



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ – ΤΟΜΕΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ & ΕΡΕΥΝΑΣ
ΚΕΝΤΡΟ ΨΥΧΟ-ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ
ΤΩΝ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ – ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ «ΩΜΕΓΑ»

ΔΙΑΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
**ΔΥΝΗΤΙΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ: ΚΟΙΝΩΝΙΟ-ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ
ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ**

ΣΕ ΣΥΜΠΡΑΞΗ ΜΕ ΤΟ
ΤΜΗΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
ΤΟΥ ΤΕΙ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

ΚΑΙ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟ
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΠΛΟΓΚ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ

ΑΜ: 6305Μ009

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

1. Αναπλ. Καθ. Κ. Κοσκινάς, Επιβλέπων
2. Δρ. Α. Ξενάκης, Μέλος
3. Δρ. Γ. Βαρδάγγαλος, Μέλος

ΙΟΥΝΙΟΣ 2009

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αυτή αφορά τη διεξαγωγή έρευνας σχετικά με το ποιοι είναι οι χρήστες μπλογκ (διαχειριστές ή απλοί αναγνώστες) και αν και κατά πόσο επηρεάζουν την πολιτική ζωή της χώρας. Αποτελεί η μπλογκό-σφαιρα μέρος της δημόσιας σφαίρας ικανό να διαμορφώσει πολιτικές επιλογές και πως σχετίζονται οι χρήστες των μπλογκ με τους opinion leaders στην ελληνική κοινωνία; Κίνητρο για την επιλογή του θέματος ,τη μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας και τη διεξαγωγή της αποτέλεσαν κεντρικά πολιτικά γεγονότα που μονοπώλησαν τη δημόσια ατζέντα της χώρας το καλοκαίρι και το φθινόπωρο του 2007. Για τη διερεύνηση των σχέσεων μπλογκ και πολιτικής καταρτίστηκε ερωτηματολόγιο και διεξήχθη μια on line έρευνα το χρονικό διάστημα από 1^η Δεκεμβρίου 2007 έως 31^η Γενάρη 2008. Η μέθοδος δειγματοληψίας που υιοθετήθηκε ήταν αυτή της δειγματοληψίας σε δυο στάδια, στο πρώτο στάδιο απλή τυχαία δειγματοληψία και στο δεύτερο στάδιο αυτή της χιονοστιβάδας. Μετά τη συγκέντρωση των αποτελεσμάτων ακολούθησε η στατιστική τους ανάλυση και η συγκριτική ανάγνωση τους. Μέσα από τη διερεύνηση αυτή προκύπτει ότι οι χρήστες μπλογκ είναι στην πλειοψηφία τους άντρες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, διατηρούν μπλοκ γιατί τους δίνουν τη δυνατότητα διατύπωσης και ανταλλαγής των απόψεων τους, συμμετέχουν σε διάλογο μέσω του σχολιασμού και κάνουν χρήση μπλογκ για να έχουν πρόσβαση σε προσωπικές απόψεις. Δείχνουν έντονο ενδιαφέρον για την πολιτική επικαιρότητα, συμμετέχουν σε πολιτικές δράσεις, συζητούν για αυτά τα ζητήματα και κύρια πηγή ενημέρωσης τους είναι το Ίντερνετ. Τα συμπεράσματα της αποτελούν ταυτόχρονα και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα στο εν λόγω αντικείμενο. Σεμνή προσδοκία της γράφουσας είναι με την εργασία αυτή να συμβάλλει στον επιστημονικό διάλογο και κατά συνέπεια στην ανάπτυξη των ιδεών που στηρίζουν την πολιτική δημοκρατική ζωή.

Λέξεις Κλειδιά

Μπλογκ, Χρήστες Μπλογκ, Δημόσια Σφαίρα, Πολιτική, Opinion Leaders

ABSTRACT

This study concerns the conducting of a research regarding to the profile of the blog-users (administrators or ordinary readers) and if and in what degree they affect country's political conditions.

Does the blog-sphere constitutes part of the public sphere sufficient enough to shape the political choices and how blog-users are related with opinion leaders in Greek society?

Central political events that monopolized country's public agenda during the summer and autumn period of 2007, were the motive of the choice of the subject, the study of the relevant literature and the conducting of the research. A questionnaire was prepared and an on-line research was conducted the period from 1st December 2007 to 31 January 2008 to investigate how blog and politics are related. The sampling method that was adopted was the two-stages sampling, the first stage is the simple random sampling and the second stage is that of the snowball. The collection of the results was followed by their statistical analysis and their comparative reading. Through that investigation it emerges that blog-users are in their majority men with high educational level. Blog-users construct and maintain a blog because that gives them the opportunity to express and exchange opinions, because through commenting they participate in a dialogue and they have access to individual's opinions.

Moreover what came out from the research was that, they indicate a keen interest for the current political issues, they participate in political activities, they discuss those issues and internet is their main resource for updating. The results constitute suggestions for further research in the particular subject. The modest expectation of the writer is that this study will contribute to the scientific dialogue and thus it will develop the ideas that underpin the democratic political life.

Key Words

Blog, Blog Users, Public sphere, Politic, Opinion Leaders

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	5
1 Κίνητρα για την επιλογή ερευνητικού προβλήματος	9
2 Θεωρητικό Υπόβαθρο	14
2.1 Από τη Δημόσια Σφαίρα στην Πολιτική Επικοινωνία	16
2.2 Πολιτική επικοινωνία από τη θεωρία στην πράξη	22
2.3 Net και πολιτική (επικοινωνία)	24
2.3.1 Μπλογκ (Περιγραφή Ιστορική αναδρομή)	27
3 Μπλογκ και πολιτική	33
3.1 Προηγούμενη έρευνα για τα μπλογκ	36
3.1.1 Έρευνες χρηστών	40
3.1.2 Ελληνική έρευνα Μπλογκ	42
4 Σκοποί και στόχοι	44
4.1 Διατύπωση υπόθεσης- Ερευνητικά ερωτήματα	44
5 Υλικό και Μέθοδος	46
5.1. Δείγμα	46
5.2 Όργανο μέτρησης - Ερωτηματολόγιο	49
5.3 Στατιστική ανάλυση- Συλλογή δεδομένων	58
6 Αποτελέσματα	59
6.1 Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία	59
6.2 Πίνακες συσχέτισης	91
7 Συζήτηση	101
7.1 Συμπεράσματα	101
7.2 Συζήτηση	104
7.3 Περιορισμοί	109

7.4 Προτάσεις για επόμενη έρευνα	110
7.5 Επίλογος	111
Ευρετήριο πινάκων	113
Ευρετήριο Γραφημάτων	114
8 Βιβλιογραφία.....	116
9 Παράρτημα.....	124

Εισαγωγή

Η συγκεκριμένη μελέτη ασχολείται με τον κυβερνοχώρο, τους χρήστες των μπλογκ και ειδικά με τη σχέση αυτών με την πολιτική. Τα ερωτήματα που αφορούν το «ποιος» και «γιατί» ασχολείται με τον κυβερνοχώρο, τι επιδιώκει και τι απολαμβάνει μέσα από αυτόν αποτελούν τα κεντρικά ζητήματα για όλες τις εφαρμογές του κυβερνοχώρου από τις απαρχές της δημιουργίας του.

Η συγκεκριμένη έρευνα έχει σαν κύριο στόχο να διερευνήσει αρχικά το ποιο είναι το κοινό των μπλογκ στη χώρα μας, να σκιαγραφήσει το προφίλ του χρήστη μπλογκ και να διερευνήσει τη σχέση του κοινού αυτού με την πολιτική.

Ασχολείται δηλαδή με την κατανόηση σύγχρονων καταστάσεων και συγκεκριμένα μελετά τη σχέση του διαδικτύου γενικά με την πολιτική ζωή και ειδικά της εφαρμογής των μπλογκ στη διαμόρφωση πολιτικού διαλόγου και συνείδησης στην Ελλάδα.

Το βασικό λοιπόν θέμα αυτής της έρευνας είναι να εντοπίσει αν και κατά πόσο τα μπλογκς με τα εγγενή χαρακτηριστικά που διαθέτουν, αλλάζουν τον τρόπο άρθρωσης πολιτικού διαλόγου, τη ροή της πληροφορίας και τον τρόπο διάθρωσης της θεματολογίας της επικαιρότητας. Αν τελικά οι δυνατότητες που προσφέρουν για ανάδειξη των θεμάτων είναι ικανές να αλλάξουν τις διαμορφωμένες δομές και τα επίπεδα συμμετοχής στη δημόσια συζήτηση.

Το σύνολο των ερευνητικών ερωτημάτων που προκύπτει από το εν λόγω θέμα αφορά τα χαρακτηριστικά και τη συμπεριφορά των χρηστών μπλογκ και διατυπώνονται ως εξής:

- ποιος είναι το προφίλ και οι συνήθειες των αναγνωστών των μπλογκ,
- σε τι ποσοστό είναι και οι ίδιοι δημιουργοί κάποιου μπλογκ,
- για ποιους λόγους διατηρούν ή διαβάζουν μπλογκ,
- συμμετέχουν οι χρήστες των μπλογκ σε πολιτικό διάλογο μέσω αυτών,
- πως αξιολογούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ως πηγή της προσωπικής τους πληροφόρησης,
- ποια η πολιτική τους τοποθέτηση,
- είναι άτομα ενεργά πολιτικά,
- πως αντιμετωπίζουν και αξιολογούν τα μπλογκ.

Προκειμένου να δοθούν απαντήσεις στα ερωτήματα αυτά η γράφουσα προσέγγισε και μελέτησε την υπάρχουσα βιβλιογραφία. Δυστυχώς επειδή ο χώρος του μπλόγκινγκ είναι πρόσφατα δημιουργημένος, οι μελέτες σχετικά με αυτόν βρίσκονται σε πρώιμο στάδιο και κυρίως δεν αφορούν την ελληνική πραγματικότητα.

Ωστόσο η εξεύρεση ενός τρόπου για να απαντηθούν τα ερωτήματα αυτά ήταν μεγάλης σημασίας δεδομένου ότι η σύγχρονη πολιτική ζωή καθημερινά μας δίνει αφορμές και αναμοχλεύει αυτούς τους προβληματισμούς. Τα γεγονότα της επικαιρότητας του καλοκαιριού του 2007, από τις πυρκαγιές και τις διαδηλώσεις μέχρι τις εκλογές και τα αποτελέσματα τους απετέλεσαν ένα ισχυρό κίνητρο για την αναζήτηση αυτής της απάντησης. Η παρουσία και η καθοριστική σημασία των μπλογκς στην κοινωνική και πολιτική ζωή δεν μπορεί να περάσει απαρατήρητη από τον επιστήμονα που ερευνά τις «Δυνητικές κοινότητες» όταν ακόμα και τα ΜΜΕ αναπαράγουν ή και σχολιάζουν πληροφορίες που έχουν δημοσιευτεί σε μπλογκ.

Σε αυτές τις περιπτώσεις η έρευνα ως μέθοδος αποτελεί το μόνο επιστημονικά έγκυρο όπλο προκειμένου να διασαφηνιστούν οι ρόλοι και να αναλυθούν οι καταστάσεις. Με αυτά λοιπόν τα δεδομένα και τα ζητούμενα καταρτίστηκε ένα ερωτηματολόγιο σχετικά με το ρόλο και τη σημασία των μπλογκ στην πολιτική ζωή της Ελλάδας και διεξήχθη μία on line έρευνα.

Η μέθοδος δειγματοληψίας που ακολουθήθηκε ήταν στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό τυχαία και αντιπροσωπευτική των χρηστών μπλογκ. Το ερωτηματολόγιο διαμορφώθηκε με βάση τις τελευταίες στο χώρο αυτό παρατηρήσεις και εφαρμόστηκε κατ' αρχάς πιλοτικά, περιελάμβανε δε αποκλειστικά κλειστού τύπου ερωτήσεις και αποτελούταν από πέντε ενότητες - μέρη μαζί με τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων. Οι απαντήσεις συγκεντρώθηκαν στο χρονικό διάστημα μεταξύ της 1^{ης} Δεκεμβρίου 2007 και της 31^{ης} Ιανουαρίου 2008. Συνολικά απαντήθηκαν 897 ερωτηματολόγια.

Τα στοιχεία που συλλέχθηκαν αναλύθηκαν με το στατιστικό πακέτο spss 14 και παρουσιάστηκαν με γραφήματα και πίνακες. Τέλος συσχετίστηκαν με το στατιστικό μέτρο χ- τετράγωνο.

Από τη μελέτη και την ανάλυση των ερωτηματολογίων προέκυψαν συμπεράσματα, τα οποία απαντούν σε ικανοποιητικό βαθμό στα αρχικά ερευνητικά ερωτήματα και θέτουν τις βάσεις για περαιτέρω επιστημονική συζήτηση και τεκμηρίωση. Τα συμπεράσματα τα

οποία καταλήξαμε μπορούν να συνοψισθούν στα εξής

Δημογραφικά οι χρήστες μπλογκ αντιπροσωπεύουν μια ομάδα ελίτ άντρες μέσης ηλικίας με υψηλό εκπαιδευτικό επίπεδο κάτοικοι των μεγάλων αστικών κέντρων οι μισοί από αυτούς διατηρούν μπλογκ για να εκφραστούν και να επικοινωνήσουν, παρακολουθούν από 4 έως 15 μπλογκ. Κάνουν χρήση μπλογκ για ενημέρωση φιλτραρισμένη από την προσωπική άποψη του μπλογκερ και οι μισοί χρησιμοποιούν RSS feed. Το 73% αφήνει σχόλια σε μπλογκ για να διατυπώσει τις απόψεις του και για να προσθέσει σχετικά στοιχεία. Η κύρια πηγή ενημέρωσης τους αποτελεί το Ίντερνετ. Οι χρήστες μπλογκ αξιοποιούν όλες τις διαθέσιμες πηγές για την ενημέρωσή τους έντυπες, ηλεκτρονικές, ραδιόφωνο αν και αξιολογούν σαν τελευταία σε σημαντικότητα πηγή ενημέρωσης την τηλεόραση. Γνωρίζουν και παρακολουθούν τις κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω μπλογκ, είναι πολιτικά ενεργά άτομα σε όλα τα επίπεδα πολιτικής δράσης. Συμμετέχουν σε διάλογο για θέματα επικαιρότητας και της πολιτικής και πολιτικά αυτο-τοποθετούνται στο χώρο της κεντροαριστεράς.

Η δομή της παρούσας εργασίας έχει ως εξής:

Η εισαγωγή αναφέρεται συνοπτικά στο θέμα, τη μέθοδο και το στόχο της έρευνας.

Ακολουθεί αναλυτικά η παρουσίαση των κινήτρων και η παρατήρηση της σύγχρονης πραγματικότητας που οδήγησε την γράφουσα στη διατύπωση του θέματος της έρευνας.

Για την καλύτερη τεκμηρίωση του θέματος αναφέρονται οι βασικές θεωρητικές αρχές που διέπουν τη δημόσια σφαίρα και την πολιτική επικοινωνία σε ένα δημοκρατικό καθεστώς. Σχολιάζεται το πώς διαμορφώνονται οι πολιτικές στάσεις και επιλογές και ποιος ο ρόλος του net στη διαμόρφωση αυτή. Μέσα στον κυβερνοχώρο εστιάζουμε στα μπλογκ και στις έως τώρα διατυπωμένες απόψεις σχετικά με τους χρήστες αυτών και την επιρροή που ασκούν στην πολιτική ζωή.

Από το σημείο αυτό προκύπτει ξεκάθαρα το θέμα της εργασίας οπότε αναφέρονται διεξοδικά οι σκοποί και τα ερωτήματα που θα απασχολήσουν την έρευνα καθώς και η μέθοδος που θα ακολουθηθεί. Αναλύονται με κάθε λεπτομέρεια ο τρόπος κατάρτισης του ερωτηματολογίου, η δειγματοληψία, η στατιστική ανάλυση και ο τρόπος συλλογής των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Ακολουθεί η παράθεση αναλυτικών πινάκων και γραφημάτων που παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της έρευνας και οι πίνακες συσχέτισης των αποτελεσμάτων αυτών.

Τέλος σχολιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας, γίνονται προτάσεις για περαιτέρω έρευνες και αναπτύσσεται επιστημονική συζήτηση σχετικά με τα πορίσματα της έρευνας.

1 Κίνητρα για την επιλογή ερευνητικού προβλήματος

Κίνητρα για την διερεύνηση της σχέσης της πολιτικής με την πρακτική μπλόγκινγκ που έδωσε την αφορμή για τη διενέργεια της συγκεκριμένης έρευνας είναι η παρακολούθηση σημαντικών πολιτικών γεγονότων και δράσεων που έλαβαν χώρα το καλοκαίρι και το φθινόπωρο του 2007. Τα γεγονότα αυτά συνδέθηκαν έμμεσα ή άμεσα με τα μπλογκ, με το πολιτικό αποτέλεσμα και τη δυναμική που αυτά παράγουν. Στις περιπτώσεις αυτές τα μπλογκ ανεδείχθησαν προνομιακά εργαλεία για την ανάπτυξη αδιαμεσολάβητου πολιτικού διαλόγου, έδειξαν να έχουν τη δυναμική να ωθούν τα άτομα σε δράσεις και να ενδυναμώνουν την πολιτική συμμετοχή των χρηστών τους και έδωσαν ευκαιρίες στα άτομα να εκφραστούν και να δράσουν ενεργά έτσι ώστε να αναπτύξουν σημαντική πολιτική δραστηριότητα.

Μερικές από τις περιπτώσεις όπου η Ελληνική μπλογκό-σφαιρα έχει διαδραματίσει ενεργό ρόλο στην ελληνική πολιτική σκηνή είναι:

Αρχικά η περίπτωση της Αμαλίας¹, η οποία δημοσίευσε το πρόβλημα υγείας που αντιμετώπιζε, την ανεπαρκή ιατρική βοήθεια που της παρείχε το Εθνικό Σύστημα Υγείας, την αντιμετώπιση του νοσηλευτικού προσωπικού και του ιατρικού κόσμου και τις δυσχέρειες εξ αιτίας της γραφειοκρατίας. Όλα αυτά έδωσαν αφορμή για να συγχρονιστούν οι μπλόγκερς και διάφοροι θεσμικοί πολιτικοί παράγοντες και να διεξαχθεί μία ευρύτατη συζήτηση μέσω της οποίας αναδείχτηκαν τα προβλήματα του Εθνικού Συστήματος Υγείας. Συζήτηση που δυστυχώς έμεινε σε επίπεδο λόγων και υποσχέσεων χωρίς να ωθήσει σε πραγματικές αλλαγές και στην βελτίωση της υφιστάμενης κατάστασης.

Ακολούθως οι συγκεντρώσεις διαμαρτυρίας για τις φωτιές το καλοκαίρι του 2007 οι οποίες γνώρισαν επιτυχία μη αναμενόμενη καθώς ήταν ακηδεμόνευτες και αυθόρμητες. Εκτεταμένη αναφορά σ' αυτές κάνει ο Καραμύχας (2007). Σε μια μελέτη του για τον κυβερνο-ακτιβισμό, στη χώρα μας, παρουσιάζει τις δύο εκδηλώσεις που διοργάνωσε η κοινότητα των μπλόγκερς ως διαμαρτυρία στην ανικανότητα της κυβέρνησης να αντιμετωπίσει τις δασικές πυρκαγιές του 2007. Η πρώτη πρόσκληση ήταν για μια επίδειξη που εξέφρασε τη δημόσια οργή ενάντια σε αυτό που θεωρήθηκε ως αναποτελεσματική αντίδραση του κρατικού μηχανισμού και οδήγησε στην καταστροφή του εθνικού φυσικού

¹ <http://fakellaki.blogspot.com/>

καταφύγιου της Πάρνηθας. Η πυρκαγιά αυτή κατέστρεψε 10.500 στρέμματα δασικής έκτασης. Η διαμαρτυρία αρχικά ξεκίνησε από μια πρόταση σε ορισμένα μπλογκ και γρήγορα διαδόθηκε μέσω μηνυμάτων κειμένου και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Μάλλον απροσδόκητα, συγκεντρώθηκαν έξω από το ελληνικό Κοινοβούλιο και τους γύρω δρόμους για να συμμετάσχουν στην εκδήλωση διαμαρτυρίας στις 8 Ιουλίου 2007, κατά την εκτίμηση του Καραμίχα (2007) από 5 έως 10 χιλιάδες άτομα.

Σε μικρή χρονική απόσταση το ίδιο το καλοκαίρι του 2007 πραγματοποιήθηκε μια παρόμοια εκδήλωση. Κατά τη διάρκεια του Αυγούστου του 2007, η Ελλάδα επλήγη από εκτεταμένες δασικές πυρκαγιές, που απείλησαν μέχρι και το χαρακτηρισμένο ως μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς την Αρχαία Ολυμπία. Ως αντίδραση η κοινότητα των μπλόγκερ κάλεσε άλλη μία συγκέντρωση διαμαρτυρίας στην Αθήνα στις 29 Αυγούστου. Η διαμαρτυρία αυτή προσέλκυσε το διπλάσιο αριθμό συμμετεχόντων από την προηγούμενη της 8ης Ιουλίου. Ήταν πραγματικά εντυπωσιακή η συμμετοχή για εκδήλωση περιβαλλοντολογικής διαμαρτυρίας κατά τη θερινή περίοδο και συγκεκριμένα για το μήνα Αύγουστο.

Επίσης η διεξαγωγή εθνικών εκλογών στις 16-09-2007 ήταν ίσως η πρώτη εκλογική αναμέτρηση στη χώρα μας στην οποία χρησιμοποιήθηκε τόσο εκτεταμένα το διαδίκτυο και τα μπλογκ για την ανάπτυξη διαλόγου και την υπεράσπιση θέσεων και υποψηφιοτήτων.

Συγκεκριμένα αναφέρουμε την τεράστια αύξηση του αριθμού των ενεργών μπλογκ κατά την προεκλογική περίοδο. Την άνοιξη του 2007 ο αριθμός τους ήταν 13.000² για να φτάσουν τις 20.000³ το Σεπτέμβριο του 2007. Η έκρηξη αυτή στην ενεργοποίηση νέων λογαριασμών μπλογκ κατά κάποιους σχετίζεται με τις εκλογές μια και ο αριθμός τους αυξήθηκε κατακόρυφα κατά την προεκλογική περίοδο.

Επίσης το γεγονός ότι πολλοί υποψήφιοι βουλευτές⁴ ένοιωσαν υποχρεωμένοι να

² Εφημερίδα Καθημερινή 14.06.2007

http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_ell_100053_14/06/2007_230633, ανάκτηση 18-10-2007

³ Εφημερίδα καθημερινή 28-09-2007

http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_ell_1_28/09/2007_243166, ανάκτηση 18-10-2007

⁴ Παραδείγματα υποψηφίων που διατηρούν κάποιο ενεργό μπλογκ [Μίμης Ανδρουλάκης (Επικρατείας, ΠΑΣΟΚ), <http://mimisandroulakis.blogspot.com/>, Ευάγγελος Βενιζέλος (Α' Θεσσαλονίκης, ΠΑΣΟΚ) Παπαδημητρίου Σταυρούλα

υποστηρίξουν τις υποψηφιότητές και μέσω μπλογκ μας δίνει μια ένδειξη της σημασίας που οι καθιερωμένοι πολιτικοί θεσμοί αποδίδουν στο καινοτόμο νέο μέσο και τις επικοινωνιακές δυνατότητες που εισάγει.

Το μήνυμα που αναδείχθηκε προεκλογικά από τους μπλόγκερ⁵ και διαδόθηκε μεταξύ τους, με δημοσιεύσεις σε μεγάλο αριθμό μπλογκ και συμπυκνώνεται στο "εφόσον έκαψαν την Ελλάδα, μαυρίστε τους, διαμαρτυρηθείτε, ψηφίστε μικρά κόμματα, άκυρο, λευκό" απετέλεσε την αφορμή και το ενοποιητικό πλαίσιο πάνω στο οποίο διεξήχθη μια ευρύτατη συζήτηση, που ανέδειξε ποικίλες πολιτικές στάσεις και θέσεις.

Το «Ευχαριστώ» του Αλαβάνου⁶, προέδρου του Συνασπισμού Ριζοσπαστικής Αριστεράς, στους μπλόγκερ μετά την ανακοίνωση των αποτελεσμάτων των εκλογών του Σεπτέμβρη του 2007 για την είσοδο του κόμματος του στη Βουλή, αποτελεί άλλη μία αναγνώριση της δύναμης των μπλογκ.

<http://evenizelos.blogspot.com/>, Ντίνος Βρεττός (Αττικής, ΠΑΣΟΚ) <http://dvrettos.blogspot.com/>, Γιάννης Μαγκριώτης (Α' Θεσσαλονίκης, ΠΑΣΟΚ) , <http://magriotis.blogspot.com/>, Μανώλης Σκουλάκης (Χανίων, ΠΑΣΟΚ) <http://skoulakis.blogspot.com/>, Γιάννης Σκουλάς (Ηρακλείου, ΠΑΣΟΚ), <http://jskoulas.blogspot.com/>, Πέτρος Τατούλης (Αρκαδίας ΝΔ) <http://tatoulis.blogspot.com/>, Μιχάλης Χαλκίδης (Ημαθίας ΝΔ) <http://mxalkidis.blogspot.com/>, Φωτεινή Πιπιλή (Α' Αθηνών ΝΔ) προχώρησε στη δημιουργία μπλογκ τον Αύγουστο του 2007 <http://fpipili.blogspot.com/>] ημερομηνία ανάκτησης 17-10-2007

5 Παραδείγματα από μπλογκ που συμμετείχαν στην προπαγάνδισή αυτής της εκλογικής συμπεριφοράς [http://whispering-planet.blogspot.com/2007/09/blog-post_13.html, http://flyaros.blogspot.com/2007/08/blog-post_19.html, <http://psifizomavro.blogspot.com/2007/08/in.html>, <http://omadeon.wordpress.com/2007/07/15/ecogreens/>, http://noetic-on.blogspot.com/2007/08/blog-post_21.html, <http://www.lifomag.gr/blogs/u300/3262>, <http://arkoudos.com/blog/?m=200708>, <http://thanospeppas.pblogs.gr/2007/08/kalh-kaliph.html>, <http://heliotypon.wordpress.com/2007/08/28/%CE%BC%CE%B1%CF%85%CF%81%CE%AF%CF%83%CF%84%CE%B5-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%82-%CE%B4%CF%8D%CE%BF-%CE%B4%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CF%86%CF%8C%CE%BD%CE%BF%CF%85%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%87%CF%8E%CF%81%CE%B1/>, <http://arkoudos.com/blog/?p=1187>, <http://kaltsovrako.wordpress.com/2007/08/29/0129aug2007/>, <http://jungle-report.blogspot.com/2007/09/george-nathan.html>, http://gravityandthewind.blogspot.com/2007/09/blog-post_12.html] ημερομηνία ανάκτησης 18-10-2007

⁶ <http://synlefkada.pblogs.gr/2007/08/al-alabanos-niwthoyme-megalh-hara.html>

Μετά την ήττα του ΠΑΣΟΚ στις εκλογές του Σεπτεμβρίου το κόμμα προκήρυξε για την Κυριακή 12-11-07 εσωκομματικές εκλογές⁷ για την ανάδειξη αρχηγού του κόμματος. Η εσωκομματική αυτή διαμάχη ήταν το κεντρικό ζήτημα της δημόσιας ατζέντας για το χρονικό διάστημα ανάμεσα στις δύο εκλογικές αναμετρήσεις (εθνικές και εσωκομματικές εκλογές). Δύο από τους υποψηφίους για την ηγεσία του ΠΑΣΟΚ ο Γεώργιος Παπανδρέου και ο Ευάγγελος Βενιζέλος προπαγάνδισαν τις ιδέες και απόψεις τους και μέσα από μπλογκ. Η συνάντηση του Ευάγγελου Βενιζέλου⁸ με μπλόγκερ που έλαβε χώρα στο Μουσείο Μπενάκη στις 8-11-07 και ώρα 9.30 το βράδυ ήταν μια πολιτική κίνηση που μας δημιούργησε πλήθος ερωτηματικών. Σε μια προσπάθεια να κερδίσει δημοσιότητα και από εναλλακτικά μέσα ενημέρωσης, χρησιμοποίησε το εργαλείο αυτό για να υποστηρίξει και την υποψηφιότητά του στις εσωκομματικές εκλογές για την ανάδειξη του ως προέδρου του κόμματός του ΠΑΣΟΚ. Η όλη διαδικασία υποβολής αιτήματος για συμμετοχή σ' αυτή τη συνάντηση ήταν ανοιχτή σε όποιον μπλόγκερ επιθυμούσε. Μόνη προϋπόθεση για τη συμμετοχή σ' αυτήν ήταν η κατοχή κάποιου ενεργού λογαριασμού μπλογκ. Για ερευνητικούς λόγους η διεξάγουσα την έρευνα συμμετείχε στη συνάντηση αυτή και το κλίμα ήταν φιλικό και φιλόξενο και ο κύριος Βενιζέλος πρόθυμος να απαντήσει στις όποιες ερωτήσεις του ετέθησαν. Το ζήτημα το σχετικό με την εργασία μας παρέμεινε ανοικτό. Έχουν τη δύναμη τα μπλογκ να τροποποιήσουν το όποιο εκλογικό αποτέλεσμα;

Κατά τη διάρκεια της έρευνάς μας συνέχισαν να υπάρχουν ενδείξεις για τις στενές σχέσεις μπλόγκινγκ και πολιτικής. Χαρακτηριστική είναι επίσης η επιλογή του υποψήφιου προέδρου για την ηγεσία του Συνασπισμού της Ριζοσπαστικής Αριστεράς Αλέξη Τσίπρα να παραχωρήσει συνέντευξη⁹ σε μπλογκ και όχι σε τηλεοπτικό μέσο.

⁷ <http://www.in.gr/NEWS/article.asp?lngEntityID=833439>

⁸ Η συνάντηση αυτή διοργανώθηκε με απόλυτη διαφάνεια αποκλειστικά μέσω διαδικτύου πρόσκληση συμμετοχής μέσα από το προσωπικό του μπλογκ (<http://evenizelos.blogspot.com/>). Συμμετείχαν αρκετοί μπλόγκερ πολλοί από τους οποίους στη συνέχεια έγραψαν για την συνάντηση και στα μπλογκ τους. Κάποια από τα μπλογκ που έγιναν ναφορές έγιναν ήταν: [<http://www.oraelladas.gr/2007/11/09/politics-19/>, http://exeisminima.wordpress.com/2007/11/09/venizelos_bloggers/, <http://andriotakis.wordpress.com/>, <http://suspect-enjoys-the-silence.blogspot.com/2007/11/bloggers.html>] ανάκτηση 13-11-2007.

⁹ Ελάχιστες μέρες πριν το 5ο τακτικό συνέδριο του ΣΥΝ, επιχειρώντας την ανανέωση ο Αλέξης Τσίπρας αποφάσισε να μιλήσει αποκλειστικά στα μπλογκ Μέσω μιας διαδικασίας οργανωμένης κυρίως από μπλόγκερ από την αρχή ως το τέλος (συγκέντρωση ερωτήσεων, διατύπωση των ερωτημάτων καθώς και αυτών που

Χαρακτηριστικό γεγονός της σημασίας που οι Έλληνες πολιτικοί αποδίδουν στο μέσο αποτελεί και η συνάντηση της Υπουργού Εξωτερικών της χώρας Ντόρας Μπακογιάννη¹⁰ με τους διαχειριστές επιλεγμένων μπλογκ για την παρουσίαση της γραμμής της χώρας μας στο «Σκοπιανό».

Επίσης ένα σύνολο από 50 Έλληνες μπλόγκερ πήγε στις Βρυξέλες μετά από πρόσκληση ευρωβουλευτών¹¹ του κόμματος της αξιωματικής αντιπολίτευσης

Τα γεγονότα που προαναφέρθηκαν έδωσαν το έναυσμα για τη διεξαγωγή της παρούσας ερευνητικής εργασίας καθώς κινητοποιήσαν το προσωπικό ενδιαφέρον της γράφουσας. Αν και η πολιτική διάσταση της μπλογκό-σφαιρας έχει τονιστεί σε πλήθος δημοσιεύματα του τύπου η ως τότε έρευνα με αντικείμενο τα μπλογκ ήταν ανύπαρκτη. Σήμερα 18 μήνες μετά τη διεξαγωγή της συνεχίζει να μην έχει διεξαχθεί κάποια έρευνα σχετικά με τους αναγνώστες των μπλογκ και τις πολιτικές επιδράσεις που αυτή παράγει στην πολιτική σκηνή της χώρας.

τέθηκαν κατά τη ζωντανή μετάδοση μέσω chat) «Στην σημαντικότερη στιγμή της πολιτικής του διαδρομής ο πριν αναδειχθεί στη θέση του πρόεδρου του Συνασπισμού αποφασίζει να ανοίξει τα χαρτιά του στους χρήστες του internet απευθείας και όχι στα media (έχει αρνηθεί πάμπολλες προτάσεις), θέλοντας έτσι να σηματοδοτήσει και επικοινωνιακά την στροφή που έχει εδώ και καιρό ξεκινήσει ο ΣΥΝ, προς τους νέους και τις νέες αλλά και τις άμεσες μορφές επικοινωνίας και πολιτικοποίησης», <http://tsimitakis.wordpress.com/2007/12/24/O-Αλέξης-Τσίπρας-στα-blogs>

¹⁰ <http://politikoblog.gr/2008/04/19/doras-blogger-meeting/>

¹¹ Καθώς και με το Καραβάνι των 50 Ελλήνων και Ελληνίδων μπλόγκερ που πήγε στις Βρυξέλες μετά από πρόσκληση ευρωβουλευτών του κόμματος της αξιωματικής αντιπολίτευσης, από την Κυριακή 07-09-08 μέχρι και την Τρίτη 09-09-08. Το ταξίδι έγινε πραγματικότητα χάρη στην πρόσκληση δύο ευρωβουλευτών του ΠΑΣΟΚ, της κ. Μαίρης Ματσούκα και του κ. Σταύρου Λαμπρινίδη. Στα πλαίσια της επίσκεψής τους είχαν συναντήσεις με : την Επιτροπή Ελευθεριών του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, τον κ. Σταύρο Δήμα Επίτροπο για το Περιβάλλον, τον κ. J. Barrot Επίτροπο Δικαιοσύνης και Εσωτερικών Υποθέσεων και, την κ. McGreevy Επίτροπο Εσωτερικής Αγοράς. Θέματα που συζητήθηκαν ήταν: η προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, η επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και η προστασία των καταναλωτών στο Internet. Πηγή: <http://ndigital.in.gr/tech/greek-bloggers> 11-09-2008

2 Θεωρητικό Υπόβαθρο

Σχεδόν όλες οι κυβερνήσεις των δυτικών χωρών αυτοχαρακτηρίζονται ως δημοκρατικές, απολαμβάνοντας τη νομιμοποίηση που ο όρος τους προσδίδει. Κεντρικό σημείο του μοντέλου της μαζικής Δημοκρατίας, αποτελεί η απαίτηση για ταύτιση κυβερνώντων και κυβερνωμένων, με στόχο τη διαρκή ανανέωση της λαϊκής βούλησης. Η λαϊκή βούληση είναι το ίδιο δεσμευτική τόσο για τους πολίτες όσο και για τους κυβερνώντες. Απαραίτητη προϋπόθεση, λοιπόν, για μία ισορροπημένη σχέση των δύο αυτών δυνάμεων αποτελεί η ενεργός (πολιτική) συμμετοχή των πολιτών (Χέλντ, 1995). Η έννοια της συμμετοχής βασίζεται στην εικόνα ενός συνειδητοποιημένου πολίτη, που είναι σχετικά ενημερωμένος ώστε να μπορεί να ρυθμίσει από κοινού με τους άλλους τις δημόσιες υποθέσεις. Κεντρική σημασία στα δημοκρατικά πολιτεύματα προσλαμβάνουν οι όροι της πολιτικής συμμετοχής, ως μορφή του δημοκρατικού ελέγχου για τη δημοκρατική λήψη αποφάσεων. Η παρέμβαση των πολιτών στη λήψη αποφάσεων των κυβερνώντων διασφαλίζει μία δίκαιη αντιπροσώπευση όλων των (ή τουλάχιστον των περισσότερων) τμημάτων της κοινωνίας, εγγυάται τον έλεγχο των κυβερνώντων από τους κυβερνώμενους, ενώ παράλληλα βοηθάει στην εξεύρεση της βέλτιστης μορφής οργάνωσης της κοινωνίας (Lenk, 1990). Οι κανόνες λειτουργίας των δημοκρατιών αποσκοπούν εν γένει στη μετατροπή της βίας και των κοινωνικών συγκρούσεων σε μια συμβολική πάλη, η οποία στοχεύει στην επίτευξη της ελευθερίας, της δικαιοσύνης και της αποτελεσματικότητας (Μαραντζήδης 1998).

Η δημοκρατία είναι μια σχέση μεταξύ των αντιπροσώπων και των αντιπροσωπευόμενων. Η αποτελεσματικότητά της εξαρτάται από την επικοινωνία μεταξύ τους. Η ενημέρωση είναι αναγκαίος όρος για τη δράση, που επιτρέπει στον πολίτη να καταλάβει τον κόσμο και τα προβλήματά του, να αποκτήσει μια άποψη γ' αυτόν και να δράσει στη συνέχεια με την ψήφο του Wolton (2005). Οι αντιπρόσωποι από την άλλη χρειάζονται τις τεχνικές για την ακρόαση έτσι ώστε να φτάνει το μήνυμά τους στους ψηφοφόρους τους. (Coleman, 2005)

Τα μέσα και οι τρόποι πληροφόρησης των πολιτών είναι σημαντικός παράγοντας επιρροής της ροής και της διάθεσης της πληροφορίας. Σε όλη την ανθρώπινη ιστορία η επικοινωνία και η πληροφορία, αποτελεί θεμελιώδη πηγή εξουσίας και αντιεξουσίας της κυριαρχίας και της κοινωνικής αλλαγής. Η βασική μάχη στην κοινωνία, είναι η μάχη για την κατάκτηση της σκέψης των ανθρώπων (Castels, 2007).

Τα πολιτικά κόμματα είναι θεμελιώδη για τη λειτουργία των σύγχρονων φιλελεύθερων

Δημοκρατιών. Η θέση τους απορρέει από τη σύγχρονη αντίληψη περί δημοκρατίας η οποία θεωρεί ως δεδομένο τον πλουραλισμό των συμφερόντων, την άρση του μονοκομματισμού, τον πολιτικό ανταγωνισμό για την επιλογή του πολιτικού προσωπικού και τη λήψη πολιτικών αποφάσεων. Τα κόμματα διαδραματίζουν πλήθος δομικών δημοκρατικών λειτουργιών όπως την ενσωμάτωση των πολιτών στο πολιτικό σύστημα, την πολιτική κινητοποίηση, την οργάνωση της εκλογικής συμπεριφοράς, τη στρατολόγηση του πολιτικού προσωπικού, τη διαμόρφωση της πολιτικής¹² θεματολογίας και τη λήψη των πολιτικών αποφάσεων. Σε όλες τις δυτικές δημοκρατίες οι εκλογές αποτελούν τη βασική αρχή νομιμοποίησης της εξουσίας (Meny, 1995).

Όπως παρατηρεί ο Ψυχοπαίδης, (1997) στα πλαίσια διαμόρφωσης ενός ευρύτερου δημόσιου χώρου, όπως αυτό παρατηρείται στις νεότερες κοινωνίες κοινωνικής διαφοροποίησης, η δημοσιότητα¹³ αποτελεί σημαντικό μέρος του δημόσιου χώρου. Μέσω αυτής οριοθετείται το τι αποτελεί δημόσιο πρόβλημα και προσδιορίζονται οι πολιτικές διαδικασίες και οι κοινωνικές δεσμεύσεις, μέσω των οποίων ελέγχεται από τους πολίτες τα αν κατά πόσον το κράτος επιτυγχάνει να εγγυηθεί τους όρους κοινωνικής αναπαραγωγής και να εξασφαλίσει τις κοινωνικές σχέσεις.

Σύμφωνα με την Ψύλλα, (2003) ο δημόσιος χώρος αποτελεί θεμελιώδη έννοια της σύγχρονης πολιτικής σκέψης και αναπόσπαστο κομμάτι της νεωτερικότητας καθώς έχει και κομβική σημασία για την έννοια δημοκρατία. Η ύπαρξή του έχει να κάνει με θέματα που αφορούν το ρόλο του κράτους σήμερα, τη θέση των πολιτών ενόψει πολιτικών αποφάσεων, τη λειτουργία των μέσων μαζικής επικοινωνίας καθώς και με θέματα που έχουν να κάνουν με τις διεργασίες νομιμοποίησης και εξουσίας, την αυτονομία, τη δικαιοσύνη, τη συλλογική θέληση, τη δημόσια συζήτηση, καθώς και τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Το ενδιαφέρον στη σημερινή εποχή της μαζικής δημοκρατίας επικεντρώνεται στη σύνδεση του προβληματισμού ανάμεσα σε δύο κύριες έννοιες αυτή του δημόσιου χώρου από τη μια, και αυτή της δημοκρατίας από την άλλη.

¹² Σύμφωνα με τον Meny, (1995, σ. 243) Τα κόμματα συνεισφέρουν αποφασιστικά στην κατάρτιση της πολιτικής θεματικής ατζέντας με τη μεταγραφή σε προγραμματικό και κυβερνητικό επίπεδο των διάχυτων και λανθανόντων αιτημάτων που μέχρι τότε δεν ήταν δημοσιοποιημένα.

¹³ Σύμφωνα με την Ψύλλα, (2003) με τον όρο *διαδικασία της δημοσιότητας* εννοώντας την *διαδικασία που καθιστά κάτι ευρέως γνωστό ή διαθέσιμο*. σελ. 85

2.1 Από τη Δημόσια Σφαίρα στην Πολιτική Επικοινωνία

Γύρω από την έννοια της φιλελεύθερης δημοσιότητας ή της «δημόσιας σφαίρας» όπως ορίστηκε από τον Habermas, (1989) υπάρχει ένα ολόκληρο πλέγμα από συγγενικές έννοιες όπως κοινή γνώμη, συμμετοχή, αστική κοινωνία, διαφωτισμός, διαφάνεια, γενικό δικαίωμα ψήφου, κόμματα, δημόσια κριτική, κοινοβούλιο. Η δημόσια σφαίρα, σύμφωνα με τον Habermas, (1989), ξεκίνησε να διαμορφώνεται στο τέλος του 18^{ου} με αρχές του 19^{ου} αιώνα, από τις αστικές τάξεις της δυτικής Ευρώπης. Θεσμική της βάση αποτέλεσαν έντυπα μέσα (εφημερίδες, βιβλία) και χώροι (λέσχες, σαλόνια, καφέ), όπου μέσα από δημόσιες συζητήσεις διακηρύσσονταν οι ιδέες του Διαφωτισμού και του δικαιώματος του ανθρώπου για γνώση, ελευθερία και αυτοδιαχείριση. Τα ιδανικά του αιτίου, του κριτικού λόγου, της λογικής σκέψης, του επιχειρήματος και της συζήτησης αλληλεπιδρούσαν έτσι ώστε να διαμορφώνεται ο χώρος της δημόσιας σφαίρας. Σύμφωνα με τον Lash, (1995) η επικοινωνία, ιδωμένη μέσα στα πλαίσια της δημόσιας σφαίρας, ήταν άμεση μεταξύ πολιτών δηλαδή μεταξύ ισοδύναμων υποκειμένων, τα οποία ήταν ικανά να κρίνουν βασιζόμενα πάνω στις αρχές της λογικής. Η δημόσια σφαίρα του Habermas, (1989) περιλαμβάνει το χώρο, όπου η πολιτική διαμορφώνεται — ή οφείλει να διαμορφώνεται — μέσα από την ελεύθερη διακίνηση πληροφοριών και ιδεών. Σύμφωνα πάντα με τον Habermas, όπως αυτός αναφέρεται από τον Dahlgren, (2001) η επικοινωνιακή πράξη και η λειτουργία της λογικής, που αυτή οικοδομεί, είναι ανεξάρτητη και δεν επιδέχεται μείωση από την στοχευόμενη πράξη και την οργανική λογική. Η στοχευόμενη πράξη αφορά την επίτευξη στόχων και χειρισμών, ενώ η επικοινωνιακή επιδιώκει την αμοιβαία κατανόηση, εμπιστοσύνη και το μοίρασμα της γνώσης. Η δημοκρατία τελικά αφορά ανθρώπους που επικοινωνούν ελεύθερα μεταξύ τους. Ο Habermas υποστηρίζει ότι τα άτομα πρέπει να έχουν την πρόθεση να μοιραστούν τις απόψεις τους με έναν τρόπο που να μην επιδέχεται χειραγώγηση.

Το διανόημα αυτό του Habermas αποτέλεσε ένα πρότυπο για τη δομή και τις λειτουργίες που οφείλει να επιτελεί η πολιτική επικοινωνία ώστε να παράγει αποτελέσματα που να ενδυναμώνουν τη δημοκρατία. Σύμφωνα με την Paracharici, (2002) ο λόγος που έχει φέρει στο προσκήνιο το διανόημα του Habermas για τη δημόσια σφαίρα είναι ότι αποτελεί ένα ιδανικό μοντέλο συμμετοχικής διαδικασίας στη λήψη αποφάσεων και στην αλληλεπίδραση του πολίτη με την πολιτική. Ένα όραμα που θέτει τον στόχο προς εφαρμογή. Η επέκταση της δημόσιας σφαίρας ήταν και παραμένει σταθερός στόχος.

Η μετάβαση από τον τύπο της γνώμης στις εμπορευματοποιημένες εφημερίδες σήμανε την παραβίαση της δημόσιας σφαίρας από τα οργανωμένα ιδιωτικά συμφέροντα (Δεμερτζής, 2002). Η άμεση επικοινωνία μεταξύ των πολιτών αντικαθίσταται από τη διαμεσολαβημένη επικοινωνία μέσω των ΜΜΕ. Κατ' αυτόν τον τρόπο η ελεύθερη βούληση και η μη στοχευμένη επικοινωνία αντικαθίσταται από τη βούληση του κράτους, του κεφαλαίου και της κατανάλωσης που διαμορφώνουν και εξουσιάζουν τα ΜΜΕ (Downey & all, 2003).

Σημαντικό ρόλο παίζει η έλλειψη στις σύγχρονες κοινωνίες χώρων συνάντησης άμεσης αλληλεπίδρασης μεταξύ των πολιτών έτσι ώστε να ανταλλάξουν απόψεις και επιχειρήματα με έναν κριτικό και δημοκρατικό τρόπο. Πολλοί πιστεύουν ότι ένα από τα κεντρικά προβλήματα των σύγχρονων δημοκρατιών είναι η έλλειψη χώρων αλληλεπίδρασης. (Bellah, et all, 1997, Putnam, 2000). Σύμφωνα με τον Lash (2004) η ζωή του πολίτη απαιτεί περιβάλλοντα στα οποία οι άνθρωποι συναντούνται ως ίσοι, ανεξάρτητα από φυλή, τάξη ή εθνική καταγωγή

Η αναφορά στην πολιτική επικοινωνία, έννοια σύνθετη αποτελούμενη από δύο μέρη, την πολιτική και την επικοινωνία, μας επιβάλλει πριν προχωρήσουμε περαιτέρω να ορίσουμε ή έστω να αναφερθούμε στις δύο έννοιες που τη δομούν.

Ξεκινώντας από την πολιτική αξίζει να θυμηθούμε ότι ο Αριστοτέλης θεωρούσε τον άνθρωπο «πολιτικόν ζώον» άρα την πολιτική ως απαραίτητο κομμάτι της κοινωνικής ζωής και μέσο για τη διαρκή βελτίωση του ατόμου και της κοινωνίας εντός της οποίας ζει.

Σήμερα όμως αναφερόμενοι στον όρο «πολιτική» εννοούμε τη δραστηριότητα, την ενασχόληση με τα της πόλης, με τα κοινά. Ο Warren (1999) ορίζει την πολιτική «ως ένα υποσύνολο των κοινωνικών σχέσεων που χαρακτηρίζεται από τη σύγκρουση ενόψει της πίεσης για τη διανομή των αγαθών συνδεδεμένο με συλλογικές δράσεις, όπου τουλάχιστον η μια συγκρουόμενη πλευρά επιδιώκει συλλογικά δεσμευτικές αποφάσεις και αποσκοπεί στην επιβολή κυρώσεων, μέσω των αποφάσεων της εξουσίας». Παρόλη την πληθώρα ορισμών του πολιτικού και της πολιτικής πάνω απ' όλα, η πολιτική δραστηριότητα είναι τρόπος διευθέτησης διαφορών πάνω στη βάση διαφορετικών απόψεων και συμφερόντων με στόχο το συμβιβασμό τους μέσα σ' ένα κοινά αποδεκτό πλαίσιο. Δεν έχει να κάνει μόνο με δημόσιους θεσμούς, λειτουργία συστήματος, κομματική δραστηριότητα και δημιουργία κομμάτων για την απόκτηση εξουσίας. Η «πολιτική» αφορά κάθε επίπεδο κοινωνικής ζωής. Αποσκοπεί στην επίλυση διαφωνιών κοινωνικού ή οικονομικού χαρακτήρα και είναι ένα εργαλείο με το οποίο αποφεύγουμε τη βία (Arendt, 1998).

Η επικοινωνία¹⁴ μπορεί να οριστεί ως «κοινωνική» αλληλεπίδραση μέσω μηνυμάτων (Gerbner, 1997, όπως αναφέρεται από ΜακΚουεϊλ & Βινταλ, 1999).

Η πολιτική τώρα επικοινωνία γίνεται κατανοητή ως σύστημα σχέσεων που διαρθρώνεται ανάμεσα σε πολλαπλούς δρώντες. Μέσω του λόγου διαμεσολαβείται η πολιτική σχέση, δίνεται η δυνατότητα να ενεργοποιηθούν οι κοινωνικές αναπαραστάσεις, οι αντιλήψεις της κοινωνικής πραγματικότητας και οι σχέσεις εξουσίας (Ψύλλα, 2003).

Κατ' αυτόν τον τρόπο σύμφωνα με την Ψύλλα, (2003 σελ. 81) η πολιτική Επικοινωνία δεν εμφανίζεται έτσι, μόνον, ως έκφραση των ιθυνόντων της εξουσίας στην κατεύθυνση εύρεσης κοινών αξιών με τα ευρύτερα στρώματα των πολιτών, αλλά λειτουργεί επίσης και κυρίως, ως έκφραση των επιθυμιών, των αιτημάτων και των αναζητήσεων των πολιτών, του σώματος δηλαδή που νομιμοποιεί την/τις πολιτική(ές) απόφαση(εις) μέσα από την ενεργοποίηση ανάπτυξης επιχειρημάτων, άρα ανάπτυξης του ίδιου του πολιτικού λόγου.

Πολλοί από τους βασικούς όρους της επικοινωνίας αποκτούν διαφορετικό νόημα όταν αναφέρονται στη μαζική επικοινωνία¹⁵ Σύμφωνα με τον Luhmann, (2003) ό,τι γνωρίζουμε για την κοινωνία μας ή, καλύτερα για τον κόσμο στον οποίο ζούμε, το γνωρίζουμε από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Αυτό ισχύει όχι μόνο όσον αφορά τη γνώση μας για την κοινωνία και την ιστορία, αλλά και τη γνώση μας για τη φύση.

¹⁴Η επικοινωνία προϋποθέτει έναν πομπό, ένα κανάλι ή δίαυλο, ένα μήνυμα, ένα δέκτη, μια σχέση ανάμεσα στον πομπό και στο δέκτη ή παραλήπτη, μια επίδραση ή αποτέλεσμα, επίσης ένα περιβάλλον στο οποίο συντελείται η επικοινωνία, καθώς και μια σειρά πραγμάτων στα οποία αναφέρεται το μήνυμα. Η επικοινωνία μπορεί να είναι ο,τιδήποτε ή όλα αυτά μαζί: μια πράξη επί άλλων, μια αλληλεπίδραση και μια αντίδραση στους άλλους. (ΜακΚουεϊλ & Βινταλ, 1999).

¹⁵ Ένας συχνά χρησιμοποιούμενος ορισμός για τη μαζική επικοινωνία είναι: «Οι μαζικές επικοινωνίες συμπεριλαμβάνουν τους θεσμούς και τις τεχνικές με τις οποίες ειδικευμένες ομάδες χρησιμοποιούν τεχνολογικά μέσα (Τύπος, ραδιόφωνο,) για να διαδώσουν κάποιο συμβολικό περιεχόμενο σε μεγαλύτερα, ετερογενή και διασκορπισμένα ακροατήρια»¹⁵ (Janowitz, 1968, όπως αναφέρεται από ΜακΚουεϊλ & Βινταλ, 1999 σελ. 293).

Σύμφωνα με τον Luhmann, (2003, pp. 26) τα μέσα μαζικής επικοινωνίας περιλαμβάνουν όλους εκείνους τους θεσμούς της κοινωνίας που χρησιμοποιούν τα τεχνικά μέσα παραγωγής αντιτύπων με σκοπό την μετάδοση της επικοινωνίας. Πρόκειται κυρίως για βιβλία, περιοδικά και εφημερίδες, που παράγονται από το τυπογραφικό πιεστήριο, αλλά και για κάθε είδος φωτογραφικής ή ηλεκτρονικής διαδικασίας παραγωγής αντιτύπων, εφόσον παράγουν μεγάλο αριθμό προϊόντων με αποδέκτες οι οποίοι δεν έχουν προσδιοριστεί.

Στη μαζική επικοινωνία δεν μπορεί να λάβει χώρα αλληλόδραση μεταξύ παρόντων προσώπων ανάμεσα στον πομπό και τους δέκτες. Η αλληλόδραση αποκλείεται λόγω της παρεμβολής της τεχνικής και αυτό έχει σημαντικές συνέπειες οι οποίες καθορίζουν την έννοια της μαζικής επικοινωνίας. (ΜακΚουεϊλ & Βινταλ, 1999) (Luhmann, 2003).

Η ελευθερία της έκφρασης προωθεί περισσότερο την έκφραση παρά τη νοήμονα άποψη του πολίτη. Σύμφωνα με τον Wolton (2005), η δημοσιότητα, ουσιώδης αρχή της θεωρίας της δημοκρατίας, δεν είναι συνώνυμο της ποιότητας: αυτό που δημοσιοποιείται δεν είναι απαραίτητα το πιο σημαντικό και αντιστρόφως αυτό που είναι σημαντικό δεν γίνεται πάντα ευρέως γνωστό. Η απαίτηση για αντικειμενικότητα και η εφαρμογή της σύμφωνα με τον (Bagdikian, 1997) στον τύπο δεν παράγει μόνο θετικά αποτελέσματα παρ' όλο που είναι μια αρχή που έχει επιβληθεί και θεωρείται απαραίτητη για την σοβαρή δημοσιογραφία. Όταν διαφορετικά άτομα περιγράφουν το ίδιο γεγονός, οι αφηγήσεις τους δεν παράγουν ποτέ ακριβώς το ίδιο αποτέλεσμα.

Η σχέση της ενημέρωσης και της αλήθειας καθίστανται όλο και πιο προβληματικές λόγω του ότι, το μεγαλύτερο μέρος της διακινούμενης πληροφορίας κινείται ανάμεσα στην αλήθεια και στην ανακρίβεια, η πολυμέρεια των οικονομικών και θεσμικών καταστάσεων καθιστά προβληματική τη σχέση ενημέρωσης και αλήθειας. Οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι κατ' αυτόν τον τρόπο έχουν αναδειχθεί σε διαμεσολαβητές που διαχειρίζονται την πρόσβαση στη δημόσια σφαίρα των ποικίλων ομάδων και των μηνυμάτων τους (Wolton, 2005).

Στα ΜΜΕ, έτσι όπως λειτουργούν στις μέρες μας, παρουσιάζονται κάποια ζητήματα που θέτουν υπό αμφισβήτηση την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν. Έχουμε την προσωποποίηση της πολιτικής καθώς δίνεται περισσότερη σημασία στα άτομα, στα πρόσωπα της πολιτικής από όση δίνεται στα ίδια τα πολιτικά θέματα, επικρατεί δηλαδή η life style ενημέρωση (Δεμερτζής, 2002, Dahlgren, 2001). Έχουμε παγκόσμια συσσώρευση δύναμης καθώς επικοινωνιακοί κολοσσοί έχουν απλώσει την επιρροή τους σ' όλα τα μέρη του πλανήτη, επιβάλλοντας διεθνή πρότυπα και κανόνες (Dahlgren, 2001, Bagdikian, 1997, Arsenault & Castells, 2008, Castells, 2007) και σχηματίζοντας αυτό που η Arsenault & Castells, 2008 ονοματίζουν ως τη δικτυωμένη παγκόσμια οργάνωση των επιχειρήσεων μέσων ενημέρωσης. Από την άλλη η οικονομία διαμορφώνει τα ΜΜΕ. Είναι δύσκολο η ενημέρωση της κοινής γνώμης να αναπτυχθεί ανεξάρτητα από την αγορά. Όλα αυτά έχουν ως αποτέλεσμα ένα μικρό μόνο μέρος των περιεχομένων του τύπου και της TV να αφορά

την πολιτική, τη δημοσιογραφία και τη δημοκρατία (Dahlgren, 2001, Δεμερτζής, 2002, Castells, 2007,2004).

Τα όσα προηγουμένως αναφέρθηκαν δεν αποτελούν τεκμήριο του ότι η τεχνολογία και η εφαρμογή της στα σύγχρονα συστήματα επικοινωνίας παράγει από μόνη της τα προαναφερθέντα αποτελέσματα μια και σύμφωνα με τον Beck, (1996) σ. 17: *Την ευθύνη για τα προβλήματα δεν την φέρνει η τεχνολογική πρόοδος καθ' αυτή, αλλά η ανικανότητα της κοινωνίας να ελέγξει δημοκρατικά την ανάπτυξη και την χρήση της.*

Αναφερόμενοι στην πολιτική συμμετοχή εννοούμε την ηθελημένη δραστηριότητα των ατόμων που γίνεται με σημείο αναφοράς το πολιτικό σύστημα. Η έννοια της πολιτικής συμμετοχής περιλαμβάνει το σύνολο των ρόλων τους οποίους μπορεί να ασκεί ο πολίτης ως τέτοιος και οι οποίοι αφορούν γενικά τη σφαίρα της πολιτικής (Πανελίδου- Μαλούτα, 1993).

Το πολιτικό σύστημα, σύμφωνα με τον Dahlgren (2001) στις δυτικές δημοκρατίες εμφανίζεται στάσιμο, μοιάζει να ακολουθεί τα γεγονότα και να μην τα δημιουργεί. Η παραδοσιακή πολιτική δεν απολαμβάνει την υποστήριξη και τη συμμετοχή που είχε παλαιότερα. Μειώνεται τόσο η συμμετοχή των ψηφοφόρων (ειδικά των νέων)στην εκλογική διαδικασία όσο και η εμπιστοσύνη¹⁶ που αυτοί τρέφουν προς τα κόμματα. Πολλοί άνθρωποι στις δυτικές κοινωνίες μοιάζουν να μη νοιώθουν ότι είναι μέρος ενός ευρύτερου δημοκρατικού συνόλου. Υπάρχει μια διαδεδομένη σύγχρονη ανησυχία ότι οι κυβερνήσεις και οι κυβερνούμενοι δεν επικοινωνούν ικανοποιητικά μεταξύ τους. Η αποδέσμευση του κοινού από τη δημοκρατική πολιτική αποτελεί μια εντυπωσιακά σφαιρική τάση. Η πιο ευδιάκριτη συνέπεια αυτής της τάσης είναι μείωση των ατόμων που επιλέγουν να συμμετέχουν στην εκλογική διαδικασία (Coleman, 2005, Meny, 1995). Η ψήφος και η συμμετοχή στην εκλογική διαδικασία αποτελεί μια ατομική πράξη ταυτόχρονα όμως συνδέει το υποκείμενο με το άμεσο/ στενό του περιβάλλον, με τον ευρύτερο κοινωνικό χώρο και τις απρόσωπες οικονομικές και πολιτικές σχέσεις που διαμορφώνονται ιστορικά μέσα σ' αυτόν. (Μαραντζίδης 1998).

¹⁶ Η εμπιστοσύνη είναι μια αξία που εκφράζει την πεποίθηση ότι οι άλλοι είναι μέρος της ηθικής κοινότητας, θέτοντας τη βάση για τη συνεργασία με ανθρώπους που είναι διαφορετικοί από τον εαυτό μας (Uslaner, 2002).

Τα πολιτικά κόμματα, ως κύρια κανάλια μεσολάβησης μεταξύ των πολιτών και των κυβερνητικών οργάνων, υφίστανται αιμορραγία μελών. Ακόμη και η παθητικότερη πράξη πολιτικής συμμετοχής αυτή της συλλογής πληροφοριών μέσω της παρακολούθησης πολιτικών ειδήσεων και της ανάλυσης τους στην τηλεόραση, παρουσιάζει πτώση. Αυτά τα φαινόμενα είναι ακόμα πιο έντονα στις νεότερες ηλικίες παράγοντας ένα μη ανατρέψιμο αποτέλεσμα καθώς η έλλειψη ενδιαφέροντος για την πολιτική συνεχίζει να χαρακτηρίζει αυτά τα άτομα καθώς μεγαλώνουν (Coleman 2005).

Η πιο ανησυχητική αρνητική τοποθέτηση των πολιτών αφορά την αποτελεσματικότητα και την αίσθηση των ανθρώπων ότι δεν μπορούν να επηρεάσουν τον κόσμο γύρω τους. Τα άτομα πιστεύουν ότι οποιεσδήποτε απόψεις και να εκφράσουν θα έχουν πολύ μικρή επίδραση για το πώς η χώρα τους κυβερνάται (Coleman, 2005).

Στις μέρες μας το κοινό έχει αποκτήσει καλύτερο μορφωτικό επίπεδο, είναι βεβαιότερο για τις απόψεις του και έχει ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα εμπιστοσύνης για τους πολιτικούς οργανισμούς και τα όργανα (Coleman 2005). Διαπιστώνεται μια γενικευμένη κρίση της πολιτικής νομιμοποίησης που γίνεται εμφανής και με τη μείωση των επιπέδων εμπιστοσύνης σε κυβερνήσεις και άλλους θεσμούς τόσο σε παγκόσμιο¹⁷ επίπεδο όσο και τοπικό (Ευρωπαϊκή Ένωση¹⁸, Ελλάδα¹⁹).

¹⁷ Σύμφωνα με την GlobeScan η οποία διεξήγαγε μια δημοσκόπηση που της ανατέθηκε από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) για το 2005 διαπιστώνει μείωση των επιπέδων εμπιστοσύνης σε κάθε χώρα που μετράται σε διάφορους φορείς (Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς, των Ηνωμένων Εθνών, των εθνικών κυβερνήσεων, των πολυεθνικών εταιρειών, και πολυεθνικών επιχειρήσεων). GlobeScan/World Economic Forum (2006) "Trust in governments, corporations, and global institutions continues to decline" Global Public Opinion Survey
<http://www2.weforum.org/site/homepublic.nsf/Content/Full+Survey+Trust+in+Governments,+Corporations+and+Global+Institutions+Continues+to+Decline.html>. ανάκτηση 10-03-2008

¹⁸ Σύμφωνα με τη eurostat περίπου τα δύο τρίτα των πολιτών της Ευρωπαϊκής ένωσης δεν εμπιστεύεται το εθνικό του κοινοβούλιο και την εθνική του κυβέρνηση. Διαθέσιμο στη, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb69/eb_69_first_en.pdf, ανάκτηση 13.02.2008

¹⁹ Το ποσοστό των Ελλήνων που εμπιστεύονται το Ελληνικό Κοινοβούλιο είναι 46% και την Ελληνική Κυβέρνηση στο 42%. Αξιοπρόσεκτο είναι το γεγονός ότι το ποσοστό αυτό έχει μειωθεί κατά 11% σε σχέση με το αντίστοιχο ποσοστό που παρατηρήθηκε στην αντίστοιχη έρευνα το 2007.
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb69/eb_69_first_en.pdf

2.2 Πολιτική επικοινωνία από τη θεωρία στην πράξη

Τα κόμματα διεξάγουν προεκλογικές - διαφημιστικές εκστρατείες για να αλλάξουν τα αποτελέσματα των εκλογών και τα κριτήρια με τα οποία οι άνθρωποι ψηφίζουν. Οι διαφημιστικές εκστρατείες των υποψηφίων είναι μια σημαντική πηγή πληροφοριών για τις εκλογικές επιλογές που οι ψηφοφόροι αντιμετωπίζουν και εν γένει για τις διαθέσιμες πολιτικές επιλογές. Η συμπεριφοριστική έρευνα σε μια ευρεία ποικιλία των τοποθετήσεων δείχνει ότι η πολιτική διαφήμιση²⁰ έχει μέτρια αλλά σημαντικά αποτελέσματα στις τελικές εκβάσεις των εκλογικών αναμετρήσεων. Η διαφήμιση μπορεί να επιφέρει μια διαφορά, αλλά δεν εμφανίζεται να πείθει τους μεγάλους αριθμούς ψηφοφόρων να αλλάξουν την άποψή τους (Trammell, 2006).

Στο κλασικό τους έργο *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications* ο Kasz & Lazarsfeld υποστήριξαν ότι τα μηνύματα των μέσων μαζικής ενημέρωσης δέχονται μια ακόμα διαμεσολάβηση από τους opinion leader μέσω των οποίων επηρεάζουν τα άτομα του κύκλου τους. Κάτι που σημαίνει ότι τα μέσα δε μεταδίδουν άμεσα τα μηνύματά τους στο κοινό αλλά διαμεσολαβημένα από τις προσωπικές σχέσεις των ατόμων με άτομα που τα επηρεάζουν και εμπιστεύονται την άποψή τους.

Στην εργασία αυτή επιλέχτηκε να χρησιμοποιηθεί ο όρος opinion leaders αντί του όρου διαμορφωτές κοινής γνώμης που είναι η συνηθέστερη ελληνική του μετάφραση, σαν όρος ευρύτερος και περιεκτικότερος. Ο όρος αυτός έχει αμφισβητηθεί από πλήθος επιστημόνων τόσο ουσιαστικά, σαν έννοια, όσο και σαν όρος. Ο Weimann, 1994 έχει προτείνει την αντικατάσταση του με τον όρο «Influentials» όρο που αποδέχονται και οι Keller, & Barry (2003).

Όμως σύμφωνα με τον Lazarsfeld, et all (1944) όπως αναφέρονται από τον Wildernman (1998) η πολιτική διαφήμιση έχει μέτρια έως μικρά αποτελέσματα στη διαμόρφωση των πολιτικών προτιμήσεων των ατόμων. Τα άτομα δε ζουν απομονωμένα αλλά στα πλαίσια

²⁰ Ένα θέμα στη μελέτη της πολιτικής διαφήμισης είναι ο μηχανισμός και ο βαθμός που τα μηνύματα επηρεάζουν τα αποτελέσματα των ψηφοφοριών. Η διαφήμιση μπορεί να σταθεροποιήσει μια αβέβαιη ψήφο (ενίσχυση), μπορεί να υποκινήσει έναν υποστηρικτή για να ψηφίσει (κινητοποίηση), και μπορεί να οδηγήσει έναν ψηφοφόρο στο να αλλάξει την άποψή του (μετατροπή). Αυτή η τυπολογία οφείλεται στους Berelson, Lazarsfeld & McPhee, όπως αναφέρονται από τον Ansolabehere (2004).

κοινωνικών δικτύων που επηρεάζουν και διαμορφώνουν τις απόψεις τους για τον κόσμο. Τα κοινωνικά δίκτυα των ατόμων αποτελούν δραστήρια και δημοφιλή κανάλια πολιτικής πληροφόρησης (Weimann 1994, Kempe et al 2005). Ορισμένα διαρθρωτικά χαρακτηριστικά των κοινωνικών δικτύων (όπως είναι η ομοιογένεια και η πυκνότητα) έχουν ισχυρό αντίκτυπο στη στάση των μελών τους απέναντι σε διάφορα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα. Η ροή της πληροφορίας σ' αυτά τα δίκτυα τείνει να ενδυναμώνει τις προϋπάρχουσες πολιτικές προτιμήσεις μια και τα άτομα προτιμούν – επιλέγουν να εκτεθούν στις πληροφοριακές πηγές με τις οποίες συμφωνούν (Weimann 1994).

Οι πολιτικές προτιμήσεις των ατόμων εξαρτώνται από τα κοινωνικά τους χαρακτηριστικά. Η απόφαση των εκλογέων και η πολιτική τους τοποθέτηση δεν είναι το αποτέλεσμα μιας ατομικής διαδικασίας αλλά συνέπεια της λειτουργίας κοινωνικών διεργασιών. Η πολιτική κοινωνικοποίηση σχηματίζεται, ενισχύεται και επικαιροποιείται μέσω της επικοινωνίας με τους opinion leaders²¹. Σύμφωνα με την άποψη αυτή ως opinion leaders χαρακτηρίζονται άτομα ιδιαίτερα δραστήρια, τα οποία συναντώνται σε κάθε κοινωνική ομάδα και επιδιώκουν να μεταγγίσουν τις απόψεις τους. Τα άτομα αυτά είναι συνήθως πολύ πληροφορημένα για τα θέματα που αφορούν την ομάδα τους και επηρεάζουν το σχηματισμό της γνώμης και των απόψεών τους. Τα περισσότερα άτομα τώρα δε διαμορφώνουν τη γνώμη τους απ' ευθείας από τις πληροφορίες που λαμβάνουν από τα ΜΜΕ αλλά μέσω της επαφής τους με τους opinion leaders του δικού τους κοινωνικού περιβάλλοντος. (Keller και Berry, 2003).

Οι opinion leaders επηρεάζουν με την παροχή συμβουλών και συστάσεων, λειτουργούν ως πρότυπα προς μίμηση για τους άλλους. Η διαδικασία αυτής της πειθούς αποτελεί έναν τρόπο μετάδοσης, μια διαδικασία κατά την οποία οι ιδέες και συμπεριφορές εξαπλώνονται στο κοινωνικό σύνολο κατά την οποία τόσο ο διαμορφωτής αλλά κυρίως ο επηρεαζόμενος αγνοούσε το αποτέλεσμα καθώς δεν είχε πρόθεση την επιρροή. (Weimann, 1994).

Οι διαμορφωτές κοινής γνώμης στο πολιτικό πεδίο είναι πολιτικά ενεργά άτομα. Έρχονται

²¹ Διαφωτιστικός είναι ο ορισμός για τους opinion leader του Mc Cracken, (1998), ως ατόμων τα οποία λόγω, της καταγωγής τους, της ομορφιάς τους, της διασημότητας που έχουν αποκτήσει ή των επιτευγμάτων τους χαίρουν μεγάλης εκτίμησης. Η συμβολή αυτών των ατόμων είναι καθοριστική στη διαμόρφωση και στην καλλιέργεια των υφιστάμενων πολιτιστικών εννοιών, στην ενθάρρυνση για τη μεταρρύθμιση των πολιτιστικών κατηγοριών και αρχών.

σε επαφή με πολύ κόσμο μέσα από τις δραστηριότητές τους σε διάφορες εθελοντικές οργανώσεις και μέσα από τις δουλειές τους. Παίρνουν το λόγο σε συνεδριάσεις, συμμετέχουν σε συζητήσεις, παρακολουθούν στενά την πολιτική επικαιρότητα στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και συχνά συζητούν το περιεχόμενο των μέσων μαζικής επικοινωνίας με άλλους ανθρώπους. Η γνώμη τους για τις τρέχουσες πολιτικές υποθέσεις ζητείται συχνά και επίσης συχνά, προσπαθούν να επηρεάσουν τις γνώμες των άλλων ανθρώπων (Weimann,1994).

Οι Keller και Berry (2003) υποστηρίζουν ότι μπορεί να χαρακτηριστεί ως opinion leader δηλαδή ενεργός και με ισχυρή επιρροή στο πολιτικό σύστημα ο πολίτης που μέσα στον τελευταίο χρόνο έχει συμμετάσχει σε τουλάχιστον τρεις ή και περισσότερες δραστηριότητες από μια λίστα 12 δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει τις εξής:

-Στείλατε επιστολή σε κάποια εφημερίδα ή τηλεφωνήσατε σε κάποια ζωντανή τηλεοπτική ή ραδιοφωνική εκπομπή για να πείτε την άποψή σας./- Συμμετείχατε σε κάποια τοπική επιτροπή./ -Έχετε στείλει επιστολή σε κάποιον πολιτικό, τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο./ -Παρείχατε βοήθεια σε κάποιο πολιτικό γραφείο./- Έχετε πάρει μέρος σε οποιαδήποτε πολιτική συνάντηση, ομιλία ή συμμετείχατε σε κάποια πολιτική διαμαρτυρία./- Εκφωνήσατε κάποιο λόγο./-Έχετε πάρει μέρος σε κάποια δημόσια συνάντηση για τοπικά ζητήματα ,πχ. σύλλογος γονέων, δημοτικές συνελεύσεις κλπ./ -Εργαστήκατε για κάποιο πολιτικό κόμμα./ -Υπηρετήσατε σαν υπάλληλος για κάποια ομάδα ή οργάνωση./- Είστε ενεργό μέλος σε ομάδα η οποία έχει σαν στόχο να επηρεάσει με οποιονδήποτε τρόπο τις κυβερνητικές ή δημόσιες πολιτικές αποφάσεις./ -Υπογράψατε κάποια διαμαρτυρία. (Signed a petition)/- Γράψατε κάποιο άρθρο για περιοδικό ή εφημερίδα.

2. 3 Net και πολιτική (επικοινωνία)

Η τεχνολογία αποτελεί μια θεμελιώδη διάσταση κοινωνικής αλλαγής. Οι κοινωνίες εξελίσσονται και διαμορφώνονται μέσω μιας πολύπλοκης διάστασης πολιτισμικών, οικονομικών και τεχνολογικών παραγόντων. Το είδος της τεχνολογίας που αναπτύσσεται σε μια κοινωνία διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό τα χαρακτηριστικά της και το αντίστροφο. Ο Tuomi (2006) επισημαίνει ότι η καινοτομία είναι συνυφασμένη με την κοινωνική αλλαγή, και ότι οι καινοτομίες για να αναδυθούν και να γίνουν κατανοητές έχουν ληφθεί μέσα από την ουσιαστική τους χρήση στην κοινωνική πρακτική. Η κατασκευή της

τεχνολογίας προαπαιτεί την κατασκευή της έννοιάς της άρα η νέα τεχνολογία είναι κάτι πολύ περισσότερο από μια βελτίωση της λειτουργικότητας. Η καινοτομία δεν συμβαίνει "εκεί έξω" αποκλειστικά στον κόσμο των αντικειμένων, αλλά στην κοινωνία και στο μυαλό. Ως αποτέλεσμα, η καινοτομία και η τεχνολογική αλλαγή μπορεί να μελετηθεί μόνο ως φαινόμενο που συμβαίνει μέσα στην οικολογία των κοινοτήτων. Η συγκρότηση του κοινωνικού χώρου μέσω των σύγχρονων καινοτόμων τεχνολογιών και ο διαχωρισμός του από το φυσικό τόπο, ξεκίνησε με την ανακάλυψη του τηλέγραφου, λόγω της δυνατότητας που πρόσφερε για επικοινωνία, με τη μετάδοση μηνυμάτων ανάμεσα σε μακρινές αποστάσεις σε χρόνο μηδέν.

Τα τεχνικά χαρακτηριστικά του διαδικτύου και οι δυνατότητες που προσφέρουν όπως η ευκολία και το χαμηλό κόστος πρόσβασης, η αποδέσμευση από το χρόνο και τον τόπο έχουν προσφέρει νέες δυνατότητες όσον αφορά την επικοινωνία μεταξύ ατόμων και ομάδων. Η εφαρμογή της τεχνολογίας του διαδικτύου στην επικοινωνία έχει ανοίξει μια μεγάλη συζήτηση όσον αφορά τις επιπτώσεις της στις σχέσεις μεταξύ πολιτών, πολιτών – κράτους, και στο είδος της επικοινωνίας που τους δίνεται η δυνατότητα να αναπτύξουν. Ένα καινούργιο μέσο εισάγεται και γεννάει αρχικά πλήθος προσδοκιών Το διαδίκτυο εφοδιάζει τα άτομα με έναν επικοινωνιακό χώρο όπου μπορεί να ανθίσει ο διάλογος προσφέρει στα άτομα δυνατότητες για συμμετοχή στην πολιτική που δεν μπορούν να βρουν στην καθημερινή τους ζωή.(Stromer-Galley, 2003) Το γεγονός ότι ποικίλα κοινωνικά κινήματα, όπως το περιβαλλοντικό, το εργατικό, το γυναικείο, το κίνημα για τα ανθρώπινα δικαιώματα και άλλα κινήματα θρησκευτικά, εθνικιστικά κ.ά. βρίσκουν στον κυβερνοχώρο έναν χώρο ιδανικό για να αρθρώσουν τον πολιτικό τους λόγο (Castells, 2005), για πολλούς φαντάζει ως η αφετηρία για τη ριζική αλλαγή του πολιτικού διαλόγου.

Το διαδίκτυο έχει αυτά τα χαρακτηριστικά ώστε να μπορεί να αποτελέσει θεμέλιο λίθο στην οικοδόμηση του παγκόσμιου δικτύου της οριζόντιας επικοινωνίας . Δίκτυα τα οποία περιλαμβάνουν διαδραστικές και πολυμορφικές ανταλλαγές, τόσο σύγχρονων όσο και ασύγχρονων, μηνυμάτων από πολλούς σε πολλούς. (Castels, 2007)

Η οικειοποίηση του όρου «δημόσια σφαίρα» από τους υπάρχοντες θεσμούς και τα απογοητευτικά αποτελέσματα της λειτουργίας αυτών, σύμφωνα με τον Poster (1995), προβάλλει την ανάγκη αναζήτησης νέων μέσων και νέων κανόνων διαμόρφωσης των πολιτικών σχέσεων. Στόχος αυτής της αναζήτησης είναι η δημοκρατία να προσφέρει χώρο για την έκφραση νέων απόψεων, να ενδυναμώνει τη συμμετοχή των έως σήμερα

αποκλεισμένων ομάδων και να είναι σε θέση να εκπληρώσει τις προσδοκίες για ελευθερία, δικαιοσύνη και ισότητα των πολιτών. Ο κυβερνοχώρος συνιστά ένα χώρο προσωπικής έκφρασης, τρέφει (δικαιολογημένα) ελπίδες ότι με τη συνδρομή του στο χώρο της πολιτικής θα δημιουργηθούν οι απαραίτητες προϋποθέσεις για την ενσωμάτωση των ιδανικών του αιτίου, του κριτικού λόγου, της λογικής σκέψης, του επιχειρήματος και της συζήτησης στο δημόσιο διάλογο, με έναν καινοτόμο τρόπο.

Η αναδιάταξη της δημόσιας σφαίρας είναι μια ανοιχτή επίκαιρη και εν εξελίξει διαδικασία, ένα ανοικτό πρόβλημα η έκβαση του οποίου επηρεάζεται από τις τρέχουσες αναζητήσεις συγκρούσεις και μετασχηματισμούς τόσο στην τεχνολογία όσο και στην οικονομία και την πολιτική. Ο χαρακτήρας της νέας δημόσιας σφαίρας θα καθορισθεί, μεταξύ άλλων, από την επίδραση της παγκοσμιοποίησης σε πολιτικό και πολιτιστικό επίπεδο, την διείσδυση του διαδικτύου και την επίσπευση της διαδικασίας της εξατομίκευσης. (Δεμερτζής, 2002)

Για τα νέα κοινωνικά κινήματα, το Ίντερνετ παρέχει το απαραίτητο υπόβαθρο για τη δημιουργία και τη συμμετοχή σε δημόσια συζήτηση, και τελικά λειτουργεί ως το πλέον προσβεβλημένο πολιτικό όπλο. (Castels, 2007)

Από την άλλη σύμφωνα με τον Wolton, (2005) η κυριαρχία της πληροφορικής και των νέων τεχνικών μέσων της πληροφορικής δεν έχει ακόμα επιφέρει ριζικές αλλαγές στον τύπο από την άποψη του περιεχομένου αλλά και του ρόλου του. Κάτι που κάνει εμφανές ότι μια τεχνική καινοτομία, όσο ισχυρή και να είναι, δεν επιφέρει, αυτομάτως, μια βαθιά αλλαγή του περιεχομένου και των δραστηριοτήτων. Στο πλαίσιο των εκλογών και της χάραξης πολιτικής, πρέπει να γίνει κατανοητό ότι η νέα τεχνολογία της πληροφορικής δεν υπάρχει σε ένα κενό όσον αφορά τους παλαιότερους τρόπους επικοινωνίας και πειθούς. Οι σύγχρονες τεχνολογίες πληροφοριών του Ιστού, του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, του άμεσου μηνύματος, και των διάφορων σύγχρονων και ασύγχρονων μεθόδων πολλών χρηστών και περιβαλλόντων χρησιμοποιούνται παράλληλα με το παραδοσιακό ταχυδρομείο την αποστολή fax καθώς επίσης την τηλεόραση και το ραδιόφωνο, για να μην αναφέρουμε τα τηλέφωνα, τα δίκτυα των εθελοντών, και τις προσωπικές δραστηριότητες των μεσαζόντων και άλλων πολιτικών επαγγελματιών.

Σύμφωνα με τον Bimber, (2001) στην αμερικανική περίπτωση, η οποία είναι και περισσότερο μελετημένη μέχρι σήμερα, η εκτεταμένη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας πληροφοριών στην πολιτική έχει συμπληρώσει, και όχι αντικαταστήσει, τα προϋπάρχοντα

μέσα, την ταχυδρομική αποστολή, την τηλεόραση, και άλλους παραδοσιακούς τρόπους επικοινωνίας.

Εν συντομία οι νέες τεχνολογίες της πληροφορίας ενισχύουν τις ήδη υπάρχουσες δυνατότητες για την επικοινωνία και την κινητοποίηση περισσότερων ανθρώπων μέσα σε σύντομο χρόνο και με σημαντικά μικρότερο κόστος. Γενικά θα λέγαμε ότι έχουν ευρεία χρήση από τους πολιτικούς δρώντες καθώς συντελούν στην ευαισθητοποίηση στην κινητοποίηση και στο συντονισμό συζητήσεων και δράσεων (Kavanough et all, 2006).

Η διαμεσολάβηση της επικοινωνίας στην σύγχρονη εποχή, η οποία καταλαμβάνει ολοένα και περισσότερο χώρο έναντι της προσωπικής επικοινωνίας, διαμορφώνει όχι μόνο το περιεχόμενο της επικοινωνίας των ανθρώπων, αλλά και την ίδια την πολιτική και την ποιότητα ζωής. Ο πολίτης σήμερα βρίσκεται μπροστά σε μια υπερπροσφορά πληροφοριών, σε έναν πληθωρισμό που τον κατακλύζει και δεν γνωρίζει τι να πρωτοδιαλέξει μέσα στον περιορισμένο χρόνο που διαθέτει για αφομοίωση, έχοντας να αντιμετωπίσει και την ταχύτητα με την οποία εναλλάσσονται τα γεγονότα.

Σύμφωνα με την Blood, (2002a) ο λόγος για τον οποίο δημιουργήθηκαν τα μπλογκ και έγιναν τόσο άμεσα δημοφιλή είναι η μεγάλη ανάπτυξη του διαδικτύου. Καθώς το δίκτυο και οι πληροφορίες που αποθηκεύονταν σ' αυτό αυξάνονταν με ραγδαίους ρυθμούς, γινόταν σταδιακά όλο και πιο δύσκολη και χρονοβόρα η ανεύρεση χρήσιμης πληροφορίας μέσα σ' αυτό. Η συνεισφορά των μπλογκ είναι στο ότι φιλτράρουν τη διαθέσιμη πληροφορία έτσι ώστε να διευκολύνουν την πρόσβαση σ' αυτήν και από λιγότερο εξοικειωμένους χρήστες παρέχοντας εξατομικευμένη βάση άντλησης πληροφοριών. Παρέχουν ανάλυση σε βάθος των θεμάτων με τα οποία καταπιάνονται. Μέσω των υπερσυνδέσεων ενισχύουν την αναγνωσιμότητα των παραδοσιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης ενώ ταυτόχρονα προωθούν την ανάδειξη εναλλακτικών οπτικών της πραγματικότητας. (Blood, 2002a).

2.3.1 Μπλογκ (Περιγραφή Ιστορική αναδρομή)

Στη γλώσσα μας ο όρος που έχει επικρατήσει, σαν ακριβής μεταφορά του όρου, για να περιγράψει αυτή την εφαρμογή και πρακτική είναι ο όρος ιστολόγιο²². Σύνθετη λέξη που

²²<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%BB%CF%8C%CE%B3%CE%B9%CE%BF> ανάκτηση 11-11-07

προήλθε από τη συνένωση των λέξεων «ιστός» -ή κατά άλλους «ιστοσελίδα» - και «ημερολόγιο».

Στην παρούσα εργασία επελέγη να χρησιμοποιηθεί η αγγλική λέξη blog, γραμμένη με ελληνικούς χαρακτήρες –μπλογκ- και τα παράγωγα αυτής: μπλόγκινκ , μπλοκόσφαιρα,... Η λέξη «μπλογκ» προτιμήθηκε για πολλούς λόγους. Αρχικά στην κατάρτιση του ερωτηματολογίου επιλέχθηκε αυτός ο όρος γραμμένος με λατινικούς χαρακτήρες (blog), για λόγους οικονομίας, σαφήνειας, αποφυγής παρεξηγήσεων και ασαφειών. Ο όρος αυτός είναι και στη χώρα μας ο συχνότερα χρησιμοποιούμενος άρα και ο ευρύτερα γνωστός τόσο μεταξύ των αναγνωστών όσο και των ίδιων των μπλόγκερ. Τον όρο αυτό επιλέγουν τα ΜΜΕ στις αναφορές τους στην πρακτική αυτή. Η υιοθέτηση του όρου «ιστολόγιο» αποφεύχθηκε στο ερωτηματολόγιο με το σκεπτικό ότι οι μη εξοικειωμένοι χρήστες, αναγνώστες ή και δημιουργοί, πιθανόν να μην αναγνώριζαν τον ελληνικό όρο. Για να είναι το κείμενο της εργασίας σε συμφωνία με το ερωτηματολόγιο και για λόγους ομοιομορφίας προτιμήθηκε ο αγγλικός όρος που ούτως ή άλλως έχει επικρατήσει παγκοσμίως και πολιτογραφήθηκε ελληνικά .

Η έννοια μπλογκ²³ ξεκίνησε να σχηματοποιείται γύρω στα μέσα της δεκαετίας του '90 από την κοινότητα των χρηστών του Ίντερνετ που διατηρούσαν ιστοσελίδες (οι οποίες τότε ήταν αρκετά δύσκολο να ανανεώνονται σε συχνή βάση) για να περιγράψει μια καινοτόμο πρακτική ανανέωσης τους με χρονολογημένες και σύντομες εγγραφές που συνήθως περιείχαν σχόλια και υπερσυνδέσμους (links) προς άλλες ενδιαφέρουσες ιστοσελίδες - Wed sites. Η πρακτική αυτή σύντομα έγινε αρκετά δημοφιλής, συνέχισε όμως να αφορά άτομα που διέθεταν υψηλού επιπέδου γνώσεις προγραμματισμού (Zuckerman,2005). Η παρουσία των μπλογκ έγινε αισθητή στο τέλος της δεκαετίας του 90, όταν αρκετές εταιρίες ανέπτυξαν πλατφόρμες στις οποίες ο οποιοσδήποτε μπορούσε εντελώς δωρεάν και με ελάχιστες έως και καθόλου γνώσεις προγραμματισμού να δημιουργήσει μέσα σε λίγα λεπτά ένα δικό του μπλογκ, ένα website δηλαδή που χαρακτηρίζεται όμως από μια

²³ Ο όρος weblog επινοήθηκε από τον Jorn Barget το Δεκέμβρη του 1997 έλκει την προέλευσή του από την συνένωση των λέξεων web και log. Όπου web (ιστός) και log (όρος που χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει μια μεμονωμένη χρονολογημένη εγγραφή, συνήθως σε ημερολόγια καταστρώματος). Οι δύο όροι αρχικά εμφανίζονταν μαζί. Η συντόμευση του όρου σε blog οφείλεται σε αστεϊσμό όταν κάποιος έσπασε τη λέξη weblog σε δύο we και blog. Η διατύπωση αυτή υιοθετήθηκε πολύ σύντομα από πολλούς άλλους μπλόγκερ, επικρατώντας τελικά. . (Wortham 2007) (Tremayne, 2007)

αρκετά συγκεκριμένη φόρμα (Zuckerman, 2005).

Από τότε τα μπλογκ έχουν πολλαπλασιαστεί και από 50 το 1999 έφτασαν τα 15.5 εκατομμύρια το Φλεβάρη του 2007 σύμφωνα με τον Utter, (2007). Εντυπωσιακός είναι ο ρυθμός αύξησης τους καθώς και η εξάπλωση τους σ' όλον τον πλανήτη. Αποτελούν ένα πραγματικά παγκόσμιο φαινόμενο. Σύμφωνα με έρευνα του technorati²⁴ το 2008 ανιχνεύτηκαν ενεργά μπλογκ γραμμένα σε 81 γλώσσες. Η χώρα μας δεν αποτελεί εξαίρεση. Σύμφωνα με τα αρχεία του Sync.gr 13.000 μπλογκ ήταν ενεργά στις αρχές του καλοκαιριού του 2007, τα οποία έφτασαν τα 34.543²⁵ στις 06-10-08 και στις 11.11.2008 στα 37.326 για να φτάσουν στις 39.374 στις αρχές του 2009. Σύμφωνα με τα προηγούμενα στοιχεία ο αριθμός των Ελληνικών μπλογκ διπλασιάζεται κάθε χρόνο. Σύμφωνα με έρευνα του Sync²⁷ αντίστοιχη αύξηση υπάρχει και στον αριθμό των άρθρων που δημοσιεύονται. Έτσι ο μέσος όρος άρθρων ανά μήνα (για το 2007) ήταν 65.550 ενώ ο μέσος όρος άρθρων ανά μήνα (για το 2008) ήταν 110.354. Η αυξητική αυτή τάση είναι σε διαρκή εξέλιξη. Σύμφωνα με στοιχεία της προηγούμενης έρευνας νέα μπλογκ συνεχίζουν να δημιουργούνται με αμείωτο ρυθμό. Καταχωρούνται κάθε μέρα, στη χώρα μας κατά μέσο όρο, περισσότερα από 30 νέα μπλογκ.

Μπλογκ λοιπόν είναι η ιεράρχηση των κειμένων, εικόνων, αντικειμένων και δεδομένων, τοποθετημένων σε αντίστροφη χρονολογική σειρά, που μπορούν να προβληθούν σε ένα πρόγραμμα περιήγησης HTML (Blood, 2002a, 2002b Cohen, & Krishnamurthy, 2006, Winer, 2003, Moor, & Efimova, 2004) ή πιο απλά Μπλογκ είναι δικτυακοί τόποι που ανανεώνονται συχνά με δημοσιεύσεις, τοποθετημένες με αντιστροφή χρονολογική σειρά. (Blood, 2002a, 2002b, Tremayne, 2007).

Τα μπλογκ μπορεί να πει κανείς πως είναι "καταχωρησιο-κεντρικά" – η καταχώρηση είναι η βασική μονάδα τους – και όχι "σελιδο-κεντρικά" όπως συμβαίνει με τα πιο παραδοσιακά Wed sites (Gumbrecht, 2004).

Από την άποψη της χρήσης, κεντρικό σημείο στο πρωτότυπο μπλογκ είναι οι συνδέσεις

²⁴ Πηγή: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogsphere/>

²⁵ <http://blogs.sync.gr/> ανάκτηση 06.10.2008

²⁶ <http://blogs.sync.gr/> ανάκτηση 11-11-2008

²⁷ http://blogs.sync.gr/survey2008/files/sync_survey_08.pdf ανάκτηση 27.03.2009

(links) με άλλες ενδιαφέρουσες τοποθεσίες (ή άλλα μπλογκ) στον Ιστό. Τα μπλογκ συνδέονται με άλλα Web sites, άλλα μπλογκ ή άλλους δικτυακούς τόπους μέσω των συνδέσμων (links) που παρουσιάζονται στην πλευρική τους μπάρα ως αναπόσπαστο μέρος τους και που παίζει το ρόλο κατά κάποιο τρόπο του site navigation είτε που είναι ενταγμένα στο σώμα των δημοσιεύσεων (Tramayne, 2007, Key, 2007). Αυτή είναι η πρώτη φορά που στο διαδίκτυο υπάρχουν εφαρμογές με βασικό χαρακτηριστικό τους συνδέσμους (links). Δηλαδή κάποιος στήνει μια εφαρμογή που αντλεί τη δύναμή της και την αξιοπιστία της από τις «πόρτες» που ανοίγει στους επισκέπτες να βγουν έξω από αυτήν από τη διασύνδεση της εφαρμογής του με άλλες. Σε πολλές περιπτώσεις προτείνει ή και παροτρύνει τους επισκέπτες του να «βγουν» έξω από το μπλογκ του, που αποτελεί τον προσωπικό του χώρο στο νετ, για να ελέγξουν τις παρεχόμενες πληροφορίες ή να λάβουν μέρος στη γενικότερη συζήτηση επί του θέματος.

Τα μπλογκ είναι κατά βάση θεματικά. Περιλαμβάνουν σχόλια για τα τρέχοντα γεγονότα ενός συγκεκριμένου τομέα ή μια σειρά προσωπικών συλλογισμών για ένα οποιασδήποτε φύσης θέμα. Έχουν τη δυνατότητα να ασχολούνται με την πολιτική ή την τεχνολογία, ή και να παραπέμπουν στις εργασίες και τα προϊόντα άλλων ανθρώπων (Gumbrecht, 2004).

Τα μπλογκ μπορεί να είναι προσωπικά ή ομαδικά (να έχουν γραφτεί από έναν ιδιοκτήτη ή περισσότερα μέλη-ιδιοκτήτες του μπλογκ και είναι δυνατόν να είναι προϊόν σταχυολόγησης πληροφοριών από άλλα site ή πηγές) έχουν όμως μία και μοναδική δημόσια ηλεκτρονική διεύθυνση (url). Καθένας είναι σε θέση να επέμβει σε μικρό ή μεγαλύτερο βαθμό (ανάλογα με τις τεχνικές του δεξιότητες) στην εμφάνιση και τις λειτουργίες του μπλογκ του. Σύμφωνα με την Blood (2002b) πλεονεκτήματα των μπλογκ αποτελούν τα χαρακτηριστικά τους που τα διαφοροποιούν τόσο από τα Web sites όσο και από τα MME, παραδοσιακά και ηλεκτρονικά.

Η σημαντικότερη, ίσως, διαφορά ανάμεσα στα μπλογκ και τις άλλες δικτυακές εφαρμογές είναι η δικτύωση που αυτά επιτρέπουν στους δημιουργούς τους, μέσα από τους συνδέσμους. Αυτές οι λειτουργίες της μεταξύ τους διασύνδεσης είναι που τα διαφοροποιούν και σμιλεύουν τον χαρακτήρα τους και μας επιτρέπουν να μιλάμε για τη δημιουργία και λειτουργία της μπλογκο-σφαιρας. (Drenzen & Farrell 2008, Cohen, & Krishnamurthy, 2006. Paquet & Pearson 2004). Σύμφωνα με τον Tremeyne (2007) ως μπλογκό-σφαιρα ορίζεται το σύνολο των μπλογκ και οι μεταξύ τους δεσμοί που τα συνδέουν. Η μεταφορά αυτή έλκει την προέλευσή της και αποτελεί μια ευθεία αντιστοιχία

της δημόσιας σφαίρας όπως αυτή παρουσιάστηκε από τον Habermas. Οι λειτουργίες των μπλογκ που μας δίνουν τη δυνατότητα να μιλάμε για τη σύσταση της μπλογκό-σφαιρας ως μιας νέας δημόσιας σφαίρας, που διευρύνει την ήδη υπάρχουσα, είναι:

Η δυνατότητα σχολιασμού της κάθε εγγραφής συνήθως από οποιονδήποτε (comments), κάτι που επιτρέπει την αλληλεπίδραση μεταξύ των μπλόγκερ και την ανάπτυξη δεσμών μεταξύ των αναγνωστών και των δημιουργών τους. Τα σχόλια στα μπλογκ δίδουν προστιθέμενη αξία καθώς πλουτίζουν τη διεξαγόμενη συζήτηση.

Το γεγονός ότι κάθε μεμονωμένη εγγραφή έχει μοναδική και ξεχωριστή διεύθυνση (permalinks) στην οποία μπορεί κανείς να απευθυνθεί εστιάζοντας στο περιεχόμενο μιας συγκεκριμένης ιδέας και όχι στον παραγωγό της, στο μπλογκ δηλαδή ως σύνολο.

Η δυνατότητα εντοπισμού των παραπομπών και άρα των συζητήσεων που γεννά κάποια συγκεκριμένη εγγραφή από την πλευρά του δημιουργού (Trackbacks). (Cohen, & Krishnamurthy, 2006, Winer, 2003, Paquet & Pearson 2004, Kaye, 2007, Gumbrecht, 2004).

Αυτές είναι οι εφαρμογές που επιτρέπουν στα μπλογκ τη μεταξύ τους σύνδεση, αναζήτηση, και πλοήγηση. Τα μπλογκ προσαρμόζονται στην τεχνολογία του διαδικτύου έτσι ώστε να επιτρέπεται η άμεση, συχνή ενημέρωση και επικοινωνία μέσω των πληροφοριών, που αφορούν γεγονότα, προσωπικά ενδιαφέροντα, σκέψεις, και ειδήσεις. Τα μπλογκ επιτρέπουν τη δημιουργία μιας δικτυακής συνομιλίας που είναι εγγράψιμη στο διαδίκτυο, και εύκολα αναζητήσιμη από τις μηχανές αναζήτησης. Με εκατομμύρια δημοσιεύσεις, τα μπλογκ προσφέρουν έναν νέο τρόπο για επικοινωνία. Η εφαρμογή αυτή παρουσιάζει πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλες μορφές δημοσίευσης περιεχομένου, όπως e-mail, φόρουμ, τα wikis καθώς και sites. Καθώς η φύση των μπλογκς επιτρέπει τον προσδιορισμό θεματικών και την επικοινωνία των ατόμων σε συγκεκριμένες περιοχές ενδιαφέροντος. Τα εργαλεία αυτά δίνουν τη δυνατότητα για τη δημιουργία άμεσων δεσμών συνεργασίας με ένα προσωπικό αρχείο, το οποίο καθιστά ικανούς τους συμμετέχοντες να γνωρίζουν ο ένας τον άλλον με πολυδιάστατους τρόπους, γιατί δεν υπόκειται στον περιορισμό του θέματος. (Herring et al., 2005, Winer, 2003, Kaye, 2007)

Τα μπλογκ εφοδιάζουν τους συγγραφείς με έναν προσωπικό επικοινωνιακό χώρο που έχει άμεση πρόσβαση στο δημόσιο χώρο. Σαν αποτέλεσμα αυτού του γεγονότος σε κάθε δεδομένη χρονική στιγμή ο μπλόγκερ μετέχει σε δύο τύπους διαλόγου: σε διάλογο με τον

εαυτό του και σε διάλογο με τους άλλους.(Efimova, 2004).

Η Blood (2002a,2002b) διακρίνει τρεις βασικούς τύπους μπλογκ: τα φίλτρα²⁸, τα προσωπικά περιοδικά, και τα προσωπικά ημερολόγια. Το περιεχόμενο των φίλτρων προέρχεται από τον ιστό, από τον εξωτερικό δηλαδή χώρο (την επικαιρότητα, τις ειδήσεις τοπικές ή παγκόσμιες καθώς και άλλα εξωτερικά από τον διαχειριστή του γεγονότα). Το περιεχόμενο προσωπικού περιοδικού είναι εσωτερικό (παράγεται από τον ίδιο τον μπλόγκερ, τις δικές του σκέψεις, τα έργα του και τις εμπειρίες του) και τα ημερολόγια μπορούν να περιέχουν υλικό και από τα δύο προαναφερθέντα είδη.

Σύμφωνα με τον Tremayne (2007) ο όρος χρήση μπλογκ είναι ο όρος που θεωρείται δόκιμος για να περιγράψει την πράξη της ανάγνωσης μπλογκ. Σε ευθεία αναλογία με όλες τις εφαρμογές διαδικτύου, όπου οι παλαιές διακρίσεις μεταξύ αποστολέα και παραλήπτη θέτονται υπό αμφισβήτηση η διάκριση μεταξύ συγγραφέα και αναγνώστη αμφισβητείται και εδώ. Στην πλειοψηφία των μπλογκ οι αναγνώστες έχουν την δυνατότητα και μάλιστα ενθαρρύνονται να υποβάλουν τις παρατηρήσεις τους σε απάντηση των αρχικών θέσεων του συγγραφέα. Αυτό, επίσης, δικαίως θεωρείται χρήση του μπλογκ.

²⁸Ο όρος φίλτρο σύμφωνα με την Kaye 2007 ως στόχο να περιγράψει την διαδικασία που ακολουθούν κάποιοι μπλόγκερ, να προβάλλουν μέσα από τα μπλογκ του κάποια θέματα ενώ κάποια άλλα τα αγνοούν

3 Μπλογκ και πολιτική

Τα μπλογκ άρχισαν να αποκτούν πολιτική χροιά από την αρχή της εμφάνισής²⁹ τους καθώς δε λειτουργούν σαν ψηφιακές μορφές έντυπου υλικού, φυλλάδια- εφημερίδες, αλλά ενσωματώνουν με εποικοδομητικό τρόπο τις ποικίλες δυνατότητες του Ίντερνετ για αλληλεπίδραση. Επιτρέπουν την αλληλεπίδραση:ενός χρήστη με άλλον χρήστη, ενός χρήστη με ένα κείμενο και ενός χρήστη με το σύστημα. (Stromer-Galley 2003) Οι δυνατότητες αυτές διευκολύνουν την άρθρωση του πολιτικού διάλογου, καθώς με τη διαδραστικότητα που επιτρέπουν, μπορούν να ενσωματώσουν ενεργά περισσότερους πολίτες σ' αυτόν. Τα μπλογκ πληρούν τις προϋποθέσεις για να αποτελέσουν μέσο ενθάρρυνσης και προώθησης της πολιτικής συμμετοχής και της συνειδητοποίησης των δημοκρατικών πολιτών. Δίνουν τη δυνατότητα στους πολίτες να μάθουν με εποικοδομητικό τρόπο μέσα από αυτά να αρθρώνουν πολιτικό λόγο και να συμμετέχουν στη διαμόρφωση πολιτικής, αξιολογώντας θετικά ή αρνητικά και προτείνοντας, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση πολιτικής από κάτω προς τα πάνω.(Bouting, 2004). Τα μπλογκ μπορούν να διαμορφώσουν μια πιο υπεύθυνη στάση των εκλεγμένων αντιπροσώπων, και να αυξήσουν τη διαφάνεια των πολιτικών δομών. Μπορούν να γίνουν ένα εργαλείο ικανό να δομήσει έναν αποτελεσματικό διάλογο μεταξύ του εκλογικού σώματος και των εκλεγμένων αντιπροσώπων του. (Bouting, 2004, Murnane, 2006 Gillmor, 2006)

Σύμφωνα με την Murnane (2006) Τα πολιτικά μπλογκ μπορεί να εμπίπτουν σε πέντε (5) κατηγορίες οι οποίες ορίζονται σε σχέση με το ποιος είναι ο υπεύθυνος του και ποια είναι η θεματική του. Αυτές είναι: **Εθνικά πολιτικά μπλογκ**, που αναφέρονται στην εθνική πολιτική σκηνή και έχουν ένα εθνικό ακροατήριο. **Κομματικά μπλογκ** (Ρεπουμπλικανικό / Δημοκρατών), **Μπλογκ πολιτικών αξιωματούχων** οι περισσότεροι πολιτικοί έχουν δημιουργήσει και επίσημη εκστρατεία στο Web και ορισμένοι έχουν μετατραπεί σε

²⁹ Λίγο πριν το 1999, κατά τη διάρκεια του πολέμου του Κοσόβου. Ένας ιστοχώρος που οργανώθηκε από το Ίδρυμα για τον Πόλεμο και την Ειρήνη, άρχισε να εκθέτει τα σχόλια οργής και απογοήτευσης απλών πολιτών. Εκεί εμφανίζονταν σχόλια όπως «Τα οπλισμένα άτομα που φορούν τις μαύρες μάσκες και τα μπλε κράνη ήρθαν και μας είπαν αυτά τα λόγια ακριβώς – πρέπει να φύγετε». Αυτό αποτέλεσε ένα από τα πρώτα εντυπωσιακά παραδείγματα μιας νέας ελευθερίας έκφρασης των πολιτών και ξεπεράσματος της λογοκρισίας. (Zuckerman,2005)

μπλόγκερ. **Μπλογκ Υποψήφιων και Τοπικά πολιτικά μπλογκ**³⁰, που λειτουργούν από εκείνους που θέλουν να συμμετέχουν στην πολιτική συζήτηση, που θέλουν να έχουν λόγο στις πολιτικές εξελίξεις των κοινοτήτων τους, να μοιραστούν τις γνώσεις, τις ιδέες, τις αξίες, τα πάθη και να γνωστοποιήσουν, πολιτικά, και νομοθετικά θέματα και τις επιπτώσεις αυτών των αποφάσεων στις τοπικές τους κοινότητες. Αντίστοιχες κατηγορίες έχουν αναπτυχθεί και στην χώρα μας. Μια άλλη κατηγορία αμιγώς πολιτικών μπλογκ που γνωρίζει ανάπτυξη στην Ελλάδα είναι αυτά των συνδικαλιστικών παρατάξεων³¹.

Οι Herring et all, (2004) προτείνουν σαν ιδανικό ορισμό της πολιτικής μπλόκο-σφαίρας ένα ηλεκτρονικά συνδεδεμένο δίκτυο από πολιτικά μπλογκ τα οποία χρησιμοποιούνται για να εκφράσουν και να διακινήσουν απόψεις. Οι πληροφορίες αυτές συνθέτονται και συνδέονται με καινοτόμους τρόπους ελέγχοντας με τον τρόπο αυτό το περιεχόμενο και τις λειτουργίες των MME. Ο δημόσιος διάλογος και η αντιπαράθεση πάνω σε δημόσια θέματα που λαμβάνει χώρα στο πλαίσιο τους, προσφέρει ενημέρωση στους διαμορφωτές δημόσιας γνώμης. Με άλλα λόγια τα πολιτικά μπλογκ είναι χώροι όπου οι απόψεις εκφέρονται και συζητούνται, όπου οι ειδήσεις φιλτράρονται, φωτίζονται και σχολιάζονται τα γεγονότα ελέγχονται και για αυτό οι πολιτικοί και τα MME τα λαμβάνουν σοβαρά υπό όψιν τους.(Herring et all, 2004)

Σύμφωνα με Kavanaugh, et all (2006) τα μπλογκ παρέχουν περισσότερες ευκαιρίες και επεκτείνουν τις δυνατότητες των παραδοσιακών τρόπων επικοινωνίας ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και λιστών συζητήσεων. Λειτουργώντας σαν εργαλεία τα

³⁰ Τοπικά πολιτικά μπλογκ έχουν δημιουργηθεί και στη χώρα μας πλήθος. Η πρακτική αυτή ενισχύεται από τους τοπικούς Aggregators (Συναθροιστές) που διευκολύνουν την παρακολούθηση και αλληλεπίδραση των ιστολόγων που αναφέρονται σε μια ορισμένη γεωγραφικά ομάδα ανθρώπων, στην ελληνική περίπτωση αυτή η περιοχή είναι ένας νομός τέτοια παραδείγματα είναι οι: <http://www.komotiniblogs.gr>, <http://www.dramablogs.gr/>, <http://www.larissablogs.gr/>, <http://www.argolidablogs.gr/> και πολλά, πολλά άλλα.

³¹ Στη χώρα μας λόγω των ιδιαιτεροτήτων που παρουσιάζει το συνδικαλιστικό κίνημα από την χειραγώγηση του από εξωτερικούς κομματικούς μηχανισμούς παράλληλα με την των ούτως ή άλλως την χαρακτηριστική ιδιότητα τα συνδικαλιστικά πολιτικά μορφώματα να αποτελούν το κύριο μέρος των ομάδων πολιτών, πλείστες συνδικαλιστικές παρατάξεις τελευταία έχουν επωφεληθεί από το νέο αυτό μέσο για να διατυπώσουν τις ιδέες τους, να επικοινωνήσουν με τα μέλη τους, να συντονίσουν και να οργανώσουν πολιτικές δράσεις. (Μαυρογορδάτος, 1988)

οποία διευρύνουν την κοινωνική αλληλεπίδραση, την άτυπη συζήτηση, δίνοντας ευκαιρίες στα άτομα να εκφραστούν και να γίνουν τα ίδια παραγωγοί περιεχομένου. Επειδή το μπλόγκινγκ και τα εργαλεία του είναι εύκολα στο χειρισμό τους και διατίθενται δωρεάν, οι χρήστες μπορούν εύκολα να επικοινωνούν με τους άλλους σε κοινωνικά δίκτυα, στις χωρικά ορισμένες γεωγραφικές τους κοινότητες ή γενικά στο κοινό που ενδιαφέρεται. Τα μπλογκ αντιπροσωπεύουν την αυτο-οργάνωση των κοινωνικών συστημάτων και μπορούν να βοηθήσουν πολλά πρόσωπα: 1) να αλληλεπιδράσουν 2) να μάθουν από τους άλλους ανταλλάσσοντας ιδέες και πληροφορίες, και 3) να επιλύουν συλλογικά τα προβλήματα τους. (Herring et al, 2004)

Με δεδομένο ότι το ποσοστό του πληθυσμού που είναι κοινωνικά και πολιτικά ενεργό (opinion leaders) και δραστήριο το οποίο συμμετέχει στην πολιτική συζήτηση μέσα από ετερογενή και ευρεία κοινωνικά δίκτυα είναι μικρό – τα μπλογκ αποτελούν για τα άτομα αυτά ένα ακόμα κανάλι για τη διάδοση των ιδεών και των διακρίσεων, για τη συγκέντρωση πληροφοριών από τα μέλη του κοινωνικού τους δικτύου και ένα μέσο άσκησης άτυπης επιρροής. (Herring et al, 2004)

Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας χρησιμοποιούν τα μπλογκ καθώς και τις άλλες εφαρμογές του διαδικτύου τόσο για να αντλήσουν υλικό όσο και για να διευρύνουν την επίδραση τους στο κοινό. (Castels, 2007). Η έως τώρα έρευνα αναδεικνύει τη στενή σχέση μεταξύ μπλογκ και δημοσιογραφίας. Σύμφωνα με τους Drenzen, & Farrell, (2008) βασικές πλευρές της πολιτικής διάστασης των μπλογκ αποτελούν η κατανομή των αναγνωστών σε ολόκληρη τη σειρά των μπλογκ καθώς και της αλληλεπίδρασης μεταξύ των σημαντικών μπλογκ και παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης. Κάτω από ειδικές συνθήκες - όταν ειδικά τα κεντρικά μπλογκ επικεντρωθούν σε ένα θέμα της επικαιρότητας μπορούν να κατασκευάσουν μια ατζέντα ή ερμηνευτικό πλαίσιο και να συμβάλουν στη διαμόρφωση της θεματολογίας της πολιτικής συζήτησης παράλληλα με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Σύμφωνα με την έρευνα των Drenzen, & Farrell, (2008) πολλοί δημοσιογράφοι αποδίδουν σημαντική θέση στα μπλογκ διαβάζοντάς τα και αντλώντας από αυτά ειδήσεις ή διατηρώντας οι ίδιοι κάποιο στο οποίο χωρίς τον έλεγχο της σύνταξης μπορούν άμεσα να δημοσιοποιούν τις απόψεις τους. Μέρος της σημασίας που τα κυρίαρχα μέσα μαζικής επικοινωνίας αποδίδουν στα μπλογκ απορρέει από την αντιμετώπισή της μπλόγκινγκ πρακτικής ως εναλλακτικής της δημοσιογραφικής. (Kay, 2007, Gillmor, 2006; Lasica, 2002, 2003; Welch, 2003).

3.1 Προηγούμενη έρευνα για τα μπλογκ

Τα μπλογκ εξαιτίας της δημοφιλίας που έχουν γνωρίσει έως σήμερα έχουν αποτελέσει το θέμα πολλών ερευνών. Η ακαδημαϊκή έρευνα, γύρω από το μπλόγκινγκ ανθεί τα τελευταία χρόνια. Στην ως τώρα έρευνα έχουν χρησιμοποιηθεί πλήθος μεθόδων, ανάλογα με την προς μελέτη διάσταση τους.

Ενδιαφέρουσες έρευνες έχουν διεξαχθεί³² όσον αφορά την αλληλεπίδραση μεταξύ των

³² Σχετικές έρευνες έχουν διεξάγει οι:

Burns, A. (2007), Methodologies for mapping the political blogosphere: An exploration using the Issue Crawler research tool, διαθέσιμο στην:

http://www.firstmonday.org/issues/issue12_5/bruns/index.html#author ανάκτηση 06-11-07

Adar, E.; Adamic, L.A., Web Intelligence, (2005). Proceedings. The 2005 IEEE/WIC/ACM International Conference on Volume , Issue , 19-22 Sept. 2005 Page(s): 207 – 214, διαθέσιμο στην: <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=1517844&isnumber=32502> ανάκτηση: 10-10-08.

K. Ishida. Extracting latent weblog communities: A partitioning algorithm for bipartite graphs, In Proceedings of 2nd Annual Workshop on the Weblogging Ecosystem, (2005)., διαθέσιμο στην: <http://www.blogpulse.com/papers/2005/ishida.pdf>, ανάκτηση 10-10-08

Kemp, C., T. L. Griffiths, T., Tenenbaum. J., (2004) Discovering latent classes in relational data. *Technical Report, MIT CSAIL*, διαθέσιμο στη: <http://web.mit.edu/~ckemp/www/papers/blockTR.pdf>, ανάκτηση 10-10-08

Kleinberg, J., (2002) Bursty and hierarchical structure in streams, In *Proceedings of ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, διαθέσιμο στη: <http://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/bhs.pdf>, ανάκτηση: 10-10-08

law, S., Jerzy, O. and Dawid. S., (2004) Lingo: Search results clustering algorithm based on singular value decomposition, διαθέσιμο στη:

<http://www-idss.cs.put.poznan.pl/~stefan/pub/iipwm-osinski-weiss-stefanowski-2004-lingo.pdf>

ανάκτηση: 10-10-08

Ma, J., and Perkins. S., (2003) Online novelty detection on temporal sequences. In Proceedings of ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining, διαθέσιμο στη: <http://doi.acm.org/10.1145/956750.956828>, ανάκτηση: 10-10-08

Kleinberg, J., (2002) Bursty and hierarchical structure in streams, In *Proceedings of ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, διαθέσιμο στη: <http://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/bhs.pdf>, ανάκτηση: 10-10-08

μπλόγκερ (online interactions between bloggers). Οι έρευνες αυτές αφορούν τη χαρτογράφηση (mapping) των σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ των μπλόγκερ και των δικτύων που σχηματίζονται από τις μεταξύ τους σχέσεις. Βασική παραδοχή όσον αφορά αυτή την άποψη είναι ότι μια κοινότητα στην μπλογκό-σφαιρα δεν αντιστοιχεί μόνο σε ένα θέμα -Πολιτική - στην περίπτωση μας, αλλά και σε μια ιδιαίτερη άποψη (ενοποιητική θέση) για το θέμα, μια κοινή δηλαδή πολιτική τοποθέτηση. Όλα τα μπλογκ που ανεβάζουν άρθρα σχετικά με την πολιτική μπορεί να εμφανίζονται παρόμοια. Ωστόσο, ένας πολιτικός ιστολόγος είναι πιο πιθανό να συνδεθεί με τα μπλογκ που ταιριάζουν με την πολιτική του άποψη. Σχηματίζοντας κοινότητες που αντιστοιχούν σε συγκεκριμένα και διακριτά μεταξύ δίκτυα. (Qamra, et All 2006)

Η ανάλυση περιεχομένου (content analysis) έχει χρησιμοποιηθεί κυρίως για να αναδείξει το προφίλ των μπλόγκερ, τη δομή, το σκοπό, τα είδη των μπλογκ και των θεμάτων με τα οποία καταπιάνονται. Σχετικές έρευνες έχουν διεξάγει οι Lawson-Bordrer και Kirk (2005) αναλύοντας μπλογκ πολιτικών υποψηφίων κατά τη διάρκεια του 2004 και την εκλογή προέδρου στις ΗΠΑ διαπίστωσαν ότι τα μπλογκ ήταν κυρίως τύπος κοινωνικής οργάνωσης, ημερολόγια και εργαλεία για τους υποψηφίους. Οι Trammell, & Keshelashvili, (2005) εισήγαγαν την κατηγορία A-list μπλογκ, προέβησαν σε ανάλυση του περιεχομένου των A-list μπλογκ και διαπίστωσαν ότι τα μπλογκ που είναι γραμμένα από άνδρες είναι συχνότερα μπλογκ - φίλτρα και ότι οι γυναίκες, διατηρούν στις περισσότερες περιπτώσεις μπλογκ τύπου ημερολογίου. Στα ίδια συμπεράσματα κατέληξαν και οι Herring, & Paolillo, (2006).

Μεθόδους ανάλυσης περιεχομένου έχουν επίσης χρησιμοποιήσει για να αναλύσουν τις συνήθειες και τα κίνητρα των μπλόγκερ οι Herring et all (2007), Herring & Scheidt, (2005), Herring et al. (2004) που χρησιμοποίησαν την ανάλυση περιεχομένου ως εργαλείο για να χαρακτηρίσουν τα μπλογκ ως είδος, (Herring, Kouper, et al., 2004). Η Papacharissi

law, S., Jerzy, O. and Dawid, S., (2004) Lingo: Search results clustering algorithm based on singular value decomposition, διαθέσιμο στη: <http://www-idss.cs.put.poznan.pl/~stefan/pub/iipwm-osinski-weiss-stefanowski-2004-lingo.pdf> ανάκτηση: 10-10-08

Ma, J., and Perkins, S., (2003) Online novelty detection on temporal sequences. In Proceedings of ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining, διαθέσιμο στη: <http://doi.acm.org/10.1145/956750.956828>, ανάκτηση: 10-10-08

(2007) που διεξήγαγε μια ποσοτική ανάλυση του περιεχομένου ενός τυχαίου δείγματος 260 μπλογκ υποστηρίζει ότι τα μπλογκ έχουν περισσότερα κοινά με τα προσωπικά ημερολόγια, παρά με την ανεξάρτητη δημοσιογραφία. Κατ' αυτήν το περιεχόμενό τους αντιπροσωπεύει τις τελευταίες τάσεις στην χρήση του Ίντερνετ. Είναι προσωποποιημένο, αυτό-αναφορικό και ενισχύει την ατομική συμμετοχή.

Σύμφωνα με τους Herring et al (2005), οι οποίοι εξέτασαν τη διασύνδεση των μπλογκ μεταξύ τους μέσω του σχολιασμού, διαπίστωσαν ότι τα δημοφιλή μπλογκ (A-list μπλογκ) κατέχουν κεντρικό σημείο και υψηλή διασυνδεσιμότητα τη στιγμή που η πλειοψηφία των υπόλοιπων μπλογκ είναι χαλαρά συνδεδεμένα μεταξύ τους και δέχονται ελάχιστα σχόλια

Στην έρευνα για τη σύνδεση των μπλογκ με την πολιτική προνομιακό εργαλείο έχει αποτελέσει η ανάλυση περιεχομένου του Wallsten, (2007), που ερευνά την χρήση των πολιτικών μπλογκ διαπιστώνοντας ότι τα πολιτικά μπλογκ χρησιμοποιούνται περισσότερο για να εκφράσουν τις πολιτικές απόψεις των ιδιοκτητών παρά για να κινητοποιήσουν πολιτικές δράσεις, για να ζητήσουν πληροφορίες από τους αναγνώστες τους ή για να διαβιβάσουν πληροφορίες που παράγονται από άλλους μπλόγκερ. Η χρήση τους αλλάζει σημαντικά και διαμορφώνεται σε συνάρτηση με τα πολιτικά γεγονότα που εκτυλίσσονται κάθε φορά.

Η έρευνα του Karpf, (2008) ανέδειξε ότι η προοδευτική μπλογκό-σφαιρα είναι πράγματι μεγαλύτερη από τη συντηρητική μπλογκό-σφαιρα, λαμβάνει μεγαλύτερη επισκεψιμότητα, διαθέτει περισσότερους συνδέσμους και γνωρίζει μεγαλύτερη κοινοτική δραστηριότητα. Παρόλα αυτά οι συντηρητικοί είναι περισσότερο και στενότερα συνδεδεμένοι μεταξύ τους μέσω των μπλογκρολ. Το πλεονέκτημα των προοδευτικών μπλογκ εδράζεται σύμφωνα με την άποψή του σε τέσσερα - πέντε A list μπλογκ.

Ενδιαφέρουσες έρευνες έχουν διεξαχθεί όσον αφορά στη διερεύνηση των μπλόγκερ ως διαμορφωτών της δημόσιας γνώμης και των μπλογκ ως μέσων για τη σύνθεση και προβολή αιτημάτων και καθορισμού της δημόσιας διάταξης³³. Σύμφωνα με τον Delwiche,

³³ Είναι αποδεκτό ότι η ατζέντα των μέσων ενημέρωσης επηρεάζει και διαμορφώνει τη δημόσια ημερήσια διάταξη, ορίζοντας ποια είναι κάθε φορά τα κύρια θέματα που απασχολούν τη δεδομένη κοινωνία. Πριν από σαράντα χρόνια, Bernard Cohen (1963) όπως αναφέρεται από τον Delwiche (2005) παρατήρησε ότι "ο Τύπος δεν επιτυγχάνει τις περισσότερες φορές να επιβάλει στους ανθρώπους τι να πιστεύουν, αλλά πάντα επιτυγχάνει να επιβάλει στους αναγνώστες του για ποιο ζήτημα να σκεφτούν"

(2005) τα μπλογκ αποτελούν βασικό συντελεστή στη διάδοση της πληροφορίας. Στηριζόμενος στις απόψεις των Karz, & Lazarfeld, (1964) για τα δύο στάδια ροής της πληροφορίας υποστήριξε ότι τα μπλογκ αναλαμβάνουν διαμεσολαβητικό ρόλο, από τη μια διαχέουν την πληροφορία των παραδοσιακών μέσων στο κοινό και από την άλλη συμβάλλουν στη διαμόρφωση της ατζέντας της επικαιρότητας.

Πρόσφατες έρευνες που έχουν διεξαχθεί και σε άλλες χώρες δείχνουν ότι υπάρχουν πολιτιστικές διαφορές στις μπλόγκινγκ πρακτικές από χώρα σε χώρα. Οι διαφορές εθνικές κοινότητες διαμορφώνουν τα δικά τους μοναδικά χαρακτηριστικά. (Trammell, et all, 2006, Scheidt, 2006) Κατά την διερεύνηση με ανάλυση περιεχομένου Πολωνικών μπλογκ από τους Trammell, et all (2006) διαπιστώθηκαν διαφορές στο προφίλ. Οι πολωνοί Μπλόγκερ είναι πιο πιθανό να είναι γένους θηλυκού, σχεδόν κατά το 75%, νεότεροι από τους αγγλόφωνους μπλόγκερ και με διαφορετικά κίνητρα για τη τήρηση μπλογκ.

Ένα κομμάτι της έρευνας που έχει απασχολήσει την ακαδημαϊκή κοινότητα είναι αυτό της ανάδειξης των κινήτρων συγγραφέων των μπλογκ για τη διατήρησή και την έκθεση σκέψεων τους στο διαδίκτυο όπως η έρευνα των Nardi, et all (2004) που χρησιμοποιεί σαν εργαλείο την ποιοτική έρευνα. Αυτοί καταλήγουν στο ότι οι άγραφοι κανόνες καλής συμπεριφοράς δείχνουν να ρυθμίζουν τις κοινωνικές σχέσεις στα μπλογκ μια και δεν διαπίστωσαν περιπτώσεις flaming που συχνά συναντούνται στους λοιπούς τύπους διαδικτυακής επικοινωνίας. Ο Viégas, (2005) διαπιστώνει ότι γενικά οι μπλόγκερ δεν αισθάνονται να γνωρίζουν τους ακροατές τους. Δεν έχουν έλεγχο στο ποιος έχει πρόσβαση στις αναρτήσεις τους, δείχνοντας μια αδυναμία να ορίσουν ποιο είναι το κοινό τους.

Η πλειοψηφία των ερευνών που έχουν διεξαχθεί γύρω από τα μπλογκ αφορούν σε έρευνες στα αγγλόφωνα μπλογκ και δεν πρέπει να μας διαφεύγει ότι η γλώσσα όταν μιλάμε για γραπτό λόγο όπου και να παρουσιάζεται αυτός αποτελεί πρωταρχικό εργαλείο αποκλεισμού ή συμπερίληψης.

Η λειτουργία αυτή (η διαμόρφωση της δημόσιας διάταξης) στις δυτικές δημοκρατίες αποτελεί επίσης και μία από τις κεντρικές λειτουργίες των πολιτικών κομμάτων. *Ανεξάρτητα από τη θέση τους στο κομματικό σύστημα, τα πολιτικά κόμματα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην προβολή και την σύνθεση των αιτημάτων. Καθώς συνεισφέρουν αποφασιστικά στην κατάρτιση της πολιτικής θεματικής με τη μεταγραφή της σε προγραμματικό και κυβερνητικό επίπεδο των διάχυτων λανθανόντων αιτημάτων που μέχρι τότε δεν ήταν δημοσιοποιημένα.* (Meny, 1995, pp. 243)

Το technorati ³⁴ διεξήγαγε μια online έρευνα με τίτλο «State of the Blogosphere» όπου εξετάζει το προφίλ των μπλόγκερ, τις συνήθειες και τους λόγους που τα άτομα διατηρούν ένα μπλογκ. Σύμφωνα με τα ευρήματα αυτής είναι εξίσου δημοφιλή ανάμεσα στους μπλόγκερ τόσο επαγγελματικά όσο και προσωπικά θέματα. Οι περισσότεροι μπλόγκερ καταπιάνονται με μια ποικιλία τριών τουλάχιστον θεματικών ή και περισσότερων. Το 42% ασχολείται με θέματα της επικαιρότητας και το 36% υιοθετεί και πολιτική θεματολογία. Άλλωστε σύμφωνα μ' αυτή την έρευνα ο κύριος λόγος διατήρησης μπλογκ είναι η αυτο-έκφραση και το μοίρασμα της γνώσης. Η πιο αγαπητή κατηγορία (tags) μεταξύ τους είναι αυτή της επικαιρότητας καθώς χρησιμοποιείται 191.403 φορές αλλά και της πολιτικής η οποία χρησιμοποιείται 53.733 φορές. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή ³⁵ ένα ενδιαφέρον εύρημα σχετικά με την ωρίμανση της μπλογκό-σφαιρας είναι ότι στην έκθεση του 2006, όταν εξετάστηκε η δημοτικότητα των βασικών μέσων ενημέρωσης σε σύγκριση με τα μπλογκ sites, ανάμεσα στα εκατό δημοφιλέστερα μέσα ενημέρωσης μόνο 12 ήταν μπλογκ. Στην έκθεση όμως του Απριλίου του 2007 ο αριθμός των μπλογκ στην κορυφή των 100 πιο δημοφιλών τοποθεσιών είχε αυξηθεί σημαντικά φτάνοντας στα 22. Αυτό μας δείχνει ότι το κοινό είναι όλο και λιγότερο πιθανό να διακρίνει ένα μπλογκ από άλλες τοποθεσίες, όπως αυτές των ειδήσεων, της ενημέρωσης, ψυχαγωγίας.

3.1.1 Έρευνες χρηστών

Οι Furukawa, et all (2007) εξετάζοντας την αναγνωσιμότητα των μπλογκ από μπλόγκερς έδειξαν ότι τις περισσότερες φορές που γίνεται είσοδος σε κάποιο μπλογκ γίνεται από άλλον μπλόγκερ ή από άτομο που διαθέτει έναν ενεργό λογαριασμό μπλογκ. Κατέληξαν έτσι στο συμπέρασμα ότι η ανάγνωση μεταξύ των μπλόγκερ δημιουργεί στενές μεταξύ τους σχέσεις και συμβάλλει στη μεταξύ τους διάδοση των πληροφοριών.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας των Eveland, & Dylko, (2007) τα άτομα που είναι αναγνώστες πολιτικών μπλοκ εμφανίζουν τα ίδια δημογραφικά ή πολιτικά χαρακτηριστικά με τους βετεράνους χρήστες του Ίντερνετ. Είναι φανατικοί της on line παρακολούθησης της επικαιρότητας και εκμεταλλεύονται όλες τις ευκαιρίες για την ανάπτυξη πολιτικής συζήτησης στο Ίντερνετ. Αυτό καταλήγουν καταδεικνύει ότι η σχέση ανάμεσα στα

³⁴ <http://www.technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/> (ημερομηνία πρόσβασης 06-10-08)

³⁵ <http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html> (ημερομηνία ανάκτησης 06-10-08)

πολιτικά μπλογκ και στα άλλα κανάλια ενημέρωσης και συμμετοχής σε διάλογο για θέματα της επικαιρότητας είναι συμβιωτική. Το γεγονός αυτό ενισχύεται και από τους συνδέσμους που αποτελούν δομικό στοιχείο των μπλογκ και κατευθύνουν τους χρήστες τους σε άλλες πηγές ενημέρωσης που είναι διαθέσιμες στο Ίντερνετ. Πολλοί από αυτούς τους συνδέσμους κατευθύνουν στις ηλεκτρονικές σελίδες παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης. Όσον αφορά τη σχέση ανάγνωσης μπλογκ και συμμετοχής στην πολιτική αυτή δεν επιβεβαιώθηκε συνολικά. Eveland, & Dylko, (2007),

Σύμφωνα με τους Johnson, & Kaye, (2007) οι χρήστες των μπλογκ είναι πολιτικά ενεργά άτομα. Τα πολιτικά ενεργά αυτά άτομα δεν αντλούν υλικό για την ενημέρωσή τους μόνο από αυτά αλλά αναζητούν πολιτική ενημέρωση σε όλα τα διαθέσιμα μέσα. Η εξήγηση που δίνεται στο γεγονός αυτό είναι ότι τα παραδοσιακά ΜΜΕ προσπαθούν να παρουσιάσουν με αντικειμενικό τρόπο τα γεγονότα ενώ οι μπλόγκερ δεν έχουν τέτοιες δεσμεύσεις. Τα δημοσιεύματα τους αντικατοπτρίζουν τις προσωπικές απόψεις των δημιουργών τους και οι συντηρητικοί χρήστες επιλέγουν να διαβάζουν και να ανταλλάσσουν απόψεις με ομοϊδεάτες τους. Τα στοιχεία που συνέλεξαν δείχνουν ότι οι χρήστες των μπλογκ αντιπροσωπεύουν μια ελίτ ομάδα, στο μεγαλύτερο ποσοστό τους είναι λευκοί άντρες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Οι χρήστες των μπλογκ είναι επικριτικοί απέναντι στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και στην ποιότητα της ενημέρωσης που αυτά προσφέρουν. Πολλοί συμπεραίνουν ότι η δημοφιλία των μπλογκ έχει σχέση με την κριτική στάση των ατόμων και της μείωσης της εμπιστοσύνης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η κατηγορία «Πολιτική» είναι η δεύτερη πιο συχνά εμφανιζόμενη κατηγορία δημοσιευμάτων στα μπλογκ (Johnson, & Kaye, 2007).

Η Kaye (2007, 2005) διεξήγαγε δύο έρευνες με κεντρικό ερώτημα «Γιατί οι χρήστες Ίντερνετ διαβάζουν μπλογκ;» Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της πρώτης έρευνας της Kaye, (2005) οι χρήστες των μπλογκ τείνουν να είναι νέοι, υψηλής μόρφωσης, άνδρες με υψηλά εισοδήματα οι οποίοι δηλώνουν μέτρια έως υψηλά επίπεδα εμπιστοσύνης στην κυβέρνηση, υψηλή αυτο-εκτίμηση, έντονο ενδιαφέρον για την πολιτική και την επικαιρότητα. Τα κυριότερα κίνητρά τους για την παρακολούθηση των μπλογκ είναι η αναζήτηση πληροφοριών, ο έλεγχος των μέσων μαζικής ενημέρωσης, το ότι το βρίσκουν εξυπηρετικό μέσο, η προσωπική ικανοποίηση, η εποπτεία της πολιτικής σκηνής, η κοινωνική παρατήρηση, η αίσθηση της κοινωνικής ένταξης που αποκομίζουν. Η Kaye, (2007) στην δεύτερη έρευνα της για την ανάδειξη των κινήτρων χρήσης μπλογκ

υποστηρίζει ότι οι χρήστες επιλέγουν να παρακολουθούν μπλογκ λόγω των ιδιαίτερων και μοναδικών κατά τη γνώμη τους χαρακτηριστικών τους. Οι αναγνώστες θεωρούν ότι οι πληροφορίες σ' αυτά παρουσιάζονται με μοναδικούς και ιδιαίτερους τρόπους. Θεωρούν από την αρχή δεδομένο ότι τα γραφόμενα εκφράζουν τις απόψεις των συγγραφέων τους και μέσω της χρήσης τους νοιώθουν ότι ενισχύουν τους κοινοτικούς δεσμούς με ανθρώπους που έχουν τις ίδιες ιδέες. Βρίσκουν ελκυστική τη σύνδεση τους με άλλες πηγές, παρουσιάζουν ανεξάρτητες διορατικές παρατηρήσεις και δεν υφίστανται κεντρικό έλεγχο για το τι θα δημοσιεύσουν και τι όχι από κάποιο εκδότη. Σύμφωνα με την έρευνα κάποιοι διαβάζουν μπλογκ απλά γιατί δεν τους αρέσουν ή δεν εμπιστεύονται τα παραδοσιακά μέσα, δεν απέχουν από την ανάγνωσή τους συνολικά αλλά ισχυρίζονται ότι έχουν κουραστεί από αυτό που αντιλαμβάνονται ως μεροληπτικές και ρηχές ειδήσεις. Χρησιμοποιούν τα μπλογκ ως εναλλακτική των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης επιλογή, διότι θεωρούν ότι τα μπλογκ αναδημοσιεύουν αυτά που τα μέσα μαζικής ενημέρωσης παραλείπουν ή και σχολιάζουν με κριτική ματιά σε ό, τι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης αναφέρουν.

Η κοινωνική ένταξη και το να νοιώθει κάποιος μέρος ενός συνόλου αποτελεί κατά τους Baumer et all (2008) το σημαντικότερο ρόλο ανάγνωσης μπλογκ, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ποιοτικής-εθνογραφικής έρευνας που διεξήγαγαν σε χρήστες μπλογκ.

3.1.2 Ελληνική έρευνα Μπλογκ

Λίγες είναι οι ελληνικές έρευνες που ασχολούνται με την μπλόγκινγκ πρακτική και τα αποτελέσματα αυτών των λίγων ερευνών βγήκαν στη δημοσιότητα αφού είχε τελειώσει η διαδικασία συγκέντρωσης των στοιχείων της παρούσας έρευνας.

Μια από τις πρώτες ήταν του Καραμπάση, (2007) όπου σκιαγραφούνταν το προφίλ, τα κίνητρα, η θεματολογία και οι πρακτικές των ελληνόφωνων μπλόγκερ. Σύμφωνα με την έρευνα του Καραμπάση, (2007) η πλειοψηφία των μπλόγκερ είναι άντρες, έχουν λάβει ανώτερη εκπαίδευση, είναι έμπειροι χρήστες του Ίντερνετ, δημοσιεύουν το υλικό τους σε περισσότερα του ενός μπλογκ, ανανεώνουν το μπλογκ τους 1-5 φορές την εβδομάδα, καταναλώνουν ελάχιστο χρόνο στην παρακολούθηση τηλεόρασης, αναρτούν συνήθως κείμενο στα μπλογκ τους, ελάχιστοι δημοσιεύουν επώνυμα, συνήθως αφήνουν σχόλια σε άλλα μπλογκ και αντιμετωπίζουν το μπλόγκινγκ ως ένα χόμπι.

Σύμφωνα με έρευνα του Monthly Review³⁶ ο Βεναρδάκης, (2008) καταλήγει στο συμπέρασμα ότι οι Έλληνες μπλόγκερ είναι στην πλειοψηφία τους άντρες, ανώτερης μόρφωσης, με ενδιαφέρον για την πολιτική, ενεργοποιημένοι πολίτες, με υψηλό δείκτη παρακολούθησης της δημόσιας σφαίρας, δυσαρεστημένοι από τη λειτουργία της δημοκρατίας και την ποιότητα της πολιτικής ενημέρωσης που παρέχεται στη χώρα μας. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής σύμφωνα με τον Χωραφά, (2008) σελ. 43 δείχνουν ότι: το μπλόγκινγκ αποτελεί για τους μπλόγκερ, πρώτον έναν τρόπο ατομικής έκφρασης, δεύτερον μια μορφή πολιτικής ενεργοποίησης και, τρίτον, ένα νέο δημόσιο χώρο.

³⁶http://www.monthlyreview.gr/antilogos/greek/periodiko/arxeio/article_fullstory_html?obj_path=docrep/docs/arthra/MR47_erevna_FS/gr/html/index&page=1&step=1#1 ανάκτηση 12-12-2008

4 Σκοποί και στόχοι

4.1 Διατύπωση υπόθεσης- Ερευνητικά ερωτήματα

Ένα καινούργιο καινοτόμο μέσο αναδύεται, που συνδυάζει με ευέλικτο τρόπο πολλές από τις επικοινωνιακές δυνατότητες του Ίντερνετ και είναι επόμενο όλοι να σπεύδουν να καρπωθούν τα υποτιθέμενα οφέλη από την λειτουργία του. Η παρακολούθηση της επικαιρότητας και η σύνδεση κεντρικών πολιτικών θεμάτων με τα μπλογκ λειτούργησαν ως κίνητρο για την διεξαγωγή αυτής της έρευνας. Με δεδομένο τη στενή σύνδεση κάθε πολιτικού ζητήματος με τις συζητήσεις και δράσεις στις οποίες εμπλέκεται στενά και ο χώρος των μπλογκ εύλογα γεννάται το ερώτημα για το ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ατόμων που κατοικούν στην μπλογκο-σφαιρα. Έχουμε στοιχεία για τον αριθμό των ενεργών μπλογκ, για τον αριθμό των δημοσιεύσεων αλλά ελάχιστες ή καθόλου για τους χρήστες τους.

Στη χώρα μας η μπλόγκινγκ πρακτική γνωρίζει μεγάλη δημοφιλία αλλά αυτό που είναι προς διερεύνηση είναι «αν όλος ο κόσμος εκφράζεται μέσα από τα μπλογκ, τότε ποιος ακούει;». Ο ρυθμός με τον οποίο αυξάνονται τα μπλογκ στη χώρα μας είναι ιλιγγιώδης αλλά η αύξηση τους δεν οδηγεί αυτόματα στο αυτονόητο συμπέρασμα ότι και κάποιοι τα διαβάζουν και αν κάποιοι τα διαβάζουν ποιοι είναι αυτοί ή τι χαρακτηριστικά φέρουν;.

Γνωρίζουμε από αντίστοιχες αμερικάνικες έρευνες τους λόγους χρήσης των μπλογκ, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των χρηστών τους, την άποψή τους και τη σχέση τους με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης καθώς και την πολιτική τους ενεργοποίηση (Kaye,2007,2005, Jonson, & Kaye, 2007, Eveland, & Dylko, 2007, Baumer, et all 2008, Graf, 2006). Γνωρίζουμε όμως πολύ λίγα για τους Έλληνες χρήστες τους. Μπορούμε στηριζόμενοι στα συμπεράσματα των ερευνών που προηγουμένως αναφέρθηκαν να υποθέσουμε ότι και οι Έλληνες χρήστες φέρουν τα ίδια χαρακτηριστικά;. Νομιμοποιούμε να υποθέσουμε ότι η χρήση μπλογκ αφορά σε άτομα με υψηλό κοινωνικοοικονομικό στάτους, άτομα ενεργοποιημένα πολιτικά, με αυξημένο ενδιαφέρον για την επικαιρότητα, άτομα σχετικά εξοικειωμένα με το διαδίκτυο από το οποίο και αντλούν το μεγαλύτερο μέρος της ενημέρωσης τους για την επικαιρότητα.

Η έρευνα αυτή εστιάζει στους χρήστες τους είτε είναι και οι ίδιοι μπλόγκερ δηλαδή διατηρούν κάποιο ενεργό μπλογκ ή όχι.

Κύριος στόχος μας είναι η ανίχνευση του προφίλ του Έλληνα χρήστη των blog και η επίδραση του νέου αυτού μέσου στην επικοινωνία των πολιτών. Η έρευνα αυτή είναι διερευνητική υπό την έννοια ότι αφορά στη διερεύνηση της σχέσης των μπλογκ με την πολιτική στην Ελλάδα του 2007.

Δευτερεύοντα ερευνητικά της ερωτήματα είναι:

Ποιο είναι το προφίλ του χρήστη των μπλογκ; Σε τι αναλογία οι χρήστες είναι και δημιουργοί μπλογκ; Υπάρχουν διαφορές στο προφίλ των χρηστών από αυτών που διατηρούν μπλογκ; Συμμετέχουν σε διάλογο μέσω αυτών και για ποιους λόγους; Ποιες πηγές επιλέγουν για την ενημέρωσή τους, ποιες θεωρούν σημαντικές και πως τις αξιολογούν; Ποιο είναι το πολιτικό προφίλ του αναγνωστικού κοινού τους, ποιες είναι οι πηγές ενημέρωσής τους; Ασχολούνται ενεργά με την πολιτική; και με ποιους τρόπους;. Συναντάμε ανάμεσά τους άτομα που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν *opinion leaders*; Ποια είναι η πολιτική τους τοποθέτηση και αν ισχύει η περιρρέουσα υπόθεση ότι τα μπλογκ αποτελούν ένα εργαλείο για την αριστερά και γενικά για τα μικρά κόμματα που στις τελευταίες εθνικές εκλογές έπαιξε κάποιο ρόλο στη διαμόρφωση μιας πεντακομματικής βουλής; Πόσο επενδύουν και πως αξιολογούν οι ίδιοι αυτή τους τη δραστηριότητα;

Για να είμαστε σε θέση να πάρουμε απαντήσεις για τα προηγούμενα ερωτήματα ώστε να προχωρήσουμε στη διερεύνηση της σχέσης μπλόγκινγκ και πολιτικής σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε μια *on line* έρευνα.

5 Υλικό και Μέθοδος

Για την έρευνά αυτή συντάξαμε ένα ερωτηματολόγιο επηρεασμένο από ερευνητικό μοντέλο της ομάδας blogads³⁷ (2006) και του Graf, (2006), προσαρμοσμένο -όπου αυτό ήταν απαραίτητο- στις ιδιαιτερότητες της ελληνικής περίπτωσης που έχουν ως αφετηρία το ελληνικό πολιτικό σύστημα.

5.1. Δείγμα

Ο πληθυσμός αναφοράς της παρούσας έρευνας είναι τα άτομα που διαβάζουν ή επισκέπτονται κάποιο μπλογκ, οι χαρακτηριζόμενοι ως χρήστες μπλογκ (Tremayne, 2007). Στο πλαίσιο αυτής της έρευνας θεωρήσαμε δεδομένο³⁸ ότι τα άτομα που διατηρούν τα ίδια κάποιο ενεργό μπλογκ διαβάζουν ή παρακολουθούν ένα τουλάχιστον μπλογκ οπότε αυτόματα θεωρείται ότι ανήκουν στο κοινό στόχο της έρευνας.

Οι έως σήμερα δημοσιευμένες έρευνες που εστιάζουν την προσοχή τους στους χρήστες μπλογκ αποτελούν ένα μικρό μόνο μέρος των συνολικών επιστημονικών εργασιών γύρω από τα μπλογκ. Μια πιθανή εξήγηση είναι η δυσκολία να απομονωθούν και να προσεγγιστούν οι χρήστες μπλογκ.

Με δεδομένο το μικρό ποσοστό διείσδυσης του Ίντερνετ στη χώρα μας, σύμφωνα με έρευνα του Παρατηρητηρίου για την κοινωνία της πληροφορίας για το 2007³⁹ το ποσοστό των συμπολιτών μας που απάντησαν θετικά στην ερώτηση αν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ήταν μόνο το 30,2% και μόνο το 76,6% από αυτούς έχει πρόσβαση στο Ίντερνετ από το σπίτι του. Επίσης σύμφωνα με την έρευνα Web id⁴⁰ για τη χρήση του Internet που διεξήγαγε η Focus Bari για το διάστημα από το Σεπτέμβριο του 2007 έως το Μάρτιο του

³⁷ Η ομάδα διεξάγει κάθε χρόνο την «Έρευνα πολιτικών μπλογκ (Political blog survey)» http://www.blogads.com/survey/2006_political_blogs_reader_survey.html

³⁸ Η πίστη μας αυτή επιβεβαιώθηκε και από την έρευνα που διεξήχθη για το περιοδικό monthlyreview όπου διαπιστώθηκε ότι το 100% των ατόμων που διατηρούν κάποιο μπλογκ είναι αναγνώστες κάποιου μπλογκ, http://www.monthlyreview.gr/antilogos/greek/periodiko/arxio/article_fullstory_html?obj_path=docrep/docs/arhtra/MR47_erevna_FS/gr/html/index&page=3&step=1

³⁹ <http://stats.observatory.gr/pxweb2006/Dialog/Saveshow.asp>

⁴⁰ <http://www.focus.gr/default.asp?id=300160021&lcid=1032>

2008 μόνο το 10,9% των Ελλήνων χρηστών του διαδικτύου ανέφερε σαν έναν από τους λόγους χρήσης του Ίντερνετ «Διαβάζουν /Γράφουν Μπλογκ». Γεγονός που μας δείχνει το πόσο σπάνιο είναι το υπό μελέτη χαρακτηριστικό άρα και πόσο δύσκολη και χρονοβόρα καθίσταται η προσέγγιση αυτού του κοινού με τη χρήση εξ ολοκλήρου τυχαίας πιθανολογικής δειγματοληψίας. Το τόσο μικρό ποσοστό των ατόμων που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για την ανάγνωση μπλογκ καθώς και η στενότητα οικονομικών πόρων, επιβάλλει την προσέγγιση των ατόμων αυτών με πιο ευέλικτους τρόπους.

Στην παρούσα έρευνα η μέθοδος δειγματοληψίας είναι η δειγματοληψία σε δύο στάδια. Στο πρώτο στάδιο ακολουθήθηκε η μέθοδος της τυχαίας δειγματοληψίας. Στην μέθοδο αυτή κάθε άτομο ή αντικείμενο από το πλαίσιο δειγματοληψίας έχει ίση πιθανότητα επιλογής. (Ατάρου et all 2004, Ρούσος, & Τσαούσης, 2002) Για να προσεγγιστούν οι αναγνώστες των μπλογκ συλλέχθηκαν οι διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (mail) των διαχειριστών ελληνόφωνων ιστολογίων. Για την ανεύρεση αυτών χρησιμοποιήθηκε το technorati. Αναζητήθηκαν μπλογκ τα οποία είχαν τις κατηγορίες (tags) «politics», «politic», «πολιτική» και ήταν γραμμένα στην ελληνική γλώσσα. Η επιλογή των εν λόγω κατηγοριών έγινε μετά από εμπειρική έρευνα μέσω της παρακολούθησης και ανάγνωσης σε καθημερινή βάση ποικίλων μπλογκ. Η αναζήτηση αυτή έγινε σε μπλογκ με little of authority, some authority και a lot of authority⁴¹ ξεχωριστά. (Παράρτημα 1) Στο στάδιο αυτό στόχος μας ήταν να συγκεντρωθούν, σε όποια μπλογκ ήταν διαθέσιμες, η ηλεκτρονική διεύθυνση (mail) του ή των διαχειριστών της. Ένα μεγάλο ποσοστό των υπό εξέταση μπλογκ δεν δημοσιοποιούσε κάποια ηλεκτρονική διεύθυνση ώστε να διευκολύνεται η επικοινωνία. Από την αναζήτηση αυτή συλλέχθηκαν 90 ηλεκτρονικές διευθύνσεις μπλογκ. Στις διευθύνσεις αυτές στάλθηκαν προσκλήσεις συμμετοχής αλλά και η παράκληση να παρουσιάσουν την έρευνα μέσα από το μπλογκ τους έτσι ώστε να είναι η πρόσκληση προσβάσιμη στους αναγνώστες μπλογκ. Έτσι στάλθηκαν προσκλήσεις στους υπεύθυνους 30 μπλογκs με little of authority, 30 με some authority και 30 με a lot of authority. Παράλληλα έστειλα έκκληση για παρουσίαση της έρευνας στην πλειοψηφία των ελληνικών aggregator (συναθροιστών) όπου να συγκεντρωθούν εκατό (100)

⁴¹ Η authority του Technorati μας δείχνει τον βαθμό δικτύωσης του μπλογκ με άλλα μπλογκ ή ιστοσελίδες καθώς εκφράζει τον αριθμό των μπλογκ που συνδέονται σε μια ιστοσελίδα τους τελευταίους έξι μήνες. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός αυτός, τόσο πιο υψηλή Technorati authority παρουσιάζει το μπλογκ. <http://technorati.com/weblog/2007/05/354.html>

ηλεκτρονικές διευθύνσεις.

Ο λόγος που επιλέχθηκαν τυχαία τα αρχικά μπλογκ στα οποία στάλθηκαν οι προσκλήσεις για την παρουσίαση του ερωτηματολογίου και επελέγη να παρουσιασθεί η έρευνα σε μπλογκ με μεγάλη αναγνωσιμότητα και υψηλή μεταξύ τους δικτύωση αλλά και σε μικρής αναγνωσιμότητας μπλογκ, ήταν γιατί στόχος της έρευνας ήταν η προσέγγιση όχι μόνο περισσότερων χρηστών μπλογκ αλλά και των πιο αντιπροσωπευτικών χρηστών της μπλοκόσφαιρας. Το ζητούμενο ήταν με κάποιο τρόπο να επιβεβαιωθεί ότι αυτοί που θα επέλεγαν να συμμετάσχουν δεν έχουν κάποιο κοινό γνώρισμα ώστε να «μολυνθεί» το αποτέλεσμα της έρευνας.

Η διενεργηθείσα λοιπόν έρευνα έλαβε υπ' όψιν το πολιτικό προφίλ των αναγνωστών γνωρίζοντας ότι η δικτύωση μεταξύ ιστολόγων βασίζεται κατά κύριο λόγο και σε συνάφεια πολιτικών απόψεων (Qamra, et All 2006). Όπως ανάδειξαν οι Johnson, T., & Kaye, B (2007) οι αναγνώστες των μπλογκ τείνουν να επιλέγουν πηγές μπλογκ που έχουν την ίδια ιδεολογία με την δική τους. Με τον τρόπο αυτό αποφεύχθηκε –όσο το δυνατόν- η πιθανότητα να παρουσιαστεί η ερευνά στο πλαίσιο ενός και μόνο στενά συνδεδεμένου μεταξύ του δικτύου μπλόγκερ και με τον τρόπο αυτό διασφαλίστηκε η τυχαιότητα τουλάχιστον των αρχικών παραληπτών της πρόσκλησης συμμετοχής-παρουσίασης.

Από τους μπλόγκερ ζητήθηκε με επιστολή που παρουσιάζεται στο [Παράρτημα 2](#) να προσκαλέσουν τους αναγνώστες τους να λάβουν μέρος στην έρευνα ή γράφοντας κάποια ανάρτηση σχετικά ή αναρτώντας κάποιο από τα διαφημιστικά banners ή να προπαγανδίσουν τη συμμετοχή στην έρευνα ώστε να διαδοθεί η πληροφορία σχετικά με τη διεξαγωγή της στο μεγαλύτερο δυνατό κοινό.

Σε αυτό το δεύτερο στάδιο η μέθοδος που υιοθετήθηκε για την επιλογή των συμμετεχόντων σ' αυτήν την έρευνα ανήκει στην κατηγορία των μη πιθανολογικών δειγμάτων (nonprobability sampling). Οι στρατηγικές μη πιθανολογικής δειγματοληψίας χρησιμοποιούνται όταν είναι σχεδόν αδύνατο να χρησιμοποιηθούν οι στρατηγικές δειγματοληψίας πιθανότητας. Τέτοιες περιπτώσεις έχουμε λόγω περιορισμών χρόνου και χρήματος, όταν η συχνότητα της συμπεριφοράς ή του χαρακτηριστικού που μελετά η έρευνα παρουσιάζει χαμηλά ποσοστά στο γενικό πληθυσμό ή είναι δύσκολο να εκτιμηθεί, να προβλεφθεί το μέγεθος του και να προσεγγιστεί. Έτσι απαιτείται μια πιο στοχευμένη στρατηγική για να προσεγγιστεί ικανοποιητικός αριθμός συμμετεχόντων στην έρευνα. Μια υποπερίπτωση επιλογής μη πιθανολογικού δείγματος αποτελεί η μέθοδος της Παπαδημητρίου Σταυρούλα

χιονοστιβάδας (Snowball Sampling). Στη δειγματοληψία χιονοστιβάδας (snowball sampling), ο ερευνητής ξεκινά ορίζοντας κάποιους συμμετέχοντες που πληρούν τα κριτήρια για τη συμμετοχή τους στην έρευνα καλώντας τους να πάρουν μέρος σ' αυτήν και μετά συνεχίζει ζητώντας τους να συστήσουν τη συμμετοχή στην έρευνα και σ' άλλα άτομα που γνωρίζουν ότι έχουν τα ζητούμενα χαρακτηριστικά. Σύμφωνα με Austin et. al, (2006) παρόλο που η μέθοδος αυτή δε φαίνεται να πληροί τα κριτήρια της τυχαίας δειγματοληψίας όσον αφορά την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος σε πολλές περιπτώσεις παράγει εξ ίσου καλά αποτελέσματα με αυτά της τυχαίας δειγματοληψίας. Άλλωστε σύμφωνα με τους Li, & Walejko, (2008) ως επί το πλείστον, οι ερευνητές που ασχολούνται με την έρευνα των μπλόγκερ και των μπλογκ επιλέγουν τεχνικές μη τυχαίας δειγματοληψίας για να συλλέξουν το δείγμα τους. Η μη τυχαία δειγματοληψία παραμένει ο ευκολότερος και οικονομικότερος τρόπος για την κάλυψη ευρέως δείγματος όσον αφορά τα μπλογκ. Η γνώση που αποκτείνεται από τη μελέτη των μη τυχαίων αυτών δειγμάτων των μπλόγκερ μπορεί να προωθήσει την περαιτέρω κατανόηση των ποικίλων διαστάσεων του μπλόγκινγκ, να διευκολύνει και να καθοδηγήσει τους ερευνητές, καθώς αναπτύσσεται η σχετική έρευνα δίνοντας με τον τρόπο αυτό τις κατευθύνσεις για την τελειοποίηση των ερευνητικών τους μεθόδων.

Για την παρουσίαση της έρευνας μου στήθηκε ένα μπλογκ στο wordpress με url διεύθυνση <http://readingblogssurvey.wordpress.com> και τίτλο «Πολιτική ανάγνωση της blogo-σφαιρας» Στο χώρο αυτό παρουσιαζόταν η έρευνα, εξηγούνταν οι σκοποί, η μέθοδος και οι στόχοι της και μπορούσε όποιος επιθυμούσε να διαβάσει το ερωτηματολόγιο πριν το συμπληρώσει. Επίσης δινόταν η δυνατότητα σχολιασμού σε όποιον το επιθυμούσε. Κυρίως όμως εκεί μπορούσε ο χρήστης – ο πρόθυμος να βοηθήσει στη διεξαγωγή της έρευνας- να επιλέξει το banner που ταίριαζε με την αισθητική του και να το αναρτήσει στο μπλογκ του. (Παράρτημα 3)

5.2 Όργανο μέτρησης - Ερωτηματολόγιο

Ως καταλληλότερο εργαλείο, για τη μέτρηση των στάσεων των αναγνωστών μπλογκ, θεωρήθηκε το ερωτηματολόγιο. Για την κατασκευή και τη διανομή του ερωτηματολογίου

προτιμήθηκε η πλατφόρμα του survey monkey⁴² και τα εργαλεία που αυτή προσφέρει. Η πλατφόρμα αυτή είναι εύχρηστη και λειτουργική, δίνει τη δυνατότητα κατασκευής πλήρων, επαγγελματικών, όμορφων και εύχρηστων ερωτηματολογίων.

Κατά την κατασκευή του ερωτηματολογίου και σύμφωνα με Ατσάρου et all (2007) έγινε προσπάθεια ώστε οι ερευνητικές ερωτήσεις να έχουν τα τρία σημαντικά χαρακτηριστικά:⁴³ σαφήνεια, ευκρίνεια και συντομία. Έλαβα υπόψη μου το δεδομένο της on line συμμετοχής σ' αυτό άρα τη μη δυνατότητα παροχής περαιτέρω διευκρινήσεων, εξηγήσεων που θα επέτρεπαν την εκ των υστέρων διόρθωση τυχόν προβλημάτων κατανόησης.

Πριν το ερωτηματολόγιο δημοσιοποιηθεί υπέστη πιλοτική εφαρμογή και διόρθωση. Κατά το στάδιο αυτό έστειλα με mail το ερωτηματολόγιο σε 25 επιλεγμένα άτομα, ζητώντας τους να το συμπληρώσουν και να σχολιάσουν την εμπειρία τους αυτή. Η επιλογή των ατόμων για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου σ' αυτό το στάδιο ήταν πολύ προσεκτική. Έτσι ανάμεσα στα άτομα που στάλθηκαν προσκλήσεις ήταν άτομα που ασχολούνται επαγγελματικά ή ακαδημαϊκά με τη στατιστική έρευνα, έμπειροι ιστολόγοι, άτομα με υψηλό βαθμό εξοικείωσης με την τεχνολογία των υπολογιστών, άτομα που είναι γνώστες της ελληνικής γλώσσας καθώς και άτομα που δεν είναι τακτικοί αναγνώστες ιστολογίων ή δεν έχουν μεγάλη εξοικείωση με τους υπολογιστές. Τα πιλοτικά αυτά ερωτηματολόγια καθώς και τα σχόλια αυτών των πρώτων ερωτώμενων ήταν πολύ εποικοδομητικά. Οι προτάσεις και τα σχόλια τους βοήθησαν στην επίλυση ποικίλων δυσλειτουργιών που δεν είχαν προβλεφτεί κατά τον αρχικό σχεδιασμό του

⁴²<http://www.surveymonkey.com/>

⁴³ **Ευκρίνεια- Εστίαση:** Κάθε ερώτηση σε ένα ερευνητικό εργαλείο, πρέπει να εστιάζει σ' ένα συγκεκριμένο θέμα ή ζήτημα. Να είναι κανείς σίγουρος ότι η κάθε ερώτηση εστιάζει αποκλειστικά στο υπό διερεύνηση θέμα, να ρωτάει αυτό που ο ερευνητής επιθυμεί να μάθει.

Συντομία: Όσο μεγαλύτερη είναι η ερώτηση, τόσο δυσκολότερο είναι για τον ερωτώμενο να δώσει απάντηση. Σε μικρότερες ερωτήσεις η πιθανότητα πραγματοποίησης λάθους τόσο από την πλευρά του ερευνητή όσο και από την πλευρά του ερωτώμενου είναι μικρότερη.

Σαφήνεια- Απλότητα: Το νόημα της κάθε ερώτησης πρέπει να είναι απολύτως σαφές σε όλους τους ερωτώμενους. Αυτό σημαίνει ότι κάθε ερώτηση ερμηνεύεται από όλους όσους συμμετέχουν στην έρευνα με τον ίδιο ακριβώς τρόπο. (Ατσάρου et all, 2007, σ: 28)

⁴³ Στην ερώτηση 3 που αναφέρεται στο πότε ξεκίνησε την δραστηριότητα

ερωτηματολογίου καθώς και στη βελτίωση της διατύπωσης κάποιων ερωτήσεων ώστε να αποσαφηνιστεί το νόημα τους. Οι πρώτες αυτές συμμετοχές στην έρευνα καθώς και τα συμπληρωμένα κατά την πιλοτική φάση ερωτηματολόγια διαγράφηκαν και οι ερωτώμενοι αυτοί δε συμπλήρωσαν ξανά το τελικό πια ερωτηματολόγιο. Μετά από τις τελικές αυτές διορθώσεις του ερωτηματολογίου ήταν έτοιμο να βγει στη δημοσιότητα.

Το ερωτηματολόγιο που καταρτίστηκε αποτελείται από πέντε μέρη και αποτελείται από κλειστές ερωτήσεις και ερωτήσεις κλίμακας.

Πριν την έναρξη στην πρώτη σελίδα υπάρχει κείμενο που με συντομία και σαφήνεια συστήνει την έρευνα, κατατοπίζει και ευχαριστεί τα άτομα που ξεκινούσαν να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται συνολικά από δεκαεπτά (17) ερωτήματα (μεταβλητές) εκ των οποίων εννέα (9) ερωτήματα αφορούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων. Το σύνολο των ερωτημάτων είναι είκοσι έξι (26) και κατανέμονται σε πέντε ενότητες και σε έξι σελίδες.

Οι βασικές αρχές που διακρίνουν το ερωτηματολόγιο είναι οι εξής:

Όλες οι ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου.

Όσον αφορά τα ερωτήματα που επιδέχονται πολλαπλές απαντήσεις:

Η σειρά με την οποία παρουσιάζονται οι πιθανές επιλογές- μεταβλητές είναι τυχαία, έτσι ώστε ο κάθε ερωτώμενος να τα διαβάξει κάθε φορά με άλλη σειρά τους πιθανούς λόγους και να μην υπάρχει πιθανότητα αλλοίωσης της πραγματικής τάσης από τη θέση παρουσίασης των επιλογών,

Στο τέλος των δοσμένων επιλογών, της λίστας των λόγων δηλαδή υπάρχει ένα κουτάκι κενό με τη σήμανση «Για άλλο λόγο (παρακαλούμε προσδιορίστε)». Σ' αυτό τον χώρο ο κάθε ερωτώμενος έχει τη δυνατότητα να προσθέσει κάποιον άλλο λόγο ο οποίος δεν αναφέρεται ανωτέρω. Η επιλογή αυτή προστέθηκε με διπλό σκεπτικό. Πρώτα ότι οι περισσότεροι από τους λόγους για τους οποίους τα άτομα διατηρούν κάποιο μπλογκ έχουν παρθεί από αντίστοιχα ερωτηματολόγια από σχετικές έρευνες που έχουν διεξαχθεί εκτός Ελλάδας, όπως έχει και προηγουμένως αναφερθεί. Είναι γνωστό από την έως τώρα έρευνα όμως ότι οι διάφορες εθνικές κοινότητες μπλόγκερ έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά και διαφορετικούς λόγους που τους ωθούν στο μπλόγκινγκ (Nardi et all 2004, Trammell, et all, 2006, Scheidt 2006). Επειδή λοιπόν ο στόχος μου είναι η διερεύνηση της ελληνικής περίπτωσης άφησα ανοικτή αυτή την επιλογή και το περιθώριο ανάδειξης και άλλων

Παπαδημητρίου Σταυρούλα

χαρακτηριστικών που πιθανόν να μην είχαν προβλεφθεί. Δεύτερον λόγω του ότι όλη αυτή η προσπάθεια και η επιτυχία της βασίσθηκε στην εθελοντική συμμετοχή και προώθηση από την κοινότητα των μπλόγκερ επέλεξα να αφήσω όσο το δυνατόν πιο ανοιχτές τις δυνατότητες της ελεύθερης έκφρασης των συμμετεχόντων σ' αυτήν και να δώσω ένα μη υποχρεωτικό χαρακτήρα στο ερωτηματολόγιο ώστε τα άτομα που καμία από τις δοθείσες επιλογές δεν τους εκφράζουν να έχουν την δυνατότητα να διαφοροποιήσουν την απάντησή τους.

Σε όλες τις ερωτήσεις δίνεται και η επιλογή ΔΞ/ΔΑ (Δεν ξέρω/ Δεν απαντώ) ώστε οι ερωτήσεις να μην έχουν υποχρεωτικό χαρακτήρα επιβάλλοντας στα άτομα που δεν έχουν άποψη να πάρουν υποχρεωτικά θέση άσχετα με το πόσο πραγματική είναι αυτή η θέση ή υποχρεώνοντας τα άτομα που δεν θέλουν να εκφράσουν την άποψή τους να επιλέξουν κάποια που δεν τα εκφράζει απλά γιατί νοιώθουν ότι δεν τα εκθέτει.

Η πρώτη ενότητα αφορά τα άτομα που διαθέτουν τα ίδια κάποιο ή κάποια προσωπικά ή και ομαδικά μπλογκ. Σ' αυτή απαντούν τα άτομα που στην πρώτη ερώτηση - φίλτρο «Ποια είναι η σχέση σας με το μπλόγκινγκ;» έχουν δηλώσει ότι οι ίδιοι προσωπικά διατηρούν κάποιο ή κάποια μπλογκ. Αυτή η ερώτηση είναι ποιοτική μεταβλητή με πέντε διαβαθμίσεις. Αποτελείται από δύο (2) μόνο ερωτήματα το «Για ποιο λόγο διατηρείτε μπλογκ;» και «Πότε ξεκινήσατε το μπλόγκινγκ;». Το πρώτο ερώτημα, «Για ποιο λόγο διατηρείτε μπλογκ;», είναι ποιοτικού χαρακτήρα και πολλαπλής απάντησης. Κάθε απάντηση αντιστοιχεί σε μια νέα μεταβλητή με δύο διαβαθμίσεις Ναι / Όχι. Οι μεταβλητές που εξετάζονται σ' αυτό το ερώτημα («Για ποιο λόγο διατηρείτε μπλογκ;») είναι:

Για επικοινωνία με άτομα που έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα/Για να ξεθυμάνω/Ανταλλαγή απόψεων/ Για να διατηρήσω επαφή με γνωστούς και φίλους/ Για να κρατήσω ένα αρχείο των σκέψεών μου/ Δεν ξέρω γιατί, αλλά το λατρεύω/ Για να επηρεάσω τη δημόσια γνώμη/ Για να γίνω γνωστός/ Για να κάνω γνωριμίες/ Για να επαινέσω τους φίλους μου/ Για να πλῆξω/ μπω στο μάτι των εχθρών μου/ Για χρήματα.

Στόχος αυτής της ερώτησης είναι η σκιαγράφηση των κινήτρων και η διερεύνηση των λόγων διατήρησης μπλογκ.

Η δεύτερη ερώτηση του πρώτου μέρους είναι: «Πότε ξεκινήσατε το μπλόγκινγκ;». Είναι ερώτηση κλίμακας και οι πιθανές επιλογές είναι: 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003,

2004, 2005, 2006, 2007.⁴⁴

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου, (σελ 3- 4) αφορά στις συνήθειες και τα χαρακτηριστικά των αναγνωστών μπλογκ και αποτελείται από επτά (7) ερωτήματα το 4, 5,6, 7, 8, 9, και 10. Στο μέρος αυτό συμμετέχουν όσοι στην ερώτηση φίλτρο ένα (1), «Ποια είναι η σχέση σας με το μπλογκινγκ;» έχουν σημειώσει τις επιλογές, «Έχω το δικό μου Μπλογκ», «Επισκέπτομαι συχνά μπλογκ» και «Επισκέπτομαι σπάνια μπλογκ». Οι χρήστες δηλαδή των μπλογκ.

Το τέταρτο ερώτημα είναι ερώτημα κλίμακας και έχει ως εξής «Πόσα μπλογκ διαβάζετε καθημερινά;» Δίνεται η δυνατότητα μιας επιλογής από μια στήλη πιθανών απαντήσεων που περιλαμβάνουν τις εξής: 0-2, 3-4, 5-6, 7-8, 9-10, 11-15, 16-25, 25-35, 35+, ΔΞ/ΔΑ.

Το πέμπτο ερώτημα είναι ερώτηση κλίμακας είναι διατυπωμένο ως εξής «Σε μια μέση βδομάδα αυτού του έτους για πόσες ώρες διαβάζετε μπλογκ;» οι διαθέσιμες επιλογές είναι: 1-2, 3-4, 5-6, 7-8, 9-10, 11-15, 16-20, 21-30, 31-40, 41+, ΔΞ/ΔΑ. Η ερώτηση αφορά στο μέσο όρο εβδομαδιαίου χρόνου ανάγνωσης μπλογκ και όχι στο ημερήσιο θεωρώντας ότι αυτό εξαρτάται όχι μόνο από την διάθεση των ίδιων των ατόμων αλλά και από τον τόπο και τον τρόπο που οι άνθρωποι έχουν πρόσβαση στο Ιντερνετ. Έτσι κάποιος που έχει πρόσβαση στο Ιντερνετ στη δουλειά του δεν θα έχει τη δυνατότητα να διαβάζει κάποιο μπλογκ κατά τις ημέρες Σάββατο και Κυριακή.

Το έκτο ερώτημα είναι «Διαβάζετε μπλογκ για:» Πρόκειται για μια πολλαπλών επιλογών ερώτηση όπου ο ερωτώμενος καλείται να επιλέξει την απάντηση που αποτελεί για αυτόν λόγο ανάγνωσης μπλογκ. Οι πιθανοί λόγοι που αναφέρονται είναι: «Άμεση Ενημέρωση», «Τελευταίες τάσεις», «Αδιαμεσολάβητη Ενημέρωση / Ενημέρωση χωρίς προκαταλήψεις», «Καλύτερη προοπτική», «Προσωπικές απόψεις», «Περισσότερη εντιμότητα», «Νέα που δεν μπορώ να βρω κάπου αλλού», «Συνδέσμους», «Έχουν πλάκα», «Να συμμετέχω σε διάλογο για θέματα της επικαιρότητας», Άλλο λόγο (παρακαλούμε προσδιορίστε)

⁴⁴Στην ερώτηση 3 που αναφέρεται στο πότε ξεκίνησε την δραστηριότητα του μπλόγκινγκ ζητούσα από τους ερωτώμενους να δηλώσουν το έτος έναρξης του πρώτου τους μπλογκ ξεκινώντας από το έτος 1998. Όμως τελικά για τα έτη 1998 και 1999 δεν υπήρχε κάποιος ερωτώμενος που να έχει κάνει έναρξη κάποιου μπλογκ. Για τα έτη δε από το 2000 έως 2003 τα ποσοστά ήταν πολύ χαμηλά (0.8% για το 2000,2001 και 2002 και 1,8% 2003) οπότε για λόγους οικονομίας στην τελική ανάλυση των αποτελεσμάτων αυτά τα έτη παρουσιάστηκαν όλα μαζί ως εξής (έως το 2003, 2004, 2005, 2006, 2007)

Το έβδομο ερώτημα αυτής της ενότητας είναι «Συμμετέχετε σε κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω μπλογκ;» Είναι μια ερώτηση κλίμακας με πιθανές τιμές «Ναι συμμετέχω ενεργά», «Ναι συμμετέχω αλλά όχι ενεργά», «Δεν συμμετέχω αλλά τις παρακολουθώ», «Δεν συμμετέχω ούτε τις παρακολουθώ» και «ΔΞ/ΔΑ».

Το όγδοο ερώτημα είναι «Διαβάζετε μπλογκ μέσω RSS⁴⁵ μια ερώτηση κλίμακας η οποία μπορεί να πάρει τις τιμές «Ποτέ», «Περιστασιακά» «Συχνά», «Πάντα» και «ΔΞ/ΔΑ». Σύμφωνα με Kill (2005) όσο πιο εξοικειωμένα είναι τα άτομα με τις τεχνολογίες IT τόσο έχουν την τάση να διερευνούν και να αποδέχονται την χρήση της καινοτομίας⁴⁶. Εξάλλου η RSS τεχνολογία εξελίχθηκε παράλληλα με την μπλογκινγκ πρακτική.

Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου αφορά το σχολιασμό και την ανάπτυξη διαλόγου στα μπλογκ. Η δυνατότητα σχολιασμού όπως έχει αναφερθεί και προηγουμένως αποτελεί χαρακτηριστικό που είναι κυρίαρχο στη δόμηση του επικοινωνιακού χαρακτήρα των μπλογκ. Στόχος αυτού του ερωτήματος είναι η διερεύνηση των χαρακτηριστικών των ατόμων που συμμετέχουν ενεργά στο διάλογο που ανοίγεται στα μπλογκ μέσω των σχολίων.

Η πρώτη ερώτηση αυτού του μέρους και όγδοη του ερωτηματολογίου είναι «Αφήνετε

⁴⁵Το RSS Feed αποτελεί συντομογραφία του Really Simple Syndication. Πρόκειται για ένα XML έγγραφο που διευκολύνει την πρόσβαση σε περιεχόμενο του ιστού. Το RSS είναι ένας εναλλακτικός τρόπος παρακολούθησης του περιεχομένου δικτυακών τόπων που ενημερώνονται τακτικά (όπως μπλογκ, τίτλοι ειδήσεων, καταχωρήσεις ήχου και βίντεο). Ένα RSS περιέχει δομημένα δεδομένα, το πλήρες ή μέρος του μεταδιδόμενου περιεχομένου, την ημερομηνία δημοσίευσης του και τα στοιχεία του συντάκτη του. Παρέχει μεγάλη διευκόλυνση στους αναγνώστες που θέλουν να ενημερωθούν έγκαιρα καθώς σε μια μόνο σελίδα παρουσιάζει το ανανεωμένο περιεχόμενο πολλών και διαφορετικών εφαρμογών δίνοντας τη δυνατότητα στο χρήστη του να παρακολουθεί διαρκώς ότι νεότερο συμβαίνει στον κόσμο ή σχετικά με το αντικείμενο που τον ενδιαφέρει. Παράλληλα επιτρέπει στις ιδέες που ενσωματώνονται σε αυτές τις τροφοδοσίες εύκολα να εξαπλωθούν σε όλο το Internet. (Gill, 2005) Wikipedia, διαθέσιμο στη [http://en.wikipedia.org/wiki/RSS_\(file_format\)](http://en.wikipedia.org/wiki/RSS_(file_format)) ανάκτηση 10-10-2007

⁴⁶ Σύμφωνα με το Rogers (1995), η διάχυση της καινοτομίας αποτελεί ένα είδος κοινωνικής αλλαγής. Οι εφευρέσεις ξεκινάν από μια ιδέα. Ένας επιστήμονας ή δύο ή και περισσότεροι οραματίζονται τη λύση για ένα πρόβλημα βρίσκουν και προτείνουν κάποιες λύσεις. Ωστόσο, εάν δεν υπάρχει κοινωνική αναγκαιότητα, η καινοτομία - ακόμη και αν είναι λειτουργική- δεν θα τύχει ευρείας αποδοχής. Με τον τρόπο αυτό ορίζει την καινοτομία ως "μια ιδέα, πράξη, ή το αντικείμενο που γίνεται αντιληπτό ως νέο και καινοτόμο από τα άτομα ή την κοινωνία.

σχόλια σε μπλογκ;». Είναι ερώτηση κλίμακας και φίλτρο. Οι πιθανές επιλογές είναι «ναι», «όχι», τα άτομα που επιλέγουν το «ναι» συνεχίζουν με το ένατο ερώτημα, που είναι «Αφήνετε σχόλια για;». Οι μεταβλητές /επιλογές που δύνονται από το ερωτηματολόγιο είναι: «Να εκφράσω τη διαφωνία μου», «Να επαινέσω τους φίλους μου», «Να εκφράσω τη συμφωνία μου», «Να εκφράσω τη διαφωνία μου», «Κουβέντα να γίνεται», «Να εκφραστώ», «Δεν ξέρω γιατί αλλά το λατρεύω», «Να προσθέσω στοιχεία σχετικά με το θέμα», «Για να διατηρήσω επαφή με γνωστούς και φίλους», «Να διατυπώσω τις απόψεις μου» και στο τέλος «για άλλο λόγο, παρακαλούμε προσδιορίστε».

Το τέταρτο μέρος αφορά τις συνήθειες ενημέρωσης των συμμετεχόντων, εξετάζει τη σχέση τους με τα ΜΜΕ. Στο μέρος αυτό συμμετέχουν όλοι ανεξάρτητα από το αν έχουν δηλώσει ότι διατηρούν διαβάζουν ή δεν ξέρουν τι είναι τα μπλογκς.

Το δέκατο ερώτημα είναι «Ποια είναι η κύρια πηγή της καθημερινής σας ενημέρωσης». Ερώτημα κλίμακας με πιθανές απαντήσεις «Internet», «Εφημερίδες», «Έντυπα», «Τηλεόραση», «Ραδιόφωνο», «ΔΕ/ΔΑ» «Άλλο παρακαλούμε προσδιορίστε».

Το ενδέκατο ερώτημα είναι «Ποιες από τις παρακάτω εφημερίδες στην ΕΝΤΥΠΗ ή στην ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ τους μορφή διαβάζετε συνήθως». Όπως είναι προφανές από τη διατύπωση του ερωτήματος ο συμμετέχων μπορεί να επιλέξει από μια αρκετά ενημερωμένη λίστα εντύπων ποια από αυτά συνήθως διαβάζει. Για τη συμπλήρωση αυτής της ερώτησης ο συμμετέχων σημειώνει δίπλα από τη στήλη των εντύπων στη στήλη «έντυπη» ή στη στήλη «ηλεκτρονική» αντιστοίχως. Σκοπός αυτής της ερώτησης είναι ο έλεγχος των όσων δηλώνει σχετικά με τις πηγές ενημέρωσης του.

Το δωδέκατο ερώτημα είναι «Αξιολογείστε τη χρησιμότητα των κάτωθι μέσων στη διαμόρφωση των απόψεών σας». Εδώ ο ερωτώμενος καλείται να αξιολογήσει τις πηγές της προσωπικής του ενημέρωσης. Σαν πηγές εμφανίζονται το «Στόμα με στόμα», «Τηλεόραση», «Ραδιόφωνο», «Εφημερίδες έντυπες», «Εφημερίδες στο Internet», «Περιοδικά έντυπα», «Περιοδικά στο Internet» «Για κάθε πηγή ενημέρωσης πρέπει να τοποθετηθεί σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5 (Καθόλου χρήσιμο, Λίγο χρήσιμο, Κάπως χρήσιμο, Χρήσιμο, Πολύ χρήσιμο) για το σχηματισμό της άποψης του σε **κλίμακα Likert** με πέντε διαβαθμίσεις (1 = Συμφωνώ απολύτως, 2 = Συμφωνώ, 3 = Δεν είμαι βέβαιος/η, 4 = Διαφωνώ, 5 = Διαφωνώ απολύτως),

Στο πέμπτο μέρος του ερωτηματολογίου μετράται η πολιτική ενεργοποίηση και

τοποθέτηση και αφορά τις ερωτήσεις δεκατέσσερα με δεκαεπτά.

Η δέκατη τέταρτη ερώτηση περιλαμβάνει τις δώδεκα μεταβλητές που έχουν προτείνει οι Keller και Berry, (2003) για τον χαρακτηρισμό των ατόμων ως opinion leader στον τομέα της πολιτικής. Μπορεί να χαρακτηριστεί ως ενεργός και με ισχυρή επιρροή στο πολιτικό σύστημα ο πολίτης που μέσα στον τελευταίο χρόνο έχει συμμετάσχει σε τουλάχιστον τρεις από τις εν λόγω δραστηριότητες.

Η δέκατη πέμπτη ερώτηση «Στη διάρκεια μιας μέσης βδομάδας αυτού του έτους με πόσους φίλους ή γνωστούς συζητάτε ή ανταλλάσσετε e-mail που να αφορούν στο σχολιασμό της επικαιρότητας ή απόψεις σχετικές με την πολιτική» εξετάζει τη συμμετοχή σε διάλογο για θέματα πολιτικής και επικαιρότητας σε οκτώ επίπεδα (0, 1-5, 6-10, 11-15, 16-20, 21-30, 30+, ΔΞ/ΔΑ).

Η δέκατη έκτη ερώτηση εξετάζει την πολιτική τοποθέτηση με 9 επίπεδα (ΝΔ, ΠΑΣΟΚ, ΚΚΕ, ΣΥΝ, ΛΑΟΣ, ΟΙΚΟΛΟΓΟΙ, ΔΕΝ ΨΗΦΙΣΑ, ΑΛΛΟ, ΔΞ/ΔΑ).

Η δέκατη έβδομη ερώτηση εξετάζει την ιδεολογική αυτο-τοποθέτηση σε μια δεκαβάθμια κλίμακα όπου το ένα αντιπροσωπεύει την άκρα Αριστερά και το δέκα την άκρα Δεξιά⁴⁷. Η ερώτηση αυτή θεωρήθηκε απαραίτητη και η παρουσία της στο ερωτηματολόγιο επιβάλλεται από την ιδιαιτερότητα της ελληνικής περίπτωσης. Στο ελληνικό κομματικό σύστημα σαν κεντρική διαιρετική τομή⁴⁸ αναδεικνύεται η τομή Αριστερά/ Δεξιά. Τομή που σύμφωνα με τον Μοσχονά (1994), συνδυάζει τις δομούσες τον πολιτικό ανταγωνισμό

⁴⁷ Σύμφωνα με τον Βεναρδάκη (2004) στις πολιτικές έρευνες στην Ελλάδα χρησιμοποιείται κατά παράδοση η δεκαβάθμια μορφή της κλίμακας, όπου το 1 είναι το πιο αριστερό σημείο της αυτό-τοποθέτησης και το 10 το πιο δεξιό. Η κλίμακα αυτή αποτελεί ένα σημαντικό δείκτη για την προσέγγιση και ανάλυση του τρόπου με τον οποίον οι πολίτες κατανοούν (προσλαμβάνουν) την πολιτική διαδικασία και τον κομματικό ανταγωνισμό. Οι αυτό-τοποθετήσεις σε αυτήν, αλλά και οι αρνήσεις αυτό-τοποθέτησης, αναπαριστούν ευρύτερες και βαθύτερες ιδεολογικές ζυμώσεις της κοινωνίας.

⁴⁸ Σύμφωνα με τον Μοσχονά (1994) σ. 160, η έννοια διαιρετική τομή υποδεικνύει ή υπονοεί τις σχετικά σταθερές πολιτικές αντιπαλότητες που θεμελιώνεται επί μειζόνων κοινωνικών διαιρέσεων. Από τη στιγμή που μια διαιρετική τομή εγκαθίσταται και θεσμοποιείται οργανωτικά, «κλείνει» την πολιτική - εκλογική αγορά ή ακριβέστερα, τη δομεί με ολιγοπωλιακό τρόπο.

διαιρετικές τομές⁴⁹ του ελληνικού πολιτικού συστήματος, δηλαδή: εθνικόφρονες/ μη εθνικόφρονες, φιλελεύθερους/ συντηρητικούς, αντιδεξιά/ δεξιά και προσλαμβάνει στην Ελλάδα ένα διακριτό και πρωτότυπο περιεχόμενο.

Στα δημογραφικά τώρα εξετάζεται:

Το φύλο με δύο επίπεδα (άνδρας /γυναίκα), η ηλικία με επτά⁵⁰ επίπεδα (14-21, 21-30, 31-40, 41-50, 51-60, 61-70, 71),

Η οικογενειακή κατάσταση σε τέσσερα επίπεδα (άγαμος, έγγαμος, χήρος, διαζευγμένος),

Το επίπεδο σπουδών σε έξι⁵¹ επίπεδα (Κάτοχος Μεταπτυχιακού /Διδακτορικού τίτλου, Ανώτατη Μόρφωση, Ανώτερη Μόρφωση, Απόφοιτος Λυκείου (ή εξατάξιου γυμνασίου), Απόφοιτος Γυμνασίου, Απόφοιτος Δημοτικού).

Το επάγγελμα με επίπεδα (Μισθωτός διευθυντής ή στέλεχος επιχείρησης -πάνω από 10υφισταμένους-, Ελεύθερος επαγγελματίας, επιστήμονας -γιατρός, δικηγόρος, λογιστής κ.α-, Ελεύθερος επαγγελματίας, - τεχνίτης υδραυλικός, ξυλουργός κ.α-, Επιχειρηματίας, ιδιοκτήτης επιχείρησης, Στρατιωτικός - Αστυνομικός κτλ, Ιδιωτικός υπάλληλος, Δημόσιος υπάλληλος, Υπάλληλος σε χειρονακτική εργασία, Αγρότης, κτηνοτρόφος, ψαράς, Εισοδηματίας, Συνταξιούχος, Οικιακά, Μαθητής / Φοιτητής, Άνεργος).

Ο τόπος κατοικίας αρχικά με τον καθορισμό του νομού κατοικίας με αναφορά σε όλους⁵² τους νομούς της χώρας καθώς και εκτός Ελλάδας, και με αναφορά της αστικότητας της περιοχής διαμονής σε πέντε επίπεδα (έως 2.000 κατοίκους, από 2.001 έως 10.000

⁴⁹ Αν και από πολλούς αυτή η τομή σήμερα θεωρείται ξεπερασμένη σύμφωνα με έρευνα της public issue το 2008 Εξήντα χρόνια μετά το τέλος του εμφυλίου, η ιδεολογική και πολιτική διαίρεση που παρήγαγε ο ελληνικός εμφύλιος παραμένει ως ένα βαθμό ενεργή, όχι προφανώς με την ένταση της μετεμφυλιακής, ή της μεταδικτατορικής περιόδου. Η κοινωνική πεποίθηση για διατήρηση της ιδεολογικής επίδρασης του εμφυλίου, σήμερα, γίνεται αποδεκτή από το 55% του εκλογικού σώματος. (Μαυρή, 2009)

⁵⁰ Στις άνω των 51 ηλικίες παρουσιάστηκε μικρό ποσοστό, για λόγους οικονομίας στα αποτελέσματα παρουσιάζονται αθροιστικά σε μια κατηγορία (51+)

⁵¹ Μετά τη συλλογή των στοιχείων διαπιστώθηκε ότι τα άτομα με επίπεδο εκπαίδευσης δευτεροβάθμιας και πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης ήταν πολύ μικρό ποσοστό των συμμετεχόντων σ' αυτή για λόγους οικονομίας κωδικοποιήθηκαν σε μια ενιαία κατηγορία (πρωτοβάθμιας- δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης)

⁵² Η απαίτηση για αναλυτική καταγραφή του νομού διαμονής είναι για τον έλεγχο της ποιότητας των αποτελεσμάτων και για την ορθότερη καταγραφή του δείγματος και των χαρακτηριστικών του

κατοίκους, από 10.001 έως 50.000 κατοίκους, από 50.001 έως 100.000 κατοίκους, πάνω από 100.001 κατοίκους)

Το εισόδημα σε πέντε επίπεδα (Λιγότερο από € 5.000, € 5.001-15.000, € 15.001-30.000, € 30.001-50.000, € 51.001 +)

5.3 Στατιστική ανάλυση- Συλλογή δεδομένων

Κατά τη συλλογή δεδομένων γινόταν ταυτόχρονα και οπτικός έλεγχος των συμμετεχόντων έτσι ώστε τα ερωτηματολόγια που ήταν εμφανώς παράλογα διαγράφονταν άμεσα από την βάση δεδομένων της έρευνας .

Η έρευνα αυτή διεξήχθη on – line για το χρονικό διάστημα δύο μηνών, από την πρώτη Δεκεμβρίου του 2007 έως και τις τριάντα Ιανουαρίου του 2008. Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο spss 14.

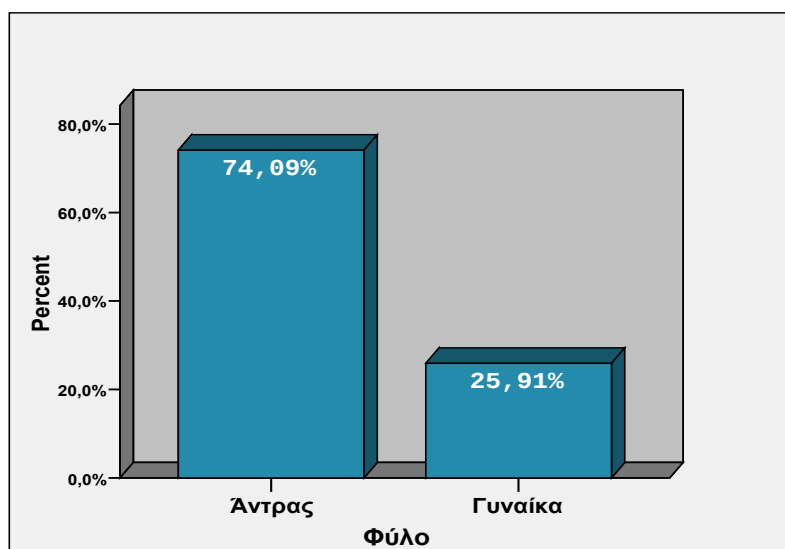
6 Αποτελέσματα

Τα δεδομένα της έρευνας αναλύθηκαν με το στατιστικό πακέτο του spss 14 σε δύο επίπεδα. Στο πρώτο επίπεδο που παρουσιάζεται και παρακάτω είναι διερευνητική άρα κυρίως δε γίνονται προβλέψεις αλλά παρουσιάζονται και περιγράφονται τα χαρακτηριστικά αυτής της ομάδας. Στο πρώτο αυτό μέρος, στην περιγραφική στατιστική ανάλυση, οργανώνονται τα στατιστικά στοιχεία και παρουσιάζονται με όσο το δυνατόν περισσότερο εύληπτο και κατανοητό τρόπο. Στο δεύτερο μέρος για να ελέγξουμε τις υποθέσεις που έχουμε ήδη παρουσιάσει και αναλύσει στο προηγούμενο τμήμα εφαρμόζουμε το στατιστικό κριτήριο χ^2 τετράγωνο⁵³ (chi- square).

6.1 Περιγραφικά στατιστικά στοιχεία

Στο σημείο αυτό παρουσιάζονται τα περιγραφικά στατιστικά στοιχεία του δείγματός. Για κάθε ερώτηση παρουσιάζεται τουλάχιστον ένας πίνακας ή γράφημα ανάλογα με την περίπτωση.

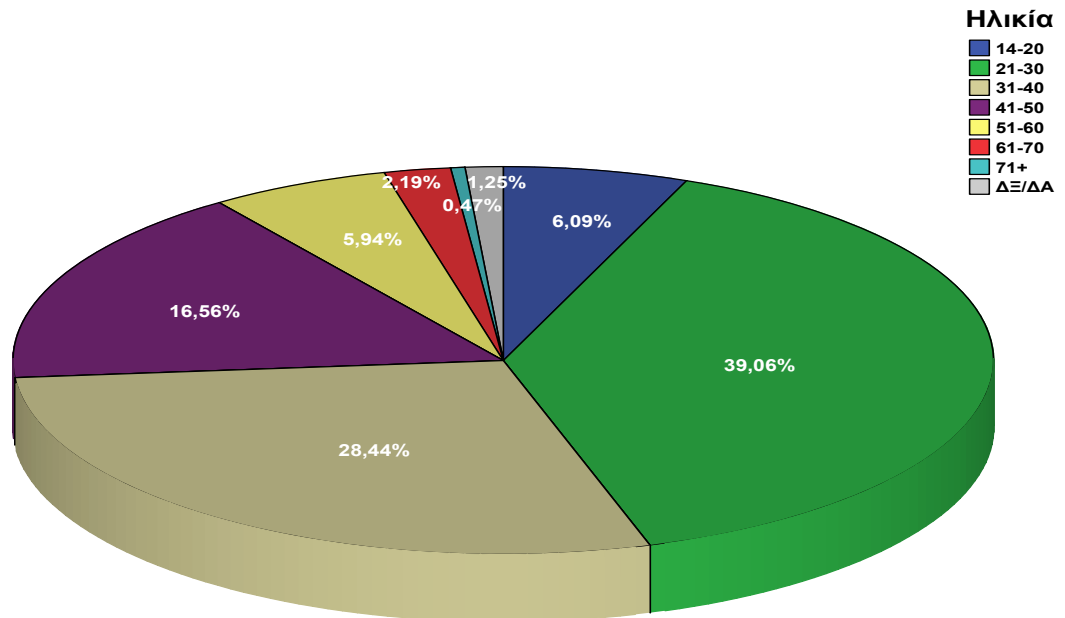
Γράφημα 6.1 Ποσοστιαία κατανομή (φύλο)



⁵³ Το χ^2 τετράγωνο είναι το κατάλληλο κριτήριο στην περίπτωση μας όπου τα δεδομένα της έρευνάς μας είναι κατηγορικά και γιατί το εν λόγω κριτήριο είναι μη παραμετρικό και δεν απαιτεί καμία υπόθεση για την ακριβή κατανομή του πληθυσμού. (Ρούσος & Τσαούσης, 2002)

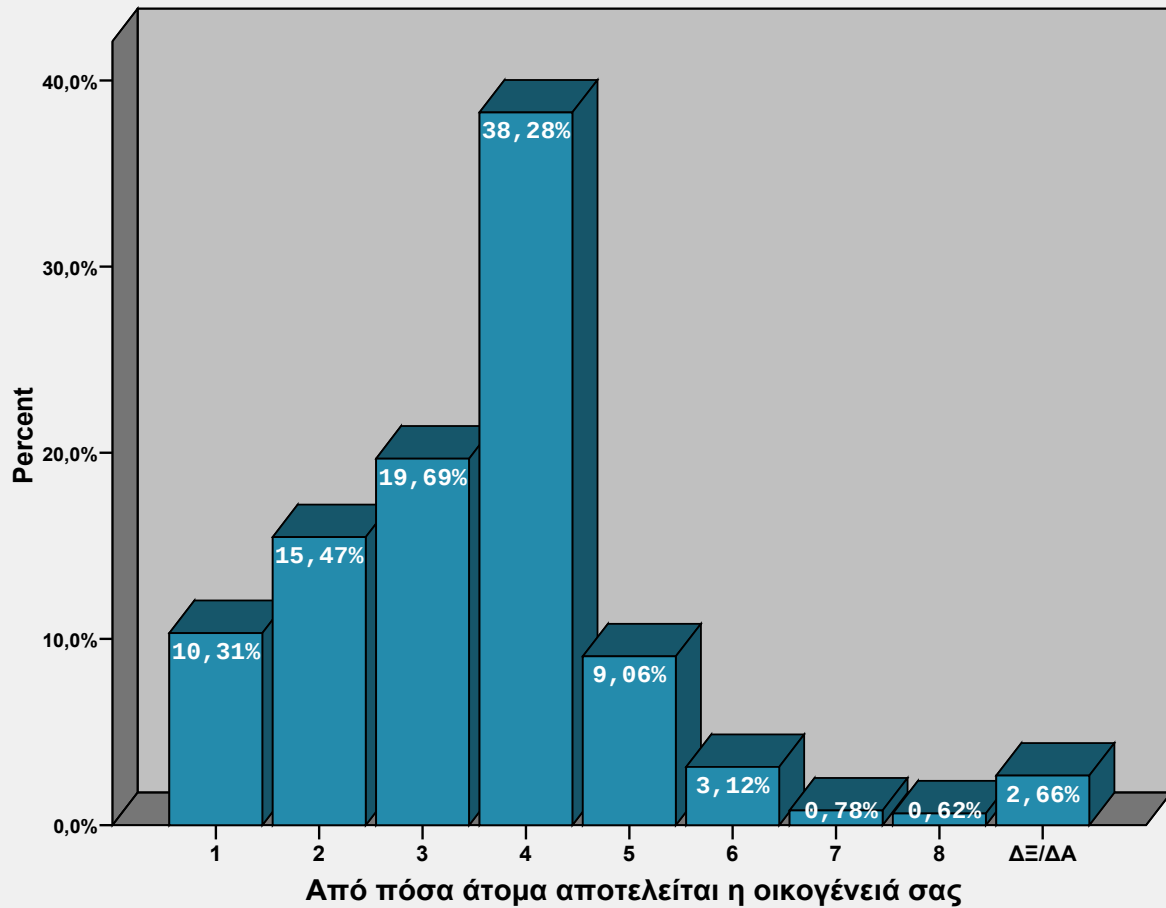
Όσον αφορά το φύλο των συμμετεχόντων διαπιστώνουμε ότι συντριπτικά μεγαλύτερο ποσοστό χρηστών μπλογκ αποτελούν οι άντρες ($\frac{3}{4}$ άντρες και μόνο $\frac{1}{4}$ γυναίκες).

Γράφημα 6.2 Ποσοστιαία ηλικιακή κατανομή χρηστών μπλογκ



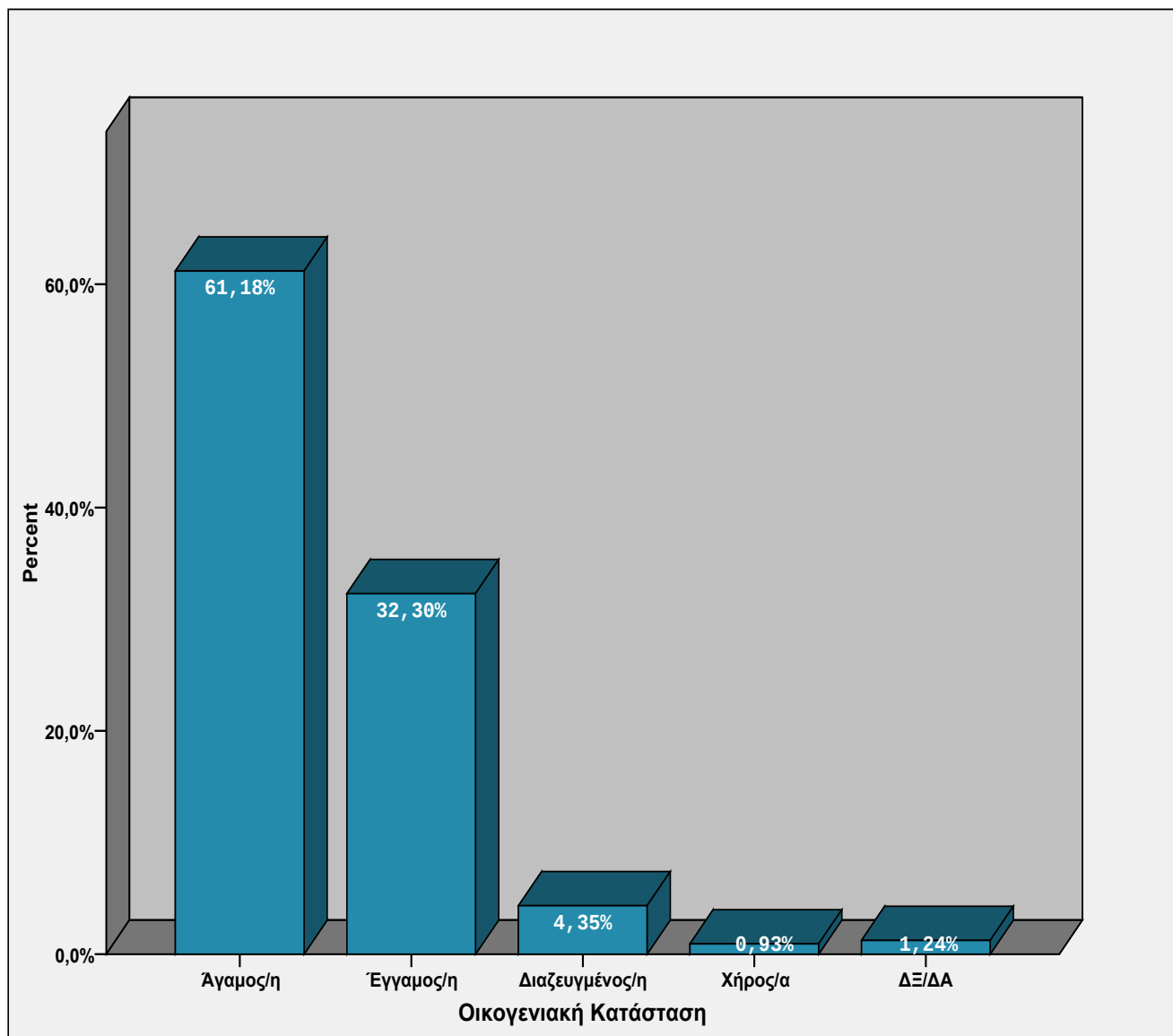
Στο ανωτέρω γράφημα 6.2 βλέπουμε την ηλικιακή κατανομή των συμμετεχόντων. Η κατηγορία με τους περισσότερους εκπροσώπους είναι αυτή των 21 έως 30 ετών , ποσοστό 39,06% και η αμέσως επόμενη είναι αυτή των από 31 έως 40 ετών με ποσοστό 28,44% .

Γράφημα 6.3 Ποσοστιαία κατανομή μεγέθους νοικοκυριού

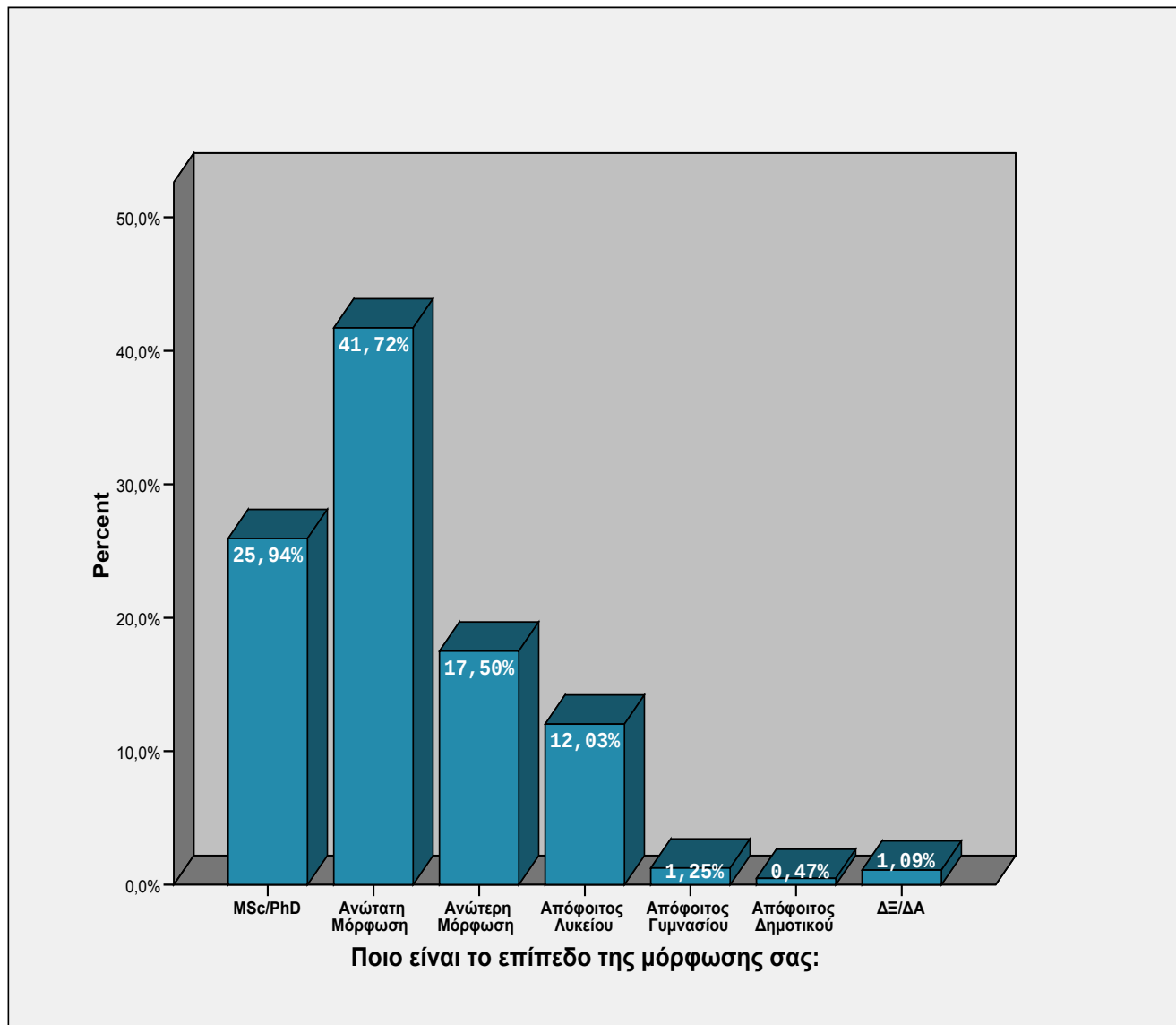


Όσον αφορά το μέγεθος της οικογένειας των ερωτούμενων (γράφημα, 6.3) τα αποτελέσματα μας δείχνουν ότι για πάνω από το 1/3 το 38,28% αυτών ζουν με τετραμελείς οικογένειες και μόνο το 10.31% ζουν μόνοι τους. Όπως φαίνεται από το γράφημα 6.4 η πλειοψηφία αυτών 61,18% δηλώνουν άγαμοι

Γράφημα 6.4 Οικογενειακή Κατάσταση (ποσοστιαία)

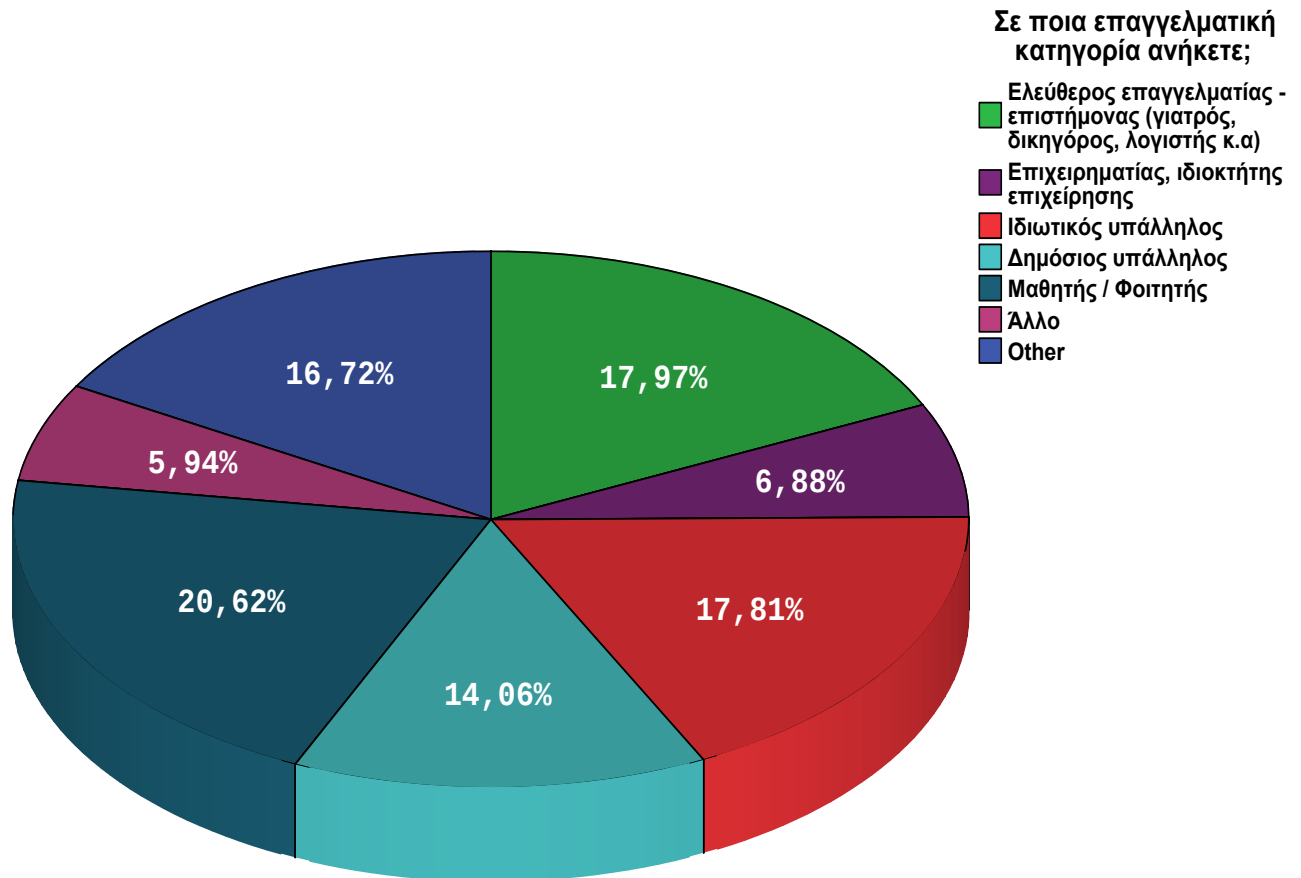


Γράφημα 6.5 Ποσοστιαία κατανομή μορφωτικού επιπέδου



Τα ευρήματα όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων (γράφημα 6.4) στην έρευνα δείχνουν ότι το 25,94% αυτών είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού τίτλου, το 41,72% είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου, το 17,50% έχουν λάβει ανώτερη εκπαίδευση και μόνο το 12,03% είναι απόφοιτοι Λυκείου.

Γράφημα 6.6 Ποσοστιαία Επαγγελματική κατανομή



Όπως φαίνεται από το γράφημα 7.5 τα επαγγέλματα της πλειοψηφίας των ερωτούμενων, σε συμφωνία και με το μορφωτικό επίπεδό τους, με σειρά είναι: μαθητής/ φοιτητής 20,62%, Ελεύθερος επαγγελματίας /επιστήμονας 17,97%, ιδιωτικός υπάλληλος 17,18% και δημόσιος υπάλληλος 14,06% .

Αναλυτικά η επαγγελματική κατανομή παρουσιάζετε στον πίνακα 6.1

Πίνακας 6.1 Ποσοστιαία Επαγγελματική κατανομή

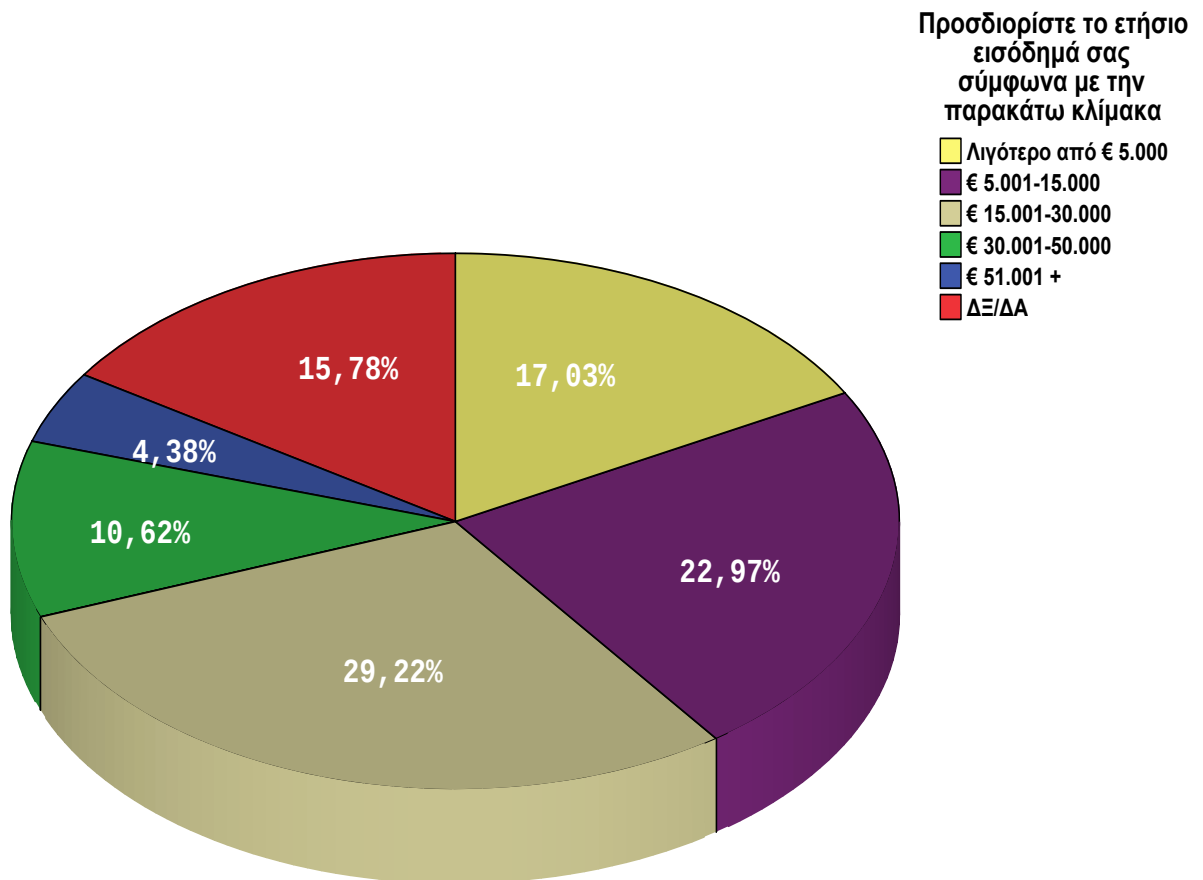
Επάγγελμα	Ποσοστό
Μαθητής / Φοιτητής	20,6%
Ελεύθερος επαγγελματίας - επιστήμονας (γιατρός, δικηγόρος, λογιστής κ.α)	18,0%
Ιδιωτικός υπάλληλος	17,8%
Δημόσιος υπάλληλος	14,1%
Επιχειρηματίας, ιδιοκτήτης επιχείρησης	6,9%
Άλλο	5,9%
Μισθωτός διευθυντής ή στέλεχος επιχείρησης (πάνω από 10 υφισταμένους)	4,4%
Άνεργος	4,4%
Στρατιωτικός - Αστυνομικός κτλ	1,9%
Συνταξιούχος	1,7%
Ελεύθερος επαγγελματίας - τεχνίτης (υδραυλικός, ξυλουργός κ.α)	1,6%
Υπάλληλος σε χειρωνακτική εργασία	0,8%
Εισοδηματίας	0,8%
Αγρότης, κτηνοτρόφος, ψαράς	0,6%
Οικιακά	0,6%
Total	100,0%

Όπως γίνεται εμφανές και από τον πίνακα 6.1 ελάχιστοι των συμμετεχόντων ασκούν επαγγέλματα που απαιτούν χειρωνακτική εργασία αλλά και μόνο ένα 4,4% είναι άνεργοι , ποσοστό ασφαλώς μικρότερο ή περίπου το μισό από το ποσοστό του γενικού πληθυσμού στη χώρα μας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της eurostat⁵⁴ το ποσοστό της ανεργίας για τον γενικό πληθυσμό στη χώρα μας κατά το έτος 2007 ήταν 8.3%.

⁵⁴ Europa – eurostat διαθέσιμο στη :

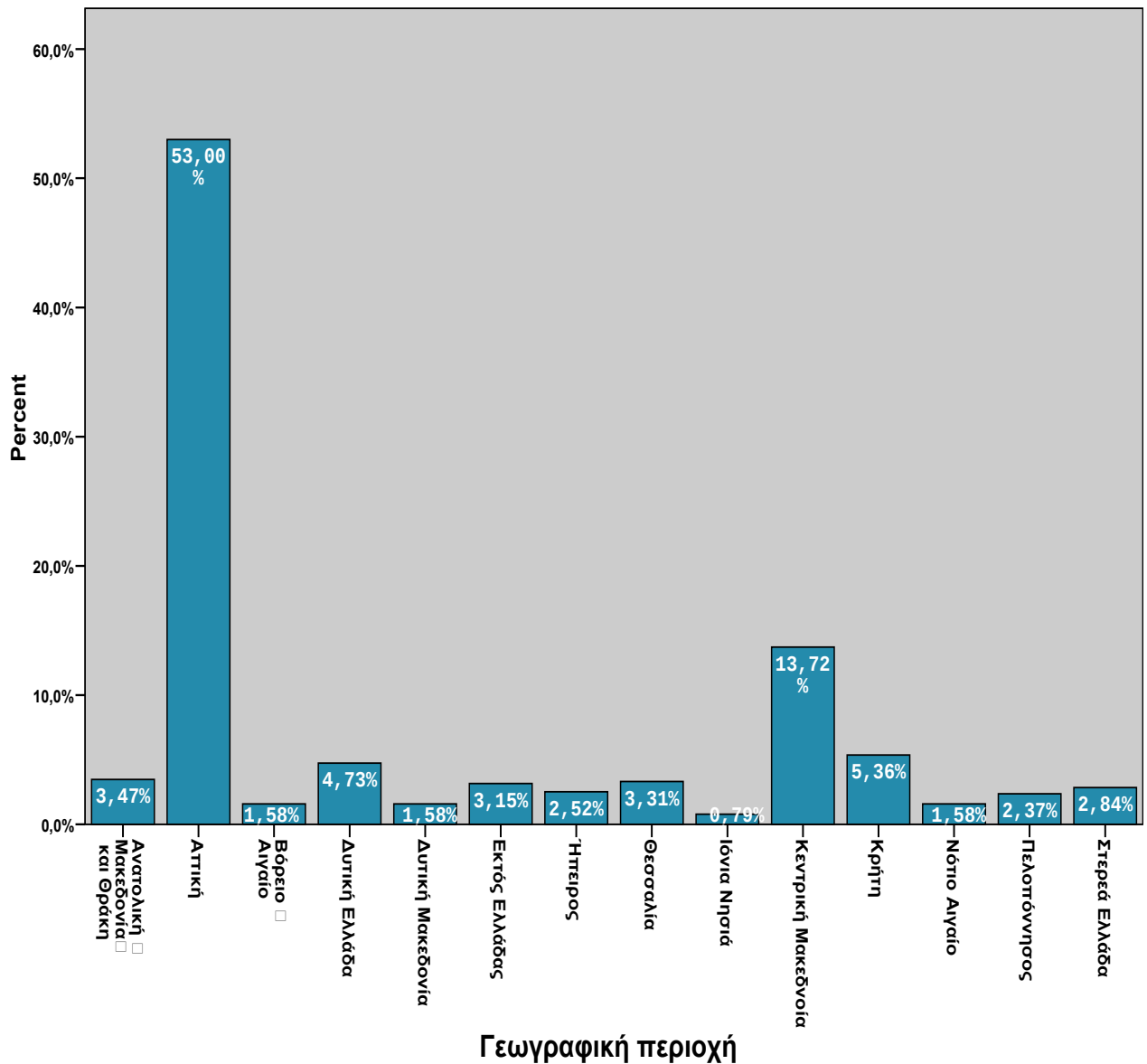
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/pls/portal/docs/PAGE/PGP_PRD_CAT_PREREL/PGE_CAT_PREREL_YEAR_2009/PGE_CAT_PREREL_YEAR_2009_MONTH_02/1-16022009-EN-AP.PDF, ανάκτηση 07.04.2009

Γράφημα 6.7 Ετήσιο εισόδημα



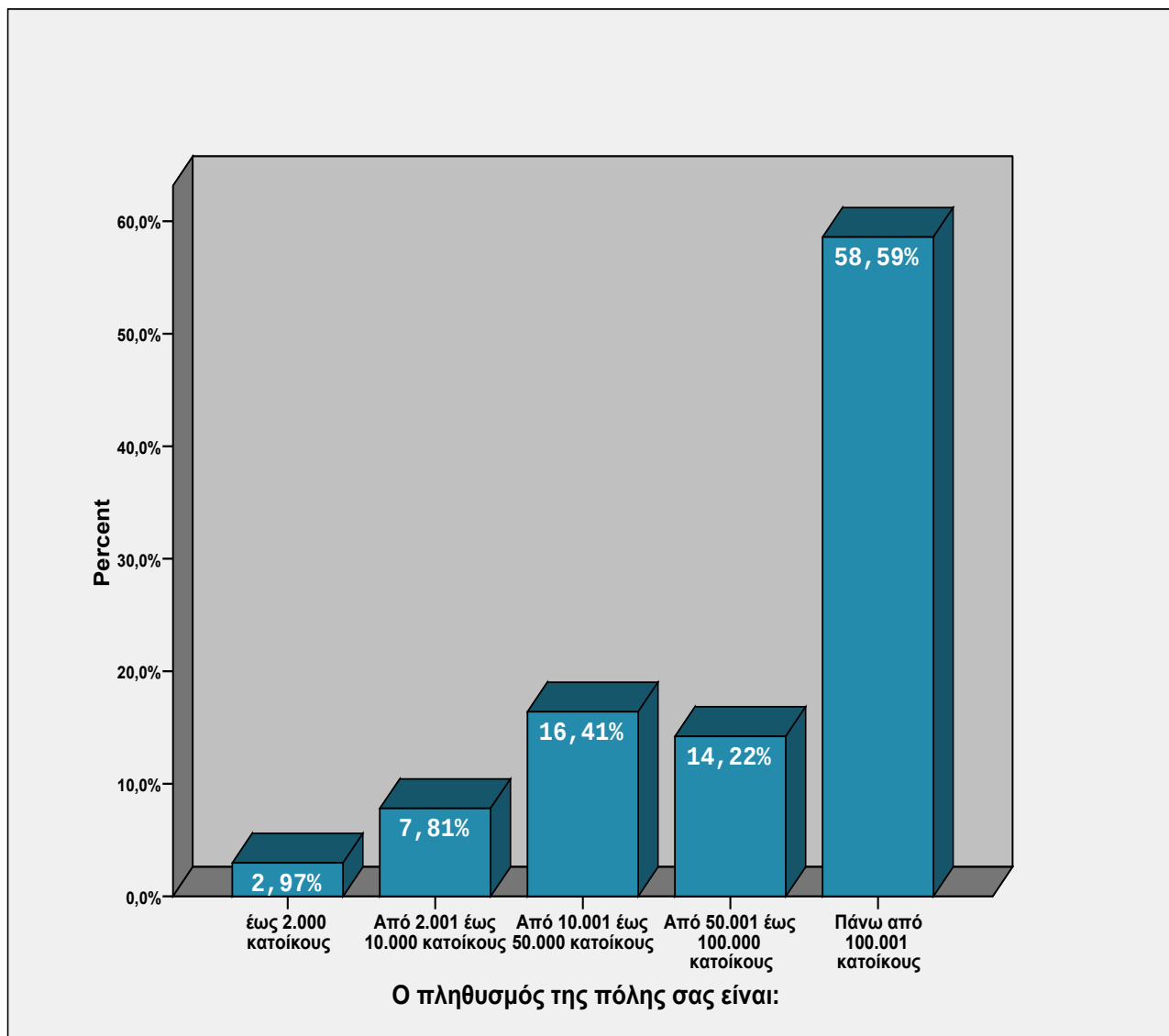
Στο γράφημα 6.7 παρουσιάζεται το ετήσιο εισόδημα των συμμετεχόντων στην έρευνα. Από τις απαντήσεις τους συνάγεται το συμπέρασμα ότι τα εισοδήματά τους είναι από μέτρια έως χαμηλά.

Γράφημα 6.8 Ποσοστιαία γεωγραφική κατανομή



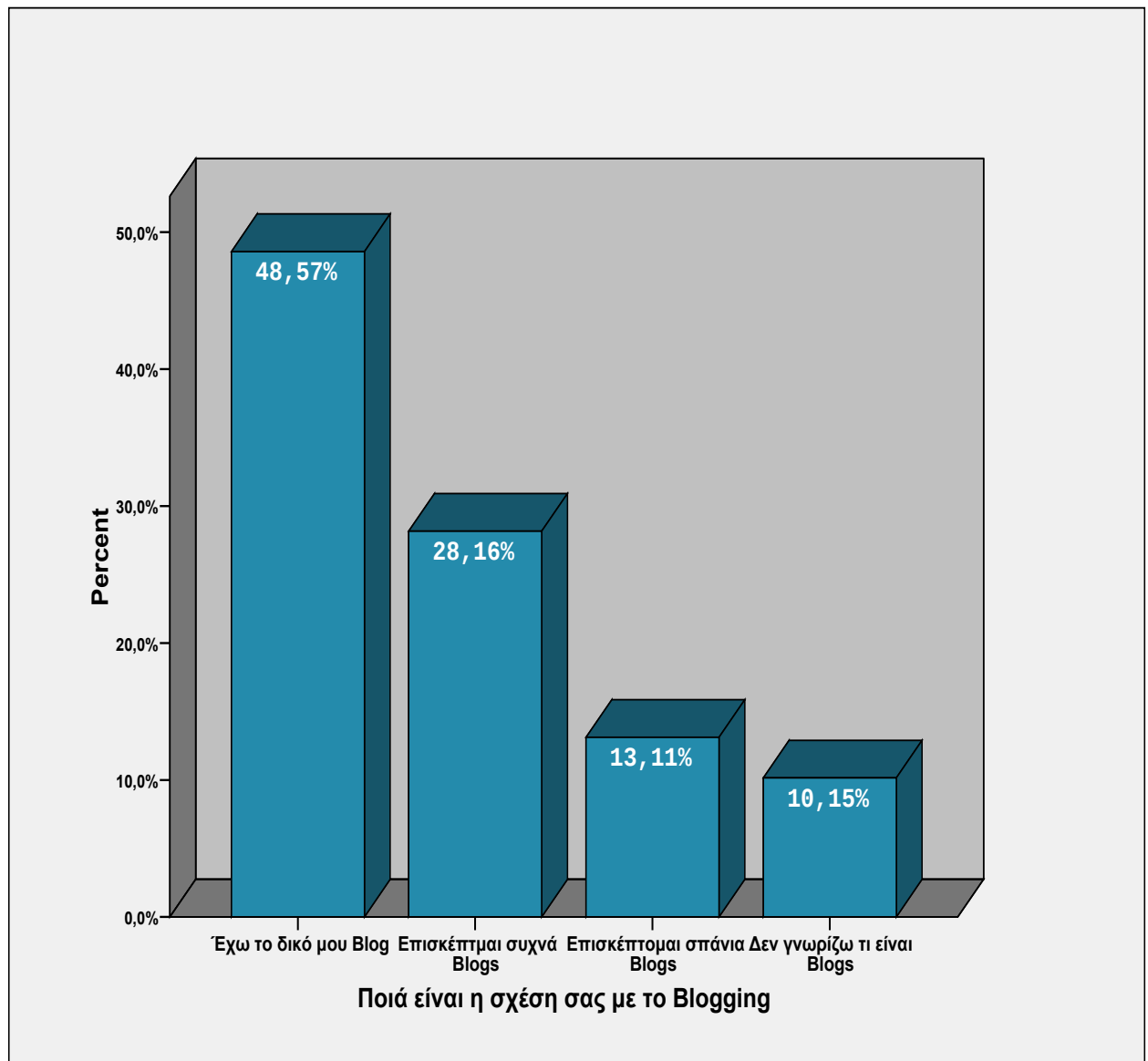
Όπως γίνεται εμφανές από το γράφημα 6.8 η πλειοψηφία του δείγματος κατοικεί στην Αττική και γενικά στα αστικά κέντρα κάτι που ενισχύεται και από τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο γράφημα 6.9. Σ' αυτήν την ερώτηση, όπως έχει ήδη αναφερθεί, ζητούνταν από τους ερωτώμενους να δηλώσουν το νομό κατοικίας και διαπιστώθηκε ότι στο δείγμα συμμετείχαν χρήστες από όλους τους νομούς της επικράτειας.

Γράφημα 6.9 Ποσοστιαία γεωγραφική κατανομή αστικά-ημιαστικά



Γύρω στο 60% των συμμετεχόντων στην ερευνά μας κατοικούν στα μεγάλα αστικά κέντρα και ένα ελάχιστο ποσοστό σε ημιαστικά.

Γράφημα 6.10 Σχέση των συμμετεχόντων με το μπλόγκινγκ (ποσοστιαία)



Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα -περίπου οι μισοί συμμετέχοντες-, το 48.57% διατηρούν οι ίδιοι ένα δικό τους μπλογκ. Το 28.16% αυτών επισκέπτεται συχνά μπλογκ, το 13,11% επισκέπτεται σπάνια μπλογκ. Συνολικά το 41.27% επισκέπτεται κάποιο μπλογκ. Ένα υψηλό ποσοστό ατόμων, 10,1% ,δε γνωρίζει τι είναι τα μπλογκ. Ωστόσο η έρευνα αυτή παρουσιάστηκε μόνο μέσα από μπλογκ. Μια πιθανή εξήγηση την οποία εμείς δεχτήκαμε κατά την ανάλυση είναι ότι υπάρχουν άτομα που κατά την διαδικασία αναζήτησης πληροφοριών μέσα από τις μηχανές αναζήτησης επισκέπτονται μπλογκ χωρίς όμως να τα διακρίνουν από τις λοιπές δικτυακές εφαρμογές (technorati, 2008)

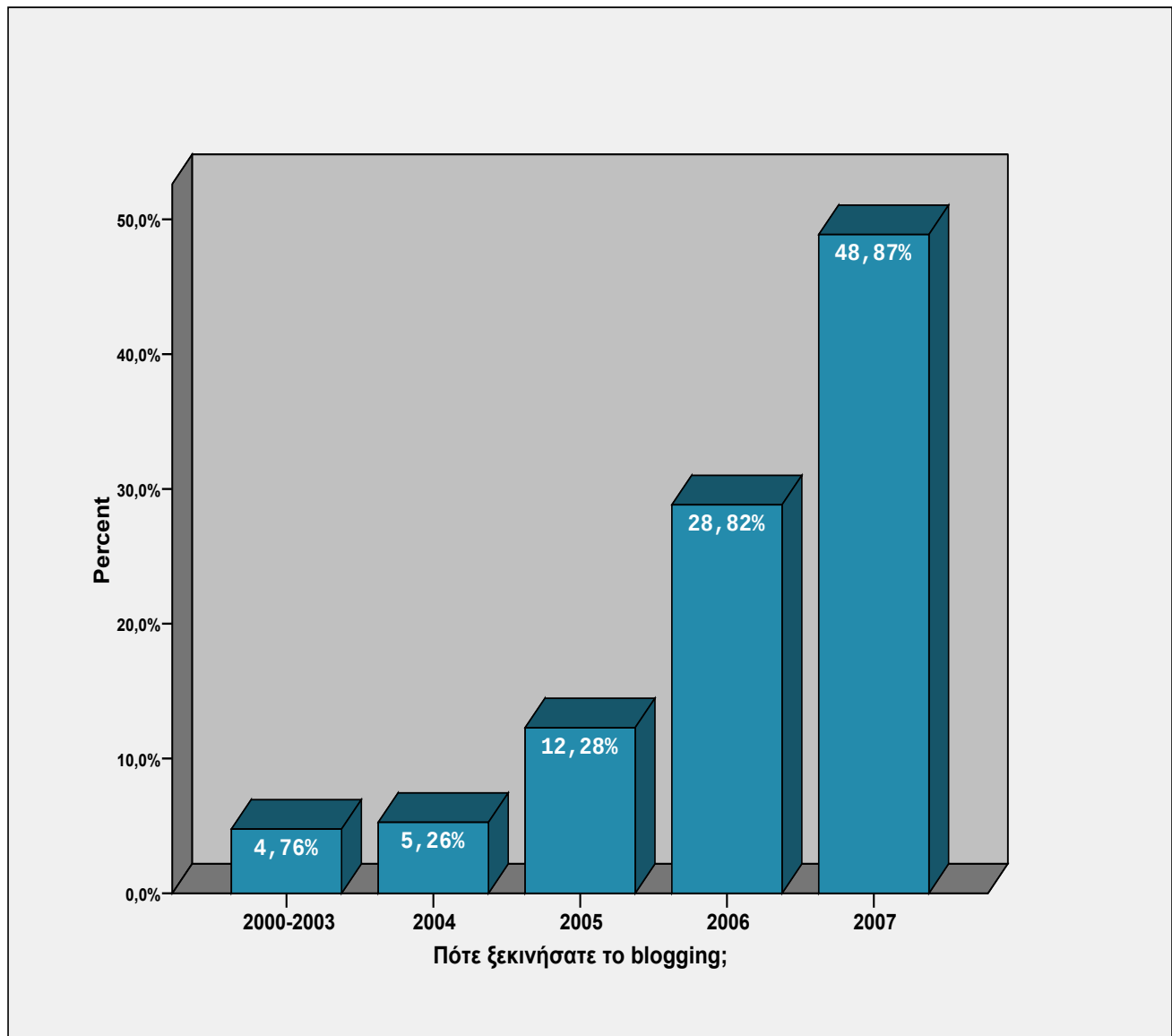
Στην ερώτηση 2 (πίνακας, 6.2) βλέπουμε ότι ο σημαντικότερος λόγος διατήρησης μπλογκ είναι «για να διατυπώσω τις απόψεις μου» με ποσοστό 22.7 %. Κάτι που δείχνει την επιθυμία για την εύρεση χώρου όπου να μπορεί να δημοσιοποιήσει κανείς τις απόψεις του. Αυτή άλλωστε είναι μια βασική καινοτομία της υπό εξέταση εφαρμογής ότι δηλαδή προσφέρεται για πρώτη φορά η δυνατότητα σε άτομα που έχουν πρόσβαση στο Ίντερνετ να εκφραστούν, να γίνουν οι ίδιοι δημιουργοί περιεχομένου. Μια δυνατότητα που από ότι δείχνουν τα δεδομένα οι Έλληνες μπλόγκερ αντιλαμβάνονται σαν βασικό κίνητρο για την εισαγωγή τους σε αυτήν την πρακτική. Οι λόγοι που έπονται αφορούν και οι δύο την επικοινωνία. Έτσι: για «Ανταλλαγή απόψεων» διατηρεί μπλογκ το 17,6% των ερωτούμενων και για «Για επικοινωνία με άτομα που έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα» το 14,8%. Όσον αφορά τους λόγους που μπορούν να συμπεριληφθούν στην αντιμετώπιση του ως προσωπικού ημερολογίου το «Για να κρατήσω ένα αρχείο των σκέψεών μου» (12,3%) και «Δεν ξέρω γιατί αλλά το λατρεύω» τα στοιχεία δείχνουν ότι αποτελεί έναν αρκετά σημαντικό λόγο χωρίς όμως να είναι και ο κυρίαρχος. Τώρα όσον αφορά τους λόγους που αφορούν την αποκόμιση προσωπικού οφέλους όπως το να «γίνω γνωστός», «να κάνω γνωριμίες», «Για χρήματα» και «Για να πλήξω/ μπω στο μάτι των εχθρών μου» από τα ευρήματα της έρευνας φαίνεται να μην αποτελούν βασικό κίνητρο για την διατήρηση μπλογκ.

Πίνακας 6.2 Για ποιο λόγο διατηρείτε μπλογκ

	Θετικές απαντήσεις	Ποσοστό
Για να διατυπώσω τις απόψεις μου	281	73,0%
Ανταλλαγή απόψεων	218	56,6%
Για επικοινωνία με άτομα που έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα	183	47,5%
Για να κρατήσω ένα αρχείο των σκέψεών μου	152	39,5%
Για να ξεθυμάνω	106	27,5%
Για να επηρεάσω τη δημόσια γνώμη	96	24,9%
Για να διατηρήσω επαφή με φίλους	53	13,8%
Δεν ξέρω γιατί αλλά το λατρεύω	42	10,9%
Για να γίνω γνωστός	37	9,6%
Για να κάνω γνωριμίες	34	8,8%
Για χρήματα	15	3,9%
Για να πλήξω/ μπω στο μάτι των εχθρών μου	10	2,6%

Άλλος λόγος	7	1,8%
Για να επαινέσω τους φίλους μου	4	1,0%

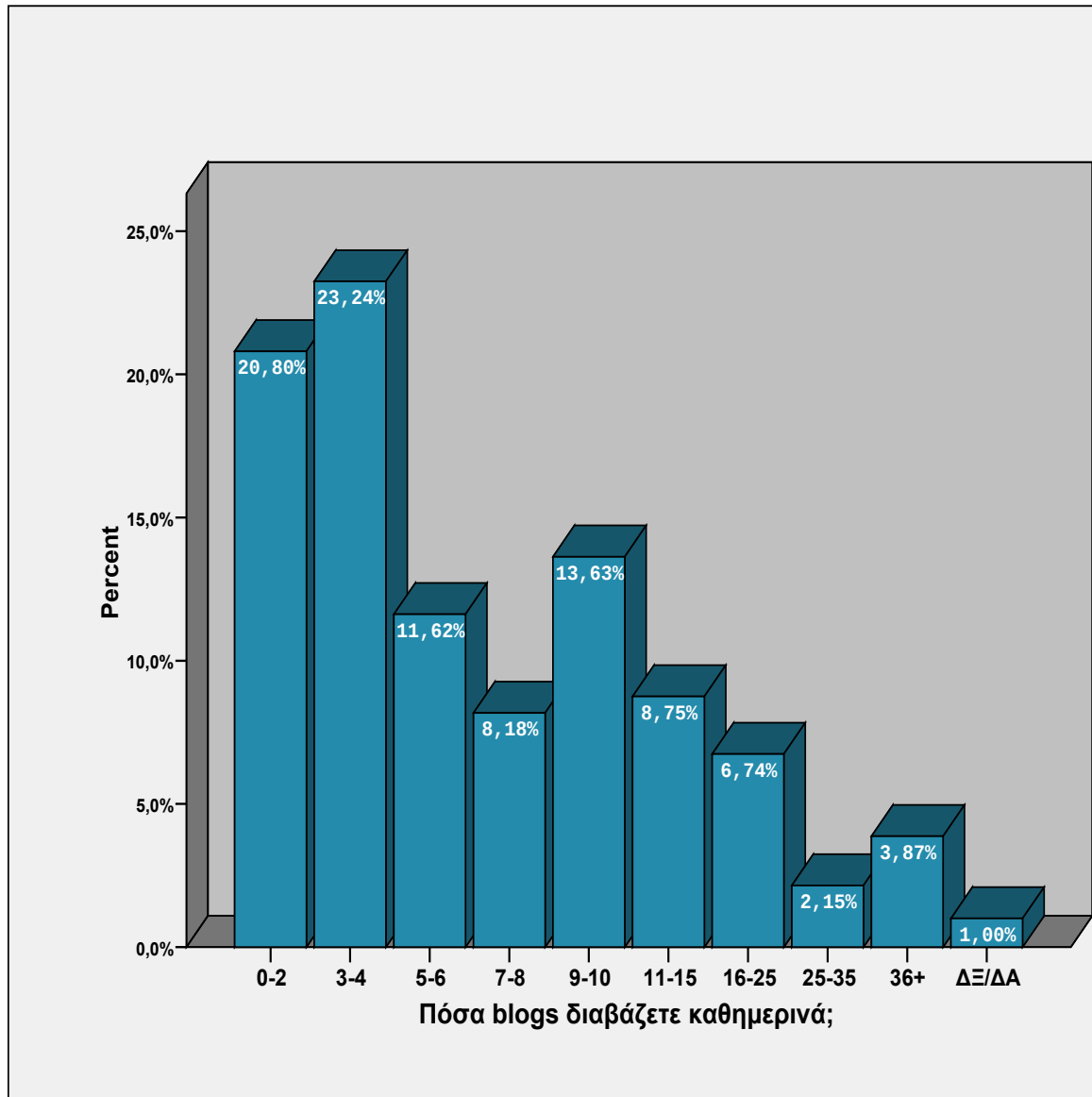
Γράφημα 6.11 Πότε ξεκινήσατε το μπλόγκινγκ;



Όπως παρουσιάζονται στο γράφημα 6.11, οι μισοί περίπου το 48,87% από τους μπλόγκερ που συμμετείχαν στην έρευνα ξεκίνησαν το μπλόγκινγκ μόλις μέσα στον τρέχοντα χρόνο, τον χρόνο διεξαγωγής της έρευνας - το 2007, το 28,82% τον προηγούμενο χρόνο το 2006, το 12,28% αυτών το 2005. Το 2004 ήταν το έτος όπου ξεκίνησε να ασχολείται με την

πρακτική μπλόγκινγκ μόνο ένα 5,26% . Πριν το 2004 και συγκεκριμένα κατά τα έτη 2000 έως 2003 μόλις ένα 4,76% άνοιξαν για πρώτη φορά κάποιο μπλογκ.

Γράφημα 6.12 Πόσα μπλογκ διαβάζετε καθημερινά

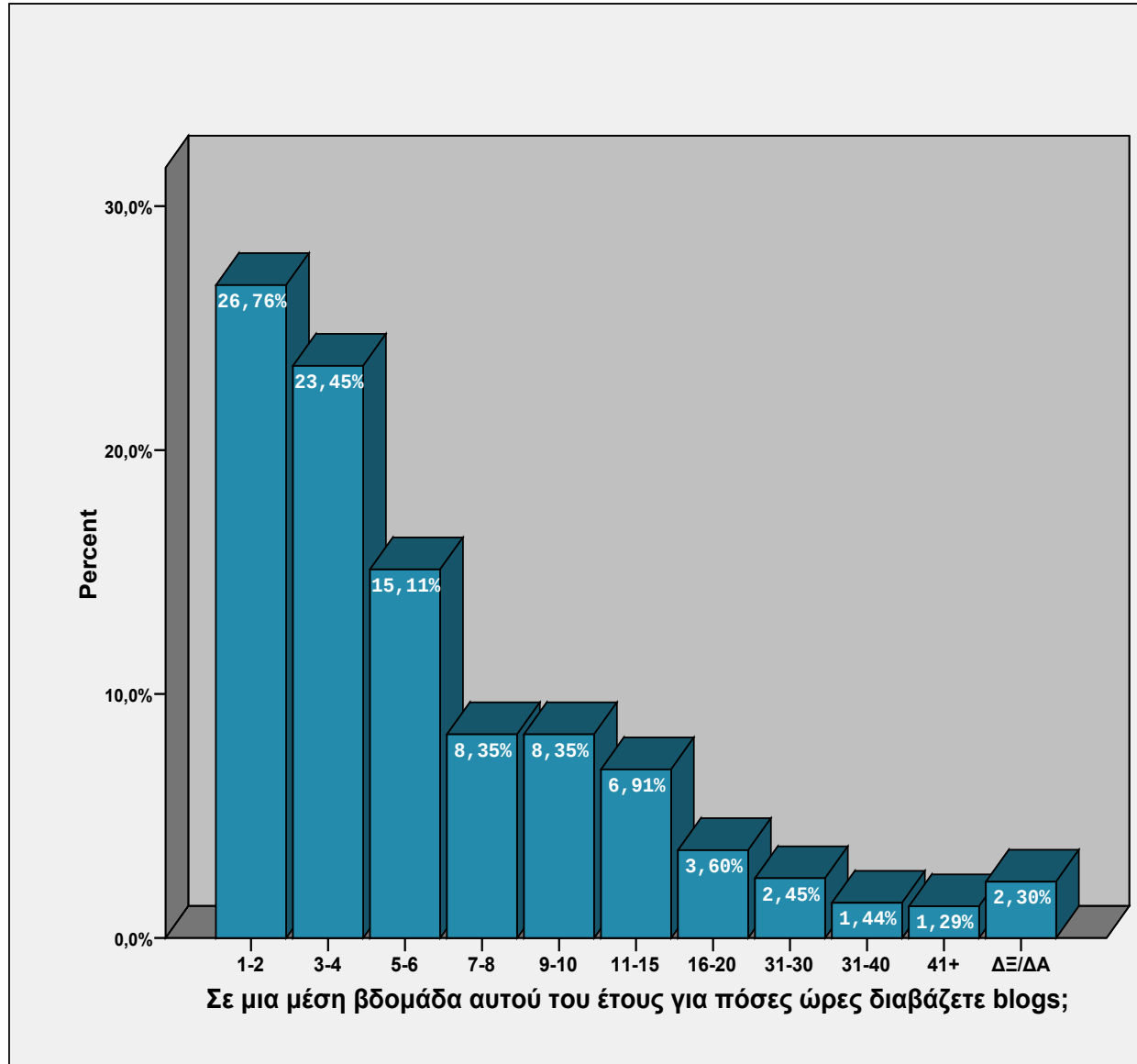


Στο γράφημα 6.12 βλέπουμε ότι δεν υπάρχει μια κεντρική τάση όσον αφορά στο αριθμό των μπλογκ που παρακολουθούν καθημερινά οι ερωτώμενοι καθώς υπάρχει μια διασπορά των ποσοστών που κυμαίνονται μεταξύ του 0-2 και του 9-10. Το ένα τέταρτο περίπου αυτών παρακολουθεί καθημερινά τις ανανεώσεις τριών, τεσσάρων μπλογκ. Εντυπωσιακή είναι η ύπαρξη ατόμων, έστω και αν αυτά αποτελούν μόνο το 3.87% του πληθυσμού που

Παπαδημητρίου Σταυρούλα

παρακολουθούν 36+ μπλογκ καθημερινά καθώς και το συνολικό ποσοστό της τάξης του 21,51% που παρακολουθούν πάνω από 10 μπλογκ καθημερινά.

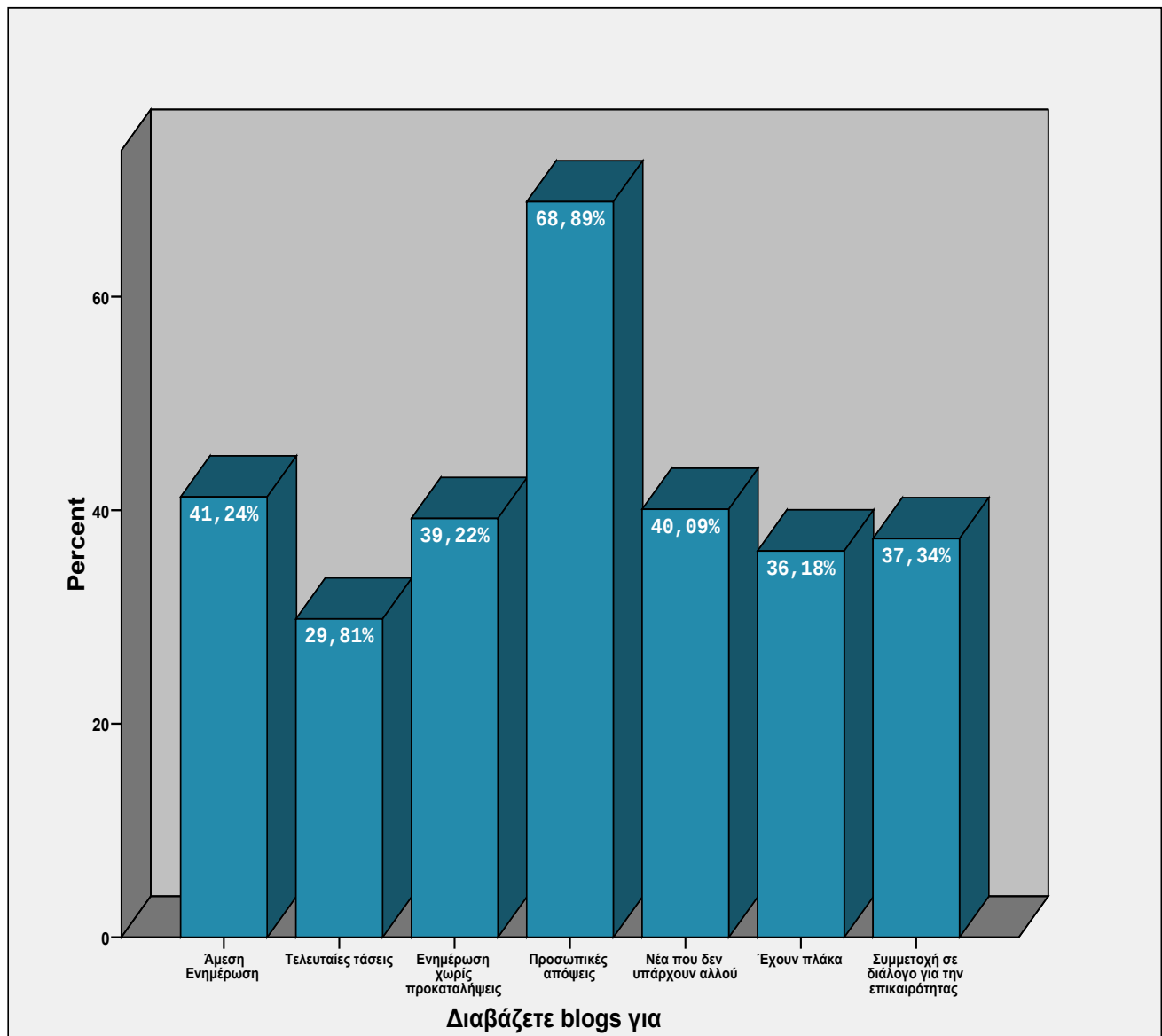
Γράφημα 6.13 Πόσες ώρες την εβδομάδα διαβάζετε μπλογκ;



Όσον αφορά το χρόνο που οι συμμετέχοντες στην έρευνα καταναλώνουν για την ανάγνωση (καθαρά την ανάγνωση και όχι τη διατήρηση ή την ενημέρωση του δικού τους μπλογκ) βλέπουμε ότι περίπου για το ¼ αυτών είναι μόνο 1 με 2 δύο ώρες την εβδομάδα, για το 23,45% 3 με 4 ώρες την εβδομάδα, και για το 15.11% είναι 5 με 6 ώρες την εβδομάδα. Πάνω από 7 ώρες την εβδομάδα δηλαδή πάνω από 1 ώρα κάθε μέρα επενδύουν στη δραστηριότητα ανάγνωσης μπλογκ συνολικά το 32.39 % των συμμετεχόντων, δηλαδή

περίπου το 1/3 αυτών.(γράφημα 6.13)

Γράφημα 6.14 Λόγοι ανάγνωσης μπλογκ



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας μας βλέπουμε ότι ο σημαντικότερος λόγος για την ανάγνωση μπλογκ είναι με ποσοστό 68.9% για να έχουν πρόσβαση στις «προσωπικές απόψεις» των συγγραφέων τους. Άλλωστε αυτή είναι και μια από τις κεντρικές καινοτομίες που η πρακτική του μπλόγκινγκ εισήγαγε στην επικοινωνία, η δυνατότητα που δίνεται σε κάθε χρήστη του Ίντερνετ να μην είναι παθητικός καταναλωτής περιεχομένου αλλά και δημιουργός. Με σειρά σημαντικότητας ακολουθούν οι λόγοι, 41,24% για «άμεση ενημέρωση», 40,09% «νέα που δεν υπάρχουν κάπου αλλού» και με 39,22 για «ενημέρωση

χωρίς προκαταλήψεις».

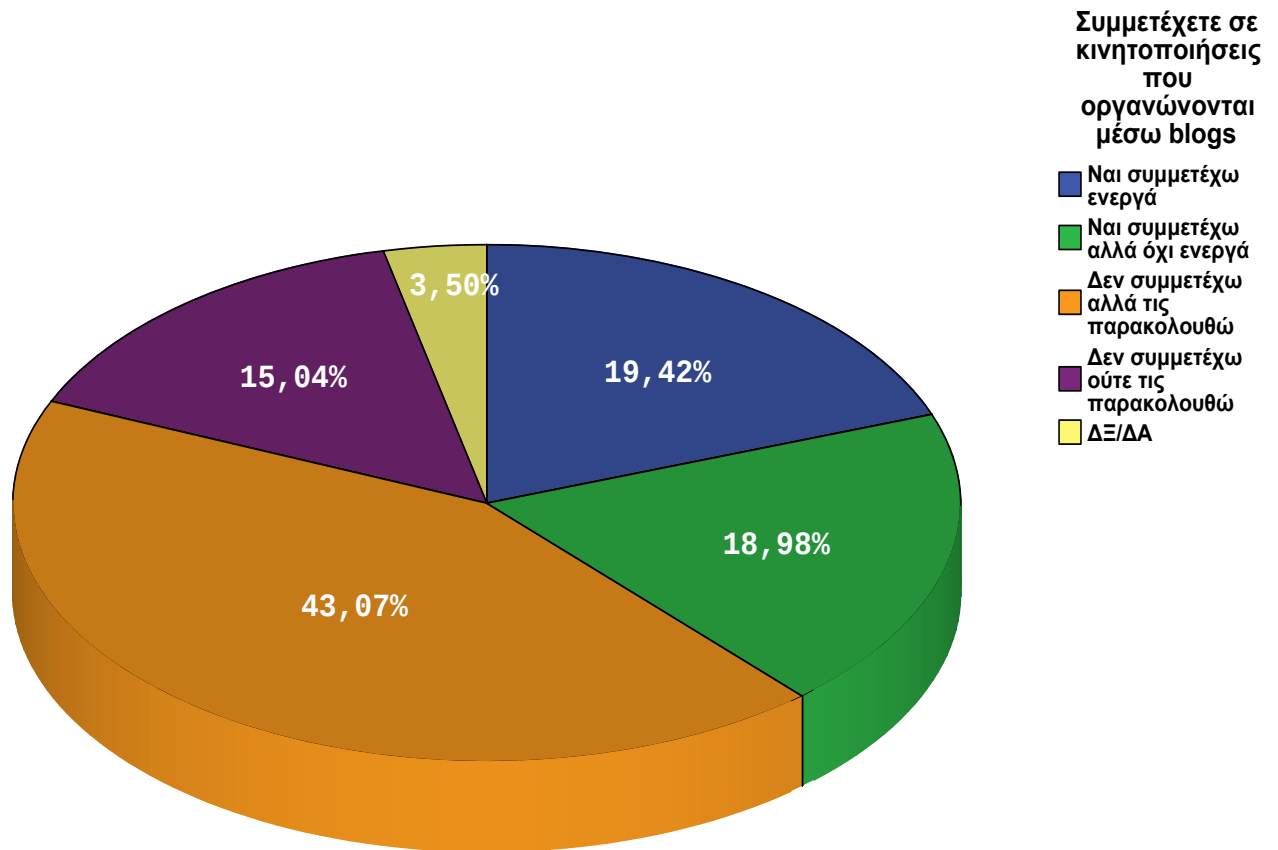
Οι υπόλοιποι λόγοι παρουσιάζονται αναλυτικά στον ακόλουθο πίνακα 6.3:

Πίνακας 6.3 Λόγοι ανάγνωσης μπλογκ

	Θετικές απαντήσεις	Ποσοστό
Προσωπικές απόψεις	476	68,9%
Άμεση Ενημέρωση	285	41,2%
Νέα που δεν μπορώ να βρω κάπου αλλού	277	40,1%
Αδιαμεσολάβητη Ενημέρωση / Ενημέρωση χωρίς προκαταλήψεις	271	39,2%
Να συμμετέχω σε διάλογο για θέματα της επικαιρότητας	258	37,3%
Έχουν πλάκα	250	36,2%
Τελευταίες τάσεις	206	29,8%
Περισσότερη εντιμότητα	133	19,2%
Συνδέσμους	121	17,5%
Καλύτερη προοπτική	92	13,3%
Άλλος Λόγος Ανάγνωσης μπλογκ	30	4,3%

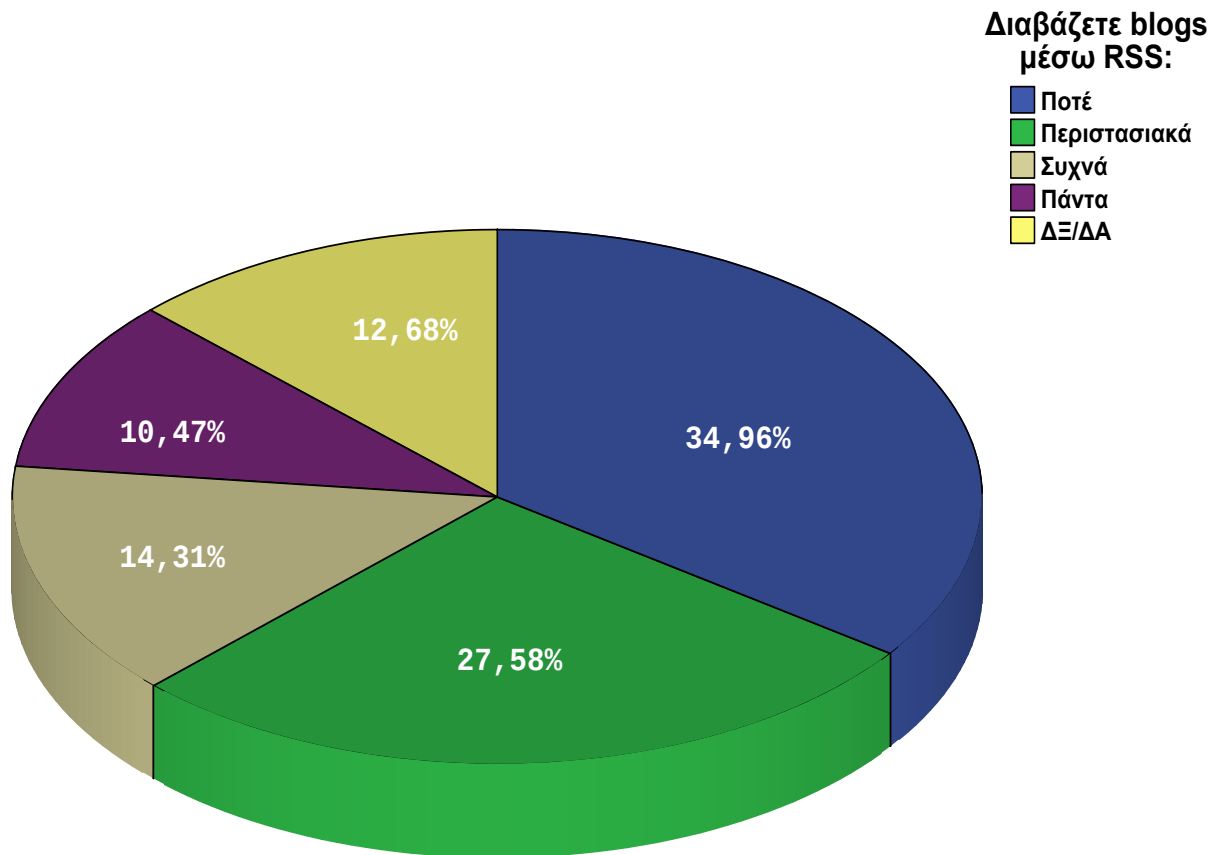
Σχετικά με τον «άλλο λόγο» για την ανάγνωση μπλογκ ένα 4,3% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι διαβάζει μπλογκ για κάποιον άλλο λόγο εκτός των αναφερομένων στο ερωτηματολόγιο. Κάποιοι από του λόγους που αναφέρθηκαν και πιθανόν να αξίζει να συμπεριληφθούν σε επόμενη σχετική έρευνα είναι αυτός της δημιουργικής γραφής.

Γράφημα 6.15 Συμμετοχή σε κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω μπλογκ



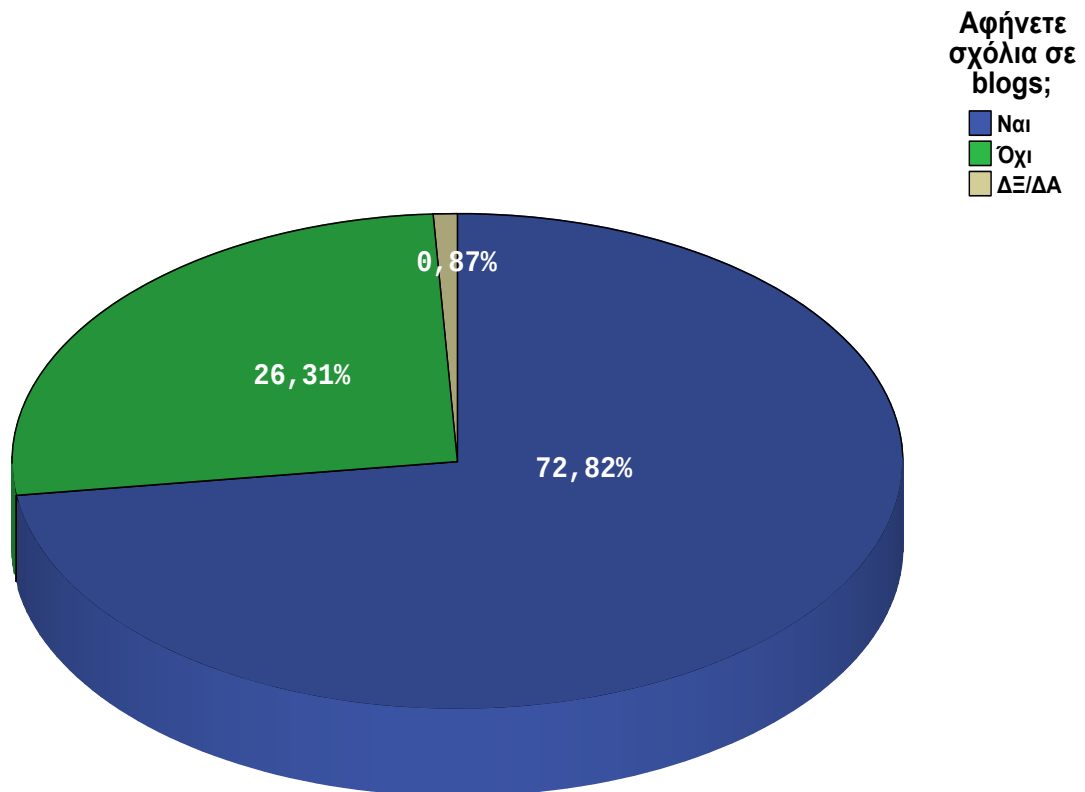
Στο γράφημα 6.15 βλέπουμε ότι η πλειοψηφία των ερωτούμενων, το 81.47% γνωρίζει και παρακολουθεί τις κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω μπλογκ. Μόνο ένα 15,04% ούτε συμμετέχει ούτε τις παρακολουθεί και ένα πολύ μικρό ποσοστό, το 3,50% δεν γνωρίζει τίποτα για αυτές. Το ποσοστό που συμμετέχει σ' αυτές είναι 38.4%. Από αυτούς 19,42% συμμετέχουν ενεργά και 18,98% όχι ενεργά.

Γράφημα 6.16 Διαβάζετε μπλογκ μέσω RSS



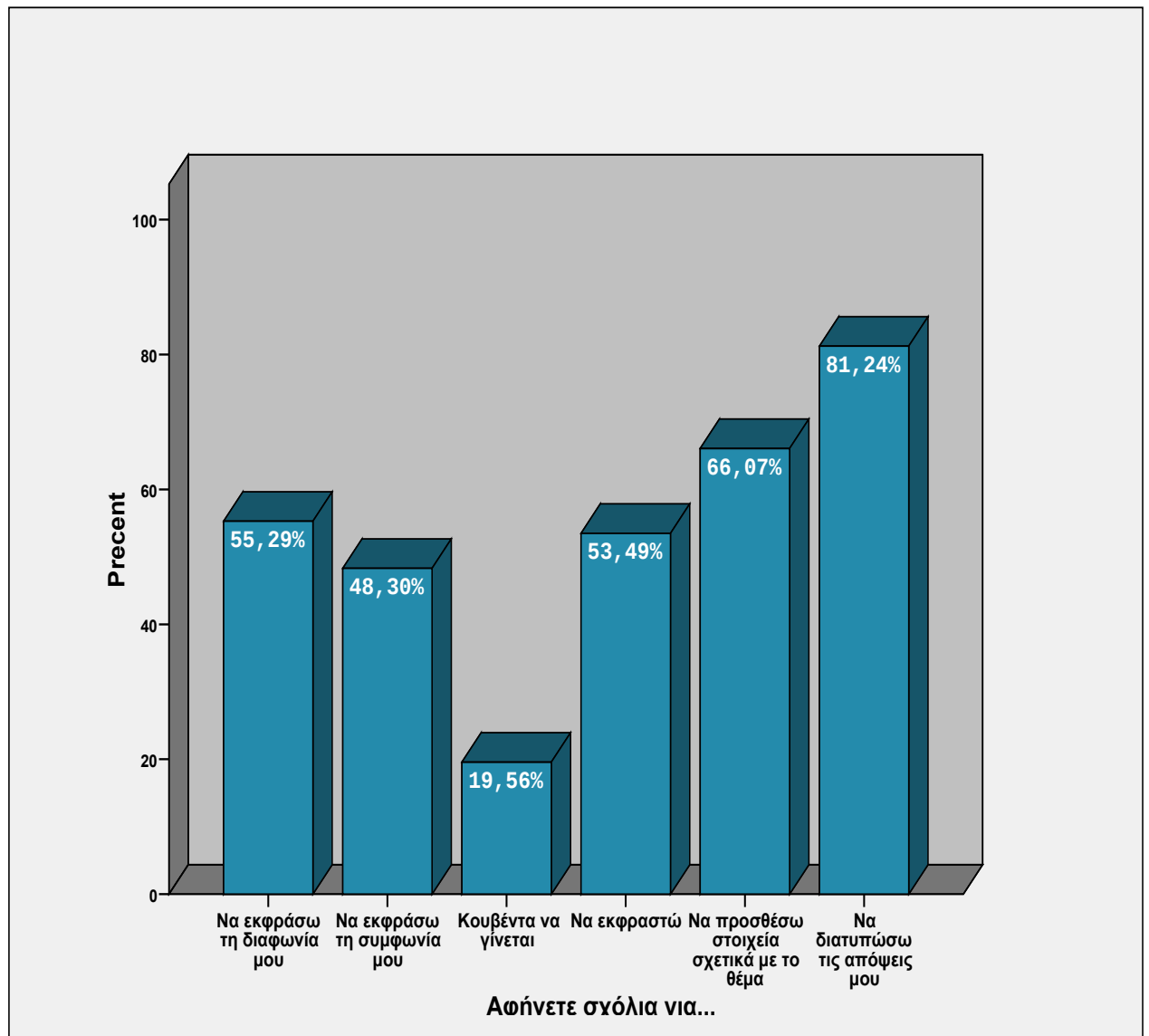
Ένα μικρό μόνο μέρος όσων συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο εκμεταλλεύεται σε μεγάλο βαθμό τα πλεονεκτήματα που η ανάγνωση μπλογκ μέσω Rss feeds προσφέρουν καθώς το 10,47% διαβάζει μπλογκ μέσω Rss feed πάντα, ένα 14,31% συχνά και ένα 27,58% περιστασιακά. Οι μισοί δηλαδή περίπου, συνολικά το 52,32% , το χρησιμοποιούν με την όποια μικρή ή μεγάλη συχνότητα. Ένα μεγάλο ποσοστό, 34,96%, δεν το χρησιμοποιεί ποτέ αν και μόνο το 12,68% δεν γνωρίζει τι είναι. (γράφημα 6.16)

Γράφημα 6.17 Ποσοστιαία αναπαράσταση Σχολιασμού



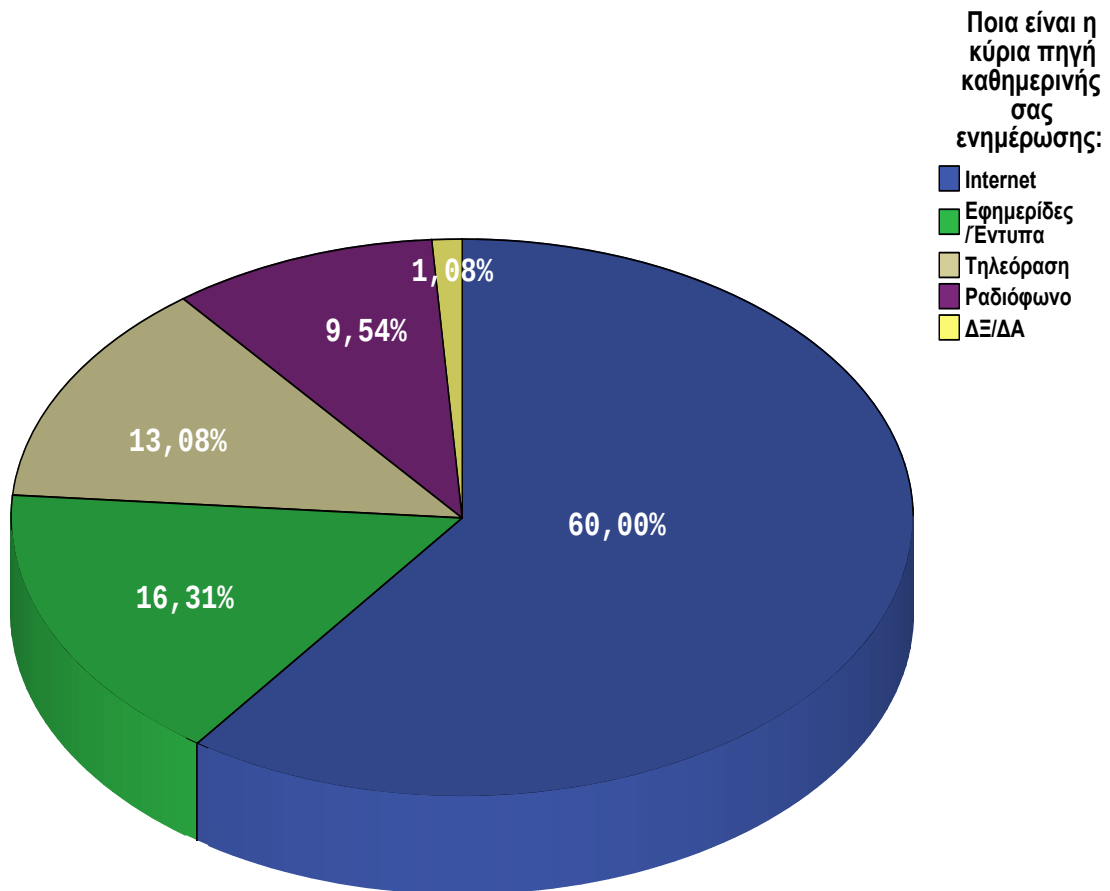
Στο γράφημα 6.17 βλέπουμε το ποσοστό των ατόμων που συμμετέχουν στο σχολιασμό των αρχικών θέσεων των συγγραφέων των μπλογκ. Ένα από τα χαρακτηριστικά του καινοτόμου αυτού μέσου, όπως έχει αναφερθεί και σε προηγούμενο σημείο της παρούσας εργασίας, είναι ότι μέσω της δυνατότητας του σχολιασμού επιτρέπουν την αλληλεπίδραση του γράφοντος με τους αναγνώστες. Τα ευρήματα της έρευνας μας, δείχνουν ότι το συντριπτικά μεγαλύτερο ποσοστό αυτών εκμεταλλεύονται αυτή την δυνατότητα και ανοίγουν διάλογο με το κείμενο, τον γράφοντα ή τις ιδέες που δημοσιοποιούνται.

Γράφημα 6.18 Λόγοι σχολιασμού



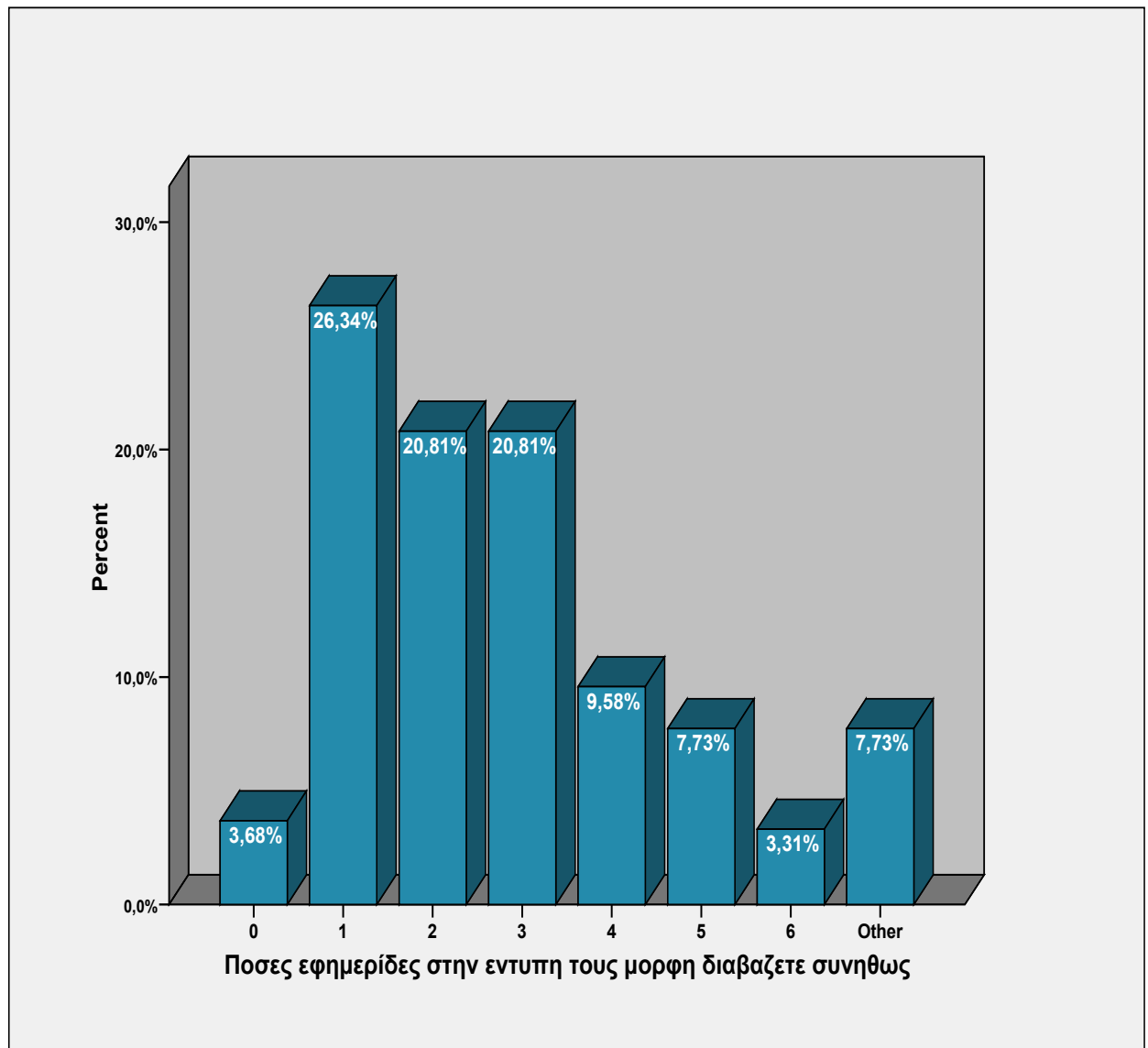
Όπως γίνεται εμφανές και από το γράφημα 6.18 ένας από τους σημαντικότερους λόγους για το σχολιασμό είναι «η διατύπωση των απόψεων του γράφοντος σε θέματα σχετικά με τη δημοσίευση» με ποσοστό 81,24%, δεύτερος «έρχεται για να προσθέσω στοιχεία σχετικά με το θέμα» με ποσοστό 66,07%, τρίτος «για να εκφράσω την διαφωνία μου» με ποσοστό 55,29%, τέταρτος «για να εκφραστώ» με ποσοστό 53,49%.

Γράφημα 6.19 Κύρια πηγή ενημέρωσης



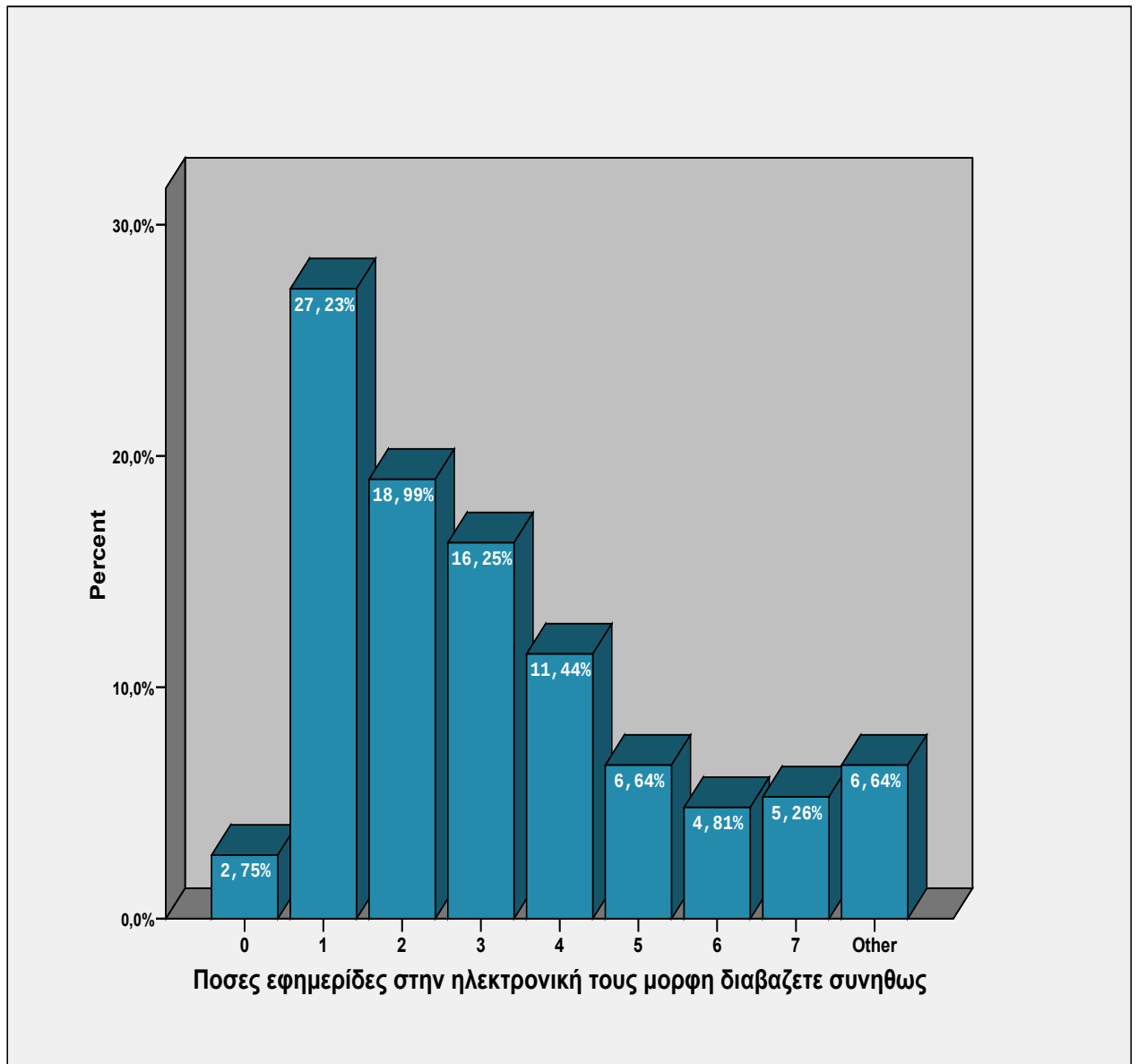
Η κύρια πηγή ενημέρωσης όσων συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο αυτό είναι και με σημαντική διαφορά το Ίντερνετ το 60% αυτών, δεύτερη σε σημαντικότητα πηγή ενημέρωσης είναι έντυπα /εφημερίδες το 16.31% αυτών , τέταρτη η τηλεόραση με μόνο 13,08% και πέμπτο το ραδιόφωνο με το εντυπωσιακό ποσοστό του 9,54% αυτών. Τα ποσοστά αυτά ουδεμία σχέση δεν έχουν με το μέσο όρο των μέσων που ο μέσος Έλληνας επιλέγει σαν πηγή ενημέρωσης. (γράφημα 6.19)

Γράφημα 6.20 Ποσοστιαία κατανομή ανάγνωσης εφημερίδων έντυπων



Οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή μας δείχνουν ότι τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα δείχνουν έντονο ενδιαφέρον για την επικαιρότητα και προσπαθούν να έχουν μια σφαιρική εικόνα αυτής καθώς συνήθως διαβάζουν έντυπα για την ενημέρωσή του . Μόνο ένα ποσοστό της τάξης του 3,68% δε διαβάζει καμία εφημερίδα έντυπη αντίθετα περίπου το 60% διαβάζει περισσότερες της μιας.(γράφημα 6.20)

Γράφημα 6.21 Ποσοστιαία κατανομή ανάγνωσης εφημερίδων σε ηλεκτρονική μορφή

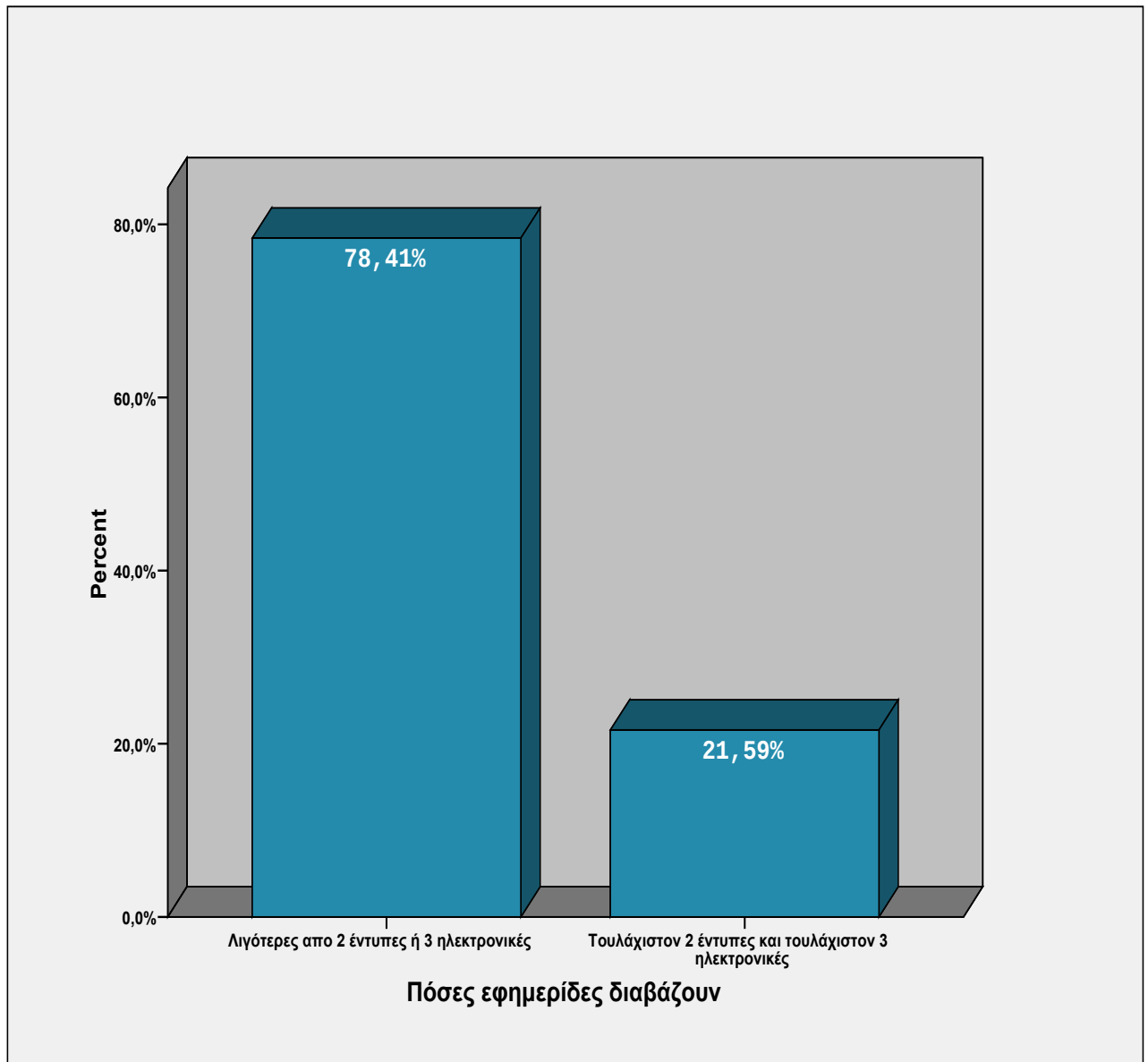


Αν η ανάγνωση έντυπων εφημερίδων και ως εκ τούτου η αναζήτηση ενημέρωσης είναι μια από τις αγαπημένες ενασχολήσεις του δείγματος της έρευνας αυτή η τάση γίνεται ακόμα πιο έντονη όταν εξετάζουμε την ανάγνωση εντύπων στην ηλεκτρονική τους μορφή. Τα αποτελέσματα αυτά ήταν αναμενόμενα ήδη από το γράφημα 7.20 όπου δηλωνόταν ως βασική πηγή ενημέρωσης το Ίντερνετ. Έτσι μόνο ένα 2,75% δεν διαβάζει συνήθως ούτε μια εφημερίδα μέσω διαδικτύου. (γράφημα 6.21) Στον πίνακα 6.4 παρουσιάζονται πρώτα είκοσι έντυπα σε αναγνωσιμότητα.

Πίνακας 6.4 Ποσοστιαία κατανομή ανάγνωσης εφημερίδων σε ηλεκτρονική μορφή

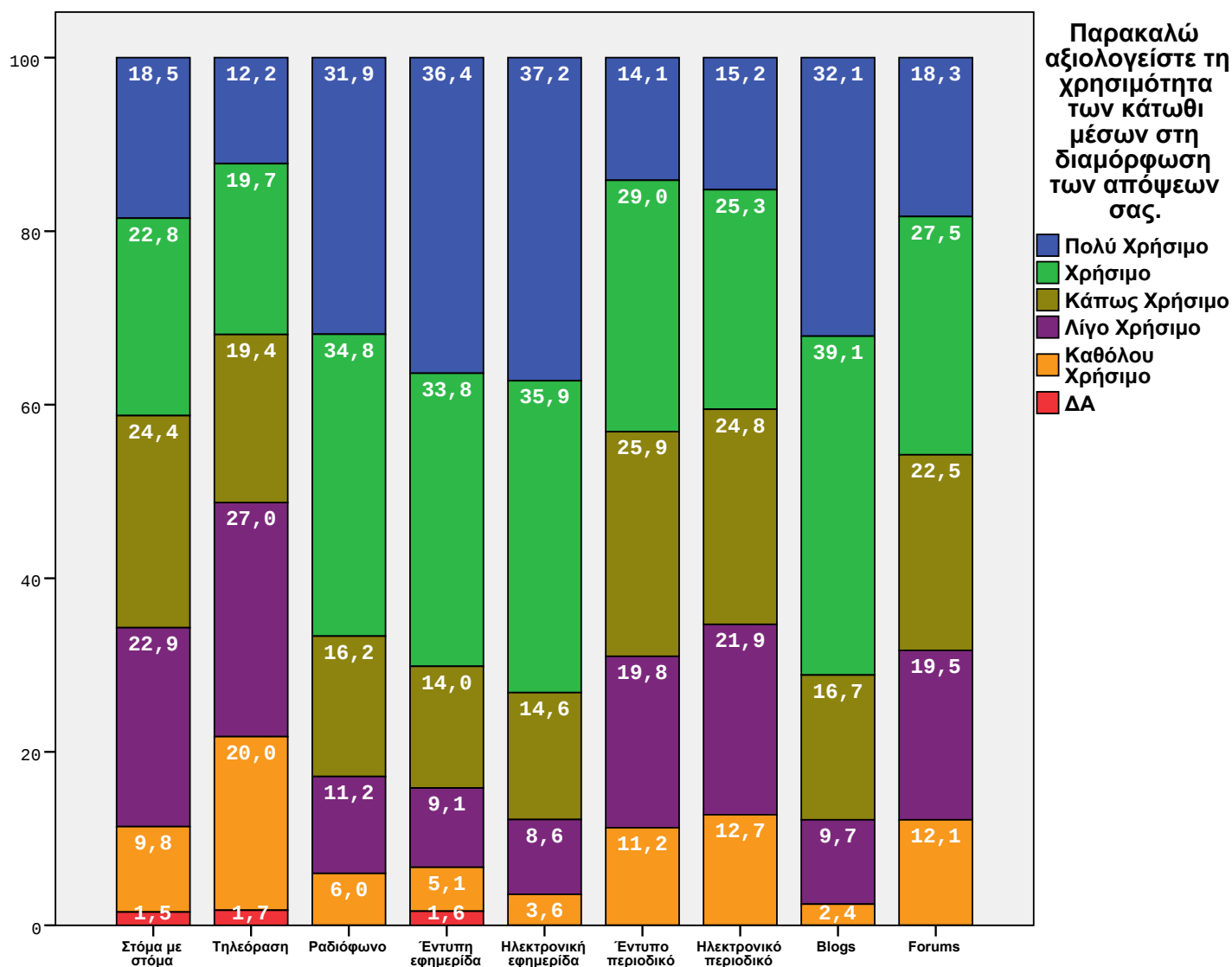
A/A	Εφημερίδα	Αριθμός αναφορών	% αναφορών στα άτομα που απάντησαν στην ερώτηση
1	Ελευθεροτυπία __ΕΝΤΥΠΗ	232	36%
2	Ελευθεροτυπία __ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ	195	30%
3	Καθημερινή __ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ	149	23%
4	Το Βήμα __ΕΝΤΥΠΗ	148	23%
5	Τα Νέα __ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ	143	22%
6	Καθημερινή __ΕΝΤΥΠΗ	138	21%
7	Το Βήμα __ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ	122	19%
8	Τα Νέα __ΕΝΤΥΠΗ	121	19%
9	Έθνος __ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ	95	15%
10	Ναυτεμπορική __ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ	95	15%
11	Athens Voice __ΕΝΤΥΠΗ	88	14%
12	Ελεύθερος Τύπος __ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ	86	13%
13	Το Πρώτο Θέμα __ΕΝΤΥΠΗ	78	12%
14	LIFO __ΕΝΤΥΠΗ	74	11%
15	Τοπικές εφημερίδες __ΕΝΤΥΠΗ	68	11%
16	Ελεύθερος Τύπος __ΕΝΤΥΠΗ	64	10%
17	Ξένες εφημερίδες __ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ	62	10%
18	Ριζοσπάστης __ΕΝΤΥΠΗ	59	9%
19	Ριζοσπάστης __ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ	56	9%
20	Το Ποντίκι __ΕΝΤΥΠΗ	55	9%

Γράφημα 6.22 Ανάγνωση εντύπων



Με δεδομένη την υψηλή αναγνωσιμότητα έντυπων μέσων από τους ερωτώμενους για τις ανάγκες της έρευνας φτιάχτηκε ένας δείκτης όπου μετρά την ανάγνωση εντύπων. Η ερώτηση που αφορούσε στην καταγραφή των εντύπων που διαβάζουν συνήθως γινόταν με τη μορφή μιας λίστας όπου γινόταν αναλυτική αναφορά των εφημερίδων και οι ερωτώμενοι επέλεγαν αυτές που διαβάζουν συχνά. Βλέπουμε από το γράφημα 7.22 ότι το 21,59%, το 1/5 δηλαδή του δείγματός μας διαβάζει συνήθως τουλάχιστον δυο έντυπες και τρεις ηλεκτρονικές εφημερίδες, δηλαδή πρόκειται για ένα κοινό πολύ ενημερωμένο σχετικά με τη δημόσια ατζέντα. (γράφημα 6.22)

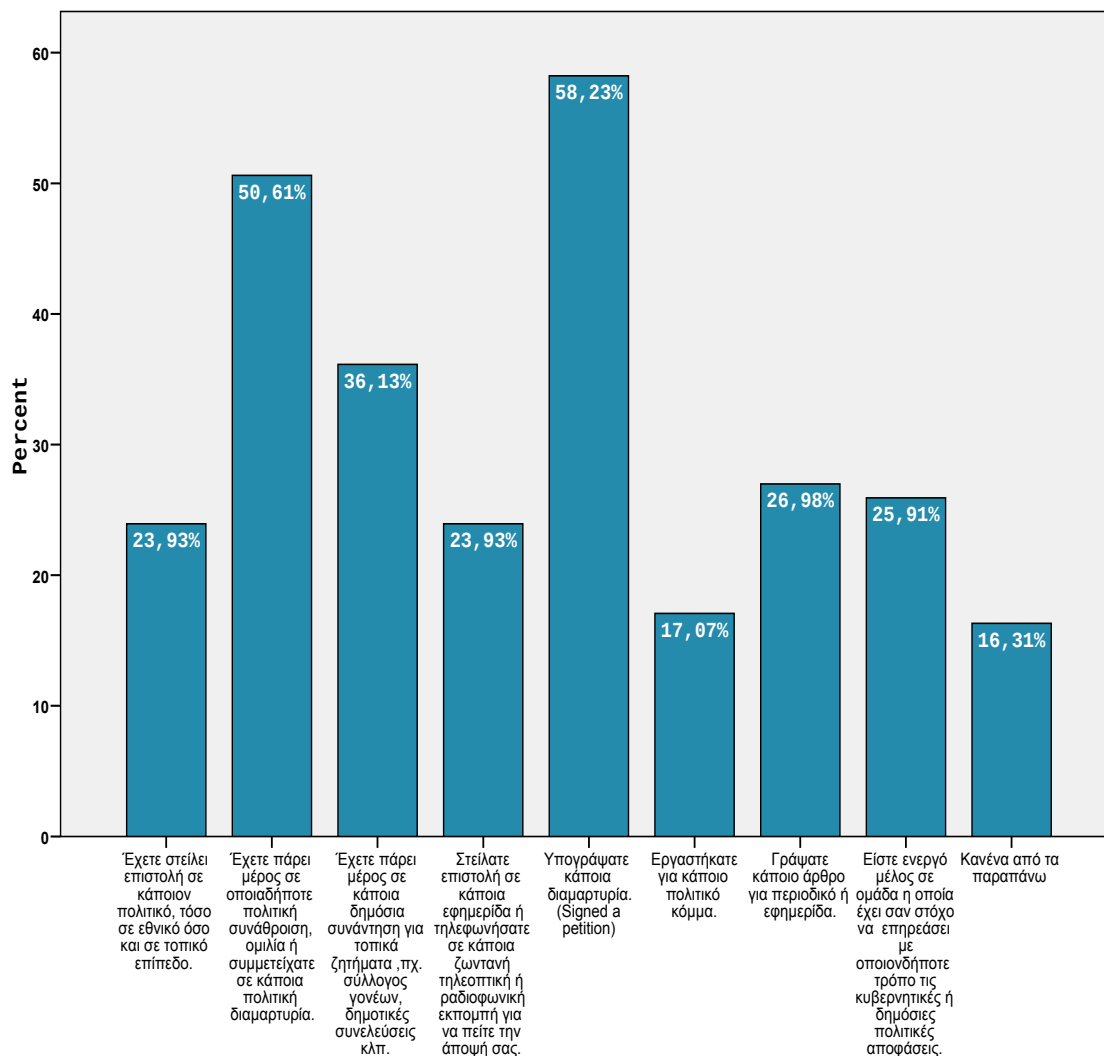
Γράφημα 6.23 Αξιολόγηση μέσων στη διαμόρφωση απόψεων



Τα αποτελέσματα από την ανάλυση του ερωτήματος αυτού έρχονται να συμπληρώσουν την εικόνα που είχε διαμορφωθεί με τις έως τώρα απαντήσεις. Τα μέσα που θεωρούνται πιο σημαντικά από τους συμμετέχοντες για τη διαμόρφωση των απόψεων τους είναι τα ηλεκτρονικά μέσα μαζικής επικοινωνίας με τα έντυπα μέσα να ακολουθούν σε σειρά σημαντικότητας. Τα μπλογκ τώρα αποτελούν σημαντική πηγή ενημέρωσης μια και για το 32,1% αξιολογείται ως πολύ χρήσιμο και για το 39,1% χρήσιμο μέσο για τη διαμόρφωση των απόψεών τους. Η ενημέρωση από φίλους και γνωστούς, από τις επαφές των κοινωνικών δικτύων αναδεικνύεται ένας σημαντικός παράγοντας διαμόρφωσης απόψεων

και αξιολογείται ως χρησιμότερος από την τηλεόραση. (γράφημα 6.23)

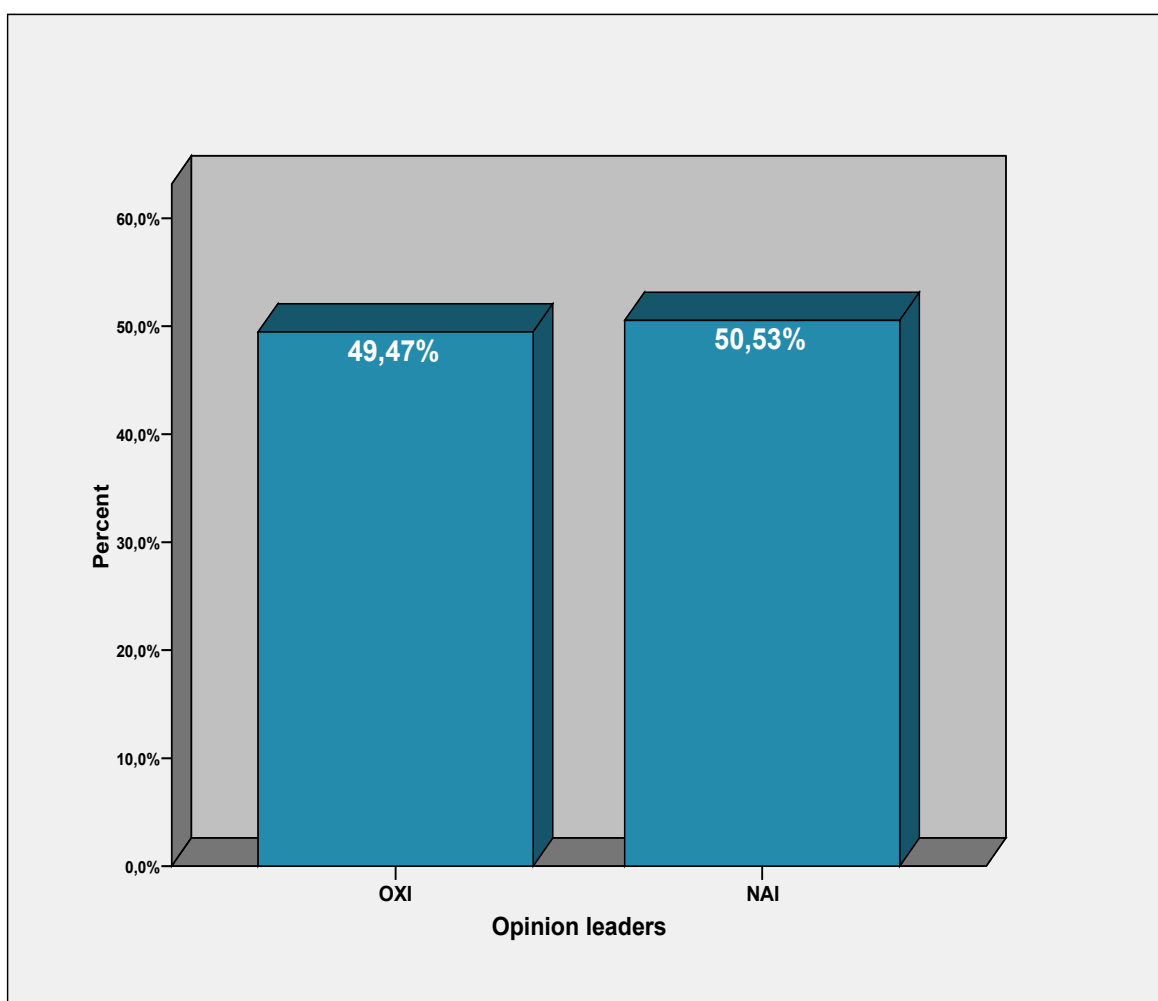
Γράφημα 6.24 Με ποιες από αυτές τις δραστηριότητες που ακολουθούν έχετε ασχοληθεί τους τελευταίους 12 μήνες



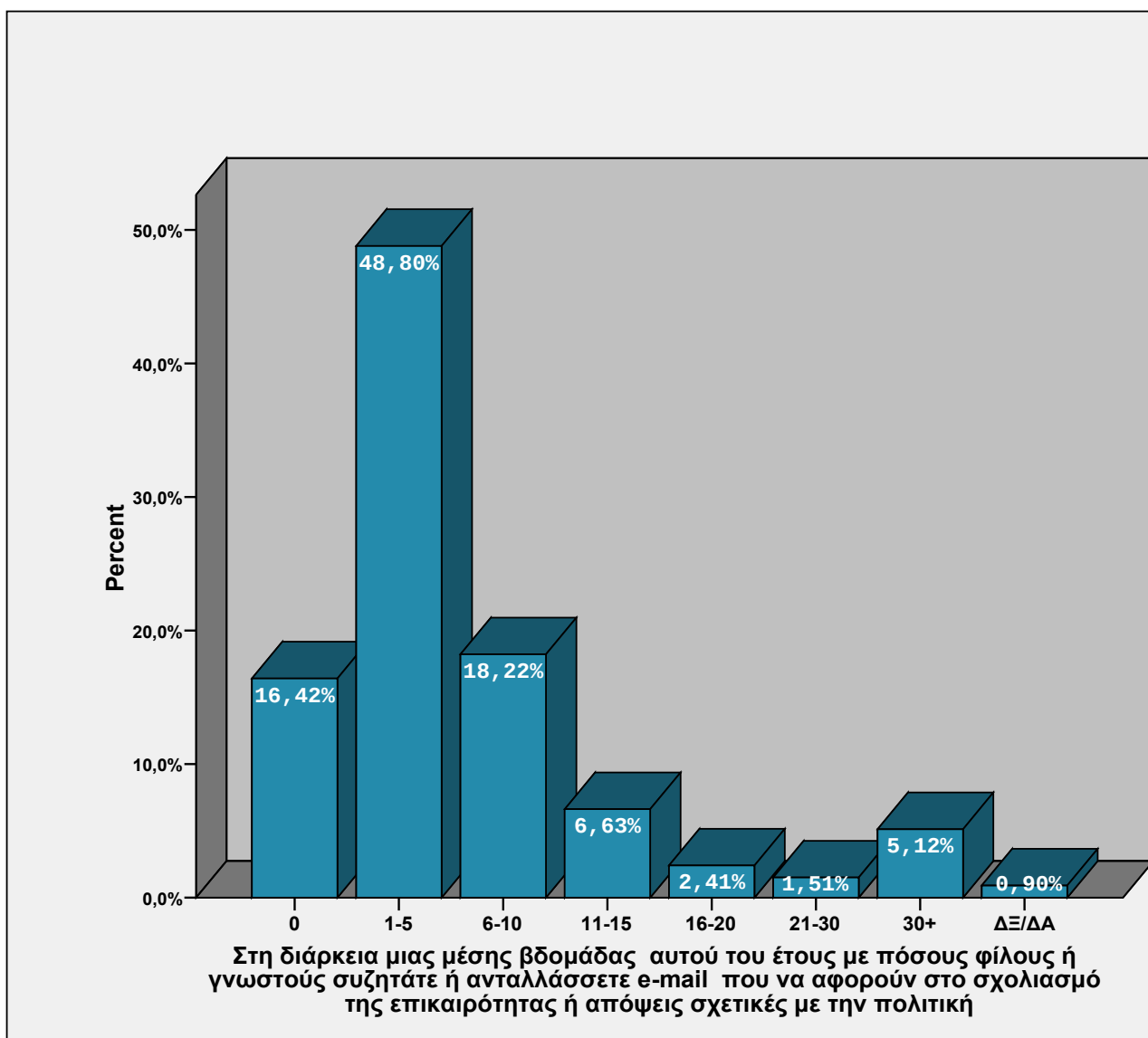
Τα αποτελέσματα όπως παρουσιάζονται στο γράφημα 6.24 μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι οι μπλόγκερ και οι αναγνώστες τους είναι πολιτικά ενεργά άτομα. Ένα 58,23% των ατόμων που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο έχουν υπογράψει και στείλει κάποια διαμαρτυρία. Αν και ο πληθυσμός του διαδικτύου συχνά κατηγορείται ότι οι μόνες πολιτικές δράσεις στις οποίες συμμετέχει είναι αυτές του καναπέ, βλέπουμε ότι ένα 50,61% οι μισοί δηλαδή συμμετείχαν σε κάποια πολιτική συγκέντρωση ή πολιτική

διαμαρτυρία, ποσοστό πολύ υψηλό για τα ελληνικά δεδομένα ακόμα και σε εκλογικό έτος όπως το 2007. Υψηλά ποσοστά πολιτικής ενεργοποίησης και συμμετοχής βλέπουμε σε όλο το φάσμα της πολιτικής δράσης μια και το 36,13% αυτών έχει πάρει μέρος σε κάποια δημόσια συνάντηση που αφορά τοπικά ζητήματα, το 26% είναι ενεργό μέλος σε κάποια ομάδα πίεσης, το 24% έχει στείλει επιστολή σε κάποιον πολιτικό τόσο σε εθνικό επίπεδο και το 17% εργάστηκε για κάποιο πολιτικό κόμμα. Το 27% έχει γράψει κάποιο άρθρο σε περιοδικό ή εφημερίδα γεγονός που καταδεικνύει και την υψηλή διασύνδεση της δημοσιογραφίας με την πρακτική μπλόγκινγκ. Μόνο το 16,31% δεν ασχολήθηκε με καμία από αυτές τις δραστηριότητες. και από το γράφημα 6.25 βλέπουμε ότι περίπου τα μισά άτομα του δείγματός μας μπορούν να χαρακτηριστούν ως opinion leaders στην πολιτική (πολιτικά ενεργών ατόμων).

Γράφημα 6.25 Ποσοστιαία κατανομή opinion leaders

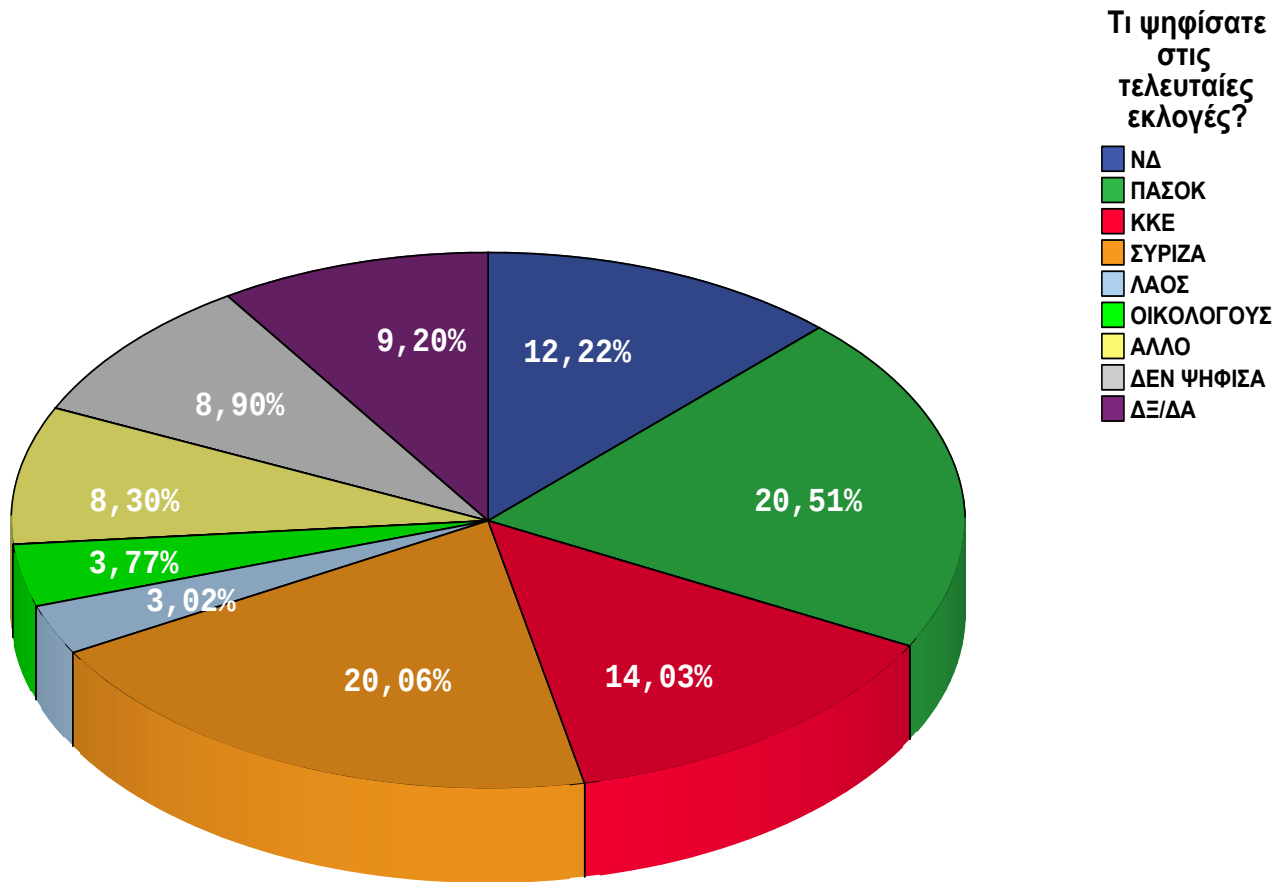


Γράφημα 6.26 Με πόσους φίλους ή γνωστούς συζητάτε ή ανταλλάσσετε σχετικές με επικαιρότητα ή πολιτική;



Όσον αφορά τώρα το σχολιασμό της επικαιρότητας ή την ανάπτυξη ζητημάτων σχετικά με την πολιτική με άτομα των κοινωνικών τους δικτύων σε φυσικό ή ηλεκτρονικό χώρο τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα δείχνουν ενδιαφέρον για την ανταλλαγή απόψεων. Έτσι μόνο ένα 16,42% δεν συζήτησε τέτοια θέματα ενώ το 48,80% συζητά για θέματα επικαιρότητας με ένα έως πέντε άτομα, το 18,22% με έξι έως δέκα άτομα και ένα συνολικό 15,67% με πάνω από έντεκα άτομα. Υπάρχει βέβαια και ένα πολύ μικρό ποσοστό 5,12% που έχει διάλογο πάνω σε θέματα επικαιρότητας με πάνω από 30 άτομα (γράφημα 6.26)

Γράφημα 6.27 Τι ψηφίσατε στις τελευταίες εκλογές;

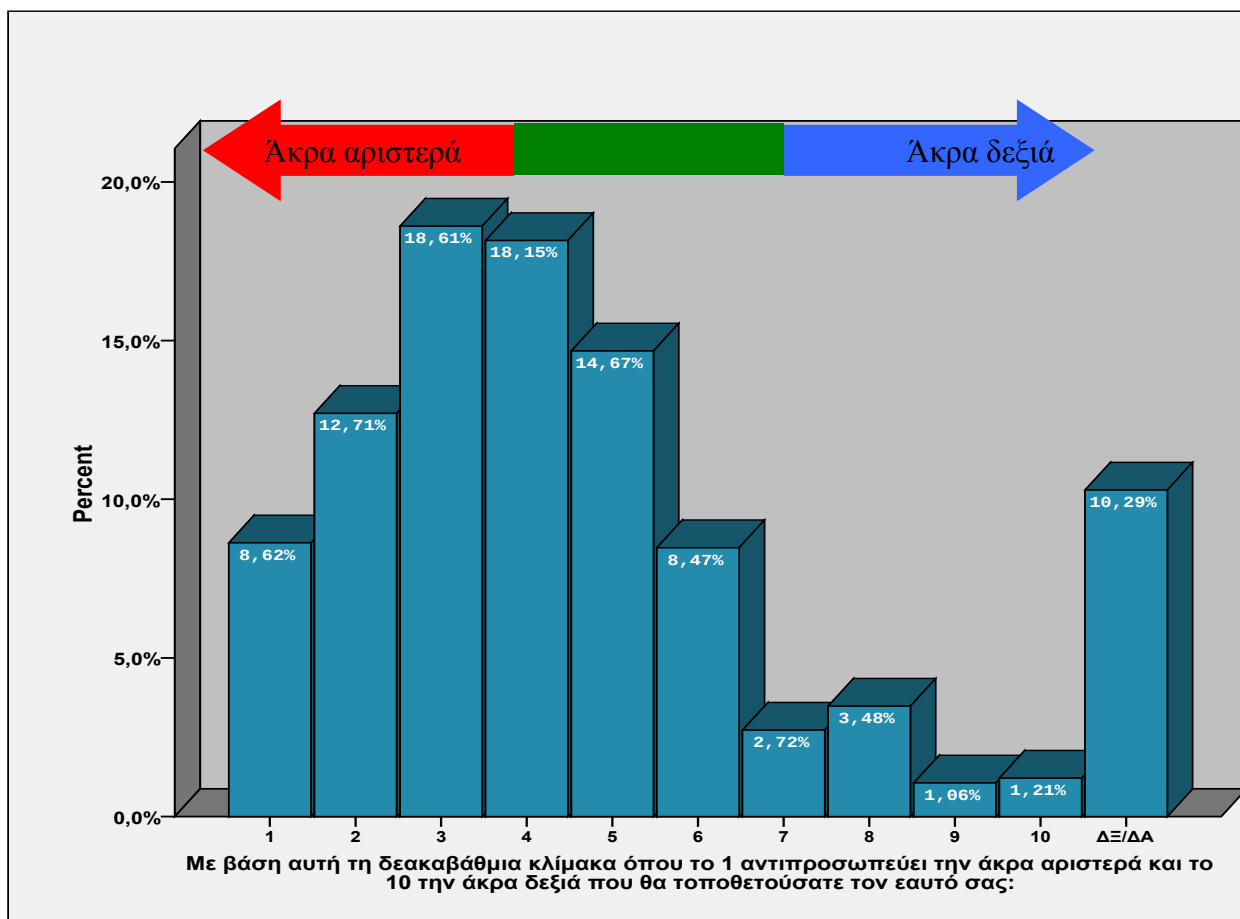


Οι μπλόγκερ και οι αναγνώστες τους φαίνεται να εκλέγουν κυβέρνηση με εντελώς διαφορετικά κριτήρια από το σύνολο του εκλογικού σώματος όπου επικρατεί ο δικομματισμός⁵⁵ με ποσοστό 80%. Βλέπουμε ότι τα αριστερά κόμματα έχουν ισχυρή

⁵⁵ Επίσης όσον αφορά την συμμετοχή στις εθνικές εκλογές αυτό «Ο δικομματισμός στις εκλογές 2007 κατέγραψε ένα ποσοστό της τάξης του 80%. Μειώθηκε κατά 6 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το αντίστοιχο άθροισμα του 2004, ενώ παρουσιάστηκε και αύξηση της αποχής κατά 3 περίπου ποσοστιαίες μονάδες.»

παρουσία στον χώρο των μπλογκ. Έτσι σύμφωνα με τα δεδομένα που συλλέξαμε κανένα κόμμα δεν έχει την πλειοψηφία. Πρώτο κόμμα είναι το ΠΑΣΟΚ με 20,51%, δεύτερος έρχεται ο ΣΥΡΙΖΑ με 20,06%, τρίτο το ΚΚΕ με 14,03% και μόλις τέταρτο το κόμμα που στις εκλογές του Σεπτεμβρίου κέρδισε την εξουσία, η Νέα Δημοκρατία με 12,22%, οι Οικολόγοι Εναλλακτικοί με 3,77% και το ΛΑΟΣ κοντά στο πραγματικό του εκλογικό ποσοστό 3,02%. Επίσης σημαντική διαφορά σε σχέση πάντα με το πραγματικό εκλογικό αποτέλεσμα της τελευταίας εκλογικής αναμέτρησης του Σεπτεμβρίου είναι στο ποσοστό των ατόμων που ψήφισαν κάποιο άλλο κόμμα καθώς και σ' αυτούς που απείχαν σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας και που ανέρχονται στο 8,90%. (γράφημα 6.27)

Γράφημα 6.28 Πολιτική αυτο-τοποθέτηση στον άξονα αριστεράς δεξιάς



Πηγή: VPRC, Έρευνα Πολιτικής Συμπεριφοράς, Ιούνιος-Ιούλιος 2007, Παραγοντική Ανάλυση Δεδομένων Από: Βεναρδάκης (2008) Ιδεολογικές Αξίες, Πολιτικές Στάσεις και Ηγεμονία: Οι «ισχυρές μεταβλητές» της πολιτικής και εκλογικής συμπεριφοράς στη συγκυρία των Βουλευτικών εκλογών 2007,

Είναι εμφανές ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα, ένα 33% τοποθετούνται στο κέντρο της κλίμακας, θέσεις 4, 5 και 6 παρόλα αυτά ένα εξίσου σημαντικό ποσοστό 40% τοποθετείται στα αριστερά στις θέσεις 1,2 και 3. Οι θέσεις με την μεγαλύτερη συγκέντρωση γύρω από τις οποίες συντάσσεται η πλειοψηφία των χρηστών είναι οι θέσεις 3 και 4, θέσεις που χαρακτηρίζουν την κεντροαριστερή πολιτική αυτό-τοποθέτηση. Παρατηρούμε επίσης την ύπαρξη ενός στατιστικά σημαντικού ποσοστού 10,29% που απάντησαν ΔΞ/ΔΑ αρνούμενοι να αυτό-τοποθετηθούν στην κλίμακα (γράφημα 6.28)

6.2 Πίνακες συσχέτισης

Στο μέρος αυτό της εργασίας μας θα ελέγξουμε κάποιες από τις υποθέσεις εργασίας της έρευνας χρησιμοποιώντας το δείκτη συσχέτισης χ- τετράγωνο (chi-square). Χρησιμοποιώντας τους ελέγχους chi-square μπορούμε να δούμε αν υπάρχει κάποια εξάρτηση μεταξύ γραμμών και στηλών. Η αρχική υπόθεση είναι ότι γραμμές και στήλες είναι ανεξάρτητες ενώ η εναλλακτική υπόθεση ότι δεν είναι. Εάν το Asymp.Sig.(P-value) είναι μικρότερο του 0,05 τότε απορρίπτουμε την αρχική υπόθεση.

Πίνακας 6.5 Πόσα μπλογκ διαβάζετε καθημερινά; * μπλόγκερ

			Μπλόγκερ		
			NAI	OXI	Total
Πόσα μπλογκ διαβάζετε καθημερινά;	0-2	Count	31	114	145
		% within;	21,4%	78,6%	100,0%
	3-4	Count	84	78	162
		% within;	51,9%	48,1%	100,0%
	5-6	Count	51	30	81
		% within;	63,0%	37,0%	100,0%
	7-8	Count	39	18	57
		% within	68,4%	31,6%	100,0%
	9-10	Count	71	24	95
		% within;	74,7%	25,3%	100,0%

	11-15	Count	41	20	61
		% within;	67,2%	32,8%	100,0%
	16-25	Count	37	10	47
		% within;	78,7%	21,3%	100,0%
	25-35	Count	9	6	15
		% within	60,0%	40,0%	100,0%
	36+	Count	22	5	27
		% within;	81,5%	18,5%	100,0%
Total		Count	385	305	690
		% within;	55,8%	44,2%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	110,419(a)	8	,000

Στον πίνακα 6.5 βλέπουμε ότι τα άτομα που είναι τα ίδια διαχειριστές κάποιου μπλογκ έχουν την τάση να παρακολουθούν περισσότερα μπλογκ από ότι τα άτομα που είναι απλά αναγνώστες.

Πίνακας 6.6 Σε μια μέση βδομάδα αυτού του έτους για πόσες ώρες διαβάζετε μπλογκ; * μπλόγκερ

			Μπλόγκερ		
			NAI	OXI	Total
Σε μια μέση βδομάδα αυτού του έτους για πόσες ώρες διαβάζετε μπλογκ;	1-2	Count	69	117	186
		%within	37,1%	62,9%	100,0%
	3-4	Count	90	73	163
		%within	55,2%	44,8%	100,0%
	5-6	Count	61	44	105
		%within	58,1%	41,9%	100,0%
	7-8	Count	41	17	58
		%within	70,7%	29,3%	100,0%
	9-10	Count	42	16	58
		%within	72,4%	27,6%	100,0%
	11-	Count	36	12	48

	15				
		%within	75,0%	25,0%	100,0%
	16-20	Count	19	6	25
		%within	76,0%	24,0%	100,0%
	21-30	Count	12	5	17
		%within	70,6%	29,4%	100,0%
	31-40	Count	7	3	10
		%within	70,0%	30,0%	100,0%
	41+	Count	4	5	9
		%within	44,4%	55,6%	100,0%
Total		Count	381	298	679
		%within	56,1%	43,9%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	52,491(a)	9	,000

Ο πίνακας 6.6 μας δείχνει ότι υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στην πρακτική της διατήρησης κάποιου μπλογκ και στην ανάγνωσή τους. Έτσι τα άτομα που διατηρούν κάποιο μπλογκ επενδύουν περισσότερο χρόνο και στην ανάγνωσή τους.

Πίνακας 6.7 Αφήνετε σχόλια σε μπλογκ; * Μπλόγκερ

			Μπλόγκερ		
			NAI	OXI	NAI
Αφήνετε σχόλια σε μπλογκ;	Ναι	Count	356	145	501
		%within	71,1%	28,9%	100,0%
	Όχι	Count	27	154	181
		%within	14,9%	85,1%	100,0%
Total		Count	383	299	682
		%within	56,2%	43,8%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	170,211(b)	1	,000

Αν και τα ευρήματα της ερευνάς μας είναι κάπως διαφορετικά από την έρευνα της Monthly Review (2008) διαπιστώνεται θετική συσχέτιση ανάμεσα στην μπλόγκινγκ πρακτική και στο σχολιασμό. Τα άτομα που διατηρούν κάποιο μπλογκ συμμετέχουν σε διάλογο εκμεταλλευόμενα στο έπακρο τις επικοινωνιακές δυνατότητες που το μέσο αυτό προσφέρει. (πίνακας. 6.7)

Πίνακας 6.8 Διαβάζετε μπλογκ μέσω RSS: * μπλόγκερ

			BLOGGER		
			NAI	OXI	Total
Διαβάζετε μπλογκ μέσω RSS:	Ποτέ	Count	112	125	237
		%within:	47,3%	52,7%	100,0%
	Περιστασιακά	Count	107	80	187
		%within	57,2%	42,8%	100,0%
	Συχνά	Count	74	23	97
		%within	76,3%	23,7%	100,0%
	Πάντα	Count	57	14	71
		%within	80,3%	19,7%	100,0%
Total		Count	350	242	592
		%within	59,1%	40,9%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	39,066(a)	3	,000

Στον πίνακα 6.8 βλέπουμε οι μπλόγκερ εκμεταλλεύονται τις τεχνολογικές καινοτομίες υιοθετώντας πρώτοι τις τεχνολογικές διευκολύνσεις που το μέσο προσφέρει, εύρημα που έρχεται σε απόλυτη συμφωνία και με τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά τους.

Πίνακας 6.9 Ποιά η σχέση σας με το Μπλόγκινγκ * ..Opinion leaders

		Opinion leaders			
			OXI	NAI	Total
Ποιά η σχέση σας με το μπλόγκινγκ	Έχω το δικό μου μπλογκ	Count	146	199	345
		%within	42,3%	57,7%	100,0%
	Επισκέπτομαι συχνά μπλογκ	Count	99	90	189
		%within	52,4%	47,6%	100,0%
	Επισκέπτομαι σπάνια μπλογκ	Count	46	30	76
		%within	60,5%	39,5%	100,0%
	Δεν γνωρίζω τι είναι μπλογκ	Count	33	12	45
		% within	73,3%	26,7%	100,0%
Total		Count	324	331	655
		%within	49,5%	50,5%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,667(a)	3	,000

Όπως βλέπουμε και από τον πίνακα συσχέτισης 7.9 τα άτομα που διατηρούν τα ίδια ένα μπλογκ τείνουν να είναι πιο ενεργά πολιτικά από τα άτομα που απλώς τα παρακολουθούν (πίνακας 6,9)

Πίνακας 6.10 Ποιά είναι η σχέση σας με το μπλόγκινγκ * Πόσες εφημερίδες διαβάζετε

		Πόσες εφημερίδες διαβάζουν			
			Λιγότερες από 2 έντυπες ή 3 ηλεκτρονικές	Τουλάχιστον 2 έντυπες και τουλάχιστον 3 ηλεκτρονικές	Total
Ποιά η σχέση σας με μπλόγκινγκ	Έχω το δικό μου μπλογκ	Count	243	84	327
		%within	74,3%	25,7%	100,0%
	Επισκέπτομαι συχνά μπλογκ	Count	143	41	184
		%within	77,7%	22,3%	100,0%
	Επισκέπτομαι σπάνια μπλογκ	Count	64	10	74
		%within	86,5%	13,5%	100,0%
	Δεν γνωρίζω τι είναι μπλογκ	Count	44	1	45
		%within	97,8%	2,2%	100,0%
Total		Count	494	136	630
		%within	78,4%	21,6%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,120(a)	3	,001

Εφαρμόζοντας το δείκτη συσχέτισης χ-τετράγωνο όσον αφορά την πρακτική μπλόγκινγκ και την ανάγνωση εντύπων βλέπουμε στον πίνακα 7.10 ότι τα άτομα που διατηρούν κάποια μπλόγκινγκ εφαρμογή ενεργή τείνουν να διαβάζουν περισσότερες εφημερίδες τόσο σε έντυπη όσο σε ηλεκτρονική μορφή.

Πίνακας 6.11 Συμμετέχετε σε κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω μπλογκ * Opinion leaders

		Opinion leaders			
			OXI	NAI	Total
Συμμετέχετε σε κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω μπλόγκ	Ναι συμμετέχω ενεργά	Count	25	93	118
		%within	21,2%	78,8%	100,0%
	Ναι συμμετέχω αλλά	Count	44	73	117

	όχι ενεργά				
		%within	37,6%	62,4%	100,0%
	Δεν συμμετέχω αλλά τις παρακολουθώ	Count	143	121	264
		%within	54,2%	45,8%	100,0%
	Δεν συμμετέχω ούτε τις παρακολουθώ	Count	60	28	88
		%within	68,2%	31,8%	100,0%
Total		Count	272	315	587
		%within	46,3%	53,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	57,000(a)	3	,000

Όπως είχαμε υποθέσει και από την αρχή της έρευνας τα άτομα που είναι πολιτικά ενεργά τείνουν να συμμετέχουν και στις διαμαρτυρίες που διοργανώνονται μέσω των μπλογκ .

Πίνακας 6.12 Πόσα μπλογκ διαβάζετε καθημερινά; * Opinion leaders

		Opinion leaders			
			OXI	NAI	Total
Πόσα μπλογκ διαβάζετε καθημερινά;	0-2	Count	71	51	122
		%within	58,2%	41,8%	100,0%
	3-4	Count	68	73	141
		%within	48,2%	51,8%	100,0%
	5-6	Count	37	35	72
		%within	51,4%	48,6%	100,0%
	7-8	Count	19	28	47
		%within	40,4%	59,6%	100,0%
	9-10	Count	33	50	83
		%within	39,8%	60,2%	100,0%
	11-15	Count	29	29	58
		%within	50,0%	50,0%	100,0%
	16-25	Count	21	22	43

		%within	48,8%	51,2%	100,0%
	25-35	Count	5	8	13
		%within	38,5%	61,5%	100,0%
	36+	Count	5	20	25
		%within	20,0%	80,0%	100,0%
Total		Count	288	316	604
		%within	47,7%	52,3%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,171(a)	8	,028

Στον πίνακα 6.12 βλέπουμε ότι υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στην πολιτική ενεργοποίηση και στον αριθμό των μπλογκ που παρακολουθούν, κάτι που ήταν αναμενόμενο μια και τα άτομα που είναι πολιτικά ενεργά έχουν την τάση να παρακολουθούν στενότερα την επικαιρότητα. Στον πίνακα 6.13 βλέπουμε ότι υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στο σχολιασμό και στο χαρακτηριστικό opinion leader.

Πίνακας 6.13 Αφήνετε σχόλια σε blogs; * Opinion_leaders

		Opinion_leaders			
			OXI	NAI	Total
Αφήνετε σχόλια σε blogs;	Ναι	Count	199	253	452
		%within	44,0%	56,0%	100,0%
	Όχι	Count	86	65	151
		%within	57,0%	43,0%	100,0%
Total		Count	285	318	603
		%within	47,3%	52,7%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,589(b)	1	,006

Πίνακας 6.14 Διαβάζετε μπλογκ μέσω RSS: * Opinion leaders

			Opinion leaders		
			OXI	NAI	Total
Διαβάζετε μπλογκ μέσω RSS:	Ποτέ	Count	110	93	203
		% within	54,2%	45,8%	100,0%
	Περιστασιακά	Count	71	97	168
		% within	42,3%	57,7%	100,0%
	Συχνά	Count	31	61	92
		% within	33,7%	66,3%	100,0%
	Πάντα	Count	27	36	63
		% within	42,9%	57,1%	100,0%
Total		Count	239	287	526
		% within	45,4%	54,6%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,237(a)	3	,007

Στον πίνακα 7.14 βλέπουμε ότι υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στη δραστηριότητα της ανάγνωσης μπλογκ και στο πόσο ενεργό πολιτικά είναι το άτομο.

Πίνακας 6.15 Συμμετέχετε σε κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω blogs * Πόσες εφημερίδες διαβάζετε

			Πόσες εφημερίδες διαβάζουν		
			Λιγότερες απο 2 έντυπες ή 3 ηλεκτρονικές	Τουλάχιστον 2 έντυπες και τουλάχιστον 3 ηλεκτρονικές	Total
Συμμετέχετε σε κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω blogs	Ναι συμμετέχω ενεργά	Count	75	37	112
		% within	67,0%	33,0%	100,0%
	Ναι συμμετέχω αλλά όχι ενεργά	Count	81	33	114
		% within	71,1%	28,9%	100,0%
	Δεν συμμετέχω αλλά τις παρακολουθώ	Count	206	47	253
		%	81,4%	18,6%	100,0%

		within			
	Δεν συμμετέχω ούτε τις παρακολουθώ	Count	68	15	83
		% within	81,9%	18,1%	100,0%
Total		Count	430	132	562
		% within	76,5%	23,5%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,322(a)	3	,006

Πίνακας 6.16 Ποια είναι η κύρια πηγή καθημερινής σας ενημέρωσης: * Opinion_leaders

			Opinion_leaders		
			OXI	NAI	Total
Ποια είναι η κύρια πηγή καθημερινής σας ενημέρωσης:	Internet	Count	187	199	386
		% within:	48,4%	51,6%	100,0%
	Εφημερίδες /Εντυπα	Count	41	61	102
		% within:	40,2%	59,8%	100,0%
	Τηλεόραση	Count	46	36	82
		% within	56,1%	43,9%	100,0%
	Ραδιόφωνο	Count	36	24	60
		% within:	60,0%	40,0%	100,0%
Total		Count	310	320	630
		% within	49,2%	50,8%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,757(a)	3	,050

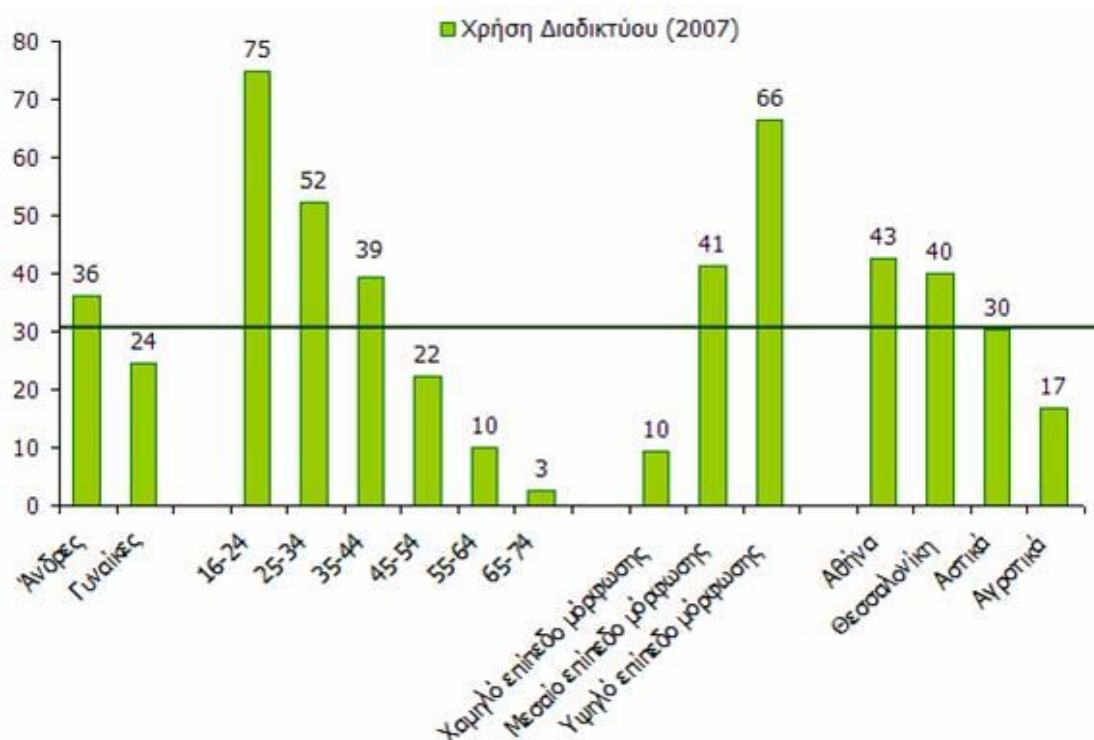
Από τον πίνακα 6.16 προκύπτει ότι δεν υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στο χαρακτηριστικό opinion leaders και της πηγής κύριας ενημέρωσής τους.

7 Συζήτηση

7.1 Συμπεράσματα

Τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα αυτή αφορούν πρώτιστα το προφίλ των Ελλήνων χρηστών μπλογκ. Η συντριπτική πλειοψηφία αυτών, ποσοστό 75% είναι άντρες, το 40% αυτών ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία των 20 με 30, το 85% έχει λάβει τριτοβάθμια εκπαίδευση και πάνω, είτε είναι άγαμοι είτε ζουν με την οικογένεια τους η οποία αποτελείται στη μεγαλύτερη πλειοψηφία από 4 άτομα. Ο τόπος διαμονής είναι τα μεγάλα αστικά (Αθήνα – Θεσσαλονίκη) σε ποσοστό 58%. Τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος αυτής της έρευνας συγκρινόμενα με αυτά των γενικών χρηστών του διαδικτύου δείχνουν ότι υπάρχουν στατιστικές διαφορές σε σχέση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των γενικών χρηστών του Ίντερνετ. Η απόκλιση είναι περισσότερο εμφανής όσον αφορά το φύλο και το μορφωτικό επίπεδο.

Γράφημα .7.1 Δημογραφικά στοιχεία χρηστών διαδικτύου



Πηγή: Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας⁵⁶

⁵⁶ http://www.observatory.gr/Files/press_releases/080604_DT_InternetUsers07.pdf , ημερομηνία ανάκτησης

Οι συγκεκριμένοι χρήστες, συμμετέχοντες στην έρευνα, έγινε φανερό ότι διατηρούν μπλογκ σε ποσοστό 48% για την αυτο-έκφραση και επικοινωνία («Για να διατυπώσω τις απόψεις μου», «Ανταλλαγή απόψεων», «Για επικοινωνία με άτομα που έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα»). Οι μισοί δε από αυτούς άρχισαν να διατηρούν μπλογκ μόλις μέσα στον τελευταίο χρόνο, το 2007.

Το 44% παρακολουθεί καθημερινά μέχρι και τέσσερα άλλα μπλογκ και το 42% από πέντε έως δεκαπέντε. Ο λόγος δε που αφιερώνουν τόσο χρόνο για αυτό είναι για να ενημερωθούν άμεσα και υπεύθυνα. («Προσωπικές απόψεις», «Άμεση Ενημέρωση», «Νέα που δεν μπορώ να βρω κάπου αλλού»)

Η πλειοψηφία τους, το 81.47% γνωρίζει και παρακολουθεί τις κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω μπλογκ και ένα ποσοστό 38% συμμετέχει σε αυτές (ενεργά ή όχι).

Οι μισοί περίπου, το 52,32%, χρησιμοποιούν RSS feed, ακόμη και περιστασιακά για την παρακολούθηση μπλογκ, ποσοστό που γίνεται ακόμα μεγαλύτερο ανάμεσα στους διαχειριστές μπλογκ.

Το 73% αφήνει σχόλια σε μπλογκ. Ο σημαντικότερος λόγος για το σχολιασμό αυτό είναι «η διατύπωση των απόψεων του γράφοντος» 81,24%, ενώ δεύτερος έρχεται «για να προσθέσω στοιχεία σχετικά με το θέμα» με 66.07%, τρίτος «για να εκφράσω την διαφωνία μου» με 55,29%, και τέταρτος «για να εκφραστώ» με 53,49%.

Η κύρια πηγή ενημέρωσης τους αποτελεί το Ίντερνετ με ποσοστό 60%, και δεύτερη σε σημαντικότητα πηγή ενημέρωσης είναι οι έντυπες εφημερίδες με ποσοστό 16.31%. Παρόλα αυτά το 60% διαβάζει περισσότερες της μιας έντυπης εφημερίδας και μόνο το 13% θεωρεί ως κύρια πηγή ενημέρωσης του την τηλεόραση.

Η επικαιρότητα απασχολεί τους χρήστες στο σύνολο τους και μόνο ένα 2,75% δεν διαβάζει συνήθως ούτε μια εφημερίδα μέσω διαδικτύου. Τα μέσα που θεωρούνται πιο σημαντικά από τους συμμετέχοντες για τη διαμόρφωση των απόψεων τους είναι οι εφημερίδες στην ηλεκτρονική και έντυπη τους μορφή με το ραδιόφωνο να ακολουθεί σε σειρά σημαντικότητας. Τα μπλογκ αξιολογούνται για το 71% από χρήσιμα έως πολύ χρήσιμα μέσα για τη διαμόρφωση των απόψεών τους. Η τηλεόραση αντιπροσωπεύει το λιγότερο χρήσιμο μέσο. Η εικόνα αυτή μας δείχνει ότι πρόκειται για άτομα που δεν

δείχνουν προτίμηση στην παθητική ενημέρωση που τα ΜΜΕ προσφέρουν αλλά προτιμούν μέσω τις αναζήτησης των πηγών να διαμορφώσουν μόνα τους την ενημερωτική τους ατζέντα.

Τέλος οι χρήστες μπλογκ είναι πολιτικά ενεργά άτομα σε όλα τα επίπεδα πολιτικής δράσης (εθνικό – τοπικό) αφού το 58% έχουν υπογράψει κάποια διαμαρτυρία, το 50% συμμετείχαν σε κάποια πολιτική συγκέντρωση ή πολιτική διαμαρτυρία, το 36% αυτών έχει πάρει μέρος σε κάποια δημόσια συνάντηση που αφορά τοπικά ζητήματα, το 27% έχει γράψει κάποιο άρθρο σε περιοδικό ή εφημερίδα, το 26% είναι ενεργό μέλος σε κάποια ομάδα πίεσης, το 24% έχει στείλει επιστολή σε κάποιον πολιτικό και το 17% εργάστηκε για κάποιο πολιτικό κόμμα. Περίπου οι μισοί 49% συζητούν για θέματα επικαιρότητας με 1 έως 5 άτομα, το 18% με 6 έως 10 άτομα και ένα συνολικό 16% με πάνω από 11 άτομα.

Στο ερώτημα σχετικά με το τι ψήφισαν στις εκλογές του 2007 απαντούν: ΠΑΣΟΚ 20,51%, ΣΥΡΙΖΑ 20,06%, ΚΚΕ 14,03%, ΝΔ 12,22%, Οικολόγοι Εναλλακτικοί 3,77% , ΛΑΟΣ 3,02%, άλλο 8.3%, δεν ψήφισαν 9.8% και το 9,2% δεν απάντησαν σε αυτήν την ερώτηση.

Σε σύγκριση με τον πίνακα αποτελεσμάτων των εκλογών του 2007 υπάρχει ενδιαφέρουσα απόκλιση.

Πίνακας 7.7.1 Εκλογικά αποτελέσματα επικρατείας των Βουλευτικών εκλογών 2007

Βουλευτικές Εκλογές 2007		
Κόμμα	Ψήφοι	%
	2.995.321	41,83
	2.727.702	38,10
	583.768	8,15
	361.216	5,04
	271.761	3,80
ΟΙΚΠΡ	75.477	1,05

Πηγή: Δημοσιογραφικός οργανισμός Λαμπράκη <http://national07.ekloges.dolnet.gr/>

Όπως γίνεται φανερό από τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας οι θέσεις με τη μεγαλύτερη συγκέντρωση στη δεκαβάθμια κλίμακα πολιτικής αυτο-τοποθέτησης γύρω από τις οποίες συντάσσεται η πλειοψηφία των χρηστών είναι οι θέσεις 3 με 21% και 4 με 20%, θέσεις που χαρακτηρίζουν την κεντροαριστερή πολιτική αυτό-τοποθέτηση. Τα στοιχεία αυτά μας

οδηγούν στο συμπέρασμα ότι για το κοινό αναφοράς μας τα μπλογκ αποτελούν προνομιακό εργαλείο για τα μικρά κόμματα και την Αριστερά.

7.2 Συζήτηση

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των χρηστών μπλογκ σύμφωνα με την έρευνα δείχνουν ότι πρόκειται για άντρες, με πολύ υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης, από 21 έως 40 ετών, που κατοικούν στις δυο μεγάλες πόλεις της χώρας μας Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Τα χαρακτηριστικά αυτά λοιπόν τους κατατάσσουν σε μια ελίτ υποκατηγορία των γενικών χρηστών του διαδικτύου που ούτως ή άλλως αποτελούν μια ελίτ κατηγορία του γενικού πληθυσμού της χώρας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του παρατηρητηρίου μας μόνο 30% του πληθυσμού έχει πρόσβαση στο Ίντερνετ.

Τα ευρήματα όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι το λιγότερο εντυπωσιακά καθώς ένα συνολικό 85% έχει λάβει τουλάχιστον τριτοβάθμια εκπαίδευση. Οι αναλφάβητοι και γενικότερα οι άνθρωποι με χαμηλό επίπεδο σπουδών φαίνεται πως έχουν την τάση να θεωρούν τους εαυτούς τους «όχι και τόσο αρμόδιους» να αποφασίσουν για τα πολιτικά ζητήματα και προτιμούν να εμπιστεύονται τη γνώμη κάποιων «περισσότερο αρμοδίων» (Lazar, 1992), όπως αναφέρεται από Μαραντζίδης, 1998). Οι χρήστες μπλογκ δείχνουν να αποτελούν σύμφωνα με την έρευνα ένα τέτοιο κοινό.

Όσον αφορά τις επαγγελματικές τους δραστηριότητες παρατηρούμε ότι απουσιάζουν οι χειρώνακτες, άτομα δηλαδή με επαγγέλματα όπως του εργάτη ή του αγρότη δείχνουν να μη συμπεριλαμβάνονται στο κοινό της μπλογκό-σφαιρας. Το ότι -δημογραφικά τουλάχιστον- οι χρήστες μπλογκ αντιπροσωπεύουν την αφρόκρεμα των χρηστών του Ίντερνετ έρχεται σε απόλυτη συμφωνία με τα όσα είδαμε από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση (Johnson, & Kaye, 2007, Kaye, 2007, Graf 2006, Monthly Review, 2008).

Μια παρατήρηση τώρα όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση. Η πλειοψηφία τους, το 61%, είναι άγαμοι αλλά παρόλα αυτά για το 70% η οικογένεια τους αποτελείται από πάνω από 3 άτομα. Αυτή βέβαια είναι μια παρατήρηση που δεν αφορά άμεσα τη δική μας έρευνα και έχει να κάνει με ιδιαιτερότητες της ελληνικής οικογένειας όπου οι νέοι συνεχίζουν να ζουν στο πατρικό τους σπίτι αρκετά χρόνια μετά την ενηλικίωσή τους.

Ένα πολύ υψηλό ποσοστό των συμμετεχόντων διατηρούν και οι ίδιοι κάποιο μπλογκ. Η εφαρμογή μπλογκ είναι σε ανοδική πορεία όσον αφορά τη διάχυση της στην κοινωνία. Παπαδημητρίου Σταυρούλα

Κάθε χρόνος που περνά οδηγεί ένα όλο και μεγαλύτερο κοινό στη χρήση των μπλογκ. Ακόμα και στη χώρα μας όπου οι χρήστες Ίντερνετ συνεχίζουν να αποτελούν μειοψηφία του πληθυσμού, ο ρυθμός ανάπτυξης των ελληνόφωνων μπλογκ κινείται στα ίδια επίπεδα με άλλες χώρες (Technorati, 2007). Αυτό γίνεται εμφανές και στην παρούσα έρευνα.

Οι Baumer et all (2008) μίλησαν για τις κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των μπλόγκερ από την ανάγνωση των κειμένων τους, τη διασύνδεση μέσω συνδέσμων μεταξύ τους. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται και στην ελληνική περίπτωση. Τα άτομα που διατηρούν τα ίδια κάποιο μπλογκ τείνουν να είναι και φανατικοί χρήστες των μπλογκ όπως φαίνεται και από τους πίνακες συσχέτισης που παρουσιάστηκαν. Τείνουν να διαβάζουν περισσότερα μπλογκ, να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στην ανάγνωσή τους και να είναι περισσότερο αναμειγμένοι στη συζήτηση που διεξάγεται στη μπλογκόσφαιρα μέσω του σχολιασμού. Οι διαχειριστές δε υιοθετούν την τεχνολογία RSS σε μεγαλύτερο βαθμό από τους υπόλοιπους χρήστες.

Η εφαρμογή των μπλογκ επιτρέπει στα άτομα από παθητικοί καταναλωτές πληροφοριών να γίνουν και οι ίδιοι δημιουργοί περιεχομένου (Papacharissi, 2007, Kaye, 2007). Δημιουργούν με αυτόν τον τρόπο δομές που αλλάζουν τη ροή της πληροφορίας ή παράλληλα δίκτυα διανομής της. Αυτό επιβεβαιώνεται επίσης στην έρευνα μας, μια και βασικό κίνητρο για τη διατήρηση μπλογκ αποτελεί η φράση «Για να διατυπώσω τις απόψεις μου». Ο επικοινωνιακός χαρακτήρας του μέσου (Kaye, 2007) δείχνει να αποτελεί και κίνητρο διατήρησης μπλογκ, μια και οι διαχειριστές του δείγματος ιεραρχούν σα δεύτερο και τρίτο λόγο για τη διατήρηση του την «ανταλλαγή απόψεων». Επιδιώκουν να διατυπώνουν τις απόψεις τους σε ένα χώρο ιδιωτικό αλλά με πρόσβαση στο δημόσιο χώρο.

Παρόλο που πολλοί χρήστες δηλώνουν ως τα κίνητρα για τη διατήρηση του μπλογκ την έκφραση και την επικοινωνία, τα κίνητρα αυτά αφορούν το χώρο της δημόσιας και όχι της προσωπικής σφαίρας. Τους ενδιαφέρει ο χώρος της ανταλλαγής των απόψεων και ιδεών χωρίς την αίσθηση του προσωπικού οφέλους -οικονομικού ή άλλου. Οι λόγοι διατήρησης που αφορούν την ιδιωτική επικοινωνία (επικοινωνία με τα υπάρχοντα κοινωνικά δίκτυα, με φίλους και γνωστούς) όπως «για να κρατήσω επαφή με φίλους και γνωστούς» δείχνουν να αφορούν μικρό μέρος των μπλόγκερ. Ένα ελάχιστο ποσοστό επιλέγει ως λόγο για τη διατήρηση του μπλογκ το «δεν ξέρω γιατί αλλά το λατρεύω», «να γίνω γνωστός», «για να κάνω γνωριμίες» και «για χρήματα». Η αποκόμιση κάποιου οφέλους (Καραμπάσης 2007),

οι γνωριμίες ή τα χρήματα δεν ανήκουν στις προτεραιότητες των μπλόγκερ.

Οι κύριοι λόγοι χρήσης μπλογκ θα μπορούσαν να συνοψιστούν στην ενημέρωση φιλτραρισμένη από τον προσωπικό λόγο του γράφοντα.. Σύμφωνα με τον Lash, (2004) κατά την περίοδο 1830-1900, όταν ο έντυπος λόγος ήταν το μοναδικό μέσο επικοινωνίας είχε ισχυρούς δεσμούς με την ομιλούμενη γλώσσα. Η γλώσσα των εντύπων διαμορφωνόταν ακόμα από τους ρυθμούς της ομιλούμενης γλώσσας και κυρίως από τις συμβάσεις της λεκτικής επιχειρηματολογίας. Μοιάζει αυτό να περιγράφει την άποψη κάποιων συμμετεχόντων που έθεσαν λόγο χρήσης «προσωπικός μη στυλιζαρισμένος σχολιασμός της επικαιρότητας». Στα ίδια συμπεράσματα κατέληξε και η Kaye,(2007).

Η δυνατότητα σχολιασμού είναι ένα από τα χαρακτηριστικά που ελκύει τους χρήστες. Η συντριπτική πλειοψηφία τους, το 73% εκμεταλλεύεται τη δυνατότητα αυτή. Κυρίως η πρακτική αυτή είναι πιο αγαπητή στα άτομα που είναι διαχειριστές μπλογκ, πράγμα αναμενόμενο μια και ο σχολιασμός, η δυνατότητα δηλαδή διαλόγου, είναι ένα από τα χαρακτηριστικά που ενισχύει την κοινωνική δραστηριότητα ανάμεσα στους χρήστες, δημιουργώντας δημόσια προσβάσιμους χώρους επικοινωνίας και ανταλλαγής απόψεων.

Ο σημαντικότερος λόγος για το σχολιασμό είναι η διατύπωση των απόψεων του γράφοντος σε θέματα σχετικά με τη δημοσίευση, δεύτερος έρχεται «για να προσθέσω στοιχεία σχετικά με το θέμα» με 66.07%, τρίτος «για να εκφράσω τη διαφωνία μου» με 55,29% και τέταρτος «για να εκφραστώ» με 53,49%. Από τα παραπάνω βλέπουμε ότι οι λόγοι για τους οποίους οι χρήστες μπλογκ αφήνουν σχόλια σε άλλα μπλογκ ενισχύουν την αλληλεπίδραση. Υπάρχει ίδια θεώρηση για τα πράγματα, κοινότητα των απόψεων (ομοφυλία), πράγμα που θα ωθούσε σε συζήτηση ακόμα και σε άλλα περιβάλλοντα.

Τα γεγονότα, όπως οι διαμαρτυρίες για της πυρκαγιές του καλοκαιριού του 2007 που κινητοποίησαν το ενδιαφέρον για την ψηλάφηση των σχέσεων της χρήσης μπλογκ με την πολιτική, διαπιστώνουμε ότι απασχόλησαν και τους χρήστες. Η πλειοψηφία τους, το 81.47% γνωρίζει και παρακολουθεί τις κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω μπλογκ και ένα 38% συμμετέχει -ενεργά ή όχι-.

Οι χρήστες των μπλογκ αποτελούν ένα πολύ ενημερωμένο κομμάτι του κοινού. Τα μέσα που θεωρούνται πιο σημαντικά από τους συμμετέχοντες για τη διαμόρφωση των απόψεων τους είναι ο τύπος τόσο στην έντυπη όσο και στην ηλεκτρονική του μορφή, με το ραδιόφωνο να ακολουθεί σε σειρά σημαντικότητας. Τα μπλογκ αποτελούν σημαντική

πηγή ενημέρωσης. Η ενημέρωση από φίλους και γνωστούς και από τις επαφές των κοινωνικών δικτύων αναδεικνύεται σαν έναν μέτριο παράγοντα σημαντικότητας διαμόρφωσης απόψεων. Τη χειρότερη αξιολόγηση ως μέσου διαμόρφωσης των απόψεών τους κερδίζει η τηλεόραση, που για το δείγμα μας αντιπροσωπεύει το λιγότερο χρήσιμο μέσο.

Η ανάγνωση έντυπων εφημερίδων και ως εκ τούτου η αναζήτηση ενημέρωσης είναι μια από τις αγαπημένες ενασχολήσεις του δείγματος της έρευνας μας. Αυτή η τάση γίνεται ακόμα πιο έντονη όταν εξετάζουμε την ανάγνωση εντύπων στην ηλεκτρονική τους μορφή. Βασική πηγή ενημέρωσης αποτελεί το Ίντερνετ και μόνο ένα 2,75% δε διαβάζει συνήθως ούτε μια εφημερίδα μέσω διαδικτύου. Αγαπούν επίσης και την ανάγνωση εφημερίδων έντυπων για την ενημέρωσή τους. Περίπου το 60% διαβάζει περισσότερες της μιας εφημερίδας. Το δημογραφικό προφίλ των χρηστών μπλογκ μπορεί να εξηγήσει την εξάρτηση από παραδοσιακές εφημερίδες, οι οποίες όπως και τα μπλογκ λόγω της προσοχής και της προσπάθειας που απαιτούν για την πρόσληψή τους διαβάζονται από άτομα με υψηλή κοινωνικο-οικονομική θέση (πάνω από το μέσο όρο) και με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης. (Johnson, & Kaye, 2007)

Πράγματι όπως παρατηρούν οι Eveland, & Dylko, (2007) η σχέση μεταξύ χρήσης μπλογκ και μέσων μαζικής επικοινωνίας είναι συμβιωτική και όχι ανταγωνιστική. Η τάση αυτή ενισχύεται και από τους συνδέσμους που αποτελούν δομικό στοιχείο των μπλογκ και σε πολλές περιπτώσεις κατευθύνουν τους χρήστες τους σε άλλες πηγές ενημέρωσης που είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο. Πολλοί από αυτούς τους συνδέσμους κατευθύνονται και σε σελίδες των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης, ενισχύοντας με τον τρόπο αυτό την ανάγνωση εφημερίδων από τους χρήστες των μπλογκ.

Οι χρήστες μπλογκ δείχνουν έντονο ενδιαφέρον για το σχολιασμό θεμάτων επικαιρότητας και πολιτικής και σε άλλα περιβάλλοντα. Τα αποτελέσματα της έρευνας μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι οι χρήστες μπλογκ είναι πολιτικά ενεργά άτομα σε όλα τα επίπεδα πολιτικής δράσης (εθνικό – τοπικό).

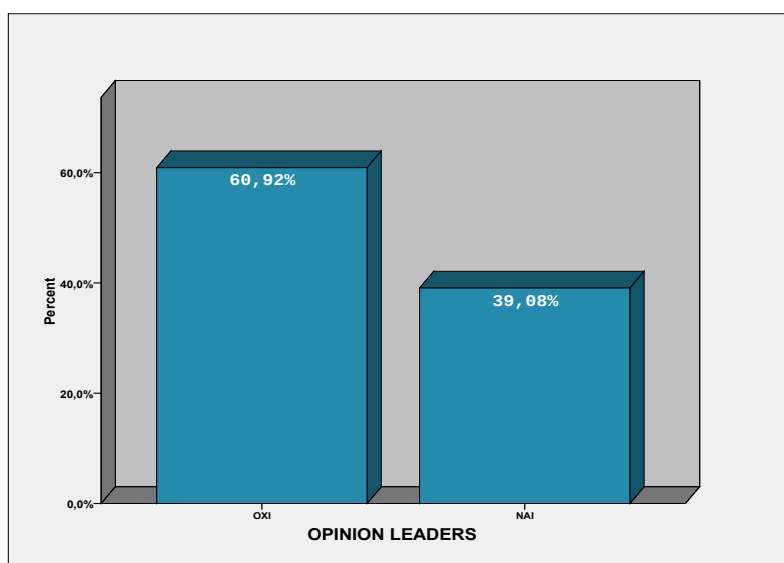
Τα μπλογκ ελκύουν ήδη πολιτικά ενεργά άτομα. Ίσως αυτή τη επιλογή, η χρήση μπλογκ, να αποτελεί για αυτά τα άτομα ένα ακόμα κανάλι στο οποίο τους δίνεται η δυνατότητα να αλληλεπιδράσουν. Τα στοιχεία που έχουμε δεν είναι αρκετά για να υποστηρίξουμε ότι τα μπλογκ έπαιξαν κάποιο ρόλο αυξάνοντας κατά κάποιον τρόπο την πολιτική συμμετοχή και κινητοποίηση των χρηστών τους. Γεγονός αδιαμφισβήτητο παραμένει ότι η πολιτική Παπαδημητρίου Σταυρούλα

συμμετοχή των εν λόγω ατόμων είναι πολύ μεγαλύτερη από αυτή του γενικού πληθυσμού. Συμμετέχουν τόσο σε δράσεις που χαρακτηρίζονται ως πολιτικές δράσεις του καναπέ, όπως η υπογραφή διαμαρτυριών όσο και σε δράσεις που απαιτούν τη φυσική παρουσία των ατόμων.

Ένα εντυπωσιακά μεγάλο κομμάτι των χρηστών μπλογκ θα μπορούσε να χαρακτηριστεί *opinion leaders*, άτομα δηλαδή που επηρεάζουν την πολιτική ενημέρωση και κινητοποίηση των ατόμων με τα οποία έρχονται σ' επαφή μέσω των κοινωνικών τους δικτύων, μεταλαμπαδεύοντας με τον τρόπο αυτό τις απόψεις και τις θέσεις τους σε κοινό ευρύτερο από αυτό των αναγνωστών μπλογκ (θεωρία των δύο σταδίων της ροής της πληροφορίας των Karz, & Lazarfeld, 1964).

Η ενασχόληση με την πολιτική δείχνει να ενισχύει τη διάθεση των ατόμων για ενημέρωση καθώς βρέθηκε να υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ του χαρακτηριστικού *opinion leaders* και του αριθμού των εφημερίδων- εντύπων που διαβάζουν. Υπολογίζοντας δε, όπως παρουσιάζεται στο παρακάτω γράφημα τους *opinion leaders* ως διαμορφωτές γνώμης σε θέματα πολιτικής με κριτήριο να έχουν κάνει μέσα στο τελευταίο διάστημα τρεις από τις δραστηριότητες που πρότειναν οι Keller, & Berry (2003), χωρίς να υπολογίζεται όμως η δραστηριότητα «Υπέγραψα μια διαμαρτυρία», τα ποσοστά των ατόμων που θα μπορούσαν σύμφωνα με την κλίμακα να θεωρηθούν *opinion leaders* παραμένουν υψηλά σε ποσοστό 39,08%.

Γράφημα 7.2 Opinion leaders - Εναλλακτική μέτρηση



Η κομματική τοποθέτηση καθώς και η πολιτική αυτο-τοποθέτηση των χρηστών μπλογκ διαφέρει ριζικά από το σύνολο του ελληνικού πληθυσμού. Η αριστερά υπεραντιπροσωπεύεται στον πληθυσμό της μπλογκό-σφαιρας συνηγορώντας στο ότι τα μπλογκ αποτελούν ένα εργαλείο επικοινωνίας για τα άτομα που δεν νοιώθουν να καλύπτονται από τα καθιερωμένα μέσα μαζικής ενημέρωσης και αναζητούν εναλλακτικές πηγές πληροφόρησης.

7.3 Περιορισμοί

Οι περιορισμοί στη δεδομένη έρευνα προκύπτουν από το μέσο που επιλέχτηκε να γίνει η διεξαγωγή της. Οι online έρευνες ενώ επιτρέπουν από τη μια την προσέγγιση ενός ειδικού κοινού, στην περίπτωση μας των χρηστών μπλογκ από την άλλη παρουσιάζουν κάποιες, συγκεκριμένες, δυσχέρειες. Η ταυτοποίηση του προσώπου, δηλαδή το ότι αυτός που συμπληρώνει το ερωτηματολόγιο είναι πράγματι αυτός που δηλώνει ή τα χαρακτηριστικά που δηλώνει αποτελούν τα πραγματικά του χαρακτηριστικά βασίζεται μόνο στην καλή πίστη του συμμετέχοντα στην έρευνα. Η ταυτοπροσωπία σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο βαθμό αντιμετωπίστηκε με τη μη απαίτηση για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, κανενός άλλου στοιχείου, ονοματεπώνυμου, email ή άλλου προσωπικού δεδομένου που μπορεί να δημιουργούσε στον συμμετέχοντα κίνητρα για την παροχή ψευδών στοιχείων. Εξασφαλίστηκε με αυτόν τον τρόπο η πλήρης ανωνυμία του συμμετέχοντα. Με την ανωνυμία και την ελευθερία των επιλογών των απαντήσεων έγινε προσπάθεια να δημιουργεί κλίμα εμπιστοσύνης, απαραίτητης για την ειλικρινή και χωρίς εμπόδια συμμετοχή τους και την όσο το δυνατόν πληρέστερη και ορθότερη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Από την άλλη ο μόνος τρόπος που μπορεί να πιστοποιηθεί ότι ο κάθε συμμετέχων συμπληρώνει το ερωτηματολόγιο μόνο μια φορά και δεν συμμετέχει ξανά και ξανά έγινε με τη χρησιμοποίηση του μόνου διαθέσιμου στοιχείου, δηλαδή της μοναδικής του διεύθυνσης IP⁵⁷.

⁵⁷ Στο πρωτόκολλο IP κάθε υπολογιστής που είναι συνδεδεμένος στο δίκτυο έχει μια σταθερή μοναδική διεύθυνση που επιτρέπει σε κάθε άλλο υπολογιστή που είναι συνδεδεμένος να τον προσδιορίσει απόλυτα. Μια IP διεύθυνση είναι ένας δυαδικός αριθμός των 32 bits. Για να διαβάζονται ευκολότερα από τους ανθρώπους οι IP διευθύνσεις είναι συνήθως γραμμένες σαν 4 αριθμοί που χωρίζονται με τελείες. Κάθε αριθμός αντιπροσωπεύει 8 bits από τα 32, πράγμα που σημαίνει ότι κανένας από τους 4 αριθμούς δεν μπορεί να είναι μεγαλύτερος από 255 Π.χ. 208.152.64.40

Επειδή οι χρήστες επέλεξαν να συμμετάσχουν οι ίδιοι στην έρευνα είναι πιθανόν οι χρήστες που συμμετείχαν να έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά κάτι που δεν μπορούμε να το αποκλείσουμε. Σύμφωνα με τους Hewson et all (2003) στις έρευνες που διεξάγονται στο Ίντερνετ με προσκλήσεις συμμετοχής αναρτημένες σε κάποια σελίδα (στην περίπτωση μας στα μπλογκ) έχουν την τάση να παίρνουν μέρος οι πιο ενεργοί χρήστες. Χρήστες που λόγω της εξάρτησης τους από το Ίντερνετ αφιερώνουν χρόνο και επενδύουν ενέργεια σ' αυτό.

Ένας περιορισμός που πιθανόν να αποτυπώνεται και στα αποτελέσματά μας είναι ότι λόγω του τρόπου δειγματοληψίας και της αποστολής της πρόσκλησης αρχικά σε διαχειριστές μπλογκ κάποιοι από τους οποίους ενώ οι ίδιοι συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο να μην το δημοσιοποίησαν στο κοινό στόχο της έρευνας με αποτέλεσμα η ομάδα των διαχειριστών μπλογκ να υπεραντιπροσωπεύεται στο σύνολο των συμμετεχόντων.

Τα ζητήματα όμως αυτά δε δημιουργούν προβλήματα αξιοπιστίας μια και από την αρχή αυτής έχουμε ξεκαθαρίσει ότι στόχος της έρευνας είναι η διερεύνηση και όχι η γενίκευση των συμπερασμάτων.

7.4 Προτάσεις για επόμενη έρευνα

Αυτή η έρευνα ίσως να έχει δημιουργήσει και ελπίζω να έχει δημιουργήσει περισσότερα ερωτήματα από όσα τελικά απάντησε.

Η εφαρμογή των μπλογκ μετράει μόνο 10 χρόνια ζωής οπότε τα χαρακτηριστικά της είναι ακόμα υπό διαμόρφωση. Από την έρευνα προέκυψε ότι μεγάλο ποσοστό των χρηστών της θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν σαν opinion leders στο χώρο της πολιτικής σύμφωνα με τα κριτήρια που υποστήριζαν οι Keller & Berry (2003). Αλλά από όσα μέχρι σήμερα γνωρίζουμε για τους opinion leaders (Weiman, 1996, Keller & Berry, 2003) ένα ακόμα από τα χαρακτηριστικά τους είναι ότι είναι από τους πρώτους που υιοθετούν και δοκιμάζουν τις τεχνολογικές καινοτομίες άρα είναι αναμενόμενο να είναι και τα πρώτα άτομα που θα γίνουν χρήστες μπλογκ. Η υπόθεση αυτή μπορεί να διερευνηθεί με τη διεξαγωγή επόμενων ερευνών, όπου θα εξετάζονται οι επιδράσεις της πρακτικής μπλόγκινγκ στην πολιτική σε βάθος χρόνου. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής μπορούν

Η διεύθυνση IP έχει δύο συστατικά μέρη. Το ένα προσδιορίζει την ταυτότητα του δικτύου του οποίου μέλος είναι αυτός ο υπολογιστής και το άλλο την ταυτότητα του υπολογιστή. Hewson et all (2003)

να λειτουργήσουν σαν έναυσμα και σαν βάση στην οποία θα στηριχτεί η μελλοντική αυτή έρευνα.

Η έρευνα στο πεδίο των χρηστών των μπλογκ και οι σχέσεις τους πολιτικές ή άλλες που αναπτύσσονται στο πλαίσιο της μπλογκο-σφαίρας θα είχε ενδιαφέρον να διερευνηθεί σε σχέση και με τις κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ χρηστών.

7.5 Επίλογος

Ευχές αντί επιλόγου

Τα μπλογκ αποτελούν μια καινοτόμο εφαρμογή η οποία διαθέτει εργαλεία ικανά να ενισχύσουν τον πολιτικό διάλογο και πράγματι απ' ότι είδαμε σημαντικός αριθμός ατόμων στη χώρα μας εκμεταλλεύεται τις νέες αυτές επικοινωνιακές δυνατότητες. Το κοινό όμως των χρηστών των μπλογκ αποτελεί ένα κοινό αρκετά ενημερωμένο ήδη και εμπλεκόμενο με την πολιτική. Έχουν τα μπλογκ τη δυναμική να εμπλέξουν και άλλα άτομα στις δημοκρατικές διαδικασίες, να διευρύνουν το διάλογο για τα θέματα δημόσιου συμφέροντος, δίνοντας πνοή στις λειτουργίες της δημόσιας σφαίρας;

Για να δοθεί απάντηση σε αυτές της ερωτήσεις πρέπει να αναμείνουμε το πέραςμα του χρόνου, ακριβώς όπως διάρκεσε πολλά έτη για να γίνουν κατανοητές και σαφείς οι συνέπειες της τηλεόρασης για την πολιτική και πολλές δεκαετίες για να καταστούν αντιληπτές οι συνέπειες της Βιομηχανικής Επανάστασης.

Όμως η καινοτομία δε συμβαίνει "εκεί έξω", αποκλειστικά στον κόσμο των αντικειμένων, σε έναν κόσμο μακριά και ανεξάρτητο από εμάς, αλλά στην κοινωνία και στο μυαλό. (Tuomi, 2006) Ως αποτέλεσμα, η καινοτομία και η τεχνολογική αλλαγή μπορεί να μελετηθεί μόνο ως φαινόμενο που συμβαίνει μέσα στην οικολογία των κοινοτήτων.

Από την εμπειρία της πρώτης δεκαετίας λειτουργίας της εφαρμογής των μπλογκ ως πολιτικό εργαλείο μερικές σημαντικές πτυχές αυτού του ζητήματος αναδύονται και γίνονται κατανοητές. Απαιτείται συνεχής και σε βάθος μελέτη των φαινομένων που αναδύονται για την περαιτέρω κατανόηση τους.

Στην πολιτική τα νέα εργαλεία δεν αναιρούν τη δύναμη και τη δράση των παλιών. Αντίθετα μπορούν να λειτουργήσουν συμπληρωματικά και υποστηρικτικά. Μπορούν τα μπλογκ να ενισχύσουν την πολιτική ζωή. Έχουν τη δυνατότητα να αποτελέσουν ένα ακόμα κανάλι διαλόγου και πολιτικής κινητοποίησης. (Bimber, 2001) Μπορούν και

οφείλουν να γίνουν επιταχυντικοί συντελεστές των δημοκρατικών εξελίξεων για τη διαμόρφωση μιας όλο και πιο ανθρώπινης κοινωνίας.

Ευρετήριο πινάκων

Πίνακας 6.1 Ποσοστιαία Επαγγελματική κατανομή.....	65
Πίνακας 6.2 Για ποιο λόγο διατηρείτε μπλογκ.....	70
Πίνακας 6.3 Λόγοι ανάγνωσης μπλογκ.....	75
Πίνακας 6.4 Ποσοστιαία κατανομή ανάγνωσης εφημερίδων σε ηλεκτρονική μορφή.....	83
Πίνακας 6.5 Πόσα μπλογκ διαβάζετε καθημερινά; * μπλόγκερ.....	91
Πίνακας 6.6 Σε μια μέση βδομάδα αυτού του έτους για πόσες ώρες διαβάζετε μπλογκ; * μπλόγκερ.....	92
Πίνακας 6.7 Αφήνετε σχόλια σε μπλογκ; * Μπλόγκερ.....	93
Πίνακας 6.8 Διαβάζετε μπλογκ μέσω RSS: * μπλόγκερ.....	94
Πίνακας 6.9 Ποιά η σχέση σας με το Μπλόγκινγκ * ..Opinion leaders.....	95
Πίνακας 6.10 Ποιά είναι η σχέση σας με το μπλόγκινγκ * Πόσες εφημερίδες διαβάζετε.....	95
Πίνακας 6.11 Συμμετέχετε σε κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω μπλογκ * Opinion leaders.....	96
Πίνακας 6.12 Πόσα μπλογκ διαβάζετε καθημερινά; * Opinion leaders	97
Πίνακας 6.13 Αφήνετε σχόλια σε blogs; * Opinion_leaders	98
Πίνακας 6.14 Διαβάζετε μπλογκ μέσω RSS: * Opinion leaders	99
Πίνακας 6.15 Συμμετέχετε σε κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω blogs * Πόσες εφημερίδες διαβάζετε	99
Πίνακας 6.16 Ποια είναι η κύρια πηγή καθημερινής σας ενημέρωσης; * Opinion_leaders.....	100
Πίνακας 7.7.1 Εκλογικά αποτελέσματα επικρατείας των Βουλευτικών εκλογών 2007.....	103

Ευρετήριο Γραφημάτων

Γράφημα 6.1 Ποσοστιαία κατανομή (φύλο)	59
Γράφημα 6.2 Ποσοστιαία ηλικιακή κατανομή χρηστών μπλογκ.....	60
Γράφημα 6.3 Ποσοστιαία κατανομή μεγέθους νοικοκυριού	61
Γράφημα 6.4 Οικογενειακή Κατάσταση (ποσοστιαία)	62
Γράφημα 6.5 Ποσοστιαία κατανομή μορφωτικού επιπέδου	63
Γράφημα 6.6 Ποσοστιαία Επαγγελματική κατανομή	64
Γράφημα 6.7 Ετήσιο εισόδημα.....	66
Γράφημα 6.8 Ποσοστιαία γεωγραφική κατανομή.....	67
Γράφημα 6.9 Ποσοστιαία γεωγραφική κατανομή αστικά-ημιαστικά	68
Γράφημα 6.10 Σχέση των συμμετεχόντων με το blogging (ποσοστιαία)	69
Γράφημα 6.11 Πότε ξεκινήσατε το μπλόγκινγκ;	71
Γράφημα 6.12 Πόσα μπλογκ διαβάζετε καθημερινά	72
Γράφημα 6.13 Πόσες ώρες την εβδομάδα διαβάζετε μπλογκ;.....	73
Γράφημα 6.14 Λόγοι ανάγνωσης μπλογκ	74
Γράφημα 6.15 Συμμετοχή σε κινητοποιήσεις που οργανώνονται μέσω μπλογκ	76
Γράφημα 6.16 Διαβάζετε μπλογκ μέσω RSS	77
Γράφημα 6.17 Ποσοστιαία αναπαράσταση Σχολιασμού	78
Γράφημα 6.18 Λόγοι σχολιασμού	79
Γράφημα 6.19 Κύρια πηγή ενημέρωσης	80
Γράφημα 6.20 Ποσοστιαία κατανομή ανάγνωσης εφημερίδων έντυπων	81
Γράφημα 6.21 Ποσοστιαία κατανομή ανάγνωσης εφημερίδων σε ηλεκτρονική μορφή	82
Γράφημα 6.22 Ανάγνωση εντύπων	84
Γράφημα 6.23 Αξιολόγηση μέσων στη διαμόρφωση απόψεων	85
Γράφημα 6.24 Με ποιες από αυτές τις δραστηριότητες που ακολουθούν έχετε ασχοληθεί	

τους τελευταίους 12 μήνες	86
Γράφημα 6.25 Ποσοστιαία κατανομή opinion leaders.....	87
Γράφημα 6.26 Με πόσους φίλους ή γνωστούς συζητάτε ή ανταλλάσσετε σχετικές με επικαιρότητα ή πολιτική;.....	88
Γράφημα 6.27 Τι ψηφίσατε στις τελευταίες εκλογές;.....	89
Γράφημα 6.28 Πολιτική αυτο-τοποθέτηση στον άξονα αριστεράς δεξιάς	90
Γράφημα .7.1 Δημογραφικά στοιχεία χρηστών διαδικτύου	101
Γράφημα 7.2 Opinion leaders - Εναλλακτική μέτρηση	108

8 Βιβλιογραφία

- “Η πολιτική κουλτούρα των μπλογκ”, 2008, *Monthly Review*, No 47(112), pp. 33- 35
- Adar, E. & Adamic, L.A., 2005, Tracking information epidemics in blogspace, *Web Intelligence, Proceedings. The 2005 IEEE/WIC/ACM International Conference*, Issue , 19-22 Sept. 2005 σελ: 207 – 214, διαθέσιμο στη: <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=1517844&isnumber=32502>, ανάκτηση: 10-10-08.
- Arendt, H., 1998, *The human condition*, (second edition) The University of Chicago Press, Chicago
- Arsenault, A.& Castells, M., 2008, The Structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks, *International Journal of Communication* , vol. 2, σελ:707-718
- Austin, E. W. & Pinkleton B. E., 2006, *Strategic Public Relations Management*, Routledge, London
- Bagdikian, B. H., 1997, *The Media Monopoly*, Beacon Press, Boston
- Baumer, E. & Sueyoshi, M.& Tomlinson, B., 2008, “Exploring the role of the reader in the activity of blogkging”, Conference on Human Factors in Computing Systems archive Proceeding of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems Florence, Italy, διαθέσιμο στη: <http://delivery.acm.org/10.1145/1360000/1357228/p1111bamer.pdf?key1=1357228&key2=1109774221&coll=GUIDE&dl=GUIDE&CFID=7741558&CFTOKEN=73843231>, ανάκτηση 23-10-2008
- Bellah, R. N.& Madsen, R.& Sullivan, W. M.& Swidler, A. & & Tipton, S. M., 1991, *The Good Society*, Knoph, New York
- Bimber,B., 2001, “Information Technology and the “New” Politics: Brief Remarks on Political Change”, διαθέσιμο στη <http://www.polsci.ucsb.edu/faculty/bimber/infotech&newpolitics.html>, ανάκτηση: 10-09-2007
- Bimber,B., 2001, *Information Technology and the “New” Politics: Brief Remarks on Political Change*, διαθέσιμο στη <http://www.polsci.ucsb.edu/faculty/bimber/infotech&newpolitics.html>, ανάκτηση : 10-09-2007
- Blogads, 2006, *Political Blogs Reader Survey 2006*, [Online survey report]. [cited 6 July 2006]. διαθέσιμο στη: www.blogads.com/survey/blog_reader_surveys_overview.html, ανάκτηση 12.08.2007
- Blood, R., (2002a). *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*, Perseus Publishing.
- Blood, R., 2002b, (ed.), *We've Got Blogk: How Weblogks are Changing Our Culture*, Perseus Publishing
- Burns, A., 2007, *Methodologies for mapping the political bloggosphere: An exploration using the Issue Crawler research tool*, διαθέσιμο στη

- http://www.firstmonday.org/issues/issue12_5/bruns/index.html#author , ανάκτηση 06-11-07
- Castels, M., 2007, “Communication, Power and Counter-power in the Network Society”, *International Journal of Communication*, Vol:1, pp. 238-266, διαθέσιμο στη: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/46/35>, ανάκτηση 07-10-08
- Davis, M., 1996, *The Politics of Philosophy: A Commentary on Aristotle's Politics* Rowman & Littlefield Publishers, Inc., United States
- Delwiche, A., 2005, *Agenta- Setting, opinion leadership, and the world of Web logs*, διαθέσιμο στη: http://131.193.153.231/www/issues/issue10_12/delwiche/index.html, ανάκτηση 27-04-2009
- Drenzen, D. & Farrell, H., 2008, “The power and Politics of blogs”, *Public Choice*, vol.134, pp. 15-30
- Eurobarometer 2008,. Eurobarometer 69: *Public opinion in the European union*, First results. Standard Eurobarometer, διαθέσιμο στη: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb69/eb_69_first_en.pdf, ανάκτηση 07-10-2008
- Eveland, W. P.& Dylko, I., 2007, “Reading Political Blogs During the 2004 Election Campaign: Correlates and Political Consequences”, in Tremayne, M., (eds), *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*, Routeger, London, pp.105-126
- Evera, S. V., 2001, *Εισαγωγή στη μεθοδολογία της πολιτικής Επιστήμης*, Εκδόσεις: Ποιότητα, Αθήνα
- Focus Bari 2008, *Έρευνα Web id. για τη χρήση του Internet*, διαθέσιμη στη: <http://www.focus.gr/default.asp?id=300160021&leid=1032>, ανάκτηση 22-10-2008
- Furukawa T.& Matsuo, Y.& Ohmukai, I.& Uchiyama, K. & Ishizuka, M., 2007 *Social Networks and Reading Behaviour in the Bloggosphere*, διαθέσιμο στη <http://ymatsuo.com/papers/icwsm07furukawa.pdf> , ανάκτηση 23-10-2008
- Gillmor, D., (2006), *We the Media:Grassroots Journalism By the People, For the People*, O'Reilly Media, Inc, USA
- GlobeScan/World Economic Forum 2006 *Trust in governments, corporations, and global institutions continues to decline*, Global Public Opinion Survey, διαθέσιμο στη: http://www2.weforum.org/site/homepublic.nsf/Content/Full+Suvey_+Trust+in+Governments,+Corporations+and+Global+Institutions+Continues+to+Decline.html, ανάκτηση 06-10-2008
- Gordon-Murnane, L., 2006, Politics and Tech Tools Blogs, Aggregators, and Tracking Tools, *Information Today Inc*, Vol. 14 No. 9, διαθέσιμο στη: <http://www.infotoday.com/searcher/oct06/Gordon-Murnane.shtml>, ανάκτηση 22-04-08
- Graf, J., 2006, “The Audience for Political Blogs”, *Institute for politics Democracy and the Internet*, διαθέσιμο στη: www.ipdi.org/uploadedfiles/audience%20for%20political%20blogs.pdf, ανάκτηση 25-10-2007

- Herring, S. & Paolillo, J., 2006, "Gender and genre variation in weblogs", *Journal of Sociolinguistics*, Vol.10, Is. 4, pp. 439 – 459
- Herring, S. C. & Kouper, I. & Scheidt, L. A. & Wright, E., 2004, "Women and children last: The discursive construction of weblogs". In: Gurak, L.& Antonijevic, S.& Johnson, L. & Ratliff, C. & Reyman, J. (Eds.), *Into the Blogkosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Webloggs*. University of Minnesota. διαθέσιμο στη: http://blogk.lib.umn.edu/blogkosphere/women_and_children.html, ανάκτηση 20-09-2007
- Herring, S. C.& Scheidt, L. A.& Bonus, S. & Wright, E., 2004. "Bridging the gap: A genre analysis of weblogs". *Proceedings of the 37th Hawai'i International Conference on System Sciences* (HICSS-37). Los Alamitos: IEEE Computer Society Press, διαθέσιμο στη: <http://www.blogkninja.com/DDGDD04.doc>, ανάκτηση 20-09-07
- Herring, S. C.& Scheidt, L. A.& Bonus, S.& & Wright, E., 2005,. "Weblogs as a bridging genre" *Information, Technology & People*, V.18, Is 2, pp.142-171.
- Herring, S.& Kouper, I. & Paolillo, J., & Scheidt, L., A., & Tyworth, M., & Welsch, P., & Wright, E., & Yu, N., 2005, 'Conversations in the Blogkosphere: An Analysis "From the Bottom Up"', *Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences* διαθέσιμο στη: <http://www2.computer.org/plugins/dl/pdf/proceedings/hicss/2005/2268/04/22680107b.pdf?template=1&loginState=1&userData=anonymous-IP1225792847220>, ανάκτηση 04-10-2008
- Herring, S.& Scheidt, L.& Kouper, I. & Wright, E., 2007, "A Longitudinal Content Analysis of Weblogs: 2003-2004", Tremayne, M. (eds), *Blogkging, Citizenship, and the Future of Media*,: Routledge, London, pp 25-41
- Hewson,C.& Yule,P. & Laurent,D. & Vogel,C., 2003 *Internet Research Methods A Practical Guide for the Social and Behavioural Sciences*, Sage Publications
- Ishida. K., 2005, "Extracting latent weblogk communities: A partitioning algorithm for bipartite graphs", *In Proceedings of 2nd Annual Workshop on the Weblogkging Ecosystem*, διαθέσιμο στη: <http://www.blogkpulse.com/papers/2005/ishida.pdf>, ανάκτηση 10-10-2008
- Johnson, T. & Kaye, B., 2007, "Blog Readers: Predictors of Reliance on War Blogs", Tremayne, M. (eds), *Blogkging, Citizenship, and the Future of Media*, Routledge, London, pp.165-184
- Karamichas, J., 2007, "The Impact of the Summer 2007 Forest Fires in Greece: Recent Environmental Mobilizations, Cyber-Activism and Electoral Performance", *South European Society and Politics*, V.12, 4, pp. 521 – 533
- Karpf, D., 2008, "Measuring influence in the political blogkosphere", *Politics and Technology Review*, διαθέσιμο στη: <http://www.ipdi.org/Publications/default.aspx>, ανάκτηση 29.10.2008
- Katz, E. & Lazarsfeld,P.F., 1964, *Personal influence : the part played by people in the flow of mass communications*, Free Press, Glencoe
- Kavanaugh, A. & Zin, T.T. & Carroll, J. M. & Schmitz, J. & Pérez-Quñones, M. & Isenhour, P., 2006, "When opinion leaders blogk: new forms of citizen interaction", *ACM International Conference Proceeding Series*; Vol. 151, Proceedings of the

- 2006 international conference on Digital government research San Diego, California SESSION: Citizen participation, διαθέσιμο στη: http://portal.acm.org/ft_gateway.cfm?id=1146628&type=pdf&coll=GUIDE&dl=GUIDE&CFID=6550238&CFTOKEN=40904508, ανάκτηση 15-12-2007
- Kaye, B., 2005, "It's a Blog, Blog, Blog, Blog World", *Atlantic Journal of Communication* Vol. 13, Issue 2 January 2005, pp.73-95
- Kaye, B., 2007, "Blog Use Motivations: An Exploratory Study", Tremayne, M. (eds), *Bloggking, Citizenship, and the Future of Media*, Routledge, London, pp.148-169
- Keller, E. and Berry, J. 2003, *The Influentials*. The Free Press, New York,
- Kemp, C. & Griffiths, T. & Tenenbaum, J., 2004 "Discovering latent classes in relational data". *Technical Report, MIT CSAIL*, διαθέσιμο στη: <http://web.mit.edu/~ckemp/www/papers/blockTR.pdf>, ανάκτηση 10-10-2008
- Kempe, D. & Kleinberg, J.M. & Tardos, E., 2005, 'Influential Nodes in a Diffusion Model for Social Networks'. 1127-1134. διαθέσιμο στη: <http://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/icalp05-inf.pdf>, ανάκτηση 23.07.2007
- Kill, K., 2005, "Bloggking, RSS and the Information Landscape: A Look At Online News, WWW 2005" *Workshop on the Weblogging Ecosystem*, διαθέσιμο στη http://faculty.washington.edu/kegill/pub/gill_www2005_rss.pdf, ανάκτηση 14-10-2007
- Kim, J. & Wyatt, R.O., & Katz, E. 1999, 'News, talk, opinion, participation: The part played by conversation in deliberative democracy', *Political Communication*, V.16, N. 4, pp.361-385.
- Kleinberg, J., 2002, "Bursty and hierarchical structure in streams", *In Proceedings of ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, διαθέσιμο στη: <http://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/bhs.pdf>, ανάκτηση 10-10-2008
- Lash, K., 2004, *Η εξέγερση των ελίτ και η προδοσία της δημοκρατίας*, Θεσσαλονίκη, Νησίδες
- Law, S. & Jerzy, O. & Dawid, S., 2004, 'Lingo: Search results clustering algorithm based on singular value decomposition', διαθέσιμο στη: <http://www-idss.cs.put.poznan.pl/~stefan/pub/iipwm-osinski-weiss-stefanowski-2004-lingo.pdf>, ανάκτηση 10-10-08
- Lawson-Borders, G. & Kirk, R., 2005, "Blogs in Campaign Communication, American" *American Behavioral Scientist*, Volume 49, Number 4, pp.548-559,
- Lenhart, A. & Fox, S., 2006 "Bloggers, A portrait of the internet's new storytellers", *Pew Internet American life project*, διαθέσιμο στη: <http://pewinternet.org>, ανάκτηση 10-10-2007
- Li, D. & Walejko, G., 2008, "Splogs and abandoned blogs: The perils of sampling blogggers and their blogks, Information", *Communication & Society*, V. 11, pp.279 – 296
- Ma, J. & Perkins, S., 2003, "Online novelty detection on temporal sequences. In Proceedings of ACM" *SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, διαθέσιμο στη: <http://doi.acm.org/10.1145/956750.956828>,
- Παπαδημητρίου Σταυρούλα

ανάκτηση: 10-10-2008

- Matthew C. Nisbet, M. C. & John E. Kotcher, J. E., 2009, "A Two-Step Flow of Influence?: Opinion-Leader Campaigns on Climate Change", *Science Communication* 2009; Vol 30; pp. 328-355
- McCracken, G., 1988, *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. University Press, Bloomington: Indiana.
- Moor, A. & Efimova, L., 2004, "An Argumentation Analysis of Weblog Conversations", *Proceedings of the 9th International Working Conference on the Language-Action Perspective on Communication Modelling*, διαθέσιμο στη: <https://doc.telin.nl/dsweb/Get/Document-41656/>, ανάκτηση 10-04-06
- Nardi, B. & Schiano, D. & Gumbrecht, M., 2004, „Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary?" *Proceedings of Computer Supported Cooperative Work 2004*, διαθέσιμο στη: <http://home.comcast.net/%7Ediane.schiano/CSCW04.Blogk.pdf>, ανάκτηση 20-10-2008
- Pan, Z. & Shen, L. & Paek, H-J. & Sun Y., 2006, "Mobilizing Political Talk in a Presidential Campaign", *Communication Research*, V. 33, No. 5, Bloomington: Indiana. 315-345
- Papacharissi, Z., 2007, "Audiences as Media Producers: Content Analysis of 260 Blogs", Tremayne, M. (eds), *Blogking, Citizenship, and the Future of Media*, Routledge, London, pp. 21-38
- Paquet, S. & Pearson, P., 2004, "A Topic Sharing Infrastructure for Weblog Networks", *Proceedings of the Second Annual Conference on Communication Networks and Services Research*, διαθέσιμο στη: http://www.iro.umontreal.ca/~paquetse/publications/PaquetS_TopicSharingInfrastructure-2004.pdf, ανάκτηση 17-04-2007
- Putnam, R., 2000, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York
- Qamra, A. & Tseng, B. & Chang, E. Y., 2006, "Mining blog stories using community-based and temporal clustering". *Conference on Information and Knowledge Management Proceedings of the 15th ACM international conference on Information and knowledge management*, διαθέσιμο στη: <http://doi.acm.org/10.1145/1183614.1183627>, ανάκτηση 10-10-2008
- Rogers, E.M., 1995, *Diffusion of innovations (4th edition)*. The Free Press. New York.
- Schneider, S. M., 1997. "Expanding the Public Sphere through Computer-Mediated Communication: Political Discussion about Abortion in a Usenet Newsgroup". Unpublished Dissertation, MIT, Boston, διαθέσιμο στη: <http://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/10388/37545394.pdf?sequence=1>, ανάκτηση 23-03-2008
- SPSS Inc., (2005), *SPSS Base 14.0 User's Guide*, SPSS Inc, Printed in the United States of America,

- Stromer-Galley, J., 2003, "Diversity of political conversation on the Internet: Users' perspectives", *Journal of Computer-Mediated Communication*, V.8 Is 3, διαθέσιμο στη: <http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue3/stromergalley.html>, ανάκτηση 23-04-2005
- Tarde, G., 1901, *L'Opinion et la foule*, Paris, Presses Universitaires de France
- Technorati, (2008), "State of the Blogkosphere/2008", διαθέσιμο στη: <http://www.technorati.com/blogging/state-of-the-blogkosphere>, ανάκτηση 06-10-2008
- Technorati, 2007, "State of the Blogkosphere/2007", διαθέσιμο στη: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>, ανάκτηση 06-10-2008
- Terranova, T., 2004, *Network Culture: Politics for the Information Age*, Pluto Press, London, UK
- Trammell, K. & Tarkowski, A. & Hofmokl, J. & Sapp, A., 2006, "Rzeczpospolita bloggów [Republic of Blogk]: Examining Polish Blogkgers Through Content Analysis", *Journal of Computer-Mediated Communication*, V. 11 Is. 3, pp. 702 – 722
- Trammell, K. D. & Keshelashvili, A., 2005, "Examining the new influencers: A self presentation study of A-List blogs". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, V.82 Is4, pp. 968-982
- Trammell, K.D. & Williams, A.P.& Postelnicu, M. & Landreville, K.D., 2006, Evolution of online campaigning: Increasing interactivity in candidate Web sites and blogs through text and technical features, *Mass Communication and Society*, V 9 , Is.1, pp. 21-44.
- Trammell, K.D., 2004, *Year of the blog: Webstyle analysis of the 2004 presidential candidate blog posts and reader comments*, Paper presented in the Political Communication Division, National Communication Association Annual Conference Chicago, IL (2004, November), pp. 89-98.
- Treisman, D., 2000, The Causes of Corruption, *Journal of Public Economics*, Vol.76, Is.3 pp. 399-457, διαθέσιμο στη <http://www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/treisman/causes.pdf>, ανάκτηση 07-10-08
- Tremayne, M. (ed), 2007 *Blogkging, Citizenship, and the Future of Media*, Routledge, London,
- Tuomi, I., 2006, *Networks of Innovation: Change and Meaning in the Age of the Internet*, Oxford University Press, USA
- Uslaner, E., M., 2004, "Trust and Corruption", Lambsdorf, J.G., Taube, M.,and Schramm, M., eds., *Corruption and the New Institutional Economics*, Routledge, London
- Viégas, F. B., 2005, "Bloggers' expectations of privacy and accountability. An initial survey". *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.10 Is.3, Article 12, διαθέσιμο στην: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/viegas.html>., ανάκτηση 20-10-2008
- Wallsten, K., 2008, "Political Blogs: Transmission Belts, Soapboxes, Mobilizers, or Conversation Starters?" *Journal of Information Technology & Politics*, Vol. 4, Is. 3, pp. 19-40
- Warren, M. E, 1999, "What is Political?", *Journal of Theoretical Politics* διαθέσιμο στη:

- <http://jtp.sagepub.com/cgi/content/abstract/11/2/207>, ανάκτηση 17-02-2009
- Weimann, G., 1994, *The Influentials: People Who Influence People*, New York Press (SUNY), New York: State University
- Wilenmann, R., 1998, *Η Εκλογική Έρευνα: Συμπεριφορά του εκλογικού σώματος και ανάλυση εκλογών*, Παπαζήση, Αθήνα
- Winer, D., 2003, "What Makes a Weblog a Weblog.", *Harvard Law, Berkman Center for Internet and Society*. διαθέσιμο στη: <http://blogs.law.harvard.edu/whatmakesaweblogaweblogk.html> ανάκτηση 20-09-07
- Wolton, D., 2005, *Σκέψεις για την επικοινωνία*, Σαββάλας, Αθήνα
- Wortham, J., 2007, "After 10 Years of Blogs, the Future's Brighter Than Ever" *Wired*, διαθέσιμο στη: <http://www.wired.com/entertainment/theweb/news/2007/12/blog-anniversary>, ανάκτηση 10-01-2008
- Βερναρδάκης, Χ., 2004, "Πολιτικά κόμματα και 'μεσαίος χώρος'. Οι ιδεολογικές, πολιτικές και πολιτισμικές συντεταγμένες των σημερινών πολιτικών δυνάμεων", διαθέσιμο στη: http://www.vernardakis.gr/uplmed/11_partis%20politiques%20et%20espace%20intermediaire.pdf, ανάκτηση 21-10-2007
- Βερναρδάκης, Χ., 2008, Τα μπλογκ στην Ελλάδα του 2008: Πολιτική Κουλτούρα και νέος δημόσιος χώρος, *Monthly Review*, No 47(112), pp.33- 35
- Δεμερτζής, Ν., 2002, *Πολιτική Επικοινωνία: Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο*, Παπαζήση, Αθήνα
- Meny, Y., 1995, *Συγκριτική Πολιτική- Οι δημοκρατίες: Γαλλία, Γερμανία, Ηνωμένες Πολιτείες, Ιταλία, Μεγάλη Βρετανία*, Παπαζήση, Αθήνα,
- Μαραντζήδης Ν. 1998. "Το παράλογο στην εκλογική συμπεριφορά", *Το βήμα των κοινωνικών επιστημών*, Τόμ. ΣΤ, τεύχ. 23. Φεβρουάριος 1998, σελ 65-84
- Μαυρής, Γ., 2009, "Ο εμφύλιος σήμερα - Οι αντιλήψεις της σύγχρονης ελληνικής κοινής γνώμης, για την περίοδο 1946-1949", *Public Issue*, διαθέσιμο στη <http://www.publicissue.gr/1001/emfilios/>, ανάκτηση 21.04.2009
- Μαυρογορδάτος, Γ., 1988, *Μεταξύ Πιτυοκάμπη και Προκρούστη: Οι Επαγγελματικές Οργανώσεις στη σημερινή Ελλάδα*. Οδυσσέας, Αθήνα
- Μοσχονάς Γ., 1994, Η διαιρετική τομή Δεξιός-Αντιδεξιός στη Μεταπολίτευση (1974-1990). Το περιεχόμενο της τομής και όψεις της στρατηγικής των κομμάτων του "αντιδεξιού υποσυστήματος". εκδότης Δεμετρίδης, Ν., (εκδότης) Στο *Η ελληνική πολιτική κουλτούρα σήμερα*, Οδυσσέας, Αθήνα
- Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2007, *Δείκτες e-Europe 2005/i2010*, διαθέσιμο στη <http://www.observatory.gr/>, ανάκτηση 21-10-2008
- Ρούσος, Π. & Τσαούσης, Γ., 2002, *Στατιστική εφαρμοσμένη στις κοινωνικές επιστήμες*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα
- Χωραφάς, Β., 2008, "Η πολιτική κουλτούρα των μπλογκ", *Monthly Review*, No 47(112), pp. 36- 41
- Ψύλλα, Μ., 2003, *Η Πολιτική ως δράση και ως λόγος*, Τυπωθήτω, Αθήνα
- Παπαδημητρίου Σταυρούλα

Ψυχοπαίδης, Κ., 1997, Δημόσιος Χώρος και Κοινωνικοπολιτικές αξίες pp. 210-230 στο
«Πολιτική μέσα στις έννοιες», Νήσος, Αθήνα ,

9 Παράρτημα

Παράρτημα 1: Στιγμιότυπο από την αναζήτηση δείγματος (πρώτο στάδιο)

Περίπτωση 1 αναζήτηση για μπλογκ με a little authority

1,927 posts tagged **πολιτική**

[Subscribe](#)

Posts

Blogs

Videos

Photos

search in

of blogs with in language

Search in **tags only** of blogs with **a little authority** in **Greek (Ελληνικά)** [\[change\]](#)

Πηγή: tecnhorati ανάκτηση 30-11-2007

Παράρτημα 2: Επιστολή προς μπλόγκερ

Αγαπητοί φίλοι και συγκάτοικοι της μπλογκοσφαιρας σας στέλνω αυτό το mail ζητώντας την βοήθεια και τη συνεργασία σας στην on line έρευνα, Blogs & Πολιτική, που διεξάγω γύρω από τα μπλογκs.

Λέγομαι Παπαδημητρίου Σταυρούλα και αυτή η έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο της Μεταπτυχιακής Διατριβής μου στο μεταπτυχιακό "Δυνητικές Κοινότητες :Ψυχο-Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις και Τεχνικές Εφαρμογές" του Παντείου Πανεπιστήμιου.

Η έρευνα αυτή απευθύνεται σ' όλους, όσοι διαβάζουν blogs.

Η επιτυχία της έρευνας, λόγω της στενής σχέσης της με το χώρο των blogs, βασίζεται στη συμμετοχή και στην υποστήριξη των ελληνόφωνων bloggers. Επιθυμώ: τη συμμετοχή σας αλλά, επιπλέον ζητώ τη βοήθειά σας στη διάχυση της πληροφορίας σχετικά με την ύπαρξη και διεξαγωγή αυτής της έρευνας.

Μέσα από τα ιστολόγιά σας ή με όποιον τρόπο κρίνετε ότι θα μπορούσατε να βοηθήσετε. Ζητάω να γράψετε ένα ποστ σχετικά με τη διεξαγωγή της έρευνας ή να ανεβάσετε ένα από τα banners που υπάρχουν στη σελίδα banner <http://readingblogssurvey.wordpress.com/banners>.

Για την οικονομία του χώρου και του χρόνου σας ενημερώνω ότι:

Μπορείτε να ενημερωθείτε σχετικά από το μπλογκ της έρευνας από όπου και είναι προσβάσιμη: <http://readingblogssurvey.wordpress.com>

Το link της έρευνας για τη συμμετοχή σας σ' αυτήν είναι:

http://www.surveymonkey.com/s.aspx?sm=FN7gm9dfGao7YuStW0Lhcg_3d_3d

Η έρευνα αυτή εξετάζει τη λειτουργία της μπλογκο-σφαιρας ως μιας νέας δημόσιας σφαίρας και τα μπλογκ ως χώρου άρθρωσης δημόσιου πολιτικού διαλόγου. Νομίζω ότι τα αποτελέσματα της έρευνας έχουν γενικότερο ενδιαφέρον αλλά και ειδικό για όσους διατηρούν μπλογκ. Η επιλογή αυτού του θέματος της έρευνας για τα μπλογκ ξεκινάει από το προσωπικό μου ενδιαφέρον και την ανάγκη μου να διερευνήσω την ύπαρξη και το μέγεθος της επιρροής αυτού του μέσου.

Μία και μόνο αναφορά στο blog του καθενός (υπόθεση 2 λεπτών) είναι υπέρ-αρκετή ώστε να φτάσει σε όσο το δυνατόν περισσότερους η πληροφορία ότι επιθυμώ τη βοήθειά τους.

Εάν κάποιος το επιθυμεί μπορεί επιπροσθέτως να χρησιμοποιήσει και κάποιο από τα banners / "πρόσκληση συμμετοχής" που έχω δημιουργήσει τα οποία μπορείτε να βρείτε στη σελίδα [banners](http://readingblogssurvey.wordpress.com/banners) (<http://readingblogssurvey.wordpress.com/banners>) του μπλογκ.

Τελειώνοντας θα ήθελα να τονίσω ότι, θεωρώ ότι είναι προς το συμφέρον όλων μας να διεξάγονται τέτοια ερευνητικά προγράμματα από μη κερδοσκοπικούς ανεξάρτητους ακαδημαϊκούς φορείς.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συμμετοχή σας και το χρόνο που διαθέσατε!!!

Παράρτημα 3 Τα μπάνερ της έρευνας



