



ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ, ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ»
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΝΕΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εκλογική προσέλευση στο
δημοψήφισμα της 5^{ης} Ιουλίου 2015 στην Ελλάδα

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Παναγιώτης Β. Κοντογιάννης

Αθήνα, 2017

Τριμελής Επιτροπή

Μαριάννα Ψύλλα, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου
(Επιβλέπουσα)

Χρυσάνθη Αυλάμη, Επίκουρη Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου

Μαρίνα Ρήγου, Επιστημονικό Διδακτικό Προσωπικό Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Παναγιώτης Κοντογιάννης, 2017

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 τον συγγραφέα.

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

Στη μνήμη του παππού μου

Ευχαριστίες

Ο συγγραφέας ευχαριστεί την επιβλέπουσα Καθηγήτρια κα. Δρ. Μαριάννα Ψύλλα, η οποία τον καθοδήγησε με σαφήνεια και θετική διάθεση στους ερευνητικούς προβληματισμούς του. Επίσης, θα ήθελε να ευχαριστήσει τους κκ. Dr. Rebekah Tromble και Dr. Michael Meffert στο Πανεπιστήμιο του Leiden της Ολλανδίας με τους οποίους συνεργάστηκε και οι οποίοι, μέσα από την κοινή έρευνα σχετική με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την πολιτική του έδωσαν πολύτιμα εργαλεία που αξιοποιήθηκαν στη παρούσα συγγραφή. Επιπλέον, θα ήθελε να ευχαριστήσει τους τέως συνεργάτες του στην EPT A.E. όπου του δόθηκε η δυνατότητα να ανταλλάξει απόψεις με δημοσιογράφους στο Τμήμα των Νέων Μέσων επί του θέματος. Τέλος, στον φιλικό του κύκλο, ο συγγραφέας ευχαριστεί τους στενούς του φίλους Thies Gerhman, Hilmar Zech, Αντώνη Κουλιανό, Κώστα Γάτσιο και Αλέξανδρο Κωστούλα οι οποίοι τον στήριξαν με πολύτιμη ανταλλαγή σκέψεων καθώς και τους ανθρώπους που έδειξαν τη διάθεση να συμμετάσχουν στις συνεντεύξεις για την συλλογή των ερευνητικών δεδομένων.

Περιεχόμενα

Εισαγωγή

Το ερευνητικό ερώτημα και οι υποθέσεις εργασίας	10-11
Σκοπός και προστιθέμενη αξία της έρευνας	11-12

Κεφάλαιο 1^ο: Μεθοδολογικό Σημείωμα

1.1 Η ποιοτική έρευνα: Χαρακτηριστικά και χρησιμότητα	13
1.2 Ημι-δομημένες συνεντεύξεις σε βάθος	13-14
1.3 Συλλογή και μεθοδολογία ανάλυσης των δεδομένων	14-17

Κεφάλαιο 2^ο: Εννοιολογικό και θεωρητικό πλαίσιο

2.1 Η πολιτική κουλτούρα και ο θεσμός του δημοψηφίσματος στην Ελλάδα	
2.1.1 Η πολιτική κουλτούρα	18-20
2.1.2 Το εκλογικό σώμα	20-21
2.1.3 Ο θεσμός του δημοψηφίσματος	21-26
2.2 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πολιτική	
2.2.1 Η εποχή του Web 2.0 και ο ρόλος των νέων μέσων	26-29
2.2.2 Διαδίκτυο και μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε Ελλάδα-Ε.Ε.	29-30
2.2.3 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και προσέλευση στις κάλπες	30-38
2.2.4 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και δημοψηφίσματα διεθνώς	38
2.3 Πολιτική συζήτηση και εκλογική συμμετοχή	
2.3.1 Υποκείμενοι μηχανισμοί επιρροής της προσέλευσης	39-40
2.3.2 Οι επιδράσεις της διαφωνίας μεταξύ συνομιλιτών	41
2.4 Η επίδραση λοιπών μεταβλητών στην εκλογική συμμετοχή	
2.4.1 Συμπεριφορικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά	41-47

Κεφάλαιο 3^ο: Μελέτη περίπτωσης

3.1 Το δημοψήφισμα της 5 ^{ης} Ιουλίου 2015	48-49
---	-------

Κεφάλαιο 4 ^ο : Το δημοψήφισμα, αποτελέσματα της ανάλυσης και ερμηνεία τους	
4.1 Δειγματοληψία.....	50-51
4.2 Συγκέντρωση των αποτελεσμάτων, κωδικοποίηση και ερμηνεία	
4.2.1 Κλασσική θεματική ανάλυση	52-58
4.2.2 Ανάλυση λόγου.....	59-72

Κεφάλαιο 5 ^ο : Συζήτηση-συμπεράσματα	
5.1 Επισκόπηση των ευρημάτων	73
5.2 Δυνατά σημεία και περιορισμοί της έρευνας.....	74-75
5.3 Προτάσεις για περαιτέρω μελέτη του θέματος.....	75-76
Βιβλιογραφία	77-84

Παράρτημα	
Το ερωτηματολόγιο των συνεντεύξεων.....	85
Πίνακες, διαγράμματα, γραφήματα και εικόνες	86-90

Καταμέτρηση Λέξεων: 20.960

Πίνακες

Πίνακας 1. Ο πληθυσμός της έρευνας	49
Πίνακας 2 Ανάλυση λόγου: αξιολογικά επίθετα	58
Πίνακας 3 Ανάλυση λόγου: Επιρρήματα, αντωνυμίες, ρήματα και σύνδεσμοι	59
Πίνακας 4 Ανάλυση λόγου: Επαναλήψεις	60
Πίνακας 5. Ανάλυση λόγου: Συνώνυμα-αντίθετα	61

Γραφήματα

Γράφημα 1. Συχνότητα εμφάνισης της θεματικής «μέσα κοινωνικής δικτύωσης» ανά ερωτώμενο	84
Γράφημα 2 Συχνότητα εμφάνισης της θεματικής «πολιτική συζήτηση» ανά ερωτώμενο	84
Γράφημα 3. Συχνότητα εμφάνισης της θεματικής «εκλογική και πολιτική συμμετοχή» ανά ερωτώμενο	85
Γράφημα 4. Συχνότητα εμφάνισης της θεματικής «πολιτική και κοινή γνώμη» ανά ερωτώμενο	85

Εικόνες

Εικόνα 1. Παραδείγματα τάσεων συζήτησης στο Twitter.....	87
Εικόνα 2.Παραδείγματα τάσεων συζήτησης στο Twitter.....	87
Εικόνα 3. Παραδείγματα τάσεων συζήτησης στο Twitter.....	88

Περίληψη

Στην εποχή κυριαρχίας του διαδικτύου, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαφαίνεται ότι αποτελούν την πρώτη επιλογή στην ενημέρωση των πολιτών, ιδίως των νέων ανθρώπων. Η δυναμική τους ως πηγή ενημέρωσης ήταν έκδηλη στο πρόσφατο δημοψήφισμα στην Ελλάδα του 2015. Έπειτα από την ανακοίνωση της διεξαγωγής του δημοψηφίσματος στις 27 Ιουνίου 2015 έως την ημέρα διεξαγωγής του στις 5 Ιουλίου του ίδιου έτους, μεγάλο μέρος του πληθυσμού ανά την επικράτεια συμμετείχε με διάφορους τρόπους στις συζητήσεις περί του Δημοψηφίσματος, άλλοτε συμμετέχοντας ενεργά σε πολιτικές συζητήσεις με άλλους χρήστες του Διαδικτύου, άλλοτε σχολιάζοντας με καυστικό τρόπο τα πολιτικά τεκτονόμενα, και άλλοτε δημοσιεύοντας οπτικό-ακουστικό υλικό και δημιουργώντας τάσεις συζήτησης.

Κατά ποιόν τρόπο επέδρασε η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και οι πολιτικές συζητήσεις που έλαβαν μέρος εντός και εκτός του διαδικτύου μεταξύ των πολιτών, στην εκλογική συμμετοχή τους την ημέρα διεξαγωγής του δημοψηφίσματος; Κινητοποιήθηκαν οι ψηφοφόροι στο να προσέλθουν στις κάλπες; Αυτά είναι τα βασικά αντικείμενα της έρευνας της παρούσας εργασίας και τα οποία προσπαθούν να απαντηθούν μέσα από τη διεξαγωγή ημι-δομημένων συνεντεύξεων σε βάθος σε διάφορες ομάδες πληθυσμού και εφαρμόζοντας την κλασσική θεματική ανάλυση και ανάλυση λόγου στα δεδομένα που ο ερευνητής συνέλεξε. Τα αποτελέσματα, τα οποία έδειξαν ότι η θετική επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της πολιτικής συζήτησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τα ποιοτικά χαρακτηριστικά διαφορετικών κατηγοριών του πληθυσμού, ανοίγουν το δρόμο για περαιτέρω μελέτη της αυξανόμενης δυναμικής των νέων μέσων στην διαμόρφωση της εκλογικής συμπεριφοράς, ένα ζήτημα που στην εποχή κυριαρχίας των νέων μέσων στην πολιτική επικοινωνία αποκτά ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον.

Λέξεις-Κλειδιά: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Πολιτική συζήτηση, Δημοψήφισμα, Ελλάδα

The impact of social media use on electoral turnout in the context of the Greek bailout referendum of July 5th, 2015

Panagiotis V. Kontogiannis

Abstract

In the era of web 2.0 dominance, social networking sites are rapidly rising in popularity among citizens around the globe for their daily information. The dynamic effects of social media as an information source are vivid in different spectrums of the daily life, from politics to society, economy and culture. Their dynamic character was also revealed in the recently organized Greek bailout referendum on July 5th, 2015. Following its announcement on June 27th, 2015 until the Election Day, Greek citizens participated in numerous ways via social media in political discussions with other users, commenting on the political reality, uploading content related to the referendum and creating trends, co-influencing each other in the online and offline world.

In which ways did social media use as well as the political discussions on the period preceding the referendum affect citizens' voting behavior at the referendum? Where they mobilized to turnout? This question is answered in the present study, through an extensive literature review of relative bibliography as well as via organizing and implementing qualitative methods of analysis, this of semi-structured in depth interviews with representative samples of the citizenry. The classical thematic analysis and discourse analysis that is employed on the data collected shows that the positive impact of social media and political discussion heavily depends on the individual characteristics of different social classes. This research study is trying to shed a light on the increased power of social media in shaping electoral behavior, an issue that in an era when new media dominate in political communication, has gained great interest in modern politics.

Keywords: Social media, Political discussion, Bailout Referendum, Greece

Εισαγωγή

Πολιτική είναι η διαχείριση των συμβόλων

Φρανσουά Μιττεράν, 1916-1996, Γάλλος Πρόεδρος

Χρόνο με το χρόνο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εισχωρούν όλο και περισσότερο στη ζωή μίας μεγάλης μερίδας των πολιτών. Σήμερα, υπάρχουν περί τους 295 εκ. χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην Ευρώπη, αριθμός που ισοδυναμεί με το 40% του πληθυσμού της Ένωσης. Μόνο το Facebook μετρά 232 εκ. ενεργούς χρήστες, με τον μέσο Ευρωπαίο πολίτη να αφιερώνει κατά προσέγγιση τέσσερις ώρες στο διαδίκτυο καθημερινά, κυρίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με ολοένα περισσότερες εφημερίδες να στρέφονται εξολοκλήρου στο διαδίκτυο¹, πάνω από τρεις στους τέσσερις χρήστες του διαδικτύου στρέφονται σε αυτό αναζητώντας την καθημερινή τους ενημέρωση και για να συλλέγουν πληροφορίες (Bartlett, Birdwell & Reynolds, 2014).

Η συνάφεια της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της εκλογικής συμπεριφοράς αποκτά ολοένα και περισσότερο ερευνητικό ενδιαφέρον στην διεθνή και εγχώρια βιβλιογραφία, ενώ ειδικά η συνάφεια με την εκλογική διαδικασία του δημοψηφίσματος δεν έχει ακόμη μελετηθεί με λεπτομέρεια. Το δημοψήφισμα της 5^{ης} Ιουλίου του 2015 στην Ελλάδα αποτελεί ενδιαφέρουσα κατά τον ερευνητή μελέτη περίπτωσης, αφού η χρήση των νέων μέσων και το κλίμα που δημιουργήθηκε με τις έντονες και πολυπληθείς πολιτικές συζητήσεις στην χώρα επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό την εκλογική συμμετοχή των πολιτών, στο ζήτημα της ομαλούς οικονομικής συνέχειας της χώρας που προέκυψε έπειτα από τις διαφωνίες Κυβέρνησης και ευρωπαϊκών θεσμών για την εφαρμογή επιπλέον δημοσιονομικών μέτρων στήριξης της ελληνικής οικονομίας.

Έχοντας υπόψη τη δυναμική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των δικτύων πολιτικού διαλόγου που αυτά διαμορφώνουν στον τρόπο που προσλαμβάνεται μία εκλογική διαδικασία από το εκλογικό σώμα και την εκλογική του συμμετοχή, το ερευνητικό ερώτημα διαμορφώνεται ως εξής:

¹ Η Βρετανική εφημερίδα «The Independent» αποτέλεσε τη πρώτη εφημερίδα η οποία μετέφερε την παρουσία της, το 2015, αποκλειστικά στο διαδίκτυο, παύοντας την έντυπη έκδοση.

Ενθαρρύνουν η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η πολιτική συζήτηση την άσκηση του εκλογικού δικαιώματος;

Οι υποθέσεις εργασίας της παρούσας έρευνας που πηγάζουν από το ερευνητικό ερώτημα διαμορφώθηκαν οι εξής:

Υπόθεση 1^η:

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για πολιτική ενημέρωση και επικοινωνία συνδέθηκε θετικά με την εκλογική συμμετοχή στο δημοψήφισμα

Υπόθεση 2^η:

Η πολιτική συζήτηση εντός και εκτός των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είχε θετική συσχέτιση με την προσέλευση στις κάλπες στο δημοψήφισμα

Λοιπές Μεταβλητές

Η μελέτη έλαβε υπόψη μία σειρά ανεξάρτητων μεταβλητών οι οποίες, σύμφωνα με την εγχώρια και διεθνή βιβλιογραφία έχει φανεί ότι επηρεάζουν την άσκηση του εκλογικού δικαιώματος. Αυτές είναι το πολιτικό ενδιαφέρον, η πολιτική εμπιστοσύνη, η πολιτική συμμετοχή, η κομματική ταύτιση, η ηλικία, το φύλο, η κοινωνικό-οικονομική κατάσταση και το εκπαιδευτικό υπόβαθρο.

Σκοπός και προστιθέμενη αξία της έρευνας

Το δημοψήφισμα θεωρείται από ερευνητές της πολιτικής ως η πλέον αυθεντική έκφραση της λαϊκής κυριαρχίας, ένας άμεσο-δημοκρατικός θεσμός που προκρίνει την αυτεξούσια κοινωνία έναντι της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας, συμβάλλοντας στην επίλυση αδιεξόδων και κοινωνικό-οικονομικών προβλημάτων (Διαμαντόπουλος, 2011). Για πρώτη φορά στην ιστορία της χώρας στις 5 Ιουλίου 2015, προκηρύχθηκε ένα δημοψήφισμα που δεν αφορούσε τη μορφή του πολιτεύματος και που έδινε το δικαίωμα στον λαό να αποφασίσει αυτεξούσια για την οικονομική συνέχεια της χώρας του. Η χρονική συγκυρία κατά την οποία προκηρύχθηκε το δημοψήφισμα ήταν κρίσιμη για την οικονομική βιωσιμότητα της χώρας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αφού η χώρα βρέθηκε κοντά στην έξοδο από το κοινό νόμισμα του ευρώ. Τα αποτελέσματα του δημοψηφίσματος, παρά την κινδυνολογία, πρόταξαν το «Όχι» σε ποσοστό 61,3%, έναντι του «Ναι», σε ποσοστό 38,6%.

Κατά τη γνώση του συγγραφέα το υπό εξέταση ζήτημα δεν έχει ακόμη μελετηθεί σε βάθος και αυτή η έρευνα προσπαθεί να συνεισφέρει στη συζήτηση για την αιτιακή σχέση της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της πολιτικής συζήτησης με την εκλογική συμμετοχή στην Ελλάδα ειδικά σε ένα δημοψήφισμα. Πάρα τις διάφορες προσεγγίσεις στο θέμα, καμία έρευνα έως τώρα κατά τη γνώση του ερευνητή δεν έχει διερευνήσει σε βάθος το ζήτημα αυτό, γεγονός που ανοίγει τον δρόμο για μελλοντική διερεύνηση του θέματος και χρήση περισσότερων μεταβλητών για επίτευξη μεγαλύτερης εξωτερικής εγκυρότητας των αποτελεσμάτων.

Κεφάλαιο 1^ο

Μεθοδολογικό σημείωμα

1.1 Η ποιοτική έρευνα. Χαρακτηριστικά και χρησιμότητα

Χαρακτηριστικά. Ο συγγραφέας επέλεξε να ακολουθήσει τη ποιοτική έρευνα για τη διερεύνηση των ερωτημάτων που έθεσε. Ορισμένα χαρακτηριστικά αυτού του είδους έρευνας βοήθησαν προς αυτό: πρώτα, η ποιοτική έρευνα αποσκοπεί στο να παράγει μία σφαιρική αντίληψη με λεπτομερή στοιχεία, δίχως να δίνεται κεντρική σημασία σε στατιστικές μορφές ανάλυσης και ποσοτικοποίηση, κάτι που ο ερευνητής απέφυγε σε μεγάλο βαθμό, αφού στόχος του ήταν η εμβάθυνση στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων. Έπειτα, η εφαρμογή της ποιοτικής έρευνας έχει το πλεονέκτημα ότι επικεντρώνεται σε κοινωνικές επεξηγήσεις με εξωτερική εγκυρότητα που επιτρέπουν τη γενίκευση των αποτελεσμάτων, ενώ ο ρευστός και διερευνητικός της χαρακτήρας διευκολύνει την εμβάθυνση συμπεριφορικών στάσεων και γνωρισμάτων των υποκειμένων τα οποία εξετάζει. Η εμβάθυνση γίνεται στη λογική, το συναίσθημα, τις μνήμες, τις απόψεις, τις ιδέες, τις αφηγήσεις και τις συμπεριφορές, στοχεύοντας στο να αποκαλύψει συσχετισμούς ανάμεσα σε κοινωνικά υποκείμενα, αναλύοντας και κατανοώντας κοινωνικές διαδικασίες (Ιωσηφίδης, 2003; Mason, 2009, σσ.24-25).

1.2 Ημι-δομημένες συνεντεύξεις σε βάθος

α. Σχεδιασμός των συνεντεύξεων. Με σκοπό την συλλογή των δεδομένων, ο ερευνητής ακολούθησε την μέθοδο της ημι-δομημένης συνέντευξης σε βάθος, η οποία αποτελούνταν από ένα σύνολο προκαθορισμένων ερωτήσεων, με ευελιξία ως προς τη σειρά που τέθηκαν ανά περίπτωση και ως προς το βαθμό τροποποίησης του περιεχομένου όπου χρειάστηκε. Οι συνεντεύξεις ήταν χαλαρά δομημένες και σε ανεπίσημο ύφος. Για την κατάλληλη προετοιμασία, ο ερευνητής ανέπτυξε ένα ερωτηματολόγιο με προκαθορισμένες ερωτήσεις, οι οποίες επέτρεπαν στους ερωτώμενους να δώσουν ανοικτού τύπου απαντήσεις και να αναπτύξουν τη σκέψη τους σε μία διαδραστική διαδικασία. Ήταν επιμελής, ώστε οι ερωτήσεις να είναι κατανοητές, ευαίσθητες ως προς τα προσωπικά δεδομένα και να εστιάζουν στην ουσία. Χρησιμοποιήθηκαν *περιγραφικές ερωτήσεις*, οι οποίες στόχευαν στην άντληση συγκεκριμένων δημογραφικών πληροφοριών, *ερωτήσεις γνώμης* προκειμένου να

διερευνηθούν στάσεις και αντιλήψεις, *εισαγωγικές και συμπερασματικές ερωτήσεις* για εισαγωγή και κλείσιμο της συνέντευξης και *ερωτήσεις-γέφυρα* που οδηγούσαν από το ένα θέμα της συνέντευξης στο άλλο (Ιωσηφίδης, 2003, σσ.38-40; Mason, 2009).

β. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της συνέντευξης. Ο ερευνητής επέλεξε να ακολουθήσει αυτήν την μέθοδο διεξαγωγής συνεντεύξεων διότι του επέτρεψε να αφομοιώσει πληροφορίες σε βάθος αναφορικά με αντιλήψεις και συμπεριφορές, κατανοώντας αυτές μέσα από τις εμπειρίες των ερωτώμενων. Σε συνάφεια με τον Ιωσηφίδη (2003, σσ.36-37) που υποστηρίζει ότι η παρουσία του ερευνητή μειώνει την πιθανότητα ο ερωτώμενος να μην απαντήσει, ενώ στη περίπτωση που ο ερωτώμενος παρεξηγεί την πρόθεση ενός ερωτήματος ή δεν το κατανοεί, υπάρχει η ευχέρεια της επεξήγησης του, ο ερευνητής παρατηρούσε τους ερωτώμενους καθώς μιλούσαν, κρατώντας σημειώσεις χρήσιμες για τη διεξαγωγή συμπερασμάτων (Babbie, 2010, σελ.410). Δεν παραλήφθηκαν ωστόσο μειονεκτήματα στην επιλογή της μεθόδου, καθώς οι συνεντεύξεις ήταν χρονοβόρες, δυσκόλεψαν τον συνεντευκτή να αφομοιώσει λανθάνοντα νοήματα των ερωτώμενων και να αποκωδικοποιήσει υπόρρητες εννοήσεις στον λόγο τους.

γ. Δεοντολογικά ζητήματα. Έχοντας συναίσθηση ότι σε οποιαδήποτε ανάλυση τίθενται θέματα πιστότητας και εγκυρότητας, ο ερευνητής ήταν προσεκτικός ώστε να τηρήσει κάποια βασικά θέματα ηθικής. Αρχικά προσπάθησε ώστε η παρουσία του στον τόπο της συνέντευξης να μην επηρεάσει την αντίληψη του ερωτώμενου σχετικά με μία ερώτηση που ετέθη, αλλά ούτε και την απάντηση που δόθηκε κάθε φορά, δρώντας ως ουδέτερο μέσο διαμέσου του οποίου οι ερωτήσεις και οι απαντήσεις μεταφέρονταν (Babbie, 2010, σελ.410). Επίσης, λήφθηκαν υπόψη η φύση και ο τρόπος τοποθέτησης των ερωτημάτων, η εγγύηση της εχεμύθειας και της ανωνυμίας των συνεντεύξεων, η εξασφάλιση της συναίνεσης των ερωτώμενων για τη συμμετοχή στη συνέντευξη και η παραχώρηση του δικαιώματος από αυτούς για ερμηνεία, ανάλυση και αναπαραγωγή των δεδομένων (Mason, 2009).

1.3 Συλλογή και ανάλυση των δεδομένων: κλασσική θεματική ανάλυση και ανάλυση λόγου

Ως σώμα εργασίας επιλέχθηκαν οι δέκα συνεντεύξεις με τους ερωτώμενους και συγκεκριμένα έγινε τμηματική ανάλυση και όχι ανάλυση επί του συνόλου των συνεντεύξεων, αφού το υλικό ήταν ογκώδες και πολλά σημεία ήταν μη συμβατά με τους στόχους της παρούσης έρευνας. Τα δεδομένα από τις

μαγνητοφωνημένες συνεντεύξεις ταξινομήθηκαν με χειρωνακτικό σύστημα διατμηματικής ταξινόμησης και ανάκτησης των δεδομένων εισάγοντας τα κείμενα στον υπολογιστή σε επεξεργάσιμη μορφή, κωδικοποιώντας μέρη του λόγου και δημιουργώντας ερμηνευτικές κατηγορίες, οι οποίες συγκεντρώθηκαν, αντιπαραβλήθηκαν μεταξύ τους και αφού εντοπίστηκαν οι όμοιες, δημιουργήθηκαν οι θεματικές ενότητες.

Λαμβάνοντας υπόψη τις αρχές της μεθοδολογίας της ανάλυσης ενός μηνύματος, ο ερευνητής αρχικά διευκρίνισε τους ερευνητικούς στόχους, διατυπώνοντας τις υποθέσεις εργασίας. Έπειτα, οριοθέτησε το σώμα ανάλυσης, προτού προβεί σε μία *προ-ανάλυση* όπου μέσα από τις λειτουργίες της αφαίρεσης, και σύγκρισης, συμπύκνωσε και ταξινόμησε το υλικό σε κατηγορίες συνεπείς με τους ερευνητικούς στόχους. Αφού συγκέντρωσε τις ενότητες περιεχομένου, ομαδοποίησε τα στοιχεία σύμφωνα με τη σημασία τους σε θέματα τα οποία εν συνεχεία ταξινομήθηκαν και καταμετρήθηκαν (Ψύλλα, 2004, σσ.32-33). Η μέθοδος που ο ερευνητής εφάρμοσε εδώ ήταν η κλασσική θεματική ανάλυση καθώς και η ανάλυση λόγου αποσκοπώντας να κατανοήσει μέσα από τη χρήση της γλώσσας που οι ερωτώμενοι έκαναν και μέσα από την επιλογή συγκεκριμένων γραμματικών και συντακτικών επιλογών τη στάση τους απέναντι στο υπό έρευνα ζήτημα.

α. Κλασσική θεματική ανάλυση. Η επιλογή της κλασσικής θεματικής ανάλυσης κρίθηκε η κατάλληλη αφού ο ερευνητής είχε στη διάθεση του ένα ογκώδες υλικό και στόχευε σε συγκρίσεις για τη διερεύνηση του συνολικού υλικού. Έτσι, εντοπίστηκαν και συγκεντρώθηκαν οι ενότητες περιεχομένου που συνιστούσαν ένα μήνυμα, οι οποίες εν συνεχεία ομαδοποιήθηκαν σε κατηγορίες-θέματα, τα οποία ταξινομήθηκαν, καταμετρήθηκαν και αναλύθηκαν, δίνοντας στον ερευνητή τη δυνατότητα να διακρίνει τους πυρήνες των εννοιών που συνθέτουν μια επικοινωνία, και των οποίων η παρουσία, απουσία ή συχνότητα εμφάνισης είναι δηλωτικές σε μία ερμηνευτική ανάλυση για τον επιλεγόμενο στόχο της ανάλυσης. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι αναφορές τη Μ. Ψύλλα στα βήματα εφαρμογής της κλασσικής θεματικής ανάλυσης (2004, σελ.35).

Παρουσία, απουσία και συχνότητα εμφάνισης ενός θέματος στον λόγο. Κατά την εφαρμογή της μεθόδου της κλασσικής θεματικής ανάλυσης, ο ερευνητής έκρινε σκόπιμη τη μέτρηση της συχνότητας εμφάνισης ενός θέματος η οποία συνδέεται με την κεντρική θέση που κατέχει ένα θέμα στην εκφορά του λόγου.

Ορισμένες φορές, η απουσία ενός θέματος δύναται να είναι περισσότερο δηλωτική από την υψηλή συχνότητα εμφάνισης του, φανερώνοντας ότι ο αριθμός των επαναλήψεων δεν ορίζει από μόνος του την σπουδαιότητα που ένα θέμα κατέχει στην εκφορά του λόγου. Η απουσία ενός θέματος μπορεί να είναι ενδεικτική για την ερμηνεία και την κατανόηση της σημασιοδότησης του λόγου στο πλαίσιο της απόδοσης ενός γεγονότος και του τρόπου που ένας άνθρωπος χειρίζεται ένα γεγονός (Ψύλλα, 2004, σελ.36; 2010).

Κατά τη θεματική ανάλυση ο ερευνητής ομαδοποίησε το περιεχόμενό του λόγου των ερωτώμενων σε υποθεματικές κατηγορίες και αφού δόθηκε ο ορισμός τους και εξηγήθηκε ο λόγος επιλογής τους, κατηγοριοποιήθηκαν σε μακρό-θεματικές που συγκροτήθηκαν στη βάση των ερευνητικών στόχων. Έτσι, ήταν σε θέση να μελετήσει με λεπτομέρεια τον τρόπο ομιλίας των ερωτώμενων, αφού η συχνή ή μη συχνή χρήση μίας συγκεκριμένης κατηγορίας, ήταν δηλωτική της στάσης που ο ερωτώμενος κράτησε απέναντι στο διαμεσολαβημένο γεγονός. Ενδιαφέρουσα ως προς αυτή τη προσέγγιση στη θεματική ανάλυση είναι η ανάλυση εφαρμογής της μεθόδου στην έρευνα των Λεάνδρου, Παπαδοπούλου & Ψύλλα (2011, σελ.246).

β. Ανάλυση λόγου. Αναγνωρίζοντας ότι από μόνη της η κλασσική θεματική ανάλυση δεν ήταν επαρκής τρόπος διερεύνησης σε βάθος της στάσης που κράτησαν οι ερωτώμενοι απέναντι στα ζητούμενα της έρευνας, κρίθηκε απαραίτητο από τον ερευνητή να τη συνδυάσει με ποιοτικά εργαλεία, και συγκεκριμένα με την ποιοτική μέθοδο της ανάλυσης λόγου. Ο συνδυασμός ποσοτικών και ποιοτικών εργαλείων ήταν έτσι σε θέση να προσδώσει μεγαλύτερη εγκυρότητα στα αποτελέσματα της έρευνας καθώς και σφαιρικότητα στην ερμηνεία τους. Ενδιαφέρον έχει η ανάλυση της Άννας Φραγκιουδάκη (1987, σσ.36-40) η οποία αναφέρει ότι ο κάθε ομιλητής μεταδίδει πολλά έμμεσα μηνύματα από την επιλογή λεκτικών στοιχείων, την αυθόρμητη ή προσεγμένη διατύπωση, το δισταγμό, τις επαναλήψεις, τις παύσεις, την εφαρμογή ή παραβίαση γλωσσικών κανόνων. Ο ερευνητής έλαβε υπόψη του τις παρατηρήσεις αυτές, κατανοώντας ότι απλές φράσεις στον λόγο μεταφέρουν πολλά νοήματα που προσδίδουν στις λέξεις κοινωνικά πιστεύω που επιλέγονται με μία λέξη, με το γραμματικό τύπο ή με τη φωνή του ρήματος, φανερώνοντας τη σχέση που έχει η γλώσσα με την ιδεολογία, ενώ το λανθάνον νόημα δίνει δημιουργικές επιχειρηματικές δυνατότητες στον ομιλητή μέσα από τη χρήση

προθέσεων, συνδετικών και τον χρόνο των ρημάτων που ανάλογα με τη χρήση δίνουν διαφορετικό νόημα στη κάθε δήλωση.

Η ανάλυση λόγου βοήθησε τον ερευνητή στην περαιτέρω εμβάθυνση και διερεύνηση ρητών και υπόρρητων τρόπων εγγραφής των υποκειμένων στον λόγο και την ιδεολογική τους τοποθέτηση απέναντι στο γεγονός, εξετάζοντας το σώμα εργασίας ως εκφορά-αποτέλεσμα ενός συσχετισμού μίας συγκεκριμένης κοινωνικό-ιστορικής τοποθέτησης. Το ενδιαφέρον επικεντρώθηκε στην υπόρρητη έκφραση της ιδεολογίας όπως αυτή κωδικοποιήθηκε στις γραμματικές και λεξικές επιλογές των ομιλητών. Ενδιαφέρουσα μελέτη εφαρμογής αυτής της μεθόδου αποτελεί η αντίστοιχη του Λεάνδρου, Παπαδοπούλου & Ψύλλα (2011, σελ.248).

Έπειτα, και έχοντας υπόψη ότι η ανάλυση λόγου ερμηνεύει το μήνυμα με βάση ποιος μιλάει, που και πότε, ο ερευνητής εφάρμοσε τη μέθοδο της *δομικής λεξικολογίας*. Εδώ οι λέξεις ερευνήθηκαν με βάση τη σημασία που απέκτησαν στο εσωτερικό ενός μηνύματος και μέσα από τη σχέση και αλληλεπίδραση τους με τις υπόλοιπες λέξεις, εξετάζοντας τα συνώνυμα και αντίθετα. (Ψύλλα, 2010, σελ.90). Ενδιαφέρουσα κρίθηκε και η μελέτη της *ανάλυσης της απόφασης* εξετάζοντας τον τρόπο που οι ομιλητές ενεργοποίησαν τη γλώσσα μελετώντας προσωπικές αντωνυμίες, συνδέσμους, επαναλήψεις και αξιολογικά επίθετα που χρησιμοποιήθηκαν για να δηλώσουν αξιολογικές κρίσεις (θετικός/αρνητικός τρόπος χρήσης), και αναζήτηση του σημασιολογικού περιεχομένου συγκεκριμένων λέξεων-κλειδιών. Ως προς την *ανάλυση της απόφασης* ενδιαφέρουσα είναι η εφαρμογή της στη δημοσίευση του Λεάνδρου, Παπαδοπούλου & Ψύλλα, (2011, σελ.248), αλλά και η επεξήγηση της συγκεκριμένης μεθόδου από τη Μ. Ψύλλα (2010, σσ.94-97).

Κεφάλαιο 2^ο

Εννοιολογικό και θεωρητικό πλαίσιο

2.1 Η πολιτική κουλτούρα και ο θεσμός του δημοψηφίσματος στην Ελλάδα

2.1.1 Η πολιτική κουλτούρα. Ως πολιτική κουλτούρα ορίζεται το σύνολο των ατομικών αξιών που αφορούν την πολιτική και τους δρώντες της και το οποίο διαμορφώνεται με βάση την κοινωνική εμπειρία. Η πολιτική κουλτούρα αφορά στις στάσεις και στις συμπεριφορές που τα υποκείμενα έχουν απέναντι στον πολιτικό κόσμο και ένας ερευνητής, στην αναζήτηση του οφείλει να λαμβάνει υπόψη την πολιτική κουλτούρα ενός λαού, τις αντιδράσεις του απέναντι στους θεσμούς, τον ρόλο των κυβερνώντων και τον τρόπο λήψης των πολιτικών αποφάσεων (Δημητράκος, 1990).

Διακρίνονται γενικώς η *υποτακτική* και η *συμμετοχική* πολιτική κουλτούρα. Η υποτακτική κουλτούρα προϋποθέτει την παθητικότητα του υποκειμένου, ενώ η συμμετοχική αναφέρεται στην ορθολογική συμμετοχή με τους πολίτες να αναπτύσσουν δημόσιες δεξιότητες ασκώντας πιέσεις που επιτρέπουν στο πολιτικό σύστημα να λειτουργεί ισορροπημένα. Στο σύγχρονο κράτος, ωστόσο, επικρατεί η αντίφαση από τη μία οι πολίτες να πρέπει να συμβιβάζονται με τις πολιτικές αποφάσεις, ενώ από την άλλη η ανάγκη νομιμοποίησης της πολιτικής εξουσίας τους ωθεί σε ενεργή συμμετοχική δράση, με αποτέλεσμα ο πολίτης να είναι άλλοτε απαθής και άλλοτε ενεργός συμμετέχων στα τεκτενόμενα (Δεμερτζής, 1989). Σε άλλο επίπεδο, στην χώρα μας, η προσωπικότητα του ηγέτη αναγορεύεται συχνά με την αρωγή των ΜΜΕ στην κοινωνικά ορατή όψη της, προσηλώνοντας τον ψηφοφόρο σε μία προσωποπαγή δόμηση των κομματικών του επιλογών. Προς αυτό, η δημοτικότητα των ηγετών δύναται να έχει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση των κομματικών επιλογών (Μπεχράκης & Νικολακόπουλος, 1988).

Σύμφωνα με στοιχεία από το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών (Καφετζής, 1988), ο Έλληνας είναι παραδοσιακά πολιτικοποιημένος, έχει μεγάλο ενδιαφέρον για την πολιτική, μεγάλη διάθεση για ενημέρωση ενώ αξιολογεί θετικότερα τη πολιτική σφαίρα. Οι Έλληνες, έρχονται παραδοσιακά πρώτοι στον Ευρωπαϊκό Νότο, με ποσοστό δήλωσης ενδιαφέροντος 57,8% έναντι 32,7% για την

Ιταλία, 23,6% για την Ισπανία και 11,6% για την Πορτογαλία². Στα δημογραφικά χαρακτηριστικά, αυτοί που υπερ-αντιπροσωπεύονται είναι οι άνδρες της τρίτης ηλικίας (Δημητράκος, 1990; Παντελίδου-Μαλούτα, 1990). Οι Έλληνες έχουν την υψηλότερη επικοινωνιακή συμμετοχή, με την πολιτική ενημέρωση να είναι «συχνή», σε ποσοστό 53% έναντι 21,4% για την Ιταλία, 18,9% για την Ισπανία και 11,8% για την Πορτογαλία, με την «τακτική παρακολούθηση πολιτικών εκπομπών σε προεκλογική περίοδο» να βρίσκεται στο 80%. Αναφορικά με το φύλο, το μικρότερο πολιτικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν όσοι βρίσκονται στις κατώτερες βαθμίδες της κλίμακας μόρφωσης, και είναι περισσότερο γυναίκες, ενώ οι άνδρες και όσοι διαθέτουν ανώτερη μόρφωση ενδιαφέρονται περισσότερο για τα πολιτικά.

Μεγάλα ποσοστά παρατηρούνται παραδοσιακά σε μορφές πολιτικής συμμετοχής όπως συμμετοχή σε κοινοτική δράση (28,6%), προεκλογικές συγκεντρώσεις (17,1%), διαδηλώσεις (35,5%) και καταλήψεις (14,8%), όταν ο μέσος όρος των άλλων τριών χωρών βρίσκεται κατά μέσο όρο 15% χαμηλότερα. Ο Έλληνας δηλώνει κομματικοποιημένος σε ποσοστό 15,8%, ο Ιταλός σε 5,4%, ο Ισπανός σε 2,6% και ο Πορτογάλος σε 2,4%, διαφορά που εξηγείται στη βάση της προσωποπαγούς και πελατειακής παράδοσης παραταξιακότητας που διατρέχει τη διαμόρφωση της πολιτικής του κουλτούρας (Καφετζής, 1988). Έτσι, «δεν εγκρίνει καθόλου» την αποχή από τις εκλογές σε ποσοστό 84,2%, κατά μέσο όρο 30% περισσότερο από τις άλλες χώρες, ενώ διατηρεί μεγαλύτερους δεσμούς πολιτικής εμπιστοσύνης (Δώδος, Καφετζής κ.α., 1990). Δηλωτική για εκλογικές αναμετρήσεις όπως ένα δημοψήφισμα είναι η παρατήρηση ότι το ελληνικό κοινό τείνει να πολώνεται στις ακραίες εκδοχές της συμφωνίας-ασυμφωνίας, που εξηγείται σε πολιτισμικούς παράγοντες που διαμορφώνουν τις στάσεις και συμπεριφορές τους. Στην Ελλάδα, το πολιτικό ενδιαφέρον συνάδει με το υψηλό μορφωτικό επίπεδο, καθώς εργοδότες και οι δημόσιοι υπάλληλοι ενδιαφέρονται περισσότερο για τη πολιτική, εξαιτίας της μονιμότητας, των υψηλών και σταθερών απολαβών. Και στα δύο φύλα, τα άτομα με μέση ή ανώτερη εκπαίδευση παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά πολιτικού ενδιαφέροντος. Ωστόσο, η πολιτική είναι λιγότερο σημαντική για όσους στερούνται κάποια ιδιότητα και για όσους δεν αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα προβλήματα στη ζωή τους (Παντελίδου-Μαλούτα, 1990).

² Στοιχεία της *Επιθεώρησης Κοινωνικών Ερευνών*, 69^Α, 1988, σελ.137

Θα πρέπει ωστόσο να τονιστεί ότι τα προαναφερθέντα ποσοστά έχουν σταδιακά μειωθεί αισθητά ως απόρροια τόσο του αυξανόμενου σκεπτικισμού όσο και της παρατεταμένης ύφεσης στην οικονομία. Ενδεικτικά, το 2003, 8 στους 10 έλληνες δήλωναν έλλειψη εμπιστοσύνης απέναντι στο θεσμό των πολιτικών κομμάτων και 1 στους 2 έλληνες στην ελληνική Κυβέρνηση. Μείωση παρατηρείται και στη συμμετοχή του Έλληνα σε πολιτικές συζητήσεις καθώς μόλις το 18% των Ελλήνων αναπτύσσει συχνά πολιτικές συζητήσεις ενώ 1 στους 3 έλληνες δεν αναπτύσσει ποτέ πολιτικές συζητήσεις όταν συναντιέται με φίλους (European Commission, 2003). Πρόσφατα, τα αποτελέσματα μελέτης του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (Μάρτιος 2017), έδειξαν ότι ο Έλληνας θεωρεί ότι η φωνή του δε μετράει στη χώρα του με ποσοστό 77% με μόλις 23% να πιστεύει το αντίθετο³ (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, 2017) ενώ το 68,1% των νέων 15-29 ετών δηλώνουν καθόλου ικανοποιημένοι από το ελληνικό Κοινοβούλιο και το 85,7% αυτών ότι δεν έχει έρθει σε καμία επαφή με κάποιο πολιτικό κόμμα το τελευταίο έτος (Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2014).

2.1.2 Το εκλογικό σώμα

Καταναγκάζοντας τη ψήφο ως κοινωνική υποχρέωση. Για τον πολίτη οι εκλογές αποτελούν ηθική υποχρέωση, αφού το να ψηφίζει εξισώνεται με το να τις κάνει αποδεκτές συμβάλλοντας στην καθιέρωση μίας πολιτικής τάξης. Ο εξαναγκασμός της ψήφου οδηγεί μία μερίδα των πολιτών στη μη συμμετοχή στις εκλογές, ως αντίδραση στη καθιέρωση της ψήφου ως η μόνη αποδεκτή πολιτική συμμετοχή, απαγορεύοντας την ανάπτυξη οποιασδήποτε άλλης έκφρασης πολιτικών προτιμήσεων. Οι εκλογικές εκστρατείες είναι ευνοϊκές χρονικές περίοδοι για την ενεργοποίηση του συναισθήματος της υποχρέωσης ως επίμονη υπενθύμιση του πολιτικού καθήκοντος (Lagroye, 2008).

Τα κοινωνικά χαρακτηριστικά της αποχής. Η συστηματική μη συμμετοχή στις εκλογές δύναται να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες. Αρχικά, η μη εγγραφή είναι στενά συνδεδεμένη με την επαγγελματική κατάσταση, με το χαμηλότερο ποσοστό συμμετοχής να συναντάται στις κοινωνικό-επαγγελματικές κατηγορίες με λιγότερα προσόντα και χαμηλότερα εισοδήματα. Αντίστροφα, ανώτερα στελέχη επιχειρήσεων, επιχειρηματίες, εκπαιδευτικοί, κ.α. συμμετέχουν

³ 1.010 συνεντεύξεις κατά τη περίοδο 18-27/03/2017

περισσότερο από τον μέσο πολίτη. Η κοινωνική κατανομή της αποχής είναι σχετικά χαμηλή στους αγρότες, κατηγορία όπου η κινητικότητα είναι περιορισμένη, αυξάνει με την έλλειψη επαγγελματικών προσόντων, την υποβάθμιση της κοινωνικής κατάστασης κ.α. Σημαντικός παράγοντας εδώ είναι και η ένταξη των ατόμων στην κοινωνική ζωή είτε μέσα από μία οικογενειακή εστία, είτε μέσα από τη σταθερότητα της απασχόλησης (Lagroye, 2008).

Κομματική ταύτιση και διακυβεύματα. Με την κομματική ταύτιση εκφράζει κανείς πεποιθήσεις που αφορούν κοινωνικές σχέσεις, την ηθική, κοινωνικές ιεραρχίες, τις ζημίες που προκαλούν οι οικονομικές και πολιτισμικές μεταλλαγές, κ.α. Εκφράζει τη δύναμη μίας γνώμης που θεμελιώνεται με την κοινωνική θέση των οπαδών ενός κόμματος και που εκφράζει τη δυσανασχέτηση και τους φόβους τους. Οι ισχυροί συσχετισμοί ανάμεσα στη ταύτιση με μία ομάδα αναφοράς και τις πολιτικές προτιμήσεις έχουν επιπτώσεις στην εγγραφή των ψηφοφόρων στους εκλογικούς καταλόγους. Η αστάθεια στις προτιμήσεις μπορεί να οφείλεται σε μία λαθεμένη κατανόηση της εκλογικής προσφοράς, σε μικρό πολιτικό ενδιαφέρον, ή στην αδυναμία καθαρής κομματικής ταύτισης. Γενικά, η αστάθεια της ψήφου μπορεί να απορρέει από την δυσκολία προσαρμογής στις μεταλλαγές της εκλογικής προσφοράς, οδηγώντας ψηφοφόρους που ψήφιζαν τακτικά να απέχουν, καθώς αδυνατούν να προσαρμοστούν σε μία ασυνήθιστη συγκυρία. Η εμφάνιση ενός σημαντικού διακυβεύματος οδηγεί μία μονάχα μερίδα ψηφοφόρων να τις θέσει προς αμφισβήτηση. Συχνά, το διακύβευμα προσεγγίζεται από τους εκλογείς με όρους που στοχεύουν στην ενίσχυση, παρά στην αποδυνάμωση των κομματικών ταυτίσεων. Η εμφάνιση ενός διακυβεύματος μπορεί να συμβάλλει στην ενίσχυση της κομματικής ταύτισης, ή να μεταβάλλει προτιμήσεις, να αφορά μονάχα ορισμένους αποκλείοντας τους υπόλοιπους, ή να προτρέπει τους πιο πολιτικοποιημένους να αιτιολογούν ορθολογικά την επιλογή τους (Lagroye, 2008).

2.1.3 Ο θεσμός του δημοψηφίσματος. Ο όρος δημοψήφισμα είναι μία σύνθετη λέξη, με συνθετικά τον δήμο και την ψήφο. Ο όρος «δήμος» αφορά τον λαό, ενώ η λέξη «ψήφισμα» προέρχεται από το ρήμα «ψηφίζω». Τα βασικά χαρακτηριστικά του δημοψηφίσματος είναι το υποκείμενο, το περιεχόμενο του και ο τρόπος σχηματισμού της απόφασης, χαρακτηριστικά που το διαφοροποιούν από άλλους θεσμούς της άμεσης δημοκρατίας. Η δημοψηφισματική διαδικασία αποτελεί νομοθετική διαδικασία, ενώ η δημοψηφισματική πρωτοβουλία έχει ως έννομη

συνέπεια την παραπομπή ενός θέματος στην κρίση του λαού (Δημητρόπουλος, 1997). Τα δημοψηφίσματα διακρίνονται σε προσωπικά και γνήσια. Το γνήσιο δημοψήφισμα αποτελεί δημοκρατική διαδικασία έκφρασης της λαϊκής θέλησης. Έπειτα, διακρίνονται σε δημοψήφισμα με πρωτοβουλία των πολιτών (λαϊκό) και δημοψήφισμα με πρωτοβουλία των κρατικών οργάνων (κρατικό, όπως προεδρικό ή κυβερνητικό). Βάσει του περιεχομένου του, διακρίνεται σε δημιουργικό ή καταργητικό, διεθνούς συνθήκης ή δημοσιονομικό, ενώ ως προς το νομικό του χαρακτήρα διακρίνεται σε υποχρεωτικό και προαιρετικό-συμβουλευτικό (Δημητρόπουλος, 1997).

Ο θεσμός στην Ελλάδα. Η ελληνική πολιτική ηγεσία έχει προσφύγει εννέα φορές σε δημοψήφισμα. Το πρώτο δημοψήφισμα προκηρύχτηκε στις 19 Νοεμβρίου 1862 έπειτα από τη πτώση του βασιλιά Όθωνα υπό τη κυβέρνηση των Δ. Βούλγαρη, Κ. Κανάρη και Μ. Ρούφου. Το επόμενο δημοψήφισμα προκηρύχτηκε στις 22 Νοεμβρίου 1920 από τη κυβέρνηση του Λαϊκού κόμματος με ερώτημα την επάνοδο ή μη του βασιλιά Κωνσταντίνου. Μόλις το 1,03% των ψηφοφόρων προσήλθε στις κάλπες και με ποσοστό 98,9% αποφασίστηκε η επάνοδος του βασιλιά Κωνσταντίνου. Στις 13 Απριλίου του 1924 η κυβέρνηση του Α. Παπαναστασίου διοργάνωσε δημοψήφισμα με θέμα το πολίτευμα και με ποσοστό 69,9% αποφασίστηκε η καθιέρωση του Πολιτειακού πολιτεύματος. Στις 4 και 11 Απριλίου 1926 προκηρύχθηκε το τέταρτο δημοψήφισμα ώστε να εκλεγεί ως ΠτΔ⁴ ο στρατηγός και δικτάτορας Θ. Πάγκαλος ο οποίος εξελέγη με ποσοστό 93,3%. Το δημοψήφισμα του 1935 προκηρύχθηκε από τη κυβέρνηση του Κ. Τσαλδάρη με ερώτημα εάν ο λαός θέλει να διατηρηθεί το δημοκρατικό κοινοβουλευτικό πολίτευμα ή να καθιερωθεί η Βασιλευόμενη Δημοκρατία. Με ποσοστό 97,9% αποφασίστηκε το δεύτερο (Μπεσίλα-Μακρίδη, 1996).

Το έκτο δημοψήφισμα διοργανώθηκε στις 1 Σεπτεμβρίου 1946 με ερώτημα την επάνοδο του βασιλιά Γεωργίου Β', με θετικό αποτέλεσμα (68,4%). Στις 29 Σεπτεμβρίου 1968 ο λαός κλήθηκε να επικυρώσει το Σύνταγμα και να εκφράσει την εμπιστοσύνη του στο δικτατορικό καθεστώς. Η επικύρωση έγινε με ποσοστό 92%, ενώ πάλι, η δικτατορία διενήργησε δημοψήφισμα στις 29 Ιουλίου 1973 με σκοπό την έγκριση από το εκλογικό σώμα Σχεδίου Ψηφίσματος, κατάργηση της Βασιλευόμενης Δημοκρατίας και ανακήρυξη Προεδρικής Κοινοβουλευτικής

⁴ Πρόεδρος της Δημοκρατίας

Δημοκρατίας. Τα θέματα επικυρώθηκαν με ποσοστό 68,1%. Το επόμενο δημοψήφισμα προκηρύχθηκε με τη πτώση της δικτατορίας στις 22 Νοεμβρίου 1974 και πραγματοποιήθηκε στις 8 Δεκεμβρίου του ίδιου έτους, με σκοπό τον καθορισμό του πολιτεύματος ως Βασιλευόμενης ή Αβασίλευτης Δημοκρατίας, με το λαό να αποφασίζει υπέρ της δεύτερης (69,18%) (Μπεσίλα-Μακρίδη, 1996).

Το Σύνταγμα του 1975 προέβλεπε για πρώτη φορά το δημοψήφισμα προκειμένου να ληφθεί απόφαση για σοβαρά εθνικά θέματα. Με τη διάταξη του άρθρου 44, παράγραφος 2 του Συντάγματος, η προκήρυξη του Δημοψηφίσματος για κρίσιμα θέματα του έθνους γίνεται από τον ΠτΔ ύστερα από πρόταση του Υπουργικού Συμβουλίου. Μετά την αναθεώρηση του Συντάγματος το 1986, το δημοψήφισμα κατηγοριοποιήθηκε σε δύο τύπους: για κρίσιμα εθνικά θέματα και για ψηφισμένα νομοσχέδια που ρυθμίζουν σοβαρά κοινωνικά ζητήματα. Η διάταξη εξαιρούσε ρητά από το δημοψήφισμα δημοσιονομικά νομοσχέδια, με κίνδυνο την καταψήφιση τους. Η πρωτοβουλία για τη διενέργεια δημοψηφίσματος ανήκει καθαρά στην εκάστοτε κυβέρνηση (Μπεσίλα-Μακρίδη, 1996).

Κριτική του θεσμού. Σε αντίθεση με άλλους άμεσο-δημοκρατικής λογικής θεσμούς όπως η συγκέντρωση υπογραφών, η δημοψηφισματική διαδικασία διαρκώς επεκτείνεται ως προς την νομική της πρόβλεψη και πρακτική της εφαρμογή, ως η μόνη αυθεντική έκφραση της λαϊκής κυριαρχίας αποδίδοντας στη δημοκρατία το ουσιαστικό της περιεχόμενο. Η Ελλάδα δεν έχει την πολιτική κουλτούρα της Ελβετίας⁵, της Ιταλίας, της Ιρλανδίας, της Γαλλίας και των Η.Π.Α., οι οποίες προσφεύγουν συχνά στο θεσμό. Ωστόσο, στα τέλη του 2011 έγιναν οι απαραίτητες νομοθετικές ρυθμίσεις ώστε να μπορεί η πολιτική εξουσία να προσφύγει στον εν λόγω μηχανισμό, ενώ οι Έλληνες είναι θετικοί στη διεξαγωγή ενός δημοψηφίσματος με βάση δημοσκοπήσεις μέτρησης γνώμης⁶ (Διαμαντόπουλος, 2011).

Τα δημοψηφίσματα ενισχύουν το βαθμό κατανόησης κοινωνικών και πολιτικών ζητημάτων, την πολιτική αυτοπεποίθηση, ενώ λειτουργούν παιδευτικά για τους πολίτες και τους πολιτικούς. Όμως, μπορούν να προκαλέσουν κόπωση στους ψηφοφόρους μειώνοντας την εκλογική προσέλευση (Hague & Harrop, 2011), ενώ η «κατά πλειοψηφία» έκφανση της λαϊκής βούλησης είναι σχετική καθώς

⁵Πρώτη στη διεξαγωγή δημοψηφισμάτων την περίοδο 1940-2006, με 396 πραγματοποιηθέντα δημοψηφίσματα έναντι της Ιταλίας (2^η θέση) με 63 (Πηγή: Hague & Harrop, 2011).

⁶ Για τις στάσεις της ελληνικής κοινής γνώμης απέναντι στην τρέχουσα επικαιρότητα και την γνώμη της για ένα δημοψήφισμα το 2011 βλ. τη σχετική έρευνα της Public Issue: <http://bit.ly/2lrLFLz> [τελευταία πρόσβαση Τετάρτη, 1 Μαρτίου 2017]

ενίοτε δημιουργούνται ερωτήματα για τον τρόπο που προσδιορίζεται η πλειοψηφία. Για παράδειγμα, σε δημοψήφισμα με μορφή ερωτήματος (ναι/όχι) ως πλειοψηφία μπορεί να εννοηθεί η υπεροχή του «ναι» έναντι του «όχι» ή το αντίστροφο. Ωστόσο, μπορεί επίσης να προβλέπεται ως πλειοψηφία το «ναι» έναντι και των «όχι» και των λευκών ψηφοδελτίων, ενώ δύναται για να θεωρηθεί δεκτό ένα δημοψήφισμα να απαιτείται επαυξημένη πλειοψηφία, ή διπλή πλειοψηφία πολιτών και πολιτειακών συνιστωσών. Έπειτα, ολική τοποθέτηση του λαού στις δύο διλληματικής φύσεως εναλλακτικές προτάσεις δεν αφήνει δυνατότητα ενδιάμεσης στάσης (Διαμαντόπουλος, 2011).

Ο τρόπος με τον οποίο είναι διατυπωμένο το ερώτημα στο δημοψήφισμα ασκεί στους ψηφοφόρους έντονη επίδραση. Η θετική ή η αρνητική διατύπωση διαφοροποιεί σημαντικά τις απαντήσεις, ενώ μπορεί να χρησιμοποιηθεί κατάλληλα για να «εκμαιευθεί» η ψήφος προς συγκεκριμένη κατεύθυνση. Βασικό κανόνα επομένως, αποτελεί η πλήρης αντιστοιχία προβλήματος και ερωτήματος, ενώ το ερώτημα θα πρέπει να είναι σαφές και να μην παραπλανά (Δημητρόπουλος, 1997). Επιπλέον, ο φορέας της πολιτικής εξουσίας που προκηρύσσει το δημοψήφισμα δύναται να είναι σχετικός, αφού σε ορισμένες περιπτώσεις η πρωτοβουλία για την προκήρυξη δημοψηφίσματος μπορεί να δοθεί στη κοινοβουλευτική μειοψηφία, ή όπως συμβαίνει στην Ελλάδα να απαιτείται σύμπλευση κοινοβουλίου και υπουργικού συμβουλίου. Η προκήρυξη θα πρέπει να γίνεται με βάση θεσμοθετημένους κανόνες, και όχι να αποτελεί μη θεσμοποιημένη ψηφοφορία⁷ (Διαμαντόπουλος, 2011).

Παρά το γεγονός ότι ένα δημοψήφισμα μπορεί να διευκολύνει την απεμπλοκή από αδιέξοδα και να αποτρέψει κοινωνικές συγκρούσεις, λειτουργεί ενίοτε αποτρεπτικά για το θεσμό της δημοκρατίας. Πρώτα, το ερώτημα που τίθεται δεν το επιβάλλει η κοινωνία, αλλά το πολιτικό σύστημα ή οι έχοντες οικονομική, πολιτική και επικοινωνιακή δύναμη επιδιώκοντας να εκτρέψει την προσοχή της κοινωνίας από ζητήματα που την απασχολούν. Έπειτα, τα δημοψηφίσματα αφορούν μόνο στην ολική τοποθέτηση και όχι μία συμβιβαστική λύση, ενώ η διλληματική φύση τους οδηγούν σε πόλωση, κοινωνική φόρτιση και συγκρουσιακές καταστάσεις λόγω ιδεολογικών αντιπαραθέσεων. Δεν θα πρέπει να παραβλέπεται το γεγονός ότι στη διεθνή πολιτική σκηνή ιστορικά ο θεσμός του δημοψηφίσματος χρησιμοποιήθηκε τακτικά από τον Αδόλφο Χίτλερ, ο οποίος με δημοψήφισμα συγχώνευσε στο

⁷ Βλ. σχετικά το δημοψήφισμα που οργάνωσε το 2000 η Εκκλησία της Ελλάδος για απαγόρευση αναγραφής του θρησκευματος στις πολιτικές ταυτότητες

πρόσωπο του, καταλύοντας τους θεσμούς, το αξίωμα του Καγκελαρίου και το αξίωμα του Προέδρου, σπάζοντας ένα διπολισμό που σοφά είχε συλληφθεί για να υπάρχουν δύο αντίρροπα αλληλοεξισσοροπούμενα κέντρα εξουσίας σε ένα πρόσωπο (Διαμαντόπουλος, 2016). Πρόσφατο είναι και το παράδειγμα του Τούρκου Προέδρου Ρετζέπ Ταγίπ Ερντογάν ο οποίος με τα αποτελέσματα του δημοψηφίσματος για τη συνταγματική αναθεώρηση στη γείτονα χώρα της 16^{ης} Απριλίου 2017 εξασφάλισε, αν και με οριακή πλειοψηφία (51,4% υπέρ έναντι 48,59% κατά) επιπλέον συγκεντρωτική εξουσία στο πρόσωπό του για μεγάλο χρονικό διάστημα⁸.

Έπειτα, εάν το πολιτικό σύστημα θεωρεί ότι η απόφαση της κοινωνίας σε ένα δημοψήφισμα οδηγεί σε συγκρούσεις, ή εμπλοκές, βρίσκει τρόπους υπέρβασης⁹ ή αντίστασης της απόφασης¹⁰. Έπειτα, η θέση του ερωτήματος και η απάντηση του σε ένα δημοψήφισμα είναι ενίοτε προσχηματική υποκρύπτοντας συμφέροντα, «αγοράζοντας» πολιτικό χρόνο στοχεύοντας στην πολιτική ενδυνάμωση των δυνάμεων που το θέτουν, ενώ το ερώτημα είναι σκόπιμα απροσδιόριστο ως προς τις πολιτικές επιπτώσεις και το νομικό του αποτέλεσμα. Τα δημοψηφίσματα μπορούν να οδηγήσουν σε εσωτερική ιδεολογική διαίρεση των κομμάτων¹¹ αποδυναμώνοντας τα, ενώ ενίοτε ο λαός επιλέγει εν αγνοία του αυτοκαταστροφικές επιλογές αφού αδυνατεί να κατανοήσει με πληρότητα τις συνέπειες της ψήφου. Τέλος, η χαμηλή συμμετοχή σε ένα δημοψήφισμα ή η οριακή επικράτηση μίας επιλογής μπορούν να οδηγήσουν σε κοινωνική διαίρεση¹² (Διαμαντόπουλος, 2011).

Στην Ελλάδα διαφαίνεται μία επιδίωξη της εκάστοτε κυβερνητικής πλειοψηφίας να εφαρμόζει τον θεσμό κατά το δοκούν, αδιαφορώντας για την λειτουργικότητά του. Από την εφαρμογή του θεσμού μπορούν να δημιουργηθούν συνταγματικά και πολιτικά κωλύματα ανάλογα με τον τρόπο χρησιμοποίησης του. Τα προβλήματα δημιουργούνται λόγω της έλλειψης αποτελεσματικών ελεγκτικών μηχανισμών που επιτρέπει στην Κυβέρνηση να χρησιμοποιεί τον θεσμό για επίτευξη

⁸ Efsyn.gr (2017), *Τα τελικά αποτελέσματα του δημοψηφίσματος στην Τουρκία*, δημοσιεύτηκε στις 27 Απριλίου 2017, διαθέσιμο: <http://bit.ly/2qVtWzb>, [τελευταία πρόσβαση Τρίτη, 9 Μαΐου 2017]

⁹ Χρήσιμη εδώ είναι η ανάγνωση του δοκιμίου του Γ. Μαύρου (2015), *Δημοψήφισμα: Μία αποτίμηση*, διαθέσιμο: <http://bit.ly/2IAFXyY>, [τελευταία πρόσβαση Πέμπτη, 2 Μαρτίου 2017]

¹⁰ Στη Δανία το 1992 οι πολίτες απέρριψαν με δημοψήφισμα την συνθήκη του Μάαστριχτ, και κλήθηκαν 11 μήνες μετά να αποφανθούν για το ίδιο ζήτημα (51% υπέρ του «όχι» και 57% υπέρ του «ναι» αντίστοιχα (Διαμαντόπουλος, 2011). Παρομοίως, οι ιρλανδοί ψηφοφόροι επικύρωσαν τόσο τη Συνθήκη της Νίκαιας για την Ε.Ε. το 2002 όσο και τη Συνθήκη της Λισαβόνας το 2009 έπειτα από δύο δημοψηφίσματα αφού στο πρώτο δεν επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα (Hague & Harrop, 2011).

¹¹ Βλ. την εσωτερική διάσπαση του ΣΥ.ΡΙ.ΖΑ. και την δημιουργία της Λαϊκής Ενότητας ως απόρροια

¹² Βλ. σχετικά το Ουγγρικό δημοψήφισμα το 2016 κατά της μετανάστευσης με μεγάλη αποχή, και το Αγγλικό το 2016 για έξοδο της Μ. Βρετανίας από την Ε.Ε. (51.8% «ναι» έναντι 48.1% «όχι»)

κομματικού οφέλους, έλλειψη εμφανής στο επίπεδο πρωτοβουλίας για τη διενέργειά - ανήκει αποκλειστικά στην Κυβέρνηση- και στη διαμόρφωση των όρων διεξαγωγής. Η Κυβέρνηση μπορεί να ζητήσει τη διενέργεια δημοψηφίσματος για «κρίσιμο εθνικό θέμα» οποτεδήποτε, με μονοπώλιο στους όρους διεξαγωγής του. Όπως ορθά τίθεται, *«αν το δημοψήφισμα προκληθεί από την Κυβέρνηση, δεν αποκλείεται να είναι στημένο, είτε για να ενισχύσει τη θέση της, είτε για να κατορθώσει σε κρίσιμη ώρα να αντιπαραθέσει το αποτέλεσμα σε μία αποτυχία της»* (Βολουδάκης, 1995, σελ.93).

Εν κατακλείδι, για να συνιστά αυθεντική έκφραση της λαϊκής κυριαρχίας, το δημοψήφισμα θα πρέπει να τηρεί μία σειρά από όρους: πρώτα, να πρόκειται για ερώτημα επιδεικτικό απάντησης με ένα «ναι» ή «όχι», χωρίς ενδιάμεσες λύσεις και δίχως να επιδέχεται συνθέσεις, ενώ δεν θα πρέπει να αποτελεί ένα θέμα εξαιρετικά τεχνικό που να υπερβαίνει την μέση αντίληψη. Έπειτα, θα πρέπει να μπορούν να προσληφθούν από το εκλογικό σώμα όλες οι συνέπειες της μίας ή της άλλης τοποθέτησης, ενώ θα πρέπει να αποφεύγει να θεωρεί την απόφαση της πλειοψηφίας πανάκεια, να μη θίγει ανθρώπινα δικαιώματα και δικαιώματα μειοψηφιών. Το ζήτημα που τίθεται σε ετυμηγορία δεν θα πρέπει να δίνει τη δυνατότητα στην επικρατούσα πλειοψηφία να στερήσει από ομάδες πληθυσμού την άσκηση πολιτικών, ατομικών και ανθρωπίνων δικαιωμάτων, ενώ κρίσιμο είναι το χρονικό σημείο της προκήρυξης του. Μόνο με νηφάλιο πνεύμα, αποφεύγοντας συνθήκες έντονης συγκινησιακής φόρτισης μπορεί να προταθεί η δημοκρατική αξία του δημοψηφίσματος. Τέλος, θα πρέπει να υπάρχει διασπορά των πολιτικών κέντρων που μπορούν να προχωρήσουν στην προκήρυξη του δημοψηφίσματος. Μόνο ακολουθώντας τις παραπάνω προϋποθέσεις δύναται ένα δημοψήφισμα να απεμπλέκει το πολιτικό σύστημα από αγκυλώσεις (Διαμαντόπουλος, 2011, 2016).

2.2 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πολιτική

Το μέσο είναι το μήνυμα

Marshall McLuhan, 1911-1980, Καναδός επικοινωνιολόγος

2.2.1 Η εποχή του Web 2.0 και ο ρόλος των νέων μέσων.

Τα νέα μέσα που έχουν επικρατήσει σήμερα αφορούν τόσο στη δημόσια όσο και στην ιδιωτική επικοινωνία. Το γεγονός ότι ενσωματώνουν τα παραδοσιακά μέσα τους προσδίδει διαδραστικότητα και απεριόριστο περιεχόμενο, ενώ δίνει στο ακροατήριο

τη δυνατότητα να είναι περισσότερο αυτόνομο και ισότιμο απέναντι στις πηγές και τους προμηθευτές ειδήσεων. Η δυνατότητα της αμφίδρομικότητας και της επιλογής δημιουργεί τις προϋποθέσεις για μία κοινωνία της πληροφορίας όπου αυξάνεται θεαματικά η παραγωγή και η κυκλοφορία πληροφοριών, χωρίς κόστος και σε γρήγορες ταχύτητες αλλάζοντας τις κοινωνικές σχέσεις. Η νέα διαδικτυακή κοινωνία στην οποία οι πολίτες μετέχουν προσφέρει αλληλοσυνδέση, εύκολη χρήση, εξατομίκευση και συμμετοχικότητα. Τα νέα μέσα προσφέρουν εναλλακτικούς τρόπους διακίνησης της πληροφορίας με δυνατότητα συνομιλίας μεταξύ των χρηστών, ενώ έχουν αυξήσει τη δυνατότητα για αμφίδρομη επικοινωνία συνδέοντας απομακρυσμένα μεταξύ τους άτομα. Δεν πρέπει ωστόσο να παραβλέπονται αδυναμίες όπως είναι η αυξανόμενη εμπορευματοποίηση της επικοινωνιακής αγοράς απαξιώνοντας το ρόλο της πολιτικής, ενώ ο τρόπος ανάπτυξης της τεχνολογίας των νέων μέσων ευνοεί κυρίως δυτικές αξίες αποδυναμώνοντας παλαιότερες μορφές συλλογικότητας. Τέλος, η καταγραφή των πληροφοριών και της προσωπικής ζωής διαβρώνει την ιδιωτικότητα (McQuail, 2003).

Τα νέα μέσα μπορούν να μετασχηματίσουν την πολιτική επικοινωνία παρέχοντας εύκολη πρόσβαση σε όσους δρώντες θέλουν να εκφραστούν χωρίς τη διαμεσολάβηση ισχυρών κέντρων συμφερόντων. Προσφέρουν το έδαφος για διαφοροποιημένες πολιτικές πληροφορίες οι οποίες διανέμονται απεριόριστα καθώς και δυνατότητα ανάδρασης-διαπραγμάτευσης ανάμεσα στους πολιτικούς ηγέτες και τους οπαδούς τους. Χρησιμεύουν επίσης για τη δημιουργία φόρουμ για την ανάπτυξη ομάδων συμφερόντων και τη διαμόρφωση-καθοδήγηση της κοινής γνώμης (McQuail, 2003). Με αφετηρία τις εκλογές στις Η.Π.Α. το 2008, οι επιδράσεις των νέων μέσων στη πολιτική έχουν μελετηθεί διεξοδικά και έχει καταστεί αδιαμφισβήτητη η χρησιμότητά τους κατά την προεκλογική περίοδο. Πλέον, πλήθος πολιτικών χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο για προεκλογικές εκστρατείες, ακολουθώντας το παράδειγμα του Μπ. Ομπάμα ο οποίος τα ενσωμάτωσε με επιτυχία στη προεκλογική του εκστρατεία, υποβοηθώντας την ανάδειξη του ως Πρόεδρο των Η.Π.Α. (Riezebos et al., 2011).

Τη δυναμική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε εκλογικές αναμετρήσεις ήρθε να επιβεβαιώσει και η πρόσφατη εκλογική νίκη του Ντόναλντ Τραμπ στις Προεδρικές εκλογές της 8^{ης} Νοεμβρίου 2016 στις Η.Π.Α. Στις 6 Νοεμβρίου ο Τραμπ υπερτερούσε 24% σε ακόλουθους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (27.902.237 έναντι 21.084.684 της Χ. Κλίντον), ενώ σε διαδράσεις ήταν

επίσης πρώτος με 351 εκ. έναντι 145 εκ. της Χίλαρι. Στο Twitter 4 φορές περισσότερα tweets δημιουργήθηκαν από αυτόματους λογαριασμούς υπέρ του Τραμπ, ενώ το σλόγκαν του Τραμπ “Let’s Make America Great Again” παρουσίασε μεγαλύτερη διάδραση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διότι είχε μεγαλύτερο πάθος και σκοπό και ήταν περισσότερο δομημένο με τη στρατηγική λέξη «ξανά» από ότι το αντίστοιχο τη Χίλαρι, το οποίο προσέφερε μία ασαφής διαδικασία και αποτέλεσμα. Επιπλέον, η εκστρατεία του Τραμπ προσέγγισε με τα μηνύματά της τον λευκό ψηφοφόρο της κατώτερης κοινωνικής τάξης, αυτόν που είχε ξεχάσει το κόμμα των Δημοκρατικών, ενώ η από στόμα σε στόμα αναπαραγωγή των αμφιλεγόμενων δηλώσεων του Τραμπ γίνονταν αμέσως ειδήσεις, καταφέροντας να κρατήσει ενεργοποιημένο το μεγαλύτερο μέρος του κοινού¹³.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέσα από το παράδειγμα των Facebook και Twitter. Ο όρος «μέσα κοινωνικής δικτύωσης» αναφέρεται στα μέσα με τα οποία αλληλεπιδρούν ομάδες ανθρώπων. Εμφανίζονται σε διάφορες μορφές όπως ιστολόγια, πλατφόρμες και διαδικτυακά φόρουμ. Αφορούν στο σύνολο των εφαρμογών που βασίζονται στο διαδίκτυο και επιτρέπουν την δημιουργία και ανταλλαγή περιεχομένου που δημιουργείται από τους χρήστες. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης λειτουργούν διαδραστικά και βασίζονται στο περιεχόμενο που παράγουν οι χρήστες. Αυτή η μορφή δικτύωσης ξεκίνησε το 1997 μέσω του ιστότοπου Six Degrees.com το οποίο είχε ως σκοπό την δημιουργία γνωριμιών. Επόμενο βήμα στην εξέλιξη ήταν η μορφή των blogs (ιστολόγια) το 1999, στα οποία ο χρήστης μπορούσε να μοιραστεί σκέψεις για διάφορα ζητήματα, άμεσα προσβάσιμες στο ευρύ κοινό το οποίο μπορούσε να απαντήσει με την μορφή σχολίων (Kaplan & Haenlein, 2010).

Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη¹⁴, με τον σημερινό ρυθμό ανάπτυξης το Facebook θα φτάσει στα 2 δις. ενεργούς χρήστες μηνιαίως έως τα μέσα του 2017, ενώ ήδη από το 2011, η πλατφόρμα μετρούσε 800 εκ. εγγεγραμμένους χρήστες, ως η πλέον συχνότερη σε επισκεψιμότητα πλατφόρμα παγκοσμίως¹⁵. Το

¹³Βλ. τη σχετική ανάλυση του Κωνσταντίνου Κορίκη (2016), Η νίκη του Τραμπ και τα social media, στον ιστότοπο *Journalists About Journalism*, διαθέσιμο στο: <http://bit.ly/2pXTj60> [τελευταία πρόσβαση Τρίτη, 9 Μαΐου 2017]

¹⁴Popper & Erlick (2017), Facebook is closing in on 2 billion monthly users, δημοσιεύτηκε στον ιστότοπο www.theverge.com, διαθέσιμο: <http://bit.ly/2pg97SG> [τελευταία πρόσβαση Τρίτη, 9 Μαΐου 2017]

¹⁵ Στις ΗΠΑ λ.χ., μέσα σε δυο χρόνια (2013-2015), το ποσοστό των χρηστών που διαβάζουν ειδήσεις στο Facebook αυξήθηκε από 52% σε 63% και στο Twitter από 47% σε 63%.

Facebook επιτρέπει στους χρήστες να διαδρούν ανταλλάσσοντας πληροφορίες. Οι χρήστες μοιράζονται πληροφορίες με το να κάνουν αιτήματα φιλίας και να προσθέτουν διαδικτυακούς φίλους. Η εισαγωγή, το 2004 της ενότητας «ομάδες» έδωσε στους χρήστες τη δυνατότητα να ανταλλάσσουν κοινά ενδιαφέροντα, πληροφορίες και να συμμετέχουν σε δημόσιες συζητήσεις. Οι «ομάδες» συνδέουν μεταξύ τους άτομα με παρόμοιο πολιτικό προσανατολισμό χωρίς απαραίτητα να είναι πραγματικοί φίλοι. Αντίστοιχα, το Twitter αποτελεί ένα micro blog σύντομων σχολίων που δημοσιεύονται σε ένα δίκτυο χρηστών της πλατφόρμας. Με την αποστολή σύντομων μηνυμάτων (tweets) ο κάθε χρήστης μοιράζεται αυτές τις δημοσιεύσεις σε ένα δίκτυο αποτελούμενο από τους χρήστες που τον ακολουθούν (followers). Η χρησιμότητα του Twitter έγινε αντιληπτή με την πάροδο του χρόνου στην πολιτική καθιστώντας το βασικό μέσο πολιτικής επιρροής κατά την διάρκεια προεκλογικών εκστρατειών (Jansen et al., 2009).

2.2.2 Τα διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην ελληνική και ευρωπαϊκή πολιτική πραγματικότητα. Ελλάδα. Έρευνες στην ελληνική πολιτική σκηνή δείχνουν ότι η έλευση του διαδικτύου έχει μεταμορφώσει τη συμμετοχή και έχει δημιουργήσει πιο ενεργούς, περισσότερο συμμετοχικούς και πιο απαιτητικούς χρήστες, πολίτες και ψηφοφόρους. Η χρήση του ίντερνετ και η συμμετοχή του χρήστη σε διαδικτυακούς διαλόγους έχει αυξηθεί με την έλευση της οικονομικής κρίσης το 2010, αφού τους έδωσε το βήμα να μετατραπούν από παθητικούς θεατές σε ενεργούς συμμετέχοντες του περιεχομένου του διαδικτύου και της πολιτικής σκηνής. Ιστορικά, το ΠΑΣΟΚ ήταν το πρώτο κόμμα που δημιούργησε ιστοσελίδα στις βουλευτικές εκλογές του 1996, και σε διάστημα δύο ετών ακολούθησαν και άλλα κόμματα. Το διαδίκτυο ξεκίνησε να χρησιμοποιείται στις προεκλογικές εκστρατείες από τις δημοτικές εκλογές του 1998 και στις βουλευτικές εκλογές του 2000 είχε ήδη πάρει διαστάσεις, με 1 στους 6 βουλευτές και 16 στα 35 υποψήφια κόμματα για το Κοινοβούλιο να έχουν διαδικτυακή παρουσία.

Πλέον, όλα τα κόμματα έχουν εμπειρία στην διαδικτυακή επικοινωνία με τους ψηφοφόρους, με τον ΣΥΡΙΖΑ να έρχεται πρώτος μαζί με το ΠΑΣΟΚ και τη ΝΔ στη διαδικτυακή επικοινωνία. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν δώσει στον Έλληνα τη δυνατότητα να συνεισφέρει στο περιεχόμενο, κριτήριο που οδηγεί σε καλύτερη συμμετοχή του στην πολιτική, ενθαρρύνοντας την ηλεκτρονική δημοκρατία. Το Facebook έκανε την εμφάνιση του στη πολιτική σκηνή

της χώρας το 2008, με το Κ.Κ.Ε. να είναι το πρώτο που δημιούργησε λογαριασμό, δίνοντας την δυνατότητα στους ψηφοφόρους να αναρτούν σχόλια. Το ΠΑ.ΣΟ.Κ. συνέχισε αναρτώντας σχόλια και ιστορικό φωτογραφικό υλικό, συγκεντρώνοντας το μεγαλύτερο αριθμό «φίλων» τον Σεπτέμβριο του 2010. Ο Γ. Παπανδρέου φημίζεται ως ο πρώτος πολιτικός που αξιοποίησε αποτελεσματικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Lappas, Kleftodimos & Yannas, 2010).

Ιταλία. Ο Μπέπε Γκρίλο στην Ιταλία χρησιμοποίησε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να οργανώσει ομάδες συναντήσεων, οι οποίες επέδρασαν καθοριστικά στο να καθιερώσουν το κόμμα του από την ίδρυση του το 2009 στη νίκη του ενός τετάρτου των εδρών του Κοινοβουλίου στις εθνικές εκλογές του 2013. Οι ομάδες συναντήσεων που καθιέρωσε είναι διαδικτυακές ομάδες συζητήσεων οι οποίες μπορούν να δημιουργηθούν από οποιονδήποτε με σκοπό να οργανώσει έξω-διαδικτυακές συγκεντρώσεις. Χρησιμοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να οργανώσει συγκεντρώσεις σε φυσικούς χώρους, ο Γκρίλο δημιούργησε ένα μεγάλο δίκτυο υποστηρικτών, οι οποίοι τον ακολούθησαν στην προεκλογική του εκστρατεία. Συνολικά, δημιουργήθηκαν πάνω από 1,400 ομάδες συναντήσεων παγκοσμίως με τουλάχιστον 170,000 ανθρώπους (Bartlett, Birdwell & Reynolds, 2014).

Ολλανδία. Η ολλανδική εφαρμογή Verkiezings «τρέχει» στο Facebook, το Twitter και το Instagram. Η εφαρμογή εμφανίζει τις θέσεις των κομμάτων για θέματα που απασχολούν τον χρήστη, ενώ παρέχει ειδήσεις και πληροφόρηση σχετικά με επικείμενες εκλογές. Οι χρήστες λαμβάνουν ειδοποιήσεις καθώς πλησιάζει η ημέρα των εκλογών με πληροφορίες της ακριβούς ώρας της εκλογικής διαδικασίας, ενώ παρέχει τη δυνατότητα συγκεντρώσεων των χρηστών σε φυσικούς χώρους (Bartlett, Birdwell & Reynolds, 2014).

2.2.3 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και προσέλευση στις κάλπες. Το 2004 ήταν καθοριστικό έτος για την πολιτική επικοινωνία, καθώς ήταν τότε που η πολιτική μέσω του διαδικτύου έφτασε στο ευρύτερο κοινό. 75 εκ. Αμερικανοί πολίτες (το 37% των ενηλίκων) χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο για την πολιτική τους πληροφόρηση κατά την τότε προεκλογική περίοδο, ενώ 20 εκ. χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο καθημερινά για να παρακολουθούν τις πολιτικές εξελίξεις έως και την ημέρα των εκλογών. Η συμμετοχή σε διαδικτυακές ομάδες διαλόγου συνδέεται με αυξημένη πολιτική συμμετοχή με δύο προσεγγίσεις στον

τρόπο με τον οποίο οι χρήστες ανταποκρίνονται στην διαδικτυακή πολιτική επικοινωνία. Η πρώτη δίνει έμφαση στην λογική επιλογή η οποία προκρίνει ότι παρατηρούνται αλλαγές στο κόστος και την ποικιλία της διαθέσιμης διαδικτυακής πληροφορίας επηρεάζοντας θετικά την πολιτική συμμετοχή. Η «ψυχολογική προσέγγιση» μελετά τη διάδραση μεταξύ της τεχνολογίας του διαδικτύου και τα χαρακτηριστικά των χρηστών (Xenos & Moy, 2007). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ένα τρόπο να αναγνωρίζονται οι ανησυχίες των ανθρώπων και να τους ωθούν στο να ψηφίζουν. Με τα σωστά μηνύματα πολίτες με χαμηλή εκλογική συμμετοχή μπορούν να αυξήσουν τα ποσοστά συμμετοχής τους (Conroy et al., 2012).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αντιστρέψουν τη τάση της χαμηλής προσέλευσης και της πολιτικής απαγκίστρωσης, αν αναλογιστεί κανείς ότι 3 στους 4 Ευρωπαίους πολίτες χρησιμοποιούν τουλάχιστον μία πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ το 60% χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθημερινά (Bartlett, Birdwell & Reynolds, 2014). Η προεκλογική εκστρατεία διευκολύνει την επιρροή της με τη βοήθεια των νέων μέσων εφόσον αυτά αξιοποιούνται στρατηγικά. Επί παραδείγματι, κατά την προεκλογική εκστρατεία του 2008 οι σύμβουλοι επικοινωνίας του Μπ. Ομπάμα αξιοποίησαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για πολιτικές ανακοινώσεις, πληροφόρηση, οπτικοακουστικό υλικό κ.α. Η επιτυχία εκείνη έδειξε ότι η στρατηγική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να οδηγήσει σε εκλογική νίκη ένα κόμμα ή έναν ψηφοφόρο (Panagopoulos, 2009).

Οι νέοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ως ένα χώρο κοινωνικής διάδρασης, όπου ανταλλάσσουν απόψεις και λένε ιστορίες. Τα νέα μέσα προσφέρουν νέες δυνατότητες συμμετοχής σε πολιτικές ομάδες, αυξάνοντας έτσι τη πολιτική συμμετοχή στον πραγματικό κόσμο. Το «κλειδί» για την επιτυχία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι το γεγονός ότι είναι *κοινωνικά* δίκτυα. Για παράδειγμα, ο οποιοσδήποτε χρήστης του Twitter μπορεί να σχολιάσει και να παρακινήσει κάποιον να συμμετάσχει σε μία συζήτηση, ανεξάρτητα από το προσωπικό του υπόβαθρο. Οι ομάδες διαλόγου, η ανταλλαγή μηνυμάτων με πολιτικό περιεχόμενο και η ανάγνωση πολιτικών ειδήσεων μεταφράζονται σε αυξημένα ποσοστά εκλογικής προσέλευσης. Η ανταλλαγή πληροφοριών ενθαρρύνει την εμπιστοσύνη και το αίσθημα ικανοποίησης και ευνοούνται διαβουλευτικές δράσεις μέσα από τη χρήση της σε απευθείας σύνδεση συνομιλίας (Conroy et al., 2012). Το 66% των χρηστών των

μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην Αμερική¹⁶ τα χρησιμοποιούν για να αναρτούν πολιτικές σκέψεις, να αντιδρούν σε αναρτήσεις «φίλων», να παροτρύνουν το δίκτυο «φίλων» να ψηφίζουν, να ακολουθούν υποψηφίους, να κάνουν «like», να διαμοιράζονται περιεχόμενο άλλων και να εγγράφονται σε σελίδες πολιτικών, με το 44% των συνολικών χρηστών να είναι νέοι (Rainie, Smith et al., 2012). Η πολιτική συμμετοχή αυξάνεται μέσα από τη χρήση προσωπικών ιστολογίων πολιτικών. Η τάση αυτή είναι φανερή στους νέους¹⁷ οι οποίοι κάνουν χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να συγκεντρώσουν πολιτική πληροφορία και να συμμετάσχουν στην πολιτική (Towner, 2013).

Η πολιτική «μπλογκόσφαιρα» δημιουργεί θετικές επιδράσεις στους επισκέπτες με το να δημιουργεί το αίσθημα του «ανήκειν» σε μία κοινότητα χρηστών και με το να καταστεί ένα ζήτημα ευρέως γνωστό και σχετικό με τις ανάγκες του μέσου πολίτη εξηγώντας τους λόγους για τους οποίους σχετίζεται με αυτές. Το Facebook, ως μέρος της πολιτικής «μπλογκόσφαιρας», συνδέει άτομα με παρόμοια πολιτισμικά πρότυπα, δημιουργώντας κοινότητες που συζητούν μεταξύ τους, μειώνοντας το κόστος πρόσβασης στη διαδικτυακή πληροφορία και «φιλτράροντας» την πληροφορία. Με γνώμονα το ότι η οικειότητα προωθεί την εμπιστοσύνη, και η εμπιστοσύνη είναι αναγκαία για τον χρήστη να θεωρήσει μία πηγή έμπιστη, το Facebook συνδυάζει αυτά τα στοιχεία για να μειώσει αποτελεσματικά τα κόστη της πρόσληψης αξιόπιστης και αναγκαίας πληροφορίας στο διαδίκτυο. Η ενότητα “Newsfeed” παρέχει συνεχείς ενημερώσεις για δράσεις του κύκλου των «φίλων» ενώ περιέχει δομές σχεδιασμένες να διαμοιράζουν πολιτική και εκλογική πληροφόρηση, μειώνοντας το κόστος απόκτησης τους από τους χρήστες (Bode, 2008).

Θα πρέπει ωστόσο να επισημανθεί εδώ η λεγόμενη «φούσκα του φίλτρου»¹⁸: Ο αλγόριθμος του Facebook είναι τέτοιος ώστε στη ροή ειδήσεων να προβάλλει αναρτήσεις που αρέσουν στο χρήστη, δίχως να κάνει διάκριση μεταξύ πραγματικότητας και φαντασίας, ελοχεύοντας κινδύνους για τη δημοκρατία, αφού η «φούσκα του φίλτρου» καλλιεργεί στους χρήστες την εντύπωση ότι το ατομικό συμφέρον είναι το μόνο που υπάρχει. Έτσι, εάν ένας χρήστης μοιράζεται μία ιστορία ενός πολιτικού που ταιριάζει στη κοσμοθεωρία του, αλλά η ιστορία είναι ψεύτικη, θα τη δει στη ροή ειδήσεων του Facebook και αναζητήσεων της Google. Σημαντικό είναι

¹⁶ Σύμφωνα με στοιχεία του 2012

¹⁷ Σύμφωνα με δεδομένα από τους νέους Αμερικάνους στις προεκλογικές εκστρατείες 2008 και 2012

¹⁸ Βλ. σχετικά Pariser, E. (2011), *The Filter Bubble: How the new personalized Web is changing what we read and how we think*, The Penguin Press, New York, 2011

επίσης το ότι το Facebook επιλέγει να μη προβάλλει ιστορίες και ανθρώπους που απομυθοποιούν μία ψευδής εικόνη¹⁹. Πρόσφατο παράδειγμα επί αυτού αποτελεί η περίπτωση των υποστηρικτών του Ντ. Τραμπ οι οποίοι κατά τη προεκλογική περίοδο των Προεδρικών εκλογών του 2016 στις Η.Π.Α. χρησιμοποίησαν ευρέως το διαδίκτυο για να διαδίδουν ψευδείς ειδήσεις, με τις Facebook και Google να μη φιλτράρουν το περιεχόμενο υπό το φόβο να κατηγορηθούν για λογοκρισία. Η παραπληροφόρηση σχετικά με την λαϊκή ψήφο που κέρδισε ο Τραμπ ήταν εμφανής αφού πρώτο στα αποτελέσματα αναζήτησης της Google σχετικά με τα οριστικά αποτελέσματα της εκλογής φαίνονταν ένα άρθρο με ανακριβείς πληροφορίες και νούμερα, ενώ και το Facebook προέβη σε πολλαπλή κατάργηση θεμάτων που αφορούσαν τους συντηρητικούς²⁰.

Το Twitter έχει επίσης ενσωματωθεί στην ευρύτερη κοινωνία με αποτέλεσμα το κοινό-στόχος να έχει αυξηθεί δραματικά, και τα περισσότερα κόμματα να δηλώνουν παρουσία στη πλατφόρμα πολιτικοποιώντας την χρήση του Twitter, καθιστώντας το αποτελεσματικό στο να αποδίδει ψήφους. Το Twitter έχει επίδραση στην εκλογική και πολιτική συμμετοχή λόγω της άμεσης επαφής μεταξύ υποψηφίων και ψηφοφόρων και των έμμεσων επιδράσεων του διαμέσου άλλων μέσων. Μέσα από την *επίδραση της διαφήμισης* ενεργεί ως φθηνή και προσβάσιμη «βιτρίνα» ή προεκλογική αφίσα που επιτρέπει στους χρήστες να προσθέτουν πληροφορίες σχετικά με τα ενδιαφέροντα τους, τις πολιτικές τους απόψεις κ.α., διευκολύνοντας προσωποκεντρικές εκστρατείες που δίνουν στους ψηφοφόρους τη δυνατότητα να «μπουν» στην ιδιωτική ζωή ενός πολιτικού. Η ύπαρξη λογαριασμού στο Twitter έχει συμβολική αξία, φανερώνοντας ότι ο υποψήφιος είναι «μοντέρνος». Καθώς το Twitter δεν απαιτεί τη διεύθυνση του δέκτη και δεν είναι γεωγραφικά περιορισμένο, επιτρέπει στους πολιτικούς να έχουν πρόσβαση σε νέους ψηφοφόρους (Jacobs & Spierings, 2015).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρακινούν επίσης πολίτες αποκομμένους από το πολιτικό σύστημα, μέσα από ένα λιγότερο ιεραρχικό μοντέλο επικοινωνίας, όμοιο με εκείνα που επικρατούν στα διάφορα κοινωνικά κινήματα. Το γεγονός αυτό κατάλαβαν από νωρίς οι πολιτικοί στις Η.Π.Α. οι οποίοι, ξόδεψαν 20 εκ. δολάρια το 2008 και 78 εκ. δολάρια το 2012 συνδυαστικά για τις εκστρατείες τους

¹⁹ Κορίκης, 2016

²⁰ Βλ. σχετικά: Moullot, P. (2016), *Υπόθεση Τραμπ: Το Facebook και η Google θα αποτοξινωθούν?* δημοσιεύτηκε στην ειδησεογραφική πλατφόρμα www.tvxs.gr, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://bit.ly/2prorr1> [τελευταία πρόσβαση Τρίτη, 9 Μαΐου 2017]

στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Bartlett, Birdwell & Reynolds, 2014). Έρευνες προερχόμενες από την πολιτική σκηνή της Ινδίας, της τρίτης κατά σειρά χώρας παγκοσμίως²¹ στην πολιτική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δείχνουν ότι η χρήση πηγάζει από την ανάγκη για αλλαγή και εξεύρεση λύσεων σε προβλήματα. Επίσης, παρακινούν τους πολίτες να μιλούν και να διαμοιράζονται πληροφορίες, καθιστώντας τους εργαλείο επηρεασμού της κοινής γνώμης.

Ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις εκλογές εκδηλώνεται σε τρεις κατηγορίες: Αποτελεί ένα μέσο για να ρωτήσει, μοιραστεί και να αποφασίσει κανείς για το αν θα συμμετάσχει στις εκλογές και την πολιτική. Νέοι και ήδη εγγεγραμμένοι στους εκλογικούς καταλόγους ψηφοφόροι συνδέονται στο διαδίκτυο για να αναζητήσουν πληροφορίες, να λύσουν απορίες και να σχηματίσουν γνώμες, ενώ οι συζητήσεις γίνονται κίνητρο για τους αναποφασιστους να ψηφίσουν. Έπειτα, διευκολύνεται η από στόμα σε στόμα διάδοση πληροφοριών στον πραγματικό κόσμο, αφού εκείνοι που συμμετέχουν σε συζητήσεις μεταφέρουν τις πληροφορίες στον περίγυρο τους ασκώντας επιρροή. Τέλος, η *δημοσιογραφία των πολιτών*²² που έχει αναπτυχθεί, επιτρέπει στα άτομα να γράφουν ειδήσεις, να ανεβάζουν οπτικό-ακουστικό υλικό και να σχολιάζουν δρώντας ως μεμονωμένη πηγή πληροφόρησης σε πραγματικό χρόνο (Biswas, Ingle & Roy, 2014).

Ρυθμίζοντας την ημερήσια διάταξη και η θεωρία της πλαισίωσης. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν σημαντική επιρροή σε μία προεκλογική εκστρατεία καθώς ρυθμίζουν κατά βούληση την ημερήσια διάταξη και προβλέπουν τα αποτελέσματα που αυτή έχει στους χρήστες. Έχουν ισχυρή επίδραση στο κοινό μέσα από επιλεκτική δημοσίευση ειδήσεων και του βαθμού κυριαρχίας αυτών στην ημερήσια διάταξη. Η σχετική θεωρία (agenda setting theory²³) αξιώνει τη μεταφορά της σημαντικότητας, δηλαδή της ικανότητας ορισμένων ειδήσεων να μεταφέρουν θέματα αυξημένης σημαντικότητας από την διάταξη των μέσων ενημέρωσης στο κοινό τα οποία και καθιστούν πιο σημαντικά έναντι άλλων (Riezebos et al., 2011).

²¹ 45% των χρηστών του διαδικτύου παγκοσμίως

²² Ως *δημοσιογράφοι-πολίτες* νοούνται απλοί άνθρωποι που αυθόρμητα αλιεύουν έκτακτα γεγονότα, ως απόρροια της αίσθησης υποχρέωσης να υιοθετήσουν τον ρόλο ενός δημοσιογράφου σε ένα συμβάν. Για το συμβάν των βομβιστικών επιθέσεων στο μετρό του Λονδίνου το 2005, έξοχο παράδειγμα της δημοσιογραφίας των πολιτών, βλ. Allan, S. (2007), *Citizen Journalism and the Rise of "Mass Self-Communication": Reporting the London Bombings*, *Global Media Journal, Issue 1, Vol.1*

²³ Βλ. McCombs & Shaw (1972), *The agenda-setting function of mass media*, *The Public Opinion Quarterly*, Vol.36, No. 2, pp.176-187

Σύμφωνα με τη *θεωρία της πλαισίωσης*, αυτή, σε ένα γραπτό λόγο, επηρεάζει τη σκέψη. Η επιρροή των πλαισίων στη συνείδηση εξαρτάται από τη μεταφορά της επικοινωνίας της πληροφορίας από τη μία πηγή (π.χ. ρεπορτάζ ειδήσεων) σε αυτή. Η πλαισίωση περιλαμβάνει την *επιλογή* και τη *σημαντικότητα*. Το να πλαισιώνει κανείς σημαίνει να καθιστά σημαντικές πλευρές της πραγματικότητας με τέτοιο τρόπο ώστε να προωθεί μία συγκεκριμένη ερμηνεία σε ένα ζήτημα. Οι πομποί προβαίνουν σε συνειδητές ή ασυνειδητές κρίσεις στο να αποφασίσουν τι να πουν, καθοδηγούμενοι από πλαίσια που οργανώνουν το σύστημα πίστης τους. Το κείμενο περιλαμβάνει πλαίσια, που εκδηλώνονται από την παρουσία ή την απουσία λέξεων-κλειδιά, εικόνες-στερεότυπα, πηγές πληροφοριών και προτάσεις που παρέχουν θεματικά ενισχυμένα συμπλέγματα στοιχείων ή κρίσεων. Τα πλαίσια καταστούν κομμάτια πληροφοριών σημαντικά μέσω της κατανομής, επανάληψης ή σύνδεσης τους με πολιτισμικά οικεία σύμβολα, καλώντας τη προσοχή σε πλευρές της πραγματικότητας ή/και καθοδηγώντας τη προσοχή μακριά από πλευρές που δεν θέλουν να θίξουν.

Οι αντιδράσεις των δεκτών επηρεάζονται από τον βαθμό που επεξεργάζονται τη πληροφορία σχετικά με μία ερμηνεία και τις εναλλακτικές. Η δύναμη των πλαισίων μπορεί να είναι τόσο μεγάλη όσο της γλώσσας. Το να προσδιοριστεί μία νοηματοδότηση ως ηγεμονεύουσα, σημαίνει να προκριθεί μία πλαισίωση της κατάστασης που υποστηρίζεται σε μεγαλύτερο βαθμό στο γραπτό λόγο και που είναι σε κοινή γραμμή με τις σχηματικές απεικονίσεις του κοινού. Οι άνθρωποι φέρουν στη μνήμη τα δικά τους στοιχεία, σφυρηλατούν δεσμούς που δεν γίνονται ρητώς κατανοητά στο κείμενο, και ανακτούν από τη μνήμη μία πιθανή ερμηνεία, απούσα στο γραπτό λόγο. Στα κοινωνικά θέματα ή πολιτικά συμφέροντα το κοινό δεν είναι καλά πληροφορημένο και γνωστικά ενεργό και έτσι οι επιδράσεις των πλαισίων επηρεάζουν τις αντιδράσεις στους σκοπούς των πομπών (Gerstlè, 2014).

Η επίδραση της συμμετοχής σε διαδικτυακές ομάδες. Μία λειτουργία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι η δυνατότητα τους να δημιουργούν και να αναπαράγουν με ευκολία ομάδες. Η συμμετοχή αυξάνει τα ποσοστά εμπιστοσύνης, ενισχύει τις δημοκρατικές αξίες και την ανάπτυξη πολιτικών δεξιοτήτων, παρέχοντας κίνητρα ώστε να είναι κανείς πολιτικά ενημερωμένος. Η πολιτική συμμετοχή ενθαρρύνεται μέσα από μία σειρά μηχανισμών: Πρώτα, μπορεί να παρέχει τη δυνατότητα στα μέλη της ομάδας να συζητούν περί πολιτικής. Η συζήτηση αποτελεί κεντρικό παράγοντα για την επίτευξη του συναισθήματος της

αποτελεσματικότητας, οδηγώντας σε αυξημένη πολιτική δράση. Η συζήτηση στο πλαίσιο μίας ομάδας ευνοεί τη γνώση με το να καθιστά αναγκαία την ανταλλαγή των απόψεων και διά του να «αναγκάζει» σε περισσότερη σκέψη προτού κανείς εκφραστεί. Όταν τα άτομα τοποθετούνται απέναντι σε άλλους οι τελευταίοι θα πρέπει να υπερασπίζονται τις απόψεις τους, καθιστώντας τους έτσι περισσότερο πληροφορημένους. Επομένως, αρκετοί αισιοδοξούν ότι νέες μορφές επικοινωνίας χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς μπορούν να ενεργοποιήσουν διαφοροποιημένες ομάδες διαλόγου και περισσότερο ενεργούς στα κοινά πολίτες (Conroy et al., 2012).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν διευρύνει τους τρόπους πολιτικής συμμετοχής, ενθαρρύνοντας τον ατομικό ακτιβισμό, δηλαδή τη πολιτική επικοινωνία μικρής τάξεως, προσανατολιζόμενη σε ένα θέμα και μεταξύ πολλών συνομιλητών. Οι χρήστες μπορούν πλέον αξιοποιήσουν τη τεχνολογία για να εξερευνήσουν και να προσδιορίσουν τη πολιτική τους ταυτότητα με ένα πιο διαφοροποιημένο χαρακτήρα, έξω από παραδοσιακά πολιτικά πλαίσια. Μέσα από το σχολιασμό ειδήσεων, υπογράφοντας υπομνήματα, συμμετέχοντας σε debates κ.α., οι χρήστες διαμορφώνουν τη δική τους πολιτική ταυτότητα και την ανακοινώνουν δημοσίως στους συνομιλητές τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μετασχηματίζουν τον τρόπο με το οποίο οι εκλογικές διαδικασίες κερδίζονται ή χάνονται, που διαμορφώνονται οι πολιτικές και που οι άνθρωποι συμμετέχουν. Οι νέοι, διαμέσου αυτών, απορρίπτουν παραδοσιακές μορφές πολιτικής συμμετοχής, εκφράζοντας πλέον πολιτικές προτιμήσεις ελεύθερα. Η μαζική διαδικτυακή επικοινωνία ενθαρρύνει την συλλογική δράση, συσπειρώνοντας ανθρώπους γύρω από κοινού ενδιαφέροντος θέματα, μειώνοντας τα εμπόδια για πρόσβαση σε συζητήσεις και μετασχηματίζοντας ριζικά τη φύση των πολιτικών κινήματων. Το μέγεθος, η διαφορετικότητα, και δυναμική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στους ανθρώπους να συνδέονται και να σχηματίζουν κοινωνικά κινήματα έξω από καθιερωμένα πολιτικά κανάλια επικοινωνίας πιο γρήγορα και εύκολα (Bartlett, Bennett, Birnie & Wibberley, 2013).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο κοινωνικής πίεσης. Η κοινωνική πίεση διαμέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί σημαντική κινητήρια δύναμη στην εκλογική συμπεριφορά των πολιτών, επειδή επιτρέπουν στους πολίτες να δείχνουν στους άλλους ότι ψήφισαν, αυξάνοντας το αίσθημα του κοινωνικού καθήκοντος για εκλογική προσέλευση. Για παράδειγμα, εάν κάποιος πιστεύει ότι οι φίλοι του ψήφισαν σε μία εκλογική διαδικασία, τότε είναι περισσότερο

πιθανό να πράξει το ίδιο (Bartlett, Birdwell & Reynolds, 2014). Όμως, η χρήση του διαδικτύου δεν επηρεάζει με τον ίδιο τρόπο όλα τα μέλη μίας κοινωνίας. Οι επιδράσεις του εξαρτώνται από προσωπικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά και το περιεχόμενο και πλαίσιο του μέσου. Ομαδικές δράσεις οι οποίες απαιτούν φυσική παρουσία γίνονται πιο προσβάσιμες και ελκυστικές όταν λαμβάνουν χώρα στο διαδίκτυο όπως η αποστολή ενός μηνύματος σε έναν πολιτικό κ.α. Το διαδίκτυο προσφέρει νέες μορφές εύκολης και φθηνής πολιτικής συμμετοχής.

Ο μέσος όρος της χρήσης του διαδικτύου στα 27 κράτη-μέλη της Ε.Ε. το 2007 ήταν 60%, ενώ την ίδια στιγμή μετρούσε 88% για τους νέους μεταξύ 16-24 ετών, φτάνοντας το 99% στην Ολλανδία, και το 100% στις Δανία, Φινλανδία και Ισλανδία. Το 2016, σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat²⁴, περισσότερα από τα τέσσερα πέμπτα των ατόμων στην Ε.Ε. (82%) χρησιμοποιούν το διαδίκτυο τουλάχιστον μία φορά την ημέρα, ενώ σχεδόν 8 στους 10 (79%) το χρησιμοποιούν τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα. Στην Ε.Ε. το 71% όλων των πολιτών χρησιμοποιεί το διαδίκτυο καθημερινά ή σχεδόν καθημερινά, με την Ελλάδα να βρίσκεται στο 57%. Συγκριτικά με το 2007, το ποσοστό των ατόμων που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το διαδίκτυο μειώθηκε το 2016 σχεδόν στο ήμισυ (από 37% σε 20%).

Το διαδίκτυο προσφέρει δυνατότητες για συμμετοχή στη πολιτική όπως η επίσκεψη πολιτικών ιστολογίων, παρακολούθηση ειδήσεων, συμμετοχή σε forums, πολιτική συζήτηση διαμέσου ηλεκτρονικής βιβλιογραφίας, ή οργάνωση ηλεκτρονικών εκστρατειών. Μελέτες από τις Αμερικάνικες εκλογές του 1996 και 2000 έχουν δείξει ότι η έκθεση σε εκλογικές ειδήσεις αυξάνουν τη πιθανότητα των πολιτών να ψηφίσουν. Οι θετικές επιδράσεις των διαδικτυακών ειδήσεων στη συμμετοχή είναι υψηλότερες σε πολίτες με μεγαλύτερο πολιτικό ενδιαφέρον και σε αυτούς που ήδη συμμετείχαν στα πολιτικά (Bakker, Vreese & Claes, 2011).

2.2.4 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης-δημοψηφίσματα διεθνώς.

Ένα πρόσφατο παράδειγμα αποτελεί το δημοψήφισμα στη Σκωτία για την ανεξαρτησία της το 2014. Το Facebook, ένα μήνα πριν τις εκλογές, εισήγαγε ένα διαδραστικό κουμπί με τίτλο “Είμαι ψηφοφόρος» παραπέμποντας στο δημοψήφισμα. Το κουμπί που εμφανίζονταν στο πάνω μέρος της ροής ειδήσεων, έδωσε πρόσβαση

²⁴ Eurostat (2016), *Internet access and use statistics-households and individuals*, δημοσιεύτηκε στον ιστότοπο ec.europa.eu, διαθέσιμο στο: <http://bit.ly/2pgIzRt> [τελευταία πρόσβαση Τρίτη, 9 Μαΐου 2017]

σε πληροφορίες σχετικά με τη ψήφο τους, είτε να κοινοποιήσουν στον κύκλο των διαδικτυακών φίλων τους ότι ψήφισαν. Επίσης, το Facebook οργάνωσε μία εκδήλωση σχετική με την εκλογική διαδικασία την οποία μετέδωσε ζωντανά προκειμένου να ενθαρρύνει τους ψηφοφόρους να εγγραφούν στους εκλογικούς καταλόγους εγκαίρως. Η επιρροή των στρατηγικών ήταν άμεση, άλλωστε, δύο συμπεριφορές χαρακτηρίζουν τους χρήστες: η αγάπη για επίλυση σπαζοκεφαλιών και η συμμετοχή σε διαδραστικές εφαρμογές και παιχνίδια. Όσο πιο προσωποποιημένο είναι ένα μήνυμα, τόσο πιο έντονη είναι η επίδραση του ενώ θετικές ιστορίες με έντονο συναισθηματισμό είναι περισσότερο πιθανό να διαμοιραστούν (Bartlett, Birdwell & Reynolds, 2014).

Το δημοψήφισμα στη Σκωτία έδειξε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να προσφέρουν νέους δρόμους για να ενσωματώνουν στα δημοψηφίσματα μεγαλύτερη διαβουλευτική διάσταση. Η ανάπτυξη τους πρόσφερε τον απαραίτητο χώρο για πολιτικές συζητήσεις με ανταλλαγή πληροφοριών και παρουσίαση διαφορετικών απόψεων και ως εκ τούτου αποτελεσματικότερη διαμόρφωση της απόφασης στην εκλογική διαδικασία με επίγνωση των συνεπειών της ψήφου. Επίσης, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είχαν συμπεριφορικές επιπτώσεις στους ψηφοφόρους. Λαμβάνοντας μηνύματα από το Facebook ενθαρρυνόταν η συμμετοχή, ενώ πρόσφερε ανωνυμία, δίνοντας την ελευθερία να εκφραστούν αληθινά συναισθήματα, χωρίς να παραβλέπονται φαινόμενα πόλωσης και επιθετικά σχόλια (Quinal et al., 2015).

2.1 Πολιτική συζήτηση και εκλογική συμμετοχή

*Μορφώνεται κανείς καλύτερα με
την συνδιάλεξη παρά με το διάβασμα*
Paul Verlaine, Γάλλος ποιητής, 1844-1896

2.3.1 Υποκείμενοι μηχανισμοί επιρροής της προσέλευσης.

Ερευνητές στη διεθνή βιβλιογραφία συμφωνούν ότι η συζήτηση αυξάνει τα επίπεδα της εκλογικής συμμετοχής και ότι πολιτικοποιημένα κοινωνικά δίκτυα συνδέονται με αυξημένα επίπεδα πολιτικής δράσης (Kenny, 1992; Toka, 2010). Σύμφωνα με τον McClurg (2006) αυξάνοντας τα επίπεδα πολιτικής συζήτησης από «ποτέ» σε «τις περισσότερες φορές» σε μία συζήτηση αυξάνονται τα επίπεδα πολιτικής συμμετοχής ανάμεσα σε απόφοιτους Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων. Ο αντίκτυπος ενός δικτύου συζήτησης στην συμμετοχή εξαρτάται από το βαθμό υποστήριξης όπου ένα άτομο

βιώνει όταν συζητά περί πολιτικής. Ομοιογενή δίκτυα διαλόγου ενθαρρύνουν τη πολιτική συμμετοχή, αφού άτομα που μοιράζονται παρόμοιες απόψεις για τα τεκτενόμενα αλληλοενθαρρύνονται, προωθούν την αναγνώριση κοινών προβλημάτων και παρακινούν αλλήλους προς συλλογική δράση. Στοιχεία από Ευρωβαρόμετρα δείχνουν μεγάλη σταθερότητα στη προδιάθεση των ευρωπαίων εκλογέων να συζητούν περί πολιτικής (Bennett et al., 2000).

Η πολιτική συζήτηση μπορεί να ενισχύσει τη δημοκρατία αφού μπορεί να βελτιώνει συνεχώς την ποιότητα της κοινής γνώμης και να ενισχύει την κοινωνική συνείδηση. Η έκφραση γνώμης μέσα σε μία συζήτηση μεταμορφώνει υποσυνείδητα συναισθήματα σε γνωστική λειτουργία και παρέχει τη βάση για μία ενεργή πολιτική συμμετοχή. Έρευνες από τις Η.Π.Α. και την Μ. Βρετανία έχουν δείξει ότι ορισμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά όπως η ηλικία, το φύλο, το εκπαιδευτικό υπόβαθρο και η οικονομική κατάσταση επηρεάζουν σημαντικά το βαθμό συμμετοχής ενός ατόμου σε ένα πολιτικό διάλογο (Bennet et al, 2000).

Ο πολιτικός διάλογος επηρεάζει την εκλογική συμμετοχή προσφέροντας στους εκλογείς την αναγκαία πληροφορία για τους τρόπους με τους οποίους μπορούν να γίνουν περισσότερο ενεργοί, καλώντας ευθέως τους πολίτες να συμμετέχουν σε δημόσιες δραστηριότητες, ενώ η πολιτική συζήτηση αυξάνει την εμπειρία του ερωτώμενου και βελτιώνει την ικανότητα του συνομιλητή να ενσωματώσει την πολιτική πληροφορία στις απόψεις του. Μελέτες (Kim, Wyatt & Katz, 1999) έχουν δείξει ότι η πολιτική συζήτηση συνδέεται στενά με συμμετοχικές δραστηριότητες στην πολιτική και με την επιθυμία των πολιτών να ψηφίζουν. Η πολιτική συζήτηση ενισχύει την ποιότητα των προσωπικών απόψεων, η οποία μετράται από την ιδεολογική συνοχή, καθαρότητα, και συλλογισμό-αιτιολόγηση προσωπικών θέσεων σε ζητήματα που άπτονται της πολιτικής. Τα στοιχεία αυτά δύνανται να διαμορφώσουν έναν πιο ενημερωμένο και συνειδητοποιημένο πολίτη, επομένως να αυξήσουν τα ποσοστά συμμετοχής του.

Πειραματικές μελέτες σε φοιτητές Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων των ΗΠΑ (Klofstad, 2007), έχουν δείξει ότι η συζήτηση προωθεί τη συμμετοχή επιδοτώντας τα κόστη και αυξάνοντας τα οφέλη που σχετίζονται με τη συμμετοχή. Το να ζητείται από κάποιον άμεσα να συμμετέχει φαίνεται ότι αποτελεί τον πιο αποτελεσματικό μηχανισμό πίσω από την επιρροή των συνομήλικων ή συνομιλητών με ίδιες ή παρόμοιες απόψεις. Η στρατολόγηση μεταξύ συνομηλίκων συγκεκριμένα είναι πιο αποτελεσματική όταν το άτομο-στόχος των προσπαθειών κινητοποίησης

έχει προηγούμενη εμπειρία συμμετοχής στα κοινά. Η πολιτική συζήτηση μεταξύ συνομήλικων ή ομοϊδεατών συνομιλητών αποτελεί μία χαμηλού κόστους πηγή πληροφόρησης καθώς επιτρέπεται στους συνομιλητές να αποκτήσουν έναν πόρο από έμπιστες πηγές σε συγκεκριμένα θέματα ενδιαφέροντος. Επίσης, η απόκτηση πληροφοριών από τους ομοϊδεάτες συνομιλητές απορροφάται με μεγαλύτερη ευχαρίστηση, καθώς κανείς είναι πιθανότερο να ευχαριστηθεί μία φιλική ανεπίσημη συζήτηση με φίλους από το να συμμετέχει σε προεκλογικές εκστρατείες ψηφοφόρων όπου οι περισσότεροι συνομιλητές είναι άγνωστοι μεταξύ τους.

Επίσης, άτομα που συνομιλούν με ανθρώπους που κατέχουν πολιτική πείρα, διευκολύνονται στο να διασταυρώσουν τις αντιδράσεις τους στη διάδραση μεταξύ τους, με σκοπό να διαπιστώσουν τον τρόπο που αντιδρούν στη πληροφορία, δηλαδή το εάν τη δέχονται ή την απορρίπτουν. Μία έντονη διαπροσωπική επικοινωνία με συνομιλητές που επιθυμούν εξαρχής να ψηφίσουν και οι οποίοι εκφράζουν καθαρές κομματικές απόψεις, ενθαρρύνει τη πρόθεση τους στο να συμμετάσχουν στην εκλογική διαδικασία. Στην περίπτωση που η άποψη ενός συνομιλητή μοιράζεται από άλλα άτομα, ο ψηφοφόρος αισθάνεται επιβεβαιωμένος στις απόψεις του, γεγονός που αυξάνει την αποδοχή ενός μηνύματος, κάνοντας πιο πιθανή τη παρουσία του τη μέρα των εκλογών στο εκλογικό τμήμα (Scmitt Beck, 2003).

2.3.2 Οι επιδράσεις της διαφωνίας μεταξύ συνομιλητών.

Αντίθετα, όταν οι συνομιλητές σε μία πολιτική συζήτηση διαφωνούν είναι λιγότερο πιθανόν να ψηφίσουν. Αυτό συμβαίνει λόγω της λειτουργίας δύο μηχανισμών: της *αμφιθυμίας* και της *κοινωνικής υπευθυνότητας*. Η πρώτη θεωρία, της *αμφιθυμίας*, θεωρεί ότι οι συνομιλητές που αντιμετωπίζουν συγκρουόμενες απόψεις σε μία συζήτηση, δυσχεραίνονται στο να επιλέξουν ποιον να ψηφίσουν. Αυτό οδηγεί ορισμένους να επιλέγουν έναν ψηφοφόρο ή μία πολιτική επιλογή αργά, προς το τέλος της προεκλογικής περιόδου. Για άλλους, παρατείνει την απόφαση για μετά τις εκλογές, οδηγώντας σε μικρά ποσοστά προσέλευσης στις κάλπες. Ο μηχανισμός της *κοινωνικής υπευθυνότητας* δίνει σημαντικότητα στον φόβο της προσβολής ή παρεξήγησης. Ορισμένοι άνθρωποι αισθάνονται άβολα όταν αναγκάζονται να επιλέγουν «στρατόπεδα» σε αντικρουόμενες απόψεις σε μία συζήτηση, και έως εκ τούτου επιλέγουν να μην συμμετέχουν ενεργά στην πολιτική ώστε να διατηρήσουν την «κοινωνική αρμονία». Η ανομοιογένεια καταπιέζει τη πολιτική συμμετοχή όταν

οι συνομιλητές δεν είναι συγκεντρωμένοι στη συζήτηση, αλλά δείχνοντας πραγματικό ενδιαφέρον κατά την διαδικασία της συνομιλίας μπορεί να έχει τα αντίθετα αποτελέσματα, δίχως άμεσες επιπτώσεις στην προσέλευση στις κάλπες. Αντιθέτως, η διαφωνία μπορεί να αυξήσει την συμμετοχή επειδή παροτρύνει τους συνομιλητές να ασχοληθούν και αυξάνει την πολιτική γνώση (Bello, 2012).

2.4 Η επίδραση λοιπών ανεξάρτητων μεταβλητών στην εκλογική συμμετοχή

2.4.1 Συμπεριφορικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά

α. Πολιτική εμπιστοσύνη. Η εμπιστοσύνη στη πολιτική και τους πολιτικούς δρώντες είναι μία σημαντική πηγή των δημοκρατικών πολιτικών συστημάτων καθώς θεωρείται ότι καθορίζει τη πρόθεση των ατόμων να δέχονται τις πολιτικές αποφάσεις και να συμμορφώνονται με αυτές. Όταν οι πολίτες εμπιστεύονται το πολιτικό καθεστώς είναι περισσότερο πιθανό να συμμετέχουν στη πολιτική στοχεύοντας να αλλάξουν τη ζωή τους προς το καλύτερο (Claes, 2012). Ακαδημαϊκοί όπως ο Hetherlington (1998) έχουν προσδιορίσει την πολιτική εμπιστοσύνη ως αξιολογικό παράγοντα της κεντρικής εξουσίας, βασισμένος στο πόσο καλά λειτουργεί μία κυβέρνηση με γνώμονα τις προσδοκίες των πολιτών. Μεγαλύτερος βαθμός εμπιστοσύνης και ικανοποίηση από τους πολιτικούς δρώντες αυξάνουν τη πιθανότητα προσέλευσης στις κάλπες (Cox, 2003; Setala, 2007), ενώ η πολιτική εμπιστοσύνη συνδέεται με τη κατασκευή της πρόθεσης ψήφου, όταν η αντίληψη ενός ψηφοφόρου για δίκαιες και έμπιστες εκλογικές διαδικασίες είναι κρίσιμη για τα αποτελέσματα τους (Riezebos, 2011).

β. Πολιτικό ενδιαφέρον Μελέτες έχουν δείξει ότι υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ του πολιτικού ενδιαφέροντος και της προσέλευσης στις κάλπες. Πολίτες με αυξημένο ενδιαφέρον για τη πολιτική είναι πιθανόν να αφομοιώνουν περισσότερη πληροφορία σχετική με το πολιτικό σύστημα, μειώνοντας το κόστος συμμετοχής και αυξάνοντας τη πιθανότητα να ψηφίσουν. Μπορεί να είναι καλύτερο για μη πληροφορημένους ψηφοφόρους να απέχουν από τις κάλπες, καθώς έτσι εναποθέτουν την απόφαση στους ενημερωμένους, οι οποίοι λογικά ψηφίζουν για τις σωστές πολιτικές ή κόμμα (Verba, 1995). Ένα άτομο με μεγαλύτερο ενδιαφέρον περί πολιτικής πιστεύει ότι η απόφαση του είναι περισσότερο ενημερωμένη, αυξάνοντας την ωφελιμότητα από την άσκηση του εκλογικού δικαιώματος, επομένως αυξάνει και τις πιθανότητες να προσέλθει στις κάλπες (Matsusanka, 1995). Το πολιτικό

ενδιαφέρον μειώνει τα κόστη της ψήφου καθώς παρέχει εκ των προτέρων ενημέρωση, εξαλείφοντας την ανάγκη εξεύρεσης πληροφορίας κατά την προεκλογική περίοδο, προσδίδοντας μεγαλύτερη ψυχολογική επιβράβευση από την άσκηση του εκλογικού δικαιώματος. Εάν οι πολίτες δεν δείχνουν ενδιαφέρον, δεν θα επιθυμούν να μετέχουν, ούτε να δείχνουν περιέργεια για πολιτικά ζητήματα που τους αφορούν (Denny και Doyle, 2005).

γ. Κομματική ταύτιση. Έρευνες (Whitley και Seyd, 1994; Setala, 2007) υποδεικνύουν ότι η επαφή ενός ψηφοφόρου με ένα κόμμα έχει θετική επίδραση στην προσέλευση στις κάλπες. Οι πολίτες ενεργοποιούνται εκλογικά μέσα από προσπάθειες κινητοποίησης των κομμάτων που ανήκουν. Η κομματική ταύτιση αντανακλά και αυξάνει τη ψυχολογική ανάμειξη ενός εκλογέα στη πολιτική και τις ανησυχίες του περί των αποτελεσμάτων των εκλογών, ενθαρρύνοντας τη πολιτική συμμετοχή (Bartels, 2000). Οι Karp και Banducci (2007) θεωρούν ότι η επαφή με τα κόμματα μπορεί να αφυπνίσει τους εκλογείς σχετικά με τη σημαντικότητα της ψήφου τους. Ποικίλα χαρακτηριστικά των ψηφοφόρων μπορούν να διευκολύνουν την πρόσβαση τους στην εκλογική διαδικασία. Πολίτες οι οποίοι χαρακτηρίζονται από παρελθούσα συμμετοχή σε εκλογές ή μέλη ομάδων όπως συνεταιρισμοί, αποτελούν παραδείγματα χαρακτηριστικών ταυτοποίησης πιθανών ψηφοφόρων. Εφόσον πιθανολογείται ότι κάθε κόμμα ενθαρρύνει τα μέλη του να ψηφίζουν, αναμένεται ότι όσοι ταυτίζονται με αυτό θα είναι πιθανότερο να προσέρχονται στις κάλπες από εκείνους που δεν ακολουθούν κάποιο κομματικό σχηματισμό.

Τα κόμματα, ως κεντρικοί πάροχοι πληροφόρησης σε προεκλογικές εκστρατείες σε δημοψηφίσματα, μπορούν να επηρεάσουν την πλαισίωση του και την αβεβαιότητα που προκύπτει από το προταθέν ερώτημα, επηρεάζοντας επομένως την εκλογική συμπεριφορά. Σε ένα δημοψήφισμα, αν και (φαινομενικά τουλάχιστον) δεν τίθενται στη κρίση του λαού κόμματα και υποψήφιοι, μπορούν εντούτοις η πληροφόρηση και η υποστήριξη μίας συγκεκριμένης θέσης από ένα κόμμα να επηρεάζουν το αποτέλεσμα. Εάν οι ψηφοφόροι έχουν μικρή γνώση του ερωτήματος που προκρίνεται, εναπόκειται στο κόμμα που ακολουθούν να παράσχει περαιτέρω πληροφορίες. Από την άλλη, μπορεί το κόμμα που υποστηρίζουν να τους παροτρύνει σε μία τιμωρητική διάθεση απέναντι σε ενδεχόμενη κακή οικονομική απόδοση της εκάστοτε κυβέρνησης, υποστηρίζοντας ως εκ τούτου την αντίθετη άποψη από αυτή που στηρίζει η κυβέρνηση στο δημοψήφισμα (Hobolt, 2006).

δ. Πολιτική συμμετοχή. Η πολιτική συμμετοχή αφορά στη δραστηριότητα των ατόμων που έχει ως σκοπό να καθορίσει ποια πρόσωπα κυβερνούν και ποιες αποφάσεις λαμβάνουν οι έχοντες την εξουσία. Μορφές που μπορεί να λάβει η πολιτική συμμετοχή εκτείνονται από την επικοινωνία πολιτών με τους βουλευτές τους, μέχρι την ψηφοθηρία ακτιβιστών υπέρ του υποψηφίου που υποστηρίζουν, επίσκεψη σε ιστοσελίδες, διανομή προεκλογικού υλικού κ.α. Έρευνα των Hague & Harrop (2011) υποδεικνύει ότι σε όλο τον δημοκρατικό κόσμο κάθε πολιτική δραστηριότητα έξω από τις εκλογές αποτελεί προνομιακό πεδίο δράσης μίας μόνο μικρής ομάδας πολιτών, με την υψηλότερη πολιτική συμμετοχή να παρατηρείται στους μορφωμένους, μεσήλικες άνδρες της μεσαίας και ανώτερης κοινωνικό-οικονομικής τάξης, με την συμμετοχή να κορυφώνεται στην ηλικιακή ομάδα των μεσηλικών. Οι λόγοι για την τάση αυτή οφείλονται στους αυξημένους πολιτικούς πόρους (χρήματα, επικοινωνιακές δεξιότητες, κοινωνική θέση) και ενδιαφέρον που αυτοί κατέχουν, απαλλαγμένοι από το άγχος της καθημερινής επιβίωσης. Από την άλλη, οι γυναίκες ως ομάδα διαθέτουν παραδοσιακά λιγότερους πόρους, κα λιγότερο ενδιαφέρον από τους άνδρες, λόγω υποχρεώσεων όπως η ανατροφή των παιδιών και τα οικιακά καθήκοντα που τις αποκλείουν από την πολιτική συμμετοχή, πραγματικότητα που όμως αλλάζει με γοργούς ρυθμούς στη σύγχρονη πραγματικότητα της Ε.Ε. Το ίδιο ισχύει και στους ανέργους, ακατάρτιστους νέους, των οποίων οι καθημερινές δυσκολίες εξαλείφουν κάθε μορφή τυπικής πολιτικής συμμετοχής (Hague & Harrop, 2011).

Ειδικά για την πολιτική συμμετοχή των γυναικών, έρευνες στον ελληνικό χώρο (Ρετσίλα κ.α., 2006) φανερώνουν τη μειονεκτική τους θέση. Οι γυναίκες φαίνεται να έχουν σαφώς χαμηλότερη συμμετοχή από τους άνδρες στις πολιτικές συγκεντρώσεις, ενώ η εκλογική τους συμμετοχή είναι μικρότερη. Η περιορισμένη τους παρουσία στον πολιτικό χώρο φαίνεται ότι συνδέεται με τα διαφοροποιημένα πρότυπα ζωής που ισχύουν για τα δύο φύλα που φανερώνουν ότι η δομή του πολιτικού συστήματος αφορά λιγότερο στις γυναίκες, εναρμονιζόμενες σε μικρότερο βαθμό με τις ανάγκες, προβλήματα και καθημερινότητά τους. Άλλες έρευνες (Kenney, 1992) υποστηρίζουν ότι το κοινωνικό πλαίσιο μέσα στο οποίο ζουν οι πολίτες επηρεάζει την πολιτική συμμετοχή, με τη συμμετοχή να αυξάνεται όταν οι γείτονες, οικογένεια, φίλοι ή συνάδελφοι ενός ατόμου συμμετέχουν σε μορφές συμμετοχής όπως το να φορούν αυτοκόλλητα κομματικών σχηματισμών σε προεκλογικές εκστρατείες, να κραδαίνουν πλακάτ και πανό υπέρ ή κατά ενός

κόμματος ή πολιτικής κ.α., ή να συμμετέχουν σε εκστρατείες ενημέρωσης της γειτονιάς για ένα θέμα ή υποψήφιο.

Τέλος, ενδιαφέρον προκαλεί η σταδιακή μείωση της πολιτικής συμμετοχής στον ελληνικό χώρο, αντίθετη με την παραδοσιακή υψηλή ελληνική πολιτικοποίηση, με τις μεγαλύτερες μόνο γενιές να προσέρχονται πλέον στην κάλπη αλλά και να συμμετέχουν ενεργά στην πολιτική, με τις νεότερες να απέχουν συστηματικά, λόγω του ότι βρίσκονται στο στάδιο ανάπτυξης των επαγγελματικών τους δεξιοτήτων και στο στάδιο αναζήτησης δημιουργίας οικογένειας που τους στερεί το χρόνο και τη διάθεση να ασχοληθούν με τα κοινά. Όσον αφορά το σύνολο του πληθυσμού, η αύξηση της δυσκολίας κατανόησης της πολιτικής λόγω κυριαρχίας μίας τεχνοκρατικής ρητορικής στο δημόσιο λόγο, η υποχώρηση της κομματικής ταύτισης, τα απανωτά πολιτικά σκάνδαλα και η ρευστοποίηση του εκλογικού σώματος λόγω της ανόδου του εκπαιδευτικού υποβάθρου συνδυαστικά με την οικονομική κρίση, έχουν μειώσει το ποσοστό της πολιτικής συμμετοχής ενισχύοντας τον πολιτικό κυνισμό, με τις αγροτικές περιοχές να συμμετέχουν περισσότερο από ότι τα αστικά κέντρα διότι μειώνονται οι αποστάσεις μεταξύ των κομματικών υποψηφίων και των εκλογέων ενώ το μικρό μέγεθος των ημι-αστικών και αγροτικών περιοχών καθιστά ευκολότερη τη διατήρηση πελατειακών δικτύων και το κίνητρο, επομένως για πολιτική συμμετοχή (Βασιλόπουλος & Βερναδάκης, 2010).

Κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες

ε. Οικονομική κατάσταση. Η διεθνής έρευνα υποστηρίζει ότι τα άτομα αλλάζουν τη ψήφο τους σε απάντηση της κατάστασης στην οικονομία. Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην εκλογική συμπεριφορά που πηγάζει από τη συλλογική μνήμη σχετικά με τη κατάσταση στην οικονομία στο πρόσφατο παρελθόν. Όταν οι πολίτες εκλαμβάνουν την προηγούμενη οικονομική κατάσταση ως καλή, τότε είναι περισσότερο πιθανό να συμμετέχουν στις εκλογές (Roberts, 2008). Όταν ένα άτομο υποφέρει οικονομικά, οι λιγοστοί πόροι του αξιοποιούνται για να διατηρήσει το βιοτικό του επίπεδο και όχι για να ασχοληθεί με τη πολιτική. Τα οικονομικά προβλήματα αυξάνουν το κόστος και μειώνουν την ικανότητα της πολιτικής συμμετοχής, ενώ προκαλούν άγχος και ενασχόληση με την προσωπική οικονομική κατάσταση, απορρίπτοντας οτιδήποτε δεν έχει σχέση με τα οικονομικά. (Rosenstone, 1982).

στ. Κοινωνική τάξη. Η κοινωνική τάξη στην οποία ανήκουν τα άτομα αποτελεί κρίσιμο παράγοντα που επηρεάζει τη συμμετοχή στις εκλογές.

Φτωχές και εργατικές τάξεις γενικά ψηφίζουν σε μικρότερη συχνότητα από ότι οι μεσαίες και οι ανώτερες κοινωνικές τάξεις (Beeghley, 1986). Παρά το γεγονός ότι στις περισσότερες χώρες της Ευρώπης η εργατική τάξη ψηφίζει κατά περίπου 10% περισσότερο από ότι η ανώτερη τάξη, σε χώρες όπου ισχύει το σύστημα της υποχρεωτικής ψήφου το χάσμα στη συχνότητα της ψήφου μεταξύ των κοινωνικών τάξεων μειώνεται (Rogers, 2005). Δεδομένα από έρευνες που εξετάζουν τις Ευρωεκλογές μεταξύ των ετών 1989-2009 υποδεικνύουν ότι οι ανώτερες κοινωνικές τάξεις συμμετέχουν στις εκλογές περισσότερο από ότι οι κατώτερες τάξεις (Horn, 2011). Η τάση των πολιτών που ανήκουν σε ανώτερες κοινωνικές τάξεις να συμμετέχουν στη πολιτική με μεγαλύτερη συχνότητα από ότι οι κατώτερες αποδίδεται στο πιο ανεπτυγμένο εκπαιδευτικό υπόβαθρο, που τους επιτρέπει να αντιλαμβάνονται τα διακυβεύματα με μεγαλύτερα ποσοστά διάδρασης με ανθρώπους που είναι ενεργοί στη πολιτική. Οι κατώτερες τάξεις ενδιαφέρονται λιγότερο για τη πολιτική, αντιλαμβάνονται λιγότερο τα οφέλη από τη συμμετοχή, και λιγότερο πιθανό να έχουν ή να αποκτήσουν τα απαραίτητα χαρακτηριστικά που ενεργοποιούν τη συμμετοχή, και τέλος είναι λιγότερο πιθανό να έχουν τον χρόνο, χρήματα και ενέργεια που απαιτούνται για να ασχοληθούν (Spiller, 2012).

ζ. Εκπαιδευτικό υπόβαθρο. Πολίτες με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο έχουν μεγαλύτερη τάση να ψηφίζουν. Η γνώση προσφέρει καλύτερη κατανόηση της πολιτικής ενώ δημιουργεί τις προϋποθέσεις για ευκολότερη καθοδήγηση στην εγγραφή των ψηφοφόρων στους εκλογικούς καταλόγους και σε γραφειοκρατικά ζητήματα που άπτονται της εκλογικής διαδικασίας. Επίσης, τα κοινωνικά δίκτυα μέσα στα οποία άνθρωποι με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο βρίσκονται, τους εκθέτει στις προσπάθειες επιστράτευσης από τις πολιτικές ελίτ. Η εκπαίδευση βελτιώνει το κοινωνικό-οικονομικό υπόβαθρο των ανθρώπων ευνοώντας την εκλογική συμμετοχή ενώ ενισχύεται το αίσθημα του δημοσίου καθήκοντος (Burden, 2008; Wolfinger & Rosenstone, 1980). Η εκπαίδευση μειώνει το γνωστικό και υλικό κόστος της ψήφου, αναπτύσσοντας γνωστικές ικανότητες που βοηθούν τους ψηφοφόρους να επεξεργάζονται πολύπλοκη πολιτική πληροφορία (Rosenstone & Hansen, 1993; Campbell, 2005).

Δημογραφικά χαρακτηριστικά

η. Ηλικία. Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία πολίτες είναι πιθανότερο να ψηφίσουν από ότι είναι οι νεότεροι, αλλά η σχέση αυτή είναι καμπυλόγραμμη, με τη πιθανότητα της ψήφου να αυξάνεται στο τέλος της μέσης ηλικίας (45-65 ετών) αλλά να μειώνεται έπειτα (Sigelman, 1985). Νεότερες ηλικιακά ομάδες ψηφίζουν συστηματικά σε χαμηλότερα ποσοστά ως αποτέλεσμα μίας επίδρασης που οφείλεται στις διαφορές μεταξύ των γενεών. Νεότεροι άνθρωποι τείνουν να εγκαθίστανται λιγότερο συχνά σε ένα συγκεκριμένο τόπο καθώς είναι εργένηδες και γεωγραφικά διασκορπισμένοι. Διαμέσου των γενεών, η πολιτική ενασχόληση αυξάνει καθώς τα άτομα μετακινούνται από την πρώιμη ενηλικίωση στη μέση ηλικία. (Thomas & Young, 2006). Η χαμηλή προσέλευση των νέων εξηγείται στη βάση της χρήσης εναλλακτικών μορφών πολιτικής συμμετοχής, αντανακλώντας μία κριτική της πολιτικής και της ιδέας της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας, όπως συμμετοχή σε διαμαρτυρίες και συλλαλητήρια, καταλήψεις δημοσίων κτιρίων ή δημόσιες συναθροίσεις με σκοπό να συζητούν τις πολιτικές εξελίξεις (Nevitte, 2000).

θ. Φύλο. Σε γενικές γραμμές, οι άνδρες ψηφίζουν συχνότερα από τις γυναίκες. Οι φυλετικές διαφορές στη πολιτική συμμετοχή εντοπίζονται στη μικρότερη προσβασιμότητα των γυναικών σε βασικούς πόρους όπως είναι το εισόδημα, η εκπαίδευση και η κοινωνικό-οικονομική κατάσταση. στοιχεία που συνδέονται με τη πολιτική δράση όπως είναι η άσκηση του εκλογικού δικαιώματος (Thomas & Young, 2006). Παρόλα αυτά, σε ορισμένες χώρες όπως είναι η Δανία και η Ολλανδία το αντίστροφο φαίνεται να ισχύει. Μία πιθανή εξήγηση είναι το γεγονός ότι εκεί υπάρχουν περισσότερες διαζευγμένες ή ανύπαντρες μητέρες και περισσότερες εργαζόμενες γυναίκες, οι οποίες ενδιαφέρονται για ζητήματα όπως είναι η εκπαίδευση των παιδιών τους και ζητήματα που άπτονται της υγείας, και έτσι ψηφίζουν ώστε να πραγματοποιήσουν τις προσδοκίες τους (Oppenhuis, 1995).

ι. Απασχολησιμότητα. Τέλος, σημαντικός προγνωστικός παράγοντας είναι και η εργασιακή κατάσταση των πολιτών. Το να είναι κανείς ενταγμένος σε μία πλήρους απασχόλησης εργασία μισθωτής σχέσης αποτελεί μέτρο σταθερότητας το οποίο ενθαρρύνει την εκλογική συμμετοχή. Η απασχολησιμότητα ευνοεί τη διατήρηση πολιτικών ικανοτήτων όπως η παρακολούθηση πολιτικών συγκεντρώσεων που ενθαρρύνει τη πολιτική συμμετοχή. Από την άλλη, πολίτες με οικονομικά προβλήματα είναι λιγότερο πιθανό να ψηφίζουν (Spiller, 2012), διότι η

οικονομική αστάθεια είναι αγγωτική διαδικασία, καθώς προκαλεί έγνοια με τη προσωπική οικονομική κατάσταση, εγκαταλείποντας την ενασχόληση με οτιδήποτε άλλο. Η οικονομική δυσχέρεια μειώνει την ικανότητα συμμετοχής στη πολιτική διότι οι φτωχοί και οι άνεργοι είναι οικονομικά αδύναμοι (Rosenstone, 1982).

Κεφάλαιο 3^ο

Μελέτη περίπτωσης

3.1 Το δημοψήφισμα της 5^{ης} Ιουλίου και η δυναμική των νέων μέσων

Στις 25 Ιανουαρίου 2015, το αριστερό κόμμα του ΣΥ.ΡΙ.ΖΑ., με τη ρητορική του ενάντια στη λιτότητα κατάφερε να κερδίσει τις εκλογές και σχημάτισε κυβέρνηση με το δεξιό κόμμα ΑΝΕΛ. Στις 20 Φεβρουαρίου του ίδιου έτους μία πρώτη συμφωνία επετεύχθη μεταξύ της νέας ελληνικής κυβέρνησης και των θεσμών. Πάρα ταύτα, η συμφωνία δεν πραγματοποιήθηκε και το ναυάγιο στις διαπραγματεύσεις των επόμενων 5 μηνών οδήγησαν τον Πρωθυπουργό να προκηρύξει στις 27 Ιουνίου του ίδιου έτους δημοψήφισμα, με ερώτημα αν ο ελληνικός λαός θα έπρεπε να δεχτεί τις προτάσεις των θεσμών για περαιτέρω λιτότητα ή όχι. Στην εβδομάδα που ακολούθησε ως την ημέρα των εκλογών σταμάτησε η χρηματοδότηση της χώρας από της ΕΚΤ, εισήχθησαν περιορισμοί κεφαλαίων, τα εγχώρια ΜΜΕ κατηγορήθηκαν²⁵ ότι επέδρασαν προπαγανδιστικά στην ενημέρωση των πολιτών²⁶, ενώ οι θεσμοί απέσυραν την πρόταση τους η οποία αποτελούσε το ερώτημα του δημοψηφίσματος περιπλέκοντας την εγκυρότητά του. Στις εκλογές, η συντριπτική πλειοψηφία (61,3% έναντι 38,7%) ψήφισε υπέρ του «Όχι» αποδοκιμάζοντας την πολιτική λιτότητας που προωθεί η ΕΕ (Askitas, 2015).

Σύμφωνα με εγχώριους συγγραφείς, η ύπαρξη διαφωνιών αποτελεί προϋπόθεση της προσφυγής στην άμεση καθολική ψήφο για κρίσιμα εθνικά θέματα, ενώ υποστηρίζεται η άποψη ότι το δημοψήφισμα είχε προσωπικό χαρακτήρα, εφόσον απώτερος στόχος ήταν να εγκριθεί από το λαό η συνολική πολιτική της Κυβέρνησης και του Πρωθυπουργού, χωρίς να είναι αδιάφορη ως προς τη θετική ή αρνητική αντιμετώπιση του κρίσιμου εθνικού θέματος από το εκλογικό σώμα, γεγονός που θα αποτελούσε τη μόνη μορφή γνήσιου δημοψηφίσματος ανταποκρινόμενο στο πραγματικό νόημα της λαϊκής κυριαρχίας που είναι να αποβλέπει στην διαπίστωση της πραγματικής θέλησης του λαού σε ένα ζήτημα χωρίς να διακυβεύεται η θέση της Κυβέρνησης. Ο κίνδυνος επομένως, μετατροπής του δημοψηφίσματος από διαδικασία λήψης των αποφάσεων απευθείας από τον λαό σε διαδικασία επικύρωσης

²⁵Ο Εισαγγελέας κ. Κ. Δεληδήμος διενήργησε προανακριτική εξέταση για να διαπιστωθεί αν ευσταθούν οι καταγγελίες περί παραβίασης της εκλογικής νομοθεσίας περί προσωπικής ελευθερίας και ελευθερίας του Τύπου (άρθρα 2,5 και 14 του Συντάγματος)

²⁶Με τη μέθοδο της «σιωπηρής προπαγάνδας» που κατά τον Ιγνάσιο Ραμονέ (Διευθυντή της LeMonde Diplomatique) αναφέρεται στη συστηματική προσπάθεια της τηλεόρασης να χαράσει αντιλήψεις και απόψεις μέσω των προγραμμάτων της (Πηγή: <http://bit.ly/2pBg13m>)

των αποφάσεων της πολιτικής της Κυβέρνησης ήταν εδώ υπαρκτός (Βολουδάκης, 1995).

Υπό το πρίσμα της κοινωνικής συμμετοχής, το δημοψήφισμα αποτέλεσε κορυφαία δημοκρατική στιγμή ενάντια στις πολιτικές λιτότητας, συσπειρώνοντας μία μεγάλη κοινωνική συμμαχία, κινητοποιώντας τους πολίτες σε εθνικό επίπεδο, γεγονός σπάνιο για την σύγχρονη ιστορία του τόπου. Η συμμετοχή ξεπέρασε τα 6 εκ. άτομα (72.6% των εκλογέων), ενώ στο εκλογικό αποτέλεσμα αποτυπώθηκε η βαθιά πολιτική, ηλικιακή και ταξική πόλωση στην ελληνική κοινωνία. Στην ηλικία 18-24 το «Όχι» απέσπασε ποσοστό 85%, ενώ στην ομάδα 25-34 72%. Το ίδιο ίσχυσε και για τις ηλικιακές ομάδες άνω των 65 ετών, με ποσοστό 55%-45%. Το «Όχι» είχε υψηλότερα ποσοστά στους φοιτητές (85%), τους ανέργους (73%) και τους μισθωτούς (71%). Ενδιαφέρον παρουσιάζει δημοσκόπηση της Public Issue την περίοδο 29.6-3.7.2015 σκιαγραφώντας τα κοινωνικά χαρακτηριστικά της πρόθεσης ψήφου²⁷ (Μαυρή, 2016).

Η δυναμική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Από τις πρώτες ώρες προκήρυξης του δημοψηφίσματος άρχισε να διαφαίνεται η δυναμική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διαμόρφωση της εκλογικής συμπεριφοράς. Οι πολίτες της χώρας χωρίστηκαν στους υποστηρικτές του «ναι» και του «όχι», ανεβάζοντας φωτογραφίες, σχολιάζοντας πολιτικές και πολιτικούς, δημιουργώντας τάσεις συζήτησης²⁸ και συμμετέχοντας σε διαδικτυακούς διαλόγους, άλλοτε με συναινετική διάθεση και άλλοτε με σκοπό να κριτικάρουν και να σχολιάσουν με καυστικό τρόπο τους συμπολίτες τους, ενώ, με εφελτήριο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διοργανώθηκαν συγκεντρώσεις σε κεντρικά σημεία της επικράτειας. Ήταν πρώτη φορά που οι νέες τεχνολογίες παρακίνησαν την πολιτική συμμετοχή σε τόσο μεγάλο βαθμό στην Ελλάδα, εμπλέκοντας μεγάλη μερίδα των πολιτών σε διάλογο, μέσα από τον οποίο φάνηκαν έντονα οι ταξικές διαφορές του ελληνικού πληθυσμού. Το πλαίσιο αυτό αποτέλεσε το κύριο αίτιο για επιλογή ως κεντρικό ερευνητικό ερώτημα την επίδραση της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της πολιτικής συζήτησης στην προσέλευση στις κάλπες την ημέρα διεξαγωγής του δημοψηφίσματος στις 5 Ιουλίου, σε μία προσπάθεια του ερευνητή να κατανοήσει τους μηχανισμούς που επέδρασαν στη διαμόρφωση της εκλογικής συμπεριφοράς των πολιτών αλλά και στο πως διαμορφώθηκε η τελική τους απόφαση.

²⁷ Βλέπε παράρτημα, Πίνακες 1.1 και 1.2

²⁸ Τα λεγόμενα “hashtags” με το σύμβολο #

Κεφάλαιο 4^ο

Δειγματοληψία, αποτελέσματα της ανάλυσης και η ερμηνεία τους

4.1 Δειγματοληψία

Ο ερευνητής προέβη σε επιλογή ενός ανομοιογενούς, με σκόπιμο τρόπο επιλεγμένου δείγματος το οποίο διέφερε ως προς τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά. Στις έρευνες που μετρούν αντιλήψεις και συμπεριφορές τη κύρια δειγματοληπτική μονάδα συνιστούν άτομα από τα οποία θα ζητηθεί η πληροφορία και τα οποία πρέπει να φέρουν τα χαρακτηριστικά του υπό έρευνα πληθυσμού (Μιχαλοπούλου, 1990). Διενεργήθηκαν ημι-δομημένες συνεντεύξεις σε βάθος σε 10 άτομα με διαφορετικά δημογραφικά χαρακτηριστικά, τα οποία παρουσιάζονται στον εξής πίνακα:

Πίνακας 1. Ο πληθυσμός της έρευνας

Ηλικία	Φύλο	Επάγγελμα	Περιοχή	Εκπαίδευση	Οικονομική κατάσταση
43	Α	Δημόσιος υπάλληλος (καθηγητής)	Αστική	Ανώτατη	Ανώτερη
28	Θ	Ιδιωτικός υπάλληλος (υπάλληλος γραφείου)	Αστική	Ανώτατη	Μεσαία
30	Α	Αυτό-απασχολούμενος	Αστική	Ανώτατη	Ανώτερη
22	Θ	Φοιτητής	Αστική	Ανώτερη	Κατώτερη
27	Α	Ιδιωτικός υπάλληλος (πωλητής)	Αστική	Ανώτατη	Κατώτερη
21	Α	Αγρότης	Ημι-αστική	Ανώτερη	Κατώτερη
30	Α	Δημόσιος υπάλληλος (αστυνομικός)	Αστική	Ανώτερη	Ανώτερη
47	Θ	Νοικοκυρά	Αγροτική	Ανώτερη	Κατώτερη
49	Α	Άνεργος	Αστική	Ανώτατη	Μεσαία
58	Θ	Συνταξιούχος	Αγροτική	Κατώτερη	Ανώτερη

Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος. Για τη διαίρεση του πληθυσμού σε στρώματα χρησιμοποιήθηκαν κοινωνικά και δημογραφικά πληθυσμιακά χαρακτηριστικά. Σε μία έρευνα αντιλήψεων και συμπεριφοράς το σύνολο του δείγματος, εκτός από τη διαίρεσή του σε αστικές, ημιαστικές και αγροτικές περιοχές, διαιρείται επίσης κατά φύλο και κατά ηλικία (Μιχαλοπούλου, 1990). Το επιλεγμένο δείγμα διέφερε ως προς το φύλο, την ηλικία, το επάγγελμα (δείκτης του κοινωνικού επιπέδου), το εκπαιδευτικό υπόβαθρο, την οικονομική κατάσταση και τον τόπο διαμονής. Επιλέχθηκαν άτομα με διαφορετικό επίπεδο εκπαίδευσης (όπου κατώτερο απόφοιτοι Δημοτικού/Γυμνασίου, ανώτερο απόφοιτοι Λυκείου και ανώτατο απόφοιτοι Παν/μου), διαφορετικό επάγγελμα (ιδιωτικοί υπάλληλοι, αυτό-απασχολούμενοι, φοιτητές, άνεργοι, νοικοκυρές, συνταξιούχοι, δημόσιοι υπάλληλοι), με διαφορετική οικονομική κατάσταση (όπου κατώτατο $\leq 500\text{€}$ / μήνα, μεσαίο $\geq 500\text{€}$ / μήνα και ανώτερο $\geq 1000\text{€}$ /μήνα). Τέλος, η γεωγραφική κατανομή περιελάμβανε την αστική (>10.000 κάτοικοι), ημι-αστική (2.000-10.000 κάτοικοι) και αγροτική περιοχή (<2.000 κάτοικοι).

4.2 Συγκέντρωση των αποτελεσμάτων, ανάλυση και ερμηνεία

Ο ερευνητής, αφού συνέλεξε το δείγμα, προέβη σε απομαγνητοφώνηση των δεδομένων τυπογραφώντας το ακουστικό υλικό στον προσωπικό του υπολογιστή. Κατά προσέγγιση, η κάθε συνέντευξη διήρκεσε 40-50 λεπτά και πραγματοποιήθηκαν σε διαφορετικές περιοχές και χρονικές περιόδους από τον Ιανουάριο έως και τον Μάιο του 2017. Ο ερευνητής κλήθηκε να εντοπίσει πρότυπα στις συζητήσεις με τα υποκείμενα της έρευνας. Αυτά, ήταν οι συχνότητες (πόσο συχνά ο ερωτώμενος χρησιμοποιούσε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συζητούσε περί πολιτικής κ.α.), επίπεδα χρήσης (πολύ, λίγο κ.α.) κ.α. Ερευνώντας τα δεδομένα, εντοπίστηκαν πρότυπα τα οποία ήταν κοινά σε όλες τις συνεντεύξεις και αντιπροσώπευαν διαφορετικές κατηγορίες, σε μία *ανάλυση πολλαπλής περίπτωσης*. Επειδή μελετήθηκε η ψήφος, προσωπική συμπεριφορά, ο ερευνητής επιδίωξε να μάθει τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση ενός ατόμου να ψηφίσει, ακολουθώντας μία *κατά περίπτωση προσανατολισμένη ανάλυση*. Ο ερευνητής, κατά την ανάλυση απέδιδε έναν αντιπροσωπευτικό κωδικό σε μία μεγάλη ενότητα των κειμένων που ανέλυε, εκφράζοντας την ερμηνεία του όπως *έκφραση συγκεκριμένων συναισθημάτων, ευκολία ή δυσκολία κατανόησης της ερώτησης* κ.α. Αφού όλοι οι

κωδικοί αντιπαραβλήθηκαν, συγκρίθηκαν για να εντοπιστούν όμοια χαρακτηριστικά (Babbie, 2010).

α) Κλασσική θεματική ανάλυση. Έχοντας τη συνείδηση ότι ο συνδυασμός ποιοτικής και ποσοτικής μεθοδολογίας δύναται να οδηγήσει σε πιο ασφαλή και με μεγαλύτερη εγκυρότητα συμπεράσματα, ο ερευνητής έκρινε σκόπιμο να ξεκινήσει την ανάλυση εφαρμόζοντας κατ' αρχάς την ποσοτική μέθοδο της κλασσικής θεματικής ανάλυσης προτού προβεί στην ποιοτική μέθοδο της ανάλυσης του λόγου των ερωτώμενων. Από τις επιλογές που δίνει σε έναν αναλυτή η θεματική ανάλυση, ο συγγραφέας θεώρησε σκόπιμο να ομαδοποιήσει το περιεχόμενο των συνεντεύξεων σε κατηγορίες, να εντοπίσει όμοιους κώδικες και να τους τοποθετήσει μαζί ώστε να σχηματιστούν θεματικές ενότητες, συμπυκνωμένες ερμηνείες των όσων ειπώθηκαν κατά τη συνέντευξη. Η θεματική κατηγοριοποίηση στην οποία ο ερευνητής προέβη κατέληξε σε τέσσερις θεματικές που διαπίστωσε ότι αντιπροσωπεύουν συνοπτικά με δηλωτικό τρόπο το περιεχόμενο των συνεντεύξεων. Αυτές οι θεματικές ενότητες-δηλαδή οι *μακρό-θεματικές* κατηγορίες είναι οι εξής:

1. *Μέσα κοινωνικής δικτύωσης*
2. *Πολιτική συζήτηση*
3. *Εκλογική και πολιτική συμμετοχή*
4. *Πολιτική και κοινή γνώμη*

Το περιεχόμενο της κάθε θεματικής ήταν το εξής:

1. *Μέσα κοινωνικής δικτύωσης:* Πρόκειται για την θεματική που αφορά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους ερωτώμενους. Οι *υποθεματικές* που περιλήφθηκαν εδώ ήταν οι εξής: α) ***Είδη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης***, δηλαδή όλες οι διαφορετικές πλατφόρμες στις οποίες ο εκάστοτε χρήστης είχε ενεργό λογαριασμό, β) ***ο σκοπός χρήσης***, δηλαδή ο λόγος για τον οποίο οι ερωτώμενοι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα για ενημέρωση, επικοινωνία, αναρτήσεις και κοινοποίησης και γ) ***ο βαθμός χρήσης*** των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε καθημερινό και εβδομαδιαίο επίπεδο.

2. *Πολιτική συζήτηση:* Η θεματική αυτή αφορά τη συμμετοχή των ερωτώμενων σε δίκτυα πολιτικού διαλόγου στο διαδίκτυο και τον πραγματικό κόσμο. Οι *υποθεματικές* που περιλήφθηκαν εδώ ήταν: α) ***σκοπός πολιτικής συζήτησης*** και

συγκεκριμένα για πληροφόρηση ή επηρεασμό της κοινής γνώμης, β) **βαθμός συμμετοχής σε πολιτικό διάλογο**, γ) **η φύση του δικτύου των συνομιλητών**, δηλαδή φίλοι, γνωστοί, οικογένεια ή άγνωστοι μεταξύ τους συνομιλητές και δ) **το περιεχόμενο των πολιτικών συζητήσεων** και συγκεκριμένα σχολιασμός της επικαιρότητας, γενικά περί πολιτικής, η οικονομική κρίση, τοπική πολιτική και οι εκλογές.

3. **Εκλογική και πολιτική συμμετοχή**: Η θεματική αυτή αφορά τη μορφή πολιτικής συμμετοχής των ερωτώμενων, η οποία δύναται να πάρει διάφορες μορφές από την προσέλευση στις κάλπες την ημέρα των εκλογών έως τη συμμετοχή σε πορείες και διαδηλώσεις και τον ακτιβισμό. Οι *υποθεματικές* που περιλήφθηκαν εδώ ήταν α) **εκλογική συμμετοχή** δηλαδή η προσέλευση στις κάλπες την ημέρα του δημοψηφίσματος και στις εκλογικές διαδικασίες εν γένει, β) **κομματική ταύτιση**, δηλαδή η υποστήριξη ενός κόμματος με διάφορους τρόπους όπως η συμμετοχή σε κομματικές συνελεύσεις, γ) **συμμετοχή στα κοινά**, μία πράξη που μπορεί να πάρει διαφορετικές μορφές, όπως η συμμετοχή σε συγκεντρώσεις και πορείες, εμπλοκή με την τοπική πολιτική και ακτιβισμό.

4. **Πολιτική και κοινή γνώμη**: Η τελευταία θεματική περιλαμβάνει τα σχόλια και τις απόψεις των ερωτώμενων σχετικά με τους πολιτικούς δρώντες και την εγχώρια πολιτική σκηνή, καθώς και το πολιτικό τους ενδιαφέρον και εμπιστοσύνη τους στους πολιτικούς και τις εφαρμόσιμες πολιτικές διακυβέρνησης. Οι *υποθεματικές* που μελετήθηκαν εδώ ήταν α) **πολιτικό ενδιαφέρον** που μεταφράζεται σε *θέαση πολιτικών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενδιαφέρον για την πολιτική, γνώση πολιτικών εξελίξεων* και β) **πολιτική εμπιστοσύνη**.

Αποτελέσματα θεματικής ανάλυσης:

α. **Δημόσιος υπάλληλος (καθηγητής)**. Η θεματική ανάλυση του περιεχομένου της συνέντευξης με τον καθηγητή, οδήγησε τον ερευνητή στην παρατήρηση ότι η θεματική *μέσα κοινωνικής δικτύωσης* μονοπωλεί το ενδιαφέρον του (34 αναφορές), διατηρώντας μία σταθερή συχνότητα εμφάνισης στο λόγο του. Η θεματική *ενότητα πολιτική συζήτηση* παρουσιάζει μικρότερη αλλά σταθερή συχνότητα εμφάνισης (σύνολο 12 αναφορές), με απουσία, ωστόσο, αναφορών στους διαδικτυακούς διαλόγους και το σύνολο των αναφορών να σχετίζονται με συμμετοχή σε συζητήσεις εκτός διαδικτύου. Η παρουσία του θέματος *εκλογική και πολιτική συμμετοχή* διατηρεί επίσης μία σταθερή συχνότητα εμφάνισης (25 αναφορές)

επιβεβαιώνοντας την θετική συσχέτιση των μεταβλητών *χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης* και *πολιτική συζήτηση* με την εκλογική προσέλευση στο δημοψήφισμα που οι υποθέσεις εργασίας υποστηρίζουν. Η θεματική ενότητα *πολιτική και κοινή γνώμη* επίσης εμφανίζεται συχνά (15 αναφορές). Μία τέτοια τάση μπορεί να ερμηνευτεί στη βάση της *ανώτερης* κοινωνικό-οικονομικής και εκπαιδευτικής ταυτότητας του ερωτώμενου, η οποία σύμφωνα με τη σχετική βιβλιογραφία σχετίζεται με την αυξημένη εκλογική προσέλευση και την εν γένει πολιτική συμμετοχή.

β. Δημόσιος υπάλληλος (αστυνομικός). Η συχνότητα εμφάνισης την θεματικής *μέσα κοινωνικής δικτύωσης* ήταν λιγότερο συχνή από του καθηγητή με συνολικά 13 αναφορές κατά τη συνέντευξη. Παρομοίως, η θεματική *πολιτική συζήτηση* ήταν απύσχα από το λόγο του, με μόλις 4 αναφορές, δηλωτική της αδιαφορίας του για τα πολιτικά, όπως δηλώνει και ο ίδιος, ενώ και η θεματική *εκλογική και πολιτική συμμετοχή* παρουσιάζει μόλις 5 αναφορές. Τα χαμηλά ποσοστά στις μεταβλητές *μέσα κοινωνικής δικτύωσης* και *πολιτική συζήτηση* συσχετίστηκαν θετικά με την αποχή του ερωτώμενου από τις κάλπες κατά το δημοψήφισμα αλλά και με την αποχή από την γενικότερη πολιτική συμμετοχή. Η θεματική, τέλος, *πολιτική και κοινή γνώμη* παρουσιάζει επίσης χαμηλή συχνότητα εμφάνισης στον λόγο, με συνολικά 6 αναφορές. Παρά το ανώτερο κοινωνικό-οικονομικό και μορφωτικό επίπεδο, ο ερωτώμενος παρουσιάζει μεγάλα ποσοστά αποχής, στάση που ερμηνεύεται στη βάση της ιδεολογικοπολιτικής του ιδιοσυγκρασίας, μακριά από την εμπλοκή του με τη πολιτική, όπως ο ίδιος δηλώνει. Επιβεβαιώνονται εδώ οι δύο υποθέσεις της έρευνας ότι η αραιή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η απουσία εμπλοκής σε πολιτικούς διαλόγους έχει θετική συσχέτιση με την αποχή από τις κάλπες την ημέρα του δημοψηφίσματος.

γ. Ιδιωτική υπάλληλος (πωλητής). Η θεματική *μέσα κοινωνικής δικτύωσης* είχε τη συχνότερη παρουσία στο λόγο της (13 αναφορές) ενώ εξίσου παρούσα ήταν και η *πολιτική συζήτηση* με 9 συνολικά αναφορές. Η θεματική *εκλογική και πολιτική συμμετοχή* ήταν παρούσα σε 8 αναφορές, ενώ η θεματική *πολιτική και κοινή γνώμη* ήταν επίσης παρούσα στον λόγο με 7 συνολικά αναφορές, επιβεβαιώνοντας έτσι τις δύο υποθέσεις της έρευνας, ότι υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της πολιτικής συζήτησης με την προσέλευση στις κάλπες στο δημοψήφισμα. Η τάση της ιδιωτικής υπαλλήλου να δίνει βαρύτητα τόσο στην χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όσο και στην πολιτική συζήτηση, ερμηνεύεται στη βάση της ανώτερης κοινωνικό-οικονομικής

κατάστασης και μορφωτικού επιπέδου, που, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία συσχετίζεται θετικά με την αυξημένη εκλογική συμμετοχή. Το ίδιο φαίνεται να συμβαίνει και με το αυξημένο πολιτικό της ενδιαφέρον, το οποίο την οδηγεί να συμμετέχει συχνά σε πολιτικές δραστηριότητες, παρά τη χαμηλή εμπιστοσύνης της στους πολιτικούς που δεν φαίνεται να επηρεάζει τόσο την παρουσία της στις κάλπες όσο και την πολιτική της συμμετοχή γενικά.

δ. Φοιτητής. Η θεματική κατηγορία *μέσα κοινωνικής δικτύωσης* ήταν παρούσα σε μεγάλη συχνότητα (συνολικά 19 αναφορές), εν αντιθέσει με την σχεδόν απύσχα θεματική *πολιτική συζήτηση*, με μόλις 5 αναφορές. Η συχνότητα εμφάνισης της θεματικής κατηγορίας *εκλογική και πολιτική συμμετοχή* ήταν εξίσου χαμηλή (7 αναφορές). Τα αποτελέσματα της χαμηλής πολιτικής συμμετοχής, αν και η ερωτώμενη ψήφισε στο δημοψήφισμα, μπορούν να ερμηνευτούν στη βάση της ιδεολογικής ταυτότητας των νέων οι οποίοι επιλέγουν εναλλακτικές μορφές συμμετοχής στα κοινά (ακτιβισμός, διαδηλώσεις) μακριά από κομματική ταύτιση και συμβατικές μορφές συμμετοχής όπως η ψήφος. Δεν υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ της συχνής χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της εκλογικής προσέλευσης στο δημοψήφισμα, σε αντίθεση με την πρώτη υπόθεση της έρευνας, ενώ, αντίθετα, η δεύτερη υπόθεση επιβεβαιώνεται εν μέρει, αφού η σπάνια συμμετοχή σε πολιτικές συζητήσεις, συνεπάγεται και την συστηματική της αποχή από τις κάλπες, αν και ψήφισε, έξω από τις συνηθισμένες πρακτικές στο δημοψήφισμα. Η γενικότερη αποχή από τις εκλογές έρχεται σε αντίφαση με τη θεωρία που υποστηρίζει ότι άτομα με ανώτερο κοινωνικό-μορφωτικό επίπεδο και μεσαία ή ανώτερη οικονομική κατάσταση τείνουν να ψηφίζουν περισσότερο, σε συνάρτηση, ωστόσο με τη βιβλιογραφία που υποστηρίζει ότι νέοι και οι γυναίκες ψηφίζουν λιγότερο.

Η προσέλευση στις κάλπες την ημέρα του δημοψηφίσματος παρά τη χαμηλή εμπλοκή της με τις μεταβλητές της έρευνας δείχνει τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της δημοψηφισματικής διαδικασίας, η οποία είναι σε θέση να καταργεί τάσεις πολιτικής συμπεριφοράς, αφού τα κρίσιμα εθνικά θέματα στα οποία αφορά έχουν άμεσες και γρήγορες επιπτώσεις στην καθημερινότητα των πολιτών, παρακινώντας, έως εκ τούτου το ενδιαφέρον τους ανεξάρτητα από το αν αυτό προϋπήρχε ή όχι.

ε. Άνεργος. Εδώ, η συχνότητα παρουσίας των τεσσάρων θεματικών ήταν μοιρασμένη στον λόγο. Συγκεκριμένα, η θεματική *μέσα κοινωνικής δικτύωσης* είχε την μεγαλύτερη παρουσία με 18 συνολικά αναφορές, ενώ με μικρή

διαφορά ακολούθησε η θεματική *πολιτική συζήτηση* με 14 αναφορές. Η θεματική *εκλογική και πολιτική συμμετοχή* ήταν επίσης σχετικά συχνή στον λόγο με 10 αναφορές, δείχνοντας πως υπήρξε θετική συσχέτιση των υψηλών ποσοστών της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της πολιτικής συζήτησης με την εκλογική συμμετοχή επιβεβαιώνοντας και τις δύο υποθέσεις της έρευνας (αν και η *πολιτική συμμετοχή* δεν παρουσίασε υψηλή συχνότητα εμφάνισης). Τα αποτελέσματα έρχονται σε αντίφαση με τη δυσχερή οικονομική κατάσταση του ερωτώμενου, αφού όντας άνεργος και σύμφωνα με την σχετική θεωρία θα ήταν πιο πιθανό να απέχει, δείχνοντας και εδώ ότι η δημοψηφισματική διαδικασία ξεφεύγει από τις παραδοσιακές πολιτικές συμπεριφορές, λόγω της κρισιμότητας της για τη καθημερινότητα των πολιτών.

Η θεματική, τέλος, *πολιτική και κοινή γνώμη* παρουσίασε τα μικρότερα ποσοστά εμφάνισης στον λόγο, με συνολικά 9 αναφορές, οι περισσότερες εκ των οποίων ανήκαν στην μικρό-θεματική *πολιτικό ενδιαφέρον*, με απουσία αναφοράς στην *πολιτική εμπιστοσύνη* και *κομματική ταύτιση*, κάτι που μπορεί να ερμηνευτεί ως απόρροια της οικονομικής κατάστασης του ερωτώμενου, αφού η ανεργία είναι μία αγχωτική κατάσταση, δημιουργώντας έντονη ενασχόληση με την αύξηση του βιοτικού επιπέδου στη καθημερινότητα και την εύρεση εργασίας, μην αφήνοντας τον απαραίτητο χρόνο αλλά και τη διάθεση για ενασχόληση με τα κοινά.

στ. Ιδιωτικός υπάλληλος (υπάλληλος γραφείου). Ο δεύτερος ιδιωτικός υπάλληλος που συμμετείχε στην έρευνα παρουσίασε υψηλά ποσοστά αναφορών στα θεματική *μέσα κοινωνικής δικτύωσης*, τόσο λόγω της φύσης της εργασίας του στα νέα μέσα, όσο και λόγω του προσωπικού του ενδιαφέροντος για αυτά. Συνολικά, οι σχετικές αναφορές στο λόγο του ήταν 14. Παρόμοια, η συχνότητα εμφάνισης της θεματικής *πολιτική συζήτηση* ήταν εξίσου παρούσα με συνολικά 9 αναφορές. Ωστόσο, η παρουσία της θεματικής *εκλογική και πολιτική συμμετοχή* ήταν ελάχιστη, με μόλις 4 αναφορές, μην επιβεβαιώνοντας τις υποθέσεις της έρευνας πως αυξημένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και πολιτική συζήτηση συνεπάγεται τη προσέλευση στις κάλπες. Σε παρόμοια επίπεδα, η θεματική *πολιτική και κοινή γνώμη* εμφανίστηκε ελάχιστα στο λόγο με 5 αναφορές στο σύνολο.

Η μη συμμετοχή του στις εκλογές ερμηνεύεται εξ 'αρχής στη βάση του ότι ο ερωτώμενος βρίσκονταν στο εξωτερικό κατά τη διεξαγωγή του δημοψηφίσματος, αλλά και στη γενικότερη ιδεολογία του για την πολιτική συμμετοχή, την οποία επιλέγει να μεταφράζει σε συμμετοχή σε συγκεντρώσεις και

ακτιβισμό, παρά σε εμπλοκή σε παραδοσιακές μορφές συμμετοχής όπως η ψήφος. Το νεαρό της ηλικίας του επιβεβαιώνει αυτή τη συμπεριφορά, αλλά και η κακή του οικονομική κατάσταση, η οποία προκαλεί έντονη ενασχόληση με το προσωπικό επίπεδο διαβίωσης μην αφήνοντας τον απαραίτητο χρόνο και διάθεση για ενασχόληση με την πολιτική.

ζ. Αυτό-απασχολούμενος. Στην περίπτωση του αυτό-απασχολούμενου η θεματική *μέσα κοινωνικής δικτύωσης* δεν ήταν ιδιαίτερα συχνή στο λόγο με συνολικά 12 αναφορές, ενώ η θεματική *πολιτική συζήτηση* παρουσίασε μικρότερο βαθμό συχνότητας με 6 αναφορές. Η θεματική ενότητα *εκλογική και πολιτική συμμετοχή* εμφανίστηκε συνολικά 9 φορές, ενώ τέλος η θεματική *πολιτική και κοινή γνώμη* χρησιμοποιήθηκε σε συχνότητα 12 φορές. Εδώ, οι υποθέσεις της έρευνας επιβεβαιώθηκαν, αφού η μικρή συχνότητα εμφάνισης των μεταβλητών συσχετίστηκε θετικά με την μη συμμετοχή στις εκλογές, αλλά και με τη γενικότερη αποχή από λοιπές μορφές πολιτικής συμμετοχής, λόγω της απογοήτευσης του από το πολιτικό σύστημα, όπως ο ίδιος δήλωσε. Τα αποτελέσματα έρχονται ωστόσο σε αντίθεση με τη σχετική θεωρία που υποστηρίζει ότι άτομα με ανώτερο μορφωτικό επίπεδο και ανώτερη ή ανώτατη κοινωνικοοικονομική κατάσταση τείνουν να ψηφίζουν περισσότερο και να συμμετέχουν περισσότερο στην πολιτική.

η. Αγρότης. Η θεματική ανάλυση έδειξε ότι αναφορικά με την θεματική ενότητα *μέσα κοινωνικής δικτύωσης*, η συχνότητα εμφάνισης της ήταν 7 φορές, ενώ η θεματική ενότητα *πολιτική συζήτηση* ήταν παρούσα στο λόγο του επίσης 7 φορές. Δευτερευόντως, οι θεματικές ενότητες *εκλογική και πολιτική συμμετοχή* και *πολιτική και κοινή γνώμη* είχαν συχνότητα εμφάνισης 5 φορές και 9 φορές αντίστοιχα. Η συχνή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η υψηλή συχνότητα συμμετοχής σε πολιτικές συζητήσεις προέβλεψαν την εκλογική του συμμετοχή στο δημοψήφισμα, αλλά και τη γενικότερη ενεργή του ανάμειξη με πολιτικές δραστηριότητες όπως *υποστήριξης* ενός κόμματος, συμμετοχή σε συγκεντρώσεις και τον ακτιβισμό. Το νεαρό της ηλικίας του αγρότη και η κατώτερη οικονομική του κατάσταση δεν φάνηκε να τον αποτρέπει από την πολιτική συμμετοχή, δείχνοντας αυξημένο πολιτικό ενδιαφέρον, όχι όμως και εμπιστοσύνη στους πολιτικούς.

θ. Νοικοκυρά. Η θεματική ανάλυση έδειξε ότι η θεματική *μέσα κοινωνικής δικτύωσης* ήταν παρούσα στο λόγο της νοικοκυράς με συνολικά 20 αναφορές. Αντίστοιχα, η θεματική *πολιτική συζήτηση* είχε αυξημένη συχνότητα

εμφάνισης σε σύνολο 12 φορές στο λόγο. Εν συνεχεία, η θεματική *πολιτική και εκλογική συμμετοχή* εμφανίστηκε στο λόγο της νοικοκυράς συνολικά 12 φορές, ενώ, τέλος, η θεματική ενότητα *πολιτική και κοινή γνώμη* εμφανίστηκε συνολικά 7 φορές. Εν προκειμένω, παρατηρείται ότι η νοικοκυρά του δείγματος παρουσίασε αυξημένη συχνότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και εμπλοκής σε δίκτυα πολιτικού διαλόγου, ενώ παρομοίως είχε αυξημένη εκλογική και πολιτική συμμετοχή, παρά το γεγονός ότι δεν ψήφισε στο δημοψήφισμα εξαιτίας οικονομικών περιορισμών. Από την άλλη, παρουσίασε μικρότερο ενδιαφέρον για την πολιτική και εμπιστοσύνη στους πολιτικούς δρώντες, στάση που μπορεί να ερμηνευτεί στη βάση της απογοήτευσης της από την εγχώρια πολιτική σκηνή.

ι. Συνταξιούχος. Στην περίπτωση του συνταξιούχου, η θεματική ανάλυση έδειξε ότι η συχνότητα εμφάνισης της θεματικής ενότητας *μέσα κοινωνικής δικτύωσης* ήταν σχεδόν απύσχα στο λόγο με μόλις 3 αναφορές, ενώ αντιθέτως, η συχνότητα αναφοράς της θεματικής *πολιτική συζήτηση* εμφανίστηκε πολύ συχνά (13 αναφορές). Παρομοίως, η θεματική ενότητα *πολιτική και εκλογική συμμετοχή* είχε συχνότητα εμφάνισης 10 φορές, ενώ τέλος η ενότητα *πολιτική και κοινή γνώμη* εμφανίστηκε 9 φορές συνολικά. Παρατηρείται εδώ, ότι ο συνταξιούχος, αν και κάνοντας πολύ περιορισμένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είχε αυξημένη συχνότητα συζήτησης περί πολιτικής, ενώ το πολιτικό του ενδιαφέρον μεταφράζεται συχνά σε εκλογική συμμετοχή, παρ'όλο που ο βαθμός εμπιστοσύνης του στους πολιτικούς είναι εξαιρετικά χαμηλός.

Τα γραφήματα 1.1 έως 1.4 σχηματοποιούν συγκεντρωτικά τη συχνότητα αναφορών ανά θεματικές στον κάθε ερωτώμενο (βλ. ενότητα «Παράρτημα»).

β) Ανάλυση λόγου. Η εμπλοκή του υποκειμένου μέσα στο γεγονός μελετήθηκε μέσα από τη διερεύνηση των εξής γλωσσικών δεικτών:

- α. *Αξιολογικά επίθετα* (επίθετα με θετικό, ουδέτερο ή αρνητικό τρόπο χρήσης)
- β. *επιρρήματα, αντωνυμίες, ρήματα σύνδεσμοι και επαναλήψεις*
- γ. *Συνώνυμα-αντώνυμα*

Οι πίνακες 2, 3, 4 και 5 που ακολουθούν περιγράφουν αναλυτικά τις μεταβλητές αυτές.

Πίνακας 2. Γλωσσολογική ανάλυση-αξιολογικά επίθετα

Ερωτώμενος	Αξιολογικά επίθετα	Συνδήλωση
Καθηγητής	Ξεκάθαρη θέση στη συζήτηση	θετική
	Πολύ καλά τεκμηριωμένη άποψη	θετική
	Πραγματικό ενδιαφέρον για πολιτική	θετική
	Λανθασμένες επιλογές πολιτικών	αρνητική
	Μεγάλη ανασφάλεια	αρνητική
Αστυνομικός	Όχι να μπω σε μεγάλη ανάλυση	ουδέτερη
Πωλητής	Καλή πρόταση	θετική
	Ασχολούνται σε καθημερινό επίπεδο	ουδέτερη
Φοιτητής	Πολύ στενόμυαλοι	αρνητική
	Λιγότερο κακό	θετική
Άνεργος	λίγες ειδήσεις	αρνητική
	καθένας πολιτικός, καθημερινό φαινόμενο	ουδέτερη
Ιδιωτικός υπάλληλος	Θετική γνώμη	θετική
	Ποιοτικές, ουσιαστικές συζητήσεις	θετική
	Περιορισμένη συμμετοχή	αρνητική
	Χαμηλό επίπεδο εκπροσώπων	αρνητική
Αυτό-απασχολούμενος	Απενεργοποιημένα (μέσα)	αρνητική
	Πάρα πολλά likes	θετική
	Ελάχιστους πολιτικούς	αρνητική
Αγρότης	τρανταχτά θέματα	ουδέτερη
	μπερδεμένος τρόπος (που τέθηκε το ερώτημα)	αρνητική
	γελοίο αποτέλεσμα (του δημοψηφίσματος)	αρνητική
Νοικοκυρά	καθημερινό επίπεδο, περισσότερος χρόνος	ουδέτερη
	κοινωνικές- πολιτικές ειδήσεις	ουδέτερη
	κάποιες –ο-οι-α εξελίξεις,σχόλιο,άνθρωποι	ουδέτερη
	πολλά, σοβαρά,χιουμοριστικά posts	ουδέτερη
	πραγματικοί φίλοι,αγνή πρόθεση	θετική
	τρελές υποσχέσεις, λανθασμένος τρόπος	θετική
	ξεκάθαρη-ο ερώτηση,αποτέλεσμα	αρνητική
Συνταξιούχος	πολλές ειδήσ.,δύσκολη πρόσβαση,πολύπλοκο πράγμα	ουδέτερη

Πίνακας 3. Γλωσσολογική ανάλυση-επιρρήματα, αντωνυμίες, ρήματα, σύνδεσμοι

Ερωτώμενος	Επιρρήματα, αντωνυμίες, ρήματα, σύνδεσμοι
<i>Καθηγητής</i>	<i>καθημερινή συχνότητα ενημέρωσης</i> <i>ασχολούμαι πολύ, περισσότερο, αυξήθηκε πολύ η συζήτηση</i> <i>τουλάχιστον 3-4 ώρες, μέρα στο ίντερνετ</i> <i>με πολύ φίλους συζητούσα, πάντα ψήφιζα</i> <i>συμμετέχω πολύ στην πολιτική, το ενδιαφέρον αυξήθηκε πολύ</i>
<i>Αστυνομικός</i>	<i>καθημερινή συχνότητα ενημέρωσης</i> <i>όχι κάτι συγκεκριμένο, όχι δεν ασχολήθηκα</i> <i>αναλυτικό χρόνο δεν τον λες, δεν είμαι κάθε μέρα στο ίντερνετ</i> <i>η συχνότητα δεν αυξήθηκε, όχι κάτι περισσότερο</i> <i>δεν καθόμουν να συζητήσω, δεν με ρώτησε κανείς/ όποτε κάτσει</i>
<i>Πωλητής</i>	<i>ενημερώνομαι συνέχεια, Όσο μπορώ ασχολούμαι</i> <i>συζητώ σίγουρα, κάθε μέρα, πάντα ψηφίζω/η αποχή δεν είναι λύση</i> <i>σίγουρα με ενδιαφέρει, Σίγουρα ήθελα να μην απέχω</i> <i>συζητώ με δικούς μου ανθρώπους, εμπιστοσύνης μου</i>
<i>Φοιτητής</i>	<i>όχι, δεν, μόνο, ίσως, μπορεί, όντως, ούτε-ούτε</i>
<i>Άνεργος</i>	<i>κάποτε, μόνο, ακριβώς, περίπου, πάρα πολύ, ναι</i>
<i>Ιδιωτικός υπάλληλος</i>	<i>Καθημερινά, κάθε μέρα, καθημερινά, καθημερινή συχνότητα</i> <i>Ενημερώνομαι, συμμετείχα, συζητώ, έδινα απαντήσεις</i>
<i>Αυτό-απασχολούμενος</i>	<i>Καθημερινά, κάθε μέρα</i> <i>Μόνο, απλά, κυρίως, αποκλειστικά, όσο</i> <i>Είχα, ήξερα, εγώ / ποτέ, δεν, όχι</i>
<i>Αγρότης</i>	<i>καθημερινά, κάθε μέρα</i> <i>ξέρω, έχω χρησιμοποιώ, προσπαθώ</i> <i>πόσο, περισσότερο, πιο, παντού μου, μας</i>
<i>Νοικοκυρά</i>	<i>καθημερινά, πιο πολύ, κυρίως, συνέχεια, περισσότερο, ιδιαίτερα,</i> <i>συνεχώς, σίγουρα, κάθε μέρα, περισσότερο</i> <i>όχι συχνά, σπάνια, δεν, ποτέ, μάλλον, ίσως, όμως, αν</i> <i>μου άρεσε, σχολιάζα, έχω να πω</i>
<i>Συνταξιούχος</i>	<i>με ενδιαφέρει πολύ, πάντα ψήφιζα, διαβάζω καθημερινά, δεν</i> <i>ασχολούμαι με το ίντερνετ, σπάνια να μπω, τα λέμε συνέχεια</i>

Πίνακας 4. Γλωσσολογική ανάλυση-επαναλήψεις

Ερωτώμενος	Επαναλήψεις
<i>Καθηγητής</i>	με πολύ φίλους συζητούσα καθημερινή συχνότητα συζήτησης όχι δεν υποστηρίζω κάποιο κόμμα
<i>Αστυνομικός</i>	όχι, όχι / ούτε ούτε δεν ενημερώνομαι δεν ασχολήθηκα με την ενημέρωση μου
<i>Πωλητής</i>	ναι, ναι
<i>Φοιτητής</i>	δεν/ναι, ανάλογα, σίγουρα, καθόλου, τίποτα, δεν/όχι, δεν
<i>Άνεργος</i>	όχι, δεν, ναι, πάρα πολύ, ναι
<i>Ιδιωτικός υπάλληλος</i>	βοηθούν στη διάχυση πληροφοριών/πολιτική συμμετοχή ενημερώνομαι / ακολουθώ δεν ψήφισα / δεν συμμετείχα
<i>Αυτό-απασχολούμενος</i>	δεν ασχολούμαι, δεν διαβάζω, δεν έχει νόημα είχα ασχοληθεί, είχα ανεβάσει όχι, καθόλου
<i>Αγρότης</i>	καθημερινά, ψήφισα μου, μας
<i>Νοικοκυρά</i>	ναι-ναι, αυτό-αυτό,όχι μόνο, όχι-όχι, και τα λοιπά δεν νομίζω, ίσως, νομίζω, αγνώστους, περισσότερο οτιδήποτε, έχω πάει, θεωρώ, ασχοληθώ
<i>Συνταξιούχος</i>	όχι,όχι, οπωσδήποτε, δεν, καθόλου

Πίνακας 5. Γλωσσολογική ανάλυση-συνώνυμα-αντώνυμα

Ερωτώμενος	Συνώνυμα	Αντώνυμα
<i>Καθηγητής</i>	διαβάζω, ενημερώνομαι θέλω να μαθαίνω, με απασχολεί υποστηρίζω, παίρνω θέση	αποφεύγω να διαβάζω - δεν εμπλέκομαι
<i>Αστυνομικός</i>	Ενημερώνομαι, βλέπω, ασχολούμαι, χρησιμοποιώ	δεν κάθομαι να διαβάσω δεν ενδιαφέρομαι, δεν ασχολούμαι

		δεν αφιερώνω αναλυτικό χρόνο, δεν γράφω σχόλια
Πωλητής	σχολιάζω, συζητώ, λέω τη γνώμη μου, συμμετέχω σε διαλόγους ασχολούμαι, συμβάλλω	δεν μιλάω αποφεύγω
Φοιτητής	δημοσιοποιώ, προβάλλω ενημερώνομαι, κοιτάω νέα με απασχολεί συμμετέχω, ψηφίζω	δεν αναρτώ, δεν ασχολούμαι αποφεύγω να ακολουθώ δεν με νοιάζει, δεν με εκφράζει απέχω συστηματικά
Ανεργος	έχω λογαριασμό, χρησιμοποιώ με απασχολεί, δεν είμαι απαθής, διαβάζω, μαθαίνω ασχολούμαι με τα κοινά συζητώ, μιλάω, ανταλλάσσω απόψεις, λέω τη γνώμη μου	δεν ακολουθώ καμία πολιτική συμμετοχή, δεν με ενδιαφέρουν τα κομματικά
Ιδιωτικός υπάλληλος	έχω λογαριασμό, ενημερώνομαι, ακολουθώ ψηφίζω συζητώ, κάνω διάλογο	δεν ακολουθώ, δεν συμμετέχω απέχω -
Αυτό-απασχολούμενος	διαβάζω ασχολούμαι, συμμετέχω συζητώ, λέω τη γνώμη μου υποστηρίζω, ψηφίζω	δεν διαβάζω αποφεύγω, απέχω - δεν ψηφίζω, απέχω, απορρίπτω
Αγρότης	διασύνδεση, επικοινωνία ακολουθώ, ενημερώνομαι συζητώ, έχω γνώμη, κάνω διάλογο υποστηρίζω, ψηφίζω	- - Αποφεύγω να μιλάω απέχω
Νοικοκυρά	καθημερινά,,κάθε μέρα, συνεχώς, συνέχεια, πάντα πιο πολύ ίσως, μάλλον	Όχι συχνά, σπάνια λιγότερο, πιο λίγο σίγουρα

Ερμηνεία των αποτελεσμάτων

α. Καθηγητής Πανεπιστημίου. Η χρήση διαφόρων μερών του λόγου καταδεικνύουν το έντονο ενδιαφέρον του ερωτώμενου ως προς το Δημοψήφισμα. Αναφορικά με τα αξιολογικά επίθετα, η έμφαση δίνεται πρωτίστως στη *ξεκάθαρη* θέση και την *πολύ καλά* τεκμηριωμένη άποψη του στις πολιτικές συζητήσεις και στη *καθημερινή* συχνότητα ενημέρωσης του για την πολιτική μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (πίνακας 1.3). Η ίδια λειτουργία επιτελείται και μέσα από ποσοτικά επιρρήματα (*πολύ, περισσότερο, πάντα*) και επαναλήψεις (*καθημερινή συχνότητα*), (πίνακας 1.4). Η αναφορά ότι συζητούσε «με *πολύ* φίλους *όχι* με αγνώστους», επιβεβαιώνει τη θεωρία ότι η πολιτική συζήτηση με ομοιογενή δίκτυα διαλόγου ενθαρρύνει την εκλογική και πολιτική συμμετοχή, αφού τα άτομα μοιράζονται παρόμοιες απόψεις παρακινώντας αλλήλους στην συλλογική δράση.

Άξια λόγου είναι επίσης η ποικιλία της χρήσης συνωνύμων για τη λέξη *ενημερώνομαι* που ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί, καθώς και τα διάφορα συνώνυμα της λέξης με *απασχολεί*, φανερώνοντας αμφότερα το ενδιαφέρον του για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την ενεργή εμπλοκή του με αυτά. Η απουσία ποικιλίας αντιθέτων για τις λέξεις αυτές ή τα συνώνυμα τους είναι δηλωτικές της θετικής στάσης που κρατά απέναντι στις μεταβλητές που ενδιαφέρουν την εδώ έρευνα (πίνακας 1.5). Η μεγάλη συχνότητα έκθεσης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συζήτησης ενθαρρύνουν τη συμμετοχή στις εκλογές και στην πολιτική (*πάντα* ψηφίζω, συμμετέχω *πολύ* στη πολιτική), επιβεβαιώνοντας τις υποθέσεις εργασίας της παρούσας έρευνας.

Η πλήρης απασχόληση μισθωτής σχέσης ενθαρρύνει την εκλογική συμμετοχή κάτι που ισχύει και για την κοινωνική του τάξη, αφού οι μεσαίες τάξεις παρουσιάζουν την τάση να ψηφίζουν περισσότερο (Horn, 2011). Επιβεβαιώνεται επίσης ότι το υψηλό μορφωτικό επίπεδο ενισχύει την αίσθηση του δημόσιου καθήκοντος που πραγματώνεται μέσα από την ψήφο (Wolfinger & Rosenstone, 1980). Πάρα ταύτα, παρουσίασε χαμηλή πολιτική εμπιστοσύνη («*λανθασμένες* επιλογές πολιτικών», «*μεγάλη* ανασφάλεια») όμως το αυξημένο πολιτικό ενδιαφέρον ενθάρρυνε την εκλογική προσέλευση («το πολιτικό μου ενδιαφέρον αυξήθηκε

πολύ»). Η κομματοποίηση, ανύπαρκτη («όχι, όχι, όχι, δεν υποστηρίζω κάποιον») δεν έπαιξε ιδιαίτερο ρόλο στην εκλογική συμμετοχή.

β. Δημόσιος υπάλληλος. Η ανάλυση στην περίπτωση του δημόσιου υπάλληλου έδειξε ότι ο ερωτώμενος δεν χρησιμοποίησε μεγάλη ποικιλία συντακτικών επιλογών για να χαρακτηρίσει το γεγονός, που καταδεικνύει το μικρότερο ενδιαφέρον του τόσο ως προς τον καθορισμό του ίδιου του γεγονότος όσο και ως προς την ιδεολογική του τοποθέτηση απέναντι σε αυτό. Ως προς την έκθεση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ήταν αδιάφορος μέσα από την αρνητική αξιολογική χρήση του επιθέτου *μεγάλη* («όχι να μπω σε *μεγάλη* ανάλυση», «δεν είμαι κάθε μέρα στο ίντερνετ) αλλά και μέσα από τη συχνή χρήση αρνητικών επιρρημάτων (*όχι, δεν*) αναφορικά με τη συχνότητα συζήτησης (*δεν* καθόμουν να συζητήσω, *όποτε* κάτσει) και τη χρήση επαναλήψεων (*ούτε ούτε, όχι όχι* δεν ενημερώνομαι) (πίνακες 1.3 και 1.4). Η χαμηλή έκθεση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε πολιτικές συζητήσεις επιβεβαίωσαν την μη προσέλευση του στις κάλπες, σε συνάρτηση με τις δύο υποθέσεις εργασίας.

Αναφορικά με τη παρουσία συνωνύμων και αντιθέτων, ενδιαφέρον προκαλεί η ποικιλία αντιθέτων των λέξεων *ενημερώνομαι* ή *χρησιμοποιώ*. Εδώ, τα αντίθετα των λέξεων ή συνωνύμων αυτών είναι αρκετά περισσότερα δηλώνοντας την αρνητική στάση που ο ερωτώμενος κρατά απέναντι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και στην απουσία εμπλοκής του σε δίκτυα πολιτικού διαλόγου (πίνακας 1.5). Σε άλλο επίπεδο, η σχέση της οικονομικής ευμάρειας, της ανώτερης κοινωνικής τάξης και του αυξημένου εκπαιδευτικού υπόβαθρου με την αυξημένη εκλογική συμμετοχή δεν φάνηκε να ισχύει σε όλες τις περιπτώσεις, αφού ο ερωτώμενος δεν προσήλθε να ψηφίσει παρόλο ότι τηρούσε τα παραπάνω χαρακτηριστικά. Η χαμηλή πολιτική εμπιστοσύνη και η μη κομματοποίηση επιβεβαίωσε τη μη προσέλευση του, όμως το αυξημένο πολιτικό του ενδιαφέρον («πρέπει να ξέρεις τι γίνεται») δεν ήταν σε συνάφεια με την μη εμφάνιση στις κάλπες. Τέλος, ηλικιακά επιβεβαίωσε τη θεωρία ότι όσο μεγαλώνει κανείς και είναι λιγότερο γεωγραφικά διασκορπισμένος τείνει να ψηφίζει περισσότερο, ενώ ως άντρας επίσης επιβεβαίωσε τη θετική συσχέτιση του ανδρικού φύλου με την αυξημένη εκλογική συμμετοχή.

γ. Ιδιωτική υπάλληλος. Η ανάλυση έδειξε ότι η ιδιωτική υπάλληλος συμμετείχε καθημερινά σε διαδικτυακούς διαλόγους (σε *καθημερινό* επίπεδο), ενώ χρησιμοποιούσε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συζητούσε περί πολιτικής. Τα χρονικά και βεβαιωτικά επιρρήματα «*ενημερώνομαι συνέχεια*»,

«συζητώ *σίγουρα*», αλλά και η χρήση της αναφορικής αντωνυμίας «*όσο μπορώ ασχολούμαι*» επιβεβαιώνουν τα ανωτέρω. Αναφέρεται σε ομοιογενή δίκτυα διαλόγου μέσα από τους χαρακτηρισμούς «συζητώ με *δικούς μου* ανθρώπους, με άτομα της εμπιστοσύνης *μου*». Η χρήση των κτητικών αντωνυμιών προσδίδει την προτίμηση συμμετοχής σε συζητήσεις με οικείους. Όσον αφορά τη συμμετοχή της στο δημοψήφισμα, επιβεβαιώνει την προσέλευση της με το χρονικό, αρνητικό και βεβαιωτικό επίρρημα «*πάντα ψηφίζω*», «*η αποχή δεν είναι λύση*» και «*σίγουρα θα ήθελα να μην απέχω*» αντίστοιχα. Η χρήση ποικιλίας συνωνύμων για τη λέξη *συζητώ* (πίνακας 1.5) φανερώνει το ενδιαφέρον της για εμπλοκή σε δίκτυα πολιτικού διαλόγου, ενώ παράλληλα η απουσία αντιθέτων για συνώνυμα της λέξης *συζητώ* είναι δηλωτική του ενδιαφέροντος της για πολιτικές συζητήσεις. Επιβεβαιώνονται λοιπόν εδώ οι δύο υποθέσεις εργασίας.

Αναφορικά με τις λοιπές μεταβλητές, η «μεσαία προς ανώτερη τάξη» που η ερωτώμενη δήλωσε ότι ανήκε είχε θετική συσχέτιση με την προσέλευση της στις κάλπες, κάτι που ίσχυε και για το ανώτερο εκπαιδευτικό της υπόβαθρο και κοινωνική τάξη (ανώτερη). Το αυξημένο πολιτικό ενδιαφέρον (*ασχολούμαι όσο μπορώ, πάντα ψηφίζω*) και η συχνή πολιτική συμμετοχή (*η αποχή δεν είναι λύση, με ενδιαφέρει να ασχολούμαι*) συσχετίστηκαν θετικά με την προσέλευση της, ενώ η έλλειψη κομματικού προσανατολισμού και εμπιστοσύνης στους πολιτικούς δεν φάνηκαν να προβλέπουν την αποχή της. Τέλος, το νεαρό της ηλικίας της (28 ετών) και το φύλο της δεν φάνηκαν να προβλέπουν αποχή όπως η βιβλιογραφία σημειώνει.

δ. Φοιτητής. Η ανάλυση έδειξε η χρήση των αρνητικών επιρρημάτων *δεν* και *όχι*, η επανάληψη τους και η χρήση του αντιθετικού συνδέσμου *μόνο* και η χρήση φράσεων «*δεν αφιερώνω ώρες συνολικά*», «*αν έχω μήνυμα θα απαντήσω*», «*δεν θα πω ότι θα κάτσω*» και «*δικά μου πράγματα δεν δημοσιοποιώ*» φανερώνουν την μικρή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σχετικά με την συμμετοχή της σε συζητήσεις, η χρήση του αξιολογικού επιθέτου «*πολύ στενόμυαλοι*» η χρήση του αρνητικού επιρρήματος *όχι* και της φράσης «*δεν υπήρχε λόγος*», η επαναληπτική χρήση της λέξης *ανάλογα*, του διστακτικού επιρρήματος *μπορεί* και της φράσης «*ό,τι προκύπτει*», δείχνουν ότι δεν συζητά συχνά. Ψήφισε στο δημοψήφισμα (επανάληψη του βεβαιωτικού επιρρήματος *ναι*, της λέξης «*μπορείς όντως να προσφέρεις κάτι*», και του ρήματος *μετράς*), όμως, γενικά απέχει (επανάληψη του αρνητικού επιρρήματος *δεν*, του ποσοτικού *μόνο*, και της λέξης *απέχω*) (πίνακας 1.4).

Η χρήση συνωνύμων και αντιθέτων είναι εδώ ισορροπημένη αριθμητικά, φανερώνοντας τη μη ξεκάθαρη στάση που κρατά απέναντι στις βασικές μεταβλητές της έρευνας. Συγκεκριμένα, για τη λέξη *ενημερώνομαι* χρησιμοποιεί πληθώρα συνωνύμων, αλλά και αντιθέτων, όπως και για τη λέξη *ψηφίζω* ή *με απασχολεί* (πίνακας 1.5). Η μικρή συχνότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και συμμετοχής σε συζητήσεις συσχετίζονται θετικά με την αποχή, που όμως δεν επιβεβαιώθηκε στο δημοψήφισμα σημειώνοντας την ιδιαιτερότητα του έξω από συνηθισμένες πρακτικές. Η πολιτική εμπιστοσύνη είναι μικρή-επαναληπτική χρήση του ποσοτικού επιρρήματος *καθόλου*, αρνητικών (*δεν*) και ποσοτικών (*ποτέ, τίποτα*) επιρρημάτων στον λόγο, όπως και η χρήση των *κανένας* και *ούτε ένας*, ενώ η πολιτική συμμετοχή πιο συχνή, κάτι που διαφαίνεται από την χρήση του βεβαιωτικού επιρρήματος *ναι*, της επαναληπτικής χρήσης της λέξης *ιδεολογία*, και των ρημάτων *κατάφερα*, *να διαμορφώσω*. Δεν κομματοποιείται (συμπλεκτικός σύνδεσμος *ούτε ούτε*, επανάληψη των *δεν, μπα, μην* και *όχι*, και των λέξεων *κανένας* και *μετριότητα*), έχει, ωστόσο, πολιτικό ενδιαφέρον (*«ναι, έχω»*). Η ηλικία και το φύλο επιβεβαιώνουν την συστηματική αποχή και την αντίστοιχη θεωρία (αν και ψήφισε στο δημοψήφισμα), ενώ η μέτρια οικονομική κατάσταση και το ανώτερο μορφωτικό επίπεδο δεν σχετίζονται με συχνή παρουσία στις κάλπες.

ε. *Άνεργος*. Ο άνεργος του δείγματος αν και δηλώνει ότι «*ξέρω* τι είναι, *ναι*», δεν χρησιμοποιεί πολύ συχνά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό φαίνεται μέσα από την παρουσία του «*μόνο* στο Facebook», «*μέχρι* εκεί, δεν πηγαίνω παραπέρα» και την χρήση του αρνητικού και χρονικού επιρρήματος *δεν* και *κάποτε* αντίστοιχα για να δηλώσει την απουσία του σε άλλες πλατφόρμες. Συγκεκριμένα, δηλώνει ότι αφιερώνει «1 με 2 ώρες την ημέρα» στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ διαβάζει «*λίγες* ειδήσεις στο Facebook», ενώ δεν ενημερώνεται περί πολιτικής στο ίντερνετ (επαναληπτική χρήση των *όχι, δεν* και χρήση του αξιολογικού επιθέτου *καθένας* πολιτικός που κατέχει αρνητική χροιά). Πάρα ταύτα, την περίοδο του δημοψηφίσματος η έκθεση του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αυξήθηκε σε «4 ώρες περίπου», αύξηση που φαίνεται από τη χρήση του βεβαιωτικού επιρρήματος *ακριβώς* και της επαναληπτικής χρήσης του *ναι*. Σχετικά με τη συμμετοχή του σε πολιτικές συζητήσεις την περίοδο του δημοψηφίσματος, δήλωσε ότι συμμετείχε «*ναι, είχα συμμετάσχει*», «*ναι, συζητάω*» σε μεγάλη συχνότητα, με ομοιογενή δίκτυα διαλόγου.

Η επανάληψη της ποσοτικής αντωνυμίας *πάρα πολύ*, η επανάληψη του βεβαιωτικού επιρρήματος *ναι*, και η επαναληπτική χρήση του αξιολογικού

επιθέτου *καθημερινό* φαινόμενο, ήταν όλα δηλωτικά της συμμετοχής του. Στο δημοψήφισμα ψήφισε, συμπεριφορά που ακολουθεί σε «κάθε εκλογική αναμέτρηση». Δηλωτικά προς αυτό είναι η χρήση του χρονικού επιρρήματος *πάντα*, του ποσοτικού το *μόνο* δικαίωμα, και η λέξη *σημαντικό* (πίνακας 1.4). Παρομοίως, τα συνώνυμα της λέξης *χρησιμοποιώ* είναι ποικίλα όπως *διαβάζω*, *μαθαίνω* και *δεν είμαι* με λιγότερη ποικιλία αντιθέτων για τις λέξεις αυτές, φανερώνοντας την ενεργή στάση που ο ερωτώμενος κρατά απέναντι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την πολιτική του ενημέρωση. Το ίδιο φαίνεται να ισχύει και για την ενεργή εμπλοκή του σε συζητήσεις, μέσα από τη χρήση πληθώρας συνωνύμων για τη λέξη *συζητώ* και την απουσία αντιθέτων αυτής *απαθής* (πίνακας 1.5). Επιβεβαιώνεται η δεύτερη υπόθεση, όχι όμως και η πρώτη.

Αναφορικά με τις λοιπές μεταβλητές, ο ερωτώμενος έχει αυξημένο πολιτικό ενδιαφέρον κάτι που φανερώνεται μέσα από τη επαναληπτική χρήση της φράσης «*με ενδιαφέρει*», και της φράσης «*δεν είμαι απαθής*», αν και δεν έχει «*καμία* εμπιστοσύνη» στους πολιτικούς και δεν υποστηρίζει «*κανένα* κόμμα, παραμένοντας «*ουδέτερος* σε αυτά τα πράγματα», αφού «*δεν τον ενδιαφέρουν τα κομματικά*». Η επανάληψη της λέξης *κανένας* και *δεν*, είναι προς αυτό δηλωτική, ενώ «*Απολύτως καμία* πολιτική συμμετοχή» δεν έχει. Το ανώτερο μορφωτικό του επίπεδο, η μεσαία κοινωνική τάξη και η ηλικία του (49 ετών) προέβλεψαν με την σειρά τους την εκλογική του συμμετοχή επιβεβαιώνοντες τις σχετικές προβλέψεις όπως ορίζει η σχετική βιβλιογραφία, ενώ η οικονομική του κατάσταση (άνεργος) δεν φάνηκε να προβλέπει την αποχή του, αντιφάσκοντας τη σχετική θεωρία.

στ. Ιδιωτικός υπάλληλος. Σε σχέση με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η διεύρυνσή του λόγου του ερωτώμενου έδειξε ότι είχε *θετική* γνώμη *γιατί βοηθούν* στη διάχυση των πληροφοριών και *βοηθάνε* στη πολιτική συμμετοχή. Η επαναληπτική χρήση των ρημάτων *βοηθούν* και το αξιολογικό επίθετο *θετική* αποτέλεσαν δείκτες της συχνότητας χρήσης, ενώ η χρήση ουσιαστικών όπως *διασύνδεση*, *αυτό-προβολή* και *επικοινωνία* αποτελούν επιπλέον δείκτες του ενδιαφέροντος του για αυτά. Η επανάληψη χρήσης του ρήματος *ενημερώνεται* και *ακολουθεί* (σσ. Στη γλώσσα των μέσων “follow”) φανερώνουν τη συχνή χρήση, κάτι που γίνεται εμφανές και μέσα από τη χρήση του χρονικού επιρρήματος *καθημερινά*. Όσον αφορά την συμμετοχή του σε διαδικτυακές και μη συζητήσεις περί πολιτικής, αυτό καθίσταται σαφές με τη χρήση των ρημάτων «*συμμετείχα* σε διαδικτυακές συζητήσεις» και «*έδινα* απαντήσεις». Τονίζει επίσης, ότι την εβδομάδα του

δημοψηφίσματος «συμμετείχα *κάθε μέρα*». Υποστηρίζει ότι «*συζητά* γενικά περί πολιτικής», «*σχεδόν καθημερινά*» ενώ πληροφορεί ότι στο δημοψήφισμα οι συζητήσεις ήταν «*πιο ποιοτικές και ουσιαστικές*», συζητώντας σε «*καθημερινή συχνότητα*». Σε παρόμοιο επίπεδο, τα συνώνυμα της λέξης *ενημερώνομαι* και της λέξης *συζητώ* είναι αρκετά, ενώ αισθητή είναι η χρήση αντιθέτων της λέξης αυτής, δηλωτική στάση για την ενεργή της εμπλοκή σε δίκτυα διαλόγου αλλά και του ενδιαφέροντος που δείχνει για ενημέρωση διαμέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (πίνακας 1.5).

Όσον αφορά την εκλογική και πολιτική του συμμετοχή, η επαναληπτική χρήση του αρνητικού επιρρήματος *δεν* ψήφισα, *δεν* συμμετείχα και το αξιολογικό επίθετο «*περιορισμένη συμμετοχή*» φανερώνει την μη συμμετοχή του στο δημοψήφισμα, με το υποθετικό «*θα ψήφιζα αν ήμουν στην Ελλάδα*» να φανερώνει την μη προσέλευση του στις κάλπες. Εν προκειμένω, καμία υπόθεση δεν επιβεβαιώθηκε, εφόσον η αυξημένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και πολιτική συζήτηση δεν τον οδήγησε στις κάλπες, ενώ επίσης η πολιτική του συμμετοχή είναι εξαιρετικά περιορισμένη και χωρίς να είναι ταυτοποιημένος κομματικά (*δεν υποστηρίζω*) λόγω της χαμηλής εμπιστοσύνης (*δυσπιστία, χαμηλό επίπεδο εκπροσώπων*) μεταφράζοντας το όποιο πολιτικό του ενδιαφέρον μόνο μέσα από αρθρογραφία («*γράφω κάποια άρθρα*») συμμετοχή σε συγκεντρώσεις ή τον ακτιβισμό, κάτι που εξηγείται τόσο από το νεαρό της ηλικίας (27 ετών) όσο και από την αυτό-προσδιοριζόμενη κατώτερη οικονομική τάξη, εν αντιθέσει ωστόσο με το υψηλό μορφωτικό επίπεδο και το φύλο του.

ζ. Αυτό-απασχολούμενος. Η ανάλυση λόγου στην περίπτωση του αυτό-απασχολούμενου του δείγματος, έδειξε ότι αναφορικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ο συγκεκριμένος δεν ήταν πολύ συχνός χρήστης. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιεί «*κυρίως Facebook, Twitter και YouTube καθημερινά, κάνα μισάωρο τη μέρα, μόνο για δουλειά*». Δεν είναι ενεργός, «*απλά απαντάει όταν του στέλνουν οι φίλοι*». Σημειώνει ειδικά ότι «*δεν ασχολούμαι παραπάνω*», ενώ «*δεν διαβάξει ειδήσεις*», αφού «*τα έχει απενεργοποιημένα*». Η χρήση του ποσοτικού επιρρήματος *αποκλειστικά* είναι δηλωτική της περιορισμένης χρήσης που κάνει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η φράση με τη χρήση του ποσοτικού επιρρήματος «*όσο μπορώ την αποφεύγω (σς.την πολιτική)*», και το αρνητικό επίρρημα *δεν* (*πολυασχολούμαι*) *γιατί* «*δεν έχει και νόημα*» είναι φράσεις δηλωτικές της απουσίας του από τα μέσα αυτά. Στο δημοψήφισμα ωστόσο ο ίδιος ερωτώμενος σημειώνει ότι

είχε ασχοληθεί *ενεργά* και *είχε ανεβάσει* και φωτογραφίες [...] που πήρε *πάρα πολλά like*», ενώ ήταν *ενεργός κάθε μέρα*. Η αξία της επαναληπτικής χρήσης του πρώτου ενικού προσώπου (*είχα, εγώ, ήξερα κ.α.*) είναι φανερή καθώς έτσι θέλει να τονίζει τη συχνή παρουσία του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την εβδομάδα του δημοψηφίσματος.

Αναφορικά με τη πολιτική συζήτηση, η επανάληψη του αρνητικού επιρρήματος *όχι* και *καθόλου* δηλώνει ότι δεν χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για κάτι άλλο πέραν των επαγγελματικών του υποχρεώσεων. Τη περίοδο του δημοψηφίσματος *σχολίασε* βίντεο, *συμμετείχε* σε συζητήσεις στο διαδίκτυο και *«έκραζε κάθε μέρα»*, αν και απογοητεύτηκε αφού *«δεν έφερε αποτέλεσμα η συμμετοχή μου»*. Γενικώς, ωστόσο, συζητά μόνο *«ένα λεπτό την ημέρα»* ενώ μιλάει *«μόνο με όποιον θίξει το θέμα»*. *«Εγώ ποτέ δεν το θίγω»* σημειώνει αλλά *«λέει τη γνώμη του»*. Η μικρή συχνότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για πολιτική ενημέρωση και η αραιή πολιτική συζήτηση ήταν σε συνάφεια με την αποχή του από τις κάλπες την ημέρα διεξαγωγής του δημοψηφίσματος, αφού όπως σημειώνει ο ίδιος *«όχι* (σσ. Δεν ψήφισα) αφού *«η αποχή ήταν η λύση»*, ενώ γενικά *«δεν συμμετέχει τους απέρριψε όλους»*. Επίσης, η χρήση συνωνύμων και αντιθέτων για λέξεις όπως *διαβάζω, συζητώ, ψηφίζω* είναι εδώ μοιρασμένη φανερώνοντας την μη ξεκάθαρη στάση που ο ερωτώμενος κρατά απέναντι στις μεταβλητές ενδιαφέροντος της έρευνας. Είναι έτσι σαφές, ότι οι υποθέσεις της έρευνας δεν επιβεβαιώνονται στη συγκεκριμένη περίπτωση.

Παρομοίως, οι λοιπές μεταβλητές παρουσιάζουν την απόσταση του από τη πολιτική. Για την πολιτική συμμετοχή, ενημερώνει ότι *«γενικά δεν συμμετέχω»*, ενώ *«δεν υποστηρίζει κάποιο κόμμα»*, εμπιστευόμενος *«ελάχιστους πολιτικούς»*. Το πολιτικό του ενδιαφέρον, παρά το ότι ήταν αυξημένο στο παρελθόν, πρόσφατα σταμάτησε γιατί *«είδα ότι δεν πάει κάπου»*. Ως άντρας 30 ετών, ανωτέρου μορφωτικού επιπέδου, στην ανώτερη οικονομική τάξη δεν φαίνεται να επιβεβαιώνει τη σχετική θεωρία για τη θετική συσχέτιση αυτών των ποιοτικών χαρακτηριστικών με την προσέλευση στις κάλπες.

η. Αγρότης. Μέσα από την ανάλυση του λόγου του ερωτώμενου, έγινε εμφανές ότι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από αυτόν είναι συχνή. Προς αυτό, δηλωτικό είναι το χρονικό επίρρημα *καθημερινά*, και η φράση *«είναι πιο εύκολο να μιλάω παντού»*. Η χρήση των ρημάτων σε α' ενικό πρόσωπο *ξέρω, χρησιμοποιώ, έχω*, δηλώνουν τη συχνή χρήση. Σχετικά με τη πολιτική συζήτηση, ο

ερωτώμενος δηλώνει ότι «προσπαθεί να συζητά» γιατί «μας επηρεάζει όλους μας». Η επαναληπτική χρήση της προσωπικής αντωνυμίας *μας* και *μου* φανερώνει το ενδιαφέρον του απέναντι στη πολιτική συζήτηση. Επίσης, το προσωπικό επίρρημα *περισσότερο* στη φράση «συζητώ περισσότερο» φανερώνουν τη συχνή εμπλοκή του σε δίκτυα διαλόγου περί πολιτικής, ενώ το χρονικό επίρρημα *καθημερινά* (σ.σ. *Συζητώ καθημερινά*) και «κάθε μέρα», είναι δηλωτικά της συχνής του συμμετοχής. Στο δημοψήφισμα, ο ερωτώμενος δηλώνει ότι συμμετείχε σε συζητήσεις *κάθε μέρα*, αφού ήταν «το θέμα προς συζήτηση».

Στη περίπτωση του αγρότη, η συχνή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της πολιτικής συζήτησης ήταν σε θέση να επιβεβαιώσουν την εκλογική του συμμετοχή στο δημοψήφισμα. Χαρακτηριστικά, αναφέρει ότι «ναι, ψήφισα, ψήφισα», με την επανάληψη της λέξης *ψήφισα* να είναι χαρακτηριστική της βαρύτητας που θέλει να προσδώσει στην πράξη αυτή. Επίσης, η συχνή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η συχνή εμπλοκή του σε πολιτικές συζητήσεις ήταν σε θέση να προβλέψουν και την γενικότερη πολιτική του συμμετοχή, αφού όπως αναφέρει και ο ίδιος, «συμμετέχω σε συνελεύσεις, διαμαρτυρίες και συζητήσεις του κόμματος». Σε άλλο επίπεδο, το ενδιαφέρον του ερωτώμενου για *επικοινωνία* και *ενημέρωση* γίνεται μέσα από την ποικιλία χρήσης συνωνύμων για τις λέξεις αυτές και την απουσία αντιθέτων τους, στάση που φανερώνει την ενεργή εμπλοκή του με τις μεταβλητές ενδιαφέροντος (πίνακας 1.5). Γίνεται λοιπόν εμφανές ότι στην περίπτωση του αγρότη, επιβεβαιώνονται οι υποθέσεις της έρευνας.

Η επανάληψη της φράσης «*μου* είχε κάνει *εντύπωση*», είναι δηλωτική του ενδιαφέροντος που έδειξε στο δημοψήφισμα, κάτι που επιβεβαιώνει λέγοντας ότι «η πολιτική *με* ενδιαφέρει». Αξιοσημείωτη είναι εδώ η χρήση των προσωπικών αντωνυμιών *μου* και *με*, που προσδίδουν αμεσότητα και οικειότητα του χρήστη με την πολιτική. Άλλωστε, όπως ο ίδιος αναφέρει «*όλα γύρω μας* είναι πολιτική». Παρά το αυξημένο πολιτικό του ενδιαφέρον, δεν έχει εμπιστοσύνη στους πολιτικούς («*δεν έχω εμπιστοσύνη*»), λέγοντας ότι υπηρετούν «*ξεκάθαρα* τον εαυτό τους και *όχι* τον λαό». Άξια λόγου είναι εδώ το επίρρημα *ξεκάθαρα* που δηλώνει μία απόλυτη στάση και βεβαιότητα για αυτά που δηλώνει, ενώ το αρνητικό επίρρημα *όχι* είναι δηλωτική της στάσης του. Το ίδιο φαίνεται και μέσα από τη φράση «για το *δικό της* συμφέρον» και «για το *δικό της* όφελος». Το πολιτικό του ενδιαφέρον μεταφράζεται σε κομματική ταύτιση. Προς αυτό δηλώνει ότι «*υποστηρίζω* ένα κόμμα» ιδεολογικά και με οικονομική ενίσχυση. Τέλος, το νεαρό της ηλικίας του και

η κατώτερη οικονομική του κατάσταση ήταν σε αντίθεση με την αντίστοιχη θεωρία ότι νέοι ψηφοφόροι και τα κατώτερα οικονομικά στρώματα τείνουν να συμμετέχουν λιγότερο σε εκλογικές διαδικασίες, ενώ το φύλο του και το μεσαίο εκπαιδευτικό του υπόβαθρο ήταν σε αντιστοιχία με τη θεωρία ότι άνδρες μεσαίου προς ανώτερου μορφωτικού επιπέδου τείνουν να ψηφίζουν περισσότερο.

θ. Νοικοκυρά. Με την ανάλυση λόγου στη περίπτωση της νοικοκυράς έγινε εμφανές ότι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ήταν ιδιαίτερα συχνή. Δηλωτική προς αυτό είναι η φράση «τα χρησιμοποιώ (σσ.τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης) σε καθημερινό επίπεδο», αφιερώνοντας *περισσότερο* χρόνο στο Facebook. Εκτός από τα παραπάνω αξιολογικά επίθετα, δηλωτικά της συχνής χρήσης είναι τα χρονικά επιρρήματα *καθημερινά, συνεχώς, κυρίως και κάθε μέρα*. Επίσης, μέσα από τη χρήση ποικίλων συνωνύμων για τη λέξη *καθημερινά* φαίνεται η συχνή χρήση. Παρομοίως, η εμπλοκή της σε δίκτυα πολιτικού διαλόγου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι επίσης ιδιαίτερα έντονη, κάτι που γίνεται εμφανές μέσα από τη χρήση των επιρρημάτων *περισσότερο, ιδιαίτερα, σίγουρα και πιο πολύ* αλλά και μέσω της χρήσης πλήθους προσωπικών αντωνυμιών όπως «*μου άρεσε*» και ρήματα που δηλώνουν την εμπλοκή της όπως *σχολιάζα, έχω να πω, θεωρώ, ασχοληθώ*, με τα δίκτυα διαλόγου να είναι «*μόνο πραγματικοί φίλοι*». Ως προς τη φύση των σχολίων της, ήταν ποικίλη («κοινωνικές και πολιτικές ειδήσεις», *πολλά, σοβαρά χιουμοριστικά posts*). Ωστόσο, παρά την αυξημένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και πολιτικής συζήτησης, δεν ψήφισε γιατί «ήταν πολλά τα χιλιόμετρα για να πάω για αυτό», δηλώνοντας ωστόσο ότι «όποτε μπορώ ψηφίζω, *πάντα*». Επαναλαμβάνοντας ότι ο μοναδικός λόγος που δεν ψήφισε ήταν η απόσταση, χρησιμοποιεί αρκετές φορές το ρήμα *ψηφίζω*, ενώ σπεύδει να επισημάνει ότι συμμετέχει στη πολιτική και με άλλους τρόπους («*έχω πάει σε συζητήσεις, έχω πάει σε διαδηλώσεις, σε πορείες έχω πάει...*»). Επιβεβαιώνονται έως εκ τούτου οι δύο υποθέσεις της έρευνας.

Αναφορικά με τις λοιπές μεταβλητές της έρευνας, είναι κομματικοποιημένη, κάτι που φαίνεται από την χρήση των βεβαιωτικών επιρρημάτων *σίγουρα και ναι*. Το πολιτικό της ενδιαφέρον είναι σχετικά περιορισμένο κάτι που δηλώνει με την επαναληπτική χρήση του *δεν και όχι*, στάση που ωστόσο φαίνεται να προσπαθεί αν επεξηγήσει, κάτι που γίνεται κατανοητό με τα επεξηγηματικά *γιατί, εννοώ, θεωρώ*. Παρομοίως, ο βαθμός της πολιτικής εμπιστοσύνης είναι αρκετά χαμηλός, κάτι που φαίνεται με την επαναληπτική χρήση των αρνητικών επιρρημάτων

όχι και δεν. Εν κατακλείδι, η νοικοκυρά φαίνεται ένας άνθρωπος ο οποίος συμμετέχει στη πολιτική σφαίρα, όποτε έχει τη δυνατότητα μέσω της ψήφου, με ενεργή κομματική δράση και ακτιβισμό (συμμετοχή σε πορείες, συγκεντρώσεις, διαδηλώσεις).

ι. Συνταξιούχος. Η ανάλυση λόγου στη περίπτωση του συνταξιούχου, έδειξε ότι η επαφή μου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το διαδίκτυο εν γένει είναι ελάχιστη, επειδή όπως αναφέρει ο ίδιος έχει «*δύσκολη πρόσβαση*», ενώ το ίντερνετ είναι ένα «*πολύπλοκο πράγμα*». Έως εκ τούτου αναφέρει ότι «*σπάνια να μπω*» στο ίντερνετ για να διαβάσει περί πολιτικής. Αντιθέτως, προτιμά να διαβάζει *πολλές* ειδήσεις από τις εφημερίδες *καθημερινά*, λέγοντας ότι *δεν* ασχολείται με αυτό, φανερώνοντας τη προτίμηση του στην πολιτική ενημέρωση από παραδοσιακά μέσα. Συνεχίζοντας, αναφέρει ότι συζητά *συχνά* για την πολιτική, λέγοντας χαρακτηριστικά ότι «*τα λέμε συνέχεια στο καφενείο*». Είναι συνεπής εκλογέας, κάτι που φαίνεται από τη χρήση του χρονικού επιρρήματος «*πάντα ψήφιζα*», γιατί όπως τονίζει «*με ενδιαφέρει πολύ η πολιτική*». Η χρήση των επαναλήψεων *δεν-δεν, όχι, καθόλου* είναι χαρακτηριστική της απουσίας του από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς ούτε εύκολο είναι για αυτόν να τα κατανοήσει, αλλά ούτε κατέχει τάμπλετ ή προσωπικό υπολογιστή. Ωστόσο, επαναλαμβάνει τη λέξη *οποσδήποτε* θέλοντας να τονίσει τη βαρύτητα που δίνει στην εμπλοκή του σε δίκτυα πολιτικού διαλόγου με τους φίλους του στο καφενείο. Τέλος, η αντίθεση *ποτέ-κάθε μέρα* είναι δηλωτική της διαφορετικής στάσης που κρατά στις νέες τεχνολογίες και τη πολιτική συζήτηση εκτός του διαδικτύου.

Στη προκειμένη περίπτωση, δεν επιβεβαιώνεται η πρώτη υπόθεση της έρευνας, ενώ ο ερευνητής ήταν σε θέση να επιβεβαιώσει τη δεύτερη υπόθεση εργασίας. Παρά το γεγονός ότι ο συνταξιούχος του δείγματος δεν χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ψηφίζει συστηματικά, ενώ συζητά σε καθημερινό επίπεδο περί πολιτικής φανερώοντας τη θετική συσχέτιση της μεταβλητής αυτής με την εκλογική και πολιτική συμμετοχή. Η στάση του αυτή μπορεί να εξηγηθεί στη βάση της δύσκολης κατανόησης του τρόπου λειτουργίας των νέων τεχνολογιών, καθώς ανήκει σε παλαιότερες γενιές.. Αντιθέτως, ο αρκετός ελεύθερος χρόνος που έχει ως συνταξιούχος, είναι σε θέση να εξηγήσουν τη συχνότητα εμπλοκής του σε συζητήσεις περί πολιτικής. Άλλωστε, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, οι γηραιότεροι ηλικιακά άνθρωποι φαίνεται ότι ενδιαφέρονται περισσότερο για παραδοσιακές μορφές πολιτικής συμμετοχής όπως η ψήφος.

Κεφάλαιο 5^ο

Συζήτηση-συμπεράσματα

5.1 Επισκόπηση των ευρημάτων

Τα ευρήματα της ανάλυσης έδειξαν πως σε γενικές γραμμές, όπως οι δύο βασικές υποθέσεις της έρευνας προέβλεψαν, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για πολιτική ενημέρωση κατά την περίοδο που προηγήθηκε του δημοψηφίσματος αλλά και η συμμετοχή σε δίκτυα πολιτικού διαλόγου κατά την ίδια περίοδο, οδήγησαν τα υποκείμενα της έρευνας στην προσέλευση στις κάλπες κατά την ημέρα διεξαγωγής της εκλογικής διαδικασίας. Πάρα ταύτα, υπήρξαν περιπτώσεις όπου παρά την αυξημένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τη συχνή πολιτική συζήτηση οι ερωτώμενοι δεν προσήλθαν να ψηφίσουν εξαιτίας γεωγραφικών ή οικονομικών περιορισμών. Παρόμοια, σε άλλες περιπτώσεις άτομα με χαμηλή ή καθόλου παρουσία στο διαδίκτυο και χαμηλή συμμετοχή σε δίκτυα πολιτικής συζήτησης ψήφισαν το δημοψήφισμα, επιβεβαιώνοντας το ως μία ιδιαίτερη εκλογική διαδικασία, κατά την οποία οι πολίτες δύνανται να δρουν έξω από συνηθισμένες πρακτικές, λόγω της κρισιμότητας του. Ειδικά στο δημοψήφισμα του 2015 στην Ελλάδα, η κρισιμότητα που ενείχε για την ομαλή οικονομική συνέχεια της χώρας ήταν ιδιαίτερα μεγάλη, οδηγώντας μεγάλη μερίδα των πολιτών να συμπεριφερθούν διαφορετικά από τις συνήθειες τους. Από την άλλη, όπως τα ευρήματα έδειξαν, άτομα με χαμηλή παρουσία στο διαδίκτυο και λιγότερο συχνή εμπλοκή σε δίκτυα πολιτικού διαλόγου, δεν ψήφισαν στο δημοψήφισμα.

Σημαντικό θεωρείται επίσης το εύρημα ότι η γενικότερη πολιτική συμμετοχή συνδέθηκε και αυτή θετικά με τη συχνή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της συμμετοχής σε πολιτικές συζητήσεις, με τα άτομα που εμφάνισαν λιγότερη χρήση των δύο αυτών μεταβλητών να μην συμμετέχουν ενεργά στην πολιτική, δείχνοντας ότι όσοι ψηφίζουν, επιλέγουν και άλλες μορφές συμμετοχής, με τους νέους να είναι αυτοί που συμμετέχουν περισσότερο ενεργά σε εναλλακτικές μορφές εμπλοκής με τα κοινά.

Εν κατακλείδι, τα ευρήματα ήταν σε θέση να επιβεβαιώσουν τις υποθέσεις εργασίας, σημειώνοντας ωστόσο ότι η επιλογή του δημοψηφίσματος ως μελέτη περίπτωσης οδήγησε σε μερική παρέκκλιση από συνηθισμένες εκλογικές συμπεριφορές.

5.2 Δυνατά σημεία και περιορισμοί της έρευνας

Δυνατά σημεία. Μεθοδολογικά, η επιλογή της ποιοτικής ανάλυσης ως μέθοδος διερεύνησης του ερωτήματος που η παρούσα διπλωματική έθεσε επέτρεψε την εμβάθυνση σε ποιοτικές παραμέτρους των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, με λεπτομερή εξέταση των ατομικών εκείνων χαρακτηριστικών που διαμορφώνουν την προσωπική τους στάση και συμπεριφορά απέναντι στο γεγονός του δημοψηφίσματος. Η διαφορετικότητα στο δείγμα ισχυροποίησε την εσωτερική εγκυρότητα των δεδομένων, καθώς οι συνεντεύξεις έγιναν με διαφορετικές ομάδες του πληθυσμού, από ιδιωτικούς και δημόσιους υπάλληλους, ως ανέργους, συνταξιούχους και νοικοκυρές, διαφορετικού ηλικιακού, κοινωνικό-οικονομικού και εκπαιδευτικού φάσματος. Μέσα από τη χρήση μεταβλητών όπως χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, πολιτική συζήτηση, πολιτική εμπιστοσύνη και ενδιαφέρον και κοινωνικό-οικονομικοί παράγοντες η έρευνα προσφέρει γνώσεις στα ατομικά κίνητρα εκλογικής προσέλευσης προσέλευσης και επεξηγεί διαφοροποιήσεις σε ατομικό επίπεδο.

Επιπλέον, η έρευνα προσθέτει στην ήδη υπάρχουσα, αλλά μικρή στον όγκο βιβλιογραφία σχετική με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την εκλογική συμπεριφορά, λαμβάνοντας υπόψη και χρησιμοποιώντας επιπλέον σημαντικές μεταβλητές όπως η πολιτική συζήτηση, κομματική ταύτιση, πολιτική εμπιστοσύνη κ.α. που άλλες έρευνες κατά τη γνώση του συγγραφέα δεν έχουν χρησιμοποιήσει συνδυαστικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Παρά το ότι έχουν γίνει μελέτες σχετικές με τον ρόλο που ενέχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε μία εκλογική διαδικασία, καμία έρευνα δεν έχει έως τώρα εξετάσει τη συμβολή τους σε ένα ελληνικό δημοψήφισμα, παρά μόνο, και διασκορπισμένα σε διεθνή δημοψηφίσματα, που άλλωστε στη διεθνή πολιτική σκηνή είναι περισσότερο συχνά.

Περιορισμοί. Κατ' αρχήν, αναφορικά με τη βιβλιογραφική επισκόπηση που η παρούσα έρευνα παρουσιάζει, ο ερευνητής παραλείπει να παρουσιάσει τις διαφορετικές απόψεις που υπάρχουν διεθνώς σχετικά με την επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών της έρευνας στην εκλογική και πολιτική συμμετοχή, αναφέροντας μονάχα τις θετικές επιδράσεις, αποφεύγοντας να δώσει μία ολοκληρωμένη οπτική στο υπό εξέταση θέμα. Επί παραδείγματι, αναφορικά με την επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην πολιτική συμμετοχή, εντοπίζονται δύο προσεγγίσεις, η αισιόδοξη και η απαισιόδοξη. Η πρώτη υποστηρίζει ότι τα μέσα

κοινωνικής δικτύωσης προωθούν τη δημοκρατία μειώνοντας το κόστος της επικοινωνίας και συμμετοχής, ενώ η δεύτερη εφιστούν τη προσοχή ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν οδηγούν σε ουσιαστικές αλλαγές στη πολιτική συμπεριφορά, ζημιώνοντας την δημόσια ζωή με ποικίλους τρόπους (Xenos & Moy, 2007).

Επίσης, το δείγμα δεν είναι ισομερώς κατανομημένο ηλικιακά, φυλετικά αλλά και βάσει των λοιπών ατομικών χαρακτηριστικών, περιπλέκοντας τη γενίκευση και την εξωτερική εγκυρότητα των αποτελεσμάτων. Επιπλέον, εξαιτίας της υποχρεωτικής ψήφου, σύστημα που ισχύει στην Ελλάδα και δημιουργεί ένα αίσθημα κοινωνικής υποχρέωσης, υπάρχει η πιθανότητα ορισμένοι ερωτώμενοι να απάντησαν ότι ψήφισαν έστω και αν δεν το έπραξαν. Επίσης, η περίοδος που προκηρύχθηκε το δημοψήφισμα ήταν εκτός πολιτικής και κοινωνικής ομαλότητας, θέτοντας ερωτήματα για το εάν η εκλογική συμπεριφορά των υποκειμένων της έρευνας θα ήταν παρόμοια υπό φυσιολογικές συνθήκες. Έπειτα, κατά την επιλογή της κλασσικής θεματικής ανάλυσης είναι δύσκολο να παραχθούν αποτελέσματα μεγάλης πιστότητας καθώς τα θέματα εκφράζονται με λιγότερο ή περισσότερο έκδηλο τρόπο στον λόγο αναπτύσσονται και τελειώνουν με διαφορετική ένταση, ενώ εμπλέκονται με διαφορετική ένταση με άλλα θέματα (Ψύλλα, 2010).

Εν συνεχεία, είναι χρήσιμο να λαμβάνονται υπόψη και άλλες μεταβλητές οι οποίες καθορίζουν την εκλογική συμπεριφορά, πέραν των συγκεκριμένων όπως η θρησκεία, ιδιαίτερα σε μία χώρα βαθιά θρησκευόμενη όπως η Ελλάδα, ο κομματικός προσανατολισμός, δηλαδή διερεύνηση των κομματικών παρατάξεων που το δείγμα υποστηρίζει, κ.α. Τέλος, δε λαμβάνονται εδώ υπόψη παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης όπως είναι η τηλεόραση, οι εφημερίδες και το ραδιόφωνο, που στην Ελλάδα ακόμη διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της εκλογικής συμπεριφοράς. Τέλος, χρειάζεται ακόμη πολύς δρόμος ώστε να θεωρηθούν με ασφάλεια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πανάκεια για την αύξηση της διαβουλευτικής συζήτησης, και ως μέσο ενθάρρυνσης της πολιτικής συμμετοχής.

5.3 Προτάσεις για περαιτέρω διερεύνηση του υπό εξέταση θέματος

Περαιτέρω μελέτη είναι απαραίτητη ώστε να διερευνηθεί η σχέση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τη πολιτική. Παρά το ότι οι επιδράσεις των

μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι πιθανές στη πολιτική, το πεδίο εφαρμογής τους είναι ακόμη θολό. Έπειτα, νέες τεχνολογίες όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να παρέχουν νέες ευκαιρίες στο χώρο του πολιτικού μάρκετινγκ, όμως ο τρόπος εφαρμογής των εργαλείων αυτών είναι κρίσιμος, καθιστώντας το σωστό εντοπισμό των παραγόντων για επιτυχή υλοποίηση απαραίτητη διαδικασία.

Τέλος, τα αποτελέσματα της ανάλυσης μπορούν να προσφέρουν το έδαφος για μελλοντική μελέτη των επιδράσεων των νέων μέσων και της συζήτησης στην συμμετοχή των πολιτών στην πολιτική, ανεξαρτήτως γεωγραφικών ή χρονικών περιορισμών. Οι ομοιότητες αλλά και διαφορές της υπάρχουσας θεωρίας γύρω από το ερευνητικό ερώτημα και των αποτελεσμάτων της παρούσας έρευνας οδηγούν σε ένα προφανές ερώτημα: πόσο σημαντική είναι η συχνότητα της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και πολιτικής συζήτησης για την εκλογική συμμετοχή και πόσο σχετικές με αυτή είναι μεταβλητές όπως η κομματική ταύτιση, το μορφωτικό επίπεδο, το ενδιαφέρον κ.α.; Χωρίς αμφιβολία, αυτά τα ερωτήματα θα πρέπει να επανεξεταστούν, για να δοκιμάσουν την ισχύ των παρόντων αποτελεσμάτων σε διαφορετικές χρονικές περιόδους και γεωγραφικά πλαίσια. Επόμενο είναι λοιπόν, οι μελλοντικές έρευνες να λάβουν υπόψη επεξηγήσεις της εκλογικής συμπεριφοράς τόσο σε ατομικό όσο και σε συλλογικό-κοινωνικό επίπεδο, ώστε οι ερευνητές να διευρύνουν την κατανόηση των λόγων γιατί οι πολίτες επιλέγουν να συμμετέχουν ή να απέχουν στις εκφάνσεις της δημοκρατικής διακυβέρνησης.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Αποστολίδου, Α. (2014), Η κρίση των θεσμών στην Ελλάδα της κρίσης. Το πολιτικό ενδιαφέρον των νέων και η εμπιστοσύνη στους θεσμούς, *Εργαστήριο Κοινωνικής και Πολιτισμικής Τεκμηρίωσης, Τμήμα Κοινωνιολογίας, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μυτιλήνη*

Βασιλόπουλος, Π. & Βερναδάκης, Χ. (2010), Η εκλογική αποχή στην Ελλάδα: 2000-2009, *Συμπόσιο της Ελληνικής Εταιρίας Πολιτικής Επιστήμης για τις Δημοτικές και Περιφερειακές Εκλογές 2010-Η πρόκληση της διοικητικής μεταρρύθμισης*

Βολουδάκης, Β. (1995), Ο θεσμός του δημοψηφίσματος μετά την αναθεώρηση του Συντάγματος: διεύρυνση της λαϊκής κυριαρχίας ή δημοκρατική πρόσοψη;, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή

Δεμερτζής, Ν. (1989), *Κεφάλαιο Πέμπτο-Πολιτική κουλτούρα: Παλαιές και νέες θεωρήσεις στο Κουλτούρα, Νεωτερικότητα, Πολιτική Κουλτούρα*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα

Δημητράκος, Δ. (1990), Μεθοδολογικά προβλήματα σχετικά με τη συγκριτική έρευνα για την πολιτική κουλτούρα, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών-The Greek Review of Social Research*, Τόμος 75, σσ.5-17

Δημητρόπουλος, Α. (1997), Το δημοψήφισμα. Ο ρόλος και η σημασία του θεσμού στη σύγχρονη Δημοκρατία, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή

Διαμαντόπουλος, Θ. (2011), Το δημοψήφισμα ως θεσμός και ως πολιτική πράξη, Εκδόσεις Ι. Σιδέρης, Αθήνα

Διαμαντόπουλος, Θ. (2016), Θεσμοί: Κρίση και ρήξη, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα

Δώδος, Δ., Καφετζής, Π., Μιχαλοπούλου, Κ. Νικολακόπουλος Ηλ., Παπλιάκου, Β. (1990), Η πολιτική κουλτούρα στις χώρες της Νότιας Ευρώπης: Συγκριτικοί πίνακες, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών- Τόμος 75^Α*, σσ.107-151

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (2017), Δύο χρόνια μέχρι τις Ευρωεκλογές του 2019, Ευρωβαρόμετρο 87.1-Ελλάδα, Βρυξέλλες

Ιωσηφίδης, Θ. (2003), «Εισαγωγή στην ανάλυση δεδομένων ποιοτικής έρευνας», Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μυτιλήνη

Καφετζής, Π. (1988), Ευρωπαϊκός Νότος: Σε αναζήτηση του πολίτη και της πολιτικής, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, Τόμος 69^Α*, σσ.1-76

Λεάνδρος, Ν, Παπαδοπούλου, Δ. & Ψύλλα, Μ. (2011), Η κρίση στον Τύπο: Μία θεματική και γλωσσολογική ανάλυση, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, Τόμος 134-135, Α'-Β' 2011*, σσ.237-255

Μαυρής, Γ. (2016), Το ελληνικό δημοψήφισμα του 2015: «δημοκρατική στιγμή» (ή) (και) κύκνειο άσμα της μεταπολιτευτικής δημοκρατίας?, δημοσιεύτηκε στον προσωπικό ιστότοπο του συγγραφέα www.mavris.gr, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://bit.ly/2hEeX80>, [τελευταία πρόσβαση Δευτέρα, 12 Δεκεμβρίου 2016]

Μιχαλοπούλου, Κ. (1990), Δειγματοληψία αντιλήψεων και συμπεριφοράς, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, Τόμος 75^Α*, σσ.88-106

Μπεσίλα-Μακρίδη (1996), Η εφαρμογή του θεσμού του Δημοψηφίσματος στην Ελλάδα, Πάντειος Ανώτατη Σχολή Πολιτικών Επιστημών, Αθήνα

Μπεχράκης, Θ. & Νικολακόπουλος, Η. (1988), Κομματική επιλογή και αξιολόγηση των πολιτικών: μία κρίσιμη διάσταση του εκλογικού ανταγωνισμού, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών-The Greek Review of Social Research, Τόμος 69^Α*, σσ.1-42

Παντελίδου-Μαλούτα, Μ. (1990), Ελληνική Πολιτική Κουλτούρα: Όψεις και Προσεγγίσεις, *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών-The Greek Review of Social Research*, Τόμος 75^Α, σσ.18-57

Παπαδοπούλου, Δ. (2015), Ανάλυση μηνύματος: Η περίπτωση της ανάλυσης λόγου, Πάντειο Πανεπιστήμιο-Université Paris Est-Crêteil

Ρετσίλα, Ε., Παπατζάνη, Κ.Χ., Αρβανίτης, Κ., Βλαχογιάννη, Γλ., Μαντά, Μ., Ξυδοπούλου, Ε.Κ. & Παπαγιαννοπούλου, Μ.Χ. (2006), Η συμμετοχή των γυναικών στα κέντρα λήψης πολιτικών αποφάσεων στην Ελλάδα, *Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.)*, σσ.1-272, Αθήνα

Φραγκουδάκη, Α. (1987), «Γλώσσα και Ιδεολογία : Κοινωνιολογική προσέγγιση της ελληνικής γλώσσας», Εκδόσεις Οδυσσέας, Αθήνα

Ψύλλα, Μ. (2004), «Το μήνυμα ως αντικείμενο ερμηνείας και ανάλυσης στο πλαίσιο της επικοινωνιακής δράσης», στο Συλλογικό (2004), «Μέθοδοι στην Κοινωνιολογική Έρευνα», Εκδόσεις Τυπώθητω/Δαρδάνος, Αθήνα

Ψύλλα, Μ. (2010), *Μεθοδολογία της ανάλυσης ενός γεγονότος από τον έντυπο λόγο*, Εκδόσεις Τυπώθητω/Δαρδάνος, Αθήνα

Ξενόγλωσση

Askitas, N. (2015), Calling the Greek Referendum on the Nose with Google Trends, *Institute for the Study of Labor-Bonn Germany*, pp.1-9

Babbie, E. (2010), *Chapter 13th, Analyzing Qualitative Data at The Practice of Social Research*, 13th edition, International Edition

Bakker, T.P.; Vreese, de C.H. & Claes, H. (2011), Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation, *Communication Research*, Vol.38, Issue 4, pp.451-470

Bartlett, J.; Birdwell, J. & Reynolds, L. (2014), Like, Share, Vote, *Demos Cross-Party Think-Tank*, pp.1-118

Bartlett, J; Bennett, S.; Bernie, R. & Wibberley, S. (2013), Virtually members: the Facebook and Twitter followers of UK political parties: A casm briefing paper, *Demos Cross-Party Think-Tank*, pp.1-18

Bello, J. (2012), The dark side of disagreement? Revisiting the effect of disagreement on political participation, *Electoral Studies* 31 (2012): 782-795

Bernett, S.E., Flickinger, R.S. & Rhine, S.L. (2000), Political Talk Over Here, Over There, Over Time, *British Journal of Political Science*, 30 (1), pp.99-119

Biswas, A.; Ingle, N.; Roy, M. (2014), Influence of Social Media on Voting Behavior, *Journal of Power, Politics & Governance*, Vol.2, No.2, pp.127-155, American Research Institute for Policy Development

Bode, L. (2008), Don't Judge a Facebook by its Cover: Social Networking Sites, Social Capital and Political Participation, *University of Wisconsin-Madison, Department of Political Science*

Burden, B.C. (2008), The Dynamic Effects of Education on Voter Turnout, *Electoral Studies* 28 (2009), pp.540-549

Claes, E. (2012), School experiences, classroom climate and political trust: a two-year panel study among Belgian late adolescents on the impact of school environment characteristics on political trust. *International Research of Public Opinion Research*, Vol.24 (2), pp.91-114

Conroy, M.; Feezell, J.T. & Guerrero, M. (2012), Facebook and political engagement: A study of online political group membership and offline political engagement, *Computers in Human Behavior* 28, pp.1535-1546

Cox, M., (2003). *When Trust Matters: Explaining Differences in Voter Turnout*. *Journal of Common Market Studies*, 41 (4), pp. 757-770

Denny, K. (2005), Political interest, cognitive ability and personality: determinants of voter turnout in Britain, *Geary Discussion Paper Series: WP 2005/07*, pp.1-30

European Commission (2003), Eurobarometer 60.1, Public Opinion in the European Union, Autumn 2003, National Report: Greece, *Directorate General, Press and Communication, European Commission's Representation in Greece*, Athens

Hetherington, M.J. (1998), The Political Relevance of Political Trust, *The American Political Science Review*, 92 (4), pp.791-808

Hobolt, S. B. (2006), How parties affect vote choice in European integration referendums, *Party Politics*, Vol.12, No.5, pp.623-647

Horn, D. (2011), Income Inequality and Voter Turnout, *GINI Discussion Paper 16 (2011)*, pp.1-49

Jacobs, K. & Spierings, N. (2016), Saturation or maturation? The Diffusion of Twitter and its Impact on Voting in the Dutch General Elections of 2010 and 2012, *Journal of Information, Technology and Politics*, 13, pp.1-21

Kaplan, A & Haenlein, M. (2010), *Users of the World, Unite; The Challenges and Opportunities of Social Media*

Karp, A.; Banducci, J. & Susan, A. (2007), Party Mobilization and Political Participation in New and Old Democracies, *Journal of Party Politics*, Vol.13 (1), pp.217-234

Kenny, C. B. (1992). Political Participation and Effects from the Social Environment. *American Journal of Political Science*, 36 (1), pp.259-267

Kim, J.; Wyatt, O.R. & Katz, E. (1999), News, Talk, Opinion, Participation: The Role played by conversation in deliberative democracy, *Political Communication*, 16 (4), pp.361-385

Klofstad, C.A. (2007), Talk Leads to Recruitment: How Discussions about Politics and Current Events Increase Civic Participation, *Political Research Quarterly*, 60 (2), pp.180-191

Lapapas, G.; Kleftodimos, A. & Yannas, P. (2010), Greek Parties and Web 2.0, pp.1-23

Matsusanka, J. (1995), Explaining voter turnout patterns: an information theory, *Public Choice*, Vol.84 (1-2), pp.91-117

McClurg, S.D. (2006), The electoral relevance of political talk. *American Journal of Political Science*, Vol. 50 (3), pp.737-754

Nevitte, N. (2000), Socio-economic status and non-voting: A cross-national comparative analysis, *Quebec, IPSA*, pp.1-31

Panagopoulos, C. (2009), *Politicking Online*, Rutgers University Press, UK

Oppenhuis, E. (1995). *Voting Behavior in Europe*. Amsterdam: Het Spinhuis

Quinlan, S.; Shephard, M. & Paterson, L. (2015), Online discussion and the 2014 Scottish independence referendum: Flaming keyboards or forums for deliberation? *Electoral Studies* 38 (2015), pp.192-205

Raine, L.; Smith, A. et al. (2012), Social Media and Political Engagement, *Pew Research Centre's Internet & American Life Project*

Riezebos, P., Vries de A.S., Vries de W.P. & Zeeuw de E. (2011), *The Effects of Social Media on Political Party Perception and Voting Behavior*, IADIS International

e-democracy, Equity and Social Justice, pp.11-18, University of Twente, the Netherlands

Roberts, A. (2008), Hyper accountability: economic voting in Central and Eastern Europe. *Journal of Electoral Studies*, Vol.27 (3), pp.533-546

Rosenstone, S.J. (1982), Economic Adversity and Voter Turnout, *The American Journal of Political Science*, 26 (1), pp.25-46

Schmitt-Beck, R. (2003), Struggling up the hill: Short-term effects of parties' contacting, political news and everyday talks on turnout, *Party Politics*, Vol.22, Issue 2: 227-240

Setälä, K.G. (2007), Political Trust, Satisfaction and Voter Turnout, *Comparative European Politics* 5 (4), pp.400-422

Spiers, N. & Jacobs, K. (2014), Getting personal: The impact of social media on preferential voting, *Political Behavior*, 36, pp.215-234

Toka, G. (2010). *The impact of everyday political talk on political knowledge and voting correctly*. Paris

Towner, T.L. (2013), All political participation in Socially Networked? New Media and the 2012 Election, *Social Science Computer Review* 31 (5), pp.527-541

Xenos, M. & Moy, P. (2007), Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement, *Journal of Communication* 4 (57), pp.704-718

Whitley, P.F. & Seyd, P. (1994), Local Party Campaigning and Electoral Mobilization in Britain, *Journal of Politics*, Vol.56 (1), pp.242-252

Μεταφρασμένη

Gerstle, J. (2014), *Η Πολιτική Επικοινωνία, Κεφάλαιο 3^ο «Οι επιδράσεις της Επικοινωνιακής πειθούς»*, Εκδόσεις Τυπόθητω, Αθήνα

Hague, R. & Harrop, M. (2011), *Συγκριτική Πολιτική και Διακυβέρνηση: Αναθεωρημένη Έκδοση- Κεφάλαια 9-10*, επιμ. Κωνσταντίνιδης, Γ., μτφ. Χρηστίδης, Γ., Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα

Lagroye, J. (2008), *Πολιτική Κοινωνιολογία (κεφ.4^ο)*, Τυπωθήτω/Δαρδανός, Αθήνα

Mason, J. (2003), *Η διεξαγωγή της ποιοτικής έρευνας (επιμ. Κυριαζή, Ν.)*, Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα

McQuail, D. (2003), *Μέρος Πρώτο, Κεφάλαιο Έκτο: Νέα μέσα-νέα θεωρία? στο Η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας για τον 21^ο αιώνα*, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα

Παράρτημα

Το ερωτηματολόγιο συνεντεύξεων

Εδώ παρατίθενται οι ερωτήσεις όπως ο συνεντευκτής τις έθεσε στα υποκείμενα της έρευνας. Ας σημειωθεί ότι η συζήτηση διεξήχθη σε χαλαρό κλίμα όπως ορίζουν οι ημι-δομημένες συνεντεύξεις, επομένως τα ερωτήματα δεν ετέθησαν με τη σειρά.

A. Άνοιγμα της συζήτησης

Ενημέρωση των συνεντευξιζόμενων για τους σκοπούς της συνέντευξης, την εμπιστευτικότητα των δεδομένων και τη δυνατότητα αποστολής των αποτελεσμάτων.

B. Δημογραφικά στοιχεία

α. Πόσων ετών είστε; β. Που διαμένετε μόνιμα; γ. Ποιο είναι το ανώτατο εκπαιδευτικό σας επίπεδο; δ. Ποιο είναι το επάγγελμά σας; ε. Πώς θα περιγράφατε την οικονομική σας κατάσταση;

Γ. Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

α. Χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αν ναι σε τι συχνότητα; Πώς τα χρησιμοποιείτε; β. Ενημερώνετε για τις εξελίξεις και τι ζητήματα σας απασχολούν; γ. Ενημερώνετε για την πολιτική στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αν ναι από που και για τι θέματα; δ. Γνωρίζετε ότι οι πολιτικοί δρώντες είναι ενεργοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; ε. Ακολουθείτε κάποιον εξ' αυτών; ζ. Τι είδους συσκευές κατέχετε; η. Ενθουσμούμενος το δημοψήφισμα του 2015, συμμετείχατε σε διαδικτυακούς διαλόγους επί του θέματος ή ήσασταν ενεργός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με οποιονδήποτε άλλον τρόπο; θ. Αν ναι, σε τι συχνότητα;

Δ. Πολιτική συζήτηση

α. Συζητάτε περί πολιτικής; β. Αν ναι, με ποιους και σε τι συχνότητα; γ. Για τι θέματα προτιμάτε να συζητάτε αναφορικά με την πολιτική; δ. Σκεπτόμενος το δημοψήφισμα του 2015, συμμετείχατε ε συζητήσεις επί του θέματος; ε. Αν ναι, με ποιους και πόσο συχνά;

Ε. Λοιπές ανεξάρτητες μεταβλητές

α. Σας ενδιαφέρει η πολιτική; β. Έχετε εμπιστοσύνη στους πολιτικούς; γ. Υποστηρίζεται κάποιο κόμμα; δ. Ξέρετε σε τι αφορούσε το δημοψήφισμα; Πώς εκλάβατε το ερώτημα που ετέθη; ε. Συμμετείχατε στις προεκλογικές εκστρατείες/συγκεντρώσεις την περίοδο

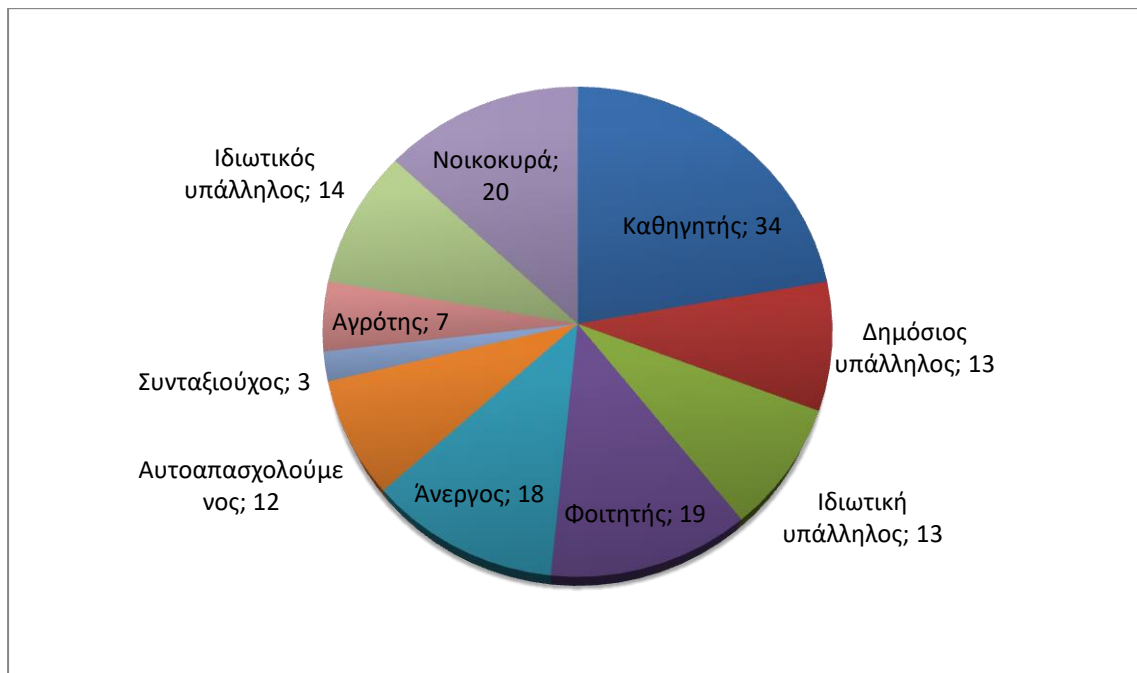
του δημοψηφίσματος; ζ. Ποια είναι η γνώμη σας σχετικά με τους χειρισμούς του Πρωθυπουργού και τα αποτελέσματα του δημοψηφίσματος;

Δ. Εκλογική και πολιτική συμμετοχή

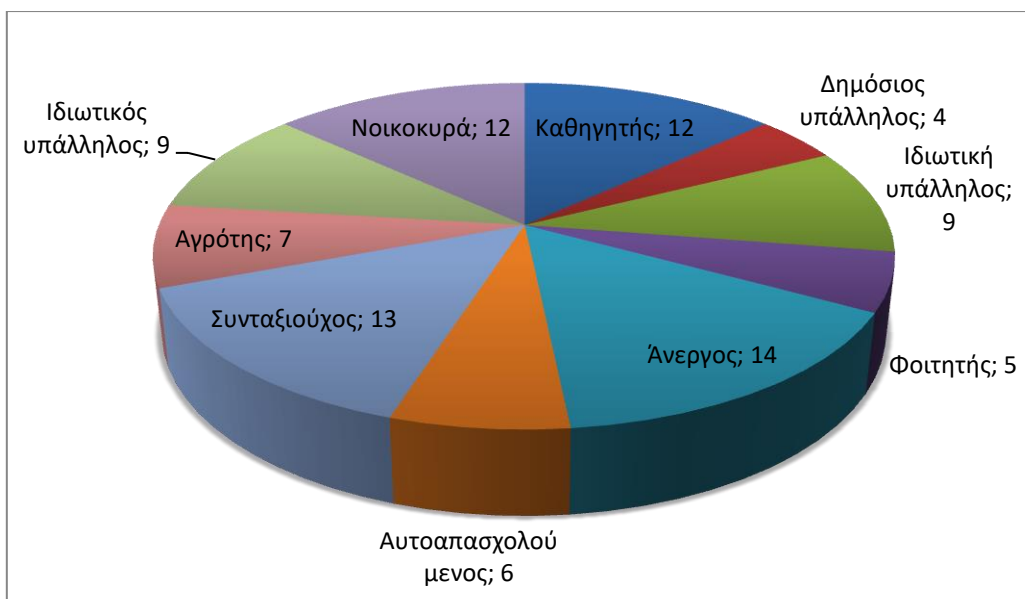
α. Ψηφίσατε στο δημοψήφισμα; β. Συμμετέχετε στην πολιτική δημόσια σφαίρα και αν με με ποιους τρόπους;

Γραφήματα και εικόνες

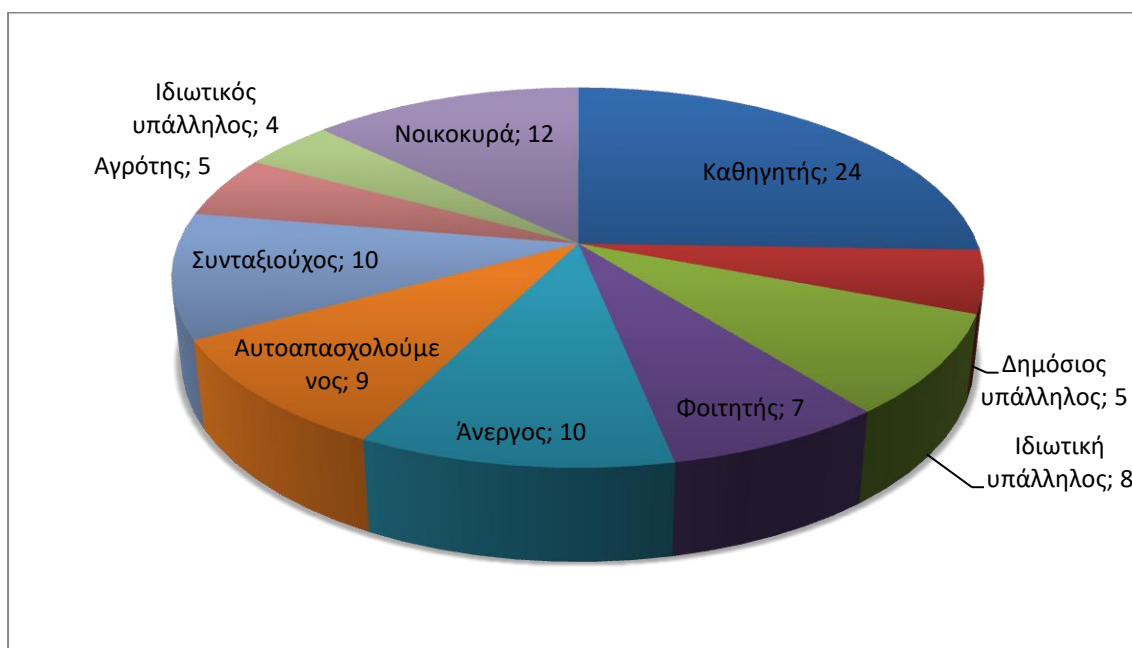
Γράφημα 1. Συχνότητα εμφάνισης της θεματικής «Μέσα κοινωνικής δικτύωσης» ανά ερωτώμενο



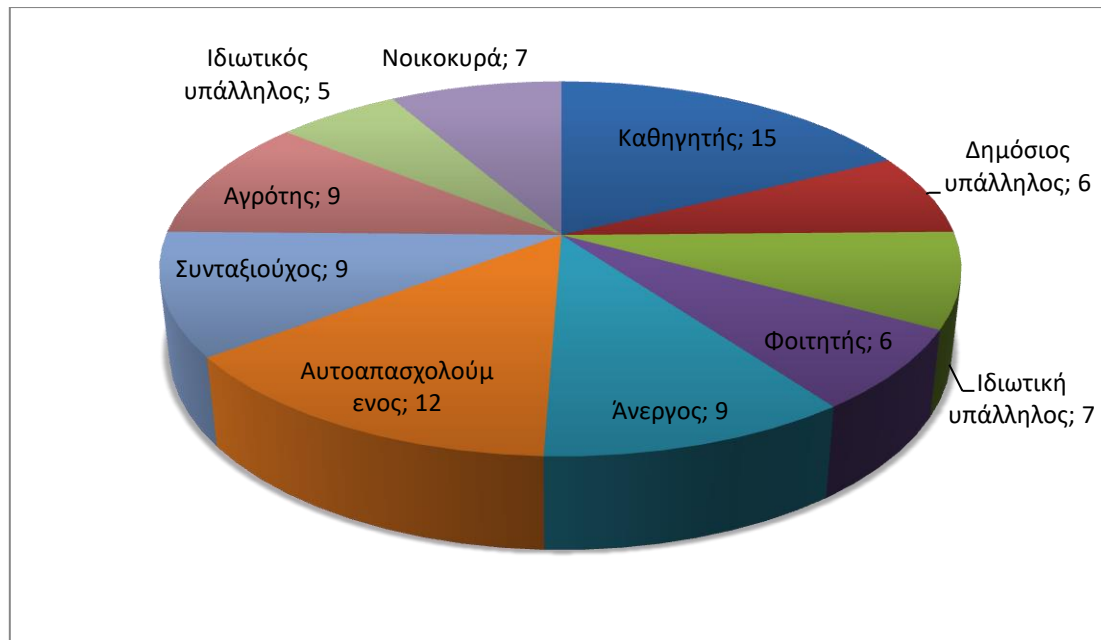
Γράφημα 2. Συχνότητα εμφάνισης της θεματικής «πολιτική συζήτηση» ανά ερωτώμενο



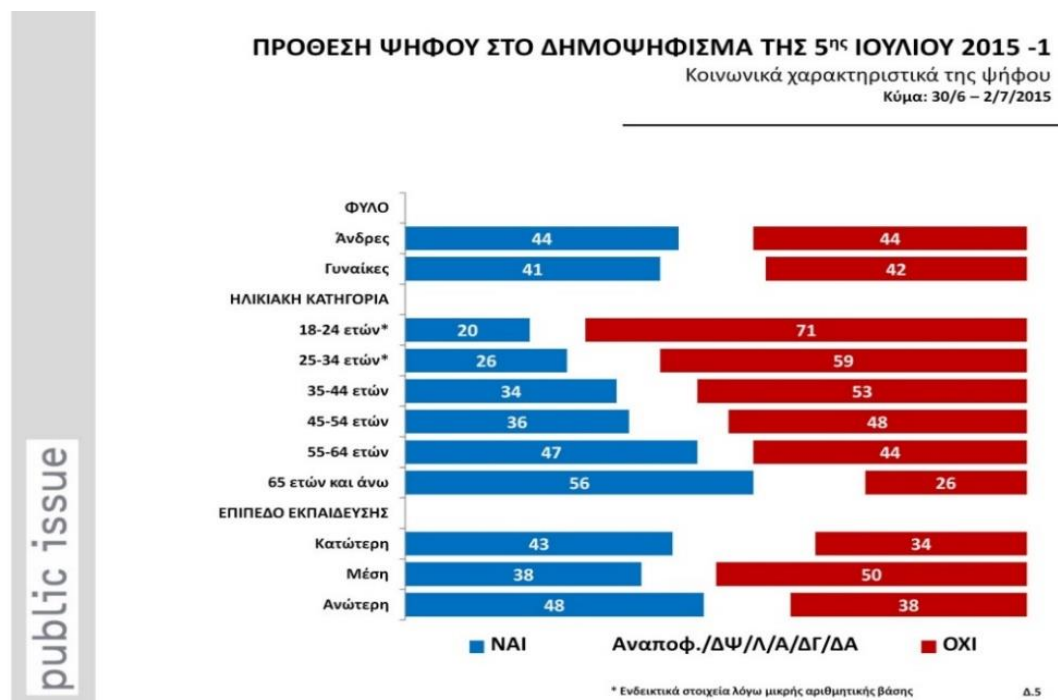
Γράφημα 3. Συχνότητα εμφάνισής της θεματικής «εκλογική και πολιτική συμμετοχή» ανά ερωτώμενο



Γράφημα 4 Συχνότητα εμφάνισής της θεματικής «πολιτική και κοινή γνώμη» ανά ερωτώμενο

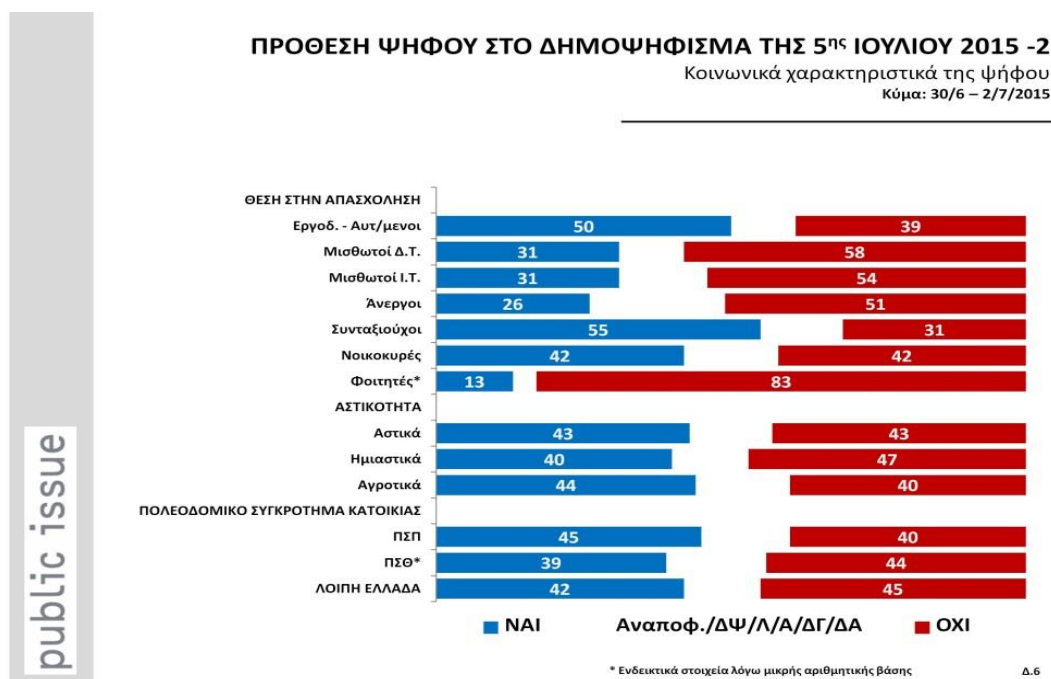


Γράφημα 5. Πρόθεση ψήφου και δημογραφικά χαρακτηριστικά



Σημείωση: N=2069. Αναδημοσίευση από την Pubic Issue „Αθροιστικό αρχείο προεκλογικών ερευνών, περίοδος διεξαγωγής: 29/6-3/7/2015. © Public Issue, Αθήνα

Γράφημα 6. Πρόθεση ψήφου και δημογραφικά χαρακτηριστικά



Σημείωση: N=2069. Αναδημοσίευση από την Pubic Issue, *Αθροιστικό αρχείο προεκλογικών ερευνών*, περίοδος διεξαγωγής: 29/6-3/7/2015. © Public Issue, Αθήνα

Εικόνες 1, 2 και 3. Παραδείγματα τάσεων συζήτησης στο Twitter



Σημείωση: Αναδημοσίευση από την ηλεκτρονική έκδοση iefimerida.gr, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://bit.ly/2phmoJw> © iefimerida.gr, Αθήνα



Σημείωση: Αναδημοσιεύση από την ηλεκτρονική έκδοση iefimerida.gr, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://bit.ly/2phmoJw> © iefimerida.gr, Αθήνα



Σημείωση: Αναδημοσιεύση από την ηλεκτρονική έκδοση iefimerida.gr, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://bit.ly/2phmoJw> © iefimerida.gr, Αθήνα

