

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ

ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ
ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:
ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΚΑΙ
ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ Η
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ 11'
ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗΣ
ΠΕΡΙΟΔΟΥ

Γεώργιος Αμαργιανός ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ
ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΛΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία θα ασχοληθεί με ένα θέμα ιδιαίτερο επίκαιρο, αλλά και διαχρονικό. Επίκαιρο, γιατί στην σημερινή εποχή της ραγδαίας εξέλιξης της τεχνολογίας, η ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων έχει αλλάξει τον τρόπο επικοινωνίας των πολιτικών με τους πολίτες, και ταυτόχρονα τη δομή, το ύφος και την ποιότητα του δημόσιου λόγου. Διαχρονικό, όμως, ταυτόχρονα, για την από την εποχή της βιομηχανικής επανάστασης και ύστερα, οι εξελίξεις στην τεχνολογία των μέσων μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας καθορίζουν την σχέση των πολιτών με τους πολιτικούς εκπροσώπους. Το θέμα, λοιπόν, της εργασίας είναι η χρήση των νέων ψηφιακών μέσων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν στην ΙΗ' Κοινοβουλευτική Περίοδο της Βουλής των Ελλήνων, μετά τις εκλογές της 7^{ης} Ιουλίου 2019.

Ο δημόσιος λόγος έκανε την εμφάνισή του από τότε που οι άνθρωποι άρχισαν να ζουν σε οργανωμένες κοινωνίες και άρχισαν να έχουν να τους εκπροσωπούν ως πολιτικοί άρχοντες, είτε αυτοί είναι αιρετοί είτε κληρονομικοί. Ο δημόσιος λόγος εξελίχθηκε ανά τους αιώνες, δεν έχασε ποτέ την ουσία του. Αποτελεί την ουσία της δημοκρατίας, από τότε που ξεκίνησε στην Αθήνα τον 5^ο αιώνα π.Χ., όταν οι πολίτες ή οι πολιτικοί τους εκπρόσωποι έπαιρναν τον λόγο και ανέπτυσαν τις θέσεις τους για τα ζητήματα της πόλης, είτε στην Αγορά είτε στην Εκκλησία του Δήμου, μέχρι σήμερα στην εποχή των μέσων μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας και των κοινωνικών δικτύων.

Στο πρώτο μέρος της έρευνας θα ασχοληθούμε με τους απαραίτητους ορισμούς. Σε κάθε εργασία θα πρέπει να υπάρχουν όλοι οι ορισμοί ώστε να γίνει καλύτερα κατανοητή η ανάλυση του περιεχομένου της. Στη συνέχεια θα γίνει μια ιστορική αναδρομή του δημόσιου λόγου και στην εξέλιξη των ψηφιακών μέσων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Στο δεύτερο μέρος της έρευνας θα γίνει ανάλυση της χρήσης των ψηφιακών μέσων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους βουλευτές της ΙΗ' Κοινοβουλευτικής Περιόδου, αρχικά συγκεντρωτικά και στην συνέχεια θα ασχοληθούμε με μερικές περιπτώσεις βουλευτών που κάνουν ευρεία χρήση των μέσων αυτών και στηρίζουν την παρουσία τους ή την επικοινωνία τους με τους πολίτες με τη χρήση των κοινωνικών δικτύων. Και θα ακολουθήσει η τεκμηρίωση με τη χρήση έγκυρης βιβλιογραφίας και άρθρων. Στο τέλος της έρευνας θα υπάρχει ένας πίνακας με την συνολική χρήση των μέσων από τους βουλευτές της εξεταζόμενης κοινοβουλευτικής περιόδου.

Πρώτο μέρος

Κεφάλαιο 1°

1.1 Ορισμοί

Με τον όρο δημόσιος λόγος αναφερόμαστε στην έκφραση που λόγου που γίνεται δημόσια. Αφορά θέματα τα οποία σχετίζονται είτε με την διαχείριση ή τα θέματα της πολιτείας είτε με την κοινωνία. Ο δημόσιος λόγος δεν είναι ανεξάρτητος της κουλτούρας και του πνευματικού επιπέδου του λαού. Αντανακλά ιδιαίτερα το επίπεδο αυτών που μέσω των κοινωνικών δομών διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στην πορεία μιας χώρας. Επιπλέον ο δημόσιος λόγος αντανακλά τις κοινωνικές συγκρούσεις και δεν είναι ποτέ ουδέτερος. Ιστορικά ξέρουμε ότι σε περιόδους παραγωγής πολιτισμού από ένα λαό ο δημόσιος λόγος κατέχει ξεχωριστή θέση, ενώ σε περιόδους πνευματικής ξηρασίας είναι φτωχός, κενός, και χαμηλού επιπέδου¹. Για αυτό μπορεί να είναι μετριοπαθής δεν μπορεί όμως, να έχει ουδέτερη χροιά. Πάνω σε αυτόν αποτυπώνεται κάθε είδους κοινωνική σύγκρουση αλλά και κοινωνικού συμβιβασμού. Εκτός, όμως, από τις κοινωνικές επιπτώσεις, είτε θετικές είτε αρνητικές, ο δημόσιος λόγος σχετίζεται με πολιτικά, πολιτιστικά και άλλα ζητήματα². Σε κάθε χρονική περίοδο ο δημόσιος λόγος, αλλοιώνεται ανάλογα με την κατάσταση που επικρατεί στην εκάστοτε συγκυρία. Όταν οι πολιτικές συνθήκες είναι έντονα φορτισμένες, τότε ο δημόσιος λόγος είναι ιδιαίτερα έντονος. Όταν όμως τα πολιτικά ζητήματα τείνουν προς επίλυση και παύουν οι έντονες πολιτικές συγκρούσεις τότε η κατάσταση αλλάζει, στρέφεται σε άλλη κατεύθυνση και σταδιακά υπονομεύεται.

Ο δημόσιος λόγος αποτελεί το κατ' εξοχήν μέσω ισχύος από όλες τις μορφές εξουσίας. Στην σημερινή εποχή τα ΜΜΕ και το διαδίκτυο επεκτείνουν τη δύναμη του δημόσιου λόγου στα πέρατα της γης³. Στην κοινωνία της πληροφορίας που ζούμε, η δύναμη του λόγου και της εικόνας αποτελούν την πιο ισχυρή μορφή εξουσίας. Ο λόγος εκφέρεται ως πληροφόρηση, αλλά και παραπληροφόρηση.

Τα παλιά τα χρόνια ο δημόσιος λόγος έφτανε στα σπίτια, με τις εφημερίδες, τα περιοδικά, κατόπιν με το ραδιόφωνο, στη συνέχεια η έλευση της τηλεόρασης έκανε πιο προσιτό, τον

¹ Εφημερίδα «Φιλελεύθερος, Στέφανος Κωνσταντινίδης, Ο δημόσιος λόγος, 10/06/2018

² Πουλακίδας Σταμάτης, Προπαγάνδα και δημόσιος λόγος, Εκδόσεις Da Vinci, 2012

³ Αποστολίδης Λουκάς Θ., ο δημόσιος λόγος της εποχής της κρίσης, εφ. Το Βήμα, 26/01/2017

Δημόσιο λόγο και στην σημερινή εποχή το διαδίκτυο έκανε τον κόσμο ένα παγκόσμιο χωριό, όπου ο καθένας έχει πρόσβαση στην εικόνα και στον λόγο. Όλη αυτή όμως η δυνατότητα που παρέχουν τα νέα μέσα επικοινωνίας και τα κοινωνικά δίκτυα δεν οδηγεί πάντα στη διαμόρφωση ορθού δημόσιου λόγου, έτσι ώστε να δίνεται η δυνατότητα στους πολίτες να επιλέξουν ή φιλτράρουν την πληροφορία που θα λάβουν. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να υπονομεύεται ο δημόσιος λόγος και να φτάνει φτωχός στους πολίτες, υπονομεύοντας μαζί του και όλες τις καταστάσεις⁴. Πρέπει να επισημανθεί ότι ο υπονομευμένος δημόσιος λόγος, αποτυπώνεται σε όλους του τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας. Αυτό αυτόματα συνοδεύεται από λανθασμένες πολιτικές επιλογές που ενδεχομένως να προκαλέσουν σοβαρές ζημιές στο κοινωνικό σύνολο και να φτάσουν να απειλήσουν και την ζωή ανθρώπων ή ευρύτερα του κοινωνικού συνόλου⁵.

⁴ Τζαμιώτης Κωνσταντίνος , Σε ποιον ανήκει η κόλαση , Εκδόσεις Μεταίχμιο , 2008

⁵ Callo Carmine, Talk like Ted, Εκδόσεις Ψυχογιός ,2015

1.2 Ορισμός ψηφιακών μέσων και ψηφιακή πολιτική

Γύρω από την ψηφιακή πολιτική υπάρχουν πάρα πολλοί ορισμοί. Επειδή σχετίζεται με την τεχνολογία επικαιροποιείται διαρκώς οπότε υπάρχει συνεχώς ένα νέο στοιχείο το οποίο τροποποιεί τον ορισμό. Σχετίζεται με πολλούς παράγοντες που αφορούν την κοινωνία, την τεχνολογία, τον πολιτισμό και φυσικά την πολιτική που είναι και ο βασικότερος παράγοντας⁶.

Συγκεντρώνοντας όλα τα κοινά στοιχεία, των ορισμών που υπάρχουν θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ψηφιακή πολιτική ως τη χρήση της τεχνολογίας και των μέσων που διαθέτει αυτή με σκοπό την άσκηση πολιτικής. Επιπλέον θα μπορούσαμε να πούμε ότι η ψηφιακή πολιτική αφορά όλες τις ψηφιακές εσωτερικές και εξωτερικές με σκοπό την άσκηση δημόσιας πολιτικής⁷.

Ψηφιακά μέσα και μέσα κοινωνική δικτύωσης

Ο όρος μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναφέρεται στα μέσα αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας ομάδων ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εμφανίζονται σε διάφορες μορφές π.χ. το Facebook, το twitter, κ.α.. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν την κοινωνική διάδραση μεταξύ ανθρώπων που δημιουργούν, μοιράζονται ή ανταλλάσσουν, πληροφορίες και ιδέες μέσα σε εικονικές κοινότητες και δίκτυα. Τα κοινωνικά δίκτυα σήμερα θεωρούνται ότι αποτελούν κυρίαρχο κομμάτι της καθημερινότητας των σύγχρονων ανθρώπων⁸.

Κοινωνική δικτύωση είναι η συγκέντρωση ή συμμετοχή των ατόμων σε συγκεκριμένες ομάδες. Τα κοινωνικά δίκτυα ορίζονται σαν ένα σύνολο από παράγοντες και ένα σύνολο από τις σχέσεις τους-ή ελλείπει αυτών- ανάμεσα στους actors⁹. Κοινωνικά δίκτυα συναντώνται παντού σε όλη την περίοδο της ανθρώπινης δραστηριότητας από τις πρώτες χριστιανικές κοινότητες έως τον παγκόσμιο ιστό¹⁰.

Χαρακτηριστικά των κοινωνικών δικτύων είναι ότι απλοποιούν, βελτιώνουν την ταχύτητα και το εύρος διάδοσης των πληροφοριών, καθώς γίνεται εφικτή η επικοινωνία από σημείο

⁶ Ρήγου Μαρίνα , Από την ψηφιακή επανάσταση στη συντήρηση , Εκδόσεις Σιδέρη ,2005

⁷ Πατίνο Μπρύννο , Ο πολιτισμός του Χρυσόψαρου , Εκδόσεις Καστανιώτη ,2014

⁸ Wikipedia

⁹ Brass, Butterfield & Skaggs, 1998

¹⁰ Faust & Wasserman, 1994

προς σημείο¹¹ αλλά και από σημείο προς πολυσημείο, δηλαδή παρατηρείται μεγάλη εμβέλεια και μαζικότητα. Ακόμη υπάρχει πλέον πρόσβαση σε αυτά από πληθώρα συσκευών, όπως ταμπλέτες, έξυπνα κινητά τηλέφωνα, ηλεκτρονικούς υπολογιστές.

Τα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα διαθέτουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Υποστηρίζουν ποικιλία μορφών και περιεχομένου
- Επιτρέπουν αλληλεπιδράσεις που περνούν μία ή περισσότερες πλατφόρμες
- Χαρακτηρίζονται από διαφορετικά επίπεδα εμπλοκής του χρήστη οι οποίοι μπορούν να δημιουργήσουν, να σχολιάσουν ή να παρακολουθούν
- Απλοποιούν, βελτιώνουν την ταχύτητα και το εύρος διάδοσης των πληροφοριών
- Επιτρέπουν αυτή η επικοινωνία να πραγματοποιείται είτε σε πραγματικό χρόνο ή ασύγχρονη με την πάροδο του χρόνου
- Ο χρήστης μπορεί να χρησιμοποιήσει για τη διείσδυση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πολλές διαφορετικές συσκευές

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να συντελέσουν στην προβολή αφενός της κοινής γνώμης, καθώς καθιστούν τους χρήστες δέκτες και εκδότες περιεχομένου μέσω της ανατροφοδότησης, ενώ παρέχουν κοινωνική και συναισθηματική υποστήριξη. Αφετέρου, αποτελούν εξαιρετικό σύμμαχο στην προώθηση συγκεκριμένων ιδεών, αξιών ακόμη και προϊόντων.

Βέβαια, δεν εκλείπουν, αντίθετα παρουσιάζονται σε μεγάλο βαθμό, φαινόμενα αθέμιτης χρήσης των μέσων για συναισθηματική κακοποίηση, που επιτυγχάνεται με τη δημοσίευση δυσμενών σχολίων που στοχεύουν στην πρόκληση. Το φαινόμενο αυτό έχει ονομαστεί τρολάρισμα, και χρησιμοποιείται ιδιαίτερα για να προκαλέσει ή να στρέψει αλλού την κατεύθυνση της κοινής γνώμης. Επιπλέον συχνό φαινόμενο αποτελεί η μετάδοση επιλεγμένων πληροφοριών με σκοπό τη χειραγώγηση της κοινής γνώμης και ο καταγισμός μηνυμάτων, με στοχοθεσία τον αποπροσανατολισμό.

Αυτό που κάνει τα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα να ξεχωρίζουν είναι τα εξελιγμένα εργαλεία που επιτρέπουν στους χρήστες να διαμοιράζονται ψηφιακά αρχεία και τα εξελιγμένα εργαλεία για την επικοινωνία και την κοινωνικοποίηση των χρηστών. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συμβάλλουν αποφασιστικά στην ενημέρωση για τα τρέχοντα

¹¹ Shannon and Weaver, 1948

ζητήματα, την απρόσκοπτη έκφραση απόψεων και ιδεών, ενθαρρύνοντας τη συζήτηση, την έννοια του πλουραλισμού, και τη διαλογικότητα. Μπορούν να αλλάξουν τον τρόπο σκέψης, προσέγγισης ενός θέματος και να επιφέρουν ευρύτερες κοινωνικές ανακατατάξεις, που ίσως δεν είχαμε φανταστεί.

1.3 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πολιτική επικοινωνία

Η πολιτική θεωρείται, από τα αρχαία χρόνια, η διαδικασία οργάνωσης μιας κοινωνίας, που πρέπει να υπηρετεί τους πολίτες και το πολιτικό σύστημα. Η πολιτική εφαρμόζεται από τα πολιτικά πρόσωπα, που στις κοινωνίες με δημοκρατικό πολίτευμα εκλέγονται από τους πολίτες για να τους αντιπροσωπεύουν στην διακυβέρνηση της κοινωνίας. Οι πολιτικοί ανέκαθεν πρέπει να επικοινωνούν με τους πολίτες, να προβάλλουν τις θέσεις τους και τα πολιτικά τους πιστεύω και αυτό γίνεται με τον δημόσιο λόγο και μέχρι τον περασμένο αιώνα μέσω εντύπων ή των εφημερίδων¹². Η μεγάλη επανάσταση στον τομέα αυτό ήρθε με την ανάπτυξη του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπου για πρώτη φορά οι άνθρωποι απέκτησαν την δυνατότητα αντίδρασης, έχοντας το πλεονέκτημα να εκφράσουν την δική τους γνώμη. Από την άλλη πλευρά οι πολιτικοί απέκτησαν ένα μέσο, μια δυνατότητα επικοινωνίας με τους πολίτες και τη δυνατότητα να προβάλλουν τις θέσεις και τις απόψεις τους χωρίς παρεμβολή ενδιάμεσων, όπως γινόταν στην εποχή της εφημερίδας ή της τηλεόρασης, τα οποία πολλές φορές αλλοίωναν τις θέσεις τους, χρησιμοποιώντας την δική τους εκδοχή¹³. Επιπλέον τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το διαδίκτυο μείωσαν το οικονομικό κόστος που συνεπάγεται η προβολή από τα μέσα. Ενώ τα προηγούμενα χρόνια η πολιτική επικοινωνία στηριζόταν στις πληρωμένες καταχωρίσεις σε έντυπα, ή στην αγορά διαφημιστικού χρόνου στην τηλεόραση, τώρα πλέον οι πολιτικοί με οποιαδήποτε ανάρτησή τους μπορούν και επικοινωνούν τις απόψεις τους και να προβάλλουν την παρουσία τους με μια απλή ανάρτηση στα κοινωνικά δίκτυα και να εμφανίζονται παντού μέσω των μηχανών αναζήτησης.

Βέβαια, η χρήση του διαδικτύου δεν είναι ακίνδυνη και δεν έχει μόνο πλεονεκτήματα. Σημαντικό ζήτημα που μπαίνει είναι η προστασία των χρηστών από τη δημαγωγία και τη δημιουργία κλίματος πόλωσης και από φαινόμενα λαϊκισμού. Εξίσου σημαντικό

¹² Κουτσιμπέλα, Αναστασία (2018) *Κοινωνικά δίκτυα στην πολιτική*

¹³ Ο.π.

μειονέκτημα του είναι ότι όλοι οι πολίτες δεν έχουν είτε τις απαιτούμενες γνώσεις είτε την απαιτούμενη τεχνολογική υποδομή για να έχουν συμμετοχή στα τεκταινόμενα στο διαδίκτυο. Αυτό δημιουργεί ένα χάσμα το οποίο δυσχεραίνει την πολιτική επικοινωνία και αποθαρρύνει την συμμετοχή του κόσμου από τέτοιες διαδικασίες, και ο πολιτικός χάνει την επαφή του με κρίσιμες ομάδες πολιτών όπως οι ηλικιωμένοι και άτομα χαμηλών κοινωνικών τάξεων, πράγμα που ενισχύει τις ανισότητες και μειώνει την δυνατότητα των πολιτικών να έχουν επαφή με το σύνολο των πολιτών στους οποίους απευθύνονται.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα νέο χώρο ενημέρωσης και αλληλεπίδρασης, στα οποία μπορεί να αναπαραχθεί ο δημόσιος λόγος, καθώς επίσης και να αναπτυχθεί διάλογος με τους πολίτες. Οι νέες μορφές έχουν αλλάξει τον τρόπο πολιτικής επικοινωνίας, τον πολιτικό λόγο, καθώς και τον τρόπο δράσης των πολιτικών παρατάξεων και φορέων. Κάθε πληροφορία είναι ορατή σε ένα ευρύ δίκτυο χρηστών και οι χρήστες μπορούν να σχολιάσουν, να κρίνουν ή να κατακρίνουν και να μεταδώσουν περαιτέρω μια πληροφορία¹⁴.

¹⁴ Α Παπάζογλου - 2018 - kypseli.ouc.ac.cy

2.1 Τύποι και μορφές κοινωνικών δικτύων

Τα κοινωνικά δίκτυα διακρίνονται στις ακόλουθες κατηγορίες με βάση τον βαθμό έκθεσης του κάθε χρήστη σε συνδυασμό με την πληθώρα των μέσων που διαθέτει για να εκπληρώσει την προβολή του.

Blogs-ιστολόγια

Είναι μια μορφή ιστοχώρου. Είναι λίστα καταχωρίσεων από την πιο πρόσφατη στην παλαιότερη. Το περιεχόμενο των καταχωρίσεων μπορεί να είναι οτιδήποτε, όπως ειδήσεις, πολιτικό σχολιασμός, προσωπικά ημερολόγια. Ο κοινός χρήστης του διαδικτύου μπορεί εύκολα να ξεκινήσει την δημιουργία ενός δικού του ιστολογίου μέσω πολλών φορέων που υπάρχουν διαθέσιμοι. Ένα τυπικό blog αποτελείται από τον τίτλο ενώ συχνά ακολουθούν περιγραφές του κειμένου. Ο κάθε blogger έχει το δικαίωμα να γράφει τις απόψεις του ελεύθερα επώνυμα είτε ανώνυμα, με μόνη υποχρέωση την τήρηση των γενικών όρων χρήσης της κάθε εφαρμογής που χρησιμοποιείται για τη δημιουργία του ιστολογίου. Επί των αναρτημένων στοιχείων υπάρχει η δυνατότητα προσθήκης σχολίων από τους άλλους χρήστες και επικοινωνία μεταξύ των χρηστών.

Twitter

Είναι ένας ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες του να στέλνουν και να διαβάζουν σύντομα μηνύματα, τα οποία ονομάζονται tweets. Τα μηνύματα μπορούν να αναγνωστούν και από μη συνδεδεμένους χρήστες αλλά μόνο οι συνδεδεμένοι μπορούν να δημοσιεύσουν κείμενα. Λόγω της εύκολης πρόσβασης και της δυνατότητας δημοσίευσης σύντομων κειμένων το συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο έγινε γρήγορα δημοφιλές στο χώρο της πολιτικής επικοινωνίας και χρησιμοποιήθηκε πολύ έντονα για την προβολή των υποψηφίων.

Facebook

Είναι μια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης, όπου οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μεταξύ τους μέσω μηνυμάτων με τις επαφές τους και να τους ειδοποιούν όταν ανανεώνουν τις προσωπικές τους πληροφορίες. Έχει πάνω από ένα δισεκατομμύριο ενεργούς χρήστες και αποτελεί το δημοφιλέστερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Έχει επηρεάσει την κοινωνική ζωή και δραστηριότητα των ανθρώπων σε όλους τους τομείς.

Καθώς είναι διαθέσιμο μέσω πολλών φορητών συσκευών, επιτρέπει στους χρήστες να βρίσκονται συνεχώς σε επικοινωνία οπουδήποτε κι αν βρίσκονται αρκεί να έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο. Έχει επίσης τη δυνατότητα να ενώσει ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα, απόψεις μέσω ομάδων και άλλων σελίδων¹⁵.

Κατά τη διάρκεια της Αραβικής άνοιξης πολλοί δημοσιογράφοι ισχυρίστηκαν ότι διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στη γέννηση της αιγυπτιακής επανάστασης το 2011. Και σε πολλές άλλες περιπτώσεις κοινωνικών κινήσεων ή κινήσεων διαμαρτυρίας έχει επισημανθεί ότι ξεκίνησαν από μια ανάρτηση ή μια καταγγελία μέσω του συγκεκριμένου κοινωνικού δικτύου.

Instagram

Είναι μια δωρεάν εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης που δίνει την δυνατότητα επεξεργασίας και κοινοποίησης φωτογραφιών και βίντεο στο διαδίκτυο. Οι χρήστες μπορούν να μοιράζονται φωτογραφίες ή βίντεο με τους ακολούθους τους, ή με μια επιλεγμένη ομάδα, να σχολιάζουν και να δηλώνουν ότι μια δημοσίευση τους αρέσει. Το Instagram κερδίζει ολοένα έδαφος, ιδιαίτερα στις νεαρές ηλικίες λόγω του ότι επικεντρώνεται στην εικόνα και είναι περισσότερο προσωποκεντρικό¹⁶. Στην πολιτική επικοινωνία μέσω Instagram υπάρχει μια έλλειψη επιθετικού, αρνητικού λόγου και λιγότερη πόλωση. Το Instagram ενισχύει την προσωποκεντρική εικόνα, ενώ δεν δίνεται τόση έμφαση στο παραταξιακό επίπεδο. Αυτό είναι και ένα από τα μειονεκτήματά του καθώς πρόκειται για ένα εικονοκεντρικό μέσο με στόχο την κατανάλωση περιεχομένου, όπου δεν μπορεί να αναπτυχθεί πραγματικός πολιτικός διάλογος και δεν προωθεί την δημιουργία ομάδων. Το μέσο αυτό άργησε να μπει στην πολιτική επικοινωνία καθώς ξεκίνησε περίπου το 2010 και οι περισσότεροι πολιτικοί ξεκίνησαν να το χρησιμοποιούν ευρέως μετά το 2015-16.

Αυτά είναι τα σημαντικότερα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης που θα μας απασχολήσουν στην παρούσα έρευνα. Βέβαια, η αλματώδης άνοδος της τεχνολογίας και η ανάγκη των ανθρώπων για επικοινωνία έχει δημιουργήσει και άλλα κοινωνικά δίκτυα όπως το LinkedIn, που είναι ένας χώρος κυρίως επαγγελματικής δικτύωσης, το Flickr, που χρησιμοποιείται για παρουσιάσεις ή βίντεο και το tiktok, όπου πάλι έχουμε αναρτήσεις

¹⁵ «[Facebook: Largest, Fastest Growing Social Network](#)» (στα Αγγλικά). *Techtree.com*. 13 Αυγούστου 2008

¹⁶ **Τι έκανες στο instagram, πολιτικέ;**

Μιχαήλ Άγγελος Κωνσταντόπουλος, Έρευνα: Αθηνά Παυλή, 06.07.2019

βίντεο για εμπορικούς ή διαφημιστικούς σκοπούς. Αυτά τα μέσα λειτουργούν κυρίως ως υποστηρικτικά στα άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και δεν έχουν ακόμα χρησιμοποιηθεί για την πολιτική επικοινωνία.

2.2 Ψηφιακή πολιτική και μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην Ελληνική πολιτική επικοινωνία

Μέχρι τα τέλη του περασμένου αιώνα η πολιτική επικοινωνία στην Ελλάδα διεξάγονταν με τους παραδοσιακούς τρόπους δηλαδή την άμεση επικοινωνία των πολιτικών με τους πολίτες, με πολιτικές συγκεντρώσεις, φυλλάδια με τις θέσεις τους, αφίσες και σποραδικές εμφανίσεις σε επιλεγμένους τηλεοπτικούς σταθμούς. Από τα μέσα τις δεκαετίας του 1990 τα πολιτικά κόμματα και οι υποψήφιοι άρχισαν να χρησιμοποιούν επαγγελματίες του πολιτικού μάρκετινγκ για την προώθηση της υποψηφιότητάς τους και νέες μορφές επικοινωνίας.

Η χρήση του διαδικτύου ως μέσου πολιτικής επικοινωνίας στην Ελλάδα άρχισε το 1999 όταν το ΠΑΣΟΚ, λάνσαρε την πρώτη επίσημη ιστοσελίδα πολιτικού κόμματος. Μέχρι τότε υπήρχαν μεμονωμένες προσπάθειες από πολιτικούς των κομμάτων, οι οποίοι χρησιμοποιούσαν υποτυπώδη μέσα και το διαδίκτυο παρουσιάζονταν ως κάτι ξένο με την πολιτική επικοινωνία. Σε αυτό συντελούσε και η χαμηλή ανάπτυξη του δικτύου ίντερνετ στην Ελλάδα που σε συνδυασμό με τις χαμηλές ταχύτητες, την έλλειψη υποδομών και κυρίως λόγω του υψηλού κόστους έκαναν απαγορευτική τη χρήση του διαδικτύου ως μέσου πολιτικού μάρκετινγκ.

Στις βουλευτικές εκλογές του Απριλίου του 2000 έγινε ευρεία χρήση των ιστοσελίδων από τα κύρια πολιτικά κόμματα. Παρότι όμως υπήρξε η τάση για στροφή προς το διαδίκτυο, δεν χρησιμοποιήθηκε από τους υποψηφίους σε ευρεία βάση και συνέχισε η προβολή συνολικά των κομμάτων. Ένας λόγος που υπήρξε αυτή η καθυστέρηση είναι και η κουλτούρα της ελληνικής κοινωνίας που εκείνα τα χρόνια αντιμετώπιζε τις εκλογικές διαδικασίες με επίκεντρο τα πολιτικά κόμματα και λιγότερο τους υποψηφίους όπως γίνεται σε άλλες χώρες της Ευρώπης.

Πλέον το διαδίκτυο χρησιμοποιείται από τα κόμματα και τους πολιτικούς σαν ένα ψηφιακό εργαλείο όπου μπορούν να προωθήσουν τις θέσεις τους, να εκθέσουν τις

δραστηριότητές τους, να επικοινωνήσουν με τους πολίτες και να διευρύνουν τον κύκλο τους.

Η οικονομική κρίση που έπληξε τη χώρα από το 2009, η αναδιάταξη του πολιτικού σκηνικού που σημειώθηκε από το 2011 και μετά, οι νέες δυνατότητες που προσέφεραν οι συνδέσεις DSL και το γεγονός ότι όλο και μεγαλύτερα τμήματα του πληθυσμού είχαν πρόσβαση στα ψηφιακά μέσα, έστρεψαν τους πολιτικούς να αναζητήσουν νέα εργαλεία για την προσέλκυση των πολιτών στις πολιτικές διαδικασίες και να διαδώσουν τις θέσεις τους. Πλέον κάθε πολιτικός, που θέλει να έχει πρόσβαση σε ένα μεγάλο κοινό, χωρίς να έχει μεγάλο κόστος επιλεγεί την παρουσία στο διαδίκτυο χρησιμοποιώντας όσο μεγαλύτερη γκάμα κοινωνικών δικτύων μπορεί.

Για τους την ελληνική πολιτική, ιδιαίτερα στα χρόνια της οικονομικής κρίσης, το διαδίκτυο πρόσφερε τη δυνατότητα να μειώσουν τα έξοδα της εκστρατείας τους καθώς έχει την ικανότητα να ενσωματώνει σε ενιαία μορφή κείμενο, εικόνα ή ήχο ή ακόμα και βίντεο, να επιτρέπει την διαδραστικότητα μεταξύ πολιτικού και πολιτών και να προσφέρει τη δυνατότητα μιας πλατφόρμας διαμέσου της οποίας μπορούν εκθέσουν τις πολιτικές τους θέσεις και τα προγράμματά τους στο κοινό¹⁷.

Ένα άλλο πλεονέκτημα που προσέφερε το διαδίκτυο στην πολιτική επικοινωνία αποτελεί το γεγονός ότι μπορεί να στοχεύσει σε ξεχωριστές ομάδες κοινού, ειδικά σε εκείνες που δεν έχουν άμεση ή και καθόλου επαφή με την παραδοσιακή πολιτική ή που απορρίπτουν τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας όπως τηλεόραση και εφημερίδες. Ένας πολιτικός μπορεί πολύ εύκολα να φέρει την προσωπική του σελίδα στην σελίδα οποιουδήποτε μέσω των μηχανών αναζήτησης και βάση των λέξεων κλειδιά στην αναζήτηση. Η χρήση του διαδικτύου όμως δεν έχει μόνο πλεονεκτήματα για τους πολιτικούς αλλά παρουσιάζει και μια σειρά μειονεκτημάτων, που χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής από τους πολιτικούς. Δεν είναι λίγες οι φορές που οι πολιτικοί στα κοινωνικά δίκτυα πέφτουν θύματα του λεγόμενου «τρολαρίσματος» δηλαδή σκόπιμα προκλητικές αναρτήσεις για να προκαλέσουν και να ερεθίσουν άλλους χρήστες, με σκοπό να ειρωνευτούν, να χλευάσουν τις θέσεις ή τις απόψεις ενός πολιτικού ή να εκτρέψουν μια συζήτηση προς άλλη κατεύθυνση. Μέσα στον καταιγισμό της πληροφορίας δυστυχώς ακόμα δεν υπάρχουν τα εργαλεία και οι μέθοδοι να ελεγχθούν αυτά τα φαινόμενα που δηλητηριάζουν και μειώνουν τον δημόσιο λόγο. Επίσης, η χρήση των μέσων κοινωνικής

¹⁷ Yannas and Lappas. 2005b

δικτύωσης από τους πολιτικούς, σε πολλές περιπτώσεις, οδηγεί σε αποστασιοποίηση των πολιτών από τις πραγματικές διαδικασίες και στην λογική της ανάθεσης, ότι δηλαδή όλα μπορούν να γίνουν μέσω των κοινωνικών δικτύων χωρίς την άμεση συμμετοχή τους. Αυτό το φαινόμενο παρατηρείται σε όλο τον κόσμο όπου όλο και περισσότερο άνθρωποι έχουν απομακρυνθεί από την πολιτική διαδικασία και έχουν αναγάγει σε θέσφατο την συμμετοχή στα κοινωνικά δίκτυα και στο διαδίκτυο.

2.3 Οι εθνικές εκλογές της 7^{ης} Ιουλίου 2019

Στην παρούσα ενότητα θα κάνουμε αναφορά σε ορισμένες βασικές πτυχές της εκλογικής αναμέτρησης της 7^{ης} Ιουλίου, καθώς η Βουλή που εκλέχθηκε από την συγκεκριμένη αναμέτρηση θα απασχολήσει το δεύτερο και εμπειρικό μέρος της εργασίας, που αποτελεί και το βασικό αντικείμενο μελέτης.

Το 2019, για την Ελλάδα, ήταν ούτως ή άλλως, ένα εκλογικό έτος. Για τον Μάιο είχαν προσδιοριστεί οι περιφερειακές και δημοτικές εκλογές, ενώ μαζί θα διενεργούνταν και οι εκλογές για την ανάδειξη αντιπροσώπων για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, ενώ το αψώτατο όριο για την διενέργεια βουλευτικών εκλογών ήταν ο Οκτώβριος του ίδιου καθώς έληγε η θητεία της τότε ΙΖ' Κοινοβουλευτικής περιόδου.

Η οικονομική κρίση, που από το 2009 έπληξε τη χώρα προκάλεσε μια απότομη και βαθιά τομή στο πολιτικό σύστημα, εγκαινιάζοντας έναν νέο πολιτικό κύκλο, ο οποίος έστω και σε νέα πλέον φάση είναι ακόμη σε εξέλιξη¹⁸.

Ο τότε πρωθυπουργός Αλέξης Τσίπρας κατά τη διάρκεια των ευρωεκλογών είχε θέσει το ζήτημα ψήφου εμπιστοσύνης προς την κυβέρνηση και εξασφάλισης της λαϊκής νομιμοποίησης για να ολοκληρώσει την τετραετία. Δεδομένων των αποτελεσμάτων και

¹⁸ Παναγιώτης Σκευοφύλαξ Σύμβουλος Στρατηγικής, Πολιτικής και Επικοινωνίας, Γενικός Διευθυντής ΕΝΑ.

της διαφοράς των σχεδόν 10 ποσοστιαίων μονάδων με τις οποίες προηγήθηκε το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας, προχώρησε την επόμενη μέρα στην διάλυση της Βουλής και την προκήρυξη πρόωρων εκλογών εντός των συνταγματικών προθεσμιών που προβλέπονται σχετικά με την προκήρυξη εκλογών πριν από της λήξη της θητείας της κοινοβουλευτικής συνέλευσης¹⁹. Οι εκλογές ορίστηκαν για την 7^η Ιουλίου του 2019, και αποτέλεσαν την πρώτη εκλογική αναμέτρηση που διενεργήθηκε μετά το τυπικό τέλος των μνημονίων και για πολλούς θεωρήθηκαν ως μια επιστροφή στην κανονικότητα και στην ανάδυση ενός νέου δικομματισμού αφού ο προηγούμενος συντρίφτηκε στον ορυμαγδό της οικονομικής κρίσης και των μνημονίων.

Στις εκλογές της 7^{ης} Ιουλίου νικητής αναδείχθηκε το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας με ποσοστό 39,85% και διαφορά της τάξεως των 8,5 μονάδων από το δεύτερο κόμμα, τον ΣΥΡΙΖΑ, η αποχή έφτασε το 42,09%, και αναδείχθηκε ο πρωταγωνιστής των εκλογών²⁰.

Από τις εκλογές που διενεργήθηκαν στις 7 Ιουλίου προέκυψε η Βουλή της ΙΗ΄ Κοινοβουλευτικής περιόδου στην οποία αντιπροσωπεύονται 6 πολιτικά κόμματα που πέρασαν το όριο του 3% για την εκλογή βουλευτή, και εξελέγησαν 114 βουλευτές για πρώτη φορά ενώ 42 βουλευτές είναι νεοεκλεγέντες,, δηλαδή δεν ήταν βουλευτές την προηγούμενη κοινοβουλευτική περίοδο, αλλά διετέλεσαν βουλευτές σε προηγούμενη περίοδο. Στην παρούσα κοινοβουλευτική περίοδο η βουλή έχει 66 γυναίκες βουλευτές²¹.

Όσον αφορά το επικοινωνιακό κομμάτι, οι βουλευτικές εκλογές της 7^{ης} Ιουλίου χαρακτηρίστηκαν ως οι πρώτες digital εκλογές στην ελληνική πολιτική ιστορία²², καθώς οι ψηφιακές πλατφόρμες και τα κοινωνικά δίκτυα αποτέλεσαν τον βασικό χώρο διεξαγωγής της προεκλογικής εκστρατείας των περισσότερων πολιτικών προσώπων αλλά και κομμάτων ανεξάρτητα από το μέγεθος και την εκλογική τους επιρροή. Για πρώτη φορά παρατηρήθηκε η συστηματική ένταξη των νέων τεχνολογικών μέσων στην στρατηγική των κομμάτων για την επικοινωνία τους με τους ψηφοφόρους.

¹⁹ άρθρο 41 παρ. 2 Σ

²⁰ Μαυρίδης, στο Ιωαννίδης και Τσαουσάκης, 2020: 31

²¹ <https://www.hellenicparliament.gr/>

²² Ιωαννίδης και Τσαουσάκης, 2020: 93, 94

Κόμμα	Αρχηγός κόμματος	Έδρες	Ποσοστό (%)	Ψήφοι
Νέα Δημοκρατία	Μητσοτάκης Κυριάκος του Κωνσταντίνου	158	39,85	2.251.426
Συνασπισμός Ριζοσπαστικής Αριστερά	Τσίπρας Αλέξιος του Παύλου	86	31,53	1.781.180
Κίνημα Αλλαγής	Γεννηματά Φωτεινή (Φώφη) του Γεωργίου	22	8,10	457.527
Κομμουνιστικό Κόμμα Ελλάδας	Κουτσούμπας Δημήτριος του Αποστόλου	15	5,30	299.595
Ελληνική Λύση	Βελόπουλος Κυριάκος του Ιωσήφ	10	3,70	208.806
ΜέΡΑ25	Βαρουφάκης Ιωάννης (Γιάνης) του Γεωργίου	9	3,44	194.233

Σύνθεση Ολομέλειας ΙΗ' Περιόδου²³

²³ <https://www.hellenicparliament.gr/>

Δεύτερο μέρος

Ερευνητικό μέρος

3.1 Η περίπτωση της ΙΗ' Κοινοβουλευτικής Περιόδου(7 Ιουλίου 2019-)

Η ολομέλεια της Βουλής των Ελλήνων αποτελείται από το σύνολο των βουλευτών, δηλαδή από 300 μέλη, τα οποία εκλέγονται από τις βουλευτικές εκλογές που διεξάγονται κάθε 4 χρόνια, εκτός αν η Βουλή διαλυθεί νωρίτερα. Το χρονικό διάστημα μεταξύ 2 εκλογικών αναμετρήσεων ονομάζεται «βουλευτική περίοδος»²⁴. Οι βουλευτικές περιόδοι αριθμούνται σε συνεχή σειρά από το 1975, σε συνεχή αρίθμηση. Κατά τη διάρκεια της περιόδου, η Βουλή συνέρχεται τακτικές, έκτακτες και ειδικές συνόδους.

Στην παρούσα μελέτη θα μας απασχολήσει η τελευταία κοινοβουλευτική περίοδος, δηλαδή οι βουλευτές που εκλέχθηκαν με τις βουλευτικές εκλογές της 7^{ης} Ιουλίου 2019 και η διαδικτυακή τους παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τα τελευταία χρόνια, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν ιδιαίτερα αυξημένο αντίκτυπο στον δημόσιο λόγο και την επικοινωνία στο κοινωνικό σύνολο. Ειδικότερα τα social media, όπως συνηθίζουμε συχνά να τα αναφέρουμε, χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο σε πολιτικό πλαίσιο²⁵. Στην παρούσα μελέτη θα δούμε πως και με ποιον τρόπο οι βουλευτές της συγκεκριμένης περιόδου χρησιμοποίησαν τα κοινωνικά δίκτυα και διαμόρφωσαν την ψηφιακή τους πολιτική και πως αυτό επηρέασε τον δημόσιο λόγο τους.

²⁴ άρθρα 21-24 του ΚτΒ

²⁵ Πολιτική επικοινωνία το 2019, Social media και προκλήσεις

3.2 Social media και Έλληνες βουλευτές: διαδικτυακή παρουσία.

Για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας συγκεντρώσαμε την συνολική διαδικτυακή παρουσία των βουλευτών που εκλέχθηκαν στην παρούσα βουλευτική περίοδο. Βρήκαμε τι είδους λογαριασμού διαθέτουν στο διαδίκτυο, από ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), λογαριασμοί σε twitter και Instagram και αν διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα.

Εξετάζοντας τα στοιχεία που είναι διαθέσιμα τόσο από την ιστοσελίδα της Βουλής των Ελλήνων και στα ελληνικά πολιτικά κόμματα διαπιστώσαμε αρχικά τα εξής στοιχεία²⁶:

Από τους 300 βουλευτές της παρούσης περιόδου:

- 10 βουλευτές δεν διαθέτουν προσωπικό ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή τουλάχιστον δεν είναι διαθέσιμο στα στοιχεία επικοινωνίας τους.
- 244 βουλευτές διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό στο Facebook.
- 127 βουλευτές διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό στο Twitter
- 105 βουλευτές διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό στο Instagram
- 185 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα

Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφέρουμε πως οι βουλευτές του ΚΚΕ δεν διαθέτουν προσωπικούς λογαριασμούς στα κοινωνικά δίκτυα και προσωπικές ιστοσελίδες, ενώ δεν διαθέτουν προσωπικό ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Διαθέτουν μόνο τις κομματικές ιστοσελίδες ή τα κομματικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Όσον αφορά την κομματική ταυτότητα των βουλευτών που χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα:

- Από τους 158 βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας 3 δεν έχουν διαθέσιμη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- Από τους 86 βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ 5 δεν έχουν διαθέσιμη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Από τους 22 βουλευτές του ΚΙΝΑΛ ένας δεν έχει διαθέσιμη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Ενώ από τα κόμματα Ελληνική Λύση και Μέρα25 το σύνολο των βουλευτών, εκτός ενός, διαθέτουν διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

²⁶ <https://www.hellenicparliament.gr/>

Όσον αφορά την παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα, από τους βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας 19 δεν διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό στο Facebook, 14 βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ δεν έχουν προσωπικό λογαριασμό στο Facebook, ενώ από τους βουλευτές του ΚΙΝΑΛ 1 δεν έχει προσωπικό λογαριασμό στο Facebook. Από τους 10 βουλευτές του κόμματος Ελληνική Λύση 2 δεν διαθέτουν σελίδα στο Facebook, ενώ από τους 9 βουλευτές του ΜΕΡΑ25 ένας βουλευτής δεν διαθέτει σελίδα στο Facebook ή τουλάχιστον δεν έγινε δυνατό να ευρεθεί διαθέσιμη.

Στο Twitter, 80 βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό ενώ από τους βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ οι 30 διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό. Από τους βουλευτές του ΚΙΝΑΛ 14 διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό στο συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο, ενώ από τους βουλευτές της Ελληνικής Λύσης κανείς δεν έχει προσωπικό λογαριασμό στο Twitter. Τέλος από το ΜΕΡΑ25 3 βουλευτές από τους 9 που έχει το κόμμα έχουν προσωπικό λογαριασμό στο Twitter.

Όσον αφορά το Instagram οι βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας έχουν 70 ενεργούς προσωπικούς λογαριασμούς, οι βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ 26 ενεργούς λογαριασμούς, από το ΚΙΝΑΛ 6 βουλευτές διαθέτουν ενεργούς λογαριασμούς, ενώ στο κόμμα Ελληνική Λύση, κανείς βουλευτής δεν διαθέτει ενεργό λογαριασμό. Τέλος στο ΜΕΡΑ25 3 βουλευτές διαθέτουν ενεργούς λογαριασμούς στο Instagram.

Τα πολιτικά κόμματα που εκπροσωπούνται στην Ελληνική Βουλή διαθέτουν όλα διαδικτυακή παρουσία, και το ΚΚΕ, διαθέτουν λογαριασμό στο Facebook, Twitter, Instagram και κομματική ιστοσελίδα.

Σε μια πρώτη εκτίμηση από την ανάλυση των στοιχείων που προκύπτουν από την μελέτη της διαδικτυακής παρουσίας των Ελλήνων βουλευτών της τελευταίας κοινοβουλευτικής περιόδου, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι ενιαία, εξαιρουμένων των βουλευτών του ΚΚΕ όπου εκεί υπάρχει ενιαία γραμμή για μη ατομική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρά μόνο σε επίπεδο κόμματος, ώστε να διασφαλίζεται η ενιαία έκφραση αλλά και ο έλεγχος της κομματικής γραμμής από το ΚΚΕ, στα υπόλοιπα κοινοβουλευτικά κόμματα δεν υπάρχει βέβαια ενιαία γραμμή για την χρήση των κοινωνικών δικτύων ή για δημιουργία ξεχωριστών προσωπικών ιστοσελίδων αλλά τα κόμματα προκρίνουν την χρήση τους από τους βουλευτές ώστε να έχουν μια γρήγορη, άμεση, και χωρίς μεγάλο κόστος διαμεσολάβηση με τους ψηφοφόρους, οπαδούς ή μέλη του κόμματος τους.

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρουσιάζει μεγάλη διαφοροποίηση ανάλογα με την εκλογική περιφέρεια των βουλευτών ή τον πολιτικό ανταγωνισμό που υπάρχει στις εκλογικές τους περιφέρειες από άλλους συνυποψήφιους τους.

Επίσης μια άλλη αρχική παρατήρηση είναι η μεγάλη χρήση του Facebook από τους βουλευτές όλων των κομμάτων, ιδιαίτερα των 2 μεγάλων κομμάτων εξουσίας, και η μικρή χρήση του Instagram από τους ίδιους βουλευτές. Επίσης φαίνεται μια τάση από βουλευτές των 2 μεγαλύτερων κομμάτων να αξιοποιούν περισσότερο τις προσωπικές τους ιστοσελίδες για να εκθέτουν την δραστηριότητά τους παρά στα κοινωνικά δίκτυα. Μια δεύτερη παρατήρηση στη χρήση των μέσων από τους βουλευτές είναι ότι ενώ τα προηγούμενα χρόνια τα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούνταν κυρίως από προβεβλημένα στελέχη των κομμάτων ή που είχαν κάποια ιδιαίτερα θέση στο κόμμα τους ή στην κυβέρνηση τώρα τα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούνται από βουλευτές που δεν έχουν την ίδια προβολή με του άλλους συναδέλφους τους.

Εδώ κάναμε κάποιες γενικές παρατηρήσεις για την χρήση των κοινωνικών δικτύων από βουλευτές της ΙΗ' Κοινοβουλευτικής Περιόδου συνολικά, στη συνέχεια θα δούμε πως γίνεται η χρήση των κοινωνικών δικτύων και των ιστοσελίδων ανά πολιτικό κόμμα που εκπροσωπείται στην ελληνική Βουλή αυτήν την βουλευτική περίοδο και πως προβάλλονται μέσα από αυτά οι βουλευτές και τα κόμματα που εκπροσωπούν ανά εκλογική περιφέρεια.

Πριν προχωρήσουμε στην ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας θα κάνουμε ορισμένες μεθοδολογικές παρατηρήσεις για τον τρόπο που έγινε η χαρτογράφηση της διαδικτυακής παρουσίας των βουλευτών και πως ορίζονται τα αποτελέσματα της έρευνας και από που αντλήθηκαν τα δεδομένα.

Για την διαδικασία εύρεσης των Ελλήνων βουλευτών που διαθέτουν λογαριασμό στα κοινωνικά δίκτυα, χρησιμοποιήθηκε ως πρώτη πηγή αναζήτησης τα στοιχεία που είναι αναρτημένα στην επίσημη ιστοσελίδα της Βουλής των Ελλήνων. Από τον εν λόγω δικτυακό τόπο κατέστη εφικτή η συλλογή στοιχείων αναφορικά με το ονοματεπώνυμο, την πολιτική παράταξη, την εκλογική περιφέρεια, τους λογαριασμούς σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τις διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ιστοσελίδες, τηλέφωνα και διευθύνσεις επικοινωνίας. Για όσα δεδομένα δεν ήταν αναρτημένα ή έλειπαν ή δεν ήταν ανανεωμένα έγινε

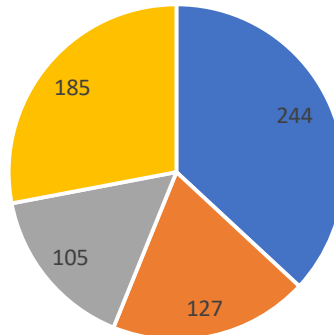
επιπρόσθετη έρευνα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή στις επίσημες ιστοσελίδες του κόμματός τους.

Αφού ολοκληρώθηκε η παραπάνω διαδικασία δημιουργήθηκε, για να γίνει συγκέντρωση των στοιχείων και καλύτερη ανάλυσή τους, δημιουργήθηκε ένα αρχείο τύπου Excel, στο οποίο αποθηκεύτηκαν τα εξής δεδομένα των βουλευτών: ονοματεπώνυμο, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, λογαριασμός Facebook, twitter, Instagram, προσωπική ιστοσελίδα, πολιτική παράταξη. Για την παρούσα εργασία αναζητήθηκαν οι επίσημοι και ενεργοί λογαριασμοί των βουλευτών της συγκεκριμένης βουλευτικής περιόδου και όχι οι ανενεργοί ή εκείνοι οι λογαριασμοί που έχουν δημιουργηθεί από τρίτους, όπως οπαδοί ή ψηφοφόροι, για άλλους λόγους.

Τα κοινωνικά δίκτυα, και συνολικά το διαδίκτυο, χαρακτηρίζονται από αμεσότητα, ταχύτητα, και από μεγάλο όγκο αναρτήσεων από τους χρήστες και ειδικά από χρήστες όπως οι βουλευτές, που θέλουν να βρίσκονται στην επικαιρότητα και να ενημερώνουν το κοινό τους ή τους ψηφοφόρους τους συνεχώς. Για αυτό και κρίνουμε σωστά να δούμε την παρουσία των βουλευτών συνολικά για αυτή την κοινοβουλευτική περίοδο που ξεκίνησε στις 7 Ιουλίου 2019 έως τις αρχές του 2021 καθώς συμπληρώθηκαν ήδη 2 κοινοβουλευτικές σύνοδοι και έχουμε ένα υλικό που μας επιτρέπει να εξάγουμε σωστά συμπεράσματα και να μην πλατειάσουμε.

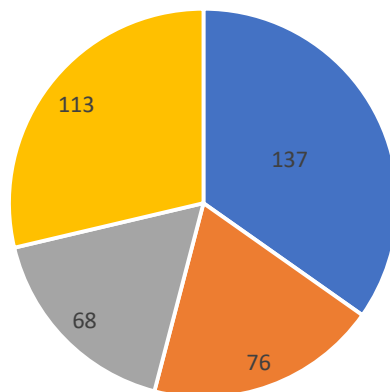
Στόχος μας είναι να αναδείξουμε την διαδικτυακή παρουσία των βουλευτών με βάση την κομματική τους παράταξη, την εκλογική περιφέρεια αλλά και τις ιδιαιτερότητες που κάνουν συχνότερη ή αραιότερη την παρουσία τους στα κοινωνικά μέσα και στο διαδίκτυο και πως αυτό επηρεάζει τον δημόσιο λόγο τους και την επαφή τους με τους χρήστες και οπαδούς ή ψηφοφόρους τους.

ΧΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ ΤΗΣ
ΙΗ' ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ



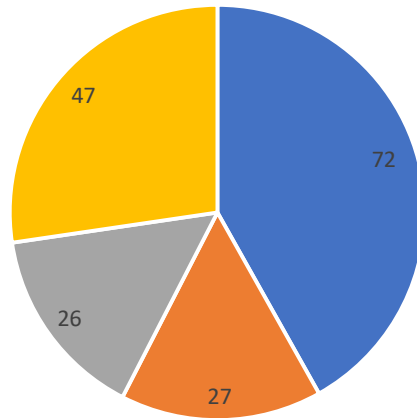
■ FACEBOOK ■ TWITTER ■ INSTAGRAM ■ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ SITE

ΧΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΑΝΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑ
ΝΕΑ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
158 ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ



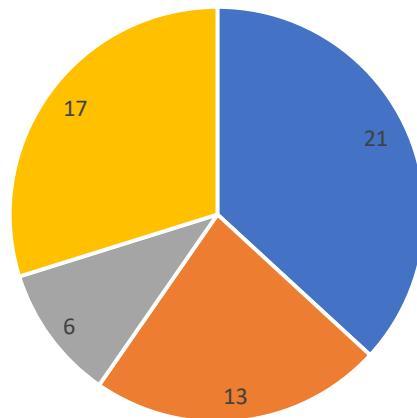
■ FACEBOOK
■ TWITTER
■ INSTAGRAM
■ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ SITE

ΣΥΡΙΖΑ 86 ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ



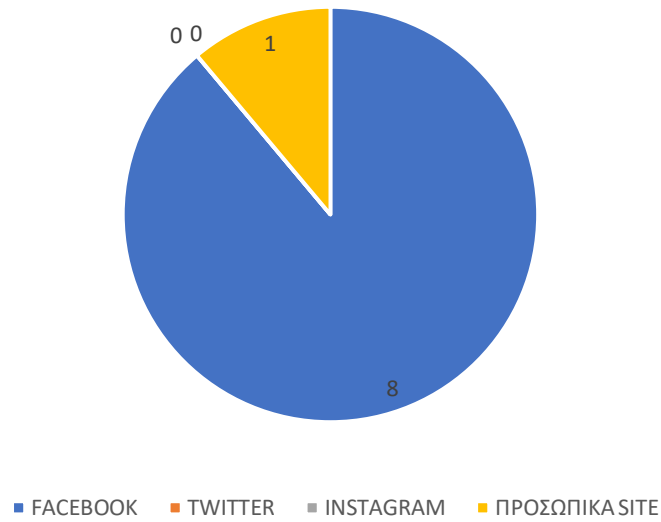
■ FACEBOOK ■ TWITTER ■ INSTAGRAM ■ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ SITE

ΚΙΝΗΜΑ ΑΛΛΑΓΗΣ 22 ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ

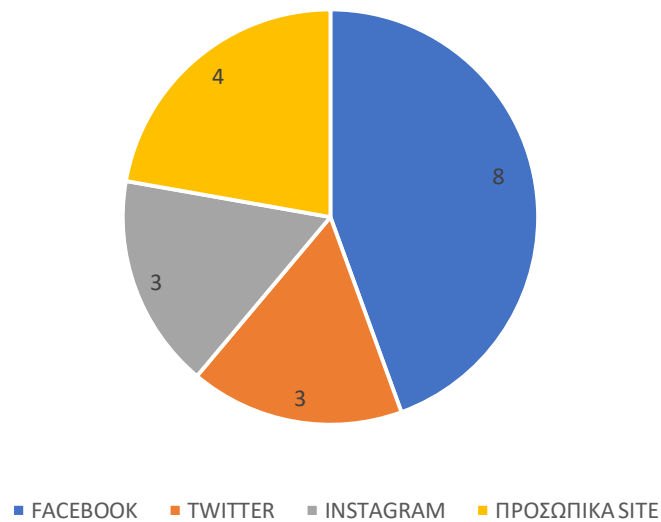


■ FACEBOOK ■ TWITTER ■ INSTAGRAM ■ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ SITE

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΛΥΣΗ 10 ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ



ΜΕΡΑ25 9 ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ



Νέα Δημοκρατία

Το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας, είναι το κυβερνών κόμμα αυτή τη στιγμή και διαθέτει 158 βουλευτές στην τρέχουσα κοινοβουλευτική περίοδο. Είναι κεντροδεξιό πολιτικό κόμμα και αυτοπροσδιορίζεται ιδεολογικά ως κόμμα του κοινωνικού

φιλελευθερισμού και αποτελεί ένα από τα 2 κυρίαρχα πολιτικά κόμματα στην Ελλάδα από την μεταπολίτευση. Έχει παρουσία έντονη στα κοινωνικά δίκτυα καθώς διαθέτει ενεργούς λογαριασμούς και στο Facebook, και twitter, και Instagram καθώς και κανάλι στο YouTube για την προβολή των δραστηριοτήτων του κόμματος συνολικά.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν με το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας διαπιστώσαμε πως 3 βουλευτές δεν έχουν διαθέσιμη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Πρόκειται για 3 βουλευτές που εκλέγονται στο ψηφοδέλτιο Επικρατείας του κόμματος, ο ένας πρώην πρωθυπουργός και οι υπόλοιποι ασχολούνται με επιχειρήσεις όπου μάλλον το ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο δεν θέλουν να είναι διαθέσιμο στο ευρύ κοινό λόγω της επαγγελματικής τους ενασχόλησης.

Το μέσο που χρησιμοποιούν περισσότερο οι βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας είναι το Facebook σε ποσοστό 86,7%. Οι άνδρες βουλευτές το χρησιμοποιούν σε ποσοστό 87,20% ενώ οι γυναίκες βουλευτές σε ποσοστό 84%. Για τους βουλευτές του κυβερνώντος κόμματος αναδεικνύεται σε πολύτιμο εργαλείο για την προώθηση των δραστηριοτήτων τους, εντός και εκτός Βουλής. Γενικά οι σελίδες των βουλευτών της Νέας Δημοκρατίας, προβάλλουν την ατομική δραστηριότητα, αναφορές στις δράσεις του προέδρου του κόμματος και την κυβερνητική δραστηριότητα στο τομέα που έχουν οριστεί υπεύθυνοι από το κόμμα και την κυβέρνηση, μαζί με θέματα ή δράσεις που έχουν αναλάβει στην εκλογική τους περιφέρεια. Φροντίζουν να προβάλλουν τους ακολούθους τους και το αν διαθέτουν άλλα μέσα επικοινωνίας. Να έχουν ανοιχτά τα σχόλια, να απαντούν πολλές φορές στους σχολιαστές και να επικοινωνούν τις θέσεις τους με σαφήνεια. Οι περισσότεροι βουλευτές χρησιμοποιούν ιδιαίτερα την σελίδα τους στο Facebook στις προεκλογικές περιόδους για να ενημερώνουν το κοινό τους για την δραστηριότητά τους, πολλές φορές με την βοήθεια εθελοντών ή και του προσωπικού των γραφείων τους. Σε πολλές περιπτώσεις, ιδιαίτερα βουλευτών από την επαρχία, συμβαίνει να φτιάχνονται σελίδες στο Facebook, με μόνο σκοπό την προβολή της προεκλογικής δραστηριότητας του βουλευτή και μετά να μην ανανεώνονται ή το περιεχόμενό της να μεταφέρεται σε νέα σελίδα σε περίπτωση εκλογής ή αναβάθμισης της θέσης του βουλευτή στο κόμμα ή στην κυβέρνηση.

Ο βαθμός ακολουθησιμότητας ή επισκεψιμότητας της σελίδας του εκάστοτε βουλευτή εξαρτάται σε πολλές περιπτώσεις από την προσωπική του δημοφιλία,

ακόμα και σε κοινό πέραν της εκλογικής του περιφέρειας, ή από την παρουσία του στην επικαιρότητα. Για αυτό το λόγο οι περισσότερες σελίδες των βουλευτών έχουν link όπου ο επισκέπτης μπορεί να παρακολουθήσει τις τηλεοπτικές εμφανίσεις του βουλευτή σε τηλεοπτικούς σταθμούς ή τις ομιλίες του στη Βουλή.

Οι βουλευτές που έχουν τους περισσότερους ακόλουθους στο Facebook, πέραν του αρχηγού του κόμματος που αυτή την περίοδο είναι και πρωθυπουργός της χώρας, είναι ο σημερινός Υπουργός Υγείας κ. Βασίλης Κικίλιας με 112.626²⁷ ακολούθους και έπεται ο Υπουργός Εξωτερικών κ. Νίκος Δένδιας με 86.690 ακολούθους, τρίτη σε αριθμό ακολούθων έρχεται η πρώην υπουργός κ. Ντόρα Μπακογιάννη, με 84.151 ακολούθους. Και οι 3 πολιτικοί έχουν μακρά παράδοση στην χρήση των κοινωνικών δικτύων και είναι από τους πρώτους πολιτικούς που τα ένταξαν στην πολιτική τους δραστηριότητα.

Από τις εκλογές του 2015, όπου φάνηκε ότι το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας, είχε σημαντική υστέρηση στην πρόσβαση στα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιδιαίτερα στο Facebook, και ιδιαίτερα από την εκλογή του Κυριάκου Μητσοτάκη στην αρχηγία, η οποία στηρίχθηκε στην κινητοποίηση μέσω των κοινωνικών δικτύων, φαίνεται μια σαφής στροφή του κόμματος στην παρουσία στα νέα μέσα επικοινωνίας, ιδιαίτερα στο Facebook. Οι περισσότεροι νέοι βουλευτές, και ιδιαίτερα όσοι εκλέγονται σε περιφέρειες του κέντρου, βελτίωσαν τις σελίδες τους και εντατικοποίησαν την παρουσία τους, με στόχο κυρίως την προσέλκυση ενός κοινού που δεν χρησιμοποιεί τα παλιά μέσα επικοινωνίας, τα οποία θεωρεί χειραγωγούμενα και μεροληπτικά, αλλά εμπιστεύεται φορείς όπως το Facebook και άλλα μέσα για να έρχεται σε επικοινωνία με τους πολιτικούς και να ενημερώνεται αμεσότερα για τις θέσεις και την δραστηριότητά τους.

Στο περιβάλλον του Facebook, το κοινό δεν θέλει πολύ πολιτικό περιεχόμενο, γιατί η χρήση του μέσου είναι κυρίως χαλάρωση και η ενίσχυση των υπαρχουσών διαδικτυακών σχέσεων (Μαρία Ξενοφόντος, Ιουλία Ντάγκα, 2015). Για αυτό γίνεται εκτενής δημοσίευση από τους πολιτικούς πτυχών της προσωπικής και κοινωνικής τους ζωής, όπως φωτογραφίες, κοινωνικές εκδηλώσεις, παρουσία σε γάμους, βαφτίσια, ή και από γιορτές τις εκλογικής τους περιφέρειας.

²⁷Τα στοιχεία για τους ακολούθους(followers) που παραθέτουμε αφορούν την περίοδο έως 25/03/2021

Γενικά, ο δημόσιος λόγος ενώ τα προηγούμενα χρόνια είχε υποβαθμιστεί, ιδιαίτερα στο Facebook, στην σημερινή εποχή δείχνει να έχει αναβαθμιστεί και να έχει αλλάξει περιεχόμενο και από απαγγελτικός μηδενιστικός να έχει γίνει πιο προσωποποιημένος και να ακολουθεί τις επιταγές της πολιτικής ορθότητας, ώστε να είναι πιο εύπεπτος από τον χρήστη.

Στη συνέχεια θα δούμε τρεις χαρακτηριστικές περιπτώσεις λογαριασμών στο Facebook, βουλευτών του κόμματος που είναι χαρακτηριστικές του τρόπου με τον οποίο δομούνται οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης από τους βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας.

Στην πρώτη περίπτωση έχουμε την σελίδα της βουλευτού Χανίων κ. Ντόρας Μπακογιάννη. Η συγκεκριμένη βουλευτής εκλέγεται συνεχώς από το 1989 στην Βουλή και είναι ένα από τα πιο προβεβλημένα στελέχη της Νέας Δημοκρατίας και έχει διατελέσει υπουργός σε όλες τις κυβερνήσεις του κόμματος. Είναι από τους πρώτους βουλευτές του Ελληνικού κοινοβουλίου που διέκρινε την δύναμη των νέων μέσων και τα χρησιμοποίησε για να επικοινωνήσει τις δραστηριότητές της στο κοινό.

Η συγκεκριμένη σελίδα στο Facebook, είναι από τις πιο προσεγμένες και ενημερωμένες σελίδες βουλευτών από όλους τους πολιτικούς χώρους.

Αρχικά στον τίτλο υπάρχει το ονοματεπώνυμό της και η εκλογική της περιφέρεια και μια φωτογραφία της σε προφίλ, πρόσφατη. Με αυτόν τον τρόπο η κ. Μπακογιάννη δείχνει προσιτή και άμεση στο κοινό. Οι πληροφορίες είναι συνοπτικές και παραθέτουν με εύκολο και προσιτό τρόπο τους τρόπους επικοινωνίας του κοινού με την βουλευτή καθώς και τους λογαριασμούς της στα κοινωνικά δίκτυα.

Στο άλμπουμ των φωτογραφιών έχουμε μια ευρεία παρουσίαση της πολιτικής, κοινωνικής και οικογενειακής δραστηριότητας της κ. Ντόρας Μπακογιάννη, θέλοντας με αυτό τον τρόπο να δείξει ότι πρόκειται για μια πολυσχιδή προσωπικότητα με πολλά ενδιαφέροντα. Από κάτω είναι αναρτημένα βίντεο με τις συνεντεύξεις της βουλευτού στα μέσα ενημέρωσης, βίντεο που ανεβάζει σχετικά με επετείους ή γεγονότα της επικαιρότητας και βίντεο με δηλώσεις υποστηρικτών της για την υποψηφιότητά της.

Στο κύριο μέρος της σελίδας με τις δημοσιεύσεις βλέπουμε ότι είναι αναρτημένες κατά χρονολογική σειρά με την δραστηριότητα της βουλευτού σε όλα τα επίπεδα.

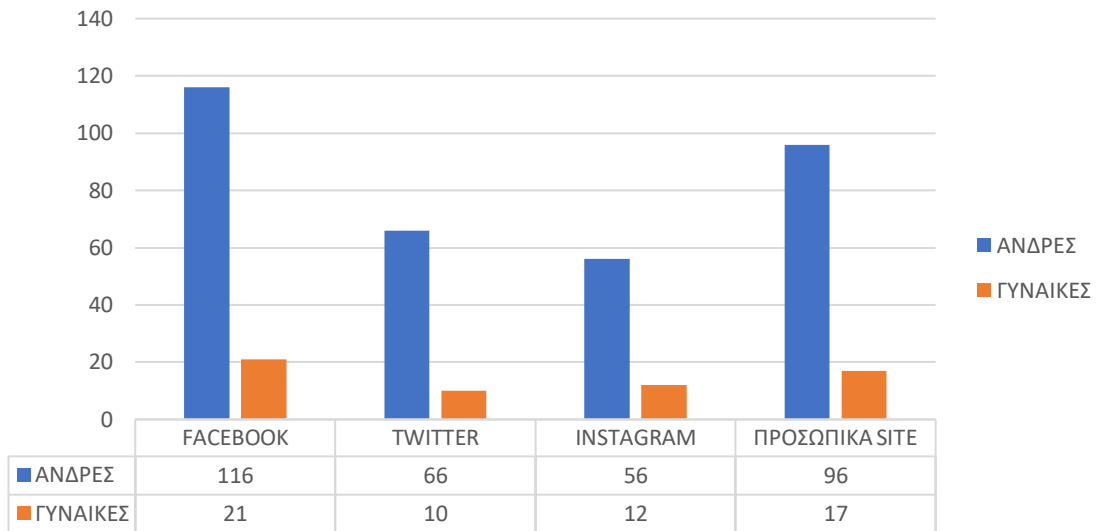
Υπάρχουν αναρτήσεις με θέματα της επικαιρότητας αλλά και θέματα της εκλογικής της περιφέρειας, των Χανίων που είναι σήμερα. Υπάρχει μια αμεσότητα καθώς όταν γίνει κάποιο θέμα της επικαιρότητας υπάρχει άμεση ανάρτηση της βουλευτού για το θέμα, όπως συνέβη και με το περιστατικό που συνέβη με αυτοκίνητο της προσωπικής της ασφάλειας²⁸, όπου έγινε άμεση ανάρτηση για το θέμα από την κ. Μπακογιάννη με τα σχόλια να είναι πάντα ανοιχτά όπου καθένα μπορεί να παρεμβαίνει και να σχολιάζει τις αναρτήσεις δεν γίνεται όμως διάλογος και η βουλευτής δεν απαντά άμεσα αλλά έμμεσα μέσω αναρτήσεων για όποιο θέμα γίνεται λόγος.

Βλέπουμε στα δεξιά της σελίδας την ημερομηνία δημιουργίας της σελίδας που είναι από 24 Ιουνίου 2008, που σημαίνει ότι είναι από τις πρώτες σελίδες Έλληνα πολιτικού, με συστηματικό περιεχόμενο, που ανέβηκαν στο Facebook και διατηρούνται ακόμη και σήμερα. Είναι η δεύτερη σελίδα σε αριθμό ακολούθων μεταξύ των βουλευτών του κόμματος της Νέας Δημοκρατίας και από τις πιο δημοφιλείς σελίδες σε επισκεψιμότητα και επιδραστικότητα από τις σελίδες των βουλευτών όλου του Ελληνικού Κοινοβουλίου. Η σελίδα της είναι υπόδειγμα χρήσης του λόγου και της εικόνας, ο λόγος της είναι καθαρός και μεστός, δεν χρησιμοποιεί εύκολους εντυπωσιασμούς και σκοπός της δεν είναι να προβάλλει μόνο την δική της προσωπικότητα αλλά και συνολικά τις θέσεις και τις απόψεις γενικά της ιδεολογίας της.

²⁸ Οχημα της ασφάλειας της Μπακογιάννη ενεπλάκη σε τροχαίο ...[www.cnn.gr › politiki › story › oxima-tis-asfaleias-tis-n...](http://www.cnn.gr/politiki/story/oxima-tis-asfaleias-tis-n...)

14 Μαρ 2021

ΧΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ ΝΕΑΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ



Η δεύτερη σελίδα που θα επισκεφθούμε είναι του σημερινού υπουργού Υγείας κ. Βασίλη Κικίλια. Είναι η πρώτη σε αριθμό ακολούθων μεταξύ των βουλευτών του κυβερνώντος κόμματος (112.875), και λόγω της θέσης του είναι από τις επιδραστικές σελίδες βουλευτών στο Facebook. Ο βουλευτής έχει ενεργούς λογαριασμούς σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα, από τότε που τέθηκε για πρώτη φορά υποψήφιος σε εθνικές εκλογές και είναι ιδιαίτερα δραστήριος σε αυτά. Σε αυτό παίζει ρόλο και η ηλικία του συγκεκριμένου βουλευτή καθώς είναι από τους πιο νέους ηλικιακά βουλευτές αλλά και η προηγούμενη ενασχόλησή του, καθώς πριν ασχοληθεί με τα κοινά ήταν γνωστός μπασκετμπολίστας, επίσης είχε υπάρξει πολλές φορές δημοτικός σύμβουλος και κατείχε και άλλες υπεύθυνες θέσεις.

Η κατεύθυνση της σελίδας είναι ίδια όπως και της κ. Μπακογιάννη, δηλαδή έχουμε όλες τις πληροφορίες για τις ιδιότητές του, φωτογραφίες με τις δραστηριότητές του ως υπουργού, βίντεο με τις δράσεις του ως υπουργός και ως βουλευτής από όλη την καριέρα του καθώς και δηλώσεις υποστηρικτών του που ενισχύουν την υποψηφιότητά του αλλά και τη δράση του σε όλους τους τομείς.

Η κ. Βασίλης Κικίλιας, όλο αυτό το διάστημα βρίσκεται στο επίκεντρο της δημοσιότητας λόγω της πανδημίας του covid-19 και η δραστηριότητά του καθώς και οι δηλώσεις του ή παρεμβάσεις του επηρεάζουν την καθημερινότητα του κόσμου. Οι αναρτήσεις του όλο αυτό το διάστημα είναι σχετικές με την δραστηριότητα του υπουργείου σχετικά με την πανδημία αλλά διαανθίζονται και με παρεμβάσεις για άλλα θέματα της καθημερινότητας, όπως επέτειοι και γεγονότα σε άλλους τομείς της επικαιρότητας.

Η σελίδα δημιουργήθηκε στις 5 Μαρτίου 2012²⁹, λίγο πριν την πρώτη κάθοδο του κ. Κικίλια σε εθνικές εκλογές με το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας και είναι ενδεικτική της προσπάθειας του βουλευτή να συνδεθεί με ένα κοινό που δεν ασχολείται με τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας αλλά ενδιαφέρεται και αναζητά στα κοινωνικά δίκτυα πολιτικούς με διαφορετικό πολιτικό λόγο, που προέρχονται από άλλους εργασιακούς χώρους, πιο κοντά στη νέα γενιά. Κι αυτό είναι που θέλει να μεταδώσει με τις αναρτήσεις του στην σελίδα του αλλά και με την εν γένει παρουσία του στα κοινωνικά δίκτυα.

Στη συνέχεια θα αξιολογήσουμε μια τρίτη περίπτωση σελίδας στο Facebook, από λιγότερο γνωστό βουλευτή, ενδεικτική της προσπάθειας που γίνεται από βουλευτές να συνδεθούν με την νέα τάση της εποχής. Πρόκειται για τη σελίδα της βουλευτού Ηλείας κ. Αυγερινοπούλου Διονυσίας-Θεοδώρας. Εκλέχθηκε πρώτη φορά με το ψηφοδέλτιο Επικρατείας στις εκλογές του 2009, μετά στην περιφέρεια της Ηλείας μέχρι το 2014 και ξαναεκλέχθηκε στις εκλογές του Ιουλίου του 2019. Η σελίδα της έχει 14.055 ακολούθους και έχει δημιουργηθεί στις 6 Ιουλίου 2011, πιθανότατα μετά την απόφασή της να κατέλθει με σταυρό. Η σελίδα αυτή ακολουθεί όλα τα στάνταρ που έχουν και οι υπόλοιποι δημοφιλείς βουλευτές της κεντρικής πολιτικής σκηνής και φαίνεται η ίδια να προσπαθεί να τονώσει την δημοφιλία της με αναρτήσεις από την

²⁹ Ημερομηνία δημιουργίας Σελίδας - 5 Μαρτίου 2012

κοινωνική και πολιτική δραστηριότητά της σχετικά με θέματα της εκλογικής της περιφέρειας. Οι αναρτήσεις προσπαθούν να αναδείξουν την προσωπικότητά της καθώς και την σύνδεσή της με τον αρχηγό του κόμματος και μας ενημερώνουν για τις δραστηριότητες που έχει αναλάβει. Εμφανής σε όλες τις αναρτήσεις είναι η προσπάθεια να αναδειχθεί η πολυσχιδής προσωπικότητα της βουλευτού σε όλα τα πεδία και να ξεφεύγει από μια τυπική αναφορά σε πολιτικές δραστηριότητες. Τα σχόλια είναι πάντα ανοιχτά κάτω από τις αναρτήσεις και γίνεται μια προσπάθεια να ανοιχτεί διάλογος με τον κόσμο της περιφέρειάς της όχι πάντα με σαφή αποτελέσματα. Υπάρχει μια προσπάθεια να ξεφύγει ο δημόσιος λόγος από τα συνήθη στερεότυπα των επαρχιακών βουλευτών και να γίνει μια σύνδεση με θέματα ευρύτερα αλλά δεν είναι πάντα πετυχημένη καθώς οι φίλοι ή και ψηφοφόροι της περιμένουν πάντα να δουν θέματα που απασχολούν την περιοχή τους. Επιχειρείτε μια σύνδεση με την νέα γενιά αλλά μένει μετέωρη καθώς φαίνεται ότι το υπόβαθρο των οπαδών της δεν φαίνεται να το ενστερνίζεται πάντα και ζητά να μην ξεφεύγει η συζήτηση σε άλλα πλαίσια.

Αποτίμηση

Και οι 3 σελίδες που είδαμε είναι κλασικά παραδείγματα του τρόπου που χρησιμοποιούν τα social media και ιδιαίτερα το Facebook οι πολιτικοί πρώτης γραμμής αλλά και η νέα γενιά βουλευτών που εκλέγεται στην επαρχία.

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της τεχνολογίας δημιούργησαν ένα κοινό δεν συγκινείται από τους παραδοσιακούς τρόπους επικοινωνίας των πολιτικών και αναζητά στα νέα μέσα τρόπους έκφρασης και συμμετοχής. Αυτό βλέπουν και οι πολιτικοί και έχουν μεταφέρει την προβολή της δραστηριότητάς τους στο διαδίκτυο. Δεν σημαίνει βέβαια ότι πετυχαίνουν πάντα να συγκινήσουν το κοινό τους με τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες ή να βελτιώσουν τον πολιτικό τους λόγο ή στο τέλος να αποκομίσουν άμεσα εκλογικά οφέλη, αποκομίζουν όμως ένα νέο κοινό που δεν θα το βρουν με τους παραδοσιακούς τρόπους πολιτικής επικοινωνίας. Οι σελίδες είναι καλαίσθητες και δημιουργούν ενδιαφέρον στον χρήστη να αναζητήσει αναρτήσεις για ευρεία θεματολογία θεμάτων και να ενημερωθεί. Πολλές φορές όμως για να γίνει πιο άμεσο το αποτέλεσμα η σελίδες γίνονται πιο προσωπικές και δίνουν την ευκαιρία μιας άλλης μορφής

επικοινωνίας που άλλα κοινωνικά δίκτυα δεν το προσφέρουν όπως θα δούμε παρακάτω.

Το δεύτερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν οι βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας είναι το Twitter. Το Twitter χρησιμοποιείται από το 48,10% των βουλευτών του κόμματος, ενώ κατά φύλο οι άνδρες βουλευτές το χρησιμοποιούν κατά 49,6% ενώ μεταξύ των γυναικών το ποσοστό χρήσης είναι 40%. Η χρήση του Twitter είναι σαφώς μικρότερη σε σχέση με το Facebook, είναι όμως λίγο περισσότερη από την χρήση του Instagram.

Το twitter αποτελεί ένα νέο ακόμα μέσο κοινωνικής δικτύωσης που δεν έχει χρησιμοποιηθεί επαρκώς ακόμα, η χρήση γίνεται κυρίως από βουλευτές που είναι κορυφαία στελέχη του κόμματος ή έχουν κάποια άλλη υπεύθυνη θέση. Οι περιφερειακοί βουλευτές δεν το χρησιμοποιούν ιδιαίτερα παρά μόνο για προσωπικούς λόγους. Ενώ υπάρχει η αίσθηση και από έρευνες που έχουν γίνει ότι οι Έλληνες πολιτικοί γνωρίζουν ελάχιστα για την χρήση του ή δεν κάνουν καλή χρήση των υπηρεσιών του³⁰.

Από τους άνδρες βουλευτές που το χρησιμοποιούν εκείνος με τους περισσότερους ακολούθους είναι ο βουλευτής του Βόρειου Τομέα Β' Αθηνών και Υπουργός Εργασίας κ. Κωστής Χατζηδάκης με 106.300 ακολούθους και από τις γυναίκες βουλευτές πρώτη σε ακολούθους είναι η βουλευτή Χανίων κ. Ντόρα Μπακογιάννη με 157.000 ακολούθους. Έπονται στους άνδρες ο βουλευτής και Υπουργός Εξωτερικών κ. Νίκος Δένδιας με 90.000 ακολούθους και ο Υπουργός Υγείας κ. Βασίλης Κικίλιας με 70.300 ακολούθους. Στις γυναίκες μετά την κ. Μπακογιάννη ακολουθούν η Υπουργός κ. Νίκη Κεραμέως με 48.800 και Τρίτη είναι η βουλευτής Α' Αθηνών κ. Όλγα Κεφαλογιάννη με 35.000 ακολούθους.

Αν εξαιρέσουμε τους πιο πάνω βουλευτές και μερικούς ακόμα δημοφιλείς βουλευτές ή που βρίσκονται συχνά στην επικαιρότητα, οι υπόλοιποι βουλευτές που διαθέτουν λογαριασμό στο Twitter έχουν χαμηλό βαθμό ακολουθησιμότητας και οι λογαριασμοί τους είναι περισσότερο για την προβολή της υποψηφιότητάς τους ή για την προβολή

³⁰ Οι Έλληνες Πολιτικοί δεν Ξέρουν να Χρησιμοποιούν το Twitter www.vice.com › Home › Twitter
28 Μαρ 2017

προσωπικών τους στιγμών παρά για την προβολή του κοινοβουλευτικού τους έργου ή των πολιτικών δραστηριοτήτων τους.

Το Instagram είναι χαμηλά ακόμα στις προτιμήσεις των βουλευτών της Νέας Δημοκρατίας, περισσότερο όμως σε σχέση με τα άλλα κόμματα. Από τους βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας ενεργούς λογαριασμούς διαθέτει το 43% των βουλευτών του κυβερνώντος κόμματος. Πιο ενεργές είναι οι γυναίκες βουλευτές που το χρησιμοποιούν σε ποσοστό 48% έναντι 42,10% των ανδρών βουλευτών.

Από τους άνδρες βουλευτές πρώτος σε ακόλουθους είναι ο Υπουργός Υγείας κ. Βασίλης Κικίλιας με 93.200 ακολούθους και ακολουθεί ο βουλευτής Βόρειου Τομέα της Β' Αθηνών κ. Άδωνις Γεωργιάδης με 45.500 ακολούθους και έπεται ο βουλευτής Νότιου τομέα κ. Κυρανάκης Κωνσταντίνος με 31.700 ακολούθους. Στις γυναίκες πρώτη σε αριθμό ακολούθων είναι η Υπουργός Παιδείας κ. Νίκη Κεραμέως με 51.500 ακολούθους έπεται η κ. Όλγα Κεφαλογιάννη με 45.800 και Τρίτη σε ακολούθους είναι η κ. Νόνη Δούνια, βουλευτής Α' Πειραιά και πρώην μοντέλο και ηθοποιός, με 41.900 ακολούθους.

Και εδώ παρατηρείται το ίδιο φαινόμενο με το Twitter δηλαδή λίγοι βουλευτές δημοφιλείς ή που να έχουν θέσεις σε τομείς της κυβέρνησης που να επηρεάζουν την επικαιρότητα να έχουν ενεργούς λογαριασμούς και να το χρησιμοποιούν συχνά για την προβολή τους και ακολούθως οι υπόλοιποι να το χρησιμοποιούν είτε για προσωπικούς λόγους είτε κοντά σε εκλογικές αναμετρήσεις για προβολή της υποψηφιότητάς τους. Άλλωστε πρόκειται για ένα μέσο που μέχρι τις εκλογές του 2015 ελάχιστοι βουλευτές το χρησιμοποιούσαν. Στις εκλογές του 2019 έγινε προσπάθεια ευρείας χρήσης. Βέβαια το συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο απαιτεί από τους χρήστες ένα πιο ελαφρύ προφίλ και διακρίνεται για την έλλειψη αρνητικού, επιθετικού λόγου. Στο Instagram προσπαθούν να περάσουν μια άλλη αισθητική και πολιτική αντίληψη, περισσότερο προσωποκεντρική και με θετικά μηνύματα. Το Instagram είναι ένα μέσο που χρησιμοποιείται από ένα πολύ νεανικό κοινό που δεν στέκεται να διαβάσει κάτι από τον πολιτικό αλλά να δει μια εικόνα ή ένα βίντεο, συνήθως μικρής διάρκειας, προσπαθώντας να κερδίσουν το άμεσο ενδιαφέρον του

κοινού, ανεβάζοντας προσωπικές ή καθημερινές στιγμές, δίνοντας στο κοινό μια άνετη χαλαρή εικόνα³¹.

Πέρα από τα κοινωνικά δίκτυα ένα άλλο μέσο άσκησης ψηφιακής πολιτικής από τους βουλευτές είναι η προσωπικές ιστοσελίδες(site). Μια προσωπική ιστοσελίδα ενός βουλευτή είναι απαραίτητο συμπλήρωμα της διαδικτυακής του παρουσίας και βοηθά πολύ στην επικοινωνία του με τον κόσμο. Από τους βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας προσωπική ιστοσελίδα διαθέτει το 71,50% των βουλευτών, με τους άνδρες να προηγούνται με 72,10% έναντι 68% των γυναικών βουλευτών. Χαρακτηριστικό είναι ότι πολλοί βουλευτές που δεν διαθέτουν λογαριασμούς στα κοινωνικά δίκτυα να έχουν δική προσωπική ιστοσελίδα ή έστω ένα blog που ανεβάζουν κείμενα με την πολιτική τους δραστηριότητα. Βέβαια υπάρχει και εδώ το φαινόμενο αρκετοί βουλευτές ιδιαίτερα επαρχιακών εκλογικών περιφερειών να μην ανανεώνουν το περιεχόμενό τους ή να περιορίζουν την χρήση τους σε προεκλογικές περιόδους ή σε σημαντικά γεγονότα. Εδώ ο λόγος που χρησιμοποιείται είναι επίσημος και προσπαθούν οι περισσότεροι μέσω των ιστοσελίδων τους να δείξουν μια πιο επίσημη παρουσία και να τονώσουν το κύρος τους. Βασικό σε κάθε ιστοσελίδα είναι η παράθεση ολοκληρωμένου βιογραφικού του κάθε βουλευτή μαζί με την πολιτική και κοινωνική δραστηριότητά του, ώστε να παρέχει στον επισκέπτη ολοκληρωμένη εικόνα για τον πολιτικό.

ΣΥΝΑΣΜΙΣΜΟΣ ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΙΚΗΣ ΑΡΙΣΤΕΡΑΣ(ΣΥΡΙΖΑ)

Ο Συνασπισμός Ριζοσπαστικής Αριστεράς (ΣΥΡΙΖΑ) είναι το δεύτερο σε κοινοβουλευτική δύναμη κόμμα στο Ελληνικό Κοινοβούλιο, και έχει 86 βουλευτές για την τρέχουσα κοινοβουλευτική περίοδο και κατέχει τη θέση της αξιωματικής αντιπολίτευσης. Από τις εκλογές του Μαΐου του 2012 αποτελεί ένα από τα 2 κυρίαρχα κόμματα στο πολιτικό σκηνικό και κατείχε την κυβερνητική θέση κατά την προηγούμενη κοινοβουλευτική περίοδο. Ξεκίνησε το 2004 ως συμμαχία κομμάτων της Αριστεράς και επανιδρύθηκε το 2012 ως ενιαίο κόμμα. Αυτοπροσδιορίζεται

³¹ 06.07.2019, 17:45

Τι έκανες στο instagram, πολιτικέ;
Μιχαήλ Άγγελος Κωνσταντόπουλος, Έρευνα: Αθηνά Παυλή

ιδεολογικά ως κόμμα της ριζοσπαστικής αριστεράς και των κινημάτων ενώ έχει αναφορές στην κεντροαριστερά και στο σοσιαλδημοκρατικό χώρο. Έχει έντονη παρουσία στο διαδίκτυο και στα κοινωνικά δίκτυα καθώς η αρχική εκλογική του άνοδος στηρίχθηκε εν πολλοίς στο γεγονός ότι χρησιμοποίησε τα κοινωνικά δίκτυα για την προβολή του προγράμματός του και από την έντονη δραστηριότητα των βουλευτών του σε αυτά³². Το κόμμα διαθέτει ενεργούς λογαριασμούς στο Facebook, Twitter, Instagram, διαθέτει επίσημη ιστοσελίδα και κανάλι στο YouTube για την προβολή του κόμματος συνολικά.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν με τον ΣΥΡΙΖΑ διαπιστώσαμε ότι 4 δεν διαθέτουν ή δεν έχουν διαθέσιμη την διεύθυνση του ηλεκτρονικού τους ταχυδρομείου.

Το κοινωνικό δίκτυο που χρησιμοποιούν περισσότερο οι βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ είναι το Facebook σε ποσοστό 83,7%, με τους άνδρες βουλευτές να το χρησιμοποιούν σχεδόν απόλυτα (98%) και οι γυναίκες βουλευτές σε ποσοστό 83,3%. Εκτός του αρχηγού της κοινοβουλευτικής ομάδας του κόμματος κ. Αλέξη Τσίπρα, του περισσότερους ακόλουθους έχει η σελίδα της βουλευτού Β3 Αθηνών κ. Ραλλίας Χρηστίδου, με 51.934 ακόλουθους και ακολουθούν η πρώην υπουργός Εργασίας κ. Έφη Αχτσιόγλου με 48.046 ακόλουθους και έπεται ο πρώην αναπληρωτής υπουργός Υγείας και βουλευτής σήμερα Χανίων κ. Παύλος Πολάκης με 41.928 ακόλουθους στη σελίδα του.

Το κύριο χαρακτηριστικό που παρατηρούμε είναι ότι οι 2 πρώτοι σε δημοφιλία βουλευτές είναι πρόσωπα που στα χρόνια της διακυβέρνησης της χώρας από τον ΣΥΡΙΖΑ βρίσκονταν συνεχώς στην επικαιρότητα, εξαιτίας των θέσεων που κατείχαν και της πολιτικής τους δραστηριότητας ενώ η κ. Χρηστίδου αν και δεν είναι βουλευτής που εμφανίζεται συχνά στα μέσα ενημέρωσης, η προηγούμενη ενασχόλησή της με το τραγούδι της εξασφαλίζει μια μεγάλη αποδοχή στα κοινωνικά δίκτυα στα οποία είναι έντονα ενεργή. Από τις υπόλοιπες σελίδες βουλευτών του ΣΥΡΙΖΑ στο Facebook υψηλή δημοφιλία εξακολουθούν να έχουν οι σελίδες οι σελίδες των Γιάννη Μπαλάφα και Νίκου Παππά, στενών συνεργατών του προέδρου του κόμματος καθώς

³² Κωνσταντινίδου, Ελένη (2014) Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους υποψήφιους των εθνικών εκλογών του 2012. Πτυχιακή εργασία thesis, ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας.

και του κ. Δημήτρη Τζανακόπουλου, που υπήρξε κυβερνητικός εκπρόσωπος την εποχή της διακυβέρνησης από τον ΣΥΡΙΖΑ.

Βασικό στοιχείο των σελίδων των βουλευτών του ΣΥΡΙΖΑ στο Facebook είναι η προβολή του αρχηγού του κόμματος κ. Αλέξη Τσίπρα, μέσω προβολής των ομιλιών του στη Βουλή ή των τηλεοπτικών εμφανίσεών του. Θεωρείται για πολλούς το βασικό επικοινωνιακό όπλο του κόμματος απέναντι στα άλλα κόμματα. Επίσης προβάλλεται ιδιαίτερα η δραστηριότητα των βουλευτών σε εξωκοινοβουλευτικά πεδία δράσης, όπως κινητοποιήσεις, δραστηριότητες προστασίας του περιβάλλοντος και ανθρωπίνων δικαιωμάτων, καθώς θέλει να προβάλλει το αριστερό του πρόσωπο και να δείξουν ότι παρά την κυβερνητική τους θητεία παραμένουν ένα κόμμα αντισυστημικό, χωρίς όμως τις υπερβολές των πρώτων χρόνων. Πάνω σε αυτό στηρίζεται το κυρίαρχο αφήγημα του κόμματος, που έδωσε την εκλογική άνοδο τα προηγούμενα χρόνια, δηλαδή την πρόταξη της αντισυστημικότητας.

Από τις εκλογές του Ιουλίου και μέχρι τον Μάρτιο του 2020, οπότε ξέσπασε η πανδημία του covid-19, φαίνεται μια σαφή υποχώρηση των πολωτικών και συγκρουσιακών αναρτήσεων από βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ, συνέπεια και της εκλογικής ήττας αλλά και της νηνεμίας που επικρατούσε στο πολιτικό σκηνικό καθώς η εποχή των μνημονίων και των έντονων αντιπαραθέσεων έχει περάσει. Από τον Νοέμβριο του 2020 όταν επιβλήθηκε η δεύτερη καθολική καραντίνα για τον covid-19 υπάρχει μια σταδιακά κλιμακούμενη όξυνση του πολιτικού λόγου των αναρτήσεων συνολικά του ΣΥΡΙΖΑ αλλά ειδικά από συγκεκριμένους βουλευτές που το ακροατήριό τους συγκινείται από τον πολωτικό λόγο. Κύριο στοιχείο του δημόσιου λόγου των αναρτήσεων των βουλευτών του ΣΥΡΙΖΑ, ειδικά από τις αρχές του 2021, είναι η προσπάθεια αποδόμησης του αφηγήματος της κυβέρνησης για επιτυχία στην αντιμετώπιση της πανδημίας και των οικονομικών συνεπειών της με ταυτόχρονη ανάδειξη των έργων που επέδειξε η κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ σε αυτό τον τομέα.

Το δεύτερο κοινωνικό δίκτυο που χρησιμοποιούν οι βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ κατά την τρέχουσα περίοδο είναι το twitter. Παρά το ότι κεντρικά το twitter χρησιμοποιήθηκε ευρύτατα τα προηγούμενα χρόνια από τον ΣΥΡΙΖΑ τώρα φαίνεται ότι υπάρχει νέος προσανατολισμός σε άλλα μέσα για την προβολή των θέσεων του κόμματος και για την επικοινωνία με τους οπαδούς.

Από την έρευνα διαπιστώσαμε ότι ενεργούς λογαριασμούς στο twitter διαθέτει το 31,3 % των βουλευτών του ΣΥΡΙΖΑ για την τρέχουσα κοινοβουλευτική περίοδο. Μεταξύ των ανδρών βουλευτών το twitter χρησιμοποιείται από το 32,2% και μεταξύ των γυναικών βουλευτών το 29,10%. Σε επίπεδο ακολουθησιμότητας πιο δημοφιλής λογαριασμός είναι του βουλευτή Β3 Νότιου Τομέα Αθηνών με 83.000 ακολούθους, έπεται ο λογαριασμός του πρώην αντιπροέδρου της κυβέρνησης ΣΥΡΙΖΑ και βουλευτού Β2 Δυτικού τομέα Αθηνών Γιάννη Δραγασάκη με 49.200 ακολούθους και τρίτος έρχεται ο πρώην υπουργός Οικονομικών και βουλευτής Β1 Βόρειου τομέα Αθηνών με 41.600 ακολούθους.

Φαίνεται ότι το twitter δεν αποτελεί πρώτη επιλογή για τους βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ αυτή την κοινοβουλευτική περίοδο, καθώς εκτός από αναρτήσεις για ζητήματα άμεσης επικαιρότητας ή για δράσεις ή ομιλίες του προέδρου του κόμματος δεν χρησιμοποιείται ευρέως για επικοινωνία με τους πολίτες και η χρήση του περιορίζεται στα τυπικά. Είναι χαρακτηριστικό πως ο λογαριασμός του κ. Τσακαλώτου, από τους πιο δημοφιλείς ανάμεσα στους ψηφοφόρους του ΣΥΡΙΖΑ, μεταξύ των εκλογών του Ιουλίου του 2019 και του Μαρτίου του 2021 έχει μόλις 3 αναρτήσεις για τα τρέχοντα ζητήματα, ενώ οι υπόλοιπες θέματα των προσωπικών ενδιαφερόντων του βουλευτή. Ο βουλευτής Νίκος Παππάς είναι αρκετά ενεργός στα κοινωνικά δίκτυα και οι αναρτήσεις του αφορούν όλα τα ζητήματα της επικαιρότητας ενώ προσπαθεί να μπει και έναν διάλογο με τους πολίτες για ορισμένα ζητήματα. Και ο βουλευτής κ. Γιάννης Δραγασάκης έχει συνεχή παρουσία με συνεχείς αναρτήσεις του για όλα τα ζητήματα της επικαιρότητας και φαίνεται μια προσπάθεια επαφής και με άλλα ζητήματα όπως κοινωνικά κινήματα, πολιτικά δικαιώματα.

Από τους υπόλοιπους βουλευτές τους ΣΥΡΙΖΑ που χρησιμοποιούν το twitter υπάρχει μια περιστασιακή χρήση, συνήθως με αναρτήσεις ομιλιών του προέδρου του κόμματος και κάποιες δράσεις που αφορούν την εκάστοτε εκλογική περιφέρεια.

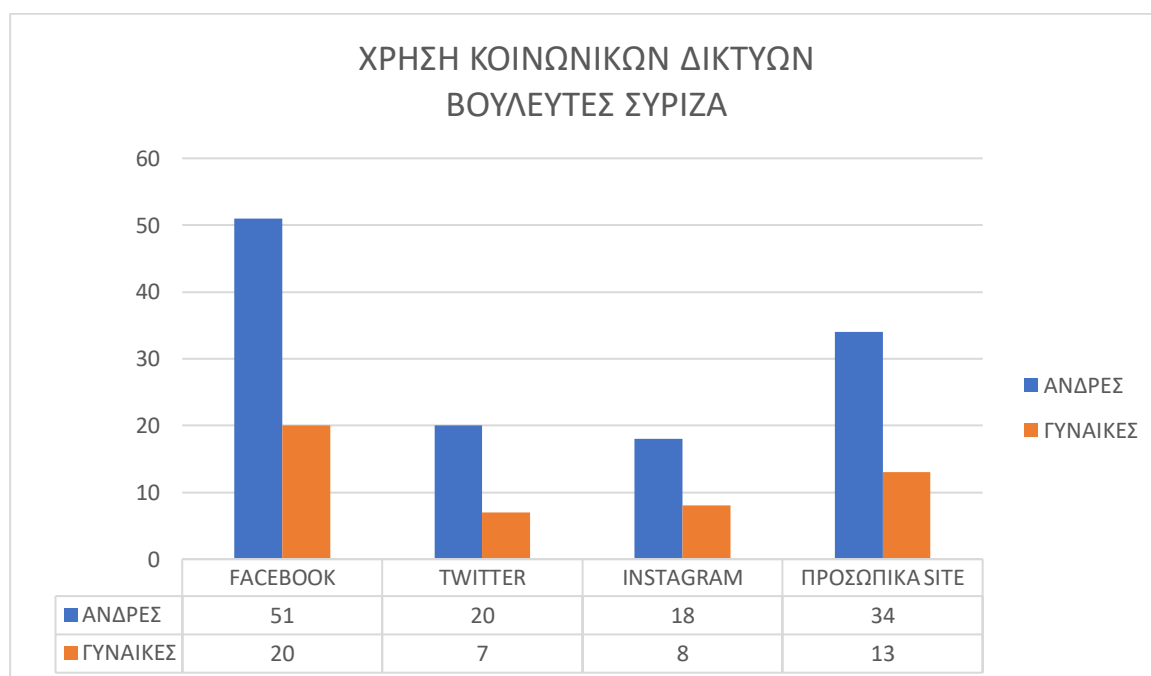
Το twitter ενώ αρχικά είχε βοηθήσει στην εκλογική άνοδο του ΣΥΡΙΖΑ και στην προώθηση των θέσεων του κόμματος τώρα φαίνεται να μην είναι στις προτιμήσεις των βουλευτών του αυτήν την περίοδο και την θέση του να έχει πάρει το Facebook ή οι προσωπικές ιστοσελίδες.

Το Instagram είναι το τρίτο μέσο που χρησιμοποιούν οι βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ. Από την έρευνά μας διαπιστώσαμε πως ενεργούς λογαριασμούς διαθέτει το 30,2% των

βουλευτών του ΣΥΡΙΖΑ, με την χρήση του να είναι σχεδόν όμοια ανάμεσα στους άνδρες και στις γυναίκες βουλευτές του κόμματος(29%). Πρώτος σε ακολούθους μεταξύ των βουλευτών του ΣΥΡΙΖΑ έρχεται ο βουλευτής Δωδεκανήσου κ. Νεκτάριος Σαντορινιός, που διαθέτει από τους πιο καλοφτιαγμένους λογαριασμούς στο Instagram, στην δεύτερη θέση από πλευράς ακολούθων έρχεται η βουλευτής Επικρατείας κ. Έφη Αχτσιόγλου με 21.700 ακολούθους, διαθέτοντας μια πολύ ωραία σελίδα που αναδεικνύει την προσωπικότητά της και έπεται ο κ. Νίκος Παππάς με 10.200 ακολούθους, που από ότι φαίνεται κρατάει τα σκήπτρα του επικοινωνιακού επιτελείου του κόμματος.

Οι υπόλοιποι βουλευτές που διαθέτουν λογαριασμούς στο Instagram δεν έχουν κάτι αξιόλογο να παρουσιάσουν και χρησιμοποιούν το συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο μάλλον διεκπεραιωτικά και περισσότερο για προσωπική χρήση παρά για βελτίωση και προώθηση επικοινωνιακή.

Αναφέραμε πιο πάνω ότι το Instagram είναι ένα κοινωνικό δίκτυο πιο νεανικό που ζητά από τους χρήστες του να «τσαλακωθούν» και να ξεφύγουν από τη τυπική πολιτική εμφάνιση. Απ' ότι φαίνεται λίγοι είναι αυτοί και στα 2 μεγάλα κόμματα που μπορούν ακολουθήσουν τις επιταγές του συγκεκριμένου κοινωνικού δικτύου.



Όπως και στη Νέα Δημοκρατία έτσι και στον ΣΥΡΙΖΑ εξέχουσα θέση στην ψηφιακή πολιτική των βουλευτών κατέχουν οι ψηφιακές ιστοσελίδες που πέρα από τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν μια ιδιαίτερη επιλογή για τους βουλευτές της αξιωματικής αντιπολίτευσης. Από τους βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ το 54,6% διαθέτει προσωπικές ιστοσελίδες με τις αναλογίες μεταξύ των ανδρών και των γυναικών βουλευτών του κόμματος, να είναι περίπου ίση, 54,8% για τους άνδρες και 54,1% για τις γυναίκες. Η επιλογή της δημιουργίας ενός προσωπικού site φαίνεται ιδιαίτερα ελκυστική για βουλευτές που δεν διαθέτουν λογαριασμούς στα κοινωνικά δίκτυα ή σαν απαραίτητο συμπλήρωμα της παρουσίας τους στο διαδίκτυο μετά τα κοινωνικά δίκτυα. Βέβαια στις προσωπικές ιστοσελίδες των βουλευτών εκτός από την προβολή της κοινοβουλευτικής και πολιτικής δραστηριότητας του εκάστοτε βουλευτή υπάρχει μια έντονη τάση προβολής του προέδρου του κόμματος κ. Αλέξη Τσίπρα καθώς για το κόμμα του θεωρείται το καλύτερο επικοινωνιακό πλεονέκτημα και ένα στοιχείο που συντέλεσε στην εκλογική άνοδο του κόμματος ήταν τα προηγούμενα χρόνια ο αρχηγός του με τις επικοινωνιακές του ικανότητες. Τα πλέον ενημερωμένα και κομψά προσωπικά sites βουλευτών του ΣΥΡΙΖΑ είναι των βουλευτών κ. Δραγασάκη, κ. Κατρούγκαλου και κ. Σωκράτη Φάμελλου, είναι τα πιο πλήρη, έχουν αρκετές βιογραφικές πληροφορίες και ενημερώνονται άμεσα και συνεχώς για την δραστηριότητα των βουλευτών στο πλαίσιο της κοινοβουλευτικής τους δραστηριότητας. Υπάρχουν και πολλές ιστοσελίδες βουλευτών οι οποίες χρησιμοποιούνται μόνο για τη προεκλογική δραστηριότητα των βουλευτών ή για να ανάρτηση και μόνο παρεμβάσεων ή ομιλιών σχετικά με θέματα της αρμοδιότητάς τους ή της εκλογικής τους περιφέρειας με βασική πηγή τα κομματικά έντυπα ή ιστοσελίδες φιλικά προσκείμενες προς το κόμμα της αξιωματικής αντιπολίτευσης.

Κίνημα Αλλαγής(KINAA)

Είναι το τρίτο σε κοινοβουλευτική δύναμη πολιτικό κόμμα στην ελληνική Βουλή. Πρόκειται για συνασπισμό κομμάτων, στον οποίο συμμετέχουν, μεταξύ άλλων, το ΠΑΣΟΚ και το Κίνημα Δημοκρατών Σοσιαλιστών και ιδρύθηκε το Μάρτιο του 2018. Προσδιορίζεται ιδεολογικά στο χώρο του προοδευτικού Κέντρου, της ανανεωτικής αριστεράς και της πολιτικής οικολογίας³³. Στην ουσία πρόκειται για ένα συμμαχικό σχήμα που προέκυψε από την εκλογική αποσάθρωση του χώρου μετά τις εκλογές του 2012 και την εκλογική επικράτηση του ΣΥΡΙΖΑ.

Η βασική συνιστώσα του ΚΙΝΑΑ, το ΠΑΣΟΚ, ήταν από τα πρώτα ελληνικά πολιτικά κόμματα που χρησιμοποίησαν τις δυνατότητες του διαδικτύου για την προβολή του κόμματος και γενικά ενθάρρυνε τα μέλη, τους φίλους και οπαδούς του κόμματος να τα χρησιμοποιούν όχι μόνο προεκλογικά αλλά και σε όλο το φάσμα της πολιτικής τους δραστηριότητας³⁴. Ιδιαίτερα την εποχή που ήταν το κυρίαρχο κόμμα στην πολιτική σκηνή είχε αναπτύξει ιστοσελίδες και λογαριασμούς σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αποτελούσαν το βασικό μέσο επικοινωνίας με τον κόσμο στις εκλογικές αναμετρήσεις.

Στην τελευταία εκλογική αναμέτρηση το ΚΙΝΑΑ εξέλεξε 22 βουλευτές. Το πρώτο σε χρήση κοινωνικό δίκτυο είναι το Facebook, σε ποσοστό 95,4%, το οποίο είναι ιδιαίτερα δημοφιλές σε όλη την κοινοβουλευτική ομάδα του κόμματος. Από τους άνδρες βουλευτές το χρησιμοποιεί το 94,4% ενώ όλες οι γυναίκες βουλευτές του κόμματος διαθέτουν ενεργό λογαριασμό στο Facebook(100%).

Αν εξαιρέσουμε την πρόεδρο του Κινήματος κ. Φώφη Γεννηματά, που και η ίδια είναι ιδιαίτερα ενεργή στα social media, πρώτος σε ακολούθους είναι ο βουλευτής Β1 Βόρειου τομέα Αθηνών κ. Ανδρέας Λοβέρδος με 17.855 ακολούθους και δεύτερος

³³ <https://kinimaallagis.gr/diakiryksi/>

³⁴ Έλληνες πολιτικοί και κόμματα στο ίντερνετ - Techblog<https://techblog.gr> › Internet
31 Μαρ 2009

είναι ο βουλευτής Ηλείας κ. Μιχάλης Κατρίνης με 14.000 ακολούθους. Τρίτος σε ακολούθους είναι ο βουλευτής Ηρακλείου κ. Βασίλης Κεγκέρογλου.

Παρά την έφεση που υπάρχει από το ΚΙΝΑΛ στην χρήση των κοινωνικών δικτύων φαίνεται πως και εδώ συνεχίζεται η διάκριση μεταξύ προβεβλημένων και μη βουλευτών, αφού οι 3 πρώτοι σε ακολούθους βουλευτές είναι από τα πιο γνωστά και αναγνωρίσιμα πρόσωπα του ΚΙΝΑΛ, οι αναρτήσεις τους καλύπτουν όλο το εύρος της δραστηριότητάς τους ενώ είναι χαρακτηριστικό ότι στις προσωπικές τους σελίδες ελάχιστα γίνεται αναφορά στην ηγεσία του ΚΙΝΑΛ και φαίνεται να υπάρχει μια έντονη προσωποποίηση των αναρτήσεων. Παρά την παρουσία σχεδόν όλης της κοινοβουλευτικής ομάδας του ΚΙΝΑΛ στο Facebook, οι ακόλουθοι σχεδόν σε όλους τους βουλευτές είναι κάτω από 5.000, γεγονός που αντανακλά και την επιρροή του κόμματος στην κοινωνία, ενώ πολλά στελέχη του κόμματος που έχουν δημοφιλείς λογαριασμούς στο Facebook δεν έχουν εκλεγεί στην Βουλή για την τρέχουσα περίοδο.

Το twitter, αν και μικρότερο βαθμό, είναι ιδιαίτερα προσφιλές μεταξύ των βουλευτών του ΚΙΝΑΛ που το χρησιμοποιούν σε ποσοστό 59%, με τους γυναίκες βουλευτές να διαθέτουν περισσότερους λογαριασμούς σε ποσοστό 75% και τους άνδρες βουλευτές να το χρησιμοποιούν κατά 55,5%.

Στο twitter φαίνεται ότι οι βουλευτές του ΚΙΝΑΛ πετυχαίνουν καλύτερο βαθμό ακολουθησιμότητας, αν και παραμένει η διάσταση μεταξύ προβεβλημένων βουλευτών και μη, αν και θα πρέπει να λάβουμε υπόψιν τον μικρό αριθμό βουλευτών που κατάφερε να εκλέξει το ΚΙΝΑΛ στις τελευταίες εκλογές. Πρώτος ακολούθους είναι ο βουλευτής κ. Ανδρέας Λοβέρδος με 62.600 και έπεται ο πρώην δήμαρχος Αθηναίων και βουλευτής Επικρατείας κ. Γιώργος Καμίνης με 27.200 ακολούθους, τρίτος έρχεται σε ακολούθους ο βουλευτής Αρκαδίας και υποψήφιος για την αρχηγία του ΚΙΝΑΛ στις εσωκομματικές εκλογές κ. Οδυσσέας Κωνσταντινόπουλος με 13.700. Και οι υπόλοιποι βουλευτές και των 2 φύλων έχουν αρκετά υψηλό αριθμό ακολούθων που υπερβαίνει κατά πολύ τους αντίστοιχους ακολούθους τους στο Facebook. Η αμεσότητα που έχει ως κοινωνικό δίκτυο, καθώς και το γεγονός ότι είναι ένα δίκτυο που χρησιμοποιείται από νεαρές ηλικίες δίνουν μεγαλύτερη ευκολία στην παρακολούθησή του από τους βουλευτές. Για αυτό σχεδόν όλοι όσοι έχουν

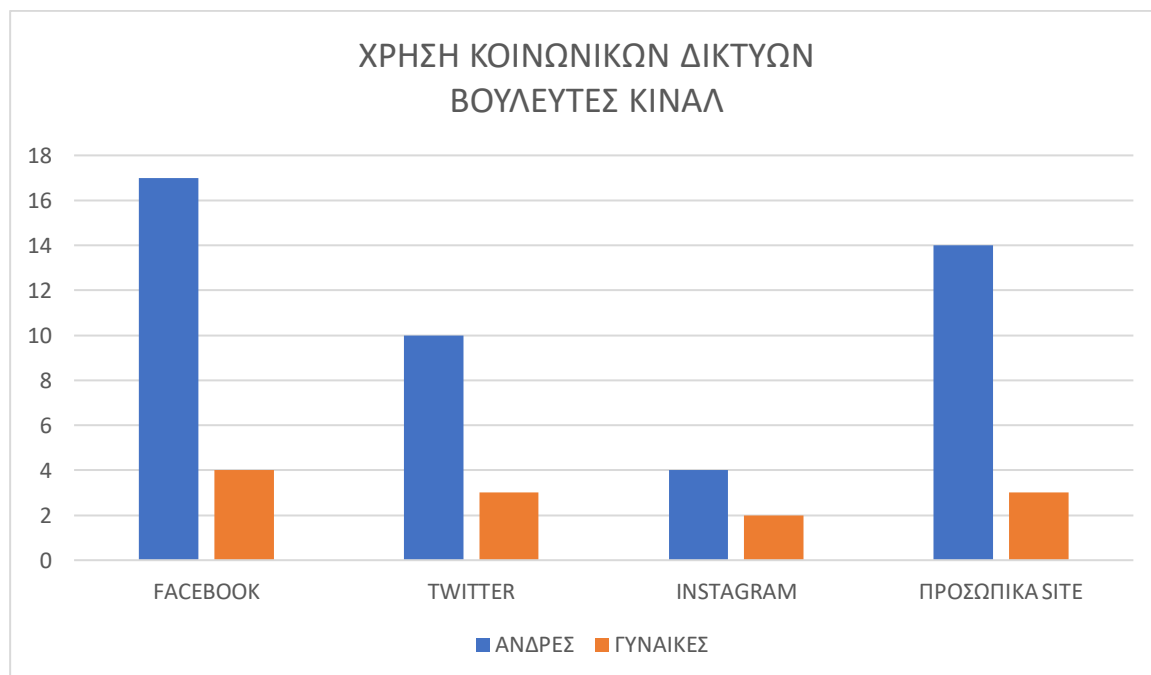
λογαριασμό το χρησιμοποιούν συχνά για να έρθουν σε επαφή με τους φίλους και οπαδούς τους.

Στο Instagram χαμηλή είναι η συμμετοχή των βουλευτών του ΚΙΝΑΛ, συνολικά το 59% των βουλευτών διαθέτει ενεργούς λογαριασμούς. Οι γυναίκες βουλευτές έχουν μεγαλύτερη συμμετοχή με 50% ενώ οι άνδρες βουλευτές κατά 22,2 %. Βέβαια, παρά την αναλογικά μεγαλύτερη συμμετοχή στο Instagram από τους βουλευτές του ΚΙΝΑΛ, σε σχέση με τα υπόλοιπα κόμματα, δεν φαίνεται να έχει αξιοποιηθεί σε μεγάλη έκταση και το ενδιαφέρον για την χρήση του παραμένει μικρό, με τους χρήστες να μην δείχνουν και ιδιαίτερα ενδιαφέρον. Χαρακτηριστικό είναι πως από τους βουλευτές που διαθέτουν ενεργό λογαριασμό μόνο η πρόεδρος κ. Φώφη Γεννηματά ξεπερνά τους 10.000 ακολούθους (10.100) ενώ από τα υπόλοιπα μέλη ο κ. Λοβέρδος έχει 6.754 και ο βουλευτής Ηλείας έπεται με 3.412 ακολούθους. Οι υπόλοιποι βουλευτές, άνδρες και γυναίκες, που διαθέτουν ενεργό λογαριασμό βρίσκονται, με ελάχιστες εξαιρέσεις, κάτω από 2000 ακολούθους ή και με ελάχιστους. Το Instagram, ως ένα μέσο περισσότερο προσωποκεντρικό και νεανικό, δεν έχει ακόμη βρει τη θέση του στην πολιτική επικοινωνία των Ελλήνων βουλευτών.

Οι βουλευτές του ΚΙΝΑΛ εμπιστεύονται περισσότερο την προβολή τους, εκτός του Facebook, στις προσωπικές τους ιστοσελίδες, με 77,2% στο σύνολο των βουλευτών να διαθέτει, με την πρωτοκαθεδρία να έχουν οι άνδρες βουλευτές με 77,7% ενώ από τις γυναίκες βουλευτές το 13,6% να διαθέτει προσωπική ιστοσελίδα. Τα προσωπικά site των βουλευτών εστιάζουν στην προσωπικότητα και την προσωπική διαδρομή του κάθε βουλευτή, με αναφορές στην πολιτική του δραστηριότητα ιδιαίτερα τις εκλογικής του περιφέρειας, με τις γυναίκες βουλευτές να δίνουν έναν πιο ήπιο τόνο αλλά και με αναφορές στο προηγούμενο κυβερνητικό παρελθόν του Κινήματος.

Παρά την διάθεση των βουλευτών του ΚΙΝΑΛ να έχουν επαφή με τα κοινωνικά δίκτυα και γενικά με τα νέα μέσα τεχνολογίας, η σημερινή κοινοβουλευτική του ομάδα, δείχνει μια επαμφοτερίζουσα στάση απέναντί τους. Οι βουλευτές των εκλογικών περιφερειών της Αττικής μαζί με ορισμένους που έχουν προβολή από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης έχουν συχνή παρουσία, ενώ νέοι βουλευτές από επαρχιακές περιφέρειες, προσπαθούν να κρατούν μια επαφή με σκαμπανεβάσματα, αναλόγως με τις πολιτικές εξελίξεις και δείχνουν να μην τους ενδιαφέρει και τόσο η

προβολή τους από τα νέα μέσα αλλά να εμπιστεύονται τους παραδοσιακού τρόπους πολιτικής επικοινωνίας.



Κομμουνιστικό Κόμμα Ελλάδας(ΚΚΕ)

Είναι το αρχαιότερο πολιτικό κόμμα στην σημερινή Βουλή. Ιδρύθηκε το 1918 ως ΣΕΚΕ και το 1924 μετονομάστηκε σε ΚΚΕ. Στην σημερινή κοινοβουλευτική περίοδο διαθέτει 15 βουλευτές. Το κόμμα διαθέτει επίσημες ιστοσελίδες στο ίντερνετ για την προβολή των θέσεων και της ιδεολογίας του, δεν διαθέτουν όμως οι βουλευτές του προσωπικές ιστοσελίδες ή προσωπικούς λογαριασμούς στα κοινωνικά δίκτυα. Υπάρχουν βέβαια σελίδες και λογαριασμοί στα social media των παρατάξεων και συσπειρώσεων που υποστηρίζονται από το ΚΚΕ αλλά όχι σε προσωπικό επίπεδο, επίσης στα επίσημα στοιχεία της Βουλής το ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο είναι το γενικό mail του κόμματος, δεν υπάρχει ατομικό. Επίσης στο Facebook και στο Instagram δεν εντοπίσαμε επίσημους λογαριασμούς του ΚΚΕ παρά μόνο σελίδες υποστηρικτών ή οπαδών του κόμματος που όμως δεν εκφράζουν επίσημα το ΚΚΕ ούτε ελέγχονται από το ίδιο. Στο μόνο κοινωνικό δίκτυο που εντοπίζεται επίσημος λογαριασμός του Γραφείου Τύπου της Κεντρικής Επιτροπής του ΚΚΕ είναι το

twitter³⁵. Επίσης υπάρχουν αρκετοί λογαριασμοί που υποστηρίζουν κατά τόπους υποψηφίους ή βουλευτές του ΚΚΕ(π.χ. Λιάνα Κανέλλη), χωρίς όμως να δεσμεύονται από το ΚΚΕ.

Η επίσημη θέση του ΚΚΕ³⁶ για τα κοινωνικά δίκτυα και την ψηφιακή πολιτική των μελών και των βουλευτών είναι πως είναι πως τα κοινωνικά δίκτυα παραβιάζουν τα προσωπικά δεδομένα των πολιτών και χρησιμοποιούνται από άλλες δυνάμεις για άλλους σκοπούς από αυτούς που διαδίδουν. Επισημαίνεται βέβαια στις θέσεις του Κόμματος η ανάγκη αναβάθμισης της παρουσίας του ΚΚΕ στα κοινωνικά δίκτυα, προκρίνεται, όμως, για καλύτερο έλεγχο της παρέμβασης η συλλογική³⁷ κι όχι η ατομική των μέσων για την προστασία των προσωπικών δεδομένων αλλά και για την περιφρούρηση του Κόμματος από τυχόν κακόβουλες ενέργειες. Για αυτό δεν υπάρχουν στοιχεία για την αυτοτελή παρέμβαση των βουλευτών του ΚΚΕ στο διαδίκτυο.

Στο πλαίσιο αυτό έχει αξιοποιηθεί ιδιαίτερα ο λογαριασμός του κόμματος στο twitter, που είναι ιδιαίτερα φροντισμένος, έχει συνεχή ανανέωση των αναρτήσεών του, με τις ομιλίες, τις παρεμβάσεις του γραμματέα και τις ομιλίες των βουλευτών στην Βουλή και αλλού, ενώ υπάρχουν λογαριασμοί του Γραφείου τύπου στο Twitter και άλλες γλώσσες, για την ενημέρωση μεταναστών που ζουν στην Ελλάδα, στα αραβικά, ινδικά και πακιστανικά. Οι συνολικοί ακόλουθοι του επίσημου λογαριασμού είναι 6.971. Τέλος υπάρχει κανάλι στο YouTube και του ΚΚΕ και της ΚΝΕ όπου ανεβαίνουν συνεχώς βίντεο από την πολιτική παρέμβαση και την δραστηριότητα του κόμματος εντός και εντός βουλή, με απενεργοποιημένα όμως σχόλια.

Ελληνική Λύση

³⁵ @gt_kke

Επίσημος λογαριασμός του Γραφείου Τύπου της Κεντρικής Επιτροπής του Κομμουνιστικού Κόμματος Ελλάδας

³⁶ Το ΚΚΕ, το διαδίκτυο και οι παραδοχές των μυστικών ...<https://www.rizospastis.gr> > story

23 Ιουν 2013

³⁷ Τι εννοούμε «συλλογική και όχι ατομική χρήση των μέσων ...<https://www.rizospastis.gr> > story

7 Νοε 2018

Το κόμμα «Ελληνική Λύση», κατά την τρέχουσα κοινοβουλευτική περίοδο, είναι το πέμπτο σε κοινοβουλευτική δύναμη κόμμα της Ελληνικής Βουλής με 10 βουλευτές. Είναι δεξιό ή κατά άλλους ακροδεξιό εθνικιστικό και ξενοφοβικό κόμμα. Το ίδιο προσδιορίζεται ως πατριωτικό συντηρητικό κόμμα, ο πραγματικός εκφραστής της ελληνικής Δεξιάς. Η εκλογική του πορεία ταυτίζεται με την προσωπική δημοφιλία του αρχηγού του Κυριάκου Βελόπουλου, πρώην βουλευτή με το ΛΑΟΣ του Γιώργου Καρατζαφέρη. Ο αρχηγός του κόμματος είναι δημοσιογράφος και παρουσιαστής εκπομπών τηλεπωλήσεων που μεταδίδονται σε περιφερειακά κανάλια ανά την επικράτεια. Το κόμμα και ο αρχηγός του βρίσκονται συχνά στο επίκεντρο της δημοσιότητας λόγω των ακραίων θέσεων και της ιδιοσυγκρασίας του λόγω των συνωμοσιολογικών απόψεων που εκφράζει μέσα από τις εκπομπές του³⁸.

Το κόμμα έχει παρουσία στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κυρίως μέσω του αρχηγού του. Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν με το κόμμα αυτό το 80% διαθέτει σελίδα στο Facebook, με τις γυναίκες βουλευτές να κάνουν χρήση σε ποσοστό 66,6% και τους άνδρες να το χρησιμοποιούν κατά 57,1%.

Στα άλλα 2 κοινωνικά δίκτυα, twitter και Instagram, δεν βρέθηκε να υπάρχει ενεργός λογαριασμός βουλευτή του κόμματος, ενώ ένας βουλευτής διαθέτει προσωπική ιστοσελίδα και είναι ο αρχηγός του κόμματος κ. Κυριάκος Βελόπουλος.

Ο αρχηγοκεντρικός χαρακτήρας του κόμματος και η εξάρτηση της εκλογικής επιρροής του αρχηγού είναι εμφανής και στις σελίδες στο Facebook. Ο πρόεδρος του κόμματος κ. Κυριάκος Βελόπουλος συγκεντρώνει του περισσότερους ακολούθους(62.832) και δεύτερος είναι ο βουλευτής Β' Θεσσαλονίκης κ. Κωνσταντίνος Χήτας με 49.189 ακολούθους και τρίτος είναι ο βουλευτής Επικρατείας κ. Βασίλειος Βιλιάρδος με 12.468, πολλοί από τους οποίους τον ακολουθούν και λόγω της επαγγελματικής και επιστημονικής δραστηριότητάς του.

Το κυρίαρχο στοιχείο σε όλους τους προσωπικούς λογαριασμούς των βουλευτών του κόμματος στο Facebook είναι ο εθνικιστικός και ξενοφοβικός λόγος με έντονη επίκληση στο συναίσθημα και στην προσωπικότητα του προέδρου του κόμματος,

³⁸ Εκλογές 2019 - Βελόπουλος: Από τις αλοιφές του Αγίου Όρους στα έδρανα του Ευρωκοινοβουλίου (vids)ΠΟΛΙΤΙΚΗ
27.05.2019

στην ακτινοβολία του οποίου, και στις επικοινωνιακές του δεξιότητες στηρίζεται η εκλογική επιρροή του κόμματος «Ελληνική Λύση».

Όπως αναφέραμε δεν εντοπίστηκαν προσωπικοί λογαριασμοί των βουλευτών της «Ελληνικής Λύσης» στα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα. Επίσης ο πρόεδρος του κόμματος είναι ο μόνος που διαθέτει προσωπική ιστοσελίδα, η οποία λειτουργεί περισσότερο για την προβολή των επαγγελματικών δραστηριοτήτων του, όπως οι εκπομπές του στα διάφορα περιφερειακά κανάλια, και συμπληρωματικά ως προς την επίσημη ιστοσελίδα του κόμματος, όπου κυριαρχεί η ανάδειξη της προσωπικότητάς του και των προσωπικών του δραστηριοτήτων.

ΜΕΡΑ25

Το Μέτωπο Ευρωπαϊκής Ρεαλιστικής Ανυπακοής(ΜΕΡΑ25) είναι ένα αριστερό πολιτικό κόμμα που ιδρύθηκε το 2018 από τον πρώην υπουργό Οικονομικών της κυβέρνησης ΣΥΡΙΖΑ και καθηγητή Οικονομίας κ. Γιάννη Βαρουφάκη και εκπροσωπείται στην τρέχουσα κοινοβουλευτική περίοδο από 9 βουλευτές. Ιδεολογικά τοποθετείται στον χώρο της ευρωπαϊκής αριστεράς και του πατριωτικού μετώπου και συνδέεται με τον ευρωπαϊκό DIEM25, ένα δίκτυο αριστερών ευρωσκεπτικιστικών κομμάτων. Η εκλογική του επιρροή βασίζεται στην προσωπική δημοφιλία του κ. Γιάννη Βαρουφάκη, που από κεντρικό στέλεχος του ΣΥΡΙΖΑ, μετά τα γεγονότα του καλοκαιριού του 2015, εξελίχθηκε σε σφοδρό επικριτή της πολιτικής του ΣΥΡΙΖΑ και των μνημονιακών, όπως υποστηρίζει, δυνάμεων. Η παρουσία του στην πολιτική σκηνή και η εκλογική του επιρροή στηρίχθηκε εξαρχής στη χρήση των κοινωνικών

δικτύων ως μέσου επικοινωνίας με τον κόσμο, κυρίως μέσω των προσωπικών λογαριασμών του προέδρου του κ. Γιάνη Βαρουφάκη.

Από τους βουλευτές του ΜΕΡΑ25 το 88,8% διαθέτει προσωπικό λογαριασμό στο Facebook, με τις γυναίκες βουλευτές να το χρησιμοποιούν καθολικά(100%) ενώ από τους άνδρες βουλευτές κάνει χρήση το 75%.

Ο κ. Βαρουφάκης συγκεντρώνει τους περισσότερους ακολούθους από τους υπόλοιπους βουλευτές με 56.400 ακολούθους. Ακολουθούν σε δημοφιλία βουλευτές του κόμματος που προηγούμενα είχαν πολιτευτεί με άλλα πολιτικά κόμματα και έχουν δική τους προσωπική επιρροή, όπως η βουλευτής Β3 Νότιου τομέα Αθηνών κ. Σοφία Σακοράφα με 13.078 ακολούθους στην σελίδα του και ο βουλευτής Β2 Δυτικού τομέα Αθηνών κ. Κρίτων Αρσένης με 8.507 ακολούθους. Οι υπόλοιποι βουλευτές δεν έχουν κάποια ιδιαίτερη δημοφιλία και στηρίζουν την παρουσία τους κυρίως με την προσωπικότητα του αρχηγού του κόμματος.

Παρότι, ως προσωποκεντρικό κόμμα, θα περίμενε κανείς προβολή του αρχηγού στις σελίδες των βουλευτών, υπάρχει μια προσπάθεια εξατομικευμένης προβολής του κάθε βουλευτή και ανάδειξης της προσωπικότητας και δραστηριότητάς του, ξεχωριστά από τον πρόεδρο του κόμματος και της καλλιέργειας μιας ξεχωριστής ταυτότητας από κάθε βουλευτή που δεν εξαρτάται από την προσωπικότητα του προέδρου κ. Βαρουφάκη. Αυτό συμβαίνει επειδή οι περισσότεροι βουλευτές του κόμματος, έχουν πολιτευθεί τα προηγούμενα χρόνια με άλλα πολιτικά κόμματα της ελληνικής πολιτικής σκηνής, που και εκεί διατηρούσαν την δική τους ξεχωριστή ιδεολογική ταυτότητα, χωρίς κατ' ανάγκη ταύτιση με τις επιλογές του αρχηγού του κόμματος.

Το ΜΕΡΑ25 από την ίδρυσή του, έχει αναδείξει την ανάγκη ξεπεράσματος του αρχηγικού κομματικού μοντέλου, το οποίο έχει απορρίψει ο ίδιος ο πρόεδρος του κόμματος, και δημιουργίας ενός ευρύτερου κόμματος που δεν θα ακολουθεί της αγκυλώσεις της αριστεράς. Αυτό το μοντέλο βλέπουμε να ακολουθείται και σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα των βουλευτών αλλά και κεντρικά του κόμματος.

Στο twitter τέσσερις βουλευτές διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό, 2 γυναίκες βουλευτές και 2 άνδρες βουλευτές. Στο twitter δεν φαίνεται να υπάρχει η ίδια δημοφιλία με το Facebook, καθώς ο πρόεδρος του κόμματος κ. Βαρουφάκης συγκεντρώνει μόλις 353 ακολούθους ενώ η κ. Σακοράφα φτάνει στους 17.200

ακολούθους. Εδώ φαίνεται η δημοφιλία που εκδηλώνεται σε ορισμένα πρόσωπα του κόμματος από οπαδούς άλλων κομμάτων και το γεγονός πως η κ. Σακοράφα έχει μαζί της κόσμο που την ακολουθεί ανεξαρτήτως κομματικής προέλευσης.

Ισχνή είναι η παρουσία του κόμματος στο Instagram όπου υπάρχουν 3 λογαριασμοί βουλευτών, 2 γυναικών και ενός άνδρα βουλευτή, όπου πάλι η κ. Σακοράφα έχει 1391 ακολούθους και ο κ. Κρίτων Αρσένης, από τους άνδρες βουλευτές, με 1561 είναι πρώτος σε ακολούθους ανάμεσα σε όλους. Ο κ. Βαρουφάκης δεν διαθέτει προσωπικό λογαριασμό στο Instagram.

Οι βουλευτές του ΜΕΡΑ25, τα πάνε καλύτερα στις ιστοσελίδες, όπου 44,4% των βουλευτών διαθέτει, με τους άνδρες βουλευτές σε μεγαλύτερο ποσοστό(75%) και τις γυναίκες σε πολύ μικρότερο(11,1%).

Στις προσωπικές ιστοσελίδες, παρατηρούμε και εδώ την προσπάθεια να δώσει ο κάθε βουλευτής το προσωπικό στίγμα της παρουσίας του, χωρίς να προβάλλεται ιδιαίτερα ο αρχηγός, αλλά οι προσωπικοί αγώνες ή ο τομέας στον οποίο έχει διακριθεί ο κάθε βουλευτής μέσα από την πολιτική ή κοινοβουλευτική του δραστηριότητα. Έτσι δύναται η εντύπωση ενός κόμματος, που παρότι εμφανίζεται ως αριστερό είναι ανοιχτό στην κοινωνία και στις νέες πολιτικές ιδέες και κινήματα.

Αφού αναλύσαμε τη χρήση των κοινωνικών δικτύων ανά πολιτικό κόμμα θα προχωρήσουμε και σε μια ανάλυση της χρήσης των social media ανά τις εκλογικές περιφέρειες για να δούμε μέσα από εκεί πως γίνεται η χρήση των κοινωνικών δικτύων κι αν βοηθά τους βουλευτές στην πολιτική τους δραστηριότητα.

3.3 Εκλογικές Περιφέρειες

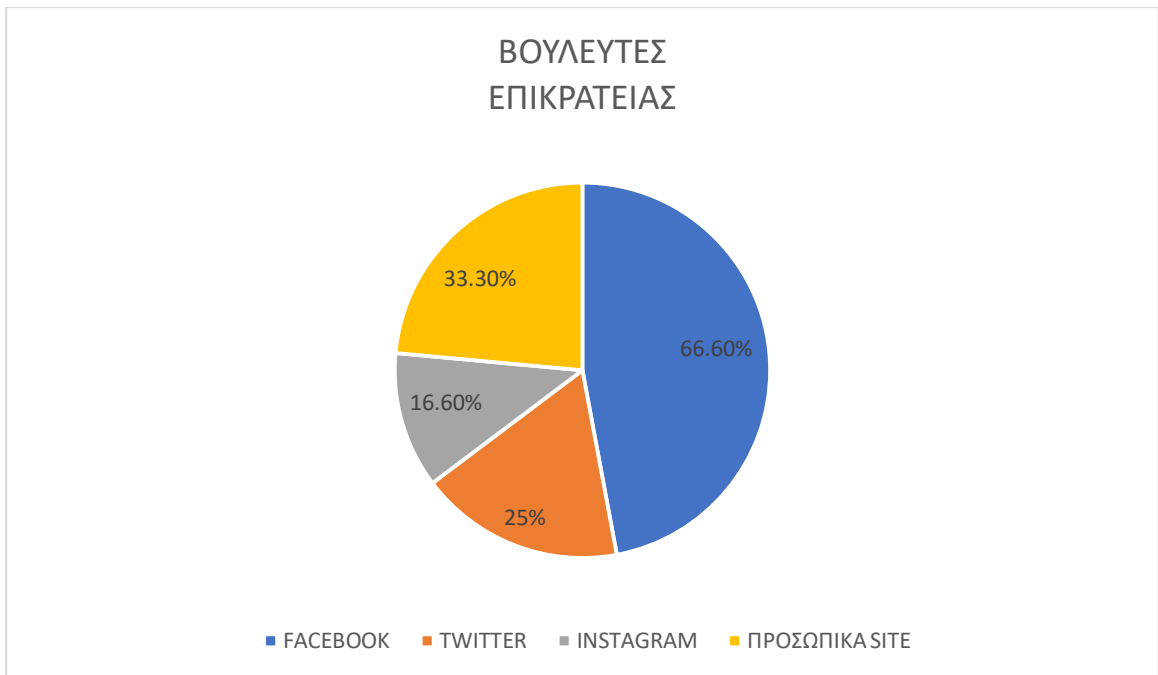
Από τους 300 βουλευτές της Βουλής των Ελλήνων οι 288 εκλέγονται σε εκλογικές περιφέρειες, εκτός από τους 12 βουλευτές Επικρατείας, οι οποίοι εκλέγονται από λίστα των κομμάτων με βάση την συνολική εκλογική επίδοση του κόμματος στην Επικράτεια. Κάθε νομός της χώρας αντιστοιχεί σε μία εκλογική περιφέρεια εκτός από την Αττική, που διαιρείται σε 8 εκλογικές περιφέρειες κι την Θεσσαλονίκη, η οποία διαιρείται σε 2 εκλογικές περιφέρειες.

Επικρατείας

Με το ψηφοδέλτιο Επικρατείας εκλέγονται 12 βουλευτές στην Ελληνική Βουλή. Εκλέγονται με βάση κομματική λίστα και δεν χρειάζονται σταυρό προτίμησης για την εκλογή τους αλλά εκλέγονται με βάση την εκλογική επίδοση του κόμματος στην Επικράτεια. Συνήθως εδώ τοποθετούνται πρωτοκλασάτα στελέχη των κομμάτων που δίνουν την εικόνα του κόμματος, καθώς και προσωπικότητες από χώρους εκτός πολιτικής κυρίως από τον πανεπιστημιακό χώρο ή τεχνοκράτες ή πρόσωπα των τεχνών και του πολιτισμού που με την παρουσία τους ενισχύουν την εικόνα των κομμάτων.

Από τους 12 βουλευτές που εκλέχθηκαν στις εκλογές της 7^{ης} Ιουλίου 8 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, 3 έχουν λογαριασμό στο Twitter, 2 έχουν λογαριασμό στο Instagram, ενώ 4 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο.

Πιο δημοφιλής βουλευτής και πιο ενεργή στο Facebook είναι η πρώην υπουργός Εργασίας του ΣΥΡΙΖΑ κ. Έφη Αχτσιόγλου με 48.046 ακολούθους και έπεται σε δημοφιλία ο πρώην δήμαρχος Αθηναίων κ. Γιώργος Καμίνης με 16.000 ακολούθους. Ο κ. Καμίνης και η κ. Αχτσιόγλου είναι εξίσου δημοφιλείς και δραστήριοι και στα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα με μεγάλο αριθμό ακολούθων και συνεχή δραστηριότητα. Οι υπόλοιποι βουλευτές Επικρατείας χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα περιστασιακά και για προσωπική χρήση κυρίως.

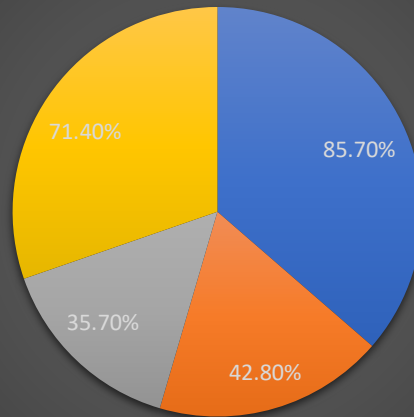


Α' Αθηνών

Η πρώτη εκλογική περιφέρεια της Αθήνας συμπίπτει με το Δήμο Αθηναίων και εκλέγονται 14 βουλευτές, απ' τους οποίους οι 12 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, 6 λογαριασμό στο Twitter και 5 σελίδα στο Instagram. Από τους 14 βουλευτές οι 10 διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα.

Πιο δημοφιλής σε ακολούθους είναι η σελίδα του Υπουργού Υγείας κ. Βασίλη Κικίλια με 112.626 ακολούθους και έπεται η βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Όλγα Κεφαλογιάννη με 78.610 ακολούθους. Από τους βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ πρώτος σε ακολούθους βουλευτής είναι ο πρώην κυβερνητικός εκπρόσωπος κ. Δημήτρης Τζανακόπουλος και έπεται ο βουλευτής και πολιτικός αναλυτής του κόμματος κ. Χριστόφορος Βερναδάκης με 11.455 ακολούθους. Η Α' Αθηνών συγκεντρώνει τον κύριο όγκο των προβεβλημένων βουλευτών των κομμάτων για αυτό και υπάρχει μια έντονη χρήση των κοινωνικών δικτύων από μέρος των βουλευτών που εκλέγονται και λόγω του μεγάλου πληθυσμού που έχει, η προσφυγή στην επικοινωνία μέσω των κοινωνικών δικτύων είναι αναγκαία για την εκλογική τους επιβίωση.

ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ Α' ΑΘΗΝΑΣ



■ FACEBOOK ■ TWITTER ■ INSTAGRAM ■ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ SITE

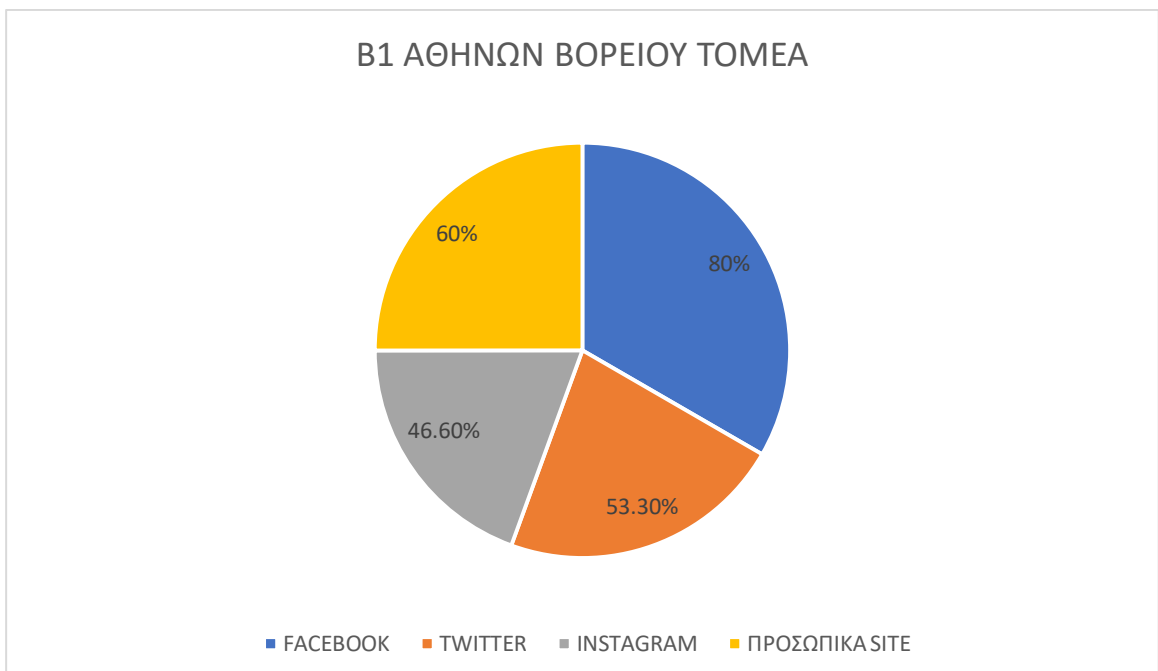
B1 Βόρειου τομέα Αθηνών

Η περιφέρεια αποτελεί μία από τρεις εκλογικές περιφέρειες που διαιρέθηκε η παλιά Β' εκλογική περιφέρεια Αθηνών, που μέχρι πρότινος αποτελούσε την μεγαλύτερη εκλογική περιφέρεια της χώρας τόσο σε αριθμό βουλευτών όσο και σε πληθυσμό ψηφοφόρων, κι αποτελείται από δήμους των βορείων προαστίων της Αθήνας και στην οποία εκλέγονται 15 βουλευτές. Από αυτούς οι 12 έχουν σελίδα στο Facebook, οι 8 λογαριασμό στο Twitter και 7 σελίδα στο Instagram, ενώ 9 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους. Και σε αυτή την περιφέρεια εκλέγονται πολλά προβεβλημένα στελέχη των κομμάτων και υπάρχουν πολλοί υπουργοί και στελέχη των εκάστοτε κυβερνήσεων.

Πιο δημοφιλής εδώ είναι ο νυν υπουργός Ανάπτυξης και αντιπρόεδρος της Νέας Δημοκρατίας κ. Άδωνις Γεωργιάδης με 72.337 ακολούθους και έπεται σε δημοφιλία ο βουλευτής κ. Κωστής Χατζηδάκης με 62.522 ακολούθους στο Facebook. Στο Twitter η εικόνα αυτή αλλάζει όπου βλέπουμε ο κ. Κωστής Χατζηδάκης να προηγείται εκεί με 106.000 ακολούθους στον προσωπικό του λογαριασμό και δεύτερος έρχεται ο βουλευτής του Κινήματος Αλλαγής και για πολλά χρόνια υπουργός κ. Ανδρέας Λοβέρδος με 62.600 ακολούθους. Στο Instagram υπάρχει κυριαρχία των βουλευτών της Νέας Δημοκρατίας με την κ. Νίκη Κεραμέως να προηγείται με 51.500 ακολούθους και σε δεύτερη θέση ο κ. Άδωνις Γεωργιάδης με 45.500 ακολούθους. Χαρακτηριστικό είναι η απουσία βουλευτών του ΣΥΡΙΖΑ από το Instagram στην

συγκεκριμένη εκλογική περιφέρεια και το γεγονός πως ο αριθμός των ακολούθων κάθε βουλευτή αντιστοιχεί λίγο-πολύ και στην εκλογική τους επιρροή και στην σειρά εκλογής τους στην Β1 περιφέρεια Αθηνών. Το γεγονός ότι είναι μια εκλογική περιφέρεια που αποτελείται από πολλούς και μεγάλους σε πληθυσμό δήμους αναγκάζει πολλούς βουλευτές στην χρήση πιο εύκολων μέσων για την προσωπική τους επικοινωνία με τον κόσμο, για αυτό και υπάρχει ευρεία χρήση του Facebook και του Twitter σε αντίθεση με το Instagram που απευθύνεται σε πιο νεαρό κόσμο.

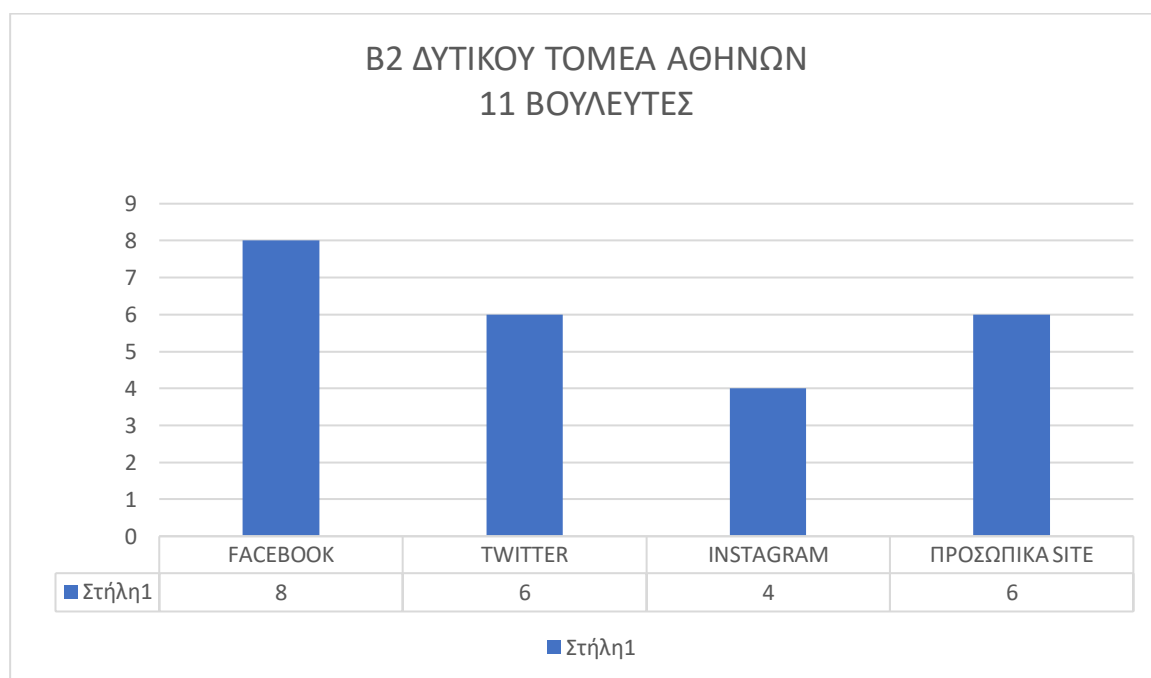
Επίσης και οι προσωπικές ιστοσελίδες ακολουθούν την ίδια λογική με την χρήση να γίνεται από τα πιο προβεβλημένα στελέχη και να ακολουθούν την σειρά εκλογής των βουλευτών.



B2 Δυτικού τομέα Αθηνών

Είναι η δεύτερη εκλογική της πρώην Β' Αθηνών που αποτελείται από δήμους των δυτικών προαστίων της Αθήνας και εκλέγει 11 βουλευτές. Από τους οποίους οι 8 διαθέτουν σελίδα στο Facebook, 6 λογαριασμό στο Twitter, 4 στο Instagram ενώ 6 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα. Και εδώ επαναλαμβάνεται το ίδιο φαινόμενο, οι προβεβλημένοι βουλευτές να διαθέτουν μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η δημοφιλία τους να προσεγγίζει και την εκλογική τους επιρροή, εξαιρουμένων βέβαια των αρχηγών των κομμάτων.

Εκτός από τον πρόεδρο της Νέας Δημοκρατίας, που έχει τον μεγαλύτερο αριθμό ακολούθων στα κοινωνικά του δίκτυα, πρώτος σε ακολούθους είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Γιάννης Λοβέρδος με 76.677 ακολούθους στην σελίδα του στο Facebook ενώ δεύτερος είναι ο βουλευτής του ίδιου κόμματος κ. Μιλτιάδης Βαρβιτσιώτης με 18.000 ακολούθους. Στο Twitter ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ και πρώην αντιπρόεδρος της κυβέρνησης κ. Γιάννης Δραγασάκης είναι πρώτος με 49.200 ακολούθους και στην δεύτερη θέση είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Μιλτιάδης Βαρβιτσιώτης με 32.900 ακολούθους. Στο Instagram μόνο ο κ. Βαρβιτσιώτης έχει μια αξιοπρόσεκτη παρουσία με 84.222 ακολούθους ενώ οι υπόλοιποι βουλευτές μάλλον αδιαφορούν για το συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο.



B3 Νοτίου τομέα Αθηνών

Είναι η τρίτη εκλογική περιφέρεια που προέκυψε από την πρώτη Β' εκλογική περιφέρεια Αθηνών και απαρτίζεται από τους δήμους των νότιων και ανατολικών προαστίων της Αθήνας και εκλέγονται 18 βουλευτές. Στην Β3 περιφέρεια Αθηνών έχουμε πολλά προβεβλημένα στελέχη των κομμάτων και πολιτικούς αρχηγούς να εκθέτουν υποψηφιότητα καθώς αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες σε πληθυσμό και έκταση περιφέρειες της χώρας.

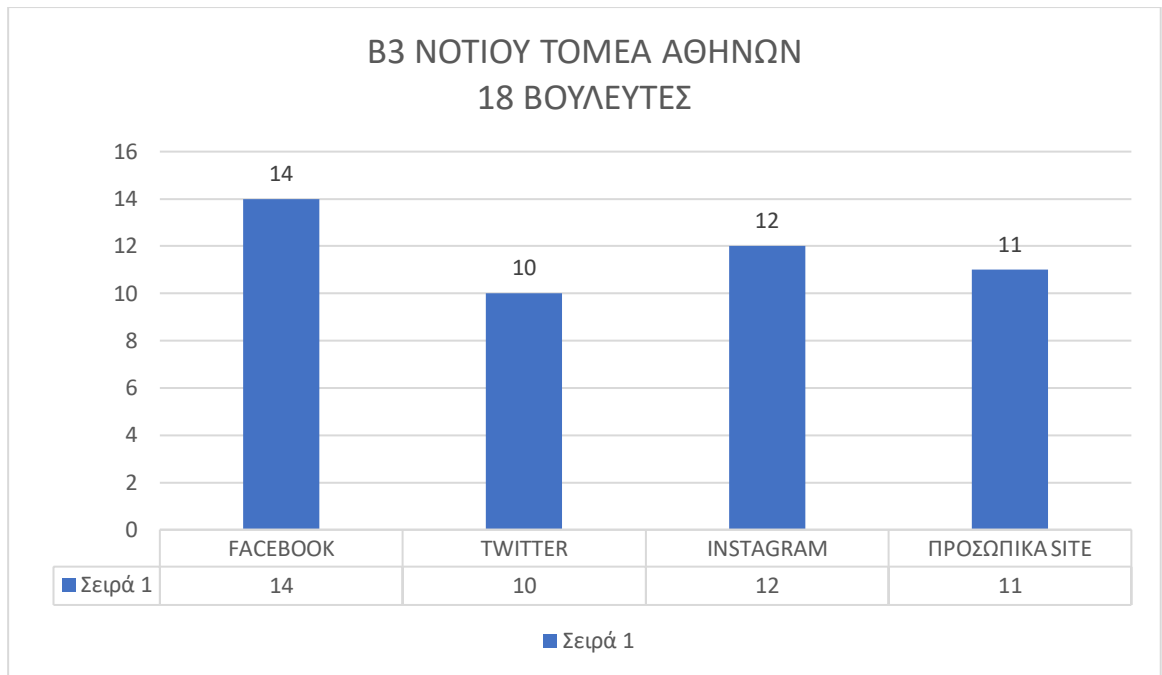
Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν στις τελευταίες εκλογές οι 14 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, 10 έχουν λογαριασμό στο twitter, 12 λογαριασμό

στο Instagram ενώ 11 βουλευτές διαθέτουν και προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους.

Πιο δημοφιλής από τους βουλευτές της περιφέρειας είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας και σημερινός υπουργός Εξωτερικών κ. Νίκος Δένδιας με 86.690 ακολούθους στο Facebook και στην δεύτερη θέση σε αριθμό ακολούθων είναι ο επίσης βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Κωνσταντίνος Κυρανάκης με 76.437 ακολούθους. Από τον χώρο της αντιπολίτευσης πιο δημοφιλή σελίδα στο Facebook έχει η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Ραλλία Χρηστίδου με 51.934 ακολούθους και η αρχηγός του ΚΙΝΑΛ κ. Φώφη Γεννηματά με 35.360 ακολούθους.

Στο twitter πρώτος είναι πάλι ο κ. Νίκος Δένδιας με 90.000 ακολούθους στον λογαριασμό του με δεύτερο εδώ τον βουλευτή του ΣΥΡΙΖΑ κ. Νίκο Παππά με 83.000 ακολούθους και την κ. Φώφη Γεννηματά να έπεται με 46.500 ακολούθους, καθώς είναι και η μόνη βουλευτής του ΚΙΝΑΛ σε αυτή την περιφέρεια.

Στο Instagram η εικόνα είναι περίπου η ίδια με τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Κωνσταντίνο Κυρανάκη να έχει 31.700 ακολούθους στην σελίδα του, με δεύτερο τον κ. Νίκο Δένδια με 28.600 ακολούθους. Από την αντιπολίτευση αξιοπρόσεκτη παρουσία έχει ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Γιάννης Μπαλάφας με 17.800 ακολούθους ενώ οι υπόλοιποι βουλευτές κινούνται σε χαμηλά επίπεδα. Οι βουλευτές της Β3 περιφέρειας χρησιμοποιούν σε αρκετό βαθμό τις προσωπικές τους ιστοσελίδες, ειδικά οι βουλευτές που δεν χρησιμοποιούν κανένα κοινωνικό δίκτυο για την προβολή τους.



Α' Πειραιώς

Η πρώτη εκλογική περιφέρεια του Πειραιά είναι η μια από τις 2 περιφέρειες στις οποίες διαιρείται η παλιά νομαρχία Πειραιώς και περιλαμβάνει τον δήμο του Πειραιά και τα νησιά του Αργοσαρωνικού και τα Κύθηρα, και εκλέγονται 6 βουλευτές.

Στα κοινωνικά δίκτυα από την Α' Πειραιά 4 βουλευτές διαθέτουν σελίδα στο Facebook, 3 λογαριασμό στο twitter και στο Instagram, ενώ επίσης 3 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα.

Πιο δημοφιλή σελίδα στο Facebook έχει ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Μπουτσικάκης Εμμανουήλ με 6.570 ακολούθους ενώ σε μικρή απόσταση έπεται ο βουλευτής του ίδιου κόμματος κ. Ιωάννης Μελάς με 6.226 ακολούθους.

Το twitter δεν έχει μεγάλη δημοφιλία σε αυτήν την περιφέρεια καθώς η ακολουθησιμότητα των βουλευτών κινείται σε χαμηλά επίπεδα.

Στο Instagram αξιόλογη παρουσία φαίνεται να έχει μόνο η βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Νόνη Δούνια, που περισσότερο οφείλεται στην προηγούμενη καριέρα της στο μόντελιγκ και στον καλλιτεχνικό χώρο, με 41.900 ακολούθους.

Η αντιπολίτευση δεν εκπροσωπείται στα κοινωνικά δίκτυα καθώς ο μοναδικός βουλευτής που εκλέχθηκε στις τελευταίες εκλογές δεν έχει λογαριασμό σε κανένα κοινωνικό δίκτυο ούτε προσωπική ιστοσελίδα.

B' Πειραιώς

Η δεύτερη εκλογική περιφέρεια του Πειραιά περιλαμβάνει τους υπόλοιπους δήμους της πρώην νομαρχίας Πειραιά και εκλέγονται 8 βουλευτές. Η συγκεκριμένη περιφέρεια δημιουργήθηκε μεταπολεμικά προκειμένου να περιοριστεί η δύναμη της Αριστεράς, καθώς οι δήμοι της είναι παραδοσιακά εκλογικά της προπύργια, πράγμα που με αυξομειώσεις συνεχίζεται μέχρι και σήμερα.

Η παρουσία των βουλευτών της B' Πειραιά στα κοινωνικά δίκτυα φαίνεται περιορισμένη, καθώς 4 βουλευτές διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, ένας βουλευτής έχει λογαριασμό στο twitter, κανείς δεν χρησιμοποιεί Instagram, ενώ 3 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους.

Πιο δημοφιλή σελίδα στο Facebook διαθέτει ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Τρύφων Αλεξιάδης με 5.460 ακολούθους, ενώ ο βουλευτής του ίδιου κόμματος κ. Γιάννης Ραγκούσης είναι πιο δημοφιλής στο twitter με 24.700 ακολούθους στον προσωπικό του λογαριασμό. Των υπολοίπων βουλευτών η παρουσία είναι ισχνή και μόνο για ενημέρωση των οπαδών τους για κομματικές δραστηριότητες.

A' Ανατολικής Αττικής

Είναι μια από τις 2 εκλογικές περιφέρειες στις οποίες χωρίστηκε η παλιά περιφέρεια του Υπολοίπου Αττικής και περιλαμβάνει τους δήμους απ' τις Αχαρνές μέχρι το Λαύριο. Η περιφέρεια A' Αττικής εκλέγει 10 βουλευτές στην Βουλή των Ελλήνων.

Η έκταση της εκλογικής περιφέρειας σε συνάρτηση με τις κοινωνικές διαφοροποιήσεις που υπάρχουν καθιστά επιτακτική την ανάγκη για πιο άμεση επικοινωνία των βουλευτών με τους πολίτες της περιοχής και για αυτό υπάρχει ευρεία χρήση των κοινωνικών μέσων από τους βουλευτές της περιφέρειας.

Από τους 10 βουλευτές που εκλέγονται εδώ, οι 8 έχουν σελίδα στο Facebook, οι 5 λογαριασμό στο Twitter και κανείς βουλευτής δεν διαθέτει προσωπικό λογαριασμό στο Instagram, ενώ 7 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο.

Ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας και σημερινός υπουργός Εσωτερικών κ. Βορίδης Μαυρουδής(Μάκης) έχει την πιο δημοφιλή σελίδα στο Facebook με 36.461 ακολούθους ενώ δεύτερος σε δημοφιλία έρχεται ο πρώην υπουργός και βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Σπίρτζης με 21.475 ακολούθους.

Στο twitter έχουμε το ίδιο σκηνικό με τον κ. Βορίδη να έχει 62.900 ακολούθους και τον κ. Σπίρτζη να έχει 9.992 ακολούθους.

Προσωπικές ιστοσελίδες διαθέτει σχεδόν το σύνολο των βουλευτών των 2 μεγαλύτερων κομμάτων ενώ οι εκπρόσωποι των μικρών κομμάτων περιορίζονται στο Facebook.

Β' Δυτικής Αττικής

Είναι η δεύτερη εκλογική περιφέρεια που δημιουργήθηκε μετά τη διάσπαση της παλιάς περιφέρειας του υπολοίπου Αττικής και περιλαμβάνει του δήμους της δυτικής Αττικής. Εκλέγει 4 βουλευτές στην Βουλή των Ελλήνων.

Από τους 4 βουλευτές που εκλέγονται στην Β' περιφέρεια Αττικής, οι 3 διαθέτουν ιστοσελίδα Facebook, ένας διαθέτει λογαριασμό στο Twitter, ένας επίσης σελίδα στο Instagram, ενώ 2 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα.

Πιο δημοφιλή σελίδα στο Facebook έχει ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Κώτσηρας Γεώργιος με 6.812 ακολούθους και δεύτερος έρχεται ο βουλευτής του ίδιου κόμματος κ. Λιάκος Ευάγγελος με 6.019 ακολούθους, που δημοφιλή σελίδα και στο Instagram με 1.601 ακολούθους.

Οι προσωπικές ιστοσελίδες των βουλευτών της περιφέρειας είναι φτωχές σε περιεχόμενο και περιέχουν αναρτήσεις σχετικά με την κοινοβουλευτική δραστηριότητα των βουλευτών για θέματα της εκλογικής περιφέρειας

Αιτωλοακαρνανίας

Η εκλογική περιφέρεια της Αιτωλοακαρνανίας συμπίπτει με τα όρια της πρώην νομαρχίας Αιτωλίας και Ακαρνανίας και από τις εκλογές του 2019 εκλέγονται 7 βουλευτές. Είναι μια αρκετά εκτεταμένη εκλογική περιφέρεια με αρκετές κοινωνικές και τοπικές διαφοροποιήσεις που ακολουθά, όμως, το εκάστοτε εκλογικό ρεύμα της υπόλοιπης χώρας.

Από τους 7 βουλευτές που εκλέγει πλέον η περιφέρεια οι 6 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, 4 βουλευτές διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό στο Twitter, 5 βουλευτές έχουν λογαριασμό στο Instagram, ενώ 6 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα. Βλέπουμε δηλαδή, πως όλοι οι βουλευτές, εκτός από τον βουλευτή του ΚΚΕ κ. Νίκο Παπαναστάση, χρησιμοποιούν με τον ένα ή τον άλλο τρόπο τα κοινωνικά δίκτυα και έχουν διακριτή παρουσία στο διαδίκτυο.

Πιο δημοφιλής στο Facebook είναι ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Θάνος Μωραΐτης με 16.102 ακολούθους με δεύτερο σε δημοφιλία τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Σπήλιο Λιβανό με 15.079 ακολούθους.

Στο twitter επίσης, ο κ. Θάνος Μωραΐτης παραμένει πιο δημοφιλής με 4.881 ακολούθους ενώ δεύτερος έπεται ο λογαριασμός του βουλευτή του ΚΙΝΑΛ κ. Δημήτρη Κωνσταντόπουλο με 2.756 ακολούθους.

Στο Instagram ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Σπήλιος Λιβανός με 6.000 ακολούθους ενώ οι υπόλοιποι βουλευτές δεν φαίνεται να χρησιμοποιούν ιδιαίτερα το κοινωνικό μέσο.

Οι ιστοσελίδες των βουλευτών είναι πλούσιες σε περιεχόμενο καλύπτοντας όλο το εύρος της δραστηριότητας των βουλευτών, εκτός από την σελίδα του βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Μάριου Σαλμά που επικεντρώνεται κυρίως στην επιστημονική του ιδιότητα ως γιατρού.

Αργολίδας

Η εκλογική περιφέρεια Αργολίδας περιλαμβάνει τον πρώην νομό Αργολίδας και αντιστοιχούν 3 έδρες για την ελληνική Βουλή.

Από τους 3 βουλευτές οι 2 διαθέτουν σελίδα στο Facebook, λογαριασμό στο twitter και Instagram δεν έχει κανείς βουλευτής, ενώ ένας βουλευτής έχει προσωπική ιστοσελίδα.

Πιο ενεργός στα social είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Ανδριανός Ιωάννης με 3.006 ακολούθους στην σελίδα του στο Facebook ενώ ο βουλευτής του ΚΙΝΑΛ κ. Ανδρέας Πούλας έχει 2.335 ακολούθους.

Αρκαδίας

Η εκλογική περιφέρεια Αρκαδίας καλύπτει τον πρώην νομό Αρκαδίας και εκλέγει 3 βουλευτές στην ελληνική Βουλή.

Από τους 3 βουλευτές και οι 3 διαθέτουν σελίδα στο Facebook, 2 έχουν λογαριασμό στο twitter, ένας βουλευτής διαθέτει λογαριασμό στο Instagram ενώ 2 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή της δραστηριότητάς τους.

Πιο δημοφιλής στα κοινωνικά δίκτυα είναι ο βουλευτής του ΚΙΝΑΛ κ. Οδυσσέας Κωνσταντινόπουλος με 13.059 ακολούθους στη σελίδα του στο Facebook ενώ στο twitter έχει 13.700 ακολούθους ενώ οι υπόλοιποι βουλευτές δεν έχουν αξιόλογη παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα.

Επίσης η ιστοσελίδα του κ. Κωνσταντινόπουλου είναι ιδιαίτερα φροντισμένη με όλα τα διαθέσιμα στοιχεία για τις δραστηριότητές του και τις παρεμβάσεις του, καθώς είναι από τα πλέον προβεβλημένα στελέχη του κόμματός του.

Άρτας

Η εκλογική περιφέρεια της Άρτας καλύπτει τα όρια του πρώην νομού Άρτας και εκλέγονται 3 βουλευτές.

Οι βουλευτές της περιφέρειας που εκλέχθηκαν στις τελευταίες εκλογές έχουν έντονη παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα καθώς και οι 3 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook και διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα. Στο twitter 2 βουλευτές έχουν προσωπικό λογαριασμό ενώ ένας έχει λογαριασμό και στο Instagram.

Πιο δημοφιλής στα κοινωνικά δίκτυα είναι η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ και πρώην κυβερνητική εκπρόσωπος και υπουργός κ. Όλγα Γεροβασίλη με 19.815 ακολούθους στο Facebook, 17.800 ακολούθους στο twitter και 6.585 ακολούθους στο Instagram, ενώ ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Στύλιος Γεώργιος στο Facebook ακολουθείται από 3.086 άτομα.

Οι προσωπικές ιστοσελίδες των βουλευτών καλύπτουν όλο το εύρος της δραστηριότητάς τους και παρέχουν στον χρήστη αρκετά στοιχεία για τους βουλευτές.

Αχαΐας

Η εκλογική περιφέρεια Αχαΐας είναι από τις μεγαλύτερες εκλογικές περιφέρειες της χώρας και εκλέγει 9 βουλευτές από τις τελευταίες εκλογές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν στις τελευταίες εκλογές οι 7 διαθέτουν σελίδα στο Facebook, 5 βουλευτές έχουν λογαριασμό στο twitter και 3 βουλευτές έχουν σελίδα στο Instagram. Από τους 9 βουλευτές της περιφέρειας 4 διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους στο διαδίκτυο.

Πιο δημοφιλής είναι η σελίδα του πρώην πρωθυπουργού και βουλευτή του ΚΙΝΑΛ κ. Γιώργου Παπανδρέου με 44.225 ακολούθους και μετά είναι η βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Χριστίνα Αλεξοπούλου με 8.684 ακολούθους. Στο twitter τους περισσότερους ακολούθους έχει πάλι ο κ. Γιώργος Παπανδρέου με 11.600 και ο κ. Ιάσωνας Φωτήλας της Νέας Δημοκρατίας έρχεται μακράν δεύτερος με 4.773 ακολούθους. Το Instagram κυριαρχείται από τους βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας όπου η κ. Αλεξοπούλου προηγείται με τους περισσότερους ακολούθους 2.982, ενώ σε μικρή απόσταση είναι κ. Ανδρέας Κατσανιώτης με 2.229 ακολούθους.

Οι ιστοσελίδες των βουλευτών, εκτός του κ. Παπανδρέου, καλύπτουν περισσότερο την κοινοβουλευτική δραστηριότητα των βουλευτών και είναι σύνδεσμος με τις αναρτήσεις τους στα κοινωνικά δίκτυα.

Βοιωτίας

Η εκλογική περιφέρεια της Βοιωτίας καλύπτει τα όρια του πρώην νομού Βοιωτίας και στέλνει στη Βουλή 3 βουλευτές.

Και οι 3 βουλευτές της περιφέρειας έχουν σελίδα στο Facebook, 2 έχουν λογαριασμό στο twitter και 2 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα. Στο Instagram δεν εντοπίσαμε ενεργό λογαριασμό βουλευτή της εκλογικής περιφέρειας Βοιωτίας.

Πιο δημοφιλής φαίνεται να είναι ο βουλευτής του ΚΙΝΑΛ κ. Μουλκιώτης Γεώργιος με 1.300 ακολούθους στο Facebook, ενώ στο twitter του περισσότερους ακολούθους έχει ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Κουτσούμπας Ανδρέας με 1.358 ακολούθους.

Οι προσωπικές ιστοσελίδες των 2 βουλευτών είναι αρκετά καλές σε περιεχόμενο που ανανεώνεται συχνά και περιέχει όλο το φάσμα της δραστηριότητάς τους.

Γρεβενών

Η μονοεδρική περιφέρεια των Γρεβενών εκπροσωπείται στην Βουλή από τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Ανδρέα Πάτση, ο οποίος έχει ενεργούς λογαριασμούς και στα τρία κοινωνικά δίκτυα(Facebook, twitter, Instagram), καθώς και προσωπική ιστοσελίδα. Στο Facebook έχει 4.440 ακολούθους, στο twitter 483 ακολούθους, ενώ στο Instagram μόλις 11 ακολούθους, καθώς είναι ακόμη καινούριος ο λογαριασμός. Η ιστοσελίδα του ανανεώνεται συχνά και παρέχει πληροφορίες για το σύνολο της δραστηριότητάς του.

Δράμας

Η εκλογική περιφέρεια Δράμας είναι μία από τις περιφέρειες της μείζονος Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης και εκλέγονται 3 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές, 3 έχουν σελίδα στο Facebook, 2 έχουν λογαριασμό στο twitter, ένας έχει λογαριασμό στο Instagram ενώ και οι 3 βουλευτές της περιφέρειας έχουν προσωπική ιστοσελίδα.

Πρώτος ανάμεσα στους βουλευτές είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Μπλούχος Κωνσταντίνος με 3.068 ακολούθους στο Facebook, ενώ στο twitter πιο δημοφιλής λογαριασμός είναι της βουλευτού του ΚΙΝΑΛ κ. Χαρά Κεφαλίδου με 1.788 ακολούθους, ενώ ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Ξανθόπουλος Θεόφιλος, παρότι έχει μια ιδιαίτερα φροντισμένη σελίδα στο Instagram έχει μόνο 386 ακολούθους.

Εκτός από την κ. Χαρά Κεφαλίδου, που έχει μια φροντισμένη ιστοσελίδα, οι υπόλοιποι 2 βουλευτές χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες τους για αναρτήσεις προεκλογικού ή στενά κομματικού χαρακτήρα.

Δωδεκανήσων

Η εκλογική περιφέρεια Δωδεκανήσων καλύπτει την επικράτεια του νομού Δωδεκανήσων και εκλέγει 5 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές οι 4 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, οι 3 έχουν ενεργό λογαριασμό σε twitter και Instagram και 3 επίσης έχουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους.

Στο Facebook πιο δημοφιλή σελίδα έχει ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Μάνος Κόνσολας με 7.525 ακολούθους και στη δεύτερη θέση είναι ο βουλευτής του ίδιου κόμματος κ. Παππάς Ιωάννης με 4.671 ακολούθους.

Στο twitter έχουμε κυριαρχία του βουλευτή του ΣΥΡΙΖΑ κ. Νεκτάριου Σαντορινιού με 2.899 ακολούθους, ενώ στο Instagram πάλι ο ίδιος βουλευτής υποσκελίζει τους υπόλοιπους με 13.100 ακολούθους.

Επίσης, ο κ. Σαντορινιός, διαθέτει μια πολύ φροντισμένη ιστοσελίδα και μαζί με την βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Ιατρίδη είναι ιδιαίτερα ενεργοί στα κοινωνικά δίκτυα για την περιφέρειά τους.

Έβρου

Η εκλογική περιφέρεια Έβρου αντιστοιχεί στα όρια του πρώην νομού Έβρου και στις τελευταίες εκλογές εξέλεξε 4 βουλευτές στην Βουλή.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά την τελευταία εκλογική αναμέτρηση και οι 4 έχουν σελίδα στο Facebook, 2 βουλευτές διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό σε twitter και Instagram, ενώ 3 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο.

Πιο δημοφιλή λογαριασμό στο Facebook διαθέτει η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Νατάσα Γκαρά με 2.645 ακολούθους με δεύτερο τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Σταύρο Κελέτση με 2.328 ακολούθους, ενώ στα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα είναι μικρός ο αριθμός των ακολούθων για όλους τους βουλευτές.

Στις ιστοσελίδες η κ. Γκαρά Νατάσα έχει την πιο φροντισμένη ιστοσελίδα ενώ οι υπόλοιποι δημοσιεύουν απλά την τοπική τους δραστηριότητα.

Εύβοιας

Είναι μια από τις 5 εκλογικές περιφέρειες της μείζονος εκλογικής περιφέρειας Στερεάς Ελλάδος. Περιλαμβάνει την πρώην νομαρχία του νησιού της Εύβοιας και της Σκύρου και εκλέγονται 6 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές οι 4 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, ένας βουλευτής διαθέτει προσωπικό λογαριασμό στο twitter και 2 βουλευτές έχουν λογαριασμό στο Instagram. Από τους 6 βουλευτές οι 3 διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα.

Πιο δημοφιλή σελίδα διαθέτει ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Χατζηγιαννάκης Μιλτιάδης με 5.800 ακολούθους στο Facebook, ενώ ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Σίμος Κεδίκογλου είναι πρώτος σε ακολούθους στο twitter με 5.990 και έχει και τους περισσότερους ακόλουθους στο Instagram (2.266).

Οι ιστοσελίδες των βουλευτών της περιφέρειας χρησιμοποιούνται κυρίως για προεκλογική δραστηριότητα και εκτός των προσωπικών πληροφοριών δεν προσφέρουν άλλες πληροφορίες στους χρήστες.

Ευρυτανίας

Η μονοεδρική περιφέρεια της Ευρυτανίας εκπροσωπείται στην Βουλή από τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Κωνσταντίνο Κοντογεώργο, ο οποίος δεν διαθέτει ενεργό προσωπικό λογαριασμό στα κοινωνικά δίκτυα ούτε προσωπική ιστοσελίδα.

Ζακύνθου

Η μονοεδρική περιφέρεια της Ζακύνθου εκπροσωπείται στην Βουλή κατά την τρέχουσα περίοδο από τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Διονύσιο Ακτυπή, ο οποίος διαθέτει προσωπική σελίδα στο Facebook με 2.315 ακολούθους και προσωπικό λογαριασμό στο Instagram με 1.146 ακολούθους.

Ηλείας

Η εκλογική περιφέρεια της Ηλείας είναι μια από τις τρεις εκλογικές περιφέρειες της μείζονος περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας, περιλαμβάνει τους δήμους του νομού Ηλείας και εκλέγει 5 βουλευτές στις τελευταίες εκλογές.

Και οι 5 βουλευτές της Ηλείας έχουν σελίδα στο Facebook και διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους, ενώ 4 βουλευτές έχουν προσωπικό λογαριασμό στο twitter και ένας έχει λογαριασμό και στο Instagram.

Πιο δημοφιλή σελίδα στο Facebook έχει η βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Θεοδώρα-Διονυσία Αυγερινοπούλου με 14.055 ακολούθους με μικρή διαφορά από τον βουλευτή του ΚΙΝΑΛ κ. Μιχαήλ Κατρίνη με 14.000 ακολούθους, ο οποίος στο twitter είναι πρώτος ανάμεσα στους βουλευτές της Ηλείας με 3.844 ακολούθους και στο Instagram έχει 3.412 ακολούθους.

Η κ. Αυγερινοπούλου έχει την πιο φροντισμένη ιστοσελίδα που καλύπτει όλο το φάσμα της δραστηριότητάς της, με συνεχείς δημοσιεύσεις, όπως επίσης και ο βουλευτής κ. Κατρίνης.

Ηρακλείου

Η εκλογική περιφέρεια του Ηρακλείου είναι μια από της 4 εκλογικές περιφέρειες της Κρήτης και η μεγαλύτερη σε πληθυσμό και σε βουλευτές. Κατά τις τελευταίες εκλογές εξέλεξε 8 βουλευτές στην ελληνική Βουλή.

Από 8 βουλευτές της περιφέρειας Ηρακλείου οι 7 έχουν προσωπική σελίδα στο Facebook και ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, ενώ 3 βουλευτές έχουν λογαριασμό στο twitter και ένας στο Instagram.

Πρώτος σε ακολούθους είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Αυγενάκης με 37.876 ακολούθους και δεύτερος έρχεται ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Μαμουλάκης με 16.513 ακολούθους. Στο twitter ο κ. Μαμουλάκης έρχεται πρώτος με 3.823 ακολούθους ενώ στο Instagram έχει 2.221 ακολούθους.

Οι ιστοσελίδες όλων των βουλευτών είναι σύγχρονες εύχρηστες και βοηθούν τον χρήστη να αντλήσει αρκετές πληροφορίες για την κοινοβουλευτική δραστηριότητα των βουλευτών της περιφέρειας

Ημαθίας

Η εκλογική περιφέρεια της Ημαθίας είναι μια από τις εκλογικές περιφέρειες της μείζονος περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας και εκλέγει 4 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές και οι 4 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, οι 2 λογαριασμό σε twitter και Instagram ενώ 3 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα.

Ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Λάζαρος Τσαβδαρίδης έχει τους περισσότερους ακολούθους από τους υπόλοιπους βουλευτές με 3.204 ακολούθους ενώ στην δεύτερη θέση είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Βεσιρόπουλος Απόστολος με 3.187 ακολούθους. Στο twitter πρώτος είναι ο κ. Βεσιρόπουλος με 769 ακολούθους και στο Instagram πάλι ο ίδιος βουλευτής είναι πρώτος με 2.278 ακολούθους.

Οι ιστοσελίδες των βουλευτών είναι απλές στη δομή τους και ενημερώνονται με τις κοινοβουλευτικές δραστηριότητες των βουλευτών και παρέχουν links για τα κοινωνικά δίκτυα.

Θεσπρωτίας

Η εκλογική περιφέρεια της Θεσπρωτίας εκλέγει 2 βουλευτές, που και οι 2 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook και προσωπική ιστοσελίδα, και ένας βουλευτής έχει προσωπικό λογαριασμό σε twitter και Instagram.

Ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Μάριος Κατσή είναι πιο δημοφιλής από τον έτερο συνάδελφό του της Νέας Δημοκρατίας κ. Γιογιάκα Βασίλειο, καθώς διαθέτει λογαριασμούς σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα και έχει 3.249 ακολούθους στο Facebook, 4.554 ακολούθους στο twitter, ενώ στο Instagram έχει 2.187 ακολούθους.

Οι ιστοσελίδες των 2 βουλευτών έχουν την τυπική δομή των βουλευτικών ιστοσελίδων με πιο ενημερωμένη κι εύχρηστη εκείνη του κ. Κατσή ενώ του κ. Γιογιάκα χρησιμοποιείται περισσότερο για προεκλογική εκστρατεία.

Α' Θεσσαλονίκης

Η Α' εκλογική περιφέρεια της Θεσσαλονίκης είναι μία από 2 εκλογικές περιφέρειες στις οποίες έχει χωριστεί ο νομός Θεσσαλονίκης και περιλαμβάνει το πολεοδομικό συγκρότημα της πόλης της Θεσσαλονίκης με τους γειτονικούς δήμους και εκλέγει 16 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές οι 13 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, οι 6 προσωπικό λογαριασμό στο twitter, 4 βουλευτές έχουν λογαριασμό στο Instagram, ενώ 10 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους.

Πιο δημοφιλής σελίδα στο Facebook είναι του επικεφαλής του κόμματος ΜΕΡΑ25 κ. Βαρουφάκη, με 56.400 ακολούθους και έπεται σε δημοφιλία ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Ευστράτιος Σιμόπουλος με 11.743 ακολούθους. Αντίθετα στο twitter πρώτος είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Σταύρος Καλαφάτης με 7.866 ακολούθους με δεύτερη τη βουλευτή του ΣΥΡΙΖΑ κ. Κατερίνα Νοτοπούλου με 4.999 ακολούθους. Στο Instagram πρώτος είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Σιμόπουλος με 5.252 ακολούθους και δεύτερη τη βουλευτή του ίδιου κόμματος κ. Άννα Ευθυμίου με 1.976 ακολούθους.

Από τις ιστοσελίδες των βουλευτών πιο ενημερωμένη είναι του βουλευτή κ. Σταύρου Καλαφάτη, ενώ των βουλευτών των μικρότερων κομμάτων λειτουργούν περισσότερο σαν σύνδεσμοι με τα κεντρικά μέσα δικτύωσης των κομματικών τους φορέων.

B' Θεσσαλονίκης

Η δεύτερη εκλογική περιφέρεια της Θεσσαλονίκης περιλαμβάνει τους υπόλοιπους δήμους του νομού Θεσσαλονίκης και εκλέγονται 9 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν στις τελευταίες εκλογές οι 8 από τους 9 βουλευτές της περιφέρειας έχουν προσωπική σελίδα στο Facebook, εκτός δηλαδή του βουλευτή του ΚΚΕ κ. Λεωνίδα Στολτίδη. Στο twitter 4 βουλευτές διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό ενώ στο Instagram 3 βουλευτές έχουν σελίδα. Επίσης 6 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους.

Πιο δημοφιλή σελίδα στο Facebook έχει ο βουλευτής του κόμματος Ελληνική Λύση κ. Χήτας Κωνσταντίνος με 49.181 ακολούθους, ενώ στην δεύτερη θέση είναι ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Σωκράτης Φάμελλος με 6.071 ακολούθους. Στο twitter τους περισσότερους ακόλουθους έχει η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Αυγέρη Θεοδώρα

με 1.855 ακολούθους ενώ στο Instagram πρώτος είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Αναστασιάδης Σάββας με 1.842 ακολούθους ενώ η κ. Αυγέρη έχει 1.454 ακολούθους.

Οι προσωπικές ιστοσελίδες των βουλευτών παρέχουν όλες τις πληροφορίες για την κοινοβουλευτική και πολιτική δραστηριότητα των βουλευτών, ανανεώνονται σε περιεχόμενο και είναι σε καλό επίπεδο.

Ιωαννίνων

Η εκλογική περιφέρεια των Ιωαννίνων είναι η μεγαλύτερη εκλογική περιφέρεια της Ηπείρου στην οποία εκλέγονται 5 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν στις τελευταίες εκλογές οι 4 έχουν προσωπική σελίδα στο Facebook, ένας βουλευτής έχει λογαριασμό στο twitter, 2 έχουν λογαριασμό στο Instagram, ενώ 3 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο.

Πιο δημοφιλή σελίδα στο Facebook έχει ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Αμυράς Γεώργιος με 10.969 ακολούθους, ενώ από τον χώρο της αντιπολίτευσης, η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Μερóπη Τζιούφη έχει παρουσία και στα 3 κοινωνικά δίκτυα με 3.803 ακολούθους στο Facebook, 1.696 ακολούθους στο twitter και 1.600 ακολούθους στο Instagram.

Οι ιστοσελίδες της κ. Τζιούφη και του κ. Αμυρά είναι κατατοπιστικές για την πολιτική τους δραστηριότητα ενώ η ιστοσελίδα της κ. Κεφαλά είναι περισσότερο για την κοινωνική της δραστηριότητα στην τοπική κοινωνία.

Καβάλας

Η εκλογική περιφέρεια της Καβάλας είναι μια από τις περιφέρειες της μείζονος περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης και καλύπτει την έκταση που είχε ο νομός Καβάλας. Στις τελευταίες εκλογές εξέλεξε 4 βουλευτές.

Και οι 4 βουλευτές της περιφέρειας έχουν σελίδα στο Facebook, 2 βουλευτές έχουν λογαριασμό σε twitter και Instagram, ενώ 3 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα.

Οι πιο δημοφιλείς βουλευτές της περιφέρειας στα κοινωνικά δίκτυα είναι οι βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας κ. Λαζαρίδης Μακάριος και ο κ. Παναγιωτόπουλος Νίκος, ο μεν πρώτος έχει 10.364 ακολούθους στο Facebook, 9.081 ακολούθους στο twitter και 2.551 ακολούθους στο Instagram, ενώ ο δεύτερος έχει 10.322 ακολούθους στο Facebook, 18.700 ακολούθους στο twitter και 12.500 ακολούθους στο Instagram.

Οι προσωπικές ιστοσελίδες λειτουργούν μάλλον συμπληρωματικά στα κοινωνικά δίκτυα των βουλευτών και δεν έχουν περισσότερα να προσθέσουν για την παρουσία των βουλευτών.

Καρδίτσας

Η εκλογική περιφέρεια είναι μια από τις τέσσερις εκλογικές περιφέρειες της Θεσσαλίας στην οποία εκλέγονται τέσσερις βουλευτές.

Από τους 4 βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές οι 3 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook και λογαριασμό στο twitter, ένας βουλευτής έχει λογαριασμό στο Instagram, και 3 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο.

Στο Facebook πιο δημοφιλή σελίδα έχει ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Τσιάρας Κωνσταντίνος με 7.078 ακολούθους και δεύτερος σε δημοφιλία είναι ο βουλευτής του ίδιου κόμματος κ. Κώτσος Γεώργιος, με 4.078 ακολούθους. Στο twitter πάλι ο κ. Τσιάρας είναι πιο δημοφιλής με 3.095 ακολούθους, ενώ στο Instagram ο βουλευτής κ. Κώτσος Γεώργιος έχει 1.595 ακολούθους.

Οι βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας στην περιφέρεια διαθέτουν προσωπικές ιστοσελίδες και εστιάζουν κυρίως στην κοινοβουλευτική τους δραστηριότητα.

Καστοριάς

Η εκλογική περιφέρεια της Καστοριάς είναι μια από τις εκλογικές περιφέρειες της μείζονος περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας και καλύπτει τα όρια του νομού Καστοριάς. Εκλέγονται 2 βουλευτές.

Οι 2 βουλευτές της περιφέρειας Καστοριάς διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook και προσωπική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο.

Η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Τελιγορίδου Ολυμπία έχει 1.680 ακολούθους στη σελίδα της στο Facebook ενώ για τον έτερο βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Ζήση Τζηκαλάγια δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία.

Οι προσωπικές τους ιστοσελίδες είναι ενημερωμένες και παρέχουν την δυνατότητα στον χρήστη να έχει πρόσβαση σε βίντεο με τις δραστηριότητες και τις ομιλίες των βουλευτών.

Κέρκυρας

Η εκλογική περιφέρεια της Κέρκυρας είναι μια από τις τέσσερις εκλογικές περιφέρειες της μείζονος περιφέρειας Ιονίων Νήσων και εκλέγει 3 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές και οι 3 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, ενώ σε twitter και Instagram ένας βουλευτής έχει λογαριασμό και ένας προσωπική ιστοσελίδα.

Ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Στέφανος Γκίκας είναι ο πιο δραστήριος και δημοφιλής στα κοινωνικά δίκτυα της περιφέρειας με 3.908 ακολούθους στο Facebook, στο twitter έχει 2.232 ακολούθους και Instagram 1.218 ακολούθους, επίσης είναι ο μόνος στην περιφέρεια Κέρκυρας που έχει προσωπική ιστοσελίδα, αν και δεν ανανεώνεται συχνά.

Κεφαλληνίας

Η μονοεδρική περιφέρεια της Κεφαλληνίας εκπροσωπείται στην Βουλή από τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Καπάτο Παναγή, ο οποίος διατηρεί μόνο

προσωπική σελίδα στο Facebook με 1.315 ακολούθους, και δεν έχει λογαριασμό σε άλλο κοινωνικό δίκτυο ή προσωπική ιστοσελίδα.

Κιλκίς

Η εκλογική περιφέρεια του Κιλκίς είναι μια από τις εκλογικές περιφέρειες της μείζονος περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας και εκλέγει 3 βουλευτές, καλύπτει δε τα όρια του νομού Κιλκίς.

Και οι 3 βουλευτές του Κιλκίς διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook και προσωπική ιστοσελίδα, ενώ μια βουλευτής έχει ενεργό λογαριασμό σε twitter και Instagram.

Η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Αγαθοπούλου Ειρήνη-Ελένη, έχει λογαριασμούς σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα και προσωπική ιστοσελίδα και είναι η πιο δημοφιλής στην εκλογική της περιφέρεια με 2.599 ακολούθους στο Facebook, 2.583 ακολούθους στο twitter και 1.029 ακολούθους στο Instagram. Οι υπόλοιποι βουλευτές έχουν χαμηλό αριθμό ακολούθων και οι ιστοσελίδες τους δεν ανανεώνονται συχνά.

Κοζάνης

Η εκλογική περιφέρεια της Κοζάνης καλύπτει τα όρια του νομού Κοζάνης, είναι μια από τις περιφέρειες της μείζονος περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας και εκλέγει 5 βουλευτές.

Από τους 5 βουλευτές της περιφέρειας οι 2 έχουν σελίδα στο Facebook, 3 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα, ένας βουλευτής έχει ενεργό λογαριασμό στο Instagram, ενώ δεν εντοπίσαμε ενεργό λογαριασμό βουλευτή της περιφέρειας Κοζάνης στο twitter.

Η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Καλλιόπη Βέττα έχει αξιόλογη παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα με 4.221 ακολούθους στο Facebook και 1.477 ακολούθους στο Instagram.

Ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Αμανατίδης Γεώργιος έχει την πιο αξιόλογη προσωπική ιστοσελίδα με την κοινοβουλευτική αλλά και επιστημονική του δραστηριότητα.

Κορινθίας

Η εκλογική περιφέρεια της Κορινθίας είναι μια από τις εκλογικές περιφέρειες που απαρτίζουν την μείζονα περιφέρεια της Πελοποννήσου και εκλέγει 4 βουλευτές.

Από τους 4 βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές 2 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, 2 επίσης βουλευτές έχουν λογαριασμό στο twitter, 3 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα ενώ δεν εντοπίσαμε ενεργό λογαριασμό βουλευτή της Κορινθίας στο Instagram.

Πιο δημοφιλής στα κοινωνικά δίκτυα της περιφέρειας Κορινθίας είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Χρήστος Δήμας με 17.157 ακολούθους στο Facebook, και 1.436 ακολούθους στο twitter. επίσης η ιστοσελίδα του είναι από τις πιο σύγχρονες και διαδραστικές μεταξύ των βουλευτών του Ελληνικού Κοινοβουλίου.

Κυκλάδων

Η εκλογική περιφέρεια των Κυκλάδων είναι μια από τις 2 περιφέρειες της μείζονος περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου και περιλαμβάνει τα νησιά του νομού Κυκλάδων. Η περιφέρεια εκλέγει 4 βουλευτές.

Από τέσσερις βουλευτές της περιφέρειας και οι 4 έχουν προσωπική σελίδα στο Facebook και επίσης προσωπική ιστοσελίδα. Ενώ 2 βουλευτές διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό σε twitter και Instagram.

Πιο δημοφιλής στα κοινωνικά δίκτυα της περιφέρειας είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Βρούτσης Ιωάννης με 19.337 ακολούθους στην σελίδα του στο Facebook 28.800 ακολούθους στο twitter. Στο πιο δημοφιλή είναι η επίσης βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Κατερίνα Μονογυιού με 9.310 ακολούθους.

Η κ. Κατερίνα Μονογυιού και ο κ. Βρούτσης έχουν από τις καλύτερες ιστοσελίδες με πλούσια θεματολογία και έντονη δραστηριότητα.

Λακωνίας

Η εκλογική περιφέρεια της Λακωνίας είναι μια από τις περιφέρειες της μείζονος περιφέρειας Πελοποννήσου και εκλέγει 3 βουλευτές.

Και οι 3 βουλευτές της περιφέρειας έχουν σελίδα στο Facebook, δύο βουλευτές έχουν λογαριασμό στο twitter, και ένας διαθέτει προσωπική ιστοσελίδα. Στο Instagram δεν εντοπίσαμε προσωπικό λογαριασμό βουλευτή τη περιφέρειας Λακωνίας.

Οι 2 βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας κ.κ. Δαβάκης και Νεοκλής Κρητικός έχουν τους ίδιους ακριβώς ακολούθους στο Facebook (2.132) ενώ ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Αραχωβίτης είναι πιο δημοφιλής με 4.998 ακολούθους στη σελίδα του. Το twitter φαίνεται να αξιοποιεί καλύτερα ο κ. Δαβάκης με 1.411 ακολούθους στο λογαριασμό του ενώ και η ιστοσελίδα είναι ποιοτικά αναβαθμισμένη λόγω και των υπουργικών του δραστηριοτήτων ως υφυπουργός Άμυνας. Οι άλλες 2 ιστοσελίδες έχουν μόνο τις ομιλίες και τις παρεμβάσεις των βουλευτών σε τοπικό επίπεδο.

Λάρισα

Η εκλογική περιφέρεια της Λάρισας είναι μεγαλύτερη εκλογική περιφέρεια της Θεσσαλίας, καλύπτει τα όρια του νομού Λαρίσης και εκλέγει 8 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές οι 7 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, και 4 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο. Δεν βρήκαμε ενεργό λογαριασμό βουλευτή της Λάρισας σε twitter και Instagram.

Πιο δημοφιλής σελίδα στο Facebook είναι του επικεφαλής του κόμματος Ελληνική Λύση, που εκλέγεται στη Λάρισα, κ. Κυριάκου Βελόπουλου με 62.832 ακολούθους και δεύτερος έρχεται μακράν η βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ, Μπίζιου Στυλιανή με 3.705 ακολούθους.

Ο κ. Βελόπουλος χρησιμοποιεί την ιστοσελίδα ως την σελίδα του κόμματός του στο διαδίκτυο αλλά και για την προβολή των επαγγελματικών του δραστηριοτήτων, ενώ ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Μάξιμος Χαρακόπουλος, στην ιστοσελίδα του περιλαμβάνει όλη την πολιτική και κοινωνική του δραστηριότητα και αναδεικνύει θέματα της περιφέρειάς του.

Λασιθίου

Η εκλογική περιφέρεια του Λασιθίου είναι η πιο μικρή από τις περιφέρειες της Κρήτης, καλύπτει τα όρια του νομού Λασιθίου και εκλέγει 2 βουλευτές.

Και οι 2 βουλευτές της περιφέρειας Λασιθίου σελίδα στο Facebook και προσωπική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο για την προβολή τους ενώ από ένας λογαριασμός υπάρχει σε twitter και Instagram.

Ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Γιάννης Πλακιωτάκης έχει παρουσία σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα με 15.255 ακολούθους στη σελίδα του στο Facebook, 9.582 ακολούθους στο twitter και 3.451 ακόλουθους στο Instagram ενώ η ιστοσελίδα του είναι πολύ ενημερωμένη με όλες τις δραστηριότητές του και είναι εύκολη στην πλοήγηση και με χρηστικές πληροφορίες.

Λέσβου

Η εκλογική περιφέρεια της Λέσβου είναι μια από 2 εκλογικές περιφέρειες του Βορείου Αιγαίου, περιλαμβάνει τα νησιά Λέσβος και Λήμνος και εκλέγει 3 βουλευτές.

Από τους 3 βουλευτές της περιφέρειας οι 2 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook και στο twitter, ενώ ένας λογαριασμός βουλευτή υπάρχει στο Instagram και μια προσωπική ιστοσελίδα.

Ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Μπουρνούς Ιωάννης διαθέτει λογαριασμούς σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα και είναι πιο δημοφιλής στο twitter με 3.572 ακολούθους ενώ στο Facebook πιο δημοφιλής είναι η σελίδα του βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Αθανασίου με 5.951 ακολούθους. Η ιστοσελίδα του κ. Αθανασίου έχει θέση ενημερωτικού blog για την κοινοβουλευτική του δραστηριότητα.

Λευκάδας

Η μονοεδρική περιφέρεια της Λευκάδας εκπροσωπείται στην Βουλή από τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Αθανάσιο Καββαδά ο οποίος έχει προσωπική σελίδα στο Facebook με 3.038 ακολούθους και ενεργό λογαριασμό στο Instagram με 1.305 ακολούθους. Η προσωπική του ιστοσελίδα περιέχει τα προσωπικά του στοιχεία και την κοινοβουλευτική του δραστηριότητα για θέματα της περιφέρειάς του.

Μαγνησίας

Η εκλογική περιφέρεια της Μαγνησίας καλύπτει την επικράτεια του νομού Μαγνησίας, είναι η δεύτερη μεγαλύτερη περιφέρεια της Θεσσαλίας και εκλέγει 6 βουλευτές.

Και οι 6 βουλευτές που εκλέγονται στην Μαγνησία έχουν σελίδα στο Facebook, 3 βουλευτές διαθέτουν προσωπικές ιστοσελίδες, ενώ 2 βουλευτές έχουν ενεργούς λογαριασμούς σε twitter και Instagram.

Η βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Ζέτα Μακρή έχει 12.722 ακολούθους στη σελίδα της στο Facebook ενώ δεύτερος είναι ο βουλευτής του ίδιου κόμματος κ. Μαραβέγιας Κωνσταντίνος με 3.661 ακολούθους.

Ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Μεικόπουλος Αλέξανδρος στο twitter έχει 1.076 ακολούθους και στο Instagram 1.387 ακολούθους.

Η κ. Ζέτα Μακρή έχει την πιο ενδιαφέρουσα ιστοσελίδα που καλύπτει όλες τις πτυχές της δραστηριότητάς της και ανανεώνεται συνεχώς σε περιεχόμενο.

Μεσσηνίας

Η εκλογική περιφέρεια της Μεσσηνίας καλύπτει τα όρια του νομού Μεσσηνίας και ανήκει στην μείζονα περιφέρεια Πελοποννήσου. Η εκλογική περιφέρεια Μεσσηνίας εκλέγει 5 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν στις τελευταίες εκλογές οι 4 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, 3 βουλευτές έχουν λογαριασμό στο twitter, 2 έχουν λογαριασμό στο Instagram, ενώ 3 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους.

Ο πιο δημοφιλής και πιο ενεργός στα κοινωνικά δίκτυα βουλευτής της Μεσσηνίας είναι ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Αλέξανδρος Χαρίτσης, με 18.254 ακολούθους στο Facebook, 9.177 ακολούθους στο twitter και 5.612 ακολούθους στο Instagram. Επίσης η προσωπική του ιστοσελίδα είναι καλοσχεδιασμένη, έχει συχνή ανανέωση και καλύπτει την δραστηριότητά του στην περιφέρεια αλλά και του κόμματός του.

Οι υπόλοιποι βουλευτές που έχουν κοινωνικά δίκτυα δεν τα χρησιμοποιούν ιδιαίτερα, παρά μόνο για την προβολή προεκλογικών δραστηριοτήτων τους.

Ξάνθης

Η εκλογική περιφέρεια Ξάνθης αντιστοιχεί στα όρια του νομού Ξάνθης και είναι μια από τις εκλογικές περιφέρειες της Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης. Η περιφέρεια Ξάνθης εκλέγει 3 βουλευτές.

Από τους 3 βουλευτές της περιφέρειας οι 2 έχουν προσωπική σελίδα στο Facebook, κι ένας βουλευτής έχει προσωπικό λογαριασμό στο twitter.

Ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Τσιλιγγίρης Σπυρίδων είναι πιο δημοφιλής μεταξύ των βουλευτών της περιφέρειας με 2.600 ακολούθους στην σελίδα του στο Facebook, ενώ ο βουλευτής του ΚΙΝΑΛ κ. Μπαράν Μπουχράν, που εκπροσωπεί το μουσουλμανικό στοιχείο της περιοχής, έχει 298 ακολούθους στο Facebook και 293 ακολούθους στο twitter.

Πέλλας

Η εκλογική περιφέρεια της Πέλλας καλύπτει τα όρια του νομού Πέλλας, ανήκει στη μείζονα περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και εκλέγει 4 βουλευτές.

Από τους 4 βουλευτές της περιφέρειας προσωπική σελίδα στο Facebook έχουν οι 3 και 2 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο. Δεν εντοπίσαμε ενεργό λογαριασμό βουλευτή της περιφέρειας Πέλλας σε twitter και Instagram.

Η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Θεοδώρα Τζάκρη είναι πιο δημοφιλής στο Facebook με 7.173 ακολούθους και στη δεύτερη θέση είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Σταμενίτης Διονύσιος με 3.967 ακολούθους. Οι ίδιοι βουλευτές έχουν και

προσωπικές ιστοσελίδες αρκετά ενημερωμένες και όλη την δραστηριότητα των βουλευτών.

Πιερίας

Η εκλογική περιφέρεια της Πιερίας καλύπτει τα όρια του νομού Πιερίας, ανήκει στην μείζονα περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και εκλέγει 4 βουλευτές.

Από τους βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές στην Πιερία, και οι 4 έχουν σελίδα στο Facebook, ένας βουλευτής έχει λογαριασμό στο twitter και 3 βουλευτές έχουν ενεργό λογαριασμό στο Instagram. επίσης 3 βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους.

Πιο δημοφιλής βουλευτής στα κοινωνικά δίκτυα της περιφέρειας Πιερίας είναι η βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Μάνη-Παπαδημητρίου Άννα με 8.315 ακολούθους στη σελίδα της στο Facebook και 4.160 ακολούθους στο λογαριασμό της στο Instagram. Σε κοντινή απόσταση είναι ο βουλευτής του ίδιου κόμματος κ. Χιονίδης Σάββας με 8.215 ακολούθους στο Facebook.

Ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Ξενοφών Μπαραλιάκος και η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Μπέτυ Σκουφά έχει τις πιο ενημερωμένες ιστοσελίδες με αρκετά στοιχεία για την κοινωνική τους δραστηριότητα στην περιοχή.

Πρέβεζας

Οι 2 βουλευτές που εκπροσωπούν την διεδρική εκλογική περιφέρεια της Πρέβεζας έχουν προσωπική σελίδα μόνο στο Facebook, με τον βουλευτή του ΣΥΡΙΖΑ κ. Κωνσταντίνο Μπάρκα να έχει 6.000 ακολούθους και τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Γιαννάκη Στέργιο να έχει 1.971 ακολούθους στην σελίδα του.

Ρεθύμνου

Οι 2 βουλευτές που εκπροσωπούν την διεδρική περιφέρεια Ρεθύμνου στη Βουλή έχουν προσωπική σελίδα στο Facebook, λογαριασμό στο twitter και προσωπική ιστοσελίδα ενώ ένας βουλευτής έχει λογαριασμό στο Instagram.

Στο Facebook πιο δημοφιλής είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Κεφαλογιάννης με 7.401 ακολούθους και στο twitter πιο δημοφιλή λογαριασμό έχει ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Ανδρέας Ξάνθος με 8.978 ακολούθους. Η σελίδα του κ. Κεφαλογιάννη στο Instagram έχει 1.122 ακολούθους.

Η προσωπική ιστοσελίδα του κ. Κεφαλογιάννη αναφέρεται κυρίως στην δική του πολιτική δραστηριότητα και δράση στην περιφέρειά του ενώ του κ. Ξάνθου αναφέρεται σε όλη τη δραστηριότητα του κόμματός του στην περιφέρεια και στις δραστηριότητες του προέδρου του ΣΥΡΙΖΑ κ. Αλέξη Τσίπρα.

Ροδόπης

Η εκλογική περιφέρεια της Ροδόπης είναι μια από τις 5 που αποτελούν την μείζονα περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης, και εκλέγει 3 βουλευτές. Κύριο χαρακτηριστικό της είναι το γεγονός της εκλογής βουλευτών της μουσουλμανικής μειονότητας και της ύπαρξης πολλών μειονοτικών υποψηφίων στα ψηφοδέλτια των κομμάτων στην περιοχή.

Από τους 3 βουλευτές που εκλέγονται στην Ροδόπη, ένας έχει προσωπική σελίδα στο Facebook, κι από ένας λογαριασμός σε twitter και Instagram, ενώ 2 βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα.

Ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Ευριπίδης Στυλιανίδης είναι ο πιο ενεργός βουλευτής της περιφέρειας Ροδόπης με 17.927 ακολούθους στο Facebook και 11.300 ακολούθους στο twitter. Η ιστοσελίδα του επίσης είναι ενημερωμένη με όλα τα θέματα της δραστηριότητάς του ενώ εκείνη του βουλευτή του ΚΙΝΑΛ κ. Ιλγάν Αχμέτ επικεντρώνεται κυρίως θέματα που αφορούν την μουσουλμανική μειονότητα της περιφέρειας.

Σάμου

Η μονοεδρική περιφέρεια της Σάμου εκπροσωπείται στην Βουλή από τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Χριστόδουλο Στεφανάδη ο οποίος έχει προσωπική σελίδα

στο Facebook με 2.068 ακολούθους και προσωπική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο με την πολιτική του δραστηριότητα για τα θέματα της περιφέρειάς του αλλά για την επιστημονική του δραστηριότητα.

Σερρών

Η εκλογική περιφέρεια των Σερρών καλύπτει τα όρια του νομού Σερρών και ανήκει στη μείζονα περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Στις τελευταίες εκλογές εκλέχθηκαν 6 βουλευτές.

Από τους 6 βουλευτές οι 5 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, 2 βουλευτές έχουν λογαριασμό στο twitter, 4 έχουν σελίδα στο Instagram και 4 επίσης βουλευτές διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα.

Η βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Φωτεινή Αραμπατζή έχει λογαριασμού σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα και προσωπική ιστοσελίδα, και είναι ιδιαίτερα δημοφιλής με 10.156 ακολούθους στο Facebook, 5.663 ακολούθους στο twitter, και 4.999 ακολούθους στο Instagram. Δεύτερος πιο δημοφιλής στα κοινωνικά δίκτυα της περιφέρειας είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Χατζηβασιλείου Αναστάσιος με 8.044 ακολούθους στο Facebook και 3.729 ακολούθους στο Instagram.

Οι ιστοσελίδες των βουλευτών είναι προσεγμένες με κύριο χαρακτηριστικό τους την έντονη ανάδειξη της σχέσης των βουλευτών με τον αρχηγό του κόμματός τους και την δραστηριότητά τους για θέματα της περιφέρειας τους.

Τρικάλων

Η εκλογική περιφέρεια Τρικάλων είναι μια από τις τέσσερις εκλογικές περιφέρειες της Θεσσαλίας και εκλέγει 4 βουλευτές.

Από τους 4 βουλευτές οι 3 έχουν προσωπική σελίδα στο Facebook και προσωπική ιστοσελίδα ενώ 2 βουλευτές έχουν προσωπικό λογαριασμό σε twitter και Instagram.

Στα κοινωνικά δίκτυα της περιφέρειας Τρικάλων κυριαρχούν οι βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας ενώ απουσιάζει ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ.

Πιο δημοφιλής και πιο ενεργός στα κοινωνικά δίκτυα είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Σκρέκας Κώστας με 7.437 ακολούθους στην σελίδα του στο Facebook, 6.646 ακολούθους στο twitter και 6.093 ακολούθους στο Instagram.

Στη δεύτερη θέση είναι η βουλευτής του ίδιου κόμματος κ. Παπακώστα Κατερίνα με 4.340 ακολούθους στο Facebook, 167 ακολούθους στο twitter και 1.492 ακολούθους στο Instagram.

Οι 2 παραπάνω βουλευτές έχουν και τις πιο οργανωμένες ιστοσελίδες με συχνές αναρτήσεις για την δραστηριότητά τους και για τοπικά θέματα ενώ ο τρίτος βουλευτής κ. Παπαδόπουλος χρησιμοποιεί blog περισσότερο για να αναρτά τις ομιλίες του στη Βουλή ή άρθρα του στον τοπικό τύπο.

Φθιώτιδας

Η εκλογική περιφέρεια της Φθιώτιδας είναι μια από τις εκλογικές περιφέρειες που απαρτίζουν την μείζονα περιφέρεια Στερεάς και εκλέγει 5 βουλευτές.

Από 5 βουλευτές που εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές 4 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, και 3 βουλευτές έχουν προσωπικό λογαριασμό σε twitter, Instagram και διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα.

Πιο ενεργός και δημοφιλής στα κοινωνικά δίκτυα της περιφέρειας είναι ο υπουργός Οικονομικών και βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Χρήστος Σταϊκούρας με 19.000 ακολούθους στο Facebook, 38.700 ακολούθους στο twitter και 22.300 ακολούθους στο Instagram.

Η αντιπολίτευση εκπροσωπείται στα κοινωνικά δίκτυα της περιοχής με τον βουλευτή του ΣΥΡΙΖΑ κ. Σαρακιώτη Ιωάννη, που έχει λογαριασμό σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα και είναι αναλογικά είναι δημοφιλής με 10.138 ακολούθους στο Facebook, 2.492 ακολούθους στο twitter και 5.561 ακολούθους στο Instagram.

Οι 2 αυτοί βουλευτές έχουν και τις πιο πλούσιες ιστοσελίδες με συχνές αναρτήσεις για όλα τα θέματα της κοινοβουλευτικής τους δραστηριότητας αλλά και αρθρογραφία για θέματα της περιοχής τους.

Φλώρινας

Από τους 2 βουλευτές που εκλέγει η περιφέρεια της Φλώρινας μόνο η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Πέρκα Θεοπίστη έχει ενεργούς λογαριασμούς στα social media. Η κ. Πέρκα Θεοπίστη έχει 2.797 ακολούθους στο Facebook, 364 ακολούθους στο twitter και 1.397 ακολούθους στο Instagram. Η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ δεν έχει προσωπική ιστοσελίδα και χρησιμοποιεί τα κομματικά site.

Φωκίδας

Η μονοεδρική περιφέρεια της Φωκίδας εκπροσωπείται στην Βουλή από τον βουλευτή της Νέας Δημοκρατίας κ. Μπούγα Ιωάννη ο οποίος έχει μόνο προσωπική σελίδα στο Facebook με 2.202 ακολούθους και προσωπική ιστοσελίδα για θέματα της κοινοβουλευτικής του παρουσίας που αφορούν την περιφέρειά του.

Χαλκιδικής

Η εκλογική περιφέρεια της Χαλκιδικής είναι μια από τις εκλογικές περιφέρειες της μείζονος περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας και εκλέγει 3 βουλευτές.

Από τους 3 βουλευτές που εκλέγονται και οι 3 έχουν προσωπική σελίδα στο Facebook, ενώ 2 βουλευτές έχουν και προσωπικό λογαριασμό σε twitter και Instagram και προσωπική ιστοσελίδα.

Πιο δημοφιλής στα κοινωνικά δίκτυα της περιφέρειας είναι η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Μαλάμα Κυριακή με 5.112 ακολούθους στη σελίδα της στο Facebook, 385 στο twitter και 1.064 ακολούθους στο Instagram. Ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας στο Facebook έχει 5.015 ακολούθους, ενώ δεν έχει λογαριασμό στα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα.

Οι ιστοσελίδες των βουλευτών χρησιμεύουν για την ανάρτηση των ομιλιών τους στη Βουλή και προβολή της προεκλογικής τους δραστηριότητας

Χανίων

Η εκλογική περιφέρεια των Χανίων καλύπτει τα όρια του νομού Χανίων, είναι η δεύτερη σε μέγεθος εκλογική περιφέρεια της Κρήτης και εκλέγει 4 βουλευτές.

Από τους 4 βουλευτές της περιφέρειας και οι 4 βουλευτές έχουν σελίδα στο Facebook, 2 έχουν προσωπικό λογαριασμό στο twitter και 3 έχουν σελίδα στο Instagram. Τρεις βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα.

Στα κοινωνικά δίκτυα της περιφέρειας δεσπόζει η παρουσία της βουλευτού της Νέας Δημοκρατίας, και εκ των πιο προβεβλημένων στελεχών της, κ. Ντόρας Μπακογιάννη, της οποίας η δημοφιλία είναι από τις μεγαλύτερες πανελλαδικά.

Η κ. Ντόρα Μπακογιάννη έχει 84.451 ακολούθους στη σελίδα της στο Facebook, 156.600 ακολούθους στο twitter και 30.300 ακολούθους στο Instagram. Η προσωπική της ιστοσελίδα είναι μακράν από τις καλύτερες και πιο άρτια δομημένες ιστοσελίδες Ελλήνων πολιτικών. Από τους υπόλοιπους ο μόνος που έχει μια αξιόλογη παρουσία είναι ο βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ κ. Πολάκης με 41.928 ακολούθους στο Facebook.

Χίου

Από τους 2 βουλευτές που εκπροσωπούν στη Βουλή κατά την τρέχουσα κοινοβουλευτική περίοδο την διεδρική περιφέρεια της Χίου πιο ενεργός και δημοφιλής στα κοινωνικά δίκτυα είναι ο βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας κ. Νότης Μηταράκης με 18.846 ακολούθους στο Facebook, 29.200 ακολούθους στο twitter και 3.228 ακολούθους στο Instagram. Ο έτερος βουλευτής της περιφέρειας κ. Μιχαηλίδης Ανδρέας έχει παρουσία μόνο στο Facebook με 2.553 ακολούθους.

3.4 Συμπέρασμα ανάλυσης χρήσης κοινωνικών δικτύων στις εκλογικές περιφέρειες

Βλέποντας τον βαθμό χρήσης των κοινωνικών δικτύων ανά εκλογική περιφέρεια καταλήγουμε στα εξής συμπεράσματα:

- Από τις 59 εκλογικές περιφέρειες της χώρας στις 28 το ποσοστό χρήσης του Facebook από τους βουλευτές είναι 100%, δηλαδή το σύνολο των βουλευτών που εκλέγονται στις συγκεκριμένες περιφέρειες διαθέτουν ενεργό λογαριασμό στο Facebook.
- Σε 13 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης είναι μεταξύ 80-87%, μεταξύ των εκλεγμένων βουλευτών
- Σε 7 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης του Facebook είναι μεταξύ 70-77%

- Σε 6 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης είναι 66,6%
- Σε 3 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης είναι 50%

Σε μια εκλογική περιφέρεια δεν υπάρχει ενεργός λογαριασμός βουλευτή στο Facebook ενώ σε άλλη μια το ποσοστό είναι 33,3 %.

Συνολικά το ποσοστό χρήσης του Facebook από τους βουλευτές της τρέχουσας κοινοβουλευτικής περιόδου ανέρχεται σε 83,83%.

Στο twitter μόνο σε 2 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης είναι 100%, ενώ σε 12 εκλογικές περιφέρειες δεν υπάρχει κανείς ενεργός λογαριασμός από βουλευτή για την τρέχουσα περίοδο(0%).

Σε 30 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης ανέρχεται από 50-80%, ενώ σε 13 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης του twitter είναι μεταξύ 33,3-36,6% των βουλευτών. Τέλος σε 2 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης είναι στο 25%. Συνολικά το ποσοστό χρήσης του twitter από τους βουλευτές ανέρχεται σε 42,3%.

Στο Instagram σε 15 εκλογικές περιφέρειες δεν εντοπίσαμε ενεργό λογαριασμό βουλευτή(0%), και σε 3 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης είναι 100%.

Σε 20 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης του Instagram είναι από 50-75%, σε 16 περιφέρειες κυμαίνεται από 33,3% έως 47%, και σε 5 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης του Instagram είναι από 12,5% έως 25%.

Το συνολικό ποσοστό χρήσης του Instagram είναι 35% για την τρέχουσα κοινοβουλευτική περίοδο.

Όσον αφορά την χρήση προσωπικών ιστοσελίδων σε 13 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό είναι 100%, σε 33 εκλογικές περιφέρειες το ποσοστό χρήσης προσωπικών ιστοσελίδων είναι από 50-87,5 %, σε 7 εκλογικές περιφέρειες είναι μεταξύ 33,3% και 47%, και τέλος σε 6 εκλογικές περιφέρειες δεν εντοπίσαμε προσωπική ιστοσελίδα βουλευτή της τρέχουσας βουλευτικής περιόδου.

Το συνολικό ποσοστό χρήσης προσωπικών ιστοσελίδων ανέρχεται 61,6% επί του συνόλου των βουλευτών.

Από την έρευνα που διενεργήσαμε για την χρήση των κοινωνικών δικτύων από τους βουλευτές της τρέχουσας κοινοβουλευτικής περιόδου προκύπτει πως οι

βουλευτές που είναι περισσότερο προβεβλημένοι και εκλέγονται στις περιφέρειες με μεγάλο αριθμό βουλευτών κάνουν και την μεγαλύτερη χρήση των κοινωνικών δικτύων, ειδικά στις περιφέρειες του κέντρου της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.

Επίσης στις εκλογικές περιφέρειες της επαρχίας με μικρότερο αριθμό βουλευτών η χρήση των κοινωνικών δικτύων, ειδικά στις 3-εδρικές ή στις περιφέρειες που εκλέγονται έως 6 βουλευτές είναι ανομοιόμορφη και εξαρτάται από τον τοπικό ανταγωνισμό μεταξύ των βουλευτών. Στις μονοεδρικές περιφέρειες η σχέση των βουλευτών με τα κοινωνικά δίκτυα είναι χαλαρή και ακολουθεί την τρέχουσα επικαιρότητα. Επίσης σε περιφέρειες που εκλέγουν από 7 έως 9 βουλευτές υπάρχει μεγαλύτερη χρήση των κοινωνικών δικτύων λόγω της έκτασης των εκλογικών περιφερειών.

Επίσης οφείλουμε να επισημάνουμε και ορισμένες ιδιαιτερότητες που παρουσιάζονται στη χρήση των κοινωνικών δικτύων από τους βουλευτές αναφορικά με τις γεωγραφικές ιδιαιτερότητες και τα πληθυσμιακά χαρακτηριστικά της χρήσης των κοινωνικών δικτύων από τους βουλευτές.

Για παράδειγμα στις εκλογικές περιφέρειες της Αττικής όπου υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση πληθυσμού οι βουλευτές προσπαθούν να διατηρούν συνεχή επαφή με τα κοινωνικά δίκτυα και να ανανεώνουν διαρκώς την επικοινωνία τους με τους οπαδούς τους. Επίσης στις εκλογικές περιφέρειες των νησιών του Αιγαίου οι βουλευτές σχεδόν στο σύνολό τους έχουν κοινωνικά δίκτυα. Στις περιφέρειες της Μακεδονίας επίσης η χρήση των κοινωνικών δικτύων διαφέρει ανάλογα με το μέγεθος του νομού που εκπροσωπείται. Στις εκλογικές περιφέρειες της Θράκης η παρουσία της μουσουλμανικής μειονότητας ωθεί τους βουλευτές σε πιο προσωπική επαφή με τους ψηφοφόρους ενώ οι αναρτήσεις στα κοινωνικά δίκτυα περιορίζονται σε θέματα της περιοχής και της συμβίωσης χριστιανών και μουσουλμάνων.

Τέλος σε πιο κεντρικές περιφέρειες όπως Αχαΐας, Αιτωλοακαρνανίας, Λάρισας ή στην Στερεά Ελλάδα η χρήση των κοινωνικών δικτύων από τους βουλευτές είναι για θέματα της κεντρικής πολιτικής σκηνής, που δεν άπτονται άμεσα των θεμάτων της περιφέρειάς τους.

3.5 Συμπεράσματα χρήσης κοινωνικών δικτύων ανά φύλο

Στις τελευταίες εκλογές εκλέχθηκαν στην Βουλή 66 γυναίκες βουλευτές, από τις οποίες οι 52 διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό στο Facebook(78,7%), οι 23 έχουν προσωπικό λογαριασμό στο twitter(34,8%), στο Instagram προσωπική σελίδα διαθέτουν 24 γυναίκες βουλευτές(36,3%), ενώ 34 διαθέτουν προσωπικό ιστοσελίδα στο διαδίκτυο(51,5%). Με τη Νέα Δημοκρατία εκλέχθηκαν 25 γυναίκες βουλευτές, από τις οποίες οι 21(84%) διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό στο Facebook, οι 10 έχουν λογαριασμό στο twitter(40%), 12 γυναίκες βουλευτές έχουν προσωπική σελίδα στο Instagram(48%), ενώ 17 γυναίκες βουλευτές έχουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους(68%). Με τον ΣΥΡΙΖΑ εκλέχθηκαν κατά τις τελευταίες εκλογές 24 γυναίκες βουλευτές από τις οποίες οι 20(83,3%) διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, οι 7(29,10%) προσωπικό λογαριασμό στο twitter και 8(29,10%) σελίδα στο Instagram. Επίσης 13 γυναίκες βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα(54,10%).

Με το Κίνημα Αλλαγής(ΚΙΝΑΛ) στις τελευταίες εκλογές εκλέχθηκαν 4 γυναίκες βουλευτές, που και οι 4 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, 3 έχουν λογαριασμό στο twitter και προσωπική ιστοσελίδα ενώ 2 γυναίκες βουλευτές έχουν λογαριασμό στο Instagram. Με το κόμμα Ελληνική Λύση εκλέχθηκαν 3 γυναίκες βουλευτές, από τις οποίες οι 2 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook. Με το κόμμα ΜΕΡΑ25 εκλέχθηκαν 5 γυναίκες βουλευτές που και οι 5 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook, οι 3 έχουν λογαριασμό στο twitter, 2 έχουν σελίδα στο Instagram, ενώ μία βουλευτής έχει προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή της.

Στους άντρες βουλευτές, οι 191(81,6%) διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό στο Facebook, 96 βουλευτές έχουν προσωπικό λογαριασμό στο twitter(41%), 79(33,7%) διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό στο Instagram, ενώ 148 βουλευτές(63,2%) διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους.

Οι άνδρες βουλευτές της Νέας Δημοκρατίας προτιμούν να έχουν προσωπική σελίδα στο Facebook(87,2%), ή επίσης προσωπική ιστοσελίδα(72,10), ενώ το twitter προτιμούν 66 βουλευτές του κόμματος(49,6%) και το Instagram το επιλέγουν 56 βουλευτές(42,10%). Στο ΣΥΡΙΖΑ οι άνδρες βουλευτές προτιμούν περισσότερο το Facebook με το σύνολο σχεδόν των ανδρών βουλευτών(98%) να έχει λογαριασμό, ενώ 20(32,2%) άνδρες βουλευτές έχουν λογαριασμό στο twitter

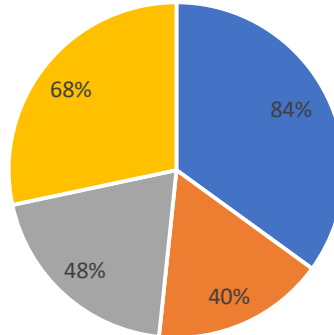
και 18 διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Instagram(29%). Επίσης 34(54,8%) βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ διαθέτουν προσωπική ιστοσελίδα για την προβολή τους.

Στο ΚΙΝΗΜΑ ΑΛΛΑΓΗΣ(ΚΙΝΑΛ) οι άνδρες βουλευτές χρησιμοποιούν σχεδόν στο σύνολό τους το Facebook(94,4%) και τις προσωπικές τους ιστοσελίδες, αν και σε μικρότερο βαθμό(77,7%). Λογαριασμό στο twitter διαθέτουν 10 βουλευτές(55,5%) ενώ μόλις 4(22,2%) έχουν σελίδα στο Instagram.

Στο κόμμα Ελληνική Λύση 4 βουλευτές διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook και ένας προσωπική ιστοσελίδα, ενώ στο ΜΕΡΑ25 τρεις άνδρες βουλευτές διαθέτουν προσωπική σελίδα στο Facebook και προσωπική ιστοσελίδα και ένας βουλευτής έχει προσωπική σελίδα στο Instagram.

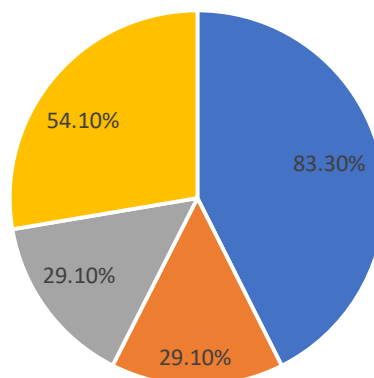
Σαν ένα γενικό συμπέρασμα μπορούμε να πούμε πως η χρήση των κοινωνικών δικτύων κατά φύλο των βουλευτών φαίνεται να έχει μια ίση τάση, τα ίδια ποσοστά χρήσης έχουμε σχεδόν σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα μεταξύ των ανδρών και γυναικών βουλευτών με κάποιες μικρές διαφοροποιήσεις που έχουν να κάνουν με το πολιτικό κόμμα που εκπροσωπούν. Σχεδόν το σύνολο των βουλευτών με παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούν το Facebook, ενώ twitter και Instagram χρησιμοποιείται από προβεβλημένα στελέχη κομμάτων, ανεξαρτήτως φύλου, σε ίδια σχεδόν ποσότητα. Και πάλι φαίνεται να υπάρχει ένας ισχυρός δικομματισμός στη χρήση των κοινωνικών δικτύων και στα 2 φύλα ενώ ενδεικτική είναι η μεγάλη παρουσία του γυναικών βουλευτών του ΚΙΝΑΛ στα κοινωνικά δίκτυα, αναλογικά με το μέγεθος του κόμματος, απόρροια της προώθησης των κοινωνικών δικτύων τα προηγούμενα χρόνια ιδίως από την πλευρά του ΠΑΣΟΚ, που είναι και το κυριότερο κόμμα που απαρτίζει το ΚΙΝΑΛ.

ΠΟΣΟΣΤΑ ΧΡΗΣΗΣ SOCIAL MEDIA ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΒΟΥΛΕΥΤΩΝ
ΝΕΑ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



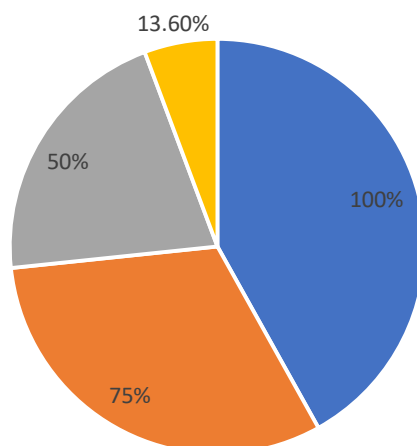
■ FACEBOOK ■ TWITTER ■ INSTAGRAM ■ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ SITE

ΣΥΡΙΖΑ ΧΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ



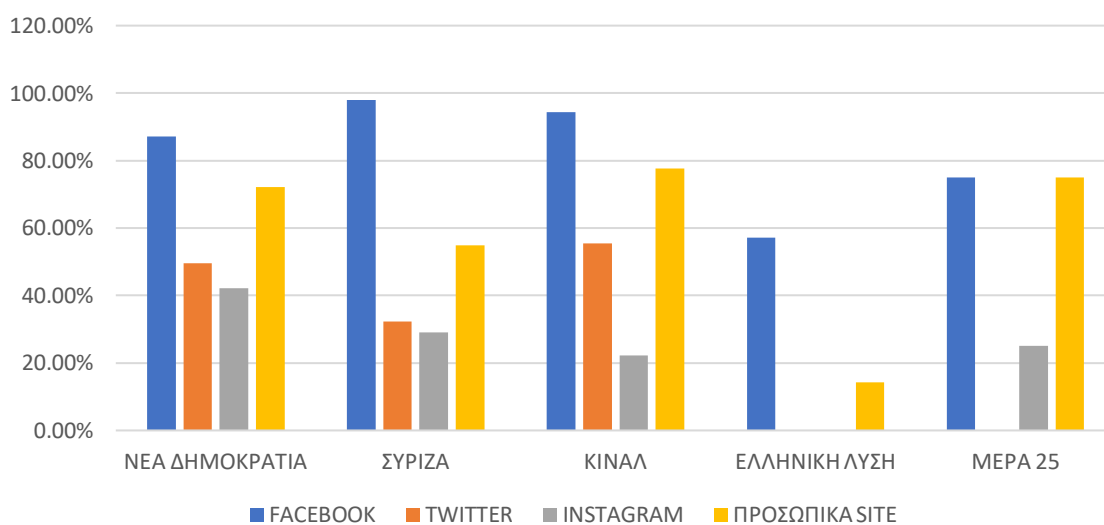
■ FACEBOOK ■ TWITTER ■ INSTAGRAM ■ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ SITE

ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ ΚΙΝΑΛ



■ FACEBOOK ■ TWITTER ■ INSTAGRAM ■ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ SITE

ΧΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΑΝΔΡΕΣ ΒΟΥΛΕΥΤΕΣ



■ FACEBOOK ■ TWITTER ■ INSTAGRAM ■ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ SITE

3.6 Συμπεράσματα

Πλέον όλοι αναγνωρίζουν τις δυνατότητες του διαδικτύου σε σχέση με τις παραδοσιακές μεθόδους επικοινωνίας. Οι τεράστιες δυνατότητές του προσδίδουν στους πολιτικούς ευκαιρίες να βελτιώσουν την εικόνα τους τόσο από άποψη διοικητικής αποτελεσματικότητας όσο κι από τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς τους (Bruce A. Bimber Richard Davis, 2003).

Τα site και τα κοινωνικά δίκτυα είναι σε θέση να φιλοξενήσουν ένα τεράστιο αριθμό δεδομένων στις οποίες ο κάθε χρήστης μπορεί να έχει πρόσβαση οποιαδήποτε στιγμή. Με την ανάπτυξη του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δημιουργήθηκαν νέοι χώροι για την ανάπτυξη ιδεών ανεξαρτήτως περιορισμού του χώρου και του χρόνου, που τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας και οι παραδοσιακοί τρόποι επαφής του πολιτικού με τον πολίτη δεν επέτρεπαν.

Μέσω του διαδικτύου οι πολιτικοί έχουν την δυνατότητα για πρώτη φορά να απευθύνουν τα μηνύματά τους στο κοινό, απεριόριστα και χωρίς τη διαμεσολάβηση τρίτων και μπορούν να φτάσουν στην οθόνη του κάθε πολίτη, χρησιμοποιώντας διαφορετικά μέσα επικοινωνίας. Από εκεί που είχαμε οδηγηθεί στην «Τηλεδημοκρατία» οδηγούμαστε στην «Ψηφιακή Δημοκρατία» (N Demertzis, K Diamantaki, A Gazi, N Sartzetakis, 2005).

Ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά του διαδικτύου είναι ότι αυξάνεται η διαδραστικότητα μεταξύ των πολιτικών με τους πολίτες. Οι πολίτες πλέον έχουν την δυνατότητα να επικοινωνούν άμεσα με τους πολιτικούς τους εκπροσώπους και να έχουν πρόσβαση στην πληροφορία. Το διαδίκτυο αποτελεί την τελευταία αλλά πιο σημαντική προσθήκη στα μέσα επικοινωνίας που διευρύνει την σφαίρα της πολιτικής επικοινωνίας.

Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να δείξει αν αυτή η αλλαγή στον τρόπο επικοινωνίας των πολιτικών με τους πολίτες έχει επηρεάσει και τα ελληνικά πολιτικά κόμματα. Τα πρώτα χρόνια της εμφάνισης του διαδικτύου και της ανάπτυξης των νέων κοινωνικών δικτύων τα ελληνικά πολιτικά κόμματα έδειχναν να φοβούνται ή τουλάχιστον να μην αναγνωρίζουν τις δυνατότητες που προσέφεραν οι νέες μορφές

επικοινωνίας. Τα ελληνικά κόμματα ακόμα και μέχρι τις εκλογές του 2007 προτιμούσαν τους παραδοσιακούς τρόπους πολιτικής επικοινωνίας: μεγάλες πολιτικές συγκεντρώσεις, συνεντεύξεις στην τηλεόραση και στις εφημερίδες, διαφημιστικές καταχωρίσεις, αφίσες, φυλλάδια κ.α.

Το 2008 ο Μπαράκ Ομπάμα έγινε ο πρώτος υποψήφιος πρόεδρος των ΗΠΑ που χρησιμοποίησε το διαδίκτυο και τα social media προς όφελός του. Το επιτελείο του έκανε ένα πρωτοφανές άνοιγμα στα social media, δημιουργώντας λογαριασμούς σε όλα τα υπάρχοντα κοινωνικά δίκτυα, όχι απλά κάνοντας αναρτήσεις των δραστηριοτήτων του αλλά ερχόμενος σε διάλογο με τον κόσμο και απαντώντας σε θέματα που έθετε το κοινό. Η εκλογή του το 2008 και το 2012 αποτελούν πλέον σημείο αναφοράς για τους πολιτικούς αναλυτές, τους επικοινωνιολόγους, και γενικά όσους ασχολούνται με την πολιτική επικοινωνία³⁹.

Στην Ελλάδα οι πολιτικοί, αφού πέρασαν μια περίοδο αμφιθυμίας μπροστά στην επέλαση των κοινωνικών δικτύων και στην χρήση τους στην πολιτική επικοινωνία, άρχισαν να δημιουργούν αρχικά blogs, όπου ανέβαζαν σύντομα κείμενα με τις πολιτικές τους θέσεις ή απόψεις σε ζητήματα επικαιρότητας, να αναθέτουν σε ειδικούς την δημιουργία προσωπικών ιστοσελίδων για την προβολή της υποψηφιότητάς τους, άρχισαν να εξερευνούν το νέο πεδίο των κοινωνικών δικτύων, δημιουργώντας σελίδες και λογαριασμούς αρχικά στο Facebook και μετά και στα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα. Η ραγδαία αύξηση της χρήσης του διαδικτύου και των social media από το ελληνικό κοινό οδήγησε και τα πολιτικά κόμματα να αναζητήσουν νέους τρόπους επικοινωνίας με ένα νέο κοινό που δεν χρησιμοποιεί τους παραδοσιακούς τρόπους πολιτικής επικοινωνίας αλλά ενδιαφέρεται για μια περισσότερο προσωποποιημένη επικοινωνία με τον πολιτικό.

Παρόλα αυτά, όπως είδαμε και παραπάνω, τα ελληνικά πολιτικά κόμματα δεν προσέγγισαν το διαδίκτυο με τρόπο ομοιόμορφο ενώ υπάρχουν μεγάλες διαφορές μεταξύ των διάφορων μέσων επικοινωνίας.

³⁹ Εκλογές και social media: το Facebook βγάζει Κυβέρνηση
Μια ματιά στη σχέση πολιτικής, διαδικτύου και social media εν όψει των επικείμενων εκλογών της άλλης Κυριακής.

Μεταξύ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης διαπιστώνονται σημαντικές διαφορές ως προς τη χρήση τους από τους πολιτικούς και από τα πολιτικά κόμματα (Μαρία Ξενοφάντος, Ιουλία Ντάγκα, 2015). Οι διαφορές ως προς τη χρήση τους εξηγούνται από τα χαρακτηριστικά των μέσων και από την εμπειρία που προσφέρει το καθένα στους χρήστες. Διαπιστώσαμε στην έρευνα μας την μεγάλη χρήση του Facebook από τους βουλευτές, ιδιαίτερα των 2 μεγάλων κομμάτων, καθώς αξιοποιείται για πολιτική κινητοποίηση και συμμετοχή των πολιτών σε άλλες δραστηριότητες. Το Facebook παρέχει δίνει περισσότερες δυνατότητες για τη δημοσιοποίηση προσωπικών πτυχών των πολιτικών όπως φωτογραφίες και βίντεο, και επιπλέον με την δημοσιοποίηση πολλών πληροφοριών από την προσωπική και κοινωνική ζωή του πολιτικού δεν απομακρύνουν το κοινό που θέλει ένα περιεχόμενο λιγότερο πολιτικό. Από την άλλη διαπιστώσαμε μια αντιστρόφως ανάλογη χρήση του twitter με μικρή συμμετοχή των βουλευτών και λίγους ενεργούς λογαριασμούς. Ο κυριότερος λόγος είναι πως twitter προσφέρεται κυρίως για διάλογο με τους πολίτες και θεωρείται ένα μέσο πιο πολιτικό που δεν μπορεί να συνδυαστεί για την προώθηση πιο προσωπικών θεμάτων. Ένα στοιχείο επίσης για αυτή την τάση είναι το γεγονός πως το twitter έχει συνδυαστεί στο μυαλό των πολιτικών με τις αρνητικές αναρτήσεις και τις αρνητικές εκστρατείες. Τα σύντομα μηνύματα, οι κοφτές προτάσεις, πριμοδοτούν συχνά την πόλωση και ευνοούν τις ακραίες πολιτικές απόψεις.

Σε χαμηλό επίπεδο, επίσης, παραμένει η χρήση του Instagram από τους βουλευτές (35%). Παρά το γεγονός πως σε άλλες χώρες έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα και προσφέρει σαφή πλεονεκτήματα σε σχέση με τα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα, όπως την παρουσίαση μιας ιστορίας και η επαφή με τους νέους, τα πολιτικά κόμματα και οι βουλευτές δεν έχουν εμπλακεί στη χρήση του παρά μόνο περιστασιακά είτε χρησιμοποιώντας το πιο θεσμικά, αντιγράφοντας ουσιαστικά το Facebook, είτε αξιοποιώντας τις δυνατότητές του με πιο προσωπικό χαρακτήρα⁴⁰. Συνολικά βλέποντας την παρουσία των βουλευτών στο Instagram οι βουλευτές της τελευταίας

⁴⁰ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

14.10.2018 | 07:03

Instagram: ο νέος παράγοντας της πολιτικής

Μία εικόνα αξίζει χίλιες λέξεις

Ιωάννης Χουντής

«Πηγή: https://www.athensvoice.gr/politics/481904_instagram-o-neos-paragontas-tis-politikis»

κοινοβουλευτικής περιόδου δεν έχουν αξιοποιήσει τις δυνατότητές του αφήνοντας παρακαταθήκες για μελλοντική αξιοποίησή του.

Από τις αρχές της προηγούμενης δεκαετίας και την αλλαγή του τρόπου της πολιτικής επικοινωνίας, φαίνεται ότι βουλευτές έχουν στρέψει το ενδιαφέρον τους στην ανάπτυξη της διαδικτυακής τους παρουσίας με την δημιουργία προσωπικών ιστοσελίδων ή blogs. Η οικονομική κρίση των προηγούμενων άλλαξαν τον τρόπο που πολιτικοί προέβησαν την υποψηφιότητά τους και τις θέσεις τους. Οι κοστοβόρες διαφημιστικές καταχωρίσεις και η συχνή παρουσία στην τηλεόραση αντικαταστάθηκε με την παρουσία στο διαδίκτυο και στα κοινωνικά δίκτυα. Μια εύκολη λύση για πολλούς πολιτικούς που δεν έχουν την δυνατότητα προβολής μέσω των παραδοσιακών μέσων στάθηκε η προβολή μέσω του διαδικτύου και όπου υπήρχε η δυνατότητα μέσω της δημιουργίας μιας προσωπικής ιστοσελίδας ή ενός ιστολογίου.

Στη τρέχουσα κοινοβουλευτική περίοδο το 61,6% των μελών της εθνικής αντιπροσωπείας έχουν τη δική τους ιστοσελίδα, κυρίως βουλευτές των 3 μεγάλων κομμάτων, όπου παρουσιάζουν την δραστηριότητά τους. Αυτός ο τρόπος πολιτικής επικοινωνίας είναι πιο άμεσος καθώς ο πολίτης έρχεται σε επαφή με όλες τις πτυχές της δραστηριότητας του πολιτικού που δεν περιορίζονται σε μια απλή ανάρτηση ή ένα μήνυμα, είναι πιο προσιτός γιατί δεν εισέρχονται άλλοι παράγοντες και μπορεί να ελεγχθεί καλύτερα η ποιότητα των πληροφοριών που λαμβάνει ο χρήστης καθώς εδώ δεν μπορούν να γίνει στόχος κακόβουλων σχολίων που συναντά κανείς πιο συχνά στα κοινωνικά δίκτυα. Μια ιστοσελίδα προσφέρει την δυνατότητα στον βουλευτή να επικοινωνήσει τις απόψεις του χωρίς άλλη διαμεσολάβηση.

Συνολικά βλέπουμε ότι οι βουλευτές της ΙΗ' Κοινοβουλευτικής περιόδου της Βουλής των Ελλήνων έχουν μια καλή σχέση με τα νέα μέσα που προσφέρει η ανάπτυξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου. Παρόλα αυτά η παραδοσιακή επικοινωνία των πολιτικών με τους πολίτες δεν έχει αντικατασταθεί πλήρως από την ψηφιακή επικοινωνία. Για τους Έλληνες πολιτικούς η διαδικτυακή επικοινωνία αποτελεί το τελευταίο μέσο στο οποίο θα καταφύγουν, όταν έχουν εξαντληθεί όλες οι άλλες μορφές επικοινωνίας. Ακόμα και σήμερα ο πολιτικός παράγει την επικοινωνία και δεν έχουμε φτάσει στο επίπεδο άλλων χωρών να εκλέγονται οι βουλευτές με βάση τη δημοφιλία που έχουν στα κοινωνικά δίκτυα ανάλογα με τον βαθμό των ακολούθων, των tweets ή των shares που έχει η σελίδα τους. Υπάρχουν μερικά ενθαρρυντικά

παραδείγματα αλλά παραμένουν ακόμη μειοψηφικά και δεν έχουν κατακτήσει την πλειοψηφία της ελληνικής πολιτικής σκηνής.

Βιβλιογραφία

Bruce A. Bimber Richard Davis. (2003). *Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections*. Oxford University Press.

Callo Carmine. (2015). *Talk like Ted*. Αθήνα: Ψυχογιός.

Faust & Wasserman. (1994).

N Demertzis, K Diamantaki, A Gazi, N Sartzetakis. (2005). *Greek political marketing online: An analysis of parliament members' web sites*. Journal of Political Marketing.

Quandt. (2011). *Understanding a New Phenomenon*.

Αποστολίδης Λουκάς. (2017). Ο δημόσιος λόγος στην εποχή της κρίσης. *Το Βήμα*.

Ελένη Τσιάβο . (2019). *Πολιτική επικοινωνία το 2019*. Αθήνα.

Κουτσίμπελα Αναστασία. (2018). Κοινωνικά δίκτυα στην πολιτική.

Κωνσταντίνος, Τζαμιάτης. (2008). *Σε ποιον ανήκει η κόλαση*. Αθήνα: Μεταίχιμο.

Μαρία Ξενοφώντος, Ιουλία Ντάγκα. (2015). Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στις Εκλογές Ιανουαρίου 2015. *Mediaanalysis*, 18-33.

Μιχαήλ Άγγελος Κωνσταντόπουλος. (2019). Τι έκανες στο instagram πολιτικέ;. *Εφημερίδα των Συντακτών*.

Παναγιώτης Σκευοφύλαξ. (2019, Ιούλιος). *ENA*.

Πατίνο Μπρύννο. (2014). *Ο πολιτισμός του Χρυσόψαρου*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Πουλακιδάκος Σταμάτης. (2012). *Προπαγάνδα και Δημόσιος λόγος*. Αθήνα: Da Vinci.

Ρήγου Μαρίνα. (2005). *Από την ψηφιακή επανάσταση στη συντήρηση*. Αθήνα: Σιδέρη.

Στέφανος Κωνσταντινίδης. (2018). Ο δημόσιος λόγος. *Φιλελεύθερος Κύπρου*.

Πηγές: Βουλή των Ελλήνων, <https://www.hellenicparliament.gr>

Επίσημες ιστοσελίδες πολιτικών κομμάτων που εκπροσωπούνται στη Βουλή:
<https://nd.gr>, <https://www.syriza.gr>, <https://kinimaallagis.gr>, <https://www.kke.gr>,
<https://elliniki-lisi.gr>, <https://mera25.gr>

Εφημερίδες-Ιστοσελίδες: <https://www.rizospastis.gr>, <https://www.tovima.gr>,
<https://www.efsyn.gr>, <https://www.philenews.com>, <https://www.athensvoice.gr>,
<https://www.cnn.gr>

Επίσημοι λογαριασμοί FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM

Βουλευτών ΙΗ' Κοινοβουλευτικής περιόδου

Επίσημες ιστοσελίδες βουλευτών

