

**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

**ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ
ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΚΟ ΣΤΑ ΝΕΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ ΠΟΥ
ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΙ Η ΣΥΓΚΛΙΣΗ ΤΩΝ ΤΠΕ ΚΑΙ Η ΕΥΡΥΤΑΤΗ ΧΡΗΣΗ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

**ΒΕΡΒΕΡΙΔΗΣ ΣΥΜΕΩΝ
ΑΜ: 6305Μ001**

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

- 1. Αναπλ. καθ. Κ. Κοσκινάς, Επιβλέπων**
- 2. Αναπλ. καθ. Μ. Βλαχάδη, Μέλος**
- 3. Δρ. Η. Βαρλάμης, Μέλος**

ΜΑΪΟΣ 2009

Tov K.

Στην ιστορία της πολιτικής επικοινωνίας και του πολιτικού μάρκετινγκ, η έλευση κάθε νέου μέσου επικοινωνίας και πληροφόρησης σηματοδότησε αλλαγές και μεταβολές στο δημόσιο βίο και τη συμμετοχή στα κοινά.

Richard M. Perloff

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο στόχος της παρούσης μελέτης είναι διπλός: πρώτον, να παρουσιάσει και να καταγράψει τη σύγχρονη εικόνα των ελληνικών ΜΚΟ σε ό,τι αφορά στη διείσδυση και την εκμετάλλευση του διαδικτύου υπό από το πρίσμα των νέων τεχνολογιών του Web 2.0, και δεύτερον, να παρέχει μια διευρυμένη ομάδα κριτηρίων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη βελτίωση της διαδικτυακής παρουσίας των ΜΚΟ και την αξιολόγηση της αποτελεσματικής χρήσης των διαδικτυακών υπηρεσιών που εξυπηρετούν τους σκοπούς τους.

Αναλυτικότερα, στο πρώτο μέρος παρατίθενται οι αναγκαίοι ορισμοί και επεξηγήσεις σχετικά με όρους και έννοιες όπως μετασχηματιστικές ΜΚΟ, ΚτΠ, ΤΠΕ, κτλ., αναλύεται ο ρόλος των ΜΚΟ ως οργανωτική και ιδεολογική έκφανση της ΚτΠ στη σύγχρονη διακυβέρνηση και τους θεσμούς της πολιτικής αντιπροσώπευσης, εξετάζονται οι σχέσεις συνεργασίας, σύμπραξης, εξάρτησης ή και αντιπαράθεσης μεταξύ των ΜΚΟ και των φορέων εξουσίας, ανιχνεύεται η διαδικασία της κοινωνικής διαβούλευσης ως συστατικός παράγοντας εμφάνισης των ΜΚΟ και σχολιάζεται η ελληνική πραγματικότητα.

Στο δεύτερο μέρος -και αφού αποσαφηνιστούν ορισμένοι αναγκαίοι τεχνικοί όροι- παρουσιάζονται η στοχοθεσία και η μεθοδολογία της έρευνας. Στη συνέχεια επιλέγονται και παρουσιάζονται οι άξονες της έρευνας (Περιγραφικά στοιχεία, Δομή, Περιεχόμενο, Πλοήγηση, Μορφολογία, Συμμετοχή), καθώς και το δείγμα της έρευνας που αποτελείται από 60 ΜΚΟ, οι οποίες δραστηριοποιούνται σε εθνικό επίπεδο και διαθέτουν θετική και ενεργή παρουσία στο διαδίκτυο. Τέλος, ακολουθούν τα συμπεράσματα και η αναλυτική παρουσίαση της εξοικείωσης των ελληνικών μετασχηματιστικών ΜΚΟ στα νέα περιβάλλοντα που διαμορφώνει η σύγκλιση των ΤΠΕ και η ευρύτατη χρήση καινοτομικών εφαρμογών στο διαδίκτυο.

ABSTRACT

The aim of this thesis is bi-fold: first, to present the current state of NGOs in Greece with regards to the exploitation of Web and Web 2.0 technologies and second, to provide an extended set of criteria which can be used for evaluating the effective use of Web technologies and therefore could be applied by NGOs to ameliorate their Web presence and support their aims.

In the first part, an epexegetis of the related terminology is provided. This is followed by an analysis of the role that NGOs are playing as an organizational and ideological part of the Civil Society in the current state of governance and in the institutions of the political representation, as well as the affinities of collaboration, partnership and confrontation between NGOs and the authorities, and the process of social deliberation as a commendatory factor of NGOs appearance. Off course, some thoughts and comments regarding the Greek current reality couldn't be left out.

In the second part, once the necessary technical terms are defined, the methodology and aims of this research paper are presented, followed by the sets of criteria applied and the selected NGOs. More specifically, 60 NGOs that act at a national level and have a web presence were chosen and evaluated using a set of 81 criteria divided into subsets. Each subset of criteria evaluates a different aspect of an NGO, i.e. dissemination of ideas, interconnection with other NGOs, members' interaction etc. under the prism of the effective use of Web technologies. The section concludes with, the results of this research work and the analytical evaluation of the Greek NGOs in the new environment formed by the convergence of ICTs and the sweeping use of the innovative Web 2.0 technologies.

ΛΕΞΕΙΣ - ΚΛΕΙΔΙΑ

Κοινωνία των Πολιτών (ΚτΠ), Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ), Διαδίκτυο, Ελλάδα, New Media, Web 2.0.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
1 ^ο ΜΕΡΟΣ.....	9
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	10
1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ - ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΜΚΟ.....	14
1.3 ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΚΟ	20
1.4 ΜΚΟ & ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ	24
1.5 ΜΚΟ & ΕΕ	26
1.6 ΜΚΟ & ΕΛΛΑΔΑ	28
1.7 ΜΚΟ & ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ	32
1.8 ΚτΠ & ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	35
1.9 ΜΚΟ & ΤΠΕ	38
2 ^ο ΜΕΡΟΣ.....	41
2.1 ΠΕΡΙ NEW MEDIA Ο ΛΟΓΟΣ.....	42
2.2 ΔΥΝΗΤΙΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ / ΔΥΝΗΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ.....	45
2.3 ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΡΩΝ.....	50
2.4 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΩΝ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΡΙΑΣ ΠΛΟΗΓΗΣΗΣ.....	58
2.5 ΣΤΟΧΟΘΕΣΙΑ & ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	62
2.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	68
2.6.1 1 ^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	68
2.6.2 2 ^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΔΟΜΗ.....	69
2.6.3 3 ^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ.....	70
2.6.4 4 ^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΠΛΟΗΓΗΣΗ.....	72
2.6.5 5 ^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΑ	74
2.6.6 6 ^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ.....	75
2.7 ΕΞΑΓΩΓΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	76
2.7.1 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 1 ^{ου} ΑΞΟΝΑ.....	77
2.7.2 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 2 ^{ου} ΑΞΟΝΑ.....	78
2.7.3 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 3 ^{ου} ΑΞΟΝΑ.....	79
2.7.4 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 4 ^{ου} ΑΞΟΝΑ.....	81
2.7.4.1 ΜΚΟ & WEB 2.0	83

2.7.5 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 5 ^{ου} ΑΞΟΝΑ.....	85
2.7.6 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 6 ^{ου} ΑΞΟΝΑ.....	87
2.8 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	89
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	91
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	92
ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	95
SCREEN CAPTURE ΤΩΝ ΤΕΛΙΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ EXCELL	99
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	100
ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ	100
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	107

1^ο ΜΕΡΟΣ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η Κοινωνία των Πολιτών (ΚτΠ) έχει να κάνει κατ' ουσία με τη διευρυμένη έννοια της προσωπικής και κοινωνικής ευημερίας, αλλά και με όλα τα στοιχεία που διαμορφώνουν έναν πολιτισμό ανοχής απέναντι σε διαφορετικές συμπεριφορές και στάσεις στην καθημερινή ζωή, συγκροτώντας έναν αυτοτελή χώρο μεταξύ ιδιωτικής οικονομίας - επιχειρηματικότητας και επίσημων πολιτικών θεσμών μίας κοινωνίας, τους οποίους αναπόδραστα συμπληρώνει χωρίς κατά κανόνα να υποκαθιστά. Αποτελεί, δηλαδή, μια διευρυμένη έννοια που περιλαμβάνει όλες εκείνες τις νέες συλλογικότητες που αναφέρονται στη δημόσια σφαίρα και λειτουργούν έξω από το κράτος, τους κομματικούς μηχανισμούς και τα επιχειρηματικά συμφέροντα.¹

Με τον τρόπο αυτό, διασφαλίζεται η ποιότητα και το βάθος μίας συμμετοχικής και αλληλοελεγχόμενης δημοκρατικής διαδικασίας, όπου τα κύρια χαρακτηριστικά της είναι η πολύπλευρή και ολοένα μεγαλύτερη συμμετοχή των πολιτών και ο τρόπος με τον οποίο διαμορφώνει τις επιλογές και αποφάσεις της εξουσίας, καταξιώνοντας ένα κοινωνικώς υπεύθυνο και ατομικώς ανεξάρτητο άτομο.² Ο κάθε πολίτης αισθάνεται ότι έχει τη δυνατότητα να είναι ανεξάρτητος σε ένα πολύ μεγάλο βαθμό από παλαιότερα κι αυτό τον οπλίζει με περισσότερη δύναμη να συμμετέχει. Αν σε αυτή τη συμμετοχή προστεθεί και το στοιχείο της προσωποποιημένης κοινωνικής ευθύνης, τότε αναλαμβάνει πρωτοβουλίες και συναντιέται με άλλους ανθρώπους με τα ίδια χαρακτηριστικά. Αυτό συγκροτεί άλλωστε και τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ) του καιρού μας: το ανεξάρτητο και κοινωνικά υπεύθυνο άτομο συναντιέται με άλλους πολίτες στο ευρύτερο επίπεδο που η προσωποποιημένη ευθύνη γίνεται συλλογικό όραμα. Αρα, αυτό που μετράει είναι τι κάνει ο πολίτης σε σχέση με το κράτος, και όχι τι κάνει το κράτος σε σχέση με τον πολίτη.

Η ΚτΠ είναι ο κοινωνικός χώρος πέραν του κράτους και της ιδιωτικής επιχειρηματικότητας εντός του οποίου αναπτύσσονται εν είδει δικτύου οι συλλογικές δράσεις φορέων πολιτών και άτυπες οριζόντιες δράσεις και πρακτικές επικοινωνίας

¹ Carothers, T. (1999) "Civil Society", Foreign Policy: 117.

² Γιαννής, Ν. (2007) «Εννοιολογική κατηγοριοποίηση των ΜΚΟ», 1η Πανελλήνια Διαβούλευση «Σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για τον εθελοντισμό και τις ΜΚΟ».

των πολιτών. Στόχος της είναι να εγκαθιδρύσει μία νέα έννοια συλλογικού δημόσιου συμφέροντος για το κοινό όφελος.³ Από ό,τι φαίνεται, τόσο οι χώροι όσο και οι συντελεστές που καθορίζουν ή καθορίζονται από την ΚτΠ ποικίλουν και διαφέρουν στο βαθμό της νομιμοποίησης, της αυτονομίας και της δυναμικότητάς τους. Εξάλλου, και ο ορισμός της ΚτΠ δεν είναι απόλυτος και μονοσήμαντος.

Σύμφωνα και με τη Γεωργιάδου (Γεωργιάδου Β., 1996), η ΚτΠ έχει μία μακρά ιστορία, μιας και προϋποθέτει την ισορροπία των δυνάμεων μεταξύ της οικονομίας και της κοινωνίας. Ελέγχει, διαφωνεί και αντιτίθεται στην πολιτική και δεν μένει αδρανής στο κράτος. Με αυτό τον τρόπο επηρεάζει το πολιτικό σύστημα στις σύγχρονες δημοκρατίες.⁴

Ωστόσο, η συγκρότηση της ΚτΠ δεν αναιρεί την αδήριτη ανάγκη ύπαρξης μιας κεντρικής θεσμικής ρύθμισης, ενός συντάγματος δηλαδή, που ρυθμίζει τα κέντρα εξουσίας, κατοχυρώνει το διάλογο και τον ανταγωνισμό μεταξύ των πολιτικών κομμάτων και επιβεβαιώνει ότι οι αντιπροσωπευτικοί εκλογικοί θεσμοί είναι αναγκαίοι για την εκπροσώπηση και το συντονισμό όλων των κοινωνικών δραστηριοτήτων.⁵

Οι ΜΚΟ αποτελούν πλέον αναπόσπαστο στοιχείο της ΚτΠ και η δράση τους εξαρτάται άμεσα από τις ανάγκες της κοινωνίας, αλλά και από την ικανότητά τους να αντιλαμβάνονται πολύ πιο γρήγορα και αυθεντικά -λόγω του στοιχείου της προσωποποιημένης κοινωνικής ευθύνης είτε σε ατομικό είτε σε συλλογικό επίπεδο- ποιες είναι οι καινούργιες ανάγκες της κοινωνίας και με ποιο τρόπο θα χρειαστεί να τις καλύψουν.

Οι ΜΚΟ -ως χαρακτηριστικός χώρος έκφρασης της ΚτΠ- προέκυψαν αρχικά ως αιτήματα συλλογικής έκφρασης και δράσης, ως ένας νέος δημόσιος χώρος έξω από τη συμβατική κομματική δράση, και μετατράπηκαν σταδιακά σε ουσιαστικούς

3 Βασιλόπουλος, Π. (2007) «Σύγχρονος ορισμός της ΜΚΟ», 1η Πανελλήνια Διαβούλευση «Σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για τον εθελοντισμό και τις ΜΚΟ».

4 Γεωργιάδου, Β. (1996) «Προσπάθεια αποκρυπτογράφησης του συνθετικού λόγου» στο Gellner, E. «Η Κοινωνία Πολιτών στη Νεωτερικότητα», Αθήνα: εκδ. Παπαζήση.

5 Δαμανάκη, Μ. (2004) «Συμμετοχική Δημοκρατία. Εγχειρίδιο για ενδιαφερομένους», Αθήνα: εκδ. Καστανιώτη.

φορείς διαμεσολάβησης ανάμεσα στους πολίτες και το κράτος, αλλά για λογαριασμό των συμφερόντων των πολιτών. Η διεκδίκηση από πλευράς των ΜΚΟ της συναπόφασης και της συνδιαμόρφωσης με τα παραδοσιακά κέντρα λήψης αποφάσεων συνιστά θετική εξέλιξη ως προς την ενδυνάμωση νέων μορφών διακυβέρνησης σε τοπικό, εθνικό και υπερεθνικό επίπεδο.

Ο όρος ΜΚΟ καλύπτει όλες τις μη κρατικές και μη κερδοσκοπικές συλλογικότητες. Οι ΜΚΟ έκαναν ιδιαίτερα αισθητή την εμφάνισή τους στη Δυτική Ευρώπη κατά τη δεκαετία 'του 1990, αναδεικνύοντας και μετεξελίσσοντας παλαιά αλλά και νέα κοινωνικά κινήματα για την οικολογία, την ειρήνη, το φεμινισμό, την ποιότητα ζωής, την κοινωνική αλληλεγγύη, τα δικαιώματα των μειονοτήτων και των ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων, κτλ. Σε τελική ανάλυση, είναι η κορυφαία ιδεολογική έκφραση της ανοικτής και ελεύθερης κοινωνίας. Ενα πρωτογενές εργαστήρι ιδεών και προτάσεων. Μια κυψέλη παραγωγής προβληματισμών και ανάδειξης ενεργών πολιτών.⁶

Οι ΜΚΟ έχουν αναπτύξει ένα ευρύ φάσμα πρωτοβουλιών και δράσεων. Ιδιαίτερα, σε περιοχές που η παροχή εκ μέρους του κράτους, υπηρεσιών όπως η εκπαίδευση, η υγεία, και η εν γένει προσφορά υπηρεσιών προς τις λιγότερο ευνοημένες κοινωνικές ομάδες είναι για οικονομικούς, κοινωνικούς, γεωγραφικούς ή ακόμα και πολιτικούς λόγους, ανέφικτη ή ελλιπής, η παρουσία των ΜΚΟ είναι ιδιαίτερα έντονη, καλύπτοντας αρκετά από τα κενά των κρατικών υπηρεσιών. Σε καμία, βέβαια, περίπτωση οι ΜΚΟ δεν υποκαθιστούν τη κρατική λειτουργία. Ωστόσο, είναι σε θέση να παρέχουν τις υπηρεσίες τους σε πληθυσμούς και περιοχές που θεωρούνται αποκλεισμένες ή λιγότερο ευνοημένες.

Οι ΜΚΟ έχουν αναλάβει να εκπληρώσουν ρόλους ζωτικής σημασίας, και πράγματι, παρά την κριτική που δέχονται, ένας μεγάλος αριθμός από αυτές έχει να επιδείξει σημαντική συνεισφορά στην κοινωνία. Ωστόσο, ο βαθμός διαφοροποίησης μεταξύ των ΜΚΟ συνεχίζει να αυξάνεται, καθιστώντας υποχρεωτική την αυστηρότερη διάκριση μεταξύ τους. Πολλές είναι αυτές που πλέον διεκδικούν να έχουν λόγο στη διαμόρφωση δημόσιων πολιτικών ευρέος φάσματος, χωρίς ωστόσο να περιορίζονται

⁶ Καραμανλής, Κ. (2004) «Οι 'ΜΚΟ' σύμμαχος διακυβέρνησης», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 10.

μονάχα σε αυτό. Έχουν δηλαδή κατακτήσει τη συμμετοχή στη διαμόρφωση δημόσιων πολιτικών και ταυτόχρονα, όπου αισθάνονται ισχυρές, ότι έχουν τεχνογνωσία, στελέχη, παρέχουν και εφαρμόζουν οι ίδιες προτάσεις πολιτικής.

Ορισμένες ΜΚΟ όμως αποτελούν έκφραση του νέου περιεχομένου που λαμβάνει η πολιτική στον αναπτυγμένο κόσμο και έχουν συνδεθεί με τις έννοιες της διεύρυνσης της πολιτικής, των μεταϋλιστικών αξιών της νέας πολιτικής των σύγχρονων κοινωνικών μετασχηματισμών.⁷ Για το λόγο αυτό, η συγκεκριμένη μελέτη δεν επικεντρώνεται σε ομίλους αναψυχής, φιλανθρωπικές ομάδες και οργανισμούς παροχής βοήθειας που προστρέχουν σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης, αλλά στις ΜΚΟ που προωθούν τη δημοκρατία, την κοινωνική δικαιοσύνη και γενικά έναν καλύτερο κόσμο. Σύμφωνα με τον Stromquist (Stromquist, N., 2008) αυτές ονομάζονται μετασχηματιστικές ΜΚΟ⁸ και είναι πρωταρχικής σημασίας για την καθημερινή ζωή των ανθρώπων σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο, καθώς συμβάλλουν καθημερινά στη βελτίωση της ΚτΠ.

Στόχος της έρευνας είναι να σκιαγραφήσει την πολιτική χρήση και τη λειτουργία του διαδικτύου. Συγκεκριμένα, επιχειρεί να καταγράψει και να ερμηνεύσει τους τρόπους οργάνωσης και χρήσης των ιστοτόπων των μετασχηματιστικών ΜΚΟ του ελληνικού χώρου, ενώ το βασικό ερώτημα που καλείται να απαντήσει είναι το κατά πόσο οι ιστοτόποι αυτοί επιχειρούν -αλλά και επιτυγχάνουν- να αναπτύξουν δυνητικές κοινότητες ή αν αποτελούν μονάχα ένα δευτερεύον πεδίο πολιτικής διάδρασης και επικοινωνίας που λειτουργεί ως προέκταση των παραδοσιακών μέσων πολιτικής επικοινωνίας.

7 Βούλγαρης, Γ. (2008) «Η Ελλάδα από τη μεταπολίτευση στην παγκοσμιοποίηση», Αθήνα: εκδ. Πόλις.

8 Stromquist, N. (2008) "Revisiting Transformational NGOs in the Context of Contemporary Society ", Current Issues in Comparative Education, Vol. 10.

1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ - ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΜΚΟ

Ο όρος “non governmental organizations” τον οποίο και μεταφράζουμε ως «μη κυβερνητικές οργανώσεις», κατάγεται από το διεθνές δίκαιο. Για την ακρίβεια πρωτοεμφανίστηκε στο άρθρο 71 του Καταστατικού Χάρτη των Ηνωμένων Εθνών (1945), το οποίο προβλέπει την αναγνώριση «συμβουλευτικού καθεστώτος» σε διεθνείς και εθνικές ΜΚΟ. Πρόσφατα, μάλιστα, ο όρος έκανε την εμφάνισή του και στην ελληνική νομοθεσία: στο Ν.2731/1999 για την αναπτυξιακή βοήθεια (άρθρα 10 έως 17) και το Ν.2646/1998 για την ανάπτυξη του Εθνικού Συστήματος Κοινωνικής Φροντίδας (άρθρο 12).⁹

Αν και πολλοί υπάρχουν πολλοί -αλληλοσυμπληρούμενοι μεταξύ τους- ορισμοί για τις ΜΚΟ, οι περισσότεροι συμφωνούν ότι ως ΜΚΟ μπορεί να χαρακτηριστεί οποιαδήποτε οργάνωση που ο έλεγχός της είναι έξω από το κράτος, την αγορά και τους μηχανισμούς τους. Ο Gerard Clark (Clark G., 1998) ορίζει τις ΜΚΟ ως μη κερδοσκοπικές οργανώσεις ιδιωτικής πρωτοβουλίας με διακριτό νομικό χαρακτήρα και στόχο το δημόσιο συμφέρον.¹⁰

Πρόκειται για άτυπες μορφές κοινωνικής δράσης, καθοριστικής όμως σημασίας, που μετεξελίσσονται σε τυπικές οργανώσεις της ΚτΠ και είναι οργανωμένες είτε στη βάση της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας μέσω της εκλογής των οργάνων διοίκησής τους, είτε στη βάση της συμμετοχικής δημοκρατίας όπου τα ίδια τα μέλη συμμετέχουν άμεσα στη λήψη αποφάσεων και τη διεξαγωγή δραστηριοτήτων. Ο χώρος των ΜΚΟ προσδιορίζεται από την πολυμορφία και την πολυσημία των μορφών διοίκησης, οργάνωσης, ελευθερίας και αντιμετώπισης. Έτσι, αν και μπορεί να έχουν οποιαδήποτε μορφή νομικής συγκρότησης, δεν αποτελούν ούτε άμεσα ούτε έμμεσα μέρος διεθνών, κρατικών ή αυτοδιοικητικών δομών και υπηρετούν μη κερδοσκοπικούς σκοπούς προς το κοινό καλό.¹¹

⁹ Ανθόπουλος, Χ. (2002) «Πολιτικά Κόμματα και Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις», στο περιοδικό «Κοινωνία των Πολιτών».

¹⁰ Clark, G. (1998) “Non-Governmental Organizations (NGOs) and Politics in the Developing World,” Political Studies.

¹¹ Γιαννής, Ν. (2007) «Εννοιολογική κατηγοριοποίηση των ΜΚΟ», 1η Πανελλήνια Διαβούλευση «Σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για τον εθελοντισμό και τις ΜΚΟ».

Σύμφωνα με τον Stromquist (Stromquist N., 2002), οι ΜΚΟ είναι οι μη κρατικές, εθελοντικές οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών που αναλαμβάνουν δράσεις στους τομείς της παροχής υπηρεσιών σε αδύναμες κοινωνικές ομάδες ή άτομα, της ανάπτυξης προγραμμάτων ενίσχυσης των τοπικών κοινοτήτων και της διαμεσολάβησης για τη βιώσιμη ανάπτυξη σε συνεργασία με το κράτος ή και άλλους φορείς.¹²

Επιπλέον, ο Wahl (Wahl P., 1997) ορίζει τις ΜΚΟ ως εθελοντικές ενώσεις, ανεξάρτητες από το κράτος και τα πολιτικά κόμματα, αγαθοεργές και μη κερδοσκοπικές που αποδέχονται ως μέλη τους άτομα ανεξάρτητα από φυλή, εθνικότητα, θρησκεία και φύλο.¹³

Αρα, ΜΚΟ θεωρείται κάθε ανεξάρτητη, μη κομματική, μη κερδοσκοπική οργάνωση, ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της οποίας είναι και η εθελοντική συμμετοχή, που παρέχει υπηρεσίες πληροφόρησης, διεκδίκησης, κοινωνικής υποστήριξης και γνώσης με σαφώς κοινωφελή χαρακτήρα.¹⁴ Πρέπει εδώ να τονιστεί πως ο όρος «μη κυβερνητικές» χρησιμοποιείται για να σηματοδοτήσει όλες τις πιθανές μορφές διακυβέρνησης και όχι μόνο την κυβέρνηση ενός κράτους, όπως την τοπική, την περιφερειακή, την εθνική, αλλά και την υπερεθνική (πχ. οι θεσμοί της ΕΕ) και τη διεθνή διαμέσου περιφερειακών και παγκόσμιων οργανισμών.¹⁵

Το θεματικό τους πεδίο είναι ευρύ και ενδεικτικά περιλαμβάνει τις κινήσεις των πολιτών για την προστασία του περιβάλλοντος, την προσφορά αναπτυξιακής συνεργασίας μεταξύ χωρών και επείγουσας ανθρωπιστικής βοήθειας, την υπεράσπιση της παγκόσμιας ειρήνης, τα ανθρώπινα δικαιώματα, την καταπολέμηση

12 Stromquist, N. (2002), "NGO in a New Paradigm of Civil Society", Current Issues in Comparative Education, Teachers College University.

Σύμφωνα με την ηλεκτρονική εγκυκλοπαίδεια Βικιπαίδεια, η εθελοντική δράση αναφέρεται στην ηθελημένη παροχή υπηρεσιών για κάποιο κοινωφελή σκοπό χωρίς πληρωμή. Ιδιαίτερη απήχηση στις μέρες μας έχει η μορφή εθελοντισμού που συσχετίζεται με τις ΜΚΟ, για θέματα όπως η οικολογία και η βοήθεια ευαίσθητων ή περιθωριοποιημένων κοινωνικών ομάδων και πραγματοποιείται με ουσιαστικό και μακροπρόθεσμο στόχο την ομαλή ένταξη των ατόμων αυτών στο κοινωνικό σύστημα, και όχι τόσο την ανάπτυξη του αισθήματος της αλληλεγγύης.

13 Wahl, P. (1997) "Mythos und Realität internationaler Zivilgesellschaft" στο Altvater, E., et. al. "Vernetzt und verstrickt. Nichtregierungsorganisationen als gesellschaftliche Produktivkraft", Munster.

14 Βασιλόπουλος, Π. (2005) «Υπερνεωτερικότητα και Κοινωνία Πολιτών», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 11.

15 Γιαννής, Ν. (2002) «Τι είναι η Κοινωνία Πολιτών», Κίνηση των Πολιτών για μια Ανοιχτή Κοινωνία, Αθήνα.

των διακρίσεων, τα δικαιώματα ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων και την προστασία των μειονοτήτων, την κοινωνική αλληλεγγύη, τη συμμετοχή της νεολαίας, καθώς και τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Ωστόσο, οι ΜΚΟ -ανεξαρτήτως απόχρωσης και προσανατολισμού- αν και απαρτίζονται στο σύνολό τους από άτομα με ποικίλες και διαφορετικές πεποιθήσεις και ιδεολογίες συμπορεύονται προς το κοινό καλό ενδυναμώνοντας την ΚτΠ. Αυτή άλλωστε η πολυσημία των ΜΚΟ είναι και η ίδια η δύναμή τους: τα πεδία δράσης τους δεν είναι ξεκομμένα μεταξύ τους, το αντίθετο μάλιστα, είναι αλληλεπικαλυπτόμενα -συμπληρώνοντας το ένα το άλλο- δημιουργώντας εν τέλει ένα ισχυρό συνδετικό πλέγμα.

Μπορούμε να κατηγοριοποιήσουμε εννοιολογικά τις ΜΚΟ με βάση 4 ποσοτικά κριτήρια (γεωγραφικό πεδίο, νομική προσωπικότητα, είδος μελών [φυσικά πρόσωπα, σύλλογοι, ομοσπονδίες], θεματικό πεδίο) και 5 ποιοτικά (καθολική ή μη αποδοχή του θεματικού πεδίου τους, κλειστές ή ανοιχτές ΜΚΟ, ύψος οικονομικών πόρων και επαγγελματική οργάνωση, μονοθεματική ή πολυθεματική ενασχόληση, παρεμβατικός ρόλος)¹⁶ όπως φαίνεται και στον Πίνακα 1.2.1.

Πίνακας 1.2.1 Κατηγοριοποίηση των ΜΚΟ

Ποσοτικά κριτήρια κατηγοριοποίησης:	• γεωγραφικό πεδίο • νομική προσωπικότητα • είδος μελών • θεματικό πεδίο
Ποιοτικά κριτήρια κατηγοριοποίησης:	• καθολική ή μη αποδοχή του θεματικού πεδίου τους • κλειστές ή ανοιχτές ΜΚΟ • ύψος οικονομικών πόρων και επαγγελματική οργάνωση • μονοθεματική ή πολυθεματική ενασχόληση • παρεμβατικός ρόλος

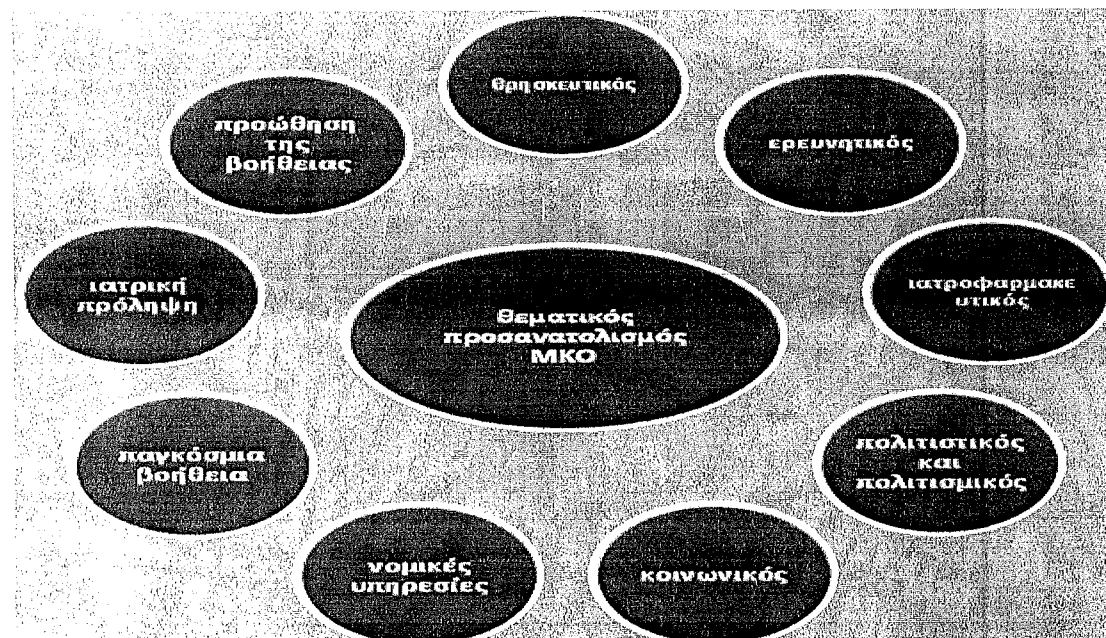
¹⁶ Γιαννής, Ν. (2004) «Συμμετοχική δημοκρατία ή κοινωνία πολιτών: η ευρωπαϊκή πορεία», Φιλελεύθερη Εμφαση, Ιανουάριος-Φεβρουάριος-Μάρτιος 2004, τεύχος 18.

Αντίστοιχα, ο Michael O'Neill διαχωρίζει τις ΜΚΟ σε εννέα κατηγορίες ανάλογα με το θεματικό προσανατολισμό τους: θρησκευτικό, ερευνητικό, ιατροφαρμακευτικό, πολιτιστικό και πολιτισμικό, κοινωνικό, νομικών υπηρεσιών, παγκόσμιας βοήθειας, ιατρικής πρόληψης και οργανισμών για την προώθηση της βοήθειας στον πλανήτη¹⁷ (Πίνακας 1.2.2 και Σχήμα 1.2.1).

Πίνακας 1.2.2 Θεματικός προσανατολισμός ΜΚΟ κατά O'Neill

Θεματικός προσανατολισμός κατά O'Neill :	• θρησκευτικός • ερευνητικός • ιατροφαρμακευτικός • πολιτιστικός και πολιτισμικός • κοινωνικός • νομικές υπηρεσίες • παγκόσμια βοήθεια • ιατρική πρόληψη • προώθηση της βοήθειας
--	--

Σχήμα 1.2.1 Θεματικός προσανατολισμός ΜΚΟ



¹⁷ O'Neill, M. (1990) "The Third America: the Emergence of the Non-Profit Sector in the United States San Francisco: Jossey-BassClark".

Ωστόσο, οι ΜΚΟ μπορούν να κατηγοριοποιηθούν και με βάση το γεωγραφικό πεδίο αναφοράς (τοπικές, νομαρχιακές, περιφερειακές, εθνικές, ευρωπαϊκές και διεθνείς) (Πίνακας 1.2.3), τη νομική προσωπικότητα (από νομικής άποψης μπορούν να πάρουν τη μορφή σωματείου, αστικής εταιρείας με μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα, ιδρύματος, άτυπης ένωσης προσώπων, καθώς και άλλων ειδικών καθεστώτων) (Πίνακας 1.2.4), αλλά και από το είδος των μελών τους (φυσικά πρόσωπα, σύλλογοι, ομοσπονδίες, συνδυασμός και των τριών) (Πίνακας 1.2.5).

Πίνακας 1.2.3 Κατηγοριοποίηση ΜΚΟ με βάση το γεωγραφικό πεδίο αναφοράς

Κατηγοριοποίηση με βάση το γεωγραφικό πεδίο αναφοράς:	• Τοπικές ΜΚΟ • Νομαρχιακές ΜΚΟ • Περιφερειακές ΜΚΟ • Εθνικές ΜΚΟ • Ευρωπαϊκές ΜΚΟ • Διεθνείς ΜΚΟ
---	--

Πίνακας 1.2.4 Κατηγοριοποίηση ΜΚΟ με βάση τη νομική προσωπικότητα

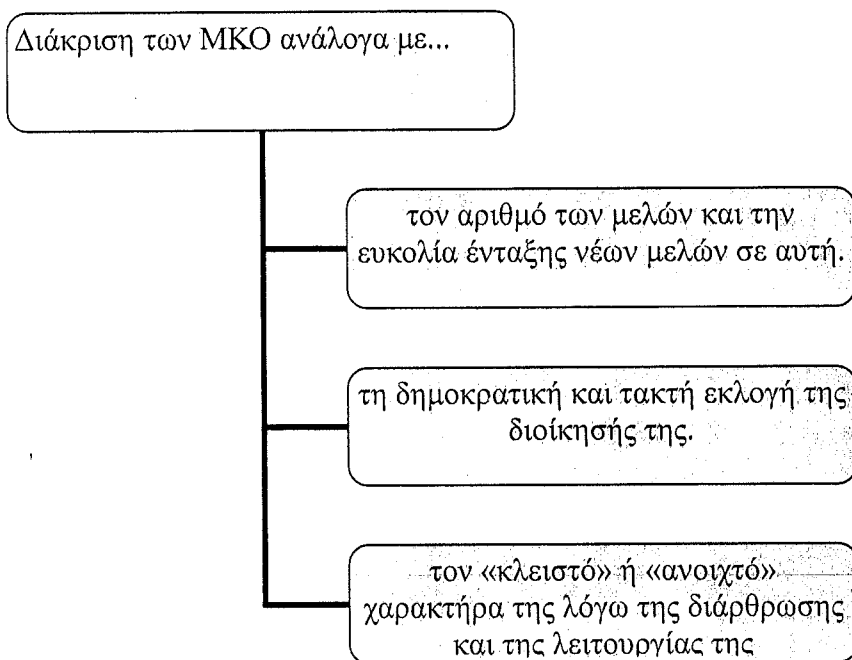
Κατηγοριοποίηση με βάση τη νομική προσωπικότητα:	• Σωματεία • Αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρείες • Ιδρύματα • Ατυπες ενώσεις προσώπων • Άλλα ειδικά καθεστάτα
--	--

Πίνακας 1.2.5 Κατηγοριοποίηση ΜΚΟ με βάση το είδος των μελών

Κατηγοριοποίηση με βάση το είδος των μελών:	• Φυσικά πρόσωπα • Σύλλογοι • Ομοσπονδίες • Συνδυασμός των τριών
---	---

Ακόμα, ο «κλειστός» ή ο «ανοιχτός» χαρακτήρα μιας ΜΚΟ προσδιορίζεται από τον αριθμό των μελών της σε σχέση με την ευκολία ή δυσκολία ένταξης νέων μελών σ' αυτήν, όπως και από την δημοκρατική και τακτική, κατά συναίνεση, εκλογή της διοίκησης, τη διάρθρωση και τη λειτουργία της. Με δεδομένο, μάλιστα, ότι οι ΜΚΟ είναι κυρίως θεσμοί της συμμετοχικής δημοκρατίας, ο «κλειστός» χαρακτήρας δεν προδικάζει ούτε αναποτελεσματικότητα, ούτε αδιαφάνεια και μη χρηστή διαχείριση. Υπάρχουν οργανώσεις με δεκάδες χιλιάδες μέλη και οργανώσεις με ελάχιστα μέλη¹⁸. Τέλος, οι ΜΚΟ μπορούν να διακριθούν και ανάλογα με το εύρος και την ποιότητα του κινήτρου και τη συνειδησιακή ένταση των ενεργών πολιτών που δραστηριοποιούνται σε αυτές, καθώς και από την καθολική ή μη αποδοχή του ειδικού θέματος που υπηρετούν.¹⁹ (Σχήμα 1.2.2).

Σχήμα 1.2.2 Διάκριση των ΜΚΟ



18 ΙΣΤΑΜΕ (2006) «Ρόλος και συμμετοχή των μη κυβερνητικών οργανώσεων στα μοντέλα πολιτικής διακυβέρνησης του μέλλοντος, Προτάσεις και προσαρμογή στα πλαίσια της ελληνικής εμπειρίας», Αθήνα.

19 Γιαννής, Ν. (2002) «Τι είναι η Κοινωνία Πολιτών», Κίνηση των Πολιτών για μια Ανοιχτή Κοινωνία, Αθήνα.

1.3 ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΚΟ

Ο Βασιλόπουλος (Βασιλόπουλος Π., 2004) υποστηρίζει πως υπάρχουν δύο δρόμοι που οδηγούν στην κοινωνική αλλαγή. Ο πρώτος είναι η κατάκτηση της εξουσίας από το λαό και τους εκπροσώπους τους, ενώ ο δεύτερος είναι οι φορείς των πολιτών που καταπιάνονται με συγκεκριμένα ζητήματα χωρίς να επιζητούν την ανάληψη της εξουσίας -δηλαδή οι ΜΚΟ.²⁰

Οι ΜΚΟ μπορεί να παίζουν σημαντικό ρόλο στην παροχή αρωγής και την ανάπτυξη δράσεων για την κοινωνική και οικονομική ενσωμάτωση των λιγότερο ευνοημένων κοινωνικών ομάδων, καθώς διεκδικούν και ξεδιπλώνουν ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, προκειμένου να συμμετέχουν στη διαμόρφωση δημόσιων πολιτικών σε τοπικό, εθνικό και διεθνικό επίπεδο.

Ωστόσο, για να μπορέσουν να πετύχουν στο ρόλο τους, θα πρέπει να επιτευχθεί η εσωτερική ενδυνάμωσή τους μέσα από δράσεις εκπαίδευσης και κατάρτισης. Επιπλέον, θα πρέπει να αυξηθεί και ο βαθμός διαφάνειας στη διαδικασία λήψης των αποφάσεων και της συλλογής και διαχείρισης των οικονομικών πόρων τους -μιας και σημαντική δικλείδα ασφαλείας για την ισχυροποίηση της θέσης των ΜΚΟ, άρα και της διαπραγματευτικής τους ικανότητας και δύναμης, αποτελεί ο βαθμός ανεξαρτησίας τους από τις πηγές χρηματοδότησης (κράτος, εταιρείες, ιδιώτες, κτλ.).²¹

Σήμερα, όμως, την εποχή της υπερεθνικής διακυβέρνησης, οι ΜΚΟ αναλαμβάνουν ένα ρόλο επιτελικών σχηματισμών που επιδιώκουν είτε τη συμμετοχή και συμβολή τους στη συνδιαμόρφωση δημόσιων πολιτικών, είτε την ανάπτυξη δημόσιων πολιτικών που έχουν θετικό πρόσημο για τα συμφέροντα των πολιτών. Αυτός και μόνο ο εξειδικευμένος ρόλος των ΜΚΟ της δημόσιας σφαίρας καταξιώνει και όλους τους άλλους.

20 Βασιλόπουλος, Π. (2004) «Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση και ΜΚΟ (Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις), Συστήματα πολιτικής διαφάνειας σε παγκόσμιο, ευρωπαϊκό και τοπικό επίπεδο με τη συμμετοχή της Κοινωνίας των Πολιτών», Μελέτη της ΕΥΔ για το ΕΠ "ΚτιΠ".

21 Σκλιας, Π. (2007) «Οι ΜΚΟ στο σύγχρονο διεθνές και πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον», 1η Πανελλήνια Διαβούλευση «Σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για τον εθελοντισμό και τις ΜΚΟ».

Οι ΜΚΟ κάθε μορφής ως ενδιαμέσσοι φορείς συλλογικής δράσης στο χώρο της ΚτΠ, συμπληρώνουν, ενισχύουν, αναβαθμίζουν και σε καμία περίπτωση δεν υποκαθιστούν την αντιπροσωπευτική πολυκομματική δημοκρατία, αναζωογονώντας και γενικεύοντας το αίτημα του γενικού εκδημοκρατισμού και της ενισχυμένης συμμετοχής του πολίτη. Ακόμα, παράγουν πρόσθετο κοινωνικό κεφάλαιο προωθώντας την κοινωνική καινοτομία, κάνουν βιώσιμο και ενισχύουν με το παράδειγμά τους τον τρίτο τομέα της οικονομίας -αυτόν της κοινωνικής οικονομίας²²- ενώ παράλληλα συντείνουν και στην υιοθέτηση από τους επιχειρηματικούς φορείς της ιδιωτικής οικονομίας των πρακτικών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ).²³

Η συζήτηση σχετικά με τις ΜΚΟ πρέπει πάντα να τίθεται σε συνάφεια με το ρόλο τους εντός της ΚτΠ. Κατ' αρχήν, τα έθνη-κράτη θα πρέπει να αναβαθμίσουν το πολιτιστικό και ηθικό επίπεδο των πολιτών τους, όμως χρειάζονται και τη συμπαράσταση της ΚτΠ για το σκοπό αυτό: οι διάφορες πολιτικοποιημένες ομάδες, μέσω της συμμετοχής και του διαλόγου διαμορφώνουν και συγχρόνως επαναβεβαιώνουν ταυτότητες που προωθούν τα δημοκρατικά πολιτικά δικαιώματα, ενώ τα ανεπίσημα ή νέου τύπου επίσημα περιβάλλοντα που παρέχουν οι ΜΚΟ επιτρέπουν την ανάδυση νέων οργανωτικών αντιλήψεων, οι οποίες περιλαμβάνουν λιγότερες παραδοσιακές ιεραρχίες. Αυτές οι αντιλήψεις, όμως, τείνουν τις περισσότερες φορές να αμφισβητούν τις προγενέστερες νόρμες των πελατειακών σχέσεων και του αυταρχισμού, με τις ΜΚΟ να υπερβαίνουν τα όρια των πολιτικών κομμάτων και το πρόγραμμά τους να λειτουργεί ταυτόχρονα ως μέσο διαμαρτυρίας καθώς και ως πρόταση για εναλλακτικούς τρόπους δράσης και ύπαρξης.

Μια ιδιαίτερα καινοτομική μορφή προώθησης της ΕΚΕ αποτελούν οι συμπράξεις ιδιωτικού τομέα - ΜΚΟ, στη βάση ενός κοινού προγράμματος κοινωφελούς χαρακτήρα, όπου οι μεν επιχειρήσεις χρηματοδοτούν το πρόγραμμα, ενώ οι δε ΜΚΟ

22 Με τον όρο «κοινωνική οικονομία» εννοούμε το σύνολο των προσπαθειών που γίνονται για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων παραγωγικού χαρακτήρα και επαγγελματικού προσανατολισμού που στοχεύουν στην επαγγελματική ένταξη ατόμων ευπαθών κοινωνικών ομάδων.

23 Βασιλόπουλος, Π. (2007) «Σύγχρονος ορισμός της ΜΚΟ», 1η Πανελλήνια Διαβούλευση «Σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για τον εθελοντισμό και τις ΜΚΟ».

αναλαμβάνουν να το υλοποιήσουν ή να κινητοποιήσουν άλλους αρμόδιους φορείς, όντας αποδεδειγμένες από κρατικά κονδύλια. Φυσικά, αυτό δε σημαίνει ότι το κράτος μπορεί να αποσυρθεί από την προώθηση των προγραμμάτων των ΜΚΟ. Αντίθετα, θα πρέπει να σταθεί η αφορμή για την ενθάρρυνση όλων των πιθανών μορφών συμπράξεων ανάμεσα στο κράτος, τις επιχειρήσεις και τις ΜΚΟ.²⁴

Στηριζόμενες στην οριζόντια εθελοντική συνεργασία των πολιτών, οι ΜΚΟ πέρα από το κράτος και την αγορά, όχι μόνο τοποθετούν με επιτυχία νέα θέματα στην πολιτική και κοινωνική ατζέντα (περιβάλλον, ποιότητα ζωής, ανθρώπινα δικαιώματα, κλπ.), αλλά αξιοποιώντας όλες τις σύγχρονες μορφές επικοινωνίας -μεταξύ των οποίων και η εύελικτη χρήση του διαδικτύου- προβάλλουν το μοντέλο του ηλεκτρονικά ενεργού πολίτη (e-citizen) και των δυνητικών κοινοτήτων.

Οι δικτυακές αυτές κοινότητες υιοθετούν τις περισσότερες φορές ένα αντίστοιχο μοντέλο λειτουργίας και δράσης, ενώ οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνίας (ΤΠΕ) διευκολύνουν τη συνεργασία καθώς και τον οριζόντιο συντονισμό των δράσεών τους, διαμορφώνοντας ένα περιβάλλον μέσα στο οποίο ο ηλεκτρονικά ενεργός πολίτης είναι σε θέση να συμμετάσχει στα νέα μοντέλα της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και δημοκρατίας.

Κατ' αυτόν τον τρόπο, ανάλογα με τη φύση, την ισχύ, την αποδοχή ή/και την αναγνωρισιμότητά τους, οι ΜΚΟ είναι σε θέση να διεισδύουν, να επηρεάζουν και να ανοίγουν νέους διαύλους επικοινωνίας. Στο πλαίσιο αυτό, μπορούν να συντονίζουν καλύτερα τις δράσεις τους, να προσδιορίζουν σαφέστερα τις προτεραιότητές τους, να έχουν πληρέστερη πληροφόρηση για τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των ομάδων στόχων και τελικά να αξιολογούν ένα υψηλότερο βαθμό αποδοτικότητας και αποτελεσματικότητας.

Τέλος, πρέπει να τονιστεί και μια ακόμη, διαφορετική πτυχή των ΜΚΟ. Αν και η πλειοψηφία τους θεωρούνται φορείς προοδευτικής κοινωνικής αλλαγής που μεταβάλλουν τις κυβερνητικές πολιτικές και τον τρόπο ζωής των μελών τους

²⁴Μυλωνά, Α., Κυριακοπούλου, Ν. (2005), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Οι ΜΚΟ σύμμαχοι στην ανάπτυξη της Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 11.

(ειδικότερα των περιθωριοποιημένων και των μειονεκτούντων), παρ' όλα αυτά, το αρκτικόλεξο ΜΚΟ δεν φανερώνει πλήρως τους σκοπούς της κάθε ΜΚΟ. Και αυτό γιατί υπάρχει και μια μικρή μειοψηφία που λειτουργούν ως όργανα/μαριονέτες του κράτους ή των επιχειρήσεων και προωθούν τη διατήρηση του υπάρχοντος κοινωνικού και πολιτικού status quo. Δεν στοχεύουν δηλαδή στην αλλαγή, αλλά στην εκ νέου επιβεβαίωση των θεμελιωμένων βεβαιοτήτων.²⁵

25 Morris-Suzuki, T. (2000) "For and Against NGO's - The Politics of the Lived World", New Left Review, No.2.

1.4 ΜΚΟ & ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Ενα από τα στοιχεία που εξασφαλίζουν την αυτονομία της δράσης των ΜΚΟ είναι η οικονομική τους ανεξαρτησία. Η χρηματοδότησή τους συνιστά το βασικότερο μοχλό πίεσης και εξάρτησης και δεσμεύει τις οργανώσεις με τρόπους, διαπλοκές και υπόγειες διαδρομές που δύσκολα ανιχνεύονται.

Είναι ευνόητο πως όσο λιγότερο εξαρτώνται οικονομικά από τη δημόσια διοίκηση ή τον ιδιωτικό τομέα οι ΜΚΟ, τόσο ευκολότερη είναι και η ελεύθερη διατύπωση των απόψεων που εκπροσωπούν. Όσο περισσότερο δηλαδή ενεργοποιούν τους πολίτες κερδίζοντας την εμπιστοσύνη τους, τόσο πιο ελεύθερες θα είναι να πραγματοποιήσουν τους στόχους τους. Στην πράξη, κάθε οργάνωση θα πρέπει να έχει σαφή πολιτική χρηματοδότησης, με την οποία θα καθορίζει από ποιες πηγές δέχεται ή μπορεί να δεχτεί οικονομική ενίσχυση, διαβαθμίζοντας με τον τρόπο αυτό το επίπεδο της ανεξαρτησίας δράσης της. Ωστόσο, υπάρχουν μερικές -ολοένα και σημαντικότερες- εξαρτήσεις των ΜΚΟ από τις πηγές χρηματοδότησης τους, οι οποίες εντοπίζονται στις διαδικασίες της διαχείρισης της βοήθειας που λαμβάνουν από τους αρωγούς τους, καθώς και στις συνεχώς μεταβαλλόμενες πολιτικές προτεραιότητες των αρωγών.²⁶

Συγκεκριμένα, η πιο συνηθισμένη πηγή εσόδων ΜΚΟ που έχουν τη νομική μορφή σωματείου είναι οι συνδρομές των μελών και οι δωρεές και χορηγίες ιδιωτών. Τα μέλη έχουν αυτόματα δικαίωμα συμμετοχής στις γενικές συνελεύσεις του σωματείου και υποψηφιότητας στο διοικητικό συμβούλιο. Αντίστοιχα, σε ΜΚΟ που έχουν συστηθεί με τη μορφή αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρείας, οι συνδρομές δεν προέρχονται από «μέλη» αλλά από «δωρητές».

Οι κυβερνητικοί πόροι είναι άλλη μια πηγή χρηματοδότησης που συνήθως θεωρείται ότι δεσμεύει την ανεξάρτητη δράση των ΜΚΟ. Υπάρχουν αρκετές ΜΚΟ που επιχορηγούνται μέσω των μηχανισμών αναπτυξιακής συνεργασίας του υπουργείου Εξωτερικών και συχνά εξυπηρετούν τους εθνικούς στόχους. Αρκετές ΜΚΟ μάλιστα,

²⁶ Wallace, T. (2004) "Trojan Horses for Global Neoliberalism", Merlin Press.

καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος του προϋπολογισμού τους από κρατικές επιχορηγήσεις αυτής της μορφής. Τα μελανά σημεία στις σχέσεις κράτους ΜΚΟ εστιάζονται στις πελατειακές σχέσεις μεταξύ πολιτικών παραγόντων και διοικήσεων ΜΚΟ, στην αδιαφάνεια στην παροχή κονδυλίων, στην ίδρυση και ενίσχυση ΜΚΟ για ψηφοθηρικούς ή άλλους λόγους, αλλά και τη μη παροχή πρόσβασης στην πληροφορία.

Οι ΜΚΟ τείνουν να είναι «κρατικότροπες», επειδή εξαρτώνται όχι μόνο οικονομικά, αλλά και από τη νομοθετική και εκτελεστική εξουσία του κράτους για την εκπλήρωση των στόχων τους.²⁷ Δεν απουσιάζουν βέβαια και οι περιπτώσεις όπου ορισμένες ΜΚΟ δεν είναι στην ουσία παρά κομματικά, κυβερνητικά ή και υπουργικά εξαρτήματα με ανάλογα μέσα και υπόγειες χρηματοδοτήσεις ή άλλοτε υποκατάστατα και προσόψεις μιας δύσκολα συγκαλυπτόμενης κερδοσκοπικής δραστηριότητας με πολιτιστικά και αλτρουιστικά επιχρίσματα.

Τέλος, η παροχή υπηρεσιών ενός ευρέος φάσματος επί πληρωμή, κυρίως στον τομέα της εκπαίδευσης και της πληροφορίας με τη διοργάνωση λχ. σεμιναρίων ή εκπαιδευτικών προγραμμάτων, οι εισφορές από την Ευρωπαϊκή Ένωση²⁸, αλλά και η εν γένει προσφορά υπηρεσιών στο πλαίσιο συμβατικών υποχρεώσεων προς τρίτους, αποτελούν εναλλακτικές πηγές αυτοχρηματοδότησης των ΜΚΟ.²⁹

27 Brand, U. (2000) "Nichtregierungsorganisationen, Staat und ökologische Krise", Münster, Westfälisches Dampfboot.

28 Ομάδα περιβάλλοντος του ΕΚΚΕ, (1997) «Ερευνα για τις Μη Κυβερνητικές Οικολογικές-Περιβαλλοντικές Οργανώσεις (ΜΚΟ-ΠΟ)», κατ' ανάθεση του υπουργείου Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημόσιων Έργων.

29 ΙΣΤΑΜΕ (2006) «Ρόλος και συμμετοχή των μη κυβερνητικών οργανώσεων στα μοντέλα πολιτικής διακυβέρνησης του μέλλοντος. Προτάσεις και προσαρμογή στα πλαίσια της ελληνικής εμπειρίας», Αθήνα.

1.5 ΜΚΟ & ΕΕ³⁰

Από τη δεκαετία του '80 και έπειτα, η εταιρική σχέση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των ΜΚΟ επεκτάθηκε σε πολλούς τους τομείς -λόγω αλλαγών και εξελίξεων τόσο στο εσωτερικό των οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), όσο και των ΜΚΟ ως σύνολο- καλύπτοντας ένα μεγάλο φάσμα θεμάτων από τον πολιτικό διάλογο και την πολιτική πρακτική, μέχρι τη διαχείριση σχεδίων και προγραμμάτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και τις χώρες εταίρους. Η απόκτηση συμπληρωματικών αρμοδιοτήτων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σε πολλούς νέους τομείς πολιτικής, συνδυάστηκε με έναν ολοένα αυξανόμενο αριθμό ΜΚΟ που διεύρυναν το πεδίο εργασίας τους και δρουν τόσο στο εσωτερικό της Ευρώπης, όσο και εκτός αυτής.

Ο ρόλος των ΜΚΟ σε ευρωπαϊκό επίπεδο είναι να εκπροσωπούν στα ευρωπαϊκά όργανα τις απόψεις συγκεκριμένων ομάδων πολιτών, να συμβάλλουν στις συζητήσεις για την εφαρμογή πολιτικών, αλλά και να διαχειρίζονται, να ελέγχουν και να αξιολογούν τα σχέδια που χρηματοδοτούνται από την ΕΕ.

Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει και για τα ευρωπαϊκά δίκτυα ΜΚΟ, τα οποία ενθαρρύνοντας τις εθνικές ΜΚΟ να εργάζονται από κοινού και να επιτυγχάνουν κοινούς στόχους, συμβάλλουν σημαντικά στη δημόσια αποδοχή της ΕΕ στο επίπεδο των πολιτών, δημιουργώντας μια «ευρωπαϊκή κοινή γνώμη», που θεωρείται συνήθως ως προαπαιτούμενο για την αληθινή ευρωπαϊκή πολιτική οντότητα.

Εξάλλου, η οργάνωση των σημερινών κοινωνιών στη βάση της λογικής των δικτύων επιτρέπει την πιο παραγωγική επαναδιατύπωση της έννοιας των συμμετοχικών δικαιωμάτων.³¹ Η σημασία της δικτυακής δομής για τη διασφάλιση των συμμετοχικών δικαιωμάτων μέσω των ΜΚΟ έγκειται στο ότι τα δίκτυα αυτά επιτρέπουν τον αμοιβαίο αυτοέλεγχο μέσα από την αυτοπαρατήρηση και την παρατήρηση των άλλων. Η συμμετοχή, άλλωστε, στην κοινωνία των δικτύων δεν αποτελεί μια μορφή εκδήλωσης της άμεσης δημοκρατίας -κάτι που θα σήμαινε την

30 «Η Επιτροπή και οι μη κυβερνητικοί οργανισμοί: οικοδόμηση ισχυρότερης εταιρικής σχέσης», έγγραφο εργασίας της Επιτροπής υποβλήθηκε από τον πρόεδρο Prodi και τον αντιπρόεδρο Kinnock (52000DC0011).

31 Lindseth P.L. (1999) "Democratic Legitimacy and the Administrative Character of Supra Nationalism", Columbia Law Review, τεύχος 2.

έκφραση μιας γενικής θέλησης με ενιαία μορφή- αλλά μια παραλλαγή της σύνδεσης και της διασύνδεσης των δικτύων που περιλαμβάνουν όλους τους πολίτες.³²

Ετσι, σήμερα πολλές εκατοντάδες είναι οι ΜΚΟ στην Ευρώπη και παγκοσμίως που λαμβάνουν χρηματοδότηση από την ΕΕ. Γι' αυτό το λόγο, η Επιτροπή συνέβαλε ως εκ τούτου ουσιαστικά στην προσαρμογή της παρεχόμενης στις ΜΚΟ υποστήριξης του ευρωπαϊκού κοινού, τονίζοντας τη διαρκή σημασία υψηλών επιπέδων δημόσιας υποστήριξης για το ρόλο των ΜΚΟ.

32 Ζέρη, Π. (2006) «Ψηφιακά δίκτυα, γνώση και δημόσια πολιτική», Αθήνα: εκδ. Ι. ΣΙΑΕΡΗΣ.

1.6 ΜΚΟ & ΕΛΛΑΔΑ

Σύμφωνα με το Λιοναράκη (Λιοναράκης Ν., 2005), η πορεία των ΜΚΟ στη χώρα μας μπορεί να χωριστεί σε τρεις χρονικές φάσεις που καλύπτουν τις τρεις τελευταίες δεκαετίες. Τη δεκαετία του '80 οι ΜΚΟ έμεναν πέρα από τα κόμματα και τα κράτη προβάλλοντας ουσιαστικά τη διαφορετικότητά τους και την αντίδρασή τους στις εκάστοτε πρακτικές και αποφάσεις.

Τη δεκαετία του '90 ο αριθμός τους αυξήθηκε, σχημάτισαν δίκτυα και απέκτησαν πολιτική δύναμη και ευθύνες. Το κυριότερο χαρακτηριστικό τους ήταν το προσπέρασμα του «αντί», μιας και τη θέση του πήρε η «παράλληλη με το κράτος και τα κόμματα ανάληψη δημόσιας ευθύνης».

Ετσι, περνάμε στην τρίτη και τελευταία φάση, όπου πλέον οι ΜΚΟ παρουσιάζουν έντονη δραστηριότητα δημόσια δρώμενα, χαράζοντας νέες πολιτικές χωρίς να υπάγονται στη κρατική διοίκηση. Για την ακρίβεια δημιουργούνται ειδικώς και αναλαμβάνουν δημόσιες ευθύνες «κατ' ανάθεση», με θεσμοθετημένη χρηματοδότηση εκ μέρους του κράτους.³³

Σήμερα, οι ΜΚΟ συνιστούν στη χώρα μας ένα δυναμικό και υπολογίσιμο κομμάτι της ΚτΠ, με ιδιαίτερα δυναμική παρουσία και έντονη δραστηριότητα, χάρη σε χρηματοδοτήσεις τόσο από το κράτος όσο και από την ΕΕ. Η λειτουργία τους στηρίζεται στο συνταγματικά κατοχυρωμένο δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι και λειτουργούν με ποικίλες μορφές του αστικού δικαίου ως σωματεία, ιδρύματα, ενώσεις προσώπων, ακόμη και ως νομικά πρόσωπα δημόσιου δικαίου, αλλά και ως εταιρείες κερδοσκοπικού ή μη χαρακτήρα.³⁴

Παρ' όλα αυτά, η συνεργασία και η δικτύωση των ΜΚΟ δεν είναι από τα δυνατά σημεία της ΚτΠ στην Ελλάδα. Πολλοί υποστηρίζουν ότι παρουσιάζουν μάλιστα μια δομική αδυναμία στο να αναπτύξουν ουσιαστικούς δεσμούς συνεργασίας και

33 Λιοναράκης, Ν. (2005) «Οι ΜΚΟ τρίτης γενιάς», εφημερίδα «Τα Νέα», Αθήνα.

34 Μακροδημήτρης, Α. (2004) «Η θολή άνοιξη της κοινωνίας των πολιτών», Φιλελεύθερη Εμφαση, Ιανουάριος - Μάρτιος 2004, τεύχος 18.

διαβούλευσης (σχεδόν στο σύνολο τους οι ελληνικές ΜΚΟ δεν διαθέτουν ικανοποιητικούς μηχανισμούς δικτύωσης).³⁵

Για το λόγο αυτό, και με τις δυνατότητες που διαθέτουν, πρέπει να αλλάξουν προσεγγίσεις και να θέσουν ως βασική τους επιδίωξη τις συμπράξεις. Ωστόσο, ακόμα και αν δεν καταφέρουν να πετύχουν κάτι τέτοιο, δεν μπορούν να σηκώσουν το κύριο βάρος της ευθύνης, γιατί πρώτον, στη χώρα μας δεν υπάρχει ικανή παράδοση τέτοιου είδους συμπεριφορών και δράσεων, δεύτερον, έχουμε τη διατήρηση ενός ασφυκτικά κομματικού συστήματος, και τρίτον, απουσιάζει και μια ισχυρή βάση χρηματοδότησης με αντικειμενικά κριτήρια πέρα από κρατικές ή κομματικές σκοπιμότητες.

Σε μία μικρή περιφερειακή αγορά, όπως είναι η ελληνική, οι ΜΚΟ θα πρέπει σε κάθε περίπτωση -για να καταφέρουν να είναι ουσιαστικοί συνδιαμορφωτές δημόσιων πολιτικών, αλλά και αναπτυξιακοί φορείς στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας- αφενός να ελληνοποιήσουν έτι περαιτέρω τις όποιες διαδικασίες τους, και αφετέρου να ενσωματώσουν πετυχημένα μοντέλα βέλτιστων πρακτικών από το εξωτερικό.

Επιπλέον, είναι επιτακτική η ανάγκη για ουσιαστική συνεργασία και εύρεση ενός κοινά αποδεκτού κώδικα επικοινωνίας και συμπεριφοράς που θα καταστήσει εφικτή τη γόνιμη ανταλλαγή πληροφοριών για μια πραγματικά αλληλοβοηθούμενη και συμπληρωματική δράση όλων των ΜΚΟ του ιδίου θεματικού προσανατολισμού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν ορισμένα από τα προγράμματα που ήδη εκπονούνται στο χώρο των Βαλκανίων και της Νοτιοανατολικής Ευρώπης από τις ελληνικές ΜΚΟ που έχουν προσαρμοστεί στη νέα πραγματικότητα.

Δυστυχώς μέχρι σήμερα δεν υπάρχουν τεκμηριωμένα αποτελέσματα σχετικά με τον ακριβή αριθμό των ελληνικών ΜΚΟ, ωστόσο αυτός πρέπει να ανέρχεται σε μερικές δεκάδες χιλιάδες. Την ίδια στιγμή, ο βαθμός της πολιτικής επιρροής που ασκούν αυξάνεται συνεχώς, μιας και όλο και περισσότερα νομοσχέδια προβλέπουν ειδικούς

35 Γρηγορίου, Γ. (2007) «Δικτύωση ΜΚΟ - κοινές πλατφόρμες διαβούλευσης και δράσης», 1η Πανελλήνια Διαβούλευση «Σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για τον εθελοντισμό και τις ΜΚΟ».

ρόλους για τις ΜΚΟ.

Ετσι, ενώ ο αριθμός και η δημοσιότητα που απολαμβάνουν οι ΜΚΟ σήμερα απέχει παρασάγγας σε σχέση με τις περασμένες δεκαετίες, το τοπίο στην Ελλάδα παραμένει αρκετά θολό, μιας και λίγες είναι αυτές που λειτουργούν με πάγιες αρχές, προκαθορισμένες και συμβατές με την έννοια της ανεξάρτητης οργάνωσης. Ταυτόχρονα, είναι αισθητή τόσο η απουσία ενός ξεκάθαρα θεσμικού πλαισίου, όσο και η πλήρης χαρτογράφησης τους. Για παράδειγμα τα μητρώα των ΜΚΟ που έχουν ήδη σχηματιστεί από το κάθε υπουργείο παρουσιάζουν έντονα προβλήματα είτε γιατί είναι ελλιπή, είτε γιατί περιλαμβάνουν διαφορετικές και τελείως ανομοιογενείς μεταξύ τους συχνά οργανώσεις.³⁶

Είναι χαρακτηριστικό ότι ακόμα και στα υπουργεία που αναπτύσσουν στενές σχέσεις συνεργασίας με ΜΚΟ (Εξωτερικών, Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας, κλπ.) δεν έχει προσδιορισθεί εισέτι η ακριβής έννοια των ΜΚΟ. Ωστόσο, οι προσπάθειες για την πλήρωση αυτού του κενού είναι συνεχείς. Εξάλλου, η χώρα μας ήδη από το 1999 αποτελεί μέλος της Επιτροπής Αναπτυξιακής Βοήθειας του Οργανισμού για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΟΣΑ), γεγονός οδήγησε στη δημιουργία της Υπηρεσίας Διεθνούς Αναπτυξιακής Συνεργασίας (ΥΔΑΣ) από το υπουργείο Εξωτερικών με βάση το Ν.2731/99 που προωθεί, συντονίζει και εποπτεύει τις δράσεις και των ΜΚΟ στο εξωτερικό.

Επιπλέον, το υπουργείο Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης έχει ήδη ετοιμάσει ένα Εθνικό Σχέδιο που επιδιώκει να αποσυνδέσει τη χρηματοδότηση των ΜΚΟ από τους περιορισμένους δημόσιους πόρους και να παρέχει μια βιώσιμη και διαφανή δυνατότητα χρηματοδότησης από τους εταιρικούς κοινωνικούς εταίρους. Ειδικότερα, έχει προετοιμάσει ένα πρόγραμμα χορηγιών που κατανέμει συγκεκριμένα και μακροπρόθεσμα δικαιώματα χορηγιών σε όλους τους κοινωνικούς εταίρους - συμπεριλαμβανομένων και των ΜΚΟ- που επιθυμούν να συμμετέχουν σε αυτήν τη νέα τάση χάραξης πολιτικής.

36 Παπαϊωάννου, Κ. (2000) «Ελληνικές Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις: τοπίο στην ομίχλη;», δικαιωματα, τεύχος 5.

Απώτερος στόχος αυτού του προγράμματος είναι να μετατραπεί η από μακρόν υφιστάμενη ελληνική παράδοση κοινωνικής χορηγίας σε οργανωμένη και καλά προγραμματισμένη πολιτική που ενσωματώνεται στην παροχή κοινωνικών υπηρεσιών, καθώς και η προσέλκυση κοινωνικών επενδύσεων, ώστε να εμπλουτιστούν οι υπηρεσίες του κράτους πρόνοιας, να αναβαθμιστεί η υποδομή των υγειονομικών υπηρεσιών και να αυξηθεί η επικοινωνιακή εκστρατεία του υπουργείου.³⁷

37 Αβραμόπουλος, Δ. (2007) «Ενας νέος κοινωνικός πυλώνας», ειδική περιοδική έκδοση «Μέρισμα», Αγορά Ιδεών, Αθήνα.

1.7 ΜΚΟ & ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ

Οι ΜΚΟ καλούνται να δραστηριοποιηθούν και να αναδείξουν τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα σε ένα σύνθετο και περίπλοκο οικονομικό, πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον, του οποίου τα κύρια χαρακτηριστικά είναι οι αλλαγές στη διεθνή σκηνή σε ό,τι αφορά στη διαδικασία λήψης των αποφάσεων, στον ορισμό των προτεραιοτήτων και το σχεδιασμό και υλοποίηση των δημόσιων πολιτικών. Πρέπει λοιπόν, οι στρατηγικές των ΜΚΟ να συνιστούν μια «παγκοσμιοποίηση από κάτω προς τα πάνω» (δηλαδή την απόκτηση των ικανοτήτων από τους πολίτες ώστε να διεκδικήσουν το κοινωνικό τους μέλλον), σε σχέση με την «παγκοσμιοποίηση από πάνω προς τα κάτω» των επιχειρήσεων.³⁸

Μια ΜΚΟ ως έκφραση της πολυφωνίας και αποτύπωμα των αναγκών, των αξιών αλλά και των αιτημάτων της κοινωνίας, αναπτύσσεται συμπληρωματικά και ανεξάρτητα από τις λειτουργίες του κράτους ως «κυρίαρχης υπερδομής» και του ιδιωτικού τομέα - ιδιωτικής επιχειρηματικότητας. Καλύπτει ή διεκδικεί ένα χώρο τον οποίο το κράτος δεν καλύπτει επαρκώς ή καθόλου, αναδιατάσσοντας τις κοινωνικές προτεραιότητες και λειτουργίες, χωρίς ωστόσο να αποτελεί παρακολούθημα του κράτους.³⁹

Η θεωρία της συμμετοχικής δημοκρατίας στοχεύει στην ενδυνάμωση των δημοκρατικών θεσμών με μέτρα, όπως η ριζοσπαστική αποκέντρωση των κρατικών εξουσιών, η ανάπτυξη συνεταιριστικών μορφών οργάνωσης σε όλους τους κοινωνικούς τομείς, η οικονομική δημοκρατία, η ανάπτυξη εθελοντικών οργανώσεων και πιο γενικά η ανάπτυξη ενός «τρίτου χώρου» μεταξύ κράτους και αγοράς. Η δημιουργία ενός θεσμικά ενδιάμεσου τρίτου τομέα αποτελεί ανάχωμα απέναντι στην κρατική αυθαιρεσία και την επικυριαρχία μια κερδοσκοπικής λογικής.⁴⁰

38 Δούκας, Χ., Δούκα, Α.Τ. (2007) «Οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ) στις Κοινωνίες της Μάθησης: Νέοι Ρόλοι και Στρατηγικές», Διοικητική Ενημέρωση, τεύχος 42.

39 Σκλιας, Π. (2004) «Οι ΜΚΟ που δραστηριοποιούνται στο τομέα της διεθνούς αναπτυξιακής συνεργασίας», Φιλελεύθερη Εμφαση, Ιανουάριος-Φεβρουάριος-Μάρτιος 2004, τεύχος 18.

40 Μουζέλης, Ν. (2004) «Συμμετοχική δημοκρατία και πλουραλισμός», Βήμα - Νέες τεχνολογίες, 15 Φεβρουαρίου 2004, Α44.

Από την άλλη πλευρά, και η φυσιογνωμία των ίδιων των ΜΚΟ έχει αλλάξει. Η ατζέντα τους έχει πλέον πολιτικοποιηθεί, γιατί πολύ απλά αυτό επιτάσσουν οι σημερινές πολιτικές συγκυρίες. Οι ΜΚΟ έχουν σήμερα ένα διπλό ρόλο, μιας και αφενός παρεμβαίνουν εκεί που η πολιτική και οι θεσμοί δεν δίνουν ιδιαίτερο βάρος, αναλαμβάνοντας το ρόλο της ενεργού συνείδησης της κοινωνίας, και αφετέρου με συνειδητό τρόπο προωθούν την εμβάθυνση της δημοκρατικής διαδικασίας. Το μοντέλο σύμφωνα με το οποίο μια κυβέρνηση (σε εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο) νομιμοποιείται να λαμβάνει μόνη της αποφάσεις χωρίς να προσφεύγει στις διαδικασίες ενός συστηματικού και ευρύτερου διάλογου, είναι πλέον ξεπερασμένο. Αποτελεί δε την κύρια αιτία για την προϋούσα απαξίωση της πολιτικής και την απώλεια της εμπιστοσύνης σημαντικών κομματιών της κοινωνίας απέναντι στο πολιτικό δυναμικό της χώρας.

Σε γενικές γραμμές, οι ΜΚΟ σήμερα αρχίζουν να θεωρούνται διακριτοί νομιμοποιημένοι φορείς δράσης που υλοποιούν εναλλακτικά, μοντέλα πολιτικής σε σχέση με αυτά των κρατών.⁴¹ Το βαθμό συνεργατικής συμπεριφοράς μεταξύ κράτους και ΜΚΟ καθορίζει μια σειρά παραγόντων, όπως ο βαθμός δημοκρατικότητας της χώρας, η γραφειοκρατία, η ύπαρξη ή μη δικτύου πελατειακών σχέσεων, η δύναμη των ΜΜΕ, ο βαθμός συγκεντρωτισμού του τομέα δημόσιας διοίκησης της χώρας, κα.

Η νέα σχέση μεταξύ κράτους και ΚτΠ δομείται στην αξιοποίηση του κοινωνικού κεφαλαίου και τα δίκτυα των σχέσεων που αναπτύσσουν μεταξύ τους οι άνθρωποι, τα οποία μαζί με τους κοινούς κοινωνικούς κώδικες, τις κοινές αξίες και αντιλήψεις διευκολύνουν τη συνεργασία μεταξύ κοινωνικών ομάδων και προάγουν το κοινωνικό όφελος. Η ΚτΠ αρνείται την κρατική επιβολή στην κοινωνική δράση και απορρίπτει τόσο την κομματικοποίηση του κράτους, όσο και την κρατικοποίηση του κόμματος.⁴²

Βασική προϋπόθεση, λοιπόν, για την ανάπτυξη μίας ουσιαστικής συνεργασίας ΜΚΟ και κράτους είναι η εγκατάλειψη του παραδοσιακού ρόλου του δεύτερου, αλλά και

41 ΙΣΤΑΜΕ (2006) «Ρόλος και συμμετοχή των μη κυβερνητικών οργανώσεων στα μοντέλα πολιτικής διακυβέρνησης του μέλλοντος. Προτάσεις και προσαρμογή στα πλαίσια της ελληνικής εμπειρίας», Αθήνα.

42 Καραμανλής, Κ. (2004) «Οι 'ΜΚΟ' σύμμαχος διακυβέρνησης», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 10.

μια διαφορετική προσέγγιση του ζητήματος των πρώτων. Για το μεν κράτος εκείνο που μετράει είναι το διαφορετικό περιεχόμενο που ορίζεται πλέον ως νέες μορφές διακυβέρνησης, όπου μέσα στα συστατικά του στοιχεία είναι η εγκατάλειψη του μονοπωλιακού του ρόλου στη λήψη αποφάσεων και η παγίωση του αιτήματος συνδιαμόρφωσης βασικών δημόσιων πολιτικών με τους ενεργούς φορείς της κοινωνίας. Ουσιαστικά, από την παραδοσιακή συγκεντρωτική αντίληψη του κράτους μονοπωλίου της εξουσίας περνάμε σε μια πιο αποκεντρωμένη αντίληψη που θέλει το κράτος βασικό εταίρο και συνδιαχειριστή του δημόσιου συμφέροντος σε συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα και τις ΜΚΟ.

Για τις δε ΜΚΟ απαιτείται η σταδιακή μετάβαση σε ένα νέο αναπτυξιακό ρόλο, όπου παύουν να λειτουργούν αντιθετικά και ανταγωνιστικά και γίνονται συμπράττουσες δυνάμεις σε μια αναπτυξιακή κοινωνική και οικονομική κατεύθυνση. Στο στάδιο αυτό, άλλωστε, η ΚτΠ επιχειρεί ποιοτικές θεσμικές αλλαγές στη τοπική, εθνική και παγκόσμια πολιτική διαδικασία.

Σε αυτό φαίνεται να συμφωνεί και η δημοσιογράφος Margareta Pagano, η οποία σε ένα άρθρο στην καθημερινή online έκδοση The FirstPost, υποστήριξε ότι η κυριότερη ασχολία τους θα πρέπει να είναι το “intellectual heavy lifting” για λογαριασμό των πολιτικών ηγεσιών των κομμάτων, δηλαδή κάτι ανάμεσα στο «φρεσκάρισμα» και την «ανύψωση» των ιδεών που τροφοδοτούν με τον ένα ή τον άλλο τρόπο τις προτάσεις των εφαρμόσιμων πολιτικών.⁴³

⁴³Πηγή: <http://www.thefirstpost.co.uk/1668,features,the-champions-of-new-politics>.

1.8 ΚτΠ & ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Λαμβάνοντας υπόψη τη σχέση ανάμεσα στον πληθυσμό τόσο ολόκληρου του πλανήτη, όσο και της Ελλάδας, και του ποσοστού αυτού που χρησιμοποιεί λειτουργικά το διαδίκτυο και τις ΤΠΕ, εύκολα καταλήγει κανείς στο συμπέρασμα πως η χρήση του διαδικτύου για άσκηση πολιτικής βρίσκεται ακόμα σε πολύ χαμηλό βαθμό διείσδυσης. Σύμφωνα μάλιστα με αποτελέσματα -εμπειρικών- ερευνών ακόμη και στις χώρες όπου η λειτουργική, ενεργή και θετική χρήση των ΤΠΕ διεισδύει συνεχώς σε όλο και μεγαλύτερο κομμάτι του πληθυσμού και οι πολίτες τίθενται υπέρ των πρακτικών της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, δεν παρουσιάζεται μια γενικευμένη τάση χρησιμοποίησής των πρακτικών αυτών. Αυτό που όμως είναι ευπροσήγορο είναι το ότι λόγω της πτώσης του κόστους των ευρυζωνικών συνδέσεων στο διαδίκτυο, καθώς και της βελτίωσης των πρόσθετων παρεχόμενων υπηρεσιών, το ποσοστό αυτό, ειδικά σε ό,τι αφορά στο ελληνικό κοινό αυξάνεται με ταχύτατους ρυθμούς.

Σε αυτό το σημείο θα ήταν χρήσιμο να αναφερθούν και τα κύρια χαρακτηριστικά του διαδικτύου, τα οποία το διαφοροποιούν από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, ώστε να γίνει κατανοητός και ο τρόπος με τον οποίο συμβάλλει στην ενδυνάμωση της ΚτΠ. Το διαδίκτυο προσφέρει τη δυνατότητα άμεσης μεταφοράς της πληροφορίας από διάφορες πηγές σε ένα συγκεκριμένο δέκτη σε πολύ μεγάλες ταχύτητες, παρέχοντάς του παράλληλα το μέγιστο δυνατό έλεγχο για την αξιοποίηση των πληροφοριών που λαμβάνει. Κατ' αυτόν τον τρόπο, η ταχύτητα της διάδοσης των πληροφοριών όχι μόνο οδηγεί στον πολλαπλασιασμό των φορέων απόφασης με το να διασφαλίζει σε πολλά φυσικά πρόσωπα ή φορείς την πρόσβαση στις αναγκαίες πληροφορίες για τη λήψη αποφάσεων, αλλά επιτρέπει και τον ποιοτικότερο έλεγχο της εφαρμογής των αποφάσεων αυτών, επιτυγχάνοντας την ταχύτερη διόρθωσή τους μέσα από τη θεσμοποίηση διάφανων διαδικασιών.⁴⁴

Τα χαρακτηριστικά αυτά σηματοδοτούν μία νέα εποχή στη ρύθμιση της πολιτικής επικοινωνίας. Δίνεται για πρώτη φορά η δυνατότητα στην πολιτική εξουσία να

44 Κωτσικοπούλου, Β. (2002) «Εκλογές και διαδίκτυο: Η περίπτωση του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ελλάδας», στο Δεμερτζής, Ν. (2002) «Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα», Αθήνα: εκδ. Παπαζήση.

επικοινωνήσει άμεσα με τον πολίτη, χωρίς την παρέμβαση των δημοσιογράφων, όπως συνέβαινε μέχρι σήμερα με τα ΜΜΕ, προσφέρεται σε όλους τους πολίτες ανεξαιρέτως η ευκαιρία να συμμετέχουν στη διεξαγωγή της πολιτικής διαδικασίας, ακόμα και αν πρόκειται για αντιδημοκρατικές παρατάξεις και συλλογικότητες, ενώ η αντικατάσταση του ρόλου του σύγχρονου πολίτη από παθητικό δέκτη σε ενεργό ρυθμιστή των εξελίξεων, σηματοδοτεί τη δημιουργία μίας ισχυρής, αλλά και υπεύθυνης ΚτΠ, επιφορτισμένης, όμως, τόσο με προνόμια και δικαιώματα, όσο και με υποχρεώσεις.

Ετσι, διασφαλίζεται και η ισχύς των θεμελιωδών αρχών της κλασικής άμεσης δημοκρατίας, δηλαδή, η κυριαρχία του λαού, η ελευθερία του λόγου καθώς και η ελεύθερη, ισότιμη και χωρίς περιορισμούς συμμετοχή στα κοινά, με την προϋπόθεση, πάντα, πως ο κάθε χρήστης διαθέτει τον απαραίτητο τεχνολογικό εξοπλισμό και τις γνώσεις. Ήδη ο Mc Luhan, χρησιμοποίησε τη μεταφορά του «παγκόσμιου χωριού» για να εκφράσει ακριβώς αυτή τη διαδικασία σχηματισμού μιας παγκόσμιας κοινότητας ανθρώπων σε ένα δυνητικό χώρο που θα είναι προσβάσιμος μόνο μέσω ηλεκτρονικών μέσων.⁴⁵

Μπορεί με τη ραγδαία ανάπτυξη των ΤΠΕ και τη δικτύωση της κοινωνίας σε παγκόσμιο επίπεδο να δημιουργείται η εντύπωση πως τα δίκτυα των ηλεκτρονικών υπολογιστών αποτελούν τη βάση προς μια νέα και πιο ελεύθερη ΚτΠ, δεν πρέπει, όμως, να παραμεληθούν και οι κίνδυνοι που εγκυμονούν. Το ενδεχόμενο να «κυριευθεί» το διαδίκτυο από ένα σχετικά μικρό αριθμό κολοσσιαίων πολυεθνικών, οι οποίες θα ελέγχουν το περιεχόμενο της πληροφόρησης, αλλοιώνοντας την πρωταρχική είδηση αποσκοπώντας σε ιδιωτικά και προσωπικά συμφέροντα, και θα επιβάλλουν απόλυτα και μη αμφισβητήσιμα κανάλια και δίκτυα πληροφόρησης, περιορίζοντας την πρόσβαση σε δικτυακούς τόπους υψηλής ποιότητας, είναι πολύ μεγάλο. Επιπλέον, ακόμα και η υπεραφθονία μη χρηστικών πληροφοριών σε συνδυασμό με την υπερπληθώρα διαφημιστικών μηνυμάτων και καταχωρήσεων είναι σε θέση να προκαλέσουν κορεσμό και απαξίωση από την πλευρά του χρήστη.

Ένα ακόμη ζήτημα που προκύπτει, είναι αυτό που αφορά στο απόρρητο της επικοινωνίας στο διαδίκτυο, το οποίο δεν είναι ακόμη απόλυτα εξασφαλισμένο

45 McLuhan, M. (1962) "Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man", Toronto: University of Toronto Press.

τεχνολογικά και νομικά, καθώς τα όρια ανάμεσα στην ελευθερία στον έλεγχο της έκφρασης δεν απολύτως ξεκάθαρα, αλλά και η νέα μορφή κοινωνικής ανισότητας που προκύπτει με κριτήριο την εξειδικευμένη γνώση, γεγονός που οδηγεί, εκ των πραγμάτων, σε περιορισμό της συμμετοχής και προσφυγή στην αντιπροσώπευση πολιτών που χαρακτηρίζονται «τεχνολογικά αναλφάβητοι». Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει και σε μια μικρή, αλλά υπολογίσιμη μερίδα των πολιτών, τους νεολουδίτες⁴⁶ που αντιμάχονται -για τους δικούς τους προσωπικούς λόγους κάθε έκφανση της τεχνολογίας.

Για να μετατραπεί λοιπόν, το διαδίκτυο σε εργαλείο ποιοτικής πληροφόρησης για τους πολίτες πρέπει να εφαρμοστούν προσεκτικά οι κανόνες του ανταγωνισμού και, αν χρειαστεί, να υπάρξουν περιορισμοί στην ιδιοκτησία περισσότερων του ενός ισχυρών συγκροτημάτων παροχής ψηφιακού περιεχομένου πληροφόρησης με τη δημιουργία πολιτικών προγραμμάτων τοπικής συνεργασίας και επικοινωνίας απομακρυσμένων γεωγραφικά περιοχών με τα κέντρα λήψης των αποφάσεων. Επίσης, πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα η λεπτή ισορροπία ανάμεσα στην προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας και της ελεύθερης πληροφόρησης και να χρησιμοποιηθεί ευρύτατα το διαδίκτυο από τους δημόσιους φορείς ως κύριο και όχι δευτερεύον κανάλι ενημέρωσης και εξυπηρέτησης των πολιτών.

46 Ο όρος έχει τις ρίζες του στον περασμένο αιώνα, όπου στη Βρετανία λουδίτες ονομάστηκαν οι οπαδοί του λεγόμενου «βασιλιά Ludd», μη υπαρκτού προσώπου ενδεχομένως, οι οποίοι είχαν κηρύξει πόλεμο εναντίον των μηχανών και της τεχνολογίας γενικότερα. Συνήθως ήταν υφαντουργοί που ένιωθαν να χάνουν τις δουλειές τους λόγω της εμφάνισης των υφαντικών μηχανών. Σήμερα ονομάζουμε νεολουδίτες όσους είτε επειδή έχουν προσωπικά κίνητρα όπως οι αυθεντικοί λουδίτες, είτε επειδή πιστεύουν ότι έχουν διακρίνει την αλήθεια, αντιμάχονται την τεχνολογία σε όλες της τις εκφάνσεις.

1.9 ΜΚΟ & ΤΠΕ

Την τελευταία δεκαετία, κυβερνήσεις και διεθνείς οργανισμοί ξεκίνησαν να «μοιράζονται» την εξουσία τους με τις ΜΚΟ λόγω της αλματώδους ανάπτυξης των ΤΠΕ που έδωσαν στις τελευταίες τη δυνατότητα να διαχειρίζονται ένα τεράστιο όγκο πληροφορίας για την προώθηση και των δικών τους συμφερόντων. Οι ΜΚΟ απέκτησαν πρόσβαση σε τεχνικά και επιστημονικά δεδομένα -που μέχρι πρότινος διαχειρίζονταν κατ' αποκλειστικότητα το κράτος ή άλλοι υπερκρατικοί οργανισμοί- καθιστώντας πολύ ευκολότερη την επικοινωνία με τη δημιουργία αποτελεσματικών κοινωνικών δικτύων, αυξάνοντας έτσι την επιρροή τους.⁴⁷

Οι ΜΚΟ στηριζόμενες στην οριζόντια εθελοντική συνεργασία των πολιτών ανεξάρτητα από το κράτος και την ιδιωτική επιχειρηματικότητα όχι μόνο τοποθετούν με επιτυχία νέα θέματα στην πολιτικοκοινωνική ατζέντα, αλλά και με την ευέλικτη χρήση του διαδικτύου και των ΤΠΕ προβάλλουν τον ηλεκτρονικά ενεργό πολίτη, ο οποίος δημιουργεί ευέλικτες κοινότητες στο διαδίκτυο και τοποθετεί τη δυνατότητα χρήσης των ΤΠΕ σε ένα διευρυμένο μοντέλο ηλεκτρονικής δημοκρατίας.

Το διαδίκτυο και ειδικότερα οι όλο και πιο συχνά χρησιμοποιούμενες ευρυζωνικές συνδέσεις, προσφέρουν τη δυνατότητα άμεσης μεταφοράς της πληροφορίας από διάφορες πηγές σε ένα συγκεκριμένο δέκτη σε πολύ μεγάλες ταχύτητες, παρέχοντάς του παράλληλα το μέγιστο δυνατό έλεγχο για την αξιοποίηση των πληροφοριών που λαμβάνει. Αυτή η ταχύτητα της διάδοσης της πληροφορίας όχι μόνο οδηγεί στον πολλαπλασιασμό των φορέων απόφασης με το να διασφαλίζει σε πολλά φυσικά πρόσωπα ή φορείς την πρόσβαση στις αναγκαίες πληροφορίες για τη λήψη αποφάσεων, αλλά επιτρέπει και τον ποιοτικότερο έλεγχο της εφαρμογής των αποφάσεων αυτών. Κατ' αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η ταχύτερη διόρθωσή τους μέσα από τη θεσμοποίηση διάφανων διαδικασιών. Χάρη στον αμφίδρομο χαρακτήρα του διαδικτύου η απόσταση μεταξύ της ΚτΠ και της πολιτικής εξουσίας μειώνεται και προσφέρεται η δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας μέσω εργαλείων, όπως είναι τα

⁴⁷ G. di Pietro (2001) «ΜΚΟ και διαδίκτυο: Χρήση και Επιπτώσεις», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 7.

ηλεκτρονικά δημοψηφίσματα, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, οι ηλεκτρονικές δημοσκοπήσεις, κλπ.⁴⁸

Η κρίσιμη συνεισφορά των ΜΚΟ ως «ενδιάμεσων κρίκων» για την ευρύτερη ηλεκτρονική συμμετοχή των πολιτών, έγκεινται στην ανάπτυξη πρωτοβουλιών - ανεξάρτητα ή σε συνεργασία με το δημόσιο- διασφαλίζοντας τη δυνατότητα συμμετοχής στη συνδιαμόρφωση των ακολουθούμενων πολιτικών σε καθημερινό επίπεδο και όχι μόνο στην εκλογική διαδικασία κάθε τέσσερα χρόνια. Ειδικότερα, η ίδια η ανάπτυξη του διαδικτύου με γεωμετρική πρόοδο καθιστά όλο και πιο δύσβατη την πλοήγηση στον τεράστιο όγκο της διαθέσιμης πληροφορίας, και γι' αυτό πολλές είναι οι ΜΚΟ που άλλαξαν επικοινωνιακά μοντέλα και άρχισαν να χρησιμοποιούν διαδικτυακές πύλες για την ενοποίηση και την αποδοτικότερη διαχείριση της πληροφορίας.

Το κρίσιμο στοιχείο είναι η ανάγκη μιας κοινωνιοκεντρικής και πολιτικοκεντρικής μορφής της εξέλιξης των σύγχρονων κοινωνιών. Ο ηλεκτρονικά ενεργός πολίτης αποτελεί όχι μόνο αίτημα της εποχής, αλλά και κριτήριο της αξίας και της χρησιμότητας όλων των θεσμών, κρατικών και μη. Αποτελεί τη βάση της επιστροφής, της ανανέωσης και της αναζωογόνησης της πολιτικής⁴⁹ και γι' αυτό το λόγο, η δημιουργία δυνητικών κοινοτήτων χαρακτηρή από τις μετασχηματιστικές ΜΚΟ αποτελεί κεντρικό ζήτημα για όλα τα προγράμματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης σε όλο τον κόσμο.

Αναμφίβολα, η προώθηση νέων μεθόδων αλληλεπίδρασης και στέρεης «συγκόλλησης» των κοινοτήτων είναι ένας από τους στόχους του κυβερνοχώρου της επόμενης γενιάς. Η δημιουργία και η ενδυνάμωση των δυνητικών κοινοτήτων αποτελεί μέρους του ευρύτερου στόχου για την αύξηση της ποσότητας των πόρων που είναι διαθέσιμοι στον κυβερνοχώρο, τη μεγαλύτερη συνάφειά τους με

48 Κωτσικοπούλου, Β. (2002) «Εκλογές και διαδίκτυο: Η περίπτωση του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ελλάδας», στο Δεμερτζής, Ν. (2002) «Η πολιτική επικοινωνία στην Ελλάδα», Αθήνα: εκδ. Παπαζήση.

49 ΠΑΣΟΚ, Κοινωνία Πολιτών: Σύγχρονη δημοκρατική διακυβέρνηση, (Πηγή: <http://www.pasok.gr/GR/menu/thesis/index.asp?id=8>)

μεγαλύτερο αριθμό ατόμων και την παρακίνηση των χρηστών να διαθέσουν με τη θέλησή τους πόρους.⁵⁰

Εξάλλου, οι αλληλεπιδράσεις στον κυβερνοχώρο είναι σημαντικές για τις υφιστάμενες κοινότητες για τρεις λόγους: πρώτον, αυξάνουν τη διαφάνεια, δεύτερον, επιτρέπουν στις offline κοινότητες να αναπτυχθούν πέρα από τα φυσικά τους σύνορα και τρίτον, διευκολύνουν διαφορετικούς πιο «κωδικοποιημένους» τρόπους επικοινωνίας ανάμεσα στα μέλη μιας κοινότητας.⁵¹

50 Horrigan, B. J. (2001) "Online Communities: Networks that nurture long-distance relationships and local ties", Pew Internet & American Life Project.

51 Daves, W. (2003) "You Don't Know Me, But... Social Capital and Social Software", The Work Foundation.

2^ο ΜΕΡΟΣ

2.1 ΠΕΡΙ NEW MEDIA Ο ΛΟΓΟΣ

Μέχρι και λίγα χρόνια πριν, ο ενημερωμένος πολίτης ταύτιζε τη βαρύτητα και την εγκυρότητα της ενημέρωσής του με τον έντυπο τύπο, ενώ στη συνέχεια εμπιστεύθηκε την ελεύθερη ραδιοφωνία και αργότερα την τηλεόραση και τα δελτία των 8. Και τα τρία αυτά μέσα όμως μοιράζονται ένα κοινό χαρακτηριστικό: δεν προσφέρουν τη δυνατότητα άμεσης αντίδρασης, απάντησης, σχολιασμού, αλλά και συμμετοχής στην ενημέρωση και την ψυχαγωγία. Σήμερα όμως το σκηνικό αυτό έχει αλλάξει. Οι πολίτες δεν καταναλώνουν πλέον παθητικά ότι τους προσφέρουν και διεκδικούν την ενεργότερη συμμετοχή τους. Η συμπεριφορά τους όμως αυτή έχει βαθιές επιπτώσεις στα παραδοσιακά επιχειρησιακά μοντέλα στη βιομηχανία των media, τα οποία είναι βασισμένα στο να αθροίζουν μεγάλα παθητικά ακροατήρια και να τα κρατούν «αιχμάλωτα».

Τα new media είναι σήμερα οι νέοι ανταγωνιστές των παραδοσιακών και καθιερωμένων MME. Είναι δηλαδή τα νέα εργαλεία τεχνολογίας και επικοινωνίας και απευθύνονται σε ένα κοινό που έχει κουραστεί να «καταναλώνει» ενημέρωση και ψυχαγωγία παθητικά. Το δικό τους κοινό είναι ένα νέο -όχι απαραίτητα ηλικιακά- ακροατήριο, περισσότερο «εξελιγμένο» -τουλάχιστον τεχνολογικά- που επιθυμεί να συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση και τη διανομή της πληροφορίας. Τα new media δεν είναι απλά μια νέα μόδα με ημερομηνία λήξης. Μπορούν με τη συμβολή των μάχιμων πολιτών να λειτουργήσουν ως καταλύτης για τον αναγκαίο επανακαθορισμό του βαθμού συνδιαμόρφωσης της πολιτικής από τους πολίτες, τροφοδοτώντας την πολιτική με νέο περιεχόμενο.

Κανένας δεν μπορεί να γνωρίζει εκ των προτέρων εάν η νέα εποχή των συμμετοχικών μέσων θα έχει θετική ή αρνητική κατάληξη για την κοινωνική και οικονομική εξέλιξη. Εξάλλου, όπως και με κάθε επανάσταση -γιατί περί τέτοιας πρόκειται- τα πάντα εξαρτώνται από την οπτική γωνία των όσων συμμετέχουν: υπάρχουν μεν πολλοί που τα καλωσορίζουν, ωστόσο δεν λείπουν και όσοι νοσταλγούν τη βεβαιότητα των παραδοσιακών MME. Παραφράζοντας, άλλωστε, και τα λόγια του Joseph de Maistre, σύμφωνα με τον οποίο κάθε κοινωνία έχει την κυβέρνησή που της αξίζει, κάθε κοινωνία έχει τα και media που της αξίζουν.

Στόχος των new media, μεταξύ άλλων, είναι η δημιουργία δικτύων ενεργών και ενημερωμένων πολιτών που δραστηριοποιούνται και στον κυβερνοχώρο, δηλαδή μια μορφή δυνητικών κοινοτήτων- που όμως συνδέονται άρρηκτα με την πραγματικότητα. Η σύνδεση των κοινοτήτων αυτών με τον πραγματικό κόσμο θεωρείται επιβεβλημένη για να μπορέσει να επιτευχθεί η διαμόρφωση και ένταξη πραγματικών συνθηκών στο χώρο της δυνητικής κοινότητας, τα μέλη της οποίας δεδομένου ότι ανήκουν και σε πραγματικές κοινότητες θα πρέπει να μπορούν να αναπτύξουν παράλληλες δραστηριότητες και υποχρεώσεις. Εξάλλου, κάθε δυνητική κοινότητα ως χώρος συνεργασίας και επικοινωνίας ατόμων και ομάδων μέσω ποικίλων δράσεων και δραστηριοτήτων πρέπει να επιδιώκει το άνοιγμα της και την ένταξή της στον πραγματικό κόσμο.

Αναμφίβολα, ο κόσμος των new media φλερτάρει με την πολιτική και τις δημόσιες υποθέσεις. Τα παραδοσιακά «πολιτικά καφενεία» και «φοιτητικά αμφιθέατρα» έχουν πλέον μετακομίσει με άνεση σε δικτυακά forums, έτσι που η παρέμβαση και η επιρροή τους να αποκτά ακόμη πιο διαδραστική μορφή. Μέσα από τα new media παρέχεται πλέον στον καθένα, ανεξάρτητα από γεωγραφικούς ή άλλου είδους περιορισμούς, η δυνατότητα να συμμετάσχει στο δημόσιο διάλογο και να ασκήσει κριτική, καταθέτοντας άμεσα την προσωπική του μαρτυρία μέσα σε ένα κλίμα αλληλεγγύης και αποκαλύπτοντας πτυχές των γεγονότων που τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης αδυνατούν να μεταδώσουν.

Η ευρεία χρήση των νέων αυτών μέσων θεωρείται από πολλούς πως δίνει μια νέα ώθηση στην έννοια του “citizen journalism”, της δημοσιογραφικής δραστηριότητας του μέσου πολίτη, που δεν διαθέτει ειδικές επαγγελματικές δάφνες. Ωστόσο, οι επαγγελματίες της δημοσιογραφίας διαφοροποιούνται από τους bloggers σε ένα κύριο σημείο: μονάχα οι πρώτοι διαθέτουν προνομιακή πρόσβαση σε δίκτυα διάχυσης της πληροφορίας που οι «απλοί» bloggers μόνον να υποθέσουν μπορούν.

Είναι γεγονός ότι οι bloggers δεν μπορούν να ενταχθούν στο σώμα της κλασικής «επαγγελματικής δημοσιογραφίας». Αντίθετα, αποτελούν έναν μάλλον διάσπαρτο χώρο, πολλαπλών και μη επιδεχόμενων ενιαίας αποτίμησης συμπεριφορών και επιδιώξεων, με διακριτή την ένταση των επικριτικών αναφορών στα παραδοσιακά media. Ενα χώρο άνθησης του σχολιασμού, της πολεμικής και της ανάπτυξης του

στυλ. Και από αυτή τη σκοπιά, οι επαγγελματίες σχολιαστές του τύπου δεν διαθέτουν κανένα σταθερό πλεονέκτημα ή προβάδισμα απέναντι στους bloggers. Η δύναμή τους να μετατρέπουν τόσο τους συγγραφείς όσο και τους αναγνώστες τους από παθητικούς δέκτες σε ενεργούς πομπούς δημόσιου διαλόγου και από καταναλωτές σε δημιουργούς, είναι αναγνωρισμένη και αναμφισβήτητη. Κι αυτό προς ώρας είναι το καλύτερο δυνατό που μπορεί να συμβεί στον ευρύτερο κόσμο των media σε διεθνές επίπεδο.

Τελικά, τα blogs είναι η «εκ του περισσού πολυτέλεια» της δημοσιογραφίας της καθημερινότητας ενός εκάστου εξ ημών. Είναι η επισήμανση μιας λεπτομέρειας που περνά και χάνεται στο αγχωμένο βουητό του καθημερινού βίου, κι όμως αξίζει καλύτερης τύχης. Πέραν τούτων, είναι η ζωντανή επαλήθευση της ευαισθησίας των ενεργών πολιτών -μια προτροπή και ενθάρρυνση για ένα δημόσιο διάλογο με άλλους όρους και δίχως δεσμεύσεις.

Υπό την έννοια αυτή, τα new media δεν αποτελούν μία ερασιτεχνική, ελευθεριακού τύπου ενασχόληση, αλλά μια δραστηριότητα που ενσωματώνει με τον πλέον μαζικό τρόπο τα πια σύγχρονα τεχνολογικά επιτεύγματα στο χώρο της επικοινωνίας και επιδέχεται δυναμική εμπορική αξιοποίηση. Επιπλέον, τα ίδια τα παραδοσιακά media γνωρίζουν ολοένα και περισσότερο, ολοένα και καλύτερα, ότι μπορούν να ανακαλύψουν και να αξιοποιήσουν το νέο περιεχόμενο (content), αλλά και ότι από τα εκατομμύρια των χρηστών θα βρουν και τους νέους αναγνώστες και αγοραστές των εκδοτικών τους προϊόντων ή τους ακροατές των ραδιοφωνικών τους εκπομπών.

2.2 ΔΥΝΗΤΙΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ / ΔΥΝΗΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ

Παραδοσιακά, ο όρος κοινότητα καθοριζόταν από τη γεωγραφική περιοχή στην οποία γενικά αναπτύσσονταν οι σχέσεις μέσω της επικοινωνίας των μελών της πρόσωπο με πρόσωπο.⁵² Αυτά τα όρια, όμως, έχουν ακυρωθεί με την ανάπτυξη των ΤΠΕ. Τα μέλη της δένονται μεταξύ τους όταν υπάρχει η αίσθηση του «ανήκειν» και των κοινών ενδιαφερόντων. Αυτή η αίσθηση μπορεί να βρεθεί στους δυνητικούς χώρους (virtual spaces) που έχουν διευκολύνει τον σχηματισμό των δυνητικών κοινοτήτων, χωρίς τους περιορισμούς της φυσικής παρουσίας σε ένα χώρο.

Ο Rheingold (Rheingold, H., 1993) είναι ο πρώτος που εισήγαγε την έννοια των δυνητικών κοινοτήτων (ΔΚ) και τη διαχώρισε σαφώς από το διαδίκτυο και τον κυβερνοχώρο, ορίζοντας αυτές ως τα κοινωνικά σύνολα - κοινωνικές συναθροίσεις που αναδύονται από/μέσω του διαδικτύου, όταν αρκετοί άνθρωποι συνεχίζουν τις δημόσιες συζητήσεις τους για αρκετό χρονικό διάστημα, με επαρκές ανθρώπινο συναίσθημα έτσι ώστε να σχηματίσουν ιστούς προσωπικών σχέσεων στον κυβερνοχώρο.⁵³

Στο ορισμό αυτό εντοπίζονται οι δύο κεντρικές οπτικές του Rheingold:

- Οι δυνητικές κοινότητες είναι κοινωνικά δίκτυα που δεν βασίζονται στην γεωγραφική εγγύτητα αλλά σε κοινά ενδιαφέροντα
- Οι δυνητικές κοινότητες αναπαριστούν την ανθρώπινη δράση επιτρέποντας την πρόσβαση σε όλους και μεταβάλλοντας το δίκτυο σε μια ηλεκτρονική δημόσια σφαίρα.

Πολλοί έχουν προσπαθήσει να δώσουν έναν ορισμό για τον όρο, αλλά αυτό ποτέ δεν αποδείχθηκε εύκολος στόχος. Έτσι, στη διαθέσιμη σχετική βιβλιογραφία συναντάμε πλήθος ορισμών που προσεγγίζουν τον όρο υπό διαφορετικό πρίσμα. Εξάλλου, μπορεί να δεχόμαστε a-priori πως οι ΔΚ είναι χώροι συνάντησης σε ένα μη-φυσικό περιβάλλον, ωστόσο το μη φυσικό περιβάλλον δεν είναι απαραίτητο να είναι το διαδίκτυο, δεδομένου ότι το ραδιόφωνο είναι επίσης ένα δυνητικό περιβάλλον. Εκτός, λοιπόν, από τον ορισμό του Rheingold, ξεχωρίζουν τόσο αυτός των Hagel &

52 Grossberg, L., Wartella, E., Whitney, D. (1998) "Mediamaking: Mass Media in a Popular Culture", Thousand Oaks: Sage.

53 Rheingold, H. (1993) "The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier", MIT Press.

Armstrong (Hagel J., Armstrong A.G., 1997), σύμφωνα με τον οποίο μια ΔΚ πρέπει να προκαλεί κάποιο ενδιαφέρον και να απευθύνεται σε έναν ικανοποιητικό αριθμό ανθρώπων, έτσι ώστε να επιτρέψει στα μέλη να διαμορφώσουν σημαντικές σχέσεις μεταξύ τους, να παρέχει μερικές μορφές ψυχαγωγίας, αλλά και να υποστηρίζει συναλλαγές που επιτρέπουν στα μέλη να αγοράσουν ή να ανταλλάξουν πράγματα,⁵⁴ όσο και της Amy Jo Kim (Kim A.J., 2000), σύμφωνα με τον οποίο μια ΔΚ είναι ομάδα ανθρώπων που μαζεύονται/συναθροίζονται γύρω από έναν κοινό σκοπό, μια δραστηριότητα ή ένα ενδιαφέρον.⁵⁵

Ενδιαφέρουσα, όμως, είναι και η άποψη της Porter (Porter C., 2004), σύμφωνα με την οποία η ΔΚ ορίζεται ως ένα σύνολο ατόμων ή συναδέλφων που αλληλεπιδρούν γύρω από ένα κοινό ενδιαφέρον και η αλληλεπίδραση τους αυτή υποστηρίζεται ή μεσολαβείται, εν μέρει, από την τεχνολογία και καθοδηγείται από κάποια πρωτόκολλα και κανόνες.⁵⁶

Το επίπεδο της επικοινωνίας συχνά σχετίζεται άμεσα με τις ανάγκες των χρηστών και το συγκεκριμένο σκοπό της κάθε δυνητικής κοινότητας. Επίσης, οι περισσότερες ΔΚ έχουν τουλάχιστον ένα από τους τρεις παρακάτω κύριους σκοπούς: πρώτον, τη δημιουργία δικτύωσης και συνεργασίας, δεύτερον, την παροχή συναισθηματικής υποστήριξης, και τρίτον, τη βελτίωση της ποιότητας ζωής.⁵⁷

Οι ΔΚ προωθούν την ελευθερία της έκφρασης και την ατομικότητα και την διαδραστικότητα. Ακριβώς γι αυτόν τον λόγο, η κατασκευή μιας κοινότητας, οι κοινωνικές ομάδες κοινού ενδιαφέροντος, η ρευστότητα της ταυτότητας και τα διάφορα έργα συνεργασίας δημιουργούν ένα πλέγμα από οφέλη στις ΔΚ.

Οι κοινωνικές ομάδες κοινού ενδιαφέροντος επιτρέπουν στα άτομα να σχηματίσουν online κοινότητες, ξεπερνώντας τους γεωγραφικούς περιορισμούς και συνδέονται μεταξύ τους σε μια παγκόσμια κλίμακα. Επιπλέον, οι ΔΚ φαίνεται να ενθαρρύνουν

54 Hagel, J., Armstrong, A.G. (1997) "Net gain: Expanding markets through virtual communities", Boston: Harvard Business School Press.

55 Kim A.J. (2000) "Community Building on the Web : Secret Strategies for Successful Online Communities", Peachpit Press.

56 Porter, C. (2004) "A Typology of Virtual Communities: A Multi- Disciplinary Foundation for Future Research", Journal of Computer- Mediated Communication, 10.

57 Joinson, A.N. (2003) "Sharing and Surfing: The Benefits of On-line Communities and Web Browsing", in Understanding the Psychology of Internet Behaviour: Virtual Worlds, Real Lives, New York: MacMillan.

την πραγματική αλληλεπίδραση, φέρνοντας ανθρώπους σε πραγματικές συναθροίσεις για να γνωριστούν μεταξύ τους.⁵⁸

Προϋπόθεση ύπαρξης των δυνητικών κοινοτήτων είναι η διαμεσολαβημένη από τον υπολογιστή επικοινωνία, η οποία επιτρέπει στο χρήστη να είναι και πομπός και δέκτης ταυτόχρονα. Η νέα αυτή μορφή επικοινωνίας έχει επίδραση στην προσωπικότητα και στον τρόπο σκέψης των μεμονωμένων ατόμων, στις σχέσεις τους με τους άλλους ανθρώπους καθώς επίσης και στο πεδίο της πολιτικής, δημιουργώντας μια «ηλεκτρονική αγορά ιδεών».

Βασικό στοιχείο αυτού του ορισμού αποτελεί η απαίτηση μακράς χρονικής συνέχειας των αλληλοδράσεων, προκειμένου η κοινότητα να αποκτήσει ένα βιωματικό παρελθόν, ένα δυναμικό παρόν και ένα κοινά προσδοκώμενο μέλλον. Ωστόσο, το χαρακτηριστικό ότι τα μέλη μιας ΔΚ πρέπει να βρίσκονται για αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα σε μια διαδικασία αμοιβαίας ανταλλαγής απόψεων και πληροφοριών, δεν συνιστά ειδοποιό διαφορά από μια φυσική κοινότητα.

Μέσα στη δυνητική κοινότητα τα άτομα κάνουν ότι ακριβώς θα έκαναν αν συνευρισκόντουσαν σε πραγματικό χώρο, δηλαδή κοινωνικοποιούνται, ανταλλάσσουν γνώσεις και πληροφορίες, συνεργάζονται, ψυχαγωγούνται και βρίσκουν λύσεις στα προβλήματα τους,⁵⁹ ενώ η σύνδεση της κοινότητας με τον πραγματικό κόσμο θεωρείται επιβεβλημένη για να επιτευχθεί η δημιουργία πραγματικών συνθηκών εντός μιας δυνητικής κοινότητας. Τα μέλη της ΔΚ δεδομένου ότι ανήκουν και σε πραγματικές κοινότητες θα πρέπει να μπορούν να αναπτύξουν παράλληλες δραστηριότητες και υποχρεώσεις.

Συγκεκριμένα, η κοινότητα ως χώρος συνεργασίας και επικοινωνίας ατόμων και ομάδων μέσω ποικίλων δράσεων και δραστηριοτήτων πρέπει να επιδιώκει «άνοιγμα» και στον πραγματικό κόσμο. Αυτό θα επιτευχθεί όμως, μονάχα όταν τα μέλη της καταστούν φορείς ενημέρωσης και εκπαίδευσης. Για το λόγο αυτό, σημαντική στο σημείο αυτό κρίνεται η επικοινωνία με τα σχολεία και τους πολιτιστικούς, επαγγελματικούς και κοινωνικούς συλλόγους που είναι σε θέση να προσφέρουν ενθάρρυνση και κίνητρα ενεργής συμμετοχής τόσο σε πραγματικές όσο και σε δυνητικές κοινότητες.

58 Powazek, D.M (2002) "Design for Community: The Art of Connecting Real People in Virtual Places", New Riders.

59 White, N. (2001) "Community Member Roles and Types".

Παράλληλα, σημαντική καθίσταται και η επικοινωνία με κρατικούς και τοπικούς φορείς όπως οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης για την υλοποίηση δράσεων, καθώς και η διασύνδεση της κοινότητας με ευρωπαϊκά δίκτυα κοινωνικών επιστημών (συνεργατικές δράσεις) προκειμένου να αναπτυχθούν διάφορες συνεργατικές δράσεις με επιπρόσθετο όφελος την προσέλκυση του ενδιαφέροντος για ενεργή συμμετοχής στην κοινότητα.

Η οργάνωση, εξέλιξη και διάρκεια ζωής την δυνητικών κοινοτήτων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την πραγμάτωση της δυνητικοποίησης (virtualization), δηλαδή της διαδικασίας μέσα από την οποία οι κοινωνικές δράσεις που αναπτύσσονται στο πλαίσιο ύπαρξης αυτών των κοινοτήτων τείνουν να προσομοιάζουν με αυτές των κοινοτήτων της πραγματικής ζωής.

Σύμφωνα με τον Lévy (Lévy P., 1999), η δυνητικοποίηση προσδιορίζει μια εν δυνάμει κατάσταση παρουσίας κάθε οντότητας (ανθρώπων, συμβόλων, πληροφορίας, κλπ.), αποδεσμευμένη από χωροχρονικά όρια. Η κατάσταση αυτή δεν είναι πλασματική ή φαντασιώδης, αλλά πραγματική, κρίνοντας από τα αποτελέσματα που παράγει. Ο όρος, δηλαδή μπορεί και περιγράφει με μεγάλη αξιοπιστία την παρουσία των ανθρώπων και των πληροφοριών στον παγκόσμιο ιστό.⁶⁰ Ωστόσο, η δυνητικοποίηση προϋποθέτει την ύπαρξη ενός κεντρικού λογισμικού που είναι συνδεδεμένο με άλλα περιφερειακά, προσφέροντας τη δυνατότητα της κατανομής ενός μεγάλου λογισμικού σε πολλούς και διαφορετικούς υπολογιστές, οπότε και της σχεδόν απεριόριστης αποθήκευσης δεδομένων.

Σε πολιτικό επίπεδο, οι κοινωνικές συνέπειες της δυνητικοποίησης συνδέονται με το μετασχηματισμό του δημόσιου χώρου και κατά συνέπεια και του ηλεκτρονικά ενεργού πολίτη, καθώς εκφράζουν μια νέα οργανωτική κουλτούρα, μια νέα αντίληψη περί χώρου και μια επαναξιολόγηση της σημασίας της άμεσης επικοινωνίας για την επίτευξη της ανθρώπινης επικοινωνίας και την κατασκευή της ανθρώπινης εμπειρίας. Αυτό σημαίνει ότι ο βαθμός δυνητικοποίησης ενός ιστότοπου -και κατά συνέπεια και μιας κοινωνίας συνδέονται άμεσα με τον τρόπο που συγκροτούνται ή όχι δυνητικές κοινότητες στο δυνητικό κόσμο.

60 Lévy, P. (1999) «Δυνητική πραγματικότητα», μτφρ. Καραχάλιος, Μ., Αθήνα: εκδ. Κριτική.

Οι κοινωνικές μεταβολές που επιφέρει η τεχνολογία συνοδεύονται και από σημαντικές αλλαγές στην πολιτική συμμετοχή και δράση. Το παραδοσιακό μοντέλο θεωρητικής προσέγγισης της εικονικής πραγματικότητας έχει ανατραπεί και ο όρος “virtuality” αποτελεί πλέον ενιαία και αδιαίρετη πραγματικότητα, όπου οι «παλιοί» διαχωρισμοί καταρρέουν μέσα στη δίνη των εξελίξεων.

Ειδικά σε ό,τι αφορά στους ιστότοπους των μετασχηματιστικών ΜΚΟ, η εμφάνισή τους μπορεί να θεωρηθεί ως το αποτέλεσμα των νέων εργαλείων πολιτικής οργάνωσης και επικοινωνίας του Web 2.0 που παρέχονται το διαδίκτυο, ωστόσο η ικανότητά τους να κινητοποιήσουν και να εμπλέξουν τους χρήστες σε συλλογικές διαδικασίες είναι άμεση συνάρτηση του κατά πόσο οι εφαρμογές της δυναμικοποίησης μπορούν να πείσουν τους χρήστες πως οι ιστότοποι των ΜΚΟ αυτών εκφράζουν μια πραγματικότητα -έστω και διαφορετική από τους παραδοσιακούς τρόπους πολιτικής οργάνωσης και επικοινωνίας όπως πχ. τα ΜΜΕ- και όχι μονάχα το πεδίο δράσης μιας δυναμικής -μη πραγματικής- πολιτικής.

2.3 ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΡΩΝ

Ακολουθεί ένα απλό γλωσσάρι αποσαφήνισης των πιο χρησιμοποιούμενων όρων των εργαλείων του Web 2.0.

ALEXA TOOLBAR

Με τη βοήθεια της γραμμής εργαλείων της alexa την οποία εγκαθιστά κανείς δωρεάν ως πρόσθετο (plug-in) στον περιηγητή ιστού (browser) που χρησιμοποιεί από τον ιστότοπο <http://www.alexa.com>, μπορεί να μετρήσει την παγκόσμια κατάταξη (traffic rank) του κάθε ιστότοπου βάσει των επισκεπτών που δέχεται και σύμφωνα πάντοτε με τα στατιστικά στοιχεία της alexa. Έτσι πχ. ο ιστότοπος της ελληνικής έκδοσης του Google έχει αύξοντα αριθμό κατάταξης 226, ενώ ο ιστότοπος του ραδιοφωνικού σταθμού ΜΕΛΩΔΙΑ έχει αύξοντα αριθμό κατάταξης 460.369⁶¹. Εύκολα γίνεται κατανοητό πως όσο πιο μικρός είναι ο αριθμός, τόσο περισσότεροι είναι οι επισκέπτες και άρα πιο ψηλά στις προτιμήσεις τους βρίσκεται ο ιστότοπος.

Από το 1995 που ξεκίνησε να λειτουργεί με στόχο την αρχειοθέτηση και τη βελτίωση της περιήγησης του διαδικτύου μέσω της συμμετοχής και του αριθμού των επισκέψεων σε κάθε ιστότοπο, η alexa αποτελεί ένα αρκετά αξιόπιστο εργαλείο. Ωστόσο, τα αποτελέσματά της είναι δυνατόν να τυγχάνουν αμφισβήτησης λόγω του ότι μπορούν να αλλοιωθούν εσκεμμένα από άτομα που επιθυμούν να πετύχουν τη βέλτιστη δυνατή θέση στην κατάταξη για διαφημιστικούς κυρίως λόγους. Παρ' όλα αυτά προσφέρει χωρίς καμιά αμφιβολία μια ιδέα για το πόσο δημοφιλής είναι ένας ιστότοπος.

BACKLINKS

Έτσι ονομάζονται όλοι οι σύνδεσμοι που οδηγούν σε ένα ιστότοπο και προέρχονται από άλλους ιστότοπους, ιστοσελίδες και ιστολόγια που ανήκουν σε διαφορετικό domain. Ουσιαστικά βοηθούν στην παρακολούθηση των ιστοσελίδων που σχετίζονται με το συγκεκριμένο ιστότοπο. Ο αριθμός και η ποιότητά τους παίζουν σημαντικό ρόλο στο «χτίσιμο» της αξιοπιστίας του ιστότοπου, μιας και παρουσιάζουν όχι μόνο το πόσο δημοφιλής είναι αλλά και το πόσο σημαντικός είναι.

⁶¹ Οι θέσεις κατάταξης αλλάζουν καθημερινά. Οι συγκεκριμένες αναφέρονται στις 02/05/2009.

Υπάρχουν αρκετοί τρόποι για να μετρήσει κανείς τα backlinks, όπως πχ. η χρήση ειδικών εντολών στην γραμμή αναζήτησης των μηχανών αναζήτησης⁶² και η χρήση άλλων ιστότοπων που ασχολούνται με τη συλλογική παρουσίαση των backlinks.⁶³ Τέλος, στην επιστημονική βιβλιογραφία απαντώνται και με τον όρο inbound links.

BLOG

Η έννοια του weblog ξεκίνησε να σχηματοποιείται γύρω στα μέσα της δεκαετίας του '90 από την κοινότητα των χρηστών του διαδικτύου που διατηρούσαν ιστοσελίδες για να περιγράψουν μια καινοτόμο πρακτική ανανέωσης των ιστοσελίδων αυτών με χρονολογημένες και σύντομες εγγραφές που συνήθως περιείχαν σχόλια και links προς άλλους ενδιαφέροντες ιστότοπους. Ο όρος καθαυτός πιστεύεται ότι αναφέρθηκε για πρώτη φορά στις 17 Δεκεμβρίου του 1997 από τον John Barger, ιδιοκτήτη του ιστότοπου "robot wisdom" και προέρχεται από τη σύντμηση των λέξεων web και log, αναφερόμενος ακριβώς σε αυτήν την πρακτική: logging the web, δηλαδή κρατώ ημερολόγιο της πλοήγησής μου στο web. Ο όρος παραπέμπει σε μία σειρά χωρικών μεταφορών μέσα από της οποίες εννοιολογήθηκε ο όρος κυβερνοχώρος και άρα το διαδίκτυο ως θάλασσα πληροφοριών.⁶⁴

Παρά τη διευρυμένη θεματολογία τους υπάρχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά και κριτήρια που συναντώνται στο σύνολο σχεδόν της blog-όσφαιρας. Η αντίστροφη χρονολογική οργάνωση των δημοσιεύσεων (posts) με τον τίτλο και την ημερομηνία δημοσίευσής τους, η χρήση ενεργών υπερσυνδέσμων (hyperlinks) για περισσότερες πληροφορίες καθώς και τα προσωπικά σχόλια των αναγνωστών (comments) αποτελούν αναπόσπαστα και δομικά στοιχεία κάθε blog. Επίσης, τα πιο πρόσφατα posts, αλλά και το πλήρες αρχείο με χρονολογική σειρά, οι σύνδεσμοι με τα αγαπημένα blogs και τους ιστότοπους καθώς και το προφίλ του blogger αποτελούν στοιχεία που δεν λείπουν από κανένα -σχεδόν- blog. Ξεχωριστή σημασία πρέπει να δοθεί και στο moblogging, δηλαδή την αποστολή multimedia υλικού, posts

62 Στη μηχανή αναζήτησης της Google πληκτρολογούμε: [http://www.google.com/search?q=link:η διεύθυνση του ιστότοπου](http://www.google.com/search?q=link:η+διεύθυνση+του+ιστότοπου).

63 Πηγές: <http://www.backlinkwatch.com>, <http://www.xinureturns.com>.

64 Καραμπάσης, Ζ. (2008) «Το blogging στην Ελλάδα: προφίλ, κίνητρα και πρακτικές των ελληνόφωνων bloggers», διπλωματική εργασία στο Μεταπτυχιακό πρόγραμμα «Δυσνητικές κοινωνίες: Ψυχο-κοινωνιολογικές προσεγγίσεις και τεχνικές εφαρμογές», Τμήμα Ψυχολογίας, Πάντειο Πανεπιστήμιο.

ή ακόμα και comments σε ένα blog από κινητό τηλέφωνο, χωρίς να απαιτείται η σύνδεση τηλεφώνου με έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή.

CHAT

Είτε ενσωματωμένα μέσα στην σελίδα, είτε ως αυτόνομες εφαρμογές, τα προγράμματα αποστολής άμεσων μηνυμάτων (chat clients) είναι ο πιο γρήγορος και εύκολος τρόπος επικοινωνίας στο διαδίκτυο. Η δυνατότητα, μάλιστα, αποστολής και παραλαβής αρχείων πολυμέσων τα καθιστούν πολύ εύχρηστα, αντικαθιστώντας πολλές φορές τα προγράμματα αποστολής ηλεκτρονικών μηνυμάτων. Με άλλα λόγια δίνουν μια νέα διάσταση στην επικοινωνία μεταξύ των μελών μιας κοινότητας, προσφέροντας τη δυνατότητα για λήψη αποφάσεων που αφορούν την κοινότητα και την πορεία της από κοινού και σε πραγματικό χρόνο.

CITIZEN JURIES

Μια ομάδα επιλεγμένων πολιτών απαρτίζει ένα ηλεκτρονικό πάνελ όπου μέσα από κατάλληλη εκπαίδευση και ενημέρωση συζητούνται και αξιολογούνται -μέσω του διαδικτύου αλλά και εκτός αυτού- σε τακτά χρονικά οι δημόσιες πολιτικές. Σε αντίθεση με τις ηλεκτρονικές δημοσκοπήσεις που αποτυπώνουν παθητικά τις απόψεις των πολιτών σε συγκεκριμένα ερωτήματα, τα πάνελ πολιτών αξιολογούν δυναμικά τις κυβερνητικές δράσεις.

e-MAGAZINE

Ηλεκτρονική έκδοση που περιλαμβάνει άρθρα, μελέτες, έρευνες, νέα, ανακοινώσεις για συνέδρια και ημερίδες, δράσεις, συνεντεύξεις, αποτελέσματα workshops, τηλεσυνεδρίων, συνεδρίων, παρουσιάσεις βιβλίων, ψηφοφορίες, κτλ.

e-PETITIONS

Τα ηλεκτρονικά συλλογικά αιτήματα δίνουν τη δυνατότητα στους πολίτες να εκφράσουν συλλογικά τα αιτήματά τους. Στηρίζονται στη διαδικασία συλλογής υπογραφών για την προτροπή συνήθως των φορέων άσκησης πολιτικής για τη λήψη μέτρων σε ένα συγκεκριμένο ζήτημα. Η συμμετοχή σε αυτά μπορεί να γίνει και επωνύμως και ανωνύμως και είναι κατάλληλα για την ανάδειξη προβλημάτων και τον καθορισμό προτεραιοτήτων στη διαμόρφωση πολιτικών.

Σε αντίθεση με τις ηλεκτρονικές δημοσκοπήσεις, η όλη διαδικασία ξεκινά με πρωτοβουλία των πολιτών. Συνήθως κάποια ομάδα πολιτών στοιχειοθετεί μία απαίτηση προς την πολιτεία ή τους φορείς της, την αναρτά σε ένα ιστότοπο και συλλέγει ηλεκτρονικές υπογραφές για να στηρίξει την απαίτησή τους.

e-POLLS

Οι ηλεκτρονικές δημοσκοπήσεις βασίζονται στη χρήση on-line ερωτηματολόγιων για τη διερεύνηση απόψεων και στάσεων των πολιτών σε θέματα που το κράτος ή μια δημοτική αρχή θεωρεί σημαντικά. Προσφέρουν τη δυνατότητα της μαζικής συμμετοχής και της άμεσης ανάλυσης των αποτελεσμάτων, ωστόσο οι ερωτήσεις και οι ανοιχτές ερωτήσεις πρέπει να είναι σχετικά σύντομες και απλές.

e-VOTING

Με τον όρο αυτό εννοείται η διεξαγωγή ψηφοφοριών μέσω των νέων τεχνολογιών και ιδιαίτερα του διαδικτύου, χωρίς να είναι απαραίτητη η προσέλευση των πολιτών σε κάποιο συγκεκριμένο φυσικό χώρο, όπως πχ. το εκλογικό τμήμα. Η διαδικασία μπορεί να λάβει χώρα είτε εντός των εκλογικών τμημάτων, υπό την επίβλεψη των αρμόδιων διοικητικών αρχών, είτε σε οποιοδήποτε ιδιωτικό χώρο.

Τα ουσιαστικά στοιχεία που συνθέτουν τη διαδικασία της ηλεκτρονικής ψηφοφορίας και συνηγορούν στη μεγάλη αύξηση του ποσοστού πολιτικής συμμετοχής είναι η δυνατότητα άσκησης του εκλογικού δικαιώματος από απόσταση και η χρήση αυτοματοποιημένων μεθόδων για την οργάνωση και τη διεξαγωγή της ψηφοφορίας.

FORUM

Πρόκειται για μια ασύγχρονη μορφή επικοινωνίας και συζήτησης μέσω μηνυμάτων που δημοσιεύονται και είναι προσβάσιμα σε ειδικό χώρο στον ιστότοπο. Κατά αυτόν τον τρόπο, όλοι οι συμμετέχοντες έχουν τη δυνατότητα να αναγνώσουν τα δημοσιευμένα μηνύματα, να απαντήσουν σε υπάρχοντα μηνύματα ή ακόμα και να δημιουργήσουν ένα νέο θέμα εισάγοντας ένα μήνυμα δημιουργίας νέας συζήτησης (discussion thread).

Ο ρόλος της υπηρεσίας αυτής είναι πολλαπλός. Πρώτα απ' όλα προσφέρει την

απόκτηση των δεξιοτήτων και τη γνωριμία με τις συμπεριφορές που διέπουν τις ασύγχρονες συζητήσεις αυτού του είδους, και επιπρόσθετα, δίνει νέα ώθηση στην επικοινωνία και την αλληλεπίδραση μεταξύ των συμμετεχόντων για συζήτηση που τα αφορά. Ουσιαστικά, προσφέρει τη δυνατότητα για αναστοχασμό, συμβάλλει στη δημιουργία της αίσθησης της συλλογικότητας και του ανήκειν. Ακόμη, επιτρέπει τη διαμόρφωση κοινών στόχων και αποφάσεων, λειτουργώντας συμπληρωματικά ως προς την υπηρεσία της σύγχρονης επικοινωνίας.⁶⁵

NEWSLETTER

Το newsletter είναι το ενημερωτικό δελτίο προώθησης μιας εταιρείας και των προϊόντων ή/και υπηρεσιών της, το οποίο αποστέλλεται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Το δελτίο αυτό μπορεί να αποστέλλεται περιστασιακά ή ανά τακτά χρονικά διαστήματα και να απαρτίζεται από ειδήσεις, ανακοινώσεις, προσφορές, αναλύσεις, πληροφόρηση, χρήσιμες συμβουλές, απαντήσεις σε συχνές ερωτήσεις, υπενθυμίσεις ή ακόμη και προειδοποιήσεις, διατηρώντας πάντοτε τον ενημερωτικό του χαρακτήρα. Το περιεχόμενό τους δεν είναι ορατό στο ευρύ κοινό, αφού αποστέλλονται μόνο σε όσους εγγράφονται σε αυτά.

Η πρακτική της αποστολής ενημερωτικών δελτίων ξεκίνησε πριν από μερικά χρόνια από τα online περιοδικά, τα οποία έδιναν στο χρήστη τη δυνατότητα να λαμβάνει μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του το σύνολο ή μέρος του τελευταίου τους τεύχους. Σύντομα όμως τα πλεονεκτήματα αυτής της πρακτικής έγιναν αντιληπτά από όλους, και σήμερα η έκδοση ενός newsletter αποτελεί κανόνα για κάθε εταιρικό ή ακόμη και μη κερδοσκοπικό ιστότοπο.⁶⁶

PODCASTING

Το podcasting είναι τη νέα τάση τόσο των ερασιτεχνών όσο και των επαγγελματιών μουσικών παραγωγών στο διαδίκτυο, μιας και αποτελεί ένα είδος ραδιοφώνου on demand, δηλαδή ραδιόφωνο που μπορεί κανείς να ακούσει όποτε αυτός το ζητήσει. Η ίδια η λέξη είναι σύνθεση των λέξεων iPod (συσκευή αναπαραγωγής αρχείων ήχου τύπου mp3 της Apple) και casting (από το “broadcasting” που σημαίνει

⁶⁵ Κούρτη, Ε. (2003) «Η επικοινωνία στο διαδίκτυο», Αθήνα: εκδ. Ελληνικά Γράμματα.

⁶⁶ Hellas On Line, Ναυτεμπορική «Δημιουργία και αποστολή Newsletter: Προωθήστε το δικτυακό σας τόπο εύκολα και γρήγορα».

εκπέμπω ραδιοσήματα σε ένα ολόκληρο πληθυσμό σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή και για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο). Φυσικά, το podcasting δεν σχετίζεται αποκλειστικά με τη συγκεκριμένη ηλεκτρονική συσκευή, αλλά με οποιοδήποτε συνδυασμό τόσο λογισμικού που επιτρέπει το κατέβασμα, όσο και υλικού που είναι σε θέση να αναπαραγάγει τις σύγχρονες μορφές των ψηφιακών ηχητικών αρχείων.

Ο τρόπος λειτουργίας του είναι εξαιρετικά απλός. Ο δυνητικός ραδιοφωνικός παραγωγός (podcaster) που επιθυμεί να δημιουργήσει και να μοιράσει ένα αρχείο ήχου, ηχογραφεί τις εκπομπές του (από επαγγελματικού επιπέδου δελτία ειδήσεων μέχρι τα αγαπημένα του τραγούδια), τις μετατρέπει σε ψηφιακά αρχεία (συνήθως mp3, wma ή rar) και τις ανεβάζει στο διαδίκτυο, απ' όπου οι χρήστες μπορούν να εγγραφούν συνδρομητές του και να τις κατεβάσουν στον υπολογιστή τους, στο κινητό ή στο mp3 player για να τις ακούσουν offline οπουδήποτε και οποτεδήποτε αυτοί θέλουν.

PORTAL

Δεν είναι τίποτα άλλο από αυτό που αναφέρουν και τα ετυμολογικά λεξικά: μια είσοδος, μια αφετηρία για την πλοήγησή μας στον παγκόσμιο ιστό. Για την ακρίβεια είναι ιστότοποι που περιέχουν πλήθος κατηγοριοποιημένων υπερσυνδέσμων για διάφορα θέματα, έτσι ώστε οι χρήστες να βρίσκουν εύκολα και γρήγορα τις πληροφορίες για τα αντικείμενα που τους ενδιαφέρουν, ενώ πολλές φορές λειτουργούν και ως μηχανές αναζήτησης.

Τα portals διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες: τα οριζόντια και τα κάθετα. Τα περιεχόμενο των οριζόντιων άπτεται πολλών διαφορετικών θεμάτων, ενώ τα κάθετα προσφέρουν μεγαλύτερη ποικιλία επιλογών σε περιορισμένο αριθμό θεμάτων.⁶⁷ Συνήθως αποτελούν ιστότοπους συγκέντρωσης γνώσης και πληροφορίας σε συνδυασμό με μια μηχανή αναζήτησης (εσωτερική ή εξωτερική).

Ενα από τα βασικότερα μειονεκτήματά τους (στο σύνολό τους) είναι ο στατικός χαρακτήρας τους, αφού οι χρήστες δεν έχουν τη δυνατότητα να παρέμβουν και να

⁶⁷ Πηγή: <http://www.technowatch.aueb.gr/advice/portals/portal2.htm>

τροποποιήσουν τα δεδομένα και τις πληροφορίες που περιέχουν.

RSS FEED

Το RSS (Really Simple Syndication) είναι ένα format ανταλλαγής περιεχομένου, βασισμένο στη γλώσσα προγραμματισμού XML και την τεχνολογία Atom. Σκοπός του είναι η δημιουργία μιας περίληψης του περιεχομένου της ιστοσελίδας και η αυτοματοποιημένη αποστολή της καθώς και του συνδέσμου προς την αντίστοιχη ιστοσελίδα στην οποία βρίσκεται αποθηκευμένη ολόκληρη η είδηση.

Οι εφαρμογές που χρησιμοποιούνται για να πετύχουμε κάτι τέτοιο ονομάζονται RSS Aggregators και είναι σε θέση να αποστέλλουν όχι μόνο κείμενο, αλλά και ήχο και εικόνα, προσφέροντας έτσι όχι μόνο πρόσβαση σε ένα τεράστιο όγκο δεδομένων, αλλά και τη δυνατότητα επιλογής των θεμάτων, για τα οποία ενδιαφερόμαστε. Τα RSS μπορούν να προστεθούν ως επιπρόσθετα στοιχεία (add on) σε άλλα προγράμματα, όπως φυλλομετρητές, προγράμματα διαχείρισης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή ακόμα και να σταλούν σε κινητά τηλέφωνα, PDA's και σε MP3 players. Τέλος, είναι δυνατή και η ενσωμάτωσή τους ακόμα και στα blogs, ως ένα ξεχωριστό κανάλι παρακολούθησης συγκεκριμένων blogs, χωρίς να απαιτείται η «χειρωνακτική» έρευνα για τυχόν ανανεώσεις στα posts τους.

WIKI

Ξεχωριστή κατηγορίας ιστότοπων, που επιτρέπουν στον οποιονδήποτε να δημιουργήσει και να επεξεργαστεί τις σελίδες του. Το όνομα προέρχεται από την αργκό του διαδικτύου και συγκεκριμένα είναι συντόμευση του όρου WikiWikiWeb, όπου wikiwiki είναι μια χαβανέζικη λέξη που σημαίνει «γρήγορα». Εμπνευστής των Wikies είναι ο Ward Cunningham, ο οποίος δημιούργησε το πρώτο wiki το 1995.

Σε ένα wiki, διάφορα άτομα μπορούν να γράφουν μαζί και αν κάποιος κάνει ένα λάθος, ο επόμενος μπορεί να το διορθώσει ή και να προσθέσει κάτι νέο στην σελίδα, πράγμα που επιτρέπει τη συνεχή βελτίωση και ενημέρωσή της μέσω της συλλογικής εργασίας. Ο σκοπός και οι κανόνες από wiki σε wiki όπως είναι αναμενόμενο διαφέρουν. Υπάρχουν πολλά στα οποία διεξάγονται συζητήσεις, και άλλα όπως πχ. η Βικιπαίδεια (Wikipedia), το διασημότερο wiki, που έχουν τη μορφή ελεύθερης

εγκυκλοπαίδειας, η οποία αναπτύσσεται χάρη στην εθελοντική προσπάθεια των χρηστών της. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μιας και όλοι όσοι ασχολούνται, μπορούν να δημιουργήσουν νέα άρθρα ή να βελτιώσουν και διορθώσουν όσα ήδη υπάρχουν. Κάθε συνεισφορά, εξάλλου, καταγράφεται στο ιστορικό των σελίδων που αποθηκεύεται και φαίνεται στις πρόσφατες αλλαγές της εκάστοτε σελίδας/ άρθρου.

2.4 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΩΝ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΡΙΑΣ ΠΛΟΗΓΗΣΗΣ

Ένας ιστότοπος μπορεί να δημιουργηθεί είτε μέσω κάποιου προγράμματος κατασκευής ιστοσελίδων (html editors), είτε μέσω συγγραφής κώδικα (html, php, κλπ.), είτε με το συνδυασμό τους. Ωστόσο, πιο διαδεδομένα είναι τα προγράμματα κατασκευής ιστοσελίδων, καθώς επιτρέπουν στο χρήστη -όσο άπειρος κι αν είναι- να δημιουργήσει έναν ιστότοπο μέσα από την επιλογή έτοιμων προτύπων (templates). Τη δεύτερη λύση, αυτή της συγγραφής κώδικα, ακολουθούν οι επαγγελματίες σχεδιαστές, που θέλουν να πρωτοτυπήσουν και να δημιουργήσουν κάτι μοναδικό.⁶⁸

Σε όλη τη διάρκεια της πορείας ολοκλήρωσης της κατασκευής ενός δικτυακού τόπου προκύπτουν δεκάδες ερωτήματα που σχετίζονται με το είδος και το μέγεθος των εφαρμογών που θα χρησιμοποιηθούν, την εμφάνιση των ιστοσελίδων, την οργάνωση της πληροφορίας, τη λειτουργικότητα, την ευχρηστία, το «πώς» και το «πού» θα τοποθετηθούν τα διαφημιστικά μέσα, καθώς και άλλα κρίσιμα ζητήματα. Δεν καταπιάστηκαν όμως όλοι οι κατασκευαστές με τα ανωτέρω θέματα και γι' αυτό παρατηρείται έντονα το φαινόμενο ύπαρξης ιστότοπων χωρίς γραφιστική επιμέλεια ή με υπερβολικά γραφικά και εικόνες ή με σελίδες που δεν παρέχουν παρά ελάχιστη πληροφόρηση, λειτουργώντας ακόμη και αποτρεπτικά, απωθώντας το χρήστη από το να τους επισκεφθεί ξανά.

Ένας από τους βασικούς λόγους εμφάνισης αυτού του φαινομένου είναι η έλλειψη φιλοσοφίας και σχεδιασμού κατά τη διάρκεια κατασκευής των ιστότοπων. Η φιλοσοφία αφορά στις κατευθυντήριες γραμμές, μιας και κάθε ιστότοπος πρέπει να απαντά σε μερικά απλά αλλά βασικά ερωτήματα: σε ποιους απευθύνεται, ποιος είναι ο σκοπός της παρουσίασης του και σε τι προσδοκά ο διαχειριστής του από τη χρήση του διαδικτύου. Φυσικά, ο σχεδιασμός αφορά στα τεχνικά χαρακτηριστικά που προδιαγράφουν το δικτυακό τόπο, όπως λχ. ο τρόπος παρουσίασης και εμφάνισης της πληροφορίας, η ταχύτητα πρόσβασης, το μέγεθος της παρουσίασης, κλπ.

68 η-Επιχειρείν: Αφιέρωμα: Εταιρική παρουσία στο Διαδίκτυο/Χρήσιμα εργαλεία «Βελτίωση της συνολικής εμπειρίας των online χρηστών: Τελευταία στοιχεία και πρακτικές»,
(Πηγή: http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=1551).

Υπάρχουν δύο βασικοί τρόποι προσέγγισης στο σχεδιασμό μιας ιστοσελίδας: η γραφιστική μέθοδος και η μέθοδος της τεχνικής προσέγγισης. Στη γραφιστική μέθοδο σχεδιασμού, ο σχεδιαστής-γραφίστας δίνει το βάρος της σχεδίασης στην καλαισθησία, στην ψυχολογία του χρήστη και τον εντυπωσιασμό μέσω οπτικοακουστικών εφέ. Αντίθετα, η τεχνική προσέγγιση του σχεδιασμού λαμβάνει υπόψη κανόνες και τεχνικούς περιορισμούς, που οδηγούν στη σχεδίαση ενός εύχρηστου περιβάλλοντος επικοινωνίας με τον επισκέπτη, γεγονός που καθιστά την πλοήγηση ευκολότερη.

Σχεδιάζοντας την κάθε ιστοσελίδα υπάρχει ένα σύνολο κρίσιμων σημείων, τα οποία πρέπει να λαμβάνει υπόψη ο σχεδιαστής γιατί φέρνουν συνήθως σε σύγκρουση τη γραφιστική και την τεχνική προσέγγιση. Τα κυριότερα είναι η περιεκτικότητα πληροφορίας, η ταχύτητα πλοήγησης και η χρήση πολυμεσικού υλικού. Εκτός από αυτά όμως υπάρχουν και ορισμένα σημεία που αναφέρονται σε ολόκληρο τον ιστότοπο και πρέπει να προσεχθούν ιδιαίτερα όπως πχ. η αρχική σελίδα, ο τρόπος πλοήγησης, η δυνατότητα αναζήτησης πληροφορίας, ο ορθός κώδικας συγγραφής τους και η κατάλληλη χρήση μεταδεδομένων (metadata).

Η αρχική σελίδα είναι η πρώτη με την οποία έρχεται σε επαφή ο χρήστης και σίγουρα παίζει κύριο ρόλο στην αξιολόγηση όλου του δικτυακού τόπου από τον επισκέπτη. Πρωταρχικός στόχος της αρχικής σελίδας είναι να απαντά στα ερωτήματα «πού βρίσκομαι» και «τι δείχνει αυτός ο ιστότοπος». Επίσης, στην αρχική σελίδα θα πρέπει να παρουσιάζονται οι πιο πρόσφατες ανακοινώσεις αλλά και κάποια σημαντικά κομμάτια πληροφορίας που ο διαχειριστής επιθυμεί να κοινοποιήσει.

Ο επισκέπτης ενός ιστότοπου θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να κινείται με ευκολία και χωρίς να χάνεται. Συγκεκριμένα, το περιβάλλον πλοήγησης που υπάρχει θα πρέπει να τον πληροφορεί σχετικά το πού βρίσκεται, ποιες σελίδες ή συνδέσμους έχει ήδη επισκεφθεί, αλλά και πού βρίσκονται οι επιλογές πλοήγησης, ώστε να είναι δυνατή η πλήρης κατανόηση της δομής του ιστότοπου.

Ακόμα, κάθε σωστά διαμορφωμένος ιστότοπος παρέχει στους χρήστες έναν

εναλλακτικό τρόπο εύρεσης πληροφοριών από αυτόν της πλοήγησης: τη χρήση μιας μηχανής αναζήτησης. Ωστόσο, με την υπερπληθώρα της πληροφορίας, ο εντοπισμός και η εμφάνιση των κατάλληλων αποτελεσμάτων δεν ικανοποιούν πάντοτε τα κριτήρια εύρεσης του χρήστη. Λύση στο πρόβλημα αυτό έδωσε ο Tim Berners Lee με το σημασιολογικό ιστό (semantic web) όπου οι πληροφορίες συνοδεύονται και από εννοιολογικά δεδομένα σχετικά με αυτές, ώστε να είναι δυνατή η κατανόησή τους και από τις μηχανές αναζήτησης.

Εναλλακτικά, ο Nielsen (Nielsen J., 1990) προτείνει τους εξής δέκα όρους που πρέπει να πληρούνται για να ικανοποιούνται οι απαιτήσεις ευχρηστίας ενός συστήματος:⁶⁹

1. **Ορατότητα της κατάστασης του συστήματος** (visibility of system status): Το σύστημα πρέπει να κρατά πάντα ενήμερους τους χρήστες για την κατάστασή του, μέσω κατάλληλων πληροφοριών απόκρισης σε λογικό χρονικό διάστημα.
2. **Εναρμονισμός συστήματος και πραγματικού κόσμου** (match between system and the real world): Το σύστημα πρέπει να αποκρίνεται σε «γλώσσα» κατανοητή από το χρήστη και η πληροφορία να παρουσιάζεται με φυσικό τρόπο και λογική σειρά.
3. **Ελεγχος από το χρήστη και ελευθερία κινήσεων** (user control and freedom): Οι χρήστες συχνά ενεργούν κατά λάθος και δεν μπορούν να «επανορθώσουν» βάσει των εργαλείων που τους παρέχονται. Κάθε σύστημα πρέπει να προσφέρει δυνατότητες αναίρεσης και επανάληψης.
4. **Συνέπεια και σταθερότητα** (consistency and standards): Οι χρήστες δεν πρέπει να αμφιταλαντεύονται για το νόημα συγκεκριμένων λέξεων, καταστάσεων ή ενεργειών. Πρέπει να χρησιμοποιούνται ενιαίοι και σταθεροί κανόνες σε όλες τις περιπτώσεις.
5. **Παρεμπόδιση σφαλμάτων** (error prevention): Ένας καλός σχεδιασμός που αποτρέπει προβλήματα εκ των προτέρων είναι πολύ καλύτερη τεχνική από τη χρήση μηνυμάτων λάθους.
6. **Αναγνώριση και όχι ανάκληση** (recognition rather than recall): Τα

69 Nielsen, J., Molich, R. (1990) "Improving a human-computer dialogue", Communications of the ACM 33, 3 (March), 338-348 (Πηγή: http://www.useit.com/papers/heuristic/heuristic_list.html).

αντικείμενα, οι ενέργειες και οι επιλογές πρέπει να είναι ορατά. Ο χρήστης δεν μπορεί να θυμάται πληροφορίες κατά τη διάρκεια της πλοήγησής του από μια σελίδα σε μια άλλη. Οι οδηγίες για τη χρήση του συστήματος πρέπει να είναι επίσης ορατές και διαθέσιμες όποτε χρειαστούν.

7. **Προσαρμοστικότητα και αποδοτικότητα** (flexibility and efficiency of use):

Το σύστημα πρέπει να επιτρέπει τόσο στους έμπειρους όσο και στους άπειρους χρήστες να διαμορφώνουν τον τρόπο και την ταχύτητα με την οποία αλληλεπιδρούν με το σύστημα, σύμφωνα με τα δικά τους κριτήρια.

8. **Αισθητική και απλός σχεδιασμός** (aesthetic and minimalist design):

Κάθε αντικείμενο ή οθόνη πρέπει να περιέχει μόνο τις απαραίτητες για το χρήστη πληροφορίες. Κάθε επιπλέον πληροφορία μπορεί να τον αποπροσανατολίσει και να τον αποτρέψει από να τη χρησιμοποιήσει.

9. **Βοήθεια για αναγνώριση, διάγνωση και διόρθωση λαθών** (help users recognize, diagnose, and recover from errors):

Τα μηνύματα λάθους πρέπει να εκφράζονται σε απλή και κατανοητή γλώσσα. Επίσης πρέπει να εντοπίζουν επακριβώς το πρόβλημα και να προτείνουν σαφώς τη λύση.

10. **Παροχή Βοήθειας και τεκμηρίωσης** (help and documentation):

Παρ' όλο που είναι καλύτερο να μπορεί ο χρήστης να χρησιμοποιήσει το σύστημα χωρίς να χρειάζεται να ανατρέξει σε οποιοδήποτε ηλεκτρονικό εγχειρίδιο, πολλές φορές η παροχή ενός εγγράφου λεπτομερούς τεκμηρίωσης είναι απαραίτητη. Κάθε τέτοιου είδους πληροφορία πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμη, ακριβής και όχι πολύ μεγάλη.

2.5 ΣΤΟΧΟΘΕΣΙΑ & ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Οι μετασχηματιστικές ΜΚΟ έχουν ήδη δείξει την ικανότητά τους να καταρτίζουν προγράμματα δράσης, να διαμορφώνουν αποτελέσματα, να νομιμοποιούν και να υιοθετούν λύσεις, συμβάλλοντας στη δημιουργία νέων νοηματοδοτήσεων στην κοινωνία, ενώ οι ηγέτες τους προωθούν ήδη μια νέα θεώρηση της πραγματικότητας, όπως επίσης και αντιθετικές απόψεις και λύσεις σε σχέση με τις δογματικές μορφές σκέψης και δράσης.

Ετσι, στόχος της έρευνας, που διενεργήθηκε την περίοδο Ιανουαρίου - Φεβρουαρίου 2009, είναι να αξιολογήσει το βαθμό αποτελεσματικής χρήσης του διαδικτύου και των εργαλείων του Web 2.0 από τις μετασχηματιστικές ΜΚΟ. Συγκεκριμένα, εξετάζεται τόσο ο σκοπός της παρουσίας των ΜΚΟ στον παγκόσμιο ιστό -δηλαδή οι λειτουργίες που επιτελούν μέσω των ιστότοπών τους- όσο και ο βαθμός στον οποίο οι ιστότοποι αυτοί είναι λειτουργικοί και αποτελεσματικοί στο να επιτελέσουν τις λειτουργίες τους. Από τα αποτελέσματα της έρευνας καθορίζεται τόσο το εάν οι ΜΚΟ χρησιμοποιούν την προβολή τους στον παγκόσμιο ιστό μονάχα ως παθητικό μέσο παροχής πληροφοριών ή ως όχημα για ουσιαστική, αμφίδρομη και αλληλεπιδραστική επικοινωνία.

Ακόμα, η παρούσα έρευνα στοχεύει και στο να προσφέρει μια διευρυμένη ομάδα κριτηρίων (ένα σετ αξιολόγησης) που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη βελτίωση της διαδικτυακής παρουσίας και την αξιολόγηση της αποτελεσματικής χρήσης των διαδικτυακών υπηρεσιών και άλλων πολιτικών σχηματισμών στο διαδίκτυο.

Σε πλήρη συμφωνία με τα παραπάνω, και επειδή ο αριθμός των ελληνικών ΜΚΟ είναι τεράστιος, επιλέχθηκαν 60 από αυτές που μοιράζονται ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό: λειτουργούν -θεωρητικά τουλάχιστον και απ' όσα φαίνονται στους ιστότοπούς τους- ως ενεργοί συνδιαμορφωτές των πολιτικών αποφάσεων της χώρας. Είναι δηλαδή μετασχηματιστικές ΜΚΟ και θα αποτελέσουν το δείγμα της έρευνας αυτής. Η αναλυτική λίστα τους παρατίθεται στο παράρτημα.

Από την ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας καθώς και των ερευνών στο

διαδίκτυο, προκύπτει πως πολλοί είναι οι ερευνητές που διεξήγαγαν παρόμοιες έρευνες και καθιέρωσαν κριτήρια για την αξιολόγηση των ιστότοπων. Μάλιστα, όσο αυξάνεται η χρήση του διαδικτύου από τις ΜΚΟ, άλλο τόσο αυξάνεται και η σχετική βιβλιογραφία, κυρίως σε ό,τι αφορά στους λόγους υιοθέτησης του διαδικτύου και την αποτελεσματικότητα της χρήσης του.

Ωστόσο, το μεγαλύτερο κομμάτι των ερευνών για τους ιστότοπους πολιτικών σχηματισμών (κόμματα, ΜΚΟ) είναι ποσοτικής φύσης. Ετσι, αν και παρέχουν μια ενδελεχή εικόνα της ανάπτυξης των ιστότοπων αυτών, δεν προσφέρουν και τα κατάλληλα εργαλεία για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητάς τους. Ήταν οι Gibson και Ward (Gibson R., Ward S., 2000)⁷⁰ που τόνισαν και την ποιοτική διάσταση της αξιολόγησης των ιστότοπων των πολιτικών σχηματισμών και πρότειναν μια τυποποιημένη μέθοδο αξιολόγησής τους. Ειδικότερα, οι ερευνητές χρησιμοποίησαν ένα σύστημα κωδικοποίησης διαφορετικών κριτηρίων, επιχειρώντας κατ' αυτόν τον τρόπο να αξιολογήσουν και να συγκρίνουν όσο πιο αντικειμενικά γίνεται τους πολιτικούς ιστότοπους, αξιολογώντας όχι μόνο το σκοπό και τη λειτουργία τους, αλλά και την αποτελεσματικότητά τους στη διανομή αυτών των σκοπών και λειτουργιών.

Στην παρούσα έρευνα τα κριτήρια αξιολόγησης των ιστότοπων των επιλεγμένων ΜΚΟ προέρχονται από μία προσαρμογή της μεθόδου των Gibson και Ward που εμπλουτίστηκε με καινούργια στοιχεία που αφορούν στο Web 2.0 και συγκροτείται από έξι βασικούς άξονες ανάλυσης και αξιολόγησης των ιστότοπων:

- **τα περιγραφικά χαρακτηριστικά** (descriptive information)
- **την οργανωτική δομή** (structure)
- **το περιεχόμενο** (content)
- **την πλοήγηση** (navigation)
- **τη μορφολογία** (morphology)
- **τη συμμετοχή** (participation)

⁷⁰ Gibson, R., Ward, S. (2000) "A proposed methodology for studying the function and effectiveness of party and candidate Websites", Social Science Computer Review, 18(3).

Ωστόσο, οι παραπάνω άξονες αν και προσφέρουν χρήσιμα συμπεράσματα σε ό,τι αφορά στη δομή και τη λειτουργία των πολιτικών ιστότοπων, δεν είναι σε θέση να παράγουν αποτελέσματα κοινωνιολογικής αξίας και σημασίας χωρίς την αναστοχαστική επαναταξινόμησή τους που θα τους «απαλλάξει» από τη μονοδιάστατη επικοινωνιολογική προσέγγιση της έρευνας και αξιολόγησης. Και αυτό γιατί η ταξινόμηση, αλλά και η χρήση τους υπακούουν σε λογικές προερχόμενες κυρίως από τον κόσμο της τεχνολογίας, ενώ η κοινωνική τους διάσταση μοιάζει να επικεντρώνεται στο πεδίο μονοδιάστατων προσεγγίσεων περισσότερο επικοινωνιολογικού, παρά κοινωνιολογικού χαρακτήρα και ποσοτικού τύπου μετρήσεις. Έτσι, παρότι θεωρήθηκε σκόπιμη η υιοθέτηση των εδραιωμένων ταξινομήσεων ως εργαλείου ποσοτικής, κυρίως, καταγραφής και οργάνωσης των επιμέρους χαρακτηριστικών των πολιτικών ιστότοπων, συνδυάστηκε με τη λογική της ποιοτικής ανασύνθεσης των κριτηρίων αξιολόγησης.

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας συνίσταται από 81 επιμέρους κριτήρια-ερωτήματα, που είναι κατανεμημένα στους έξι προαναφερθέντες άξονες, και παρατίθεται στο παράρτημα. Ωστόσο, δεν πρόκειται για ένα ερωτηματολόγιο το οποίο αποστάλθηκε και συμπλήρωσαν οι επισκέπτες των ιστότοπων ή τα μέλη των ΜΚΟ, αλλά το σύνολο κριτηρίων-δεικτών για την αξιολόγηση των μετασχηματιστικών ΜΚΟ του δείγματος που προέκυψε από τα βασικά κριτήρια των Gibson και Ward που υπάρχουν για την προσβασιμότητα στον Παγκόσμιο Ιστό και εμπλουτίστηκε με καινούργια στοιχεία που αφορούν στο Web 2.0 και τη χρήση του από τις ΜΚΟ.

Πρέπει εδώ να τονιστεί, πως τα επιλεγμένα κριτήρια-ερωτήματα, στα οποία βασίστηκε η έρευνα, είναι το αποτέλεσμα μιας εξειδικευμένης προσαρμογής των κριτηρίων που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση των γενικότερων πόρων του διαδικτύου, με τον ίδιο σχεδόν τρόπο που τα τελευταία προέκυψαν ως αποτέλεσμα μιας προγενέστερης προσαρμογής των κριτηρίων που ήδη χρησιμοποιούνταν για την αξιολόγηση τυπωμένου υλικού στις ανάγκες μελέτης του διαδικτύου.

Για την ανάλυση των κριτηρίων της ποιοτικής έρευνας χρησιμοποιήθηκαν μια σειρά από τεχνικές και εργαλεία. Ειδικότερα, η καταμέτρηση των σπασμένων (broken)

ή/και νεκρών συνδέσμων (dead links) του κάθε ιστότοπου έγινε με τη χρήση του on-line εργαλείου Link Checker του W3C (<http://validator.w3.org/checklink>), ο έλεγχος της συντακτικής ορθότητας του κώδικα HTML του κάθε ιστότοπου έγινε με τη χρήση του on-line εργαλείου Markup Validator Service του W3C (<http://validator.w3.org>) και η αξιολόγηση της συμβατότητας με συγκεκριμένα πρότυπα πρόσβασης των ΑμΕΑ (Section 508) έγινε με τη χρήση του on-line εργαλείου HiSoftware Cynthia (<http://www.contentquality.com>).

Στη συνέχεια, η αξιολόγηση του μεγέθους της αρχικής σελίδας και ο προσδιορισμός του απαραίτητου χρόνου φόρτωσης για ένα χρήστη με παλαιότερη τεχνολογία και μη ευρυζωνική σύνδεση με τη χρήση του on-line εργαλείου Web Page Analyzer 0.98 (<http://www.websiteoptimization.com/services/analyze>), η καταμέτρηση του μέσου αριθμού επισκεπτών καθημερινά στον ιστότοπο με τη χρήση του on-line εργαλείου Statbrain (<http://statbrain.com>), η καταμέτρηση των backlinks έγινε με τη βοήθεια της μηχανής αναζήτησης Google (<http://www.google.com>), ενώ η θέση του ιστότοπου στην παγκόσμια κατάταξη προήλθε από την Alexa (<http://www.alexa.com>).

Επιπλέον, καταμετρήθηκαν -όπου ήταν δυνατό- ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών, ο συνολικός αριθμός των μελών, ο συνολικός αριθμός των μηνυμάτων και των δημοσιεύσεων στα forum και τα blog, καθώς και η ύπαρξη αναφοράς στην ελληνική έκδοση της διαδικτυακής εγκυκλοπαίδεια wikipedia (<http://el.wikipedia.org/wiki>), αλλά και η ύπαρξη προφίλ στο Facebook (<http://www.facebook.com>).

Αναφορικά με τη διαδραστικότητα της επικοινωνίας με τους πολίτες, αποστάλθηκε ένα e-mail -με τα πραγματικά στοιχεία- στις ηλεκτρονικές διευθύνσεις επικοινωνίας όλων των ΜΚΟ του δείγματος, στο οποίο διατυπωνόταν το αίτημα της γνωστοποίησης του αριθμού των μελών της εκάστοτε ΜΚΟ. Ελήφθησαν μονάχα επτά απαντήσεις, ενώ μάλιστα μία ΜΚΟ αρνήθηκε να γνωστοποιήσει οποιοδήποτε στοιχείο της. Το γεγονός αυτό και μόνο οδηγεί προς μια κατεύθυνση σχετικά με το ποια είναι η περιρρέουσα αντίληψη για τη διαδραστική διάσταση του διαδικτύου.

Φυσικά, η συλλογή των βασικών πληροφοριών για όλες τις ελληνικές ΜΚΟ που προτίθενται να συνδιαμορφώσουν τις ακολουθούμενες πολιτικές, στηρίζεται κυρίως στο περιεχόμενό τους, το οποίο και παρέχει ένα χρήσιμο πλαίσιο αναφοράς. Και αυτό το περιεχόμενο δεν είναι στατικό -ή τουλάχιστον σε καμία περίπτωση δεν θα έπρεπε να είναι. Ετσι, καθίσταται επιτακτική η συλλογή του με χρήση κατάλληλου λογισμικού και η αποθήκευσή του ανά τακτά χρονικά διαστήματα, για τη δημιουργία ενός στιγμιότυπου του ιστότοπου τη συγκεκριμένη στιγμή. Ωστόσο, για να διασφαλιστεί η ορθότητα του πλαισίου αναφοράς πρέπει τα στιγμιότυπα αυτά να ανανεώνονται συχνά.

Εκτός, όμως, από τα κριτήρια των Gibson και Ward, υπάρχουν και άλλοι δείκτες αξιολόγησης των πολιτικών ιστότοπων, όπως λχ. αυτοί που πρότειναν οι Conway & Dorner (Conway M., Dorner D., (2004):⁷¹

1. **Εφοδιασμός πληροφορίας** (information provision), που εξετάζει ποιοι παράγοντες είναι παρόντες ή απόντες στις «ροές φόρτωσης της πληροφορίας».
2. **Αναπαραγωγή των πληροφοριών** (resource generation), που εξετάζει συνδυαστικά παράγοντες μέτρησης στοιχείων όπως η δωρεά, η αγορά και το τι σημαίνει να είναι κάποιος μέλος ενός ιστότοπου.
3. **Συμμετοχή** (participation), που κωδικοποιεί με βάση το αν εμφανίζονται ή όχι παράγοντες όπως η ύπαρξη e-mail, feedback και chat, board wall και online συζητήσεις.
4. **Δικτύωση** (networking), που μετράει τις συνδέσεις μέσα και έξω από τον ιστότοπο.
5. **Καμπάνια** (campaigning), που κωδικοποιεί με βάση το αν εμφανίζονται ή όχι παράγοντες όπως η αρνητική διαφήμιση, το credit claiming, η συμμετοχή σε online καμπάνιες και η εγγραφή συνδρομητών σε newsletters.

71 Conway, M., Dorner, D. (2004) "An evaluation of New Zealand political party Websites", Information Research, 9(4).

Τέλος, για τη χρήση και την «ωφελιμότητα» των πολιτικών ιστότοπων το Hiser Group (εταιρεία ερευνών στην Αυστραλία) προτείνει 7 γενικά κριτήρια για την αξιολόγησή τους:⁷²

1. **Περιεχόμενο** (content), που εξετάζει πόσο χρήσιμες είναι οι πληροφορίες και οι λειτουργίες που διανέμονται μέσω του ιστότοπου στο συγκεκριμένο ακροατήριο.
2. **Δομή** (structure), που εξετάζει το πόσο καλά οργανώνεται το περιεχόμενο του ιστότοπου.
3. **Πλοήγηση** (navigation), που εξετάζει το πόσο εύκολο και προφανές είναι να κινηθεί ένας χρήστης προς το επόμενο επιθυμητό περιεχόμενο ή λειτουργία.
4. **Χρήση ταμπελών και ορολογία** (labeling and terminology), που εξετάζει το πόσο κατανοητά είναι στους χρήστες-στόχους τα διαφορετικά στοιχεία του ιστότοπου,
5. **Παρουσίαση και έλξη** (presentation and appeal), που εξετάζει το πόσο καλή είναι η σχεδίαση, έτσι ώστε να ενισχύει η αναγνωσιμότητα και η χρήση του ιστότοπου.
6. **Διαδραστικότητα και υπόσχεση** (interactivity and engagement), που εξετάζει το κατά πόσο προσφέρονται τρόποι για να «δεθεί» το ακροατήριο με τον ιστότοπο.
7. **Προσβασιμότητα** (accessibility), που εξετάζει το πόσο καλά υποστηρίζει ο ιστότοπος τους χρήστες με ειδικές ανάγκες και τους χρήστες με παλαιότερη τεχνολογία.

⁷² Πηγή: http://www.awrsd.org/oak/Library/evaluation_criteria_for_web_site.htm.

2.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

2.6.1 1^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ο άξονας των περιγραφικών στοιχείων εξετάζει τα δημογραφικά στοιχεία του ιστότοπου, τους συνδέσμους επικοινωνίας ανάμεσα στους χρήστες και τον ιστότοπο, καθώς και τα περιγραφικά χαρακτηριστικά του ακρωτηρίου.

Τα προς εξέταση ερωτήματα του άξονα αυτού, μπορούν να συνοψιστούν στα εξής:

- Είναι εμφανές ποιος συντηρεί τον ιστότοπο;
- Είναι εμφανές ποιος διαχειρίζεται τον ιστότοπο;
- Είναι εμφανές ποιος ανανεώνει τον ιστότοπο;
- Υπάρχει αναφορά για το χρόνο δημιουργίας του ιστότοπου;
- Υπάρχει αναφορά για την τελευταία ενημέρωση του ιστότοπου;
- Είναι εμφανές ποιος χρηματοδοτεί την έκδοση του ιστότοπου;
- Δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να εκφράσουν τη γνώμη τους (ύπαρξη φόρμας επικοινωνίας);

2.6.2 2^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΔΟΜΗ

Ο άξονας της δομής εξετάζει την οργάνωση και τη λειτουργικότητα του τρόπου παρουσίασης των πληροφοριών, καθώς και την καταλληλότητα της οργανωτικής δομής και των λειτουργικών διαδικασιών του ιστότοπου.

Τα προς εξέταση ερωτήματα του άξονα αυτού, μπορούν να συνοψιστούν στα εξής:

- Είναι αποτελεσματική η οργάνωση των πληροφοριών της αρχικής σελίδας;
- Είναι αποτελεσματική η οργάνωση των πληροφοριών του ιστότοπου;
- Είναι αποτελεσματική η οργάνωση των λειτουργιών του ιστότοπου;
- Είναι αποτελεσματική η γενική σχηματική αναπαράσταση του ιστότοπου;

2.6.3 3^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Ο άξονας του περιεχομένου αφορά στη χρησιμότητα, καταλληλότητα, αξιοπιστία, καθώς και την εγκυρότητα των πληροφοριών που παρουσιάζονται, αλλά και των πηγών από όπου αυτές προέρχονται.

Ειδικότερα, εξετάζονται η ύπαρξη πληροφοριών για το καταστατικό και το οργανόγραμμα, όπως και το πρόγραμμα δράσεων της ΜΚΟ. Στο πλαίσιο αυτό, εξετάζονται η δυνατότητα αποστολής δελτίων τύπου (news letter), η ύπαρξη και η λειτουργικότητα πολυμεσικών εργαλείων και αρχείων, ο βαθμός δυνητικοποίησης των αντικειμένων, η χρησιμοποίηση φωτογραφιών και γραφικών αναπαραστάσεων, η δυνατότητα κίνησής τους (3D animation). Επιπλέον, αντικείμενα εξέτασης αποτελούν η χρήση ταμπελών (labeling), καθώς και η ύπαρξη συνδέσεων με πρόσθετους πολιτικούς και μη πολιτικούς χώρους.

Τα προς εξέταση ερωτήματα του άξονα αυτού, μπορούν να συνοψιστούν στα εξής:

- Υπάρχει λογότυπο στην αρχική σελίδα;
- Υπάρχει καταστατικό;
- Υπάρχει οργανόγραμμα;
- Υπάρχουν τα βιογραφικά των στελεχών;
- Υπάρχει το πρόγραμμα δράσεων και ενεργειών;
- Υπάρχει περιγραφή των στόχων;
- Υπάρχει προσδιορισμός των τρόπων επίτευξης των στόχων;
- Προσδιορίζονται οι πηγές πληροφόρησης;
- Υπάρχουν γραπτές, ομιλίες ή/και συνεντεύξεις;
- Υπάρχουν μαγνητοφωνημένες ομιλίες ή/και συνεντεύξεις;
- Υπάρχουν μαγνητοσκοπημένες ομιλίες ή/και συνεντεύξεις;
- Υπάρχουν συνδέσεις με παρεμφερείς ιδεολογικά πολιτικούς χώρους του εσωτερικού;
- Υπάρχουν συνδέσεις με παρεμφερείς ιδεολογικά πολιτικούς χώρους του εξωτερικού;

- Υπάρχουν συνδέσεις με μη παρεμφερείς ιδεολογικά πολιτικούς χώρους του εσωτερικού;
- Υπάρχουν συνδέσεις με μη παρεμφερείς ιδεολογικά πολιτικούς χώρους του εξωτερικού;
- Υπάρχει πίνακας ανακοινώσεων;
- Υπάρχουν φωτογραφίες;
- Υπάρχουν γραφικές αναπαραστάσεις;
- Υπάρχουν βίντεο ή/και αρχεία ήχου;
- Υπάρχει δυνατότητα κίνησης (3D animation);
- Γίνεται εικονοποίηση της πληροφορίας;
- Αποστέλλονται δελτία τύπου;
- Υπάρχουν διαφημιστικές καταχωρίσεις;

Εχοντας ως δεδομένο το ότι οι δυνατότητες αποθήκευσης και επεξεργασίας μεγάλου όγκου δεδομένων καθίστανται αποτελεσματικότερες όταν συνοδεύονται από κατάλληλη παρουσίαση της πληροφορίας προς το χρήστη,⁷³ οι τεχνικές οπτικοποίησης της πληροφορίας επιδιώκουν την αντιστοίχιση των δεδομένων σε οπτικά πρότυπα για την πληρέστερη υποστήριξη του χρήστη. Εξάλλου, ο άνθρωπος διαθέτει ευέλικτη αντιληπτική ικανότητα και διαχειρίζεται γενικές περιγραφές και ατελή γνώση καλύτερα από ότι οι υπολογιστές. Στοχεύουν, δηλαδή, στην εκμετάλλευση του ευέλικτου ανθρώπινου τρόπου σκέψης με χρήση κατάλληλων τεχνικών που παρέχουν μια εικόνα των δεδομένων και χρησιμοποιούν τις δυνατότητες της οπτικής αναπαράστασης μεγάλου όγκου πολυδιάστατων δεδομένων⁷⁴.

73 Keim, A.D., Kreigel, H-P. (1996) "Visualization Techniques for Mining Large Databases: A Comparison", IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering, τεύχος 8.

74 Αβούρης, Ν. (2000) «Εισαγωγή στην επικοινωνία ανθρώπου - υπολογιστή», Αθήνα: ΔΙΑΥΛΟΣ.

2.6.4 4^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΠΛΟΗΓΗΣΗ

Ο άξονας της πλοήγησης εξετάζει τη λειτουργία και την αποτελεσματικότητα των συστατικών που καθορίζουν τους τρόπους και τις δυνατότητες πλοήγησης στον ιστότοπο.

Συγκεκριμένα, εξετάζονται η ύπαρξη και η ποιότητα στοιχείων όπως τα μενού, ο χάρτης του ιστότοπου (site map), η μηχανή αναζήτησης των περιεχομένων και η ευκολία μεταφοράς από μια σελίδα σε άλλη. Επιπλέον, εξετάζονται και στοιχεία όπως η προσβασιμότητα, η διαδραστικότητα και η δέσμευση με το συγκεκριμένο ιστότοπο, αλλά και το πόσο υποστηρίζονται χρήστες είτε με ειδικές ανάγκες, είτε με παλαιότερη τεχνολογία, αλλά και ποιες μορφές επικοινωνίας υποστηρίζονται (e-mail, forum, chat, πίνακας ανακοινώσεων [board wall]).

Τα προς εξέταση ερωτήματα του άξονα αυτού, μπορούν να συνοψιστούν στα εξής:

- Υπάρχουν μενού;
- Οι σύνδεσμοι ανοίγουν στο ίδιο παράθυρο;
- Οι σύνδεσμοι ανοίγουν σε νέο παράθυρο;
- Υπάρχει χάρτης του ιστότοπου;
- Είναι αποτελεσματική η λειτουργία των μενού;
- Υπάρχει εσωτερική μηχανή αναζήτησης για το περιεχόμενο του ιστότοπου;
- Είναι αποτελεσματική η λειτουργία της εσωτερικής μηχανής αναζήτησης;
- Υπάρχει εξωτερική μηχανή αναζήτησης;
- Είναι αποτελεσματική η λειτουργία της εξωτερικής μηχανής αναζήτησης;
- Υπάρχει η δυνατότητα άμεσης επιστροφής στην αρχική σελίδα;
- Υποστηρίζονται οι χρήστες με ειδικές ανάγκες (<http://www.contentquality.com>);
- Υποστηρίζονται οι χρήστες με παλαιότερη τεχνολογία (<http://www.websiteoptimization.com/services/analyze>);
- Υπάρχει η δυνατότητα αλλαγής γλώσσας;
- Πόσες γλώσσες υποστηρίζονται;
- Υπάρχει περιοχή μελών (forum);

- Γίνεται χρήση blog;
- Γίνεται χρήση podcasting;
- Γίνεται χρήση wiki;
- Γίνεται χρήση RSS feed;
- Γίνεται χρήση ηλεκτρονικών εκδόσεων (e-magazine);
- Γίνεται χρήση πάνελ πολιτών (citizens' panel);
- Γίνεται χρήση ηλεκτρονικών ψηφοφοριών (e-voting);
- Γίνεται χρήση ηλεκτρονικών δημοσκοπήσεων (e-polls);
- Γίνεται χρήση ηλεκτρονικών συλλογικών αιτημάτων (e-petitions);
- Υπάρχουν συμβατικοί τρόποι επικοινωνίας (τηλέφωνο, φαξ, ταχυδρομείο);
- Υπάρχουν διαδραστικοί τρόποι επικοινωνίας (chat, πίνακας ανακοινώσεων);

2.6.5 5^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΜΟΡΦΟΛΟΓΙΑ

Ο άξονας της μορφολογίας εξετάζει τα τεχνικά στοιχεία και τις τεχνολογικές δυνατότητες και προδιαγραφές του ιστότοπου, όπως πχ. την ταχύτητα φόρτωσης της αρχικής σελίδας, την αποτελεσματική αναζήτηση και εύρεση πληροφοριών, τη λειτουργία του χάρτη και των συνδέσμων, κτλ.

Τα προς εξέταση ερωτήματα του άξονα αυτού, μπορούν να συνοψιστούν στα εξής:

- Είναι γρήγορη η μεταφόρτωση των αρχείων πολυμέσων (<http://www.websiteoptimization.com/services/analyze>);
- Είναι αποτελεσματική η λειτουργία του χάρτη;
- Ποιος είναι ο συνολικός αριθμός των σπασμένων (broken) ή/και νεκρών συνδέσμων (dead links) (<http://validator.w3.org/checklink>);
- Μπορεί να αλλάξει το μέγεθος των γραμμάτων;
- Απαιτείται πλάγιο ή/και κάθετο scrolling;
- Υπάρχει διαδραστικότητα στα μενού (αλλάζουν τα χρώματα ή κινούνται τα πλαίσια πλοήγησης);
- Υπάρχει επιλογή για παρουσίαση της σελίδας μόνο ως κείμενο (printer friendly);
- Υπάρχουν μικρογραφίες (thumbnail) των μεγάλων γραφικών και των εικόνων;
- Υπάρχουν τα κείμενα σε διάφορες μορφές πχ. Microsoft Word, Adobe PDF;
- Λειτουργεί ο ιστότοπος ως διαδικτυακή πύλη (portal);
- Πόσα είναι τα λάθη του κώδικα κατασκευής του ιστότοπου; (<http://validator.w3.org>);

2.6.6 6^{ος} ΑΞΟΝΑΣ: ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Ο τελευταίος άξονας συγκεντρώνει τα κριτήρια αξιοπιστίας και αφορούν τόσο στη συνδεσιμότητα, όσο και στον αριθμό των επισκέψεων του ιστότοπου, καθορίζοντας το βαθμό δημοφιλίας και βαρύτητάς του. Εδώ ανήκουν ο αριθμός των backlinks του ιστότοπου, η κατάταξη του ιστότοπου από τον ιστότοπο alexa, όσο και ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών της, αλλά και των μηνυμάτων στα forums.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει όμως να δοθεί στο γεγονός πως τα κριτήρια αυτά στο σύνολό τους είναι δυνατόν να χαρακτηριστούν υποκειμενικά και να χάσουν σε μεγάλο βαθμό την εγκυρότητα τους. Αυτό συμβαίνει διότι οι τεχνικές μέτρησής τους, αλλά και οι κατάλογοι κατάταξης των ιστότοπων μπορούν να αλλοιωθούν από άτομα ή ακόμα και εξειδικευμένο λογισμικό που στοχεύουν στην ανάδειξη συγκεκριμένων ιστότοπων για διαφημιστικούς κυρίως λόγους.

Τα προς εξέταση ερωτήματα του άξονα αυτού, μπορούν να συνοψιστούν στα εξής:

- Ποιος είναι ο αριθμός των συνολικών posts στο blog;
- Ποιος είναι ο αριθμός των συνολικών μηνυμάτων στο forum;
- Ποιος είναι ο μέσος αριθμός επισκεπτών κάθε μέρα (www.statbrain.com);
- Ποιος είναι ο αριθμός των backlinks από το Google (www.google.com);
- Υπάρχει αναφορά στην ελληνική Wikipedia (<http://el.wikipedia.org>);
- Ποιος ο συνολικός αριθμός των μελών της ΜΚΟ (μέσω αποστολής e-mail)
- Υπάρχει αντίστοιχο προφίλ στο Facebook (www.facebook.com);
- Ποιος είναι ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών του ιστότοπου;
- Ποια είναι η θέση του στην παγκόσμια κατάταξη (www.alexa.com);
- Υπήρξε απάντηση στο e-mail;

2.7 ΕΞΑΓΩΓΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η ανάλυση των κριτηρίων αξιολόγησης των ιστοτόπων των ΜΚΟ που αποτελούν το δείγμα της έρευνας και στους έξι προαναφερθέντες άξονες.

Για να αποκτηθεί μια ξεκάθαρη εικόνα σχετικά με την παρουσία των μετασχηματιστικών ΜΚΟ στο διαδίκτυο και την πιθανή δημιουργία δυνητικών κοινοτήτων, κρίθηκε σκόπιμο να παρουσιαστούν ξεχωριστά συγκεντρωτικά και περιληπτικά αποτελέσματα για κάθε άξονα, κάτι που άλλωστε είναι πολύ χρήσιμο στην παρουσίαση και ανάλυση των ίδιων των αποτελεσμάτων.

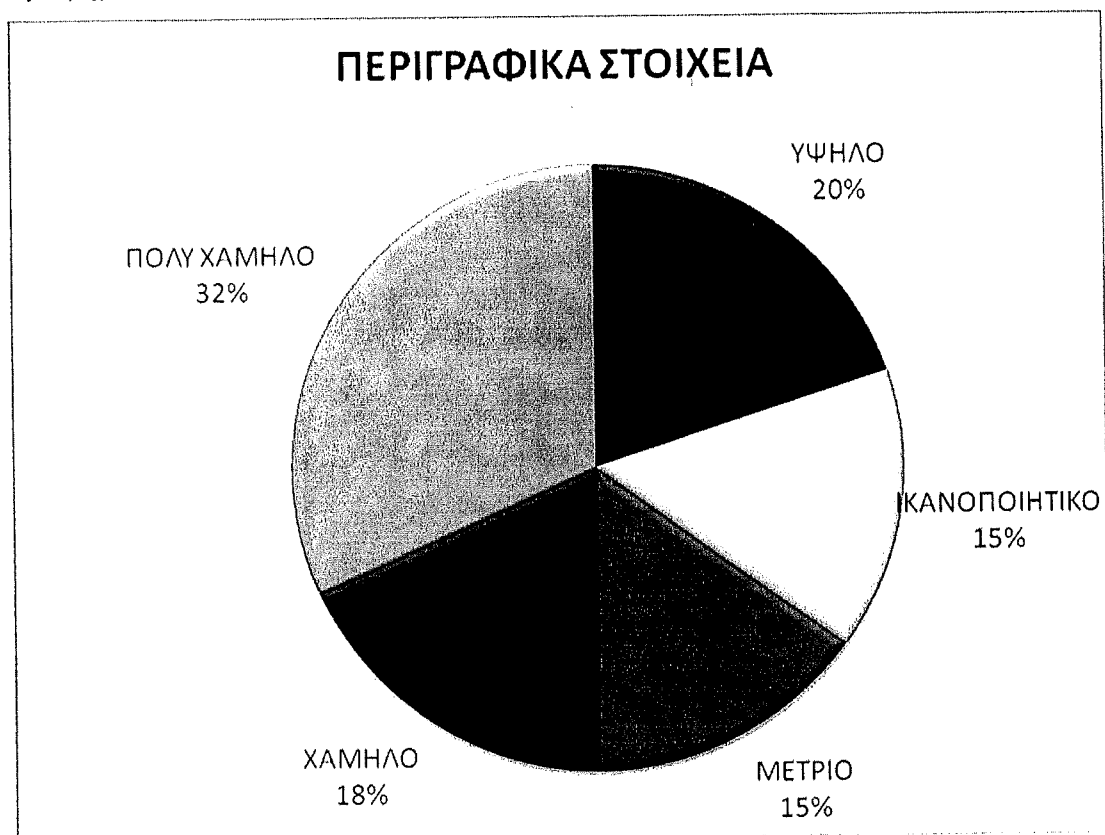
Για το λόγο αυτό, σε κάθε ΜΚΟ δόθηκε 1 βαθμός για κάθε κριτήριο-ερώτημα του τύπου ΝΑΙ ή ΟΧΙ που ικανοποιούσε και 0 βαθμοί για κάθε ένα που δεν ικανοποιούσε. Αρχικά υπολογίστηκε το συνολικό σκορ της κάθε ΜΚΟ για κάθε κριτήριο και από εκεί εξάχθηκε ο μέσος όρος της για κάθε άξονα.

Στη συνέχεια ορίστηκαν συγκεκριμένα όρια, τα οποία συσχετίστηκαν με συγκεκριμένους ποιοτικούς χαρακτηρισμούς σε μία κλίμακα πέντε επιπέδων από το καλύτερο στο χειρότερο. Ειδικότερα, όταν το επιμέρους σκορ της κάθε ΜΚΟ ξεπερνούσε το 80% του συνολικού σκορ των κριτηρίων του κάθε άξονα χαρακτηριζόταν «ΥΨΗΛΟ», όταν ήταν από 60-80% χαρακτηριζόταν «ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ», όταν κυμαινόταν από 40-60% χαρακτηριζόταν «ΜΕΤΡΙΟ», όταν κυμαινόταν ανάμεσα από 20-40% χαρακτηριζόταν «ΧΑΜΗΛΟ» και για τιμές κάτω από το 20% του συνολικού σκορ των κριτηρίων του κάθε άξονα χαρακτηριζόταν «ΠΟΛΥ ΧΑΜΗΛΟ».

Με παρόμοιο τρόπο εξετάστηκαν και τα κριτήρια που εμφάνιζαν αριθμητικές τιμές: υπολογίστηκαν οι μέσοι όροι και έγιναν οι απαραίτητες στρογγυλοποιήσεις και κανονικοποιήσεις, ώστε τα σκορ να προσαρμόζονται στην προαναφερθείσα κλίμακα για την εξαγωγή των αποτελεσμάτων. Στη συνέχεια ακολουθούν τα αναλυτικά συμπεράσματα για κάθε έναν άξονα ξεχωριστά.

2.7.1 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 1^{ου} ΑΞΟΝΑ

Γράφημα 2.7.1 Αναλυτικά αποτελέσματα 1^{ου} άξονα

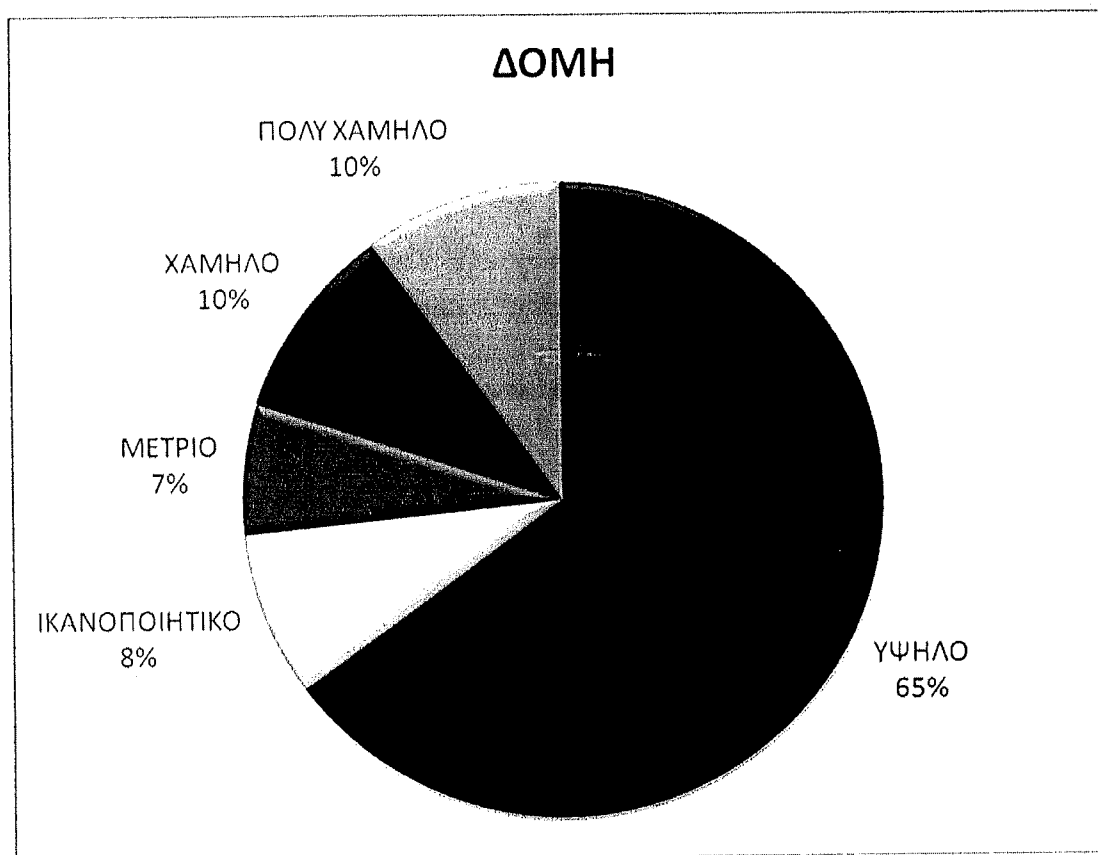


Από τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα του πρώτου άξονα φαίνεται πως οι περισσότεροι ιστότοποι δεν δίνουν μεγάλη βαρύτητα στα περιγραφικά τους στοιχεία, καθώς οι μισοί από αυτούς συγκεντρώνουν χαμηλό σκορ στο σύνολο των κριτηρίων του άξονα αυτού.

Ειδικότερα, το ποιος συντηρεί τον ιστότοπο φαίνεται μονάχα σε 33 ιστότοπους (ποσοστό 55% επί του δείγματος). Σε 27 ιστότοπους (45%) είναι φανερό ποιος είναι ο διαχειριστής, ενώ σε 26 ιστότοπους (43%) είναι εμφανές ποιος ανανεώνει το περιεχόμενο του ιστότοπου. Μόνο σε 34 ιστότοπους (57%) υπάρχει αναφορά για το χρόνο δημιουργίας του, ενώ σε 15 ιστότοπους (25%) υπάρχει αναφορά για την τελευταία ενημέρωση. Επιπλέον σε 18 ιστότοπους (30%) είναι εμφανές ποιος χρηματοδοτεί την έκδοση του ιστότοπου και σε 33 ιστότοπους (55%) δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να εκφράσουν τη γνώμη τους μέσω μιας φόρμας επικοινωνίας.

2.7.2 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 2^{ου} ΑΞΟΝΑ

Γράφημα 2.7.2 Αναλυτικά αποτελέσματα 2^{ου} άξονα

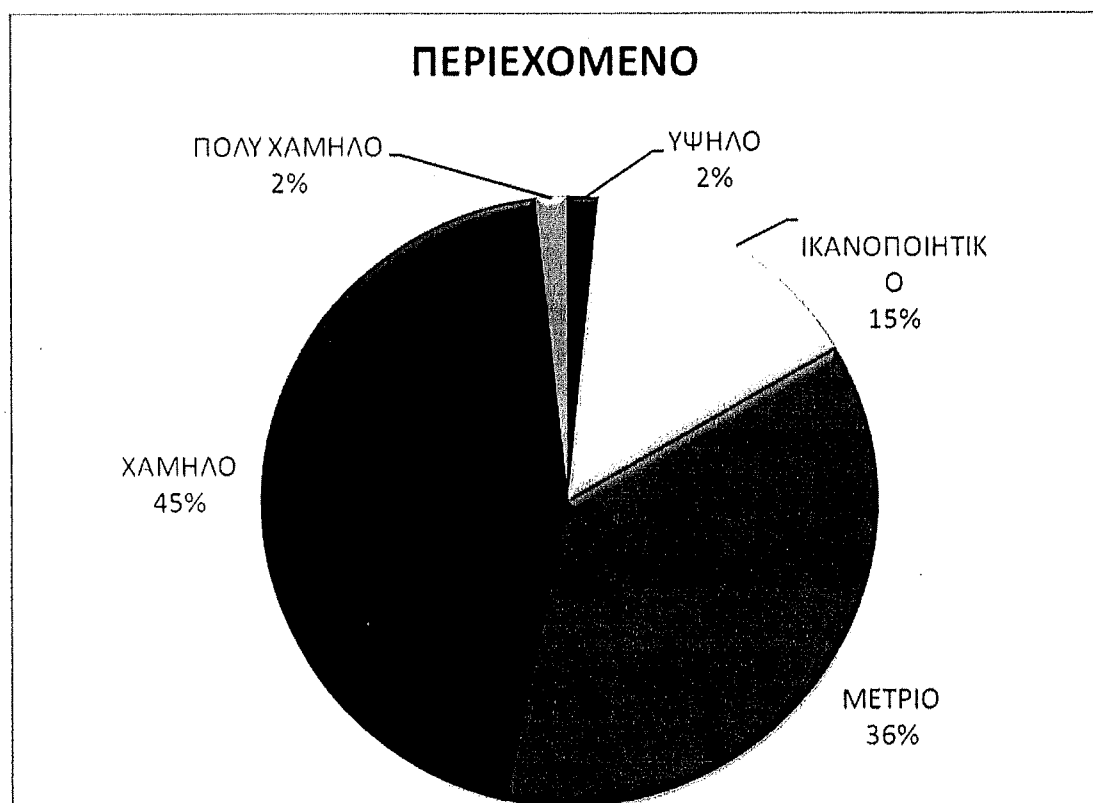


Από τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα του δεύτερου άξονα φαίνεται πως οι περισσότεροι ιστότοποι οργανώνουν και παρουσιάζουν τις πληροφορίες και τις λειτουργικές τους διαδικασίες πολύ καλά, μιας και περισσότεροι από τους μισούς συγκεντρώνουν υψηλό σκορ στο σύνολο των κριτηρίων του άξονα αυτού.

Ειδικότερα, σε 46 ιστότοπους (ποσοστό 77% επί του δείγματος) είναι αποτελεσματική η οργάνωση των πληροφοριών της αρχικής σελίδας, σε 49 ιστότοπους (82%) είναι αποτελεσματική η οργάνωση των πληροφοριών του ιστότοπου, σε 45 ιστότοπους (75%) είναι αποτελεσματική η οργάνωση των λειτουργιών του ιστότοπου και σε 45 ιστότοπους (75%) είναι αποτελεσματική η γενική σχηματική αναπαράσταση του ιστότοπου.

2.7.3 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 3^{ου} ΑΞΟΝΑ

Γράφημα 2.7.3 Αναλυτικά αποτελέσματα 3^{ου} άξονα



Από τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα του τρίτου άξονα παρατηρείται πως οι περισσότεροι ιστότοποι θα πρέπει να φροντίσουν περισσότερο το περιεχόμενό τους, αφού σχεδόν οι μισοί από αυτούς συγκεντρώνουν χαμηλό σκορ στο σύνολο των κριτηρίων του άξονα αυτού.

Σε 52 ιστότοπους (ποσοστό 87% επί του δείγματος) υπάρχει λογότυπο στην αρχική σελίδα, σε 19 ιστότοπους (32%) είναι ανηρτημένο το καταστατικό και σε 30 ιστότοπους (50%) μπορεί κανείς να διαβάσει το οργανόγραμμα της ΜΚΟ. Επίσης σε 20 ιστότοπους (3%) υπάρχουν τα βιογραφικά των στελεχών, σε 54 ιστότοπους (90%) κοινοποιείται το πρόγραμμα δράσεων και ενεργειών, σε 56 ιστότοπους (93%) περιγράφονται οι προς επίτευξη στόχοι, ενώ σε 26 ιστότοπους (43%) προσδιορίζεται ο τρόπος επίτευξης των στόχων αυτών.

Ακόμα, σε 32 ιστότοπους (53%) προσδιορίζονται οι πηγές πληροφόρησης, ενώ σε 28 ιστότοπους (47%) υπάρχουν γραπτές ομιλίες ή/και συνεντεύξεις, σε 3 ιστότοπους (5%) μονάχα υπάρχουν μαγνητοφωνημένες ομιλίες ή/και συνεντεύξεις και μόνο σε 4 ιστότοπους (7%) υπάρχουν μαγνητοσκοπημένες ομιλίες ή/και συνεντεύξεις.

Επιπλέον, σε 39 ιστότοπους (65%) υπάρχουν συνδέσεις με παρεμφερείς ιδεολογικά χώρους του εσωτερικού, ενώ σε 36 ιστότοπους (60%) υπάρχουν συνδέσεις με παρεμφερείς ιδεολογικά χώρους του εξωτερικού. Σε 19 ιστότοπους (32%) υπάρχουν συνδέσεις με μη παρεμφερείς ιδεολογικά χώρους του εσωτερικού, ενώ και σε 19 ιστότοπους (32%) υπάρχουν συνδέσεις με μη παρεμφερείς ιδεολογικά χώρους του εξωτερικού.

Πίνακας ανακοινώσεων υπάρχει σε 17 ιστότοπους (28%), φωτογραφίες σε 43 ιστότοπους (72%), γραφικές αναπαραστάσεις σε 55 ιστότοπους (92%), αρχεία βίντεο ή ήχου σε 6 ιστότοπους (10%), δυνατότητα τρισδιάστατης κίνησης (3D animation) σε 2 ιστότοπους (3%) και εικονοποίηση της πληροφορίας σε 29 ιστότοπους (48%).

Τέλος, δελτία τύπου αποστέλλουν 22 ιστότοποι (37%), ενώ σε 6 ιστότοπους (10%) υπάρχουν διαφημιστικές καταχωρίσεις.

2.7.4 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 4^{ου} ΑΞΟΝΑ

Γράφημα 2.7.4 Αναλυτικά αποτελέσματα 4^{ου} άξονα



Από τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα του τέταρτου άξονα φαίνεται πως οι περισσότεροι ιστότοποι πρέπει να προσέξουν περισσότερο τη λειτουργία και την αποτελεσματικότητα των συστατικών που καθορίζουν τους τρόπους και τις δυνατότητες πλοήγησης των χρηστών, μιας και σχεδόν 3 στους 4 συγκεντρώνουν χαμηλό σκορ στο σύνολο των κριτηρίων του άξονα αυτού.

Ειδικότερα, μενού διαθέτουν 35 ιστότοποι (ποσοστό 58% επί του δείγματος), ωστόσο η λειτουργία τους είναι αποτελεσματική μόνο στους 31 από αυτούς (89%). Ακόμα, οι σύνδεσμοι ανοίγουν στο ίδιο παράθυρο και στους 60 ιστότοπους (100%), ενώ σε 44 ιστότοπους (73%) ορισμένοι σύνδεσμοι ανοίγουν σε νέο παράθυρο.

Χάρτης υπάρχει σε 10 ιστότοπους (17%), ωστόσο η λειτουργία του είναι αποτελεσματική στους 8 από αυτούς (80%), ενώ εσωτερική μηχανή αναζήτησης για το περιεχόμενο του ιστότοπου διαθέτουν 26 ιστότοποι (43%), ωστόσο η λειτουργία

της είναι αποτελεσματική στους 25 από αυτούς (96%). Εξωτερική μηχανή αναζήτησης διαθέτουν 6 ιστότοποι (10%), ωστόσο η λειτουργία της είναι αποτελεσματική στους 5 από αυτούς (83%).

Δυνατότητα άμεσης επιστροφής στην αρχική σελίδα διαθέτουν 57 ιστότοποι (95%), όμως οι χρήστες με ειδικές ανάγκες υποστηρίζονται μόνο από 16 ιστότοπους (27%), όπως άλλωστε και οι χρήστες με παλαιότερη ή/και εναλλακτική τεχνολογία οι οποίοι μπορούν να περιηγηθούν σε 19 ιστότοπους (32%). Επίσης, 39 ιστότοποι (65%) προσφέρουν τη δυνατότητα αλλαγής γλώσσας παρουσίασης, όμως μόνο οι 8 από αυτούς (21%) προσφέρουν πάνω από δύο γλώσσες.

Συνεχίζοντας, 6 μόνο ιστότοποι (10%) διαθέτουν περιοχή μελών, 2 ιστότοποι (3%) κάνουν χρήση blog και κανένας (0%) δεν κάνει χρήση podcasting, wiki, πάνελ πολιτών και ηλεκτρονικών συλλογικών αιτημάτων. Επιπλέον, RSS feed και ηλεκτρονικές εκδόσεις διαθέτουν 4 ιστότοποι (7%), ενώ ηλεκτρονικές ψηφοφορίες διεξάγονται σε 7 ιστότοπους (12%) και ηλεκτρονικές δημοσκοπήσεις μονάχα σε 2 ιστότοπους (3%).

Τέλος, και στους 60 ιστότοπους (100%) συναντά κανείς συμβατικούς τρόπους επικοινωνίας, ωστόσο μονάχα σε 3 ιστότοπους (5%) δίνεται και η δυνατότητα διαδραστικής επικοινωνίας.

2.7.4.1 MKO & WEB 2.0

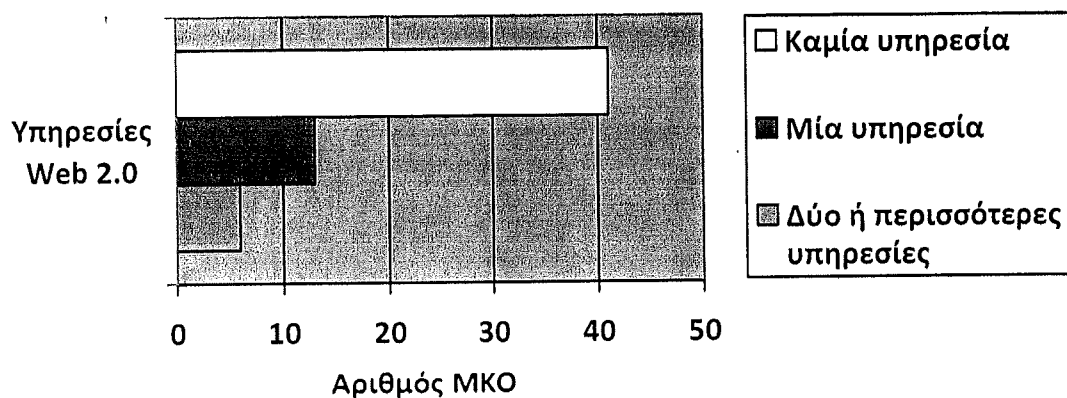
Σε δεύτερη ανάγνωση επιχειρήθηκε να δοθεί μια σαφής εικόνα της εξοικείωσης των ελληνικών μετασχηματιστικών MKO με τα νέα περιβάλλοντα που διαμορφώνει η σύγκλιση των ΤΠΕ και η ευρύτατη χρήση καινοτομικών εφαρμογών Web 2.0. Για να το επιτευχθεί αυτός ο στόχος αναλύθηκαν οι υπηρεσίες που οι MKO προσέφεραν στα μέλη τους ως δυνητικές κοινότητες, δηλαδή τα κριτήρια 49 έως 60 του 4^{ου} άξονα.

Τα αποτελέσματα και εδώ απέχουν πολύ από το να χαρακτηριστούν ικανοποιητικά. Μπορεί η ύπαρξη forum, RSS feeds και ηλεκτρονικών ψηφοφοριών να είναι οι πιο δημοφιλείς Web 2.0 υπηρεσίες ανάμεσα στις ελληνικές μετασχηματιστικές MKO, δεν παύουν όμως να είναι διαθέσιμες σε μια ισχνή μειοψηφία του δείγματος. Δεδομένου και ότι ο ρόλος των MKO του δείγματος είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την κοινωνική αφύπνιση και τη συμμετοχή των πολιτών στα κοινά, τα αποτελέσματα του Πίνακα 2.7.4.1 φαντάζουν περισσότερο απογοητευτικά.

Πίνακας 2.7.4.1: Ποσοστό % των MKO του δείγματος που προσφέρουν μια συγκεκριμένη υπηρεσία Web 2.0

Υπηρεσίες Web 2.0	% MKO που την προσφέρουν
Forum	10%
Blog	3%
Podcasting	0%
Wiki	0%
RSS Feed	7%
Ηλεκτρονικές εκδόσεις	7%
Πάνελ πολιτών	0%
Ηλεκτρονικές ψηφοφορίες	12%
Ηλεκτρονικές δημοσκοπήσεις	3%
Ηλεκτρονικά συλλογικά αιτήματα	0%

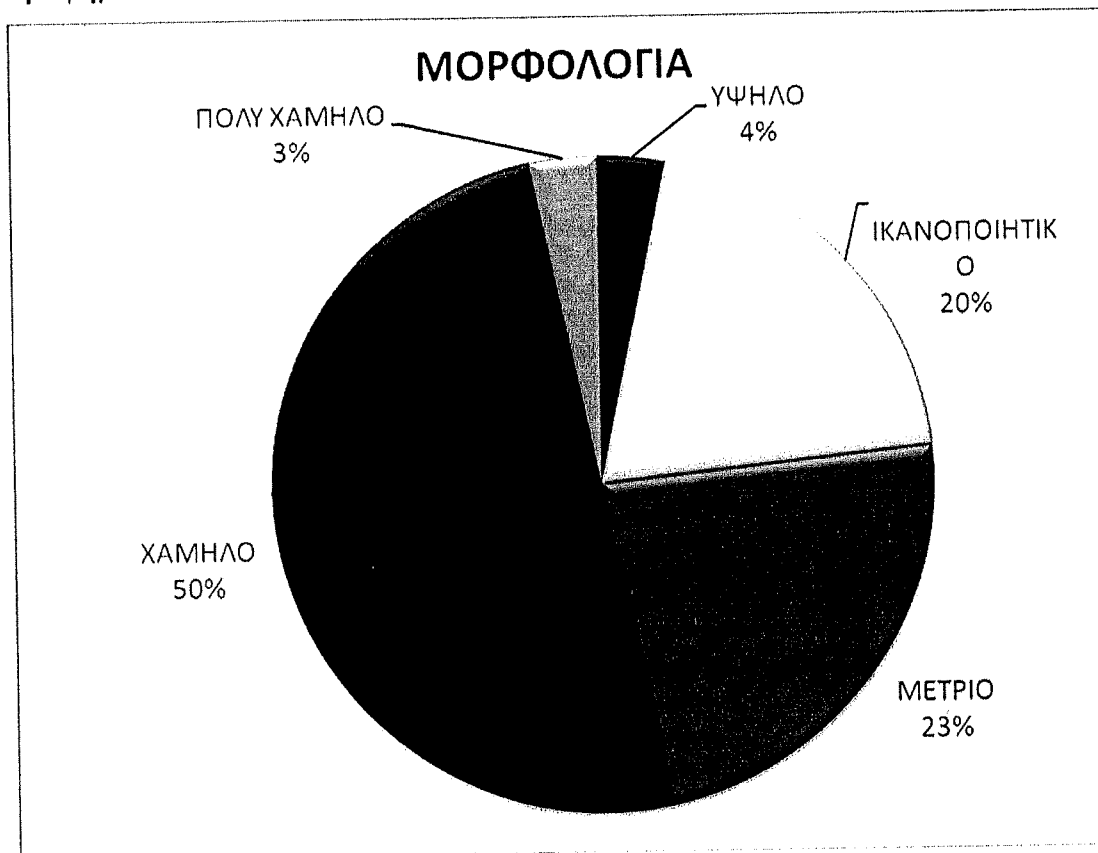
Σχήμα 2.7.4.2: Αριθμός υπηρεσιών Web 2.0 που προσφέρουν οι ΜΚΟ



Ειδικότερα, όπως προκύπτει και από το Σχήμα 2.7.4.2, 41 ΜΚΟ (ποσοστό 68% επί του δείγματος) δεν προσφέρουν καμία υπηρεσία Web 2.0, ενώ 13 ΜΚΟ (22%) προσφέρουν μονάχα μία. Τέλος, 6 ΜΚΟ (10%) προσφέρουν δύο υπηρεσίες Web 2.0 από τον ιστότοπό τους και καμία δεν προσφέρει περισσότερες από δύο.

2.7.5 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 5^{ου} ΑΞΟΝΑ

Γράφημα 2.7.5 Αναλυτικά αποτελέσματα 5^{ου} άξονα



Από τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα του πέμπτου άξονα παρατηρείται πως σε ό,τι αφορά στα τεχνικά στοιχεία, τις τεχνολογικές δυνατότητες και προδιαγραφές του ιστότοπου, δηλαδή τη μορφολογία του, οι μισοί ιστότοποι συγκεντρώνουν χαμηλό σκορ στο σύνολο των κριτηρίων του άξονα αυτού.

Η μεταφόρτωση των αρχείων πολυμέσων είναι γρήγορη σε 43 ιστότοπους (ποσοστό 72% επί του δείγματος), το μέγεθος της γραμματοσειράς μπορεί να αλλάξει μόνο σε 1 ιστότοπο (2%), πλάγιο ή/και κάθετο scrolling απαιτούν 59 ιστότοποι (98%) και διαδραστικότητα παρουσιάζουν 44 ιστότοποι (73%).

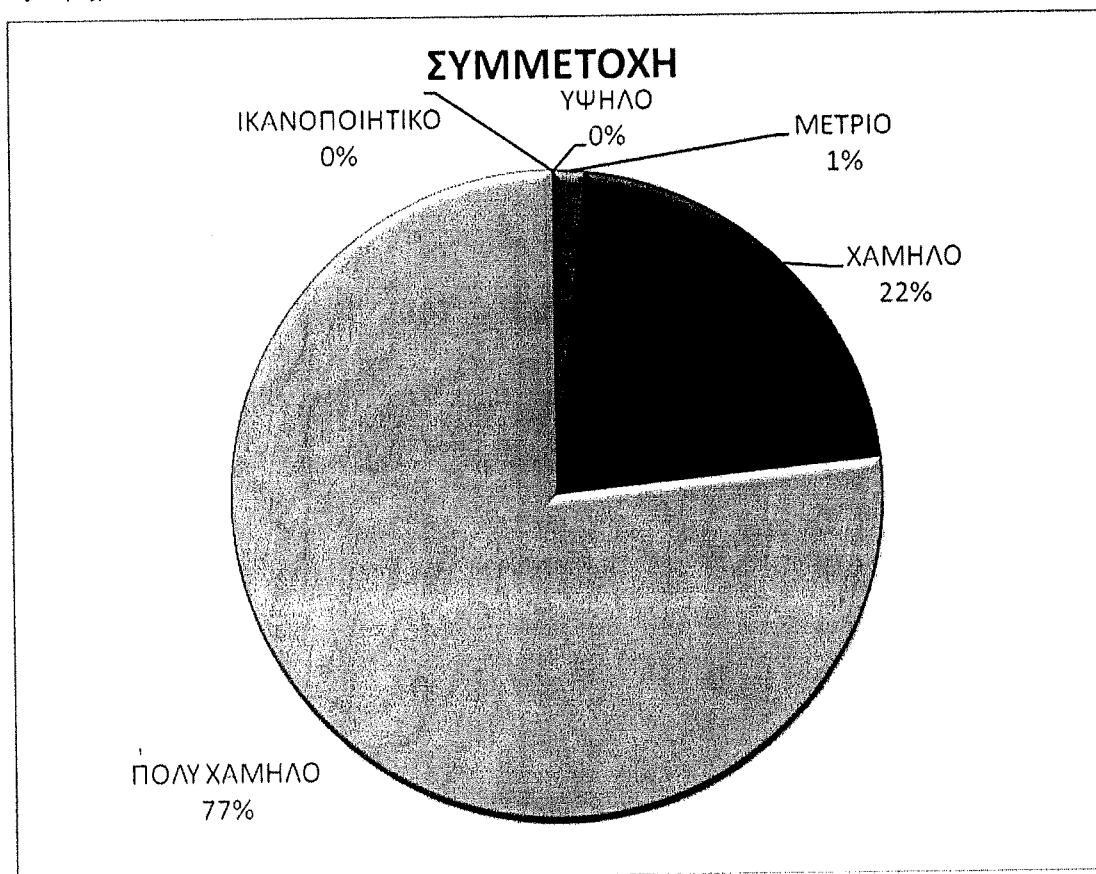
Σε ό,τι αφορά στο συνολικό αριθμό των broken και dead links, ήταν δυνατό να μετρηθούν μόνο οι 59 ιστότοποι, από τους οποίους 28 δεν έχουν κανένα νεκρό σύνδεσμο (47%), ενώ λιγότερους από 10 έχουν 47 ιστότοποι (80%) και περισσότερους από 10 έχουν 12 ιστότοποι (20%).

Τέλος, επιλογή για παρουσίαση της σελίδας μόνο ως κείμενο διαθέτουν 16 ιστότοποι (27%), μικρογραφίες των μεγάλων γραφικών και των φωτογραφιών χρησιμοποιούν 10 ιστότοποι (17%), κείμενα σε διάφορες μορφές πχ. Microsoft Word, Adobe PDF περιέχονται σε 29 ιστότοπους (48%), ενώ μονάχα 2 ιστότοποι (3%) λειτουργούν ως διαδικτυακές πύλες.

Σε ό,τι αφορά στα λάθη του κώδικα κατασκευής ιστοσελίδων, ήταν δυνατό να μετρηθούν μόνο οι 59 ιστότοποι, από τους οποίους 3 δεν παρουσίασαν κανένα συντακτικό λάθος (5%), ενώ λιγότερα από 10 λάθη παρουσίασαν 9 ιστότοποι (15%), λιγότερα από 50 λάθη παρουσίασαν 28 ιστότοποι (48%), λιγότερα από 100 λάθη παρουσίασαν 40 ιστότοποι (68%), περισσότερα από 100 λάθη παρουσίασαν 18 ιστότοποι (31%) και περισσότερα από 1.000 λάθη παρουσίασε 1 ιστότοπος (2%).

2.7.6 ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 6^{ου} ΑΞΟΝΑ

Γράφημα 2.7.6 Αναλυτικά αποτελέσματα 6^{ου} άξονα



Από τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα του έκτου άξονα φαίνεται πως οι περισσότεροι ιστότοποι δεν τα καταφέρνουν καθόλου καλά στο κομμάτι της προώθησης και της συμμετοχικότητας των μελών τους, μιας και σχεδόν όλοι δεν κατάφεραν να πετύχουν ένα ικανοποιητικό σκορ στο σύνολο των κριτηρίων του άξονα αυτού.

Ειδικότερα, από τους 6 ιστότοπους (ποσοστό 10% επί του δείγματος) που διαθέτουν περιοχή μελών/forum, στοιχεία που αφορούν στο μέσο όρων των θεμάτων προς συζήτηση μπόρεσαν να εξαχθούν μόνο από τους 2, κι έτσι ο μέσος όρος τους είναι 14. Επίσης, μονάχα 2 ιστότοποι (3%) διαθέτουν ιστολόγιο και ο μέσος όρος των δημοσιεύσεων είναι 60. Ακόμα, μόνο για 3 ΜΚΟ (5%) υπάρχει αναφορά στην ελληνική διαδικτυακή εγκυκλοπαίδεια Wikipedia, ενώ προφίλ στο Facebook διατηρούν 12 ΜΚΟ (20%).

Επιπλέον, μετρητή του συνολικού αριθμού των επισκεπτών τους διαθέτουν 6 ιστότοποι (10%), από τους οποίους προκύπτει ότι ο μέσος όρος των συνολικών επισκεπτών είναι 345.608 χρήστες. Ωστόσο, ο μέσος όρος του αριθμού των επισκεπτών στο σύνολο των ιστότοπων σε καθημερινή βάση είναι 404 άτομα. Συνεχίζοντας, ο μέσος όρος των backlinks από το Google είναι 50 σύνδεσμοι/ανά ιστότοπο, ενώ σύμφωνα με την κατάταξη της Alexa διαθέσιμα στοιχεία υπάρχουν μόνο για 52 ιστότοπους (86%), με το μέσο όρο της κατάταξης να καταλαμβάνει τη θέση με τον αύξοντα αριθμό 9.707.756.

Τέλος, στο email που στάλθηκε σε όλες τις ΜΚΟ με θέμα τη γνωστοποίηση του αριθμού των μελών τους, απάντησαν μόνο 12 (20%). Οπότε από αυτές προκύπτει πως ο μέσος όρος των μελών είναι τα 130 άτομα.

2.8 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το βασικό συμπέρασμα της έρευνας είναι ότι οι ελληνικές μετασχηματιστικές ΜΚΟ δεν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο αποτελεσματικά. Οι περισσότερες χρησιμοποιούν τους ιστότοπους τους ως μέσο ευρείας και γρήγορης διάδοσης πληροφοριών, χωρίς να παρέχουν τα εργαλεία που απαιτούνται για να καταστήσουν αυτές τις πληροφορίες όσο το δυνατόν πιο προσιτές ή να προωθούν την «από τα κάτω προς τα πάνω» ροή των πληροφοριών και τα διαδραστικά μέσα που είναι δυνητικά διαθέσιμα στο διαδίκτυο, έτσι ώστε να καταστούν ένας διάυλος διαλόγου με τους πολίτες.

Φαίνεται ξεκάθαρα πως οι ελληνικές μετασχηματιστικές ΜΚΟ οργανώνουν τους ιστότοπους τους στο πλαίσιο μιας παραδοσιακής επικοινωνιακής παρέμβασης, χωρίς να στοχεύουν στη δημιουργία δυνητικών κοινωνικών δικτύων και κοινοτήτων -με την έννοια του χώρου όπου οι πολίτες παρεμβαίνουν, συμμετέχουν και οργανώνουν την πολιτική τους πράξη γύρω από κοινούς ιδεολογικούς και αξιακούς στόχους (ελάχιστα προφίλ στο Facebook και αναφορές στην Wikipedia).

Παρατηρείται, δηλαδή, η ύπαρξη ενός στερεότυπου ταύτισης της δυνητικής πολιτικής κοινωνίας με την παραδοσιακή κοινωνία της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας, με ανύπαρκτη συμμετοχικότητα στη λήψη των αποφάσεων και μικρό επίπεδο διάδρασης. Αυτό φυσικά αντικατοπτρίζεται και έξω από το διαδίκτυο - στην πραγματική ζωή- όπου η επιρροή που ασκούν στη διαμόρφωση των δημόσιων πολιτικών, στην άμεση διεκπεραίωση δημόσιου συμφέροντος λειτουργιών και τον έλεγχο των κρατικών δραστηριοτήτων είναι περιορισμένη.

Ειδικότερα, ο βαθμός ανταλλαγής απόψεων των ΜΚΟ με τους πολίτες είναι αρκετά μικρός όταν εξετάζονται τεχνολογίες επικοινωνιακής αλληλόδρασης, όπως πχ. οι φόρμες επικοινωνίας, τα chat rooms ή οι περιοχές μελών/forum, μιας και ελάχιστοι ιστότοποι προσφέρουν τη δυνατότητα παρέμβασης των πολιτών σε επίκαιρα θέματα.

Αξιο αναφοράς είναι και το ότι στο ερευνητικό email απάντησε μονάχα το 12% των ΜΚΟ του δείγματος, αλλά και το ότι ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος δεν

διαθέτει πλήρη περιγραφή των στόχων, του προγράμματος, των δράσεών του, καθώς και του τρόπου επίτευξης των στόχων αυτών.

Τα αρνητικά αυτά χαρακτηριστικά ενισχύονται ακόμα περισσότερο από την απουσία πολυμεσικών αρχείων (ήχος, εικόνες, βίντεο) που θα καθιστούσαν τους ιστότοπους διακριτούς χώρους πολιτικής συνεύρεσης και διάδρασης. Επιπλέον, χαρακτηριστική είναι η απουσία μηχανών αναζήτησης σε μεγάλο ποσοστό, όπως άλλωστε και η χαρτογράφηση των ιστότοπων, γεγονός που παραπέμπει σε ιστότοπους από τους οποίους απουσιάζει η δημιουργία φιλικού περιβάλλοντος πλοήγησης για τους χρήστες. Σε αυτό φυσικά συμβάλλει και η διαδεδομένη χρήση μόνο μίας γλώσσας για την προβολή του περιεχομένου και την επικοινωνία με τους χρήστες από ένα υπολογίσιμο ποσοστό του δείγματος. Πρέπει, τέλος, να σημειωθεί πως σχεδόν όλοι οι ιστότοποι εμφανίζουν προβλήματα στον κώδικα HTML, τα οποία μπορεί να μεταφραστούν σε δυσλειτουργίες κατά την περιήγηση.

Ωστόσο, τα εργαλεία του Web 2.0 -για όλους όσοι δεν πιστεύουν ότι είναι μονάχα μια νέα μόδα με ημερομηνία λήξης- μπορούν να λειτουργήσουν ως καταλύτης για τον αναγκαίο επανακαθορισμό της σχέσης της πολιτικής με τους πολίτες, τροφοδοτώντας την πολιτική με νέο περιεχόμενο. Χωρίς αμφιβολία, βρισκόμαστε στην αρχή μιας νέας εποχής. Οι επιστήμες του διαδικτύου μετράνε λίγα χρόνια ύπαρξης και οι νέες στάσεις και συμπεριφορές που αυτές δημιουργούν τώρα αρχίζουν να παγιώνονται στη συνείδηση των πολιτών. Ο δρόμος, όμως, μπροστά μας είναι ανοικτός, το μόνο που απομένει τώρα είναι να αρχίσουμε να βαδίζουμε.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Είναι εμφανές ποιος συντηρεί τον ιστότοπο;
2. Είναι εμφανές ποιος διαχειρίζεται τον ιστότοπο;
3. Είναι εμφανές ποιος ανανεώνει τον ιστότοπο;
4. Υπάρχει αναφορά για το χρόνο δημιουργίας του ιστότοπου;
5. Υπάρχει αναφορά για την τελευταία ενημέρωση του ιστότοπου;
6. Είναι εμφανές ποιος χρηματοδοτεί την έκδοση του ιστότοπου;
7. Δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να εκφράσουν τη γνώμη τους (φόρμα επικοινωνίας);
8. Είναι αποτελεσματική η οργάνωση των πληροφοριών της αρχικής σελίδας;
9. Είναι αποτελεσματική η οργάνωση των πληροφοριών του ιστότοπου;
10. Είναι αποτελεσματική η οργάνωση των λειτουργιών του ιστότοπου;
11. Είναι αποτελεσματική η γενική σχηματική αναπαράσταση του ιστότοπου;
12. Υπάρχει λογότυπο στην αρχική σελίδα;
13. Υπάρχει καταστατικό;
14. Υπάρχει οργανόγραμμα;
15. Υπάρχουν τα βιογραφικά των στελεχών;
16. Υπάρχει το πρόγραμμα δράσεων και ενεργειών;
17. Υπάρχει περιγραφή των στόχων;
18. Υπάρχει προσδιορισμός των τρόπων επίτευξης των στόχων;
19. Προσδιορίζονται οι πηγές πληροφόρησης;
20. Υπάρχουν γραπτές ομιλίες ή/και συνεντεύξεις;
21. Υπάρχουν μαγνητοφωνημένες ομιλίες ή/και συνεντεύξεις;
22. Υπάρχουν μαγνητοσκοπημένες ομιλίες ή/και συνεντεύξεις;
23. Υπάρχουν συνδέσεις με παρεμφερείς ιδεολογικά χώρους του εσωτερικού;
24. Υπάρχουν συνδέσεις με παρεμφερείς ιδεολογικά χώρους του εξωτερικού;
25. Υπάρχουν συνδέσεις με μη παρεμφερείς ιδεολογικά χώρους του εσωτερικού;
26. Υπάρχουν συνδέσεις με μη παρεμφερείς ιδεολογικά χώρους του εξωτερικού;
27. Υπάρχει πίνακας ανακοινώσεων;
28. Υπάρχουν φωτογραφίες;
29. Υπάρχουν γραφικές αναπαραστάσεις;
30. Υπάρχουν βίντεο ή αρχεία ήχου;

31. Υπάρχει δυνατότητα τρισδιάστατης κίνησης (3D animation);
32. Γίνεται εικονοποίηση της πληροφορίας;
33. Αποστέλλονται δελτία τύπου (newsletters);
34. Υπάρχουν διαφημιστικές καταχωρίσεις;
35. Υπάρχουν μενού;
36. Οι σύνδεσμοι ανοίγουν στο ίδιο παράθυρο;
37. Οι σύνδεσμοι ανοίγουν σε νέο παράθυρο;
38. Υπάρχει χάρτης του ιστότοπου (site map);
39. Είναι αποτελεσματική η λειτουργία των μενού;
40. Υπάρχει εσωτερική μηχανή αναζήτησης για το περιεχόμενο του ιστότοπου;
41. Είναι αποτελεσματική η λειτουργία της εσωτερικής μηχανής αναζήτησης;
42. Υπάρχει εξωτερική μηχανή αναζήτησης;
43. Είναι αποτελεσματική η λειτουργία της εξωτερικής μηχανής αναζήτησης;
44. Υπάρχει η δυνατότητα άμεσης επιστροφής στην αρχική σελίδα;
45. Υποστηρίζονται οι χρήστες με ειδικές ανάγκες
(<http://www.contentquality.com>);
46. Υποστηρίζονται οι χρήστες με παλαιότερη ή/και εναλλακτική τεχνολογία
(<http://www.websiteoptimization.com/services/analyze>);
47. Υπάρχει η δυνατότητα αλλαγής γλώσσας;
48. Πόσες γλώσσες υποστηρίζονται;
49. Υπάρχει περιοχή μελών (forum);
50. Γίνεται χρήση blog;
51. Γίνεται χρήση podcasting;
52. Γίνεται χρήση wiki;
53. Γίνεται χρήση RSS feed;
54. Γίνεται χρήση ηλεκτρονικών εκδόσεων (e-magazine);
55. Γίνεται χρήση πάνελ πολιτών (citizens' panel);
56. Γίνεται χρήση ηλεκτρονικών ψηφοφοριών (e-voting);
57. Γίνεται χρήση ηλεκτρονικών δημοσκοπήσεων (e-polls);
58. Γίνεται χρήση ηλεκτρονικών συλλογικών αιτημάτων (e-petitions);
59. Υπάρχουν συμβατικοί τρόποι επικοινωνίας (τηλέφωνο, φαξ, ταχυδρομείο);
60. Υπάρχουν διαδραστικοί τρόποι επικοινωνίας τρόποι (chat με άλλους χρήστες);

61. Είναι γρήγορη η μεταφόρτωση των αρχείων πολυμέσων (<http://www.websiteoptimization.com/services/analyze>);
62. Είναι αποτελεσματική η λειτουργία του χάρτη;
63. Ποιος είναι ο συνολικός αριθμός των σπασμένων (broken) ή/και νεκρών συνδέσμων (dead links) (<http://validator.w3.org>);
64. Μπορεί να αλλάξει το μέγεθος των γραμμάτων;
65. Απαιτείται πλάγιο ή/και κάθετο scrolling;
66. Υπάρχει διαδραστικότητα (αλλάζουν τα χρώματα ή κινούνται τα πλαίσια πλοήγησης);
67. Υπάρχει επιλογή για παρουσίαση της σελίδας μόνο ως κείμενο (printer friendly);
68. Υπάρχουν μικρογραφίες (thumbnail) των μεγάλων γραφικών και των εικόνων;
69. Υπάρχουν τα κείμενα σε διάφορες μορφές πχ. Microsoft Word, Adobe PDF;
70. Λειτουργεί ο ιστότοπος ως διαδικτυακή πύλη (portal);
71. Πόσα είναι τα λάθη του κώδικα κατασκευής ιστοσελίδων (<http://validator.w3.org>);
72. Ποιος είναι ο αριθμός των συνολικών posts στο blog;
73. Ποιος είναι ο αριθμός των συνολικών μηνυμάτων στο forum;
74. Ποιος είναι ο μέσος αριθμός επισκεπτών κάθε μέρα (www.statbrain.com);
75. Ποιος είναι ο αριθμός των backlinks από το Google; (www.google.com);
76. Υπάρχει αναφορά στην ελληνική Wikipedia (<http://el.wikipedia.org>);
77. Ποιος ο συνολικός αριθμός των μελών της ΜΚΟ (μέσω αποστολής e-mail)
78. Υπάρχει αντίστοιχο προφίλ στο Facebook (www.facebook.com);
79. Ποιος είναι ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών του ιστότοπου;
80. Ποιος είναι ο αύξων αριθμός στην παγκόσμια κατάταξη; (www.alexa.com);
81. Υπήρξε απάντηση στο e-mail;

ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

1. Αναπτυξιακή Συνεργασία και Αλληλεγγύη
<http://www.dcs.org.gr/>
2. Αντιπυρηνικό Παρατηρητήριο Μεσογείου
<http://www.manw.org>
3. Ατλαντική-Ευρωπαϊκή Ένωση
<http://gaaec.org>
4. ΑΡΙΣΤΕΡΑ ΣΗΜΕΡΑ
<http://www.arsh.gr>
5. Γέφυρες Επικοινωνίας
<http://www.noimatiki-ge.gr>
6. Γραφείο της Κοινωνίας των Πολιτών
<http://www.civilsociety.gr>
7. Διεθνές Αναπτυξιακό Κέντρο
<http://www.dak.gr>
8. Διεθνής Οργάνωση Βιοπολιτικής
<http://www.biopolitics.gr>
9. Διεθνής Διαφάνεια Ελλάς
<http://www.transparency.gr>
10. Διεπιστημονικό Ινστιτούτο Περιβαλλοντικών Ερευνών
<http://www.dipe.gr/indexgr.htm>
11. Εθνικό Κέντρο Περιβάλλοντος και Αειφόρου Ανάπτυξης
<http://www.ekpaa.gr>
12. Εθνικό Συμβούλιο Νεολαίας
<http://www.esyn.gr>
13. Ελληνοαλβανικός Σύνδεσμος Φιλίας Σωκράτης - Διαβατήριο
<http://diavatirio.net>
14. Ελληνική Επιτροπή ΜΚΟ για την Ανάπτυξη
<http://www.dev-ngos.gr>
15. Ελληνική Επιτροπή Διεθνούς Δημοκρατικής Αλληλεγγύης
<http://www.eedda.gr>

16. Ελληνική Εταιρεία για την Προστασία του Περιβάλλοντος και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς
<http://www.ellinikietairia.gr>
17. Ελληνική Εταιρία Διοικήσεως Επιχειρήσεων
<http://ww.eede.gr>
18. Ελληνικό Ιδρυμα Ευρωπαϊκής και Εξωτερικής Πολιτικής
<http://www.eliamep.gr>
19. Ελληνικό Ινστιτούτο Ανάπτυξης και Συνεργασίας
<http://www.entre.gr>
20. Ελληνικό Ινστιτούτο Επικοινωνίας
<http://www.hli.gr>
21. Ελληνικό Κέντρο Ευρωπαϊκών Μελετών και Ερευνών
<http://www.ekeme.gr>
22. Ελληνικό Κέντρο Προώθησης του Εθελοντισμού
<http://www.anthropos.gr>
23. Ελληνικός Κόμβος Επαγρύπνησης για ένα Ασφαλέστερο Διαδίκτυο
<http://www.saferinternet.gr>
24. Ελληνικό Παρατηρητήριο των Συμφωνιών του Ελσίνκι
<http://cm.greekhelsinki.gr>
25. Ελληνικό Περιφερειακό Αναπτυξιακό Κέντρο
<http://www.hrdc.org.gr>
26. Ενωση Πολιτών για την Παρέμβαση
<http://www.paremvassi.gr>
27. Ενωση SD-MED
<http://www.sd-med.org>
28. Ευρωπαϊκή Εκφραση
<http://www.ekfrasi.gr>
29. Ευρωπαϊκή Κινητικότητα
<http://www.geniusmobility.eu>
30. Ευρωπαϊκή Προοπτική
<http://ww.euopers.gr>
31. Ευρωπαϊκό Κέντρο Δημοσίου Δικαίου
<http://ww.eplc.gr>

32. Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό και Ερευνητικό Κέντρο Αθηνών
<http://www.epeka.gr>
33. Ευρωπαϊκό Forum Εθελοντικών Οργανώσεων
<http://www.olimazi.eu>
34. Έργο Πολιτών
<http://www.ergopoliton.gr>
35. Ινστιτούτο Μεταναστευτικής Πολιτικής
<http://www.imero.gr>
36. Κέντρο Διάδοσης Νέων Τεχνολογιών Magnum Opus
<http://www.magnumopus.gr>
37. Κέντρο Ερευνας και Δράσης για την Ειρήνη
<http://www.kede.org>
38. Κέντρο Ερευνών Ρίζες
<http://www.roots-research-center.gr>
39. Κέντρο Πολιτικής Ερευνας και Επικοινωνίας
<http://www.kpee.gr>
40. Κίνηση Πολιτών
<http://www.kinisipoliton.gr>
41. Κύτταρο Εναλλακτικών Αναζητήσεων Νέων
<http://www.kean.gr>
42. Ομίλος Προβληματισμού για τον Εκσυγχρονισμό της Κοινωνίας μας
<http://www.opek.gr>
43. Ομοσπονδία Εθελοντικών Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων Ελλάδος
<http://www.ngofederation.gr>
44. Ομοφυλοφιλική - Λεσβιακή Κοινότητα Ελλάδας
<http://www.olke.org>
45. Περιφερειακό Κέντρο Πληροφόρησης του ΟΗΕ
<http://www.unric.org>
46. Προοδευτική Πολιτική
<http://www.ppol.gr>
47. Πρότυπη Πόλη
<http://www.protypipoli.gr>
48. Σύλλογος Νέων για τα Ηνωμένα Έθνη - Ελλάδα

- <http://www.ysun-greece.org>
49. Access2democracy
<http://www.access2democracy.org>
50. ANCE - Δίκτυο Εμπειρογνομόνων Αθήνας
<http://www.ance-hellas.org>
51. Ecocity
<http://www.ecocity.gr>
52. Ecumenica
<http://www.ecumenica.net>
53. ECOWEEK
<http://www.ecoweeek.gr>
54. EURONET
<http://www.euronet.org.gr>
55. Euroscience
<http://www.euroscience.gr>
56. Fair Trade Hellas
<http://www.fairtrade.gr>
57. Forum «Αγορά Ιδεών»
<http://www.agoraideon.eu>
58. Gov2u
<http://www.gov2u.org>
59. Inten-Synergy
<http://www.intensynergy.org>
60. Praksis
<http://www.praksis.gr>

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	524	5
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	---

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

1. Αβούρης, Ν. (2000) «Εισαγωγή στην επικοινωνία ανθρώπου - υπολογιστή», Αθήνα: εκδ. ΔΙΑΥΛΟΣ.
2. Αβραμόπουλος, Δ. (2007) «Ένας νέος κοινωνικός πυλώνας», ειδική περιοδική έκδοση «Μέρισμα», Αγορά Ιδεών, Αθήνα.
3. Αλεξανδρόπουλος, Σ. (2001) «Θεωρίες για τη συλλογική δράση και τα κοινωνικά κινήματα», Αθήνα: εκδ. Κριτική.
4. Αλεξιάς, Γ. (2006) «Κοινωνιολογία του Σώματος: Από τον Άνθρωπο του Νεάντερταλ στον Εξολοθρευτή», Αθήνα: εκδ. Ελληνικά Γράμματα.
5. Αλεξιάς, Γ. κá. (2006) «Μελέτη δομής, συγκρότησης και λειτουργίας των δυνητικών κοινοτήτων», Κέντρο ψυχο-κοινωνιολογικής έρευνας της διακυβέρνησης των δυνητικών κοινοτήτων, Αθήνα: Ερευνητικό πρόγραμμα χρηματοδοτούμενο από το ερευνητικό ακαδημαϊκό ινστιτούτο τεχνολογίας υπολογιστών (EAITY).
6. Ανθόπουλος, Χ. (2002) «Πολιτικά Κόμματα και Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις», στο περιοδικό «Κοινωνία των Πολιτών», τεύχος 8.
7. Αποστολάκης Ιωάννης, Λουκής Ευριπίδης, Χάλαρης Ιωάννης (2004), «Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση», Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης, Αθήνα.
8. Αρβανιτόπουλος, Κ. «Η έννοια της συμμετοχής στη σύγχρονη δημοκρατία», Φιλελεύθερη Εμφαση, Ιανουάριος - Μάρτιος 2005, τεύχος 22.
9. Βαρελάς, Π., Βαρελάς, Χ., Δαμιανάκης, Κ., Καρακατσάνης, Κ., Κατσώτης, Γ., Κουρκουτάς, Γ., Μελέκος, Γ., Παναγιωτάκη, Α., Σάμιος, Β., Τζεβελέκος, Γ. (2006) "Internet Guide", RAM, Αθήνα: εκδ. Δημοσιογραφικός Οργανισμός Λαμπράκη.
10. Βαρλάμης, Η. & Αποστολάκης, Ι. (2006) «Ζητήματα Λειτουργίας και Διαχείρισης Δυνητικών Κοινοτήτων», Παρουσιάσεις στο μάθημα Ζητήματα Λειτουργίας και Διαχείρισης Δυνητικών Κοινοτήτων. ΠΜΣ Δυνητικές Κοινότητες Κοινωνιο-Ψυχολογικές Προσεγγίσεις και Τεχνικές Εφαρμογές. Πάντειο Πανεπιστήμιο.
11. Βασιλόπουλος, Π. «Διακυβέρνηση και Κοινωνία Πολιτών: Δύο έννοιες με



μέλλον στον 21ο αιώνα».

12. Βασιλόπουλος, Π. (2004) «Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση και ΜΚΟ (Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις), Συστήματα πολιτικής διαφάνειας σε παγκόσμιο, ευρωπαϊκό και τοπικό επίπεδο με τη συμμετοχή της Κοινωνίας των Πολιτών», Μελέτη της ΕΥΔ για το ΕΠ «ΚτΠ».
13. Βασιλόπουλος, Π. (2005) «Υπερνεωτερικότητα και Κοινωνία Πολιτών», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 11
14. Βασιλόπουλος, Π. (2007) «Σύγχρονος ορισμός της ΜΚΟ», 1η Πανελλήνια Διαβούλευση «Σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για τον εθελοντισμό και τις ΜΚΟ», 2007.
15. Βενιζέλος, Ε. (2000) «Οι περιπέτειες της Κοινωνίας των Πολιτών», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 5.
16. Βερβερίδης, Σ. (2005) «Ποιος φοβάται το blog της Πανδώρας;», Αθήνα: ΕΠΙΚΕΝΤΡΑ, τεύχος 2.
17. Βούλγαρης, Γ. (2008) «Η Ελλάδα από τη μεταπολίτευση στην παγκοσμιοποίηση», Αθήνα: εκδ. Πόλις.
18. Βουλδή Δήμητρα (2004), «Ψηφιακή Δημοκρατία: υποσχέσεις, προϋποθέσεις, προβλήματα και εφαρμογές», Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης, Αθήνα.
19. Γαλανοπούλου, Ρ. (2003) «Η Ψηφιακή Πρόκληση: ΜΜΕ και Δημοκρατία, Εργασίες Διεθνούς Συνεδρίου», Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αθήνα: εκδ. Τυπωθήτω.
20. Γεωργιάδου, Β. (1996) «Προσπάθεια αποκρυπτογράφησης του συνθετικού λόγου» στο Gellner, Ε. «Η Κοινωνία Πολιτών στη Νεωτερικότητα», Αθήνα: εκδ. Παπαζήση.
21. Γιαννακόπουλος, Ι. Κω. (2005) «Εικονικές Κοινότητες, Μια κοινωνιολογική προσέγγιση του Διαδικτύου», Αθήνα: εκδ. Παπαζήση.
22. Γιαννής, Ν. (2002) «Τι είναι η Κοινωνία Πολιτών», Κίνηση των Πολιτών για μια Ανοιχτή Κοινωνία, Αθήνα.
23. Γιαννής, Ν. (2004) «Συμμετοχική δημοκρατία ή κοινωνία πολιτών: η ευρωπαϊκή πορεία», Φιλελεύθερη Εμφαση, Ιανουάριος-Φεβρουάριος-Μάρτιος 2004, τεύχος 18.
24. Γιαννής, Ν. (2007) «Εννοιολογική κατηγοριοποίηση των ΜΚΟ», 1η

Πανελλήνια Διαβούλευση «Σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για τον εθελοντισμό και τις ΜΚΟ».

25. Γρηγορίου, Γ. (2007) «Δικτύωση ΜΚΟ - κοινές πλατφόρμες διαβούλευσης και δράσης», 1^η Πανελλήνια Διαβούλευση «Σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για τον εθελοντισμό και τις ΜΚΟ».
26. Δαμανάκη, Μ. (2004) «Συμμετοχική Δημοκρατία. Εγχειρίδιο για ενδιαφερομένους», Αθήνα: εκδ. Καστανιώτη.
27. Δελγιάννης, Γ. (2006) «Η κοινωνία της πληροφορίας και ο ρόλος των διαδραστικών πολυμέσων», Αθήνα: εκδ. Fagotto Books.
28. Δεμερτζής Ν. (2002) «Πολιτική Επικοινωνία. Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο», Αθήνα: εκδ. Παπαζήση.
29. Δερτούζος, Μ. (1998) «Τι μέλλει γενέσθαι. Πώς ο νέος κόσμος της πληροφορίας θα αλλάξει τη ζωή μας», Αθήνα: εκδ. Λιβάνη.
30. Δουκάκης Ντάντης Α., Λιάπη Μ., Κυλάκου, Κ. (2004) «Θεσμικοί σχηματισμοί και κοινωνικό πεδίο: Ο ρόλος των ΜΚΟ και της κοινωνίας των πολιτών στη διαμόρφωση των πολιτικών σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο», Κέντρο Γυναικείων Μελετών και Ερευνών.
31. Δούκας, Χ., Δούκα, Α.Τ. (2007) «Οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ) στις Κοινωνίες της Μάθησης: Νέοι Ρόλοι και Στρατηγικές», Διοικητική Ενημέρωση, τεύχος 42.
32. «Δυνητικές κοινότητες και διαδίκτυο: Κοινωνιο-ψυχολογικές προσεγγίσεις και τεχνολογικές εφαρμογές», επιμ. εκδ.: Κοσκινάς, Κ., Αρσένης, Σπ. Αθήνα: εκδ. Κλειδάριθμος.
33. Έρευνα της Public Issue για τη μέτρηση των βασικών δεικτών της Εθνικής Έρευνας για τις Νέες Τεχνολογίες και την Κοινωνία της Πληροφορίας για το 2007, (<http://www.publicissue.gr/128/iom-media>, ανακτήθηκε στις 02/05/09).
34. E-businessforum (2002) «Κοινωνία της Πληροφορίας: Κοινωνιολογία και Τεχνολογία», τελικό παραδοτέο της Ομάδας Εργασίας Γ-1.
35. E-businessforum (2004) «Συστήματα Ασφαλούς Ηλεκτρονικής Ψηφοφορίας», τελικό παραδοτέο της Ομάδας Εργασίας ΣΤ-4.
36. Ζέρη, Π. (2006) «Ψηφιακά δίκτυα, γνώση και δημόσια πολιτική», Αθήνα: εκδ. Ι. ΣΙΔΕΡΗΣ.
37. ΙΣΤΑΜΕ (2006) «Ρόλος και συμμετοχή των μη κυβερνητικών οργανώσεων

- στα μοντέλα πολιτικής διακυβέρνησης του μέλλοντος. Προτάσεις και προσαρμογή στα πλαίσια της ελληνικής εμπειρίας», Αθήνα.
38. Καραμανλής, Κ. (2004) «Οι 'ΜΚΟ' σύμμαχος διακυβέρνησης», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 10.
 39. Καραμπάσης, Ζ. (2008) «Το blogging στην Ελλάδα: προφίλ, κίνητρα και πρακτικές των ελληνόφωνων bloggers», διπλωματική εργασία στο Μεταπτυχιακό πρόγραμμα «Δυνητικές κοινότητες: Ψυχο-κοινωνιολογικές προσεγγίσεις και τεχνικές εφαρμογές», Τμήμα Ψυχολογίας, Πάντειο Πανεπιστήμιο.
 40. Καράκος, Σ. Α. (2007) «Διαδίκτυο, παγκόσμιος ιστός και τεχνικές προγραμματισμού», Αθήνα: εκδ. Β. Γκιούρδας Εκδοτική.
 41. Κατάρα, Σ. (2002) «Ψηφιακές Πόλεις: Ο Προάγγελος της Ψηφιακής Δημοκρατίας», (www.strategic.gr/whitepapers/WPgr_DigitalCities.doc, ανακτήθηκε στις 02/05/09).
 42. Κούρτη, Ε. (2003) «Η επικοινωνία στο διαδίκτυο», Αθήνα: εκδ. Ελληνικά Γράμματα.
 43. Κωτσικοπούλου, Β. (2002) «Εκλογές και διαδίκτυο: Η περίπτωση του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ελλάδας», στο Δεμερτζής, Ν. (2002) «Η Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα», Αθήνα: εκδ. Παπαζήση.
 44. Λαζακίδου, Α., Χατζημίτης, Δ., Ευαγγέλου, Ι. (2004) «Εικονικός κόσμος και νέες τεχνολογίες», Αθήνα: εκδ. Κλειδάριθμος.
 45. Λάριος, Γ. (2006) «Φέρνουν τα blogs τομές στην πολιτική;», Αθήνα: THE ECONOMIST, τεύχος 28.
 46. Λιοναράκης, Ν. (2005) «Οι ΜΚΟ τρίτης γενιάς», εφημερίδα «Τα Νέα», Αθήνα.
 47. Μακρυδημήτρης, Α. (2004) «Η θολή άνοιξη της κοινωνίας των πολιτών», Φιλελεύθερη Εμφαση, τεύχος 18.
 48. Μουζέλης, Ν., Βασιλόπουλος, Π. (2000) «Κοινωνία των Πολιτών και αναθεώρηση του Συντάγματος», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 5.
 49. Μουζέλης, Ν. (2004) «Συμμετοχική δημοκρατία και πλουραλισμός», Βήμα - Νέες τεχνολογίες, 15 Φεβρουαρίου 2004.
 50. Μπουντουρίδης Α.Μ. (1995) «Internet, κοινωνία και πολιτική», Εισήγηση για το Διεθνές Συμπόσιο: «Μαζικά Μέσα Επικοινωνίας: Προς την Κοινωνία των

Πληροφοριών», Ευρωπαϊκή Διάσταση, Αθήνα.

51. Μπουντουρίδης Α.Μ. (1996) «Το παρελθόν του κυβερνοχωρικού μέλλοντος: Από την Κυβερνητική ως τα Cyborgs», Εργασία που παρουσιάστηκε στο πλαίσιο της σειράς διαλέξεων «Κοινωνία της Πληροφορίας: Οψεις και Προοπτικές», Κύπρος.
52. Μυλωνά, Α., Κυριακοπούλου, Ν. (2005) «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Οι ΜΚΟ. σύμμαχοι στην ανάπτυξή της», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 11, (http://www.koinonipoliton.gr/site/content/category/4/31/27/lang,el_GR.UT F8, ανακτήθηκε στις 02/05/09).
53. Ομάδα περιβάλλοντος του ΕΚΚΕ, (1997) «Ερευνα για τις Μη Κυβερνητικές Οικολογικές-Περιβαλλοντικές Οργανώσεις (ΜΚΟ-ΠΟ)», κατ' ανάθεση του υπουργείου Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημόσιων Εργων, (http://www.ekke.gr/estia/gr_pages/mko_po/static.htm, ανακτήθηκε στις 02/05/09).
54. Παναγιωτίδου, Ε. (2002) «Πού, πότε και γιατί αναπτύσσεται η κοινωνία των πολιτών», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 8.
55. Παπαϊωάννου, Κ. (2000) «Ελληνικές Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις: τοπίο στην ομίχλη», Δικαιωματικά, τεύχος 5. (<http://www.greekhelsinki.gr/dikaiomatika/05/stiles/epwnymws/01.htm>)
56. Παπαμιχαήλ, Γ. (2005) «Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις και κυρίαρχη πολιτική», THE MONTHLY REVIEW IMPRINT, Αθήνα.
57. Παπανδρέου, Γ. (2003) «Η υπόσχεση της ηλεκτρονικής δημοκρατίας», (<http://www.papandreou.gr/papandreou/content/Document.aspx?d=6&rd=7739474&f=1359&rf=1307755822&m=3808&rm=22166199&l=2>, ανακτήθηκε στις 02/05/09).
58. Παπαπάυλου, Γ. (2000) «E-government», (www.auth.gr/news/announcements/infosociety/Papapavlou.ppt, ανακτήθηκε στις 02/05/09).
59. Περλικός, Φ. (2006) «Ο εκδημοκρατισμός της έκφρασης», Αθήνα: THE ECONOMIST, τεύχος 28.
60. Σκαρπέλος, Γ. (1999) «Terra Virtualis, Η κατασκευή του κυβερνοχώρου», Αθήνα: εκδ. Νεφέλη.
61. Σκλιας, Π. (2001) «Διεθνής Πολιτική Οικονομία: Τα Βαλκάνια, η Κεντρική

- και Ανατολική Ευρώπη οι χώρες της πρώην ΕΣΣΔ και οι σχέσεις τους με την Ευρωπαϊκή Ένωση», Αθήνα: εκδ. Λιβάνη.
62. Σκλιας, Π. (2004) «Οι ΜΚΟ που δραστηριοποιούνται στο τομέα της διεθνούς αναπτυξιακής συνεργασίας», Φιλελεύθερη Έμφαση, Ιανουάριος-Φεβρουάριος-Μάρτιος 2004, τεύχος 18.
63. Σκλιας, Π. (2005) «Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις και ελληνική εξωτερική πολιτική: Η νέα διάσταση στην ελληνική πραγματικότητα» στο Τριάντα χρόνια ελληνικής εξωτερικής πολιτικής 1974-2004, Αθήνα: εκδ. Λιβάνη.
64. Σκλιας, Π. (2007) «Οι ΜΚΟ στο σύγχρονο διεθνές και πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον», 1^η Πανελλήνια Διαβούλευση «Σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο για τον εθελοντισμό και τις ΜΚΟ».
65. Σταυράκης, Η. (2001) «Δημοκρατία και Πληροφορική», (www.clab.edc.uoc.gr/hy302/tasks/presentations/stavrakis/stavrakis.doc, ανακτήθηκε στις 02/05/09).
66. Συρμακέσης, Σ. (2003) «Αλληλεπίδραση ανθρώπου - υπολογιστή», Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
67. Τσίγκος, Δ. (2006) «Διαδίκτυο, ψηφιακή ελευθερία και άμεση δημοκρατία», Αθήνα: THE ECONOMIST, τεύχος 28.
68. Τέλλογλου, Τ. (2002) «Τα μέσα ενημέρωσης και οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις: Η δημόσια απαξία της κοινωνίας των πολιτών» στο Σκλιας, Π. & Χουλιάρης, Α. Η διπλωματία της Κοινωνίας των Πολιτών, εκδ. Παπαζήση.
69. Φραγκονικολόπουλος, Χ. (2007) «Ο παγκόσμιος ρόλος των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων: Δύναμη και αδυναμίες στην παγκόσμια διακυβέρνηση», Αθήνα: εκδ. Σιδέρης.
70. Χαρίτος, Δ. (2005) «Δυνητική πραγματικότητα: Ένα προωθημένο σύστημα διεπαφής ανθρώπου - υπολογιστή ή ένα νέο μέσο επικοινωνίας;», Ζητήματα επικοινωνίας, Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Εφηρμοσμένης Επικοινωνίας, τεύχος 2.
71. Χρήστου, Χ. (2007) «Διερεύνηση του ρόλου των ΜΚΟ στο σύγχρονο πλέγμα διακυβέρνησης: η συμβολή των τεχνολογικών νεωτερισμών», διπλωματική εργασία στη Σχολή Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Υπολογιστών στο Εθνικό Μετσόβιο Πανεπιστήμιο.
72. Χτουρής, Ν.Σ. (1997) «Μεταβιομηχανική κοινωνία και κοινωνία της

πληροφορίας: Παγκόσμια Δίκτυα, ο ρόλος τους στη Νέα Κοινωνική Διαφοροποίηση», Αθήνα: εκδ. Ελληνικά Γράμματα.

ΒΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

1. Berners-Lee, T. (2002) «Υφαίνοντας τον παγκόσμιο ιστό», μτφ.: Καλαϊτζής, Ν. Αθήνα: Γκοβόστης.
2. Berners-Lee, T., Hall, W., Hendler, A. J., O'Hara, K., Shadbolt, N., Weitzner, J. D. (2007) "A Framework For Web Science", μτφρ. Μιχάλης Βαφόπουλος, hyperconsult 2007.
3. Brand, U. (2000) "Nichtregierungsorganisationen, Staat und ökologische Krise", Münster, Westfälisches Dampfboot.
4. Brown, D. (1998) «Η δικτατορία στον κυβερνοχώρο», Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
5. Bruner, J. (1991) "Acts of meaning", Cambridge MA: Harvard University Press.
6. Bruner, J. (2002) "Making stories: Law, literature, life", New York: Farrar, Strauss and Giroux.
7. Carothers, T. (1999) "Civil Society", Foreign Policy: 117
8. Castells, M. (2005) «Ο γαλαξίας του Διαδικτύου», Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
9. Cheung, Ch. (2000) "A home on the Web: Presentations of self on personal homepages".
10. Conway, M., Dorner, D. (2004) "An evaluation of New Zealand political party Websites", Information Research, Vol. 9 No. 4.
11. Clark, G. (1998) "Non-Governmental Organizations (NGOs) and Politics in the Developing World," Political Studies 46:36-52.
12. Daves, W. (2003) "You Don't Know Me, But... Social Capital and Social Software", The Work Foundation.
13. Döring, N. (2002) "Personal home pages on the Web: a review of research", Journal of Computer-Mediated-Communication.
14. Drezner, D., Farrell, H. (2004) "The power and politics of blogs".
15. Fulk, J. "Organization and Communication", NGO Alliances in the Global Sphere.
16. G. di Pietro (2001) «ΜΚΟ και Διαδίκτυο: Χρήση και Επιπτώσεις», Κοινωνία Πολιτών, τεύχος 7.

17. Gauntlett, D. (ed.) "Web studies: Rewiring media studies for the digital age", London: Arnold.
18. Gibson, R., & Ward, S. (2000) "A proposed methodology for studying the function and effectiveness of party and candidate Websites", *Social Science Computer Review*, 18(3).
19. Gibson, R., & Ward, S. (2002) "Virtual campaigning: Australian parties and the impact of the internet", *Australian Journal of Political Science*, 37(1).
20. Gibson, R., Margolis, M., Resnick, D., & Ward, S. (2003) "Election campaigning on the WWW in the USA and UK: a comparative analysis", *Party Politics*, 9(1).
21. Gillmor, D. (2006) «Εμείς είμαστε το μέσο», Αθήνα: εκδ. ΟΞΥ.
22. Goulandris, V. (2004) "e-Democracy: from theory to practice: The Future of Democracy in Europe", Council of Europe Conference.
23. Graham, G. (2001) «Internet. Μια κοινωνιολογική προσέγγιση», μτφ. Μαρίνου, Χ. Αθήνα: εκδ. Περίπλους.
24. Grossberg, L., Wartella, E., Whitney, D. (1998) "Mediamaking: Mass Media in a Popular Culture", Thousand Oaks: Sage.
25. Hagel, J., Armstrong, A.G. (1997) "Net gain: Expanding markets through virtual communities", Boston: Harvard Business School Press.
26. Hauss, C. (2003). "Civil Society" Beyond Intractability. Eds. Guy Burgess and Heidi Burgess. Conflict Research Consortium, University of Colorado, Boulder.
27. Horrigan, B. J. (2001) "Online Communities: Networks that nurture long-distance relationships and local ties", Pew Internet & American Life Project.
28. Joinson, A.N. (2003) "Sharing and Surfing: The Benefits of On-line Communities and Web Browsing", in *Understanding the Psychology of Internet Behaviour: Virtual Worlds, Real Lives*, New York: MacMillan.
29. Keim, A.D., Kreigel, H-P. (1996) "Visualization Techniques for Mining Large Databases: A Comparison", *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, τόμος 8.
30. Kim A.J. (2000) "Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities", Peachpit Press.
31. Korsten, H., Bothma, T.J.D. (2007) "Evaluating South African government

Web sites: methods, findings and recommendations", openUP.

32. Lévy, P. (1999) «Δυνητική πραγματικότητα», μτφρ. Καραχάλιος, Μ, Αθήνα: εκδ. Κριτική.
33. Lindseth P.L. (1999) "Democratic Legitimacy and the Administrative Character of Supra Nationalism", Columbia Law Review, τεύχος 2.
34. Lyotard, J. F. (1993) «Η μεταμοντέρνα κατάσταση», μτφ. Παπαγιώργης, Κ., Αθήνα: εκδ. Γνώση.
35. McLuhan, M. (1962) "Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man", Toronto: University of Toronto Press.
36. Monge, P. "Evolution of NGO Networks Over Time".
37. Morris-Suzuki, T. (2000) "For and Against NGO's - The Politics of the Lived World", New Left Review, No.2.
38. Nardi, A., B, Schianno, J., D, Gumbrecht, M., Swartz, L., (2004) "Why we blog", Communications of the ACM, vol.47.
39. Nielsen, J., Molich, R. (1990) "Improving a human-computer dialogue", Communications of the ACM 33, 3 (March), 338-348.
40. Norris, P. (2001) "Digital divide: civic engagement, information poverty, and the internet worldwide", Cambridge University Press, Cambridge.
41. OECD (2003) "Promises and Problems of E-democracy: Challenges of Online Citizen Engagement".
42. O'Neill, M. (1990) "The Third America: the Emergence of the Non-Profit Sec-tor in the United States San Francisco: Jossey-BassClark".
43. Ongus, R.W., Kemparaju2, T.D., Nyamboga, C.M. (2006) "Evaluation of University websites targeting english speaking users: a comparative analysis of selected sites in developed and developing countries", Malaysian Journal of Library & Information Science, Vol.11.
44. Perloff, R.M. (1999) "Elite, Popular and Merchandised Politics", στο Newman, B.I. (1999) "Handbook of Political Marketing", Sage Publications, London.
45. Porter, C. (2004) "A Typology of Virtual Communities: A Multi- Disciplinary Foundation for Future Research", Journal of Computer- Mediated Communication, 10.
46. Powazek, D.M (2002) "Design for Community: The Art of Connecting Real

People in Virtual Places”, New Riders.

47. Preece, J. (2000) “Online Communities: Designing Usability, Supporting Sociability”, Chichester, John Wiley and Sons.
48. Rheingold, H. (1993) “The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier”, Addison-Wesley.
49. Rosenbloom, A. (2004) “The blogoshere”, Communications of the ACM, vol.47.
50. Sotiropoulos, S.D., Karamagioli, E. (2005) “Greek Civil Society: The Long Road to Maturity”, CIVICUS Civil Society Index Short Assessment Tool (CSI-SAT): An international action-research project coordinated by CIVICUS: World Alliance for Citizen Participation. Athens.
51. Simmons, P. J. (1998) "Learning to live with NGOs", Foreign Policy 112.
52. Sotiropoulos, D., Karamagioli, E. (2006) "Greek Civil Society: The Long Road to Maturity", CIVICUS Civil Society Index Report for Greece, Athens, Access2democracy.
53. Stromquist, N. (1998) "NGOs in a new paradigm of civil society", Current Issues in Comparative Education, Vol. 1.
54. Stromquist, N. (2008) "Revisiting Transformational NGOs in the Context of Contemporary Society ", Current Issues in Comparative Education, Vol. 10.
55. Thomas B.R., Cathia G.R. (2003) "e-Governance to e- Democracy: Examining the evolution", Commonwealth Centre for E-Governance.
56. Varoufakis, Y. “E-Democracy in Context: Putting the Demos back into Democracy?”, Access2democracy.
57. Virapatirin, M., Peixoto, T. "e-AGORA, The White Book of local e-democracy: Reflections and Perspectives".
58. Wahl, P. (1997) “Mythos und Realitat internationaler Zivilgesellschaft” στο Altvater, E., et. al. "Vernetzt und verstrickt. Nichtregierungsorganisationen als gesellschaftliche Produktivkraft", Munster.
59. Wallace, P. (1999) “Psychology of the Internet”, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
60. Wallace, T. (2004) “Trojan Horses for Global Neoliberalism”, Merlin Press.
61. White, N. (2001) “Community Member Roles and Types”.