

ΘΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ (CYBERVICTIMIZATION) ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ

Βασιλική Γκουντσίδου

Φυσικός-Ραδιοηλεκτρολόγος

Μέλος της Δ.Ε. του Ευρωπαϊκού Προγράμματος για το Cyberbullying

iakovou@auth.gr

Μορφές bullying

1.classical bullying

2.cyberbullying

3.mobbing

4.working place
bullying

5.homophobic

6.islamophobic

Ό,τι δεν πάρει
κάποιος
σαν παιδί,
σπάνια μπορεί να το
δώσει σαν ενήλικας.

Ένα σωστό εκπαιδευτικό σύστημα είναι αποτέλεσμα μιας συλλογικής προσπάθειας. Πρέπει να σταματήσουμε να κατηγορούμε στους εκπαιδευτικούς για όλα.



Mobbing-Εργασιακός Χώρος



1. Σειριακό
2. Έμμεσο
3. Κατά ζεύγη
4. «Νομοθεσία»
5. Εκτός εργασίας
6. Ιδρυματικό

Types of working place bullying

1. Spreading false rumors about an employee
2. Intimidation or scare tactics about loss of job
3. Excluding or isolating a worker
4. Undermining or impeding a person's work
5. Taking credit work and efforts done by staff
6. Offensive conduct which is threatening or humiliating
7. Sexual, racial or religious harassment
8. Withholding necessary information or giving false information
9. Establishing impossible deadlines so the person is set up to fail
10. Removing areas of responsibility with no documented reason
11. False documentation of records and performance reviews



Συμπεράσματα

Ενδοσχολική βία: μια πραγματικότητα στα σύγχρονα Ελληνικά σχολεία

Η παχυσαρκία αποτελεί την πρώτη αιτία στοχοποίησης και από τα χαρακτηριστικά του προσώπου τα μεγάλα αυτιά, τα σπυράκια και τα σιδεράκια.

Τα γυαλιά είναι πλέον αποδεκτά. Το κινητό προσδίδει αίγλη, δύναμη.

Οι άριστες επιδόσεις στο σχολείο, όπως και οι πολύ κακές επιδόσεις, στοχοποιούνται.

Ανάγκη ενημέρωσης του ιατρικού κόσμου για το πρόβλημα του bullying και για την αναγνώριση των θυμάτων.

bullying

1. Υπέρβαροι
2. Πρόβλημα με την εμφάνισή τους
3. Αρνητική εικόνα για τον εαυτό τους
4. Χαμηλή αυτοεκτίμηση
5. Κατάθλιψη

20-47% cyberbullying-εμφάνιση

Τα αγόρια έχουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση σε σχέση με τα κορίτσια και οι νεότεροι σε σχέση με τις μεγαλύτερες ηλικιακά ομάδες.



'Nobody likes me ... I can't believe what my so-called friends are saying about me...I cannot go to school tomorrow...'



'She's got a great group of friends... they all keep in contact with each other...'

What's wrong with this picture?

Do we really know what our children are saying to each other?

Τελικά οι περισσότεροι έχουμε εμμονή με την εικόνα μας περισσότερο απ' ότι θέλουμε να παραδεχτούμε. Το να ενδιαφέρεται κάποιος για την εμφάνισή του είναι φυσιολογικό και κατανοητό.

Οι μελέτες δείχνουν:

Τα εμφανήσιμα παιδιά είναι πιο δημοφιλή τόσο από τους συμμαθητές όσο και από τους εκπαιδευτικούς.

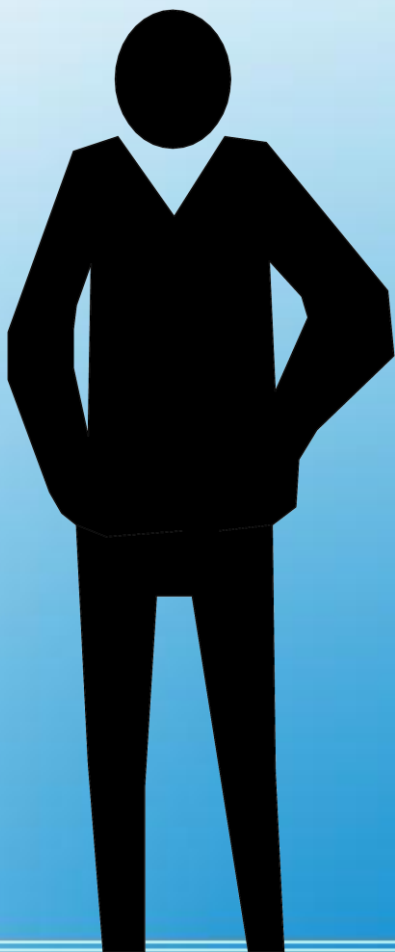
Μεταξύ αυτών που κάνουν αίτηση για εργασία μεγαλύτερη πιθανότητα πρόσληψης έχουν όσοι είναι πιο ωραίοι(Στις ΗΠΑ οι πιο ψηλοί έχουν μεγαλύτερες αποδοχές).

Ακόμη και στην απόφαση των ενόρκων στα δικαστήρια μεγάλο ρόλο παίζει η εμφάνιση.

Ο “εξαναγκασμός για ομορφιά” είναι ακόμη πιο έντονος στα Social Media.

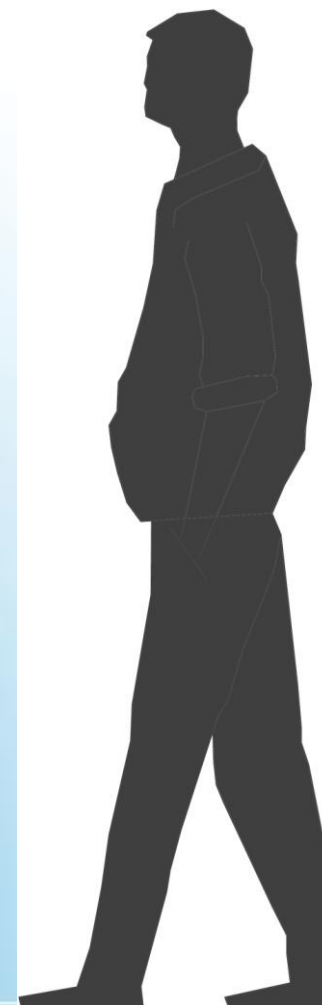
Καθρέφτη καθρεφτάκι μου





τι αποτελεί ταυτότητα στο λεγόμενο ψηφιακό χώρο ?

- στη μορφή του προφίλ, μία μερική αναπαράσταση. Οι κοινότητες διαμορφώνονται γύρω από μία συγκεκριμένη περιοχή ενδιαφέροντος.
- Πιθανόν αληθή δεδομένα πιθανόν και όχι. Η χρήση των ψευδονύμων ή λανθασμένων άλλων στοιχείων είναι τρόποι για να διατηρηθεί η ανωνυμία στο ίντερνετ. Δεν είναι μία αντικειμενική προβολή της προσωπικότητας του ατόμου.
- Τα αρνητικά στοιχεία της ταυτότητας κάποιου μπορούν εύκολα να κρυφτούν παρουσιάζοντας μόνο τις πιο ενδιαφέρουσες πτυχές της προσωπικότητας, μία ελεγχόμενη προβολή του εαυτού.
- Ο άνθρωπος δεν είναι ορατός από όλους – μπορεί να τον βλέπουν όλοι αλλά μπορεί και ένας περιορισμένος αριθμός.
- Το προφίλ δεν είναι μία στατική προβολή αλλά μία δυναμική προβολή.
- Για διαφορετικές μορφές κοινοτήτων πολλές φορές παρουσιάζονται διαφορετικά προφίλ.



Second Life



The code is the law

Κοινωνικοί παράγοντες

- 1.Οικογένεια
- 2.Φίλοι
- 3.Συμμαθητές
- 4.Γειτονιά
- 5.Συνάδελφοι,
κοινωνικός περίγυρος
- 6.MME
- 7.Social media



1. Χαμηλό κοινωνικοοικονομικό status
2. Χαμηλό μορφωτικό επίπεδο
3. Άνεργοι
4. Αναπηρίες
5. Νοητική στέρηση
6. Μετανάστες
7. "Celebrities"

Ψηφιακή εποχή

1. Γρήγορη ιστορική εξέλιξη
2. Ανισότητα στον χειρισμό
3. Άγνοια του μέσου από τους ενήλικες και του *savoir faire* από τους εφήβους
4. Ρίσκο ή ευκαιρία;

Παλιό οίκημα με νέα πρόσοψη

1. Κοινωνικές σχέσεις αλληλεπίδρασης
2. Νέοι τρόποι αυτοπαρουσίασης
3. Παρουσιάζεσαι όπως επιθυμείς
4. Αναζήτηση φίλων
5. Έκλειση βοήθειας
6. Bullying εξαρτώμενο από την εμφάνιση



Σε δείγμα 950 ενηλίκων 1 στους 3 ανέφεραν ότι θα επιθυμούσαν να εκπαιδευτούν ένα τουλάχιστον χρόνο σε ολόκληρη τη ζωή τους, αν αυτό είχε ως αποτέλεσμα να πετύχουν το ιδανικό βάρος και αναλογίες (Diedrichs et al, 2011a).

Σε έρευνα 5.000 ενηλίκων το 29% των γυναικών ανέφερε ότι συνεχώς ανησυχούν για το σώμα τους.

Το 70% των κοριτσιών και το 50% των αγοριών θέλουν να αλλάξουν τις σωματικές τους αναλογίες.

Το 73%, σε δείγμα 77.000 ενηλίκων, αισθάνονται ότι πρέπει να αλλάξουν το σώμα τους γιατί αισθάνονται πιεσμένοι όταν εκτίθενται στα Social media.

Πρώτα στο Ηνωμένο Βασίλειο άρχισε η κυβέρνηση να ενδιαφέρεται για έρευνες που ασχολούνται με την εμφάνιση των πολιτών.

Ακολούθησαν τα υπουργεία Υγείας και ΜΜΕ σε Ιταλία, Ισπανία, Βραζιλία, Αργεντινή, Αυστραλία, Καναδά και Γαλλία που ασχολήθηκαν, αφενός μεν να πείσουν τους πολίτες για μεγαλύτερη αποδοχή της διαφορετικότητας ως προς την εμφάνιση και αφετέρου να ελλαττωθεί το παρατηρούμενο “ανικανοποίητο,” όσον αφορά την εμφάνιση εκ μέρους εκατομμυρίων ανθρώπων.

Memorandum of Understanding for the implementation of a European Concerted Research Action IS1210: “Appearance Matters: Tackling the Physical and Psychosocial Consequences of Dissatisfaction with Appearance”

Industry action



Providing advice + videos + guides + technology which supports parents:

- Discuss with children about safe internet use
- Develop clear rules on usage
- Web/video/SNS/image/keyword filtering
- Ability to block or monitor sites
- Ability to screen material
- Provision of activity reports to monitor use
- Ability to change mobile number
- Disable features on a phone
- Instant alerts when sites are viewed

Providing advice + videos + guides + technology which supports the user:

- Guidance on safe internet use
- How to block content
- How to control privacy settings
- How to report abuse
- How to remove content
- Social reporting
- What to do if you are cyberbullied

Corporate Social Responsibility (CSR)

1. Ηθικοί κανόνες
2. Άδεια λειτουργίας
3. Φήμη
4. Επιβεβαίωση από το εργασιακό περιβάλλον και την κοινότητα

Προσπάθεια για να γίνει κατανοητή η επίδραση που η εικόνα του σώματος, η εμφάνιση και ο τρόπος που παρουσιάζουμε τον εαυτό μας έχει στη ζωή και στην καριέρα μας.

Η ποιοτική, διεπιστημονική και σε διάφορα κοινωνικά στρώματα έρευνα, θα εστιαστεί στους εξής στόχους.

1. Αντίληψη που έχει κάποιος για την εμφάνισή του, με την επίδραση εξωτερικών παραγόντων
2. Κατανόηση κοινωνικών παραγόντων
3. Ο τρόπος που ντύνεται και εμφανίζεται κάποιος

I won't bully you,
if you don't bully
me,

Make them go away-
We can do something
about me
Let me be me,
me, me ,me ,me

Σκοπός της έρευνας

- 1.Επικοινωνήστε μαζί του με ειλικρίνεια και ενδιαφέρον.Δείξτε του πως η κουβέντα μαζί του είναι για εσάς χαρά και όχι αγγαρεία. Εκδηλώστε την αγάπη σας, όχι μόνο με λόγια, αλλά και εμπράκτως.
- 2.Αποφύγετε τις συγκρίσεις
- 3.Η υπερπροστασία βλάπτει όσο και η κατάχρηση εξουσίας.
- 4 Ομολογήστε με κάθε ειλικρίνεια πως κι εσείς έχετε φοβηθεί.
5. Αποενοχοποιήστε το
- 6.Βοηθήστε το να αναπτύξει αυτοέλεγχο
- 7.Μάθετέ του πως αξίζει πολλά ανεξάρτητα με το πόσο αποδίδει.
- 8.Κάντε το να νιώσει ιδιαίτερο και πείτε του από νωρίς ότι κάθε άνθρωπος είναι μοναδικός.

Η αυτοπεποίθηση είναι η συναίσθηση της ικανότητας να ανταποκρίνεται κανείς στις απαιτήσεις της καθημερινότητας, αλλά και η επίγνωση της σημαντικότητάς του ως ιδιαίτερο πρόσωπο.





Ζωή δεν είναι..
να καθεσαι κρυμμενος και να περιμένεις να περάσει η μπόρα...
Ζωή είναι...
Να μάθεις να χορεύεις στην βροχή...
Μετά την βροχή...
Πάντα βγαίνει ουράνιο τόξο..

ΠΑΡΟΥΣΙΑ

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΠΟΛΥ