Το 1979 δημιουργήθηκε από τους Truscott και Ellis και συνιστούσε ένα παγκόσμιο σύστημα συζήτησης, χάρη στο οποίο οι χρήστες του διαδικτύου είχαν τη δυνατότητα δημοσίευσης μηνυμάτων. Κατά τη δεκαετία του 1990, ιδρύθηκε το Open Diary από τους Bruce και Susan Abelson σηματοδοτώντας την έναρξη της εποχής των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης (Kaplan & Haenlein, 2009).

Οι υψηλές ταχύτητες δικτύου συνέβαλλαν στη δημιουργία ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης. Η δημιουργία του My Space (2003) και το Facebook (2004) συνέβαλλαν στην καθιέρωση του όρου «κοινωνικά μέσα». Σε αυτή την κατηγορία η πιο πρόσφατη προσθήκη ήταν αυτή των virtual worlds. Πρόκειται για περιβάλλοντα υπολογιστικά προσομοιωμένα, τα οποία και κατοικούνται από τρισδιάστατα avatars. Το πιο χαρακτηριστικό virtual world είναι η εφαρμογή SecondLife (Kaplan & Haenlein, 2009).

## 1.2.3 Ορισμός Μέσων κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν μία ομάδα εφαρμογών που βασίζονται στο διαδίκτυο και στις δυνατότητες που παρέχει το web 2.0, δηλαδή τη δημιουργία και την ανταλλαγή περιεχομένου μεταξύ των χρηστών (Kaplan & Haenlein, 2009). Οι Boyd & Ellison (2008), ορίζουν ως μέσα κοινωνικής δικτύωσης τις υπηρεσίες μέσω διαδικτύου που δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργήσουν ένα δημόσιο ή ένα ημι-δημόσιο προφίλ σε ένα οριοθετημένο σύστημα. Επιπλέον, χρήστες δύνανται να διαμορφώσουν λίστα με άλλα άτομα, με τα οποία μοιράζονται σύνδεση, προβολή και μετάβαση στη λίστα των συνδέσεών τους.

Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης, σύμφωνα με τους Murray & Waller (2007) αποτελούν εικονικές κοινότητες, οι οποίες επιτρέπουν στα άτομα να

συνδέονται και να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους για κάποιο συγκεκριμένο θέμα ή απλά να συμμετέχουν στο διαδίκτυο. Παρέχουν τη δυνατότητα κοινοποίησης φωτογραφιών, μουσικής και διαφόρων ειδών μηνυμάτων που επιθυμεί ο χρήστης να μοιραστεί με άλλα άτομα. Τέλος, προσφέρουν κοινωνική και συναισθηματική υποστήριξη, πληροφοριακούς πόρους αλλά και δεσμούς με άλλα άτομα ( Wellman & Gulia, 1999; Eyadat, 2010).

#### **1.2.4 Χαρακτηριστικά των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης**

Τα βασικά χαρακτηριστικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι η συμμετοχή, η συνομιλία, η διαφάνεια, η κοινότητα και η συνεκτικότητα. Ειδικότερα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενθαρρύνουν τη συμμετοχή και τα σχόλια των ενδιαφερόμενων. Μέσω της συμμετοχής των χρηστών εξαντλούνται τα όρια ανάμεσα στα μέσα ενημέρωσης και στο κοινό (Mayfield, 2008).

Σε αντίθεση με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης που σχετίζονται μόνο με τη μετάδοση συγκεκριμένου περιεχομένου σε συγκεκριμένο ακροατήριο, τα social media αποτελούν ένα είδος αμφίδρομης επικοινωνίας. Επιπλέον, παρέχουν τη δυνατότητα άμεσης δημιουργία κοινοτήτων, οι οποίες μοιράζονται κοινά ενδιαφέροντα όπως την αρέσκεια τους για κάποια φωτογραφία ή κάποια τηλεοπτική εκπομπή (Mayfield, 2008).

Η πλειοψηφία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αναπτύσσουν τη συνεκτικότητα τους μέσω της χρήσης συνδέσεων με άλλους πόρους, ιστοτόπους και ανθρώπους. Οι περισσότερες υπηρεσίες τους είναι ανοιχτές σε ανατροφοδότηση και συμμετοχή. Ενθαρρύνεται η ανταλλαγή πληροφορία και σε ελάχιστες περιπτώσεις τίθενται φραγμοί πρόσβασης και χρήση περιεχομένου, με το τελευταίο μάλιστα να προστατεύεται και από προσωπικό κωδικό (Mayfield, 2008).



## 1.2.5 Κατηγορίες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Σύμφωνα με τους Kaplan & Heinleid (2010), τα social media διακρίνονται σε 6 κατηγορίες με τη διάκριση να βασίζεται στη κοινωνική διεργασία και στη θεωρία των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Στις κατηγορίες αυτές συμπεριλαμβάνονται τα συνεργατικά projects, τα ιστολόγια (blogs), οι κοινότητες περιεχομένου (content communities), οι ιστοσελίδες κοινωνικών δικτύων (social networking sites), οι εικονικοί –κοινωνικοί- κόσμοι (virtual worlds) και οι εικονικοί κόσμοι παιχνιδιών (virtual game worlds).

Τα συνεργατικά (collaborative) projects επιτρέπουν την κοινή και ταυτόχρονη δημιουργία περιεχομένου από πολλούς χρήστες. Βασίζονται στην αρχή της κοινής προσπάθειας πολλών παραγόντων, η οποία οδηγεί σε καλύτερα αποτελέσματα συγκριτικά με μεμονωμένες προσπάθειες. Διαφοροποιούνται μεταξύ τους, συμπεριλαμβάνοντας το Socialbookmarking και τα wikis. Αποτελούν μία από τις πιο σημαντικές κατηγορίες καθώς τείνουν να εξελιχθούν στην βασική πηγή ενημέρωσης για τους χρήστες (Kaplan & Heinlein, 2010).

Τα ιστολόγια αποτελούν την πιο παλιά μορφή των Social Media, διαχειρίζονται συνήθως από ένα άτομο και παρέχουν τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης με άλλους χρήστες μέσω της προσθήκης παρατηρήσεων. Ο βασικός στόχος των κοινοτήτων περιεχομένου είναι η κοινή χρήση περιεχομένου ανάμεσα στους χρήστες. Οι κοινότητες περιεχομένου ανταποκρίνονται σε ένα ευρύ φάσμα διαφορετικού τύπου μέσων (Kaplan & Heinlein, 2010).

Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης, όπως έχει ήδη αναφερθεί, αποτελούν εφαρμογές που επιτρέπουν στους χρήστες να συνδεθούν, δημιουργώντας προφίλ με τις προσωπικές τους πληροφορίες και ανταλλάσσοντας άμεσα μηνύματα με φίλους και συνεργάτες, στους οποίους άλλωστε επιτρέπεται η πρόσβαση στο προσωπικό προφίλ τους. Αυτού του είδους οι ιστότοποι εμφανίζουν υψηλή δημοτικότητα, ειδικά σε νέους ηλικιακά χρήστες του Διαδικτύου (Kaplan & Heinlein, 2010).

Τα virtual worlds επιτρέπουν στους χρήστες τη «διαμονή» στην εικονική ζωή τους. Πιο συγκεκριμένα, οι εικονικές χρήστες εμφανίζονται με τη μορφή ειδώλων και αλληλεπιδρούν σε ένα τρισδιάστατο εικονικό περιβάλλον. Δεν υπάρχουν περιορισμοί του φάσματος πιθανών αλληλεπιδράσεων, πέρα από βασικούς φυσικούς νόμους όπως λόγω χάρη η βαρύτητα. Αντίστοιχα λειτουργούν και οι εικονικοί κόσμοι παιχνιδιών (virtual game worlds), οι οποίοι εμφανίζουν διαρκώς αυξανόμενη δημοτικότητα σε νεότερες ηλικίες χρηστών (Kaplan & Heinlein, 2010).

Σύμφωνα με το Cavazza (2011), τα κοινωνικά μέσα ομοιάζουν με ένα πλούσιο οικοσύστημα που βιώνει συνεχή εξέλιξη. Επίσης, προβαίνει σε μία διαφορετική κατηγοριοποίηση, τοποθετώντας το Facebook και την Google στο επίκεντρο και διακρίνοντας τα υπόλοιπα κοινωνικά μέσα σε 7 κατηγορίες. Τα social media κατά τον Cavazza διακρίνονται σε δημοσιεύσεις (publish), διαμοιρασμό (share), συζήτηση (discuss), εμπόρια (commerce), δίκτυο (network), παιχνίδια (games) και τοποθεσία (location).

### **1.2.6 Η κατηγοριοποίηση των χρηστών των Social Media**

Σύμφωνα με έρευνα που αφορά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης υπάρχουν 7 τύποι χρήστη, ο δημιουργός (creator), ο συλλέκτης (collector), ο θεατής (spectator), ο κριτής (critic), ο joiner, ο ανενεργός χρήστης (inactivate) και ο συνομιλητής (conversationalist). Δημιουργός θεωρείται ο χρήστης που συμμετέχει ενεργά στα social media, δημοσιεύοντας περιεχόμενο, αναρτώντας εικόνες και βίντεο και συμμετέχοντας σε forum. Ο συλλέκτης οργανώνει περιεχόμενο για τον εαυτό του ή για τους άλλους χρήστες (FGST, 2011).

Ο θεατής αφορά τον πιο κοινό τύπο χρήστη. Πρόκειται για άτομα που διαβάζουν απόψεις χρηστών, παρακολουθώντας σε συνεχή βάση σχόλια χρηστών και επισκεπτών. Ο τύπος του κριτή αφορά άτομα που αντιδρούν σε περιεχόμενο που έχουν δημιουργήσει άλλοι χρήστες. Συγκεκριμένα, σχολιάζουν δημοσιεύσεις, αξιολογεί και σχολιάζει προϊόντα και υπηρεσίες (FGST, 2011).

Ο joiner αποτελεί τον τύπο ατόμου που συνδέεται σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και ο ανενεργός χρήστης τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρά μόνο απλή χρήση του διαδικτύου. Τέλος, ο συνομιλητής

μολονότι δεν είναι τόσο ενεργός, ενημερώνει την κατάστασή του σε ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης (FGST, 2011).

### **1.2.7 Παρουσίαση των πιο δημοφιλών μέσων κοινωνικής δικτύωσης**

Το Facebook αποτελεί την δημοφιλέστερη ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης. Δημιουργήθηκε το 2004 και παρέχει τόσο παραδοσιακές υπηρεσίες (ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, σύνδεση/περιήγηση στο δίκτυο) όσο και πολλαπλές λειτουργίες προσθήκης (online games, εικονικά δώρα), οι οποίες διευκολύνουν τους χρήστες να προσαρμοστούν στην προσωπική του διαπαφή (Cheung et al, 2010). Το Instagram είναι η πρώτη πλατφόρμα φωτογραφίες και ιδρύθηκε το 2010. Στη συνέχεια εξαγοράστηκε από το Facebook και πλέον οι χρήστες του πλησιάζουν το 1 δισεκατομμύριο ενώ πάνω από 16 δισεκατομμύρια φωτογραφίες κοινοποιούνται, μηνιαίως (Werms, 2014).

Το YouTube είναι ιστοχώρος που προσφέρει νέες τρόπους χρήσης, δημιουργίας και κοινοποίησης μουσικής και βίντεο. Ιδρύθηκε το 2005 και μόλις ένα χρόνο αργότερα εξαγοράστηκε από την Google. Οι προβολές του YouTube έχουν ξεπεράσει το ένα τρισεκατομμύριο, ενώ το 70% της επισκεψιμότητας αφορά χρήστες εκτός ΗΠΑ. Ταξινομείται στην 3<sup>η</sup> θέση μεταξύ των ιστοσελίδων σε παγκόσμια κλίμακα (Alexa, 2013).

Το Twitter αποτελεί το 2<sup>ο</sup> πιο δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο μετά το Facebook. Εμπίπτει στην κατηγορία ιστοσελίδων δημιουργία μικρο-ιστολογίου και επιτρέπει στους χρήστες του να διαβάζουν και να αποστέλλουν μηνύματα που τους ενδιαφέρουν. Βρίσκεται στη 10<sup>η</sup> θέση της παγκόσμιας κατάταξης ιστοσελίδων. Το LinkedIn είναι σελίδα κοινωνικής δικτύωσης επαγγελματιών. Παρέχει τη δυνατότητα δημιουργίας προφίλ και τη δυνατότητα δικτύωσης με δίκτυα συνεργατών επιχειρήσεων, με τις πιθανότητες συνεργασίας με καταρτισμένους επαγγελματίες να εμφανίζονται ιδιαίτερα αυξημένες (Alexa, 2013).

Η Wikipedia είναι η μεγαλύτερη διαδικτυακή εγκυκλοπαίδεια και ανήκει στα συνεργατικά projects. Δημιουργήθηκε το 2001 και βρίσκεται στην 6<sup>η</sup> θέση της

σχετικής λίστας με τις ιστοσελίδας, παγκοσμίως. Το Flickr αποτελεί ένα κοινωνικό δίκτυο δημοσίευσης και διαμοιρασμού φωτογραφιών και δημιουργήθηκε το 2004, με τους χρήστες του να αριθμούνται σε εκατοντάδες εκατομμύρια. Τέλος η blogger είναι μία υπηρεσία δημιουργίας ιστολογίων, με τους χρήστες να δημοσιεύουν στα blogs υλικό με τη μορφή κειμένου, εικόνας και ήχου. Οι υπόλοιποι χρήστες έχουν τη δυνατότητα προσθήκης σχολίων σε δημοσιευμένο περιεχόμενο (Alexa, 2013).

### **1.2.8 Οφέλη και Κίνδυνοι της χρήσης των Μέσων**

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προσφέρει μία σειρά από πλεονεκτήματα και οφέλη. Καταρχήν, επιτρέπουν την άμεση αλληλεπίδραση ανάμεσα στους χρήστες. Συμβάλλουν στη διάχυση της γνώσης και στην ταχύτατη διάδοση των γεγονότων. Παρέχουν τη δυνατότητα αναζήτησης υλικού, στο οποίο οι χρήστες δεν θα ήταν δυνατό να έχουν πρόσβαση με κάποιον άλλον τρόπο. Παράλληλα, παρέχουν τη δυνατότητα άμεσης ενημέρωσης για όσα συμβαίνουν στον κόσμο αλλά και τη δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε περιεχόμενο ψυχαγωγίας (Khan, 2012).

Επιπρόσθετα, διευκολύνουν την ανοικτή επικοινωνία, γεγονός που συμβάλλει σε αυξημένη ανακάλυψη πληροφοριών. Παρέχουν τη δυνατότητα διεύρυνσης επιχειρηματικών επαφών, προσφέρουν στους εργαζόμενους την ευκαιρία συζήτησης περί ιδεών και αποριών που προκύπτουν ως προς το εργασιακό περιβάλλον. Βελτιώνουν την επιχειρηματική φήμη και πελατεία, με την ελάχιστη δυνατή διαφήμιση, μπορούν να λειτουργήσουν ως χρήσιμο και αποτελεσματικό εργαλείο για προσλήψεις και επεκτείνουν την έρευνα αγοράς. Ειδικότερα, παρέχουν επικοινωνίες και κατευθύνουν τους ενδιαφερόμενους σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες (Khan, 2012).

Στον αντίποδα υπάρχουν και αρκετά αρνητικά στοιχεία που προκύπτουν από τη χρήση των social media. Βασικός κίνδυνος είναι η υπερβολική τους χρήση που μπορεί να οδηγήσει σε εθισμό, ενώ δεν αποκλείεται η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών να καταστεί επιβλαβής. Οι χρήστες διατρέχουν κίνδυνο υποκλοπής προσωπικών δεδομένων και καταπάτησης της ιδιωτικότητας τους (Weir et al, 2011).

Αρνητικά στοιχεία της χρήσης των social media αποτελούν το trolling και το cyber-bullying. Το πρώτο σχετίζεται με την κακή χρήση των social media για συναισθηματική κακοποίηση μέσω δυσμενών σχολίων, ενώ το δεύτερο αφορά το διαδικτυακό εκφοβισμό των χρηστών που μπορεί με τη σειρά του να οδηγήσει σε συναισθηματικό τραυματισμό. Μάλιστα, σύμφωνα με έρευνες οι 4 στους 10 χρήστες έχουν πέσει θύματα εκφοβισμού (Weir et al, 2011).

Εξάλλου, μειονεκτήματα της χρήσης αποτελούν η επιλεκτική μετάδοση πληροφοριών με σκοπό τη χειραγώγηση της κοινής γνώμης και η υπερπληροφόρηση μέσω των διαφημιστικών μηνυμάτων (Marcon et al, 2011). Η χρήση των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης ελλοχεύει τον κίνδυνο ηλεκτρονικών απατών για τους χρήστες, ειδικά σε περιπτώσεις συναλλαγών. Σε επιχειρησιακό επίπεδο, αρνητικά σχόλια υπαλλήλων μπορούν να επιφέρουν νομικές συνέπειες, ειδικά αν η χρήση σχετίζεται με την προβολή προσβλητικού ή παράνομου υλικού. Τέλος, σε ψυχολογικό επίπεδο η χρήση των social medial μπορεί να δημιουργήσει φαινόμενα ναρκισσισμού και εγωιστικά πρότυπα (Weir et al, 2011).

### **1.2.9 Η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στον χώρο εργασίας**

Το διαδίκτυο και δη τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δύνανται να χρησιμοποιηθούν κατά τη διάρκεια της εργασίας, προσφέροντας σημαντικά οφέλη ως προς τη διεκπεραίωση κάποιας δραστηριότητας. Ωστόσο η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά την εργασία μπορεί να προκαλέσει την εμφάνιση του φαινομένου cyberloafing ή αλλιώς cyberslacking. Το cyberloafing ή cyberslacking αφορά κατάχρηση του διαδικτύου, με περιήγηση ιστοσελίδων ψυχαγωγίας είτε μέσω κινητού τηλεφώνου είτε μέσω υπολογιστή (Andreassen & Palessen, 2014).

Οι Johnson & Indvik (2004) συμπεριλαμβάνουν μεταξύ άλλων στις συμπεριφορές που σχετίζονται με το cyberloafing την περιήγηση σε ιστοσελίδες με online παιχνίδια, και το ζωντανό chat κατά τη διάρκεια της εργασίας. Ο Lim (2002) με τη σειρά του ορίζει το cyberloafing ως εθελούσια πράξη των εργαζομένων, οι οποίοι χρησιμοποιώντας τη δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο που τους παρέχεται στο χώρο εργασίας, περιηγούνται σε άσχετες με το αντικείμενο εργασίας ιστοσελίδες για προσωπικούς λόγους.

## **1.3 Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΚΗΣ ΑΝΙΑΣ ΜΕ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

### **1.3.1 Εισαγωγή**

Η πλήξη αποτελεί μια συναισθηματική κατάσταση με σημαντική αναφορά στην οργανωτική έρευνα. Μολονότι έχουν σημειωθεί σημαντικές αλλαγές σε τεχνολογικά και οργανωτικά ζητήματα της εργασίας, η πλήξη αποτελεί κομμάτι της εμπειρίας της εργασίας. Επιπλέον, συνδέεται κατά κύριο λόγο με αρνητικά ατομικά και οργανωτικά αποτελέσματα (Loukidou et al, 2009).

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες έχει σημειωθεί αυξημένο ενδιαφέρον για τα συναισθήματα που παρατηρούνται στο χώρο εργασίας. Υπάρχουν ερευνητές που συνδέουν τη συναισθηματική εμπειρία στο χώρο εργασίας με τις επιδόσεις, την υγεία και τις συμπεριφορές. Επίσης, έχει υποστηριχθεί ότι η εμπειρία του συναισθήματος στον εργασιακό χώρο συνδέεται με τα θεσμικά και κοινωνικά πλαίσια της οργάνωσης (Newton, 1995; Fineman, 2000). Άλλες οργανωτικές έρευνες έχουν στο επίκεντρό τους έννοιες που αφορούν συναισθήματα, όπως το άγχος και η ικανοποίηση ενώ προσφάτως δίδεται από ερευνητές μεγαλύτερη έμφαση στα συναισθήματα ευχαρίστησης (Luthans, 2002; Layard, 2006).

### **1.3.2 Ορισμός Ανίας**

Η ανία ορίζεται ως μία συναισθηματική κατάσταση που μπορεί να καθοριστεί σε σχέση με τις δύο βασικές διαστάσεις που την επηρεάζουν, την ευχαρίστηση-δυσαρέσκεια και τη δραστηριοποίηση-αδράνεια. Σύμφωνα με τους Mikulas & Vodanovich (1993), η ανία αποτελεί μία κατάσταση με χαμηλά στοιχεία διέγερσης και δυσαρέσκειας και αποδίδεται σε περιβάλλον χωρίς την ύπαρξη στοιχείων διέγερσης. Αφορά μία κατάσταση συνείδησης και μυαλού και κατηγοριοποιείται

σχετιζόμενη τόσο με τη στεναχώρια όσο και με την κατάθλιψη (Farmet & Sundberg, 1986).

Σύμφωνα με τη Fisher (1993), η ανία συνιστά μία δυσάρεστη και παροδική κατάσταση, με μικρότερη πάντως διάρκεια συγκριτικά με διαθέσεις όπως η εργασιακή απόλαυση και η εργασιακή ικανοποίηση. Για τον O' Hanlon (1980) η ανία αποτελεί μία ψυχοφυσιολογική κατάσταση, η οποία οφείλεται στην μονότονη και παρατεταμένη διέγερση. Ειδικότερα, σε περιπτώσεις που τα άτομα αισθανθούν έντονη πλήξη, ωθούνται στην αλλαγή περιβάλλοντος εντός του οποίου τη βιώνουν, επιδιώκοντας παράλληλα την αλλαγή δραστηριότητας ή και την οριστική έξοδο από τη προκειμένη δραστηριότητα.

Επιπρόσθετα, έχει υποστηριχθεί ότι ναι μεν η ανία πιθανότατα σχετίζεται με την κατάθλιψη, ωστόσο υπάρχει και η ανία που σχετίζεται με την εργασία και διαφέρει από την κατάθλιψη (Daniels, 2000). Υποστηρίζεται ότι η ανία στο χώρο της εργασίας συνδέεται περισσότερο με τις έννοιες δραστηριοποίηση-αδράνεια, σε αντίθεση με την κατάθλιψη που σχετίζεται ορθότερα με την ευχαρίστηση-δυσαρέσκεια. Για να καταστεί ευκολότερος ο διαχωρισμός αυτών των δύο συναισθημάτων, σύμφωνα με την Loukidou et al (2009), η εργασιακή ευχαρίστηση αποτελεί το αντίθετο της εργασιακής κατάθλιψης ενώ ο εργασιακός ενθουσιασμός είναι το αντίθετο της εργασιακής ανίας και πλήξης.

Τέλος, ιδιαίτερης αναφοράς χρήζει το σύνδρομο εργασιακής πλήξης που στηρίζεται στη θεωρία του burnout. Πρόκειται για τον όρο «bore out», ο οποίος συνδέεται με τρία χαρακτηριστικά, την έλλειψη ενδιαφέροντος για το αντικείμενο, την έλλειψη προκλήσεων στο εργασιακό περιβάλλον και την ανία. Δύναται να πλήξει όλους τους εργαζόμενους σε σύγχρονους οργανισμούς και ειδικά όσους επιτελούν δουλειά γραφείου ή υποχρεούνται σε κανόνες ενδυμασίας (Werder & Rothin, 2007).

### **1.3.3 Βασικά χαρακτηριστικά και συμπεριφορά πλήξης**

Κύριο συναισθηματικό χαρακτηριστικό της πλήξης αποτελεί η αποστροφή των εργαζομένων στη μονότονη εργασία. Πιο συγκεκριμένα, η πλήξη εμφανίζεται σαν αντίδραση στην ανάθεση μίας εργασίας και εντείνεται όταν το μοτίβο της δεύτερης είναι επαναλαμβανόμενο και η διεκπεραίωσή της βασίζεται σε πληροφορίες

που υπάρχουν εντός ενός μονότονου περιβάλλοντος. Ως προς το βαθμό της πλήξης, αυτός ποικίλλει από εργαζόμενο σε εργαζόμενο, ακόμα και σε περιπτώσεις της ίδιας μονότονης εργασίας/δραστηριότητας (Wyatt, 1929).

Συν τοις άλλοις, η πλήξη συνιστά μία συγκεκριμένη συναισθηματική κατάσταση, η οποία είναι άμεσα αναστρέψιμη όταν η κατάσταση επιδέχεται αλλαγής. Δύναται να παρατηρηθεί και εντός ολίγων λεπτών μετά την έναρξη της επαναλαμβανόμενης δραστηριότητας, ειδικά αν το άτομο που εργάζεται έχει πρόσφατη εμπειρία από την ίδια δραστηριότητα. Τέλος, όταν κάποιος βιώνει πλήξη ο χρόνος μοιάζει να κινείται πιο αργά (Wyatt, 1929).

### **1.3.4 . Αίτια εμφάνισης του φαινομένου**

#### **1.3.4.1 Αίτια που πηγάζουν από την εργασία στον οργανισμό**

Η πλειοψηφία των ανθρώπων εργάζεται σε θέσεις εργασίες, οι οποίες διαθέτουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, οδηγίες, κανόνες και διαδικασίες που επιφέρουν μία καθημερινή ρουτίνα, καθώς όλα πρέπει να εκτελούνται με βάση συγκεκριμένη φόρμα. Ως εκ τούτου, οι εργασιακοί οργανισμοί μπορούν να προκαλέσουν εργασιακή ανία μέσω των διαδικασιών και των κανόνων που υποχρεώνονται οι εργαζόμενοι να ακολουθήσουν. Συγκεκριμένα, μειώνεται δραστικά η παρακίνηση ενώ προκαλείται εργασιακή ανία και εξαιτίας του περιορισμού των εργαζομένων στη συμπεριφορά και στις δραστηριότητές τους (Fisher 1993).

Επιπρόσθετα, η εργασιακή ανία προκαλείται ανάλογα με το ποσοτικό και το ποιοτικό επίπεδο της εργασίας. Η χαμηλή ποσότητα εργασίας διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην εμφάνιση του φαινομένου. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι κάποια επαγγέλματα δεν διαθέτουν αρκετά καθήκοντα και εργασίες προκειμένου να κρατούν τους εργαζόμενους προσηλωμένους και σε εγρήγορση. Ως προς τη χαμηλή ποιότητα εργασίας, αυτή επηρεάζει σημαντικά την ψυχολογία των εργαζομένων, καθώς οι τελευταίοι πλήττουν περισσότερο όταν καταπιάνονται με μία απλή και επαναλαμβανόμενη εργασία/δραστηριότητα (Van Wyk et al, 2016).

#### **1.3.4.2 Αίτια που πηγάζουν από τον ίδιο τον εργαζόμενο**

Οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν τα άτομα στο χώρο εργασίας είναι η ιδιότητα, τα χαρακτηριστικά προσωπικότητας, η δυναμικότητα και η ψυχική τους



υγεία. Προσέτι, η ιδιότητα αφορά το επίπεδο μόρφωσης, την εμπειρία και την ηλικία κάθε ατόμου. Σύμφωνα με έρευνα, οι άνθρωποι με μεγαλύτερη ευστροφία είναι πιθανότερο να εμφανίσουν σημάδια ανίας στο εργασιακό περιβάλλον. Το ίδιο ισχύει και για άτομα με υψηλό επίπεδο μόρφωσης και εργασιακής εμπειρίας (London & Washburn, 1972).

Επιπλέον, τα προσωπικά χαρακτηριστικά του κάθε εργαζόμενου διαφοροποιούν τη στάση και τον τρόπο αντίληψης του προς την εργασία. Η έντονη εξωστρέφεια ενός ατόμου έχει σημαντικές πιθανότητες να οδηγήσει στην εμφάνιση συμπτωμάτων ανίας συγκριτικά με άτομα πιο εσωστρεφή. Ως προς την ψυχική υγεία, έχει διαπιστωθεί ότι παθολογικά αίτια συχνά ευθύνονται για την εμφάνιση της εργασιακής ανίας, ειδικά σε άτομα που παρουσιάζουν ευαισθησία και τείνουν προς την πλήξη (London & Washburn, 1972). Σύμφωνα με τον Wyatt (1929), οι εργαζόμενοι που διαθέτουν δυναμικό χαρακτήρα και ζωηρό ταμπεραμέντο πλήττονται περισσότερο σε μονότονες εργασίες/δραστηριότητες, σε αντίθεση με όσους χαρακτηρίζονται από πιο ήπια συμπεριφορά.

Ένας ακόμα παράγοντας που οδηγεί δυνητικά στην εργασιακή ανία είναι το πλεόνασμα προσόντων, καθώς τα πιο καταρτισμένα άτομα δύνανται να οδηγηθούν ευκολότερα σε καταστάσεις ανίας με αποτέλεσμα τη μείωση της απόδοσής τους ή και την αποχώρησή τους από την εργασία (Erdogan et al, 2011). Συν τοις άλλοις, η ανία μπορεί να προκληθεί σε περιπτώσεις που η εργασία δεν συμβαδίζει με τα ενδιαφέροντα ή τις επιθυμίες ενός εργαζόμενου. Παράλληλα, παρεμβάλλεται στη σχέση που συνδέει τις αυξημένες προσδοκίες των νεοπροσληθθέντων στην εργασία, με αποτέλεσμα να μειώνεται η εσωτερική παρότρυνση (Gkorezis & Kastritsi, 2017).

### **1.3.5. Συνέπειες του φαινομένου**

Τα συναισθήματα ανίας είναι ένα σύνηθες φαινόμενο και εντοπίζεται τουλάχιστον σε 3 στους 10 εργαζομένους, με ορισμένες έρευνες να εκτοξεύουν την αντιστοιχία μέχρι και σε 8 στους 10. Οι επιπτώσεις που επιφέρει η εργασιακή ανία έγκεινται τόσο σε οργανωσιακό όσο και σε ατομικό επίπεδο και διακρίνονται σε βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες. Οι βραχυχρόνιες μπορούν να εμφανιστούν τη στιγμή που το άτομο διακατέχεται από το αίσθημα της ανίας και να αφορούν διάφορες αντιδράσεις, ενώ οι μακροχρόνιες συμπεριλαμβάνουν επιπτώσεις που επηρεάζουν τη

συμπεριφορά, τη στάση, τη ψυχική και σωματική υγεία του εργαζόμενου ( Fisher, 1993; Mann, 2007).

### **1.3.5.1. Επιπτώσεις σε ατομικό επίπεδο**

Οι κύριες επιπτώσεις της εργασιακής ανίας σε ατομικό επίπεδο είναι η κατάθλιψη/δυσφορία, το αίσθημα εργασιακής δυσαρέσκειας και τα προβλήματα σωματικής υγείας. Οι εργαζόμενοι που εκτελούν εργασίες επαναληπτικής φύσεως εμφανίζουν μεγαλύτερα ποσοστά εργασιακής ανίας και αντιμετωπίζουν σοβαρά ζητήματα ψυχικής υγείας. Σύμφωνα με σειρά μελετών, η εργασιακή ανία δύναται να προκαλέσει αύξηση των επιπέδων δυσφορίας αλλά και κατάθλιψη (Sommers & Vodanovich, 2000; Game, 2007).

Η εργασιακή ανία επηρεάζει ποικιλοτρόπως τον εργαζόμενο και μία από τις επιπτώσεις που προκαλεί είναι το αίσθημα εργασιακής δυσαρέσκειας. Σε ερευνητικό επίπεδο, έχουν υπάρξει μελέτες που θεωρούν σημαντική τη σχέση ανίας και εργασιακής ικανοποίησης και άλλες που δεν τη θεωρούν σημαντική. Βέβαια, ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται το αίσθημα ικανοποίησης σχετίζεται με τα προσωπικά χαρακτηριστικά του εργαζόμενου και της εργασίας, καθώς και με τις καταστάσεις που το άτομα βιώνει. Ως εκ τούτου, η εργασιακή ανία σε πολλές περιπτώσεις ευθύνεται για την εργασιακή δυσαρέσκεια (Hooff & Hoof, 2014).

Τέλος, η εργασιακή ανία πέρα από τα προαναφερθέντα προβλήματα ψυχικής υγείας που δύναται να προκαλέσει στους εργαζόμενους μπορεί να λειτουργήσει αρνητικά και στη σωματική υγεία των εργαζομένων. Η Fisher (1993) υποστηρίζει ότι υπάρχουν ενδείξεις, σύμφωνα με τις οποίες οι εργαζόμενοι που καταπιάνονται με μονότονα αντικείμενα εργασίας είναι περισσότερο επιρρεπείς σε καρδιολογικές παθήσεις. Παράλληλα, δύναται να εμφανίσουν και άλλα σωματικά προβλήματα, τα οποία εδράζουν στο άγχος.

### **1.3.5.2. Επιπτώσεις σε οργανωσιακό επίπεδο**

Οι 3 βασικές επιπτώσεις της εργασιακής ανίας στο οργανωσιακό επίπεδο σχετίζονται με την απόδοση, την κατά συνήθεια απουσία και την αντιπαραγωγική εργασιακή συμπεριφορά. Όπως ήδη έχει αναφερθεί, η εργασιακή ανία επιφέρει τη μείωση της απόδοσης των εργαζομένων. Σε περιπτώσεις που εκλείπει το κίνητρο, η διέγερση του εργαζόμενου μειώνεται. Παράλληλα, εμφανίζεται διαρκές έλλειμμα προσοχής κατά την εκτέλεση των καθηκόντων του εργαζόμενου, με αποτέλεσμα να είναι αναγκαίο μεγαλύτερο χρονικό διάστημα προκειμένου να επιτελεστούν τα καθορισμένα καθήκοντα ή και να διορθωθούν πιθανά λάθη (Hooff & Hoof, 2014).

Η κατά συνήθεια απουσία αφορά την επιτηδευμένη απουσία του ατόμου από την εργασία δια της χρήσης διάφορων προσχημάτων προκειμένου είτε να ξεφύγει από ένα εργασιακό περιβάλλον που δεν του παρέχει κίνητρα παρουσίας είτε να αποδευτεθεί από κάθε έλεγχο και να ασχοληθεί με πιο ενδιαφέροντα για το ίδιο θέματα. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι είναι ιδιαίτερη δύσκολη η διάκριση ανάμεσα σε αυτούς που επιτηδευμένα απουσιάζουν λόγω ανίας και σε όσους απουσιάζουν για πραγματικούς λόγους. Σε κάθε περίπτωση, τα εργασιακά πόστα που εμφανίζουν περισσότερες πιθανότητες για απουσίες κατά συνήθεια υπόκεινται συχνά σε αυστηρή πολιτική ελέγχου για την αποτροπή εμφάνισης περιστατικών αυτού του είδους (Hooff & Hoof, 2014).

Η αντιπαραγωγική εργασιακή συμπεριφορά αφορά καταστάσεις επιβλαβείς για τις επιχειρήσεις και τους μετόχους. Έχει υποστηριχθεί ότι πλήξη στην εργασία και αντιπαραγωγική εργασιακή συμπεριφορά συνδέονται και ότι αυτή η σύνδεση αποτελεί συνεπακόλουθο της συμπεριφοράς πλήξης. Σύμφωνα με τη θεωρία των Hooff & Hoof (2014), σε αρχικό στάδιο οι εργαζόμενοι δεν εμφανίζουν σημαντικά δυσλειτουργικές συμπεριφορές, οι οποίες χαρακτηρίζονται ως συμπεριφορές πλήξης.

Στη συνέχεια και σε περίπτωση που αυτές οι συμπεριφορές επιμείνουν, δεν αποκλείεται και η σταδιακή τους μετάλλαξη σε έντονη αντιπαραγωγική συμπεριφορά, ως απόρροια της πλήξης των εργαζομένων. Στην αντιπαραγωγική εργασιακή συμπεριφορά συμπεριλαμβάνεται και η επιθετικότητα στην εργασία, που με τη σειρά της αποτελείται από επικίνδυνες δράσεις που αφορούν έμμεσα και τους εργαζόμενους (Hooff & Hoof, 2014).

### **1.3.6 Η σχέση της Εργασιακής ανίας με το Cyberloafing**

Από προηγούμενες έρευνες που έχουν γίνει διαπιστώθηκε το γεγονός πως σε μια προσπάθεια να ανακουφίσουν την πλήξη τους οι εργαζόμενοι χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης όπως ανέφεραν οι Palmgreen και Rayburn's (1979) ενώ σε δικό τους άρθρο η Paracharissi και Rubin (2000) και σε έρευνα που διεξήγαγαν υπήρχαν δηλώσεις από τους ερωτηθέντες όπως «χρήσιμοι το διαδίκτυο όταν δεν έχω τίποτα καλύτερο να κάνω». (Whiting & Williams, 2013)

Συμπαιρένουμε λοιπόν ότι η εργασιακή ανία και η πλήξη μπορεί να αποτελέσει μια αιτία ώστε οι εργαζόμενοι να καταφύγουν στην χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης ώστε να ξεφύγουν από την κατάσταση την οποία βιώνουν στον χώρο εργασίας τους.

## **1.4 ΕΘΙΣΜΟΣ**

### **1.4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ο όρος «εθιστική συμπεριφορά» συνήθως περιλαμβάνει τον αλκοολισμό, τον εθισμό στα ναρκωτικά και το κάπνισμα. Ένας άλλος τύπος «συμπεριφοράς εθισμού», που δεν περιλαμβάνει την χρήση κάποιας χημικής ουσίας, είναι ο υπερβολικός τζόγος, ο οποίος μπορεί να οδηγήσει σε εικόνες παρόμοιες με την κατάχρηση ουσιών. Οι κλινικές περιπτώσεις υπερβολικού τυχερού παιχνιδιού ονομάζονται συνήθως «παθολογικά τυχερά παιχνίδια». Η υπερβολική χρήση του Διαδικτύου μπορεί επίσης να προκαλέσει προβλήματα, παρόμοια με τα παθολογικά τυχερά παιχνίδια. Η εξάρτηση από τον Internet και ο εθισμός φαίνεται να χρησιμοποιούνται εναλλακτικά στη βιβλιογραφία, ενώ η υπερβολική χρήση του Διαδικτύου υποδηλώνει χαμηλότερο βαθμό χρήσης ή προβλήματα. Ωστόσο, δεν υπάρχουν διαγνωστικά κριτήρια DSM-IV για τον εθισμό στο Διαδίκτυο. (Gotestam & Johansson, 2004)

Η χρήση του Διαδικτύου αυξήθηκε τα τελευταία χρόνια, ειδικότερα μεταξύ των νέων. Τα στοιχεία από τη Νορβηγία δείχνουν ότι από το 1996 έως το 2002 το ποσοστό των νοικοκυριών που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο έχει αυξηθεί από 3% σε 72%. Τον Σεπτέμβριο του 2002, 2,7 εκατομμύρια Νορβηγοί είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο. Από τον πληθυσμό ηλικίας 13 ετών και άνω, το 50% χρησιμοποιεί καθημερινά το Διαδίκτυο και το 59% τουλάχιστον μηνιαίως (Norwegian Gallup, 2002). Έχουν αναφερθεί ορισμένες προειδοποιητικές φωνές σχετικά με τις πιθανές προβληματικές συνέπειες της εκτεταμένης χρήσης του Διαδικτύου. Ο Stein Knardahl δήλωσε ότι η εκτεταμένη χρήση του Διαδικτύου (πολύ μεγάλες περιόδους εργασίας, 24 ώρες ή περισσότερο) αλλάζει την συμπεριφορά και μπορεί να προκαλέσει σωματικές βλάβες όπως σκελετικός μυϊκός πόνος, εξάρτηση "με ευρεία έννοια). (Gotestam & Johansson, 2004)

Σύμφωνα με μια έκθεση του κρατικού πανεπιστημίου της Καλιφόρνια, ο εθισμός ως ψυχαναγκαστική ανάγκη ασχολείται με μια δραστηριότητα που δημιουργεί την συνήθεια και αποτελεί πραγματική απειλή για άλλους τομείς της ζωής ενός ατόμου. Ενώ η ιδέα του να είσαι εθισμένος στο Διαδίκτυο μπορεί να φαίνεται ανόητη σε μερικούς ανθρώπους, η πιθανότητα για εθισμό στο Διαδίκτυο είναι πραγματική (Griffiths & Kuss, 2017)

Στην πραγματικότητα, η εθιστική συμπεριφορά ορίζεται από τα ακόλουθα κριτήρια:

- Αύξηση των επιπέδων ανοχής, ή ανάγκη να ξοδεύουν όλο και περισσότερο online χρόνο
- Η εμπειρία φυσικών και συναισθηματικών υψηλών και χαμηλών επιπέδων όταν είστε στο διαδίκτυο και όταν είστε εκτός σύνδεσης
- Συνεχής χρήση, παρά τις βλαβερές συνέπειες για τη ζωή ενός ατόμου (Kuss & Griffiths, 2017).

Πιο συχνά, οι άνθρωποι που περνούν μεγάλα διαστήματα χρόνου ψυχαγωγίας στο διαδίκτυο ικανοποιούν όλα τα βασικά κριτήρια για τον εθισμό. Με συνεχή

χρήση, οι επιπτώσεις του εθισμού στο Διαδίκτυο γίνονται όλο και πιο εμφανείς. (Kuss & Griffiths, 2017)

Η ιστορία των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης χρονολογείται από το 1997, όταν ο πρώτος ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης το «SixDegrees» προέκυψε ως αποτέλεσμα της ιδέας ότι τα άτομα συνδέονται μέσω έξι βαθμών διαχωρισμού και θεωρείται "ένα μικρό παγκόσμιο πρόβλημα" όπου η κοινωνία γίνεται ολοένα και περισσότερο διασυνδεδεμένη. Όπως προαναφέρθηκε και στην προηγούμενη ενότητα το 2004 ήταν η αρχή για το Facebook όπου ξεκίνησε ως μια διαδικτυακή κοινότητα για φοιτητές του Πανεπιστημίου του Χάρβαρντ και από τότε έγινε η πιο δημοφιλής ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης στον κόσμο. Το 2016, υπήρχαν 2.34 δισεκατομμύρια χρήστες κοινωνικών δικτύων παγκοσμίως ενώ την ίδια χρονιά, το 22,9% του παγκόσμιου πληθυσμού χρησιμοποίησε το Facebook. Το 2015 ο μέσος χρήστης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δαπάνησε 1,7 ώρες την ημέρα στα κοινωνικά μέσα στις ΗΠΑ και 1,5 ώρες στο Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ οι χρήστες των κοινωνικών μέσων στις Φιλιππίνες είχαν την υψηλότερη καθημερινή χρήση σε 3,7 ώρες. Αυτό υποδηλώνει ότι η χρήση των κοινωνικών μέσων έχει γίνει μια σημαντική ψυχαγωγική δραστηριότητα για πολλούς, επιτρέποντας στα άτομα να συνδεθούν μεταξύ τους online ανεξάρτητα από τον περιορισμό του χρόνου και του χώρου. (Kuss & Griffiths, 2017)

Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης (Social Networks) είναι εικονικές κοινότητες όπου οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν δημόσια ένα προφίλ να αλληλεπιδρούν με άλλα άτομα τόσο οικεία όσο και άλλα με κοινά ενδιαφέροντα. Σύμφωνα με πολλούς οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα "παγκόσμιο φαινόμενο" με συνεχή αύξηση της χρήσης τα τελευταία χρόνια. (Kaplan & Haenlein, 2010)

Ωστόσο, ως ανεξάρτητη μελέτη περίπτωσης αποδεικνύεται ο εθισμός στις συγκεκριμένες ιστοσελίδες μπορεί να αποτελέσει ένα δυνητικό πρόβλημα για την ψυχική υγεία ορισμένων χρηστών. Στη σύγχρονη βιβλιογραφία τα ευρήματα δείχνουν ότι τα SNS χρησιμοποιούνται κυρίως για κοινωνικούς σκοπούς, που σχετίζονται κυρίως με τη συντήρηση των εγκατεστημένων δικτύων εκτός σύνδεσης. Επιπλέον, φαίνεται ότι είναι κατά κύριο λόγο ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης για κοινωνική βελτίωση. Οι αρνητικές συσχετίσεις της χρήσης SNS περιλαμβάνουν τη μείωση της

πραγματικής συμμετοχής στην πραγματική κοινότητα, καθώς και προβλήματα στις ανθρώπινες σχέσεις, καθένα από τα οποία μπορεί να είναι ενδεικτικό φαινόμενο του ενδεχόμενου εθισμού (Griffiths & Kuss, 2017).

## 1.4.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΘΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Οι περισσότεροι ερευνητές θα συμφωνούσαν ότι ο εθισμός στο Διαδίκτυο μπορεί να οριστεί ως η ψυχική και η φυσική εξάρτηση από τη χρήση του Διαδικτύου. Πιο συγκεκριμένα, εννοεί μια κατάσταση η οποία περιλαμβάνει την απόσυρση, ανοχή και την εμμονή στο διαδίκτυο (Beard, 2002).

Ως Διαταραχή εξάρτησης από το Διαδίκτυο (IAD) είναι η υπερβολική και καταναγκαστική χρήση του διαδικτύου που παρεμβαίνει και βλάπτει την καθημερινότητά. Υπάρχουν διάφοροι τύποι δραστηριοτήτων στο διαδίκτυο στους οποίους μπορείτε να είστε εθισμένοι. Αυτοί οι διαφορετικοί τύποι εθισμού στο Διαδίκτυο περιλαμβάνουν τα εξής:

- Εθισμός σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (εθισμός Facebook)
- Εθισμός στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο
- Εθισμός σε forum
- Εθισμός στο videogame μέσω διαδικτύου
- Εθισμός σε σελίδες ενημέρωσης
- Εθισμός σε ιστοτόπους κοινωνικών μέσων ενημέρωσης (Social media)

Ο εθισμός στο Διαδίκτυο μπορεί επίσης να υπάρξει και σε άλλες δραστηριότητες όπως:

- Εθισμός στην ηλεκτρονική αγορά
- Εθισμός στα τυχερά παιχνίδια

- Παρακολούθηση πορνογραφίας

Μερικοί άνθρωποι προτιμούν να βλέπουν τον εθισμό στο διαδίκτυο ως κάτι καταναγκαστικό, ενώ άλλοι άνθρωποι βλέπουν τον εθισμό στο διαδίκτυο ως μη εθισμό, αλλά περισσότερο ως σύμπτωμα άλλων υποκείμενων διαταραχών. Για παράδειγμα, ο εθισμός στο διαδίκτυο μπορεί να συγκριθεί με τον εθισμό στα τρόφιμα, όπου οι άνθρωποι τρώνε ως μορφή αυτοθεραπείας ενάντια σε υποκείμενα θέματα όπως η κατάθλιψη ή το άγχος. (Beard, 2002)

Σύμφωνα με τον Young (1998), ο οποίος έκανε το έναυσμα με τη μελέτη του για τον εθισμό στο διαδίκτυο, ισχυρίζεται ότι ο όρος εθισμός μπορεί να εφαρμοστεί στη χρήση του διαδικτύου επειδή τα συμπτώματα του εθισμού στο διαδίκτυο έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά όπως αυτά του εθισμού στο τσιγάρο και το αλκοόλ. Η μέτρηση για τον εθισμό στο διαδίκτυο αποτελείται από 20 ερωτήσεις σε μια πενταβάθμια κλίμακα Likert και πολλοί ερευνητές οι οποίοι έχουν πραγματοποιήσει πρόσφατες μελέτες σχετικά με τον εθισμό στο Διαδίκτυο, αναφέρονται στη μέτρηση του Young. (Kim & Kim, 2002)

Ο Bratter και ο Forest (1985) και ο Freeman, (1992) ορίζουν τον εθισμό ως «πρότυπο συμπεριφοράς καταναγκαστικής χρήσης ναρκωτικών που χαρακτηρίζεται από συντριπτική εμπλοκή με τη χρήση ενός φαρμάκου και την εξασφάλιση της προσφοράς, καθώς και την τάση για υποτροπή μετά ολοκλήρωση της απόσυρσης». (Kim & Kim, 2002)

Όπως και οι υπόλοιποι εθισμοί, ο εθισμός στο Διαδίκτυο είναι μια ψυχοφυσιολογική διαταραχή που συνεπάγεται με την ανοχή (η ίδια ποσότητα χρήσης προκαλεί λιγότερη ανταπόκριση, αυξημένες ποσότητες καθίστανται αναγκαίες για να προκαλέσουν την ίδια ευχαρίστηση), συμπτώματα απόσυρσης (ιδιαίτερα, τρόμο, άγχος) και διαταραχές (κατάθλιψη) και διακοπή των κοινωνικών σχέσεων (μείωση ή απώλεια). Η διαταραχή εθισμού στο Διαδίκτυο αναφέρεται στη προβληματική χρήση του Διαδικτύου, συμπεριλαμβανομένων των διαφόρων πτυχών της τεχνολογίας του, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) και ο Παγκόσμιος Ιστός (Ferris, 2008).

Ο εθισμός στο διαδίκτυο ορίζεται ως προβληματική χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, φόρουμ, χώρων συνομιλίας, ιστοτόπων και άλλων πόρων στο



διαδίκτυο, στο βαθμό που παρεμποδίζει καθημερινές δραστηριότητες και προσωπικές σχέσεις. Παρόλο που τα μέσα ενημέρωσης συχνά παρουσιάζουν στερεότυπα σχετικά με τον εθισμό στο Διαδίκτυο ως πρόβλημα που σχετίζεται με άτομα νεότερης ηλικίας, αυτή είναι μια κατάσταση που δεν ορίζεται από την ηλικία, το φύλο, την εθνικότητα, το εισόδημα ή το επίπεδο εκπαίδευσης. (Hinders, 2017)

### **1.4.3 Αιτια εθισμού στο διαδίκτυο**

Κανείς δεν ξέρει τι προκαλεί το άτομο να είναι εθισμένο στο Διαδίκτυο, αλλά υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που έχουν προταθεί ότι συμβάλλουν στον εθισμό στο Διαδίκτυο. Μια θεωρία αφορά τις δυνατότητες μεταβολής της διάθεσης και της συμπεριφοράς που σχετίζονται με τον εθισμό. Ακριβώς όπως ένα άτομο εξαρτημένο από τα ψώνια μπορεί να αισθάνεται μια ευχάριστη αλλαγή στη διάθεση του, μετά από ένα ξεφάντωμα δαπανών για την αγορά αγαθών έτσι και ο εθισμός στο Διαδίκτυο μπορεί να δημιουργήσει την ίδια αίσθηση ευχαρίστησης από την εκκίνηση του υπολογιστή τους και πηγαίνοντας στις αγαπημένες τους ιστοσελίδες. Με άλλα λόγια, ορισμένοι ερευνητές πιστεύουν ότι υπάρχουν χημικές αλλαγές που συμβαίνουν στο σώμα όταν κάποιος εμπλέκεται σε μια εθιστική συμπεριφορά. Επιπλέον, από βιολογική άποψη, μπορεί να υπάρχει ένας συνδυασμός γονιδίων που καθιστούν ένα άτομο πιο ευάλωτο στις εθιστικές συμπεριφορές, ακριβώς όπως οι ερευνητές έχουν εντοπίσει γονίδια που επηρεάζουν την ευαισθησία ενός ατόμου στο αλκοόλ. (Hinders, 2017)

Εκτός από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα ενός εθισμού στη διαδικασία, η χρήση του Διαδικτύου μπορεί να ενισχυθεί από ευχάριστες σκέψεις και συναισθήματα που συμβαίνουν ενώ το άτομο χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο. Αν και οι ερευνητές στον τομέα των εθιστικών μελετών αμφισβητούν την έννοια της «εθιστικής προσωπικότητας» ως τέτοια, είναι πιθανό ότι κάποιος που έχει έναν εθισμό μπορεί να είναι επιρρεπής σε εθισμό σε άλλες ουσίες ή δραστηριότητες, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης του Διαδικτύου. Οι άνθρωποι με τέτοιες άλλες ψυχικές διαταραχές ή συμπτώματα όπως κατάθλιψη, αισθήματα απομόνωσης, άγχος μπορούν να ικανοποιηθούν χρησιμοποιώντας το Διαδίκτυο με τον ίδιο τρόπο που μερικοί άνθρωποι χρησιμοποιούν οινόπνευμα ή ναρκωτικά για να αυτοθεραπεύσουν την ψυχική τους διαταραχή (Hinders, 2017).

Από κοινωνική ή διαπροσωπική άποψη, μπορεί να υπάρχουν οικογενειακοί παράγοντες που να ωθούν τη χρήση του Διαδικτύου. Για τα άτομα που αναπτύσσουν προβλήματα με τη χρήση του Ίντερνετ ενδέχεται να ξεκινήσουν να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο σε περιστασιακή βάση και στη συνέχεια να προχωρήσουν στη χρήση της τεχνολογίας με δυσλειτουργικούς τρόπους. Η χρήση του Διαδικτύου μπορεί να επηρεάσει την κοινωνική ζωή του ατόμου, το σχολικό έργο ή τις εργασίες που σχετίζονται με την εργασία στην εργασία. Πολλές από τις θεραπείες που έχουν χρησιμοποιηθεί για τον εθισμό στο Internet έχουν διαμορφωθεί μετά από άλλα προγράμματα θεραπείας εξάρτησης και ομάδες υποστήριξης. Τα άτομα που αναπτύσσουν προβλήματα με τη χρήση του Ίντερνετ ενδέχεται να ξεκινήσουν να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο σε περιστασιακή βάση και στη συνέχεια να προχωρήσουν στη χρήση της τεχνολογίας με δυσλειτουργικούς τρόπους. Η χρήση του Διαδικτύου μπορεί να επηρεάσει την κοινωνική ζωή του ατόμου, τις εργασίες που σχετίζονται με την εργασία του. Πολλές από τις θεραπείες που έχουν χρησιμοποιηθεί για τον εθισμό στο Internet έχουν διαμορφωθεί μετά από άλλα προγράμματα θεραπείας εξάρτησης και ομάδες υποστήριξης (Kraut et al., 1998).

Μία ερώτηση που δεν έχει ακόμη απαντηθεί σχετικά με τον εθισμό στο Διαδίκτυο είναι κατά πόσο πρόκειται για διακριτικό τύπο εθισμού ή απλώς για μια νέα τεχνολογία που χρησιμοποιείται για την υποστήριξη άλλων εθισμών. Για παράδειγμα, υπάρχουν στο διαδίκτυο χαρτοπαικτικές λέσχες τυχερών παιχνιδιών που θα μπορούσαν να ενισχύσουν τον προϋπάρχοντα εθισμό στα τυχερά παιχνίδια ενός ατόμου. Ομοίως, κάποιος εθισμένος στα ψώνια θα μπορούσε να μεταφέρει τον εθισμό του από το τοπικό εμπορικό κέντρο σε ηλεκτρονικά καταστήματα. Τα άτομα που είναι εθισμένα σε ορισμένες μορφές σεξουαλικής συμπεριφοράς μπορούν να επισκεφθούν ιστότοπους πορνογραφίας στο Διαδίκτυο ή να χρησιμοποιήσουν χώρους συνομιλίας για να συναντήσουν άλλους που ενδέχεται να είναι πρόθυμοι να συμμετάσχουν σε αυτές τις μορφές συμπεριφοράς (Kraut et al., 1998).

Οι αιτίες του εθισμού στο Διαδίκτυο δεν είναι πολύ διαφορετικές από τις αιτίες που οδηγούν άλλους τύπους εθισμού. Πιο συγκεκριμένα, οι επιπτώσεις από τον εθισμό στο Διαδίκτυο στη ζωή ενός ατόμου μπορεί να είναι εξίσου επιζήμιες με εκείνες του εθισμού στο αλκοόλ ή τα ναρκωτικά. Τέλος, κάποιος που έχει χάσει φίλους, οικογένεια, δουλειά ή ακόμα και χρήματα εξαιτίας του χρόνου που ξοδεύει στο διαδίκτυο μπορεί να έχει πρόβλημα εθισμού (Kraut et al., 1998).

Κάποιος με εθισμό στο διαδίκτυο αντιμετωπίζει αλλαγές στην συμπεριφορά όταν γίνεται online και όταν είναι εκτός σύνδεσης. Η αίαθηση ικανοποίησης από την απευθείας σύνδεση προκύπτει από την απελευθέρωση ενδορφινών στον εγκέφαλο. Στην πραγματικότητα, η δραστηριότητα σβήνει άμεσα στο σύστημα ανταμοιβής του εγκεφάλου, το οποίο παίζει ρόλο σε όλους τους εθισμούς. Η αντίστροφη επίδραση συμβαίνει με τη μορφή συμπτωμάτων στέρησης, όταν ένα άτομο ξοδεύει χρόνο μακριά από το Internet. Αυτό περιλαμβάνει επίσης χημικές αλλαγές στο σύστημα ανταμοιβής του εγκεφάλου (Kraut et al., 1998).

Ακριβώς όπως με τους εθισμούς κατάχρησης ουσιών, οι αιτίες για τον εθισμό στο Διαδίκτυο συνεπάγονται τόσο τη φυσική όσο και τη συμπεριφορά ενός ατόμου. Παρόλο που οι εθισμοί στο διαδίκτυο έχουν να κάνουν περισσότερο με τον έλεγχο των συμπεριφορών κάποιου από τον έλεγχο μιας επιθυμίας για ένα πραγματικό φάρμακο, οι φυσικές αιτίες της εξάρτησης από το διαδίκτυο οδηγούν επίσης την επιθυμία να "χρησιμοποιήσουν"(Kraut et al., 1998).

Ενώ χρειάζεται να ολοκληρωθεί περισσότερη έρευνα σχετικά με το γιατί οι άνθρωποι γίνονται εθισμένοι στο διαδίκτυο, υπάρχουν κάποιες γνωστές αιτίες εθισμού στο Διαδίκτυο. Οι αιτίες μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με την ηλικία, το φύλο και, φυσικά, την προσωπικότητα (Kraut et al., 1998).

- Κοινωνικές αιτίες:

Μερικοί άνθρωποι γίνονται εθισμένοι στο Internet λόγω των κοινωνικών συνδέσεων που κάνουν online. Ορισμένες δραστηριότητες σε απευθείας σύνδεση σχέσεις μπορούν να είναι χρήσιμες και υγιείς, και πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν φόρουμ για συμβουλές ή συνομιλίες για χαλάρωση, αλλά όταν ένα άτομο έχει πολλούς στενούς φίλους σε απευθείας σύνδεση και κανείς δεν μπορεί να υπολογίζει στον πραγματικό κόσμο, τα προβλήματα μπορούν να αναπτυχθούν (Kraut et al., 1998).

Ένα άτομο που εξαρτάται από το Διαδίκτυο, όμως, θα αναπτύξει εξαιρετικά συναισθήματα σε φίλους του διαδικτύου ή ακόμη σε online ραντεβού. Οι ηλεκτρονικές σχέσεις είναι ελκυστικές για μερικούς για το λόγο ότι φαίνονται λιγότερο επικίνδυνες και από το να συναντούν ζωντανά τους ανθρώπους αυτοπροσώπως. Οι φίλοι του διαδικτύου επιτρέπουν στους ανθρώπους να

ξεφύγουν από την πραγματική τους ζωή και ενδεχομένως να εκπληρώσουν τις ανάγκες τους για συναισθηματικές επαφές που δεν λαμβάνουν στην πραγματική ζωή. Εθισμένοι σε διαδικτυακές σχέσεις μπορεί ακόμη και να δημιουργήσουν μία ψεύτικη προσωπικότητα για τον εαυτό τους. Πρόκειται για μια επικίνδυνη πρακτική, επειδή συχνά οι άνθρωποι που δημιουργούν αυτές τις ψεύτικες ζωές έχουν ήδη χαμηλή αυτοεκτίμηση και αναζητούν απεγνωσμένα την έγκριση από άλλους. Αντί να αναζητούν πραγματική βοήθεια από έναν σύμβουλο, αυτοί οι άνθρωποι απλώς ξαναγίνονται στον ιστό, ενώ δεν αλλάζουν τίποτα για την πραγματική ζωή τους χωρίς σύνδεση. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένα συμπτώματα κατάθλιψης και αισθήματα ανεπάρκειας (Kraut et al., 1998).

- Προβλήματα της προσωπικότητας

Μία έρευνα σχετικά με τον εθισμό στο Διαδίκτυο επισημαίνει ότι μερικοί άνθρωποι μπορεί να έχουν προδιάθεση στον εθισμό από το διαδίκτυο όπως κάποιος μπορεί να έχει προδιάθεση στον εθισμό από αλκοόλ. Αυτό που επισημαίνει η έρευνα είναι ότι κάποιος με το σωστό μίγμα μιας εθιστικής προσωπικότητας, όπως το στρες και η κακή συναισθηματική υγεία θα μπορούσε να γίνει εθισμένος στο διαδίκτυο αν αυτό έρθει σε αυτή την περίοδο της ζωής του. Επιπλέον, οι άνθρωποι μπορεί να εθιστούν επειδή το διαδίκτυο προσδίδει ένα θετικό συναίσθημα (Kraut et al., 1998).

#### **1.4.4 Συνεπειες του Εθισμού**

Ο εθισμός στο Διαδίκτυο, είναι ένα αυξανόμενο φαινόμενο που προσελκύει περισσότερους χρήστες καθώς οι νέες εξελίξεις στην τεχνολογία επικοινωνιών καθίστανται πιο εύκολα προσιτές και διαθέσιμες. Όπως και οι περισσότεροι εθισμοί, οι επιπτώσεις του εθισμού στο Διαδίκτυο μπορούν να προκαλέσουν ανεπιθύμητες αλλαγές στη ζωή ενός ατόμου. Τέλος, οι επιπτώσεις του εθισμού στο Διαδίκτυο μπορούν επίσης να προκαλέσουν βλάβη στην ψυχική και σωματική υγεία ενός ατόμου (Beard, 2002).

Όταν κάποιος εμπλέκεται σε δραστηριότητες στο διαδίκτυο, κατά το μεγαλύτερο μέρος τους δεν γνωρίζει τις αλλαγές ή τα αποτελέσματα του εθισμού στο διαδίκτυο. Από την εξωτερική εμφάνιση, αυτές οι αλλαγές γίνονται όλο και πιο

εμφανείς στους φίλους και τους αγαπημένους. Ορισμένοι τύποι εθισμού στο διαδίκτυο ειδικότερα, όπως η cyber-porn, οι σχέσεις στον κυβερνοχώρο και τα online τυχερά παιχνίδια αποτελούν άμεσες απειλές για τη σταθερότητα σε ένα σπίτι ή σε ένα γάμο (Beard, 2002).

Άλλοι τύποι δραστηριότητας στο διαδίκτυο, όπως η συνεχής πλοήγηση στο διαδίκτυο, μπορεί να μην αποτελούν άμεση απειλή για τις στενές σχέσεις, αλλά μπορούν να προκαλέσουν ζημιές. Στην πραγματικότητα, ο άπληστος χρήστης του διαδικτύου έχει ουσιαστικά εγκαταλείψει τις αλληλεπιδράσεις με άλλους (Beard, 2002).

Οι επικίνδυνες επιπτώσεις του εθισμού στο Διαδίκτυο μπορούν επίσης να λάβουν τη μορφή αντικατάστασης του χρόνου αλληλεπίδρασης πρόσωπο με πρόσωπο με μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και γραπτά μηνύματα. Τελικά, η απώλεια σημαντικών σχέσεων στη ζωή ενός ατόμου ισοδυναμεί με απώλεια αυτοδιάθεσης και σχέση με τη ζωή (Beard, 2002).

Η συνεχής δαπάνη χρόνου στο διαδίκτυο σταδιακά απομονώνει ένα άτομο από φίλους και αγαπημένους. Οι επιπτώσεις του εθισμού στο διαδίκτυο προδιαθέτουν ένα άτομο και την εμπλοκή του σε καταστάσεις που σχετίζονται με την κατάθλιψη και σε ορισμένες περιπτώσεις την κατάχρηση ουσιών. Μια συνεχής έλλειψη κοινωνικής αλληλεπίδρασης μπορεί να έχει πραγματικές φυσικές επιδράσεις στη χημεία του εγκεφάλου ενός ατόμου καθώς και στη σωματική υγεία (Beard, 2002).

Οι επιπτώσεις του εθισμού στο διαδίκτυο μπορούν να αφήσουν ένα άτομο να αγνοεί τις ανεκπλήρωτες ανάγκες για κοινωνική αλληλεπίδραση. Καθώς τα συμπτώματα της κατάθλιψης αυξάνονται, αυξάνεται η πιθανότητα χρήσης του διαδικτύου. Προσθέστε σε αυτό τη γενική έλλειψη άσκησης ένα άτομο παίρνει και σωματική υγεία αρχίζει να μειώνεται κατά τη διαδικασία. (Beard, 2002)

Τα άτομα που είναι εθισμένα στο διαδίκτυο ενδέχεται να παρουσιάσουν μερικά από τα ακόλουθα αποτελέσματα:

- ✓ Ανθρώπινος έλεγχος παρορμήσεων: δεν μπορούν να σταματήσουν να επισκέπτονται ιστοσελίδες ή να ελέγχουν μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (Beard & Wolf, 2001).
- ✓ Προσέγγιση: ένα άτομο μπορεί να εκτελεί τακτικά δραστηριότητες όπως η περιήγηση στο διαδίκτυο ή το online gaming, για να αποφευχθεί η εκτέλεση σημαντικών καθηκόντων (Beard & Wolf, 2001) .
- ✓ Αποφυγή από οικογένεια και των φίλους (μείωση της κοινωνικής ζωής): οι άνθρωποι που είναι εξαρτημένοι στο διαδίκτυο συχνά αλληλεπιδρούν λιγότερο με φίλους και οικογένειά (Beard & Wolf, 2001).
- ✓ Χαμηλότερη παραγωγικότητα: Οι άνθρωποι που είναι εθισμένοι στο διαδίκτυο είναι πιθανό να έχουν χαμηλότερους ρυθμούς παραγωγικότητας καθώς αναστέλλουν την εργασία τους και δεν είναι σε θέση να επικεντρωθούν στο έργο και αποστασιοποιούνται εύκολα (Beard & Wolf, 2001).
- ✓ Διαστρέβλωση του χρόνου: Η πλοήγηση στο διαδίκτυο ή η αναπαραγωγή παιχνιδιών στο διαδίκτυο είναι κοινή μεταξύ των εθισμένων στο διαδίκτυο, οι οποίοι μπορεί να διαπιστώσουν ότι ο χρόνος περνάει γρήγορα ενώ κάνουν αυτές τις δραστηριότητες. Οι εθισμένοι στο διαδίκτυο απορροφούνται έντονα και δεν καταφέρνουν να παρατηρήσουν την ώρα που έχει περάσει (Beard & Wolf, 2001).
- ✓ Εξωαπασχόληση και διάσπαση: Η έντονη συμμετοχή σε μια online κοινότητα ή ένα videogame μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένας τρόπος για να ξεφύγουμε από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν σήμερα οι χρήστες. Για παράδειγμα, κάποιος μπορεί να εμπλακεί υπερβολικά σε μια κοινότητα του διαδικτύου που βασίζεται σε ένα βιντεοπαιχνίδι ή σε ένα κοινωνικό δίκτυο το χρησιμοποιούν σαν δεκανίκι για να αποφύγουν να αντιμετωπίσουν αλληλεπιδράσεις πρόσωπο με πρόσωπο στον πραγματικό κόσμο (Beard & Wolf, 2001).
- ✓ Η καταστολή και το άγχος: Οι άνθρωποι που πάσχουν από κατάθλιψη μπορούν να χρησιμοποιήσουν το Διαδίκτυο ως ένα είδος «φαρμακευτικής αγωγής» επιτρέποντας στους εαυτούς τους να ξεφύγουν και να αγνοήσουν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν σήμερα βυθίζοντας τον εαυτό τους στον κόσμο του διαδικτύου. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε περαιτέρω κατάθλιψη ή και άγχος όταν «αποσυνδεθούν» καθώς δεν έχουν ακόμη αντιμετωπίσει τα προβλήματά τους. (Beard & Wolf, 2001)

Παρόλο που το Διαδίκτυο προσφέρει τρόπους για να συνδεθεί με ανθρώπους σε όλο τον κόσμο, οι αλληλεπιδράσεις είναι συχνά επιφανειακές και σπανίως υποκαθιστούν τις πραγματικές σχέσεις. Εκτός από τις ενδεχόμενες βλάβες στις σχέσεις, τα οικονομικά και την κατάσταση της εργασίας, ο εθισμός στο διαδίκτυο μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τους ανθρώπους με άλλους τρόπους, όπως η επιδείνωση ή την δημιουργία προβλημάτων ψυχικής υγείας (Gilstrap,2016).

Το 2008, ο Δρ. Jerald J. Block διεξήγαγε μια μελέτη που κατέληξε στο συμπέρασμα ότι 86% των εξαρτημένων στο διαδίκτυο παρουσίαζαν άλλες διαταραχές ψυχικής υγείας. Οι συνθήκες ψυχικής υγείας που συνδέονται ορισμένες φορές με τον εθισμό στο διαδίκτυο περιλαμβάνουν: α)Κατάθλιψη, β)Ανησυχία, γ) Κοινωνική απομόνωση, δ)Ψύχωση, ε)Εχθρότητα, στ)Αυπνία, ζ)Διαταραχή ελέγχου παλμών, η)Διαταραχές στην χρήση ουσιών, όπως κατάχρηση αλκοόλ θ)Τάσεις αυτοκτονίας (Gilstrap,2016).

Οι άνθρωποι που είναι εθισμένοι στο διαδίκτυο ενδέχεται επίσης να υποσιτιστούν εξαιτίας κακών διατροφικών συνηθειών, όπως τη μη κατανάλωση αρκετά συχνά ή την κατανάλωση ανθυγιεινών σνακ και γευμάτων για τον λόγο ότι δεν παίρνουν πολύ χρόνο μακριά από τον ιστό και μπορούν να καταναλωθούν ενώ κάθονται σε έναν υπολογιστή (Gilstrap,2016).

Ιατρικές έρευνες αντιμετώπισαν πρόβλημα ως προς τον καθορισμό εάν η κατάθλιψη οδηγεί σε εθισμό στο διαδίκτυο ή αντίστροφα. Είτε έτσι είτε αλλιώς, όσο μεγαλύτερος γίνεται ο εθισμός, τόσο περισσότερο η κατάθλιψη επιδεινώνεται στις περισσότερες περιπτώσεις. Αυτό μπορεί να γίνει ένας φαύλος κύκλος. Η κατάθλιψη μπορεί να δελεάσει κάποιον στο να αφιερώσει άπλετο χρόνο σε ένα υπολογιστή ή μια συσκευή με δυνατότητα Internet (Gilstrap,2016).

Η προαναφερθείσα μελέτη της Ταϊβάν εξέτασε προσεκτικά τη σχέση μεταξύ αυτοκτονίας και εθισμού στο Διαδίκτυο. Κατά τη σύγκριση των ερωτηθέντων με εθισμό στο διαδίκτυο με τους μη εξαρτημένους, οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι οι εθισμένοι στο Διαδίκτυο έχουν:

- Ένα 47% υψηλότερο ποσοστό αυτοκτονικών σκέψεων μέσα σε μια εβδομάδα
- Ένα 23% υψηλότερο ποσοστό απόπειρας αυτοκτονίας κατά τη διάρκεια της ζωής

- Ένα 5% υψηλότερο ποσοστό αυτοκτονιών προσπαθεί μέσα σε ένα χρόνο
- Είναι εκπληκτικό ότι στην ίδια μελέτη διαπιστώθηκε ότι τα άτομα με εθισμό στο διαδίκτυο έχουν ένα 65% υψηλότερο ποσοστό ψυχιατρικής νοσηρότητας (Gilstrap,2016).

## **1.5 JOB CRAFTING**

### **1.5.1 ΟΡΙΣΜΟΣ**

Εξ ορισμού, η δημιουργική εργασία είναι ο τρόπος με τον οποίο ένας υπάλληλος αναδιαμορφώνει το έργο του, σωματικά, κοινωνικά και γνωστικά. Είναι το τι κάνουν οι εργαζόμενοι για να επανασχεδιάσουν τη δουλειά τους με τρόπους που ενθαρρύνουν την εμπλοκή στην εργασία, την ικανοποίηση από την εργασία, την ανθεκτικότητα και την ευημερία" (Berg & Wrzesniewski & Dutton, 2010).

Όταν ένας υπάλληλος λαμβάνει μια περιγραφή εργασίας ή καθορίζει έναν αριθμό καθηκόντων που αναμένονται από το χρόνο εργασίας, ανεξάρτητα από το περιεχόμενο, παραμένει η πραγματική εργασία. Σε αυτή τη διαδικασία, ο εργαζόμενος θα καθορίσει τα φυσικά και γνωστικά όρια της εργασίας και θα ασχοληθεί με τις κοινωνικές σχέσεις που απαιτούνται για την εκτέλεση της εργασίας. Όταν ένα από αυτά τα στοιχεία της εργασίας μεταβάλλονται από τον εργαζόμενο, λέγεται ότι είναι δημιουργική εργασία (job crafting) (Wrzesniewski & Dutton, 2001).

### **1.5.2 Οφέλη Job Crafting**

Η δημιουργική εργασία βοηθά τους ανθρώπους να βρουν νόημα στο έργο τους, καθώς ο σκοπός των εργασιών είναι αναδιαμορφωμένος (Wrzesniewski, 2014). Ανασχηματίζοντας το σκοπό της δουλειάς του έχει αλλάξει το νόημα της δουλειάς του και τη φύση των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων που περιβάλλουν το έργο που με τη σειρά του μεταβάλλει την ταυτότητα της δουλειάς του και την ευημερία του.

Μέσα από τη δράση της δημιουργικής εργασίας, οι εργαζόμενοι έχουν την ευκαιρία να αξιοποιήσουν αποτελεσματικά τα δυνατά τους σημεία μέσα από πειραματισμούς, τον σχηματισμό ορίων και κοινωνική δέσμευση που οδηγεί σε μεγαλύτερη συναισθηματική ευημερία (French, 2010).



Και μόνο στην περίπτωση όπου η νόμιμη εργασία και η συναισθηματική ευημερία δεν ήταν αρκετά κίνητρα, η δουλειά δημιουργεί επίσης αυξημένη δέσμευση εργασίας, ικανοποίηση και προσήλωση στη δουλειά και επιτρέπει την κινητικότητα σε νέους ρόλους, ενθαρρύνοντας έτσι τη συνολική απόδοση (French, 2010)..

## 1.6 ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΑΥΤΟΝΟΜΙΑ

Η αυτονομία αναφέρεται σε ένα πλαίσιο λογοδοσίας, εξουσίας και ευθύνης σύμφωνα με τον Mgrayan (2006). Η αυτονομία της εργασίας μπορεί να οριστεί ως «μια πρακτική ή μια δέσμη πρακτικών που συνεπάγονται την ανάθεση ευθύνης στην ιεραρχία, ώστε να παρέχεται στους υπαλλήλους αυξημένη εξουσία λήψης αποφάσεων όσον αφορά την εκτέλεση των κύριων καθηκόντων τους» Αυτή η προοπτική θεωρεί την αυτονομία της εργασίας ως διαρθρωτική χειραφέτηση Kanter (1993) μέσω της πρόσβασης σε πληροφορίες, σε πόρους και ευκαιρίες ανάπτυξης που επηρεάζουν άμεσα το επίπεδο ελέγχου των εργαζομένων (Leach et al., 2003).

Σύμφωνα με τη θεωρία κινήτρων-υγιεινής του Herzberg, η αυτονομία της εργασίας είναι ένας παράγοντας που παρακινεί τους εργαζόμενους Herzberg et al (1969). Στο μοντέλο χαρακτηριστικών εργασίας, η αυτονομία της εργασίας θεωρείται ως ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της εργασίας (δηλαδή ποικιλία εργασιών, ταυτότητα εργασίας, σημασία εργασίας, αυτονομία και ανατροφοδότηση), τα στοιχεία που επηρεάζουν θετικά τις ψυχολογικές καταστάσεις των εργαζομένων και οδηγούν έτσι σε καλύτερες εργασιακές συνέπειες, υψηλότερο εσωτερικό κίνητρο εργασίας, ποιότητα των επιδόσεων και ικανοποίηση από την εργασία και χαμηλότερη απουσία και κύκλο εργασιών (Hackman & Oldman, 1975).

Εκτός από τα θεωρητικά επιχειρήματα, προηγούμενες εμπειρικές μελέτες έχουν δείξει ότι η αυτονομία της εργασίας συνδέεται θετικά με την εμπλοκή της εργασίας, την ικανοποίηση, τη γενική υγεία και ευεξία και τις κινητικές και μεταγνωστικές διαδικασίες μάθησης των εργαζομένων (Probst et al., 1998 & Demerouti, 2000 & Laschinger et al., 2001 & Barling et al., 2002 & Thompson & Prottas, 2006 & Wielenga-Meijer, 2010). Η αυτονομία της εργασίας θεωρείται επίσης ως προστασία έναντι των αρνητικών αποτελεσμάτων για τα άτομα που χρησιμοποιούν στρατηγικές συναισθηματικής εργασίας κατά τις Johnson & Spector (2007) για την αντιμετώπιση του άγχους των υψηλών απαιτήσεων απασχόλησης Spoor (2010) και σχετίζεται με

τον μικρότερο κύκλο εργασιών σύμφωνα με τον Parsons (2003). Επιπλέον, η αυξημένη αυτονομία της εργασίας σχετίζεται με την αυξημένη μεταβλητότητα των καθηκόντων και την πιο προσαρμοσμένη φροντίδα για τους ασθενείς (Streit & Brannon, 1994).

Συζητήθηκε ότι οι εργαζόμενοι σε μια κυβέρνηση ή δημόσια υπηρεσία ιδιοκτησίας μπορεί να αντιλαμβάνονται λιγότερη ανάγκη για ευκαιρίες ανάπτυξης ή κινητήρια κίνητρα από ό, τι στην περίπτωση των εργαζομένων σε ιδιωτικούς οργανισμούς (Dixit, 1997). Από την άλλη πλευρά, υποστηρίχθηκε ότι στους δημόσιους οργανισμούς, μεγαλύτερη συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων, λιγότερη πολιτική διείσδυση, περισσότερη σεβαστή και υποστηρικτική εποπτεία και περισσότερες ευκαιρίες για πρόοδο αποτελούν παράγοντες δέσμευσης των εργαζομένων στις οργανώσεις τους (Balfour and Wechsler, 1996) . Ως δημόσια υγειονομικά ιδρύματα, τα κέντρα διοίκησης υγείας έχουν εκτιμήσει την αξία των συστημάτων υψηλής συμμετοχής, τα οποία χαρακτηρίζονται ως ολιστική σχεδίαση εργασιών αυτών των αλληλένδετων βασικών χαρακτηριστικών: 1)εμπλοκή, 2)ενδυνάμωση, 3)ανάπτυξη, 4)εμπιστοσύνη, 5)ανοικτό πνεύμα, 6)ομαδική εργασία και 7)ανταμοιβές βάσει επιδόσεων . Τα χαρακτηριστικά αυτά συσχετίστηκαν τόσο με μεγαλύτερη ικανοποίηση των εργαζομένων όσο και με χαμηλότερο κόστος για τις υπηρεσίες ασθενών (Harmon et al., 2003). Επίσης, η προσπάθεια στην εμπιστοσύνη πρωτοβάθμιας περίθαλψης (PCT), μέρος της Εθνικής Υπηρεσίας Υγείας (NHS) στην Αγγλία, η οποία είναι το δημόσιο σύστημα υγειονομικής περίθαλψης, για να καταστούν οι εργαζόμενοι πιο αυτόνομοι θεωρήθηκε ως μια στρατηγική για την αύξηση του οργανωτικού ελέγχου. Ωστόσο, υποστηρίχθηκε επίσης ότι μπορεί να προκύψουν εντάσεις μεταξύ της προώθησης ενός λόγου αυτονομίας και της ανάγκης ελέγχου των εργαζομένων ώστε να επιτευχθούν αποτελεσματικά κεντρικά καθορισμένοι στόχοι ή δημιουργώντας προσδοκίες που δεν πληρούνται. Η εισαγωγή ενός λόγου αυτονομίας σε αυτή την περίπτωση άφησε το προσωπικό να αισθάνεται υποτιμημένο και απογοητευμένο (McDonald et al., 2007).

### **1.6.1 Η σχέση της εργασιακής αυτονομίας και της χρήσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης**

Στην ανασκόπηση και την ανάγνωση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας υπάρχουν ευρήματα που η εργασιακή αυτονομία σχετίζεται με την χρήση του

Διαδικτύου στον χώρο της εργασίας. Μάλιστα, γεγονός αποτελεί ότι ένα περιβάλλον εργασίας μια κατάσταση ή η αντίληψη των εργαζομένων ότι ελέγχουν την σταδιοδρομία τους καθώς και οι εργαζόμενοι που το πιστεύουν ότι έχουν λιγότερο έλεγχο για το τι κάνουν στον χώρο εργασίας τους είναι πιο πιθανό να εμπλακούν σε τέτοιες συμπεριφορές. (Vitak et. al., 2011)

Ακόμη οι εργαζόμενοι της γνώσης είναι προνομιούχοι με αυξημένα επίπεδα εξουσίας και αυτονομίας στην εργασία τους σύμφωνα με τους Alvesson, (2004), και Davenport (2013) και για τον λόγο δημιουργούν έναν πιο χαλαρό χώρο εργασίας και συμπεριφορές cyberloafing. Ακόμη η συνεχής ανάγκη για απόκτηση και ανταλλαγή πληροφοριών ωθεί τους εργαζόμενους να διαθέτουν πολύ χρόνο για την απόκτηση γνώσης στο διαδίκτυο ώστε να ενημερωθούν. (Aghaz & Sheikh, 2015).

Τέλος, σε αντίστοιχη έρευνα το cyberslacking είναι συχνότερο φαινόμενο μεταξύ εργαζομένων με υψηλότερο καθεστώς και υψηλότερη βαθμίδα στον χώρο εργασίας. Συγκεκριμένα, υψηλότερα αμοιβόμενοι κυρίως διευθύντες υψηλότερα αμοιβόμενα στελέχη και εργαζόμενοι με μεγαλύτερη αυτονομία στον χώρο εργασίας τους ξοδεύουν περισσότερο χρόνο στο Διαδίκτυο για προσωπικούς σκοπούς κατά την διάρκεια της εργασίας τους. Ωστόσο στην ίδια έρευνα διέφεραν στο επίπεδο χρήσης του Διαδικτύου ως προς τα ενδιαφέροντα με τους μεν να επικεντρώνονται περισσότερο σε ιστοσελίδες ψυχαγωγίας και τις δεν περισσότερο στην λειτουργική επικοινωνία. (Garret & Dazinger, 2008)

## **1.7 ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΥΠΕΡΦΟΡΤΩΣΗ**

Η εργασιακή υπερφόρτωση είναι ο βαθμός στον οποίο οι απαιτήσεις της εργασίας είναι υπερβολικές και οι εργαζόμενοι αισθάνονται ότι ο βαθμός των απαιτήσεων και των ευθυνών τους ή οι δραστηριότητες που πρέπει να γίνουν από τους ίδιους σε σχέση με τον διαθέσιμο χρόνο ή με βάση τις ικανότητες τους το καθιστά αδύνατο. (Bakker & Demerouti, 2006)

Κατά τον Schaefer και Moos (1996) οι εργαζόμενοι με μεγάλο φόρτο εργασίας δηλώνουν δυσαρεστημένοι με την δουλειά τους και είναι πιο πιθανό να εμάνισουν εργασιακή εξουθένωση. (Bakker & Demerouti, 2006)

### **1.7.1 Η σχέση της Εργασιακής υπερφόρτωσης και του Cyberslacking**

Σε έρευνα που διεξήγαγαν οι Aghaz και Sheikh (2015) είχαν ως αποτέλεσμα ότι υπάρχει ισχυρή θετική συσχέτιση του cyberloafing και της εργασιακής εξουθένωσης. Μια ισχυρή σχέση μεταξύ την ανάπτυξη και τις αποκλίνουσες διαστάσεις των συμπεριφορών του cyberloafing με την εξουθένωση από την εργασία μπορεί επίσης να σχετίζεται με την τάση των εργαζομένων για προσωπική ανάπτυξη και αφοσίωση στον εαυτό (σε αντίθεση με το να δεσμευθεί προς την οργάνωση) όταν υπάρχουν αυξημένα επίπεδα απασχόλησης όπως αναφέρθηκε σε σχετικό άρθρο του Bakker et al., (2002) (Aghaz & Sheikh, 2015).

***ΜΕΡΟΣ ΙΙ***  
***ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ***

### 2.1 Εισαγωγή

Για την εξυπηρέτηση του σκοπού της έρευνας και για να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα σχεδιάστηκε ένα εννοιολογικό πλαίσιο και αναπτύχθηκε ένα ερωτηματολόγιο για την συλλογή των απαραίτητων στοιχείων. Στο παρόν κεφάλαιο περιγράφεται αναλυτικά η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε στην συγκεκριμένη έρευνα. Παρουσιάζεται ο σχεδιασμός της έρευνας, η διαδικασία σχεδιασμού του ερωτηματολογίου, η δομή του, η μέθοδος δειγματοληψίας, το δείγμα καθώς και οι τεχνικές ανάλυσης των δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν.

### 2.2 Σχεδιασμός της έρευνας

Στην παρούσα έρευνα επιλέχθηκε η μέθοδος συλλογής δεδομένων, με την ποσοτική μέθοδος και βασίζεται σε δειγματοληπτική έρευνα με τυποποιημένο ερωτηματολόγιο, καθώς και η μέθοδος συλλογής δευτερογενών στοιχείων μέσα από την ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας. Η αναζήτηση των άρθρων έγινε ηλεκτρονικά στο διαδίκτυο, με βάση λέξεις κλειδιά όπως Social Media, Workplace Boredom, Internet addiction κλπ. Οι πηγές ως επί τω πλείστον ήταν επιστημονικά άρθρα και μελέτες μέσα από περιοδικά και συνέδρια και δημοσιεύσεις στο διαδίκτυο. Η άντληση αυτών των πηγών έγινε μέσω μηχανών αναζήτησης, όπως το Google και το Google Scholar, το Science direct, το Emerald, το Elsevier και άλλα περιοδικά και η δωρεάν πρόσβαση σε αυτά έγινε μέσω χρήσης VPN δικτύου του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Το ερωτηματολόγιο αποτέλεσε το κύριο εργαλείο για την συλλογή των πρωτογενών δεδομένων στην παρούσα έρευνα. Το γεγονός ότι η χρήση ερωτηματολογίου ως μέθοδος συλλογής πρωτογενών δεδομένων έλαβε χώρα και σε παρόμοιες έρευνες στην διεθνή βιβλιογραφία αποτέλεσε ένα καθοριστικό παράγοντα στο να ακολουθηθεί η ίδια μέθοδος και στην παρούσα έρευνα.

### 2.3 Περιγραφή του ερωτηματολογίου της έρευνας

Η κατάρτιση του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήσαμε στην παρούσα έρευνα επηρεάστηκε από την Διεθνή βιβλιογραφία. Συγκεκριμένα η μέτρηση του

ερωτηματολογίου της έρευνας για την χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης έγινε από το ερωτηματολόγιο του άρθρου των Λευθεριώτη Ι. , Γιαννάκου Μ. «Using social media for work: Losing your time or improving your work?» , η εργασιακή ανία μετρήθηκε από το ερωτηματολόγιο των van der Heijden G. , Schepr J.& Nijse E. με τίτλο «Understanding workplace boredom among white collar employees: Temporary reactions and individual differences» , το Job Autonomy από το ερωτηματολόγιο του Beehr, T. «Perceived Situational Moderators of the Relationship between Subjective Role Ambiguity and Role Strain,» Journal of Applied Psychology, για το Work Overload αντίστοιχα χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο του Moore, J. E. «One Road to Turnover: An Examination of Work Exhaustion in Technology Professionals», το Job Crafting μετρήθηκε από το ερωτηματολόγιο των Tims M. ,Bakker A., Derks D., με τίτλο «Development and validation of the job crafting scale» και τέλος ο εθισμός στα μέσα μετρήθηκε μέσα από το ερωτηματολόγιο των Demetrovics Z., Szeredi B. & Rozsa S., με τίτλο «The three-factor model of Internet addiction: The development of the Problematic Internet Use Questionnaire».

Αξίζει να αναφέρουμε πως στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου εξετάζονται οι μεταβλητές που αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων στην έρευνα. Τέτοιες μεταβλητές είναι το φύλλο, η ηλικία, το εργασιακό καθεστώς κ.τ.λ. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο περιλάμβανε ως επί το πλείστον κλειστού τύπου ερωτήσεις. Κλειστού τύπου ορίζονται οι ερωτήσεις οι οποίες συνοδεύονται από μια σειρά προτεινόμενων στον ερωτόμενο απαντήσεων από τις οποίες καλείται να επιλέξει την μια. Στο ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα Likert με 5 διαβαθμίσεις, όπου η επιλογή 1 σημαίνει διαφωνώ πλήρως και η επιλογή 5 σημαίνει συμφωνώ απόλυτα και μόνο στην περίπτωση του εθισμού υπήρξε μία επιπλέον διαθέσιμη απάντηση στην κλίμακα Likert η οποία ήταν το Δεν επιθυμώ να απαντήσω. Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο παράρτημα του παρόντος συγγράμματος.

## **2.4 Δειγματοληψία**

Ο τρόπος που στην παρούσα έρευνα έγινε επιλογή του δείγματος κατατάσσει την μέθοδο δειγματοληψίας σε υποκειμενικό μη πιθανοτικό δείγμα και συγκεκριμένα σε συμβατικά δείγματα δηλαδή σε δείγματα όπου η επιλογή τους έγινε με βάση την

ευκολία. Το μέγεθος του δείγματος της έρευνας ανήλθε στα 116 άτομα- χρήστες, οι περισσότεροι εκ των οποίων αποτελούν κατοίκους της περιφέρειας Θεσσαλίας. Η μορφή του ερωτηματολογίου ήταν έντυπη και η συμπλήρωση του καθενός υπολογίστηκε στα 8 λεπτά περίπου και η χρονική διάρκεια που απαιτήθηκε για την συλλογή του δείγματος ήταν περίπου 2 μήνες. Τέλος, για την εξαγωγή των αποτελεσμάτων από τα ερωτηματολόγια χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό εργαλείο SPSS



*ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ*  
*ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ*

### 3.ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

#### 3.1.ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ

Το επόμενο βήμα ήταν να υπολογίσουμε τον δείκτη αξιοπιστίας στο σύνολο των ερωτήσεων για την κάθε μεταβλητή ξεχωριστά με την μέθοδο Cronbach's Alpha. Συγκεκριμένα, η μεταβλητή Social Media έχει Cronbach's Alpha 0,903 , η ανία 0,770, η αυτονομία 0,727, η εργασιακή υπρφόρτωση 0,757, η δημιουργική εργασία 0,738 και τέλος ο εθισμός 0,946. Σε αυτό το σημείο λοιπόν συμπεραίνουμε ότι εφόσον ο δείκτης αξιοπιστίας (Cronbach's Alpha) είναι  $\alpha > 0$  υπάρχει αξιοπιστία και συνάφεια όλων των ερωτήσεων των μεταβλητών. Έτσι, για την κάθε έννοια έχουμε:

##### *Social Media*

Η έννοια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μετρήθηκε από το ερωτηματολόγιο του άρθρου των Λευθεριώτη Ι. , Γιαννάκου Μ (2014), η μέτρηση έγινε με κλίμακα Likert πέντε βαθμών με το 1=Διαφωνώ Πλήρως 5= Συμφωνώ Απόλυτα και κάποιες ενδεικτικές ερωτήσεις ήταν αν χρησιμοποιείται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία σας και αν τα χρησιμοποιούν με σκοπό να διατηρήσουν επικοινωνία με τους συνεργάτες τους.

##### *Ανία*

Την έννοια της εργασιακής ανίας την μετρήσαμε από το άρθρο των van der Heijden G. , Schepr J.& Nijse E. με τίτλο «Understanding workplace boredom among white collar employees: Temporary reactions and individual differences» και χρησιμοποιήσαμε πάλι πενταβάθμια κλίμακα Likert με το 1=Διαφωνώ Πλήρως 5= Συμφωνώ Απόλυτα και κάποιες ερωτήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν οι ερωτηθέντες ήταν αν αισθάνονται πλήξη στον χώρο εργασίας τους αν είναι ανεπρκής η εργασία τους κ.α.

##### *Αυτονομία της Εργασίας*

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήσαμε για την άντληση δεδομένων από τους ερωτηθέντες βασίζεται στο άρθρο του Beehr, T και οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν από το 1 μέχρι το 5 κλίμακας Likert και κάποιες από τις ερωτήσεις ήταν αν παίρνουν πρωτοβουλία στον χώρο της εργασίας και αν διαχειρίζονται το περιεχόμενο της εργασίας.

### *Δημιουργική Εργασία*

Οι ερωτήσεις αντλήθηκαν μέσα από το άρθρο Tims M., Bakker A., Derks D και οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν από το 1 μέχρι το 5 κλίμακας Likert.

### *Εργασιακή Υπερφόρτωση*

Για την έννοια της υπερφόρτωσης κάποια από τα ερωτήματα που τέθηκαν προς απάντηση ήταν αν αισθάνονται πως ο όγκος εργασίας έχει αρνητική επίδραση στο αποτέλεσμα της εργασίας και αν αισθάνονται πίεση από την εργασία τους. Η έννοια μετρήθηκε σε μία πενταβάθμια κλίμακα Likert, με το 1= Διαφωνώ απόλυτα και 5= Συμφωνώ απόλυτα.

### *Εθισμός*

Ο εθισμός αποτέλεσε την τελευταία έννοια μέτρησης του ερωτηματολογίου και Demetrovics Z., Szeredi B. & Rozsa S., με τίτλο «The three-factor model of Internet addiction: The development of the Problematic Internet Use Questionnaire», και ήταν η μοναδική έννοια που χρησιμοποιήσαμε κλίμακα Likert έξι βαθμών.

### *Δημογραφικά στοιχεία*

Τέλος ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να συμπληρώσουν και μερικά από τα δημογραφικά τους στοιχεία καθώς και στοιχεία από την εργασία τους, ειδικότερα τους ζητήθηκε να δώσουν πληροφορίες για το φύλο(1=άρρεν και 2=θήλυ), την ηλικία(1=18-32, 2=33-44, 3=45-56, 4=56 και άνω), το μορφωτικό επίπεδο(1= απόφοιτος λυκείου, 2= απόφοιτος Τ.Ε.Ι, 3= Απόφοιτος Α.Ε.Ι, 4= κάτοχος Μεταπτυχιακού τίτλου), το καθεστώς της εργασίας τους (1=Μόνιμος/η, 2=Συμβασιούχος, 3=Εκπαιδευόμενος, 4= Άλλο), την εργασιακή τους εμπειρία (1=0-3 χρόνια, 2=4-10 χρόνια, 3=11-19 χρόνια, 4=20 χρόνια και άνω) και τέλος τον χρόνο που βρίσκονται στον οργανισμό (1=<1 έτους , 2=1-5 χρόνια, 3=6-9 χρόνια, 4=περισσότερο από 10 χρόνια) και θεωρήσαμε πως οι συγκεκριμένες μεταβλητές ενδεχομένως να διαφοροποιήσουν τις υπό εξέταση έννοιες μεταβλητές που αναλύονται παραπάνω.

## **3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΙΝΑΚΑ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΩΝ ΥΠΟ ΕΞΕΤΑΣΗ ΕΝΝΟΙΩΝ**

Στον παρακάτω πίνακα εμφανίζονται όλα τα περιγραφικά στατιστικά στοιχεία των μεταβλητών, όπως προέκυψαν μετά την ομαδοποίηση των ερωτήσεων της κάθε έννοιας.

*Πίνακας 2. Απεικόνιση περιγραφικών στατιστικών στοιχείων των υπό εξέταση μεταβλητών*

	N	Εύρος	Min	Max	Μέση τιμή	Τυπική Απόκλιση
Χρήση των Μέσων	116	3,61	1,17	4,78	3,44	0,66
Εργασιακή ανία	116	2,72	1,80	4,52	3,29	0,43
Αυτονομία	116	3,75	1,25	5,00	3,55	0,78
Εργασιακή Υπερφόρτωση	116	3,50	1,25	4,75	2,89	0,85
Δημιουργική Εργασία	116	2,40	1,8	4,20	3,36	0,47
Εθισμός	116	4,97	1,03	6,00	2,91	0,93
Valid N (listwise)	116					

Στην πρώτη στήλη δίνεται το μέγεθος του δείγματος, το οποίο είναι N=116, στην δεύτερη στήλη δίνεται το εύρος το οποίο προκύπτει από την διαφορά της ελάχιστης με την μέγιστη τιμή, όπως σημειώθηκαν κατά την ανάλυση ενώ στην πέμπτη στήλη παρουσιάζεται η μέση τιμή όλων των ποιοτικών ομαδοποιημένων μεταβλητών και συμπεραίνουμε ότι όλες οι τιμές είναι κοντά στην ουδέτερη απάντηση συγκεκριμένα στην απάντηση ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ.

Πιο αναλυτικά, για την μεταβλητή «Χρήση των μέσων», παρατηρούμε πως η μέση τιμή είναι 3,44 όπου σύμφωνα την κλίμακα Likert που επιλέξαμε για την έρευνα μας, όπου 1=διαφωνώ απόλυτα και 5= συμφωνώ απόλυτα οι συμμετέχοντες στην πληθώρα των απαντήσεων απάντησαν στο ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ που ήταν ο αριθμός 3 στην κλίμακα Likert. Για την μεταβλητή «Εργασιακή ανία» η τιμή του μέσου όρου είναι ίση με 3,29, με βάση την κλίμακα Likert όπου 1=Διαφωνώ Απόλυτα και όπου 5=Συμφωνώ Απόλυτα, που σημαίνει ότι οι συμμετέχοντες μας παρουσιάζουν ελάχιστα άνω του μετρίου εργασιακή ανία για τον οργανισμό που εργάζονται, δηλαδή δηλώνουν ότι συμφωνούν εν μέρει με την πλήξη που αισθάνονται στον οργανισμό. Για την μεταβλητή «Αυτονομία», ο μέσος όρος είναι

περίπου ίσος με 3,55 και με βάση την κλίμακα Likert όπου 1=Διαφωνώ Απόλυτα και όπου 5=Συμφωνώ Απόλυτα, σημαίνει ότι οι συμμετέχοντες μας και σε αυτή την περίπτωση συμφωνούν ελάχιστα με την αυτονομία της εργασίας τους στον οργανισμό. Σχετικά με την μεταβλητή «Εργασιακή Υπερφόρτωση» η μέση τιμή είναι ίση με 2,89 σε μία πενταβάθμια κλίμακα, όπου 1=Διαφωνώ Απόλυτα και 5=Συμφωνώ Απόλυτα σημαίνει πως οι συμμετέχοντες διαφωνούν εν μέρει με τις ερωτήσεις σχετικά με την εργασιακή υπερφόρτωση στον οργανισμό. Επίσης, για την μεταβλητή «Δημιουργική εργασία», η μέση τιμή ισούται με 3,36, με βάση την κλίμακα Likert όπου 1=Διαφωνώ Απόλυτα και όπου 5=Συμφωνώ Απόλυτα, πράγμα που σημαίνει ότι οι ερωτώμενοι είναι για ακόμη μια φορά ελάχιστα άνω του μετρίου σύμφωνα για την προαναφερθήσα έννοια. Τέλος, για την έννοια του εθισμού η μέση τιμή είναι ίση με 2,91 πράγμα που υποδικνύει πως οι συμμετέχοντες σχεδόν διαφωνούν με την άποψη ότι είναι εθισμένοι στην χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Στην έκτη στήλη, παρουσιάζεται η Τυπική Απόκλιση, η οποία δηλώνει κατά πόσο κατανέμονται οι τιμές γύρω από τον μέσο όρο των ομαδοποιημένων μεταβλητών.

*Πίνακας 3. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία για «Ηλικιακή κατηγορία», «Μορφωτικό επίπεδο», «Εργασιακή εμπειρία»*

	N	Min	Max	Μέση Τιμή	Τυπική απόκλιση
Ηλικία	116	1	4	1,92	,91
Μορφωτικό επίπεδο	116	1	4	2,65	,94
Καθεστώς Εργασίας	116	1	4	1,87	1,06
Επαγγελματική Εμπειρία	116	1	4	2,31	1,04
Έτη διαμονής στον οργανισμό	116	1	4	2,34	1,06

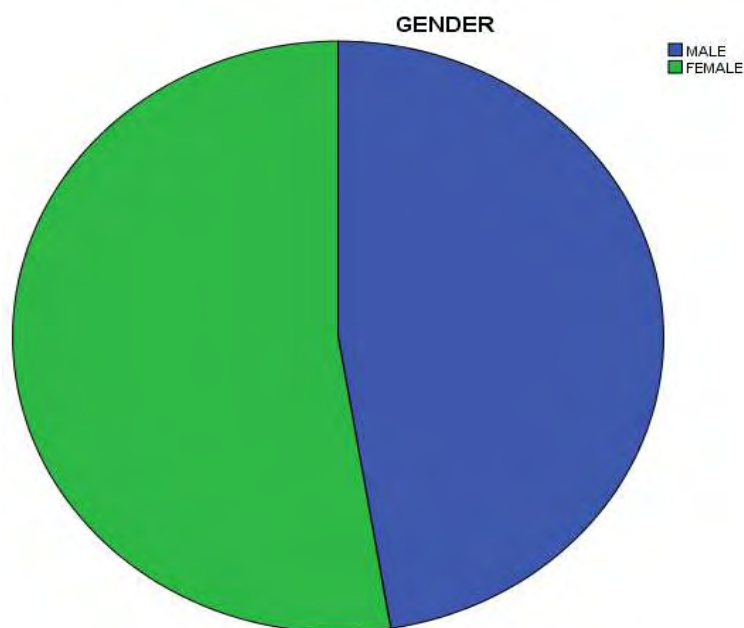
### 3.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### 3.3.1 ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

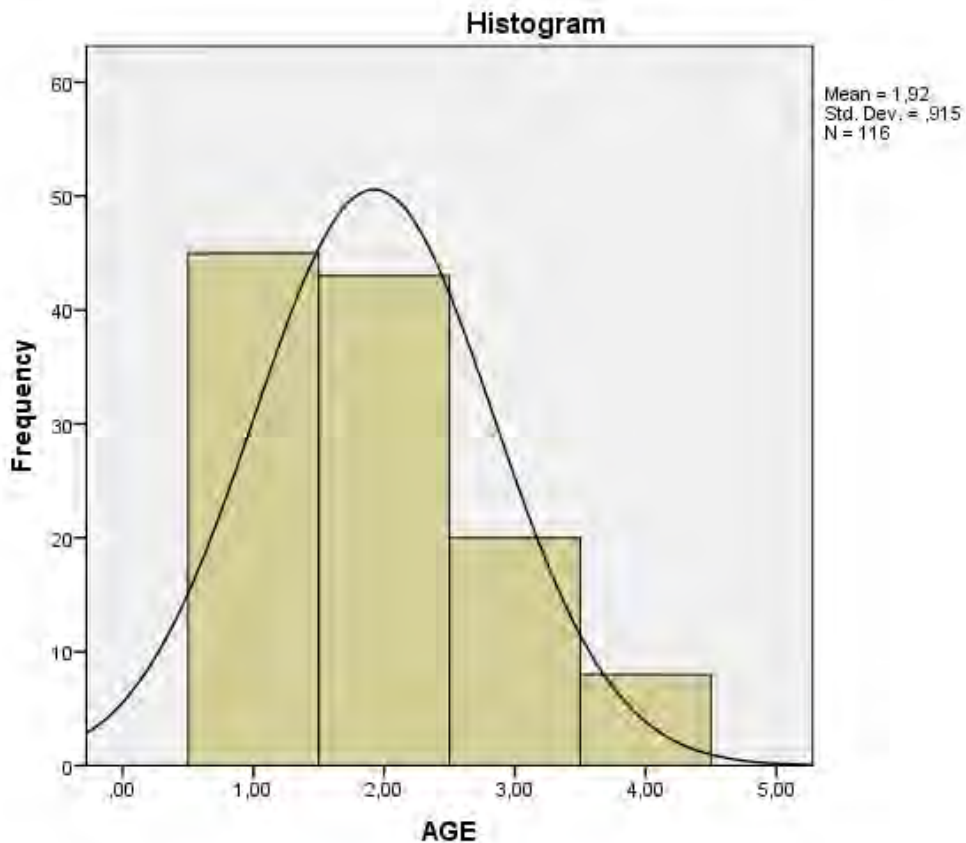
Το επόμενο βήμα στην έρευνα μας είναι να παραθέσουμε το σύνολο των αναλύσεών και της επεξεργασίας των δεδομένων της έρευνας. Στην πρώτη φάση αναγράφονται οι συχνότητες και τα αντίστοιχα ποσοστά για όλα τα δημογραφικά χαρακτηριστικά.

*Γράφημα 1. Απεικόνιση συχνοτήτων για το «Φύλο» και την «Ηλικία»*

*Το φύλο σας;*

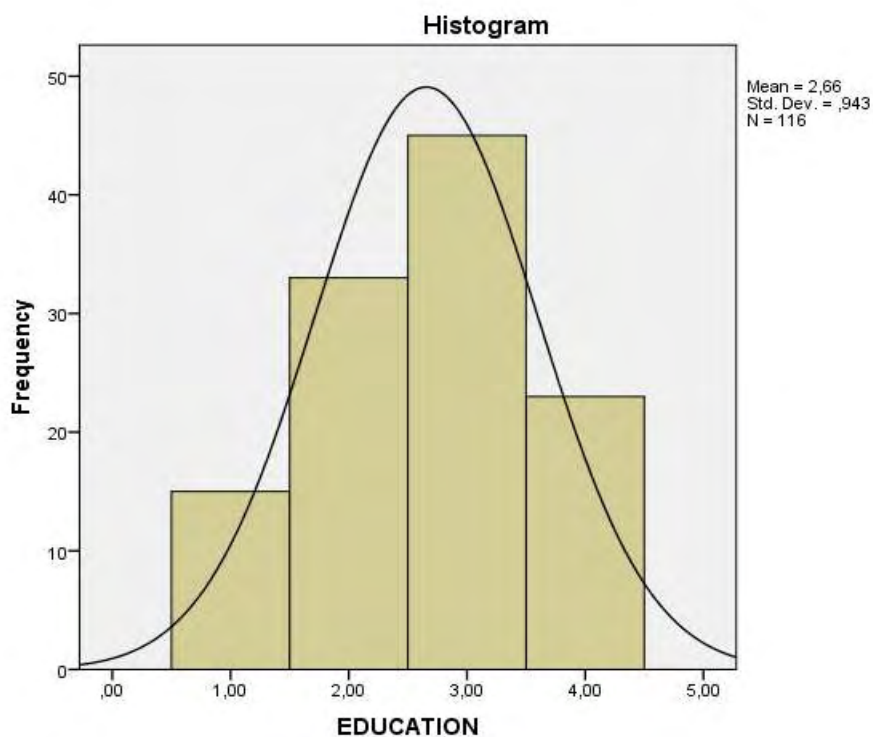


*Γράφημα 2: Σε ποιά ηλικιακή κατηγορία ανήκετε;*



Από τα δημογραφικά δεδομένα παρατηρούμε πως οι γυναίκες στο παρόν δείγμα καλύπτουν ένα ποσοστό της τάξης του 52,6% και οι άνδρες έχουν ποσοστό 47,4%, ενώ οι ηλικίες χωρίστηκαν σε 4 κατηγορίες όπως αναφέραμε παραπάνω και από τις οποίες προκύπτει πως το 38,8% του δείγματος αποτελείται από ηλικίες 18 έως 32 ετών, το 37,1% 33-44, το 17,2% 45-56 και το υπόλοιπο 6,9% στην ηλικιακή ομάδα 56 και άνω.

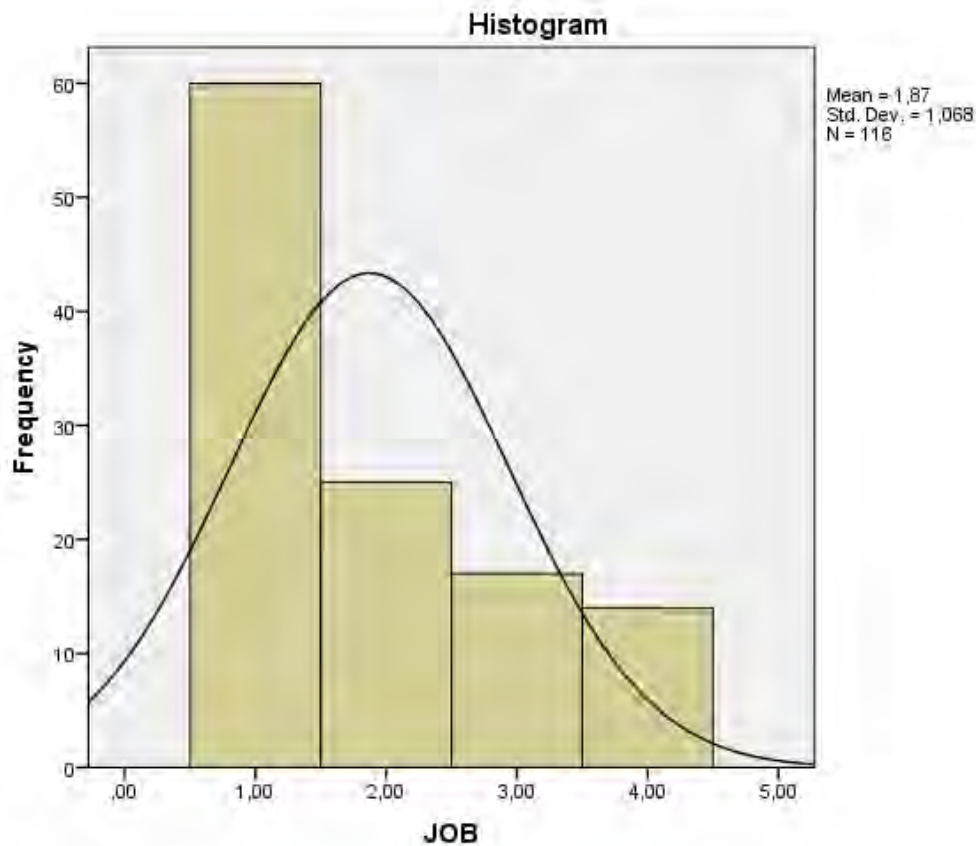
Γράφημα 3: Απεικόνιση συχνοτήτων για το «Μορφωτικό επίπεδο»



Από την παραπάνω σχετική κατανομή παρατηρούμε πως το μορφωτικό επίπεδο για το δείγμα της έρευνας αποτελείται σε ένα ποσοστό 12,9 % από απόφοιτους λυκείου υποχρεωτικής εκπαίδευσης σε ένα 28,4% απόφοιτους τεχνολογικών ιδρυμάτων όταν τα αντίστοιχο ποσοστό των ανωτάτων επιστημονικών ιδρυμάτων είναι σε ποσοστό 38,8% και τέλος παρατηρούμε και το ποσοστό στην κατηγορία με μεταπτυχιακό που είναι ένα 19,8%.

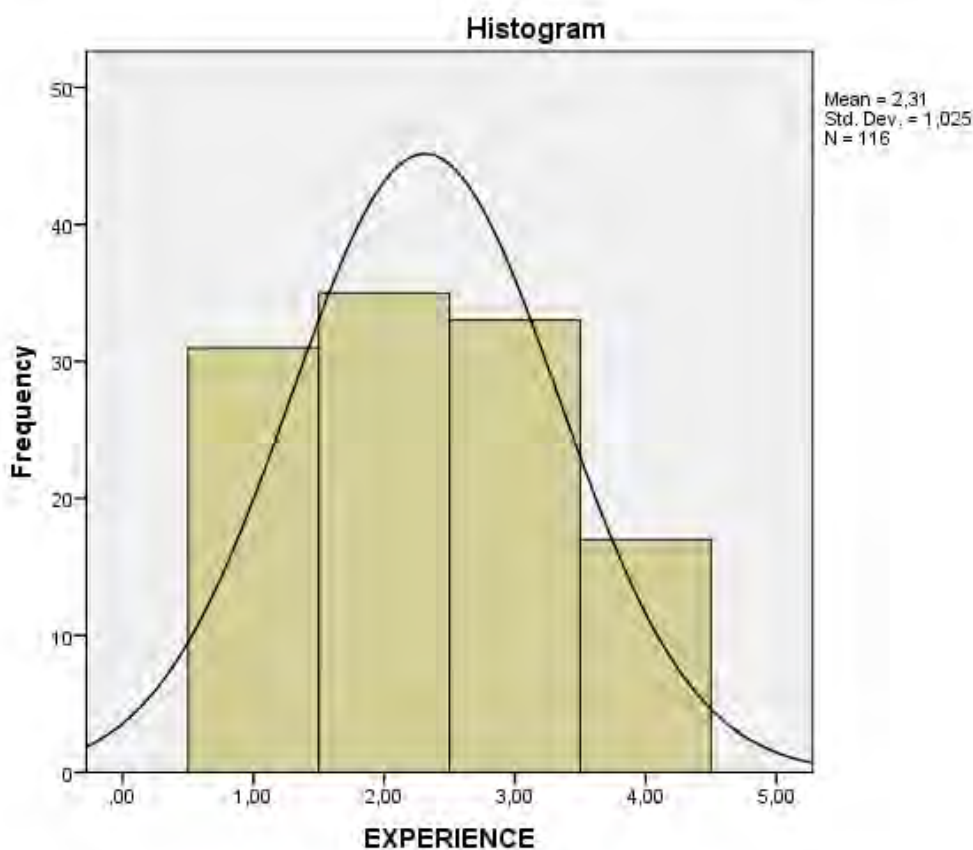


Γράφημα 4: Απεικόνιση συχνοτήτων για το «Καθεστώς εργασίας» και «Την επαγγελματική εμπειρία»



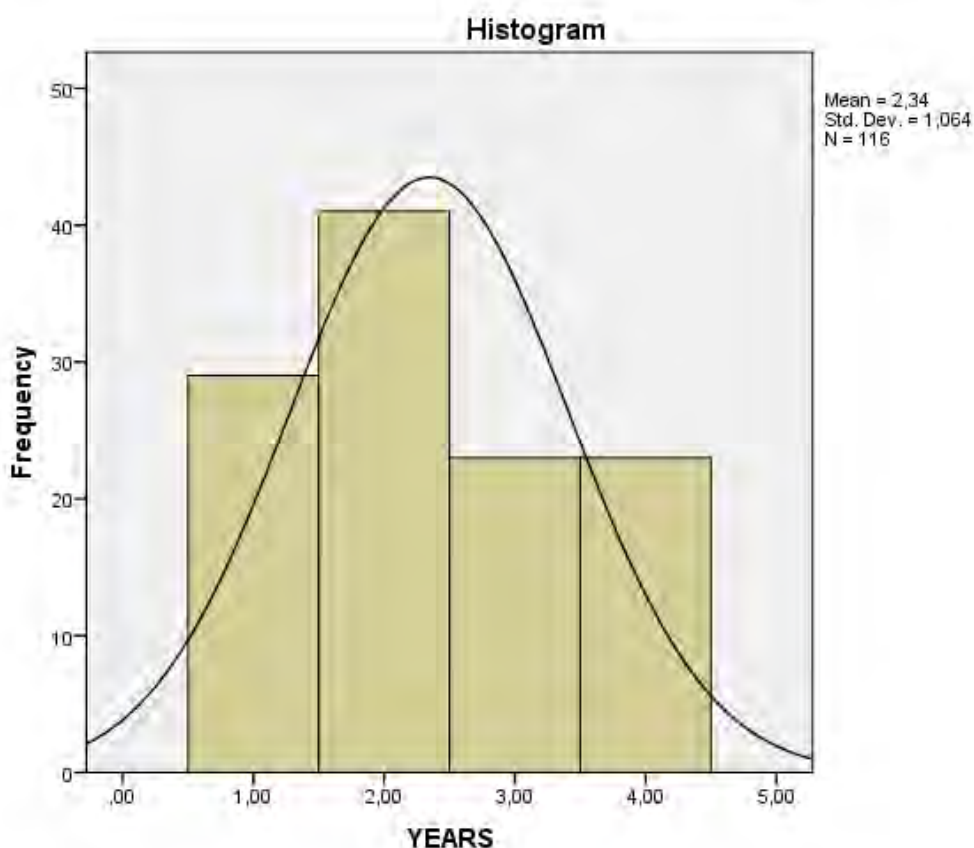
Όσον αφορά το καθεστώς εργασίας το 51,7% αποτελείται από εργαζομένους με καθεστώς μόνιμης εργασίας το 21,6% από συμβασιούχους, το 14,7% από εκπαιδευόμενους-ασκούμενους στην εργασίας και το 12,1% του δείγματος ανήκει σε ένα διαφορετικό καθεστώς και να ανφέρεται κύριως σε άτομα με ημιαπασχόληση και καθεστώς μερικής εργασίας.

Γράφημα 5: Απεικόνιση συχνοτήτων για «Την επαγγελματική εμπειρία»



Στο αντίστοιχο γράφημα για την επαγγελματική εμπειρία ένα ποσοστό της τάξης του 26,7% δήλωσε ότι η επαγγελματική του εμπειρία είναι έως και τρία έτη, το 30,2% είναι στην κατηγορία 4 έως δέκα 10 και με 28,4 και 14,7 είναι για επαγγελματική εμπειρία από 11 έως 19 έτη και περισσότερα από είκοσι χρόνια αντίστοιχα.

Γράφημα 6: Απεικόνιση συχνοτήτων για την «Προϋπηρεσία στον Οργανισμό»



Το τελευταίο γράφημα απεικονίζει την προϋπηρεσία στον οργανισμό και παρατηρείται από τον πίνακα των συχνοτήτων πως το 25% ανήκει στον οργανισμό για λιγότερο από ένα χρόνο, όταν το ποσοστό για τα άτομα που είναι από δύο έως και πέντε έτη είναι στο 35,3%. Με ποσοστό στο 19,8% μοιράζονται και οι άλλες δύο κατηγορίες τόσο για αυτούς που είναι από έξι έως εννέα χρόνια στον οργανισμό όσο και για την κατηγορία που είναι σε περισσότερα από δέκα χρόνια.

### 3.4 ΜΟΝΤΕΛΟ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΩΝ

#### 3.4.1. ΓΡΑΜΜΙΚΗ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ – ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ PEARSON

Στην ενότητα αυτήν εξετάζουμε την γραμμική συσχέτιση μεταξύ δύο ποσοτικών μεταβλητών. Οι συντελεστές που παρουσιάζονται παρακάτω, αναφέρονται στην γραμμική σχέση που μπορεί να συνδέει δύο μεταβλητές. Οι τιμές

που μπορεί να πάρει ένας συντελεστής συσχέτισης είναι από -1 έως +1. Για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας έγινε χρήση του συντελεστή Pearson. Η μηδενική και η εναλλακτική υπόθεση εδώ έχουν ως εξής. Πρέπει να τονίσουμε το γεγονός πως για να υπάρχει γραμμική συσχέτιση μεταξύ δύο μεταβλητών πρέπει  $\rho \neq 0$  και όταν το (Sig.) είναι μεγαλύτερο από το 0.05 τότε η συσχέτιση δεν είναι στατιστικά σημαντική, όταν αυτό είναι μικρότερο του 0.05 και μεγαλύτερο του 0.01 τότε η συσχέτιση είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο 5%, όταν είναι μικρότερο από το 0,01 τότε είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο 1%.

*Πίνακας 4: Συσχετίσεις μεταξύ των ομαδοποιημένων μεταβλητών*

Pearson Correlation N=116	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης(1)	1				
Εργασιακή ανία (2)	0,482**	1			
Αυτονομία(3)	0,284**	0,207	1		
Εργασιακή υπερφόρτωση(4)	-0,111	0,017	-0,179	1	
Δημιουργική εργασία(5)	0,149	0,175	0,497**	0,004	1
Εθισμός(6)	0,211*	,234*	-0,076	0,206*	-0,084

### **3.4.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΙΝΑΚΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΩΝ ΤΩΝ ΖΕΥΓΩΝ ΤΩΝ ΕΝΝΟΙΩΝ**

Σύμφωνα με το πίνακα των συσχετίσεων για την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης καταλήξαμε στα αποτελέσματα που αναφέρονται παρακάτω:

Για την μεταβλητή μέσα κοινωνικής δικτύωσης υπάρχει πολύ ισχυρή θετική συσχέτιση με την μεταβλητή της εργασιακής ανίας ( $r= 0,482$   $p<0.01$ ) που αυτό σημαίνει πως για κάθε μια μονάδα που αυξάνεται η χρήση των μέσων η εργασιακή ανία θα αυξάνεται κατά 0,482. Επίσης, πολύ ισχυρή θετική συσχέτιση παρατηρείται και με την μεταβλητή της αυτονομίας σε βαθμό ( $r=0,284$ ,  $p<0.05$ ) που σημαίνει πως για αύξηση μίας μονάδας της χρήσης των μέσων θα αυξηθεί αναλόγως κατά 0,284

μονάδες η αυτονομία της εργασίας. Τέλος θετική αλλά μικρή συσχέτιση με  $r=0.149$  υπάρχει με τις μεταβλητές της εργασιακής δημιουργίας χωρίς να είναι στατιστικά σημαντική αφού  $p>0,05$  με την μεταβλητή της δημιουργικής εργασίας αλλά ισχυρή θετική συσχέτιση με την μεταβλητή του εθισμού  $r=0.211$  και  $p<0.05$ . Αξίζει να αναφέρουμε πως μεταξύ των μεταβλητών της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της εργασιακής υπερφόρτωσης υπάρχει αρνητική συσχέτιση  $r=-0,111$  η οποία όμως δεν είναι στατιστικά σημαντική που όμως σημαίνει πως για κάθε αύξηση κατά μία μονάδα της χρήσης των μέσων υπάρχει μείωση κατά 0,111 της μεταβλητής της εργασιακής υπερφόρτωσης.

Για την μεταβλητή της εργασιακής ανίας παρατηρείται θετική αλλά μικρή συσχέτιση με την μεταβλητή της αυτονομίας με τιμή  $r=0.118$  και δεν είναι στατιστικά σημαντική  $p>0.05$  ενώ με την εργασιακή υπερφόρτωση πάρα πολύ μικρή θετική συσχέτιση έως και μηδενική με  $r=0,017$  χωρίς να είναι και αυτή στατιστικά σημαντική με  $p>0,05$ . Ακόμη, θετική συσχέτιση κατά  $r=0.175$  παρουσιάζεται και με την μεταβλητή της εργασιακής δημιουργίας αλλά και στα ίδια επίπεδα με την μεταξύ της εργασιακής ανίας και του εθισμού με  $r=0.234$ .

Σχετικά με την μεταβλητή της αυτονομίας υπάρχει αρνητική συσχέτιση με την μεταβλητή της εργασιακής υπερφόρτωσης  $r=-0,179$  και με την μεταβλητή του εθισμού με τιμή  $r=-0.076$  ενώ θετική συσχέτιση και σχετικά σε μεγάλο βαθμό παρουσιάζει με την μεταβλητή της εργασιακής δημιουργίας.

Όσον αφορά για την μεταβλητή της εργασιακής υπερφόρτωσης υπάρχει πολύ μικρή θετική συσχέτιση με την μεταβλητή της εργασιακής δημιουργίας μόλις σε τιμή  $r=0.004$  σχεδόν μηδενική αλλά σε ένα μεγαλύτερο βαθμό υπάρχει θετική συσχέτιση με την μεταβλητή του εθισμού σε βαθμό  $r=0,206$ . Τέλος, για την μεταβλητή του εθισμού αναφέραμε παραπάνω τις σχέσεις με τις υπόλοιπες μεταβλητές.

### 3.4.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΙΝΑΚΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΩΝ ΤΩΝ ΖΕΥΓΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ

*Πίνακας 5: Συσχετίσεις μεταξύ των ομαδοποιημένων μεταβλητών και δημογραφικών χαρακτηριστικών*

	ΜΚΔ	Ανία	Αυτονομία	Υπερφόρτωση	Δημιου.	Εθισμός
--	-----	------	-----------	-------------	---------	---------

					Εργασία	
Φύλο	,082	,085	-,078	-,234*	-,064	,030
Ηλικία	-,243**	-,222*	,721	-,060	-,073	-,123
Μορφωτικό επίπεδο	,208*	,161	,052	-,072	-,035	,123
Καθεστώς εργασίας	-,039	-,062	,001	,056	-,061	,023
Επαγγελματική Εμπειρία	-,290**	-,163	-,024	-,017	-,083	-,135
Χρόνια στον Οργανισμό	-,261**	-,117	-,064	-,007	-,108	-,120

Η μεταβλητή το φύλο παρουσιάζει μικρή και αρνητική συσχέτιση με την μεταβλητή της υπερφότωσης της εργασίας. Η ηλικία έχει ισχυρή αρνητική συσχέτιση με την μεταβλητή της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης,  $r = -0,243$  με  $p < 0,01$ . Επίσης, ισχυρή αρνητική συσχέτιση παρουσιάζει με την μεταβλητή της ανίας με  $r = -0,222$  και  $p < 0,05$ . Το μορφωτικό επίπεδο δεν κάποιια στατιστικά σημαντική συσχέτιση με κάποιες από τις έννοιες. Το καθεστώς της εργασίας δεν παρουσιάζει κάποιια στατιστικά σημαντική συσχέτιση τις εξατοζόμενες έννοιες. Η επαγγελματική παρουσιάζει ισχυρή αρνητική συσχέτιση με την μεταβλητή των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης με  $r = -0,290$  και  $p < 0,01$ . Τέλος, τα χρόνια προϋπηρεσίας στον οργανισμό παρουσιάζει ισχυρή αρνητική συσχέτιση με την χρήση των μέσων σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1% και  $r = -0,261$ .

### 3.5.ΓΡΑΜΜΙΚΗ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗ

#### 3.5.1. ΑΠΛΗ ΓΡΑΜΜΙΚΗ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗ

Το επόμενο βήμα εφόσον έγινε η ανάλυση των συσχετίσεων, κάνοντας χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS, εκτελέσαμε απλή παλινδρόμηση. Αρχικά, ανεξάρτητη μεταβλητή η ανία και εξαρτημένη μεταβλητή την χρήση των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Να σημειωθεί πως όλες οι μεταβλητές είναι ομαδοποιημένες.

Υποθέσεις H1: Η εργασιακή ανία θα επιδράσει θετικά στην χρήση των μέσων.

Πίνακας 6. Εισαγωγή/Αφαίρεση Μεταβλητών

Μοντέλο	Εισαγωγή Μεταβλητών	Αφαίρεση Μεταβλητών	Method
1	Εργασιακή ανία <sup>b</sup>		Enter

a. Εξαρτημένη μεταβλητή: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Πίνακας 7. ΣΥΝΟΨΗ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

ΜΟΝΤΕΛΟ	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	,482 <sup>a</sup>	,233	,226	,58523

Με βάση τον παραπάνω συνοπτικό πίνακα, παρατηρούμε ότι ο συντελεστής συσχέτισης (R) δίνει την τιμή 0,482 γεγονός που δηλώνει ότι υπάρχει θετική χαμηλή συσχέτιση μεταξύ των δυο μεταβλητών μας. Από την στήλη Adjusted R Square συμπεραίνεται ότι το 22,6% της διακύμανσης της μεταβλητής «Χρήση για τα μέσα», εξηγείται από την μεταβλητή εργασιακή ανία.

Πίνακας 8: ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Παλινδρομησηση	11,836	1	11,836	34,558	,000 <sup>b</sup>
	Κατάλοιπα	39,044	114	,342		

Σύνολο	50,880	115		
--------	--------	-----	--	--

- a. Εξαρτημένη μεταβλητή: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης  
b. Προβλεπτικοί παράγοντες: (Constant), Εργασιακή ανία

Από τον πίνακα ANOVA παρατηρούμε ότι προκύπτει το μοντέλο απλής παλινδρόμησης. Ο Πίνακας δείχνει την συνολική στατιστική σημαντικότητα του μοντέλου, δηλαδή της εξίσωσης της παλινδρόμησης. Το  $F=34.5$  είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας  $\alpha=0,05$ . Επομένως το μοντέλο είναι στατιστικά σημαντικό.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Σταθερός Όρος)	1,026	,416		2,468	,015
	Εργασιακή Ανία	,735	,125	,482	5,879	,000

a. Εξαρτημένη Μεταβλητή: Μέσα κοινωνικής Δικτύωσης

Από τον Πίνακα προκύπτει η εξίσωση της απλής παλινδρόμησης:  $Y=a + b*X$  όπου  $Y$ =Χρήση των μέσων, όπου  $a$ = σταθερός όρος της εξίσωσης και  $b$ =η κλίση της εξίσωσης και  $X$ =ανεξάρτητη μεταβλητή. Άρα έχουμε  $Y=1,02+0,735*X$  δηλαδή την εργασιακή ανία. Συμπεραίνουμε πως επιβεβαιώνεται η υπόθεσή μας  $H1$ .

Υποθέσεις  $H2$ : Ο εθισμός θα επιδράσει θετικά στην πρόθεση για χρήση των μέσων.

Μοντέλο	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	,211 <sup>a</sup>	,045	,036	,65298

a. Προβλεπτικοί παράγοντες: (Constant), Εθισμός

Με βάση τον παραπάνω συνοπτικό πίνακα, παρατηρούμε ότι ο συντελεστής συσχέτισης (R) δίνει την τιμή 0,211 γεγονός που δηλώνει ότι υπάρχει θετική χαμηλή



συσχέτιση μεταξύ των δυο μεταβλητών μας. Από την στήλη Adjusted R Square συμπεραίνεται ότι το 3,6% της διακύμανσης της μεταβλητής «Χρήση για τα μέσα», εξηγείται από την μεταβλητή του εθισμού

Πίνακας 10. ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2	Παλινδρόμηση	2,272	1	2,272	5,329	,023 <sup>b</sup>
	Κατάλοιπα	48,608	114	,426		
	Σύνολο	50,880	115			

a. Εξαρτημένη Μεταβλητή: Μέσα κοινωνικής Δικτύωσης

b. Προβλεπτικοί Παράγοντες: (Constant), Εθισμός

Από τον πίνακα ANOVA παρατηρούμε ότι προκύπτει το μοντέλο απλής παλινδρόμησης. Ο Πίνακας δείχνει την συνολική στατιστική σημαντικότητα του μοντέλου, δηλαδή της εξίσωσης της παλινδρόμησης. Το  $F=5,32$  είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας  $\alpha=0,05$ . Επομένως το μοντέλο είναι στατιστικά σημαντικό.

Πίνακας 11. Συντελεστές<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Σταθερός Όρος)	3,012	,199		15,160	,000
	Εθισμός	,150	,065	,211	2,309	,023

a. Εξαρτημένη Μεταβλητή: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Από τον Πίνακα προκύπτει η εξίσωση της απλής παλινδρόμησης:  $Y=a +b*X$  όπου  $Y=Χρήση των μέσων$ , όπου  $a=$  σταθερός όρος της εξίσωσης και  $b=$  η κλίση της εξίσωσης και  $X=$  ανεξάρτητη μεταβλητή. Άρα έχουμε  $Y=3,012+0,15*X$  δηλαδή τον εθισμό. Συμπεραίνουμε πως επιβεβαιώνεται η υπόθεσή μας  $H2$ .

H3: Η δημιουργική εργασία λειτουργεί ως ρυθμιστικός παράγοντας στη σχέση μεταξύ της χρήσης των μέσων και της εργασιακής ανία.

Πίνακας 12. Σύνοψη Μοντέλου με ρύθμιση την μεταβλητή «Δημιουργική Εργασία»

R	R-sq	MSE	F	Df1	Df2	p
,4927	,2428	,3440	11,9682	3,0000	112,0000	,0000

Από τον Πίνακα βλέπουμε πως ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης έχει την τιμή  $R = 0,4927$  και από τον συντελεστή Adjusted R Square προκύπτει ότι περίπου το 24% της διακύμανσης της μεταβλητής «Χρήση για τα μέσα», εξηγείται από την μεταβλητή «εργασιακή ανία» στο δείγμα των 116 συμμετεχόντων. Ακόμη το  $F = 11,96$  είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 95%, αφού  $p = 0,000 < 0,050$ .

Πίνακας 13 . Εξίσωση Παλινδρόμησης με ρυθμιστικό παράγοντα την μεταβλητή «Δημιουργική Εργασία»

	Συντελεστής	Se	T	P	LLCI	ULCI
Σταθερός Όρος	-,7494	1,7264	-,4341	,6651	-4,1701	2,6713
Εργασιακή Ανία	1,1701	,5078	2,3042	,0231	,1639	2,1763
Δημιουργική Εργασία	,6287	,5910	1,0639	,2897	-,5422	1,7996
Αλληλεπίδραση_1	-,1594	,1730	-,9215	,3588	-,5022	,1834

Από τον Πίνακα , προκύπτει η εξίσωση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή (Y) την «Χρήση των μέσων», ανεξάρτητη (X) την «εργασιακή ανία» και ρυθμιστικό παράγοντα την «δημιουργική εργασία». Όπως γίνεται αντιληπτό δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα για την Αλληλεπίδραση\_1 αφού  $p = ,3588 > 0,0500$ , γεγονός το οποίο επιβεβαιώνεται και από το διάστημα εμπιστοσύνης (LLCI και ULCI), αφού περιλαμβάνει την τιμή 0. Συμπεραίνουμε λοιπόν πως η δημιουργική

εργασία δεν θεωρείται ικανή μεταβλητή, ώστε να ρυθμίζει την επίδραση του εργασιακής ανία στην πρόθεση για την χρήση των μέσων, διότι δεν προέκυψε στατιστική σημαντικότητα, άρα δεν επιβεβαιώνεται η υπόθεσή μας H3.

H4: Η εργασιακή υπερφόρτωση λειτουργεί ως ρυθμιστικός παράγοντας στη σχέση μεταξύ της χρήσης των μέσων και του εθισμού.

Πίνακας 14. Σύνοψη Μοντέλου

R	R-sq	MSE	F	Df1	Df2	p
,3293	,1085	,4050	4,5418	3,0000	112,0000	,0048

Από τον Πίνακα βλέπουμε πως ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης έχει την τιμή  $R = 0,3293$  και από τον συντελεστή Adjusted R Square προκύπτει ότι περίπου το 10% της διακύμανσης της μεταβλητής «Χρήση για τα μέσα», εξηγείται από την μεταβλητή «εργασιακή ανία» στο δείγμα των 116 συμμετεχόντων. Ακόμη το  $F = 4,54$  είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 95%, αφού  $p = 0,048 < 0,050$ .

Πίνακας 15. Εξίσωση Παλινδρόμησης με ρύθμιση την μεταβλητή «Εργασιακή Υπερφόρτωση»

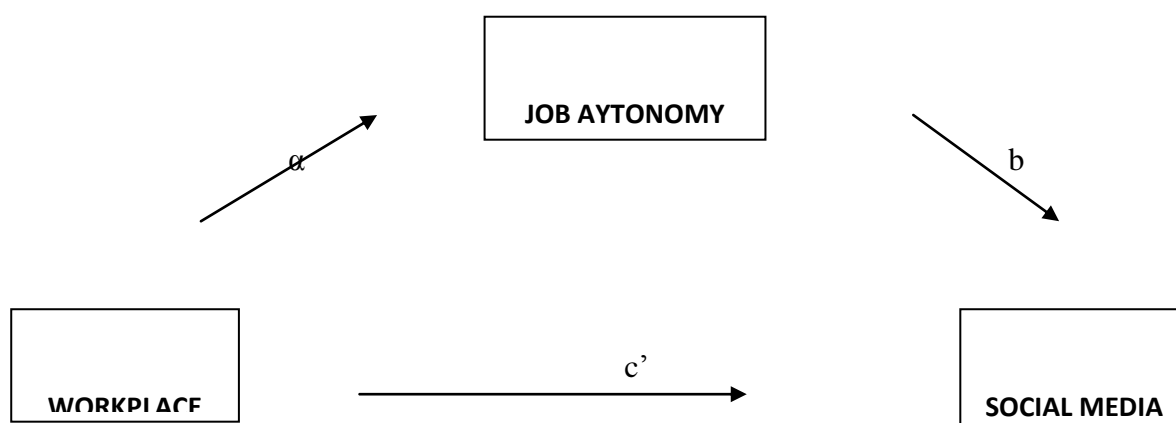
	Συντελεστής	Se	T	P	LLCI	ULCI
Σταθερός Όρος	2,1214	,5941	3,5708	,0005	,9443	3,2985
Εθισμός	,5836	,1966	2,9682	,0037	,1940	,9732
Εργασιακή Υπερφόρτωση	,2782	,1959	1,4199	,1584	-,1100	,6664
Αλληλεπίδραση_2	-,1370	,0620	-2,2085	,0292	-,2599	-,0141

Από τον Πίνακα, προκύπτει η εξίσωση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή (Y) την «Χρήση των μέσων», ανεξάρτητη (X) τον «εθισμό» και ρυθμιστικό παράγοντα την «εργασιακή υπερφόρτωση». Όπως γίνεται αντιληπτό υπάρχει στατιστική σημαντικότητα για την Αλληλεπίδραση\_2 αφού  $p = 0,0292 < 0,0500$ , γεγονός το οποίο επιβεβαιώνεται και από το διάστημα εμπιστοσύνης (LLCI και ULCI), αφού δεν περιλαμβάνει την τιμή 0. Συμπεραίνουμε λοιπόν πως η εργασιακή υπερφόρτωση θεωρείται ικανή μεταβλητή, ώστε να ρυθμίζει

την επίδραση του εθισμού στην πρόθεση για την χρήση των μέσων, καθώς προέκυψε στατιστική σημαντικότητα, άρα επιβεβαιώνεται η υπόθεσή μας H4.

#### ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗ ΜΕ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΤΙΚΟ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ

Συνεχίζοντας, και σε αυτή την περίπτωση έχουμε ως εξαρτημένη μεταβλητή (Y) την Χρήση των μέσων, ως ανεξάρτητη μεταβλητή (X) έχουμε την εργασιακή ανία και ως διαμεσολαβητική μεταβλητή (Me) την αυτονομία της εργασίας.



#### Υπόθεση

H5 Η αυτονομία της εργασίας μεσολαβεί στη σχέση μεταξύ της χρήσης των μέσων και την εργασιακή ανία.

Για την υπόθεση H5 έχουμε:

*Πίνακας 16. Σύνοψη Μοντέλου με διαμεσολάβηση την μεταβλητή «Αυτονομία της εργασίας» και Εξαγόμενη μεταβλητή την Αυτονομία της εργασίας*

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,1179	,0139	,6096	1,6080	1,0000	114,0000	,2074

Εξαγόμενη μεταβλητή: Αυτονομία της εργασίας

Πίνακας 17. Εξίσωση Παλινδρόμησης με διαμεσολάβηση την μεταβλητή «Αυτονομία» και Εξαγόμενη μεταβλητή την Αυτονομία της εργασίας.

	Συντελεστής	se	t	p	LLCI	ULCI
Σταθερός Όρος	3,9554	2,8565	,5547	5,1499	,0000	1,7577
Εργασιακή Ανία	,2115	,1668	1,2681	,2074	-,1189	,5419

Εξαγόμενη μεταβλητή: Αυτονομία της εργασίας

Από τους Πίνακες βλέπουμε πως ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης έχει την τιμή  $R=0,1179$  και ο συντελεστής Adjusted R Square προκύπτει ότι είναι περίπου 1,3% της διακύμανσης της μεταβλητής «Αυτονομίας». Ακόμη το  $F=1,6080$  δεν είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 95%, αφού  $p=0,2074 > 0,050$  και αυτό φαίνεται και από το διάστημα LLCI και ULCI, όπου παίρνει την τιμή 0. Προκύπτει λοιπόν, ότι το **μονοπάτι α**, δηλαδή η εργασιακή ανία → αυτονομία δεν είναι στατιστικά σημαντικό.

Πίνακας 18. Σύνοψη Μοντέλου με διαμεσολάβηση την μεταβλητή «Αυτονομία» και Εξαγόμενη μεταβλητή την Χρήση των μέσων

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,5336	,2848	,3220	22,4948	2,0000	113,0000	,0000

Εξαγόμενη μεταβλητή: Χρήση των Μέσων

Πίνακας 19. Εξίσωση Παλινδρόμησης με διαμεσολάβηση την μεταβλητή «Αυτονομία» και Εξαγόμενη μεταβλητή την Χρήση των μέσων.

	Συντελεστής	se	t	p	LLCI	ULCI
Σταθερός Όρος	,4680	,4476	1,0456	,2980	-,4188	1,3548
Εργασιακή Ανία(X)	,6937	,1221	5,6816	,0000	,4518	,9355
Αυτονομία (Me)	,1954	,0681	2,8701	,0049	,0605	,3302

Από τους Πίνακες βλέπουμε πως ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης έχει την τιμή  $R=0,5336$  και ο συντελεστής Adjusted R Square προκύπτει ότι είναι περίπου 28,48% της διακύμανσης της μεταβλητής «Χρήση των Μέσων». Ακόμη το

$F=22,4948$  είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 95%, αφού  $p=0,000<0,050$  και από το διάστημα LLCI και ULCI, όπου δεν παίρνει την τιμή 0. Πιο συγκεκριμένα, παρατηρούμε ότι το **μονοπάτι b**, δηλαδή Αυτονομία→ Χρήση των Μέσων είναι στατιστικά σημαντικό.

Ωστόσο για το μονοπάτι c με συντελεστή  $b=0,6937$  παρατηρούμε ότι είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο σημαντικότητας 95%, αφού  $p=0,0000<0,050$  και αυτό φαίνεται και από το διάστημα LLCI και ULCI αφού δεν περιέχει την τιμή 0.

Πίνακας 20. Η Σύνοψη Μοντέλου από την συνολική επίδραση του μοντέλου

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,4823	,2326	,3425	34,5585	1,0000	114,0000	,0000

Πίνακας 21. Εξίσωση Παλινδρόμησης του μοντέλου

	Συντελεστής	se	t	p	LLCI	ULCI
Σταθερός Όρος	1,0261	,4158	2,4680	,0151	,2025	1,8497
Εργασιακή Ανία	,7350	,1250	5,8786	,0000	,4873	,9826

Από τους Πίνακες βλέπουμε πως ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης έχει την τιμή  $R=0,4823$  και ο συντελεστής Adjusted R Square προκύπτει ότι είναι περίπου 2,3% της διακύμανσης της μεταβλητής «Χρήση των Μέσων». Ακόμη το  $F=34,55$  είναι στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 95%, αφού  $p=0,0000<0,050$  και από το διάστημα LLCI και ULCI, όπου δεν παίρνει την τιμή 0. Πιο συγκεκριμένα, παρατηρούμε ότι το **μονοπάτι c** δηλαδή Αυτονομία →Χρήση των Μέσων είναι στατιστικά σημαντικό με  $b= 0,7350$  είναι στατιστικά σημαντικό. Έτσι προκύπτει ότι έχουμε μερική διαμεσολάβηση.Άμεση επίδραση του X στο Y

Επίδραση	se	T	p	LLCI	ULCI
,7350	,1250	5,8786	,0000	,4873	,9826

*ΜΕΡΟΣ IV*  
*ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ*



#### 4. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ

Στο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον το οποίο ζούμε, η ανάγκη των ανθρώπων για επικοινωνία και ανταλλαγή απόψεων αποτελεί επιτακτική ανάγκη. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον τα Social Media βρήκαν πρόσφορο έδαφος να αναπτυχθούν και να βρουν την δική τους θέση στην καθημερινότητα των ανθρώπων. Τα Social Media, όπως και κάθε καινούρια τάση, επηρέασαν την καθημερινότητάς μας.

Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας γίνεται έρευνα για το ποια είναι τα **αίτια** που οδηγούν τους εργαζόμενους στην χρήση των Social Media κατά την διάρκεια της εργασίας. Σε πρώτο στάδιο, έγινε κατανομή της συχνότητας στα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων εργαζομένων ως προς το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, την συνολική εργασιακή εμπειρία καθώς και τα χρόνια που βρίσκονται στον οργανισμό. Στην συνέχεια έγινε παρουσίαση των αποτελεσμάτων των εννοιών που εξετάσαμε όπως την χρήση των **Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης**, η **εργασιακή ανία**, η **εργασιακή αυτονομία**, η **εργασιακή υπερφόρτωση** καθώς και την **εργασιακή δημιουργία**. Κατόπιν έγινε έλεγχος αξιοπιστίας των υπο-ερωτημάτων των ομαδοποιημένων μεταβλητών, σύμφωνα με τον οποίο βρέθηκε ότι οι ερωτήσεις έχουν υψηλή αξιοπιστία και συνάφεια ( $\alpha > 0.7$ ). Επόμενο βήμα ήταν η συσχέτιση μεταξύ όλων των μεταβλητών μεταξύ τους, καθώς και συσχέτιση αυτών με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Το αποτέλεσμα από αυτή την συσχέτιση ήταν η μεταβλητή της χρήσης των μέσων να συσχετίζεται θετικά με την έννοια της εργασιακής ανίας σε επίπεδο σημαντικότητας 1% καθώς και επίσης και με την εργασιακή αυτονομία σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%. Επίσης, ισχυρή θετική συσχέτιση υπήρξε μεταξύ της μεταβλητής της εργασιακής ανίας και του εθισμού. Στα ευρήματα μας ισχυρή θετική συσχέτιση υπήρξε με την μεταβλητή της αυτονομίας και της δημιουργικής εργασίας καθώς επίσης και της εργασιακής υπερφόρτωσης και του εθισμού.

Τα αποτελέσματα ταυτίζονται με τα ευρήματα μας στην υπάρχουσα διαθέσιμη βιβλιογραφία παρόλα αυτά έχουν διεξαχθεί περιορισμένες έρευνες για τα αίτια που ωθούν τους εργαζόμενους να χρησιμοποιήσουν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, στον χώρο εργασίας και κυρίως η έρευνα είναι περιορισμένη γύρω από τα αίτια της έννοια του “λουφάρω” στο Διαδίκτυο τις ώρες εργασίας. Αρχικά, σύμφωνα με Paracharissi και Rubin (2000) οι εργαζόμενοι χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο καθώς

πλήττουν στον χώρο εργασίας τους και δεν έχουν κάτι καλύτερο να κάνουν. Σημαντικά όμως είναι τα ευρήματα για την σχέση της εργασιακής αυτονομίας και της χρήσης των Μέσων καθώς οι εργαζόμενοι με μεγαλύτερο επίπεδο ελευθερίας και χαμηλότερα επίπεδα ελέγχου είναι πιο επιρρεπείς να εκδηλώσουν τέτοιες συμπεριφορές Vitak (2011). Στην παρούσα εργασία λοιπόν, επιχειρήσαμε να εξετάσουμε με την βοήθεια της στατιστικής και ειδικότερα της απλής γραμμικής παλινδρόμησης, αν εργασιακή ανία θα έχει θετική συσχέτιση με την χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Όσον αφορά την πρώτη υπόθεσή μας **H1** επιβεβαιώνεται για την εργασιακή ανία. Συνεπώς συμπεραίνουμε με βάση τα αποτελέσματα που πήραμε από την απλή γραμμική παλινδρόμηση, ότι **η χρήση των Μέσων αυξάνεται**, όταν αυξάνεται το επίπεδο πλήξης και εργασιακής ανίας στον χώρο εργασίας. Σε επόμενο επίπεδο προσπαθήσαμε να μετριάσουμε (moderation) αυτή την σχέση και να εξετάσουμε την αλληλεπίδραση μεταξύ της εξαρτημένης μεταβλητής X και της ρύθμισης M και κατά πόσον είναι ή όχι αποτελεσματική σε σχέση με την εξαρτημένη Y. Έτσι λοιπόν προέκυψε πως η υπόθεση **H3** **δεν επιβεβαιώνεται** και δεν είναι αρκετή ώστε να μετριάσει την σχέση. Συμπεραίνουμε λοιπόν πως η **δημιουργική εργασία** δεν θεωρείται ικανή μεταβλητή, ώστε να ρυθμίσει την επίδραση της ανίας στην χρήση των μέσων στον χώρο εργασίας, αφού δεν προέκυψε στατιστική σημαντικότητα. Στα ίδια πλαίσια επιβεβαιώθηκε η υπόθεση **H2** και πως η άυξηση του εθισμού θα αυξήσει και το επίπεδο χρήσης των Μέσων. Ομοίως για την υπόθεση **H4**, δηλαδή η **εργασιακή υπερφόρτωση** δεν θεωρείται ικανή μεταβλητή, ώστε να ρυθμίσει την επίδραση του εθισμού στην χρήση των μέσων, διότι δεν προέκυψε στατιστική σημαντικότητα. Τέλος, ακολουθήσουμε την διαδικασία της διαμεσολάβησης (mediation). Και σε αυτήν την περίπτωση μας έχουμε ως εξαρτημένη μεταβλητή (Y) την χρήση των Μέσων, ως ανεξάρτητη μεταβλητή (X) έχουμε την εργασιακή ανία και ως διαμεσολαβητική μεταβλητή (Me) την Εργασιακή αυτονομία. Έτσι λοιπόν προέκυψε πως η υπόθεση **H5** **επιβεβαιώνεται** και υπάρχει μερική διαμεσολάβηση.

## **5. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ**

Αν και η παρούσα εργασία μας οδήγησε σε χρήσιμα και σημαντικά αποτελέσματα δεν έλειψαν κάποιοι περιορισμοί, οι οποίοι κρίνεται σκόπιμο να αναφερθούν. Πιο συγκεκριμένα: Ο χρονικός περιορισμός δε μας επέτρεψε την επαναπροσέγγιση ατόμων που αρνήθηκαν να απαντήσουν και γενικά δεν υπήρχε η δυνατότητα προσέγγισης ατόμων από άλλες περιοχές, με αποτέλεσμα το δείγμα μας να έχει γεωγραφικούς περιορισμούς. Στην παρούσα έρευνα έγινε προσπάθεια να περιοριστούν τα προβλήματα αυτά προσφέροντας τη δυνατότητα επικοινωνίας των παραληπτών. Ωστόσο, το μέγεθος του συγκεντρωμένου δείγματος, είναι μικρό και δεν επιτρέπει τα δεδομένα μας να κατανέμονται κανονικά, οπότε δεν μπορούμε να προβούμε στην ασφαλή εξαγωγή γενικευμένων συμπερασμάτων. Ωστόσο, μια μεταγενέστερη έρευνα με μεγαλύτερο δείγμα από τους συμμετέχοντες μπορεί να επηρεάζε διαφορετικά τα αποτελέσματα, παρουσιάζοντας ακόμη μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τις υπό εξέταση έννοιες. Αξίζει να σημειωθεί πως στο ερωτηματολόγιο της έρευνας δεν υπήρχε κάποιο ερώτημα ανοιχτού τύπου όπου ο ερωτώμενος είχε την δυνατότητα να παραθέσει κάποιο σχόλιο, οπότε σε μία μελλοντική έρευνα που θα περιλαμβάνει ερωτήσεις ανοιχτού περιεχομένου, θα επέτρεπε την περαιτέρω αξιολόγηση των αποτελεσμάτων.

## **6. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ**

Το πεδίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στον χώρο εργασίας, αποτελεί ένα καινούριο αντικείμενο μελέτης με πολλές προεκτάσεις. Στο πλαίσιο της έρευνας αυτής είναι ότι εκτός των αποτελεσμάτων που προέκυψαν, αναδείχθηκαν και θέματα ή απόψεις που πρέπει να μελετηθούν στο άμεσο μέλλον. Αρχικά, προτείνεται η πραγματοποίηση μιας ευρύτερης σε γεωγραφικό επίπεδο. Μια πιθανή μεταγενέστερη μελέτη θα μπορούσε να συμπεριλάβει την εξέταση των ψυχογραφικών χαρακτηριστικών (τρόπος ζωής, χαρακτηριστικά προσωπικότητας) των συμμετεχόντων έτσι ώστε να διεξαχθούν κάποια επιπλέον αποτελέσματα. Ακόμη, ποιες θέσεις εργασίας ωθούν τον εργαζόμενο στην χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ως εκ τούτου θα ήταν ενδιαφέρον μελλοντικά να διερευνηθεί ποια άλλα αίτια οδηγούν σε αυτή την συμπεριφορά. Η συγκεκριμένη έρευνα θα μπορούσε να συνδυαστεί και με την απόδοση των εργαζόμενων. Η παρούσα έρευνα επιβεβαίωσε

άλλες διεθνείς έρευνες που υποστήριξαν ότι η εργασιακή ανία καθώς και άλλες έννοιες αποτελούν αίτια για την εκδήλωση του φαινομένου.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Aghaz A. , Sheikh A. 2016. Cyberloafing and job burnout: An investigation in the knowledge intensive sector. *Computers in Human Behavior* , Vol 62, p.p 51-60.

Andreassen C. S., Torsheimand T., Ståle Pallesen S. 2014. Use of online social network sites for personal purposes at work: does it impair self-reported performance?. *Sage Journals*, Volume 3, Article 18

Bakker A. , Demerouti A. 2006. The Job Demands-Resources model: state of the art *Journal of Managerial Psychology* , 22(3), p.p309-328

Beard, K.(2002) .Internet Addiction: Current Status and Implication for Employees." *Journal of Employment Counseling* , 39, p.p 2-11.

Beard, K.,Wolf. E , (2001), Modification in the Proposed Diagnostic Criteria for Internet Addiction." *Cyberpsychology & Behavior*, 4, p.p 377-383.

Berg J. M., Wrzesniewski A., Dutton, J. E. 2010. Perceiving and responding to challenges in job crafting at different ranks: When proactivity requires adaptivity. *Journal of Organizational Behavior*, 31 p.p 158-186.

Berg, J. M. ,Dutton, J. E., Wrzesniewski, A. 2013. Job crafting and meaningful work. Purpose and meaning in the workplace. *American psychological association* p.p 81-104.

Boyd D., Ellison N. 2008. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, pp. 210–230.

Cavazza F. 2011. Social Media Landscape 2011. Ανακτήθηκε από το διαδίκτυο [www.fredcavazza.net](http://www.fredcavazza.net)

Cheung C. & Lee M. & Chiu P. 2010. Online social networks: Why do students use facebook?. *Computers in human behavior*, 27, p.p 1337-1343

Cocke A.(2017). Internet Addiction & Health Effects. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα [www.livestrong.com/article/134688-internet-addiction-health-effects/](http://www.livestrong.com/article/134688-internet-addiction-health-effects/)

- Di Nucci D. 1999. Fragmented Future. *Design and new media*. p.p 32
- Eyadat, W., Eyadat, Y. 2010. Instructional technology and creativity among university students: the missing link. *World Journal on Educational Technology*, 2(2), p.p 87-99.
- Farmer,R., Sundberg, D. ,1986. Boredom proneness: the development and correlates of a new scale. *Journal of Personality Assessment*, 50(1), p.p 4-17
- Ferris J. 2008. Internet Addiction Disorder: Causes, Symptoms, and Consequences, *Us National library of medicine national institute of health*, 8(4), p.p 292-298
- Fisher C. (1981). Boredom: Construct, Causes and Consequences, *Texas A&M University* p.p 1-22
- Fisher, C. (1993). Boredom at work: A neglected concept. *Human Relations Sage journals*, 46(3)
- French, M. (2010). Job crafting. *Handbook of Improving Performance in the Workplace Volume Two: Selecting and Implementing Performance Interventions*, p. p555-568.
- Game, A.M. (2007). Workplace boredom coping: health, safety, and HR implication. *Emerald group publishing*, 36(5), p.p 701-721
- Garett R. K., Dazinger N. J. (2008). On Cyberslacking: Workplace Status and Personal Internet Use at Work *Cyberpsychology & Behavior* 11(3)
- Gielis A. H., van der Heijden , Jeroen J. L. Schepers , Nijssen J. E. (2012) Understanding workplace boredom among white collar employees: Temporary reactions and individual differences, *European Journal of Work and Organizational Psychology*,21(3)
- Gilstrap A. (2016), What Are the Consequences and Prevalence of Internet Addiction?, Διαθέσιμο <https://www.eminentseo.com/blog/internet-addiction-consequences-prevalence/>

Gilstrap A. **2016**. What Are the Consequences and Prevalence of Internet Addiction? *Digital design and marketing blog*. Ανακτήθηκε από το διαδίκτυο [www.eminentseo.com](http://www.eminentseo.com)

Gkorezis Panagiotis, Kastritsi Aikaterini ,(2017). Employee expectations and intrinsic motivation : work- related boredom as a mediator, *Emerald group publishing* ,39(1) p.p. 100-111

Gotestam K. , Johansson A. (2004),.Internet addiction: characteristics of a questionnaire and prevalence in Norwegian youth. *Us National library of medicine national institute of health*, 45(3) p.p 223-229

Griffiths M. , Kuss D. (2017) Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned, *Us National library of medicine national institute of health*,14(3), p.p 311

Gunawardena C. , Hermans M. B., Sanchez D., Richmond C.,Bohley M., Tuttle R.(2009) «A theoretical framework for building online communities of practice with social networking tools» *Educational media international*, 46(1), p.p 3-16

Hackman R.Oldham G. (1976) «Motivation through the design of work: test of a theory»,*Organizational behavior and human performance*, 16, p.p 250-279

HamzaKhan(2012),διαθέσιμοστονιστότοπο <http://www.instantshift.com/2012/06/28/social-networking-vs-social-mediaunderstand-the-difference/>

Hinders D. (2017),.What Causes Internet Addiction?. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα [www.livestrong.com](http://www.livestrong.com)

Hooff M. , Hooft E. (2014) . Boredom at Work : Proximal and Distal Consequences of Affective Work-Related Boredom . *Journal of Occupational Health Psychology* 19(3),p.p 348-359

<https://www.alexacom/>

Kaplan A. M., Haenlein M., (2009), Consumers, companies and virtual social worlds : A qualitative analysis of Second Life, *Advances in consumer research*, 36(1), p.p 873-874

Kaplan M. A.,Haenlein M (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, *Business Horizon*, 53, p.p 59-68

Kim S., Kim R. (2002). A Study of Internet Addiction: Status, Causes, and Remedies, *Journal of Korean Home Economics*,3(1)

Kraut, R., Patterson M, Lundmark V., Kiesler S.,Mukopadhyay T., Scherlis W. (1998). Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being? *American Psychologist* ,53, p.p1017-1031

Leftheriotus I. , Giannakos M. (2014). Using social media for work: Losing your time or improving your work?, *Computers in human behavior* ,31, p.p134-142

Marcon M., Viswanath B., Cha M., Gummadi K. (2011). Sharing Social Content from Home: A Measurement-driven Feasibility Study

Mayfield A. (2008). what is social media? , *An e-book by Antony Mayfield from iCrossing*

McDonald R, Harrison S, Checkland K, Campbell SM, Roland M. (2007) .Impact of financial incentives on clinical autonomy and internal motivation in primary care: ethnographic study. *Us National library of medicine national institute of health*, p.p 334

Mikulas W.L , Vodanovich (1993). Essence of boredom, *The Psychological record*, 43(1), p.p 3-12

Murray, K.E. and Waller, R. (2007). Social Networking Goes Abroad. *International Educator* ,16, p.p 56-59.

Naik U. & Shivalingaiah D. (2009) . Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0 ., *University Allahabad Διαθέσιμο [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)*

O Hanlon (1980). Boredom: Practical Consequences and a theory.,*Acta Psychologica* 49(1)p.p 53-82

[Raacke J](#), [Bonds-Raacke J](#). (2008). MySpace and Facebook: applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites, *Us National library of medicine national institute of health*,11(2), p.p 169-174

Selwyn, N., (2008). Education 2.0? Designing the web for teaching and learning, A Commentary by the Technology Enhanced Learning phase of the Teaching and



Learning Research Programme, *Teaching and Learning Research Programme, University of London*

Valenzuela S., Park N., Kee K (2009) «Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation» *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (4), p.p 875-901

Van Wyk, S.M., De Beer, L.T., Pienaar, J., & Schaufeli, W.B. (2016). The psychometric properties of a workplace boredom scale (DUBS) within the South African context., *SA Journal of Industrial Psychology*, 42(1)

Vitak J, Crouse J, LaRose R. (2011). Personal Internet use at work: Understanding cyberslacking, *Computers in Human Behavior*, 27(5), p.p 1751-1759

Weir S., Toolan F., Smeed D., (2011), The threats of social networking: Old wine in new bottles?, *Information Security Technical Report*, 16, pp.38-43

Wellman, B., Gulia, M. (1999). The network basis of social support: A network is more than the sum of its ties. *Networks in a Global Village. Life in Contemporary Communities*, Westview Press, Colorado

Wenger, E. (1998). Communities of practice: Learning, meaning and identity, *Journal of Mathematics Teacher Education* Διαθέσιμο [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

Whiting A., Williams D., (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach., *Qualitative Market Research: An International Journal*. 16(4), pp.362-369,

Wrzesniewski, A., Dutton, J. E. (2001). Crafting a job: Revisioning employees as active crafters of their work, *Academy of management review*, 26(2), p.p179-201.

[www.itu.int](http://www.itu.int)

[www.minddisorders.com/Flu-Inv/Internet-addiction-disorder.html](http://www.minddisorders.com/Flu-Inv/Internet-addiction-disorder.html)

Zhang (2010), “Social Media and Distance Education”, Instructional Support Specialist Center for Support of Instruction, δημοσιευμένο στον ιστότοπο: <http://deoracle.org/online-pedagogy/emerging-technologies/social-media-anddistance-education.html>

Βαγγέλης Μανδραβέλης (2017) «Καθημερινή και απαραίτητη η χρήση των *Social media* από τους Έλληνες.» Διαθέσιμο στην [www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 2. Απεικόνιση περιγραφικών στατιστικών στοιχείων των υπό εξέταση μεταβλητών

	N	Εύρος	Min	Max	Μέση τιμή	Τυπική Απόκλιση
Χρήση των Μέσων	116	3,61	1,17	4,78	3,44	0,66
Εργασιακή ανία	116	2,72	1,80	4,52	3,29	0,43
Αυτονομία	116	3,75	1,25	5,00	3,55	0,78
Εργασιακή Υπερφόρτωση	116	3,50	1,25	4,75	2,89	0,85
Δημιουργική Εργασία	116	2,40	1,8	4,20	3,36	0,47

Εθισμός	116	4,97	1,03	6,00	2,91	0,93
Valid N (listwise)	116					

Πίνακας 3. Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία για «Ηλικιακή κατηγορία», «Μορφωτικό επίπεδο», «Εργασιακή εμπειρία»

	N	Min	Max	Μέση Τιμή	Τυπική απόκλιση
Ηλικία	116	1	4	1,92	,91
Μορφωτικό επίπεδο	116	1	4	2,65	,94
Καθεστώς Εργασίας	116	1	4	1,87	1,06
Επαγγελματική Εμπειρία	116	1	4	2,31	1,04
Έτη διαμονής στον οργανισμό	116	1	4	2,34	1,06

Πίνακας 4: Συσχετίσεις μεταξύ των ομαδοποιημένων μεταβλητών

Pearson Correlation N=116	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης(1)	1				
Εργασιακή ανία (2)	0,482**	1			
Αυτονομία(3)	0,284**	0,207	1		
Εργασιακή υπερφόρτωση(4)	-0,111	0,017	-0,179	1	
Δημιουργική εργασία(5)	0,149	0,175	0,497**	0,004	1
Εθισμός(6)	0,211*	,234*	-0,076	0,206*	-0,084

Πίνακας 5: Συσχετίσεις μεταξύ των ομαδοποιημένων μεταβλητών και δημογραφικών χαρακτηριστικών

	ΜΚΔ	Ανία	Αυτονομία	Υπερφόρτωση	Δημιου. Εργασία	Εθισμός
Φυλο	,082	,085	-,078	-,234*	-,064	,030
Ηλικία	-,243**	-,222*	,721	-,060	-,073	-,123
Μορφωτικό επίπεδο	,208*	,161	,052	-,072	-,035	,123
Καθεστώς εργασίας	-,039	-,062	,001	,056	-,061	,023
Επαγγελματική Εμπειρία	-,290**	-,163	-,024	-,017	-,083	-,135
Χρόνια στον Οργανισμό	-,261**	-,117	-,064	-,007	-,108	-,120

Πίνακας 6. Εισαγωγή/Αφαίρεση Μεταβλητών

Μοντέλο	Εισαγωγή Μεταβλητών	Αφαίρεση Μεταβλητών	Method
1	Εργασιακή ανία <sup>b</sup>	.	Enter

a. Εξαρτημένη μεταβλητή: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Πίνακας 7. ΣΥΝΟΨΗ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

ΜΟΝΤΕΛΟ	R	R square	Adjusted Square	R	Std. Error of the estimate
1	,482 <sup>a</sup>	,233	,226		,58523

Πίνακας 8: ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Παλινδρομήση	11,836	1	11,836	34,558	,000 <sup>b</sup>
	Κατάλοιπα	39,044	114	,342		
	Σύνολο	50,880	115			

a. Εξαρτημένη μεταβλητή: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

b. Προβλεπτικοί παράγοντες: (Constant), Εργασιακή ανία

Πίνακας 9. Συντελεστές<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Σταθερός Όρος)	1,026	,416		2,468	,015
	Εργασιακή Ανία	,735	,125	,482	5,879	,000

a. Εξαρτημένη Μεταβλητή: Μέσα κοινωνικής Δικτύωσης

Πίνακας 10. ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2	Παλινδρομήση	2,272	1	2,272	5,329	,023 <sup>b</sup>
	Κατάλοιπα	48,608	114	,426		
	Σύνολο	50,880	115			

a. Εξαρτημένη Μεταβλητή: Μέσα κοινωνικής Δικτύωσης

b. Προβλεπτικοί Παράγοντες: (Constant), Εθισμός

*Πίνακας 11. Συντελεστές<sup>a</sup>*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Σταθερός Όρος)	3,012	,199		15,160	,000
	Εθισμός	,150	,065	,211	2,309	,023

a. Εξαρτημένη Μεταβλητή: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

*Πίνακας 12. Σύνοψη Μοντέλου με ρύθμιση την μεταβλητή «Δημιουργική Εργασία»*

R	R-sq	MSE	F	Df1	Df2	p
,4927	,2428	,3440	11,9682	3,0000	112,0000	,0000

*Πίνακας 13 . Εξίσωση Παλινδρόμησης με ρυθμιστικό παράγοντα την μεταβλητή «Δημιουργική Εργασία»*

	Συντελεστής	Se	T	P	LLCI	ULCI
Σταθερός Όρος	-,7494	1,7264	-,4341	,6651	-4,1701	2,6713
Εργασιακή Ανία	1,1701	,5078	2,3042	,0231	,1639	2,1763
Δημιουργική Εργασία	,6287	,5910	1,0639	,2897	-,5422	1,7996
Αλληλεπίδραση_1	-,1594	,1730	-,9215	,3588	-,5022	,1834

*Πίνακας 14. Σύνοψη Μοντέλου*

R	R-sq	MSE	F	Df1	Df2	p
,3293	,1085	,4050	4,5418	3,0000	112,0000	,0048

*Πίνακας 15. Εξίσωση Παλινδρόμησης με ρύθμιση την μεταβλητή «Εργασιακή Υπερφόρτωση»*

	Συντελεστής	Se	T	P	LLCI	ULCI
Σταθερός Όρος	2,1214	,5941	3,5708	,0005	,9443	3,2985
Εθισμός	,5836	,1966	2,9682	,0037	,1940	,9732
Εργασιακή Υπερφόρτωση	,2782	,1959	1,4199	,1584	-,1100	,6664
Αλληλεπίδραση_2	-,1370	,0620	-2,2085	,0292	-,2599	,0141

Πίνακας 16. Σύνοψη Μοντέλου με διαμεσολάβηση την μεταβλητή «Αυτονομία της εργασίας» και Εξαγόμενη μεταβλητή την Αυτονομία της εργασίας

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,1179	,0139	,6096	1,6080	1,0000	114,0000	,2074

Εξαγόμενη μεταβλητή: Αυτονομία της εργασίας

Πίνακας 17. Εξίσωση Παλινδρόμησης με διαμεσολάβηση την μεταβλητή «Αυτονομία» » και Εξαγόμενη μεταβλητή την Αυτονομία της εργασίας.

	Συντελεστής	se	t	p	LLCI	ULCI
Σταθερός Όρος	3,9554	2,8565	,5547	5,1499	,0000	1,7577
Εργασιακή Ανία	,2115	,1668	1,2681	,2074	-,1189	,5419

Εξαγόμενη μεταβλητή: Αυτονομία της εργασίας

Πίνακας 18. Σύνοψη Μοντέλου με διαμεσολάβηση την μεταβλητή «Αυτονομία» και Εξαγόμενη μεταβλητή την Χρήση των μέσων

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,5336	,2848	,3220	22,4948	2,0000	113,0000	,0000

Εξαγόμενη μεταβλητή: Χρήση των Μέσων

Πίνακας 19. Εξίσωση Παλινδρόμησης με διαμεσολάβηση την μεταβλητή «Αυτονομία» και Εξαγόμενη μεταβλητή την Χρήση των μέσων.

	Συντελεστής	se	t	p	LLCI	ULCI
Σταθερός Όρος	,4680	,4476	1,0456	,2980	-,4188	1,3548
Εργασιακή Ανία(X)	,6937	,1221	5,6816	,0000	,4518	,9355
Αυτονομία (Me)	,1954	,0681	2,8701	,0049	,0605	,3302

Πίνακας 20. Η Σύνοψη Μοντέλου από την συνολική επίδραση του μοντέλου

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,4823	,2326	,3425	34,5585	1,0000	114,0000	,0000

Πίνακας 21. Εξίσωση Παλινδρόμησης του μοντέλου

	Συντελεστής	se	t	p	LLCI	ULCI
Σταθερός Όρος	1,0261	,4158	2,4680	,0151	,2025	1,8497
Εργασιακή Ανία	,7350	,1250	5,8786	,0000	,4873	,9826



# ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ



## Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών:

Νέα Επιχειρηματικότητα Καινοτομία και Ανάπτυξη

### Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ. ΑΙΤΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να ανιχνεύσουμε τα αίτια που οδηγούν στην χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά την διάρκεια της εργασίας καθώς και τα αποτελέσματα από την χρήση των μέσων. Θα θέλαμε να μας βοηθήσετε σε αυτή την προσπάθεια, αφιερώνοντας 10 λεπτά από τον χρόνο σας απαντώντας στο ερωτηματολόγιο που ακολουθεί. Να σημειωθεί πως το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν μόνο για την διεξαγωγή της έρευνας.

Α. ΠΕΙΤΕ ΜΑΣ ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΕΣΑΣ

## ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Παρακαλώ συμπληρώστε τα παρακάτω στοιχεία.

Βάλτε ένα (x) στο αντίστοιχο τετραγωνάκι

### Ι. ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

#### Q1. Φύλο

Ανδρας

Γυναίκα

#### Q2. Ηλικία

18 - 32

33 - 44

45 - 56

56+

**Q3. Επίπεδο εκπαίδευσης**

Απόφοιτος Γυμνασίου/ Λυκείου  Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.

Απόφοιτος Α.Ε.Ι.  Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου

Άλλο:

---

**II. ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Q4. Το καθεστώς εργασίας σας:**

Μόνιμος/η  Συμβασιούχος/α

Εκπαιδευόμενος/η  Άλλο

**Q5. Χρόνος επαγγελματικής εμπειρίας**

0 – 3 χρόνια  4 – 10 χρόνια

11 – 19 χρόνια  20 χρόνια και άνω

**Q6. Χρόνος προϋπηρεσίας στον οργανισμό**

Λιγότερο από 1 χρόνο  1 – 5 χρόνια

6 – 9 χρόνια  Περισσότερο από 10 χρόνια

**Παρακαλώ κυκλώστε το τετραγωνάκι που αντιστοιχεί στον βαθμό συμφωνίας σας με τις παρακάτω απόψεις**

Διαφωνώ Πλήρως	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα
----------------	---------	---------------------------	---------	-----------------

**Q7.Χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ( π.χ facebook, linkIn, twitter, blogs) για την εργασία σας?**

<b>α/α</b>	<b>Απόψεις</b>	<b>1= Διαφωνώ Πλήρως 5= Συμφωνώ απόλυτα</b>				
<b>1</b>	Χρησιμοποιώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ώστε να αποκτήσω πληροφορίες σε σχέση με την εργασία	1	2	3	4	5
<b>2</b>	Χρησιμοποιώ τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ώστε να διατηρήσω και να ενισχύσω την επικοινωνία μου με τους συναδέλφους μου στον χώρο εργασίας	1	2	3	4	5
<b>3</b>	Στην εργασία μου χρησιμοποιώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	1	2	3	4	5

**Q8. Η χρήση των ΜΚΔ στον χώρο εργασίας είναι**

<b>α/α</b>	<b>Απόψεις</b>	<b>1= Διαφωνώ απόλυτα 5= Συμφωνώ απόλυτα</b>				
<b>1</b>	Αποτελεσματικό	1	2	3	4	5
<b>2</b>	Βοηθητικό	1	2	3	4	5
<b>3</b>	Λειτουργικό	1	2	3	4	5
<b>4</b>	Απαραίτητο	1	2	3	4	5
<b>5</b>	Πρακτικό	1	2	3	4	5
<b>6</b>	Συναρπαστικό	1	2	3	4	5
<b>7</b>	Ευχάριστο	1	2	3	4	5
<b>8</b>	Διασκεδαστικό	1	2	3	4	5
<b>9</b>	Απολαυστικό	1	2	3	4	5

**Q9. Πως θα χαρακτηρίζατε την εργασιακή σας απόδοση**

α/α	Απόψεις	1= Διαφωνώ απόλυτα 5= Συμφωνώ απόλυτα				
		1	2	3	4	5
1	Αποδίδω οριακά περισσότερο από το αποδεκτό επίπεδο	1	2	3	4	5
2	Συχνά αποδίδω περισσότερο από όσο μπορεί κανείς να αναμένει από εμένα	1	2	3	4	5
3	Συχνά καταβάλλω αυξημένη προσπάθεια στην εργασία μου	1	2	3	4	5
4	Δαπανώ σκόπιμα περισσότερη προσπάθεια στην εργασία μου	1	2	3	4	5
5	Προσπαθώ να εργάζομαι κατά το δυνατόν περισσότερο	1	2	3	4	5
6	Η ποιότητα της εργασίας μου είναι σε κορυφαίο επίπεδο	1	2	3	4	5

α/α	Απόψεις	1= Διαφωνώ απόλυτα 7= Συμφωνώ απόλυτα				
		1	2	3	4	5
Q10	Αισθάνομαι πλήξη στον χώρο εργασίας	1	2	3	4	5
Q11	Είναι ανεπαρκής η εργασία μου	1	2	3	4	5
Q12	Υπάρχει ποικιλία στην εργασία μου	1	2	3	4	5
Q13	Αποκτώ νέες δεξιότητες μέσω της εργασίας μου	1	2	3	4	5
Q14	Η εργασία, μου προάγει ευκαιρίες για προσωπική ανάπτυξη	1	2	3	4	5
Q15	Θα μπορούσα να τελειώσω την εργασία μου σε λιγότερο χρόνο	1	2	3	4	5
Q16	Η εργασία μου είναι ταιριαστή με τις δεξιότητες και ικανότητες μου	1	2	3	4	5
Q17	Δαπανώ χρόνο σε προσωπικά ενδιαφέροντα κατά την διάρκεια της εργασίας μου	1	2	3	4	5

Q18	Στην εργασία μου ασχολούμαι με πράγματα άσχετα από τη δουλειά μου	1	2	3	4	5
Q19	Επισκέπτομαι ιστοσελίδες χωρίς αυτό να είναι απαραίτητο για την δουλειά μου	1	2	3	4	5
Q20	Δεν με ενδιαφέρει πραγματικά η απόδοση μου στην εργασία	1	2	3	4	5
Q21	Η άποψη μου για εμένα δεν αλλάζει αν δεν τα πάω καλά στη δουλειά μου	1	2	3	4	5
Q22	Σπάζω την δουλειά σε μικρότερα καθήκοντα ώστε να είναι πιο εύκολο να εργαστώ	1	2	3	4	5
Q23	Θέτω βραχυπρόθεσμους στόχους, που μπορούν να επιτευχθούν σε λίγες μέρες ή εβδομάδες	1	2	3	4	5
Q24	Βάζω χρονοδιάγραμμα στην εργασία μου	1	2	3	4	5
Q25	Αναζητώ ευκαιρίες να αυξήσω την αποδοτικότητα της εργασίας μου	1	2	3	4	5
Q26	Τείνω να τελειώνω πρώτα τα πιο σημαντικά καθήκοντα, πριν ασχοληθώ με τις λιγότερο σημαντικές	1	2	3	4	5
Q27	Επανεξετάζω τους στόχους μου πριν αποφασίσω αν χρειάζονται αναθεώρηση	1	2	3	4	5
Q28	Τείνω να προγραμματίζω τον χρόνο μου σε καθημερινή βάση	1	2	3	4	5
Q29	Αντιμετωπίζω τα προβλήματα «κατά πρόσωπο»	1	2	3	4	5
Q30	Όταν κάτι πάει στραβά ψάχνω για λύσεις	1	2	3	4	5
Q31	Όταν υπάρχει η ευκαιρία να συμμετάσχω ενεργά σε κάτι το κάνω	1	2	3	4	5
Q32	Παίρνω πρωτοβουλίες όταν άλλοι δεν παίρνουν	1	2	3	4	5
Q33	Χρησιμοποιώ τις ευκαιρίες που υπάρχουν ώστε να πετύχω τους στόχους μου	1	2	3	4	5
Q34	Συνήθως κάνω περισσότερα από αυτά που απαιτούνται	1	2	3	4	5
Q35	Διαχειρίζομαι το περιεχόμενο της εργασίας μου	1	2	3	4	5

Q36	Έχω την ελευθερία να αποφασίζω πώς θα διεκπεραιώσω τις εργασίες μου	1	2	3	4	5
Q37	Θέτω το δικό μου πρόγραμμα για τις εργασίες μου	1	2	3	4	5
Q38	Έχω την άδεια να ξεκινήσω δικά μου έργα στην δουλειά μου	1	2	3	4	5
Q39	Αισθάνομαι πως ο αριθμός των αιτημάτων, προβλημάτων και παραπόνων που πρέπει να διαχειριστώ είναι μεγαλύτερος του αναμενόμενου	1	2	3	4	5
Q40	Αισθάνομαι πώς ο όγκος της εργασίας μου έχει αρνητική επίδραση στο πόσο καλά διεκπεραιώνεται	1	2	3	4	5
Q41	Αισθάνομαι απασχολημένος/η ή βιαστικός στην εργασία	1	2	3	4	5
Q42	Αισθάνομαι πίεση από την εργασία	1	2	3	4	5
Q43	Προσπαθώ να αναπτύξω τις ικανότητες μου	1	2	3	4	5
Q44	Προσπαθώ να αναπτύξω τον επαγγελματισμό μου	1	2	3	4	5
Q45	Προσπαθώ να αποκτήω νέες γνώσεις στην εργασία μου	1	2	3	4	5
Q46	Είμαι βέβαιος/η πως χρησιμοποιώ τις ικανότητες μου στο μέγιστο	1	2	3	4	5
Q47	Αποφασίζω μόνος/η μου το πώς να λειτουργήσω	1	2	3	4	5
Q48	Είμαι βέβαιος/η ότι το έργο μου είναι πνευματικά λιγότερο έντονο	1	2	3	4	5
Q49	Προσπαθώ να διασφαλίσω ότι το έργο μου είναι συναισθηματικά λιγότερο έντονο	1	2	3	4	5
Q50	Οργανώνομαι έτσι ώστε να ελαχιστοποιώ την επαφή μου με ανθρώπους των οποίων οι προσδοκίες είναι μη ρεαλιστικές	1	2	3	4	5
Q51	Προσπαθώ να διασφαλίσω ότι δεν πρέπει να λαμβάνω πολύ δύσκολες αποφάσεις στην εργασία μου	1	2	3	4	5
Q52	Οργανώνω τη δουλειά μου με τέτοιο τρόπο ώστε να διασφαλίσω ότι δεν χρειάζεται να επικεντρωθώ για μεγάλη περίοδο ταυτόχρονα	1	2	3	4	5

<b>Q53</b>	Όταν έρχεται ένα ενδιαφέρον έργο, προσφέρω τον εαυτό μου ενεργά ως συνεργάτης	1	2	3	4	5
<b>Q54</b>	Εάν υπάρχουν νέες εξελίξεις, είμαι από τους πρώτους που θα μάθουν για αυτές και θα τις δοκιμάσουν	1	2	3	4	5
<b>Q55</b>	Όταν δεν υπάρχουν πολλά να κάνουμε στην εργασία, βλέπω ότι είναι μια ευκαιρία να ξεκινήσουν νέα έργα	1	2	3	4	5
<b>Q56</b>	Αναλαμβάνω τακτικά επιπλέον καθήκοντα, παρόλο που δεν λαμβάνω επιπλέον μισθό γι 'αυτά	1	2	3	4	5
<b>Q57</b>	Προσπαθώ να αυξήσω τις προκλήσεις της εργασίας μου, εξετάζοντας ό,τι θεωρείται δεδομένο	1	2	3	4	5

α/α	Απόψεις	1= Διαφωνώ απόλυτα 5= Συμφωνώ απόλυτα 6= Δεν ισχύει/Δεν απαντώ					
		1	2	3	4	5	6
<b>Q58</b>	Πόσο συχνά ονειρεύεστε το διαδίκτυο	1	2	3	4	5	6
<b>Q59</b>	Πόσο συχνά φαντάζεστε το διαδίκτυο ή σκέφτεστε τι καλά θα ήταν να είστε συνδεδεμένοι όταν δεν βρίσκεστε στο διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
<b>Q60</b>	Πόσο συχνά αισθάνεστε νευρικός/ή εκνευρισμένος/ή ή αγχωμένος/ή εάν δεν μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το Internet για όση ώρα θέλετε;	1	2	3	4	5	6
<b>Q61</b>	Πόσο συχνά αισθάνεστε νευρικός/ή, εκνευρισμένος/ή ή αγχωμένος/ή εάν δεν μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το διαδίκτυο για μέρες;	1	2	3	4	5	6
<b>Q62</b>	Πόσο συχνά σας συμβαίνει να αισθάνεστε κατάθλιψη, κυκλοθυμία ή νευρικότητα όταν δεν είστε στο Διαδίκτυο και αυτά να σταματούν μόλις συνδεθείτε στο διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
<b>Q63</b>	Πόσο συχνά νομίζετε ότι η ζωή σας θα ήταν άδεια, βαρετή και δυσάρεστη χωρίς διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
<b>Q64</b>	Πόσο συχνά ονειρεύεστε το διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
<b>Q65</b>	Υπάρχουν περιπτώσεις που ανυπομονείτε για τη στιγμή που θα μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ξανά το διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
<b>Q66</b>	Πόσο συχνά πιέζετε τις σκέψεις σας για τη ζωή σας μακριά από τον κατευναστικό κόσμο του διαδικτύου;	1	2	3	4	5	6
<b>Q67</b>	Πόσο συχνά ουρλιάζετε, φωνάζετε ή ενοχλείστε αν κάποιος/α σας ενοχλεί ενώ είστε στο διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6

Q68	Πόσο συχνά αισθάνεστε ότι δεν μπορείτε να επικεντρωθείτε στην εργασία σας επειδή σκέφτεστε το Διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
Q69	Πόσο συχνά παραμερίζετε τις δουλειές του σπιτιού για να περάσετε περισσότερο χρόνο στο διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
Q70	Πόσο συχνά περνάτε χρόνο στο διαδίκτυο ενώ θα θέλατε να κοιμάστε;	1	2	3	4	5	6
Q71	Πόσο συχνά επιλέγετε το Διαδίκτυο αντί να είστε με τον σύντροφό σας;	1	2	3	4	5	6
Q72	Πόσο συχνά η χρήση του Διαδικτύου βλάπτει την εργασία σας ή την αποτελεσματικότητά σας;	1	2	3	4	5	6
Q73	Πόσο συχνά οι άνθρωποι στη ζωή σας διαμαρτύρονται για το γεγονός ότι ξοδεύετε πολύ χρόνο στο διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
Q74	Πόσο συχνά παίρνετε κακούς βαθμούς ή παραμελείται τις σπουδές σας εξαιτίας του Διαδικτύου;	1	2	3	4	5	6
Q75	Επιλέγετε το Διαδίκτυο αντί να πηγαίνετε έξω με κάποιον για να διασκεδάσετε;	1	2	3	4	5	6
Q76	Πόσο συχνά ξεχνάτε να φάτε επειδή είστε στο διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
Q77	Πόσο συχνά αφιερώνετε χρόνο στη λήψη στοιχείων (βιβλίων, λογισμικού) που χρειάζεστε για τη χρήση του Διαδικτύου;	1	2	3	4	5	6
Q78	Πόσο συχνά δημιουργείτε νέες σχέσεις με άλλους χρήστες στο διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
Q79	Πόσο συχνά ελέγχετε τα νέα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου πριν κάνετε οποιαδήποτε απαραίτητη εργασία;	1	2	3	4	5	6
Q80	Πόσο συχνά αισθάνεστε ότι πρέπει να μειώσετε το χρόνο που αφιερώνετε στο διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
Q81	Σας έχει συμβεί να θέλετε να μειώσετε το χρόνο που αφιερώνετε στο διαδίκτυο, αλλά να μην το πετυχαίνετε;	1	2	3	4	5	6
Q82	Πόσο συχνά προσπαθείτε να αποκρύψετε το χρόνο που αφιερώνετε στο διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6
Q83	Πόσο συχνά πιστεύετε ότι η χρήση του διαδικτύου προκαλεί προβλήματα για εσάς;	1	2	3	4	5	6
Q84	Πόσο συχνά διαπιστώνετε ότι μένετε στο διαδίκτυο περισσότερο από ό, τι είχατε σκοπό;	1	2	3	4	5	6
Q85	Πόσο συχνά λέτε όταν είστε στο διαδίκτυο "λίγα λεπτά και θα σταματήσω"	1	2	3	4	5	6



<b>Q86</b>	Πόσο συχνά πιστεύετε ότι πρέπει να ζητήσετε βοήθεια σχετικά με τη χρήση του Διαδικτύου σας;	1	2	3	4	5	6
<b>Q87</b>	Πόσο συχνά αρχίζετε να υπερασπίζεστε τον εαυτό σας ή αποκρύπτετε την πραγματικότητα όταν κάποιος ρωτά τι κάνετε στο Διαδίκτυο;	1	2	3	4	5	6

