

The big bang: η αρχή της διαδικτυακής κοινότητας Η περίπτωση του ιστότοπου **talk.zouper.com**

Λαμπρόπουλος Βασίλειος

3μελής επιτροπή

Αναπλ. Καθ. Κ. Κοσκινάς, Επιβλέπων | Δρ. Η. Βαρλάμης, Μέλος | Δρ. Α. Γιαννακουλόπουλος, Μέλος



Σεπτέμβριος 2012



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 σύμπραξη με το

ΤΜΗΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΤΕΙ
ΜΕΣΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

και σε συνεργασία με το

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

The big bang: η αρχή της διαδικτυακής κοινότητας

Η περίπτωση του ιστότοπου talk.zouper.com

Λαμπρόπουλος Βασίλειος

ΑΜ: 6308Μοο8

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

1. Αναπλ. Καθ. Κ. Κοσκινάς, Επιβλέπων
2. Δρ. Η. Βαρλάμης, Μέλος
3. Δρ. Α. Γιαννακουλόπουλος, Μέλος

Σεπτέμβριος 2012

Abstract	4
English text:	4
Ελληνικό κείμενο:	4
Εισαγωγή	5
Θεωρητικό Υπόβαθρο	7
Κοινωνικά Δίκτυα	7
Κοινότητες	9
Δυνητικές - Διαδικτυακές Κοινότητες	11
Ηλεκτρονικά δίκτυα.....	13
Οσμή διαδικτυακής δημοκρατίας	14
Σκέψεις πάνω στην έννοια-εφαρμογή της ηλεκτρονικής δημοκρατίας.....	17
Η Κοινότητα talk.zouper.com.....	18
Περί της κοινότητας.....	18
Μεθοδολογία και προσέγγιση της έρευνας	21
Κατασκευή-δομή του talk.zouper.com	22
Περιεχόμενο	23
Ευχρηστία	25
Ασφάλεια – τεχνολογία.....	28
Προσβασιμότητα.....	28
Παρουσίαση – παρουσία	30
Περαιτέρω τεχνικά στοιχεία	32
Μέλη της κοινότητας.....	33
Εφαρμογή – αποτελέσματα της κοινότητας	34
Παρατήρηση Κοινότητας.....	34
Στατιστικά στοιχεία.....	35
Συμπλήρωση ερωτηματολογίου – αποτελέσματα	39
Συμπεράσματα	40
Συζήτηση	45

Επίλογος.....	46
Παράρτημα 1: Ερωτήσεις	54
Παράρτημα 2: Τεχνικά χαρακτηριστικά	55
Βιβλιογραφία	57
Ηλεκτρονική βιβλιογραφία.....	57
Έντυπη βιβλιογραφία	58

Abstract

English text:

The development of web 2.0 restored an idea that predated the internet and was as old a concept as man himself: the concept of the community. As a simple word, it forms images of a small society in our mind, a village perhaps. Yet the sensation these images leave behind as a trace, takes us deeper into more fundamental views and values of the commune in an ideal world: local, humane, direct and equal to all who participated. In older times, the basic element for its creation was geographic neighborhood; that was enough to bring kindred spirits together. This is no longer required in the age of the internet: more than ever, we have the right to be citizens of an ideal network without even sharing the same geographic space.

This essay will examine the spontaneous creation of such a community; a community that is best described by: freedom of speech, collectivity and all the tools available for direct communication. With the use of the social media, the “voice” of the community will reverberate to the large social space of web 2.0. As a second step, the elements that brought the users of the community together or dispersed them will be examined. What will be the verdict for the use of social media? Will the community enlarge or will it finally lose its independence, condemned to “drown” in them?

Keywords: Virtual community, research, spontaneous, online community

Ελληνικό κείμενο:

Η ανάπτυξη του web 2.0 επανέφερε μια ιδέα που είναι πολύ παλαιότερη από το διαδίκτυο και από τις αρχές της δημιουργίας του ανθρώπου: την έννοια της κοινότητας. Σαν μια απλή λέξη φέρνει εικόνες μικρής κοινωνίας στο νου, χωριού ίσως, αλλά η αίσθηση που αφήνουν οι εικόνες αυτές μας πάει βαθύτερα στην ιδέα που είχε η κοινότητα στον ιδεατό κόσμο: τοπική, ανθρώπινη με αμεσότητα επικοινωνίας, και ίση προς όλους που συμμετείχαν σε αυτή. Σε παλιότερες εποχές βασικό στοιχείο ήταν η γεωγραφική γειτνίαση, για να φέρει κοντά ομοϊδεάτες, κάτι που δεν είναι προαπαιτούμενο πλέον στην εποχή του διαδικτύου. Περισσότερο από ποτέ έχουμε την δυνατότητα να είμαστε πολίτες ενός ιδεατού δικτύου χωρίς να μοιραζόμαστε τον ίδιο γεωγραφικό χώρο.

Η εργασία θα εξετάσει την αστραπιαία γέννηση μιας τέτοιας κοινότητας. Μιας κοινότητας που την χαρακτηρίζουν: ελευθερία λόγου, συλλογικότητα και όλα τα εργαλεία για αμεσότητα επικοινωνίας. Με την χρήση των κοινωνικών μέσων η «φωνή» της κοινότητας θα διευρυνθεί σαν αντήχηση σε έναν μεγαλύτερο χώρο. Κατόπιν θα εξεταστεί από την πλευρά των μελών της ποια στοιχεία τους έφεραν κοντά ή τους απομάκρυναν από την κοινότητα. Θα διαπιστωθεί κατά πόσο στην απόφαση της να χρησιμοποιήσει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα διευρυνθεί πραγματικά ή αν θα καταδικαστεί εντέλει να χάσει την ανεξαρτησία του και να απορροφηθεί από αυτά;

Λέξεις-κλειδιά: δυνητική κοινότητα, έρευνα, άμεση δημιουργία, διαδικτυακή κοινότητα

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τους καθηγητές του Μεταπτυχιακού και τον υπεύθυνο κο Κοσκινά για το πολύτιμο κομμάτι γνώσης που μας δόθηκε, τους επιβλέποντες της πτυχιακής Δρ. Η. Βαρλάμη και Δρ. Α. Γιαννακουλόπουλο για την κατανόηση, συνδρομή και τον Δρ Αλέξανδρο Ξενάκη για την πολύτιμη βοήθεια και συμπαράσταση τους μήνες που η πτυχιακή είχε μετακομίσει στο Εδιμβούργο, την βιβλιοθήκη του Εδιμβούργου, την βιβλιοθήκη του Vrije Universiteit Brussel, την Κατερίνα Κριτζιλάκη και τον Νίκο Ρούβαλη για την πολύτιμη δεύτερη γνώμη σε τεχνικά κομμάτια, όλα τα μέλη της κοινότητας talk.zouper.com για την «ζούπερ» συμμετοχή τους κι όλους όσους συμμετέχετε και θα συμμετέχετε σε αυτή. Σας ευχαριστώ θερμά όλους.

Εισαγωγή

Ζώντας σε μια εποχή όπου η κοινωνία μεγαλώνει και γίνεται παγκόσμια αλλά ταυτόχρονα το άτομο αποξενώνεται όλο και πιο πολύ από το φυσικό του περιβάλλον, ή διαφυγή μέσα από δυνητικά περιβάλλοντα υπερνικά τα όρια της τοπικότητας αλλά ακόμα και τα όρια της φυσικής υπόστασης. Το Διαδίκτυο γίνεται όλο και περισσότερο η αναγκαία και ικανή συνθήκη για ένα πλήθος δραστηριοτήτων: προώθηση έργου, εύρεση εργασίας, τόπος συνάντησης για φίλους ή ευκαιρία για ανακάλυψη νέων: ένας νέος κόσμος με δυνατότητες σαν μια καινούργια ανεξερευνήτη και ολοένα αναπτυσσόμενη αποικία.

Για τον Manuel Castells το διαδίκτυο σαν νέο μέσο επικοινωνίας συνδυάζεται με την ανάδυση νέων προτύπων κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Η on-line επικοινωνία, βασικός πυλώνας των δυνητικών κοινοτήτων, σηματοδοτείται ως η διαχωριστική γραμμή μεταξύ τοπικότητας και κοινωνικότητας, δεδομένου ότι οι κοινότητες ξεφεύγουν πλέον από τα στενά γεωγραφικά τους πλαίσια. Τούτο έχει ως αποτέλεσμα “...την *ανάδυση νέων και επιλεκτικών προτύπων κοινωνικών σχέσεων, οι οποίες υποκαθιστούν τις εδαφικά καθοριζόμενες σχέσεις κοινωνικής αλληλεπίδρασης*...”.

Το διαδίκτυο, σύμφωνα με τον Nohbert Bolz αποτελεί τον άξονα μιας διαδραστικής παγκόσμιας επικοινωνίας, δεδομένου ότι η *παρουσία* αντικαθίσταται με την *επικοινωνιακή προσβασιμότητα*. Για τον Bolz η συνέπεια της αυξανόμενης διάδρασης έχει ως αποτέλεσμα την ανάδειξη της επικοινωνίας αλλά και εξ αυτού του γεγονότος την περιθωριοποίηση της πληροφορίας. Έτσι η *κοινωνική υπεραξία* της σύνδεσης αναδεικνύει την σημαντικότητα της συμμετοχής στην επικοινωνία, έναντι αυτής καθαυτής της διάχυσης της πληροφορίας².

Δημιουργημένο από τον άνθρωπο το διαδίκτυο “εξανθρωπίζεται” και αυτό, καθότι «τρέφεται» από ανθρώπους-χρήστες. Και ένα από τα βασικότερα στοιχεία του ανθρώπου είναι η ανάγκη να ανήκει κάπου. Να δημιουργεί δεσμούς επικοινωνίας που τον κάνουν να νοιώθει κομμάτι μιας ομάδας αλλά και ξεχωριστό σαν οντότητα: να είναι κομμάτι μιας κοινότητας.

Ο Manuel Castells επισημαίνει ότι η διάχυση του διαδικτύου είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη δυνητικών κοινοτήτων, που με τη σειρά της θεμελιώνεται στην δημιουργία νέων τεχνολογικών μέσων στήριξης της κοινωνικότητας. Η κοινωνικότητα αυτή είναι σαφώς διαφορετική αλλά όχι μειονεκτούσα από προγενέστερες μορφές κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Οι παλαιές μορφές κοινοτικότητας καθορίζονταν από τοπικά χαρακτηριστικά ενώ η νέα μορφή, από χαρακτηριστικά επιλογής³.

Για τον Pierre Lévy μια δυνητική κοινότητα οργανώνεται βάσει *συγγενειών* με τη μεσολάβηση τεχνολογικών μέσων. Το ουσιώδες όμως που συνδέει τα μέλη δεν είναι πλέον η γεωγραφική θέση αλλά τα *κοινά κέντρα ενδιαφέροντος*. Απουσιάζει επίσης ο *σταθερός χώρος αναφοράς* αναδεικνύοντας έτσι την επανεμφάνιση μιας νομαδικής κουλτούρας, που

¹ Castells, M. (2001). Στο Γαλαξία του Διαδικτύου. Αθήνα: Καστανιώτης, σ. 148.

² Bolz, N. (2008). Το Αλφαβητάρι των Μέσων. Αθήνα: Σμίλη, σ. 149.

³ Castells, M. (2001). Στο Γαλαξία του Διαδικτύου. Αθήνα: Καστανιώτης, σ. 158

προεξοφλεί την εμφάνιση ενός τέτοιου φάσματος κοινωνικών αλληλεπιδράσεων που επιτρέπει τη συνεχή αναδιαμόρφωση των σχέσεων⁴.

Η παρούσα έρευνα εξετάζει τη δημιουργία και ανάπτυξη μιας τέτοιας κοινότητας στο διαδίκτυο σε μικρό χρονικό διάστημα. Σαν χρόνος μέτρησης και παρακολούθησης της κοινότητας, τέθηκαν οι 25 μέρες από την ημερομηνία που η κοινότητα ήταν online στις 2 Σεπτεμβρίου 2012. Ξεκίνησε με πρόσκληση 4 ατόμων σαν χρήστες και αφέθηκε για 10 μέρες να εξελιχθεί μέσα από την θέληση των ίδιων των χρηστών να την προωθήσουν. Με την πάροδο της χρονικής αυτής διάρκειας, χρησιμοποιήθηκε μια τακτική προώθησης μόνο από τον διαχειριστή της κοινότητας αλλά διαθέσιμη σε όποιον χρήστη ήθελε να την χρησιμοποιήσει (αντιπαρατίθεται η τακτικότητα της χρήσης με την ελευθερία απόφασης αν κάποιος θα χρησιμοποιήσει το εργαλείο ή όχι). Να σημειωθεί ότι παρότι συνεχής, η τακτική δεν ήταν επιθετική ούτε ακολουθήθηκε κάποια προώθηση ή τεχνική SEO, ο σκοπός ήταν να αναπτυχθεί η κοινότητα αφενός από το ενδιαφέρον των ίδιων των χρηστών αλλά και ακολουθώντας μια πολιτική που θα ακολουθούσε ο μέσος χρήστης του ίντερνετ.

Ανεξάρτητα από την απόφαση των χρηστών να διαμοιραστούν το περιεχόμενο με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το σύστημα σχολιασμού συνδέθηκε με το facebook και κατά συνέπεια κομμάτι του περιεχομένου «διαφημιζόνταν» στο δημοφιλές site. Μαζί με την τακτική προώθηση αναρτήσεων κι επιλεγμένου περιεχομένου στα social media αποτέλεσαν μια βάση για να «αντηχήσει» η κοινότητα σε ένα μεγαλύτερο επίπεδο.

Θα εξεταστεί αν κοινότητες μπορούν να δημιουργηθούν γρήγορα, τι είναι αυτό που της δημιουργεί και στοιχεία που τις κάνουν να παραμένουν ενεργές στην πορεία. Κατά πόσο μπορούν να χρησιμοποιήσουν τους ιστότοπους κοινής δικτύωσης ή αν αυτό θα τις φέρει σε άνιση σύγκριση με μεγαλύτερες κοινότητες, και κατά συνέπεια ανίκανες να ανταγωνιστούν. Κατά πόσο οι χρήστες συμμετέχουν σε κοινότητες λόγω της εξειδίκευσης του περιεχομένου τους ή θέλουν έναν χώρο έκφρασης.

Θεωρητικό Υπόβαθρο

Κοινωνικά Δίκτυα

Πατέρας του όρου “κοινωνικό δίκτυο” υπήρξε ο κοινωνικός ανθρωπολόγος John A. Barnes, ο οποίος στα πλαίσια ερευνών του σε μία κοινότητα παράδων στη Νορβηγία, εντόπισε σε αυτήν τα εξής επίπεδα κοινωνικής δομής:

1. Διοικητικό (αναφέρεται σε διοικητικές μονάδες και χαρακτηρίζεται από ύπαρξη ιεραρχικής δομής και εδαφικής οριοθέτησης),
2. Βιομηχανικό: (αναφέρεται στην επαγγελματική δραστηριότητα των κατοίκων) και Κοινωνικό: (αναφέρεται στις κοινωνικές σχέσεις των κατοίκων), επίπεδο το οποίο ο John A. Barnes ταύτισε με τον όρο κοινωνικό δίκτυο. Το δίκτυο αυτό συνέδεε έμμεσα τα μέλη της κοινότητας μεταξύ τους με το πολύ τέσσερις δεσμούς.⁵

⁴ Lévy, P. (1999). Δυνητική Πραγματικότητα. Αθήνα: Κριτική, σ. 28.

⁵ Barnes, J.A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. In Human Relations, 7, σ.σ. 39-58. Αναφέρεται από τον Mercklé, P. (2004). Les réseaux sociaux, les origines de l'analyse des

Ο Mark Granoveter στο άρθρο του *Η δύναμη των ασθενών δεσμών*, ανέδειξε το γεγονός ότι σε ένα κοινωνικό δίκτυο οι ασθενείς δεσμοί, είναι περισσότερο χρήσιμοι από τους ισχυρούς, σε ό, τι αφορά στη διάχυση της πληροφορίας.

Οι Nicholas Christakis & James Fowler στο έργο τους *Συνδεδεμένοι* διακρίνουν ότι ένα κοινωνικό δίκτυο απαρτίζεται από άτομα και συνδέσεις και προσδιορίζουν ως βασική ιδιότητα τη *δομή ή τοπολογία* του. Με την έννοια αυτήν προσδίδουν στο κάθε δίκτυο μία σταθερή και αναλλοίωτη, ως προς το μοτίβο των συνδέσεων, δομή⁶.

Θεμελιώδη χαρακτηριστικά των κοινωνικών δικτύων, σύμφωνα με τους Nicholas Christakis & James Fowler είναι:

- Η σύνδεση (αναφέρεται τόσο στην τοπολογία του δικτύου, όσο και στη δομή των επί μέρους συνόλων των δικτυακών συνδέσεων) και
- Η μετάδοση (αναφέρεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ποιότητες αυτού που διαχέεται μέσα στα δίκτυα, δηλαδή στις ιδιότητες αυτού που ρέει).

Ένα κοινωνικό δίκτυο είναι σύστημα που το χαρακτηρίζει η πολυπλοκότητα. Ο Arthur Batram στο έργο του *Χάος, πολυπλοκότητα και management*, αναφέρει “...*Μέσα από την μορφή αλληλεξαρτήσεων αναδύεται η συμπεριφορά του συστήματος, η οποία συχνά είναι εκπληκτικά διαφορετική από τη συμπεριφορά ενός μεμονωμένου μέρους*”⁷...

Η πολυπλοκότητα αυτή των κοινωνικών δικτύων απασχόλησε και τους Nicholas Christakis & James Fowler, οι οποίοι διαπιστώνουν ως χαρακτηριστικές ιδιότητες των συστημάτων αυτών την απουσία κεντρικού ελέγχου και την ανάδυση της συλλογικής νοημοσύνης, από την οποίαν προκύπτουν συμπεριφορές που δεν ενυπάρχουν στα μεμονωμένα άτομα⁸.

Τέλος αναφέρεται η ισχύς του κανόνα των τριών βαθμών επιρροής, ο οποίος διέπει κάθε κοινωνικό δίκτυο και ο οποίος σχετίζεται με την επιρροή που κάθε άτομο ασκεί στις συνδέσεις του. Σύμφωνα με έρευνα των Nicholas Christakis & James Fowler, η εξάπλωση της επιρροής “... διαδίδεται μέσα στο δίκτυο στους φίλους μας (ένας βαθμός), στους φίλους των φίλων μας (δύο βαθμοί) και στους φίλους των φίλων των φίλων μας (τρεις βαθμοί)...”. Η επιρροή αυτή, πέραν των τριών βαθμών αρχίζει να φθίνει, ώσπου σταδιακά παύει να έχει παρατηρήσιμα αποτελέσματα. Τούτο διότι, μετά τους εις αυτούς βαθμούς το δίκτυο παρουσιάζει:

- Εγγενή εξασθένηση (αναφέρεται σε έλλειψη αξιοπιστίας και ακρίβειας),
- Αστάθεια (αναφέρεται σε ενδεχόμενη μεταβολή των ενδιάμεσων δεσμών) και

réseaux sociaux, CNED, σ. 11. On-line: http://eco.ens-lyon.fr/sociales/reseaux_merckle_03_origines.pdf, σ. 11.

⁶ Christakis, N. & Fowler, J. (2009). *Συνδεδεμένοι*. Αθήνα: Κάτοπτρο, σ.σ. 33-35.

⁷ Batram, A. (1998). *Χάος, Πολυπλοκότητα και Management*. Αθήνα: Καστανιώτης, σ. 38

⁸ Christakis, N. & Fowler, J. (2009). *Συνδεδεμένοι*. Αθήνα: Κάτοπτρο, σ. 48

- Προσήλωση στον εξελικτικό σκοπό (αναφέρεται σε περιορισμένες σε αριθμό κοινωνικές ομάδες, στις οποίες έχει προσαρμοστεί το ανθρώπινο είδος⁹).

Κοινότητες

Όπως και τα περισσότερα πρωτεύοντα, οι άνθρωποι είναι κοινωνικοί από την φύση τους. Παρόλα αυτά, είναι το μόνο είδος που έχει αξιοποιήσει συστήματα επικοινωνίας για αυτό-έκφραση, για ανταλλαγή ιδεών, και για την οργάνωση. Οι άνθρωποι δημιουργούν πολυσύνθετες κοινωνικές κατασκευές από οικογένειες μέχρι έθνη. Η κοινωνική αλληλεπίδραση μεταξύ των ανθρώπων έχει καθιερώσει μία μεγάλη ποικιλία αξιών, κοινωνικών θεσμών, και διαδικασιών, οι οποίες σχηματίζουν τα θεμέλια μίας κοινωνίας.

Αναζητώντας την ετυμολογία της λέξης άνθρωπος το πρώτο αποτέλεσμα είναι αυτό της πασίγνωστης -και αμφιλεγόμενης για την επιστημονικότητα της- Wikipedia.-Από το πρώτο κλικ του υπολογιστή μας, αυτό που μαθαίνουμε για εμάς του ίδιους είναι πως είμαστε κοινωνικά όντα με βασική ανάγκη την επικοινωνία. Χωρίς να διαφέρουμε από τον απλούστερο μικροοργανισμό προσπαθούμε πάντα να δημιουργήσουμε ένα μεγαλύτερο οργανισμό πληθαίνοντας σαν κύτταρα που συσσωρεύονται για να δημιουργήσουν μια οντότητα. Η δική μας, όμως είναι μια επικοινωνιακή οντότητα. Από την οικογένεια ως το έθνος η σύσταση και ο σκοπός παραμένουν ίδια: η συνύπαρξη με σκοπό την αλληλοκατανόηση, την αλληλεπίδραση και την αποδοχή, ο κοινός τόπος: η αίσθηση του να ανήκεις κάπου και να νοιώθεις ασφάλεια¹⁰. Ο άνθρωπος θέλει να αποτελεί κομμάτι ενός συνόλου γιατί εκεί νοιώθει την ολοκλήρωση. Η οποιαδήποτε απομόνωση ή απομάκρυνση μας από ένα κοινωνικό σύνολο δημιουργεί την ανάγκη να δημιουργήσουμε μια νέα κοινότητα, μια που θα μας αποδέχεται και θα την αποδεχόμαστε.

Κάπως έτσι αλλά ξεκινά η πορεία προς την δημιουργία μιας ομάδας, μιας κοινότητας, ενός κοινωνικού συνόλου, ενός έθνους. Ακόμα κι αν δεν είναι σκοπός αυτής της μελέτης τέτοια μεγαλοσύνη, το να γίνει κατανοητός ο λόγος που φέρνει κάποιους ανθρώπους κοντά ώστε να δημιουργήσουν μια επικοινωνιακή οντότητα είναι σημαντικός. Γιατί από αυτό το σημείο της κοινότητας στην απλή της δημιουργία και πορεία θα γίνει πιο ξεκάθαρο τι μπορεί να κάνει μια διαδικτυακή κοινότητα επιτυχημένη : κι αυτός είναι ο σκοπός αυτής της μελέτης.

Ο όρος κοινότητα συνήθως μας δίνει μια παραπομπή σε χωριό. Ίσως με την προσέγγιση μια μικρής κοινωνίας έρχεται κοντά στο τι μπορούμε να ορίσουμε ως κοινότητα.

Για τους κοινωνιολόγους οι κοινότητες είχαν πάντα μια συγκεκριμένη μορφή κοινωνικής οργάνωσης βασισμένη σε μικρές ομάδες όπως οι γειτονιές, οι κωμοπόλεις, ή μια χωρικά οριοθετημένη τοποθεσία. Για τους ανθρωπολόγους ήταν μια έννοια για να ορίσουν πολιτιστικά διάφορες ομάδες. Οι φιλοσοφικές και ιστορικές προσεγγίσεις εστίασαν

⁹ Ο.π., σ.σ. 50-53.

¹⁰ Το λεξικό της Οξφόρδης ορίζει σαν κοινωνία:

1. Μια κοινωνική ομάδα με συνέχεια και συνεργασία, που τα μέλη της έχουν αναπτύξει οργανωμένα μοτίβα σχέσεων μέσω της αλληλεπίδρασης τους
2. Μια κοινότητα, έθνος ή μεγάλη ομάδα ατόμων που μοιράζονται κοινές παραδόσεις, θεσμούς και συλλογικές δραστηριότητες και ενδιαφέροντα.

περισσότερο στην ιδέα της κοινότητας σαν ιδεολογία ή ακόμα περισσότερο σαν μια ουτοπική, ιδεατή θεωρία.

Σε αυτό το ιδεατό, στην αθωότητα της μικρής κοινωνίας, με τους στενούς δεσμούς αλληλοϋποστήριξης τρέχει συνήθως απλά κι ο λογισμός μας όταν σκεφτόμαστε την μικρή κοινότητα του χωριού. Περισσότερο γιατί η έννοια της κοινότητας είναι συνήθως δεμένη πιο πολύ με μια συμβολική κατασκευή παρά με μια κοινωνική πρακτική (Cohen 1985). Η ιδεατή έννοια αυτή έχει περισσότερη επιρροή από μια συγκεκριμένη μορφή κοινωνικής διάδρασης, διαμορφώνεται από γνωστικές και συμβολικές δομές που δεν υπάγονται σε κατοικημένους χώρους και άμεσες μορφές κοινωνικής οικειότητας (Anderson 1991). Είναι η βάση της κοινωνικής ένταξης κι εκφράζεται μέσα από διαπροσωπικές σχέσεις μη συμβατικού χαρακτήρα (Tonnies ---). Ότι κι αν είναι η κοινότητα ο πιο απλός όρος που μπορεί να της δοθεί είναι κάτι οικείο και ανθρώπινο με ίση δυνατότητα έκφρασης και συμμετοχής των μελών της.

Η κοινότητα όμως αναφέρεται και σε μια πολιτική κοινότητα με έμφαση στην ιθαγένεια, την αυτοδιαχείριση, την κοινωνία των πολιτών και την ταυτότητα του συνόλου (Delanty 2003). Η ρίζα του όρου πολιτικό πηγαίνει πίσω στην αρχαία Ελλάδα κι αποτελεί μέρος της «πόλις». Η πόλις ήταν το σύνολο των Ελληνικών κοινωνιών που είχαν το στοιχείο μιας ευρύτερης κοινότητας. Η πόλις είχε ένα τοπικό, ανθρώπινο χαρακτήρα. Είχε αμεσότητα στον επικοινωνιακό της χαρακτήρα κι απαιτούσε την πλήρη συμμετοχή των πολιτών. Για τον Αριστοτέλη δεν υπήρχε καμία διαφορά μεταξύ της κοινωνίας και του κοινού: της κοινωνίας: μια πεφωτισμένη κοινωνία ήταν η ουσία της κοινωνίας, όχι η αντίθεση της. Η τοπικότητα του Ελληνικού ιδεώδους της κοινότητας ήταν πλήρως αντίθετη στην οικουμενικότητα της Ρωμαϊκής κοινωνίας: μια παγκόσμια κοινωνία που ήταν ψηφιδωτό διαφόρων μικρότερων κοινοτήτων άμεσα συνδεδεμένες κι υποτελείς στην Pax Romana αλλά ταυτόχρονα σχετικά αυτόνομες με την δυνατότητα της διατήρησης της πολιτιστικής τους ιδιαιτερότητας. Αυτή την ποικιλομορφία αναίρεσε η Χριστιανική αυτοκρατορία οριοθετώντας μια ομοιομορφία της κοινότητας υπαγόμενη στην «ιερή κοινωνία». Η σύγκληση των πολιτών μετατρέπεται σε σύγκληση της εκκλησίας και το ιδεώδες της κοινότητας υπερβαίνει το κοινωνικό και πολιτικό, ή απλά οι αποφάσεις που ήταν δικαίωμα της πόλης γίνονται υποχρέωση (ή καλύτερα προνόμιο) των αιρετών του Θεού. Η συλλογικότητα είναι πυρήνας της πεποίθησης της Ισλαμικής κοινότητας, συμμετοχή, δηλαδή, σε μια παγκόσμια τάξη σε μια αρχή ενότητας (παρότι η συλλογικότητα δεν προέρχεται από την ενότητα ατόμων και την εμπλοκή τους σε κάτι κοινό, αλλά την αδιάφευκτη πεποίθηση μιας «Θεϊκής απαίτησης» για συλλογικότητα). Για την Κίνα βάσει του Κομφούκιου η κοινότητα προεκτείνεται τόσο ώστε να περιλαμβάνει μια κοσμική τάξη. Μέχρι και τις μέρες μας η κοινότητα αποτελεί μια διαρκή διαμάχη μεταξύ μιας οικουμενικής αναζήτησης του «ανήκω» και της ιθαγενούς αναζήτησης του «από πού κατάγομαι».

Ο διαφωτισμός επέστρεψε στην αρχαιοελληνική θεώρηση μιας κοινότητας που ενσωματώνει τον αναπτυσσόμενο κόσμο της κοινωνίας (ο Γαλλικός διαφωτισμός άλλωστε διαπνέονταν από το πνεύμα του αρχαιοελληνικού ιδεώδους), ο Ρουσό υποστήριζε ότι η τότε μοντέρνα κοινωνία των πολιτών ήταν βασισμένη στην έννοια της «πόλις», μια συσχέτιση των πολιτών. Αποτελούσε το όνειρο μιας κοινωνίας χωρίς κράτος στο οποίο η κοινότητα ήταν μια ουτοπία. Η εκμοντερνισμένη κοινωνία που την διαδέχθηκε είχε μια διαφορά απόψεων. Το «άστυ» των αρχαίων και αυτή η νέα αστική κοινωνία του μοντερνισμού δεν είχαν την ίδια αντίληψη περί κοινότητας: η αμεσότητα και ο κοινός τους χαρακτήρας δεν υπήρχαν πια (Williams ---). Η βιομηχανική επανάσταση οδήγησε στην εξαφάνιση της κοινότητας (τόσο με την έννοια

της συγκέντρωσης γεωγραφικά σε αστικά κέντρα, όσο και του ιδεώδους της κοινότητας). Ίσως κατά έναν περίεργο τρόπο η βιομηχανία μετετράπη σε ένα είδος θρησκείας, οι αποφάσεις ήταν προνόμιο των ανώτερων στρωμάτων κι όχι πλέον του συνόλου των πολιτών.

Η μοντέρνα σκέψη επιδίωξε ξανά την έννοια της κοινότητας σε μέσα από διάφορες θεωρίες. Αναρχία, Μασονία, Φιλελευθερισμός, Σοσιαλισμός, Κομμουνισμός, υποστήριξαν την «κομμούνια» ακόμα κι αν η ιδεατή τους πεποίθηση αλλοιώθηκε μέσα στην λειτουργία τους σαν κρατικό σύστημα.

Δυνητικές - Διαδικτυακές Κοινότητες

Οι δυνητικές κοινότητες είναι κοινωνικές συναθροίσεις που προκύπτουν από το Δίκτυο όταν υπάρχουν αρκετά άτομα να διατηρήσουν δημόσιες συζητήσεις για αρκετό χρονικό διάστημα και με αρκετό συναισθηματισμό ώστε να δημιουργήσουν δίκτυα προσωπικών σχέσεων στον κυβερνοχώρο¹¹.

H. Rheingold

Ο Howard Rheingold, όπως αναφέρει ο Manuel Castells, στο έργο του *Virtual Community* (1993) έφερε στην επιφάνεια τη γέννηση μίας νέας μορφής κοινότητας, που το κύριο χαρακτηριστικό της είναι η ηλεκτρονική σύνδεση των μελών της με κύριο άξονα την κοινότητα αξιών και ενδιαφερόντων και τη δημιουργία δεσμών. Σημαντική ποιότητα των δεσμών αυτών είναι η δυνατότητα επέκτασής τους και στη διαπροσωπική αλληλεπίδραση¹².

Η έννοια της Δυνητικής Κοινότητας εμφανίζεται “διστακτικά” προς τα τέλη της δεκαετίας του 80' όταν τα πρώτα newsgroups, τα ηλεκτρονικά forums, τα πρώτα παιχνίδια πολλαπλών χρηστών και groupware κάνουν την εμφάνισή τους. Οι πρώτες αυτές κοινότητες, βασισμένες κυρίως στην on-line ανταλλαγή πληροφοριών έθεσαν τη θεμέλια λίθο σε έναν προβληματισμό σε ακαδημαϊκά, οικονομικά πολιτικά και καλλιτεχνικά περιβάλλοντα.

Η εισαγωγή της on-line επικοινωνίας φάνηκε ότι προσετέθη στις ήδη υπάρχουσες κοινωνικές σχέσεις, ενισχύοντας την επαφή μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας, ιδιαίτερα μεταξύ φίλων.

Οι Δυνητικές Κοινότητες κάνουν την εμφάνισή τους προς τα τέλη της δεκαετίας το 80 με την εμφάνιση των ηλεκτρονικών forums, πρώτων on-line παιχνιδιών πολλαπλών χρηστών Η εμφάνιση των κοινοτήτων αυτών γέννησε μια πρώτη παραγωγή θεωρητικής προσέγγισης στον ακαδημαϊκό, οικονομική πολιτικό και καλλιτεχνικό κόσμο.

Η ανάπτυξη του Web, από το 1994 και μετά, γεγονός που είχε ως αποτέλεσμα την ολοένα και αυξανόμενη on-line επικοινωνία μεταξύ εκατομμυρίων ανθρώπων, ανέδειξε τις Δυνητικές Κοινότητες ως ένα μαζικό παγκόσμιο κοινωνικό φαινόμενο που η οικονομία της πληροφορίας τροφοδοτούσε.

¹¹ Πρωτότυπο κείμενο: Virtual communities are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace.

¹² Castells, M. (2001). Στο Γαλαξία του Διαδικτύου. Αθήνα: Καστανιώτης, σ. 151

Σύμφωνα με μελέτες των πρώιμων χρόνων χρήσης της ηλεκτρονικής επικοινωνίας προέκυπτε ότι αυτή συνδέεται με ασθενείς δεσμούς, καθώς οι χρήστες ηλεκτρονικών υπολογιστών έχουν λιγότερες τακτικές, πρόσωπο με πρόσωπο επαφές από ότι οι μη χρήστες. Προέκυπτε επίσης ότι η χρήση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας συνδεόταν με ανθρώπους ανώτερης κοινωνικής τάξης. Αυτό τεκμηριώνεται από το γεγονός ότι οι άνθρωποι ανώτερης κοινωνικής τάξης έχουν φίλους που υπερτερούν σε αριθμό και ποικιλία, αλλά και που διαμένουν σε μεγαλύτερη απόσταση (π.χ. εξωτερικό), από ότι οι άνθρωποι κατώτερης κοινωνικής τάξης¹³.

Για τους Lazar J. και Preece, J. μία δυναμική κοινότητα συνίσταται σε "...ομάδα χρηστών οι οποίοι επικοινωνούν με τη διαμεσολάβηση υπολογιστή και οι οποίοι έχουν κοινά ενδιαφέροντα, κοινούς στόχους και πόρους τους οποίους διαμοιράζονται¹⁴...".

Οι Preece, J. και Maloney-Krishmar D. προσθέτουν στον ανωτέρω ορισμό τα εξής πέντε χαρακτηριστικά:

- Τα μέλη έχουν κοινό στόχο, ενδιαφέροντα, κοινή δραστηριότητα ή ανάγκη που αποτελεί το σημαντικότερο λόγο συμμετοχής τους στην κοινότητα.
- Τα μέλη δεσμεύονται σε μία διαρκή και ενεργητική συμμετοχή. Επίσης υπάρχουν συχνά μεταξύ των συμμετεχόντων έντονη διαδραστικότητα, δυνατοί συναισθηματικοί δεσμοί και κοινές δραστηριότητες.
- Τα μέλη έχουν πρόσβαση σε κοινούς πόρους, η οποία διέπεται από κανόνες.
- Τα μέλη ανταλλάσσουν πληροφορίες και υπηρεσίες και η δε αλληλοϋποστήριξη μεταξύ τους αποτελεί καθοριστικό παράγοντα.
- Τα μέλη υιοθετούν κοινούς κανόνες κοινωνικής συμπεριφοράς και χρήσης της γλώσσας¹⁵.

Ο Βασίλης Τριανταφύλλου αναφέρει ότι τα χαρακτηριστικά μιας δυναμικής κοινότητας είναι τα κάτωθι:

1. Συνοχή (αναφέρεται στην αίσθηση της ομαδικής ταυτότητας),
2. Αποτελεσματικότητα (αναφέρεται στην επίδραση που ασκεί η ομάδα στις ζωές των μελών),
3. Βοήθεια (αναφέρεται στη δυνατότητα των μελών να ζητήσουν και να λάβουν διάφορα είδη βοήθειας),
4. Σχέσεις (αναφέρεται στη δυνατότητα αλληλεπίδρασης),

¹³ Castells, M. (2001). Στο Γαλαξία του Διαδικτύου. Αθήνα: Καστανιώτης, σ. 152.

¹⁴ Lazar, J. et Preece, J. (2002). Online Communities : Usability, Sociability and Users' Requirements. In H. van Oostendorp (Ed.). *Cognition in the Digital World*. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, σ.σ. 127-151.

¹⁵ Preece, J. & Maloney-Krichmar, D. (2003). Online communities : focusing on sociability and usability. In J. Jacko et A. Sears (Eds.). Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum Associates σ.σ. 596-620.

5. Γλώσσα (αναφέρεται στην επικράτηση μιας εξειδικευμένης γλώσσας) και
6. Αυτορρύθμιση (Αναφέρεται στη δυνατότητα στις ομάδες για αυτό-οργάνωση).

Ένα άλλο χαρακτηριστικό σπουδαίας σημασίας, το οποίο αναφέρει ο Howard Rheingold και επισημαίνει ο Βασίλης Τριανταφύλλου είναι η άναρχη φύση των κοινοτήτων αυτών. Πράγματι απουσιάζει η κεντρική διοίκηση και ιεραρχία που υφίσταται αφορά μόνο στη ταξινόμηση της πληροφορίας και όχι στη ρύθμιση των σχέσεων.

Οι δυνητικές κοινότητες έχουν τη δυνατότητα βελτίωσης της ποιότητας της “δημόσιας σφαίρας” και ως εκ τούτου της ίδιας της δημοκρατίας καθώς η δυνατότητα καθολικής δικτύωσης προσομοιάζει με την αρχαία αθηναϊκή αγορά.

Τέλος, όπως αναφέρει ο Βασίλης Τριανταφύλλου, η ανταλλαγή της γνώσης που επιτυγχάνεται στα πλαίσια των δυνητικών κοινοτήτων, μπορεί να οδηγήσει στη συναίνεση και ως εκ τούτου στο σχηματισμό δικτύων και συμμαχιών¹⁶.

Ηλεκτρονικά δίκτυα

“...Η μεγάλη πολιτιστική επαγγελία του μέλλοντος είναι ότι μετά τα στάδια της αρχαϊκής κοινωνίας, της φυλής και της νεωτερικής αλλοτρίωσης βρισκόμαστε πια σε ένα νέο τύπο κοινότητας: την οργανωτική γειτονιά που στηρίζεται σε ηλεκτρονικά δίκτυα. Η πραγματική σημασία των δικτύων δε βρίσκεται στη διάσταση της επεξεργασίας πληροφοριών αλλά στο σχηματισμό κοινοτήτων¹⁷...”

Η καινοτομία που το διαδίκτυο επέφερε, σύμφωνα με το Manuel Castells, είναι μία νέα κοινωνική δομή που θεμελιώνεται στη χρήση των ηλεκτρονικών δικτύων, τη *δικτυωμένη κοινωνία*. Για τη κοινωνική αυτή μορφή συνδυάστηκαν τρεις διαδικασίες, ανεξάρτητες μεταξύ τους:

- Οι ανάγκες της οικονομίας για παγκοσμιοποίηση,
- Οι απαιτήσεις της κοινωνίας για ατομική ελευθερία και ανοικτή επικοινωνία και
- Η πρόοδος στους τομείς των τηλεπικοινωνιών και τεχνολογίας.¹⁸

Στο μεταγενέστερο έργο του Communication Power, ο Manuel Castells εισάγει την έννοια της *αυτομαζικής επικοινωνίας* (mass self communication), επιθυμώντας να προσδιορίσει τη διαδραστική αυτή επικοινωνία που οι χρήστες του διαδικτύου απολαμβάνουν. Το χαρακτηριστικό του μαζικού αναφέρεται στους πολλαπλούς παραλήπτες που ένα μήνυμα/πληροφορία μπορεί να έχει, ενώ του ατομικού στον αποστολέα του μηνύματος/πληροφορίας και στον ορισμό των παραληπτών.¹⁹

¹⁶ Τριανταφύλλου, Β. (2008). Το μέλλον της Δημοκρατίας είναι ηλεκτρονικό. *Ιν Δυνητικές Κοινότητες & Διαδίκτυο: Κοινωνιοψυχολογικές Προσεγγίσεις και Τεχνικές Εφαρμογές* (Κ. Κοσκινάς & Σ. Αρσένης eds.). Αθήνα: Κλειδάριθμος.

¹⁷ Bolz, N. (2008). Το Αλφαβητάρι των Μέσων. Αθήνα: Σμίλη, σ. 162

¹⁸ Castells, M. (2001). Στο Γαλαξία του Διαδικτύου. Αθήνα: Καστανιώτης, σ. 30

¹⁹ Castells, M. (2009). Communication Power. New York: Oxford University Press, σ. 54

Τέλος θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθεί η θέση Nobert Bolz σε ό, τι αφορά τα ηλεκτρονικά δίκτυα, ότι η επιβίωση κάθε κόμβου εξαρτάται από το πόσους συνδέσμους μπορεί να προσελκύσει και αυτό καθορίζει τη συνδεσμική του αξία. Στους δεσμούς των ηλεκτρονικών δικτύων εντάσσονται οι επιλογές των καταναλωτών, γεγονός που έχει την εξής απόρροια: το εμπόρευμα παύει να χαρακτηρίζεται από την αξία χρήσης του, αλλά από την συνδεσμική του αξία.²⁰

Οσμή διαδικτυακής δημοκρατίας

Η ώθηση για την ανάπτυξη της ηλ. Δημοκρατίας δόθηκε στα μέσα της δεκαετίας του '90 με την άνθιση του διαδικτύου στον (τεχνολογικά) ανεπτυγμένο κόσμο. Εικάζεται πως στηρίζεται στο γενικότερο πλαίσιο της άνθισης θεωριών του Ρουσό και πολιτικών θεωρητικών όπως οι Μπάρμπερ, Μακφήρσον, Πειτμαν και Χάμπερμας. Ο τελευταίος υποστήριξε πως η απαρχή του μοντέρνου καπιταλισμού οδήγησε σε μια νέα εποχή επικοινωνίας βασισμένη πάνω στην κουλτούρα του πεφωτισμένου, κριτικού και εκλογικευμένου δημόσιου διαλόγου (στο θεώρημα του περί δημοσίων σφαιρών), την μεταφορά δηλαδή από τον πολιτικό έλεγχο στην ανάπτυξη της κοινής γνώμης. Οι νέες τεχνολογίες απλά πρόσθεσαν μια νέα παράμετρο στο αρχικό του θεώρημα: την άνθιση του διαδικτύου.

Οι διαδικτυακές κοινότητες είναι κοινότητες που βασίζονται στις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών (Information and Communication Technologies - ICT) που είναι το σύνολο των υπολογιστών, λογισμικού, συσκευών, δορυφόρων, καλωδιακών δικτύων, βίντεο, οπτικοακουστικών μέσων, τηλεπικοινωνιών, τηλεκειμένου, διαδραστικής τηλεόρασης, άμεσα μηνύματα, ηλεκτρονικό ταχυδρομεί, άμεση ψηφοφορία (instant polling), διαδικτυακών βάσεων δεδομένων.

Η χρήση των ICT σε σύγκριση με τα συμβατικά μέσα προσφέρει:

1. Αύξηση ποσότητας – προσβασιμότητας της πληροφορίας
2. Επιτάχυνση της διαδικασίας συλλογής, διαμοίρασης και αποθήκευσης πληροφοριών, ανεπηρέαστα από γεωγραφική απόσταση.
3. Ταχύτερη αντίδραση του κοινού σε γεγονότα που διαμοιράζονται με αυτό τον τρόπο
4. Δυνατότητα στους παραλήπτες της πληροφορίας να έχουν περισσότερο έλεγχο στον τρόπο λήψης της
5. Κάνει την πληροφορία που θα αποσταλεί από τον χρήστη πιο παραμετροποιήσιμη σε διαφορετικές ομάδες παραληπτών άμεσα και με την δυνατότητα επιπρόσθετων πληροφοριών για καλύτερη διαχείριση του περιεχομένου
6. Αποκέντρωση μέσα σε ένα πλαίσιο συγκεντρωτισμού (κεντρική επίβλεψη αποκεντρωμένων διαδικασιών) και πιο αποδοτικά από ποτέ
7. Διάδραση μεταξύ λήπτη – αποστολέα. Οι απολήπτες του μηνύματος και όσοι μπορούν να το δουν μπορούν να αντιδράσουν άμεσα σε ότι λαμβάνουν σαν ενεργοί συμμετέχοντες που μπορούν να ασκήσουν επιρροή στο περιεχόμενο

²⁰ Bolz, N. (2008). Το Αλφαβητάρι των Μέσων. Αθήνα: Σμίλη, σ.σ. 167-168



Η αμεσότητα της πληροφόρησης είναι κάτι που μπορεί να βοηθήσει αφενός στην αποκέντρωση και την καλύτερη διανομή των αποφάσεων, αλλά και στην πιο ουσιαστική εφαρμογή της δημοκρατίας σαν όρο. Οι πολίτες μπορούν να γίνουν σύνολο χωρίς να χρειάζεται να μεταφερθούν οι διαδικασίες αποφάσεων στους πολιτικούς αντιπροσώπους. Με την έννοια του κράτους-κυβερνοπόλης μπορούμε να έχουμε και μια πλειάδα όρων όπως οι κυβερνο-νομάδες ή οι κυβερνοφυλές: ομάδες ομοϊδεατών πολιτών που συσπειρώνονται στιγμιαία παγκοσμίως, πολλές φορές εμμονικά όχι απλά για να βρεθούν διαδικτυακά, αλλά για να επηρεάσουν πραγματικά γεγονότα (Wim B. H. J. van de Donk 1995). Η συσπείρωση τέτοιων ομάδων κατά της παγκοσμιοποίησης στην Γένοβα ²¹χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο, ήταν ένα τέτοιο παράδειγμα. Η κοινότητα διαμορφώνεται από γνωστικές συμβολικές δομές που δεν έχουν αναγκαία σύνδεση με κατοικημένους χώρους σε μορφές κοινωνικής οικειότητας, ο κόσμος είναι η αυλή μας.

Η έννοια της κοινότητας σαν ιδανική δημοκρατία όμως έχει συσχετιστεί και με έναν άλλο όρο, συσχετισμένο και με τις ICT: την ηλεκτρονική δημοκρατία (e-democracy). Η ηλεκτρονική δημοκρατία ορίζεται σαν «το σύνολο των ηλεκτρονικών και κυρίως διαδικτυακά-βασισμένων μέσων ανταλλαγής πληροφορίας και επικοινωνίας που έχουν την δυνατότητα να συνεισφέρουν στις δημοκρατικές διαδικασίες»²². Η ηλεκτρονική δημοκρατία υπάγεται στους ίδιους κανόνες που διέπουν την δημοκρατία: υπευθυνότητα, έλεγχο των δημοσίων θεμάτων, λογοδοσία, νομική αναγνώριση, ενδυνάμωση των πολιτών, χειραφέτηση, και ενσωμάτωση. Η έρευνα παρουσιάζει την δυνατότητα των ηλ. Δημοκρατιών να:

1. Βελτώνουν την πρόσβαση και την διάθεση πληροφορίας σε πολιτικά ζητήματα και να αυξήσει την διαφάνεια στην λήψη αποφάσεων
2. Υποστηρίζουν τις οργανωτικές παραγωγές και δικτύων που στοχεύουν στην επιρροή των δημοσίων θεμάτων
3. Παρέχουν μηχανισμούς που ενδυναμώνουν την άμεση εμπλοκή και συμμετοχή των πολιτών στην λήψη των αποφάσεων
4. Βελτώνουν την ποιότητα της διαμόρφωσης απόψεων και παρέχουν νέες ευκαιρίες για δημόσια διαβούλευση

Στην έρευνα η ηλ. Δημοκρατία γίνεται ουσιαστικά μια διαδικασία που λειτουργεί συμπληρωματικά στα πλαίσια της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας. Στην ουσία οι χρήστες με την δημιουργία κοινοτήτων και πλατφόρμων έχουν την δυνατότητα να προσπεράσουν την κλασσική ιεραρχία και να ασκήσουν πολιτική επιρροή (Caldow 2003). Με την σύζευξη πολλών από αυτά η κοινότητα διευρύνεται σε ένα πιο παγκόσμιο επίπεδο. Στα γραπτά του D.Lenihan γίνεται λόγος για ένα «Παγκόσμιο χωριό». Στην περίπτωση του γραπτού για την εφαρμογή τέτοιου μοντέλου στον Καναδά γίνεται η μνεία για την «η ανάγκη να συμφωνηθεί ότι ο σεβασμός στην πολυμορφία είναι θεμελιώδης». Το λεξικό της Οξφόρδης θεωρεί ότι δημοκρατία είναι «ένα σύστημα διακυβέρνησης από το σύνολο του λαού ή από επίλεκτα

²¹ http://en.wikipedia.org/wiki/2001_G8_summit

²² από κοινή έρευνα συγγραφέων για το Ευρωπαϊκό κοινοβούλιο:

http://www.europa.europa.eu/DocData/studies/studies/wikipedia/010/2011/47584/EPOL-JOIN_AT201147584_EN.pdf

μέλη του κράτους, μέσα διαδικασία εκλογής αντιπροσώπων²³». Διαπιστώνουμε ότι παγκοσμίως η επιλεγμένη μορφή δημοκρατίας είναι η εκλογή ενδιάμεσων που ονομάζονται αντιπρόσωποι για να εκφράσουν το σύνολο των πολιτών, ενώ το ιδεώδες της δημοκρατίας – πόλις της αρχαιότητας είχε την μορφή της άμεσης δημοκρατίας στην οποία οι πολίτες είχαν άμεσο κι ενεργό ρόλο στην λήψη των αποφάσεων. Η αντιπροσωπευτική δημοκρατία δημιουργήθηκε σε μια χρονική στιγμή που ο κόσμος ήταν πιο απλός. Τα κράτη-έθνη είχαν μια πληθυσμιακή ομοιογένεια και η λογική της εκλογής ενός αντιπροσώπου που εξέφραζε τις αρχές και τα πιστεύω του συνόλου των εκλεκτόρων ήταν και πιο εφικτό αλλά και εύκολα εφαρμόσιμο (Lenihan 2002). Στην σημερινή εποχή, η μετανάστευση, η ελεύθερη μετακίνηση πολιτών, αλλά και η ευκολότερη πρόσβαση σε ιδεώδη εκτός της τοπικής κοινωνίας, αλλά και αρκετοί ακόμα παράγοντες έχουν δημιουργήσει ένα τοπίο κοινωνικά και οικονομικά τελείως διαφορετικό και περίπλοκο: η διαφορετικότητα που έχει δημιουργηθεί στις σημερινές κοινωνίες σαν απόρροια όλων αυτών των γεγονότων αλλά και της ίδιας της παγκοσμιοποίησης, έχει δημιουργήσει κοινότητες ατόμων με τελείως διαφορετικές επιδιώξεις, ενδιαφέροντα, κοινωνικό και οικονομικό υπόβαθρο στην ίδια εκλογική περιφέρεια. Η εκλογή ενός αντιπροσώπου που να πρεσβεύει αυτή την διαφορετικότητα είναι σχεδόν αδύνατη. Οι εξελίξεις σε καθημερινή βάση είναι τέτοιες που ακόμα κι έναν χρόνο μετά την εκλογή τους, οι αντιπρόσωποι μπορεί να είναι ανίκανοι να αντιμετωπίσουν τις αλλαγές υπολογίζοντας τις νέες συνιστώσες στην εκλογική τους περιφέρεια. Η ιδέα ότι ένας εκλεγμένος αντιπρόσωπος μπορεί να πρεσβεύει πάνω από εκατό χιλιάδες ψηφοφόρους με τέτοια ποικιλομορφία φαίνεται αδύνατη να πραγματοποιηθεί: εντέλει το χάσμα μεταξύ εκλέκτορα και εκλεγμένου κάνει την έννοια της πραγματικής αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας να φαντάζει αμφιλεγόμενη.

Διαφορετικές προσεγγίσεις της ηλ. Δημοκρατίας έγιναν και από διάφορους οργανισμούς και ιδρύματα, στο Ηνωμένο Βασίλειο συντάχθηκε το 2002 έρευνα σχετικά με την πολιτική όσο αφορά το e-democracy. Η έρευνα έδειξε ότι μπορεί να διαχωριστεί σε ηλ. Ψηφοφορία και σε ηλ. Συμμετοχή (Macintosh 2004). Αλλά πως μπορούμε να μιλήσουμε για συμμετοχή σε χώρες με υψηλό ψηφιακό χάσμα, ή ανεπαρκείς υποδομές; Ακόμα και σε χώρες ανεπτυγμένες όπως η Αγγλία, τα πρώιμα στάδια τέτοιας έννοιας όπως το e-democracy, είναι διαφωτιστικά. Στη έκδοση του OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development)²⁴ γίνεται λόγος για τα προβλήματα αυτής της πρώιμης περιόδου. Γενικότερα:

Αντιμετώπιστηκε σαν μια φτηνότερη εκδοχή της κλασσικής γραφειοκρατίας σε μια αρχική μορφή e-governing μεταφέροντας την ίδια αντιμετώπιση σε μια online εκδοχή

- Η απολιτική αντιμετώπιση του κοινού που μπορούσε να πρεσβεύει, δεν της έδωσε την αξία που θα μπορούσε να έχει
- Το ψηφιακό χάσμα και η δύναμη της κλασσικής μορφής διακυβέρνησης την αφήναν σε αχρησία

²³ a system of government by the whole population or all the eligible members of a state, typically through elected representatives - <http://oxfordjournals.com/definition/english/democracy>

²⁴ Η συγγραφή του έργου έγινε με συνεντεύξεις ειδημόνων, πολιτικών, αξιωματούχων και ακαδημαϊκών σε 8 μετα-βιομηχανικές χώρες

Πάραυτα μέσα από αυτό βλέπουμε ταυτόχρονα και την αδυναμία της παρούσας μορφής διακυβέρνησης να είναι αληθινή δημοκρατία των πολιτών. Όπως παραθέτει ο συγγραφέας τα τυπικά συστήματα πολιτικής ροής έχουν τις εξής αδυναμίες:

1. Κυβέρνηση προς Πολίτη: μέσω γνωστών ΜΜΕ, η Κυβέρνηση δεν εμπιστεύεται την μεταφορά των νέων στους πολίτες, οι πολίτες δεν εμπιστεύονται το μέγεθος και την ποιότητα της Κρατικής πληροφόρησης μέσω από αυτά
2. Πολίτης προς Κυβέρνηση: περιορισμένη, παρά τις υπηρεσίες που διαθέτει η κυβέρνηση οι πολίτες δεν νοιώθουν ότι η άποψη τους λαμβάνεται υπόψη
3. Αντιπρόσωπος προς Πολίτη: δεν έχει δύναμη πέρα από τις εκλογές. Οι αντιπρόσωποι καταβάλουν το φόρτο τους στην εκλογή κατά την οποία ασχολούνται ανελλιπώς με τα προβλήματα των ψηφοφόρων, αλλά μόνο (τόσο ενεργά) στην περίοδο αυτή
4. Πολίτης προς Αντιπρόσωπο: πολύ περιορισμένο. Ο πολίτης μπορεί να χρησιμοποιήσει τα μέσα επικοινωνίας με τον αντιπρόσωπο του αλλά συνήθως θα είναι απλά μια ακόμα αίτηση στις πολλές, ενώ οι πολίτες δεν είναι αρκετά αναμεμειγμένοι σε συνδικαλιστικά όργανα ή σε ομάδες που μπορούν να ασκήσουν πίεση και να κάνουν lobbying, άρα κατά την διάρκεια των νομοθετικών διαδικασιών οι φωνές τους δεν φτάνουν στους αντιπροσώπους
5. Πολίτης προς Πολίτη: η κλασική μορφή δημοκρατίας και η πιο υγιής και άμεση που όμως είναι σε παρακμή (που σχετίζεται με μια γενικότερη παρακμή του «κοινωνικού κεφαλαίου»). Τα τυπικά μέσα δεν επιτρέπουν τέτοιες συζητήσεις ενώ είναι και εύκολο να κατευθυνθεί η συζήτηση μέσα από αυτές.

Τοιουτοτρόπως, διαπιστώνουμε και την αλλαγή που μπορεί να επιφέρουν οι ICT και η ανάπτυξη της ηλ. Δημοκρατίας στην αντιμετώπιση της ελλειψής προσέγγισης του κοινού με το εκλογικό σώμα, αλλά και της καλύτερης εμπλοκής του στην λήψη αποφάσεων και στην διαμόρφωση πολιτικών και (ελπιδοφόρα) νομοθεσιών.

Σκέψεις πάνω στην έννοια-εφαρμογή της ηλεκτρονικής δημοκρατίας

Η κοινότητα εικάζεται σαν κάτι που χάθηκε με τον εκμοντερνισμό: πήρε την πολιτική από τα χέρια της κοινωνίας και την παρέδωσε στους περιορισμούς τους κράτους. Στην μοντέρνα σκέψη η συγκέντρωση εξουσίας και η ανάπτυξη των μεγάλων αστικών κέντρων σήμανε και την εξαφάνιση του αποκεντρωτικού αλλά ταυτόχρονα οικείου και άμεσου χαρακτήρα της κοινότητας, μια ιδεολογία που έχει την βάση της στις ρομαντικές απόψεις του Ρουσό για να βρει τροφή και σε μετέπειτα προσεγγίσεις.

Με την άνοδο της παγκοσμιοποίησης, την θρησκευτική πολεμικότητα και τον νέο-εθνικισμό η κοινότητα επανέρχεται σαν κριτική στο κράτος, ενώ οι κοινότητες που ξεπηδούν σαν αντίδραση

Στις πρόσφατες εκλογές²⁵ σε διάφορες ευρωπαϊκές χώρες ανάμεσα τους και στην Ελλάδα, είδαμε την αδυναμία των τοπικών πολιτικών συστημάτων να εκπροσωπήσουν τους πολίτες, ενώ αφενός δεν φάνηκε να προσμετρείται η γνώμη του μέσου πολίτη. Τα μέσα κοινωνικής

²⁵ Η εργασία ολοκληρώθηκε τον Οκτώβριο του 2012, όπου έχουν μεσολαβήσει εθνικές εκλογές σε τουλάχιστον 4 χώρες ανάμεσα τους και η Ελλάδα

δικτύωσης χρησιμοποιήθηκαν σαν απλά ένα μέσο για τους αντιπροσώπους να απευθυνθούν στους ψηφοφόρους, πιο προσωπικά, αλλά κανένα από αυτά τα μέσα δεν συνέχισε να λειτουργεί για να αφουγκραστούν τους ψηφοφόρους τους. Στην καλύτερη των περιπτώσεων τον λογαριασμό τον χειρίζεται μια ομάδα συμβούλων, ενώ πολλοί από αυτούς δεν θα ασχοληθούν καν με τον λογαριασμό τους.²⁶ Η εφαρμογή μιας ηλ. Δημοκρατίας θα μπορέσει μόνο να γίνει εφαρμόσιμη όταν η πλειοψηφία των πολιτών έχει άνεση με την χρήση του διαδικτύου. Μια κοινότητα γίνεται δυνατή μόνο από την ενασχόληση κι ανατροφοδότηση των συμμετεχόντων σε αυτή: γίνονται συνεπώς κατανοητά και άλλα προβλήματα. Η προτροπή για πιο δημοκρατικές διαδικασίες μπορεί να αντιστραφεί, από διαφορές σε τεχνολογική ενσωμάτωση των όρων της ηλ. Δημοκρατίας (Johnson 2006). Παρότι στο άρθρο του ο συγγραφέας αγνοεί τις αποτυχίες της συμβατικής δημοκρατίας να εκπροσωπήσει πραγματικά τον πολίτη που υποτίθεται ότι εκπροσωπεί, πάραυτα, επισημαίνει μια λεπτομέρεια, ότι σαν σύστημα που χρησιμοποιεί αξίες που εισάγονται από τις κοινωνικές πρακτικές που συσχετίζονται με αυτό, δεν μπορεί να κρατήσει την ουδετερότητα της πλατφόρμας που θα εξυπηρετήσει την πλήρη ισότητα: με λίγα λόγια ο αποκλεισμός που αντιμετωπίζουν ομάδες εκτός του συστήματος του e-democracy, απλά θα μετατοπιστούν σε άλλα επίπεδα με την μεταφορά τους στο σύστημα. Ο A.V. Anttiroiko εξήγησε πως αμφότερα είδη δημοκρατίας (αντιπροσωπευτική και δημοκρατική) είναι μονοδιάστατα για κοινωνίες πολυδιάστατες και με δεσμούς αλληλεξάρτησης και τεχνολογικής μεσολάβησης δίνοντας τον ρόλο της ηλ. Δημοκρατίας σαν ένα νέο υβριδικό μοντέλο διακυβέρνησης που μπορεί να δώσει την εξουσία στον πολίτη.

Όπως και να έχει σίγουρα δεν μπορούμε να θεωρήσουμε ούτε την κοινότητα, ούτε την αρχαϊκή πόλις, ούτε την ηλεκτρονική δημοκρατία σαν την λύση για πιο πολυσύνθετα προβλήματα. Αλλά μπορούμε μόνο να απαιτούμε να υπάρχουν μέσα που επιτρέπουν στην φωνή μας να ακουστεί πέρα από τα όρια του στόματος μας.

Η Κοινότητα talk.zouper.com

Περί της κοινότητας

Στην σημερινή εποχή όπου όλα κατηγοριοποιούνται μαζικά και παρότι δίνεται περισσότερος χώρος για έκφραση εντέλει χάνεται μέσα στην πολύβουη αντήχηση διαφόρων ομάδων.



Στο πρώτο κεφάλαιο μιλήσαμε για το ιδεώδες της κοινότητας, σαν έναν τόπο όπου ο διάλογος εκτιμάται κι όπου δεσμοί αναπτύσσονται μέσα από τους οποίους ο συμμετέχοντας μπορεί να κάνει ακριβώς αυτό: να συμμετέχει. Το πρώτο επίπεδο συμμετοχής είναι ο διάλογος, πριν την φυσική συνεισφορά και είναι σημαντικό να υπάρχει διάδραση. Αλλά πιο σημαντικό ακόμα είναι να υπάρχει ελευθερία λόγου, ίσες ευκαιρίες έκφρασης και σεβασμός στην μοναδικότητα αλλά και το συλλογικό. Ένας χώρος όπου το δικαίωμα της άποψης είναι αναπόσπαστο αλλά ταυτόχρονα η ενασχόληση και διάδραση με τον χώρο προσφέρει την αίσθηση της οικειότητας. Ένας χώρος ανοιχτός σε όλους αλλά ζεστός με όσους τον έκτισαν και τον φρόντισαν.

Η κοινότητα talk.zouper μπορεί να δημιουργήθηκε κυρίως σαν ένα κοινωνικό πείραμα με σκοπό της την παρατήρηση της γένεσης μιας κοινότητας διαδικτυακά. Από την αρχή, όμως

²⁶ Έρευνα μεταπτυχιακού τμήματος υπό την επίβλεψη του δρ. Σπύρου Αρσένη

αλλά κι από την πορεία της (με σκοπό να συνεχίσει και πέραν αυτής) θέλησε και θέλει να μείνει ενεργή δίνοντας χώρο στην έκφραση αλλά ταυτόχρονα μελετώντας κι αναλύοντας τα στοιχεία που την κρατούν ζωντανή και την διευρύνουν. Το κοινωνικό αυτό πείραμα όμως πήρε μια διαφορετική τροπή λαμβάνοντας υπόψη την πολυπλοκότητα που δημιούργησε ένα από τα σημαντικότερα «τέκνα» του web 2.0: τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Κάθε εφαρμογή γίνεται πλέον στο πρότυπο μέσου κοινωνικής δικτύωσης όπου ένα από τα βασικότερα στοιχεία του αποτελεί το κουμπί share. Παραφράζοντας τον «άρχοντα των δαχτυλιδιών» του Τόλκιεν, θα λέγαμε «ένα κουμπί για να τα μοιράζεται όλα»²⁷.

Ταυτόχρονα, με την ανάπτυξη όλο και περισσότερων τέτοιων μέσων και την πλέον αναπόφευκτη ανάγκη τους να συνδέονται, γίνεται όλο και πιο πολύπλοκο²⁸ το να ενσωματωθούν στοιχεία από ένα κανάλι σε ένα άλλο, ενώ ταυτόχρονα γίνεται ένας πόλεμος για το ποιος διαθέτει την πληροφορία για να την διαθέσει και που θα την διαθέσει με τους χρήστες να νοιώθουν ότι «φακελώνονται»²⁹ κάθε μέρα και περισσότερο. Η ανάγκη του να συνδέονται οι ιστότοποι όμως πηγάζει κι από την ανάγκη των ίδιων των χρηστών να μην έχουν περισσότερους από έναν κωδικούς και με μια ταυτότητα να μπορούν μπαίνουν παντού (από όπου βασίστηκε και η λογική του Open ID³⁰) και με την εμμονή τους στην καθημερινή χρήση συγκεκριμένων ιστότοπων οι οποίοι γίνονται εντέλει και ένας χώρος στον οποίο μεταφέρουν τα ενδιαφέροντα τους, χτίζουν τις κοινότητες τους κτλ (Google groups, Facebook groups/pages κλπ)³¹.

Παρότι η δημιουργία online κοινοτήτων ήταν ένα από τα μεγαλύτερα κίνητρα για την ανάπτυξη του διαδικτύου στην μορφή που έχει σήμερα το μεγαλύτερο μερίδιο της «πίτας» ουσιαστικά παρέμεινε στον κολοσσός όπως το Facebook, twitter, Google plus (για το τελευταίο ο συγγραφέας κρατά τις επιφυλάξεις του καθότι παρότι η Google παινεύεται περί τα 250.000.000³² με περίπου 150.000.000 ενεργούς, ουσιαστικά δεν έχει την απήχηση³³ που θα περίμενε και παλαιότερα αποτυχημένα παραδείγματα όπως το Google wave το αποδεικνύουν (στους προφανώς προσμετρά τους ιδιοκτήτες Gmail λογαριασμού που έχουν

²⁷ One button to share them all, παράφραση του «One ring to rule them all»

²⁸ Χαρακτηριστικό παράδειγμα η παραβίαση ασφαλείας του κοινωνικού δικτύου LinkedIn που στοίχισε την συνεργασία του με το Twitter καθώς λόγω της διάξευξης των δυο προγραμμάτων διέρρησαν δεκάδες κωδικοί χρηστών στο διαδίκτυο.

²⁹ Ίσως να αποτέλεσα την βάση για την διαμόρφωση της τροπολογίας περί cookies που ζητά την ενημέρωση των χρηστών σχετικά με την χρήση αρχείων που ουσιαστικά κατηγορούνται για συλλογή πληροφοριών, ενώ η πραγματική τους χρήση είναι να διευκολύνουν την σύνδεση των ιστότοπων με τους υπολογιστές μέσω του λογισμικού των περιηγητών ιστού. Εάν ένας ιστότοπος συμμορφώνεται με την τροπολογία

³⁰ Χρήση μιας μοναδικής ταυτότητας για εγγραφή σε περισσότερους από έναν ιστότοπους, περισσότερα στο <http://openid.net/>

³¹ Είναι αξιοπερίεργο το πώς όσο ζητάμε ελευθερία και καταδικάζουμε το μονοπώλιο και την συλλογή στοιχείων μας από ιστότοπους, η συλλογικότητα μας κι η ανάγκη μας να ανήκουμε εκεί που ανήκουν κι οι περισσότεροι μας κάνει να αντιφάσκουμε στα ίδια τα λεγόμενα και πιστεύω μας.

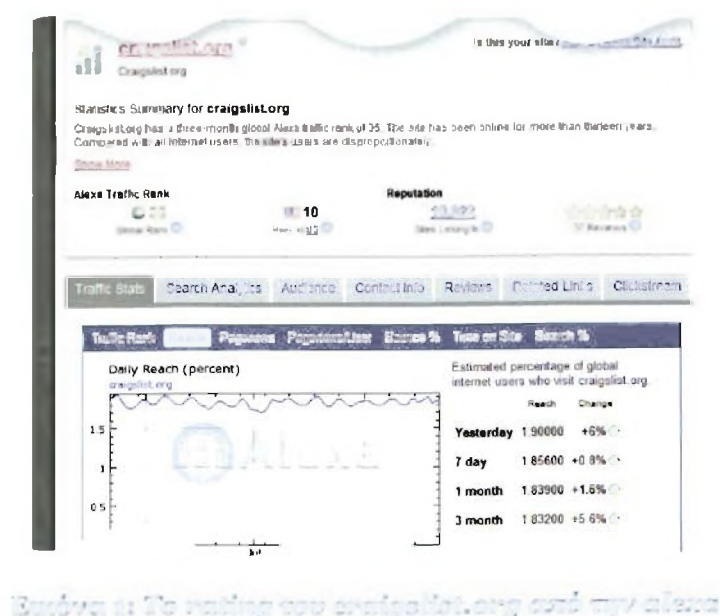
³² <http://www.businessinsider.com/250-million-users-on-google-plus-2012-7>

³³ <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2145277/Google-plus-virtual-ghost-town-One-users-post-NEVER-again.html>

αυτόματα και Google+ αλλά πάραυτα ελαχίστως το χρησιμοποιούν). Οι μικρότερες κοινότητες συχνά παραμένουν ενεργές για όσο διάστημα κινούν το ενδιαφέρον και το μεγαλύτερο σφάλμα, πρόβλημα και συνέπεια είναι ότι πολλές υπερνικούνται/μεταφέρονται στην αντίστοιχη σελίδα ή γκρουπ τους στο Facebook.

Κάπου σε αυτό το σημείο το πείραμα πήρε μια διαφορετική τροπή προσπαθώντας να απαντήσει σε μια απλή ερώτηση: πόσο εύκολο και πόσο γρήγορα γίνεται να στηθεί μια διαδικτυακή κοινότητα; Η απάντηση φυσικά όσο κι αν είναι απλή απαντά σε περισσότερα ερωτήματα από ένα και λαμβάνει υπόψη το στοιχείο της διασποράς μια δικτυακής κοινότητας στους πέντε ανέμους των social media.

Αξίζει να αναφερθεί ότι με τα άτομα που προσκλήθηκαν να συμμετάσχουν υπήρχε μια ήδη ενεργή λίστα αλληλογραφίας. Η λογική κι ένα από τα επιχειρήματα για την πρόσκληση τους ήταν ότι εφόσον η κοινότητα προϋπήρχε, το μόνο που θα γινόταν ήταν να μεταφερθεί κάπου που το να μοιραστείς και να αναρτήσεις, ότι αποστέλλονταν στα υπόλοιπα μέλη ούτως ή άλλως, πιο εύκολο: τόσο τεχνικά όσο και από επίπεδο οργάνωσης. Τέτοιες κοινότητες δεν είναι πρωτοπόρες. Ιστορικά μια κοινότητα, που ξεκίνησε από ένα mailing list είναι και η επιτυχημένη κοινότητα craigslist.org³⁴. Ο ιστότοπος πλέον λειτουργεί σαν Portal καθότι υπάρχουν κοινότητες που υπάγονται στο αρχικό site σε όλες σχεδόν της πόλεις του κόσμου. Η κοινότητα ξεκίνησε από τον Craig Newmark το 1995 ο οποίος έστειλε e-mail σε μια λίστα φίλων σχετικά με γεγονότα που λάμβαναν τόπο στην περιοχή του Σαν Φρανσίσκο Μπέι. Η επιτυχία του ήταν τέτοια που το 1996 έγινε μια υπηρεσία του διαδικτύου που είχε κι άλλες κατηγορίες αναρτήσεων κι όχι μόνο απλά εκδηλώσεις. Το 2000 άρχισε να επεκτείνεται και σε άλλες χώρες στην Αμερική και σε παγκόσμιο επίπεδο λίγα χρόνια μετά. Επί του παρόντος η ιστοσελίδα Alexa.com το κατηγοριοποιεί σαν νούμερο 10 σε παναμερικανικό επίπεδο και νούμερο 35 σε παγκόσμιο. (Εικ. 1)



³⁴ <http://www.craigslist.org/>

Φυσικά και η κοινότητα δεν αποσκοπούσε σε κάτι τόσο πολύπλοκο αλλά ήταν μια ευχάριστη νότα αισιοδοξίας που μπορούσε να δοκιμαστεί πλέον και σε μια πιο εξειδικευμένη κοινότητα και να χρησιμεύσει ίσως σαν πρότυπο και σε άλλες. Αλλά η επιτυχία μιας τέτοιας κοινότητας στηρίζεται και σε άλλα στοιχεία, τόσο θεωρητικά όσο και πρακτικά.

Μεθοδολογία και προσέγγιση της έρευνας

Η έρευνα στηρίχτηκε σε:

1. παρατήρηση της κοινότητας
2. στατιστική ανάλυση της χρήσης της
3. ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν από τους χρήστες της στο τελευταίο στάδιο της έρευνας.

Για την παρατήρηση θα αναρτηθούν στιγμιότυπα οθόνης σε συνδυασμό με στατιστικά στοιχεία για να αναλυθούν τα διαφορετικά στάδια της ύπαρξης της κοινότητας. Μέσα από την παρατήρηση της διαμορφώθηκαν και τα στάδια της πορείας της κοινότητας που θα αναλυθούν παρακάτω. Στα κλασσικά δυο βήματα όμως, ήρθε να προστεθεί κι ένα τρίτο. Κατά την διάρκεια της λειτουργίας της, παρότι παρουσίαζε στάδια αύξησης και συμμετοχής, παρουσιάστηκε ένα τεχνικό πρόβλημα³⁵ στην λειτουργία της κοινότητας. Παρότι μη προγραμματισμένο αποφασίστηκε να ερευνηθεί βαθύτερα και να προστεθεί η αξία του στα αποτελέσματα. Η παρατήρηση προσέφερε ουσιαστική αξία και διαμόρφωσε αντίστοιχα και στην πορεία το ερωτηματολόγιο.

Για την στατιστική ανάλυση χρησιμοποιήθηκε κατά βάση το πρόγραμμα Google analytics που αναλύει:

- την χρήση του ιστότοπου
- μοναδικές επισκέψεις
- περιηγητές που χρησιμοποιούνται
- ποσοστό μεταπήδησης (bounce rate)³⁶
- χώρα προέλευσης της επίσκεψης
- μέσο όρο χρόνου επίσκεψης

Το πρόγραμμα μπορεί να παραμετροποιηθεί για να συμπεριλαμβάνει κι άλλα αποτελέσματα που μπορούν να μετρηθούν και να αναλυθούν σε πιθανή συνέχιση της έρευνας. Στην

³⁵ Καθότι χρησιμοποιήθηκε κοινόχρηστος διακομιστής (shared server), παρατηρήθηκε αργή φόρτωση του ιστότοπου και διακοπές στην ομαλή του λειτουργία. Έγινε μετακίνηση της κοινότητας σε καινούργιο διακομιστή. Κατά την διάρκεια των προβλημάτων υπήρχαν στιγμές που οι χρήστες δεν μπορούσαν να συνδεθούν και να κάνουν αναρτήσεις.

³⁶ Το Bounce rate δείχνει το ποσοστό των επισκεπτών που έρχονται στον ιστότοπο και φεύγουν χωρίς να συνεχίζουν την περιήγηση τους στον ιστότοπο. Ο χρόνος μέτρησης εξαρτάται από το πρόγραμμα που χρησιμοποιείται (session timeout).

εκτύπωσης θεωρήθηκε περιττή αν και μπορεί να υποστηριχτεί αν χρειαστεί. Για τα νομικά θέματα υπάρχει κουμπί που παραπέμπει στην ανάλογη σελίδα. Σκοπός πάραυτα ήταν το πείραμα και κατά συνέπεια χρησιμοποιήθηκε πρότυπο κειμένου από παραπλήσια κοινότητα.

Ο ιστότοπος ήταν και παραμένει υπό επίβλεψη καθ'όλη την διάρκεια της λειτουργίας του για απρεπείς αναρτήσεις, αλλά ήταν σημαντικό η επίβλεψη να μην είναι ανώνυμη της ελευθερίας λόγου και ανάρτησης. Κατά την διαδικασία της δημιουργίας νέας ανάρτησης που γίνεται, όπως είπαμε, απλά από το frontend του ιστότοπου, ο χρήστης έχει την επιλογή ανάμεσα σε αναρτήσεις:

- Εικόνας
- Βίντεο
- Κειμένου
- Ήχου
- Επισυναπτόμενου αρχείου

Η επιλογή αυτή έχει σημασία τόσο στο δομικό χαρακτήρα της ανάρτησης, όσο και στον γραφικό. Ταυτόχρονα μπορεί να επιλέξει και μια προτεινόμενη εικόνα ή στατική εικόνα από την ακολουθία βίντεο που θα προβάλλεται στην ανάρτηση του για να την κάνει πιο «ελκυστική». Σημειώνεται ότι μπορεί να γίνει και επισύναψη βίντεο με την επικόλληση του URL από τα δημοφιλή κανάλια YouTube και Vimeo και ακριβώς η ίδια λογική ισχύει και για τις εικόνες. Επιπρόσθετα χρησιμοποιήθηκαν προεκτάσεις για να επιτρέπουν την δημιουργία φωτογραφικών άλμπουμ και η δυνατότητα δημιουργίας άλμπουμ με επισύναψη από τον γνωστό Instagram.

Post item

Choose format



Attached images



Title

Text content

Rich text editor with toolbar (bold, italic, link, etc.) and Visual/HTML toggle.

Category

Tags (recommended)

Submit

 This is HTML (Not Safe For Work)

Εικόνα 3

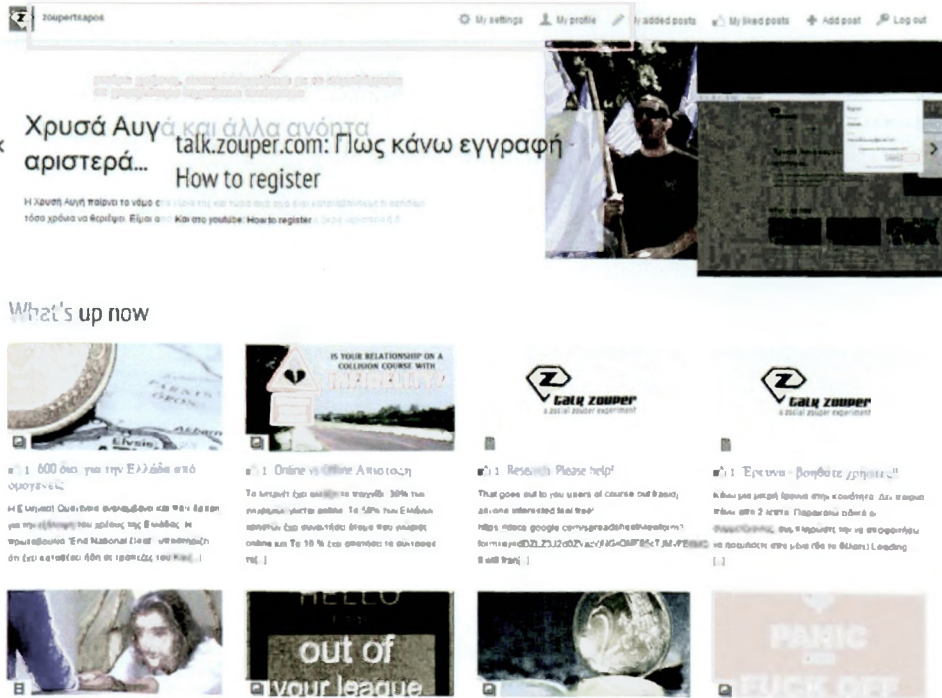
Ευχρηστία

Η περιήγηση στον ιστότοπο γίνεται αφενός από την βασική πλοήγηση. Ο χρήστης μπορεί να επιλέξει άρθρα που θέλει να βλέπει με το σύστημα like. Για κάθε διαφορετικό/κατώτερο επίπεδο υπάρχει πλοήγηση με breadcrumb σύστημα πλοήγησης συμπληρωματικό στην αρχική πλοήγηση. Το σύστημα ανάρτησης της αρχικής σελίδας έχει ομοιότητες με τον ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης «pinit»⁴¹. Τα άρθρα που δημοσιεύονται εμφανίζονται στην αρχική σελίδα και δημιουργούν έναν καμβά τελευταίων αναρτήσεων. Ταυτόχρονα προωθούνται και άρθρα σαν προτεινόμενα (featured) στο επάνω μέρος της σελίδας σε μορφή slider που δεν δεσμεύονται από πιθανή «εξαφάνιση τους» από τον καμβά των δημοσιευμένων άρθρων λόγω της χρονολογικής ανάρτησης τους. Ο τρόπος λειτουργίας και οι αναρτήσεις είναι αρκετές για να τραβήξουν την προσοχή του επισκέπτη, ενώ ζητήθηκε από τους αρχικούς συμμετέχοντες να τοποθετούν μια εικόνα που θα λειτουργεί σαν «βιτρίνα» των αναρτήσεων. Τοιουτοτρόπως θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε ως ενισχυτικό υλικό. Η αναζήτηση στον ιστότοπο είναι ξεκάθαρα τοποθετημένη σε εμφανές σημείο στο πάνω μέρος με «οδηγίες χρήσης» που με τεχνολογία ajax εξαφανίζονται όταν ο χρήστης κλικάρει στο πεδίο. Τα εικονίδια που παραπέμπουν σε λειτουργία είναι ελάχιστα και είναι κυρίως παραπομπές σε social media ή σε λειτουργίες όπως το RSS Feed. Αντί για ένα απλό

⁴¹ <http://yloatewit.com/about/>

FAQ, δημιουργήθηκαν βίντεο που αναρτήθηκαν και στο κανάλι YouTube αλλά και μια ξεχωριστή φόρμα επικοινωνίας στην οποία ο χρήστης μπορεί να αναρτήσει το πρόβλημα που αντιμετωπίζει. Σημειώνεται ότι η ανάρτηση αυτή θα είναι εμφανής και στην αρχική σελίδα. Ο λόγος ήταν η μεγαλύτερη εμπλοκή/συμμετοχή της κοινότητας σε οποιοδήποτε πρόβλημα. Οι φόρμες του ιστότοπου με εξαίρεση την φόρμα επικοινωνίας που είναι απλή σε σχεδιασμό, απαιτούν από τον χρήστη να συνδεθεί ή να εγγραφεί στον ιστότοπο. Οι απαιτήσεις τους έχουν περιοριστεί στα απολύτως απαραίτητα για λόγους ευχρηστίας.

υποχρεωτικό. Με την χαρακτηριστική σφραγίδα του achecker ⁴⁴ ο ιστότοπος πέρασε τα τεστ προσβασιμότητας (web accessibility check).



Εικόνα 4



Εικόνα 5

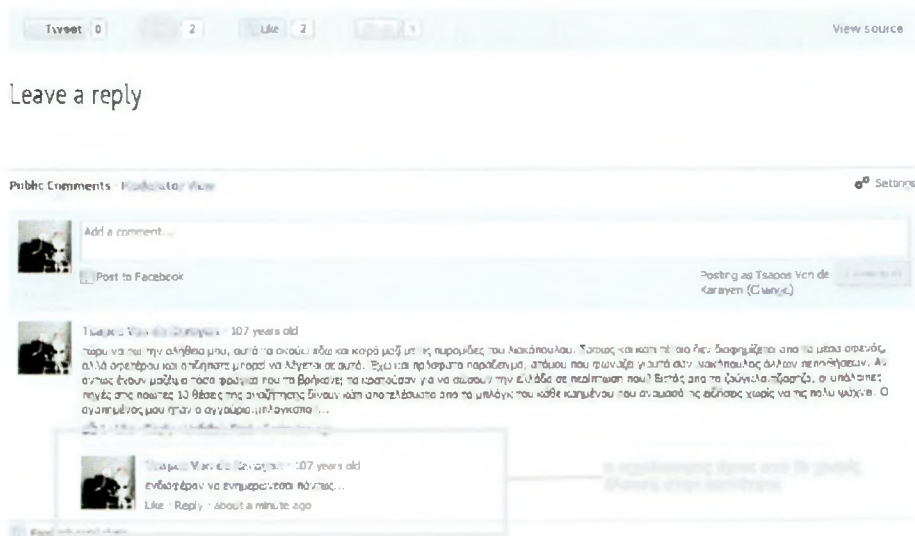
⁴⁴ <http://schecker.ca/checker/index.php>

Παρουσίαση – παρουσία

Στο κομμάτι της παρουσίας υπήρξε και ολόκληρος ο πειραματισμός. Όταν αρχικά ξεκίνησε η κοινότητα δεν ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να τον διαφημίσουν από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους, αλλά αφέθηκε στην ιδιοσυγκρασία τους. Ταυτόχρονα μετά από μια πάροδο μιας εβδομάδας ξεκίνησε η προώθηση του με αναρτήσεις σε διάφορα social media. Υπήρξε όμως ακόμα ένα κρυμμένο χαρτί αλλά και το κομμάτι του πειραματισμού. Ο χρήστης εκτός από την δυνατότητα να μοιραστεί το περιεχόμενο μιας ανάρτησης, μπορεί και να σχολιάσει. Τα σχόλια του όμως αναρτώνται αυτόματα μέσα από το σύστημα σχολιασμού και στο Facebook και συγκεκριμένα στην ροή δεδομένων του (timeline). Οποιοσδήποτε σχόλιο μέσω από της ανάρτησης δημοσιεύεται και στον ιστότοπο.



Ο κ. Λομπρανης βασήθηκε τις προηγούμενες ημέρες στην κλίση συνομιλιών από ομάδα ιδικών, μετά από επίσημη πρόσκληση του κ. Χριστοφίδη. Στην ίδια συνάντηση, συμμετείχε και η Κριστίν Αλεγκάντ, όπως δήλωσε άκουσε ο πρόεδρος του 'End National Debt'.



Εικόνα 6

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιεί ο ιστότοπος είναι:

- Facebook
- Twitter
- Google+
- Pinterest
- YouTube
- Vimeo

Πειραματισμοί γίνονται όμως και με άλλα τέτοια μέσα οι οποίοι και καταγράφονται για να αναρτηθούν στον ιστότοπο με απώτερο στόχο περισσότερο το ελληνικό κοινό που δείχνει από κι από στατιστικά στοιχεία (που θα εξεταστούν και στο κομμάτι της ανάλυσης των στατιστικών από το Google Analytics) ότι είτε δεν έχει καλή σχέση, είτε δεν ξέρει πως ακριβώς να χρησιμοποιήσει αυτά τα μέσα προς όφελος του.

Ταυτόχρονα τοποθετήθηκε δυνατότητα αποστολής email σε φίλο κι ακόμα περισσότερες επιλογές διαμοίρασης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στην πλαϊνή μπάρα (sidebar) σε ένα σημείο που να εξυπηρετεί όσους στην «σκρολάρουν» πιο χαμηλά στην ιστοσελίδα.

Μαζί με την προώθηση του ιστότοπου δημιουργήθηκε σελίδα για την κοινότητα στο Facebook. Ήταν συνειδητή επιλογή να μην διαφημιστεί καθότι δεν ήταν το ζητούμενο να συναγωνιστεί η κοινότητα την αντίστοιχη της στο Facebook. Αφέθηκε περισσότερο στους χρήστες να διαφημίσουν την κοινότητα με ότι διέθεταν εκείνοι σαν προφίλ στα διάφορα μέσα.

Όπως προαναφέρθηκε, η αρχική σελίδα σχεδιάστηκε για να ελκύει το ενδιαφέρον του κοινού. Υπάρχει Slideshow με εναλλασσόμενες φωτογραφίες από τα σημαντικότερα θέματα και στο υπόλοιπο μέρος ορατό και μη άρθρα με φωτογραφίες. Με αυτή την λογική είναι ξεκάθαρο ότι ο ιστότοπος δεν σταματά στα 600px. και εφόσον η όραση είναι από τις πρωτεύουσες αισθήσεις, το οπτικό ερέθισμα είναι πιο έντονο με φωτογραφίες παρά από το κείμενο μόνο του (εικόνα 1) . Ένα άλλο κριτήριο επιλογής της συγκεκριμένης διάταξης ήταν ότι δεν ήταν γνωστό πώς θα διαμορφωθεί το περιεχόμενο του ιστότοπου (κείμενο κυρίως ή φωτογραφίες – video) και κατά συνέπεια πάρθηκε η απόφαση να προωθηθεί η προσέγγιση της οπτικής προσέγγισης: πιο πολλές εικόνες από κείμενο.





μια γλώσσα για την διαχείριση των λειτουργιών του site: η αγγλική⁴⁷. Αυτό σημαίνει ότι τα μενού και οι ρυθμίσεις είναι σε αγγλική γλώσσα αλλά οι χρήστες έχουν το δικαίωμα να αναρτήσουν άρθρα και σχόλια σε οποιαδήποτε γλώσσα επιθυμούν⁴⁸. Ταυτόχρονα έκανε την κοινότητα ανοιχτή σε μεγαλύτερη ποικιλομορφία χρηστών.

Με την πάροδο αρκετών ημερών από την έναρξη της κοινότητας, έγινε μια προσπάθεια να δημιουργηθεί ένας πόλος έλξης στην κοινότητα με την εύρεση ενός χρήστη που θα την προωθούσε περισσότερο (πέρα από τον δημιουργό της). Θεωρήθηκε σημαντικό για την επιβίωση της κοινότητας. Στο σημείο αυτό φάνηκε το πόσο σημαντικό είναι για μια μικρή κοινότητα για να επιβιώσει το να έχει ένα συγκεκριμένο θέμα που δημιουργεί τον πόλο έλξης. Αναλυτικά όμως φάνηκε και στα αποτελέσματα της παραμονής στην σελίδα σε συγκεκριμένες αναρτήσεις που είχαν και τον μεγαλύτερο αριθμό σχολιασμού. Ακόμα και στην απόλυτη ελευθερία αναρτήσεων φαίνεται οι χρήστες προτιμούν περιορισμούς...

Εφαρμογή – αποτελέσματα της κοινότητας

Η δράση της κοινότητας έχει διαχωριστεί σε 3 χρονικές περιόδους:

1. Δημιουργία, πρόσκληση μελών πορεία της κοινότητας χωρίς προώθηση της από οποιοδήποτε μέσο
2. Τακτική χρήση μ.κ.δ. ⁴⁹ και συνέχιση της κοινότητας
3. Τεχνικά προβλήματα και επιστροφή των χρηστών
4. Συνολικά η κοινότητα αριθμεί 30 χρήστες

Παρατήρηση Κοινότητας

Η παρατήρηση της κοινότητας ήταν το σημαντικότερο κομμάτι και είναι πάντα σε οποιοδήποτε ιστότοπο. Βοήθησε να παρατηρηθούν έγκαιρα τα διάφορα προβλήματα, αλλά και απέτρεψε οποιαδήποτε εγγραφή σε αυτόν που δεν ήταν ανθρώπινη (φυσική). Διαμόρφωσε το ερωτηματολόγιο και αποτελεί βασικό πυρήνα οποιασδήποτε έρευνας πάνω στο συγκεκριμένο αντικείμενο. Ουσιαστικά έδειξε:

- Υπήρχε η προθυμία για δημιουργία αναρτήσεων αλλά όχι αρκετή διάδραση με σχολιασμό
- Καθότι ο σχολιασμός δημοσιεύονταν ταυτόχρονα και στο Facebook, πολλοί χρήστες σχολίαζαν εκεί (και πολλές φορές στις αναρτήσεις προώθησης) στερώντας την άποψη τους από την κοινότητα

⁴⁷ Το οποίο αποτελεί και πεποίθηση του συγγραφέα ότι καθότι το διαδίκτυο είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο θα πρέπει να υπάρχει μια γλώσσα και μια κοινή, γνωστή ορολογία

⁴⁸ Θα μπορούσε να αποτελέσει και προσέγγιση σε μελλοντικές πολύγλωσσες κοινότητες με το κόστος διαχείρισης να είναι μεγάλο για να διατηρηθεί ένα site σε πολλές γλώσσες για όλα τις ρυθμίσεις του ιστότοπου

⁴⁹ Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης



- Ο μέσος όρος σελίδων ανά επίσκεψη είναι 4 σελίδες
- Bounce rate (ποσοστό εξόδου από τον ιστότοπο χωρίς την περιήγηση σε άλλες σελίδες), 32%. Το ποσοστό επιτυχίας γενικά θεωρείται κάτω του 40%. Πάραυτα αυτό είναι μια υποκειμενική θεώρηση και εξαρτάται από την θεσμοθέτηση στόχων για τον ιστότοπο.
- Στον τομέα της ενασχόλησης με το site, υπήρξαν πολλοί επισκέπτες αλλά στα αποτελέσματα φάνηκε πως οι χρόνοι ενασχόλησης χρονικά ήταν χαμηλοί
- Ελάχιστοι από τους επισκέπτες ήρθαν από κάποια μηχανή αναζήτησης. Αυτό δείχνει αφενός πόσο σημαντικό είναι για μια κοινότητα που θέλει να παραμείνει ανοιχτή, να «χτίσει» το περιεχόμενο της αλλά και να μην πραγματοποιεί πολλές αλλαγές που απαιτούν χρόνο να καταχωρηθούν στις μηχανές αναζήτησης . Γίνεται κατανοητό επίσης ότι η διαδικασία καταχώρησης ενός ιστότοπου στις μηχανές αναζήτησης και κυρίως σε υψηλές θέσεις, θέλει χρόνο, προσεκτική στρατηγική και αποφασιστικότητα στην επιλογή λέξεων-κλειδιά με τα οποία θα συσχετιστούν οι αναρτήσεις. Κάτι άλλο που επίσης διαπιστώνεται είναι ότι πρέπει να συνδέεται ο ιστότοπος και να επιτρέπονται οι επανάληψη των αναρτήσεων σε άλλα μέρη ώστε να δημιουργείται αυτό που μπορούμε να ονομάσουμε αναγνωρισιμότητα περιεχομένου (content awareness)
- Οι περισσότερες επισκέψεις ήταν από Ελλάδα με 362 επισκέψεις, το Βέλγιο με 142, η Κύπρος με 82 (ενώ τον ιστότοπο επισκέφτηκαν και χρήστες από ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο, Λιθουανία, Σουηδία, Γαλλία, Ουγγαρία και Σιγκαπούρη).
- 629 επισκέψεις από desktop/laptop και 47 από κινητά/ταμπλέτες με μέσο χρόνο παραμονής τα 6 λεπτά για την πρώτη κατηγορία και το 1 ½ για την δεύτερη. Μεγαλύτερο ποσοστό στις συσκευές κινητής τηλεφωνίας το iPhone με 16 επισκέψεις
- 57,14% ήταν προηγούμενοι (αναγνωρίσιμοι μέσω γνωστού ip) χρήστες και 57,69% ήταν νέες καταχωρήσεις με μέσο όρο 42,31% για νέες επισκέψεις
- Στην χρήση περιηγητών, πρώτος ήταν ο Google Chrome με 45,56%, Mozilla Firefox 22,19%, Safari 14,35%, Internet Explorer 6,21% ενώ από περιηγητές κινητών, 2,81% ήταν Android Browser. Τελευταίος ο Opera με 1,78%
- Στο κομμάτι του από πού ήρθαν οι χρήστες, 66,12% ήταν από χρήση συνδέσμων που τους υποδείκνυαν τοποθεσία, 33,28% με απευθείας πληκτρολόγηση του συνδέσμου και 0,59% με οργανική έρευνα⁵⁰, οι λέξεις κλειδιά ήταν talk, zouper, community
- Όσο αφορά τα μ.κ.δ., 446 επισκέψεις έγιναν από υποδεικνυόμενο υπερσύνδεσμοι από Facebook (364), Twitter (80), Google+ (2)

⁵⁰ Αποσαφήνιση όρων. Referral visit (υποδεικνυόμενη επίσκεψη): η έλευση επισκεπτών μέσω υπερσυνδέσμου από άλλον ιστότοπο. Direct visit (απευθείας επίσκεψη): η έλευση επισκεπτών με απευθείας δακτυλογράφηση του συνδέσμου URL. Organic visit (οργανική επίσκεψη): η έλευση επισκεπτών από αποτελέσματα οργανικής αναζήτησης (όχι προτεινόμενης - πληρωμένης).









ενδιαφέροντος/θεματολογίας σε αυτή. Κατά συνέπεια διάδραση στην κοινότητα εξασφαλίζεται μόνο με την εύρεση κοινού τόπου: ενός θέματος που αποτελεί πόλο έλξης.

Στο πιο σημαντικό όμως κομμάτι: Μπορεί εντέλει μια κοινότητα να ξεκινήσει από το 0 και να ανθίσει πριν καν ακόμα αρχίσει να δημιουργείται αναγνωρίσιμο ιστορικό για αυτή; Η απάντηση είναι, μπορεί. Η κοινότητα talk.zouper, ξεκίνησε με όλες τις αντιξοότητες:

1. Δημιουργία και λειτουργία της σε δυσχερή χρονική περίοδο, με τους περισσότερους από τους χρήστες να έχουν μόλις επιστρέψει από τις θερινές διακοπές
2. Θεματολογία ουσιαστικά ανύπαρκτη και κανένα κοινό «τόπο» ή θέμα που να ενώνει τους χρήστες της
3. Χρήστες που δεν γνωριζόταν μεταξύ τους, ούτε καν διαδικτυακά, άρα δεν υπήρχε μια προηγούμενη απόφαση δημιουργίας κοινότητας. Ακόμα περισσότερο με τελείως διαφορετικά ενδιαφέροντα και αναρτήσεις
4. Τεχνικά προβλήματα που όπως φάνηκε κι από τα ερωτηματολόγια αλλά και από την δράση της κοινότητας, δεν βοηθούν στην εγκαθίδρυση της
5. Λιγοστό χρονικό περιθώριο για την δημιουργία ουσιαστικής διάδρασης μεταξύ των χρηστών και εμπλοκής και των υπόλοιπων πιο ανενεργών χρηστών

Πάραυτα κατάφερε να επιβιώσει και να συνεχίσει. Ας εξετάσουμε όμως τι είπαν τα αποτελέσματα. Η κοινότητα είχε επιτυχία αυξάνοντας τα μέλη της κατά 86% στην διάρκεια της 25 ήμερης λειτουργίας της. Οι νέες επισκέψεις ήταν περίπου 9 φορές τα μέλη της (μοναδικοί επισκέπτες), ένα πολύ καλό ποσοστό ειδικά εκλαμβάνοντας και τις προαναφερόμενες αντιξοότητες. Με 42% νέους επισκέπτες και 57% παλιούς η ισορροπία είναι κατάλληλη για μια νέο-αναπτυσσόμενη, ανοιχτή κοινότητα: το σωστό μείγμα που τροφοδοτεί την διατήρηση της αλλά και την ραγδαία αύξησή της. Μια επίκαιρη με την ομάδα και την πραγματικότητα ανάρτηση είναι αρκετή για να κρατήσει τον κόσμο στον ιστότοπο αλλά πρέπει να δίνεται ο «πειρασμός» στον χρήστη να εξερευνησει πιο βαθιά το περιεχόμενο. Δεν χρειάζεται αναρτήσεις βίντεο ή φωτογραφίες: απλά να γνωρίζει τι περιεχόμενο απευθύνει, που και πότε. Η δημιουργία ιστορικού είναι σημαντική, και πρέπει να χτίζεται όχι μόνο στην κοινότητα αλλά και σε ιστότοπους που την περιβάλλουν. Οποιαδήποτε μετακίνηση ή αλλαγή πρέπει να συνυπολογίζει και την καθυστέρηση στην απόδοση αποτελεσμάτων από τις μηχανές αναζήτησης και καλό είναι να γίνεται στην αρχή της κοινότητας και πριν αυτή δοθεί στους χρήστες, ή σε χρονικές περιόδους που η κοινότητα υπολειτουργεί και πάντα ενημερώνοντας τους χρήστες και δίνοντας εναλλακτικούς τρόπους επικοινωνίας και διάδρασης. Όταν σε ένα δείγμα 676 οι 47 είναι από κινητά τηλέφωνα, αυτό σημαίνει ότι δεν χρειάζεται υποχρεωτικά μια κοινότητα να σχεδιάζεται για κινητά (όπως ήταν το παράδειγμα του talk.zouper), αλλά καλό είναι να είναι φιλική και να υπολογίζει συγκεκριμένα στοιχεία για να βοηθούν την χρήση της από τέτοιες συσκευές. Στο ποσοστό έλευσης από υποδεικνυόμενους υπερσυνδέσμους της τάξης του 66%, σημαίνει ότι πριν από την αναζήτηση (αλλά σίγουρα και μετά) η καλύτερη προώθηση είναι η «δια στόματος» διαφήμιση. Σωστή οργάνωση και προώθηση του περιεχομένου σε διάφορους ιστότοπους χωρίς να μεταφέρεται η συζήτηση σε αυτούς: αυτό επίσης σημαίνει ότι το πλάνο προώθησης και αναρτήσεων είχε το επιθυμητό αποτέλεσμα όπως προσχεδιάστηκε. Η ανάμιξη του συστήματος σχολιασμού με ταυτόχρονη ανάρτηση στο Facebook μαζί με διαμοιρασμό του περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που διαθέτει ο χρήστης έφερε τα επιθυμητά

αποτελέσματα παρότι δεν είχε προσχεδιαστεί κάποιο πλάνο διαμοιρασμού. Σίγουρα στηρίζεται στο να δίνεται βάση στην διάχυση της πληροφορίας σε διάφορα κανάλια, αλλά με περισσότερη έμφαση σε αυτό/ά που ο χρήστης έχει την μεγαλύτερη δυνατότητα να ακουστεί⁵². Με αντιπαράθεση των αναρτήσεων με υψηλά ποσοστά θέασης αλλά εφάμιλλα υψηλό δείκτη μεταπήδησης, και των αναρτήσεων με αντίστοιχα χαμηλό δείκτη, γίνεται ξεκάθαρο ότι με σωστή στρατηγική προβολή αντίστοιχων αναρτήσεων σε περιεχόμενο μπορεί να διατηρηθεί το ενδιαφέρον του επισκέπτη. Το περιεχόμενο αυτό που θα διαφημίζεται πρέπει να είναι σε θέση που να είναι άμεσα ελκυστικό⁵³. Ο διαχειριστής σε συνεργασία με τους «υπαξιωματικούς» της κοινότητας θα πρέπει να είναι ενήμερος για τυχόν τεχνικά προβλήματα. Οποιαδήποτε δυνατότητα κι αν δοθεί στους εγγεγραμμένους χρήστες να αναφέρουν τυχόν προβλήματα ή δυσκολίες, οι περισσότεροι από αυτούς δεν θα το κάνουν. Οι διαχειριστές πρέπει να έχουν υπόψη τους οποιοδήποτε πρόβλημα θα κάνει την εμπειρία του χρήστη δυσχερή. Άλλωστε ο χρήστης δεν συνδέεται για να αντιμετωπίζει τεχνικά προβλήματα αλλά για να έχει επικοινωνία. Μόνο αν αυτή μπορεί να γίνει μέρος της διάδρασης με την κοινότητα θα ενδιαφερθεί ο απλός χρήστης. Σε συνάρτηση με παρατήρηση μεγάλων κοινοτήτων φαίνεται πως όσο μεγαλώνει μια κοινότητα/εταιρεία, τόσο κρύβονται και οι δυνατότητες επικοινωνίας με αυτή. Σε αυτό το κομμάτι οι μικρές κοινότητες μπορούν να κερδίσουν, χάρη στην αμεσότητα της επικοινωνίας και στην καλή διάθεση αλλά και, βάσει της έρευνας, και στην προσέγγιση των χρηστών.

Παίρνοντας την χρονολογική εξέλιξη της κοινότητας μπορούμε να διακρίνουμε στοιχεία που διαμόρφωσαν την διάδραση στην κοινότητα αλλά και να δούμε στοιχεία που δημιουργούν ενιαία ταυτότητα.

Η πρώτη καμπή ανόδου είναι στις 10 Σεπτεμβρίου με μια από τις αναρτήσεις που είχαν τον υψηλότερο βαθμό σχολίων και ταυτόχρονα ο ιστότοπος έχει και αρκετές από τις εγγραφές του. Είτε οφείλεται στην προώθηση της ανάρτησης από τον ίδιο τον συγγραφέα και κατά συνέπεια εγγραφή των ομοϊδεατών του από τα κανάλια του, είτε λόγω πραγματικού ενδιαφέροντος χρηστών στο έργο του, αυτό προωθεί το έργο της κοινότητας στο να αυξηθεί και να αποκτήσει συζήτηση και συμμετοχή. Το bounce rate είναι αντίστοιχα χαμηλό.

Η δεύτερη καμπή είναι στις 13 Σεπτέμβρη σε ξενόγλωσση ανάρτηση σχετικά με το γνωστό συγκρότημα *ruhr* το οποίο λόγω της αναγνωρισιμότητας των λέξεων κλειδιών από τις μηχανές αναζήτησης αλλά και τις προώθησης του αρκετά από τα μ.κ.δ. είχε την μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα, πάραυτα είχε μεγάλο bounce rate. Στην Τρίτη καμπή στις 16/9 είχαν γίνει πολλές ταυτόχρονες αναρτήσεις, άρα και πολύ και νέο περιεχόμενο. Την μεγαλύτερη θέαση είχε και πάλι ο ίδιος συγγραφέας αλλά αξίζει να παρατηρήσουμε ότι και πάλι ο ρυθμός μεταπήδησης είναι χαμηλός και κινείται σε άλλες αναρτήσεις. Δεν έγινε κατανοητό κατά πόσο οφείλεται στην ποσότητα των νέων αναρτήσεων ή στην μεθοδικότητα του συγγραφέα η καλή ποιότητα διάδρασης. Τονίζεται επίσης ότι το άρθρο σχολιάστηκε και στο Facebook αλλά δυστυχώς έμεινε εκεί καθότι δεν έγινε σύνδεση με την κοινότητα. Στις 18/9, στην

⁵² Στην περίπτωση του διαχειριστή ήταν το Facebook με 864 followers με ακόλουθο το twitter με 100

⁵³ Με το πέρας της εργασίας γίνεται πειραματισμός με σχετικές αναρτήσεις που παρουσιάζονται με τεχνική *flyout*, στοιχείου δηλαδή που «πετάγεται» από το πλαϊνό μέρος της οθόνης καθώς ο χρήστης πλησιάζει προς το τέλος του άρθρου προτείνοντας του αντίστοιχα άρθρα. Στον πειραματισμό γίνεται ανάμειξη προτεινόμενων άρθρων με παρόμοιο αλλά και διαφορετικό περιεχόμενο για να φανεί κατά πόσο μπορούν να προωθηθούν τα τελευταία μαζί με τα πρώτα.



5. Δημιουργία ιστορικού από την προώθηση της κοινότητας μέσα από μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αναρτήσεις σε άλλους ιστότοπους και την δημιουργία βασικών λέξεων που θα αποτελέσουν λέξεις κλειδιά και θα συσχετιστούν με την ίδια την κοινότητα. Η κοινότητα talk.zouper μπόρεσε να διευρυνθεί με την προσεκτική επιλογή δημοσιεύσεων και προώθησης της στα μ.κ.δ.: ο σκοπός δεν είναι να μεταφερθεί το περιεχόμενο, αλλά να δοθεί μια γεύση του. Σημαντικό είναι να μην γίνονται αναρτήσεις που θα περιορίσουν την συζήτηση μόνο στον κοινωνικό ιστότοπο που διαφημίζονται
6. Στενή παρακολούθηση των στατιστικών του ιστότοπου. Οι χρήστες της δεν θα πουν τι τους ενοχλεί, θα το δείξουν με την αποχή τους
7. Εξέλιξη και εναλλαγή: προσοχή στα τεχνικά προβλήματα δεν σημαίνει φόβο για καινοτομία και πειραματισμό

Για να κατασκευαστεί ο ιστότοπος και να δοκιμαστεί, χρειάστηκαν 25 μέρες. Με την προσεκτική σχεδίαση μπορούμε να πούμε ότι είναι και ο μέγιστος χρόνος που χρειάζεται για να διαπιστωθεί πως μπορεί να διαμορφωθεί μια κοινότητα, γιατί σίγουρα είναι αρκετός χρόνος για να δημιουργηθεί.

Συζήτηση

Τα αποτελέσματα που έδωσε και συνεχίζει να δίνει ο ιστότοπος παρέχουν τροφή για περισσότερη συζήτηση αλλά και περισσότερες ερωτήσεις που μόνο η παρατήρηση σε μήκος χρόνου μπορεί να απαντήσει.

Δεν εξετάστηκε η απόφαση ή όχι των χρηστών να χρησιμοποιήσουν τα εργαλεία διαμοιρασμού με τα κοινωνικά μέσα, για ποιες αναρτήσεις έγινε και να ερευνηθεί βαθύτερα η λογική πίσω από την απόφαση τους. Ήταν λόγω του πειραματικού χαρακτήρα της κοινότητας; Ένοιωθαν ότι το περιεχόμενο ήταν κάτι που έπρεπε να παραμείνει στην κοινότητα;

Λόγω της κυριότερης χρήσης της κοινότητας από Έλληνες και των αναρτήσεων στα Ελληνικά, αλλά και την συμπλήρωση των ελληνικών ερωτηματολογίων, μπορούμε να πούμε πως τα αποτελέσματα αντιπροσωπεύουν περισσότερο την Ελληνική πραγματικότητα παρά μια γενικότερη παρατήρηση. Είναι προτροπή της μελέτης να γίνει μια αντίστοιχη προσέγγιση και σε διαφορετικές χώρες ή σαν μια πανευρωπαϊκή έρευνα. Καθότι τα αναλυτικά στοιχεία είναι πολύ περισσότερα με δεδομένο την συνέχιση της ύπαρξης της κοινότητας και την εφαρμογή των αποτελεσμάτων, θα μπορούσε να γίνει μια πιο αναλυτική και σε μήκος χρόνου έρευνα για τα στοιχεία που μπορούν να συμβάλουν στην επιτυχία μιας διαδικτυακής κοινότητας, και ακόμα περισσότερο στην πραγματική ταχύτητα που μπορεί να στηθεί μια τέτοια κοινότητα όταν όλες οι κινήσεις σχεδιαστούν σωστά κι εντοπιστεί η ανάγκη των χρηστών της κατάλληλα.

Η κοινότητα συνεχίζει να παρακολουθείται αλλά και να λειτουργεί σαν ένας χώρος ελεύθερης έκφρασης. Τα αποτελέσματα των διαπιστώσεων θα δημοσιευθούν και θα συνεχίσουν να δημοσιεύονται στην ίδια την ιστοσελίδα.

Η συζήτηση για το αν μια κοινότητα αναπτύσσεται καλύτερα στο facebook (ή κάποιον παρόμοιο ιστότοπο που εσωκλείει κοινότητες) κι αν θα πρέπει να το χρησιμοποιούμε σαν











Παράρτημα 2: Τεχνικά χαρακτηριστικά

CMS: wordpress edition 3.4 – ενημερωμένο στην έκδοση 3.4.2

Προεκτάσεις:

- Akismet: antispam, wordpress default (απαραίτητο για ασφάλεια στα σχόλια)
- Change wp Mail for Wordpress, αλλάζει την δνση στην αποστολή αυτοματοποιημένων από το συστημα από wordpress στο όνομα που θέλουμε
- Google analytics (απαιτούμενο για την σύνδεση με το google analytics / γίνεται και με κώδικα-έπεται αντικατάσταση)
- Gravity forms (απαραίτητο για την δημιουργία φορμών επικοινωνίας, εγγραφής κ.α.)
- Gravity Forms Picatcha Add-On (απαραίτητο για την αύξηση ασφάλειας κατά κακόβουλων αυτόματων εγγραφών από bots)
- Instapress (όχι απαραίτητο και αχρησιμοποίητο – έπεται αντικατάσταση)
- NextGEN gallery (απαραίτητο για δημιουργία φωτογραφικών album σε αντικατάσταση του προεπιλεγμένου συστήματος)
- Smart Youtube Pro (όχι απαραίτητο, η ενσωμάτωση γίνεται και μέσω του template που επιλέχθηκε – έπεται αντικατάσταση)
- WP Total Cache (απαραίτητο για την επιτάχυνση της φόρτωσης της σελίδας με συμπίεση δεδομένων που επιβραδύνουν την σελίδα)
- XML Sitemap Generator (απαραίτητο για την σωστή καταχώρηση του ιστότοπου από τις μηχανές αναζήτησης)
- Widget Logic Visual (απαραίτητο για την επιλογή – διαχωρισμό των στοιχείων στην βοηθητική πλευρική μπάρα)
- Better WP Security (απαραίτητο για λόγους ασφαλείας)
- BackWPup (απαραίτητο για να κρατά αυτόματα αντίγραφα του περιεχομένου και της βάσης δεδομένων του ιστότοπου. Μπορεί να αποφευχθεί αν ο διαχειριστής είναι διατεθειμένος να κρατά αντίγραφα τακτικά μεταφορτώνοντας το περιεχόμενο του ιστότοπου σε δικό του μέρος και παρομοίως μέσω phpmyadmin για την βάση δεδομένων)
- Change WP Mail from details (όχι απαραίτητο αλλά όμορφο. Βασικό πρόβλημα του wordpress είναι η αποστολή οποιουδήποτε email μέσω του ιστότοπου γίνεται σαν «from wordpress.com» αντί να δίνεται η επιλογή στον χρήστη να έχει το δικό του όνομα. Παραμετροποίησιμο αν πειραχτούν οι ρυθμίσεις php).
- Email users (όχι απαραίτητο και όχι αρκετό. Χρησιμοποιήθηκε για να μπορεί ο διαχειριστής να στέλνει απευθείας μηνύματα μέσα από την βάση των χρηστών. Δεν υπάρχει κάποιος τρόπος για τα mail αυτά να μην καταλήγουν στο spam του χρήστη)

παρότι έχει κάνει επαλήθευση του email του. Πιθανόν να αντικατασταθεί με το mailchimp με το οποίο μπορούν να δημιουργηθούν και καμπάνιες, newsletters κα)

Σημείωση: δεν συνίσταται η χρήση πολλών plugins καθότι επηρεάζουν την απόδοση του ιστότοπου και κάποια από αυτά μπορούν να είναι ανοιχτά στην επίθεση από κακόβουλα λογισμικά. Στην επόμενη επιθεώρηση του ιστότοπου σχεδιάζεται αφαίρεση κάποιων από αυτών κι αντικατάσταση τους με σωστές γραμμές κώδικα.





7. *Communities in disaster : a sociological analysis of collective stress situations*, Barton, Allen H. (Allen Hoisington), Garden City, N.Y. : Doubleday, [1970, c1969]
8. *An invitation to social construction*, Gergen, Kenneth J. (Kenneth Jay), Los Angeles ; London : SAGE, 2009
9. *The virtual*, Shields, Rob, London ; New York : Routledge, 2003
10. *Social capital and information technology*, edited by Huysman Marleen Wulf Volker, Cambridge, Mass.; London: MIT Press, c2004.
11. *Virtual communities' companion*, Shelton, Karla, Albany, N.Y.; London: Coriolis Group Books, c1997.
12. *The internet and society*, Slevin, James, Cambridge: Polity Press, 2000.
13. *The Symbolic Construction of Community*, Anthony P Cohen, Routledge, 1985.
14. *Imagined Communities*, Benedict Anderson, Verso, 2006.
15. *Orwell in Athens: A Perspective on Informatization and Democracy*, Wim B. H. J. van de Donk, I. Th. M. Snellen, IOS Press, 1995
16. *Utopias : a brief history from ancient writings to virtual communities*, SEGAL, Howard P, Wiley-Blackwell
17. *The net delusion : the dark side of Internet freedom*, Morozov, Evgeny, New York, N.Y. : PublicAffairs, c2011
18. *Knowledge and technology management in virtual organizations : issues, trends, opportunities and solutions*, Hershey, Pa. ; London : Idea Group Pub., c2007
19. *Truth, lies and trust on the Internet*, Whitty, Monica T, London : Routledge, 2009
20. *Online and social networking communities : a best practice guide for educators*, Kear, Karen Lesley, New York : Routledge, 2011
21. *Blogs, wikis, podcasts, and other powerful Web tools for classrooms*, Richardson, Will, Thousand Oaks, Calif. ; London : Corwin, c2010
22. *Emerging practices in cyberculture and social networking*, Amsterdam ; New York, NY : Rodopi, 2010
23. *Psychological aspects of cyberspace : theory, research, applications*, Cambridge ; New York : Cambridge University Press, 2008
24. *Communities and technologies 2005 [electronic resource] : proceedings of the Second Communities and Technologies Conference, Milano 2005*, Dordrecht ; New York : Springer, c2005
25. *Culture in Virtual Communities*, Li Xiao, *The George Washington University, USA*

26. Knowledge Sharing is Power, Giuliana Urso, Lina Ognyanova Stoeva, Yana Ognyanova Stoeva, Federica Migliardi, Guo Ankang, Shao Yijan, Springer-Verlag 2009
27. Libraries, social software and distance learners blog it, tag it, share it! Jane Secker; Gwyneth Price, Routledge, 2009
28. Networking scientific resources, Hai Zhuge¹, Lianhong Ding¹, and Xiang Li¹, CONCURRENCY AND COMPUTATION: PRACTICE AND EXPERIENCE Concurrency Computat.: Pract. Exper. 2007; 19:1087–1113
29. Drug discovery in the era of Facebook—new tools for scientific networking, David S. Bailey and Edward D. Zanders, Drug Discovery Today □ Volume 13, Numbers 19/20 October 2008
30. Online Knowledge Networking What Leaders Need to Know, Maura MacPhee, PhD, RN, Nitya Suryaprakash, PhD, Cathryn Jackson, MSN, RN, JONA, Volume 39, Number 10, pp 415-422
31. Ten years of network, Patti Anklam, The Learning Organization, Vol. 16 No. 6, 2009, pp. 415-426
32. The Case of the Greek Online Forum 'DIALOGOI', Kalotina Chalkiti a; Marianna Sigala, a Interdepartmental Course of Postgraduate Studies 'Tourism, Planning Management and Policy', Routledge, 2009, University of the Aegean, Greece Department of Business Administration, University of the Aegean, Greece,
33. The evolution of the Web and implications for eResearch, Wendy Hall, David De Roure and Nigel Shadbolt, The Royal Society, 2009
34. The networked mind, Kristo´f Nyi´ri, Published online: 8 February 2008, Springer Science+Business Media B.V. 2008
35. Atomicity versus Anonymity Distributed Transactions for Electronic Commerce, J. D. Tygar, Proceedings of the 24th VLDB Conference, New York, USA 1998
36. Biometrics in Virtual Communities and Digital Governments, Chang-Tsun Li, 2006, Idea Group Inc. 2007
37. Building Virtual Communities for Research Collaboration, m.c. schraefel, Janet Ho, and Mark Chignell, Knowledge Media Design Institute, University of Toronto, An International Working Conference and Industrial Expo on new advances and emerging trends in Next Generation Enterprises, Buffalo, NY, April 27 - 29, 2000.
38. Culture in Virtual Communities, Li Xiao, Idea Group Inc., 2006
39. The Success of Virtual Communities of Practice The Leadership Factor, Anne Bourhis, Line Dubé and Réal Jacob, Electronic Journal of Knowledge Management Volume 3 Issue 1 2005(23-34)

40. Virtual worlds _ past, present, and future, Paul R. Messinger, Eleni Stroulia, Kelly Lyons, Michael Bone, Run H. Niu, Kristen Smirnov, Stephen Perelgut, *Decision Support Systems* 47 (2009) 204–228
41. Community Effort in Online Groups: Who Does the Work and Why? Brian Butler, Lee Sproull, Sara Kiesler, Robert Kraut, *Leadership at a Distance*, S. Weisband & L. Atwater (Eds.), February 2002
42. Applying Common Identity and Bond Theory to Design of Online Communities, Yuqing Ren, Robert Kraut and Sara Kiesler, *Organization Studies*, Sagepub 2007
43. *Building Virtual Communities: learning and Change in Cyberspace*, A. Renninger, W. Shumar, Cambridge University Press 2002
44. Encouraging Participation in Virtual Communities, Joon Koh, Young-Gul Kim, Brian Butler, and Gee-Woo Boc, *Communications of the ACM* Vol.50 No2, February 2007
45. Facebook me: collective self-esteem, need to belong, and internet self-efficacy as predictors of the iGeneration's attitudes toward social networking sites, Harsha Gangadharbatla, *Journal of Interactive Advertising*, Vol 8 No 2 (Spring 2008), pp. 5-15.
46. A Conceptual and Operational Definition of 'Social Role' in Online Community, Eric Gleave, Howard T. Welser, Thomas M. Lento, Marc A. Smith, *Proceedings of the 42nd Hawaii International Conference on System Sciences – 2009*
47. Social Profiles of Virtual Communities, Johannes Hummel, Ulrike Lechner, *Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences – 2002*
48. Some antecedents and effects of trust in virtual communities, Catherine M. Ridingsa,, David Gefenb, Bay Arinzec, *Journal of Strategic Information Systems* 11 (2002) 271–295
49. Supporting Trust in Virtual Communities, Alfarez Abdul-Rahman, Stephen Hailes, *Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences*, Jan 4-7, 2000, Maui, Hawaii
50. Trust Management within Virtual Communities: Adaptive and Socially-Compliant Trust Model, R. Yaich, O. Boissier, P. Jaillon and G. Picard, hal-00599271, version 1 - 9 Jun 2011
51. Net surfers don't ride alone: Virtual communities as communities, Barry Wellman, Milena Gulia, *Communities and Cyberspace* (edited by Peter Kollock & Marc Smith), Routledge, 1999
52. Post Industrial Governance: Designing a Canadian Cultural Institution for the Global Village, Donald G. Lenihan, Centre for Collaborative Government, *Changing Government*, Vol 5, January 2002
53. The Illiberal Culture of E-Democracy, Jeffrey Alan Johnsona, *Journal of E-Government*, Volume 3, Issue 4, 2007



54. Realigning Governance: From E-Government to E-Democracy, Donald G. Lenihan, Centre for Collaborative Government, April 2002
55. e-Democracy: Putting Down Global Roots: Janet Caldw, Institute for Electronic Government, IBM , January, 2004
56. Promise and Problems of E-Democracy Challenges of Online Citizen Engagement: Challenges of Online Citizen Engagement, OECD, OECD Publishing, 19 Jan 2004
57. E-public, e-participation and e-voting in Europe - prospects and challenges – final report, European Parliament, IP/A/STOA/FWC-2008-96/LOT4/C1/SC2
58. Building Strong E-Democracy—The Role of Technology in Developing Democracy for the Information Age, Ari-Veikko Anttiroiko, Communications of the ACM, September 2003/Vol. 46, No. 9ve
59. Web 2.0: New Challenges for the Study of E-Democracy in an Era of Informational Exuberance, Andrew Chadwick, I/S: A JOURNAL OF LAW AND POLICY FOR THE INFORMATION SOCIETY, [Vol. 5:1 2009]
60. History and emergence of online communities, Jenny Preece, Diane Maloney-Krichmar, Chadia Abras, Encyclopedia of Community, edited by B. Wellman (Ed.), Berkshire Publishing Group, Sage
61. Στο Γαλαξία του Διαδικτύου, Castells, Αθήνα: Καστανιώτης, 2001
62. Το Αλφαβητάρι των Μέσων, Bolz, N., Αθήνα: Σμίλη, 2008
63. Δυνητική Πραγματικότητα, Lévy, Αθήνα: Κριτική, 1999
64. Online Communities : Usability, Sociability and Users' Requirements, Lazar, J. et Preece, J., *In H. van Oostendorp (Ed.). Cognition in the Digital World. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 2002*
65. Online communities : focusing on sociability and usability, Preece, J. & Maloney-Krichmar, D. , *In J. Jacko et A. Sears (Eds.). Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum Associates, 2003*
66. Class and Committees in a Norwegian Island Parish, Barnes, J.A., *In Human Relations*, 7, 1954
67. Συνδεδεμένοι, Christakis, N. & Fowler, J., Αθήνα: Κάτοπτρο, 2009
68. Το μέλλον της Δημοκρατίας είναι ηλεκτρονικό, Τριανταφύλλου, Β., *Δυνητικές Κοινότητες & Διαδίκτυο: Κοινωνιοψυχολογικές Προσεγγίσεις και Τεχνικές Εφαρμογές (Κ. Κοσκινάς & Σ. Αρσένης eds.). Αθήνα: Κλειδάριθμος, 2008*



ΠΑΝΤΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ



002000106039

