



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΠΜΣ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ**

Διπλωματική Εργασία

**ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΩΣ ΜΕΣΟ ΑΜΦΙΣΒΗΤΗΣΗΣ ΤΗΣ
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΕΞΟΥΣΙΑΣ**

της

ΝΕΡΜΙΝ ΓΕΩΡΓΙΑΣ Μ. ΧΑΛΙΛΗ

Επιβλέπων : Καθηγητής κ. Χαράλαμπος Παπασωτηρίου

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, ΙΟΥΝΙΟΣ 2012

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από τον Γουτεμβέργιο στα <i>Social Media</i>	4
--	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α

ΤΑ SOCIAL MEDIA ΩΣ ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	14
A.1 Προσδιορίζοντας τα <i>Social Media</i>	14
A.2 Μορφές και Τύποι των <i>Social Media</i>	18
A.3 Τα Αίτια Ανάπτυξης και Διάδοσης των <i>Social Media</i>	24

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β

ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA	31
B.1 Ελευθερία Λόγου.....	31
B.2 Λογοκρισία και Αμφισβήτηση.....	32
B.3 Νέες μορφές ελέγχου και προπαγάνδας.....	34
B.4 Η συμμετοχή στην πολιτική διαδικασία.....	37
B.5 Οι κοινωνικές σχέσεις.....	39
B.6 Η αξιοπιστία της πληροφορίας ως διακύβευμα.....	41
B.7 Νέες μορφές παραβατικότητας.....	43
B.8 Επαναπροσδιορίζοντας την Πνευματική Ιδιοκτησία και τα Προσωπικά Δεδομένα.....	44

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ

<i>Social Media</i> και Πολιτική Εξουσία	50
Γ.1 Η Κοινωνία των Πολιτών και η διεθνής απήχηση των κοινωνικών κινήματων.....	50
Γ.2 Διεθνείς Σχέσεις και <i>Social Media</i>	57

Γ. 3 Η Αμφισβήτηση της Πολιτικής Εξουσίας.....	61
Γ. 4 Νέοι Τρόποι Πολιτικής Επικοινωνίας.....	66

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ	71
---------------------------------	----

Δ.1 Κίνα.....	72
---------------	----

Δ. 2 Αίγυπτος.....	77
--------------------	----

Δ. 3 Ιράν.....	83
----------------	----

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	91
---------------------------	----

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	96
---------------------------	----

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από τον Γουτεμβέργιο στα Social Media

Η δυνατότητα αναπαραγωγής λέξεων, εικόνων και σχεδίων σε μεγάλο αριθμό αντιτύπων για πρώτη φορά στην ανθρώπινη ιστορία εντοπίζεται τον 15ο αιώνα με την εφεύρεση της τυπογραφίας. Η εφεύρεση της τυπογραφίας δεν ανήκει ούτε σε κάποιο συγκεκριμένο λαό ούτε σε κάποια συγκεκριμένη χρονολογία. Ωστόσο, αποδίδεται στον Γουτεμβέργιο (Johannes Gensfleisch zur Laden), διότι ήταν αυτός που συνέλαβε την ιδέα της τυπογραφικής μεθόδου στο σύνολο της¹.

Η τελειοποίηση της τυπογραφίας με την εφεύρεση της μεταλλικής μήτρας και την κατασκευή των κινητών μεταλλικών στοιχείων, τη στοιχειοθεσία, το χειροκίνητο πιεστήριο και την τυπογραφική μελάνη επάξια ανέδειξαν τον Γουτεμβέργιο σε πατέρα της μηχανικής εκτύπωσης. Η εκτύπωση της Βίβλου το 1455 στα λατινικά, μίας αισθητικά άριστης τυπογραφικής εργασίας υπήρξε το πρώτο τυπογραφικό προϊόν του.

Η εφεύρεση της τυπογραφίας και η σημαντική τεχνική πρόοδος στον τομέα της διάδοσης των πληροφοριών λειτούργησαν ως καταλύτης για την έκδοση των πρώτων εφημερίδων και περιοδικών κατά τον 17^ο αιώνα στην Ιταλία και στη συνέχεια στην υπόλοιπη Δυτική Ευρώπη. Οι εφημερίδες και τα περιοδικά εκείνης της εποχής, που είχαν αποκλειστικά εκπαιδευτικό και εγκυκλοπαιδικό χαρακτήρα και ήταν προσανατολισμένα σε θέματα σχετικά με τις επιστήμες, τις τέχνες και τα γράμματα, συνέβαλαν αποφασιστικά στη διάδοση των νέων

¹ <http://www.booksinfo.gr/bookpublications/typography/gutenberg/index.html>

ιδεών και στη διαμόρφωση μιας ενιαίας πολιτιστικής κουλτούρας και έδωσαν νέα ώθηση στο κίνημα του Διαφωτισμού².

Κατά τα τέλη του 19^{ου} αιώνα, η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η χρήση φθηνότερων πρώτων υλών δημιούργησαν νέες οδούς στη διάδοση του Τύπου. Είναι χαρακτηριστική η εμφάνιση και έκδοση περιοδικών και εφημερίδων με περιοδική συχνότητα και με ποικίλη θεματολογία, με σκοπό την πληροφόρηση και τον σχολιασμό της επικαιρότητας για θέματα κοινού ενδιαφέροντος.

Ωστόσο, αυτό που αποτέλεσε τη ρηξικέλευθη τομή στη διάδοση της πληροφορίας ήταν η εμφάνιση του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, που διεύρυναν τις δυνατότητες επικοινωνίας και ενημέρωσης μέσα από την άμεση μετάδοση του ήχου μέσω ηλεκτρομαγνητικών κυμάτων και τηλεοπτικών προγραμμάτων αντίστοιχα, οδηγώντας στην ταχύτατη και ευρύτατη καθιέρωση τους σε Μέσα Ενημέρωσης και Ψυχαγωγίας.

Τέλος, η ραγδαία ανάπτυξη των νέων μέσων και τεχνολογιών μετάδοσης πληροφοριών και η εμφάνιση νέων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του 1980, με αποκορύφωμα τις υπηρεσίες του διαδικτύου και τα social media, έθεσαν νέες βάσεις στην ανθρώπινη επικοινωνία και ενημέρωση.

Η ύπαρξη ενός τέτοιου συστήματος Μέσων Επικοινωνίας, ημερήσιου τύπου, τηλεόρασης, ραδιοφώνου, περιοδικού τύπου, βιβλίων, διαδικτύου και άλλων παρεμφερών μέσων, ικανού να επηρεάζει σταθερά και καθημερινά τη

² *Εφημερίς ή Περιοδικό: Προς μία τυπολογία του περιοδικού τύπου εν τη γενέσει. Ο ελληνικός τύπος από το 1784 έως σήμερα. Θεωρητικές προσεγγίσεις*, Πρακτικά Διεθνούς Συνεδρίου, Αθήνα, 23-25 Μαΐου 2002, Επιμέλεια Λουκία Δρούλια, ΙΝΕ/ΕΙΕ, Αθήνα, 2005, σ. 92-99.

διαμόρφωση κάθε κοινωνίας, έχει οδηγήσει δικαιολογημένα στο χαρακτηρισμό του αιώνα μας ως αιώνα της τεχνολογικής επανάστασης και των μέσων μαζικής επικοινωνίας.

Αυτή η εξέλιξη δε θα μπορούσε να αφήσει αδιάφορη την επιστημονική κοινότητα, η οποία σύντομα καταπιάστηκε με τη μελέτη των ΜΜΕ, των ιδιοτήτων τους, του τρόπου λειτουργίας τους, της σχέσης τους με το πολιτικό και το κοινωνικό περιβάλλον, τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και τις ιδεολογικές προεκτάσεις τους.

Ο όρος Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας ή Ενημέρωσης (ΜΜΕ) αναφέρεται στο σύνολο των τεχνητών μέσων, η λειτουργία των οποίων εξασφαλίζει την ταυτόχρονη μετάδοση μηνυμάτων και ερεθισμάτων σε απεριόριστο αριθμό μη συγκεκριμένων προσώπων, ανεξάρτητα από την κοινωνική κατηγορία όπου ανήκουν³. Απλούστερα μπορεί να ειπωθεί ότι τα ΜΜΕ περιλαμβάνουν το σύνολο των ειδησεογραφικών / πληροφοριακών μέσων που απευθύνονται στις μάζες της σύγχρονης κοινωνίας⁴.

Τα ΜΜΕ αποτελούν τους αγωγούς, μέσω των οποίων διοχετεύονται στο κοινό ειδήσεις, μηνύματα, πληροφορίες, ιδέες αλλά και διάφορα έργα τέχνης και διακρίνονται σε έντυπα και ηλεκτρονικά. Στην πρώτη κατηγορία συγκαταλέγονται ο ημερήσιος και περιοδικός τύπος (εφημερίδες & περιοδικά) και στη δεύτερη η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και το διαδίκτυο με τις ποικίλες και πολυάριθμες εφαρμογές που προσφέρει.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι τα ΜΜΕ συνιστούν θεσμούς, που διαμεσολαβούν μεταξύ της προσωπικής εμπειρίας, της αντίληψης που έχουμε

³ Durand J.P., Well R., *Sociology Containporaine*, Paris, 1993, p. 533.

⁴ Ματακιάς Α., *Λεξικό Εννοιών*, Αθήνα: Πελεκάνος, σ.. 377.

για τον κόσμο γύρω μας και της πραγματικότητας⁵. Με άλλα λόγια, κατέχουν μια θέση μεταξύ των ατόμων και των γεγονότων της κοινωνικής πραγματικότητας. Αυτό τους προσδίδει έναν ιδεολογικό και διαμεσολαβητικό ρόλο που οδηγεί στην κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας και κατ' επέκταση στην παραγωγή νοήματος.

Δε θα έπρεπε να εκπλήσσει το γεγονός ότι Μέσα Επικοινωνίας τέτοιας δυναμικής, που μάλιστα έχουν λάβει επανειλημμένα τον τίτλο της «τέταρτης εξουσίας», έχουν εξίσου θετικές και αρνητικές προεκτάσεις. Καταρχάς, τα ΜΜΕ συμβάλλουν αποφασιστικά στην άμεση, έγκαιρη και σφαιρική ενημέρωση / πληροφόρηση, αξιοποιώντας τα υπάρχοντα οπτικοακουστικά μέσα και συντελώντας στη διάπλαση και δόμηση της προσωπικότητας του ατόμου σε ρεαλιστικές βάσεις και θεμέλια.

Το άτομο μέσα από την πολύπλευρη πληροφόρηση και πολυσχιδή ενημέρωση που υπερακοντίζει χρονικά, χωρικά και γεωγραφικά εμπόδια, αποκτά και διατηρεί άμεση και καθημερινή επαφή με την πραγματικότητα, γίνεται γνώστης συνθηκών και γεγονότων, κοινωνός και αποδέκτης ειδήσεων και εξελίξεων που διαδραματίζονται στο πιο απόμακρο σημείο του πλανήτη και που επηρεάζουν άμεσα και αποφασιστικά τη ζωή και τη συμπεριφορά του. Το άτομο καθίσταται αυτομάτως ένας παγκόσμιος πολίτης και κατά συνέπεια αποκτά μία ρεαλιστική θεώρηση και αντιμετώπιση των πραγμάτων.

Κατά δεύτερον, τα ΜΜΕ έχουν αποδώσει νέο νόημα και διάσταση στη συμμετοχή στις πολιτικές διαδικασίες. Ο γενικής αποδοχής χαρακτηρισμός τους ως τέταρτη εξουσία δεν είναι τυχαίος, αντιθέτως είναι εύστοχος και αντιπροσωπευτικός. Τα ΜΜΕ έχουν τη δυνατότητα να αμφισβητούν την εξουσία, να στηλιτεύουν και να κατακρίνουν πολιτικές και αποφάσεις, να

⁵ Κωνσταντινίδου Χ., *Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και η Παραγωγή Νοήματος: Θεωρητικές Προσεγγίσεις και Προοπτικές*, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, 108-109, 2002, σσ.139-188.

ακυρώνουν πολιτικές αποφάσεις, να αποκαλύπτουν σκάνδαλα, εσφαλμένες πολιτικές κινήσεις και ενέργειες, να εκφράζουν τη λαϊκή βούληση, να δίνουν βήμα στην έκφραση προβληματισμών και διαφωνιών και να προωθούν το δημοκρατικό διάλογο. Υπό αυτήν την οπτική, τα ΜΜΕ αποτελούν αντίβαρο απέναντι στην πολιτική εξουσία και δημοκρατικό μοχλό στο πλαίσιο των διαφόρων πολιτικών διαδικασιών.

Επίσης, τα ΜΜΕ λειτουργούν ως μέσα διάδοσης και προώθησης των τεχνών, των επιστημών και των γραμμάτων. Αποτελούν φορέα πολιτισμού και επιστημονικής γνώσης που οδηγούν στην αναβάθμιση του πνευματικού επιπέδου. Με τη βοήθεια των Μέσων, αυτά τα αγαθά που συμβάλλουν στη μόρφωση του ατόμου, δεν αποτελούν προνόμιο των λίγων ή συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων, αλλά κατακτώνται από το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Επιπλέον, καλλιεργούν την πολυπολιτισμικότητα και τη διαπολιτισμικότητα και συμβάλλουν στη διαμόρφωση μιας υπερεθνικής κουλτούρας, που προκύπτει ως αναγκαιότητα και προϊόν των πολύπλοκων και σύνθετων διεργασιών του σύγχρονου φαινομένου της παγκοσμιοποίησης.

Σε αυτά θα μπορούσε να προστεθεί και η λειτουργία των ΜΜΕ ως Μέσο ψυχαγωγίας και διασκέδασης μέσα από τα διάφορα προγράμματα, σειρές, ταινίες, ντοκιμαντέρ και εκπομπές. Αυτό ισχύει ειδικότερα για τις ασθενέστερες κοινωνικές τάξεις, καθώς η τηλεόραση και το ραδιόφωνο αποτελούν συχνά τα μοναδικά μέσα ψυχαγωγίας και διασκέδασης για αυτούς τους ανθρώπους. Τέλος, τα ΜΜΕ καλλιεργούν την κοινωνικότητα μέσα από τη γνωριμία και συναναστροφή μεταξύ των ανθρώπων, μία δυνατότητα που προσφέρεται ευρύτατα και μαζικά από το διαδίκτυο και τις εφαρμογές του συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην ανάπτυξη ισχυρών και γόνιμων δεσμών ανάμεσα στα μέλη της κοινωνίας.

Ωστόσο, παρά τον κοινά παραδεδεγμένο θετικό ρόλο που θα μπορούσαν να διαδραματίσουν τα ΜΜΕ, προκύπτουν πολλά ερωτήματα τόσο για τον τρόπο

με τον οποίο τα ΜΜΕ επηρεάζουν – συχνά αλλοιώνοντας - ή ακόμα και διαμορφώνουν μια συγκεκριμένη ανθρώπινη συμπεριφορά, συγκεκριμένες πολιτικές και κοινωνικές αξίες, αλλά και σε σχέση με το ρόλο τους ως «τέταρτη εξουσία».

Πιο συγκεκριμένα, τα ΜΜΕ επηρεάζουν τα άτομα απευθύνοντας προς αυτά ιδέες που είναι ήδη γνωστές και προϋπάρχουν σε μία κοινωνία δηλαδή ενισχύοντας και σταθεροποιώντας υπάρχουσες αντιλήψεις, πεποιθήσεις και αξίες. Παράλληλα, όμως δημιουργούν γόνιμο έδαφος και ευνοϊκές συνθήκες για τη δημιουργία νέων ιδεών και αξιών, οι οποίες με την αδιάλειπτη επανάληψη θα ριζώσουν και θα ενισχυθούν⁶. Η αποτελεσματικότητα και επιτυχία αυτής της διεργασίας βρίσκεται σε άμεση συσχέτιση με την αλληλεπίδραση μεταξύ πομπού (δημοσιογράφου, ΜΜΕ) – δέκτη (ακροατών, τηλεθεατών, αναγνωστικού κοινού).

Αυτή η σχέση μπορεί να αποδοθεί με πολλά και διαφορετικά μοντέλα⁷. Συχνά, τα διάφορα μοντέλα επικοινωνίας αναφέρονται στην έννοια της κωδικοποίησης και αποκωδικοποίησης του μηνύματος, καθώς και της ανάδρασης. Σύμφωνα με την πρόταση του S.Hall, σε κάθε επικοινωνιακή διαδικασία υπάρχουν δύο διαφορετικές νοηματικές δομές, του πομπού και του δέκτη, οι οποίες διαμορφώνονται ως τέτοιες υπό την επίδραση: α) τεχνικών υποδομών, β) σχέσεων παραγωγής και γ) πλαίσιο γνώσης και συναντιούνται στο λόγο. Από την άλλη, η έννοια της ανάδρασης υπονοεί μια κυκλική διεργασία κατά την οποία το ερέθισμα που προέρχεται από τον πομπό προκαλεί την απάντηση – αντίδραση του δέκτη, η οποία με τη σειρά της γίνεται ερέθισμα για τον δέκτη⁸.

⁶ Μαρκίδου Ε., *Η Λειτουργία των Μέσων Επικοινωνίας*, Αθήνα: Θεμέλιο, Τόμος Β', 1993, σ.46.

⁷ Βλ. ΜακΚουέλ Ντένις & Βιντάλ Σβέν, *Σύγχρονα Μοντέλα Επικοινωνίας: Για τη μελέτη της Μαζικής Επικοινωνίας* (μτφρ: Κάτια Μεταξά), Αθήνα: Καστανιώτης, 2001

⁸ St. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (eds.), *Culture, Media. Language: Working Papers in Cultural Studies*, 1972-79, London: Taylor & Francis e-library, 2005, σσ. 117-128

Όμως, μια παράμετρος που πρέπει να επισημανθεί, ως προϋπόθεση μιας επιτυχούς αλληλεπίδρασης είναι ότι ο πομπός και ο δέκτης πρέπει να μοιράζονται ένα κοινό πολιτισμικό υπόβαθρο, που θα επιτρέψει την επιθυμητή και σύμφωνη με την πρόθεση του πομπού, αποκωδικοποίηση του μηνύματος από μέρους του δέκτη. Σε αυτό θα συνέβαλε εξίσου η γνώση εκ μέρους του πομπού χαρακτηριστικών όπως η ηλικία, η μόρφωση και το φύλο του δέκτη, αλλά και της ψυχολογίας του δέκτη. Ακόμα και ο χρόνος εκπομπής του μηνύματος διαδραματίζει κάποιο ρόλο. Με άλλα λόγια, ο πομπός πρέπει να συνυπολογίζει πολλούς παράγοντες και να γνωρίζει τον τρόπο με τον οποίο θα εκφράσει μια ιδέα, ώστε αυτή να ερμηνευτεί από το δέκτη με τον τρόπο που θα ήθελε ο πομπός να ερμηνευτεί⁹.

Η αλληλεπίδραση μεταξύ πομπού και δέκτη αποκαλύπτει την τεράστια δύναμη των ΜΜΕ, η οποία καθίσταται αμφιλεγόμενη ή ακόμα και επικίνδυνη όταν τα ΜΜΕ χάνουν την ελευθερία τους. Εξάλλου, αυτός είναι και ο λόγος που η ελευθερία γενικότερα, η ελευθερία έκφρασης και η ελευθερία του Τύπου ειδικότερα, θεωρούνται η πεμπουσία του δημοκρατικού πολιτεύματος, αναγνωρίζονται ως ατομικά δικαιώματα, που αποτελούν συστατικό στοιχείο της δημοκρατίας και κατοχυρώνονται συνταγματικά σε κάθε δημοκρατικό πολίτευμα.

Τα ΜΜΕ αποτελούν αναμφισβήτητα μία επιχείρηση που υπόκειται στο μοντέλο παραγωγής-κατανάλωσης. Κατά συνέπεια, οποιαδήποτε υποδούλωση τους είτε στις προτιμήσεις των ακροατών, θεατών ή αναγνώστων είτε στα συμφέροντα του οργανισμού ή του φορέα από τον οποίο εξαρτώνται οικονομικά οδηγεί στην καταστρατήγηση των εθιμικών κανόνων της αλήθειας και της δικαιοσύνης, στην καταπάτηση του ηθικού κώδικα της δημοσιογραφίας¹⁰.

⁹ Μαρκίδου Ε., *op. cit.*, p. 46.

¹⁰ *Ibid.*

Επομένως, ένα από τα βασικότερα διακυβεύματα αποτελεί η ελευθερία των ΜΜΕ και η δέσμευση των δημοσιογράφων να εκφέρουν τη γνώμη τους ελεύθερα και ανεξάρτητα, χωρίς να υπόκεινται στους διαβρωτικούς μηχανισμούς της μεγιστοποίησης του κέρδους και σε οποιαδήποτε μορφή οικονομικής εξάρτησης. Σύμφωνα με τον κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας, ο δημοσιογράφος φέρει την ευθύνη να αναγράφει τις ειδήσεις με ακρίβεια και αντικειμενικότητα, να ξεχωρίζει τις ειδήσεις από τα σχόλια, να αναφέρει τα γεγονότα αντικειμενικά, να παρέχει πλήρη και ορθή ενημέρωση, να μην παραλείπει ειδήσεις, να φροντίζει οι επικεφαλίδες των ειδήσεων να ανταποκρίνονται στο περιεχόμενο της είδησης και να ελέγχει τις πηγές των πληροφοριών του¹¹. Αν και εφόσον του ζητείται να εκφράσει την κρίση του, αυτή πρέπει να διατυπώνεται χωρίς να προβαίνει σε δυσφημιστικά ή εξυβριστικά σχόλια ή σχόλια που βασίζονται σε ψευδείς ειδήσεις.

Ωστόσο, το φιλτράρισμα και η διύλιση των ειδήσεων είναι αναπόφευκτη δεδομένου του στοιχείου της υποκειμενικότητας, της αντίληψης και του λόγου που εμπλέκονται σε κάθε διαδικασία αναπαραγωγής ειδήσεων. Επιπλέον, αυτό το φιλτράρισμα είναι συχνά επιβαλλόμενο και ιδεολογικά φορτισμένο, όταν ο αγωγός, διαμέσου του οποίου διαδίδεται η πληροφορία έχει συγκεκριμένες ιδεολογικές κατευθύνσεις ή άλλα συμφέροντα σε οποία αποβλέπει.

Αυτά τα παραδοσιακά στοιχεία, δηλαδή η σχέση πομπού-δέκτη, το μοντέλο παραγωγής – κατανάλωσης και ο αμφιλεγόμενος ρόλος του δημοσιογράφου υφίστανται ριζικές αλλαγές και σε ορισμένες περιπτώσεις ανατρέπονται με την έλευση των νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και Ενημέρωσης, με τη βοήθεια του Διαδικτύου, αλλά και των νέων Μέσων Επικοινωνίας και Κοινωνικοποίησης που ονομάζονται Social Media.

¹¹ Ibid., p. 48.

Για πρώτη φορά στην ιστορία της ανθρωπότητας έχουμε ένα μέσο το οποίο δεν έχει τεράστια κόστη παραγωγής και διανομής της πληροφορίας, δεν έχει χρονικούς και γεωγραφικούς περιορισμούς, και δεν περιέχει το στοιχείο του ρίσκου και τον συνακόλουθο φόβο της αποτυχίας. Το πρώτο, εμφανές αποτέλεσμα αυτής της εξέλιξης είναι η αποδυνάμωση του ρόλου του δημοσιογράφου. Με τη μετάβαση από το «πρώτα φιλτράρισε και μετά δημοσίευσε» στο «πρώτα δημοσίευσε και μετά φιλτράρισε»¹², ο δημοσιογράφος παύει να είναι το βασικό φίλτρο της ενημέρωσης, καθώς το πλήθος των ανθρώπων είναι αυτό που συμμετέχει αποφασιστικά και ενεργά στην παραγωγή περιεχομένου στο διαδίκτυο δημιουργώντας ένα νέο περιβάλλον συμβίωσης και συνεργασίας μεταξύ των δημοσιογράφων και των πολιτών¹³.

Ωστόσο, όπως αναφέρθηκε ήδη, αυτό είναι το πρώτο ορατό αποτέλεσμα. Οι αλλαγές που υφίστανται τα ΜΜΕ σήμερα είναι πολύ πιο δυναμικές και θεμελιώδεις διότι δεν αλλάζει μόνο ο τρόπος που λειτουργούν, αλλά πολύ περισσότερο κλονίζεται η ιδεολογική δυναμική τους. Σταδιακά, διαπιστώθηκε από το κοινό των ΜΜΕ ο τεράστιος έλεγχος πληροφοριών που ασκούσαν τα παραδοσιακά ΜΜΕ και κυρίως εκείνα με τη μεγαλύτερη απήχηση. Η ανάγκη για έκφραση, που συχνά υπονομευόταν από την όλο και πιο έντονη τάση των ΜΜΕ για μονόδρομη επικοινωνία, και ο περιορισμός της ελευθερίας λόγου στο εσωτερικό των ΜΜΕ, όξυνε το ενδιαφέρον του κόσμου, τόσο για ενημέρωση από τις νέες διαδικτυακές πηγές όσο και για τη συζήτηση και ανταλλαγή απόψεων.

Αυτή η νέα, διαδραστική και πλούσια δημόσια σφαίρα τίθεται στο επίκεντρο της παρούσας μελέτης. Το κεντρικό ερώτημα που θέτει προς συζήτηση είναι με ποιο τρόπο και σε ποιο βαθμό τα social media λειτουργούν ως μέσο αμφισβήτησης της κεντρικής, πολιτικής εξουσίας, ειδικά όταν αυτή εντάσσεται,

¹² Δρανδάκης Ν., *Τα Νέα Μέσα και η Τρίτη Υπόσχεση του Ίντερνετ*, Ιούλιος 2008.

¹³ Ibid., p.2.

λειτουργεί και βρίσκεται σε αλληλεξάρτηση με ένα διεθνές, παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον.

Βασική προϋπόθεση αυτού του εγχειρήματος αποτελεί καταρχάς, η μελέτη των social media ως Μέσου Επικοινωνίας και η σκιαγράφηση των σπουδαιότερων πολιτικών και κοινωνικών προεκτάσεών τους. Λαμβάνοντας υπόψη αυτά τα δεδομένα, το ενδιαφέρον θα επικεντρωθεί στη σχέση των social media με την πολιτική εξουσία, όπου θα γίνει λόγος τόσο για την κοινωνία των πολιτών και τον τρόπο με τον οποίο αυτή χρησιμοποιεί τα νέα Μέσα όσο και για τις διεθνείς σχέσεις οι οποίες προσλαμβάνουν νέα χαρακτηριστικά και οδηγούν στην αναζήτηση νέων τρόπων πολιτικής επικοινωνίας.

Η εργασία θα ολοκληρωθεί με τη μελέτη τριών χαρακτηριστικών περιπτώσεων – της Κίνας, της Αιγύπτου και του Ιράν – όπου το παραπάνω θεωρητικό πλαίσιο θα εφαρμοστεί για να επιβεβαιώσει ή να διαψεύσει την ισχυρή σχέση των social media με την πολιτική εξουσία και τη χρήση τους ως μέσο αμφισβήτησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α

ΤΑ SOCIAL MEDIA ΩΣ ΜΕΣΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

A.1 Προσδιορίζοντας τα Social Media

Τα social media είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο στη σημερινή εποχή από το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο και ο οποίος σηματοδοτεί την ανάδειξη, κυριαρχία και εξέλιξη ενός νέου, σύγχρονου, άμεσου και ιδιαίτερα απλοποιημένου εργαλείου επικοινωνίας. Πρόκειται για μια νέα κατηγορία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και πιο συγκεκριμένα των online media, όπου οι χρήστες κάτω από μία κοινή ομπρέλα, το διαδίκτυο, έχουν την δυνατότητα να συζητούν, να συμμετέχουν, να διαμοιράζονται και να δικτυώνονται¹⁴.

Οι ερμηνευτικές προσεγγίσεις αλλά και οι προσπάθειες προσδιορισμού αυτού του νέου, σύγχρονου και δυναμικού τρόπου επικοινωνίας ποικίλουν δημιουργώντας συχνά εντάσεις μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών, χωρίς όμως επιτυχία στη διατύπωση ενός ξεκάθρου ορισμού για τα social media. Δεν υπάρχει σύγκλιση ούτε μεταξύ των ακαδημαϊκών ερευνητών, αλλά ούτε και από την πλευρά των manager σχετικά με το τι θα πρέπει να συμπεριληφθεί στον ορισμό των social media και σε τι ακριβώς συνίσταται η διαφορά των social media από τις δυνατότητες αλληλεπίδρασης που προσφέρονται από την τεχνολογία Web 2.0 και user generated content¹⁵. Επιπρόσθετα, το γεγονός ότι τα social media διαρκώς εξελίσσονται και διευρύνουν το πεδίο δράσης τους, κάτι που συνδέεται αναπόσπαστα με την ραγδαία εμφάνιση νέων τεχνολογιών και πλατφορμών, καθιστά ολοένα και δυσκολότερη τη διατύπωση ενός ξεκάθρου ορισμού¹⁶.

¹⁴ <http://ibisclub.blogspot.com/2009/09/t-media.html>

¹⁵ Kaplan A., Haenlein M., *Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, Kelley School of Business, Indiana University, Business Horizons, Vol. 53, 2010, p. 60.

<http://iranmanagers.net/wp-content/uploads/2011/04/Users-of-the-world-unite.pdf>

¹⁶ <http://www.nevillehobson.com/2011/04/12/how-would-you-define-social-media/>

Ωστόσο, παρά το πλήθος, τη διαφορετικότητα των ορισμών και την ποικιλομορφία των απόψεων που κυριαρχούν για τα social media, υπάρχει ένα βασικό σημείο σύγκλισης. Τα social media είναι τα μέσα τα οποία με τη χρήση της τεχνολογίας (Web, mobile, Internet) επιτρέπουν την αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών μετατρέποντας με αυτό τον τρόπο την ανθρώπινη επικοινωνία σε ζωντανό διάλογο, με κοινό στόχο τη δημιουργία και ανταλλαγή περιεχομένου, δηλαδή τη δημιουργία περιεχομένου που να έχει αξία για όλους¹⁷.

Η έννοια των social media μπορεί να γίνει περισσότερο κατανοητή αν εξετάσουμε και αναλύσουμε μεμονωμένα τον καθένα από τους δύο επιμέρους όρους που συνθέτουν τα social media. Ο όρος **media** αναφέρεται σε όλα τα μέσα που συμβάλλουν στην πληροφόρηση, την ενημέρωση, την διάχυση των γνώσεων, τη διάδοση των ιδεών, την ανταλλαγή απόψεων και την επικοινωνία. Ο όρος media, επομένως περιλαμβάνει τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας όπως είναι οι εφημερίδες, τα περιοδικά, τα βιβλία, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση αλλά και τα πιο σύγχρονα στα οποία εντάσσεται το internet όπως και οι ποικίλες δυνατότητες που προσφέρει το διαδίκτυο, όπως οι δυνατότητες web και mobile¹⁸.

Πιο συγκεκριμένα η τεχνολογία Web.2.0 αποτελεί την πλατφόρμα στην οποία περιεχόμενο και εφαρμογές δεν δημιουργούνται και δεν δημοσιεύονται από τους χρήστες, αντιθέτως μπορούν διαρκώς να τροποποιούνται μέσα από τη συνεργασία και τη συμμετοχή όλων των χρηστών και την αξιοποίηση των διαφόρων λειτουργικών εργαλείων όπως είναι τα Adobe Flash¹⁹, RSS²⁰ και AJAX²¹.

¹⁷ <http://some.gr/post/887712000/social-media>

¹⁸ <http://www.socialmediavision.com/social-media/>

¹⁹ Methods for adding animation, interactivity, and audio/video streams to web pages

²⁰ Really Simple Syndication, a family of web feed formats used to publish frequently updated content, such as blog entries or news headlines, in a standardized form

²¹ Asynchronous Java Script, a technique to retrieve data from web servers asynchronously, allowing the update of web content without interfering with the display and behavior of the whole page

Ενώ, λοιπόν, η τεχνολογία Web 2.0 αποτελεί την πλατφόρμα, το ιδεολογικό και τεχνολογικό υπόβαθρο για την εξέλιξη των social media, το User Generated Content μπορεί να θεωρηθεί το άθροισμα όλων των πιθανών τρόπων και μέσων με τους οποίους τα άτομα μπορούν να κάνουν χρήση των social media. Η παραπάνω συνθήκη για να μπορεί να συντρέχει πρέπει να πληρούνται οι εξής προϋποθέσεις: 1) Να δημοσιεύεται το περιεχόμενο σε μία ιστοσελίδα όπου να έχουν ανεμπόδιστα πρόσβαση όλοι οι χρήστες ή σε ένα social networking site, 2) Να υφίσταται η δημιουργική διάθεση και προσπάθεια από την πλευρά των χρηστών και 3) Να αναπτύσσεται έξω από επαγγελματικές πρακτικές²².

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι τα social media αποτελούν το σύνολο εφαρμογών βασισμένων στις δυνατότητες που προσφέρει το διαδίκτυο, οι οποίες βασίζονται στα ιδεολογικά και τεχνολογικά θεμέλια του Web 2.0 και επιτρέπουν τη δημιουργία και ανταλλαγή User Generated Content περιεχομένου²³.

Ο όρος **social** εντάσσει τον ανθρώπινο παράγοντα στη διαδικασία της επικοινωνίας και πιο συγκεκριμένα αναφέρεται στην κοινωνική διαδραστικότητα και τη διαπροσωπική αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών. Κινητήρια δύναμη για την κοινωνική δικτύωση των χρηστών αποτελεί η επιθυμία και η πρόθεση τους να ελέγχουν την εικόνα και να καθορίζουν τις εντυπώσεις που διαμορφώνουν οι υπόλοιποι χρήστες, καθιστώντας αναγκαία τη διαμόρφωση και την οικοδόμηση κοινοτήτων και δικτύων που ενθαρρύνουν τη συμμετοχή και την κινητοποίηση των συμμετεχόντων²⁴.

Αυτή, λοιπόν, η κοινωνική δικτύωση και αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών, που εξασφαλίζεται μέσα από μια σειρά τεχνολογιών και πληθώρα

²² Kaplan A., Haenlein M., op. cit.

²³ Ibid., p. 61.

²⁴ <http://www.nevillehobson.com/2011/04/12/how-would-you-define-social-media/>

εφαρμογών του διαδικτύου και επιτρέπει τη διάδοση οποιουδήποτε είδους και ποιότητας πληροφορίας στο διαδίκτυο, αποτελεί την ειδοποιό διαφορά των social media από τις παραδοσιακές μορφές επικοινωνίας²⁵. Κατά συνέπεια, βασικός πρωταγωνιστής των social media είναι ο χρήστης, καθώς αυτός με τη δυναμική, συμμετοχή και αλληλεπίδραση του με τους υπόλοιπους χρήστες καθορίζει σε κυρίαρχο βαθμό την αποτελεσματικότητα και την επίδραση ενός απλοποιημένου εργαλείου επικοινωνίας, όπως είναι τα social media²⁶.

Με αυτά τα δεδομένα, η σημασία δεν εστιάζεται στο τι μπορεί να επιτευχθεί με το υπάρχον λογισμικό και τεχνολογίες, αλλά προσανατολίζεται στο ρόλο του χρήστη, που εναλλάσσεται διαρκώς μεταξύ του πομπού/δημιουργού και του αποδέκτη της πληροφορίας, και στον τρόπο με τον οποίο θα χρησιμοποιήσει τις διαθέσιμες τεχνολογικές δυνατότητες²⁷.

Επιπλέον, τα social media διαθέτουν επιμέρους χαρακτηριστικά, η αξιοποίηση των οποίων από τους χρήστες τους μπορεί να συμβάλλει αποφασιστικά στη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητάς τους. Τα social media ενσωματώνουν μία ευρεία κλίμακα από μορφές περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένων κειμένων, φωτογραφιών, αρχείων PDF, PowerPoint, video και audio, προσφέροντας στους χρήστες τους πολυάριθμα αλλά και ποικιλόμορφα οπτικοακουστικά μέσα για να εκφράσουν τις απόψεις τους²⁸.

Την ίδια στιγμή, καθιστούν εφικτή την κοινωνική δικτύωση και αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών είτε σε μία είτε σε περισσότερες πλατφόρμες μέσω συγκεκριμένων εφαρμογών, όπως τα social sharing, email και feeds και επιτρέπουν διαφορετικούς βαθμούς συμμετοχής και εμπλοκής από τους χρήστες καθώς οι ίδιοι μπορούν να δημιουργούν, να σχολιάζουν ή να συζητούν στα κοινωνικά δίκτυα και ενθαρρύνουν την οργάνωση και

²⁵ <http://ibisclub.blogspot.com/2009/09/t-media.html>

²⁶ <http://ibisclub.blogspot.com/2009/09/t-media.html>

²⁷ <http://www.nevillehobson.com/2011/04/12/how-would-you-define-social-media/>

²⁸ <http://heidicohen.com/social-media-definition/>

συμμετοχή σε πραγματικό χρόνο σε πλήθος εκδηλώσεων όπως online events, online interactions offline, ή live events online²⁹.

Επιπρόσθετα, αυξάνουν την ταχύτητα και το εύρος διάδοσης των πληροφοριών, και παρέχουν ποικίλες δυνατότητες επικοινωνίας μεταξύ των χρηστών, είτε ένας προς ένας, είτε ένας προς πολλούς, είτε πολλοί προς πολλούς³⁰. Πρέπει, επίσης, να αναφερθεί ότι διευκολύνουν την επικοινωνία μεταξύ των χρηστών είτε σε πραγματικό χρόνο είτε σε χρονικές ασυνέχειες και δεν προαπαιτούν συγκεκριμένη συσκευή καθώς η επικοινωνία μεταξύ των χρηστών επιτυγχάνεται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, είτε laptops είτε netbooks, κινητών τηλεφώνων, smartphones και άλλων μικροσυσκευών όπως iPads και iTouch³¹.

Τα social media αποτελούν αδιαμφισβήτητο σημάδι εξέλιξης, επανάστασης και συμμετοχής. Αποτελούν σημαντική εξέλιξη στον τρόπο που επιτυγχάνεται η επικοινωνία μεταξύ των ατόμων, αντικαθιστώντας σε πολλές περιπτώσεις το email. Συνιστούν επανάσταση καθώς για πρώτη φορά στην ιστορία κατακτάται η πρόσβαση στην ελεύθερη, στιγμιαία και παγκόσμια επικοινωνία. Σηματοδοτούν την ικανότητα του κάθε ατόμου να συμβάλλει στη διαδικασία της επικοινωνίας αναλαμβάνοντας τον ρόλο του δημιουργού, εκδότη και δημοσιευτή της είδησης³².

A.2 Μορφές και Τύποι των Social Media

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η κινητήρια δύναμη που ωθεί τους χρήστες στην κοινωνική δικτύωση και αλληλεπίδραση με άλλους χρήστες είναι η επιθυμία τους να ελέγχουν και να καθορίζουν την εικόνα που έχουν τρίτα πρόσωπα για τους ίδιους, δηλαδή είτε να δημιουργούν θετική εντύπωση

²⁹ <http://heidicohen.com/social-media-definition/>

³⁰ <http://heidicohen.com/social-media-definition/>

³¹ <http://heidicohen.com/social-media-definition/>

³² <http://heidicohen.com/social-media-definition/>

κερδίζοντας τον έπαινο και το θαυμασμό των άλλων, είτε να δημιουργούν μία εικόνα που να είναι συνεπής και να ανταποκρίνεται στην πραγματική ταυτότητα και χαρακτήρα τους³³.

Η συνειδητή ή μη συνειδητή εξωτερίκευση συναισθημάτων, η έκφραση απόψεων, η διατύπωση σκέψεων και σχολίων, προσωπικής δυσαρέσκειας, αποδοκιμασίας ή επικρότησης φωτογραφίζουν τον εκάστοτε χρήστη και δημιουργούν μία εικόνα, που είτε ανταποκρίνεται στον πραγματικό χαρακτήρα και προσωπικότητα του χρήστη, είτε αποτελεί ένα κατασκεύασμα..

Ο βαθμός έκθεσης του κάθε χρήστη σε συνδυασμό με την πληθώρα των μέσων που διαθέτει για να πραγματοποιήσει την αυτοπροβολή του αποτελούν τα χαρακτηριστικά με βάση τα οποία, τα social media διακρίνονται στις ακόλουθες έξι κατηγορίες³⁴:

i. Collaborative Projects

Τα Collaborative Projects είναι η πιο συνήθης και απλή μορφή με την οποία εμφανίζονται τα social media, καθώς βασίζονται κυρίως στη διαμόρφωση κειμένων και κατά συνέπεια επιτρέπουν μία απλή ανταλλαγή πληροφοριών. Πιο συγκεκριμένα, καθιστούν δυνατή την από κοινού και ταυτόχρονη δημιουργία και τροποποίηση περιεχομένου από πολλούς χρήστες. Τα Collaborative Projects περιλαμβάνουν τις ακόλουθες υποκατηγορίες:

Τα **Wikis**, όπως η Wikipedia, PBwiki, Wetpaint, αναφέρονται στη δημιουργία περιεχομένου στο διαδίκτυο από πολλαπλούς χρήστες που επεξεργάζονται το ίδιο περιεχόμενο, με διαφορετική συχνότητα και από διαφορετικά μέρη³⁵. Ο κάθε χρήστης έχει τη δυνατότητα να προσθέτει νέα άρθρα ή να τροποποιεί

³³ Kaplan A., Haenlein M., op. cit.

³⁴ Ibid., p. 62

³⁵ <http://kevinmccintosh.com/social-media-marketing/different-types-of-social-media/>

υπάρχοντα χρησιμοποιώντας το πιο απλό εργαλείο, το web browser³⁶. Χαρακτηριστικότερο παράδειγμα αποτελεί η Wikipedia, μία online εγκυκλοπαίδεια με περισσότερα από 13 εκατομμύρια άρθρα γραμμένα από χρήστες³⁷ διαθέσιμα σε 230 διαφορετικές γλώσσες.

Το **Social Bookmarking**, όπως τα Delicious, Stumble Upon και Digg επιτρέπουν στους χρήστες να μοιράζονται μεταξύ τους, να οργανώνουν, να αναζητούν και να αξιολογούν ιστοσελίδες και συνδέσμους³⁸. Κατ' αυτόν τον τρόπο, τα **Bookmarks** λειτουργούν ως ψήφος επιδοκιμασίας ή αποδοκιμασίας, καθώς επιτρέπουν στους χρήστες να εκφράσουν την προσωπική τους συμφωνία ή δυσαρέσκεια, κατατάσσοντας το θέμα που εξασφαλίζει τις περισσότερες ψήφους στην κορυφή της εκάστοτε ιστοσελίδας ή συνδέσμου³⁹.

Τα Collaborative Projects, αν και θεωρούνται, ίσως, η πιο δημοκρατική έκφανση διαμόρφωσης περιεχομένου από τους χρήστες (User Generated Content περιεχομένου)⁴⁰, ενέχουν το κίνδυνο ότι οι πληροφορίες και το περιεχόμενο που ενσωματώνουν δεν ανταποκρίνονται αναγκαστικά και απαραίτητα στην πραγματικότητα. Ωστόσο, οι χρήστες τους τείνουν να τα πιστεύουν και να τα θεωρούν ως αλήθεια.

ii. **Blogs**

Τα **Blogs** αποτελούν ειδικούς τύπους ιστοσελίδων οι οποίες συνήθως εκθέτουν την είσοδο σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες με αντίστροφη χρονολογική σειρά, με βάση την οποία η πιο πρόσφατη δημοσίευση βρίσκεται στην κορυφή της ιστοσελίδας.

³⁶ <http://www.buzzom.com/2010/06/a-quick-glance-at-forms-of-social-media/>

³⁷ <http://www.buzzom.com/2010/06/a-quick-glance-at-forms-of-social-media/>

³⁸ <http://onbloggingwell.com/23-types-of-social-media-sites/>

³⁹ <http://kevinmcintosh.com/social-media-marketing/different-types-of-social-media/>

⁴⁰ Kaplan A., Haenlein M., op. cit.

Τα blogs τις περισσότερες φορές αποτελούν προσωπικές ιστοσελίδες, οι οποίες ποικίλουν από προσωπικά ημερολόγια έως περιλήψεις και σχόλια, όπου ο χρήστης / εκδότης δημοσιεύει πληροφορίες και περιεχόμενα που εμπíπτουν στα προσωπικά του ενδιαφέροντα⁴¹. Τα blogs, αν και διαχειρίζονται από ένα χρήστη προσφέρουν τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης μεταξύ των χρηστών με τη προσθήκη σχολίων.

Αντιπροσωπευτικότερα παραδείγματα αυτής της κατηγορίας των social media αποτελούν τα **WordPress.com**, **TypePad** και **Blogger**.

iii. Content Communities

Τα Content Communities αποτελούν κοινότητες / δίκτυα περιεχομένου που δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες τους να μοιράζονται πληροφορίες, η μορφή των οποίων ποικίλει. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν το BookCrossing, ένα δίκτυο από 750.000 χρήστες από 130 χώρες που μοιράζονται και ανταλλάσσουν βιβλία, το Flickr, μέσω του οποίου ανταλλάσσονται φωτογραφίες, το Youtube, που φιλοξενεί μια πληθώρα οπτικοακουστικού υλικού από όλον τον κόσμο, και το Slideshare, όπου ανταλλάσσονται παρουσιάσεις PowerPoint⁴².

Η δημιουργία μίας σελίδας με το προσωπικό προφίλ του χρήστη δεν είναι απαραίτητη για τους χρήστες των content communities. Ωστόσο, στην περίπτωση δημιουργίας της περιλαμβάνονται και δημοσιεύονται μόνο πολύ βασικές πληροφορίες, όπως η ημερομηνία που οι χρήστες εντάχθηκαν στην συγκεκριμένη κοινότητα και ο αριθμός των βίντεο ή δημοσιεύσεων που έχουν μοιραστεί με τους υπόλοιπους χρήστες.

⁴¹ <http://kevinmcintosh.com/social-media-marketing/different-types-of-social-media/>

⁴² Kaplan A., Haenlein M., op. cit.

Ο σημαντικότερος κίνδυνος που προκύπτει από τη συμμετοχή στα Content Communities είναι η αναδημοσίευση περιεχόμενου που προστατεύεται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, παρά την ύπαρξη κανονισμών που απαγορεύουν τη δημοσίευση και αναδημοσίευση παράνομου υλικού.

iv. Social Networking Sites

Τα Social Networking Sites αποτελούν web υπηρεσίες και εφαρμογές που επιτρέπουν στους χρήστες τους, αφενός τη δημιουργία ενός προσωπικού προφίλ σε ένα σύστημα, στο οποίο έχουν ελεύθερη ή σχετικά περιορισμένη πρόσβαση οι υπόλοιποι χρήστες και αφετέρου την επεξεργασία μίας λίστας άλλων χρηστών με τους οποίους ο κάθε χρήστης δικτυώνεται και μοιράζεται προσωπικές πληροφορίες και δεδομένα, αλλά και τη δυνατότητα πρόσβασης, αντίστοιχα, στα δικά τους προσωπικά προφίλ και λίστες επαφών⁴³.

Πιο συγκεκριμένα, στα Social Networking Sites οι χρήστες δημιουργούν προφίλ στα οποία δημοσιεύουν προσωπικές πληροφορίες, προσκαλούν φίλους, συναδέλφους αλλά ακόμη και αγνώστους να αποκτούν πρόσβαση στα προφίλ τους, στέλνουν e-mails και ανταλλάσσουν στιγμιαία ηλεκτρονικά μηνύματα. Κατά συνέπεια, η αλληλεπίδραση που αναπτύσσεται μεταξύ των χρηστών οδηγεί στην κοινωνική δικτύωση και οικοδόμηση σχέσεων μεταξύ εκείνων που μοιράζονται κοινά ενδιαφέροντα και δραστηριότητες.

Η πληθώρα και η ποικιλομορφία των μέσων που διαθέτει ο χρήστης συμπεριλαμβανομένων φωτογραφιών, βίντεο, αρχείων audio και blogs αποτελεί το βασικό χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί τα Social Networking

⁴³ Boyd, D. M., & Ellison, N. B., *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, 13(1), article 11, p. 1 <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Sites από τις προηγούμενες μορφές των social media. Το **Facebook**, που δημιουργήθηκε από τον Mark Zuckerberg το 2004 ως ένας ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό να διατηρήσει επαφές με τους συμφοιτητές του από το Πανεπιστήμιο του Harvard επισκιάζοντας το ίδιας λογικής **MySpace**, όπως και το **LinkedIn**, που προωθεί την δικτύωση μεταξύ των χρηστών με κοινές επαγγελματικές δραστηριότητες και την ανάπτυξη επαφών με εταιρίες με αντίστοιχη δραστηριότητα, αποτελούν τα πιο γνωστά παραδείγματα των Social Networking Sites⁴⁴. Σε αυτά θα μπορούσε να προστεθεί και το Twitter, που κερδίζει όλο και μεγαλύτερο έδαφος ως τόπος επικοινωνίας και κοινωνικοποίησης.

v. Virtual Game Worlds

Τα Virtual Game Worlds αποτελούν πλατφόρμες που αναπαριστούν ένα τρισδιάστατο περιβάλλον, στο οποίο οι χρήστες εμφανίζονται ως εξατομικευμένα είδωλα (avatars) που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, όπως θα έκαναν στην πραγματική ζωή⁴⁵.

Στα Virtual Game Worlds η αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών και η συμπεριφορά τους καθορίζεται από ένα σύνολο αυστηρών κανόνων στο πλαίσιο ενός ομαδικού on line role playing παιχνιδιού, το οποίο περιορίζει σε σημαντικό βαθμό την παρουσίαση και έκφραση των χρηστών, παρά την ταύτιση των χαρακτήρων που έχουν οι χρήστες στο παιχνίδι με την πραγματική τους προσωπικότητα, όπως προκύπτει μετά από τη συστηματική και εντατική ενασχόληση με τα εν λόγω παιχνίδια⁴⁶.

Χαρακτηριστικότερα παραδείγματα των Virtual Game Worlds αποτελούν το **World of Warcraft** στο οποίο γύρω στα 8.5 εκατομμύρια συνδρομητές εξερευνούν τον εικονικό πλανήτη του Azeroth έχοντας την μορφή ανθρώπων,

⁴⁴ http://socialnetworking.lovetoknow.com/Forms_and_Types_of_Social_Media

⁴⁵ Kaplan A., Haenlein M., op. cit.

⁴⁶ Ibid., p. 64.

ορκς, νάνων, ξωτικών, κτλ και το **Sony's EverQuest** στο οποίο 16 διαφορετικές φυλές ταξιδεύουν στο φανταστικό κόσμο του Norrath.

vi. **Virtual Social Worlds**

Τέλος, τα Virtual Social Worlds αποτελούν την ανώτερη μορφή εκδήλωσης των social media καθώς επιτρέπουν στους «κατοίκους» τους να λειτουργούν και να συμπεριφέρονται περισσότερο ελεύθερα, με αποτέλεσμα η εικονική τους ζωή να προσιδιάζει την πραγματική. Οι χρήστες / κάτοικοι αλληλεπιδρούν ως είδωλα, όπως και στην περίπτωση των Virtual Game Worlds, σε ένα τρισδιάστατο περιβάλλον στο οποίο δεν υπάρχουν κανόνες που να περιορίζουν την αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών με εξαίρεση τους φυσικούς νόμους⁴⁷.

Οι απεριόριστες στρατηγικές αυτοπροβολής που προσφέρονται σε συνδυασμό με την εντατική και συστηματική χρήση καθώς και την καταναλωτική εμπειρία αποδεικνύουν ότι η συμπεριφορά των χρηστών ολοένα και περισσότερο συγκλίνει και ταυτίζεται με την συμπεριφορά και δράση των χρηστών στην πραγματική ζωή⁴⁸.

A.3 Τα Αίτια Ανάπτυξης και Διάδοσης των Social Media

Η ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη, που λειτουργεί ως καταλύτης και κυρίαρχος μοχλός των σύνθετων διεργασιών της παγκοσμιοποίησης, η μεγιστοποίηση του κέρδους, που επιτυγχάνουν οι διάφορες επιχειρήσεις μέσα από τη χρήση των social media ως εργαλείο διαφήμισης και προβολής τους, αλλά και ο σύνθετος και ολοένα και περισσότερο πειστικός τρόπος ζωής αποτελούν τους τρεις βασικότερους λόγους για την εμφάνιση και διάδοση των social media.

⁴⁷ Kaplan A., Haenlein M., op. cit.

⁴⁸ Ibid., p. 64.

Τεχνολογική Ανάπτυξη και Παγκοσμιοποίηση

Η παγκοσμιοποίηση αποτελεί έναν όρο που χρησιμοποιείται εκτεταμένα από τα ΜΜΕ, τις επιχειρήσεις, τους οικονομικούς και εμπορικούς εταίρους, τους πολιτικούς κύκλους και το ακαδημαϊκό περιβάλλον για να καταδείξει τη σύγχρονη τεχνολογία ως κοινή συνισταμένη αποκλειστικά υπεύθυνη για την «σμίκρυνση-συρρίκνωση» του πλανήτη.

Η παγκοσμιοποίηση αναφέρεται στην πολλαπλότητα των δεσμών και των σχέσεων που υπερβαίνουν τα όρια των εθνικών κρατών και κατά συνέπεια και των κοινωνιών που αποτελούν το σύγχρονο παγκόσμιο σύστημα⁴⁹. Πρόκειται για μια σύνθετη διαδικασία μέσω της οποίας γεγονότα, αποφάσεις και ενέργειες σε ένα μέρος του κόσμου ενδέχεται να έχουν συνέπειες για άτομα, κοινότητες και κοινωνίες σε πολύ μακρινά μέρη του πλανήτη και τελικά συγκροτεί την αμοιβαία εξάρτηση των κοινωνιών του κόσμου⁵⁰. Κατά συνέπεια, τα σύνορα μεταξύ των κρατών γίνονται ολοένα και λιγότερο σημαντικά, ενώ οι κοινωνικές δραστηριότητες και σχέσεις παύουν να περιορίζονται σε αυτά, με αποτέλεσμα να μην υφίσταται διάκριση ανάμεσα στην εσωτερική και στην εξωτερική κοινωνικοοικονομική δραστηριότητα⁵¹.

Η εύκολη και ταχύτατη διακίνηση και κυκλοφορία των αγαθών, του κεφαλαίου, των υπηρεσιών, των ανθρώπων, της γνώσης, των εικόνων, των επικοινωνιών, της ρύπανσης, των ναρκωτικών, της μόδας και των πεποιθήσεων επηρεάζει άμεσα τις διάφορες τοπικές κοινωνίες⁵². Κατά τον ίδιο τρόπο, η επέκταση των διεθνών δικτύων, των κοινωνικών κινημάτων και των κοινωνικών σχέσεων σε όλα τα πεδία και τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας δεν μπορεί παρά να ασκεί σημαντική επίδραση σε τοπικό επίπεδο.

⁴⁹ Hall S., Held D., McGrew D., *Η Νεωτερικότητα Σήμερα: Οικονομία, Κοινωνία, Πολιτική, Πολιτισμός*, Εκδόσεις Σαββάλας, Σεπτέμβριος 2003, σσ. 104-105.

⁵⁰ Giddens A., *Κοινωνιολογία*, Gutenberg, Αθήνα, 2002, σ. 121.

⁵¹ Hall S., Held D., McGrew D., *op. cit.*

⁵² Σύμφωνα με τον Φουκουγιάμα η νεωτερικότητα είναι ο ανασχηματισμός του κόσμου σύμφωνα με τις φιλελεύθερες αρχές.

Επιπλέον, η οργάνωση των διεθνών σχέσεων, της διεθνούς ασφάλειας και άμυνας, των οικονομικών και εμπορικών σχέσεων επηρεάζει αποφασιστικά τόσο την ευημερία όσο και τις προοπτικές των οικογενειών, των κοινοτήτων και των εθνών σε ολόκληρο τον πλανήτη. Η αυξανόμενη προσχώρηση των κρατών της διεθνούς κοινότητας σε διεθνείς και υπερεθνικούς οργανισμούς, οργανώσεις και μορφώματα, όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση, ο ΟΗΕ, το ΝΑΤΟ, ο ΠΟΕ και η εκχώρηση κυριαρχικών δικαιωμάτων σε αυτούς με σκοπό την επίτευξη ποικίλων στόχων σε συγκεκριμένους τομείς επιβεβαιώνει την αυξανόμενη αλληλεπίδραση και αλληλεξάρτηση που υφίσταται ανάμεσα στα κράτη και ως εκ τούτου τον αντίκτυπο στις τοπικές κοινωνίες και κοινότητες.

Σε μια προσπάθεια πλαισίωσης αυτής της διαδικασίας, ο Giddens θεωρεί ότι η παγκοσμιοποίηση αποτελεί μία από τις πιο ορατές συνέπειες της νεωτερικότητας⁵³, κάτι που οφείλεται στο γεγονός ότι η ίδια η παγκοσμιοποίηση προϋποθέτει μία ριζική αναδιάταξη του χρόνου και του χώρου στην κοινωνική ζωή, δηλαδή μία «αποστασιοποίηση του χρόνου και του χώρου». Ο ίδιος υποστηρίζει ότι η εξέλιξη των παγκόσμιων επικοινωνιακών δικτύων και των σύνθετων συστημάτων παραγωγής και ανταλλαγής πληροφοριών ελαχιστοποιεί τον έλεγχο των τοπικών συνθηκών στη ζωή του ανθρώπου, οδηγεί στην εκρίζωση των κοινωνικών σχέσεων από το τοπικό πλαίσιο αλληλεπίδρασης και εν τέλει στην αναδιάρθρωση τους στο χώρο και το χρόνο.

Για τον Rozenau, θεωρητικό των διεθνών σχέσεων, η τεχνολογία και οι δυνατότητες μετασχηματισμού που προσφέρει αποτελούν κινητήριο μοχλό της παγκοσμιοποίησης και βασική συνιστώσα για την επεξήγηση της παγκόσμιας αλληλεξάρτησης. Η τεχνολογία έχει μειώσει σε τόσο μεγάλο βαθμό τις γεωγραφικές και κοινωνικές αποστάσεις με τα αεριωθούμενα, τους υπολογιστές, τους δορυφόρους και πολλές άλλες καινοτομίες με τις οποίες οι άνθρωποι, οι ιδέες και τα αγαθά κυκλοφορούν στο χώρο και το χρόνο με

⁵³ Hall S., Held D., McGrew D., op. cit.

μεγαλύτερη ασφάλεια και ταχύτητα όσο ποτέ⁵⁴. Το κράτος, λοιπόν, παύει να είναι το βασικό υποκείμενο και καλείται να μοιραστεί τον πρωταγωνιστικό ρόλο στην παγκόσμια σκηνή με διεθνείς οργανισμούς, υπερεθνικές επιχειρήσεις και κινήματα.

Η ελεύθερη κυκλοφορία των αγαθών, των προσώπων, του κεφαλαίου, των υπηρεσιών αλλά και της γνώσης, των ιδεών, των ειδήσεων και των πεποιθήσεων έχουν μετασχηματίσει τις κοινωνικές σχέσεις. Η πραγματοποίηση σπουδών και η αναζήτηση εργασίας στο εξωτερικό κυρίως από τις νεότερες γενιές, η ύπαρξη κοινών ενδιαφερόντων ή επαγγελματικών δραστηριοτήτων, η προώθηση κοινών ιδεών ή στόχων, και ο προβληματισμός γύρω από θέματα, πολιτικής, οικονομικής ή κοινωνικής φύσης έχουν διαμορφώσει κοινωνικά δίκτυα αλληλεπίδρασης που είτε ξεκινούν από τον Κυβερνοχώρο και επεκτείνονται στο φυσικό χώρο, είτε το αντίστροφο.

Στρατηγικές Marketing και Μεγιστοποίηση του Οικονομικού Κέρδους

Η χρήση των social media ως ενός μέσου ενίσχυσης της παρουσίας των διαφόρων επιχειρήσεων και οργανισμών στο διαδίκτυο και η αξιοποίηση τους ως ένα αποτελεσματικό εργαλείο στοχευμένης διαφήμισης αποτελούν παράγοντες αποφασιστικούς για την καθιέρωση και διάδοση τους. Σύμφωνα με το Fortune 500 largest corporations, όλο και μεγαλύτερο ποσοστό εταιριών αποδέχονται, υιοθετούν και ενσωματώνουν τα social media στις στρατηγικές marketing που ακολουθούν, χρησιμοποιώντας άλλοτε μεμονωμένα και άλλοτε μαζικά, κάποιες υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης. Η στατιστική έρευνα του Fortune 500 largest corporations που πραγματοποιήθηκε το Δεκέμβριο του 2009 αποκαλύπτει ότι το 54% των εταιριών διατηρούν εταιρικό προφίλ στο Facebook, το 50% έχουν δημιουργήσει δικό τους YouTube channel, ενώ το 33% έχει εταιρικά blogs⁵⁵. Αξιοσημείωτο επίσης είναι ότι το 85% από τις επιχειρήσεις χρησιμοποιεί το

⁵⁴ Ibid., p. 112.

⁵⁵ <http://marketingr.info/plan/social-media-marketing-strategy/>

Facebook στην στρατηγική marketing, 77% το Twitter, 58% το LinkedIn και 49% το YouTube⁵⁶.

Η στρατηγική marketing των social media επιτυγχάνεται με δύο βασικούς τρόπους προώθησης και εισαγωγής του προϊόντος στην αγορά. Ο πρώτος σχετίζεται με την χρησιμοποίηση των RSS feeds μέσω των οποίων μοιράζονται τα νέα, οι ανακοινώσεις, τα βίντεο και οι εικόνες που διατίθενται για την προβολή, και ο δεύτερος σχετίζεται με τη συμμετοχή σε δημόσιες συζητήσεις αλλά και σχετικές αναρτήσεις σε blogs, forums και κοινωνικά δίκτυα⁵⁷.

Οι παράγοντες που έχουν αναδείξει τα social media σε ένα αποτελεσματικό και ιδιαίτερα δημοφιλές εργαλείο διαφήμισης είναι ποικίλοι. Τα social media παρέχουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις αλλά και σε τρίτους χρήστες να γράφουν μηνύματα, να χρησιμοποιούν εφαρμογές, να σχολιάζουν, να κοινοποιούν δεδομένα και απόψεις, να μοιράζονται πληροφορίες και να συμμετέχουν σε συζητήσεις άμεσα, καθιστώντας σε απειροελάχιστο χρόνο γνώστες τους υπόλοιπους χρήστες και χωρίς ιδιαίτερη οικονομική επιβάρυνση. Με αυτόν τον τρόπο αποτελούν ένα φθηνό εργαλείο marketing δυσανάλογο προς την ταχύτητα, την αμεσότητα και την υψηλή του αποτελεσματικότητα.

Επιπλέον, το κοινό και οι ομάδες (target groups) στα οποία στοχεύουν τα social media είναι απεριόριστα. Δισεκατομμύρια χρήστες επισκέπτονται καθημερινά χιλιάδες ιστοσελίδες, ενώ παράλληλα είναι εγγεγραμμένοι σε πολυάριθμους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης. Το αχανές κοινό σε συνδυασμό με τα δημογραφικά στοιχεία και τα ενδιαφέροντα που δηλώνουν οι χρήστες μετατρέπει τη διαφήμιση σε περισσότερο στοχευμένη. Πιο συγκεκριμένα, οι εταιρίες-μέτοχοι των εταιριών κοινωνικής δικτύωσης,

⁵⁶ <http://marketingr.info/plan/social-media-marketing-strategy/>

⁵⁷ <http://marketingr.info/plan/social-media-marketing-greece/>

καταγράφοντας τις προτιμήσεις των χρηστών και προβάλλοντας την αντίστοιχη διαφήμιση, μεγιστοποιούν τα κέρδη τους.

Επιπρόσθετα, η εξοικονόμηση χρόνου που προσφέρει σε συνδυασμό με την διαρκώς αυξανόμενη τάση των on line αγορών αλλά και η βελτιστοποίηση και αξιοποίηση (αντί για τον παραγκωνισμό) των υπόλοιπων στρατηγικών marketing έχουν αναδείξει τα social media σε χρήσιμο και πολύτιμο εργαλείο marketing. Τέλος, τα social media σε συνδυασμό με το search engine marketing / search engine advertising μπορούν να προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο πακέτο διαδικτυακής προβολής, καθώς η άντληση επισκέψεων από διάφορα sites βελτιώνει την κατάταξη στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης, μεγιστοποιώντας το ποσοστό της πιθανής επιτυχημένης μετατροπής των επισκεπτών σε πελάτες (conversion rate)⁵⁸.

Ο Σύγχρονος Τρόπος Ζωής

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής και ειδικότερα το διαρκώς αυξανόμενο ωράριο εργασίας, ο αναλόγως μειούμενος ελεύθερος χρόνος, η απασχόληση των ανθρώπων στον τομέα των υπηρεσιών και σε καθιστικές εργασίες, η πίεση, το άγχος και το γενικότερο κλίμα ανασφάλειας έχουν διαβρώσει και αλλοτριώσει τις ανθρώπινες σχέσεις και έχουν καλλιεργήσει τον απομονωτισμό.

Η έντονη ανάγκη κοινωνικοποίησης, εξωστρέφειας, συναναστροφής και επανασύνδεσης των ατόμων με τις οικογένειες τους, παλιούς φίλους, συμμαθητές, συμφοιτητές, συναδέλφους, παρακάμπτοντας τους φυσικούς χωροχρονικούς περιορισμούς, έχουν παρακινήσει σημαντική μερίδα του κοινωνικού συνόλου να στραφεί στους διάφορους ιστοτόπους κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook και το LinkedIn.

⁵⁸ <http://marketingr.info/plan/social-media-marketing-greece/>

Επιπρόσθετα, τα social media αποτελούν ένα δίαυλο όπου οι χρήστες μπορούν να διοχετεύσουν τη δημιουργική τους διάθεση και να αξιοποιήσουν το χρόνο τους εποικοδομητικά. Τα ενδιαφέροντα, οι ιδιαίτερες κλίσεις, τα χαρίσματα και οι ικανότητες των ατόμων μπορούν να βρουν διέξοδο στις ποικίλες εφαρμογές και δυνατότητες που προσφέρουν τα social media.

Η κοινωνική αλληλεπίδραση μέσω των social media προσφέρει τη μοναδική διέξοδο και παράλληλα δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας και προσωπικής συναναστροφής στα άτομα που απασχολούνται για πολλές ώρες, υπερβαίνοντας το καθιερωμένο οχτάωρο, στο χώρο της εργασίας τους. Συγχρόνως, η ευκολία με την οποία επιτυγχάνεται η κοινωνική δικτύωση μέσω των social media αποτελεί ιδανική λύση για όσους δεν έχουν το χρόνο ή τη διάθεση να προσπαθήσουν να οικοδομήσουν και να διατηρήσουν μία σχέση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β

ΟΙ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA

Ο λόγος, είτε στη γραπτή είτε στην προφορική του μορφή αποτελεί το αρχαιότερο, το ισχυρότερο και πιο αποτελεσματικό μέσο μαζικής επικοινωνίας. Η διαρκής εξέλιξη της τεχνολογίας και η εμφάνιση μιας νέας πλατφόρμας, όπως τα social media έχουν αναγάγει τη δύναμη του λόγου σε ένα νέο επίπεδο οδηγώντας σε μία ριζική μεταμόρφωση και έναν ολοκληρωτικό μετασχηματισμό των κοινωνιών, της πολιτικής διαδικασίας και γενικότερα της ανθρώπινης επικοινωνίας και συμπεριφοράς.

B.1 Ελευθερία Λόγου

Η ελευθερία του λόγου αποτελεί ατομική ελευθερία, ατομικό δικαίωμα που διασφαλίζεται από τις διατάξεις για τα ανθρώπινα δικαιώματα και παράλληλα κατοχυρώνεται συνταγματικά από την εσωτερική έννομη τάξη των κρατών-μελών της διεθνούς κοινότητας, παρά την ύπαρξη μεγάλου αριθμού κρατών, όπου η ελευθερία του λόγου και η χρήση της κατά των κυβερνήσεων καθεστώτων και των εκάστοτε ηγεσιών μπορεί να οδηγήσει είτε σε σύλληψη είτε ακόμα χειρότερα σε θανατική καταδίκη.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών έχει συμβάλει, αναμφισβήτητα, στην ενίσχυση και διάδοση της ελευθερίας του λόγου. Τα social media, ως το πιο σύγχρονο δημιούργημα της ραγδαίας τεχνολογικής ανάπτυξης, προτείνουν ένα νέο τρόπο επικοινωνίας, θέτοντας τις βάσεις για την αποκατάσταση αυτής της θεμελιώδους αρχής .

Αυτός ο νέος τρόπος επικοινωνίας αφενός υπερακοντίζει την απλή πρόσληψη απόψεων, συχνά προπαγανδιστικών, που προσφέρουν οι εφημερίδες, τα περιοδικά, άλλες εκδόσεις, καθώς και η τηλεόραση και το ραδιόφωνο, αφετέρου ενθαρρύνει και μεγιστοποιεί τη δυνατότητα της

ελεύθερης δημοσίευσης, έκδοσης, αλλά και επεξεργασίας πληροφοριών, ειδήσεων και ιδεών μέσω του διαδικτύου σε ολόκληρο τον κόσμο. Τα social media έχουν μετατρέψει την ανθρώπινη επικοινωνία από μία στατική και μονόπλευρη διαδικασία σε μία δυναμική σχέση κοινωνικής αλληλεπίδρασης και διάδρασης, όπου το άτομο από απλός και παθητικός αποδέκτης αναλαμβάνει πρωταγωνιστικό ρόλο στη δημοσίευση και επεξεργασία πληροφοριών διαθέτοντας απόλυτη ελευθερία λόγου.

B.2 Λογοκρισία και Αμφισβήτηση

Η επισήμανση της ελευθερίας του λόγου είναι σημαντική ως προς δυο, αντιδιαμετρικά, αλλά συναφή και με σχεδόν κοινή ιστορική πορεία ζητήματα: τη λογοκρισία και την αμφισβήτηση. Μολονότι ο λόγος είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με το υποκείμενο που τον εκφέρει, η λογοκρισία ανήκει στο δημόσιο βίο⁵⁹ και πηγάζει από διάφορες εκφάνσεις του κοινωνικού και πολιτικού βίου, όπως ο νόμος, η ηθική φιλοσοφία, η ανθρώπινη ψυχολογία και η πολιτική.

Μόνο και μόνο η ετυμολογική προέλευση της λέξης προδίδει ότι η λογοκρισία αναφέρεται σε μια διαδικασία κατά την οποία ασκείται κριτική πάνω σε έναν εκφερόμενο λόγο. Όταν σε αυτό εμπλέκονται εξωτερικές του υποκειμένου αρχές, η λογοκρισία παίρνει τη μορφή της παρέμβασης είτε δια του απλού ελέγχου και της επιβολής τροποποιήσεων, είτε δια της απόφασης για μη δημοσίευση ή ακόμα και καταστροφή του εν λόγω κειμένου. Σύμφωνα με μια ενδιαφέρουσα προσέγγιση, αυτό που χαρακτηρίζει ως ανάξιο δημοσίευσης ένα λόγο είναι ένα «ανεπιθύμητο κείμενο», όχι με την έννοια του κειμένου που δεν μπορεί να είναι αντικείμενο επιθυμίας, αλλά εκείνου που δεν πρέπει, που δεν επιτρέπεται να είναι αντικείμενο ελευθερίας⁶⁰.

⁵⁹ Coetzee J.M., Περὶ Λογοκρισίας: «Ο Μάντελσταμ και η Ωδή στον Στάλιν» και άλλα δοκίμια, (μτφρ: Δέσποινα Ρισσάκη), Αθήνα: Πατάκης, 2007, σ. 9

⁶⁰ Ibid. σ. 10-11

Όταν, μάλιστα, αυτή ασκείται συστηματικά, καταλήγει σε διάφορες μορφές αυτό-λογοκρισίας, που είναι μεν υποκειμενικές, όμως αφορούν άμεσα το δημόσιο βίο, αφού επηρεάζουν τη νοοτροπία του κάθε ατόμου, τον τρόπο που αντιλαμβάνεται τη δύναμη του λόγου, την κοινωνικότητά του και τη συμμετοχή του στις πολιτικές διαδικασίες.

Ήδη έγινε λόγος για καθεστώτα, όπου η ελευθερία έκφρασης συνεπαγόταν δίωξη, φυλάκιση ή και θάνατο. Η ανθρώπινη ιστορία είναι γεμάτη από τέτοια παραδείγματα. Αυτό που έχει ενδιαφέρον είναι ότι ακόμα και σε καθεστώτα πιο σύγχρονα και δημοκρατικά, καθεστώτα που κατοχυρώνουν συνταγματικά την ελευθερία λόγου, η λογοκρισία δεν έχει εκλείψει, αλλά επηρεάζει, ανοιχτά ή υποδόρια, ποικίλες κοινωνικές και πολιτικές διαδικασίες. Οι δομές που επηρεάζουν τη σκέψη του ανθρώπου είναι πολλές και σύνθετες, με αποτέλεσμα η λογοκρισία να μπορεί να επιβιώνει, έστω και με τη μορφή της αυτό-λογοκρισίας.

Το γεγονός ότι τα social media συνεπάγονται ελεύθερη επικοινωνία και κοινωνικοποίηση, λειτουργεί ενθαρρυντικά προς την ανάπτυξη μιας κριτικής σκέψης για τα δεσμά της λογοκρισίας. Μέσα από το εικονικό περιβάλλον, ο χρήστης του διαδικτύου συμμετέχει σε μια δημόσια σφαίρα, όπου όχι μόνο μπορεί να εκφράζεται ελεύθερα, αλλά πολύ περισσότερο να αποκτά πρόσβαση σε πληροφορίες, σε άλλες αναγνώσεις και προσεγγίσεις, σε περιβάλλοντα πολιτικά και κοινωνικά πολύ διαφορετικά από τα δικά του, με τα οποία μπορεί να συγκρίνει τη δική του γνώση για τον κόσμο και να συνειδητοποιήσει τους περιορισμούς που της έχουν επιβληθεί.

Ωστόσο, αυτό δε σημαίνει ότι μπορεί να γίνει λόγος για απόλυτη ελευθερία. Είναι συχνό φαινόμενο οι χρήστες του διαδικτύου να δημιουργούν λογαριασμούς με ψευδή στοιχεία, ή να υπογράφουν κάποια σχόλια ανώνυμα, είτε με ψευδώνυμο. Θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι πρόκειται για μια πρακτική διέξοδο από το ασφυκτικό αίσθημα ότι παρακολουθούνται και ότι

δεν μπορούν να ελέγξουν πλήρως τον προορισμό και τους αναγνώστες του λόγου τους, ούτε διαθέτουν την τεχνογνωσία για να προφυλαχθούν από πιθανές προσβολές και παραβιάσεις των λογαριασμών τους. Ίσως πρόκειται για μια βάσιμη επιφύλαξη, είτε απλώς για κατάλοιπα της χρόνιας υπονόμησης που έχει υποστεί η ελευθερία λόγου. Το βέβαιο είναι ότι αυτό δε φαίνεται να αποτελεί τροχοπέδη σε κρίσιμες καταστάσεις, όπως οι περιπτώσεις μαζικής αμφισβήτησης της πολιτικής εξουσίας.

Μολονότι αυτή η έννοια, ως κεντρική της παρούσας εργασίας, θα επεκταθεί περαιτέρω στις επόμενες σελίδες, πρέπει, σε αυτό το σημείο, να επισημανθεί ότι η μερική έστω αποκατάσταση της ελευθερίας λόγου και η άρση της λογοκρισίας που επιφέρουν τα social media γεννούν τις καλύτερες προϋποθέσεις για την επαναφορά της αμφισβήτησης στην πολιτική κουλτούρα.

Αν θέλει κάποιος να προβλέψει τις συνέπειες αυτής της εξέλιξης, θα μπορούσε να ξεκινήσει από την ιστορία του 20^{ου} αιώνα και τις διαδοχικές αρνήσεις των κοινοτυπιών και των κοινώς αποδεκτών σε όλα τα επίπεδα της κοινωνικής συγκρότησης. Οι σχέσεις ανάμεσα στους ανθρώπους, τις γενιές, τα φύλα και τις φυλές, η χρήση και η εξέλιξη της τεχνολογίας, η άσκηση της πολιτικής και άλλες κοινωνικοπολιτικές εκφάνσεις δεν εκλαμβάνονται ως δεδομένα και όλα τίθενται ως διακυβεύματα, όχι από μια ελίτ, αλλά από απλούς ανθρώπους, άντρες και γυναίκες. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον αμφισβήτησης, η σύγχρονη πορεία προς τον επαναπροσδιορισμό της πολιτικής κουλτούρας με τη βοήθεια των social media είναι αναμφίβολη. Μένει μόνο να παγιωθούν τα χαρακτηριστικά που πρόκειται αυτή να πάρει.

B.3 Νέες μορφές ελέγχου και προπαγάνδας

Δεδομένου ότι τα social media αποτελούν νέα, τεχνολογικά Μέσα Επικοινωνίας, Ενημέρωσης και Κοινωνικοποίησης, θα ήταν ριψοκίνδυνο να

εκτιμήσει κανείς εκ των προτέρων τους τρόπους με τους οποίους αυτά τα Μέσα θα χρησιμοποιηθούν από την κρατική εξουσία ως αντιστάθμισμα της αναδυόμενης αμφισβήτησης και της άρσης της λογοκρισίας.

Προς το παρόν, μια πρώτη αντίδραση που έχει παρατηρηθεί είναι ο αποκλεισμός της πρόσβασης σε ορισμένα site ή σε συγκεκριμένες πληροφορίες που μπορεί να παρατίθενται σε αυτά. Επιπλέον, ως μορφή τέτοιας τάσης ελέγχου θα μπορούσε να θεωρηθεί η δημιουργία εθνικών κοινωνικών δικτύων, αντίστοιχων του facebook και του twitter, με σκοπό, αφενός να περιορίζεται η εθνική διάσπαση που φέρνει η παγκοσμιοποίηση και αφετέρου να εξαντλείται η γνώση του χρήστη σε όσο το δυνατόν πιο περιορισμένα κοινωνικά και πολιτικά πλαίσια.

Από την πλευρά των χρηστών διατυπώνονται, όπως αναφέρθηκε ήδη και θα συζητηθεί αναλυτικά και στη συνέχεια, αρκετές επιφυλάξεις για την προστασία των δεδομένων. Ωστόσο, έχει παρατηρηθεί ότι ακόμα και όταν προσφέρονται ασφαλιστικές δικλείδες, όπως οι όροι χρήσης και οι όροι για προστασία του ιδιωτικού προφίλ, αυτές σπάνια διαβάζονται. Σε αυτό ακριβώς το σημείο, μπορεί να εντοπιστεί ακόμα μια μορφή ελέγχου και προπαγάνδας, αρκετά παραδοσιακή, που, όμως, θα μπορούσε να επιβιώσει στην περίπτωση των social media.

Συγκεκριμένα, έχει υποστηριχθεί στο παρελθόν ότι η τέχνη της δημοκρατίας απαιτεί τη «βιομηχανία της συναίνεσης». Πρόκειται για την ιδέα ότι «σε ένα κράτος στο οποίο η κυβέρνηση δεν μπορεί να ελέγξει το λαό δια τη βίαια, το καλύτερο πράγμα που μπορεί να κάνει είναι να ελέγξει τη σκέψη του»⁶¹. Στην περίπτωση των social media αυτή η πρακτική θα μπορούσε να πάρει τη μορφή της εξάντλησης της συμμετοχής στην πολιτική και κοινωνική

⁶¹ Τσόμσκι Ν., *Τα ΜΜΕ ως όργανο κοινωνικού ελέγχου και επιβολής*, Αθήνα: Ελεύθερος Τύπος, 1997, σσ. 17-18

διαδικασία στη χρήση του διαδικτύου, αλλά και την υπέρμετρη εξοικείωση με την παροχή προσωπικών δεδομένων.

Ήδη έχει διατυπωθεί η αντίληψη ότι στο επίκεντρο του διαδικτύου λαμβάνει χώρα μια πολύπλευρη και μαζική «διεπαφή» που δεν είναι ούτε ουδέτερη, ούτε σχεδιασμένη για τους χρήστες. Αντίθετα, οι εταιρείες με το άλλοθι της εξατομίκευσης, παράγουν προγράμματα και υπηρεσίες που απηχούν την επιθυμητή σύζευξη εμπορίου και επικοινωνίας. Με αυτόν τον τρόπο, η ανάπτυξη των κοινωνικών Μέσων εδραιώνει το αίτημα για έλεγχο, αρχειοθέτηση και συλλογική παραγωγή περιεχομένου⁶².

Με άλλα λόγια, είναι πιθανό, καταρχάς, ο άνθρωπος και πολίτης, που είχε στερηθεί για διάφορους λόγους την ελευθερία έκφρασης, να ενθουσιαστεί με τις δυνατότητες που θα του προσφέρουν τα νέα Μέσα, αλλά να περιοριστεί σε αυτά και να μην αναζητήσει πιο άμεσους και συλλογικούς τρόπους πολιτικής και κοινωνικής συμμετοχής. Με αυτόν τον τρόπο από το άκρο της απάθειας θα οδηγηθεί στο άκρο της εικονικής δράσης. Την ίδια στιγμή, η δημοσίευση προσωπικών δεδομένων, ως βασική προϋπόθεση για συμμετοχή σε αυτήν την πολυπόθητη κοινωνία που ανοίγουν τα social media, μπορεί να οδηγήσει σε άμεση προσβολή ενός άλλου θεμελιώδους δικαιώματος του ανθρώπου, της αρχής της ιδιωτικότητας, η οποία, ως τέτοια, στοχεύει στην προφύλαξη του ατόμου από την προσβλητική παρέμβαση της πολιτικής εξουσίας ή της κοινωνίας στη ζωή του.

Πρόκειται για ζητήματα που σε αυτό το σημείο διατυπώνονται με τη μορφή υπόθεσης. Η μελέτη των περιπτώσεων, που θα ακολουθήσει, ενδεχομένως να μας εφοδιάσει με περισσότερα στοιχεία για το εν λόγω ζήτημα. Σε αυτό το σημείο θα είχε ενδιαφέρον να εξεταστεί η ίδια η συμμετοχή στην πολιτική και

⁶² Πατέλη Κ., Κοινωνικά Μέσα και Εξουσία, παράθεση στο Παπαθανασόπουλος Σ. (επιμ.), *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21^ο αιώνα*, Αθήνα: Καστανιώτης, 2011, σσ. 182-196

κοινωνική διαδικασία, η ριζική επιρροή της οποίας από τα νέα Μέσα χαρακτηρίζεται δικαιολογημένα ως αναμφίβολη.

B.4 Η συμμετοχή στην πολιτική διαδικασία

Από την έλευση της τυπογραφίας και του έντυπου λόγου μέχρι σήμερα, κάθε αλλαγή στο περιβάλλον των ΜΜΕ συνοδεύεται από επαναπροσδιορισμό της έννοιας του πολίτη και της πολιτικής διαδικασίας. Πράγματι, σε κάθε τέτοια μετάβαση διαμορφώνεται μια νέα δημόσια σφαίρα που προσφέρει τα δικά της εργαλεία και εφόδια για την επικοινωνία πολιτικών και πολιτών, τη διάρθρωση του πολιτικού λόγου και την έκφραση σχετικών σκέψεων και πεποιθήσεων.

Συχνά υποστηρίζεται ότι οι καινοτομίες που εισάγονται στον τομέα της επικοινωνίας αποβλέπουν στην ισότητα στην πρόσβαση στην πληροφορία και τη δυνατότητα έκφρασης με τη διάθεση αυτών των Μέσων σε όλο και μεγαλύτερο μέρος των κοινωνικών τάξεων. Αυτός ήταν για παράδειγμα ο ισχυρισμός για την έλευση του έντυπου λόγου, που θεωρήθηκε προσβάσιμος από όλες τις κοινωνικές τάξεις, προσφέροντας την ίδια γνώση «τόσο στην πόρτα της αγροικίας, όσο και στην πόρτα του παλατιού»⁶³. Ωστόσο, αυτό δεν ανταποκρίνεται πάντα στην πραγματικότητα, δεδομένου ότι τότε ήταν μια εποχή όπου ο αναλφαβητισμός ήταν κανονικότητα και δεν είχε την αξιολογική φόρτιση που έχει σήμερα. Ως αποτέλεσμα, η γνώση που προσέφερε ο έντυπος λόγος δεν μπορούσε να θεωρηθεί κατάκτηση των μεγαλύτερων μερίδων του πληθυσμού.

Αυτό σήμερα έχει αλλάξει. Ωστόσο, τα social media δεν είναι μόνο έντυπος λόγος και εικόνα, αλλά προϋποθέτει και μια απλή μεν, αλλά όχι αυτονόητη, δυνατότητα χειρισμού του διαδικτύου, αλλά και δυνατότητα πρόσβασης σε αυτήν την τεχνολογία. Μολονότι το διαδίκτυο και η χρήση υπολογιστών

⁶³ Είχε υποστηριχθεί από τον Tocqueville. Βλ. Πρόσμαν Νιλ, *Η Πυξίδα του Μέλλοντος: Πώς το παρελθόν μπορεί να βελτιώσει το παρόν μας* (μτφρ: Κάτια Μεταξά), Αθήνα: Καστανιώτης, 1999, σ. 175

διαδίδεται ταχύτατα σε όλον τον κόσμο, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι, ανάλογα με τον έντυπο λόγο και τον αναλφαβητισμό των προηγούμενων αιώνων, ο τεχνολογικός αναλφαβητισμός κρατά μακριά από τους υπολογιστές και τα social media μεγάλες μερίδες του παγκόσμιου πληθυσμού.

Με βάση αυτά τα δεδομένα, δεν μπορεί να υποστηριχθεί ότι η καινοτομία που φέρνουν τα social media στην πολιτική συμμετοχή είναι η ισότητα όλων των κοινωνικών τάξεων. Αυτό που περισσότερο φαίνεται να διαμορφώνει τη νέα πολιτική συμμετοχή, είναι οι αναδυόμενες αξίες της αμεσότητας, της αυτονομίας και της αυτό-εκπροσώπησης.

Μέχρι σήμερα, η αντιπροσώπευση αποτελούσε αναπόσπαστο χαρακτηριστικό της πολιτικής κουλτούρας, η οποία με τη βοήθεια των ΜΜΕ που δημιουργούσαν την ψευδαίσθηση του διαλόγου, οδηγούσε στην όλο και μεγαλύτερη απομόνωση του πολίτη. Καταφεύγοντας στα social media, οι πολίτες εκφράζονται άμεσα και συζητούν με συμπολίτες τους χωρίς τη διαμεσολάβηση άλλων προσώπων. Με τον ίδιο τρόπο, απευθύνονται άμεσα στους εκλεγμένους ή μη, ανάλογα με τη φύση του πολιτεύματος, αντιπροσώπους τους, ασκούν κριτική ή αποδοκιμάζουν. Την ίδια στιγμή, επικοινωνούν με πολίτες όλου του κόσμου και εφοδιάζονται με περισσότερες ιδέες πολιτικής δράσης, η οποία πλέον δε γνωρίζει εθνικά σύνορα.

Ακόμα μια τάση που έχει παρατηρηθεί είναι η χρήση του διαδικτύου για τη συγκρότηση διαφόρων ομάδων, υποστηρικτικών ή καταγγελτικών ως προς την πολιτική εξουσία. Σε αυτές τις περιπτώσεις τα social media λειτουργούν ως κοινά σημεία συνάντησης και οργάνωσης, ανταλλαγής απόψεων, πολιτικής διαφωνίας και σύγκλισης, προτάσεων για νέες μορφές δράσης και πολιτικής συμμετοχής, για αυτοδιαχείριση και αυτονομία όχι από την πολιτική, απαραίτητα, αλλά από τις παραδοσιακές μορφές της.

Σε καμία περίπτωση δε θα έπρεπε να παραβλέπεται ότι η αυτή η νέα επικοινωνιακή διαδικασία ενέχει το στοιχείο της διαμεσολάβησης, αφού όλα αυτά λαμβάνουν χώρα σε εικονικό τόπο και χρόνο. Ωστόσο, η τάση να ξεπεραστεί αυτός ο περιορισμός και οι σχετικές συναντήσεις να λαμβάνουν χώρα σε πραγματικό χρόνο και χώρο είναι ορατή και καθρεφτίζεται άμεσα στην προσπάθεια των πολιτικών αντιπροσώπων να ενταχθούν σε αυτό το νέο σύστημα.

Ενδεικτικό αυτής της εξέλιξης είναι ότι οι πολιτικοί διαμορφώνουν τα δικά τους προφίλ στα κοινωνικά δίκτυα, με σκοπό να σχηματίσουν την εντύπωση ενός πιο προσωπικού δεσμού με τον πολίτη. Την ίδια στιγμή, συλλέγουν πληροφορίες και σχόλια για τις εκλογικές περιφέρειες τους και προτείνουν τη συμμετοχή σε ψηφοφορίες και σφυγμομετρήσεις με σκοπό να συγκροτήσουν εκστρατείες με προτάγματα κατά το δυνατόν εγγύτερα στα αιτήματα της δημόσιας σφαίρας των social media⁶⁴.

B.5 Οι κοινωνικές σχέσεις

Όπως έχει επισημανθεί ήδη, η διάδοση και ευρύτατη χρήση των social media έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις των ατόμων, στην κοινωνική αλληλεπίδραση, στην κοινωνικοποίηση και την κοινωνική τους συναναστροφή. Το διαδίκτυο και τα social media έχουν μεταβάλει ριζικά την παραδοσιακή επικοινωνία μεταξύ των φυσικών προσώπων.

Η επικοινωνία δε λαμβάνει χώρα κατά πρόσωπο και δεν απαιτεί την φυσική παρουσία των ατόμων. Αντιθέτως, πραγματοποιείται είτε μέσω online συνομιλιών (chatting) που λαμβάνουν χώρα σε πραγματικό χρόνο, είτε μέσω διαφόρων ενημερώσεων (updates), ή μέσω της ανάρτησης σχολίων

⁶⁴ Δερτούζος Μ., *Τι μέλλει γενέσθαι: Πώς ο νέος κόσμος της πληροφορίας θα αλλάξει τις ζωές μας*, Αθήνα: Λιβάνης, 1998, σσ. 405-410

(comment) που επιτρέπουν την ταυτόχρονη διασύνδεση με άτομα από ολόκληρο τον κόσμο.

Με αυτόν τον τρόπο η επικοινωνία γίνεται ταχύτερη και προσωπική. Όμως, το στοιχείο της αμεσότητας που υπό μια έννοια ανθίζει στην πολιτική συμμετοχή, στην περίπτωση των κοινωνικών σχέσεων υπονομεύεται σημαντικά. Ουσιαστικά, διαμορφώνεται ένα καινούριο μοντέλο κοινωνικής αλληλεπίδρασης, σύνδεσης και συγχρωτισμού μεταξύ των μελών διαφόρων κοινωνικών ομάδων και συνόλων και ανάπτυξης φιλικών σχέσεων και δεσμών.

Αυτό φαίνεται πως έχει συμβεί εις βάρος των παραδοσιακών μορφών φιλίας⁶⁵. Παραδοσιακά, η φιλία συνιστά μία σχέση που δοκιμάζεται σε βάθος χρόνου και είναι άρρηκτα συσχετισμένη με έννοιες και αξίες, όπως η εμπιστοσύνη, η συμπαράσταση, η αφοσίωση, η ειλικρίνεια και η ανιδιοτέλεια. Αντίθετα, στο πλαίσιο των social media εξαντλείται σε αιτήματα φιλίας προς ανθρώπους που έχουν κοινά ενδιαφέροντα, σύμφωνα με το εικονικό προφίλ ή κοινούς εικονικούς φίλους.

Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης, των νέων τεχνολογιών και των social media ο κοινωνικός κύκλος των ατόμων διευρύνεται και πολλαπλασιάζεται αριθμητικά ολοένα και περισσότερο, ενώ ο δεσμός και το δέσιμο ασθενούν και γίνονται ολοένα και πιο υποτονικά. Ωστόσο, οι αλλαγές αυτές δεν είναι απαραίτητα αρνητικές ή θετικές. Όπως εύστοχα έχει αναφέρει ο Boyd, τα social media αντικατοπτρίζουν και μεγεθύνουν κάθε τι καλό, κακό και άσχημο στην κοινωνία⁶⁶. Εξάλλου, είναι διαφορετικός ο τρόπος με τον οποίο το κάθε άτομο αξιολογεί και αντιλαμβάνεται τα πράγματα, τις συνθήκες και τις εξελίξεις.

⁶⁵ Caitlin, C., Social Media Changing Social Interactions, Student Journal for Media Literacy Education, Issue 1, Vol. 1, 2010.

<http://www.understandmedia.com/pdf/SJMLE-Vol1.pdf>

⁶⁶ Ibid., <http://www.understandmedia.com/pdf/SJMLE-Vol1.pdf>

B.6 Η αξιοπιστία της πληροφορίας ως διακύβευμα

Η απόλυτη ελευθερία του λόγου και εξωτερίκευσης απόψεων και ιδεών, όπως προκύπτει από τα social media, αποτελεί ένα ισχυρότατο όπλο και αποτελεσματικό εργαλείο το οποίο παράλληλα συνεπάγεται και απαιτεί υπευθυνότητα απέναντι σε άτομα-φυσικά πρόσωπα, κοινωνικές ομάδες και οργανώσεις. Οι χρήστες των social media εκφράζονται ελεύθερα, αλλά συγχρόνως καθίστανται υπεύθυνοι για τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούν τη δυνατότητα της απόλυτης ελευθερίας έκφρασης του λόγου⁶⁷, και κυρίως για τη διασφάλιση της ιδιωτικότητας και των προσωπικών δεδομένων των άλλων προσώπων.

Η απόλυση εργαζομένων από τις εταιρίες που εργάζονταν, λόγω της δημοσίευσης συγκεκριμένων μηνυμάτων και πληροφοριών στο Facebook, στο Twitter ή στο Myspace, τα οποία είχαν να κάνουν με την αποκάλυψη προσωπικών συνηθειών τους (υπερβολική χρήση αλκοόλ, ναρκωτικών, κ.α.), τη διατύπωση αρνητικών σχολίων και την κατάκριση συναδέλφων τους, αλλά και τη δημοσίευση εμπορικών μυστικών, αποτελεί ένα παράδειγμα που επιβεβαιώνει ότι οι πληροφορίες που δημοσιεύονται στο διαδίκτυο μπορεί να είναι προϊόν της ελευθερίας έκφρασης των ατόμων, που γίνονται πιστευτές από τους περισσότερους χρήστες, ανεξάρτητα από την αξιοπιστία, την ορθότητα και εγκυρότητα τους, αλλά, τελικά, δεν είναι πάντα αληθείς και αξιόπιστες.

Κατά τον ίδιο τρόπο, η δημοσίευση ψευδών περιστατικών σχετικά με τη ζωή επώνυμων προσώπων με σκοπό την αύξηση της δημοσιότητας και της επισκεψιμότητας διαφόρων ιστοσελίδων και blogs απορρέει από την απόλυτη ελευθερία του λόγου και της έκφρασης, και τη μη αναγκαιότητα επαλήθευσης των πληροφοριών, όπως συμβαίνει, τυπικά τουλάχιστον, στην παραδοσιακή δημοσιογραφία. Παράλληλα, επηρεάζει αρνητικά τη ζωή των συγκεκριμένων

⁶⁷ Kathleen, C., Anuhea, R., *Free Speech: Benefit or Liability?*, Student Journal for Media Literacy Education, Issue 1, Vol. 1, 2010.
<http://www.understandmedia.com/pdf/SJMLE-Vol1.pdf>

ατόμων. Πιο συγκεκριμένα, οδηγεί αναπόφευκτα είτε στην έκθεση της προσωπικής ζωής και των προσωπικών δεδομένων των επωνύμων, κάτι που συνιστά παράβαση και καταστρατήγηση της προσωπικής ελευθερίας και της ιδιωτικότητας τους, είτε σε συκοφαντική δυσφήμιση. Οι ψεύτικες ιστορίες, που υφαίνονται και καταγράφονται για τις ζωές των επωνύμων, πέρα από τον αρνητικό αντίκτυπο που έχουν για τους ίδιους, αποτελούν κατασκευάσματα που στερούνται απτών και αξιόπιστων στοιχείων και τα οποία καταδεικνύουν πόσο απαραίτητη είναι η υπευθυνότητα από την οποία πρέπει να συνοδεύεται η ελευθερία έκφρασης.

Ακόμα ένα σχετικό φαινόμενο είναι η δημοσίευση αρνητικών σχολίων στα σχολεία από μαθητές εναντίον συμμαθητών αλλά και καθηγητών τους, οδηγώντας τις περισσότερες φορές στην καταστροφή της φήμης και το «τσαλάκωμα» του προφίλ και της προσωπικότητας και σε συνακόλουθα ψυχολογικά προβλήματα, με αποκορύφωμα συγκεκριμένα περιστατικά αυτοκτονίας εφήβων, εφιστούν την προσοχή όλων, ανεξαιρέτως, όσων λειτουργούν και αλληλεπιδρούν στο περιβάλλον των social media και κάνουν χρήση της απόλυτης ελευθερίας λόγου και έκφρασης που τους προσφέρει.

Όλες οι παραπάνω παθογένειες, οι οποίες εκδηλώνονται κατά τη χρήση της ελευθερίας του λόγου στο πλαίσιο της αλληλεπίδρασης που προσφέρουν τα social media, καθιστούν αναγκαία την ύπαρξη ενός αισθήματος υπευθυνότητας για τον τρόπο με τον οποίο γίνεται χρήση αυτής της ελευθερίας από τους χρήστες των social media. Η λογοκρισία στην περίπτωση των social media δεν αποτελεί τη λύση, καθώς η αρνητική κριτική αποτελεί το εφαλτήριο και το σημείο εκκίνησης που επιφέρει την αλλαγή και τη βελτίωση. Αντιθέτως, η αξιοπιστία των πληροφοριών και η συνακόλουθη υπευθυνότητα των χρηστών είναι αυτά που μπορούν να μειώσουν ή ακόμα και να εξαλείψουν τα αρνητικά αποτελέσματα που προκύπτουν από την κατάχρηση της ελευθερίας της έκφρασης.

B.7 Νέες μορφές παραβατικότητας

Η διάδοση και κυριαρχία των social media έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που ανταποκρίνονται τα άτομα στην κοινωνία και αλληλεπιδρούν μεταξύ τους. Τα social media δεν αποτελούν τίποτα περισσότερο από ένα όχημα, ένα μέσο, ένα δυναμικό εργαλείο, η χρήση του οποίου είτε μπορεί να οδηγήσει σε θετικά αποτελέσματα είτε να έχει ολέθριες συνέπειες για τα άτομα και την κοινωνία.

Κατά συνέπεια, η ανθρώπινη προσωπικότητα και παρουσία και ειδικότερα ο κάθε χρήστης ατομικά και μεμονωμένα αποτελεί τον ειδοποιό παράγοντα που προαποφασίζει, καθορίζει και επισφραγίζει τα αποτελέσματα που θα προκύψουν από τη χρήση των social media.

Οι εκπληκτικές δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία και πιο συγκεκριμένα η ταχύτατη, άμεση και μαζική διάδοση πληροφοριών και περιεχομένου σε ολόκληρο τον κόσμο μπορούν να αποβούν καταστροφικά στην περίπτωση που χρησιμοποιηθούν από κακεντρεχείς και διεστραμμένους ανθρώπους, καθώς η διάδοση του κινδύνου θα είναι ταχύτατη, άμεση και μαζική.

Η εκμετάλλευση των κενών και των αδυναμιών που παρουσιάζουν τα social media δημιουργεί ευνοϊκότατες προϋποθέσεις και συνθήκες για την άνθιση μίας σειράς παράνομων δραστηριοτήτων και παραβατικής συμπεριφοράς. Η πώληση παράνομων ουσιών και ναρκωτικών, ο εκβιασμός, η κατασκοπεία, η σεξουαλική παρενόχληση, η άσκηση λεκτικής, συναισθηματικής και σεξουαλικής βίας, η πειρατεία (hacking), η αντιγραφή (copyright), η τρομοκρατία, η παιδική πορνογραφία και η δολοφονία αποτελούν εγκληματικές ενέργειες, που βρίσκουν διέξοδο και πραγμάτωση στο πλαίσιο των social media.

Το έγκλημα και η παραβατικότητα που εκδηλώνονται στους κόλπους των social media καθιστούν αναγκαία την εύρεση και εφαρμογή τρόπων ικανών να προστατέψουν τους χρήστες. Η επίβλεψη των social media από ειδικούς μυστικούς πράκτορες, πρόταση της κυβέρνησης του Ομπάμα, αν και θα μπορούσε να περιορίσει σε μεγάλο βαθμό τις προαναφερθείσες εγκληματικές ενέργειες, αντίκειται στην αρχή των social media να μην δημιουργούνται λογαριασμοί με όνομα διαφορετικό από αυτό του πραγματικού χρήστη.

Η εκπαίδευση των χρηστών στους χώρους εργασίας και στα σχολεία σχετικά με το πότε, το που και το πώς συντρέχουν εγκληματικές ενέργειες και πως θα πρέπει να καταγγέλλονται σε συνδυασμό με την πρόσληψη περισσότερων χειριστών (moderators) που να εποπτεύουν τις ιστοσελίδες των social media, αποτελεί ίσως τον αποτελεσματικότερο τρόπο προστασίας και διασφάλισης των χρηστών των social media⁶⁸.

B.8 Επαναπροσδιορίζοντας την Πνευματική Ιδιοκτησία και τα Προσωπικά Δεδομένα

Τα social media μέσω της δυνατότητας της άμεσης, μαζικής και ταχύτατης διάχυσης και διάδοσης ποικίλων πληροφοριών, που προσφέρεται από την επιλογή του πλήκτρου κοινοποίησης “share” και των RSS Feeds, εγείρουν σημαντικά ζητήματα που αφορούν στην πνευματική ιδιοκτησία και στη παραβίαση των πνευματικών δικαιωμάτων.

Η κοινοποίηση πληροφοριών μέσω του πλήκτρου “share” δεν συνιστά παράβαση της πνευματικής ιδιοκτησίας, καθώς δεν αποτελεί αντιγραφή μιας πληροφορίας, αλλά αντιθέτως, όπως φανερώνει η ίδια η λέξη διαμοίρασμα / μοίρασμα της πληροφορίας, μέσω της κοινοποίησης του συνδέσμου σε

⁶⁸ Leif, H., Colin, N., *The Importance of Being Literate*, Student Journal for Media Literacy Education, Issue 1, Vol. 1, 2010.
<http://www.understandmedia.com/pdf/SJMLE-Vol1.pdf>

άλλους χρήστες⁶⁹. Άλλωστε, ο χρήστης που μοιράζεται μια πληροφορία δεν ισχυρίζεται ούτε επικαλείται ότι η πληροφορία αυτή είναι δική του. Επιπλέον, η πληροφορία δεν διαβιβάζεται από τον server του χρήστη που την μοιράζεται, αλλά από την ιστοσελίδα στην οποία έχει δημοσιευτεί, ενώ τέλος ο χρήστης-εκδότης της πληροφορίας είναι αυτός που αποφασίζει αν θα κοινοποιήσει ή όχι μια συγκεκριμένη πληροφορία.

Ο Νόμος περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας των ΗΠΑ (107-118) αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα που κατοχυρώνει τη «Δίκαιη Χρήση» ως μία από τις περιπτώσεις περιορισμού του Νόμου περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας⁷⁰. Η «Δίκαιη Χρήση» επιτρέπει την αναπαραγωγή ενός έργου μόνο σε περιπτώσεις που θεωρούνται δίκαιες και αναφέρονται στην άσκηση κριτικής, σε σχολιασμό, στην αναφορά ειδήσεων, σε εκπαιδευτικούς και ερευνητικούς σκοπούς.

Κατά παρόμοιο τρόπο, τα RSS Feeds (Really Simply Syndication) αποτελούν μία εφαρμογή που δίνει στους χρήστες των social media τη δυνατότητα να έχουν πρόσβαση σε περιεχόμενο και πληροφορίες αμέσως μόλις δημοσιευτούν. Πιο συγκεκριμένα, τα RSS Feeds συγκεντρώνουν όλες τις περιλήψεις από τις διάφορες ιστοσελίδες σε ένα συγκεκριμένο μέρος, με αποτέλεσμα ο χρήστης να μην είναι αναγκασμένος να επισκέπτεται όλες τις ιστοσελίδες, παρά μόνο την πλήρη έκδοση αυτών που πραγματικά τον ενδιαφέρουν.

Οι ιστοσελίδες που ενδιαφέρονται να χρησιμοποιήσουν το RSS για να δημοσιεύσουν ένα μέρος μόνο από τις πληροφορίες και το περιεχόμενο που επιθυμούν, όπως είναι οι τίτλοι ειδήσεων ή ιστοριών, φόρουμ συζητήσεων, blog spots και γενικότερα οποιαδήποτε μορφή περιεχομένου URL,

⁶⁹ Isabella, G., Maya, C, *Embed Codes and Share Buttons: An Invitation to Infringe on Copyrights?*, Student Journal for Media Literacy Education, Issue 1, Vol. 1, 2010.

<http://www.understandmedia.com/pdf/SJMLE-Vol1.pdf>

⁷⁰ Ibid., <http://www.understandmedia.com/pdf/SJMLE-Vol1.pdf>

δημιουργούν μία περιγραφή του περιεχομένου και εκθέτουν το χώρο όπου είναι τοποθετημένο το περιεχόμενο στην ιστοσελίδα με τη μορφή ενός εγγράφου RSS⁷¹.

Παρόλα αυτά, η ύπαρξη περιεχομένου και πληροφοριών στα feeds δεν προϋποθέτει ότι το συγκεκριμένο περιεχόμενο ή πληροφορία είναι αναγκαστικά διαθέσιμα για RSS, παρά μόνο εν δυνάμει διαθέσιμα ή φιλικά προς RSS, πράγμα που σημαίνει ότι τα RSS Feeds δεν δίνουν το δικαίωμα στους χρήστες να επαναχρησιμοποιήσουν τα περιεχόμενα των feeds με μοναδική εξαίρεση όσα προβλέπονται στον Νόμο περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας των ΗΠΑ σχετικά με τη «Δίκαιη Χρήση»⁷². Τέλος, ανεξάρτητα από το αν RSS αποτελεί μία νόμιμη ή παράνομη διαδικασία, το διαδίκτυο παραμένει ένα παγκόσμιο σύστημα, το οποίο δεν διαθέτει ένα κεντρικό σώμα ελέγχου νομιμότητας.

Τα social media, όπως έχει ήδη αναφερθεί, έχουν επιφέρει ουσιαστικές αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων επηρεάζοντας κατά αποφασιστικό τρόπο τις προσωπικές, τις διαπροσωπικές και τις κοινωνικές σχέσεις τους. Από αυτή τη ριζική ανακατάταξη δεν θα μπορούσε να εξαιρεθεί ή να παραμείνει αλώβητη η σχέση μεταξύ καταναλωτών και εταιριών.

Η διαφήμιση παραμένει ένας τομέας που όχι μόνο έχει προσαρμοστεί στην νέα πλατφόρμα επικοινωνίας που προσφέρουν τα social media, αλλά που έχει μετατρέψει και ανάγει τη χρήση τους σε πολύτιμο σύμμαχο και αποτελεσματικό εργαλείο για τη μεγιστοποίηση των κερδών τους. Τα social media έχουν μεταβάλει ριζικά την διαφήμιση, αφενός συγχωνεύοντας και ταυτοποιώντας τον διαφημιστή και τον διαφημιζόμενο, αφετέρου παρέχοντας τη δυνατότητα για διάλογο μεταξύ των καταναλωτών και των επιχειρήσεων παρακάμπτοντας τον παραδοσιακό και ενίοτε μονόπλευρο και μονοδιάστατο χαρακτήρα της διαφήμισης που κυριαρχούσε στο παρελθόν. Έχουν

⁷¹ Houshley, S., The Copyright Debate and RSS, February 2011.

<http://www.worldlawdirect.com/article/3331/rss-feeds-copyright-law.html>

⁷² Ibid., <http://www.worldlawdirect.com/article/3331/rss-feeds-copyright-law.html>

μετατρέψει τις επιχειρήσεις σε μεγάλες προσωπικότητες υπερακοντίζοντας την επωνυμία ή τη μάρκα (brand) που εκπροσωπούν και λειτουργώντας ως προσωπικές διασυνδέσεις και φίλοι.

Η δημιουργία ατομικών λογαριασμών από τους χρήστες των social media, με το Facebook, το Twitter και το Myspace να κατέχουν την πρωτοκαθεδρία, και η συνειδητή δημοσίευση προσωπικών στοιχείων από την πλευρά των χρηστών, όπως είναι η απασχόληση, το επάγγελμα, το φύλο, η ηλικία, τα ενδιαφέροντα, η καταγωγή, και η τοποθεσία, έχουν μετατρέψει τα social media σε δεξαμενές πληροφοριών.

Η πρόσβαση των διαφόρων εταιριών και επιχειρήσεων σε πλήθος από δημογραφικά στοιχεία συμβάλλει στον εντοπισμό και στόχευση των ιδανικών καταναλωτών. Τα γκρουπ στα οποία είναι μέλη οι χρήστες λ.χ. του Facebook, τα ενδιαφέροντα που έχουν κοινοποιήσει στο προφίλ τους ή η επισήμανση της αρεσκείας τους (like) σε συγκεκριμένα σχόλια, φωτογραφίες ή μηνύματα καθορίζει τις αγγελίες και τις διαφημίσεις που θα εμφανίζονται στην άκρη της ιστοσελίδας ή του λογαριασμού του κάθε χρήστη.

Η πρόσκληση των διαφόρων επιχειρήσεων προς τους χρήστες να γίνουν θαυμαστές (fan) του προϊόντος που διαφημίζουν, τα διάφορα παιχνίδια, τα τεστ με τη μορφή ερωτηματολογίων, οι διαγωνισμοί, οι προσφορές, τα δώρα και πλήθος από άλλες ευρηματικές τεχνικές δεν αποτελούν τίποτα περισσότερο από διαφημιστικές στρατηγικές που λειτουργούν ως πόλος έλξης και δόλωμα για τους χρήστες των social media⁷³.

⁷³ Allie, B., Merve, O., *Methods Advertisers Use on Social Media Sites*, Student Journal for Media Literacy Education, Issue 1, Vol. 1, 2010.
<http://www.understandmedia.com/pdf/SJMLE-Vol1.pdf>

Οι επιχειρήσεις με τη σειρά τους και πιο συγκεκριμένα οι χειριστές της εκάστοτε ιστοσελίδας παρακολουθούν πόσες φορές έχουν επισκεφτεί οι χρήστες τη συγκεκριμένη ιστοσελίδα και τι έχουν κοιτάξει σε αυτή, στοιχεία που αποτελούν ανεκτίμητες πληροφορίες καθώς αποκαλύπτουν τις αγοραστικές-καταναλωτικές συνήθειες και τα πραγματικά ενδιαφέροντα και προτιμήσεις των χρηστών⁷⁴.

Η διαφήμιση μέσω των social media παρά την επίτευξη σημαντικών κερδών μέσα από την προβολή των διαφημιζόμενων προϊόντων, την εξοικείωση των χρηστών με αυτά και εν τέλει την πώληση τους, μπορεί να επιφέρει τα αντίθετα αποτελέσματα. Αφενός οι χρήστες των social media βομβαρδίζονται διαρκώς και μαζικά από διαφημίσεις, αγγελίες και διαφημιστικά μηνύματα (spams) που λαμβάνουν είτε τη μορφή ηλεκτρονικών μηνυμάτων (emails) ή μηνυμάτων στο κινητό τηλέφωνο και που αποβλέπουν στο να προσελκύσουν την προσοχή και το ενδιαφέρον τους. Μία τέτοια τακτική προκαλεί αναμφισβήτητα την ενόχληση και τον εκνευρισμό των χρηστών, ωθώντας τους στη συστηματική αγνόηση και παράκαμψη των διαφημίσεων. Από την άλλη, οι χρήστες, παρά τη συνειδητή έκθεση τους μέσα από την κοινοποίηση και δημοσίευση προσωπικών πληροφοριών που αποτελούν προσωπικά δεδομένα, νιώθουν θύματα μίας αόρατης κατασκοπείας και ακατάπαυστης παρακολούθησης των ενδιαφερόντων και των κινήσεων τους.

Εν όψει του κινδύνου παράβασης των προσωπικών τους δεδομένων και της ιδιωτικότητάς τους, οι χρήστες των social media διαθέτουν ως μοναδικό όπλο άμυνας απέναντι στην ληστρική επιδρομή των διάφορων επιχειρήσεων και την απουσία κάποιου νόμου, που να προστατεύει τα προσωπικά δεδομένα στο πλαίσιο των social media, τη χρήση ορισμένων ρυθμίσεων που καθορίζουν την πρόσβαση τρίτων χρηστών στα προσωπικά τους δεδομένα (personal privacy settings).

⁷⁴ Wheeldon, E., *A Social Society: The Positive Effects of Communicating through Social Networking Sites*, On line Conference on Networks and Communities, April 2010. <http://networkconference.netstudies.org/2010/04/a-social-society-the-positive-effects-of-communicating-through-social-networking-sites/>

Η διεξοδική αναφορά στις πολιτικές και κοινωνικές διαστάσεις των social media επιβεβαιώνει ότι τα social media έχουν εισβάλλει και κυριαρχήσει σε κάθε τομέα της ανθρώπινης δραστηριότητας και κατά συνέπεια έχουν καταστεί συνεκτικό και αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας μας. Τα άτομα και πολύ περισσότερο οι χρήστες των social media πολιορκούνται ακατάπαυστα από τα media και μολονότι είναι σε θέση να δημιουργήσουν δικούς τους προσωπικούς λογαριασμούς, αδυνατούν να συλλάβουν ή να συνειδητοποιήσουν το νόημα της δημοσίευσης προσωπικών πληροφοριών και πολύ περισσότερο αγνοούν τις συνέπειες και τους κινδύνους που ελλοχεύουν από τη δημόσια έκθεσή τους.

Η μοναδική λύση απέναντι στον «ηλεκτρονικό αναλφαριθμητισμό» που κυριαρχεί και επισκιάζει τη χρήση των social media αποτελεί η εκμάθηση, η βαθειά, ουσιαστική και ενδεδειγμένη γνώση σχετικά με τον τρόπο που οι χρήστες των social media οφείλουν να χειρίζονται τα social media, αλλά και να διαχειρίζονται τον εαυτό τους, την ιδιωτικότητα και τα προσωπικά τους δεδομένα στο πλαίσιο αυτών. Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα αποτελεί η μη κερδοσκοπική οργάνωση «Just Think» που διδάσκει στους νέους ανθρώπους πώς να λειτουργούν με ένα υγιή, υπεύθυνο και ανεξάρτητο τρόπο σε μία κοινωνία πολιορκούμενη από τα social media⁷⁵.

Λαμβάνοντας υπόψη όλα αυτά τα δεδομένα, τα προνόμια και τις επιφυλάξεις που μπορεί να έχουν τα social media για την κοινωνική και πολιτική συμμετοχή, το ενδιαφέρον θα προσανατολιστεί στη διεθνή διάσταση αυτών των ζητημάτων. Δεδομένου ότι ένα από τα πάγια, δομικά χαρακτηριστικά των social media είναι ο μη εθνικός χαρακτήρας τους και ότι σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον η άσκηση πολιτικής αποκτά όλο και πιο διεθνή χαρακτήρα, η μελέτη για τα social media πρέπει να συμπεριλάβει τις προεκτάσεις που αποκτούν τα παραπάνω χαρακτηριστικά σε ένα διεθνές περιβάλλον διεθνών πολιτικών σχέσεων.

⁷⁵ Caitlin, C., op. cit.
<http://www.understandmedia.com/pdf/SJMLE-Vol1.pdf>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ

Social Media και Πολιτική Εξουσία

Γ.1 Η Κοινωνία των Πολιτών και η διεθνής απήχηση των κοινωνικών κινήματων

Έχει αναφερθεί ήδη ότι κάθε ριζική αλλαγή στη συγκρότηση μιας δημόσιας σφαίρας επιφέρει τον επαναπροσδιορισμό της έννοιας του πολίτη. Η έμφαση δόθηκε στη διαδικασία συμμετοχής στην πολιτική και κοινωνική διαδικασία. Σε αυτό το σημείο, υπό την οπτική μιας διεθνοποιημένης δημόσιας σφαίρας, πρέπει να εξεταστεί η παραδοσιακά μη εθνική και μη κρατική διάσταση της έννοιας του πολίτη, η κοινωνία των πολιτών.

Σύμφωνα με τον Bobbio, ο όρος «κοινωνία των πολιτών» χρησιμοποιείται για να υποδηλώσει το ένα από τα δύο σκέλη της διάκρισης κοινωνία των πολιτών και κράτος. Ο όρος «κοινωνία των πολιτών» υποδηλώνει το σύνολο των κοινωνικών σχέσεων που δεν εμπίπτουν στη δικαιοδοσία του κράτους, ενώ ο όρος «κράτος» προσδιορίζεται ως το σύνολο των καταναγκαστικών μηχανισμών μέσα σε ένα οργανωμένο κοινωνικό σύστημα⁷⁶.

Η κοινωνία των πολιτών περιλαμβάνει το σύνολο των σχέσεων που δεν ρυθμίζονται από το κράτος, είναι, δηλαδή, ό,τι απομένει αφού οριστεί με ακρίβεια το πεδίο δράσης της κρατικής εξουσίας. Έτσι, λοιπόν, η κοινωνία των πολιτών μπορεί να αναφέρεται στις ποικίλες σχέσεις, που είχαν αναπτύξει οι άνθρωποι με στόχο την ικανοποίηση των ατομικών τους αναγκών (μη-κρατική μορφή), ως απαραίτητη προϋπόθεση για τη δημιουργία κράτους. Μπορεί, επίσης, να υποδηλώνει το χώρο, όπου πραγματοποιούνται οι αλλαγές στις σχέσεις κυριαρχίας, δηλαδή τον χώρο, όπου σχηματίζονται οι κοινωνικές ομάδες για να διεκδικήσουν τη χειραφέτηση τους από την πολιτική εξουσία (αντικρατική μορφή). Και τέλος, μπορεί να αντιπροσωπεύει το ιδανικό

⁷⁶ Bobbio, N., *Κοινωνία των Πολιτών*, Τεύχος 1, 1998, σ.. 57.

μιας κοινωνίας χωρίς κράτος, η οποία θα προκύψει από την κατάργηση της πολιτικής εξουσίας⁷⁷.

Σύμφωνα με τον Νίκο Μουζέλη, ο όρος «κοινωνία των πολιτών» αναφέρεται στις κοινωνικές ομάδες και τους κοινωνικούς θεσμούς που, σε συνθήκες νεωτερικότητας και εκσυγχρονισμού, παρεμβάλλονται μεταξύ του κράτους και πρωτογενών ομάδων ή θεσμών συγγενείας⁷⁸. Η νεωτερικότητα και ο εκσυγχρονισμός, και πιο συγκεκριμένα οι κοινωνικές συνθήκες στις οποίες υπάρχει σαφής διαφοροποίηση μεταξύ της δημόσιας και ιδιωτικής σφαίρας, αλλά επιπλέον παρατηρείται μεγάλης κλίμακας κινητοποίηση του πληθυσμού και ένταξη του σε εθνικής κλίμακας οικονομικές, πολιτικές και πολιτισμικές διαδικασίες αποτελούν τους παράγοντες που καθορίζουν την ύπαρξη μιας ισχυρής ή ασθενούς κοινωνίας των πολιτών⁷⁹.

Όταν η διαδικασία του εκσυγχρονισμού οδηγεί, πρώτον, στην ύπαρξη ενός κράτους δικαίου, το οποίο προστατεύει αποτελεσματικά τους πολίτες από ενδεχόμενες αυθαιρεσίες, δεύτερον, στην παρουσία καλά οργανωμένων μη κρατικών ομάδων συμφερόντων, ικανών να αποτρέπουν ή να ελέγχουν τις τυχόν καταχρήσεις της εξουσίας εκ μέρους εκείνων που έχουν στα χέρια τους διοικητικούς και κατασταλτικούς μηχανισμούς και τρίτον στην κυριαρχία ενός ισορροπημένου πλουραλισμού μεταξύ των επιμέρους συμφερόντων σε επίπεδο κοινωνίας των πολιτών, ώστε να μην είναι δυνατή η απόλυτη κυριαρχία των μεν εις βάρος των δε, τότε γίνεται λόγος για μία ισχυρή κοινωνία των πολιτών⁸⁰.

Αντιθέτως, όταν η διαδικασία εκσυγχρονισμού δεν οδηγεί σε επέκταση των ατομικών και πολιτικών δικαιωμάτων, έτσι ώστε οι κατώτερες τάξεις να μην

⁷⁷ Ibid., p. 60.

⁷⁸ Μουζέλης, Ν., *Νεωτερικότητα, Ύστερη Ανάπτυξη και Κοινωνία των Πολιτών*, Κοινωνία Πολιτών, Τεύχος 1, 1998, σσ.. 40-41.

⁷⁹ Ibid., p. 41.

⁸⁰ Μουζέλης, Ν., *op.cit.*

προσαρμόζονται με σχετικά αυτόνομο τρόπο στις νέες συνθήκες, αλλά με ετερόνομο και αυταρχικό, τότε κάνουμε λόγο για μία ατροφική κοινωνία των πολιτών⁸¹. Κατά τον Δημήτριο Σωτηρόπουλο, η κοινωνία των πολιτών δεν περιορίζεται σε συγκεκριμένες δραστηριότητες ή εκδηλώσεις όπως είναι οι εθελοντικές οργανώσεις ή κάποια κοινωνικά κινήματα. Αντιθέτως περιλαμβάνει οποιοσδήποτε κοινωνικές ενσωματώσεις και δημόσιες δραστηριότητες που βρίσκονται στο χώρο ανάμεσα στην οικογένεια από την μια πλευρά και το κράτος από την άλλη⁸². Είναι ο όρος που περιλαμβάνει κάτι το άπιαστο, αλλά πολύ ξεχωριστό: τη δημόσια επικοινωνία και το διάλογο ανάμεσα σε αντιτιθέμενα μέρη.

Η έννοια της κοινωνίας των πολιτών εγείρει αντιρρήσεις και επικρίσεις⁸³. Η μαρξιστική θεωρία, για παράδειγμα, υποστηρίζει ότι η κοινωνία των πολιτών ως έννοια συσκοτίζει την ταξική πάλη δίνοντας έμφαση σε οργανώσεις, κινήματα και κοινωνικές συσσωματώσεις και αποκρύπτει ότι τα κύρια ιστορικά υποκείμενα είναι οι κοινωνικές τάξεις. Κάτι τέτοιο όμως δεν ευσταθεί, διότι στο σύγχρονο κόσμο υπάρχουν μεταυλιστικά, επίσης, συμφέροντα, όπως είναι η αναζήτηση μίας καλύτερης ποιότητας ζωής, ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και η προστασία του περιβάλλοντος.

Μια δεύτερη αντίρρηση χαρακτηρίζεται ως μεθοδολογική και υποστηρίζει ότι η κοινωνία των πολιτών είναι μία έννοια εντελώς θολή και ασαφής, ότι περιλαμβάνει τα πάντα και τίποτα και για αυτό ακριβώς θα πρέπει να εγκαταλειφθεί ως αναλυτικό εργαλείο. Και αυτή η αντίρρηση είναι επίσης εσφαλμένη, καθώς η κοινωνία των πολιτών είναι έννοια απαραίτητη για τον προσδιορισμό του κράτους αλλά και για την συγκριτική ιστορική ανάλυση διαφόρων κοινωνιών.

⁸¹ Ibid., p. 41.

⁸² Σωτηρόπουλος, Δ., *Εννοιολογικές Διευκρινίσεις για την Κοινωνία των Πολιτών*, Κοινωνία Πολιτών, Τεύχος 5, 2000, σ. 11.

⁸³ Ibid., p. 11-12.

Από την άλλη, ανθρωπολόγοι και ιστορικοί υποστηρίζουν ότι η κοινωνία των πολιτών είναι μία έννοια πολιτιστικά βεβαρημένη γιατί αφορά μόνο στις κοινωνίες της δύσης και προϋποθέτει τον ευρωπαϊκό συνταγματικό πολιτισμό. Μια τελευταία αντίρρηση επικεντρώνεται στο γεγονός ότι η κοινωνία των πολιτών έχει εξιδανικευτεί, αγνοώντας αρνητικές εκφάνσεις της όπως τα ρατσιστικά κινήματα, οργανώσεις θρησκευτικού φανατισμού και φιλοπόλεμες εφημερίδες. Αυτή ίσως είναι και η μόνη αντίρρηση που ισχύει περισσότερο από τις άλλες.

Παρά τους ποικίλους ορισμούς και τις διάφορες κριτικές που έχουν κατά καιρούς διατυπωθεί για την κοινωνία των πολιτών, πρόκειται για κοινωνική κατάκτηση που συμπεριλαμβάνει το σύνολο των μη κερδοσκοπικών επαγγελματικών και εθελοντικών οργανώσεων, των κοινωνικών κινημάτων και των μη κυβερνητικών οργανώσεων. Διακρίνεται οργανικά και λειτουργικά από το κράτος και την οικονομία, ως ο χώρος της μη καταναγκαστικής ανθρώπινης συσσωμάτωσης και ως ένα πεδίο προάσπισης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των βασικών ελευθεριών των πιο ευαίσθητων μελών της κοινωνίας, ενώ ταυτόχρονα συνιστά το αντιστήριγμα του κράτους και της αγοράς σε ένα ρόλο ανταγωνιστικό και συμπληρωματικό⁸⁴.

Σύμφωνα με μια πιο συνολική εκτίμηση του τρόπου με τον οποίο λειτουργεί η κοινωνία των πολιτών, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι αυτή εκπροσωπεί την πολιτική των πολιτικών και κυρίως την πολιτική της κοινωνίας, η οποία περιλαμβάνει τόσο την πολιτική του πόλου της κυριαρχίας, όσο και την πολιτική του πόλου της αμφισβήτησης. Από τη μια εκφράζει την πολιτική του κράτους και της εξουσίας, αλλά από την άλλη συγκροτείται γύρω από τη δημιουργική και ανυπάκουη πολιτική των κινημάτων και των μη κυβερνητικών οργανώσεων· καθρεφτίζει την πολιτική που διευθύνεται από κανόνες, αλλά

⁸⁴ Καρβούνης, Α., *Εισαγωγή στην Οργάνωση και Λειτουργία του Κράτους*, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα, Απρίλιος 2003, σ. 311.

και την πολιτική που αλλάζει τους κανόνες⁸⁵. Υπό αυτήν την οπτική, η κοινωνία των πολιτών αποτελεί τον τρίτο δρόμο, την ιδέα ότι πρέπει να πάψουμε να σκεφτόμαστε, να αντιλαμβανόμαστε και τελικά να ανάγουμε όλα τα προβλήματα στο μοντέλο κράτους-αγοράς, καθώς η κοινωνία των πολιτών μπορεί να δώσει πολύ πιο ικανοποιητικές λύσεις⁸⁶.

Πρέπει να υπογραμμιστεί ότι η κοινωνία των πολιτών δεν αποσκοπεί στο να υποκαταστήσει το κράτος ή την αγορά, αλλά στο να εμπλουτίσει με τη δράση της το κοινωνικό μοντέλο και να ενισχύσει τους μηχανισμούς ελέγχου όλων των εξουσιών. Συνιστά έναν τρίτο πόλο εξουσίας που χαρακτηρίζεται από ιδιωτικές (μη κυβερνητικές), και αυτοδιοικούμενες δομές, λειτουργεί σε ένα θεσμικό πλαίσιο, δεν αποσκοπεί στην απόκτηση κερδών και βασίζεται στην εθελοντική συμμετοχή⁸⁷.

Πλήθος από εθελοντικές οργανώσεις, κοινωνικά κινήματα και μη κυβερνητικές οργανώσεις όπως είναι το φεμινιστικό, το οικολογικό και το αντιπυρηνικό κίνημα, το κίνημα ειρήνης, το κίνημα κατά της παγκοσμιοποίησης, πρωτοβουλίες πολιτών, οργανώσεις καταναλωτών, κινήματα αντικουλτούρας, η Διεθνής Αμνηστία, το Παγκόσμιο Ταμείο για τη Φύση (WWF), η Ελληνική Εταιρία για την Προστασία του Περιβάλλοντος και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς, η Greenpeace, το Ελληνικό Κέντρο Βιοτόπων και Υγροτόπων λειτουργούν ως εκφραστές της σύγχρονης δημοκρατικής διακυβέρνησης και της κοινωνίας των πολιτών.

Πιο συγκεκριμένα, οι εθελοντικές οργανώσεις, τα κοινωνικά κινήματα και οι μη κυβερνητικές οργανώσεις με τη δράση τους συμβάλλουν κυρίως στις βιομηχανικές κοινωνίες στην καλύτερη κατανόηση και στην αναζωογόνηση

⁸⁵ Beck, U., *Η Επινόηση του Πολιτικού. Για μια Θεωρία του Ανακλαστικού Εκσυγχρονισμού*, Αθήνα: Λιβάνης, 1996

⁸⁶ Μουζέλης, Ν., *Η Κρίση των Κομμάτων και η Κοινωνία των Πολιτών ως Διέξοδος*, Κοινωνία των Πολιτών, Τεύχος 5, 2000, σ.10.

⁸⁷ Παναγιωτίδου, Ε., *Πού, Πότε και Γιατί αναπτύσσεται η Κοινωνία των Πολιτών*, Κοινωνία Πολιτών, Τεύχος 8, 2002, σ. 18.

του ενδιαφέροντος για την προώθηση της δημοκρατίας, το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, τη βιώσιμη ανάπτυξη, την προστασία του περιβάλλοντος και του παγκόσμιου οικοσυστήματος, την ενεργότερη συμμετοχή του πολίτη στα κοινά και στη μεταβολή της λήψης αποφάσεων, στη διαχείριση της αναπτυξιακής βοήθειας, στην καταπολέμηση της φτώχειας και στην παροχή υπηρεσιών κοινωνικής πρόνοιας⁸⁸.

Η συνύπαρξη κράτους, αγοράς και κοινωνίας των πολιτών σε όλη της την έκταση δημιουργεί ένα νέο πολυεπίπεδο αλλά και δυναμικό μοντέλο δημοκρατικής διακυβέρνησης που εμπεριέχει σαφείς αλληλεξαρτήσεις με τους προαναφερθέντες πόλους εξουσίας, που έχουν συμπληρωματικούς και όχι κατ' ανάγκη συγκρουσιακούς ρόλους⁸⁹. Σε ένα γενικότερο κλίμα παγκοσμιοποίησης, οι μη κυβερνητικές οργανώσεις, τα κοινωνικά κινήματα και οι εθελοντικές οργανώσεις δεν θα μπορούσαν παρά να εκμεταλλευτούν και να αξιοποιήσουν προς όφελος τους την ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη και τις ποικίλες δυνατότητες που προσφέρουν τα social media.

Καταρχάς, η κοινωνία των πολιτών και οι διάφοροι εκφραστές της μέσα από την εκτεταμένη χρήση των social media επιτυγχάνουν την προβολή και τη διαφήμιση τους άμεσα, ταχύτατα και μαζικότητα. Τους δίνεται η δυνατότητα να επικοινωνήσουν με το κοινωνικό σύνολο το όραμα τους, τους σκοπούς και τους στόχους τους, τις δραστηριότητες και τις επιδιώξεις τους και με αυτόν τον τρόπο ενισχύουν την αναγνωρισιμότητα και ισχυροποιούν τις θέσεις και τους στόχους τους.

Συγχρόνως, διευρύνουν τη βάση τους ως αποτέλεσμα της γνωστοποίησης του οράματος, των στόχων και των δραστηριοτήτων τους. Οι δυνατότητες έκθεσης, προβολής και διαφήμισης, που προσφέρουν τα social media,

⁸⁸ Θεοδωράκης, Α., *Η Κοινωνία των Πολιτών, Νέα Συνισταμένη του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Μοντέλου*, Κοινωνία Πολιτών, Τεύχος 6, 2001, σ. 21.

⁸⁹ Ibid., p. 24.

βοηθούν τις διάφορες οργανώσεις, τις μη κυβερνητικές οργανώσεις και τα κοινωνικά κινήματα να ενδυναμώνουν την υφιστάμενη βάση τους με τα ήδη υπάρχοντα μέλη να δραστηριοποιούνται ολοένα και πιο δυναμικά και ουσιαστικά, αλλά και να ισχυροποιούν αριθμητικά τη θέση τους αυξάνοντας τον αριθμό εκφραστών και των μελών που εντάσσονται στους κόλπους τους.

Κατά αντίστοιχο τρόπο, τα social media παρέχουν τη δυνατότητα στις διάφορες οργανώσεις και κοινωνικά κινήματα να εξασφαλίσουν ευκολότερα τα χρηματοδοτικά μέσα για την υλοποίηση των στόχων και των επιδιώξεων τους προσελκύοντας κονδύλια και χορηγίες από ποικίλους χρηματοδοτικούς φορείς, φυσικά πρόσωπα και εταιρίες. Τέλος, η ταχύτατη και αποτελεσματική κινητοποίηση των μελών των διαφόρων οργανώσεων και κινήματων, η διεξαγωγή εκδηλώσεων, η διοργάνωση events, η πραγματοποίηση εκστρατειών ενημέρωσης, διαμαρτυριών, δημόσιου διαλόγου, η συμμετοχή σε τοπικά ή διεθνή φόρουμ αποτελούν ένα ακόμα συγκριτικό πλεονέκτημα που απορρέει από τη χρήση των social media.

Τα social media στα χέρια μιας ισχυρής και δραστήριας κοινωνίας των πολιτών λειτουργούν ως μοχλός δημιουργικότητας και αλλαγής και μετατρέπονται σε όπλο ικανό να αμφισβητήσει την κεντρική εξουσία, να ανατρέψει απαρχαιωμένες δομές και κοινωνικές αγκυλώσεως για να επιφέρει ουσιαστικές μεταβολές και πρόοδο. Αυτό που πρέπει να υπογραμμιστεί είναι ότι τα ίδια τα Μέσα, λόγω του διεθνούς χαρακτήρα τους, προσδίδουν άμεσα σε αυτά τα κινήματα που εκφράζονται και οργανώνονται μέσω αυτών, την αξίωση της διεθνούς νομιμοποίησης.

Χαρακτηριστικό είναι το πολύ πρόσφατο παράδειγμα των λαϊκών επαναστάσεων, εξεγέρσεων και άλλων κινήματων που εκδηλώθηκαν στο εσωτερικό χωρών της Β. Αφρικής και της Μέσης Ανατολής και σύντομα, με τη βοήθεια του διαδικτύου και των social media, διαδόθηκαν, σε ευρωπαϊκές χώρες, με τα κινήματα των Αγανακτισμένων, αλλά και στην Αμερική με το κίνημα Occupy Wall Street. Η ευρύτατη χρήση των social media, και κυρίως

του facebook και του twitter, και η συμβολή τους σε τόσο κρίσιμες καταστάσεις τέθηκε σχεδόν αυτόματα τόσο στο εσωτερικό των συγκεκριμένων χωρών, όσο και ως παράμετρος εξωτερικής πολιτικής, δεδομένου ότι η διεθνής κοινότητα δε θα μπορούσε να μην πάρει θέση απέναντι στις πληροφορίες σχετικά με αυτές τις ριζοσπαστικές εξελίξεις.

Βάσει αυτών το κεντρικό ερώτημα που τίθεται είναι σε ποιο βαθμό αυτή η χρήση και απήχηση των social media συμβάλλει όχι μόνο στη διεθνοποίηση της κοινωνίας των πολιτών, αλλά και στον επαναπροσδιορισμό των αρχών και των μεθόδων που διέπουν τις διεθνείς σχέσεις και την άσκηση εξωτερικής πολιτικής⁹⁰.

Γ.2 Διεθνείς Σχέσεις και Social Media

Ξεκινώντας από μια απλή, λογική παρατήρηση, δεδομένου ότι τα social media έχουν εισβάλλει σε κάθε πεδίο της ανθρώπινης δραστηριότητας και έκφανση της καθημερινής ζωής, όπως το εμπόριο, η οικονομία, η πολιτική, η εργασία, η εκπαίδευση, οι κοινωνικές και διαπροσωπικές σχέσεις, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι αυτή η δυναμική τους επιδρά σημαντικά στο διεθνές περιβάλλον και συγκεκριμένα στην άσκηση της εξωτερικής πολιτικής και της διπλωματίας και της συγκρότησης των διεθνών και ευρωπαϊκών σχέσεων.

Ωστόσο, η επιρροή των social media σε αυτό το πεδίο είναι αρκετά ιδιαίτερη και έχει την αφετηρία της στην ιδιαιτερότητα των διεθνών σχέσεων να αναζητούν, παραδοσιακά, ένα περιβάλλον απομονωτισμού. Η εξωτερική πολιτική αποτελεί από μόνη της ένα δύσκολο και πολύπλοκο παιχνίδι καθώς συντελείται σε διαφορετικά, αλλά αλληλένδετα μεταξύ τους επίπεδα

⁹⁰ Brady, K., *Technology, Social Media and Politics: Foreign Policy and International Relations in the Digital Age*, Silicon Filter, August 2011, <http://siliconfilter.com/technology-social-media-and-politics-foreign-policy-and-international-relations-in-the-digital-age/>

επικοινωνίας και διαβούλευσης, ένα δημόσιο και ένα μυστικό⁹¹. Μυστικές συνεννοήσεις, παρασκηνακές επαφές και διαβουλεύσεις, αμφίσημα λεγόμενα και δηλώσεις, κωδικοποιημένα μηνύματα και αφανείς ενέργειες με μακροπρόθεσμες συνέπειες για το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο αποτελούν τα συστατικά στοιχεία του τρόπου με τον οποίο διενεργείται και διαρθρώνεται η εξωτερική πολιτική αλλά και βασικά γνωρίσματα που εκδηλώνουν την πολυπλοκότητα και το σύνθετο του χαρακτήρα της.

Ήδη από τον Πρώτο Παγκόσμιο πόλεμο και πολύ περισσότερο κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου αυτή «η μυστική διπλωματία» αμφισβητήθηκε και οι εξωτερικές υποθέσεις δεν μπορούσαν πλέον να διενεργούνται σε απομόνωση⁹². Η τηλεόραση και το ραδιόφωνο κατέστησαν ακόμα πιο σύνθετη την εξωτερική πολιτική αφενός μεταδίδοντας μαζικά σε ολόκληρο τον κόσμο τις ενέργειες και τις δράσεις των κρατών και αφετέρου επηρεάζοντας σημαντικά με τη δημοσιότητα την έκβαση των διαφόρων διακρατικών συγκρούσεων και διαμαχών. Ο πόλεμος στο Βιετνάμ αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα καθώς ήταν ο πρώτος πόλεμος που αναμεταδόθηκε τηλεοπτικά και που οδήγησε στην ήττα-ουδετεροποίηση των αμερικανικών ενόπλων δυνάμεων ως αποτέλεσμα της διεθνούς πίεσης και της αδιαλλαξίας που εκδηλώθηκε στο εσωτερικό των ΗΠΑ από την αμερικανική κοινή γνώμη⁹³.

Αλλά ακόμα και σε λιγότερο κρίσιμες καταστάσεις, όπως η δικαιολόγηση της αμυντικής πολιτικής, ή η δημόσια και πολιτιστική διπλωματία, η συμπίεση του χώρου και του χρόνου που έφεραν τα νέα Μέσα, αλλά και η διάχυση της πληροφορίας επηρέασαν σημαντικά κάθε εξέλιξη στις διεθνείς σχέσεις. Όπως εύστοχα επισημαίνει ο James Der Derian, ερευνητής και καθηγητής πολιτικών επιστημών και διεθνών σχέσεων στο Watson Institute και το Brown University «Η Τεχνολογία της πληροφορίας έχει γίνει ένα απαραίτητο εργαλείο για την

⁹¹ Ibid, <http://siliconfilter.com/technology-social-media-and-politics-foreign-policy-and-international-relations-in-the-digital-age/>

⁹² Taylor Ph., *Πόλεμος και Διεθνείς Σχέσεις στην Εποχή της Πληροφορίας* (μτφρ: Κώστας Περεζούς), Αθήνα: Παπαζήσης, 2004, σ. 152

⁹³ Brady, K, op. cit., <http://siliconfilter.com/technology-social-media-and-politics-foreign-policy-and-international-relations-in-the-digital-age/>

παγκόσμια κυκλοφορία της δύναμης, την εκτίμηση του πολέμου και το όραμα της ειρήνης»⁹⁴.

Οι νέες τεχνολογίες και ειδικότερα οι web τεχνολογίες 2.0 και τα social media έχουν επιφέρει αποφασιστικές αλλαγές στην εξωτερική πολιτική των κρατών-μελών της διεθνούς κοινότητας και στον τρόπο με τον οποίο διενεργούνται η διπλωματία, η διακυβέρνηση και οι διεθνείς σχέσεις. Έχουν συμβάλλει αναμφισβήτητα στον εκδημοκρατισμό της ροής των πληροφοριών, στην αύξηση της γνώσης και στην ταχύτητα διάδοσης και παγκοσμιοποίησης των ιδεών και των αντιλήψεων⁹⁵.

Όπως υποστηρίζεται, τα social media έχουν οδηγήσει κατά πρώτον, στον εκδημοκρατισμό των media και της ενημέρωσης μέσα από την αποκέντρωση των media, την ενεργή συμμετοχή, τη διαφάνεια των πληροφοριών και τον έλεγχο και αξιολόγηση της ακρίβειας και αξιοπιστίας των πληροφοριών και κατά δεύτερον στον εκδημοκρατισμό της εξουσίας μέσα από τη διάχυση και αναδιανομή της εξουσίας, την αμφισβήτηση της παραδοσιακής εξουσίας κυβερνήσεων και κρατών και την ικανότητα διαφόρων δρώντων-παικτών να επιφέρουν βαθύτατες αλλαγές παγκόσμιας εμβέλειας⁹⁶.

Ωστόσο, η ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη των social media, η αξιοποίηση και η χρήση των διαφόρων τεχνολογικών μέσων και τηλεπικοινωνιών στο σχεδιασμό και την εφαρμογή της εξωτερικής πολιτικής έχουν καταστήσει ακόμα πιο περίτεχνη και περίπλοκη την εξωτερική πολιτική των κρατών. Η ευρύτατη χρήση του διαδικτύου και η μαζική επέλαση των social media οδήγησαν ένα βήμα παραπέρα την χάραξη και την υλοποίηση της εξωτερικής

⁹⁴ Der Derian James, *The Internet and International Relations*

<http://www.slideshare.net/quinnnda/the-internet-and-international-relations>

⁹⁵ Kenna, M., *Social Media: Following EU Public Diplomacy and Friending MENA*, European Policy Centre (EPC), Policy Brief, July 2011.

http://www.epc.eu/documents/uploads/pub_1320_social_media.pdf

⁹⁶ *The Internet and International Relations*

<http://www.slideshare.net/quinnnda/the-internet-and-international-relations>

πολιτικής. Οι ενέργειες και οι κινήσεις, αλλά και οι εντολές και οι στόχοι των κρατών-παικτών της διεθνούς κοινότητας όχι μόνο δεν περιορίζονται στην επιλεκτική και συχνά μη ελέγξιμη και ασύμφορη για τις πολιτικές τους, αναμετάδοση τους από τα ραδιοηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας, αλλά αντιθέτως γίνονται συγχρονισμένες ειδήσεις - μηνύματα προς αποθήκευση, ανάκληση, σχολιασμό και αναδημοσίευση οποιαδήποτε στιγμή το επιθυμεί ο εκάστοτε χρήστης⁹⁷. Ακόμα και η παραπλάνηση της επιλεκτικής παρουσίασης των ειδήσεων από τα πιο παραδοσιακά Μέσα κλονίζεται, δεδομένης της ελευθερίας λόγου και δημοσίευσης πληροφοριών και αρχείων που προσφέρει το διαδίκτυο.

Αυτή η εξέλιξη, θεωρητικά, θα έπρεπε να οδηγήσει στην απόλυτη διαφάνεια κατά την άσκηση της εξωτερικής πολιτικής και στην πλήρη εξάλειψη των παραδοσιακών στοιχείων της μυστικότητας και του απομονωτισμού. Ωστόσο, δεν είναι βέβαιο ότι η εκάστοτε πολιτική ηγεσία είναι έτοιμη να προσαρμοστεί σε μια τέτοια εξέλιξη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ο εμφύλιος πόλεμος στη Λιβύη, όπου η αμερικάνικη επέμβαση παρέκκλινε από το αρχικό και επίσημο μήνυμα που έκανε λόγο για ελευθερία και εκδημοκρατισμό, δημιουργώντας ένα αρνητικό κλίμα στη διεθνή κοινότητα για τις επιδιωκόμενες θέσεις των ΗΠΑ στην περιοχή. Η αμερικάνικη πολιτική ηγεσία στάθηκε αδύναμη να διαχειριστεί ένα νέο σύστημα διάδοσης πληροφοριών, που δεν αφήνει πολλά περιθώρια στις παραδοσιακές μορφές προπαγάνδας.

Στο ίδιο πλαίσιο εντάσσεται και η διαρροή μυστικών πληροφοριών από επίσημους κρατικούς φορείς και η μαζική δημοσιοποίηση όπως και η διανομή και ανάλυση κρατικών εγγράφων που θεωρούνται είτε εμπιστευτικά είτε απόρρητα μέσω του διαδικτύου, γεγονότα που καθιστούν αναγκαία την προσεχτική αξιολόγηση και διύλιση του τρόπου και του ύφους με τον οποίο διαχέονται οι πληροφορίες προκειμένου να αποφευχθεί οποιοδήποτε διπλωματικό επεισόδιο ή πολιτική κρίση.

⁹⁷ Brady, K., *op. cit.*

Σε κάθε περίπτωση, στα παραπάνω διαφαίνεται ότι η εποχή της «τεχνολογικής διπλωματίας» αποτελεί πραγματικότητα. Παρά την περαιτέρω περιπλοκή κατά τη διάρθρωση της εξωτερικής πολιτικής και των διεθνών σχέσεων, που προκλήθηκε από την κυριαρχία και διάδοση των social media, η τομή και η αποφασιστική επίδραση τους εντοπίζεται στην κινητοποίηση των μαζών με κορύφωση το ξέσπασμα επαναστάσεων και λαϊκών εξεγέρσεων, που αποβλέπουν στην αμφισβήτηση της πολιτικής εξουσίας, στην ανατροπή παλαιών ιεραρχιών και παραδοσιακών δομών και στη διεξαγωγή του πολιτικού διαλόγου, στην έκφραση του αντιλόγου και στη διαμόρφωση θετικών αποτελεσμάτων τόσο στην εξωτερική όσο και την εσωτερική πολιτική με τη χρήση του διαδικτύου⁹⁸.

Γ. 3 Η Αμφισβήτηση της Πολιτικής Εξουσίας

Οι λαϊκές εξεγέρσεις, οι επαναστάσεις, οι διαμαρτυρίες και τα πολιτικά και κοινωνικά κινήματα που εκδηλώθηκαν στον αραβικό κόσμο και ειδικότερα στην περιοχή της Μέσης Ανατολής και της Βόρειας Αφρικής, αλλά και στην Ασία, την Αμερική και την Ευρώπη επιβεβαιώνουν την πολιτική δύναμη που κατέχουν τα social media και το δυναμικό ρόλο που το διαδίκτυο, το Facebook και το Twitter μπορούν να διαδραματίσουν στον επαναπροσδιορισμό της πολιτικής κουλτούρας και στη συγκρότηση των διεθνών σχέσεων.

Πρέπει να επισημανθεί ότι η δύναμη των social media στην αμφισβήτηση και την ανατροπή παλαιότερων ιεραρχιών και παραδοσιακών δομών δεν εντοπίζεται μόνο στη συγχρονισμένη δράση των μαζών και στην οργάνωση και συντονισμό των διαφόρων επαναστάσεων, εξεγέρσεων, κινημάτων και διαμαρτυριών, αλλά και στην ολοένα και αυξανόμενη προσβασιμότητα του διαδικτύου και των κινητών τηλεφώνων από το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο⁹⁹.

⁹⁸ Hanson, F., *Harnessing the Power of Social Media in International Relations*, International Relations and Security Network (ISN), March 2011.
http://www.humansecuritygateway.com/documents/Lowy_HarnessingthePoweofSocialMediai nInternationalRelations.pdf

⁹⁹ Ibid., http://www.humansecuritygateway.com/documents/Lowy_HarnessingthePoweofSocial MediaiinInternationalRelations.pdf

Ο Jared Cohen, διευθυντής της Google Ideas, τονίζει ότι πριν 10 χρόνια ο αριθμός των ανθρώπων που είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο ήταν 361 εκατομμύρια, ενώ σήμερα ανέρχεται στα 2 δισεκατομμύρια. Χαρακτηριστική επίσης είναι η αύξηση των ανθρώπων στο Πακιστάν που χρησιμοποιούν κινητά τηλέφωνα. Ενώ το 2000 χρησιμοποιούσαν κινητά μόνο 300.000 άτομα, σήμερα αυτός ο αριθμός έχει αυξηθεί στα 100 εκατομμύρια¹⁰⁰.

Επιπρόσθετα, η αύξηση του αριθμού των νέων ανθρώπων που συμμετέχουν στα διάφορα επαναστατικά κινήματα δεν μπορεί να παραβλεφθεί. Ο μέσος όρος ηλικίας των διαμαρτυρομένων στην Αίγυπτο είναι τα 24, ενώ στην Τυνησία τα 30, κάτι που επιβεβαιώνει ότι οι νέοι άνθρωποι αποδέχονται πιο εύκολα τις νέες τεχνολογίες και είναι σε θέση να αντιληφθούν τη δυναμική που τους προσφέρει η χρήση του διαδικτύου, εντάσσοντας τα social media στο οπλοστάσιο των επαναστατών.

Άλλωστε, δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι το Facebook και το Twitter αποτελούν τα πιο γνωστά και διαδεδομένα social media. Το Facebook αριθμεί παγκοσμίως 750 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες παγκοσμίως, παρουσιάζει την υψηλότερη επισκεψιμότητα, είναι προσβάσιμο σε 70 γλώσσες και απορροφά 700 δισεκατομμύρια λεπτά ανά μήνα. Οι ενεργοί χρήστες του εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης ανέρχονται σε 150 εκατομμύρια, ενώ στην περιοχή της Μέσης Ανατολής και της Βόρειας Αφρικής αγγίζουν τα 21 εκατομμύρια¹⁰¹. Ομοίως, το Twitter, μία πλατφόρμα microblogging, έχει 200 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες με 200 εκατομμύρια tweets να πραγματοποιούνται σε καθημερινή βάση¹⁰².

¹⁰⁰ Hanson, F., op. cit.

http://www.humansecuritygateway.com/documents/Lowy_HarnessingthePoweofSocialMediai nInternationalRelations.pdf

¹⁰¹ Kenna, M., op. cit.

http://www.epc.eu/documents/uploads/pub_1320_social_media.pdf

¹⁰² Ibid., http://www.epc.eu/documents/uploads/pub_1320_social_media.pdf

Σύμφωνα με τον Clay Shirky, καθηγητή New Media στο Πανεπιστήμιο της Ν. Υόρκης, τα social media αποτελούν ένα χρήσιμο και αποτελεσματικό εργαλείο, φθηνό και εύκολο κατά την χρήση του και προσβάσιμο από το κοινωνικό σύνολο, που επιτρέπει την ραγδαία διάχυση και διάδοση των πληροφοριών, την άρθρωση της δημόσιας διαβούλευσης μεταξύ των πολιτών και τον ταχύτατο και μαζικό συντονισμό του πλήθους¹⁰³. Ο ίδιος επισημαίνει ότι η δυναμική των social media έγκειται αφενός στην αφύπνιση, συσπείρωση και κινητοποίηση της κοινωνίας των πολιτών και της δημόσιας σφαίρας και αφετέρου στην αμφισβήτηση και την ενδεχόμενη ανατροπή της πολιτικής εξουσίας¹⁰⁴.

Η πτώση του διεφθαρμένου Φιλιππινέζου Προέδρου, Joseph Estrada, η αποπομπή του Λαϊκού Κόμματος από τους υποστηρικτές του Ισπανού Πρωθυπουργού José Luis Rodríguez Zapatero, η κινητοποίηση 20.000 διαδηλωτών από αντικομμουνιστές Μολδαβούς μέσα σε 36 ώρες, η διαδήλωση των Νοτιοκορεατών για τις εισαγωγές βόειου κρέατος, η απομάκρυνση του Αιγύπτιου Προέδρου Hosni Mubarak από την εξουσία, αλλά ακόμα και οι αποτυχημένες επαναστάσεις στο Ιράν (Green Revolution) και την Ταϊλάνδη (Red Shirt Protest) επιβεβαιώνουν τον ουσιαστικό ρόλο που διαδραματίζουν τα social media στην μαζική συσπείρωση και τον άμεσο συντονισμό της λαϊκής μάζας με σκοπό την αμφισβήτηση της πολιτικής εξουσίας.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα ανατροπής των παλαιότερων ιεραρχικών δομών αποτελούν και οι περιπτώσεις της Αιγύπτου και της Κολομβίας. Στην Αίγυπτο, η εξέγερση που πραγματοποιήθηκε υπήρξε πρωτόγνωρη καθώς στο αρχικό στάδιο εκδήλωσης της δεν υπήρχε συγκεκριμένος εκπρόσωπος του

¹⁰³ Gladwell, M., Shirky, C., *From Innovation to Revolution: Do Social Media make Protests Possible?*, Foreign Affairs, March/April 2011.

<http://www.foreignaffairs.com/articles/67325/malcolm-gladwell-and-clay-shirky/from-innovation-to-revolution>

¹⁰⁴ Shirky, C., *The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere and Political Change*, Foreign Affairs, January/February 2011.

<http://www.foreignaffairs.com/articles/67038/clay-shirky/the-political-power-of-social-media>

κινήματος, συμπεφωνημένο από πριν σχέδιο δράσης και επεξεργασμένα αιτήματα και επιδιωκόμενοι στόχοι και αξιώσεις. Κατά αντίστοιχο τρόπο, οι διαδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν το 2008 στην Κολομβία σχετικά με τις απαγωγές από τις Ένοπλες Επαναστατικές Δυνάμεις της Κολομβίας (FARC - Revolutionary Armed Forces of Colombia) αντικατοπτρίζουν τη δυναμική μετασχηματισμού που μπορούν να αποκτήσουν τα social media στα χέρια μεμονωμένων ατόμων. Πιο συγκεκριμένα, ένας άνεργος άντρας 33 ετών στην Κολομβία, ο Oscar Morales, απογοητευμένος από τις απαγωγές των FARC δημιούργησε μία σελίδα στο Facebook με το όνομα «No Mas FARC», η οποία διαδόθηκε μέσω διαδικτύου σε περίπου 1 εκατομμύριο χρήστες-μέλη εκ των οποίων ο καθένας ανέλαβε διαφορετικούς ρόλους, όπως η προστασία από επιθέσεις hackers, η σύνταξη συντάγματος, η λειτουργία ενός ανώτατου δικαστηρίου και γραφείο τύπου¹⁰⁵. Λίγες βδομάδες αργότερα, χιλιάδες Κολομβιανοί πολίτες είχαν κινητοποιηθεί σε διαμαρτυρίες στους δρόμους.

Ωστόσο, στον αντίποδα του παραπάνω επιχειρήματος, κυριαρχεί η άποψη ότι η συμβολή των social media στη συσπείρωση και το συντονισμό των λαϊκών μαζών είναι ιδιαίτερα υπερτιμημένη. Ο Malcolm Gladwell, συγγραφέας στο περιοδικό The New Yorker υποστηρίζει ότι η επιρροή των social media πηγάζει από δίκτυα με ασθενείς δεσμούς (weak-tie networks), τα οποία δεν διαθέτουν τη δύναμη να πυροδοτήσουν πραγματικές επαναστάσεις¹⁰⁶. Ο ίδιος χαρακτηρίζει τον ακτιβισμό που προκύπτει από τη χρήση των social media ως slackactivism (=νωθρός ακτιβισμός) καθώς περιστασιακοί συμμετέχοντες, που δεν χαρακτηρίζονται από την απαιτούμενη προσήλωση και δέσμευση, επιδιώκουν την οποιαδήποτε κοινωνική αλλαγή μέσα από χαμηλού κόστους δραστηριοποίηση, παραμένοντας περισσότερο πρόθυμοι να προβούν σε διακηρυκτικού επιπέδου δηλώσεις και να συνταχθούν συναισθηματικά με ένα σκοπό και λιγότερο πρόθυμοι να προβούν σε έργα και ουσιαστική δράση.

¹⁰⁵ Hanson, F., op. cit.

http://www.humansecuritygateway.com/documents/Lowy_HarnessingthePoweofSocialMediai nInternationalRelations.pdf

¹⁰⁶ Hanson, F., op. cit.

http://www.humansecuritygateway.com/documents/Lowy_HarnessingthePoweofSocialMediai nInternationalRelations.pdf

Σύμφωνα με αυτό το επιχείρημα, τα social media αποτελούν ένα εργαλείο χρήσιμο για την εκδήλωση επαναστάσεων, αλλά δε συνιστούν επανάσταση από μόνα τους. Αναμφισβήτητα αποτελούν μία τεχνολογική καινοτομία, η οποία όμως δεν θα είχε καμία αξία, αν δεν προσέφερε επίλυση σε κάποιο σοβαρό πρόβλημα. Επαναστάσεις, πολιτικά κινήματα, ξεσηκωμοί και διαμαρτυρίες ανέκαθεν εκδηλώνονταν, τόσο κατά παλαιότερους περιόδους, όπου δεν ήταν διαθέσιμα τα σύγχρονα τεχνολογικά μέσα, όσο και σήμερα με την πληθώρα των τεχνολογικών μέσων που κυριαρχεί και τη ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη, επιχείρημα που επιβεβαιώνει ότι ακόμα και αν δεν υπήρχαν τα social media ως εργαλείο συσπείρωσης και συντονισμού των λαϊκών μαζών, επαναστάσεις γίνονταν, γίνονται και θα γίνονται¹⁰⁷.

Από την άλλη, παρά την ύπαρξη δικτύων ασθενών δεσμών και ατόμων, που δεν χαρακτηρίζονται από τον απαιτούμενο βαθμό προσήλωσης και δέσμευσης, κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει την ύπαρξη αφοσιωμένων και ταγμένων ανθρώπων που συνειδητοποιημένα και αποτελεσματικά χρησιμοποιούν τα social media για να αμφισβητήσουν την πολιτική εξουσία και να επιφέρουν πολιτικές και κοινωνικές αλλαγές¹⁰⁸. Τα δίκτυα κοινωνικών δεσμών διέπονται τόσο από ασθενείς δεσμούς, όσο και από ισχυρούς δεσμούς, καθώς ο εκάστοτε χρήστης μέσα από ένα σύνολο / δίκτυο 200 φίλων σίγουρα είναι και αισθάνεται περισσότερο δεμένος και συνδεδεμένος με έναν μικρότερο αριθμό ατόμων.

Η κινητοποίηση της κοινωνίας των πολιτών μέσω των social media ξεφεύγει από τις παραδοσιακές μορφές και ιεραρχικές δομές που χαρακτηρίζονταν τα επαναστατικά κινήματα του παρελθόντος. Αντιθέτως, είναι έντονα τα στοιχεία της εναλλακτικότητας και του αυθορμητισμού. Μία αυθόρμητη ενέργεια, όπως

¹⁰⁷ Gladwell, M., Shirky, C., op cit.

<http://www.foreignaffairs.com/articles/67325/malcolm-gladwell-and-clay-shirky/from-innovation-to-revolution>

¹⁰⁸ Hanson, F., op. cit.

http://www.humansecuritygateway.com/documents/Lowy_HarnessingthePoweofSocialMediai nInternationalRelations.pdf

ένα απλό σχόλιο ή μία ιστοσελίδα με συγκεκριμένο μήνυμα, μπορεί να σταθεί η αφορμή για την μαζική κινητοποίηση του κοινωνικού συνόλου και για την κατανομή ρόλων και αρμοδιοτήτων σε απλούς χρήστες-μέλη, που η μοναδική «προϋπηρεσία» που διαθέτουν στην οργάνωση επαναστατικών κινημάτων είναι η συνειδητοποιημένη στάση τους και η αστείρευτη προσήλωση τους στον επιδιωκόμενο στόχο.

Υπό αυτήν την έννοια, τα social media ανεξάρτητα από την επιτυχία ή την αποτυχία των διαφόρων επαναστάσεων, φαίνεται πως αποτελούν αποτελεσματικό εργαλείο στα χέρια των συνειδητοποιημένων και ευαισθητοποιημένων ανθρώπων και ειδικότερα των νεότερων γενιών για την ανάληψη ουσιαστικής δράσης με σκοπό την αμφισβήτηση ή ακόμα και την ανατροπή της πολιτικής εξουσίας. Επομένως, η δυνατότητά τους να αμφισβητήσουν την εξουσία σίγουρα δεν προέρχεται από τη δομική τους υπόσταση, αλλά από τη χρήση τους, η οποία με τη σειρά της προϋποθέτει όχι τεχνολογικά εργαλεία, αλλά σκεπτόμενους ανθρώπους.

Γ. 4 Νέοι Τρόποι Πολιτικής Επικοινωνίας

Η δύναμη των social media, πέρα από την αμφισβήτηση της πολιτικής εξουσίας και την ανατροπή παλαιών ιεραρχικών δομών, εντοπίζεται στην εισαγωγή ενός νέου τρόπου, με τον οποίο τα κράτη επικοινωνούν την πολιτική τους. Στην εποχή της πληροφορίας και των κοινωνικών Μέσων, όπως αυτά έχουν περιγραφεί μέχρι στιγμής, φαίνεται πως κερδίζει έδαφος μια σχετικά πρόσφατη πολιτική, διπλωματική στρατηγική, αυτή του soft power.

Σύμφωνα με νεορεαλιστικές προσεγγίσεις στη μελέτη των διεθνών σχέσεων, το κράτος γίνεται αντιληπτό ως συστατική μονάδα της παγκόσμιας πολιτικής, σε ένα κατά τα άλλα άναρχο διεθνές πεδίο, η τάξη του οποίου εκπορεύεται

από τα κοινά συμφέροντα των κρατών¹⁰⁹. Φυσικά, αυτή η θεωρητική προσέγγιση είναι μόνο υποθετική, όμως, όπως υποστηρίζεται, είναι η μοναδική που μέχρι στιγμής έχει επιτύχει το ίδιο επίπεδο οικουμενικής εφαρμογής¹¹⁰. Μια τέτοια διεθνής τάξη πραγμάτων, που αναφέρεται «κοινά συμφέροντα», δε θα μπορούσε να βασίζεται στις γνωστές μέχρι σήμερα πολιτικές της ισχύος, του εξαναγκασμού, της απειλής και της σύγκρουσης στο όνομα του εθνικού συμφέροντος. Στις διεθνείς σχέσεις η μορφή εξουσίας, που αποκαλείται *soft power*, εισήχθη σαν έννοια από τον Joseph Nye και αναφέρεται στην ικανότητα ενός κράτους να επηρεάζει τις πράξεις ενός άλλου κράτους μέσω της πειθούς και της έλξης, αντί του εξαναγκασμού¹¹¹.

Οι παραδοσιακές μορφές της απειλής της ισχύος και της επιβολής πληρωμών αντικαθίστανται από μια συστηματική προσπάθεια διαμόρφωσης των προτιμήσεων των άλλων. Σε αυτό το περιβάλλον, οι βασικές πηγές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την άσκηση της εξουσίας είναι τα πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας και η πλαισίωση ορισμένων ζητημάτων, τα πολιτισμικά έθιμα και οι ιδέες που είναι πιο κοντά στις επικρατούσες παγκόσμιες νόρμες και η αξιοπιστία που προωθείται από την επιμονή σε αξίες και κανόνες¹¹².

Από αυτές τις πηγές, που ουσιαστικά το βαθμό απήχησης της εν λόγω εξουσίας και των πολιτικών που αυτή επιθυμεί να εφαρμόσει, οι περισσότερες βρίσκονται εκτός του ελέγχου της εκάστοτε κυβέρνησης. Η μόνη που μπορεί να είναι σε ένα βαθμό ελέγξιμη είναι αυτή της αξιοπιστίας. Σε αυτό το πλαίσιο, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, οι προπαγανδιστικές πληροφορίες μπορεί να αποβούν καταστροφικές για την πηγή που τις παράγει. Επομένως, η

¹⁰⁹ Ferguson Y. H., Mansbach R. W., *Η Αναζήτηση της Ουτοπίας: Θεωρία και Διεθνής Πολιτική* (μτφρ: Παναγιώτης Γ. Κριμπάς), Αθήνα: Παπαζήσης, 2009, σσ. 308-313

¹¹⁰ Ibid. σ. 313

¹¹¹ McClory J., *The New Persuaders: An international ranking of soft power*, London: Institute for Government, December 2010, http://www.instituteforgovernment.org.uk/publications_download.php?id=20

¹¹² Nye Joseph N. Jr, *The Benefits of Soft Power*, Harvard University, <http://hbswk.hbs.edu/archive/4290.html>, February 2002

επικοινωνιακή συνέπεια μετατρέπεται σε βασικό εργαλείο άσκησης πολιτικής εξουσίας, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

Κατά συνέπεια, κράτη-παίκτες, που δεν έχουν προσαρμοστεί στις νέες τεχνολογίες και δεν έχουν καταφέρει να ενσωματώσουν τα social media στην άρθρωση τόσο της εξωτερικής όσο και της εσωτερικής πολιτικής στη λογική του soft power θα διαπιστώσουν ότι η δυναμική του περιορίζεται, η γνώμη τους δεν εισακούεται και αργά ή γρήγορα θα παραγκωνιστούν από το πολιτικό τοπίο.

Ο μείζων ρόλος και η βαρύνουσα σημασία των social media κατά την άρθρωση της εξωτερικής πολιτικής των κρατών και την πραγμάτωση των διεθνών σχέσεων δεν μπορούν να αγνοηθούν ούτε να υποτιμηθούν. Αντιθέτως, το δικαίωμα πρόσβασης στο διαδίκτυο έχει λάβει απτές διαστάσεις και έχει τεκμηριωθεί από πλήθος διακυβερνητικών οργανισμών, μη κυβερνητικών οργανώσεων και κρατών.

Ο ΟΗΕ, εμπνευσμένος από την Παγκόσμια Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, αναγνώρισε πρόσφατα το δικαίωμα όλων των ανθρώπων να επιδιώκουν, να λαμβάνουν και να μοιράζονται πληροφορίες και ιδέες, χρησιμοποιώντας οποιοδήποτε μέσο και παρακάμπτοντας οποιοσδήποτε γεωγραφικούς-χωρικούς περιορισμούς, περιλαμβάνοντας με αυτό τον τρόπο στα διάφορα μέσα τα social media¹¹³.

Το State Department των ΗΠΑ, υπό την γραμματεία της Hillary Clinton, ξεκίνησε τον Ιανουάριο του 2010 μία πρωτοβουλία για την ελεύθερη πρόσβαση στο διαδίκτυο (Internet Freedom Initiative), ενώ η ίδια τόνισε ότι η

¹¹³ Slaughter, A. M., Shirky, C., *Foreign Affairs Live: Experts Debate the Role of Social Media in Political Protests*, Foreign Affairs, January/February 2011.
http://socialtimes.com/digital-power-social-media-political-change_b55193

ελευθερία διασύνδεσης (freedom to connect) είναι ίδια με την ελευθερία συνέλευσης στον κυβερνοχώρο (freedom of assembly). Συναφείς κινήσεις από την πλευρά του αμερικανικού State Department αποτελούν η διεξαγωγή τεχνολογικών εκστρατειών σε διάφορες χώρες με σκοπό την εκπαίδευση διαφόρων ακτιβιστών και η ενθάρρυνση διεθνών ανταλλαγών μεταξύ γυναικών (TechWomen) με σκοπό την ενίσχυση της συμμετοχής και δραστηριοποίησης των γυναικών στο διαδίκτυο¹¹⁴.

Ομοίως, η Ευρωπαϊκή Ένωση δημιούργησε μία τεράστια λίστα με λογαριασμούς σε διάφορα social media συμπεριλαμβανομένων του Facebook, MySpace, LinkedIn, Twitter, Blip, Flickr, Picasa, Daily Motion, YouTube και Vimeo, ενώ θεσμοί και όργανα της, όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, αλλά και πολιτικές και σημαντικά project της επικεντρώθηκαν στη χρήση και ενσωμάτωση των social media στην ευρύτερη δράση της¹¹⁵.

Η διαμόρφωση θετικών αποτελεσμάτων τόσο στο εσωτερικό των κρατών όσο και στο διεθνές περιβάλλον, προϋποθέτει ότι η φωνή των κρατών και ειδικότερα οι θέσεις, οι προτιμήσεις, οι αντιθέσεις και οι σκοποί τους πρέπει να εισακούονται και να γίνονται γνωστά στο ευρύτερο κοινό ακόμα και κατά ένα ελάχιστο βαθμό. Το διαδίκτυο και ειδικά τα κοινωνικά μέσα προσφέρονται για την εξυπηρέτηση αυτού του σκοπού, αφού η πολλαπλότητα των πηγών μπορεί να προσδώσει αξιοπιστία σε μια πληροφορία, η οποία, μάλιστα, θα φτάσει ταυτόχρονα σε έναν μεγάλο αριθμό πολιτών, δημόσιων και ιδιωτικών φορέων.

Τη στιγμή, λοιπόν, που η επικοινωνία διαμέσου του διαδικτύου και των τηλεπικοινωνιών γίνεται όλο και πιο ζωτική για την επικοινωνιακή διαδικασία,

¹¹⁴ Hanson, F., op. cit.

http://www.humansecuritygateway.com/documents/Lowy_HarnessingthePoweofSocialMediai nInternationalRelations.pdf

¹¹⁵ Hanson, F., op. cit.

http://www.humansecuritygateway.com/documents/Lowy_HarnessingthePoweofSocialMediai nInternationalRelations.pdf

αυτή η χρήση του διαδικτύου, στη λογική του soft power και των νέων μορφών προπαγάνδας, το μετατρέπει σε θέατρο πολιτικής διαμάχης και σύγκρουσης.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΡΑΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

Αυτό το κομμάτι της εργασίας θα αφιερωθεί στη μελέτη περιπτώσεων, οι οποίες, βάσει του θεωρητικού πλαισίου, θα μπορούσαν να φωτίσουν το κεντρικό ερώτημα της εργασίας, δηλαδή με ποιο τρόπο και σε ποιο βαθμό τα Social Media συμβάλλουν στην αμφισβήτηση της πολιτικής εξουσίας, σε ένα περιβάλλον διεθνών πολιτικών και κοινωνικών σχέσεων. Λαμβάνοντας υπόψη τα βασικά χαρακτηριστικά των Social Media ως Μέσου Επικοινωνίας, τα μεθοδολογικά εργαλεία για την ανάλυση αυτών των περιπτώσεων θα αποτελέσουν οι πολιτικές και κοινωνικές προεκτάσεις τους, όπως αυτές διατυπώθηκαν θεωρητικά, καθώς και η σχέση τους με την πολιτική εξουσία και το περιβάλλον του soft power.

Οι περιπτώσεις που θα συζητηθούν είναι αυτές της Κίνας, της Αιγύπτου και του Ιράν, οι οποίες επιλέχθηκαν ως χαρακτηριστικές των μαζικών εξεγέρσεων και κινημάτων που εκδηλώθηκαν πρόσφατα στη Β. Αφρική και την Ασία. Φυσικά δεν παραβλέπεται ότι αντίστοιχα κινήματα γνώρισαν και πολλές ευρωπαϊκές χώρες, καθώς και οι ΗΠΑ. Οι εικόνες από το Λονδίνο, την Αθήνα, τη Μαδρίτη και τη Νέα Υόρκη έκαναν το γύρω του κόσμου και στα Social Media δημιουργήθηκαν αναρίθμητες ιστοσελίδες και ομάδες για την επικοινωνία και τη συγκρότηση των διαμαρτυρόμενων.

Ωστόσο, υπάρχει μια θεμελιώδης διαφορά ανάμεσα στις ενδεικτικές περιπτώσεις που θα συζητηθούν και σε αυτά που έλαβαν χώρα στις χώρες του λεγόμενου δυτικού κόσμου: στην πρώτη περίπτωση, αυτό που τέθηκε ως ζητούμενο, αδιαπραγμάτευτο αίτημα και διακύβευμα είναι η πλήρης ανατροπή του καθεστώτος, της υπάρχουσας τάξης πραγμάτων και των παραδοσιακών ιεραρχικών δομών.

Μολονότι στην Ευρώπη και την Αμερική η πολιτική εξουσία αμφισβητήθηκε, δεν τέθηκε ζήτημα ανατροπής του καθεστώτος, αλλά περισσότερο τέθηκε αίτημα θωράκισης των δημοκρατικών αρχών εις βάρος των οποίων συχνά λειτουργούν οι δημοκρατικά εκλεγμένοι αντιπρόσωποι των λαών. Αντίθετα,

στις υπό συζήτηση χώρες, όπου πολιτικά διαχέεται ασφυκτικά σε όλους τους τομείς της καθημερινότητας, τα αιτήματα ήταν τόσο ριζοσπαστικά όσο και τα ίδια τα κινήματα και αφορούσαν όχι μόνο τον επαναπροσδιορισμό της πολιτικής, αλλά, όπως θα μελετηθεί στη συνέχεια, την πλήρη ανατροπή.

4.1 Κίνα

Η Κίνα αποτελεί μία χαρακτηριστική περίπτωση που επιβεβαιώνει την ραγδαία αυξανόμενη ποιοτικά και ποσοτικά εισβολή και διείσδυση των social media στην καθημερινή ζωή των Κινέζων πολιτών. Παρά την οπισθοδρόμηση που παρουσίαζε σε σχέση με τη Δύση ως προς την πρόσβαση και προσβασιμότητα στις διάφορες διαδικτυακές υπηρεσίες, η Κίνα με 425 εκατομμύρια Κινέζους χρήστες έχει καταστεί παγκοσμίως, στο πεδίο των online επικοινωνιών, ηγετική δύναμη.

Δημογραφικά στοιχεία αποκαλύπτουν ότι οι Κινέζοι, οι οποίοι αριθμούν το 35% του συνολικού ασιατικού πληθυσμού, εκπροσωπούν το 52% του συνόλου των Ασιατών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Πιο απλά, σχεδόν οι μισοί από τους ασιατικής καταγωγής χρήστες του διαδικτύου είναι Κινέζοι¹¹⁶. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός ότι το 66% των Κινέζων χρηστών εξασφαλίζουν πρόσβαση στο διαδίκτυο μέσω των κινητών τηλεφώνων τους με την ευρυζωνική πρόσβαση να αυξάνεται συνεχώς και την εξασφάλιση πρόσβασης στο διαδίκτυο μέσω των internet café συνακολούθως να μειώνεται¹¹⁷.

Επιπρόσθετα, το 71,7% των Κινέζων χρηστών διαμένει σε αστικά κέντρα με τον αγροτικό πληθυσμό να αριθμεί 95 εκατομμύρια χρήστες και να παρουσιάζει διαρκώς αυξητικές τάσεις. Το 60% των Κινέζων χρηστών έχει ηλικία κάτω από 30 ετών, το 31,7% είναι φοιτητές και μαθητές, το 7,4%

¹¹⁶ Synthesio, *Social Media and Censorship in China*.

<http://synthesio.com/corporate/wp-content/uploads/2011/03/Social-media-and-censorship-in-China-SYNTHESIO.pdf>

¹¹⁷ Ibid., <http://synthesio.com/corporate/wp-content/uploads/2011/03/Social-media-and-censorship-in-China-SYNTHESIO.pdf>

άνεργοι, το 12,4% έχουν πανεπιστημιακή μόρφωση και το 72,4% έχουν μηνιαίο εισόδημα λιγότερο από 2000 ΡΜΒ (=290 USD)¹¹⁸.

Ωστόσο, παρά την ραγδαία αύξηση των χρηστών του διαδικτύου, την αύξηση της προσβασιμότητας στο διαδίκτυο και την ολοένα και αυξανόμενη υιοθέτηση και χρήση των social media από το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, η Κίνα παρουσιάζει μοναδικά χαρακτηριστικά και ιδιομορφίες. Καταρχάς, το τοπίο των ψηφιακών μέσων στην Κίνα κυριαρχείται από τοπικούς παίκτες που αποτελούν αντιγραφή, η οποία, ωστόσο, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί καινοτόμα δημιουργική και προοδευτική, των αντίστοιχων social media που κυριαρχούν στις χώρες της Δύσης, με το RenRen.com (αντιγραφή του Facebook), το Kaixin001.com, το 51.com, το Sina Weibo (αντιγραφή του Twitter) και το Youku (αντιγραφή του Youtube) ως κυρίαρχους εκπροσώπους¹¹⁹.

Τα προαναφερθέντα κοινωνικά δίκτυα, πέρα από το ότι αποτελούν μία δημιουργική αντιγραφή των αντίστοιχων δυτικών, έχουν έντονα τοπικό / τοπικιστικό χαρακτήρα, καθώς παραμένουν αποκλειστικά διαθέσιμα στην κινεζική γλώσσα. Τα κινεζικά social media δεν είναι μπλοκαρισμένα, ούτε απαγορευμένα, ούτε υπόκεινται σε λογοκρισία σε χώρες του εξωτερικού (έξω από τα σύνορα της Κίνας), ωστόσο το γεγονός ότι δεν είναι διαθέσιμα στα αγγλικά δημιουργεί ένα κλίμα εσωστρέφειας, αποξένωσης και απομονωτισμού από τον υπόλοιπο κόσμο και υπονομεύει την ανάπτυξη του διαπολιτισμικού διαλόγου και συγχρωτισμού, αποτρέποντας εν δυνάμει χρήστες από τρίτες χώρες να εγγραφούν, να δημιουργήσουν λογαριασμούς και να κάνουν χρήση των υπηρεσιών τους¹²⁰.

¹¹⁸ Social Media in China: A very preliminary Introduction to the World's largest Internet Market and its Social Media Applications. <http://www.slideshare.net/yaycaffeine/social-media-in-china-2510248>

¹¹⁹ Mac Manus, R., *China's Top Three Social Network Sites*, Read Write Web, March 2010. http://www.readwriteweb.com/archives/china_top_3_social_network_sites.php

¹²⁰ The Next Web, *Why Social Media Networking Sites are not available in English*, <http://thenextweb.com/asia/2011/05/23/why-chinese-social-networking-sites-are-not-available-in-english-yet/>

Τα social media στην Κίνα υπόκεινται σε αυστηρότατες μορφές ελέγχου και λογοκρισίας που εκδηλώνονται με τις δύο ακόλουθες μορφές: αφενός, τα αυθεντικά social media δυτικού τύπου, όπως το Facebook, το Twitter, το Youtube, το LinkedIn και το Wikipedia, τα οποία έχουν κάνει πάταγο σε παγκόσμιο επίπεδο και έχουν κατακλείσει τις χώρες της Δύσης, παραμένουν περιθωριακά στην Κίνα, κάτι που οφείλεται όχι τόσο στις προτιμήσεις του κινεζικού κοινωνικού συνόλου, όσο στην απαγόρευση και το μπλοκάρισμα της πρόσβασης σε αυτά από την κινεζική κυβέρνηση. Είναι αξιοσημείωτο ότι το Facebook χρησιμοποιείται μόλις από το 1% , ίσως και λιγότερο, ολόκληρου του κινεζικού πληθυσμού. Εκτός αυτού, η χρήση των τοπικών social media (αντίγραφα) υπόκειται σε διαρκείς και αυστηρούς ελέγχους, εποπτεία, διύλιση και φιλτράρισμα των δημοσιευμένων σχολίων από τις κινεζικές αρχές οδηγώντας πολύ συχνά σε αναστολή του λογαριασμού των χρηστών και διακοπή της σύνδεσης τους με την ιστοσελίδα που έχουν επιλέξει.

Ακόμα μια ιδιομορφία που προέρχεται από την αυστηρή λογοκρισία, στην οποία υποβάλλονται τα τοπικά social media, αποτελεί ο κυρίαρχος προσανατολισμός και η χρήση των social media από τους Κινέζους χρήστες ως ένα μέσο διασκέδασης και ψυχαγωγίας μέσα από τις ποικίλες δυνατότητες που προσφέρει (on line music, on line video, on line gaming) και δευτερευόντως ως ένα εργαλείο πληροφόρησης / ενημέρωσης και επικοινωνίας¹²¹.

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά και ιδιομορφίες που παρουσιάζει το ψηφιακό τοπίο των social media στην Κίνα σε συνδυασμό με την προσπάθεια θωράκισης της κεντρικής εξουσίας στην Κίνα μέσω των αυστηρών μέτρων άσκησης ελέγχου και λογοκρισίας αφενός αντικατοπτρίζει το πόσο ευάλωτη, εύθραυστη και ευαίσθητη παραμένει η πολιτική εξουσία απέναντι στην ανεξέλεγκτη επίδραση των social media και αφετέρου επιβεβαιώνει περίτρανα

¹²¹ *Social Media in China: A very preliminary Introduction to the World's largest Internet Market and its Social Media Applications*, <http://www.slideshare.net/yaycaffeine/social-media-in-china-2510248>

την αποτελεσματικότητα και σαρωτική δύναμη των social media στην αμφισβήτηση και ανατροπή της εκάστοτε πολιτικής εξουσίας.

Πιο συγκεκριμένα, η ανάδειξη της Κίνας σε παγκόσμια οικονομική δύναμη έχει αναγκάσει την κυβέρνηση, σε ό,τι αφορά τη θέσπιση μιας επίσημης πολιτικής για τα media συμπεριλαμβανομένων και των social media, να προσπαθεί να ισορροπήσει ανάμεσα στην αναγκαιότητα για μεγαλύτερη ροή πληροφοριών από τη μια πλευρά και τη διατήρηση του υφιστάμενου πολιτικού καθεστώτος και εξουσίας από την άλλη.

Το Σύνταγμα της Κίνας, ενώ αναγνωρίζει και κατοχυρώνει την ελευθερία του λόγου και του τύπου, εμπεριέχει ρυθμίσεις και διατάξεις διατυπωμένες με ασαφή γλώσσα, τις οποίες χρησιμοποιούν οι πολιτικές αρχές με σκοπό να επικαλεστούν τη διαρροή κρατικών μυστικών, η οποία με τη σειρά της μπορεί να θέσει σε κίνδυνο τη χώρα¹²². Στο πλαίσιο αποτροπής της διαρροής κρατικών μυστικών ικανών να υπονομεύσουν την ως άνω επικαλούμενη ασφάλεια της χώρας, το Κινεζικό Υπουργείο Δημόσιας Ασφάλειας ήδη από το 1994 ίδρυσε το Πληροφοριακό Κέντρο Εθνικού Εγκλήματος (National Crime Information Center). Το συγκεκριμένο κέντρο λειτούργησε ως το βασικό όργανο επιτήρησης και εποπτείας του σχεδίου Golden Shield Project, γνωστό και ως Great Firewall of China (GFW) το οποίο ετέθη σε εφαρμογή το 1998 από την Κινεζική Κυβέρνηση με σκοπό να επιβλέπει, να φιλτράρει, να ασκεί λογοκρισία, να καθοδηγεί on line συζητήσεις, να απαγορεύει την πρόσβαση και να μπλοκάρει ιστοσελίδες με ευαίσθητο πολιτικά περιεχόμενο, μέσα από τον έλεγχο και χειραγώγηση των DNS συνδέσεων και την επανακατεύθυνση των διευθύνσεων URL¹²³.

¹²² Bennett, I., *Media Censorship in China*, Council on Foreign Relations, March 2011.

<http://www.cfr.org/china/media-censorship-china/p11515>

¹²³ Hale, A., *Sourcing and Social Media Censorship in China*, SourceCon, June 2011.

<http://www.sourcecon.com/news/2011/06/28/sourcing-and-social-media-censorship-in-china/>

Αποκορύφωμα της λειτουργίας του Golden Shield Project το 2010 υπήρξε το μπλοκάρισμα 350 εκατομμυρίων αντικειμένων – πληροφοριών συμπεριλαμβανομένων κειμένων, φωτογραφιών και βίντεο στον κινεζικό ιστό, όπως δήλωσε ο Κινέζος Γενικός Διευθυντής Ενημέρωσης, Wang Chen. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί επίσης και η παραβίαση λογαριασμών του Gmail Κινέζων ακτιβιστών από την Κινεζική Κυβέρνηση, κάτι που εντόπισε το Google τον Ιανουάριο του 2010. Έτσι, ενώ η αμερικανική εταιρία αρχικά (Google) είχε συμφωνήσει να υποβάλλεται το Google σε καθεστώς λογοκρισίας, η πειρατεία που εκδηλώθηκε από την πλευρά της Κινεζικής Κυβέρνησης, την ώθησε να αναρτήσει το σύνθημα “Don’t be evil” και να ανακοινώσει το κλείσιμο του κινεζικού Google¹²⁴. Η ιστοσελίδα έκλεισε τον Μάρτιο του 2010, οι άνθρωποι, όμως, που επιθυμούσαν να επισκέπτονται από την Κίνα το Google επανακατευθύνονταν στην έκδοση του Hong Kong της εν λόγω μηχανής αναζήτησης που δεν υπόκειτο σε λογοκρισία, χωρίς όμως αποτέλεσμα, καθώς οι κινεζικές αρχές ανά πάσα στιγμή μπορούσαν να μπλοκάρουν την ανακατεύθυνση.

Σήμερα, το Golden Shield Project αριθμεί 30.000 έως 50.000 πράκτορες (αστυνομικούς) γνωστούς υπό την ονομασία “50 Cent Army” ή “50 Cent Party”, οι οποίοι επιβλέπουν το περιεχόμενο που δημοσιεύεται (user generated content) και δίνουν αναφορά στο αρμόδιο τμήμα της κυβέρνησης (internet propaganda department). Αυτό το ειδικευμένο σώμα μπλοκάρει απαγορευμένες λέξεις, όπως «δημοκρατία», «Θιβέτ», «Πλατεία Τιενναμεν», και πληρώνεται για κάθε λέξη ή σχόλιο που διαγράφει¹²⁵.

Όσον αφορά στη νομοθεσία, τον Απρίλιο του 2010, η Κινεζική Κυβέρνηση τροποποίησε τον υφιστάμενο Νόμο για τη Διαφύλαξη Κρατικών Μυστικών (Law Guarding State Secrets) εντείνοντας την άσκηση ελέγχου στη ροή των

¹²⁴ Synthesio, *Social Media and Censorship in China*, op. cit.

<http://synthesio.com/corporate/wp-content/uploads/2011/03/Social-media-and-censorship-in-China-SYNTHESIO.pdf>

¹²⁵ Ibid., <http://www.sourcecon.com/news/2011/06/28/sourcing-and-social-media-censorship-in-china/>

διαφόρων πληροφοριών. Η τροποποίηση επεκτάθηκε σε εταιρίες διαδικτύου και τηλεπικοινωνιών, απαιτώντας την συνεργασία τους με τις Κινεζικές αρχές για την έρευνα σχετικά με τη διαρροή κρατικών μυστικών, με αποτέλεσμα ο ασαφής προσδιορισμός της έννοιας «κρατικά μυστικά» να επιτρέπει την παρέμβαση των κρατικών αρχών για τη διατήρηση της εξουσίας και να οδηγεί σε κατά συρροή παραβίαση των διεθνών ανθρωπίνων δικαιωμάτων¹²⁶.

Το Μάιο του ίδιου έτους, η Κινεζική Κυβέρνηση εξέδωσε τη Λευκή Βίβλο για το Διαδίκτυο (White Paper on the Internet) στην οποία έδινε ιδιαίτερη έμφαση στη διαδικτυακή κυριαρχία (Internet Sovereignty) απαιτώντας από όλους τους χρήστες του διαδικτύου, ξένες οργανώσεις και φυσικά πρόσωπα να συμμορφώνονται με τους κινεζικούς νόμους και ρυθμίσεις¹²⁷.

Η ύπαρξη ενός μηχανισμού εντοπισμού και καταστολής οποιασδήποτε διαφωνίας, αμφισβήτησης ή διατύπωσης αρνητικών σχολίων εις βάρος της πολιτικής εξουσίας αλλά και η επιστράτευση πλήθους δραστικών μέσων (απολύσεις, υποβιβασμοί, μηνύσεις και φυλακίσεις δημοσιογράφων και ακτιβιστών) με σκοπό τη συμμόρφωση των Κινέζων πολιτών με την προβλεπόμενη για τα social media νομοθεσία επιβεβαιώνουν τον αποφασιστικό ρόλο που μπορούν να διαδραματίσουν τα social media στην αμφισβήτηση της πολιτικής εξουσίας.

Δ. 2 Αίγυπτος

Η Αίγυπτος αποτελεί ένα εύστοχο και πετυχημένο παράδειγμα που επιβεβαιώνει την δύναμη των social media στην οργάνωση επαναστάσεων και το συντονισμό δράσεων και κινήσεων των διαδηλωτών που αποβλέπουν στην αμφισβήτηση της εξουσίας με αποκορύφωμα την ανατροπή και απομάκρυνση του Hosni Mubarak από την πολιτική εξουσία.

¹²⁶ Bennett, I., op.cit.

<http://www.cfr.org/china/media-censorship-china/p11515>

¹²⁷ Bennett, I., op. cit.

<http://www.cfr.org/china/media-censorship-china/p11515>

Στις 25 Ιανουαρίου 2011 (Day of Wrath), μετά το ξέσπασμα της επανάστασης στην Τυνησία, δεκάδες χιλιάδες Αιγύπτιοι πολίτες ξεχύθηκαν στους δρόμους και τις πλατείες των πόλεων διαμαρτυρόμενοι για τη διεφθαρμένη συμπεριφορά της κυβέρνησης τους, την καταπίεση των ανθρώπινων δικαιωμάτων, την ανεργία, τη φτώχεια και την τριακονταετή αυταρχική διακυβέρνηση της χώρας από τον Πρόεδρο Hosni Mubarak.

Αφορμή για τα γεγονότα υπήρξε ο άγριος μέχρι θανάτου ξυλοδαρμός του 22άχρονου Khaled Said τον Ιούνιο του 2010 έξω από ένα internet καφέ από δύο αστυνομικούς στην προσπάθεια του να ανεβάσει στο διαδίκτυο το βίντεο, όπου τους είχε μαγνητοσκοπήσει να πουλούν ναρκωτικά¹²⁸. Το συγκεκριμένο περιστατικό ακολούθησε η μαζική κινητοποίηση δεκάδων χιλιάδων διαδηλωτών μέσω διαφόρων social media και ειδικότερα του Facebook, του Twitter και του Youtube, με σκοπό να αποκαλύψουν στο εξωτερικό την παθογένεια του αυταρχικού καθεστώτος του Hosni Mubarak που κυβερνά τη χώρα από το 1981, να σχεδιάσουν και να συντονίσουν τις πορείες και τις διαμαρτυρίες των ακτιβιστών αλλά και για να συντονίσουν τη δράση τους απέναντι στις κυβερνητικές και στρατιωτικές αρχές.

Πιο συγκεκριμένα, η ίδρυση της ιστοσελίδας «Είμαστε όλοι Khaled Said» στο Facebook από τον Wael Ghonim, υπάλληλο της Google και πρωταγωνιστή της επανάστασης, ο οποίος αφού ίδρυσε τη σελίδα ξυλοκοπήθηκε άγρια από τις αιγυπτιακές αρχές και συνελήφθη για 12 ολόκληρες ημέρες, διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην κινητοποίηση των λαϊκών μαζών μέσω του διαδικτύου κατά τις πρώτες μέρες της εξέγερσης¹²⁹.

Η συγκεκριμένη ιστοσελίδα μέσα σε λίγες ώρες είχε κοινοποιηθεί σε 70 χιλιάδες τοίχους, ενώ πριν ακόμα οργανωθεί η πρώτη συγκέντρωση της 25ης Ιανουαρίου είχε 375.000 fans. Αυτή η σελίδα, μαζί με άλλες, λιγότερο

¹²⁸ Παυλίδου, Δ., Γαλάνης, Δ., *On Line Εξέγερση: Στο Favebook και στο Twitter άρχισαν την Επανάσταση*, Το Βήμα, Ιανουάριος 2011.

<http://www.tovima.gr/media/article/?aid=382777>

¹²⁹ Prettyman, K., *Egypt's Social Media Revolution*, Deseret News, Φεβρουάριος 2011.

<http://www.deseretnews.com/article/700109077/Egypt-s-social-media-revolution.html>

δημοφιλείς σελίδες ακτιβιστών, βοήθησε να οργανωθεί το πλήθος εκείνη την πρώτη ημέρα, και να περάσει και το μήνυμα της ειρηνικής διαδήλωσης με Αιγυπτιακές σημαίες στα χέρια, και όχι με πανό με πολιτικά συνθήματα¹³⁰.

Αντίστοιχο παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση του Ramy Raouf, ενός ακτιβιστή της Αιγυπτιακής Πρωτοβουλίας για τα Ατομικά Δικαιώματα (Egyptian Initiative for Personal Rights), ο οποίος χρησιμοποίησε το blog του για να διαδίδει μηνύματα, να εξασφαλίζει την υποστήριξη του κοινού, να οργανώνει διαμαρτυρίες, να εκθέτει τις φρικαλεότητες της αιγυπτιακής αστυνομίας και να καταστρώνει σχέδια για την απελευθέρωση αιχμαλώτων¹³¹.

Ο ίδιος, συνδέοντας το Mambuser στο blog του κατάφερε να αναμεταδίδει τις διαμαρτυρίες από διαφορετικές περιοχές από το κινητό του, ενώ οι φωτογραφίες που δημοσίευε και ενημέρωνε στην σελίδα του Flickr με οργανωμένο τρόπο διέδιδαν στους διάφορους χρήστες των social media από όλο τον κόσμο τις εξελίξεις που διαδραματιζόνταν στην Αίγυπτο¹³².

Κατά τον ίδιο τρόπο το Twitter (Twitterverse) λειτούργησε εξίσου υποστηρικτικά για το μαζικό κίνημα που ξέσπασε επιτρέποντας σε απλούς ανθρώπους να παρακολουθούν τα τεκταινόμενα στην Αίγυπτο. Οι νεαροί χρήστες του Twitter κατάφεραν σε ελάχιστο χρόνο να αποσπάσουν τη συμπάρασταση εκατοντάδων χιλιάδων πολιτών, με τον αριθμό των αναρτήσεων (tweets) στο Twitter που περιείχαν τους όρους Αίγυπτος, Υεμένη ή Τυνησία να εκτοξεύεται από μόλις 122.319 στις 16-23 Ιανουαρίου σε 1,3 εκατομμύρια στις 24-30 Ιανουαρίου¹³³.

¹³⁰ Γεωργακόπουλος, Θ., *Σύνδεση με Κάιρο: Η Επανάσταση του Facebook; Καθώς η Αίγυπτος φλέγεται, η Δύση αναρωτιέται: Μπορούν τα Social Media να φέρουν την Ειρήνη και τη Δημοκρατία;*, Υupi.gr, Ιανουάριος 2011.

http://www.yupi.gr/gkrinia/c25719/Syndesh_Me_Kairo:_H_Epanastash_toy_Faceb.html

¹³¹ Qualman, E., *Social Media Propels Egypt Uprising*, Socialnomics, 2011.

<http://www.socialnomics.net/2011/02/02/social-media-propels-egypt-uprising/>

¹³² Ibid., <http://www.socialnomics.net/2011/02/02/social-media-propels-egypt-uprising/>

¹³³ Qualman, E., *Social Media Propels Egypt Uprising*, Socialnomics, 2011.

Η κυβέρνηση στην προσπάθεια της να ανακόψει την κινητοποίηση του οργισμένου πλήθους και να υπονομεύσει την έκβαση του επαναστατικού κινήματος διέκοψε όλες τις επικοινωνίες καταδικάζοντας τη χώρα σε ψηφιακό αποκλεισμό, κάτι που συνέβη για πρώτη φορά στην ιστορία του διαδικτύου, όπως επισήμανε ο Rick Ferghuson, εκπρόσωπος της μεγαλύτερης εταιρείας διαδικτυακής ασφάλειας Trend Micro¹³⁴.

Ειδικότερα, στις 25 Ιανουαρίου οι αιγυπτιακές αρχές διέκοψαν την πρόσβαση στον παγκόσμιο ιστό. Οι διάφορες υπηρεσίες του διαδικτύου και οι αιγυπτιακές ιστοσελίδες έπαψαν να λειτουργούν και όλες οι συνδέσεις της χώρας με το εξωτερικό κόπηκαν. Μια μέρα αργότερα οι συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας στις περισσότερες περιοχές της χώρας είτε παρουσίαζαν προβλήματα, με πολύ κακής ποιότητας συνδέσεις, είτε διακόπηκαν ολοκληρωτικά, ενώ η ανταλλαγή μηνυμάτων (SMS) κατέστη αδύνατη¹³⁵.

Παράλληλα, οι αιγυπτιακές αρχές έπληξαν από την πρώτη στιγμή το τηλεοπτικό δίκτυο Al Τζαζίρα κλείνοντας το γραφείο του δικτύου στο Κάιρο, και συλλαμβάνοντας έξι δημοσιογράφους του καναλιού με την κατηγορία ότι παρουσίαζαν τις αναταραχές από τη σκοπιά των διαδηλωτών¹³⁶. Το Al Τζαζίρα καταδίκασε την απόφαση της αιγυπτιακής κυβέρνησης και κατήγγειλε παρεμπόδιση του δημοσιογραφικού έργου και περιορισμό της ελευθεροτυπίας τονίζοντας ότι αποτελεί στον αραβικό κόσμο την πρωταρχική πηγή ενημέρωσης.

Παρ' όλα αυτά, η δυναμική των social media επέτρεψε ώστε η εξέλιξη του επαναστατικού κινήματος να μην υπονομευτεί από τον επικοινωνιακό αποκλεισμό που επέβαλε το καθεστώς του Hosni Mubarak στην Αίγυπτο. Η

<http://www.socialnomics.net/2011/02/02/social-media-propels-egypt-uprising/>

¹³⁴ Παυλίδου, Δ., Γαλάνης, οπ. cit.

<http://www.tovima.gr/media/article/?aid=382777>

¹³⁵ Morrison, T., *The Powerful Effects of Social Media in Egypt*, Social Media Optimization, February 2011.

<http://social-media-optimization.com/2011/02/the-powerful-effects-of-social-media-in-egypt/>

¹³⁶ Παυλίδου, Δ., Γαλάνης, οπ. cit.

<http://www.tovima.gr/media/article/?aid=382777>

εταιρία Google και το Twitter, μέσω της νέας ιστοσελίδας Say Now, η οποία εξαγοράστηκε από την Google μόλις στις 25 Ιανουαρίου, οπότε ξέσπασαν οι αντικαθεστωτικές διαδηλώσεις στην Αίγυπτο, προσέφεραν μία νέα υπηρεσία με την ονομασία Speak2Tweet (tweet via voice) που έδινε τη δυνατότητα στους Αιγύπτιους χρήστες να καλούν έναν αριθμό και να αφήνουν ένα μήνυμα το οποίο δημοσιευόταν στο διαδίκτυο και στη συνέχεια ακολούθησε κοινοποίηση στους υπόλοιπους χρήστες¹³⁷.

Στο πλαίσιο άρσης του επικοινωνιακού αποκλεισμού και αποκατάστασης της πρόσβασης στο διαδίκτυο, hackers ανέλαβαν την πρωτοβουλία «Open Mesh Project» με σκοπό τη δημιουργία και τη διακίνηση στην Αίγυπτο ενός λογισμικού που θα μετέτρεπε τους προσωπικούς υπολογιστές της χώρας σε παρόχους διαδικτυακών υπηρεσιών¹³⁸. Μετά την αποκατάσταση της λειτουργίας του διαδικτύου ξεκίνησε η κοινοποίηση και ανταλλαγή δεκάδων χιλιάδων μηνυμάτων σχετικών με την εξέγερση που είχε ήδη ξεσπάσει στην Αίγυπτο.

Στις 13 Φεβρουαρίου, μετά από 18 ολόκληρες ημέρες εξεγέρσεων και διαμαρτυριών, το επαναστατικό κίνημα στην Αίγυπτο στέφθηκε με επιτυχία και επισφραγίστηκε με την πτώση του Αιγύπτιου Προέδρου Hosni Mubarak από την εξουσία. Η περίπτωση της Αιγύπτου επιβεβαιώνει, επομένως, με τη σειρά της, τη δυναμική των social media και τον αποφασιστικό ρόλο που μπορούν να διαδραματίσουν στην έκφραση του πολιτικού αντιλόγου, στην αμφισβήτηση και τελικά ανατροπή της πολιτικής εξουσίας.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να υπογραμμιστεί ότι τα social media δεν αποτελούν την αιτία ούτε την αφορμή που πυροδότησε την επανάσταση στην Αίγυπτο. Αιτία της επανάστασης υπήρξε η πολυετής καταπίεση του

¹³⁷ Qualman, E., op. cit.

<http://www.socialnomics.net/2011/02/02/social-media-propels-egypt-uprising/>

¹³⁸ Παυλίδου, Δ., Γαλάνης, op. cit.

<http://www.tovima.gr/media/article/?aid=382777>

αιγυπτιακού λαού, η διαφθορά και η αυθαιρεσία της πολιτικής εξουσίας, η οικονομική εκμετάλλευση και η συστηματική καταπάτηση των ανθρώπινων δικαιωμάτων, ενώ ο ξυλοδαρμός μέχρι θανάτου ενός Αιγύπτιου πολίτη αποτέλεσε την αφορμή, την σταγόνα που έκανε το ποτήρι να ξεχειλίσει και που έδωσε το έναυσμα για όσα ακολούθησαν στη συνέχεια.

Τα social media συνιστούν ένα όργανο, ένα δημοκρατικό εργαλείο που επέτρεψε σε απλούς ανθρώπους όχι μόνο να αμφισβητήσουν σε λεκτικό επίπεδο, αλλά να προβούν σε συγκεκριμένα έργα και δράσεις για να επιτευχθούν οι πολιτικές επιδιώξεις τους. Πιο συγκεκριμένα, τα social media στην περίπτωση της Αιγύπτου λειτούργησαν ως καταλύτης για την εκδήλωση των εξεγέρσεων και των διαμαρτυριών επιταχύνοντας ολόκληρη τη διαδικασία της ανατροπής. Αυτό επετεύχθη με τους τρεις ακόλουθους τρόπους¹³⁹:

Πρώτον, τα social media (Facebook, Twitter, Youtube) συντέλεσαν στην οργάνωση και το συντονισμό των διαμαρτυριών. Χωρίς αυτά τα μαζικά οργανωτικά εργαλεία πολύ λιγότεροι άνθρωποι θα γνώριζαν για τις διαμαρτυρίες. Το ηθικό και η τόλμη τους θα κάμπτονταν πιο εύκολα θεωρώντας ότι είναι πολύ λίγοι αυτοί που είναι πρόθυμοι να επαναστατήσουν, και τέλος πολύ λιγότεροι άνθρωποι θα κινητοποιούνταν και θα λάμβαναν μέρος στις διαμαρτυρίες με αποτέλεσμα να συντριβούν ακόμα πιο εύκολα από τις αιγυπτιακές αρχές.

Δεύτερον, τα social media ήταν αυτά που κατά τη διάρκεια της επανάστασης κυριάρχησαν σε επίπεδο ρητορικής. Ενώ οι αιγυπτιακές αρχές έκαναν λόγο για αναρχικούς που έσπερναν το χάος στις πόλεις και παρουσίαζαν ως αναγκαία και δικαιολογημένη την παρέμβαση τους με σκοπό την αποκατάσταση της τάξης, στη συνέχεια αποδείχτηκε από τις ταυτότητες τους

¹³⁹ Boyd, E., *How Social Media Accelerated the Uprising in Egypt*, Fast Company, January 2011.
<http://www.fastcompany.com/1722492/how-social-media-accelerated-the-uprising-in-egypt>

ότι οι ταραξίες ήταν αστυνομικοί. Ανεξάρτητα από το πόσο αληθής ή αναληθής ήταν η συγκεκριμένη πληροφορία, η ρητορική τάχθηκε με το μέρος των διαδηλωτών μεταβάλλοντας τους τίτλους ειδήσεων στο από «Χάος στην Αίγυπτο» σε «Εξεγέρσεις στην Αίγυπτο».

Τρίτον, η μαζική ροή πληροφοριών μέσω των social media αποτέλεσε το βασικό παράγοντα για την άσκηση πίεσης στις ΗΠΑ και τελική μεταστροφή της στάσης τους. Η επανάσταση που ξέσπασε στην Αίγυπτο έφερε σε τρομερή αμηχανία την εξωτερική πολιτική των ΗΠΑ. Με αυτόν τον τρόπο, ενώ από την μια πλευρά οι ΗΠΑ εμφανίζονται ως πρόμαχοι της ελευθερίας, των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της αυτοδιάθεσης, αρχές που θεωρητικά θα τους ενέτασσαν χωρίς κανέναν ενδοιασμό στο πλευρό των εξεγερμένων, ο κίνδυνος να επεκταθούν τέτοιου είδους επαναστάσεις σε γειτονικές χώρες έκανε το Αμερικανικό State Department διστακτικό ως προς το να λάβει μία ξεκάθαρη θέση, κάτι που ανατράπηκε αναγκαστικά λόγω των μεγάλων διαστάσεων που έλαβε η επανάσταση στα ΜΜΕ.

Η επανάσταση στην Αίγυπτο επιβεβαιώνει ότι τα social media αποτελούν το μέσο, το εργαλείο ή αλλιώς το όχημα που στα χέρια δραστήριων, συνειδητοποιημένων και αποφασισμένων ανθρώπων μεταμορφώνεται σε ένα όπλο διαμαρτυρίας, ικανό να πυροδοτήσει μία επανάσταση και να κινητοποιήσει μαζικά τους λαούς. Αυτό με τη σειρά του επιβεβαιώνει την πεποίθηση ότι το ίδιο το μέσο χωρίς την ενεργή συμμετοχή του ανθρώπινου παράγοντα παραμένει εξαιρετικά αδύναμο.

Δ. 3 Ιράν

Η πρόκληση για τα social media ως μέσου αμφισβήτησης της πολιτικής εξουσίας είχε εκδηλωθεί ήδη 2009 με την ανακοίνωση των αποτελεσμάτων των ιρανικών εκλογών. Μια κυβέρνηση, που μόλις είχε λάβει το νέο χρίσμα, αμφισβητήθηκε δυναμικά. Το γεγονός ότι αυτή είχε εκλεγεί με θεωρητικά

δημοκρατικές διαδικασίες, έθεσε στο επίκεντρο της κριτικής όχι μόνο πρόσωπα, αλλά ένα πολύχρονο καθεστώς που στη συνείδηση του Ιρανικού λαού έχει ταυτιστεί πλέον με τη διαφθορά και την καταπάτηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες εκτιμήσεις για τα μεγέθη και τη χρήση των παραδοσιακών Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και των social media στο Ιράν¹⁴⁰, σήμερα στο Ιράν εκδίδονται 20 εθνικές, ημερήσιες εφημερίδες, όμως σπάνια ένας Ιρανός αγοράζει καθημερινά μία. Τα υπάρχοντα τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά δίκτυα υφίστανται πολλούς περιορισμούς, ενώ παράλληλα λειτουργεί το κρατικό IRIB, το οποίο διαχειρίζεται διεθνή, εθνικά και περιφερειακά δίκτυα.

Αξίζει να σημειωθεί, ότι μολονότι επιβάλλεται ισχυρή απαγόρευση για την ιδιοκτησία σχετικού εξοπλισμού, τα δορυφορικά κανάλια είναι αρκετά δημοφιλή και παρακολουθούνται από ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού. Το 2007, ο Πρόεδρος του Ιράν εισήγαγε τη λειτουργία ενός δορυφορικού σταθμού στην αγγλική γλώσσα του οποίου η αποστολή ήταν να σταθεί στο πλευρό «των καταπιεσμένων του κόσμου». Την ίδια στιγμή, οι ραδιοφωνικές εκπομπές του IRIB, συμπεριλαμβάνουν ένα δίκτυο του κοινοβουλίου και το Ράδιο Κοράνι (Radio Koran) τα οποία χαρακτηρίζονται ως η φωνή του Ιράν και εκπέμπονται και μέσω διαδικτύου.

Από τα παραπάνω, ήδη διαφαίνεται ότι τα οπτικοακουστικά Μέσα φαίνεται να είναι πιο δημοφιλή. Πράγματι, σύμφωνα με τις ίδιες εκτιμήσεις, το 80% του Ιρανικού λαού παρακολουθεί συστηματικά τηλεόραση, ενώ το πιο δημοφιλές δίκτυο είναι το τρίτο κανάλι, που είναι το κανάλι των νέων. Ωστόσο, το χρονικό διάστημα ανάμεσα στο 2005 και το 2008 παρουσιάστηκε μια ρηξικέλευθη τομή στον τρόπο επικοινωνίας των Ιρανών με τον αριθμό των χρηστών

¹⁴⁰ BBC News, *Iran Profile*, August 2011, <http://www.bbc.co.uk/news/world-middle-east-14542234>

διαδικτύου να τριπλασιάζεται και να φτάνει από 7.500.000 στα 23.000.000¹⁴¹. Αυτή η αυξητική τάση δε σταμάτησε εκεί και στο χρόνο, που ακολούθησε, οι χρήστες του διαδικτύου αυξήθηκαν κατά 9.000.000. Σήμερα υπολογίζεται ότι αυτοί φτάνουν τα 33.200.000, αριθμός που αντιστοιχεί περίπου στο 50% του ιρανικού πληθυσμού. Δεδομένου του πολιτικού περιβάλλοντος που επικρατούσε στο Ιράν υπό τον Ahmadinejad, το διαδίκτυο μετετράπη αμέσως στο βασικό φόρουμ συζήτησης για τους διαφωνούντες. Μάλιστα, η πρόσβαση θεωρούταν εύκολη και αρκετά οικονομική για τα δεδομένα των μεσαίων νοικοκυριών.

Τον Ιούνιο του 2009 η εσωτερική πολιτική του Ιράν δέχθηκε ένα ισχυρό και πρωτοφανές ως προς τα δομικά χαρακτηριστικά του πλήγμα: οι δρόμοι της Τεχεράνης γέμισαν με πολίτες που διαμαρτύρονταν κατά της πολιτικής εξουσίας, με την αστική αυτή ανυπακοή να λαμβάνει με εξαιρετικά γρήγορους ρυθμούς, όπως και στην περίπτωση της Αιγύπτου, διεθνείς διαστάσεις. Αφορμή για αυτό το εξεγερσιακό και επαναστατικό ξέσπασμα στάθηκε η επανεκλογή του Προέδρου, Mahmoud Ahmadinejad, εις βάρος του συνυποψηφίου της αντιπολίτευσης Mir-Hossein Mussavi.

Η δυσαρέσκεια που προκάλεσε στους πολίτες αυτό το αποτέλεσμα γέννησε σκέψεις για αναξιοπιστία της εκλογικής διαδικασίας και αβεβαιότητα ως προς το πολιτικό μέλλον της χώρας. Η έκφραση αυτών των ισχυρισμών δεν είναι αβάσιμη, αλλά πηγάζει από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ιρανικού πολιτεύματος υπό τον Ahmadinejad, ο οποίος είναι ο έκτος πρόεδρος της Ισλαμικής Δημοκρατίας του Ιράν και εκλέχθηκε για πρώτη φορά το 2005.

Η μελέτη της πολιτικής του Ahmadinejad ξεπερνάει της δυνατότητες της παρούσας εργασίας. Πρέπει, όμως, να επισημανθεί, ότι, μολονότι προσπαθούσε να πλάσει το προφίλ του δημοφιλούς ηγέτη, που βρίσκεται

¹⁴¹ Internet World Stats, Iran Internet Usage and Marketing Report, <http://www.internetworldstats.com/me/ir.htm>

κοντά στον απλό λαό, η Προεδρία του εισήγαγε μερικές από τις πιο ισχυρές τάσεις καταστολής που έχει γνωρίσει το Ιράν από το 1979, διαμορφώνοντας την πολιτική κουλτούρα του αυταρχικού λαϊκισμού¹⁴². Στο επίκεντρο αυτής της συστηματικής καταστολής τέθηκαν οι αντιφρονούντες, η ελευθερία της έκφρασης και της επιστημονικής έρευνας και το γυναικείο φύλο¹⁴³.

Σε αυτό το πολιτικό περιβάλλον δε θα έπρεπε να αποτελεί έκπληξη η δύσπιστη στάση του ιρανικού λαού απέναντι στο εκλογικό αποτέλεσμα. Η δυνατότητα των πολιτών να αντιλαμβάνονται την καταπίεση και την καταστολή σε όλες τις εκφάνσεις καλλιεργήθηκε σε σημαντικό βαθμό από την απότομη και μαζική στροφή στα νέα διαδικτυακά Μέσα, όπως σημειώθηκε, από το 2005 και μετά. Φυσικά, αυτό ενδέχεται να οφείλεται και στις παροχές για τη διευκόλυνση της προσβασιμότητας σε αυτά τα Μέσα, όμως η Προεδρία Ahmadinejad φαίνεται πως δεν αντιλήφθηκε εγκαίρως, αντίθετα, για παράδειγμα, με την περίπτωση της Κίνας, τις τεράστιες δυνατότητες πολιτικής και κοινωνικής συμμετοχής που αυτά προσφέρουν.

Επομένως, ο πρώτος ρόλος που διαδραμάτισαν τα νέα Μέσα στην εξέγερση του 2009 είναι ότι εφοδίασαν τους χρήστες του διαδικτύου με τα κατάλληλα θεωρητικά εφόδια για να διατυπώσουν τα αιτήματά τους. Ωστόσο, πιο καταλυτική υπήρξε η παρέμβαση των social media και κυρίως του twitter στην οργάνωση των διαδηλώσεων και στη συσπείρωση των πολιτών. Η ειδησεογραφία εκείνης της περιόδου κάνει λόγο για εκατομμύρια κόσμου που στέλνει μηνύματα στο facebook και συντονίζει τις δράσεις του στο twitter. Στο ίδιο κοινωνικό δίκτυο δημοσιεύονταν εικόνες από μια ειρηνική διαμαρτυρία και παράλληλα εικόνες από την αδικαιολόγητη αστυνομική βία και καταστολή σε όλη τη χώρα, στέλνοντας ισχυρά μηνύματα κατά της πολιτικής εξουσίας.

¹⁴² Ansari A., *Iran Under Ahmadinejad: populism and its malcontents*, 2008, <http://www.uis.edu/newsbureau/events/IranunderAhmadinejad.pdf>

¹⁴³ Mahdavi S. (review), *Iran, Revolution, Intellectuals and Women*, *British Journal of Middle Eastern Studies*, Vol. 34, No 3, Iranian Intellectuals 1997-2007 (Dec. 2007), pp. 399-406

Αξιοσημείωτη είναι η χρήση του twitter από την αντιπολίτευση του Mussavi. Ο ίδιος ο υποψήφιος δημιούργησε τον προσωπικό λογαριασμό “mussavi1388” , με περισσότερους από 7.000 followers, όπου δημοσίευε νέα από τις διαμαρτυρίες και παραινέσεις για συνέχιση του αγώνα, ενώ η παράταξη του δημιούργησε group στο facebook με περισσότερα από 50.000 μέλη. Την ίδια στιγμή, τα μέλη του twitter ανέπτυξαν μια πρωτοφανή επικοινωνιακή διαδικασία με διαρκή αποστολή μηνυμάτων (tweets) και έναν ενιαίο λογαριασμό (twitter feed) με τίτλο #IranElection, μέσω του οποίου οι χρήστες μπορούσαν να παρακολουθήσουν όλα τα μηνύματα σχετικά με το θέμα. Παράλληλα διαμορφώθηκαν τα feeds StopAhmadi και PersianKiwi, ενώ συγκροτήθηκαν ομάδες με σκοπό την παρέμβαση στους κυβερνητικούς δικτυακούς τόπους και την αναστολή της λειτουργίας τους¹⁴⁴.

Μολονότι πολλοί χρήστες του διαδικτύου βρήκαν τρόπους να αποφύγουν την άμεση απάντηση της κυβέρνησης σε αυτές τις κινήσεις, την ημέρα των εκλογών παρατηρήθηκε η πρώτη μορφή άσκησης επικοινωνιακού αποκλεισμού με τις τηλεπικοινωνίες να καταρρέουν, τόσο στα κινητά τηλέφωνα όσο και στο διαδίκτυο¹⁴⁵. Δεδομένου ότι αυτό δε θα μπορούσε, για λόγους επικοινωνιακής τακτικής να κρατήσει για μεγάλο διάστημα, η κυβέρνηση, με το ξέσπασμα των διαδηλώσεων, αναζήτησε νέους τρόπους για να περιορίσει την πρόσβαση στο διαδίκτυο και τις επικοινωνίες. Ήταν εκείνη η στιγμή που η ιρανική Προεδρία συνειδητοποίησε ότι η παραδοσιακή άσκηση προπαγάνδας από τα MME δεν είχε πλέον καμία αποτελεσματικότητα, σε σχέση με εκείνη των social media.

Αυτή η προσπάθεια περιορισμού της πληροφορίας δεν έλαβε χώρα μόνο στο εσωτερικό, αλλά επηρέασε και τα διεθνή Μέσα. Σύντομα απαγορεύτηκε στους δημοσιογράφους να καλύπτουν παράνομες συγκεντρώσεις ή να

¹⁴⁴ Stone Brad, Cohen Noam, *Social Networks Spread Defiance Online*, June 15, 2009, <http://www.nytimes.com/2009/06/16/world/middleeast/16media.html>

¹⁴⁵ Ibid.

κυκλοφορούν ελεύθερα στην πόλη της Τεχεράνης¹⁴⁶. Ωστόσο, ούτε αυτό το μέτρο φάνηκε αρκετό για να περιορίσει τη διάδοση της πληροφορίας. Την ίδια περίοδο, αξιωματούχοι των ΗΠΑ υποστήριζαν ότι το διαδίκτυο και κυρίως τα κοινωνικά δίκτυα εφοδίαζαν τις ΗΠΑ με κρίσιμες πληροφορίες, τη στιγμή που οι ιρανικές αρχές απαγόρευαν στους δυτικούς δημοσιογράφους να καλύπτουν τα γεγονότα¹⁴⁷. Οι ίδιοι παρουσίαζαν το twitter σαν παράθυρο του ιρανικού λαού στον κόσμο και επεσήμαναν με κάθε ευκαιρία τα οφέλη της νέας τεχνολογίας.

Μολονότι αυτή η θέση καθρεφτίζει μια γενική διαπίστωση της εποχής, η διατύπωσή της από αξιωματούχους των ΗΠΑ δεν είναι διόλου τυχαία. Στην πραγματικότητα, οι σχέσεις των ΗΠΑ με το Ιράν είναι πάντα κρίσιμες, σχεδόν ανύπαρκτες και μάλιστα σε τέτοιο βαθμό, που οι ΗΠΑ δε διαθέτουν πρεσβεία στην Τεχεράνη. Επομένως, η μόνη δυνατότητα ενημέρωσης σχετικά με τα γεγονότα εκείνης της περιόδου, αλλά και εκείνων που ακολούθησαν, ήταν οι διπλωματικές και δημοσιογραφικές πηγές άλλων χωρών και το διαδίκτυο.

Το ζήτημα, όμως, έχει ακόμα μια κρίσιμη διάσταση. Στις 16 Ιανουαρίου του 2009 το Reuters και άλλα παγκόσμια Μέσα δημοσίευσαν την πληροφορία ότι η κυβέρνηση των ΗΠΑ ζήτησε από τη διοίκηση του twitter να αναβάλει μια προγραμματισμένη αναβάθμιση του server, πιθανότητα για να διασφαλίσουν τη μέγιστη δυνατή προσβασιμότητα των Ιρανών χρηστών στην υπηρεσία¹⁴⁸. Περαιτέρω υποστηρίζεται ότι οι διπλωμάτες και άλλοι αξιωματούχοι των ΗΠΑ χρησιμοποιούσαν αυτό το «κανάλι» για την εσωτερική πολιτική του Ιράν ως μια σημαντική δημόσια πηγή αναζήτησης και συλλογής πληροφοριών¹⁴⁹.

¹⁴⁶ Hermann Steve, Social Media in Iran, 16 June 2009, http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2009/06/social_media_in_iran.html

¹⁴⁷ Labbot Elise, Officials: Social Networking providing crucial info from Iran, June 2009, http://articles.cnn.com/2009-06-16/tech/iran.twitter.facebook_1_social-networking-sites-iranians-social-media?_s=PM:TECH

¹⁴⁸ Burns Alex, Eltham Ben, *Twitter Free Iran: An evaluation on Twitter's role in public diplomacy and information operations in Iran's 2009 election crisis*, παράθεση στο Papandrea Franco, Armstrong Mark (ed.), *Record of the Communications Policy & Research Forum 2009*, Network Insight Pty Ltd, December 2009, pp. 298-310

¹⁴⁹ Ibid.

Αυτή η χρήση του διαδικτύου και των Social Media από την αμερικάνικη κυβέρνηση αποτελεί, ίσως, το πιο λαμπρό παράδειγμα του σύγχρονου πλέγματος των διεθνών σχέσεων στη λογική του soft power. Καταρχάς, δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι η προαναφερθείσα εκστρατεία του State Department για την πρόσβαση στο διαδίκτυο, την ελευθερία της διασύνδεσης και της συνέλευσης στον κυβερνοχώρο, έλαβε χώρα τον Ιανουάριο του 2010, δηλαδή μόλις 6 μήνες μετά τα γεγονότα των ιρανικών εκλογών.

Αυτή η υφέρπουσα άσκηση πολιτικής διαφαίνεται σε εξής σημεία: αφενός επιδιώκεται η διασφάλιση της αξιοπιστίας στο εσωτερικό, ώστε να υποστηρίζεται η πολιτική των ΗΠΑ εις βάρος του Ιράν, αφετέρου η συναίνεση στο εξωτερικό, αφού ο νέος κόσμος που προσφέρουν τα social media στον ιρανικό πληθυσμό, δεν είναι άλλα από τις δυτικές αξίες και νόρμες και τις συνθήκες μιας μη εθνικής, παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας και πολιτικής, στις οποίες οι ΗΠΑ πρωτοστατούν. Σε αυτό μπορεί να προστεθεί και το γεγονός ότι αυτή η επιμονή στο ρόλο των κοινωνικών δικτύων σε τέτοιες μορφές κοινωνικές δράσης αφορούσε μόνο στο Ιράν, αφού στις περιπτώσεις άλλων χωρών της Μ. Ανατολής και της Β. Αφρικής η στάση της Αμερικής απέναντι στο δικαίωμα έκφρασης ενός κόσμου που εξεγείρεται για την προάσπιση δημοκρατικών αξιών και αρχών είναι αρκετά διαφορετική.

Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι που οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η διαρκής επισήμανση εκ μέρους των ΗΠΑ του ρόλου των κοινωνικών δικτύων συνιστά στην πραγματικότητα μια μορφή άσκησης soft power, μια προσπάθεια να διαμορφωθεί μια κοινή στάση απέναντι στο Ιράν και αυτή τη στάση να αφομοιώσουν και οι ίδιοι οι Ιρανοί πολίτες. Με αυτόν τον τρόπο, η προώθηση των συμφερόντων τους σε σχέση με αυτή τη χώρα εκτιμάται ότι θα γίνει πολύ πιο αποτελεσματική.

Οι συνθήκες που περιγράφησαν μέχρι στιγμής δεν εξαντλήθηκαν στον απόηχο των γεγονότων αλλά συνεχίζονται μέχρι σήμερα, όπως φάνηκε από

τις πολύ πρόσφατες διαμαρτυρίες συμπαράστασης στην εξέγερση του αραβικού κόσμου. Καινούριες διαδικτυακές σελίδες με πολιτικά μηνύματα και χιλιάδες blog ακτιβιστών μεταφέρουν τα ιρανικά αιτήματα στην άκρη του κόσμου. Οι αρχές προβαίνουν διαρκώς σε τεχνικούς ελέγχους και η λογοκρισία επεκτάθηκε σε διαδικτυακές σελίδες που αφορούν στα ανθρώπινα δικαιώματα. Η πρόσβαση στα facebook, twitter, myspace, flickr και youtube «μπλοκαρίστηκαν» και πολλοί χρήστες του διαδικτύου και ακτιβιστές συνελήφθησαν.

Την ίδια στιγμή που ο Ιρανός πρόεδρος δημιουργεί το δικό του blog, τα κοινωνικά Μέσα δίνουν φωνή στις γυναίκες και μεταφέρουν μηνύματα φυλακισμένων ακτιβιστών¹⁵⁰. Αυτό αποτελεί μια παράδοξη, αλλά ισχυρή σε αξία εξέλιξη που αποκαλύπτει τη δυναμική, πολιτική και κοινωνική, αλλά και την αμφιλεγόμενη χρήση των social media.

¹⁵⁰ Radio Free Europe, Radio Liberty, *Social Media Carries Prison Message from Iranian Activist*, January 2012, http://www.rferl.org/content/jailed_iran_activist_social_media_carries_message/24440611.html και Tomlin Julie, *Social Media gives women a voice in Iran*, September 2011, <http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/2011/sep/22/social-media-women-iran>

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στις προηγούμενες σελίδες αναπτύχθηκε μια συστηματική και συγκροτημένη προσπάθεια να απαντηθεί ένα κεντρικό ερώτημα που τέθηκε ήδη από την αρχή αυτού του κειμένου, δηλαδή με ποιο τρόπο και σε ποιο βαθμό τα social media μπορούν να λειτουργήσουν ως μέσο αμφισβήτησης της κεντρικής, πολιτικής εξουσίας, όταν αυτή εντάσσεται σε ένα διεθνοποιημένο πολιτικό περιβάλλον. Για το σκοπό αυτό μελετήθηκε, εισαγωγικά, η πολιτική και κοινωνική χρήση των ΜΜΕ μέχρι σήμερα, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των social media, οι κοινωνικές και πολιτικές προεκτάσεις τους, η χρήση τους στο πλαίσιο των διεθνών σχέσεων και της κοινωνίας των πολιτών. Τέλος, όλα αυτά εφαρμόστηκαν ως κριτήρια μελέτης τριών διαφορετικών περιπτώσεων ενεργούς παρουσίας των social media στις πολιτικές εξελίξεις.

Η στιγμή των συμπερασμάτων είναι τόσο κρίσιμη όσο και το ίδιο το θέμα προς συζήτηση. Μια τάση που διαπερνά το σύνολο της εργασίας και τονίζεται επανειλημμένα κατά τη μελέτη των περιπτώσεων είναι ότι τα social media πράγματι συμβάλλουν σημαντικά στην αμφισβήτηση της κεντρικής, πολιτικής εξουσίας. Ο τρόπος με τον οποίο αυτό λαμβάνει χώρα είναι κυρίως η συγκρότηση μιας νέας δημόσιας σφαίρας και η διεθνοποίηση της κοινωνίας των πολιτών, τα οποία με τη σειρά τους οδηγούν στον επαναπροσδιορισμό της πολιτικής συμμετοχής.

Αυτή η νέα δημόσια σφαίρα είναι μεν εικονική, όμως, ταυτόχρονα, μέσα από την πληθώρα των πληροφοριών, φαίνεται λειτουργεί θετικά στην καλλιέργεια ενός διαφορετικού τρόπου σκέψης, μιας αίσθησης ενότητας και συλλογικότητας και μιας τάσης προς δραστηριοποίηση έξω από αυτό το εικονικό περιβάλλον. Σε αυτήν την περίπτωση τα social media μετατρέπονται όχι μόνο σε φόρουμ ανταλλαγής απόψεων και κριτικής σκέψης, αλλά και σε ένα εργαλείο για τη συγκρότηση κοινωνικών ομάδων και κινημάτων που αναζητούν στα social media ένα πιο μαζικό μέσο όχι μόνο επικοινωνίας, αλλά κυρίως συνεννόησης και συντονισμού των δράσεών τους.

Όλα τα παραπάνω επιβεβαιώνονται τόσο στη θεωρητική έρευνα για τις δυνατότητες των social media, αλλά και στην εφαρμογή αυτών στις τρεις περιπτώσεις μαζικής χρήσης τους, συχνά συγκρουσιακής, με αίτημα την ελευθερία του λόγου και της έκφρασης και τη διεκδίκηση πιο δημοκρατικών αξιών και αρχών. Πράγματι, οι αντιδράσεις της πολιτικής εξουσίας στην ευρεία χρήση αυτών των Μέσων, η οργάνωση των Αιγύπτιων και των Ιρανών και η διάδοση των αιτημάτων σε όλο τον κόσμο και η ανατροπή του καθεστώτος Mubarak πλάθουν ένα ιδανικό περιβάλλον για να μπορεί να υποστηρίξει κανείς ότι τα social media και η αμφισβήτηση της πολιτικής εξουσίας βρίσκονται σε μια δυναμική αλληλεπίδραση.

Αυτό δεν μπορεί να αμφισβητηθεί. Όμως, ο ενθουσιασμός για αυτό το νέο Μέσο και Εργαλείο δεν πρέπει να παρασύρει τη σκέψη μακριά από τη σκοτεινή πλευρά τους. Ήδη έχουν συζητηθεί κάποιες προβλέψεις για τους τρόπους με τους οποίους αυτά τα μέσα μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμο εργαλείο στα χέρια όχι των πολλών και των αδύναμων, αλλά των εξουσιαστών, όποια μορφή και αν έχουν αυτοί. Η μελέτη περιπτώσεων μας προσφέρει τα πρώτα δείγματα μιας τέτοιας εξέλιξης.

Καταρχάς, στην περίπτωση της Κίνας, παρατηρείται μια τάση καλλιέργειας εθνικού φρονήματος, πιθανότατα σε μια προσπάθεια να αντισταθμιστεί η εντεινόμενη ροπή προς τη σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη κοινωνία. Δεν είναι της παρούσης να αναλυθούν οι πολιτικές και πολιτισμικές προεκτάσεις μιας τέτοιας εξέλιξης. Όμως, ως προς το ζήτημα που μας απασχολεί, αυτό λειτουργεί ως μια πρώτης τάξεως ευκαιρία για έλεγχο της πληροφορίας αλλά και των ζητημάτων επί των οποίων οι πολίτες της Κίνας αναπτύσσουν κριτική σκέψη και θέματα προς συζήτηση.

Πιο συγκεκριμένα, αν πράγματι δεχτούμε ότι το διαδίκτυο, όπως κάποτε η τηλεόραση, αποτελεί παράθυρο στον κόσμο, τότε, μέσα από αυτή τη διαδικασία, ο κόσμος των Κινέζων δεν ξεπερνάει τα σύνορα της Κίνας. Αντίστοιχα, καθίσταται αδύνατο να συμπεριληφθεί η Κίνα στους ορίζοντες πολιτών άλλων χωρών, αφού τα κινεζικά social media διατίθενται μόνο στην κινεζική γλώσσα.

Σε αυτήν την εσωστρέφεια εντοπίζεται, ωστόσο, και ένα παράδοξο: μολονότι, φαίνεται η κινεζική εξουσία να αρνείται πεισματικά την επαφή με τον έξω κόσμο, τα social media που δημιουργεί για τους πολίτες της αποτελούν πιστή αντιγραφή εκείνων που λειτουργούν στην υπηρεσία μιας παγκόσμιας κοινότητας. Αυτό δε θα μπορούσε να μη μας θυμίσει την ενδιαφέρουσα έννοια της «διεπαφής». Διαπιστώνει κανείς ότι η κινεζική εξουσία προσπαθεί να επωφεληθεί, κατά τα άλλα, από τις ιδεολογικές προεκτάσεις αυτών των προγραμμάτων και υπηρεσιών και από τη μοναδική δυνατότητα που προσφέρουν για συλλογή, αρχειοθέτηση και φυσικά έλεγχο όλων των δεδομένων που διακινούνται μέσω αυτών. Συχνά αυτό συμβαίνει με την παρότρυνση για δημοσιοποίηση των προσωπικών δεδομένων και στο όνομα της προστασίας αυτών από νέες μορφές παραβατικότητας.

Με άλλα λόγια, αυτό που περισσότερο φαίνεται να εξυπηρετούν τα social media, στην περίπτωση της Κίνας είναι ένας νέος τρόπος, όχι μόνο αμφισβήτησης, αλλά και άσκησης της εξουσίας, και μάλιστα μιας εξουσίας εξαιρετικά θεμελιώδους αφού μέσα από τον έλεγχο των πληροφοριών και της προσβασιμότητας σε αυτές επιτυγχάνεται ο έλεγχος της σκέψης και ταυτόχρονα η συναίνεση και η αξιοπιστία της κυβέρνησης, δεδομένου ότι δεν επιτρέπεται μέτρο σύγκρισης. Αυτά καθρεφτίζονται με μοναδικό τρόπο στην έννοια της Διαδικτυακής Κυριαρχίας (Internet Sovereignty) και στο ασφυκτικό πλέγμα νόμων και ρυθμίσεων σχετικά με τη χρήση των social media.

Αντίστοιχη είναι η εικόνα που πλάθεται από τη μελέτη της χρήσης των social media στις περιπτώσεις της Αιγύπτου και του Ιράν, οι οποίες παρουσιάζουν εξαιρετικές ομοιότητες, δεδομένου ότι τέθηκε ξεκάθαρα και μαζικά όχι μόνο η αμφισβήτηση της εξουσίας, αλλά πολύ περισσότερο το αίτημα πλήρους ρήξης με την υπάρχουσα τάξη πραγμάτων σε επίπεδο πολιτικό και κοινωνικό. Στο επίκεντρο δεν τέθηκε μόνο η ελευθερία λόγου και έκφρασης, αλλά και ένα σύνολο αξιών που διαπερνούν τις κοινωνικές σχέσεις, με πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα την αποβολή του θρησκευτικού συντηρητισμού και την ισότητα στις έμφυλες σχέσεις.

Ο ενθουσιασμός για τη συμβολή των social media στη διάδοση αυτών των ιδεών, παρόλη την προσπάθεια ελέγχου και καταστολής, είναι διάχυτος. Ωστόσο, δεν πρέπει να παραβλέπεται το γεγονός ότι η πολυπόθητη ανατροπή δεν επετεύχθη, ουσιαστικά, σε καμία από τις δύο περιπτώσεις. Στο Ιράν ο Ahmadinejad παραμένει Πρόεδρος και στην Αίγυπτο, το καθεστώς Mubarak απεδείχθη γερά θεμελιωμένο, όχι σε επίπεδο προσώπων, αλλά σε επίπεδο πολιτικής κουλτούρας. Πράγματι, ο ίδιος και τα πρόσωπα που τον περιέβαλαν απομακρύνθηκαν από την πολιτική εξουσία εκείνη την περίοδο των εξεγερσιακών κινήσεων και αυτό είναι μια κατάκτηση. Ωστόσο, δε συνεπάγεται τη ρήξη με την παλαιά τάξη πραγμάτων, αφού οι πρόσφατες εικόνες που έφεραν τα social media από την Αίγυπτο αποκαλύπτουν μια νέα μορφή αυταρχισμού, ολοκληρωτισμού και καταπάτησης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Την ίδια στιγμή, η χρήση αυτών των εικόνων, των νέων από το Ιράν και της περιγραφής του περίφημου κινεζικού καθεστώτος από τα διεθνή δυτικά Μέσα, όπως αυτά ταξιδεύουν μέσα από τα social media, δημιουργεί ένα ιδανικό περιβάλλον άσκησης εξωτερικής πολιτικής στη λογική του soft power. Ο στόχος δεν είναι πλέον η επίδειξη ισχύος και η επιβολή, αλλά η αναζήτηση κοινών συμφερόντων, η προστασία της αξιοπιστίας και η διασφάλιση της συναίνεσης σε όλα τα επίπεδα.

Η λογοκρισία και η καταπάτηση ανθρωπίνων δικαιωμάτων, που υφίστανται αυτά τα κράτη, και η απαγόρευση πρόσβασης σε άλλες πληροφορίες καλλιεργούν ένα μύθο γύρω από το δυτικό κόσμο και τον πλάθουν ως κόσμο της δικαιοσύνης και της δημοκρατίας με έναν πολιτισμό που φαντάζει χρυσαφένιος. Η επικοινωνιακή τακτική των ΗΠΑ στην περίπτωση του Ιράν υποδεικνύει ότι η αποδοχή του δυτικού πολιτισμού, όπως αυτός ονομάζεται, από τους λαούς αυτών των κρατών αποτελεί το πρώτο και κρίσιμότερο βήμα για την επιτυχία του soft power και της συγκρότησης μιας νέας μορφής υπερδυνάμεων.

Εν κατακλείδι, η τεχνολογική εξέλιξη, η επιδίωξη οικονομικού κέρδους και ο σύγχρονος τρόπος ζωής έφεραν τα social media στο επίκεντρο της

ανθρώπινης δραστηριότητας. Ο ανθρώπινος παράγοντας, η ανάγκη για επικοινωνία και για συμμετοχή στις πολιτικές και κοινωνικές διαδικασίες, η αμεσότητα και η άρση των συνόρων που προσφέρει αυτό το περιβάλλον, τα μετέτρεψαν όχι μόνο σε Μέσο διαμόρφωσης μιας νέας δημόσιας σφαίρας, αλλά σε έναν από τους δυνάμει εχθρούς της πολιτικής εξουσίας. Η ίδια η εξουσία, με τα διεθνή χαρακτηριστικά της και τις ιμπεριαλιστικές τάσεις, αγωνίζεται για να τα θέσει υπό τον έλεγχο της. Η ισορροπία είναι λεπτή και κάθε εξέλιξη πιθανή.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ✓ Δερτούζος Μιχάλης, *Τι μέλλει γενέσθαι: Πώς ο νέος κόσμος της πληροφορίας θα αλλάξει τις ζωές μας*, Αθήνα: Λιβάνης, 1998
- ✓ Δεληγιάννης Γιάννης, *Η Κοινωνία της Πληροφορίας και ο ρόλος των διαδραστικών πολυμέσων*, Αθήνα: Fagotto, 2006
- ✓ Δεμερτζής Νίκος, *Ο λόγος του εθνικισμού: αμφίσημο σημασιολογικό πεδίο και σύγχρονες τάσεις*, Αθήνα: Αντ. Ν. Σάκκουλας, 1996
- ✓ Δημητρίου Σωτήρης (επιμ.), *Μορφές κοινωνικού αποκλεισμού και μηχανισμοί παραγωγής του*, Αθήνα: Ιδεοκίνηση, 1997
- ✓ Δρανδάκης Ν., *Τα Νέα Μέσα και η Τρίτη Υπόσχεση του Ίντερνετ*, Ιούλιος 2008
- ✓ *Εφημερίς ή Περιοδικό: Προς μία τυπολογία του περιοδικού τύπου εν τη γενέσει. Ο ελληνικός τύπος από το 1784 έως σήμερα. Θεωρητικές προσεγγίσεις*, Πρακτικά Διεθνούς Συνεδρίου, Αθήνα, 23-25 Μαΐου 2002, Επιμέλεια Λουκία Δρούλια, ΙΝΕ/ΕΙΕ, Αθήνα, 2005.
- ✓ ΜακΚουέιλ Ντένις & Βιντάλ Σβέν, *Σύγχρονα Μοντέλα Επικοινωνίας: Για τη μελέτη της Μαζικής Επικοινωνίας* (μτφρ: Κάτια Μεταξά), Αθήνα: Καστανιώτης, 2001
- ✓ ΜακΚουέιλ Ντένις, *Η Θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας για τον 21ο αιώνα* (μτφρ: Κάτια Μεταξά), Αθήνα: Καστανιώτης, 2003
- ✓ Μακλούαν Μάρσαλ, *MEDIA: Οι προεκτάσεις του ανθρώπου* (μτφρ: Σπύρος Μάνδρος), Αθήνα: Κάλβος, 1990

- ✓ ΜακΚόμιτς Μάξουελ, Εϊνσίντελ Έντνα, Ουίβερ Ντέιβιντ, *Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και η Διαμόρφωση της Κοινής Γνώμης* (μτφρ: Γιούρι Κοβαλένκο), Αθήνα: Καστανιώτης, 1996
- ✓ Σπανού Καλλιόπη, *Διοίκηση, Πολίτες και Δημοκρατία*, Αθήνα: Παπαζήσης, 2000
- ✓ Μαρκίδου Ε., *Η Λειτουργία των Μέσων Επικοινωνίας*, Αθήνα: Θεμέλιο, Τόμος Β', 1993.
- ✓ Ματακιάς Α., *Λεξικό Εννοιών*, Αθήνα: Πελεκάνος
- ✓ Παπαθανασόπουλος Στέλιος (επιμ.), *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21^ο αιώνα*, Αθήνα: Καστανιώτης, 2011
- ✓ Πόστμαν Νιλ, *Η Πυξίδα του Μέλλοντος: Πώς το παρελθόν μπορεί να βελτιώσει το παρόν μας* (μτφρ: Κάτια Μεταξά), Αθήνα: Καστανιώτης, 1999
- ✓ Τσόμσκι Νόαμ, *Τα ΜΜΕ ως όργανο κοινωνικού ελέγχου και επιβολής*, Αθήνα: Ελεύθερος Τύπος, 1997
- ✓ Ψυχογιός Δημήτρης Κ, *Τα Έντυπα Μέσα Επικοινωνίας: από τον πηλό στο Δίκτυο*, Αθήνα: Καστανιώτης, 2003
- ✓ Ψυχογιός Δημήτρης Κ., *Τι είναι τα Μέσα Επικοινωνίας*, Αθήνα: Καστανιώτης, 2003
- ✓ Ball A. R., Peters G. B., *Σύγχρονη Πολιτική και Διακυβέρνηση: Εισαγωγή στην Πολιτική Επιστήμη*, Αθήνα: Παπαζήσης, 2001
- ✓ Beck, U., *Η Επιπόηση του Πολιτικού. Για μια Θεωρία του Ανακλαστικού Εκσυγχρονισμού*, Αθήνα: Λιβάνης, 1996

- ✓ Coetzee J.M., Περὶ Λογοκρισίας: «Ο Μάντελσταμ και η Ωδή στον Στάλιν» και άλλα δοκίμια, (μτφρ: Δέσποινα Ρισσάκη), Αθήνα: Πατάκης, 2007
- ✓ Durand J.P., Well R., *Sociology Containporaine*, Paris, 1993
- ✓ Ferguson Y. H., Mansbach R. W., *Η Αναζήτηση της Ουτοπίας: Θεωρία και Διεθνής Πολιτική* (μτφρ: Παναγιώτης Γ. Κριμπάς), Αθήνα: Παπαζήσης, 2009
- ✓ Fiske John, *Television Culture*, London: Methuen, 1987
- ✓ Fiske John, *Reading the Popular*, Boston, Ma: Unwin and Hyman, 1989
- ✓ Giddens A., *Κοινωνιολογία*, Αθήνα: Gutenberg, 2002
- ✓ Gilpin R., *Η Πρόκληση του Παγκόσμιου Καπιταλισμού: Η Παγκόσμια Οικονομία τον 21^ο αιώνα*, Εκδόσεις Ποιότητα, Αθήνα, 2003
- ✓ Goffman Erving, *Η παρουσίαση του εαυτού στην καθημερινή ζωή* (μτφρ: Μαρία Γκοφρά), Αθήνα: Αλεξάνδρεια, 2006
- ✓ Hall S., Held D., McGrew D., *Η Νεωτερικότητα Σήμερα: Οικονομία, Κοινωνία, Πολιτική, Πολιτισμός*, Αθήνα: Σαββάλας, 2003
- ✓ Hall St, Hobson D., Lowe A.& Willis P. (eds.), *Culture, Media. Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, London: Taylor & Francis e-library, 2005
- ✓ Jagatic, T., Johnson, N., Jakobsson, M., Menczer, F., *Social Phishing - Communications of the ACM*, 2007

- ✓ Jenkins J.C., Klandermans Bert, *The politics of Social Protest: comparative perspectives on states and social movements*, London: University College, 1995
- ✓ Klamra R., Christian H., *Wikis as Social Networks: Evolution and Dynamics*, 2nd SNA-KDD Workshop '08, 2008
- ✓ Kraus, Adorno, κ.α., *Η Κουλτούρα των Μέσων* (μτφρ: Α. Λυκιαρδοπούλου, Λ. Ζήση, Λ. Αναγνώστου, Χ. Σκορίνης), Αθήνα, Αλεξάνδρεια, 1991
- ✓ Mann Ch. F., Matula D. W., Olinick V, *The use of Sparsest Cuts to reveal the Hierarchical Community Structure of Social Networks*, Elsevier Publications, 2008
- ✓ Preibusch, S., Hoser, B., Gürses, S., Berendt, B, *Ubiquitous Social Networks - Opportunities and Challenges for privacy - aware User Modelling*. Proceedings of Workshop on Data Mining for User Modeling, 2007, Greece
- ✓ Safko Lon, Brake David, *The Social Media Bible: tactics, tools and strategies for business*, Hoboken, NJ: Willey, 2009
- ✓ Taylor Philip, *Πόλεμος και Διεθνείς Σχέσεις στην Εποχή της Πληροφορίας* (μτφρ: Κώστας Περεζούς), Αθήνα: Παπαζήσης, 2004
- ✓ Wang Georgette, Goonasekera Anura (ed.), *The New Communications Landscape: demystifying media globalization*, London, New York: Routledge, 2000
- ✓ Waresquiel Emmanuel De (επιμέλεια), *Ο Αιώνας των Ανατροπών: το λεξικό των κινημάτων αμφισβήτησης στον 20ο αιώνα* (μτφρ: Βασιλική Τσιγγάνου, Αιμίλιος Βασιλιάδης), Αθήνα: Οξύ, 2004

- ✓ Wolfe A. W., 1978: *The Rise of Network Thinking in Anthropology. Social Networks*, Elsevier Publications

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΑ ΑΡΘΡΑ

- ✓ *Η Ευρώπη και μια Νέα Παγκόσμια Τάξη: Η Προοδευτική Απάντηση στην Παγκοσμιοποίηση*, Ινστιτούτο Στρατηγικών και Αναπτυξιακών Μελετών (ΙΣΤΑΜΕ), Αθήνα, Ιανουάριος 2004
- ✓ Θεοδωράκης, Α., *Η Κοινωνία των Πολιτών, Νέα Συνισταμένη του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Μοντέλου*, Κοινωνία Πολιτών, Τεύχος 6, 2001
- ✓ Καρβούνης, Α., *Εισαγωγή στην Οργάνωση και Λειτουργία του Κράτους*, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα, Απρίλιος 2003
- ✓ Κωνσταντινίδου Χ., *Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και η Παραγωγή Νοήματος: Θεωρητικές Προσεγγίσεις και Προοπτικές*, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, 108-109, 2002
- ✓ Μουζέλης, Ν., *Νεωτερικότητα, Ύστερη Ανάπτυξη και Κοινωνία των Πολιτών*, Κοινωνία Πολιτών, Τεύχος 1, 1998
- ✓ Μουζέλης, Ν., *Η Κρίση των Κομμάτων και η Κοινωνία των Πολιτών ως Διέξοδος*, Κοινωνία των Πολιτών, Τεύχος 5, 2000
- ✓ Παναγιωτίδου, Ε., *Πού, Πότε και Γιατί αναπτύσσεται η Κοινωνία των Πολιτών*, Κοινωνία Πολιτών, Τεύχος 8, 2002
- ✓ Σωτηρόπουλος, Δ., *Εννοιολογικές Διευκρινίσεις για την Κοινωνία των Πολιτών*, Κοινωνία Πολιτών, Τεύχος 5, 2000
- ✓ Allie, B., Merve, O., *Methods Advertisers Use on Social Media Sites*, Student Journal for Media Literacy Education, Issue 1, Vol. 1, 2010

- ✓ Ansari A., *Iran Under Ahmadinejad: populism and its malcontents*, 2008
- ✓ Bennett, I., *Media Censorship in China*, Council on Foreign Relations, March 2011
- ✓ Brady, K., *Technology, Social Media and Politics: Foreign Policy and International Relations in the Digital Age*, Silicon Filter, August 2011
- ✓ Bobbio, N., *Κοινωνία των Πολιτών*, Τεύχος 1, 1998
- ✓ Boyd, D. M., & Ellison, N. B., *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, article 11
- ✓ Caitlin, C., *Social Media Changing Social Interactions*, Student Journal for Media Literacy Education, Issue 1, Vol. 1, 2010
- ✓ Der Derian James, *The Internet and International Relations*
- ✓ Gladwell, M., Shirky, C., *From Innovation to Revolution: Do Social Media make Protests Possible?*, Foreign Affairs, March/April 2011
- ✓ Hanson, F., *Harnessing the Power of Social Media in International Relations*, International Relations and Security Network (ISN), March 2011
- ✓ Hale, A., *Sourcing and Social Media Censorship in China*, SourceCon, June 2011
- ✓ Hodge, M. J., *The Fourth Amendment and Privacy Issues on the "new" Internet: Facebook.com and MySpace.com*, Southern Illinois University Law Journal, 31, 2006

- ✓ Houshley, S., *The Copyright Debate and RSS*, February 2011
- ✓ Isabella, G., Maya, C, *Embed Codes and Share Buttons: An Invitation to Infringe on Copyrights?*, Student Journal for Media Literacy Education, Issue 1, Vol. 1, 2010.
- ✓ Kathleen, C., Anuhea, R., *Free Speech: Benefit or Liability?*, Student Journal for Media Literacy Education, Issue 1, Vol. 1, 2010
- ✓ Kaplan A., Haenlein M., *Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, Kelley School of Business, Indiana University, Business Horizons, Vol. 53, 2010
- ✓ Kenna, M., *Social Media: Following EU Public Diplomacy and Friending MENA*, European Policy Centre (EPC), Policy Brief, July 2011
- ✓ Leif, H., Colin, N., *The Importance of Being Literate*, Student Journal for Media Literacy Education, Issue 1, Vol. 1, 2010
- ✓ Mahdavi S. (review), *Iran, Revolution, Intellectuals and Women*, British Journal of Middle Eastern Studies, Vol. 34, No 3, Iranian Intellectuals 1997-2007 (Dec. 2007),
- ✓ Mac Manus, R., *China's Top Three Social Network Sites*, Read Write Web, March 2010
- ✓ McClory J., *The New Persuaders: An international ranking of soft power*, London: Institute for Government, December 2010
- ✓ Morrison, T., *The Powerful Effects of Social Media in Egypt*, Social Media Optimization, February 2011.

- ✓ Nye Joseph N. Jr, *The Benefits of Soft Power*, Harvard University, February 2002
- ✓ Shirky, C., *The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere and Political Change*, Foreign Affairs, January/February 2011
- ✓ Slaughter, A. M., Shirky, C., *Foreign Affairs Live: Experts Debate the Role of Social Media in Political Protests*, Foreign Affairs, January/February 2011
- ✓ Wheeldon, E., *A Social Society: The Positive Effects of Communicating through Social Networking Sites*, On line Conference on Networks and Communities, April 2010

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- ✓ <http://ibisclub.blogspot.com/2009/09/t-media.html>
- ✓ <http://iranmanagers.net/wp-content/uploads/2011/04/Users-of-the-world-unite.pdf>
- ✓ <http://www.booksinfo.gr/bookpublications/typography/gutenberg/index.html>
- ✓ www.alexa.com
- ✓ <http://www.nevillehobson.com/2011/04/12/how-would-you-define-social-media/>
- ✓ <http://some.gr/post/887712000/social-media>
- ✓ <http://www.socialmediavision.com/social-media/>
- ✓ www.facebook.com
- ✓ www.myspace.com
- ✓ <http://heidicohen.com/social-media-definition/>
- ✓ <http://kevinmcintosh.com/social-media-marketing/different-types-of-social-media/>
- ✓ www.linkedin.com

- ✓ <http://www.buzzom.com/2010/06/a-quick-glance-at-forms-of-social-media/>
- ✓ <http://onbloggingwell.com/23-types-of-social-media-sites/>
- ✓ <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- ✓ <http://marketingr.info/plan/social-media-marketing-strategy/>
- ✓ <http://kevinmcintosh.com/>
- ✓ <http://www.understandmedia.com/>
- ✓ <http://www.worldlawdirect.com/>
- ✓ <http://networkconference.netstudies.org/>
- ✓ <http://siliconfilter.com/>
- ✓ <http://www.epc.eu/>
- ✓ <http://www.humansecuritygateway.com/>
- ✓ <http://www.foreignaffairs.com/>
- ✓ www.twitter.com
- ✓ <http://marketingr.info/plan/social-media-marketing-greece/>
- ✓ [http://socialnetworking.lovetoknow.com/Forms and Types of Social Media](http://socialnetworking.lovetoknow.com/Forms_and_Types_of_Social_Media)
- ✓ www.wikipedia.org
- ✓ <http://socialtimes.com/>
- ✓ <http://www.instituteforgovernment.org.uk/>
- ✓ <http://hbswk.hbs.edu/>
- ✓ <http://www.bbc.co.uk/>
- ✓ <http://www.internetworldstats.com/>
- ✓ <http://www.uis.edu/>
- ✓ <http://www.nytimes.com/>
- ✓ <http://articles.cnn.com/>
- ✓ <http://www.rferl.org/>
- ✓ <http://www.guardian.co.uk/>
- ✓ <http://synthesio.com/>
- ✓ <http://www.slideshare.net/>
- ✓ <http://www.readwriteweb.com/>
- ✓ <http://www.cfr.org/>
- ✓ <http://www.sourcecon.com/>
- ✓ <http://www.tovima.gr/>

- ✓ <http://www.deseretnews.com/>
- ✓ <http://www.socialnomics.net/>
- ✓ <http://social-media-optimization.com/>
- ✓ <http://www.fastcompany.com/>

ТАМЕЦЬМО РЕПАА