

**ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

---

**PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**



**ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ**  
**ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ**

Ρητορική μίσους και σεξισμός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Αγγελική Αργυροπούλου

Αθήνα, 2023

## Τριμελής Επιτροπή

Ιωάννα Βώβου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου (επιβλέπουσα)  
Νίκος Μπακουνάκης, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου  
Παντελής Βατικιώτης, Επίκουρος Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Αγγελική Αργυροπούλου, 2023  
All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τη συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων της συγγραφέα.

# Περιεχόμενα

Περίληψη .....	4
ABSTRACT .....	5
Εισαγωγή.....	6
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΑ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....</b>	<b>7</b>
1.1 <i>Επικοινωνία</i> .....	7
1.2 <i>Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</i> .....	9
1.2.1 Τι είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης;.....	11
1.2.2 Κοινωνικές Χρήσεις των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.....	13
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΡΗΤΟΡΙΚΗ ΜΙΣΟΥΣ.....</b>	<b>17</b>
2.1 <i>Η ρητορική μίσους</i> .....	17
2.2 <i>Το δικαίωμα της ελευθερίας της έκφρασης</i> .....	18
2.2.1 Το ευρωπαϊκό δίκαιο .....	19
2.2.2 Το εθνικό συνταγματικό δίκαιο .....	19
2.2.3 Διεθνές Δίκαιο .....	21
2.3 <i>Ρητορική μίσους με βάση το φύλο</i> .....	21
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΥΛΟ.....</b>	<b>23</b>
3.1 <i>Το Φύλο</i> .....	23
3.1.1 Κοινωνικό Φύλο.....	24
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΣΕΞΙΣΜΟΥ .....</b>	<b>28</b>
4.1 <i>Σεξισμός στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</i> .....	28
4.2 <i>Ο ανάστροφος σεξισμός</i> .....	30
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....</b>	<b>32</b>
5.1 <i>Η ποιοτική έρευνα</i> .....	32
5.2 <i>Το κείμενο στην ποιοτική έρευνα</i> .....	33
5.3 <i>Η Ανάλυση Λόγου</i> .....	34
5.4 <i>Μεθοδολογία Έρευνας</i> .....	37
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....</b>	<b>39</b>
6.1 <i>Ανάλυση λόγου στο δείγμα της εργασίας</i> .....	39
6.1.1 Σχόλια για την Έφη Αχτσιόγλου στο Twitter .....	40
6.1.2 Η εκπομπή «My Style Rocks» στο ΣΚΑΙ .....	43
6.1.3 Η κοινότητα «ΤΣΙΛΙ ΚΑΦΕΝΕΙΟ» στο Facebook .....	45
6.1.4 Η σελίδα «Όχι Δεν Είσαι Μισογύνης» στο Facebook .....	50
Συζήτηση .....	59
Συμπεράσματα .....	61

**Βιβλιογραφία ..... 63**

## Περίληψη

Στην παρούσα εργασία τέθηκε το ζήτημα το σεξισμού και το πως αυτός εκφράζεται στον κόσμο των κοινωνικών δικτύων. Ο σεξισμός και η ισότητα των δύο φύλων είναι καίρια ζητήματα σε κάθε εποχή. Μία γενική και καθολική παραδοχή είναι ότι δεν υπάρχει τίποτα το οποίο να μην υποπίπτει στην αντίληψη των μέσων. Ο κόσμος περιστρέφεται και τα μέσα επικοινωνίας βρίσκονται στο επίκεντρο όλων των πραγμάτων. Η δημόσια σφαίρα απασχολούσε την κοινωνία ήδη από τους πρώτους ανθρώπινους πολιτισμούς και η δημοκρατία επισφράγισε την ελευθερία λόγου και βούλησης στο κοινωνικό σύνολο. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ανήλθαν σε σύντομο χρονικό διάστημα, ενώ η εύκολη προσβασιμότητα τους, από το κοινό, τα κατέστησε σε χώρο απελευθέρωσης και έκφρασης, άνευ ορίων, στο όνομα της δημοκρατίας. Η πολιτική ενημέρωση και συμμετοχή αποτελεί απλή δραστηριότητα από τον καναπέ του σπιτιού μας, ωστόσο σε συνδυασμό με την ανωνυμία έχει δοθεί βήμα στην εκφορά αυτού του λόγου που πλέον καλούμε «ρητορική μίσους».

Η ρητορική μίσους αφορά λόγο που στόχο έχει να προσβάλλει ανθρώπους που ανήκουν σε ομάδες διαφορετικές από το άτομο που την εκφέρει (διακρίσεις όπως, έμφυλες, φυλετικές, θρησκευτικές, κ.α.). Η ρητορική μίσους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) μπορεί να πάρει διάφορες μορφές, συμπεριλαμβανομένων των επιθέσεων στην προσωπικότητα, της δυσφήμισης, των απειλών, της διάδοσης ψευδών πληροφοριών και της χρήσης βίας και προσβολών. Το κοινωνικό φαινόμενο του σεξισμού δίνει βήμα στην έκφραση της ρητορικής μίσους στα κοινωνικά δίκτυα, τα οποία σε μερικές περιπτώσεις συμβάλλουν ως μέσο διάδοσης των κοινωνικών κατασκευών. Αυτό μπορεί να συμβεί μέσω σχολίων, εικόνων ή βίντεο που αναδημοσιεύονται στα διαδικτυακά μέσα και που περιέχουν στερεότυπες αντιλήψεις για το φύλο.

**Λέξεις κλειδιά:** Σεξισμός, Ρητορική Μίσους, Κοινωνικά Δίκτυα, Φεμινισμός, Φύλο

## **Hate Speech and Sexism on social media**

Angeliki Argiropoulou

### **ABSTRACT**

In the present work, was raised the issue of sexism and how this phenomenon is expressed in the world of social media. Sexism and gender equality are crucial issues in every era. A general assumption is that nothing escapes the perception of the media. The world revolves and the media are at the center of everything. The public sphere has concerned society since the earliest human civilizations, and democracy has sealed freedom of speech and will, in the society. Social media platforms have risen in a short period of time, and their accessibility to the public has evolved them in a space of liberation and expression without boundaries, in the name of democracy. Political information and participation have become simple activities from the comfort of our own couch, yet in combination with anonymity, it has given voice to the expression we now call "hate speech."

Hate speech, refers to speech that aims to offend people who belong to different groups from the individual whose expressing it (discrimination based on factors such as gender, race, religion, etc.). Hate speech on social media can take various forms, including personal attacks, defamation, threats, spreading false information, and also the use of violence and insults. The social phenomenon of sexism paves the way for the expression of hate speech on social networks, which, in some cases, contribute as a means of spreading social constructions. This can happen through comments, images, or videos that are reposted on online platforms and contain stereotypical perceptions about gender.

**Key Words:** Sexism, Hate Speech, Social Media, Feminism, Gender,

## Εισαγωγή

Το θέμα της παρούσας εργασίας είναι επίκαιρο και είναι ορατό στην ζωή όλων των χρηστών του διαδικτύου. Θα εστιάσουμε στο φαινόμενο του σεξισμού και της εκφοράς σεξιστικής ρητορικής μίσους μέσα στο ψηφιακό περιβάλλον των κοινωνικών δικτύων. Τα τελευταία χρόνια, και ιδιαίτερα μετά το κίνημα #METOO εγείρονται συνεχώς προβληματισμοί γύρω από τον σεξισμό. Τα κοινωνικά δίκτυα αποφάνθηκαν εργαλείο στα χέρια των πολιτών για την έκφραση του φαινομένου και την προσπάθεια αλλαγής της κατάστασης. Ο ίδιος ο χώρος των ψηφιακών κοινωνικών δικτύων αποτέλεσε ωστόσο και τόπο προβολής και βήματος για την εκφορά του φαινομένου του σεξισμού.

Προς διερεύνηση του ερωτήματος, του πώς γίνεται η εκφορά και η παρουσίαση του σεξισμού στον ψηφιακό κόσμο, θα συλλεχθούν ενδεικτικά σχόλια και άρθρα χρηστών.

Στο πρώτο μέρος, θα παραθέσουμε το θεωρητικό υπόβαθρο στο οποίο θεμελιώθηκε η εν λόγω έρευνα. Η επικοινωνία, τα κοινωνικά δίκτυα και η ρητορική μίσους και ο τρόπος με τον οποίον υφίστανται στην σύγχρονη εποχή.

Στη συνέχεια, θα γίνει παρουσίαση της μεθοδολογία της έρευνας, και πιο συγκεκριμένα στην ανάλυση λόγου, καθώς και μία σύντομη παρουσίαση του υλικού που αναλύθηκε.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΑ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

### 1.1 Επικοινωνία

Η επικοινωνία είναι αλληλεπίδραση και αλληλόδραση. Είναι ο θεμέλιος λίθος της κοινωνίας και το ειδικό χαρακτηριστικό που ξεχωρίζει την ανθρώπινη ύπαρξη από τα υπόλοιπα έμβια όντα. Η επικοινωνία είναι έκφραση και η έκφραση, επικοινωνία. Η πιο βασική λειτουργία της επικοινωνίας είναι η μετάδοση πληροφοριών από έναν πομπό σε έναν δεύτερο. Η επικοινωνία είναι η ανταλλαγή πληροφοριών, ιδεών, συναισθημάτων και σκέψεων μεταξύ ανθρώπων ή οργανισμών. Πρόκειται για την μετάδοση μια γνώσης, μίας άποψης ή μίας πληροφορίας και απαιτεί την συμμετοχή παραπάνω του ενός ατόμου. Οι κύριοι ορισμοί της επικοινωνίας περιλαμβάνουν τους εξής:

1. *Ορατή επικοινωνία:* Η ανταλλαγή πληροφοριών με τη χρήση κινήσεων, χειρονομιών, εκφράσεων προσώπου και σώματος.
2. *Μη ορατή επικοινωνία:* Η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ ανθρώπων ή οργανισμών χωρίς τη χρήση λόγιων μέσων, π.χ. μεταξύ ζώων μέσω της χημικής επικοινωνίας ή μεταξύ ανθρώπων μέσω της σωματικής επαφής και της χρήσης των αισθήσεων.
3. *Προφορική επικοινωνία:* Η ανταλλαγή πληροφοριών μέσω της φωνής, π.χ. συνομιλίες, ομιλίες, διαλέξεις, τηλεφωνήματα, κτλ.
4. *Γραπτή επικοινωνία:* Η ανταλλαγή πληροφοριών μέσω γραπτού κειμένου, όπως επιστολές, email, κείμενα, μηνύματα κειμένου, κτλ.
5. *Ηλεκτρονική επικοινωνία:* Η ανταλλαγή πληροφοριών μέσω ηλεκτρονικών μέσων, όπως ηλεκτρονική αλληλογραφία, ηλεκτρονικά μηνύματα, video-conferencing, κτλ.
6. *Διαπροσωπική επικοινωνία:* ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ δύο ανθρώπων ή περισσότερων, π.χ. συζητήσεις, συναντήσεις, σχέσεις, κτλ.



7. *Πολιτιστική επικοινωνία*: Η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ ανθρώπων από διαφορετικές κουλτούρες που περιλαμβάνει την γλωσσική επικοινωνία, τα ήθη και έθιμα και τις αξίες που ισχύουν στις διαφορετικές κουλτούρες.
8. *Μαζική επικοινωνία*: Η ανταλλαγή πληροφοριών που αναφέρεται σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων, όπως διαφημίσεις, δημόσιες ομιλίες, δελτία τύπου, κτλ.

Αυτοί είναι μερικοί από τους βασικούς ορισμούς της επικοινωνίας. Κατανοώντας αυτούς τους ορισμούς, μπορούμε να κατανοήσουμε καλύτερα τη σημασία και τη λειτουργία της επικοινωνίας στην καθημερινή μας ζωή.

Διάφοροι μελετητές της επικοινωνίας δημιούργησαν διάφορα μοντέλα προκειμένου να εξηγήσουν την λειτουργία της. Αναφορικά, υπάρχουν μερικά γνωστά μοντέλα επικοινωνίας με ένα από τα πιο γνωστά εκείνο του Lasswell (Lasswell's model).

Το μοντέλο του Lasswell, αφορά την μετάδοση του μηνύματος σε πολλαπλά ακροατήρια μέσω πολλαπλών καναλιών δίνοντας περισσότερη έμφαση στο τελικό αποτέλεσμα, την επίδραση που θα έχει το μήνυμα σε σχέση με το τι είναι και τι προσπαθεί να επικοινωνήσει. Η φόρμα του μοντέλου καθορίζεται από μια διαδοχική σειρά «ερωτήσεων»: Ποιος είπε Τι; Μέσα από ποιο Κανάλι; Σε Ποιον; Με ποιο Αποτέλεσμα;

Τον 20ο αιώνα γεννήθηκε ο όρος «μαζική επικοινωνία» για να περιγράψει το αποτέλεσμα των νέων δημιουργημάτων επικοινωνίας την εποχής. Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας (όπως ονομάστηκαν) ήταν ο κινηματογράφος, το ραδιόφωνο και ύστερα η τηλεόραση που ήρθε να επισφραγίσει το κοινωνικό φαινόμενο της «μαζικότητας» δηλαδή της μετάδοσης μηνυμάτων σε ακροατήρια πολλών ανθρώπων. Το επίθετο «μαζική» ήρθε σαν φυσικό χαρακτηριστικό να προσδιορίσει τα αντικειμενικά, πλέον, χαρακτηριστικά της μαζικότητας (από την παραγωγή έως και την διανομή) των μέσων. Ο νέος ορισμός «μαζική επικοινωνία» έφερε στο προσκήνιο και νέες μελέτες και μοντέλα αντίστοιχα προκειμένου να κατανοήσουμε την νέα συνθήκη και να την τοποθετήσουμε κοινωνικά.

Τα 4 μοντέλα της «μαζικής επικοινωνίας» είναι:

- i. *Διαβιβαστικό*: όπως προοικονομεί και το όνομά του, σκοπός είναι η διαβίβαση της πληροφορίας στο κοινό.
- ii. *Τελετουργικό/Εκφραστικό*: εστιάζει στην έκφραση/ικανοποίηση του πομπού παρά σε κάποιον σκοπό.
- iii. *Μοντέλο δημοσιότητας*: εφιστούν και προσελκύουν την προσοχή του κοινού με στόχο κάποιο οικονομικό όφελος.
- iv. *Μοντέλο πρόσληψης*: αναφέρεται στην κατασκευή νοήματος και την ερμηνεία τους από τον αποδέκτη. Τα μηνύματα είναι πολυσήμαντα και «ανοιχτά» προς ερμηνεία.

## 1.2 Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Όπως αναφέραμε και παραπάνω, επικοινωνία είναι η μετάδοση μηνυμάτων από έναν πομπό σε έναν δέκτη. Από τον 20<sup>ο</sup> αιώνα και μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, η εξέλιξη της τεχνολογίας, συνέβαλλε ώστε να δημιουργηθούν «μηχανές» διαμεσολάβησης, οι οποίες έδωσαν έδαφος και στην διαρκή ανάπτυξη των νέων μέσων. Μετά την τηλεόραση, η οποία μπήκε στο σπιτικό κάθε οικογένειας σε όλον τον κόσμο, φτάσαμε στο διαδίκτυο και καταλήξαμε στην εποχή των υπολογιστών και των «έξυπνων» κινητών, τα οποία πλέον αποτελούν προσωπικό αντικείμενο κάθε ανθρώπου. Ο σύγχρονος ψηφιακός χώρος τροφοδοτεί την ανάπτυξη της «εξατομικευμένης» *μαζικής επικοινωνίας* (Castells, 2007) που προσφέρουν οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Πριν την εμφάνιση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης οι άνθρωποι επικοινωνούσαν με εντελώς διαφορετικούς τρόπους. Ένας τρόπος ήταν μέσα από τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα όπου ο καθένας θα μπορούσε να θεωρηθεί κοινό με βασική προϋπόθεση την πρόσβαση στην κατοχή των συγκεκριμένων συσκευών όπως ήταν η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και οι εφημερίδες.

Περαιτέρω, η διαπροσωπική επικοινωνία διεκπεραιωνόταν μέσα από το τηλέφωνο, όπου και πάλι δύο άτομα μπορούσαν να επικοινωνήσουν αλλά δεν μπορούσαν να δημιουργήσουν «ομαδική» επικοινωνία και συζήτηση.

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) είναι ένας ορισμός που χρησιμοποιούμε όλοι οι άνθρωποι στην καθημερινότητά μας. Μπήκαν στις ζωές των ανθρώπων και εδραιώθηκαν ήδη από την εμφάνιση του Διαδικτύου (Web 2.0) και κυρίως όταν το Διαδίκτυο έγινε καθολικά προσβάσιμο, ακόμα και σε εκείνους που δεν χρειάζονταν κάποια εξειδικευμένη τεχνολογική γνώση, ώστε να μπορούν να το χρησιμοποιήσουν.

Το Διαδίκτυο ξεκίνησε σαν ένα ερευνητικό έργο το 1969 από το Τμήμα Άμυνας των ΗΠΑ με την ονομασία ARPANET, με στόχο την επικοινωνία και την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ διάφορων πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων. Η ανάπτυξη του Διαδικτύου συνεχίστηκε κατά τη δεκαετία του 1970, με την εμφάνιση του πρώτου ηλεκτρονικού ταχυδρομείου το 1971, και της πρώτης μορφής διαδικτυακής επικοινωνίας το 1972.

Το 1989, ο Τίμ Μπέρνερς-Λι του CERN ανέπτυξε τον πρώτο διακομιστή (server) και τον πρώτο πελάτη (client) του World Wide Web (WWW), που έδωσε τη δυνατότητα στους χρήστες να αναζητούν και να περιηγούνται σε διαφορετικές ιστοσελίδες. Από τότε, το Διαδίκτυο αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς, καθώς διαφορετικές τεχνολογίες και διαδικασίες συνεχίζουν να εξελίσσονται.

Την δεκαετία του 1990, το Διαδίκτυο έγινε πιο εμπορικό, με την εμφάνιση των πρώτων ιστοσελίδων καταναλωτών και την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce). Οι πρώτες μεγάλες εταιρείες που δημιουργήθηκαν στο Διαδίκτυο ήταν μεταξύ άλλων οι Amazon, eBay και PayPal.

Τη δεκαετία του 2000, το Διαδίκτυο έγινε κοινόχρηστο και πιο εύκολα προσβάσιμο, καθώς η ταχεία επέκταση της τεχνολογίας DSL και η ανάπτυξη των ασύρματων δικτύων επέτρεψαν στους χρήστες να συνδέονται στο Διαδίκτυο από τα σπίτια και τις επιχειρήσεις τους με μεγαλύτερη ευκολία και ταχύτητα.

Την ίδια δεκαετία, η επικοινωνία στο Διαδίκτυο εξελίχθηκε από απλά κείμενα και εικόνες σε πιο πολυμεσικό περιεχόμενο, περιλαμβανομένων ήχου, βίντεο και εφαρμογών. Από τα πρώτα κιόλας χρόνια όπου το Διαδίκτυο έγινε κοινό «αγαθό» οι άνθρωποι αλληλοεπιδρούσαν μέσω αυτού ενημερώνονταν, αντάλλαζαν μηνύματα,

μοιράζονταν πληροφορίες, ενώ με τα χρόνια και την αλλαγή του ρόλου του στην κοινωνία, έγιναν με την συμβολή του, δημιουργοί και παραγωγοί περιεχομένου. Έτσι καταλήξαμε ώστε το Διαδίκτυο να γίνει πιο κοινωνικό, με την εμφάνιση των πρώτων κοινωνικών δικτύων όπως το Friendster, το MySpace και το Facebook.

### **1.2.1 Τι είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης;**

Το κοινωνικό δίκτυο ως έννοια έχει απασχολήσει πολλούς κοινωνιολόγους και κοινωνικούς ανθρωπολόγους. Οι Brass, Butterfield και Skaggs (1998) ορίζουν το κοινωνικό δίκτυο «ως έναν συνδυασμό παραγόντων με μία σειρά δεσμών –ή την έλλειψη αυτής της σχέσης- ανάμεσα τους». Με λίγα πρόκειται για την σύναψη δεσμών σε μια ομάδα ατόμων στο κοινωνικό περιβάλλον σε πρώτη φάση, σε διαζώσης κατάσταση. Από τον «πραγματικό» υλικό κόσμο κάνουμε μετάβαση στον «δυναμικό» ή αλλιώς ψηφιακό όπου το κοινωνικό δίκτυο γίνεται διαδικτυακό με την χρήση των νέων πλατφόρμων κοινωνικής δικτύωσης. Η λέξη «δίκτυο» χρησιμοποιείται ωστόσο για να δηλώσει την σχέση μεταξύ γνωστών αλλά και αγνώστων ανθρώπων-χρηστών μεταξύ τους. Σε πολλά από τα πιο «διάσημα» μέσα κοινωνικής δικτύωσης οι χρήστες δεν επιζητούν την δημιουργία νέων διαδικτυακών φίλων αλλά προτιμούν να κρατήσουν τον κύκλο τους κλειστό στους γνωστούς τους με σκοπό να επικοινωνούν με αυτούς.

Έχουν δοθεί πολλοί ορισμοί για το τι είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Κάποιοι εστιάζουν στα χαρακτηριστικά κάθε πλατφόρμας για να τα προσδιορίσουν, ενώ κάποιοι άλλοι στον τρόπο αλληλεπίδρασης των χρηστών μεταξύ τους. Κοινός άξονας κάθε ορολογίας είναι ο ψηφιακός τους χαρακτήρας και η ανταλλαγή περιεχομένου ανάμεσα στους χρήστες.

Οι Russo, Watkins, Kelly και Chan (2008) όρισαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως *«αυτά που διευκολύνουν την ηλεκτρονική επικοινωνία, τη δικτύωση και/ή τη συνεργασία»*.

Ο Lewis (2010) ανέφερε ότι *«τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» χρησιμεύουν απλώς ως «ετικέτα για ψηφιακές τεχνολογίες που επιτρέπουν στους ανθρώπους να συνδέονται, να αλληλοεπιδρούν, να παράγουν και να μοιράζονται περιεχόμενο»*.

Οι Boyd και Ellison (2007) έγραψαν για τους ιστότοπους κοινωνικών δικτύων ότι *ορίζονται ως οι υπηρεσίες που επιτρέπουν στα άτομα, α) να δημιουργούν ένα δημόσιο/ημιδημόσιο προφίλ μέσα σε ένα οριοθετημένο σύστημα, β) να δημιουργούν μια λίστα με χρήστες με τους οποίους συνδέονται διαδικτυακά και γ) να βλέπουν και να προβάλλουν την λίστα των συνδέσεων τους με άλλους χρήστες.*

Με την εγγραφή σε κάποιο κοινωνικό δίκτυο, ο νέος χρήστης θα κληθεί να συμπληρώσει ένα αναγνωριστικό ερωτηματολόγιο με τα προσωπικά του στοιχεία. Οι ερωτήσεις, οι οποίες συνήθως περιλαμβάνουν περιγραφικούς παράγοντες και δημογραφικά στοιχεία όπως ηλικία, τοποθεσία, ενδιαφέροντα και μια ενότητα «για εμένα» στην οποία μπορούν να γράψουν ελεύθερα αυτό που τους αντιπροσωπεύει. Οι περισσότεροι ιστότοποι ενθαρρύνουν επίσης τους χρήστες να ανεβάσουν μια φωτογραφία προφίλ. Ορισμένοι ιστότοποι επιτρέπουν στους χρήστες να βελτιώσουν τα προφίλ τους προσθέτοντας περιεχόμενο πολυμέσων ή τροποποιώντας την εμφάνιση και την αισθητική του προφίλ τους.

Επιγραμματικά, ορισμένα από τα πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα περιλαμβάνουν το Facebook, το Twitter και το Instagram (ωστόσο ανά τακτές χρονικές περιόδους μπορεί να εμφανισθεί κάποια νέα εφαρμογή που θα έχει άμεση ανταπόκριση από το κοινό).

1. **Facebook:** Το Facebook είναι ένα κοινωνικό δίκτυο που δημιουργήθηκε το 2004 και αυτή τη στιγμή έχει περισσότερους από 2,8 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες σε όλο τον κόσμο. Οι χρήστες δημιουργούν προφίλ με τα προσωπικά τους στοιχεία (ονοματεπώνυμο, ημερομηνία γέννησης, φύλο, κ.α) και μπορούν να κοινοποιήσουν φωτογραφίες, βίντεο, καταστάσεις και άλλο περιεχόμενο και να επικοινωνούν με άλλους χρήστες μέσω μηνυμάτων (από την ξεχωριστή πλέον εφαρμογή του Messenger).
2. **Instagram:** Το Instagram είναι ένα κοινωνικό δίκτυο που επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάζουν και να κοινοποιούν φωτογραφίες και βίντεο. Δημιουργήθηκε το 2010 και ανήκει στην εταιρεία Meta (μαζί με το Facebook).

Αυτή τη στιγμή έχει περισσότερους από 1 δισεκατομμύριο ενεργούς χρήστες σε όλο τον κόσμο.

3. **Twitter:** Το Twitter είναι ένα κοινωνικό –ενημερωτικό- δίκτυο που επιτρέπει στους χρήστες να κοινοποιούν «tweets», μηνύματα έως 280 χαρακτήρες. Οι περισσότεροι χρήστες (που δεν είναι επίσημα ή δημόσια πρόσωπα) χρησιμοποιούν ψευδώνυμα ως όνομα χρήστη. Ιδιαίτερα δημοφιλής είναι και η χρήση hashtags στο Twitter. Τα hashtags έχουν «χαρτογραφική» χρησιμότητα καθώς χρησιμοποιούνται από τους χρήστες όταν θέλουν να εντοπίσουν κάποιο συγκεκριμένο θέμα.

### **1.2.2 Κοινωνικές Χρήσεις των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν διττή χρήση. Εκ των ων ουκ άνευ, είναι το γεγονός ότι επιτρέπουν και παρέχουν ευκολία στην διασύνδεση με άλλους χρήστες/ανθρώπους αλλά και στην δημιουργία κοινοτήτων, ενώ ταυτόχρονα μπορούν να επηρεάσουν την ατομική και κοινωνική ψυχολογία. Ενώ από την μια πλευρά, εκτιμάται ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην αυτοπεποίθηση και την κοινωνική ευημερία, από την άλλη, έχουν έρθει στην επιφάνεια και κάποιες ανησυχίες που αφορούν την ιδιωτικότητα και την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων σε αυτές τις πλατφόρμες, καθώς και την επίδρασή τους στους χρήστες τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να οδηγήσουν σε αίσθηση απομόνωσης ή επικοινωνιακής κούρασης. Συν τοις άλλοις, συνδέονται συχνά με ορισμένους κινδύνους, όπως η εθιστική χρήση, η διάδοση μη αληθών πληροφοριών, ο κοινωνικός εκφοβισμός (bullying) και κυβερνοεκφοβισμός (cyberbullying), η παραβίαση της ιδιωτικότητας.

Οι συνέπειες από την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν ερευνηθεί εκτενώς σε πολλές μελέτες και έχουν διαπιστωθεί τόσο θετικά όσο και αρνητικά αποτελέσματα στον κοινωνικό αντίκτυπο. Παρακάτω παραθέτουμε μερικές από τις πιο σημαντικές αναφορές.

1. *Κοινωνική σύνδεση*: Πολλές μελέτες έχουν δείξει ότι οι κοινωνικές δικτύωσεις, όπως το Facebook και το Twitter, έχουν βελτιώσει την κοινωνική διασύνδεση και την επικοινωνία μεταξύ ανθρώπων (Ellison et al., 2007; Hampton et al., 2011). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν δημιουργήσει νέους τρόπους επικοινωνίας και συνδεσιμότητας. Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μεταξύ τους ανεξαρτήτως της γεωγραφικής απόστασης και να συνδέονται με ανθρώπους που δεν θα είχαν συναντήσει αλλιώς. Αυτό μπορεί να βοηθήσει στην ενίσχυση των κοινωνικών δεσμών και στην ανταλλαγή πληροφοριών και ιδεών.
2. *Επιρροή στις πολιτικές πεποιθήσεις*: Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν επίσης επιρροή στις πολιτικές πεποιθήσεις των ανθρώπων. Μια μελέτη έδειξε ότι οι χρήστες του Facebook είχαν περισσότερη πιθανότητα να στηρίξουν ένα πολιτικό κίνημα ή υποψήφιο αν δουν ότι οι φίλοι τους το υποστήριζαν (Bond et al., 2012).
3. *Ψυχική υγεία*: Η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην ψυχική υγεία είναι αμφίδρομη. Αν και ορισμένες μελέτες έχουν δείξει ότι οι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να οδηγήσουν σε καταθλιπτικά συμπτώματα και άγχος (Kross et al., 2013), άλλες έχουν δείξει ότι μπορούν να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση της κατάθλιψης και του άγχους αντίστοιχα (Gonzales & Hancock). Μελέτες (δημοσιευμένες από Time, Forbes, The Huffington Post, The New Yorker και The Daily Mirror) αποδίδουν αρνητικά συναισθήματα σε ποικίλες αιτίες. Κατά καιρούς οι χρήστες μπορεί να αισθάνονται ότι οι επαφές τους, τους αγνοούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Σε διαφορετικές μελέτες, οι χρήστες προβαίνουν σε σύγκριση της ζωής τους με τις εικόνες που βλέπουν από τη ζωή των διαδικτυακών φίλων τους στο διαδίκτυο. Σε άλλες περιπτώσεις, οι χρήστες νιώθουν καταθλιπτικά συναισθήματα επειδή ο χρόνος που περνάει στα κοινωνικά δίκτυα δεν είναι παραγωγικός. Ωστόσο, άλλες μελέτες επικρίνουν και διαψεύδουν αυτά τα αποτελέσματα. Ορισμένοι θεωρούν ότι η χρήση κοινωνικών δικτύων αυξάνει την προσωπική ικανοποίηση.

Το Facebook διεξήγαγε τη δική του έρευνα η οποία διαπίστωσε ότι όταν οι χρήστες διαβάζουν αναρτήσεις με θετικές λέξεις, τις χρησιμοποιούν και οι ίδιοι περισσότερο. Ενώ, αντίθετα, όταν εμφανίζονται στην αρχική τους δημοσιεύσεις με λιγότερο θετικές λέξεις, το ίδιο ακριβώς χρησιμοποιούν και εκείνοι. Οι ερευνητές παρατήρησαν ότι η διάδοση των συναισθημάτων από τον έναν χρήστη στον άλλον ήταν παρόμοια με την διάδοση συναισθημάτων που έχουν οι «πραγματικοί» άνθρωποι στην δια ζώσης συνύπαρξη, όπου ο ένας άνθρωπος επηρεάζει θετικά ή αρνητικά τον άλλον. Σκεπτόμενοι ότι οι άνθρωποι βιώνουν κάθε μέρα, κάθε ώρα ακόμα και κάθε λεπτό διαφορετικές εμπειρίες, εξηγεί πολύ καλά αυτήν την κατάσταση.

Εν κατακλείδι, μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι οι ψηφιακές πλατφόρμες μέσα από τις οποίες ενημερωνόμαστε ή μοιραζόμαστε υλικό όπως φωτογραφίες, βίντεο κ.α. και στηρίζονται στην τεχνολογία του διαδικτύου. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι βασικός τροχός ανάπτυξης των διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων, με την σύνδεση του προφίλ ενός χρήστη με τα προφίλ άλλων ατόμων ή ομάδων (Karlan and Haenlein, 2010). Είναι οι πλατφόρμες οι οποίες μας δίνουν το πλεονέκτημα του να είμαστε κοινωνικοί ή αλλιώς κοινωνικοποιημένοι. Αυτό που τα διαφοροποιεί και τα κάνει μοναδικά είναι η δημόσια προβολή του κάθε προφίλ. Τα στοιχεία και η ταυτότητα του εκάστοτε χρήστη είναι φανερά στους υπόλοιπους χρήστες. Επομένως, οι άλλοι χρήστες που συνδέονται μαζί μας έχουν πρόσβαση στον κύκλο των συνδέσεων μας και μπορούν να επεκτείνουν το δίκτυο τους χρησιμοποιώντας το δικό μας. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν για επαγγελματικούς αλλά και για προσωπικούς σκοπούς, πέραν του ότι έχουν γίνει ένα βασικό μέσο επικοινωνίας και πληροφόρησης σε παγκόσμιο επίπεδο. Ενώ μπορεί να έχουν προσφέρουν εναλλακτικές προτάσεις και να έχουν λύσει τα χεριά σε πολλές περιπτώσεις, δεν πρέπει να ξεχνάμε πως ελλοχεύουν κίνδυνοι από την χρήση τους σε κοινωνικό και προσωπικό επίπεδο. Διάφορες μελέτες έχουν δείξει ότι η υπερβολική χρήση μπορεί να οδηγήσει σε απομόνωση, κατάθλιψη και άλλα προβλήματα ψυχικής υγείας. Επίσης, η σύγκριση της ζωής τους με αυτήν των άλλων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να οδηγήσει σε ανησυχίες για την εικόνα του εαυτού τους και να επηρεάσει την αυτοεκτίμησή τους. Από την άλλη πλευρά υπάρχει ο αντίλογος που



τονίζει ότι τα κοινωνικά δίκτυα δίνουν έναυσμα και σε θετικά αισθήματα ικανοποίησης. Το μυστικό είναι η έλλογη χρήση τους και η κατανόηση του σκοπού τους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΡΗΤΟΡΙΚΗ ΜΙΣΟΥΣ

### 2.1 Η ρητορική μίσους

Η ρητορική του μίσους αναφέρεται σε μια σειρά από τεχνικές και στρατηγικές που χρησιμοποιούνται για να προκαλέσουν ή να ενισχύσουν αρνητικές συναισθηματικές αντιδράσεις έναντι ομάδων ή ατόμων σε μια κοινωνία. Η ρητορική του μίσους μπορεί να χρησιμοποιηθεί και να ενισχύσει τις προκαταλήψεις και τα στερεότυπα που υπάρχουν στην κοινωνία, και μπορεί επίσης να οδηγήσει σε διακρίσεις, βία και μίσος εναντίον μιας ομάδας ή ενός ατόμου.

Ο όρος είναι ένας συνοπτικός τρόπος αναφοράς σε μία μεγάλη κλίμακα αρνητικού λόγου που εκκινεί από το μίσος και φτάνει στην υποκίνηση στο μίσος αλλά και σε προσβλητική έκφραση, ύβρη και σε ακραίες μορφές προκατάληψης (McGonagle, 2012).

Για τον Post (2009), αυτό που διαφοροποιεί την ρητορική μίσους από οποιαδήποτε άλλη παρόμοια έκφραση, είναι το χαρακτηριστικό του «ακραίου», καθώς τα συναισθήματα της μισαλλοδοξίας και της δυσαρέσκειας, είναι ανθρώπινα συναισθήματα χωρίς κάποια νομική οριοθέτηση από τα οποία δεν μπορούμε να «ξεφύγουμε». Αναφερόμαστε, με λίγα λόγια, σε μια μορφή προσβλητικής γλώσσας που χρησιμοποιεί στερεότυπα για να εκφράσει ιδεολογίες μίσους.

Ο Nockleby (2000), ορίζει τη ρητορική μίσους ως «κάθε επικοινωνία που απαξιώνει ένα άτομο ή μια ομάδα βάσει χαρακτηριστικών όπως η φυλή, το χρώμα, η εθνικότητα, το φύλο, ο σεξουαλικός προσανατολισμός, η θρησκεία ή κάποιο άλλο χαρακτηριστικό γνώρισμα.»

Το δύσκολο σημείο, είναι να εντοπιστεί πότε ο λόγος γίνεται ρητορική μίσους. Οι απόψεις, οι οξυμένες αναφορές και η κριτική γίνονται λόγος που υποκινείται από το μίσος και πορεύεται βάσει αυτού. Όταν αποσαφηνιστούν οι παράμετροι που συνιστούν ρητορική μίσους, θα έχει γίνει η αρχή για την ρύθμιση της ρητορικής μίσους, την πρόληψη ορισμένων βλαβών και την περαιτέρω προστασία της ελευθερίας του λόγου ή άλλων δικαιωμάτων που επηρεάζονται από αυτήν. Οφείλει να υπάρξει μια αναγνώριση των βλαβών που προκαλούνται από την ρητορική μίσους

ούτως ώστε να αποφασιστεί ποια μέτρα πρόληψης θα χρησιμοποιηθούν. Το δίκαιο μπορεί να παρέμβει στις μορφές ρητορικής μίσους που είναι έντονες και ξεκάθαρες για το ότι συνιστούν τέτοια έκφραση. Στις μορφές που διακρίνονται δυσκολότερα, η πρόληψη συνίσταται στην εκπαίδευση ή σε μέτρα πολιτιστικής φύσεως.

## **2.2 Το δικαίωμα της ελευθερίας της έκφρασης**

Ένα από τα μέσα που χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων είναι, αδιαμφισβήτητα, ο λόγος. Ο λόγος είναι το εργαλείο για την διάδοση ιδεών και πεποιθήσεων, την έκφραση συναισθημάτων και την μεταφορά οποιασδήποτε πληροφορίας. Τα ιδεώδη της δημοκρατίας, που ενστερνίζονται σημαντικά, την διάδοση και την ανταλλαγή απόψεων, διασφαλίζουν μέσα σε όλα τα ανθρώπινα δικαιώματα και την ελευθερία της έκφρασης. Βασικός στόχος του δικαιώματος της ελεύθερης έκφρασης είναι να δημιουργήσει την κατάλληλη συνθήκη ισορροπίας ανάμεσα στο άτομο και το κοινωνικό γίνεσθαι. Τροχοπέδη στην εκπλήρωση αυτού του στόχου είναι οι επιπτώσεις από την έκφραση της. Μπορεί να μειώσει, να προσβάλλει, να στιγματίσει τα άτομα στα οποία «επιτίθεται», κάνοντάς τα να αισθάνονται ότι δεν αποτελούν μέρος της υπόλοιπης κοινωνίας. Ο τρόπος με τον οποίο επηρεάζει κάθε θύμα της διαφέρει. Η λεκτική επίθεση μπορεί να είναι άμεση και να προσανατολίζεται φανερά σε κάποιο πρόσωπο. Μπορεί να είναι έμμεση, με την έννοια ότι θα επηρεάσει την γνώμη άλλων οι οποίοι μετέπειτα θα προβούν σε ρατσιστικές συμπεριφορές.

Απότοκο της ελευθερίας του λόγου, είναι και η ρητορική μίσους (Chetty, Alathur, 2018). Η ρητορική μίσους δεν διστάζει να «τεστάρει», στην ουσία, τα όρια της ελεύθερης έκφρασης και να καταπατάει το αξίωμα της ως καθολικό και ανθρώπινο δικαίωμα. Είναι αρκετά σύνηθες σήμερα, η ρητορική μίσους να χρησιμοποιείται ακόμα και για να αποκομίσει κανείς εύκολη φήμη, κυρίως μέσα από τα μέσα επικοινωνίας.

Η ευρωπαϊκή, εθνική και διεθνής νομολογία αποτελούν τους μεγάλους προστάτες του θεμελιώδους δικαιώματος της ελευθερίας της έκφρασης.<sup>1</sup>

### **2.2.1 Το ευρωπαϊκό δίκαιο**

Ο Χάρτης των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ ορίζει:

Το άρθρο 10 της ΕΣΑΔ, δημοσιευμένος στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης C 303/17 - 14.12.2007 έχει ως εξής:

- 1. Κάθε πρόσωπο έχει δικαίωμα εις την ελευθερίαν εκφράσεως. Το δικαίωμα τούτο περιλαμβάνει την ελευθερίαν γνώμης ως και την ελευθερίαν λήψεως ή μεταδόσεως πληροφοριών ή ιδεών, άνευ επεμβάσεως δημοσίων αρχών και ασχέτως συνόρων. Το παρόν άρθρον δεν κωλύει τα Κράτη από του να υποβάλωσι τας επιχειρήσεις ραδιοφωνίας, κινηματογράφου ή τηλεοράσεως εις κανονισμούς εκδόσεως αδειών λειτουργίας.*
- 2. Η άσκησης των ελευθεριών τούτων, συνεπαγομένων καθήκοντα και ευθύνας, δύναται να υπαχθή εις ωρισμένας διατυπώσεις, όρους, περιορισμούς ή κυρώσεις, προβλεπομένους υπό του νόμου και αποτελούντας αναγκαία μέτρα εν δημοκρατική κοινωνία δια την εθνικήν ασφάλειαν, την εδαφικήν ακεραιότητα ή δημοσίαν ασφάλειαν, την προάσπισιν της τάξεως και πρόληψιν του εγκλήματος, την προστασίαν της υγείας ή της ηθικής, την προστασίαν της υπολήψεως ή των δικαιωμάτων των τρίτων, την παρεμπόδισιν της κοινολογήσεως εμπιστευτικών πληροφοριών ή την διασφάλισιν του κύρους και της αμεροληψίας της δικαστικής εξουσίας.*

### **2.2.2 Το εθνικό συνταγματικό δίκαιο**

#### Άρθρο 5.

*(1). Καθένας έχει δικαίωμα να αναπτύσσει ελεύθερα την προσωπικότητά του και να συμμετέχει στην κοινωνική, οικονομική και πολιτική ζωή της Χώρας, εφόσον δεν*

---

<sup>1</sup> <http://fra.europa.eu/el/eu-charter/article/11-eleytheria-ekfrasis-kai-pliroforisis>

προσβάλλει τα δικαιώματα των άλλων και δεν παραβιάζει το Σύνταγμα ή τα χρηστά ήθη.

#### Άρθρο 14.

(1). Καθένας μπορεί να εκφράζει και να διαδίδει προφορικά, γραπτά και δια του τύπου τους στοχασμούς του τηρώντας τους νόμους του Κράτους.

(2). Ο τύπος είναι ελεύθερος. Η λογοκρισία και κάθε άλλο προληπτικό μέτρο απαγορεύονται.

(3). Η κατάσχεση εφημερίδων και άλλων εντύπων, είτε πριν από την κυκλοφορία είτε ύστερα από αυτή, απαγορεύεται. Κατ' εξαίρεση επιτρέπεται η κατάσχεση, με παραγγελία του εισαγγελέα, μετά την κυκλοφορία: α) για προσβολή της χριστιανικής και κάθε άλλης γνωστής θρησκείας, β) για προσβολή του προσώπου του Προέδρου της Δημοκρατίας, γ) για δημοσίευμα που αποκαλύπτει πληροφορίες για τη σύνθεση, τον εξοπλισμό και τη διάταξη των ενόπλων δυνάμεων ή την οχύρωση της Χώρας ή που έχει σκοπό τη βίαιη ανατροπή του πολιτεύματος ή στρέφεται κατά της εδαφικής ακεραιότητας του Κράτους, δ) για άσεμνα δημοσιεύματα που προσβάλλουν ολοφάνερα τη δημόσια αιδώς, στις περιπτώσεις που ορίζει ο νόμος. [...]

#### Άρθρο 15

(1). Οι προστατευτικές για τον τύπο διατάξεις του προηγούμενου άρθρου δεν εφαρμόζονται στον κινηματογράφο, τη φωνογραφία, τη ραδιοφωνία, την τηλεόραση και κάθε άλλο παρεμφερές μέσο μετάδοσης λόγου ή παράστασης.

(2). Η ραδιοφωνία και η τηλεόραση υπάγονται στον άμεσο έλεγχο του Κράτους. Ο έλεγχος και η επιβολή των διοικητικών κυρώσεων υπάγονται στην αποκλειστική αρμοδιότητα του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης που είναι ανεξάρτητη αρχή, όπως νόμος ορίζει. Ο άμεσος έλεγχος του Κράτους, που λαμβάνει και τη μορφή του καθεστώτος της προηγούμενης άδειας, έχει ως σκοπό την αντικειμενική και με ίσους όρους μετάδοση πληροφοριών και ειδήσεων, καθώς και προϊόντων του λόγου και της τέχνης, την εξασφάλιση της ποιοτικής στάθμης των προγραμμάτων που επιβάλλει η κοινωνική αποστολή της ραδιοφωνίας και της τηλεόρασης και η πολιτιστική ανάπτυξη της Χώρας, καθώς και το σεβασμό της αξίας του ανθρώπου και την προστασία της παιδικής ηλικίας και της νεότητας.[..]

### **2.2.3 Διεθνές Δίκαιο**

Η προώθηση, προστασία και απόλαυση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στο Διαδίκτυο.

*Σημειώνοντας επίσης τη σημασία της οικοδόμησης εμπιστοσύνης και εμπιστοσύνης στο Διαδίκτυο, ιδίως όσον αφορά την ελευθερία της έκφρασης, την ιδιωτική ζωή και άλλα ανθρώπινα δικαιώματα, έτσι ώστε να αξιοποιηθεί το δυναμικό του Διαδικτύου ως, μεταξύ άλλων, παράγοντας ανάπτυξης και καινοτομίας, «Επιβεβαιώνει ότι τα ίδια δικαιώματα που έχουν οι άνθρωποι εκτός σύνδεσης πρέπει επίσης να προστατεύονται στο διαδίκτυο, ιδίως η ελευθερία της έκφρασης, η οποία εφαρμόζεται ανεξάρτητα από σύνορα και μέσω οποιουδήποτε μέσου της επιλογής του, σύμφωνα με το άρθρο 19 της Οικουμενικής Διακήρυξης των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων και την Διεθνές Σύμφωνο για τα Ατομικά και Πολιτικά Δικαιώματα. "*

Η ρητορική μίσους δεν θέτει στο στόχαστρο μόνο μια κατηγορία ανθρωπίνων χαρακτηριστικών. Όπως αναφέραμε και πιο πάνω, το φαινόμενο αυτό παρατηρείται στην προσβολή της φυλής, της θρησκείας, της αναπηρίας, του φύλου και άλλων ακόμα χαρακτηριστικών που αποτελούν την ειδοποιό διαφορά μεταξύ ανθρώπων και πολιτισμών.

### **2.3 Ρητορική μίσους με βάση το φύλο**

Αυτό το είδος ρητορικής μίσους, ονομάζεται σεξιστική ρητορική και εστιάζει κατά βάση στη προσβολή και την ασέβεια κατά των γυναικών και των κοριτσιών, προκαλώντας τους αισθήματα ανασφάλειας και φόβου. Αποτελεί μια μορφή εσκεμμένης σεξιστικής συμπεριφοράς, από τα άτομα που την ασκούν, και τα

τελευταία χρόνια με την εξάπλωση του διαδικτύου, και την εύκολη προσβασιμότητα του, έχει μετατραπεί σε σημαντικό παγκόσμιο πρόβλημα.

Η έμφυλη ρητορική μίσους έχει αντίκτυπο στον γυναικείο πληθυσμό παγκοσμίως, επηρεάζοντας την προσωπική και επαγγελματική ζωή τους (Simons, 2015). Ο διαδικτυακός χώρος και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, παραχωρούν έδαφος στην ανάπτυξη ενεργειών και λεκτικών επιθέσεων που εκκινούν από τις έμφυλες διακρίσεις. Ο εκφοβισμός και οι απειλές, είτε γίνονται στον δυνητικό χώρο είτε στον φυσικό, εξαρτώνται από την προσωπικότητα κάθε θύτη. Ενδιαφέρον είναι το γεγονός πως στο διαδίκτυο προωθούνται και εκφράζονται έμφυλα πρότυπα τα οποία ξεφεύγουν από τα συμβατικά, προκαλώντας δυσφορία και αναστάτωση στα μέλη της κοινωνίας τα οποία δυσκολεύονται να κατανοήσουν τις κοινωνικές αλλαγές. Οι φεμινίστριες και τα κινήματα στα οποία οργανώνονται, αντιμετωπίζουν διαρκώς απειλές μίσους, ιδιαίτερα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ζωντανό παράδειγμα η δημοσιογράφος-φεμινίστρια Criado Perez (@CCriadoPerez). Όταν η Βρετανία αποφάσισε να αφαιρέσει την μορφή του Τσώρτσιλ από το χαρτονόμισμα των 5 \$ , η Perez ξεκίνησε εκστρατεία ώστε να αντικατασταθεί η μορφή από κάποιο γυναικείο πρόσωπο, σημαντικό για τον βρετανικό λαό. Ο ισχυρισμός της ήταν πως σε όλα τα χαρτονομίσματα απεικονίζεται η μορφή κάποιου άνδρα, πέρα από την βασίλισσα Ελισάβετ Β΄ η οποία είχε απλά την τύχη να έχει γεννηθεί χωρίς αδερφούς. Η βρετανική κυβέρνηση αποφάσισε εν τέλει να τοποθετήσει στο χαρτονόμισμα την διάσημη βρετανίδα συγγραφέα Jane Austen. Η Perez, κατά την διάρκεια της εκστρατείας της, λάμβανε, στο Twitter, αρκετά μεγάλο αριθμό αρνητικών σχολίων και απειλών, ικανών ώστε να προβεί σε ανάλογες έρευνες η αστυνομία.

Οι νόμοι που θεσπίζονται για τον διαδικτυακό χώρο, συχνά γίνονται αναχρονιστικοί καθώς το διαδίκτυο και τα μέσα εξελίσσονται με ταχύτατους ρυθμούς. Υπάρχει ανάγκη να υπάρξει ενδεδειγμένη έρευνα για την παροχή γνώσεων για την στήριξη των θυμάτων, την αποθάρρυνση των δραστών και την επιβεβαίωση της ευαισθητοποίησης του κοινού (Simons, 2015) . Οι Barlow και Awan (2016) κάνουν πρόταση στις εταιρείες κοινωνικών δικτύων, όπως το Twitter, να προβούν σε αναληθητικά μέτρα για την αντιμετώπιση της διαδικτυακής κακοποίησης κατά των γυναικών και των μουσουλμάνων (αποτελούν μαζί με τις γυναίκες, την κοινωνική ομάδα με τα περισσότερα ρατσιστικά σχόλια μίσους).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΥΛΟ

### 3.1 Το Φύλο

Η θεωρία του φύλου (gender theory) αναφέρεται σε μια σειρά από κοινωνικές, πολιτικές και πολιτισμικές θεωρίες που ασχολούνται με την κατανόηση της έννοιας του φύλου.

Οι «σπουδές φύλου» και η έννοια του «κοινωνικού φύλου» αποτελούν θεωρίες που δεν μπορούν να λείπουν από την μελέτη των κοινωνικών επιστημών συνολικά. Η σπουδαιότητα της, σχετικά σύγχρονης, εμφάνισης των σπουδών φύλου αναδείχθηκε από το 1970 και ύστερα, ενώ οφείλει την γένεση του στην ανάδυση του φεμινισμού, που εισήλθε επίσης στον ακαδημαϊκό κόσμο. Οι φεμινίστριες χρησιμοποίησαν τον όρο της «πατριαρχίας» προκειμένου να τονίσουν και να εξηγήσουν πολλά από τα κοινωνικά στερεότυπα που καθιστούσαν το γυναικείο φύλο υποταγμένο και περιθωριοποιημένο σε διάφορους τομείς της κοινωνικής ζωής. Με το φεμινιστικό κίνημα έγινε κοινά αποδεκτό (κυρίως από τον γυναικείο κόσμο) πως οι γυναίκες θεωρούνταν πολίτες δεύτερης κατηγορίας αλλά και πως η κοινωνία ήταν διαμορφωμένη με τρόπο που εξυπηρετούσε καλύτερα τους άνδρες. Μέχρι και το 1980, το «φύλο» είχε ταυτιστεί με το φεμινιστικό κίνημα. Την δεκαετία του 1990, από τις «γυναικείες σπουδές» (όπως ονομάζοντας έως τότε) περάσαμε στις «σπουδές φύλου» θέτοντας τότε στο προσκήνιο και τους άνδρες μιας και θεωρήθηκε πως η μελέτη των γυναικών και των γυναικείων ζητημάτων, είναι αδύνατον να υπάρξει χωρίς την αντίστοιχη μελέτη των ανδρών. Ο όρος «φύλο» στις σπουδές φύλου, αποτελεί έναν ουδέτερο όρο που συμβάλλει στην αναγνώριση της επίδρασης που έχει η κοινωνία στον σχηματισμό της θηλυκότητας και της αρρενωπότητας (Evans, 2004).

Η έννοια του φύλου εφαρμόζεται σε άτομα, ομάδες, πολιτισμούς, εθνικότητες, αλλά και ιδεολογίες, θρησκείες, κοινωνικές επιτελέσεις, ταυτότητες, επαγγέλματα, υποκουλτούρες, τεχνητούς ή φυσικούς χώρους, πρακτικές, αλλά και στην γλώσσα (Sørensen, 2000).



Ο Connell (1996) ισχυρίζεται ότι υπάρχουν δύο κατηγορίες διάκρισης των φύλων. Η πρώτη είναι η κατηγορία των έμφυλων ρόλων (sex roles), Η θεωρία ρόλων εξηγεί τα πρότυπα των φύλων καλούμενη στις κοινωνικές προσδοκίες που καθορίζουν την εκάστοτε συμπεριφορά για τις γυναίκες και τους άνδρες.

Στην δεύτερη κατηγορία, την οποία ο Connell αποκαλεί «κατηγορική θεωρία», αντιμετωπίζει τις γυναίκες και τους άνδρες ως προ-διαμορφωμένες κατηγορίες βάσει βιολογικής διαφοράς.

Για την κοινωνία, η διαφορά αυτή είναι σημαντική και συμβάλλει στην δημιουργία στερεοτύπων ενάντια και ομάδες και πρόσωπα που τολμούν να έρθουν αντίθετοι σε αυτήν την πεποίθηση.

### **3.1.1 Κοινωνικό Φύλο**

Η παραδοσιακή θεωρία, που εμπλέκει και τον τομέα της βιολογίας, ισχυρίζεται πως τα κοινωνικά στοιχεία, εξαρτώνται από τα βιολογικά χαρακτηριστικά με τα οποία γεννιόμαστε. Αυτή η άποψη βρίσκει σύμφωνη το μεγαλύτερο μέρος της κοινής γνώμης, θέτοντας την βάση για τον ισχυρισμό πως η προκαθορισμένη βιολογική μας φύση έχει αντίκτυπο στην κοινωνία, τον πολιτισμό, την συμπεριφορά κ.ο.κ.

Η οπτική αυτή εκπορεύεται από την θεωρία της φυσιοκρατίας, μιας φιλοσοφικής εξήγησης για τον κόσμο, που πρεσβεύει ότι η αρχή των πάντων είναι η Φύση. Η Φύση επιδρά στην διαμόρφωση του ανθρώπινου χαρακτήρα και της συμπεριφοράς του.

Ο όρος «βιολογικό φύλο» (sex) αναφέρει πως το φύλο, είναι γενετικά καθορισμένο και προσδιορίζει τα γενετικά χαρακτηριστικά του σώματος και της φυσιολογίας του ανθρώπου ή οποιουδήποτε έμβιου οργανισμού.

Βιολογικό, είναι το φύλο με το οποίο έχει γεννηθεί κάποιος και «εντοπίζεται, γίνεται αντιληπτό και είναι μετρήσιμο στο επίπεδο του φυσικού σώματος», στην αντίπερα όχθη το κοινωνικό φύλο αναφέρεται στα ψυχολογικά χαρακτηριστικά και στην κοινωνική έκφραση και «εντοπίζεται, γίνεται αντιληπτό και είναι μετρήσιμο στο επίπεδο της συμπεριφοράς και της γλώσσας» (Jordan-Young, 2010). Το φύλο βιολογικά καθορίζεται από ένα συνονθύλευμα χαρακτηριστικών (χρωμοσώματα X

και Υ, ορμόνες, έσω και έξω γεννητικά όργανα και δευτερογενή φυλετικά στοιχεία) (TGEU, 2016, οπ. αναφ. στους Θεοφιλόπουλος & Παγάνης, 2019).

Είναι σύνηθες και αυτονόητο στην κοινωνία να συγχέεται το κοινωνικό φύλο με το βιολογικό. Επικρατεί η τάση για ταύτιση της κοινωνικής συμπεριφοράς ενός ατόμου βάσει του βιολογικού φύλου (κόμμωση, τρόπος ομιλίας, τρόπος σκέψης, κλπ). Όπως αναφέραμε, το βιολογικό φύλο καθορίζεται από τα εξωτερικά χαρακτηριστικά, στην θεωρία του κοινωνικού φύλου, οι άνδρες και οι γυναίκες γίνονται, δεν γεννιούνται.

Το βιολογικό/κοινωνικό φύλο στην καθημερινή γλώσσα χρησιμοποιείται εναλλακτικά. Στις κοινωνικές επιστήμες το κοινωνικό φύλο αναφέρεται ειδικά στις κοινωνικές διαφορές γνωστές ως ανδρικοί ή γυναικείοι κοινωνικοί ρόλοι, προσδιορίζοντας τα χαρακτηριστικά, την συμπεριφορά και τις στερεοτυπικές αντιλήψεις για την ταυτότητα ενός ατόμου (π.χ οι γυναίκες μαγειρεύουν και μένουν στο σπίτι με τα παιδιά ενώ οι άνδρες εργάζονται η κατασκευάζουν πράγματα).

Υπάρχουν δύο κατηγοριοποιήσεις του «φύλου» που γίνονται είτε βάση βιολογικών χαρακτηριστικών είτε μέσα από κοινωνικές επιτακτικές «προτροπές». Η έννοια του φύλου αναφέρεται στις βιολογικές και κοινωνικές διακρίσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Η κοινωνιολόγος Ann Oakley στο έργο της *Sex, Gender and Society* (1972) υπογραμμίζει,

«Το βιολογικό φύλο» ως έναν όρο που αναφέρεται στις βιολογικές διαφορές ανάμεσα στο αρσενικό και το θηλυκό, στην ορατή διάκριση των γεννητικών οργάνων και την συνακόλουθη διαφορά των αναπαραγωγικών τους λειτουργιών. Το «κοινωνικό φύλο» αφορά τον πολιτισμό, αναφέρεται στην κοινωνική κατηγοριοποίηση σε «ανδρικό» και «γυναικείο».

Το κοινωνικό φύλο (gender) αναφέρεται στον σύνολο των κοινωνικών ρόλων, συμπεριλαμβανομένων των στερεοτύπων, των προσδοκιών και των συμπεριφορών που συνήθως συνδέονται με το αντίστοιχο φύλο. Το κοινωνικό φύλο συνήθως αναπαράγεται και ενισχύεται από τις κοινωνικές πρακτικές και τους πολιτισμικούς παράγοντες. Η έννοια του κοινωνικού φύλου προέρχεται από την κοινωνιολογία και

τις συζητήσεις για την κοινωνική κατασκευή της ταυτότητας και των ρόλων των φύλων. Οι θεωρητικές προσεγγίσεις για το κοινωνικό φύλο έχουν εξελιχθεί και διαφοροποιηθεί στον χρόνο, αλλά όλες τους έχουν κοινό το βασικό επιχείρημα ότι το φύλο δεν είναι μόνο βιολογικό, αλλά και κοινωνικά κατασκευασμένο.

Συγκριτικά με το βιολογικό φύλο, το κοινωνικό είναι απροσδιόριστο και «δομείται». Στην ελληνική γλώσσα υπάρχουν επομένως δύο βιολογικά φύλα το αρσενικό και το θηλυκό και δύο κοινωνικά φύλα το ανδρικό και το γυναικείο (Βέικου, 2012). Η χρήση του όρου «κοινωνικό φύλο» στην γλώσσα πραγματοποιείται στην διάκριση μεταξύ αρσενικού και θηλυκού, ενώ, στις κοινωνικές επιστήμες ο όρος «κοινωνικό φύλο» προσδιορίζει μια κοινωνική, πολιτισμική ή ψυχολογική κατάσταση, που διαφοροποιείται από εκείνη του βιολογικού φύλου (Βέικου & Λαλαγιάννη, 2015).

Στην σημερινή εποχή υπάρχουν άτομα που επιλέγουν να αυτοπροσδιοριστούν πέρα από τα αυστηρά όρια του αρσενικού και θηλυκού και τοποθετούν τους εαυτούς τους σε μια ενδιάμεση γκρίζα ζώνη. Με αυτόν τον τρόπο, τόσο το κοινωνικό και όσο και το βιολογικό φύλο υφίστανται ανεξάρτητα το ένα από το άλλο και μπορούν να μην ταυτίζονται στο πρόσωπο ενός ατόμου (TGEU, 2016, οπ. αναφ. στους Θεοφιλόπουλος & Παγάνης, 2019).

Το κοινωνικό φύλο δεν είναι μια δεδομένη ταυτότητα που αποδίδεται στο υποκείμενο αλλά μια διαδικασία κοινωνικο-πολιτισμική και ιστορικο-πολιτική η οποία δεν επιδρά πάντα με τον ίδιο τρόπο σε όλους, εφόσον δεν υπάρχει ένας τρόπος όπου οι άνδρες και οι γυναίκες γίνονται αντίστοιχα «άνδρες» ή «γυναίκες» (Πολίτης, 2013).

Τα χαρακτηριστικά του κοινωνικού φύλου διαμορφώνονται, επιβάλλονται από την κοινωνία και τα όρια του θεωρούνται अपαράκλητα από μεγάλο μέρος του πληθυσμού. Η θεώρηση για την ταξινόμηση των υποκειμένων βάσει φύλου, στις κατηγορίες «αρσενικό» και «θηλυκό» υποβοηθάει την αποδοχή των έμφυλων διακρίσεων ως φυσικές και αμετάβλητες (Λιότζης, 2021).

Ο Udry (1994) επιχειρεί να ερμηνεύσει την θεωρία του φύλου ισχυριζόμενος ότι, στην κοινωνιολογία, οι εξηγήσεις για το φύλο εξαρτώνται από τρεις παραμέτρους, τον ρόλο των φύλων (gender role), την κοινωνικοποίηση (socialization) και τις δομές ευκαιριών (opportunity structures). Ο ρόλος των φύλων καθορίζει μια

σειρά αποδεκτών συμπεριφορών σε συγκεκριμένους τομείς που βασίζονται στο φύλο (όπως η γονική μέριμνα) και υποστηρίζεται από έμφυλους κανόνες.

Τα όρια της αποδεκτής συμπεριφοράς διαφέρουν ανάλογα με το φύλο, ενώ η παραβίαση τους επιφέρει την τιμωρία και την αντιμετώπιση δυσκολιών απέναντι στις κοινωνικές δομημένες ευκαιρίες. Στον δημόσιο διάλογο συναντάμε την ανάπτυξη διάφορων θεωριών που αφορούν το κοινωνικό φύλο. Στην θεωρία της κοινωνικής κατασκευής (social construction theory), το φύλο δεν είναι κάτι που γίνεται φυσικά, αλλά είναι μια κοινωνική κατασκευή που δημιουργείται μέσω της κοινωνικής αλληλεπίδρασης και των πολιτισμικών πρακτικών. Η θεωρία αυτή υποστηρίζει ότι η κοινωνία δημιουργεί τους κοινωνικούς ρόλους των φύλων, τα στερεότυπα και τις προσδοκίες που συνδέονται με αυτούς.

Η Butler (1990) εισήγαγε την θεωρία της απόδοσης του φύλου (gender performance theory) αναφέρει ότι το φύλο δεν είναι κάτι που έχει καθοριστεί εκ των προτέρων από το βιολογικό φύλο, αλλά είναι κάτι που αποδίδεται μέσω της παρουσίασης στην κοινωνία. Η θεωρία αυτή υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι παρουσιάζουν το φύλο τους μέσω της συμπεριφοράς τους, της εμφάνισής τους, των ρολών που αναλαμβάνουν και των προτιμήσεών τους. Η απόδοση του φύλου διαφέρει από άτομο σε άτομο και επηρεάζεται από την κουλτούρα και την κοινωνική περιβάλλοντα.

Η θεωρία της ανταγωνιστικής διαφοροποίησης (oppositional theory). Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, το κοινωνικό φύλο δημιουργείται μέσω της αντίθεσης ή της ανταγωνιστικής διαφοροποίησης μεταξύ των ανδρών και των γυναικών. Η θεωρία αυτή υποστηρίζει ότι η κοινωνία διαιρεί τα φύλα σε αντίθετες ομάδες με αντικρουόμενα συμφέροντα και πρακτικές, που οδηγούν σε στερεότυπες αντιλήψεις και προσδοκίες.

Το κοινωνικό φύλο δεν είναι ένας αυστηρά οριοθετημένος χώρος. Όπως παρατηρούμε, η προσέγγιση του «φύλου» εκκινεί από την δυαδικότητα του σε εννοιολογήσεις θηλυκότητας και αρρενωπότητας και καταλήγει στο συμπέρασμα ότι οι έννοιες αυτές δεν είναι φυσικές αλλά περισσότερο «επίκτητες».

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΣΕΞΙΣΜΟΥ

### 4.1 Σεξισμός στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Η θεωρία του σεξισμού θα μπορούσε να αποτελέσει την αφορμή για μια ανεξάντλητη συζήτηση που αφορά τις έμφυλες διακρίσεις και την κατασκευή του κοινωνικού φύλου. Στην ιστορία της δυτικής σκέψης δεσπόζει η άποψη πως άνδρες και γυναίκες είναι διαφορετικοί και τα άτομα μπορούν να κατανοηθούν μόνο μέσα από το φύλο τους, που νοείται ως αρσενικό ή θηλυκό.

Εκκινούμε την μελέτη μας στο εν λόγω θέμα, μέσα από μια προσπάθεια ορισμού της έννοιας του σεξισμού. Σύμφωνα με το Fyloperdia, την ηλεκτρονική βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Αθηνών,

**Σεξισμό** ονομάζουμε το σύνολο των προκαταλήψεων και συμπεριφορών, οι οποίες πηγάζουν από την βία (δηλαδή αυθαίρετα άνιση) δυϊστική [dualist/binary] ιδεολογία που έχει τη βάση της στο διαχωρισμό των φύλων σε αρσενικό και θηλυκό, και οι οποίες θεωρούν το ένα εκ των δύο φύλων βιολογικά, ηθικά, διανοητικά και πνευματικά υποδεέστερο του άλλου, επιτρέποντας—ή και θεσμοθετώντας—τις εναντίον του συστηματικές διακρίσεις, αρνητικές ή φοβικές κρίσεις, φυσικούς περιορισμούς ή και εκδηλώσεις μίσους.

Σεξισμός είναι οι δραστηριότητες και οι συμπεριφορές που γίνονται ενάντια σε κάποιο άτομο με βασική διάκριση το φύλο του. Εισάγει ένα ιεραρχικό σύστημα μέσα στο οποίο ένα φύλο είναι ανώτερο από κάποιο άλλο και διασφαλίζει την ύπαρξη των έμφυλων στερεοτύπων. Αποτελεί σύνολο ενεργειών όπως οι ψευδείς πεποιθήσεις, οι αρνητικές γενικεύσεις και πρακτικές μέσω των οποίων κανονικοποιείται η ανισότητα εις βάρος ενός φύλου και σε προέκταση ο κοινωνικός του αποκλεισμός (Μεσογειακό Ινστιτούτο Μελετών Κοινωνικού Φύλου, 2009).

Σεξισμός, σύμφωνα με τον Δασκαλάκη (2014), είναι:

κάθε προκατάληψη ή διακριτική συμπεριφορά εναντίον ανθρώπων με κριτήριο καταρχάς το φύλο και το γένος τους και γενικότερα την σεξουαλική τους προτίμηση.

Το κοινωνικό πλαίσιο αναγνωρίζει τα άτομα μόνο ως αρσενικό και θηλυκό και δε δύναται η ύπαρξη άλλων ταυτοτήτων πέρα από αυτά. Ο σεξισμός μπορεί να εκδηλωθεί μέσω διάφορων τρόπων, συμπεριλαμβανομένης της γλώσσας και του λόγου που χρησιμοποιούμε.

Ο γλωσσικός σεξισμός αφορά τη χρήση λέξεων, φράσεων ή δομών γλώσσας που ενισχύουν στερεότυπα, προκαταλήψεις ή διακρίσεις βασισμένες στο φύλο. Μπορεί να εκδηλωθεί μέσω αποκλειστικής χρήσης αρσενικής ή θηλυκής γλώσσας (αναφέρεται στη χρήση λέξεων, φράσεων ή δομών γλώσσας που αντιπροσωπεύουν το ανδρικό ή το θηλυκό φύλο), δημιουργίας γενικευμένων δηλώσεων που αποκλείουν ή αποδυναμώνουν το ένα φύλο, ή μέσω χρήσης υποτιμητικών, προσβλητικών ή σεξουαλικοποιητικών όρων. Ο σεξιστικός λόγος ενσωματώνει νοήματα εχθρικά προς το γυναικείο φύλο (Κωνσταντινίδου, 2007). Η Χατζοπούλου (2017) σημειώνει πως σεξιστικός είναι και ο λόγος ο οποίος υπερτονίζει την θεωρία περί κατωτερότητας των γυναικών σε πνευματικό και τεχνικό επίπεδο και επιμένει στον ρόλο της γυναίκας ως μητέρας. Με λίγα λόγια, η γυναίκα πλαισιώνεται από μια σειρά προσβλητικών καταστάσεων και ανισοτήτων εξαιτίας του φύλου της.

Ο σεξισμός είναι μια μορφή διακριτικής μεταχείρισης που βασίζεται στο φύλο. Στον πολιτικό κόσμο, ο σεξισμός συναντάται σε πολλές μορφές και εκδηλώσεις του, ειδικότερα στις γυναικείες πολιτικές. Από την απαξίωση των γυναικείων απόψεων στην αντιμετώπιση τους ως "μη σοβαρών" ή "ασθενών" ατόμων, οι γυναίκες πολιτικοί αντιμετωπίζουν συχνά την απόρριψη και την αδικαιολόγητη εκτίμηση του έργου τους. Αυτό μπορεί να συμβεί σε όλα τα επίπεδα της πολιτικής, από τον τοπικό έως το διεθνές. Οι γυναικείες πολιτικές εκπροσωπούν συχνά λιγότερο από το ήμισυ της συνολικής αναπαράστασης στο κοινοβούλιο και σε άλλα κυβερνητικά όργανα. Αυτό σημαίνει ότι οι αντιπροσωπευτικές δυνατότητες των γυναικών είναι περιορισμένες, με τη σεξουαλική ταυτότητα να παίζει σημαντικό ρόλο σε αυτό.

## 4.2 Ο ανάστροφος σεξισμός

Ο σεξισμός είναι ένα πολύπλευρο και πολυδιάστατο πεδίο πολιτικής και κοινωνιολογικής σκοπιάς με παράγοντα τις έμφυλες σχέσεις και ανισότητες. Ενώ η έννοια του σεξισμού μοιάζει να έχει επινοηθεί για την επεξήγηση των διακρίσεων απέναντι στις γυναίκες, τις τελευταίες δεκαετίες έχει αναδυθεί και η θεωρία του «ανάστροφου σεξισμού». Ο ανάστροφος σεξισμός, όπως μαρτυράει και το όνομα του, συζητάει την διάκριση και τις σεξιστικές στάσεις απέναντι στο ανδρικό φύλο (Λιότζης, 2021).

Με το δεύτερο κύμα του φεμινιστικού κινήματος (1960 και ύστερα), οι άνδρες άρχισαν να προσεγγίζουν τον φεμινισμό σε συνάρτηση με το τι ακριβώς μπορεί να τους αφορά, ξεκινώντας έτσι το δικό τους κίνημα απελευθέρωσης. Στο κίνημα αυτό, σημαίνουσας σημασίας ήταν η προσοχή στις επιπτώσεις που φέρει η έμφυλη διάκριση στα δύο φύλα και κατά βάση στο ανδρικό. Κατά αυτόν τον τρόπο, η φεμινιστική θεωρία χρησιμοποιήθηκε από την ομάδα αυτή προς όφελος τους, εμμένοντας στην ιδέα πως ο σεξισμός και η ανισότητα επηρεάζει αρνητικά όλα τα φύλα. Με αφορμή αυτήν την ρητορική, ξεκίνησε μια ακτιβιστική λογική κατά την οποία οι έμφυλοι ρόλοι θα έπρεπε να προβούν σε αλλαγή, παρόλα αυτά δίνοντας μεγαλύτερη σημασία σε δημιουργήματα υπερ του ανδρικού φύλου. Για τον Messner (1998), η παραπάνω λογική επικυρώνει την θεωρία της διάκρισης και των έμφυλων ρόλων.

Το αρσενικό φύλο διακατέχεται από μια δυσκολία στην έκφραση των συναισθημάτων τους. Η δυσφορία που αισθάνονται οι άνδρες προκύπτει από τις πολλαπλές αντιφάσεις που υποστηρίζουν και την γενικότερη προβληματική που υφίσταται στην κοινωνία περί της θεωρίας των έμφυλων ρόλων και των δικαιωμάτων αυτών. Παραδείγματος χάριν, οι εργατικοί τομείς που διαχωρίζονται με βάση το φύλο είναι αποκύημα της θεωρίας αυτής. Οι άνδρες πρέπει να σταματήσουν να απασχολούνται στις βαριές δουλειές και τις επικίνδυνες εργασίες, παρότι από την άλλη ισχυρίζονται πως οι γυναίκες δεν είναι ικανές για τους χώρους αυτούς. Παρόλα αυτά, η αρρενωπότητα θεωρείται πεπαλαιωμένος ισχυρισμός, όπως ακριβώς και η έννοια της θηλυκότητας στους αντίστοιχους φεμινιστικούς κύκλους (Coston, Kimmel, 2013).

Έτσι ο Messner (1998) διαπιστώνει ότι, για το εν λόγω ανδρικό κίνημα, η αρρενωπότητα και ο υπέρμετρος ανδρισμός είναι καταστροφικός για το αρσενικό φύλο. Παράλληλα, δεν μπορούν να κατακτήσουν και το δικαίωμα τους σε μια «ισορροπημένη αρρενωπότητα», όσο στον δημόσιο διάλογο διασφαλίζεται η λογική που αποδέχεται τα ανδρικά προνόμια έναντι των γυναικών.

Στο ψηφιακό περιβάλλον, το ζήτημα του σεξισμού λαμβάνει ιδιαίτερο ρόλο. Η «ανδρόσφαιρα», στον δυναμικό χώρο του διαδικτύου, έχει συσπειρώσει ομάδες και κοινότητες ανδρών, μέσα από τις οποίες επιτυγχάνεται συζήτηση και διάλογος. Στις ομάδες αυτές παρατηρείται τελικά απομάκρυνση από το ακτιβιστικό κομμάτι της «ανάκτησης» των δικαιωμάτων τους, υιοθέτηση σεξιστικού/αντιφεμινιστικού λόγου αλλά και προτροπή για εχθρικές ενέργειες. Η ρητορική μίσους και ο λόγος, με κύρια θεματική την αγανάκτηση απέναντι στον φεμινισμό, εισχωρεί βαθύτερα στην καθημερινότητα και προωθείται όλο και περισσότερο μέσα από τις ψηφιακές κοινότητες, χωρίς ωστόσο να έχει δοθεί η απαραίτητη δημόσια προσοχή.

Στις ομάδες της ανδρόσφαιρας, έχει δημιουργηθεί και το λεγόμενο «gendertrolling». Το gendertrolling, αναφέρεται στην πράξη της σκόπιμης εμπλοκής σε διαδικτυακή παρενόχληση ή προκλητική συμπεριφορά που στοχεύει άτομα με βάση το φύλο τους. Συνήθως περιλαμβάνει τη χρήση σεξιστικής, μισογυνιστικής ή υποτιμητικής γλώσσας, την κοινή χρήση προσβλητικού περιεχομένου ή την εμπλοκή σε προσωπικές επιθέσεις για να υποτιμήσει ή να μειώσει κάποιον λόγω της ταυτότητας φύλου του. Μπορεί να εμφανιστεί σε διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες, συμπεριλαμβανομένων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, των φόρουμ, των ενοτήτων σχολίων και των κοινοτήτων διαδικτυακών παιχνιδιών.

Αν και το Διαδίκτυο θεωρείται ισότιμα ελεύθερος χώρος έκφρασης για όλους, πολλά παραδείγματα έρχονται να αναιρέσουν αυτήν την παρατήρηση. Τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν μία από τις πλατφόρμες στις οποίες εκφράζονται συχνά σεξιστικά σχόλια και διακρίσεις εις βάρος των γυναικών πολιτικών. Παρόλο που η σεξουαλική ταύτιση των ατόμων δεν πρέπει να είναι θέμα δημόσιας συζήτησης ή κριτικής, συχνά βλέπουμε γυναίκες πολιτικούς και



δημόσια πρόσωπα να αντιμετωπίζουν σεξιστικά σχόλια στα κοινωνικά δίκτυα. Τα σχόλια αυτά μπορούν να είναι από εκφράσεις προκλητικού περιεχομένου μέχρι βίαιες απειλές, προσβάλλοντας την αξιοπρέπεια της και το δικαίωμα της στην ελεύθερη έκφραση και στην είσοδο στη δημόσια ζωή. Στα περισσότερα κράτη, τα σεξιστικά σχόλια αυτά αποτελούν παράβαση του νόμου και πρέπει να αντιμετωπίζονται σοβαρά από τις αρχές.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

### **5.1 Η ποιοτική έρευνα**

Για να ορίσουμε τι είναι η ποιοτική έρευνα, οφείλουμε να την αντιπαραβάλλουμε με το τι επιστημών (ψυχολογία, παιδαγωγική, κοινωνιολογία κ.α.) σε ένα περισσότερο φιλοσοφικό επίπεδο προσεγγίσεων. Γίνεται αναφορά ότι η ποιοτική έρευνα είναι μια διαδικασία ανοιχτή και ελεύθερη ως προς την διαχείριση είναι η ποσοτική έρευνα. Αναφορικά, ο διαχωρισμός ποιοτικής-ποσοτικής έγκειται στο ότι η ποιοτική έρευνα βασίζεται σε σημασιολογικά δεδομένα ενώ η ποσοτική σε υπολογιστικά (Σταμοβλάσης, Βαϊοπούλου, 2021). Η διαχείριση σημασιολογικών δεδομένων θεωρείται περισσότερο «ελεύθερη» σε σχέση με τα υπολογιστικά, ιδιαίτερα προς την έκφραση και την ερμηνεία των ερευνητών. Κοινός άξονας είναι η ανάγκη επεξήγησης και κατανόησης του κόσμου σε διάφορα πεδία κοινωνικών των σημασιολογικών δεδομένων. Η δεδομένη άποψη περιέχει μια δόση αλήθειας από την στιγμή που η σημασιολογία παρέχει όντως ελαστικά όρια σε προσωπικές ερμηνείες και πρωτοβουλίες.

Η *θεμελιωμένη θεωρία* είναι μια μέθοδος ποιοτικής έρευνας που αναπτύχθηκε από τους Barney Glaser και Anselm Strauss. Η θεμελιωμένη θεωρία επικεντρώνεται στη δημιουργία θεωρητικών εννοιών και μοντέλων από τα δεδομένα που συλλέγονται κατά τη διάρκεια της έρευνας, αντί να εφαρμόζει προκαθορισμένες θεωρίες ή υποθέσεις. Οι βασικές αρχές της θεμελιωμένης θεωρίας περιλαμβάνουν

την ανοικτή κωδικοποίηση, την ανάλυση και τη σύγκριση δεδομένων, και την ανάπτυξη της έννοιας μέσω της συνεχούς σύγκρισης. Η μέθοδος της θεμελιωμένης θεωρίας απαιτεί σταδιακή συλλογή και ανάλυση δεδομένων, προκειμένου να γίνει εμβάθυνση στην κατανόηση του φαινομένου που μελετάται και να αναπτυχθούν κεντρικές θεμελιώδεις έννοιες. Σύμφωνα με τον Bryman (2016), η εμπειρικά θεμελιωμένη θεωρία συνιστά μια προσέγγιση για την διαμόρφωση θεωριών από δεδομένα.

## 5.2 Το κείμενο στην ποιοτική έρευνα

Στην ποιοτική έρευνα, το κείμενο μπορεί να αντιμετωπιστεί ως ένα αξιοσημείωτο δεδομένο. Ο όρος «κείμενο» αναφέρεται σε γραπτά ή προφορικά κείμενα, συμπεριλαμβανομένων εγγράφων, συνεντεύξεων, συζητήσεων, αρθρογραφίας, ηλεκτρονικών μηνυμάτων και σχολίων, αναλύσεων δειγμάτων λόγου και άλλων εκφράσεων γλώσσας. Η ποιοτική έρευνα επικεντρώνεται στην ερμηνεία και την κατανόηση του κειμένου για την ανάδειξη θεμάτων, μοτίβων, συναισθημάτων, αντιλήψεων και κοινωνικών διαδικασιών. Υφίστανται διάφορες μεθόδους οι οποίες εξυπηρετούν την ανάλυση των κειμένων, όπως η περιγραφική ανάλυση, την ανάλυση περιεχομένου, την ανάλυση σημασιολογικού πεδίου, την ανάλυση αφηγήσεων κ.ά. Το κείμενο συνιστά σημαντική πηγή πληροφοριών και δεδομένων για την ανάπτυξη κατανόησης και ερμηνείας του κοινωνικού περιβάλλοντος, των ανθρώπινων εμπειριών και των κοινωνικών φαινομένων, με λίγα λόγια, όλων των θεμάτων που εξετάζονται με ποιοτική μεθοδολογία.

Ο Flick (2014) ισχυρίζεται πως στην ποιοτική έρευνα, τα κείμενα χρησιμεύουν για τρεις λόγους: *« αντιπροσωπεύουν τα δεδομένα στα οποία θεμελιώνονται τα ευρήματα, είναι η βάση των ερμηνειών, αποτελούν το συστατικό μέσο της παρουσίασης των ευρημάτων»*. Στην προσέγγιση του Flick, η ανάλυση του κειμένου περιλαμβάνει την εξέταση της δομής και της περιεχομένου του, καθώς και των λεκτικών και μη λεκτικών στοιχείων του. Ο ερευνητής επιδιώκει να αναδείξει τις σημασιολογικές, κοινωνικές και πολιτισμικές πτυχές που περιλαμβάνονται στο

κείμενο και να ερμηνεύσει τις σημασίες που αυτές διαμορφώνουν. Συνολικά, ο Flick αναγνωρίζει τη σημασία του κειμένου ως ένα πλούσιο και πολυδιάστατο υλικό που παρέχει πληροφορίες για την κατανόηση των ανθρώπινων εμπειριών και των κοινωνικών φαινομένων που μελετώνται στην ερευνητική διαδικασία.

### 5.3 Η Ανάλυση Λόγου

Ένα μεθοδολογικό εργαλείο επεξήγησης της έρευνας είναι και η ανάλυση λόγου. Το ερώτημα που απαντάται είναι ο τρόπος με τον οποίον η γλώσσα νοηματοδοτεί απόψεις και αναπαραστάσεις του υπαρκτού κόσμου. Ο «λόγος» (discourse) είναι θεμελιώδες συστατικό της ανθρώπινης επικοινωνίας καθώς επηρεάζει το άτομο σε σημείο που μπορεί να σχηματίσει γνώμη και να υιοθετήσει κάποια ταυτότητα. Η ανάλυση λόγου αποτελεί σημαντικό εργαλείο στην ποιοτική έρευνα, καθώς μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση και ερμηνεία των δεδομένων που συλλέγονται. Μια ερμηνεία της ανάλυσης λόγου ισχυρίζεται, πως πρόκειται για πληθώρα προσεγγίσεων των γραπτών κειμένων, οι οποίες μοιράζονται την πεποίθηση ότι η γλώσσα είναι ένα ουδέτερο μέσο αντανάκλασης της επεξήγησης του κόσμου, ενώ αποτελούν και την παραδοχή του ότι η ανάλυση λόγου αποτελεί κατασκευαστικό εργαλείο της κοινωνικής πραγματικότητας (Gill, 2000).

Κατά τον Potter (1997), η ανάλυση λόγου αναδεικνύει τον τρόπο που διαμορφώνεται ο κόσμος, η κοινωνία, τα γεγονότα και ο εσωτερικός ψυχολογικός κόσμος στον λόγο.

Αυτή η μέθοδος επιτρέπει την ανάλυση και την διαμόρφωση των λεπτομερειών της γλώσσας και της χρήσης των λέξεων στα δεδομένα. Γλώσσα και Λόγος διαφέρουν ως προς το ότι η γλώσσα είναι το πρακτικό «εργαλείο» της έκφρασης. Γλώσσα είναι οι λέξεις, οι φράσεις και τα σύμβολα που χρησιμοποιούμε. Λόγος είναι η ερμηνεία της γλώσσας, σαν ένα ενιαίο άθροισμα εννοιών που τοποθετούν την γλώσσα μέσα σε ένα κοινωνικό, πολιτικό, πολιτισμικό πλαίσιο (Σταμοβλάσης, Βαϊοπούλου, 2021). Η θεωρία ανάλυσης λόγου επικεντρώνεται στη μελέτη της γλωσσικής δομής και χρήσης σε κείμενα και λόγους. Οι αναλυτές λόγου μελετούν τα στοιχεία της γλώσσας όπως οι λέξεις, οι φράσεις, οι προτάσεις και οι δομικές σχέσεις μεταξύ τους για να

αναδείξουν τον τρόπο με τον οποίο οι ομιλητές κατασκευάζουν νόημα και επικοινωνούν. Η ανάλυση λόγου θα μπορούσε να θεωρηθεί μια ανάλυση κοινωνικής κατάστασης. Ο λόγος μπορεί να ασκήσει επιρροή, να διαμορφώσει απόψεις ακόμα και να κατασκευάσει ιδέες και πεποιθήσεις.

Το γραπτό κείμενο είναι μια συλλογή λέξεων, προτάσεων ή συμβόλων που έχουν οργανωθεί με συγκεκριμένο τρόπο για να μεταδοθεί ένα μήνυμα ή να μεταφέρει μια ιδέα ή πληροφορία από έναν συντάκτη σε έναν αναγνώστη ή ακροατή. Τα κείμενα μπορούν να είναι γραπτά, προφορικά ή ηλεκτρονικά και παίζουν έναν σημαντικό ρόλο στην επικοινωνία και τη μετάδοση πληροφοριών σε διάφορους τομείς, όπως η λογοτεχνία, η δημοσιογραφία, οι επιστημονικές έρευνες και η επιχειρηματική επικοινωνία. Τα κείμενα μπορούν να παρουσιάζουν διάφορες μορφές, όπως άρθρα, βιβλία, άρθρα ιστού, επιστολές, δοκίμια και πολλά άλλα. Κάθε γραπτό και κάθε σύμβολο οφείλει να αντιμετωπίζεται ως μια εν δυνάμει ιδεολογία.

Ο Φουκώ (1926-1984) υπήρξε από τους κύριους θεωρητικούς στην σύγχρονη κοινωνική σκέψη. Ο Φουκώ υιοθέτησε τον όρο «λόγος» για να δηλώσει ένα ενδεχόμενο κοινωνικό σύστημα που παράγει γνώση και νόημα. Σημειώνει ότι ο λόγος είναι σαφώς υλικός στην πραγματικότητα, παράγοντας αυτό που αποκαλεί «πρακτικές που σχηματίζουν συστηματικά τα αντικείμενα για τα οποία μιλούν» (Φουκώ, 1969). Η θεωρία λόγου του Φουκώ, εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι εκφράζονται μέσω της γλώσσας και προτείνει ότι οι δομές της εξουσίας διαμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι επικοινωνούν στην κοινωνία. Για τον Φουκώ, ο λόγος χαρακτηρίζει τον τρόπο πρόσληψης ενός αντικειμένου. Διαμορφώνει το αντικείμενο μέσα σε πλαίσια που δημιουργούνται για να συγκροτήσουν την κάθε εκδοχή. Ο λόγος είναι, επομένως, ένας τρόπος πλαισίωσης της γνώσης που θεμελιώνει τη συγκρότηση των κοινωνικών σχέσεων μέσα από τη συλλογική κατανόηση της λογικής του λόγου και την αποδοχή του λόγου ως κοινωνικού γεγονότος. Ο Φουκώ καταλήγει να εξετάζει τον λόγο από τη δομική άποψη των θεσμών και της εξουσίας. Ο λόγος είναι μια εννοιολογική μορφή της οπτικής του κόσμου.

Ως προσέγγιση στην ανάλυση λόγου, οι κοινωνιογλωσσολογικές μελέτες (sociolinguistic) εμβαθύνουν κυρίως στις λεπτομέρειες που αφορούν την γλώσσα.

Ασχολούνται κατά βάση με τα τυπικά γραμματικά χαρακτηριστικά και τις προτάσεις με απώτερο σκοπό να εξηγήσουν πως αυτά χρησιμοποιούνται στο κομμάτι της επικοινωνίας σε διαφορετικά πλαίσια. Με λίγα λόγια, ένα άτομο θα περιγράψει μια κατάσταση διαφορετικά στην οικογένεια του απ' ό,τι σε έναν ανώτερο του στην εργασία του.

Ένα δεύτερο επίπεδο προσέγγισης στην ανάλυση λόγου είναι οι κοινωνικοπολιτικές μελέτες. Δίνεται μια ερμηνεία της γλώσσας σε συνάρτηση με το κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο αναπτύσσεται. Είναι μια κατάσταση συνδιαμόρφωσης όπου η γλώσσα δεν είναι ο αντιληπτικός φορέας της πραγματικότητας. Η γλώσσα νοείται ως ήδη προσαρμοσμένη, φέρνοντας στο προσκήνιο τις κατασκευασμένες αναπαραστάσεις του νου (Σταμοβλάσης, Βαϊοπούλου, 2021). Η προσέγγιση του Vygotsky (1962), υποστηρίζει πως η γλώσσα δεν είναι απλώς μια απόδοση των σκέψεων μας, αλλά είναι μια ουσιαστική συνιστώσα της σκέψης μας. Συνεπώς, η ανάπτυξη της γλωσσικής ικανότητας του ατόμου συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη της σκέψης του.

Τα σχόλια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι οι ανταλλαγές γραπτών μηνυμάτων που γίνονται από χρήστες σε δημοσιεύσεις, φωτογραφίες ή βίντεο που έχουν κοινοποιηθεί σε κοινωνικά δίκτυα όπως το Facebook, το Instagram, το Twitter κ.λπ. Τα σχόλια μπορούν να περιλαμβάνουν από απλές αντιδράσεις, όπως "μου αρέσει" ή "κοινοποίηση", μέχρι μακροσκελείς σχολιασμούς και συζητήσεις. Οι χρήστες μπορούν να εκφράσουν τις απόψεις τους, να σχολιάσουν το περιεχόμενο, να κάνουν ερωτήσεις ή να αλληλοεπιδράσουν με άλλους χρήστες. Τα σχόλια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να είναι δημόσια ή ορατά μόνο για τους φίλους/ακόλουθους του χρήστη που έκανε τη δημοσίευση. Συχνά, οι σχολιασμοί προσφέρουν μια πλατφόρμα για συζήτηση, ανταλλαγή απόψεων και διάλογο μεταξύ των χρηστών. Οι σχολιασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αντιμετωπίσουν προκλήσεις, όπως τον εκφοβισμό, την παρενόχληση ή την ανεπιθύμητη συμπεριφορά. Λόγω της ανωνυμίας και της ευκολίας στην επικοινωνία μέσω διαδικτύου, ορισμένοι χρήστες μπορεί να αισθάνονται απομονωμένοι και να αποτελούν στόχο για προκλητικά ή επιθετικά σχόλια.

## 5.4 Μεθοδολογία Έρευνας

Βασικός στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η ανάδειξη του τρόπου εκφοράς του σεξισμού στον δυνητικό χώρο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Με υπόβαθρο το θεωρητικό πλαίσιο, και της παραπομπής κάποιων παραδειγμάτων εκπορευόμενα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το διαδίκτυο, θα γίνει μια προσπάθεια να διερευνηθεί εάν υπάρχει σεξισμός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και με ποιόν τρόπο εκφράζεται από τους χρήστες.

Για την παρούσα ποιοτική ερευνητική εργασία ανατρέξαμε σε επιστημονική βιβλιογραφία και ερευνητικά άρθρα που αφορούν τις θεωρίες του σεξισμού, της ρητορικής μίσους και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Βασικός πυλώνας της διαμόρφωσης της σύγχρονης πραγματικότητας στα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι η εξέλιξη του Διαδικτύου. Εκκινήσαμε την θεωρητική αναζήτηση από το τι είναι η επικοινωνία, καθώς τα κοινωνικά μέσα αποτελούν νέο εργαλείο επικοινωνίας. Τα κοινωνικά δίκτυα επιβιώνουν στο ψηφιακό περιβάλλον του διαδικτύου, γι' αυτόν τον λόγο έγινε μια σύντομη παράθεση στην ιστορική του αναδιαμόρφωση στον σημερινό κόσμο ενώ αποτελεί, παράλληλα, έναν νέο τρόπο μεταφοράς και αποθήκευσης της πληροφορίας.

Ακόμη ήταν σημαντικό να αναζητηθούν άρθρα και πηγές σχετικά με την θεωρία του φύλου προκειμένου να γίνει κατανοητή η διάκριση των φύλων και περαιτέρω η ύπαρξη του σεξιστικού φαινομένου. Στην σημερινή εποχή, ιδιαίτερα μετά την εμφάνιση του κινήματος #MeToo (κοινωνικό φεμινιστικό κίνημα για την δημοσιοποίηση σεξουαλικών παρενοχλήσεων), ο σεξισμός έχει λάβει την δική του αναγνώριση και σημαντικότητα στην δημόσια σφαίρα. Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν γίνει τόπος έξαρσης, κριτικής αλλά και μελέτης του φαινομένου. Συνηθέστερος τρόπος έκφρασης των χρηστών στα κοινωνικά δίκτυα είναι η ανάρτηση σχολίων στις εκάστοτε δημοσιεύσεις.

Ταυτόχρονα με την συγγραφή του θεωρητικού πλαισίου, έγινε και η αναζήτηση σχολίων των χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η συλλογή στηρίχθηκε κατά βάση στο Twitter και κατόπιν στο Instagram και το Facebook. Η προτίμηση στο Twitter ήταν απότοκο της δυσκολίας εύρεσης σχολίων ρητορικής

μίσους στα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα, καθώς η εταιρεία Meta (στην οποία υπάγονται οι εταιρείες Facebook και Instagram) αποφάσισε το 2019 να αφαιρεί τα σχόλια μίσους προς αντιμετώπιση της ρητορικής μίσους.

Η συλλογή δείγματος έγινε στο διαδίκτυο με αναζήτηση με συγκεκριμένες λέξεις. Οι λέξεις που χρησιμοποιήθηκαν ήταν: *ρητορική μίσους, σεξισμός, φεμινισμός, γυναίκα, πολιτικός, σεξιστικά σχόλια*.

Στο Twitter το όνομα της κυρίας Έφης Αχτσιόγλου ήταν «τρεντ» στις 22 και 23 Ιουνίου 2022 μετά από την δημοσίευση της δήλωσης για την οποία και σχολιάστηκε. Οι χρήστες που σχολίασαν το όνομα και την παρουσία της, ήταν κυρίως ανώνυμα προφίλ χωρίς την εμφανή διάκριση αρσενικού ή θηλυκού προσώπου. Τα σχόλια που αναφέρονται παρακάτω στην εργασία έχουν γίνει και από επώνυμα πρόσωπα, άνδρες του πολιτικού χώρου που χρησιμοποίησαν το Twitter για να εκφράσουν την άποψή τους.

Στον επίσημο λογαριασμό της εκπομπής «My Style Rocks» στο Instagram αναρτώνται καθημερινά σχόλια από το κοινό που παρακολουθεί την εκπομπή. Η παρατήρηση και η συλλογή σχολίων έγιναν τον Απρίλιο-Μάιο 2023 κατά την προβολή της εκπομπής στην τηλεόραση. Από τα δεκάδες καθημερινά σχόλια που ήταν και θετικά και αρνητικά, συλλέχθηκαν τα αρνητικά σχόλια προς ανάλυση. Οι σχολιάστριες ήταν στο μεγαλύτερο μέρος γυναίκες, καθώς η εκπομπή προσανατολίζεται σε γυναικείο κοινό.

Οι κοινότητες «ΤΣΙΛΙ ΚΑΦΕΝΕΙΟ» και «Ναι, εισαι μισογυνης» επιλέχθηκαν για να αντιπροσωπεύσουν το κοινό που σχολιάζει στο Facebook. Η αναζήτηση σχολίων έγινε με συγκεκριμένες λέξεις όπως, *γυναίκα, φεμινισμός, σεξισμός*, στις μπάρες αναζήτησης της κάθε σελίδας. Συγκεντρώθηκαν δεκάδες σχόλια που αφορούσαν είτε θεματικές αναρτήσεις στην αρχική σελίδα της κάθε ομάδας, είτε σχόλια από τα άτομα κάτω από κάθε ανάρτηση. Τα σχόλια που συλλέχθηκαν, και στις δύο κοινότητες, δεν έχουν συγκεκριμένη χρονική περίοδο παρουσίας τους καθώς η έρευνα επικεντρώθηκε στο γεγονός του τρόπου έκφρασης των ατόμων, όσον αφορά τα σχόλια περί γυναικών και σεξισμού.

Συνδεδετικός κρίκος κάθε πηγής είναι πως σε όλες τις περιπτώσεις το κύριο θέμα συζήτησης είναι οι γυναίκες (είτε σαν επίσημα πρόσωπα, είτε σαν κατηγορία) και ο δημόσιος «χώρος» προβολής τους, προκειμένου να εξετάσουμε τι συζητιέται από τους δέκτες και με ποιόν τρόπο εκφράζουν τις απόψεις τους. Τόσο το «My Style Rocks», όσο και το «ΤΣΙΛΙ ΚΑΦΕΝΕΙΟ» και το «Ναι, εισαι μισογυνης», δείχνουν ιδιαίτερο ζήλο στο να ασχολούνται με γυναικεία ζητήματα και να παραθέτουν τις πεποιθήσεις τους. Το διαδίκτυο και τα κοινωνικά μέσα είναι χώρος προσβάσιμος από το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού, με μοναδικό κριτήριο την κατοχή μίας συσκευής που συνδέεται στο internet.

Το θεωρητικό υπόβαθρο αποτελεί το θεμέλιο της εργασίας. Η θεωρία σε συνδυασμό με την έρευνα συνέβαλαν στο να δοθεί η απάντηση στο ερώτημα που τέθηκε. Προς αναζήτηση του θεωρητικού πλαισίου οι βασικές λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν στην ελληνική και αγγλική γλώσσα, ήταν: μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ρητορική μίσους, σεξισμός, θεωρία φύλου, ανάλυση λόγου, φεμινισμός.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ**

### **6.1 Ανάλυση λόγου στο δείγμα της εργασίας**

Για την εκπόνηση της εργασίας έγινε συλλογή υλικού από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το υλικό αποτελεί σχόλια που αναρτήθηκαν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από επώνυμους κι από ανώνυμους χρήστες. Πιο συγκεκριμένα τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν είναι το Twitter, το Instagram και το Facebook.



## Παραδείγματα:

### 6.1.1 Σχόλια για την Έφη Αχτσιόγλου στο Twitter

Στις 20 Ιουνίου 2022, η Έφη Αχτσιόγλου (βουλευτής ΣΥΡΙΖΑ) προέβη σε βιντεοσκοπημένη δήλωση για τα επιδόματα της κυβέρνησης. Μετά από την δήλωση, αναρτήθηκαν δημοσιεύσεις και σχόλια από χρήστες που στοχοποιούσαν την παρουσία της πολιτικού. Τα περισσότερα σχόλια αφορούσαν την εμφάνιση της ενώ με αφορμή αυτά, αναρτήθηκε μεγάλος αριθμός άρθρων, από διάφορες ιστοσελίδες, σχολιάζοντας την έξαρση των σεξιστικών σχολίων κατά της Έφης Αχτσιόγλου. Κάποια σχόλια που γράφτηκαν στο Twitter :

α) « Όχι, σύντροφοι. Πρέπει να το παραδεχτούμε. Σήμερα ο [#Μητσοτακης](#) είχε πιο σωστό *make up* στη συνέντευξη στο *capital* από ότι η [#Αχτσιογλου](#) στην παρέμβασή της [#εκλογες](#)»

β) « Με το κομπινεζόν, άβαφη και τρισάθλια. Σαν πρεζάκι στον ηλεκτρικό που ζητιανεύει ευρώ για τη δόση της. [#ΣΥΡΙΖΑ](#) [ξεφτιλες](#) »

γ) «Είναι λένε σεξισμός να ασχολούμαστε με την εξωτερική εμφάνιση της Αχτσιογλου κι όχι τις απόψεις της. Πρώτον: Ποιες απόψεις; Δεύτερον: Δηλαδή, αν εμφανιστεί με μαγιό στο Σύνταγμα εμείς να ρωτάμε τι γνώμη έχει για την παγκοσμιοποίηση.

Η απάντηση της ίδιας στο ίδιο μέσο:

δ) « Ευχαριστώ όσους ενδιαφέρθηκαν για την εξωτερική μου εμφάνιση. Μάλλον δεν έχουν δει ποτέ εργαζόμενη νέα μητέρα από κοντά»

Τα σεξιστικά σχόλια που απευθύνονται στις γυναίκες πολιτικούς μπορούν να είναι άκρως επιθετικά και προσβλητικά. Συχνά αυτά τα σχόλια στοχεύουν να υποβαθμίσουν την αξιοπιστία και την επαγγελματική ικανότητα των γυναικών πολιτικών. Αυτό μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τη δημόσια εικόνα τους και να τις αποθαρρύνει από το να συνεχίσουν την πολιτική τους σταδιοδρομία.

Στα εν λόγω σχόλια παρατηρούμε το φαινόμενο του σεξισμού να έχει τον πρώτο ρόλο. Όπως έχει ήδη αναφερθεί ο σεξισμός σχετίζεται με τη διάκριση, τον αφορισμό ή την αδικία που επιβάλλεται σε μια ομάδα ανθρώπων λόγω του φύλου τους. Στη συνέχεια, ο σεξισμός μπορεί να επηρεάζει την εμφάνιση των γυναικών και να οδηγεί σε αρνητικές συνέπειες για αυτές. Συχνά, οι γυναίκες αντιμετωπίζουν πιέσεις για να πληρούν τα πρότυπα ομορφιάς που έχουν θεσπιστεί από την κοινωνία, τα ΜΜΕ και τη βιομηχανία της μόδας. Αυτά τα πρότυπα μπορεί να επιβάλλουν στις γυναίκες να είναι υπερβολικά λεπτές, να έχουν μακριά μαλλιά, να φορούν ψηλοτάκουνα παπούτσια και πολλά ακόμη στερεότυπα. Δεν είναι λίγες οι φορές που οι πιέσεις οδηγούν σε συνέπειες όπως η χαμηλή αυτοεκτίμηση, η ανασφάλεια και η κατάθλιψη.

Επιπλέον, ο σεξισμός μπορεί να οδηγήσει στο να αξιολογείται η αξία των γυναικών βάσει της εμφάνισής τους, αντί βάσει των δεξιοτήτων ή των επιδόσεών τους. Στην προβολή της δήλωσης της κ. Αχτσιόγλου, η έμφαση δόθηκε πολύ περισσότερο στο κομμάτι της εμφάνισης της απ' ότι σε αυτό των πολιτικών της δηλώσεων.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει και η σύγκριση της γυναίκας με τον άνδρα. Στο πρώτο σχόλιο (α), ο χρήστης θέλοντας να υπονομεύσει την εμφάνιση της πολιτικού ανέφερε πως το make up του άνδρα πρωθυπουργού ήταν καλύτερο από το δικό της. Αυτό το tweet παρουσιάζει σεξιστική στρεβλότητα με την αναφορά στο make-up του πρωθυπουργού και της πολιτικού από την αντίθετη πλευρά. Αναλύοντας το, η αξιολόγηση του make-up του πρωθυπουργού έναντι αυτού της πολιτικού αποτελεί σεξιστική διακριτική μεταχείριση των δύο φύλων, όπου οι γυναίκες αξιολογούνται και κρίνονται βάσει της εμφάνισής τους και όχι των ικανοτήτων τους. Επιπλέον, η αναφορά στον πρωθυπουργό ως "πιο σωστό" στο make-up του, υπονοεί ότι υπάρχει ένας σωστός και λανθασμένος τρόπος για μια

γυναίκα να φοράει make-up, ενώ αποδέχεται ότι οι άνδρες δεν πρέπει να φορούν make-up και ότι αυτό αποτέλεσε μια ακραία συγκριτική εξαίρεση. Συνολικά, το σχόλιο αυτό δείχνει την αντίληψη ότι η εξωτερική εμφάνιση των γυναικών είναι περισσότερο σημαντική από τις ικανότητές τους και ότι η επικέντρωση στο make-up τους είναι αναμενόμενη και αποδεκτή.

Το δεύτερο (β) και τρίτο σχόλιο (γ), είναι ένα κλασικό παράδειγμα σεξισμού, καθώς για άλλη μια φορά δίνεται η έμφαση στην εξωτερική εμφάνιση της Αχτσιόγλου και υπονοούν ότι η εμφάνισή της είναι πιο σημαντική από τις απόψεις της. Αυτό αποδεικνύει μια αντικειμενική αντίληψη που υποτιμά τις γυναίκες και τις αντιμετωπίζει ως αντικείμενα, παρά ως ανθρώπους με δικαιώματα και απόψεις. Επιπλέον, το σχόλιο χρησιμοποιεί τη σεξουαλική ταύτιση της γυναίκας για να καταποντίσει την αξιοπιστία της και να την εκτιμήσει βάσει των κριτηρίων του στερεότυπου του φύλου. Το γεγονός ότι η γυναίκα φοράει μαγιό ή έχει μια συγκεκριμένη εξωτερική εμφάνιση δεν έχει καμία σχέση με την ικανότητά της να εκφράζει τις απόψεις της ή το επίπεδο της επαγγελματικής της ικανότητας. Επιπλέον, το σχόλιο αυτό αποδεικνύει την ύπαρξη μιας αντίληψης που θεωρεί ότι οι γυναίκες πρέπει να συμμορφώνονται με ένα συγκεκριμένο ιδεώδες θηλυκότητας. Στο εν λόγω σχόλιο (3), διακρίνεται και η αντιμετώπιση των γυναικών ως αντικειμένων (καθώς εργαλειοποιείται και σεξουαλικοποιείται το σώμα της) και όχι ως υποκειμένων με αυτονομία και ικανότητα να αναλαμβάνουν πολιτικές δράσεις και να διατυπώνουν ιδέες αντιστοιχεί σε σεξιστικό στερεότυπο. Το να μιλάμε για την εξωτερική εμφάνιση των γυναικών πολιτικών αντί για τις απόψεις και τις δράσεις τους αποτελεί μια απόπειρα να τις αποστερήσουμε την επαγγελματική και πολιτική τους ταυτότητα.

Αναφορικά με την απάντησή της (δ), η δήλωση αυτή αναδεικνύει την αντίδραση της στα σεξιστικά σχόλια που δέχεται για την εξωτερική της εμφάνιση. Μέσω αυτής της αντίδρασης αυτής, η πολιτικός αποκαλύπτει την παράλειψη και την έλλειψη κατανόησης απέναντι στις πολλαπλές ταυτότητες που μπορεί να έχει μια γυναίκα. Η αναφορά της σε μια "εργαζόμενη νέα μητέρα" αποκαλύπτει την πραγματικότητα, ότι οι γυναίκες αντιμετωπίζουν πρόσθετες προκλήσεις και ευθύνες, όπως η μητρότητα, που συχνά δεν αναγνωρίζονται ή δεν λαμβάνονται υπόψη στον δημόσιο χώρο ή από την άλλη πλευρά ο ρόλος αυτός την μητρότητας αποτελεί και τον μοναδικό αποδεκτό ρόλο. Αποδεικνύεται έτσι ότι ο σεξισμός στις γυναίκες

πολιτικούς δεν είναι απλώς ένα θέμα εμφάνισης, αλλά επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζονται και αξιολογούνται οι ικανότητές τους, καθώς και οι προσδοκίες που τους επιβάλλονται.

### **6.1.2 Η εκπομπή «My Style Rocks» στο ΣΚΑΙ**

Η εκπομπή "My Style Rocks" είναι μια τηλεοπτική εκπομπή μόδας που προβάλλεται σε αρκετές χώρες, στην Ελλάδα η παρουσίαση γίνεται στο κανάλι ΣΚΑΙ . Το πρόγραμμα ξεκίνησε το 2017 στο κανάλι ΣΚΑΙ και εξακολουθεί να προβάλλεται έως και σήμερα. Στην εκπομπή αυτή, διάσημες και μη προσωπικότητες ανταγωνίζονται για να δείξουν το προσωπικό τους στυλ και να κερδίσουν τον τίτλο της πιο «στιλάτης» διαγωνιζόμενης. Το πρόγραμμα συχνά περιλαμβάνει διάσημους σχεδιαστές μόδας, στυλίστες και κριτές που αξιολογούν τις εμφανίσεις των παικτριών και προσφέρουν συμβουλές για το πώς να βελτιώσουν το στυλ τους. Οι διαγωνιζόμενες προσπαθούν να εντυπωσιάσουν με την επιλογή των ρούχων τους, των αξεσουάρ και του μακιγιάζ τους.

Η εκπομπή "My Style Rocks" έχει γίνει δημοφιλής για τον διασκεδαστικό της χαρακτήρα, τις μόδες που παρουσιάζει και την αναδεικνύει νέους σχεδιαστές και τάσεις στο χώρο της μόδας. Το κοινό που παρακολουθεί την εκπομπή είναι στο μεγαλύτερο ποσοστό του γυναικείο κοινό. Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η εκπομπή έχει προκαλέσει κριτική για τον τρόπο που επικεντρώνεται κυρίως στην εξωτερική εμφάνιση και την επιδειξιμανία της μόδας προκαλώντας και πολλές φορές αρνητικά σχόλια εις βάρος των κοριτσιών.

Στο πρόγραμμα οι συμμετέχουσες αποτελούν κατεξοχήν γυναίκες κυρίως νεαρής ηλικίας. Αξιοσημείωτη ήταν η παρατήρηση των σχολίων όταν, στην φετινή σεζόν (2023), μια γυναίκα 42 ετών αποφάσισε να δηλώσει συμμετοχή στο τηλεπαιχνίδι. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η στιλιστικές επιλογές των κοριτσιών είναι το θέμα της εκπομπής. Στην παρουσία της εν λόγω κυρίας, τα σχόλια που γράφτηκαν στην πλατφόρμα του Instagram γίνονται κατά βάση από γυναίκες και αφορούν, σχεδόν αποκλειστικά, την ηλικία της.

Μερικά παραδείγματα:

α) «Αν είναι 42 εγώ πόσο πρέπει να δηλώνω; αλήθεια τώρα;»

β) «Το έχετε κάνει το σόου απαίσιο. Κάντε κάτι μη βάζετε τόση παρακμή έλεος»

γ) «Εγώ είμαι ,49 χωρίς επεμβάσεις...οπότε δε σχολιάζω... πάντως μεγάλο κόμπλεξ να μην δεχόμαστε τον χρόνο που είναι φυσιολογικό να περνάει 😊...επίσης καλο θα είναι κ για το θέμα ομορφιά να έχουμε λίγο γνώθι σε.... αυτήν..ε;;; 😊  
ισοπέδωση. ....»

δ) «Απο το καρι thn mazepsame»

ε) «Καλά δεν βλέπουν οι κριτές; Θα ντυνόταν μια γυναίκα έτσι; Λογικά τώρα;»

Τα σχόλια που παρατίθενται αποδεικνύουν ότι ο σεξισμός μπορεί να εκδηλώνεται και από τις ίδιες τις γυναίκες, καθώς φαίνεται να καταπίπτει στον αποδεκτό κοινωνικό κανόνα ότι οι γυναίκες πρέπει να παραμένουν νεαρές και όμορφες.

Αν και εκφράζονται κυρίως ατομικές εμπειρίες και αντιλήψεις, εξακολουθεί να επιβεβαιώνεται η πίεση που ασκείται στις γυναίκες να διατηρούν μια νεαρή εμφάνιση, συνήθως, χωρίς επεμβάσεις. Αυτό αποδεικνύει την ύπαρξη της κοινωνικής, αναμενόμενης, στερεότυπης ύπαρξης ρόλου των γυναικών ως αντικειμένων που πρέπει να παρουσιάζουν μια συγκεκριμένη εμφάνιση για να γίνουν αποδεκτές και να αισθάνονται αξιοπρεπείς. Τα σχόλια που αφορούν την ηλικία, αποδεικνύουν επίσης έναν ορισμένο βαθμό αυτοκριτικής στον τρόπο με τον οποίο οι γυναίκες αντιλαμβάνονται την ομορφιά και την ανάγκη να ανταποκρίνονται σε ορισμένα πρότυπα καθώς αποδίδεται μια αρνητική αξία στο γεγονός ότι ο χρόνος περνάει και οι γυναίκες γερνούν. Αυτό επιβεβαιώνει την αντίληψη ότι η νεαρή ηλικία και η εμφάνιση είναι απαραίτητες ύπαρξη της γυναίκας. Ως αποτέλεσμα, οι γυναίκες μπορεί να αισθάνονται πίεση να εμφανίζονται νεαρές και να αποφεύγουν τη φυσιολογική διαδικασία της γήρανσης.

Στα σχόλια γίνεται επίσης υπαινιγμός ότι οι κριτές δεν θα εκτιμήσουν την εμφάνιση μιας γυναίκας που είναι ντυμένη ή συμπεριφέρεται με έναν τρόπο που δεν ταιριάζει στα προκαθορισμένα γυναικεία πρότυπα. Αυτό υπονοεί ότι οι γυναίκες θα πρέπει να επιλέγουν την εμφάνισή τους με βάση τις προσδοκίες και τις απαιτήσεις των άλλων (πιθανότατα των ανδρών ή της κοινωνίας) παρά να εκφράζουν τον εαυτό τους και την προσωπικότητά τους μέσω της εμφάνισής τους. Με λίγα λόγια υπονοείται ότι υπάρχει ένας συνδετικός κρίκος μεταξύ της εμφάνισης μιας γυναίκας και της τιμής ή της αξιοπιστίας της.

Ο καταναγκασμός της ομορφιάς δεν είναι προσωπική και συνειδητή επιλογή των γυναικών αλλά διακρίνεται ως μια πρακτική γυναικείας καταπίεσης (Jeffreys, 2005). Η συνεχόμενη ομορφιά και η «μόνιμη νεότητα» είναι επίσης πεδίο καταπίεσης που δημιουργεί άγχος και ενοχή στο γυναικείο φύλο μιας και πρέπει διαρκώς να προβαίνει στην προσπάθεια της κατάκτησης του (Λεοντίδου, 2008).

Τα σεξιστικά σχόλια που προέρχονται από τις ίδιες τις γυναίκες είναι απότοκο του λεγόμενου «εσωτερικευμένου μισογυνισμού». Αυτό σημαίνει ότι στις γυναίκες, μπορεί να υπάρχει εσωτερική αποδοχή των σεξιστικών προκαταλήψεων που επιβάλλονται από την κοινωνία και τον πολιτισμό. Ο εσωτερικευμένος μισογυνισμός εδώ μπορεί να εκδηλωθεί μέσα από σχόλια, ή κριτικές που υποβαθμίζουν τη γυναικεία εμφάνιση, τις επιλογές τους ή τις επιδόσεις τους.

### **6.1.3 Η κοινότητα «ΤΣΙΛΙ ΚΑΦΕΝΕΙΟ» στο Facebook**

Το «ΤΣΙΛΙ ΚΑΦΕΝΕΙΟ», είναι μια κοινότητα που έχει δημιουργηθεί στο Facebook τα τελευταία χρόνια με παρουσία σχεδόν 100.000 μελών. Αναφορικά, στο όνομα της κοινότητας προστίθενται χαρακτηρισμοί ανάλογα με τα σύγχρονα κοινωνικά τεκταινόμενα (αυτήν την περίοδο των εκλογών η κοινότητα ονομάζεται «*ΤΣΙΛΙ ΠΡΟΕΚΛΟΓΙΚΟ ΚΑΦΕΝΕΙΟ*»). Στο παρελθόν, τα καφενεία μπορεί να ήταν περισσότερο ανδροκρατούμενοι χώροι, όπου οι άνδρες συνήθως συγκεντρώνονταν για να συζητήσουν, να παίξουν χαρτιά ή ακόμα και να πολιτικοποιηθούν. Ο όρος «καφενείο» που χρησιμοποιείται στον τίτλο της κοινότητας, υποδεικνύει πως πρόκειται για έναν χώρο στον οποίο συμμετέχουν κατεξοχήν άνδρες χρήστες.

Οι αναρτήσεις που δεσπόζουν στην κοινότητα «ΤΣΙΛΙ ΚΑΦΕΝΕΙΟ» αφορούν «ανδρικά» θέματα συζήτησης όπως αθλητικά και γυναίκες. Συγκαταλέγεται στην ανδρόσφαιρα του διαδικτύου και των κοινωνικών δικτύων. Πολλές από τις χιουμοριστικές δημοσιεύσεις των χρηστών, τονίζουν κάποιες καταστάσεις ως ανδρική αδυναμία και την παραθέτουν σαν γυναικεία. Όταν κάποιος άνδρας δείχνει να μην συμμορφώνεται με κάποια πολύ συγκεκριμένη συμπεριφορά αποκαλείται «γυναίκα».

Κάποια σχόλια, αναρτημένα στην αρχική σελίδα της ομάδας, είναι:

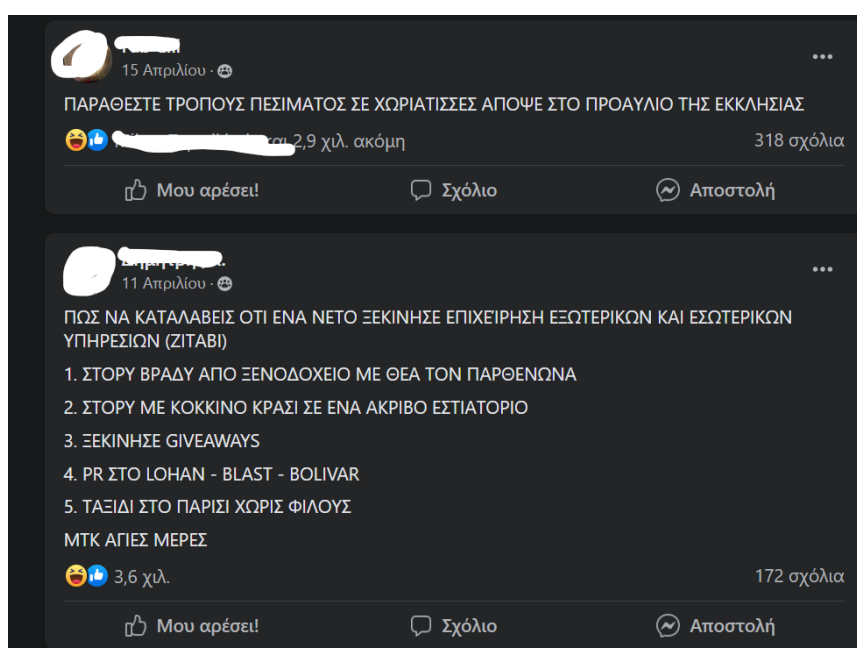
- 1) «ΑΝΤΡΑΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΑΚΟΥΕΙ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΣΤΟ ΑΜΑΞΙ = ΓΥΝΑΙΚΑ»
- 2) «ΑΝΤΡΑΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΠΙΝΕΙ FREDDO ESPRESSO ΤΟ ΧΕΙΜΩΝΑ = ΓΥΝΑΙΚΑ»
- 3) «ΑΝΤΡΑΣ ΠΟΥ ΣΙΧΑΙΝΕΤΑΙ ΤΟ ΚΟΚΟΡΕΤΣΙ = ΓΥΝΑΙΚΑ»
- 4) «ΌΣΟΙ ΠΆΝΕ ΝΑ ΚΆΝΟΥΝ ΤΩΡΑ ΤΟ ΕΜΒΌΛΙΟ ΛΌΓΩ ΤΩΝ ΝΈΩΝ ΜΈΤΡΩΝ=ΓΥΝΑΪΚΕΣ»

Ο σεξισμός είναι μια μορφή διακρίσεων ή αποκλεισμού βασισμένη στο φύλο, που οδηγεί σε ανισότητες μεταξύ ανδρών και γυναικών. Τα παραπάνω σχόλια, περιλαμβάνουν διακρίσεις με βάση το φύλο σχετικά με τις προτιμήσεις ή τις δραστηριότητες τους. Ένας άνδρας που δεν ακολουθεί συγκεκριμένες ενέργειες, κατατάσσεται σε μια γυναικεία κατηγορία, με έμφαση σε στερεότυπα και προκαταλήψεις που αποδίδουν συγκεκριμένες προτιμήσεις σε ένα συγκεκριμένο φύλο. Αυτή η προσέγγιση ενισχύει τα στερεότυπα και τις γενικεύσεις σχετικά με τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά των ανδρών και των γυναικών, αποδίδοντας συγκεκριμένες συμπεριφορές και επιλογές σε όλα τα μέλη ενός φύλου.

Τα μέλη της κοινότητας «ΤΣΙΛΙ ΚΑΦΕΝΕΙΟ» κάνουν δημοσιεύσεις που στηρίζονται σε έναν βασικό κοινό τόπο, το χιούμορ. Θέματα γύρω από τις γυναίκες αναρτώνται καθημερινά είτε με φωτογραφίες, βίντεο ή γραπτά σχόλια και «ποσταρίσματα» στην αρχική σελίδα. Τα περισσότερα ζητήματα εκφράζουν κριτική στην εμφάνιση γυναικείων προσωπικοτήτων (κατά βάση δημόσιων προσώπων), κατά πόσο τα πρόσωπα αυτά είναι θελκτικά (βάσει θεωρητικών στερεοτυπικών αντικειμενικών κριτηρίων) καθώς και προσωπικές ιστορίες των μελών από σχέσεις

τους με γυναίκες του περιβάλλοντός τους. Το χιούμορ ανάγεται σε σεξιστικό και δημιουργεί δυσδιάκριτα όρια στα μέλη ώστε να κατανοήσουν το φαινόμενο. Για την Bergmann (1986), το χιούμορ υπάρχει σε αντιδιαστολή με την υπάρχουσα πραγματικότητα. Προϋποθέτει ως αδιαμφισβήτητες, την ύπαρξη των σεξιστικών αντιλήψεων στην κοινωνία, ούτως ώστε το αστείο να γίνει κατανοητό. Συν τοις άλλοις, το χιούμορ θεωρείται ασφαλής τρόπος έκφρασης καθώς μπορεί να δικαιολογηθεί με την πρόφαση ότι δεν υποστηρίζει πραγματική άποψη ή πεποίθηση αλλά εκφέρεται για διασκεδαστικούς λόγους. Το σεξιστικό χιούμορ δεν αποτελεί μια αποδεκτή ή αναλώσιμη μορφή επικοινωνίας. Αντίθετα, μπορεί να ενισχύσει αρνητικές αντιλήψεις και δυσδιάκριτα όρια, δημιουργώντας ένα περιβάλλον όπου οι άνθρωποι αναγνωρίζουν και δικαιολογούν σεξιστικές αντιλήψεις. Η χρήση σεξιστικού χιούμορ μπορεί να είναι επιζήμια, καθώς δημιουργεί ένα περιβάλλον που εξαπολύει προσβλητικές αναφορές και αντιμετωπίζει τις γυναίκες ως αντικείμενα ή κατώτερα όντα από ένα σημαντικό μέρος της ανθρώπινης κοινωνίας, ενισχύοντας τα στερεότυπα, τις διακρίσεις και τις ανισότητες.

Παρακάτω ακολουθούν μερικά παραδείγματα από αναρτήσεις της κοινότητας:



1.



Τα μέλη της κοινότητας έχουν δημιουργήσει κωδικοποιημένες ορολογίες προκειμένου να επικοινωνούν και να αναφέρονται στις γυναίκες. Ωστόσο, συχνά χρησιμοποιούν αναγραμματισμούς ώστε να φανεί ο λόγος τους περισσότερο «ευγενικός» καθώς οι κανονισμοί της κοινότητας απαγορεύουν την χρήση ύβρων ή προσβλητικών λέξεων.

Το «NETO» είναι μια συντομογραφία που προέρχεται από την λέξη «γκομενέτο» ενώ παρακάτω η λέξη «ΖΙΤΑΒΙ» είναι αναγραμματισμός της λέξης «βίζιτα». Η συγκεκριμένη ανάρτηση δίνει μία γραμμή για το ποια είναι τα πρόδηλα στοιχεία μίας κοπέλας που εκδίδεται, κατά την δική τους κρίση. Στις πέντε αυτές παραθέσεις που δίνονται από το μέλος, παρουσιάζονται, στερεοτυπικά, δραστηριότητες οι οποίες δεν περιλαμβάνουν καμία προφανή πράξη που να επιβεβαιώνει πως μια γυναίκα δραστηριοποιείται επαγγελματικά στην πορνεία. Αναγράφονται κυρίως δραστηριότητες που εμπίπτουν σε έναν πιο ακριβό τρόπο ζωής υπονοώντας πως, κάθε γυναίκα που μπορεί να υποστηρίξει έναν ακριβό τρόπο ζωής το κάνει επειδή πληρώνεται για τις σεξουαλικές υπηρεσίες που παρέχει στους άνδρες.

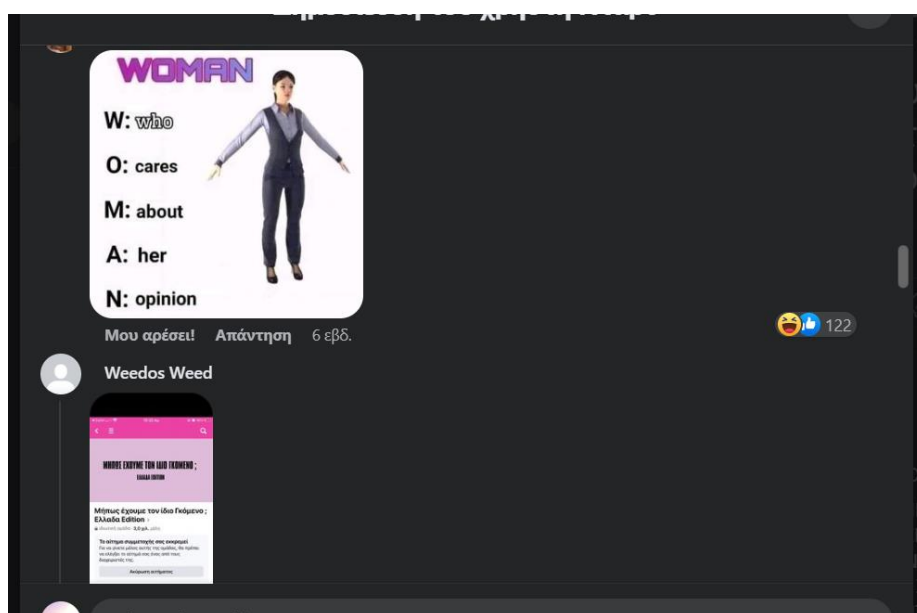
Τα σεξιστικά στερεότυπα γύρω από τις γυναίκες με χρήματα συχνά περιστρέφονται γύρω από την έννοια του «χρυσοθήρα» (γνωστή ως gold digger) ή την ιδέα ότι οι γυναίκες αποκτούν πλούτο αποκλειστικά μέσω των σχέσεων τους με άνδρες και όχι με τη δική τους αξία ή σκληρή δουλειά. Αυτά τα στερεότυπα ενισχύουν την πεποίθηση ότι οι γυναίκες δεν είναι σε θέση να κερδίσουν τον πλούτο τους ανεξάρτητα και υποδηλώνουν ότι η οικονομική τους επιτυχία είναι παράνομη ή δεν αξίζει.

Η απεικόνιση των πλούσιων γυναικών γίνεται πολλές φορές ως υλιστικές ή ρηχές, δίνοντας προτεραιότητα στα υλικά αγαθά και την εμφάνιση τους, έναντι άλλων πτυχών της ζωής. Αυτό το στερεότυπο μειώνει τις γυναίκες σε απλά αντικείμενα επιθυμίας, αδιαφορώντας για τη νοημοσύνη, τις δεξιότητες και τα επιτεύγματά τους. Επιπλέον, υπάρχει ένα στερεότυπο ότι οι γυναίκες με χρήματα εγγενώς ελέγχουν ή εξευτελίζουν, διακρινίζοντας την πεποίθηση ότι οι γυναίκες σε θέσεις οικονομικής ισχύος απειλούν τους παραδοσιακούς ρόλους των φύλων και τους κοινωνικούς κανόνες. Αυτά τα στερεότυπα όχι μόνο υπονομεύουν τα επιτεύγματα και τις ικανότητες των επιτυχημένων γυναικών αλλά συμβάλλουν

επίσης στη συνολική υποτίμηση και περιθωριοποίηση των γυναικών στην κοινωνία και στην διαιώνιση των στερεοτύπων.

Στην σημερινή ψηφιακή εποχή είναι ιδιαίτερα δημοφιλές και το στερεότυπο του «Sugar Daddy». Αυτό το στερεότυπο απεικονίζει τις γυναίκες που υποστηρίζονται οικονομικά από μεγαλύτερους, πλούσιους άνδρες ως ευκαιριακές και ενδιαφέρονται αποκλειστικά για το οικονομικό κέρδος. Διαιωνίζει την αντίληψη ότι οι γυναίκες εξαρτώνται από τους άνδρες για οικονομική ασφάλεια και ενισχύει τις ανισοροπίες μεταξύ των δύο φύλων.

Τα στερεότυπα αυτά όχι μόνο περιορίζουν τις γυναίκες σε μονοδιάστατες προσωπικότητες και καρικατούρες, αλλά υπονομεύουν επίσης τις ικανότητες, την αυτονομία και την ατομικότητά τους. Ενισχύουν τις επιβλαβείς υποθέσεις σχετικά με τα κίνητρα των γυναικών και ενισχύουν τις ανισότητες με βάση το φύλο περιορίζοντας τους ρόλους και τη συμβολή των γυναικών σε επιφανειακές ή σε «συναλλακτικές» πτυχές της ζωής.



2.

Στην κοινότητα, υπάρχουν αρκετά σχόλια που αναλύουν λογοπαιγνικά την λέξη «γυναίκα» ή «woman» αντίστοιχα. Η δήλωση «Ποιος νοιάζεται για τη γνώμη της» αντανακλά μια σεξιστική και απορριπτική στάση απέναντι στις απόψεις μιας γυναίκας. Αυτή η παρατήρηση μειώνει την αξία και τη σημασία της οπτικής της που βασίζεται αποκλειστικά στο φύλο της, διαιωνίζοντας τις διακρίσεις και τις ανισότητες λόγω φύλου. Στον πυρήνα του, αυτό το σχόλιο δείχνει την έλλειψη σεβασμού και αναγνώρισης για την αντιπροσωπεία και την αυτονομία των γυναικών. Υποδηλώνει

ότι οι απόψεις τους δεν αξίζουν να ληφθούν υπόψη ή είναι εγγενώς λιγότερο πολύτιμες από αυτές των ανδρών. Παραβλέποντας τη γνώμη μιας γυναίκας αποκλειστικά με βάση το φύλο της, ενισχύει το επιβλαβές στερεότυπο ότι οι φωνές των γυναικών είναι ασήμαντες.

Αυτός ο τύπος σεξισμού υπονομεύει τις αρχές της ισότητας των φύλων και ενισχύει τη δυναμική εξουσίας που ευνοεί τους άνδρες έναντι των γυναικών. Διαιωνίζει την περιθωριοποίηση των γυναικών στον δημόσιο λόγο, στερώντας τους μια θέση στο τραπέζι και εμποδίζοντας την ικανότητά τους να συμμετέχουν πλήρως στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων. Τέτοιες απορριπτικές συμπεριφορές έχουν συνέπειες στον πραγματικό κόσμο, καθώς συμβάλλουν στη φίμωση και τον αποκλεισμό των γυναικών από σημαντικές συζητήσεις και στη διαιώνιση της ανισότητας των φύλων. Είναι ζωτικής σημασίας να αμφισβητηθούν και να καταργηθούν αυτές οι σεξιστικές πεποιθήσεις. Στον πραγματικό κόσμο η προώθηση της ισότητας των φύλων περιλαμβάνει τη δημιουργία χώρων όπου όλες οι φωνές ακούγονται, σέβονται και εκτιμώνται, ανεξαρτήτως φύλου. Αυτό απαιτεί την αναγνώριση της εγγενούς αξίας της γνώμης κάθε ατόμου και την αναγνώριση της ανάγκης για ισότιμη και χωρίς αποκλεισμούς συμμετοχή σε όλες τις πτυχές της δημόσιας ζωής.

Για την Ging (2019), ο σύγχρονος δυνητικός χώρος έχει καταφέρει να διασφαλίσει την ανάδυση νέων προτύπων υβριδικών μορφών αρρενωπότητας. Το διαδίκτυο παρέχει την ευκολία για την εξάπλωση των αντιφεμινιστικών και μισογυνίστικων ιδεών.

#### **6.1.4 Η σελίδα «Όχι Δεν Είσαι Μισογύνης» στο Facebook**

Η σελίδα «Όχι Δεν Είσαι Μισογύνης» στο Facebook δημιουργήθηκε το 2020 ως σελίδα απάντηση στην κοινότητα «Ναι, είσαι μισογύνης». Η εν λόγω σελίδα έχει 4.900 ακόλουθους (κυρίως άνδρες) και 3.900 « Μου αρέσει».

Η περιγραφή της ιστοσελίδας του αναφέρει για την δημιουργία της ότι:

«Η σελίδα είναι ένα καταφύγιο από την αφόρητη γκρίνια του φεμινισμού και την ενοχική ατζέντα του. Οποιοδήποτε σχόλιο δεν αφορά συζήτηση και επιχειρηματολογία για τα άρθρα και στοχεύει σε λεκτική βία, κακοποίηση, βρισιές και υποθέσεις για το ποιόν των μελών θα διαγράφεται. Οποιοδήποτε σχόλιο αγνοεί την μέθοδο της επιχειρηματολογίας, βασίζεται και αναλώνεται σε φεμινιστικούς νεολογισμούς και αναπόδεικτη φεμινιστική θεωρία θα διαγράφεται. Το τρομοκρατικό κλίμα που έχετε δημιουργήσει ώστε κανείς να μην τολμά να σχολιάζει τις ανοησίες σας, δεν έχει χώρο εδώ.»<sup>2</sup>

Ο σεξισμός αναλύεται σε δύο βασικές θεωρίες. Στην πρώτη θεωρία αναφέρεται σε στερεότυπα, προκαταλήψεις και διακρίσεις με βάση το φύλο ενός ατόμου ενώ στην δεύτερη θεωρείται ένα κοινωνικό φαινόμενο που βασίζεται στην ύπαρξη της πατριαρχίας (Λιότζης, 2021).

Οι δημοσιεύσεις που αναρτώνται στοχεύουν στην αντεπίθεση φεμινιστικών δραστηριοτήτων. Τίθενται σχόλια που αφορούν δημοσιεύσεις άρθρων, κοινωνικών φεμινιστικών κινημάτων, συνεντεύξεων και μιας μεγάλης ποικιλίας δράσεων υπέρ της ισότητας και των δικαιωμάτων των γυναικών.

---

<sup>2</sup> Από την ιστοσελίδα odem.gr

Μερικά παραδείγματα εκφοράς σεξισμού από την εν λόγω σελίδα:



Στην πρόταση "Μην αντικειμενοποιείτε τη γυναίκα" το αντικείμενο είναι η λέξη "γυναίκα." Η ειρωνεία στην συγκεκριμένη δημοσίευση είναι καταφανής.

Αυτή η πρόταση προβαίνει σε μια έκκληση ή συμβουλή για να μην αντιμετωπίζουμε τις γυναίκες ως αντικείμενα. Στην δημόσια σφαίρα, τις περισσότερες φορές γίνεται λόγος για αντικειμενοποίηση της γυναίκας και του σώματός της σε αντικείμενο σεξουαλικής εκμετάλλευσης. Γίνεται λόγος επίσης, για μια κριτική αναφορικά με τον διάλογο περί «σεξουαλικοποίησης και πορνογραφικοποίησης της κουλτούρας» (Λιότζης, 2015).

Η αντικειμενοποίηση στην διαφήμιση είναι αξιόλογο παράδειγμα του φαινομένου. Η γυναικεία εικόνα προβάλλεται συνήθως ως μια διακοσμητική παρουσία καθώς πολλές φορές ποζάρουν πάνω σε αντικείμενα (άσχετα με το γυναικείο σώμα) παρουσιάζονται ως συμπληρωματικές παρουσίες σε εκπομπές και «διακοσμούν» χώρους χάρις της ωραίας τους εξωτερικής εμφάνισης. Η αντικειμενοποίηση των γυναικών είναι μια μορφή διάκρισης και καταπίεσης. Η αξία των γυναικών μειώνεται σε αντικείμενα που χρησιμοποιούνται για την ικανοποίηση

των αναγκών ή των επιθυμιών άλλων ανθρώπων, ανεξαρτήτως της θέλησής τους, ενώ συμβάλλει στην αναπαραγωγή της έμφυλης ανισορροπίας.

Η αντικειμενοποίηση των γυναικών έχει τις ρίζες της στον σεξισμό και τον μισογυνισμό. Η αντικειμενοποίηση μειώνει τις γυναίκες σε απλά αντικείμενα σεξουαλικής επιθυμίας, αδιαφορώντας για την εξουσία, την αυτονομία και την ανθρωπιά τους και αποκαλύπτει καταστροφικές επιπτώσεις στην αυτοεκτίμηση, την αξιοπρέπεια και τη συνολική ευημερία των γυναικών. Ο σεξισμός, ως σύστημα πεποιθήσεων και πρακτικών που απαξιώνει και κάνει διακρίσεις σε βάρος ατόμων με βάση το φύλο τους, παίζει σημαντικό ρόλο στην αντικειμενοποίηση των γυναικών. Ενισχύει την αντίληψη ότι η πρωταρχική αξία των γυναικών έγκειται στη φυσική τους εμφάνιση και τη σεξουαλική τους έλξη, μειώνοντάς τες σε παθητικά αντικείμενα ανδρικού βλέμματος και επιθυμίας. Αυτή η απανθρωποποίηση αναιρεί από τις γυναίκες την πολυπλοκότητα, την ευφυΐα και την ατομικότητά τους.

# ΕΙΣΑΙ ΜΙΣΟΓΥΝΗΣ

ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2021



**ΓΑΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ**  
ΚΑΙ ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΤΑ ΧΡΕΙΑΖΕΣΑΙ

**ΜΠΟΥΡΚΑ ΚΑΙ ΝΥΦΙΚΟ**  
ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΑΝΤΡΙΚΟ ΒΛΕΜΑ Η ΥΠΟΤΑΓΗ ΣΕ ΑΥΤΟ;

**ΔΙΑΖΥΓΙΟ**  
ΜΙΑ ΑΛΛΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

**ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΔΙΚΑΙΟ**  
ΠΩΣ Η ΠΑΤΡΙΑΡΧΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΕ ΝΟΜΟΥΣ ΠΟΥ ΕΥΝΟΟΥΝ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΤΙΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ

**ΑΠΙΣΤΙΑ**  
ΟΛΟΙ ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΜΙΑ ΓΥΝΑΙΚΑ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΣΕΕ ΜΕ ΑΛΛΟΥΣ ΑΝΤΡΕΣ ΧΩΡΙΣ ΝΤΡΟΠΗ

**ΠΑΙΔΙΑ**  
Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΩΣ ΒΡΕΦΟΜΗΧΑΝΗ ΤΟΥ ΕΘΝΟΥΣ

**ΣΥΝΕΠΙΜΕΛΕΙΑ**  
ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΑΝΗΚΟΥΝ ΣΤΗΝ ΜΗΤΕΡΑ

**ΑΝΑΤΡΟΦΗ ΠΑΙΔΙΩΝ**  
ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΑΝΗΚΟΥΝ ΣΤΟΝ ΠΑΤΕΡΑ

**ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΥΛΟ**  
ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΔΕΝ ΑΝΗΚΟΥΝ ΣΕ ΚΑΝΕΝΑΝ

**ΕΡΕΥΝΑ**  
ΓΙΑΤΙ ΟΛΕΣ ΟΙ ΕΝΤΑΣΕΙΣ, ΟΙ ΔΙΑΦΟΝΙΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΚΑΥΓΑΛΕΣ ΣΕ ΕΝΑ ΖΕΥΓΑΡΙ ΑΠΟΤΕΛΟΥΝ ΒΙΑ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ

**ΠΑΤΡΙΑΡΧΙΑ**  
ΘΑ ΠΑΝΤΡΕΥΤΕΙΣ ΤΟΝ ΚΑΤΑΠΙΣΤΗ ΣΟΥ;

1.

# ΕΙΣΑΙ ΜΙΣΟΓΥΝΗΣ

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2021



**ΑΦΙΕΡΟΜΑ ΘΡΗΣΚΕΙΑ**  
ΕΙΣΑΙ ΜΙΑ ΘΕΑ!

**ΧΩΡΟΙ ΛΑΤΡΕΙΑΣ**  
ΠΟΣΟ ΑΣΦΑΛΕΙΣ ΕΙΝΑΙ ΓΙΑ ΤΙΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ;

**ΧΡΙΣΤΙΑΝΙΣΜΟΣ**  
ΜΙΑ ΣΥΛΛΑΜΟΦΟΒΙΚΗ ΘΡΗΣΚΕΙΑ;

**ΠΑΤΕΡΑΣ ΠΙΟΣ ΚΑΙ ΑΓΙΟ ΠΝΕΥΜΑ**  
ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ Η ΠΑΤΡΙΑΡΧΙΚΗ ΕΠΙΒΟΛΗ;

**ΑΓΙΟ ΟΡΟΣ**  
ΤΟ ΜΕΡΟΣ ΠΟΥ ΟΛΑ ΤΑ ΝΕΑΡΑ ΚΟΡΙΤΣΙΑ ΘΕΛΟΥΝ ΝΑ ΠΑΝΕ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΞΟΔΟ ΣΤΟ ΜΠΟΥΡΝΑΖΙ ΑΛΛΑ ΔΕΝ ΤΟΥΣ ΤΟ ΕΠΙΤΡΕΠΕΙ Η ΠΑΤΡΙΑΡΧΙΑ

**ΠΑΝΑΓΙΑ**  
ΤΟ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟ ΘΥΜΑ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΤΑΥΡΩΣΗ

**ΜΠΟΥΡΚΑ**  
ΕΝΑ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΛΟ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗΣ

**ΝΗΣΤΕΙΑ**  
ΕΝΑ ΜΑΖΙΚΟ ΦΑΓ ΣΕΜΙΝΑΡΙ

**ΕΡΕΥΝΑ**  
Ο ΣΥΝΥΠΟΛΟΠΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΤΥΡΙΟΥ ΤΩΝ ΟΣΙΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΙΣ ΓΥΝΑΙΚΟΚΤΟΝΙΕΣ

**ΔΩΡΟ!**  
ΑΡΩΜΑΤΙΚΟ ΚΕΡΑΚΙ ΤΗΣ ΟΣΙΑΣ ΜΠΙΣΚΟΝΕΣΣ



# ΕΙΣΑΙ ΜΙΣΟΓΥΝΗΣ

ΜΑΡΤΙΟΣ 2022

## ΑΦΕΡΩΜΑ

ΓΥΝΑΙΚΕΣ,  
ΤΑ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ  
ΘΥΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ

## INSTAGRAM

ΠΩΣ ΘΑ ΠΡΟΒΛΕΠΕ  
ΤΟ ΞΕ ΑΠΛ ΣΑΣ  
ΕΝ ΚΑΙΡΩ ΠΟΛΕΜΟΥ

## ΜΙΣΟΓΥΝΙΣΜΟΣ

ΑΜΕΠΡΗΠΕΣ  
ΠΡΟΣΦΥΓΗΣΕΣ  
ΠΟΛΕΜΟΥ ΠΟΥ  
ΦΥΓΑΔΕΥΟΝΤΑΙ  
ΒΙΩΝΟΥΝ ΤΟ ΜΙΣΟΣ  
ΠΟΥ ΕΧΕΙ  
ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΣΕΙ Η  
ΠΑΤΡΙΑΡΧΙΑ ΓΙΑ  
ΤΙΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ

## ΕΜΦΥΛΗ ΚΑΤΑΠΙΕΣΗ

ΟΤΑΝ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ  
ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΤΟ  
ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΝΑ ΠΑΡΟΥΝ  
ΜΑΖΙ ΤΟΥΣ ΣΥΝΤΡΟΦΟΥΣ  
ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΞΟΔΟ  
ΑΠΟ ΤΗΝ ΧΩΡΑ

## ΓΥΝΑΙΚΟΚΤΟΝΙΕΣ

ΟΙ ΘΑΝΑΤΟΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ  
ΣΤΟΝ ΠΟΛΕΜΟ ΩΣ  
ΕΚΦΡΑΣΗ ΤΟΥ ΜΙΣΟΥΣ  
ΠΟΥ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙ Η  
ΠΑΤΡΙΑΡΧΙΑ ΓΙΑ  
ΤΙΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ

## ΗΡΟΙΣΜΟΣ

Η ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥ  
ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΥ  
ΘΑΡΡΟΥΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ,  
ΣΚΥΛΙΩΝ, ΓΑΤΩΝ,  
ΚΑΝΑΡΙΝΙΩΝ ΚΑΙ  
ΧΡΥΣΟΦΑΡΩΝ ΠΟΥ  
ΦΥΓΑΔΕΥΟΝΤΑΙ ΑΠΟ  
ΤΗΝ ΕΜΠΟΛΕΜΗ ΖΩΝΗ

## WAGE GAP

ΟΤΑΝ ΟΙ ΠΡΟΣΦΥΓΗΣΕΣ  
ΠΛΗΡΩΝΟΝΤΑΙ 0,5 ΣΕΝΤ  
ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΛΙΓΟΤΕΡΟ  
ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΑΝΤΡΕΣ  
ΠΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥΝ

## ΔΩΡΟ

ΕΝΑ ΝΕΡΟΠΙΣΤΟΛΟ  
ΓΙΑ ΕΠΑΝΑΣΤΑΤΙΚΕΣ  
ΦΩΤΟΓΡΑΦΗΣΕΙΣ  
ΜΕ ΜΙΛΙΤΕΡ



Οι παραπάνω δημοσιεύσεις είναι δημιουργία του διαχειριστή οπού παραθέτει την «έκδοση» (παρόμοια με αυτήν ενός γυναικείου περιοδικού) μιας σειράς από αναρτήσεις με συγκεκριμένη θεματολογία. Παρουσιάζει τα εξώφυλλα περιοδικών με όλα τα μείζονα θέματα που προβληματίζουν τον φεμινιστικό κύκλο. Ο ειρωνικός τόνος και τα σχόλια των ακολούθων καταδεικνύουν δυσφορία απέναντι στη ζητήματα του φεμινιστικού κινήματος και των φεμινιστριών.

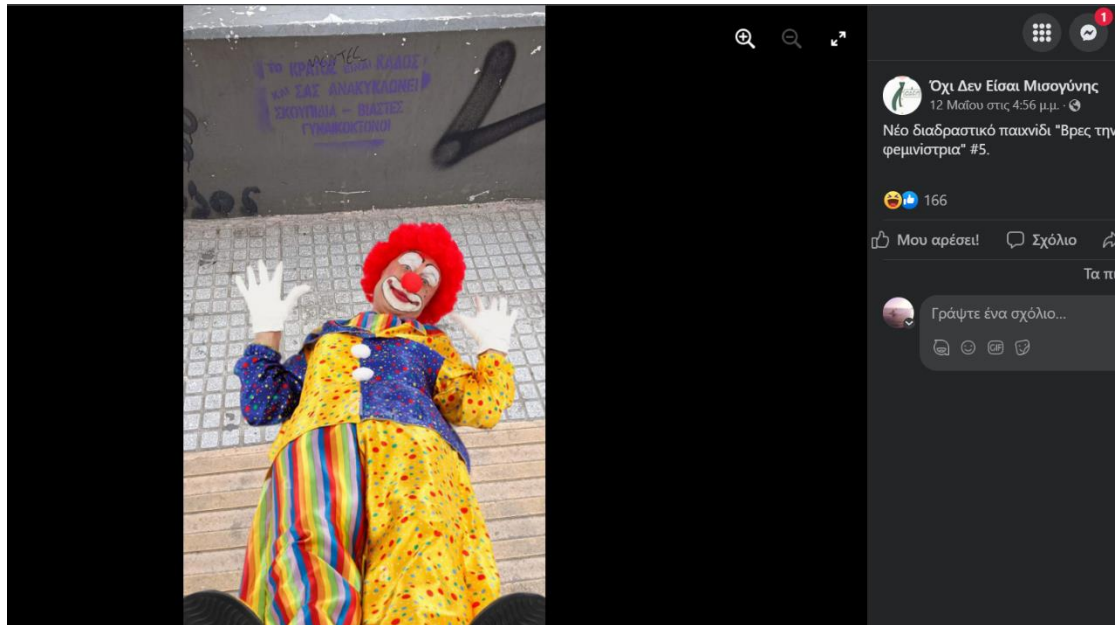
Όλοι οι τίτλοι που έχουν γραφτεί στα «χιουμοριστικά» περιοδικά υποδηλώνουν την δυσφορία και την αγανάκτηση των μελών της σελίδας. Το κοινό που ακολουθεί και συμμετέχει θετικά στην σελίδα, φαίνεται να εκφράζει τα αισθήματα του μέσα από τις καυστικές αυτές προτάσεις. Ο τρόπος με τον οποίον έχουν γραφτεί παρομοιάζεται με απαντήσεις που θα δίνονταν στους πραγματικούς τίτλους και τις θεματικές των εξωφύλλων των γυναικείων περιοδικών. Αγγίζονται θέματα που αφορούν όλες τις πτυχές της ζωής και τους προβληματισμούς του γυναικείου φύλου.



Ανατρέχοντας στο θεωρητικό πλαίσιο, στις παραπάνω δημοσιεύσεις επιβεβαιώνεται το γεγονός πως οι άνδρες «αντι-φεμινιστές» επιλέγουν τελικά να διαμαρτυρηθούν για τα συναισθήματά τους, περισσότερο από το να εστιάσουν στην στρατηγική για την ανάληψη των δικαιωμάτων τους. Ο μισογυνισμός προωθείται μέσα από την ρητορική μίσους και λειτουργεί αντιθετικά της υποστήριξης του φεμινιστικού κινήματος και θέσεων.

2.





Ακόμα ένα παράδειγμα ανάστροφου σεξισμού από την σελίδα είναι η δημιουργία μίας σειράς δημοσιεύσεων που την ονομάζει ο διαχειριστής ως «Βρες την φεμινίστρια». Η παρομοίωση με τους κλόουν είναι μια υποτιμητική και σεξιστική παρατήρηση που υπονομεύει και υποτιμά άτομα που προσδιορίζονται ως φεμινίστριες και υποστηρίζουν την ισότητα των φύλων.

Η έννοια "κλόουν" αποτελεί έναν όρο που περιγράφει κυρίως επαγγελματίες κωμικούς διασκεδαστές που φορούν πολύχρωμα ρούχα και κάνουν αστεία πράγματα για να διασκεδάσουν το κοινό τους. Σε αυτό το πλαίσιο, η λέξη "κλόουν" χρησιμοποιείται για να περιγράψει κάποιον που είναι αστείος ή παράξενος. Αναλύοντας μέσα από το πρίσμα του σεξισμού αποκαλύπτεται η διαιώνιση των στερεοτύπων του φύλου και η απόρριψη των φεμινιστικών προοπτικών και προσπαθειών. Αυτή η παρατήρηση ενισχύει την ιδέα ότι ο φεμινισμός είναι τετριμμένος, γελοίος ή ανάξιος σοβαρής εξέτασης. Προσπαθεί να μειώσει την αξιοπιστία και τη σημασία του φεμινιστικού ακτιβισμού και την επιδίωξη της δικαιοσύνης των φύλων. Χρησιμοποιώντας τη λέξη "κλόουν" δείχνουν ότι προσπαθούν να αποποιηθούν τη σοβαρότητα και τη σημαντικότητα των απόψεων και των αγώνων των φεμινιστριών και προβάλλεται ένα αναποδογυρισμένο και προκατειλημμένο πλαίσιο που απορρίπτει την ισότητα των φύλων και την κοινωνική δικαιοσύνη.

Στις συγκεκριμένες φωτογραφίες, παρατηρείται και το φαινόμενο του gendertrolling που αναφέρθηκε και στο θεωρητικό πλαίσιο. Η Massanari (2017),

θίγοντας το θέμα του gendertrolling στο διαδίκτυο, χαρακτηρίζει τις εν λόγω αντιδράσεις ως « τοξικές τεχνοπολιτισμικές κοινότητες» (toxic technocultures). Τα μέλη μιας τέτοιας κοινότητας θεωρούν πως έχουν την δύναμη μέσα από την ψηφιακή κοινότητα, να εκφράσουν την δυσαρέσκειά τους και να επιφέρουν αλλαγή στα ζητήματα με τα οποία αντιτίθενται.

Όπως αναφέρει και η Mantilla (2013), το gendertrolling είναι ένα καινούργιο είδος, επιθετικού σχεδόν, φαινομένου στον ψηφιακό χώρο. Χρησιμοποιείται για να διασκεδάσει, υποδηλώνοντας στην πραγματικότητα πεποιθήσεις και απόψεις των ατόμων που «τρολλάρουν».

## Συζήτηση

Αυτή η εργασία ξεκίνησε με αφορμή να απαντηθούν δύο ερωτήματα. Υπάρχει σεξισμός στα κοινωνικά δίκτυα κι αν υπάρχει με ποιόν τρόπο εκφέρεται.

Για τις έννοιες κοινωνικά δίκτυα, ρητορική μίσους και σεξισμός έχουν γραφτεί διάφορα. Η ανάδυση τους στον επιστημονικό και μη κόσμο, είναι σχετικά πρόσφατη.

Η επικοινωνία είναι η διαδικασία ανταλλαγής πληροφοριών, ιδεών, σκέψεων και συναισθημάτων μεταξύ ατόμων ή ομάδων. Είναι μια θεμελιώδης πτυχή της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης και διαδραματίζει ζωτικό ρόλο σε διάφορες πτυχές της ζωής, συμπεριλαμβανομένων των προσωπικών και επαγγελματικών σχέσεων, των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων αλλά και των πολιτιστικών ανταλλαγών. Στην σημερινή ψηφιακή εποχή, η τεχνολογία έχει μεταμορφώσει την επικοινωνία παρέχοντας νέες πλατφόρμες και κανάλια αλληλεπίδρασης. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η ανταλλαγή άμεσων μηνυμάτων και πρόσφατα η τηλεδιάσκεψη έχουν διευρύνει τις ευκαιρίες για σύνδεση με άλλους ανθρώπους σε μακρινές αποστάσεις και διαφορετικούς πολιτισμούς.

Οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media), έχουν γίνει ισχυρά εργαλεία επικοινωνίας, ανταλλαγής πληροφοριών και οικοδόμησης ομάδων και ψηφιακών κοινοτήτων. Θεμελιώδη χαρακτηριστικά της επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ο δημόσιος και προσιτός χαρακτήρας της. Οι χρήστες μπορούν να δημοσιεύουν μηνύματα, φωτογραφίες, βίντεο και συνδέσμους που μπορούν να προβληθούν, να σχολιαστούν και να μοιραστούν μέσα σε ένα ευρύ κοινό. Αυτό επιτρέπει τη διάδοση πληροφοριών και το σχηματισμό εικονικών κοινοτήτων γύρω από κοινά ενδιαφέροντα. Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν την δύναμη να συνδέουν τους ανθρώπους και να διευκολύνουν την κοινωνική συνδιαλλαγή. Αξιοποιώντας τις πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης υπεύθυνα και προσεκτικά, τα άτομα μπορούν να συμβάλουν σε ουσιαστικές συνομιλίες, να δημιουργήσουν σχέσεις και να δημιουργήσουν θετικές διαδικτυακές εμπειρίες. Ωστόσο, παρέχουν επίσης έναν χώρο όπου η ρητορική μίσους και ο σεξισμός μπορούν να διανθίσουν. Η ανωνυμία και η απόσταση που προσφέρουν οι διαδικτυακές αλληλεπιδράσεις μπορούν να ενθαρρύνουν τα άτομα να εκφράσουν

σεξιστικές πεποιθήσεις, να εμπλακούν σε εκφράσεις υποτιμητικής γλώσσας και να δαιωνίσουν επιβλαβή στερεότυπα.

Για να μπορέσουμε να δώσουμε έναν ακριβή οριοθετημένο χώρο στην επεξήγηση του σεξιστικού φαινομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πρέπει πρώτα να προσεγγίσουμε την έννοια του φύλου και από τις δύο πλευρές. Το φύλο κατέχει δύο διακριτές αλλά αλληλένδετες έννοιες που σχετίζονται με την ανθρώπινη ταυτότητα και βιολογία. Ενώ το φύλο είναι συνήθως δυαδικό (αρσενικό ή θηλυκό) με βάση βιολογικούς παράγοντες, το κοινωνικό φύλο είναι πιο ρευστό και αναφέρεται στην αίσθηση και την συνειδητοποίηση του ατόμου για το φύλο του, το οποίο μπορεί να ευθυγραμμίζεται ή να μην ευθυγραμμίζεται με εκείνο που του έχει ανατεθεί κατά τη γέννηση (βιολογικό φύλο). Το *κοινωνικό φύλο*, αναφέρεται στους κοινωνικούς και πολιτιστικούς ρόλους, τις συμπεριφορές, τις προσδοκίες και τις ταυτότητες που σχετίζονται με το να είσαι άνδρας ή γυναίκα. Περιλαμβάνει τους ρόλους και τους κανόνες που αποδίδει η κοινωνία στα άτομα με βάση το φύλο τους. Το κοινωνικό φύλο είναι μια κοινωνική κατασκευή που ποικίλλει μεταξύ των πολιτισμών και των χρονικών περιόδων και επηρεάζεται από παράγοντες όπως η κοινωνικοποίηση, η εκπαίδευση, τα μέσα ενημέρωσης και οι κοινωνικοί κανόνες.

Η σεξιστική ρητορική μίσους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παίρνει διάφορες μορφές, συμπεριλαμβανομένων υποτιμητικών σχολίων, απειλών, παρενόχλησης και διάδοσης σεξιστικού περιεχομένου, όπως εξευτελιστικών εικόνων ή βίντεο. Οι γυναίκες, ειδικά εκείνες που βρίσκονται σε δημόσιες θέσεις και προβάλλονται στην δημόσια σφαίρα, ή εκείνες που εκφράζουν ισχυρές απόψεις, συχνά φέρουν το βάρος τέτοιων επιθέσεων. Αυτό δημιουργεί ένα εχθρικό και επικριτικό διαδικτυακό περιβάλλον που υπονομεύει τη συμμετοχή τους στα κοινά, φιμώνει τη φωνή τους και ενισχύει την ανισότητα μεταξύ των φύλων. Ο σεξιστικός λόγος στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι επιβλαβής σε πολλά επίπεδα. Έχει προσωπικό αντίκτυπο στα άτομα που στοχοποιούνται, οδηγώντας σε συναισθηματική δυσφορία, άγχος και αίσθημα ανασφάλειας. Έχει επίσης ευρύτερες κοινωνικές επιπτώσεις, καθώς ενισχύει τους επιβλαβείς κανόνες φύλου και δαιωνίζει τις διακρίσεις κατά των γυναικών. Η ομαλοποίηση της σεξιστικής γλώσσας και συμπεριφοράς στο διαδίκτυο μπορεί να συμβάλει σε μια κουλτούρα που

ανέχεται και εξομαλύνει τον σεξισμό και σε χώρους εντός και πολλές φορές και εκτός σύνδεσης.

## **Συμπεράσματα**

Ο σεξισμός, όπως έχουμε ήδη αναφέρει, θεωρείται μια μορφή διάκρισης και προκατάληψης με βάση το φύλο. Βαθιά ριζωμένος κοινωνικά σε κανόνες και συμπεριφορές που διαιωνίζουν την ανισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών. Όταν ο σεξισμός εκφράζεται ως ρητορική μίσους, υπερβαίνει την απλή άγνοια ή μεροληψία και γίνεται επιβλαβές εργαλείο καταπίεσης. Η ρητορική μίσους, γενικά, αναφέρεται σε οποιαδήποτε επικοινωνία προωθεί τη βία, τις διακρίσεις ή την εχθρότητα κατά ατόμων ή ομάδων με βάση τα χαρακτηριστικά ή την ταυτότητά τους.

Ο σεξισμός ως ρητορική μίσους διαιωνίζει επιβλαβή στερεότυπα, ενισχύει τις ανισορροπίες εξουσίας και δημιουργεί ένα περιβάλλον φόβου, περιθωριοποίησης και αποκλεισμού. Περιλαμβάνει υποτιμητικά σχόλια, προσβλητικά αστεία, εξευτελιστική γλώσσα, αντικειμενοποίηση και προώθηση επιβλαβών ιδεολογιών που υπονομεύουν την αξία και την αξιοπρέπεια των ατόμων αποκλειστικά με βάση το φύλο τους.

Στοχεύοντας γυναίκες ή άλλα περιθωριοποιημένα φύλα, η σεξιστική ρητορική μίσους συμβάλλει σε μια κουλτούρα μισογυνισμού, όπου οι γυναίκες θεωρούνται κατώτερες, υποτακτικές ή απλά «αντικείμενα» επιθυμίας. Υποτιμά σε όλα τα επίπεδα και εν τω βάθει τις συνεισφορές τους, απορρίπτει τις ικανότητές τους και περιορίζει τις ευκαιρίες τους. Επιπλέον, δεν επηρεάζει μόνο άτομα που στοχεύουν άμεσα, αλλά έχει επίσης ευρύτερο αντίκτυπο διαιωνίζοντας επιβλαβείς κανόνες φύλου, περιορίζοντας τις φιλοδοξίες και ενισχύοντας τη βία με βάση το φύλο.

Η σεξιστική ρητορική μίσους έχει σοβαρές συνέπειες για τα άτομα και την κοινωνία στο σύνολό της. Προωθεί ένα περιβάλλον που εξομαλύνει τις διακρίσεις, καθιστώντας πιο δύσκολη την επίτευξη της ισότητας των φύλων και της κοινωνικής δικαιοσύνης. Υπονομεύει τις προσπάθειες για τη δημιουργία κοινοτήτων χωρίς αποκλεισμούς και εμποδίζει την πρόοδο σε τομείς όπως η εκπαίδευση, η

απασχόληση και η πολιτική εκπροσώπηση. Συμβάλλει επίσης σε μια κουλτούρα φόβου και εκφοβισμού, φιμώνοντας όσους μπορεί να διστάζουν να μιλήσουν ή να αμφισβητήσουν το status quo.

Από την έρευνα μας παρατηρήσαμε ότι τα σεξιστικά και μισογυνιστικά σχόλια στις πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι πολύ συνηθισμένα. Τα περισσότερα σχόλια δίνουν βάση στην εξωτερική εμφάνιση των γυναικών. Οι γυναίκες οφείλουν να συμμορφώνονται με τα στερεότυπα που τις θέλουν να είναι εμφανίσιμες, παντοτινά νέες και αψεγάδιαστες σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής τους. Υφίσταται καθημερινά η κοινωνική πίεση ώστε οι γυναίκες να πληρούν ορισμένα πρότυπα ομορφιάς και να προσαρμόζονται σε συγκεκριμένες εικόνες ή πρότυπα που επιβάλλονται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τη βιομηχανία της μόδας, την ψυχαγωγία και την κοινωνία γενικότερα. Σαν φαινόμενο, διαφαίνεται καθαρά στα κοινωνικά δίκτυα και στα σχόλια που γράφουν οι χρήστες καθημερινά είτε είναι άνδρες είτε είναι γυναίκες. Για τον κόσμο, δεν έχει σημασία ο ρόλος ή ο τίτλος που φέρει μία γυναίκα στην δημόσια σφαίρα αφού συνήθως κρίνεται με πρωτεύον χαρακτηριστικό το φύλο της.

Το φεμινιστικό κίνημα έχει καταφέρει να κερδίσει πολλά υπερ των γυναικών (και σε δεύτερο χρόνο υπερ των ανδρών). Ωστόσο έχει καθιερωθεί κι ένα νέο ξέσπασμα από το ανδρικό φύλο, που θεωρεί ότι βρίσκεται σε επικίνδυνη θέση με την καθημερινή διεκδίκηση των δικαιωμάτων τους, στο οποίο προβαίνουν οι γυναίκες. Έτσι βρισκόμαστε πλέον στο φάσμα που ο σεξισμός έχει κάνει στροφή στον ανάστροφο σεξισμό. Η απογοήτευση κάποιων εκπροσώπων του ανδρικού φύλου, τους έχει οδηγήσει στην έκφραση της δυσαρέσκειας τους, μέσα στον χώρο των κοινωνικών δικτύων. Η δημιουργία σελίδων και κοινοτήτων ανδρικού περιεχομένου δίνει βήμα στους χρήστες να αναπαράγουν και να προβάλλουν σεξιστικό περιεχόμενο μέσα από το οποίο θα διακωμωδούν το γυναικείο φύλο και το φεμινιστικό κίνημα συνολικά θεωρώντας πως είναι μακριά από τα να θεωρηθούν και οι ίδιοι σεξιστές και πως εν τέλει δεν διαπράττουν κάτι επικίνδυνο.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνόγλωσση

Αθανασιάδου, Χ. (2002). *Νέες γυναίκες με πανεπιστημιακή μόρφωση και η συμφιλίωση της ιδιωτικής και της δημόσιας σφαίρας στο σχεδιασμό της ενήλικης ζωής* (Διδακτορική διατριβή). Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ). (Σχολή Φιλοσοφική. Τμήμα Ψυχολογίας).

ΑΡΑΟΥΖΟΥ, Κ. Έμφυλες ταυτότητες και σεξισμός μέσω της Trap κουλτούρας. Κριτική ανάλυση λόγου και διδακτική πρόταση στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. (Διπλωματική εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

Γιουμούκης, Δ. Ε. (2020). Ρητορική μίσους (hate speech). Αντιλήψεις και στάσεις δημόσιων λειτουργών: μία έρευνα στο δημόσιο τομέα. (Διπλωματική εργασία). Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα

Κυρίτση, Η., (2020). *Γυναικείες Ταυτότητες και Σεξ Διαφημίσεις Κοινωνικών Μέσων ( Facebook , Instagram , YouTube )*. (Διπλωματική εργασία). Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη

Λιότζης, Β., (2021), *Σεξισμός Προσεγγίζοντας την επίμαχη αμφιθυμία*. Αθήνα: future

Μπουκάλα, Σ., & Στάμου, Α., (Επιμ.). (2020). Κριτική Ανάλυση Λόγου: (Απο)δομώντας την Ελληνική Πραγματικότητα. Νήσος.

### Ξενόγλωσση

Baker, E. (2008). Hate speech. *Public Law Research Paper*, (08-09).

Barratt, S. A. (2018). Reinforcing sexism and misogyny: Social media, symbolic violence and the construction of femininity-as-fail. *Journal of International Women's Studies*, 19(3), 16-31.



- Bennet, A. (2015). *Social Media: Global Perspectives, Applications and Benefits and Dangers*. Novinka.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brass, D. J., Butterfield, K. D., & Skaggs, B. C. (1998). Relationships and unethical behavior: A social network perspective. *Academy of management review*, 23(1), 14-31.
- Bryman, A. (2017). Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας. Αθήνα: Gutenberg.
- Caers, R., De Feyter, T., De Couck, M., Stough, T., Vigna, C., & Du Bois, C. (2013). Facebook: A literature review. *New media & society*, 15(6), 982-1002.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.
- Chetty, N., & Alathur, S. (2018). Hate speech review in the context of online social networks. *Aggression and violent behavior*, 40, 108-118.
- Connell, R. W. (2006). Το κοινωνικό φύλο. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο.
- Döring, N., & Mohseni, M. R. (2020). Gendered hate speech in YouTube and YouNow comments: Results of two content analyses. *SCM Studies in Communication and Media*, 9(1), 62-88.
- Flick, U. (2017). Εισαγωγή στην ποιοτική έρευνα. Επιστ. επιμ. Ν. Ναγόπουλος, Μτφρ. Ν. Ζιώγας). Αθήνα: Προπομπός.
- Fox, J., Cruz, C., & Lee, J. Y. (2015). Perpetuating online sexism offline: Anonymity, interactivity, and the effects of sexist hashtags on social media. *Computers in human behavior*, 52, 436-442.
- Fuchs, T., & Schäfer, F. (2021, October). Normalizing misogyny: hate speech and verbal abuse of female politicians on Japanese Twitter. In *Japan forum* (Vol. 33, No. 4, pp. 553-579). Routledge.

- Ging, D. (2019). Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and masculinities*, 22(4), 638-657.
- Guiora, A., & Park, E. A. (2017). Hate speech on social media. *Philosophia*, 45, 957-971.
- Hardaker, C., & McGlashan, M. (2016). "Real men don't hate women": Twitter rape threats and group identity. *Journal of Pragmatics*, 91, 80-93.
- Mantilla, K. (2013). Gendertrolling: Misogyny adapts to new media. *Feminist studies*, 39(2), 563-570.
- Massanari, A. (2017). # Gamergate and The Fappening: How Reddit's algorithm, governance, and culture support toxic technocultures. *New media & society*, 19(3), 329-346.
- Matamoros-Fernández, A., & Farkas, J. (2021). Racism, hate speech, and social media: A systematic review and critique. *Television & New Media*, 22(2), 205-224.
- Miller, D., Sinanan, J., Wang, X., McDonald, T., Haynes, N., Costa, E., ... & Nicolescu, R. (2016). *How the world changed social media* (p. 286). UCL press.
- Natale, S. (2012). Understanding media archaeology.
- Rodríguez-Sánchez, F., Carrillo-de-Albornoz, J., Plaza, L., Gonzalo, J., Rosso, P., Comet, M., & Donoso, T. (2021). Overview of exist 2021: sexism identification in social networks. *Procesamiento del Lenguaje Natural*, 67, 195-207.
- Seglow, J. (2016). Hate speech, dignity and self-respect. *Ethical Theory and Moral Practice*, 19, 1103-1116.
- Simons, R. N. (2015). Addressing gender-based harassment in social media: A call to action. *iConference 2015 Proceedings*.
- Udry, J. R. (1994). The nature of gender. *Demography*, 31(4), 561-573.
- Warner, W., & Hirschberg, J. (2012, June). Detecting hate speech on the world wide web. In *Proceedings of the second workshop on language in social media* (pp. 19-26).

Waseem, Z., & Hovy, D. (2016, June). Hateful symbols or hateful people? predictive features for hate speech detection on twitter. In *Proceedings of the NAACL student research workshop* (pp. 88-93).