



**Τμήμα Επικοινωνίας
& Ψηφιακών Μέσων**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Ευαισθητοποίηση του κοινού για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης και ο
ρόλος των κοινωνικών δικτύων: Η περίπτωση του πολέμου στην
Ουκρανία 2022**

**ΚΟΠΑΝΑΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΑΜ:4858
ΣΤΕΡΓΙΟ ΣΤΕΦΑΝΙΑ ΑΜ:4935**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΒΡΙΓΚΑΣ ΜΙΧΑΗΛ

ΚΑΣΤΟΡΙΑ, 14-11-2023

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η μελέτη των μεταβλητών της ευαισθητοποίησης του κοινού και κατά πόσο τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης επηρεάζουν το κοινωνικό σύνολο. Η έρευνα που πραγματοποιείται περιλαμβάνει 150 συμμετέχοντες, καθώς στην έρευνα χρησιμοποιείται ποσοτικός σχεδιασμός (ποσοτική έρευνα), διότι μέσω της ποσοτικής μεθοδολογίας συλλέγονται τα δεδομένα τα οποία επικεντρώνονται στον τρόπο με τον οποίο ο κόσμος ερμηνεύεται και γίνεται κατανοητός, καθώς στοχεύει στην παραγωγή ολιστικών και σε βάθος κατανοήσεων, που προκύπτουν από πλούσια και λεπτομερή δεδομένα. Τα δεδομένα που θα προέλθουν θα αναλυθούν με το σύστημα Jamovi. Κατηγοριοποιήθηκαν σε 5 ομάδες των 10 ατόμων και αντίστοιχα χωρίζονταν σε γυναίκες και άνδρες, επίσης οι κατηγορίες των 10 ατόμων η κάθε μία χωρίζονταν σε ηλικιακές ομάδες αντίστοιχα. Η πρώτη ομάδα που επιλέχθηκε από τον ερευνητή ήταν ηλικίας 18 έως 30 ετών, η επόμενη ομάδα των 10 ατόμων κυμάνθηκε στην ηλικιακή ομάδα των 31 έως 40, η επόμενη από 41 έως 50, η επόμενη από 51 έως 60 και η επόμενη από ηλικίας 61 έως 70. Το δείγμα επιλέχθηκε τυχαία από τον ερευνητή, τηρώντας πάντα την μεταβλητή της ηλικίας, καθώς θα μπορούσε να αναφερθεί ότι το δείγμα είναι *δείγμα ευκολίας*, δηλαδή ο ερευνητής επιλέγει τα πιο εύκολα προσπελάσιμα μέλη του πληθυσμού στα οποία θα δοθεί το ερωτηματολόγιο. Η εργασία περιλαμβάνει σημαντική ανάλυση δεδομένων στο 3^ο κεφάλαιο, καθώς και ανάλυση δεδομένων η οποία τοποθετείται στο 4^ο κεφάλαιο. Επίσης περιέχει μια σύντομη εισαγωγή, το 1^ο κεφάλαιο που πραγματοποιείται μία ανάλυση για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς στο 2^ο και στον 5^ο κεφάλαιο αντίστοιχα, γίνεται αναφορά για την κατάσταση του πολέμου και κατά πόσο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν τα συναισθήματα του κοινωνικού συνόλου. Τα αποτελέσματα που διεξάχθηκαν αφορούσαν την επιρροή των μέσων κοινωνικών δικτύων στο σύνολο των γυναικών και ανδρών που πήραν μέρος της έρευνας, αλλά και μία συζήτηση και αναφορές για περαιτέρω έρευνες.

Λέξεις – κλειδιά: Ευαισθητοποίηση, δίκτυο, πόλεμος, κοινωνικά μέσα, συμμετέχοντες

Abstract

The purpose of this research is to study the variables of public awareness and to what extent Social Media affects society as a whole. The research carried out includes 150 participants, as the research uses a quantitative design (quantitative research), because through the quantitative methodology the data is collected which focuses on the way in which the world is interpreted and understood, as it aims to produce holistic and in-depth insights, derived from rich and detailed data. The incoming data will be analyzed with the Jamovi system. were categorized into 5 groups of 10 people and were respectively divided into women and men, also the categories of 10 people each were divided into age groups respectively. The first group selected by the researcher was aged 18 to 30, the next group of 10 people ranged in age from 31 to 40, the next from 41 to 50, the next from 51 to 60 and the next from 61 to 70. The sample was randomly selected by the researcher, always respecting the age variable, as it could be said that the sample is a convenience sample, that is, the researcher selects the most accessible members of the population to whom the questionnaire will be administered. The paper includes significant data analysis in chapter 3, as well as data analysis which is placed in chapter 4. It also contains a short introduction, the 1st chapter which is an analysis of social media, as in the 2nd and 5th chapters respectively, there is a reference to the state of war and how social media affects the emotions of society. The results that were conducted related to the influence of social media on all the women and men who took part in the research, as well as a discussion and references for further research.

Ευχαριστίες

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις οικογένειές μας για όλα τα φοιτητικά μας χρόνια που ήταν δίπλα μας σε κάθε στιγμή. Τους δικούς μας ανθρώπους που πίστεψαν σε εμάς, καθώς και τον καθηγητή μας κ. Βρίγκα Μιχαήλ για την ευκαιρία που μας έδωσε να αποκτήσουμε το Πτυχίο μας και να μπορέσουμε να προχωρήσουμε στις ανώτερες σπουδές μας.

Πίνακας Περιεχομένων

Περίληψη	2
Abstract	3
Ευχαριστίες.....	4
Εισαγωγή.....	8
Σκοπός της Έρευνας και Ερευνητικά Ερωτήματα.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο	12
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	12
1.1 Ορισμός των Κοινωνικών Μέσων	12
1.2 Ιστορική Αναδρομή των Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης.....	14
1.3 Ορισμός του Συναισθήματος της Ευαισθητοποίησης.....	19
1.4 Η Επιρροή των Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης στην Ευαισθητοποίηση του Κοινού	21
1.5 Κατηγορίες των Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης.....	23
1.6 Κατηγοριοποίηση των Χρηστών των Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης.....	25
1.7 Η Στάση των Κρατικών Καναλιών και Ιδιωτικών Καναλιών από τα Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης.....	28
1.8 Επιρροή των Κοινωνικών Μέσων στους Χρήστες των Μέσων Δικτύωσης.....	30
1.8.1 Εικόνα, Πειθώ και Φήμη.....	32
1.9 Λόγοι Χρήσης και Δραστηριότητες του Χρήστη στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στην Περίπτωση του Πολέμου.....	34
1.10 Η Αξία των Κοινωνικών Μέσων σχετικά με την Μέτρηση της Επιρροής των Χρηστών	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο.....	38
ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΥΚΡΑΝΙΑ 2022	38
2.1 Ιστορική Αναδρομή.....	38
2.2 Επανάραξη Πολέμου στην Ουκρανία το 2022.....	42

2.2.1 Αίτια για την Επανάρξη Πολέμου	44
2.2.2 Στάση των Δύο Χωρών Ουκρανίας και Ρωσίας	47
2.3 Επιπτώσεις Πολέμου	49
2.3.1 Κοινωνικές Επιπτώσεις	51
2.3.2 Οικονομικές Επιπτώσεις	53
2.3.3 Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις	54
2.4 Fake News 2.0	55
2.4.1 Fake News και Προπαγάνδα	57
2.5 Η Παρουσίαση του Πολέμου Μέσω των ΚΜΔ και των ΚΜ	59
2.6 Τροφοδότηση των Κοινωνικών Μέσων Σχετικά με τον Πόλεμο 61	
Κεφάλαιο 3ο Μεθοδολογία	63
3.1 Ερευνητικός Σχεδιασμός Έρευνας	63
3.2 Συμμετέχοντες	65
3.3 Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων	66
3.3.1 Contingent Valuation Method (Μέθοδος Συγκριτικής Αποτίμησης)	66
3.3.2 Περιγραφική Στατιστική – Ανάλυση T-Test – Ανάλυση Διακύμανσης ANOVA	68
3.3.3 Ερωτηματολόγιο-Μεταβλητές	70
3.3.4 Κλίμακα Likert (Ερώτηση Ερωτηματολογίου)	72
3.4 Ηθικά και Δεοντολογικά Ζητήματα	74
Κεφάλαιο 4ο	75
4.1 Σκοπός της Έρευνας και Ερευνητικά Ερωτήματα	75
4.2 Ποιοτική Περιγραφή Ανάλυσης Δεδομένων (Google Forms)	76
4.2.1 Ανάλυση 1ου Ερευνητικού Ερωτήματος	78
4.2.2 Ανάλυση 2ου Ερευνητικού Ερωτήματος	81
4.2.3 Ανάλυση 3ου Ερευνητικού Ερωτήματος	82
4.2.4 Ανάλυση 4ου Ερευνητικού Ερωτήματος	83
4.2.5 Ανάλυση 5ου Ερευνητικού Ερωτήματος	85
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο Συζήτηση – Συμπεράσματα	87
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	89
Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία	89

Ξενόγλωση Βιβλιογραφία.....	91
------------------------------------	-----------

Εισαγωγή

Τα κοινωνικά μέσα ορίζονται ως διαδραστικές πλατφόρμες τεχνολογίας, οι οποίες υλοποιούνται μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών, καθώς αποτελούν αρωγή στην ανταλλαγή πληροφοριών/δεδομένων, στον σχηματισμό αντιλήψεων και στην δημιουργία διαφορετικών τρόπων εξωτερίκευσης μέσω εικονικών κοινοτήτων (Τζικόπουλος, 2013). Τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης επιτρέπουν στους χρήστες να δημοσιεύουν, να δημιουργούν, να ανταλλάζουν περιεχόμενο, καθώς δόθηκε η δυνατότητα στους ανθρώπους να διαβάζουν, να εξάγουν και να παράγουν ένα περιεχόμενο παγκόσμιας εμβέλειας, αλλά και να είναι ικανοί στο να διαβάσουν και να ενημερωθούν για γεγονότα και καταστάσεις άμεσα και οποιαδήποτε χρονική στιγμή αυτοί επιθυμούν (Kaplan & Haenlein, 2009).

Τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης προσφέρουν την δυνατότητα επικοινωνίας, ενημέρωσης, ψυχαγωγίας κλπ., καθώς αναφέροντας και κάνοντας μία ιστορική αναδρομή των κοινωνικών μέσων, όσο υπάρχει εξέλιξη και βελτίωση της τεχνολογίας των κοινωνικών μέσων δικτύωσης, τόσο οι διαδικτυακοί χρήστες θα αυξάνονται (Βλαχοπούλου & Δημητριάδης, 2014). Συγκεκριμένα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εμφανίστηκαν για πρώτη φορά το χρονολογικό έτος 1979, από τους Tom Truscott και Jim Ellis (Duke University), οι οποίοι είχαν δημιουργήσει μία πλατφόρμα παγκόσμια συζήτησης με το όνομα Usenet (Kaplan & Haenlein, 2009). Η συγκεκριμένη πλατφόρμα επέτρεπε στους χρήστες του Διαδικτύου να δημοσιεύουν μηνύματα, τα οποία μπορούσαν να διαβαστούν από όλους τους χρήστες (δημόσια) (Kaplan & Haenlein, 2009). Έπειτα, η εποχή των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης εξελίχθηκε από τους Bruce και Susan Abelson (περίπου 20 χρόνια πριν από σήμερα), οι οποίοι δημιούργησαν έναν ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης, με το όνομα Open Diary, όπου με το συγκεκριμένο οι χρήστες μπορούσαν να συνδεθούν παγκόσμια με άλλους χρήστες συγγραφείς ημερολογίων και να δημιουργήσουν μία κοινότητα (Kaplan & Haenlein, 2009).

Ο ερευνητής Titchener (1910) αναφερόμενος στον όρο της ευαισθητοποίησης, κατά τα τέλη του 19^{ου} αιώνα μετέφρασε τον γερμανικό όρο της ευαισθητοποίησης «*einfuhlung*» στην αγγλική γλώσσα «*awareness*» ή «*empathy*» (η οποία μεταφράζει την λέξη της ενσυναϊθης) και οι δύο συγκεκριμένες λέξεις συμπεριλαμβάνονται στην λέξη του συναισθήματος «*emotion*», η οποία προέρχεται από την λατινική λέξη «*motere*», η οποία σημαίνει κινώ, εννοώντας την ύπαρξη κίνησης ή τάσης για δράση (Baig, 2019). Σύμφωνα

με τον ερευνητή Titchener (2010), η ενσυναίσθηση ορίζεται ως «η διαδικασία με την οποία εξανθρωπίζουμε τα αντικείμενα, διαβλέπουμε ή αισθανόμαστε τον εαυτό μας μέσα σε αυτά», καθώς σύμφωνα με τους Greenberg και Elliot (1997) και Μαλικιώση – Λοϊζου (2003) «η ενσυναίσθηση είναι η δεξιάτητα της εμπίωσης μίας κατάστασης ενός άλλου ανθρώπου, της κατανόησης και του μοιράσματος των συγκινήσεων, των σκέψεων και της συμπεριφοράς του άλλου» (Greenberg & Elliot, 1997; Μαλικιώση – Λοϊζου, 2003).

Σύμφωνα με μία έρευνα που διεξάχθηκε από τους So και Kim (2018), η οποία εξετάζε τον τρόπο με τον οποίο οι διαδικτυακές κοινωνικές πλατφόρμες ασκούν αρνητική ή θετική επιρροή στην διαμόρφωση και στον σχηματισμό της κοινής γνώμης που σχετίζονται με θέματα της δημόσιας υγείας (So & Kim, 2018). Συγκεκριμένα, η μελέτη αναφέρει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ασκούν επιρροή στην κοινή γνώμη και στοχεύουν με δύο τρόπους: 1) τη διαμόρφωση των απόψεων και 2) την ενίσχυση της διάδοσης μηνυμάτων (So & Kim, 2018). Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι το μεγαλύτερο μέρος των κοινωνιών στην σύγχρονη εποχή του 21^{ου} αιώνα είναι επηρεασμένες κατά μεγάλο ποσοστό, καθώς οι κοινωνικές ομάδες και τα άτομα που διέπουν την κάθε κοινωνική ομάδα και τάξη πραγματοποιούν μία προσπάθεια στον να ζουν την καθημερινότητά παράλληλα με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και να προσαρμόζονται με αυτά (Harvard, 2021). Το πανεπιστήμιο του Harvard (2008) χρησιμοποιεί τον αγγλικό όρο “*mediatization*”, στην προσπάθειά του να περιγράψει την επιρροή που ασκούν τα μέσα ενημέρωσης και δικτύωσης στην κοινωνία και στον σύγχρονο πολιτισμό, καθώς αυτός ο όρος παρουσιάζει ένα σύνδρομο, σύμφωνα με το οποίο οι άνθρωποι υλοποιούνται, επηρεάζονται και αναλώνονται στα ΜΚΔ (Harvard, 2008).

Ο πόλεμος στην Ουκρανία έχει τις ρίζες του στο 2014 όπου μετά την ανατροπή του προ-ρωσικού καθεστώτος του Βικτόρ Γιανουκόβιτς και την ανάδειξη μιας προ-δυτικής κυβέρνησης στο Κίεβο ξέσπασαν διαταραχές και αυτό γιατί η Ρωσία αντέδρασε αρνητικά σε αυτό το γεγονός, καταλαμβάνοντας την Κριμαία και υποστηρίζοντας τους αποστάτες στην ανατολική Ουκρανία (Παπαφλωράτος, 2022). Επιπλέον, υπήρχαν πολιτικές και εθνικές διαιρέσεις στην Ουκρανία, με μέρος του πληθυσμού να συνάπτει στενότερους δεσμούς με τη Ρωσία ενώ άλλοι επιθυμούσαν πιο στενούς δεσμούς με τη Δύση. Στο βιβλίο “*The Ukraine Crisis: What it Means for the West*” του Andrew Wilson (2014), ο συγγραφέας παρέχει μια λεπτομερή ανάλυση της κατάστασης που οδήγησε στην έναρξη του πολέμου στην Ουκρανία (Wilson, 2014). Ο Wilson υποστηρίζει ότι ο πόλεμος προκλήθηκε από μια σειρά παραγόντων, όπως η διαφωνία για το ποιος έχει το δικαίωμα

να κυβερνά την Ουκρανία, οι οικονομικές πιέσεις που ασκούνται από τη Ρωσία στην Ουκρανία, καθώς και η στρατηγική σημασία της Ουκρανίας για τη Ρωσία (Wilson, 2014). Ο συγγραφέας αναφέρει επίσης ότι ο πόλεμος ξεκίνησε με την αντίδραση της Ουκρανίας στην απόπειρα της Ρωσίας να εξασφαλίσει την περιφερειακή της επιρροή στην Κριμαία (Wilson, 2014).

Η παρουσίαση του πολέμου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στα κοινωνικά μέσα εξαρτάται και επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες οι οποίοι έχουν να κάνουν κυρίως με τη γεωγραφική θέση της χώρας στην οποία γίνεται η παρουσίαση των γεγονότων του πολέμου, οι οικονομικές και πολιτικές σχέσεις της χώρας αυτής με τις πλευρές που βρίσκονται σε ρήξη αλλά και οι σκοποί και οι στόχοι των δημοσιογράφων που σχολιάζουν και μεταφέρουν τα γεγονότα. Αναλυτικότερα το σημαντικότερο ρόλο στη παρουσίαση του πολέμου από τα κοινωνικά μέσα και από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν οι παρακάτω παράγοντες. Πολιτικές προτεραιότητες των μέσων ενημέρωσης και των κοινωνικών δικτύων . Σύμφωνα με τους Hallin και Mancini (2012), οι πολιτικές προτεραιότητες μπορούν να επηρεάσουν τη στάση των μέσων ενημέρωσης και των κοινωνικών δικτύων απέναντι στον πόλεμο, επηρεάζοντας το επίπεδο της κάλυψης, το βαθμό της αναφοράς στη βία και τις ανθρώπινες απώλειες, το βάρος της επικαιρότητας και του συναισθήματος στην αναφορά και την παρουσίαση των ειδήσεων, όπως και το βαθμό της διεξαγωγής αναλύσεων και συζητήσεων σχετικά με τις πραγματικές αιτίες του πολέμου αλλά και τις πιθανές λύσεις.

Σκοπός της Έρευνας και Ερευνητικά Ερωτήματα

Η παρούσα έρευνα έχει σκοπό να μελετήσει τις μεταβλητές της ευαισθητοποίησης του κοινού και κατά πόσο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν το κοινωνικό σύνολο.

Ερευνητικά ερωτήματα :

Τα μέσα των κοινωνικών δικτύων επηρεάζουν την ψυχική υγεία των συμμετεχόντων

Οι συμμετέχοντες εκδηλώνουν περισσότερη ευαισθητοποίηση σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης

Τα άτομα εκδηλώνουν περισσότερη επιθετικότητα στην προβολή και ενημέρωση καταστάσεων πολέμου

Στην σύγχρονη κοινωνία τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν την θέση της προπαγάνδας παρά της ενημέρωσης

Ο αριθμός των γυναικών που συμμετέχουν στην έρευνα εκδηλώνουν περισσότερα αισθήματα ευαισθητοποίησης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ

1.1 Ορισμός των Κοινωνικών Μέσων

Τα κοινωνικά μέσα ορίζονται ως διαδραστικές πλατφόρμες τεχνολογίας, οι οποίες υλοποιούνται μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών, καθώς αποτελούν αρωγή στην ανταλλαγή πληροφοριών/δεδομένων, στον σχηματισμό αντιλήψεων και στην δημιουργία διαφορετικών τρόπων εξωτερίκευσης μέσω εικονικών κοινοτήτων (Τζικόπουλος, 2013). Τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης επιτρέπουν στους χρήστες να δημοσιεύουν, να δημιουργούν, να ανταλλάζουν περιεχόμενο, καθώς δόθηκε η δυνατότητα στους ανθρώπους να διαβάζουν, να εξάγουν και να παράγουν ένα περιεχόμενο παγκόσμιας εμβέλειας, αλλά και να είναι ικανοί στο να διαβάσουν και να ενημερωθούν για γεγονότα και καταστάσεις άμεσα και οποιαδήποτε χρονική στιγμή αυτοί επιθυμούν (Kaplan & Haenlein, 2009).

Σύμφωνα με τους ερευνητές Mangold και Faulds (2009) οι οποίοι υποστήριζαν ότι «τα κοινωνικά μέσα είναι ένα υβρίδιο το οποίο προέρχεται από την ανάμειξη των τεχνολογιών και των διαφόρων μέσων ενημέρωσης και επιτρέπουν την άμεση επικοινωνία των χρηστών σε πραγματικό χρόνο χρησιμοποιώντας διάφορες μορφές πολυμέσων και πολυάριθμες πλατφόρμες μετάδοσης με δυνατότητες παγκόσμιας εμβέλειας» (Mangold & Faulds, 2009, σ. 359). Επίσης, άλλοι ερευνητές αναφέρθηκαν στην διατύπωση του ορισμού των κοινωνικών μέσων, για παράδειγμα οι ερευνητές Kaplan και Haenlein (2010), όπως προαναφέρθηκε διατύπωσαν την περιγραφή του ορισμού των κοινωνικών μέσων ως ένα σύμπλεγμα ή μία ομάδα διαδικτυακών εφαρμογών που βασίζονται στα τεχνολογικά και ιδεολογικά θεμέλια του Web 2.0, τα οποία επιτρέπουν την ανταλλαγή περιεχομένου που δημιουργείται από τους ίδιους τους χρήστες (Kaplan & Haenlein, 2010).

Αξίζει να σημειωθεί, η αναφορά και περιγραφή και άλλων ερευνητών στην προσπάθειά τους να διατυπώσουν τον ορισμό των κοινωνικών μέσων, όπως οι Handerson και Bowley (2010), όρισαν τα κοινωνικά μέσα ως εφαρμογές και τεχνολογίες που συνάδονται άρρηκτα μεταξύ τους, καθώς οι οποίες καθιστούν προσιτές τις διαδικασίες της συμμετοχής, της διασύνδεσης, της δημιουργίας περιεχομένου από τους χρήστες, της

ανταλλαγής πληροφοριών αλλά και της συνεργασίας που τυχόν υλοποιηθεί μεταξύ μίας κοινότητας χρηστών (Handerson & Bowley, 2010, σ. 239). Σύμφωνα με την Malita (2011) «τα κοινωνικά μέσα είναι τα εργαλεία που διευκολύνουν την κοινωνικοποίηση του περιεχομένου. Οι υπηρεσίες των κοινωνικών μέσων ευνοούν τη συνεργασία, την αλληλεπίδραση και την επικοινωνία μέσω της συζήτησης, της ανατροφοδότησης, της ψηφοφορίας, των σχολίων και της ανταλλαγής πληροφοριών από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη» (Malita, 2011, σ. 748).

Η φράση “κοινωνικά μέσα” συμπεριλαμβάνει δύο συνιστώσες “κοινωνικά” και “μέσα” (Ngai et al., 2015). Ο πρώτος σύνθετος όρος αναφέρεται στις δραστηριότητες που υλοποιούνται και διεξάγονται μεταξύ των ανθρώπων, καθώς ο δεύτερος σύνθετος όρος αναφέρεται στα εργαλεία και στις τεχνολογίες που πραγματοποιείται χρήση για την εκτέλεση τέτοιων δραστηριοτήτων (Ngai et al., 2015). Συγκεκριμένα, τα κοινωνικά μέσα συμπεριλαμβάνουν ένα σύμπλεγμα καναλιών μέσω των οποίων διαδίδεται και διευκολύνεται σημαντικά η αλληλεπίδραση των οντοτήτων και ατόμων (π.χ. μεταξύ των ατόμων και ενός οργανισμού) (Brogan, 2010; Zarella, 2010). Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης υποστηρίζουν τον εκδημοκρατισμό της πληροφορίας και της γνώσης, καθώς είναι δυνατόν να στοχεύσουν και να επιτύχουν στο να καθιστούν και να μετασχηματίζουν τα άτομα από πολίτες απλούς καταναλωτές περιεχομένου της εκάστοτε κοινωνίας ή κοινωνικής ομάδας σε παραγωγούς περιεχομένου, όπως αναφέρουν και οι Rohm και Crittenden (2011) «η πραγματική δύναμη του συστήματος των κοινωνικών μέσων είναι ότι κρατάει όλους τους ανθρώπους συνδεδεμένους» (Rohm & Crittenden, 2011).

1.2 Ιστορική Αναδρομή των Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης

Οι τελευταίες δεκαετίες απαρτίζονται από μία ολοένα αυξημένη τάση των ανθρώπων να χρησιμοποιούν τα κοινωνικά μέσα, τα οποία πλέον αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής των ανθρώπων (Βλαχοπούλου & Δημητριάδης, 2014). Τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης προσφέρουν την δυνατότητα επικοινωνίας, ενημέρωσης, ψυχαγωγίας κλπ., καθώς αναφέροντας και κάνοντας μία ιστορική αναδρομή των κοινωνικών μέσων, όσο υπάρχει εξέλιξη και βελτίωση της τεχνολογίας των κοινωνικών μέσων δικτύωσης, τόσο οι διαδικτυακοί χρήστες θα αυξάνονται (Βλαχοπούλου & Δημητριάδης, 2014). Συγκεκριμένα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εμφανίστηκαν για πρώτη φορά το χρονολογικό έτος 1979, από τους Tom Truscott και Jim Ellis (Duke University), οι οποίοι είχαν δημιουργήσει μία πλατφόρμα παγκόσμιας συζήτησης με το όνομα Usenet (Kaplan & Haenlein, 2009). Η συγκεκριμένη πλατφόρμα επέτρεπε στους χρήστες του Διαδικτύου να δημοσιεύουν μηνύματα, τα οποία μπορούσαν να διαβαστούν από όλους τους χρήστες (δημόσια) (Kaplan & Haenlein, 2009). Έπειτα, η εποχή των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης εξελίχθηκε από τους Bruce και Susan Abelson (περίπου 20 χρόνια πριν από σήμερα), οι οποίοι δημιούργησαν έναν ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης, με το όνομα Open Diary, όπου με το συγκεκριμένο οι χρήστες μπορούσαν να συνδεθούν παγκόσμια με άλλους χρήστες συγγραφείς ημερολογίων και να δημιουργήσουν μία κοινότητα (Kaplan & Haenlein, 2009).

Στην συνέχεια, δημιουργήθηκε ο όρος “weblog”, όπου ένα χρόνο αργότερα έγινε γνωστό ως “blog”, καθώς με την εξέλιξη της τεχνολογίας και της υψηλής ταχύτητας της πρόσβασης στο Διαδίκτυο, τα πράγματα εξελίχθηκαν ακόμα περισσότερο, με την δημιουργία ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Myspace (2003) και το Facebook (2004), καθώς οι συγκεκριμένες πλατφόρμες σήμαναν την έναρξη μίας νέας εξέλιξης του Διαδικτύου και της τεχνολογίας, αλλά και την έναρξη μίας νέας σύγχρονης εποχής (Kaplan & Haenlein, 2009). Αξίζει να σημειωθεί ότι με την δημιουργία των προαναφερθέντων, δημιουργήθηκε και ο όρος “Social Media” και συνέβαλε στην εξέχουσα θέση που κατέχει μέχρι σήμερα (Kaplan & Haenlein, 2009). Με την δημιουργία των κοινωνικών μέσων, που αυτό σημαίνει ευκολότερη και γρηγορότερη παγκόσμια ενημέρωση, στην δημιουργία μίας ελευθερίας του λόγου και των απόψεων, στην διάχυτη άμεσα ανταλλαγή πληροφοριών, χρησιμοποιώντας ήχο, εικόνα, βίντεο κλπ., στην δημιουργία πλέον γνωστών platforms όπως το Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest,

YouTube, TikTok, LinkedIn, Snapchat, Reddit κλπ., με εκατοντάδες χρήστες καθημερινά, τα κοινωνικά μέσα πέρασαν από διάφορα στάδια εξέλιξης, όπως προαναφέρθηκε, για να φτάσουν στην σημερινή τους μορφή (Crustna, 2014; Kuofie & Gholston, 2015). Οι πληροφορίες που δίνονται παρακάτω πάρθηκαν από την βιβλιογραφία των Crustna (2014) και Kuofie & Gholston (2015):

- 1969: Μέχρι τα μέσα του χρονολογικού έτους 1990, η εταιρία των Ηνωμένων Πολιτειών “CompuServe” κατέχει την πρώτη θέση του εμπορικού παρόχου υπηρεσιών διαδικτύου μέσω dial – up για το κοινό της Αμερικής.
- 1971: Το συγκεκριμένο χρονολογικό έτος για πρώτη φορά, παραδίδεται το πρώτο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail)
- 1978: Δημιουργείται το BBS (Bulletin Board System), το οποίο χρησιμοποιείται από χρήστες για ανταλλαγή πληροφοριών, δημοσιεύσεων και ανακοινώσεων
- 1984: Προστίθεται στην αγορά το Prodigy (ηλεκτρονική υπηρεσία), η οποία το 1994 κατείχε την πρώτη θέση για την πρώτη υπηρεσία, η οποία προσφέρει πλήρη πρόσβαση στο World Wide Web & Web page hosting.
- 1985: America Online (AOL)
- 1989: Ο Tim Berners – Lee (βρετανός μηχανικός) εργάστηκε στο CERN (Ευρωπαϊκός Οργανισμός Πυρηνικών Ερευνών) στην Ελβετία και δημιουργεί αυτό που σήμερα αποκαλείται World Wide Web (www.).
- 1993: Οι φοιτητές του Πανεπιστημίου του Illinois (NCSA), παρουσιάζουν για πρώτη φορά ένα πρόγραμμα περιήγησης γραφικών (Mosaic), καθώς παράλληλα δημιουργούνται και οι πρώτες ιστοσελίδες.
- 1994: 1.500+ χρήστες και δοκιμαστές του διαδικτύου είναι συνδεδεμένοι (Information Superhighway), καθώς το EarthLink ορίζεται επίσημα ως πάροχος Διαδικτύου.
- 1997: Οι ιστοσελίδες του διαδικτύου ξεπερνούν το 1.000.000, καθώς ξεκινά και η χρήση του όρου “blogging”. Το ίδιο χρονολογικό έτος, πραγματοποιείται και η ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς θεωρείται το πρώτο κοινωνικό μέσο, με το όνομα «Six Degrees.com», επίσης δημιουργείται και το “Blackboard”, το οποίο ορίζεται ως ένα ηλεκτρονικό σύστημα διαχείρισης μαθημάτων και η χρήση του περιορίζεται σε εκπαιδευόμενους και εκπαιδευτικούς, καθώς ξεκινά η χρήση του AOL (Instant Messenger), μέσω του οποίου οι χρήστες συνομιλούν διαδικτυακά.
- 1998: Δημιουργία του Google (μηχανή αναζήτησης).
- 1999: Δημιουργία του “Friends Reunited”.

- 2000: Με την έναρξη της καινούριας χιλιετίας, 11.000.000 Η/Υ είναι πλέον συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο, καθώς έρχεται στην επιφάνεια στον χώρο του εμπορίου και των επιχειρήσεων, το “dot – com”.
- 2001: Η χρονιά που δημιουργείται το “Wikipedia”, καθώς η εταιρία Apple ξεκινά τις πωλήσεις των πρώτων iPods.
- 2002: Οι χρήστες της AOL φτάνουν τα 34.000.000, καθώς δημιουργείται το μέσο κοινωνικής δικτύωσης με το όνομα “Friendster”.
- 2003: Δημιουργία του “Myspace” , του “Second Life” και του “LinkedIn” (επαγγελματικός ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης) και από την εταιρεία της Apple ξεκινά η online υπηρεσία μουσικής (iTunes), καθώς οι χρήστες πλέον ξεπερνούν τα τρία δισεκατομμύρια.
- 2004: Οι φοιτητές τους Harvard δημιουργούν έναν ακόμα ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης, με το όνομα “Facebook”, καθώς την ίδια χρονιά πραγματοποιούν εμφάνιση το “Podcasting”, το “Flickr” και το “Dig”.
- 2005: Ο αριθμός των ιστοσελίδων φτάνει τα οχτώ δισεκατομμύρια, το Facebook προσφέρει μία νέα έκδοση για μαθητές του λυκείου, καθώς το “YouTube” ξεκινά την λειτουργία του.
- 2006: Δημιουργία του ιστότοπου “Twitter”, καθώς η πλατφόρμα Facebook δίνει την δυνατότητα σε όποιον χρήστη είναι 13 ετών και άνω, να δημιουργήσει νέο λογαριασμό.
- 2007: Εγκαινιάζεται ένας αρκετά γνωστός ιστότοπος microblogging και κοινωνικής δικτύωσης, το λεγόμενο “Tumblr”, καθώς η εταιρεία Microsoft αγοράζει ένα μερίδιο του Facebook.
- 2008: Το Facebook ξεπερνά τον ιστότοπο Myspace, σε αριθμό χρηστών και λειτουργίας από άτομα.
- 2009: Το Facebook ορίζεται ως το δημοφιλέστερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης παγκοσμίως, καθώς οι χρήστες του, άγγιζαν τον αριθμό των 200 εκατομμυρίων. Την συγκεκριμένη χρονιά υπολογίστηκε ότι το ¼ του πληθυσμού της Γης χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο με 27 δισεκατομμύρια ιστοσελίδες.
- 2010: Η Google δημιουργεί έναν ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης “Buzz” που ενσωματώθηκε στο Gmail της εταιρείας, το οποίο δημιουργήθηκε για να ανταγωνιστεί το Facebook και το Twitter. Οι χρήστες του Facebook ξεπερνούν τα 400 εκατομμύρια. Επίσης, το 2010 κάνουν εμφάνιση δύο καινούργια κοινωνικά μέσα, με το όνομα “Instagram” και “Snapchat”, τα οποία πρόσφεραν υπηρεσίες

κοινής χρήσης βίντεο και φωτογραφιών. Οι χρήστες του Διαδικτύου ξεπερνούν σε αριθμό τα 1.97 δισεκατομμύρια, επομένως σε ποσοστό υπολογίζεται στο 30% του πληθυσμού παγκοσμίως.

- 2011: Η καθημερινότητα των ανθρώπων αλλάζει, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής τους. Το Facebook μετρά 550 εκατομμύρια χρήστες, το Twitter μετρά 65 εκατομμύρια tweets καθημερινά, στην πλατφόρμα YouTube προβάλλονται 2 δισεκατομμύρια βίντεο καθημερινά, καθώς στο LinkedIn οι εγγεγραμμένοι χρήστες αποτελούν τον αριθμό των 90 εκατομμυρίων. Η εταιρεία της Apple δημιουργεί το κοινωνικό δίκτυο Ping για μουσική, ενσωματώνοντάς το στην πλατφόρμα του iTunes.
- 2012: Οι ηλικιακές ομάδες τόσο των ενηλίκων 25 έως 34 ετών όσο και των 18 έως 24 ετών χρησιμοποιούν τα κοινωνικά μέσα και γενικότερα το διαδίκτυο τόσο στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές όσο και στα κινητά τους τηλέφωνα, καθώς το χρησιμοποιούν τόσο στο γραφείο όσο και στην καθημερινή τους χρήση (2 δισεκατομμύρια άνθρωποι παγκοσμίως χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης). Πλέον, τα κορυφαία κοινωνικά μέσα δικτύωσης κατηγοριοποιούνται στο Facebook, LinkedIn, Pinterest, Myspace, Blogger, Twitter, Wikipedia, Tumblr, WordPress, Google+.
- 2013: Οι πλατφόρμες αρχίζουν να γίνονται κερδοφόρες προς τους χρήστες, καθώς το YouTube πληρώνει κανάλια για να προσφέρει στους δημιουργούς των καναλιών τη δυνατότητα εσόδων, παράλληλα δημιουργείται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο “Yahoo”. Τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης βιώνουν την εποχή της δόξας, καθώς οι χρήστες του Facebook φτάνουν τα 1,11 δισεκατομμύρια, του Twitter 500 εκατομμύρια, του Flickr 87 εκατομμύρια, του Instagram 100 εκατομμύρια, του LinkedIn 225 εκατομμύρια, του Myspace 25 εκατομμύρια, του Pinterest 48, 7 εκατομμύρια και του Google + 343 εκατομμύρια χρήστες.
- 2014: Το ποσοστό των 85% των 7,1 δισεκατομμυρίων ανθρώπων παγκοσμίως έχουν πλέον πρόσβαση στο Διαδίκτυο.
- 2015: Δημιουργία λογισμικών Android και iOS για τα κινητά τηλέφωνα.
- 2016: Η εταιρεία Time Inc αγοράζει το Myspace και την μητρική της, καθώς η Microsoft αγοράζει την LinkedIn.

Εν κατακλείδι, βγαίνει το συμπέρασμα ότι, οι άνθρωποι ορίζονται ως κοινωνικά όντα, ωστόσο στις επόμενες δεκαετίες, θα πραγματοποιηθούν ενδιαφέρουσες εξελίξεις και αλλαγές στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης εξαιτίας της ραγδαίας ανάπτυξης και

εξέλιξης της τεχνολογίας, καθώς και ότι η θέληση για δημιουργία και εξέλιξη, αλλά και για καλύτερη και ευκολότερη δυνατότητα επικοινωνίας θα επιφέρουν μετατροπή των υπαρχόντων μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή και για δημιουργία νέων μορφών κοινωνικών μέσων (Crustna, 2014; Kuofie & Gholston, 2015)

1.3 Ορισμός του Συναισθήματος της Ευαισθητοποίησης

Ο ερευνητής Titchener (1910) αναφερόμενος στον όρο της ευαισθητοποίησης, κατά τα τέλη του 19ου αιώνα μετέφρασε τον γερμανικό όρο της ευαισθητοποίησης «Einfühlung» στην αγγλική γλώσσα «awareness» ή «empathy» (η οποία μεταφράζει την λέξη της εν συναίσθησης) και οι δύο συγκεκριμένες λέξεις συμπεριλαμβάνονται στην λέξη του συναισθήματος «emotion», η οποία προέρχεται από την λατινική λέξη «motere», η οποία σημαίνει κινώ, εννοώντας την ύπαρξη κίνησης ή τάσης για δράση (Baig, 2019). Σύμφωνα με τον ερευνητή Titchener (2010), η ενσυναίσθηση ορίζεται ως «η διαδικασία με την οποία εξανθρωπίζουμε τα αντικείμενα, διαβλέπουμε ή αισθανόμαστε τον εαυτό μας μέσα σε αυτά», καθώς σύμφωνα με τους Greenberg και Elliot (1997) και Μαλικιώση – Λοϊζου (2003) «η ενσυναίσθηση είναι η δεξιότητα της εμπίωσης μίας κατάστασης ενός άλλου ανθρώπου, της κατανόησης και του μοιράσματος των συγκινήσεων, των σκέψεων και της συμπεριφοράς του άλλου» (Greenberg & Elliot, 1997; Μαλικιώση – Λοϊζου, 2003).

Η ενσυναίσθηση δεν συνάδει με την συνυπάρχουσα συναισθηματική κατάσταση του πάσχοντα, ούτε με τις άλλες συναισθηματικές καταστάσεις ή έννοιες όπως η συμπόνια ή η συμπάθεια, καθώς ως έννοια διαφέρει από την συναισθηματική κατάσταση του οίκτου για ένα άτομο που βρίσκεται σε μία μειονεκτούσα θέση (Lee, 2009; Eisenberg & Strayer, 1987). Η ικανότητα του ατόμου να συνειδητοποιεί και να ταυτίζεται με την υπάρχουσα κατάσταση ενός άλλου ατόμου ορίζεται ως απαραίτητη λειτουργία του ανθρώπου, καθώς αναπτύσσουν ιδιαίτερα μία ποικιλία διαπροσωπικών σχέσεων στην προσωπική, στην οικογενειακή και επαγγελματική του ζωή (Batson & Ahmed, 2001; Hoffman, 2000; Rasool et al., 2011). Σε μελέτες που διεξάχθηκαν, η εν συναίσθηση φαίνεται να ορίζεται με δύο διαστάσεις, την γνωστική και συναισθηματική συνιστώσα (Eisenberg & Strayer, 1987; Stavrinides, Georgiou & Theofanous, 2010). Η γνωστική συνιστώσα (cognitive dimension) αναφέρεται στην ικανότητα του ατόμου να αναγνωρίζει την συναισθηματική κατάσταση ενός άλλου προσώπου, αλλά να κατανοεί και να υιοθετεί μία άλλη οπτική (Hogan, 1969), ωστόσο η συναισθηματική συνιστώσα (affective dimension), κατά την οποία ο άνθρωπος κατέχει την ικανότητα να ανταποκρίνεται άμεσα στην συναισθηματικές ανάγκες ενός άλλου, καθώς και να συμεριζεται απόλυτα τα συναισθήματά του (Mehrabian & Epstein, 1972).

Η ενσυναίσθηση, η εμπάθεια, η ευαισθητοποίηση είναι συναισθηματικές αντιδράσεις ενός ανθρώπου στις εμπειρίες άλλων συνανθρώπων του (Leiberg & Anders, 2006). Οι

συναισθηματικές αντιδράσεις αποτελούν αρωγή στην ενίσχυση της προσπάθειας του ατόμου να ανταποκριθεί με τον καταλληλότερο συναισθηματικό τρόπο στην νοητική κατάσταση ή στην εμπειρία ενός άλλου ανθρώπου (Platsidou & Agaliotis, 2017). «Η ευαισθητοποίηση ή εμπάθεια όπως και η ενσυναίσθηση συνάδονται κυρίως με τις αισθήσεις του ανθρώπου, δηλαδή τα διάφορα είδη πληροφοριών που βλέπει, διαβάζει ή ακούει ένας άνθρωπος διεγείρει τα αισθητήρια όργανα, τα οποία αποτελούν μορφές ενέργειας που απορρέουν από τα υλικά σώματα και καταλήγουν στους αισθητήριους υποδοχείς» (Ζαφρανάς & Κάτσιου – Ζαφρανά, 1991, σ. 134), και προκαλείται το λεγόμενο αίσθημα, εννοώντας ότι όταν ο άνθρωπος βρίσκεται απέναντι σε πληροφορίες και ερεθίσματα εκμαιεύεται το συναίσθημα (Ζαφρανάς & Κάτσιου – Ζαφρανά, 1991).

Ένας επιστημονικός ορισμός της συναισθηματικής κατάστασης της ευαισθητοποίησης αναφέρεται σε ένα σύμπλεγμα και στον συνδυασμό αυτών των συναισθηματικών αντιδράσεων, των κοινωνικών αντιλήψεων και των αισθητηριακών εντυπώσεων που συνάδονται άρρηκτα με την αναγνώριση των αναγκών και του σεβασμού προς αυτών, των εμπειριών και των προβλημάτων των άλλων ατόμων (Ham, 2002). Η συναισθηματική κατάσταση της ευαισθητοποίησης συνοδεύεται από έντονα συναίσθημα όπως το συναίσθημα της συμπάθειας, του ενδιαφέροντος, της απογοήτευσης ή της αγωνίας, ως αποτέλεσμα όλα τα προαναφερθέντα να οδηγήσουν σε πράξεις άμεσης δράσης που έχουν στόχο να βελτιώσουν την συναισθηματική ή προσωπική κατάσταση των άλλων ανθρώπων ή της κοινότητας (Ham, 2002). Το συναίσθημα της ευαισθητοποίησης ορίζεται ως μία έντονη αίσθηση συμπόνιας και συναίνεσης με το κοινωνικό σύνολο, καθώς κατέχει τον ρόλο της κινητήριας δύναμης για μία κοινωνική αλλαγή και βελτίωση των συνθηκών ζωής των άλλων ατόμων (Ham, 2002).

1.4 Η Επιρροή των Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης στην Ευαισθητοποίηση του Κοινού

Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι οι Καπρίνη και Λιάκο (2015), πραγματοποίησαν μία έρευνα σε μαθητές Ε' και ΣΤ' Τάξης του Δημοτικού Σχολείου, με σκοπό της ανάπτυξη της ευαισθητοποίησης απέναντι στην διαφορετικότητα και συγκεκριμένα των μαθητών με αναπηρία. Τα παιδιά ήρθαν σε επαφή με την υλοποίηση ενός σχεδίου δράσης, το οποίο περιελάμβανε βιωματικές δραστηριότητες, προβολή βίντεο και οπτικού υλικού, αλλά και παιχνίδια ρόλων, όπου βοήθησαν τα παιδιά να αντιληφθούν την αναπηρία όχι ως πρόβλημα αλλά ως ένα ακόμα κομμάτι της κοινωνίας και του συνόλου (Καπρίνης & Λιάκος, 2015). Το αποτέλεσμα της έρευνας ήταν ότι επιτεύχθηκε μία ατμόσφαιρα αποδοχής, αλληλοβοήθειας, συμπόνιας και αυτοσεβασμού, καθώς επήλθε συναισθηματική πληρότητα και μεγαλύτερη διάθεση των παιδιών για βελτίωση της κοινωνικότητας (Καπρίνης & Λιάκος, 2015).

Μία άλλη έρευνα που διεξάχθηκε από τους Lin και συν. (2016), με τίτλο «Association Between Social Media Use And Depression Among U.S. Young Adults» , στην προσπάθειά τους να διερευνήσουν την σχέση μεταξύ των κοινωνικών μέσων δικτύωσης και της κατάθλιψης σε ένα εθνικά αντιπροσωπευτικό δείγμα ενηλίκων, συγκεκριμένα διεξάχθηκε έρευνα ανάμεσα σε 1.787 ενήλικες 19 έως 32 ετών σχετικά με την χρήση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης και την κατάθλιψη, βρέθηκαν τα αποτελέσματα ότι η ολοένα και αυξανόμενη χρήση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης, αύξανε σημαντικά τις πιθανότητες τα συγκεκριμένα άτομα να γίνονται επιρρεπή και να υπάρχει μία προδιάθεση σε καταθλιπτικά επεισόδια (Lin et al., 2016). Αξίζει να σημειωθεί ότι οι προαναφερθέντες ερευνητές θέλοντας να μετρήσουν την συχνότητα ανά ημέρα που τα άτομα χρησιμοποιούν τα μέσα δικτύωσης, χρησιμοποίησαν το ερωτηματολόγιο (Pew Internet Research Questionnaire), καθώς αντίστοιχα με την κατάθλιψη χρησιμοποίησαν το ερωτηματολόγιο (PROMIS) (Σύντομη Φόρμα Κατάθλιψης), αυτό που διεξάχθηκε από την συγκεκριμένη έρευνα ήταν ότι η χρήση των SM (Social Media) συσχετίζεται σημαντικά με τα επίπεδα κατάθλιψης (Lin et al., 2016).

Μία ακόμα έρευνα των Woods και Scott (2016), με τίτλο «Sleepy teens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self – esteem», η συγκεκριμένη έρευνα διεξάχθηκε με στόχο την μελέτη της συσχέτισης μεταξύ των κοινωνικών μέσων δικτύωσης και της κακής ποιότητας ύπνου, το άγχος, την

κατάθλιψη και την χαμηλή αυτοεκτίμηση σε εφήβους (Woods & Scott, 2016). Τα αποτελέσματα της έρευνας αναφέρθηκαν ότι τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης συνδέονται με τα προαναφερθέντα και ότι υπάρχει μία αρνητική επιρροή των ΜΚΔ (Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης) (Woods & Scott, 2016).

Μία ακόμα έρευνα που διεξάχθηκε από τους So και Kim (2018), η οποία εξέταζε τον τρόπο με τον οποίο οι διαδικτυακές κοινωνικές πλατφόρμες ασκούν αρνητική ή θετική επιρροή στην διαμόρφωση και στον σχηματισμό της κοινής γνώμης που σχετίζονται με θέματα της δημόσιας υγείας (So & Kim, 2018). Συγκεκριμένα, η μελέτη αναφέρει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ασκούν επιρροή στην κοινή γνώμη και στοχεύουν με δύο τρόπους: 1) τη διαμόρφωση των απόψεων και 2) την ενίσχυση της διάδοσης μηνυμάτων (So & Kim, 2018). Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι το μεγαλύτερο μέρος των κοινωνιών στην σύγχρονη εποχή του 21ου αιώνα είναι επηρεασμένες κατά μεγάλο ποσοστό, καθώς οι κοινωνικές ομάδες και τα άτομα που διέπουν την κάθε κοινωνική ομάδα και τάξη πραγματοποιούν μία προσπάθεια στον να ζουν την καθημερινότητά παράλληλα με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και να προσαρμόζονται με αυτά (Harvard, 2021). Το πανεπιστήμιο του Harvard (2008) χρησιμοποιεί τον αγγλικό όρο “mediatization”, στην προσπάθειά του να περιγράψει την επιρροή που ασκούν τα μέσα ενημέρωσης και δικτύωσης στην κοινωνία και στον σύγχρονο πολιτισμό, καθώς αυτός ο όρος παρουσιάζει ένα σύνδρομο, σύμφωνα με το οποίο οι άνθρωποι υλοποιούνται, επηρεάζονται και αναλώνονται στα ΜΚΔ (Harvard, 2008).

Σύμφωνα με τον Schulz (2004), «τα MME υποκαθιστούν κοινωνικές δραστηριότητες, επομένως αλλάζουν τις ανθρώπινες σχέσεις και συμπεριφορές. Η δημόσια σφαίρα έχει υποστεί αλλαγές και αυτό συμβάλλει στην αποσύνθεση της κοινωνίας των πολιτισμών» (Schulz, 2004).

1.5 Κατηγορίες των Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης

Οι κατηγορίες των ΚΜΔ αναφέρονται και εξηγούνται λεπτομερώς παρακάτω. Τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης (Social Media) αποτελούν ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, καθώς επιτρέπουν στον χρήστη να σχηματίσει κοινότητες online και να διαδώσει περιεχόμενο που ο ίδιος έχει δημιουργήσει (Boyd & Ellison, 2007; User Generated Content – UGC). Οι συγκεκριμένες ιστοσελίδες ορίζονται ως εικονικές κοινότητες, όπου ο χρήστης αλληλοεπιδρά με φίλους ή είναι δυνατόν να συμμετέχει σε ομάδες κοινού ενδιαφέροντος, δημιουργώντας απλά ένα προφίλ και καταγράφοντας τις προσωπικές του πληροφορίες (User Generated Content – UGC). Σύμφωνα με τους ερευνητές Boyd και Ellison (2007), κατά τους οποίους οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ορίζονται ως δικτυακές υπηρεσίες, καθώς οι οποίες δίνουν εύκολα την δυνατότητα και το δικαίωμα στα άτομα να δημιουργήσουν ένα δημόσιο ή όχι προφίλ ή ένα προφίλ περιορισμένης προσβασιμότητας σε επιλεγμένα άτομα (σε άτομα που έχει ορίσει ο ίδιος ο χρήστης), ακόμα να διαμορφώσουν έναν κατάλογο μέσα στον οποίο θα συμπεριλαμβάνονται τα άτομα, τα οποία ο χρήστης θέλει να συνδέεται διαδικτυακά, καθώς και να βλέπει ο ίδιος το περιεχόμενο που οι ίδιοι ανεβάζουν αλλά και να έχει την δυνατότητα να βλέπει ποιοι χρήστες υπάρχουν ή συμπεριλαμβάνονται στον διαδικτυακό κατάλογο των άλλων χρηστών (Boyd & Ellison, 2007).

Η εξέλιξη της τεχνολογίας αποτελεί αρωγή στις ίδιες τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης να υπάρχουν και να εξελίσσονται και οι ίδιες ταυτόχρονα, ο ορισμός που δόθηκε από τους ερευνητές Boyd και Ellison (2013, σ. 158) εκ νέου ορίζεται εξής: «Η ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί μία πλατφόρμα επικοινωνίας στην οποία οι συμμετέχοντες 1) έχουν ομαδικά αναγνωρίσιμα προφίλ που αποτελούνται από περιεχόμενο που παρέχεται από το χρήστη, περιεχόμενο που παρέχεται από άλλους χρήστες ή/και από δεδομένα του συστήματος, 2) μπορούν να εμφανίζουν δημοσίως τις συνδέσεις, οι οποίες μπορούν να προβληθούν και να διασταυρωθούν από άλλους και 3) μπορούν να καταναλώνουν, να παράγουν και/ή να αλληλοεπιδρούν με ροές περιεχομένου που παράγει ο χρήστης, οι οποίες παρέχονται από τις συνδέσεις τους στον ιστότοπο» (Boyd & Ellison, 2013).

Αξίζει να αναφερθεί σε αυτό το σημείο, ότι οι πρώτες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης πραγματοποίησαν την εμφάνισή τους το χρονολογικό έτος 1990, από τις οποίες αυτές που ξεχώρισαν ήταν η “Classmates.com” (1995) και η “Six Degrees.com”

(1997), καθώς ακολούθησαν οι “Asian Avenue”, “LiveJournal”, “Black Planet” και αργότερα στις αρχές της πρώτης δεκαετίας του 2000 πρωτοεμφανίστηκαν οι “MiGente”, “Ryza Fotolog”, “Lunar Storm”, “Cyworld”, “Hi5”, “LinkedIn”, “Flickr”, “Couchsurfing” κ.ά. (Boyd & Ellison, 2008). Ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως “Myspace”, “CyWorld”, “LinkedIn”, συνεχίζουν και προσελκύουν ακόμα αρκετούς χρήστες μέχρι σήμερα (Hinduja & Patchin, 2008). Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και την πάροδο του χρόνου νέες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ήρθαν στην επιφάνεια όπως το “Twitter”, “Trumblr”, “Reddit”, “Pinterest”, “Facebook”, “Google +”, “Instagram”, καθώς όλες οι παραπάνω ιστοσελίδες διαφοροποιούνται ανάλογα με την χρήση τους και τις δυνατότητες που προσφέρει η κάθε μία αντίστοιχα στον χρήστη (Ezumah, 2013).

1.6 Κατηγοριοποίηση των Χρηστών των Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης

Ο Stelzner (2009) ορίζει τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης «ως εργαλεία ανταλλαγής πληροφοριών και συζήτησης» (Stelzner, 2009). Προαναφέρθηκαν κάποιες κατηγορίες εφαρμογών – μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όμως υπάρχουν και κατηγορίες χρηστών, οι οποίοι κατηγοριοποιούνται ανάλογα με την χρήση τους σε αυτά (Forester Research, 2010). Σύμφωνα με την μελέτη διεξάγονται οι εξής κατηγορίες (Forester Research, 2010) ο χρήστης που ορίζεται ως δημιουργός, καθώς είναι ο χρήστης που συμμετέχει ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα μπορούσε να αναφερθεί ότι η προαναφερθείσα κατηγορία αφορά άτομα που είτε είναι δημιουργοί καναλιών είτε λογαριασμών και είναι ενεργοί χρήστες, καθώς σε κάποιες περιπτώσεις όταν αυτοί οι λογαριασμοί έχουν μεγάλη απήχηση και παρακολουθείτε από ένα μεγάλο κοινό, ο συγκεκριμένος χρήστης κερδίζει μεγάλο μέρος χρημάτων από διαφημίσεις κ.ά. 2) αποτελεί η κατηγορία θεατής, όπου είναι ο χρήστης, ο οποίος διαβάζει και βλέπει ότι δημοσιεύουν οι υπόλοιποι χρήστες χωρίς να αλληλοεπιδρά, επίσης 3) η κατηγορία ορίζεται αυτή του «Joiner» , είναι ο χρήστης που κάνει χρήση των μέσων για την κοινωνικοποίηση του, η 4) κατηγορία είναι αυτή του κριτή, ο κριτής ανήκει στους χρήστες οι οποίοι αλληλοεπιδρούν με το περιεχόμενο άλλων χρηστών. Επίσης, οι δύο τελευταίες κατηγορίες αποτελούνται από τους άνεργους χρήστες και τους χρήστες με το όνομα συλλέκτες, οι οποίοι κάνουν μία απλή χρήση του διαδικτύου, χωρίς να χρησιμοποιούν κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης όπως πραγματοποιούν οι πρώτοι, καθώς οι δεύτεροι είναι ειδικοί στην οργάνωση περιεχομένου με την χρήση RSS Feeds ή Bookmarking (Forester Research, 2010).

Σύμφωνα με τον ερευνητή Brandtzage (2010), η τυπολογία του συμπεριλαμβάνει κατηγορίες χρηστών με βάση την συχνότητα χρήσης των μέσω μαζικής ενημέρωσης (Brandtzage, 2010). Συγκεκριμένα, η πρώτη κατηγορία αναφέρεται στους χρήστες που κάνουν σποραδική χρήση των μέσων μαζικής ενημέρωσης, εννοώντας με αυτόν τον χαρακτηρισμό είναι μία χρήση η οποία δεν κατακλύζεται από μία χρονική κανονικότητα και ονομάζεται σποραδική (sporadic) (Brandtzaeg, 2010). Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει χρήστες, οι οποίοι ορίζονται ως ευνοημένοι , αυτοί οι χρήστες είναι οι τακτικοί χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς χρησιμοποιούν σε μία καθημερινή και τακτική βάση τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αλλά δεν θέλουν, επιθυμούν ή αναζητούν την αλληλεπίδραση με τους υπόλοιπους χρήστες και δεν αναρτούν περιεχόμενο, είναι απλοί παρατηρητές, παρακολουθούν την δραστηριότητα και

την συμπεριφορά των υπόλοιπων χρηστών (Brandtzaeg, 2010). Η τρίτη κατηγορία αφορά τους χρήστες με ένα κοινωνικό επίπεδο χρήσης, ονομάζονται «κοινωνικοί» (socializers), οι συγκεκριμένοι χρήστες χρησιμοποιούν τα κοινωνικά μέσα για την κοινωνική τους ικανοποίηση και επαφή με οικογένεια, με φίλους, ενώ στην τέταρτη κατηγορία βρίσκονται οι «συζητητές» (debaters), οι οποίοι πραγματοποιούν χρήση των ΚΜΔ για να σχολιάσουν την επικαιρότητα, αλλά και για την διεξαγωγή συζητήσεων με του υπόλοιπους χρήστες (Brandtzaeg, 2010). Στην τελευταία κατηγορία βρίσκονται οι «προχωρημένοι» (advanced), η χρήση των οποίων προσδιορίζεται σε όλα τα προαναφερθέντα (Brandtzaeg, 2010).

Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τον Katz, Gurevitch και Haas (1973), οι οποίοι πρόσφεραν μία άλλη τυπολογία που συνάδει με την τυπολογία των χρηστών, αναφέροντας με αυτόν τον τρόπο ότι οι χρήστες ανάλογα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους πραγματοποιούν την ανάλογη χρήση των κοινωνικών μέσων (Katz, Gurevitch & Haas, 1973). Για παράδειγμα υπάρχουν οι χρήστες που διακατέχονται έντονα από γνωστικές ανάγκες και για αυτό χρησιμοποιούν τα κοινωνικά μέσα για λόγους ενημέρωσης, γνώσης, πληροφορίας και κατανόησης του περιβάλλοντος μας, οι χρήστες που διακατέχονται από συναισθηματικές ανάγκες και αναζητούν συναισθηματικές ευχάριστες εμπειρίες, υπάρχουν οι χρήστες που θέλουν να ικανοποιήσουν προσωπικές ανάγκες ενσωμάτωσης για να καλύψουν επιθυμίες σταθερότητας, αυτοπεποίθησης, αξιοπιστίας και προσωπικής κατάστασης, χρήστες με κοινωνικές ανάγκες ενσωμάτωσης, με την ανάγκη τους για επικοινωνία με φίλους και οικογένεια, επίσης υπάρχουν οι χρήστες που διακατέχονται από ανάγκες διαφυγής και αναζητούν διασκέδαση, χαλάρωση και διαφυγή (Katz, Gurevitch & Haas, 1973).

Αποτελέσματα των ερευνών που διεξάχθηκαν, μελετώντας τα διαφορετικά μέσα του Διαδικτύου και Επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, αναφέρθηκαν τα αποτελέσματα ότι η επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή ικανοποιεί διάφορες ανάγκες ατόμων, καθώς οι ερευνητές Papacharissi και Rubin (2000) «διαπίστωσαν πέντε κίνητρα για την χρήση του διαδικτύου: την διαπροσωπική χρησιμότητα, την ανάλωση χρόνου, την αναζήτηση πληροφοριών, την ευκολία και την διασκέδαση, τα οποία είναι παρεμφερή με τις ανάγκες που ικανοποιούν τα μέσα που αναφέρονται από τους ερευνητές Katz et al. (1973)». (Papacharissi & Rubin, 2000 όπως αναφέρεται Βροχαρίδου, 2019 σ. 57). Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον ερευνητή Flanagin (2005) αναφέρει ότι η τυπολογία και οι κατηγορίες αναγκών που επιθυμούν οι άνθρωποι να ικανοποιήσουν με την χρήση της άμεσης επικοινωνίας συνάδουν με την διευθέτηση εργασιών (task

accomplishment), την κοινωνική του διασκέδαση (social entertainment), την κοινωνική προσοχή (social attention), καθώς και με την αναζήτηση γνωριμιών με καινούργια άτομα (to meet new people) (Flanagin, 2005). Ωστόσο, γίνεται φανερό ότι δεν υπάρχουν μόνο ανάγκες που συνάδουν με την κοινωνικοποίηση του ατόμου, αλλά και ψυχολογικοί παράγοντες που ωθούν έναν χρήστη στην χρήση των ΚΜΔ (Papacharissi & Rubin, 2011). Ποικίλες έρευνες έχουν πραγματοποιηθεί εξετάζοντας τους ψυχολογικούς παράγοντες και την χρήση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης, για παράδειγμα η έρευνα των Carlan (2003) και McKenna et al. (2002), «τα άτομα που είναι ντροπαλά, νιώθουν μοναξιά και λιγότερη ικανοποίηση από την διαπροσωπική επικοινωνία χρησιμοποιούν περισσότερο το διαδίκτυο και την επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή [...] το αίσθημα της μοναξιάς είναι μία ατομική προδιάθεση, η οποία παίζει σημαντικό ρόλο στην μελέτη των διαδικτυακών σχέσεων» (Carlan, 2003; McKenna et al., 2002 όπως αναφέρεται στην Βροχαρίδου, 2019 σ. 62).

1.7 Η Στάση των Κρατικών Καναλιών και Ιδιωτικών Καναλιών από τα Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης

Σε έναν βασικό παράγοντα που διαφέρουν τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης από τα κρατικά ή δημόσια κανάλια τηλεόρασης ορίζεται ότι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρατηρείται μία ιδιαίτερη ανάπτυξη στο δημοκρατικό μοντέλο (Held, 2007). Σύμφωνα με την βασική αρχή του συγκεκριμένου μοντέλου ο κάθε χρήστης κατέχει ένα ισότιμο δικαίωμα στην αυτό-ανάπτυξη, καθώς ο ίδιος άμεσα μπορεί να συμμετέχει στην διαδικτυακή «κοινωνία», κατά την οποία ο κάθε χρήστης είναι ελεύθερος να πει την γνώμη του, να μοιραστεί το οποιοδήποτε ενδιαφέρον, ζήτημα ή πρόβλημα με τους υπόλοιπους χρήστες (Held, 2007). Η ουσιαστική χρήση του μοντέλου συμβάλει στην συγκέντρωση πολλών πληροφοριών, στην δημιουργία μίας συλλογικότητας μέσω ανταλλαγής απόψεων και δράσεων, καθώς είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν άμεσα την συγκεκριμένη δυνατότητα και την εξασφάλιση εύκολης πρόσβασης των πολιτών στην επιμόρφωση και το πολιτικό γίνεσθαι (Held, 2007).

Αντίθετα, με τα κρατικά ή δημόσια κανάλια τα οποία είτε ανήκουν σε κάποιον ιδιώτη, είτε στο ίδιο το κράτος της εκάστοτε πολιτείας, έχουν την τάση να ασκούν είτε κριτική, είτε τα λεγόμενά τους και οι πληροφορίες που μεταφέρουν στο κοινό ή αποσκοπούν στην παραπληροφόρηση, αποκρύπτοντας με αυτόν τον τρόπο κάποια σημαντικά στοιχεία και δεν αναφέρονται στην ολοκληρωμένη αλήθεια ή παρουσιάζουν τα γεγονότα με τον τρόπο τον οποίο επιθυμεί το κράτος ή ο ίδιος ο ιδιώτης (Γιαννούλη, 2013). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν στοχεύουν στην συγκάλυψη ενός γεγονότος και δεν διακατέχονται από πολιτικά συμφέροντα, κυρίως διακατέχονται από ανεξαρτησία λόγου και ελευθερία ειδήσεων μέσω βίντεο, άρθρα, εικόνες κ.ά., τα οποία δημοσιεύονται ανεξάρτητα με το τι προβάλλουν (μη παρέχοντας σήμα καταλληλότητας) (Γιαννούλη, 2013). Βέβαια, η ανεξέλεγκτη ελευθερία λόγου και δημοσιεύσεων χωρίς κάποιον ουσιαστικό έλεγχο από τις εφαρμογές, είναι πιθανόν να οδηγήσουν το κοινό που παρακολουθεί και ενημερώνεται μέσω διαδικτύου την διάδοση και ανάγνωση ψευδών ειδήσεων και παραπληροφόρησης, καθώς καθιστά το κοινό ευάλωτο σε προβλήματα ψυχικής υγείας και στην δυσκολία κριτικής ανάγνωσης (Ρουμελιώτου, 2009).

Σύμφωνα με τον Webber (1964), ο οποίος ανέφερε ότι «η ιδέα της κοινότητας είναι συνυφασμένη με την ιδέα του χώρου. Αν και πολλές καταστάσεις είναι συνδεδεμένες με

την κοινότητα, η χωρική εγγύτητα θεωρείται ως απαραίτητη κατάσταση» (Webber, 2011, p. 56). Με την ανάπτυξη της τεχνολογίας η έννοια της χωρικής εγγύτητας σταμάτησε να αποκτά σημασία, εφόσον αναπτύχθηκε το πεδίο της εικονικής κοινότητας (ηλεκτρονική κοινότητα), όπου συμπεριλαμβάνει άτομα του διαδικτύου παγκοσμίως, όπου μπορούν να επικοινωνήσουν και να αλληλοεπιδράσουν με κοινούς στόχους, κοινές ανάγκες και ενδιαφέροντα, την λειτουργικότητα του διαδικτύου δεν μπορεί να την απόκτηση ένα ιδιωτικό ή κρατικό κανάλι, διότι σε αυτή την περίπτωση δεν υπάρχει αλληλεπίδραση, η οποία κατέχει ιδιαίτερα μεγάλη σημασία για την διάδοση της είδησης, της ενημέρωσης, των ποικίλων πληροφοριών που μπορεί κάποιος να συλλέξει από το διαδίκτυο (Ρουμελιώτου, 2009).

Η ραγδαία ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ισοπέδωσε το μονοπώλιο που κατείχαν τα παραδοσιακά ΜΜΕ, τόσο στην επιλογή που έχει το κάθε άτομο για την προβολή ειδήσεων, όσο και για την διάχυση της πληροφορίας, δίνοντας στην κάθε άνθρωπο ελευθερία στην έκφραση, καθώς έγιναν αρωγή στην προσπάθεια των παραδοσιακών μέσων να αλλάξουν και να προχωρήσουν σε ένα νέο καινούργιο επίπεδο δημοσιογραφίας, την συμμετοχική δημοσιογραφία, όπου τα κρατικά και ιδιωτικά κανάλια περιόρισαν ένα μέρος της εξουσίας στους πολίτες και τους έδωσαν την δυνατότητα της ελευθερίας της έκφρασης (Γιαννούλη, 2013). Επίσης, τα ίδια τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης έφεραν και την αλλαγή στο πολιτικό σκηνικό, αλλάζοντας την πολιτική, καθώς την μετασημάτισαν σε μία πλατφόρμα ανοιχτής συνεργασίας, διαβούλευσης και οργάνωσης δράσεων για τους πολίτες, καθώς ένα αρκετά νέο παράδειγμα αποτελεί η είσοδος στο Κοινοβούλιο από ένα κόμμα που ιδρύθηκε από ψηφιακές πλατφόρμες και μορφοποιήθηκε μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το κόμμα των «Ανεξάρτητων Ελλήνων» (Παραλίκα, 2020).

1.8 Επιρροή των Κοινωνικών Μέσων στους Χρήστες των Μέσων Δικτύωσης

Μέχρι το χρονολογικό έτος δημιουργίας του διαδικτύου, ο κάθε πολίτης και η κάθε κοινωνική ομάδα είχε ελάχιστη ή περιορισμένη δυνατότητα ενημέρωσης (Dearing & Rogers, 2005). Η ενημέρωση του ατόμου και οι πληροφορίες που μάθαινε ένας πολίτης ήταν ελάχιστες ή περιορισμένες, καθώς προερχόντουσαν είτε από ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς, είτε από εφημερίδες και περιοδικά, τα οποία αποφάσιζαν τι ήταν αυτό που θα μάθαινε ένας πολίτης και σε ποιο βαθμό (Dearing & Roggers, 2005). Με βάση την αναφορά μίας έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο Πανεπιστήμιο της Γλασκώβης (2007), τα ΜΜΕ ασκούν ένα μεγάλο και σημαντικό ποσοστό επιρροής στο κοινό, καθώς όταν δεν υπάρχει και κάποια εναλλακτική θεματολογία, παρουσιάζοντας με αυτόν τον τρόπο μία επαναλαμβανόμενη πληροφόρηση, με αποτέλεσμα το κοινό να οδηγείτε σε μία προβληματική αντίληψη της είδησης, αλλά και στην δυσλειτουργικότητα της κριτικής ικανότητας (Dearing & Rogers, 2005). Επίσης, σύμφωνα με το βιβλίο των Dearing και Rogers (2005) «Ορίζοντας τα Θέματα: Τα ΜΜΕ, οι Πολιτικοί και το Κοινό» αναφέρουν ότι υπάρχει αρνητική επιρροή της επαναλαμβανόμενης θεματολογίας και όχι τόσο με το τι περιεχόμενο περιλαμβάνει, εννοώντας ότι μεγαλύτερη ουσία κατέχει η θεματολογία μίας είδησης και όχι τόσο το περιεχόμενό της (Dearing & Rogers, 2005, p. 20).

Μέσω αυτής της αναφοράς αποδεικνύεται πόσο πιθανά εύκολο είναι η πραγματοποίηση αλλαγής της συμπεριφοράς του κοινού, με την επαναλαμβανόμενη και παρατεταμένη ενασχόληση των δημοσιογράφων με μία συγκεκριμένη θεματολογία, καθώς και κατά πόσο οι κυβερνήσεις, οι φορείς και τα πολιτικά κόμματα της εκάστοτε χώρας, ενδιαφέρονται για την καθοδήγηση της ενημέρωσης με επιδιωκόμενους σκοπούς (Brooks, 2019 όπως αναφέρεται στην Παραλίκα, 2020). Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και την σημαντική ανάπτυξη του διαδικτύου, η οποία πρόσφερε τον διαμοιρασμό της είδησης με άλλα πρόσωπα, την δυνατότητα αλληλεπίδρασης, της συζήτησης και της ανταλλαγής απόψεων, χωρίς επιδιωκόμενους σκοπούς και συμφέροντα, χωρίς σκοπιμότητες, δημιουργήθηκαν κοσμογονικές αλλαγές στο επικοινωνιακό επίπεδο, οι οποίες φυσικά έφεραν σημαντικές αλλαγές στην χρήση και λειτουργικότητα της δημοσιογραφίας παγκοσμίως (Brooks, 2019). Οι δομές ιεράρχησης και οι επιλογές των ειδήσεων που επιβάλλονταν από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης είναι πλέον υπό αμφισβήτηση, σε συνδυασμό βέβαια με την αναξιοπιστία της δημόσιας και πολιτικής

ζωής, με τα αποτελέσματα να οδηγούν σε μία απογοήτευση και δυσπιστία της κοινής γνώμης για τα ΜΜΕ (Παραλίκα, 2020).

Επίσης, το κοινό οδηγήθηκε στην πλήρη απαξίωση της δημοσιογραφίας, έπαψε η εξάρτηση και η επιρροή των διαφημίσεων, η δημοσιογραφία πλέον δεν θεωρείται ως η «τέταρτη εξουσία», καθώς μεγάλο ποσοστό του κοινού παγκοσμίως πιστεύει ότι η δημοσιογραφία στηρίζεται σε ένα έδαφος που αποσκοπεί κέρδη και πολιτικά συμφέροντα (Brooks, 2019). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έδωσαν έναυσμα σε ετερόκλητες ομάδες ατόμων να πολιτικολογήσουν, στην αμφισβήτηση και στην εκ βάθους έρευνα (Brooks, 2019 όπως αναφέρεται στην Παραλίκα, 2020).

1.8.1 Εικόνα, Πειθώ και Φήμη

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στη διάρκεια ενός πολέμου, διαμορφώνοντας την κοινή γνώμη, υποκινώντας την υποστήριξη για τους πληγέντες αλλά και διαδίδοντας προπαγάνδα. Στις σύγχρονες συγκρούσεις, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει ένα ισχυρό εργαλείο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη γρήγορη διάδοση της πληροφορίας σε ένα ευρύ κοινό. Ειδικότερα ένα άτομο υψηλού προφίλ μπορεί να χρησιμοποιήσει την εικόνα και τη φήμη του για να επηρεάσει την κοινή γνώμη σε μια κατάσταση πολέμου, τόσο θετικά όσο και αρνητικά μέσω των κοινωνικών δικτύων. Όσο αφορά τη θετική επιρροή ένα άτομο υψηλού κοινωνικού προφίλ μπορεί να χρησιμοποιήσει την πλατφόρμα του για να ευαισθητοποιήσει σχετικά με τον αντίκτυπο του πολέμου στους αμάχους, συμπεριλαμβανομένων των προσφύγων, των εκτοπισμένων και άλλων ευάλωτων ομάδων.

Για παράδειγμα, ο ηθοποιός Τζορτζ Κλούνεϊ χρησιμοποίησε την πλατφόρμα του για να ευαισθητοποιήσει σχετικά με τη σύγκρουση στο Νταρφούρ και να υποστηρίξει την παροχή ανθρωπιστικής βοήθειας στους πληγέντες. (www.un.org). Ένα τέτοιο άτομο μπορεί ακόμη να βοηθήσει στην κινητοποίηση της χρηματικής υποστήριξης μιας κατάστασης πολέμου. Για παράδειγμα, ο τραγουδιστής Bob Geldof οργάνωσε τη συναυλία Live Aid για να συγκεντρώσει χρήματα για την ανακούφιση από την πείνα στην Αιθιοπία. (www.bbc.com). Επίσης ένα άτομο με πλατφόρμα υψηλής επισκεψιμότητας μπορεί να χρησιμοποιήσει τη διάδραση με το ευρύ κοινό του για να ευαισθητοποιήσει σχετικά με τη σύγκρουση στο Νταρφούρ και να υποστηρίξει την παροχή ανθρωπιστικής βοήθειας στους πληγέντες. (www.un.org). Ένα τέτοιο άτομο μπορεί ακόμη να βοηθήσει στην κινητοποίηση της χρηματικής υποστήριξης μιας κατάστασης πολέμου. Για παράδειγμα, ο τραγουδιστής Bob Geldof οργάνωσε τη συναυλία Live Aid για να συγκεντρώσει χρήματα για την ανακούφιση από την πείνα στην Αιθιοπία. (www.bbc.com).

Επίσης ένα άτομο με πλατφόρμα υψηλής επισκεψιμότητας μπορεί να χρησιμοποιήσει τη διάδραση με το ευρύ κοινό του για να παρέχει αναγνωσιμότητα σε ανθρωπιστικές προσπάθειες και σε οργανισμούς που εργάζονται για την παροχή ανακούφισης σε περιοχές που έχουν πληγεί από τον πόλεμο. Για παράδειγμα, η ηθοποιός Angelina Jolie έχει διαφημίσει ουκ ολίγες φορές οργανισμούς που εργάζονται για την παροχή βοήθειας σε πρόσφυγες και εκτοπισμένους. (www.theguardian.com).

Σε αντιδιαστολή με τα προηγούμενα ένα άτομο υψηλού προφίλ μπορεί να χρησιμοποιήσει τη φήμη και την επιρροή του για να διαδώσει προπαγάνδα και παραπληροφόρηση, η οποία μπορεί να χειραγωγήσει την κοινή γνώμη και να δημιουργήσει σύγχυση σχετικά με την πραγματική φύση της σύγκρουσης. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια της σύγκρουσης στη Συρία, τόσο η κυβέρνηση όσο και οι δυνάμεις της αντιπολίτευσης χρησιμοποίησαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να διαδώσουν προπαγάνδα και παραπληροφόρηση για να επηρεάσουν την κοινή γνώμη. (www.aljazeera.com). Συνακόλουθα άτομα υψηλού κοινωνικού προφίλ έχουν πολλές φορές ακραίες πολιτικές απόψεις με αποτέλεσμα μέσω των κοινωνικών δικτύων τους να υποκινούν τη βία και το μίσος, γεγονός που μπορεί να κλιμακώσει περαιτέρω μια σύγκρουση.

Τέλος ένα άτομο υψηλού κοινωνικού προφίλ στα κοινωνικά δίκτυα έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει την επιρροή και τους πόρους του για να υποστηρίξει μια συγκεκριμένη πλευρά σε μια σύγκρουση και να οδηγήσει το κοινό του στο να ενστερνιστεί την άποψή του. Συμπερασματικά, η επιρροή ενός ατόμου υψηλού προφίλ σε μια κατάσταση πολέμου μπορεί να έχει θετικές και αρνητικές επιπτώσεις. Είναι σημαντικό για τα άτομα αυτά να χρησιμοποιούν την επιρροή τους με υπευθυνότητα και να εξετάζουν τις πιθανές συνέπειες των πράξεων τους στην αντίληψη του κοινού και στην ίδια τη σύγκρουση.

1.9 Λόγοι Χρήσης και Δραστηριότητες του Χρήστη στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στην Περίπτωση του Πολέμου

Υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να φανούν χρήσιμα σε μια κατάσταση πολέμου, ή γενικότερα σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης (Ρήγου, 2013). Ιδιαίτερα όταν αναλαμβάνουν δράση άτομα τα οποία έχουν φήμη και επιρροή στις πλατφόρμες αυτές αφού επηρεάζουν καθημερινά τους χιλιάδες ακολούθους τους με το τρόπο ζωής που προβάλλουν αλλά και τις απόψεις που εκφράζουν (Ρήγου, 2013). Είναι σημαντικό σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης να αναλαμβάνουν άτομα τα οποία που διαθέτουν μεγάλη δυναμική στα κοινωνικά δίκτυα διότι έτσι η επείγουσα κατάσταση αλλά και αυτά που απαιτούνται για την επίλυσή της θα γίνουν άμεσα γνωστά στο ευρύ κοινό (Ρήγου, 2013). Έτσι λοιπόν σε μία κατάσταση πολέμου τέτοια άτομα θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν τη φήμη και την επιρροή τους για να ευαισθητοποιήσουν το κοινό για τα γεγονότα που συμβαίνουν και να του γνωστοποιήσουν τα προβλήματα και τις ανάγκες των ανθρώπων που επηρεάζονται από τον πόλεμο (Ρήγου, 2013).

Παράλληλα θα βοηθούσε να προωθήσουν τη συγκέντρωση πόρων, όπως τρόφιμα, νερό, ενδυμασία, χρήματα και φάρμακα (Ρουμελιώτου, 2009). Συνάμα θα ήταν θετικό να ενθαρρύνουν τον διάλογο μεταξύ των διαφορετικών πλευρών στον πόλεμο. Επιπροσθέτως θα ήταν χρήσιμο να χρησιμοποιήσουν τις πλατφόρμες τους για να ευαισθητοποιήσουν το κοινό τους για τις συνέπειες του πολέμου στους ανθρώπους και την κοινωνία. Αυτό μπορεί να ενθαρρύνει τους ακόλουθους τους να αντιληφθούν τη σοβαρότητα της κατάστασης και να δράσουν. Συνακόλουθα θα μπορούσαν να στηρίξουν ανθρωπιστικές εκστρατείες και προγράμματα βοήθειας για τους πληγέντες του πολέμου. Αυτό θα ήταν χρήσιμο ώστε να επιτευχθεί η αποκατάσταση της κοινωνίας και της οικονομίας μετά τον πόλεμο. Ακόμη ωφέλιμη θα ήταν η δημιουργία περιεχομένου που εστιάζει στην ανθρωπιστική κρίση που επικρατεί στην περιοχή, αλλά και στην αναγκαιότητα της ειρηνικής συνύπαρξης και της διπλωματίας (Ρουμελιώτου, 2009).

Παράλληλα μέγιστης σημασίας θα ήταν η συμμετοχή τέτοιων ανθρώπων σε διαμαρτυρίες ώστε να πιέσουν τους πολιτικούς ηγέτες για την ειρηνική επίλυση της κρίσης. Τέλος ωφέλιμη θα ήταν η παροχή στο ευρύ κοινό της κατάστασης που επικρατεί

στη περιοχή από ανθρώπους της περιοχής ώστε η κοινή γνώμη να μην επηρεάζεται ψευδώς από τα προπαγανδιστικά μέσα μαζικής ενημέρωσης (Ρουμελιώτου, 2009).

1.10 Η Αξία των Κοινωνικών Μέσων σχετικά με την Μέτρηση της Επιρροής των Χρηστών

Στη σημερινή εποχή η ποικιλία των τρόπων επικοινωνίας ανάμεσα στους ανθρώπους είναι μεγάλη. Οι άνθρωποι διαφοροποιούν καθημερινά τα μέσα με τα οποία έρχονται σε επαφή (Brooks, 2019). Πλέον η επικοινωνία από τη μία άκρη της γης στην άλλη είναι άμεση και δεν κοστίζει οικονομικά. Ένα δωρεάν και εύχρηστο μέσο επικοινωνίας που ανθίζει τη σημερινή εποχή είναι τα κοινωνικά δίκτυα. Επακόλουθο της ευκολίας της επικοινωνίας μέσω των κοινωνικών δικτύων είναι οι άνθρωποι να επικοινωνούν πλέον μόνο έμμεσα μέσω γραπτών μηνυμάτων και όχι άμεσα μέσω διαλόγου με αποτέλεσμα να επηρεάζονται οι επικοινωνιακές δεξιότητες τους (Brooks, 2019).

Τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης έχουν εισχωρήσει τόσο πολύ στη ζωή των ανθρώπων όπου ακόμα και οι εταιρείες τεχνολογίας μαζεύουν διάφορες πληροφορίες από αυτά για τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά του κάθε χρήστη έτσι ώστε να δημιουργήσουν τα κατάλληλα προϊόντα (Arnold, 2018). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης λοιπόν έχουν βαθιά επίδραση στις διαπροσωπικές μας σχέσεις καθώς οι άνθρωποι περνούν όλο και περισσότερο χρόνο στις πλατφόρμες τους (Arnold, 2018). Είναι αξιοσημείωτο ότι παρέχουν έναν τρόπο στους χρήστες τους να μοιράζονται τα γεγονότα της ζωής τους, τις φωτογραφίες και τα βίντεό τους με φίλους, συγγενείς, ακόμη και αγνώστους (Arnold, 2018). Η διαρκής αυτή διάδραση όμως έχει και τη σκοτεινή της πλευρά. Σύμφωνα με μια μελέτη της Havas Media, την οποία υπογράμμισε ο Andrew Arnold (2018) σε άρθρο του Forbes, οι χρήστες συχνά τείνουν να υπερβάλλουν με το τρόπο ζωής που προβάλλουν μέσα από τις αναρτήσεις τους με αποτέλεσμα, 3 στους 4 να πιστεύουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να βλάψουν τις σχέσεις, είτε αποδυναμώνοντας τις εντελώς είτε ακόμα και καταστρέφοντάς τις (Arnold, 2018).

Συνακόλουθα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν εύκολα να χειραγωγήσουν ή να παραπλανήσουν τη κοινή γνώμη ενάντια σε κάποια πολιτική, κοινωνική, οικονομική πτυχή της εποχής (Brooks, 2019). Οι περισσότεροι χρήστες δεν ελέγχουν την αξιοπιστία της πηγών των ειδήσεων και των αναρτήσεων και πολλές φορές τις ενστερνίζονται παρά την αναξιπιστία τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ότι μετά τις προεδρικές εκλογές των ΗΠΑ το 2016, έγινε ευρέως γνωστό πως οι χρήστες χειραγωγήθηκαν από μέσο κοινωνικής δικτύωσης ώστε να ψηφίσουν συγκεκριμένη παράταξη (Brooks, 2019).

Σε γενικές γραμμές, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν τεράστιο αντίκτυπο στη ζωή μας αλλάζοντας τους τρόπους επικοινωνίας και τις διαπροσωπικές μας σχέσεις (Arnold, 2018). Αφενός μεν υπάρχει η θετική τους πλευρά όπως οι κοινωνικοποίηση μοναχικών ανθρώπων, η εύκολη και φθηνή επικοινωνία αλλά και η συμμετοχή σε μεγάλες κοινωνικές ομάδες με κοινά ενδιαφέροντα, αφετέρου δε υπάρχει και η αρνητική τους πλευρά που προκαλεί μηδενισμό των άμεσων διαπροσωπικών σχέσεων, μη ποιοτική αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου αλλά και αναπόφευκτη επαφή με επικίνδυνα άτομα που κρύβονται πίσω από την ανωνυμία τους (Arnold, 2018).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΥΚΡΑΝΙΑ 2022

2.1 Ιστορική Αναδρομή

Η διαμάχη των δύο λαών (Ρωσία – Ουκρανία) ξεκίνησε σχεδόν μία χιλιετία πριν από το πιο πρόσφατο χρονολογικό έτος (Παπαφλωράτος, 2022). Η χώρα της σημερινής ονομαζόμενης Ρωσίας, ξεκίνησε με την ονομασία Ρωσική Αυτοκρατορία και Κιεβινή Ρωσία, η οποία οριζόταν ως ένα μεσαιωνικό Σλαβικό κράτος με πρωτεύουσα το Κίεβο, το οποίο επεκτεινόταν και ως ένα τμήμα της Ουκρανίας και της Ευρωπαϊκής Ρωσίας (Παπαφλωράτος, 2022). Στα τέλη του χρονολογικού έτους 1700, ένα μεγάλο μέρος της Ουκρανικής επικράτειας, ορίστηκε ως μέρος της ρωσικής αυτοκρατορίας, με αποτέλεσμα να πραγματοποιηθεί η πρώην Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών (Παπαφλωράτος, 2022). Σε ένα πιο πρόσφατο χρονολογικό έτος (αρχές του 20ου αιώνα), παρατηρήθηκαν σχέσεις και επαφές αλληλεξάρτησης ανάμεσα σε Ουκρανία και Ρωσία (Παπαφλωράτος, 2022). Συγκεκριμένα, το χρονολογικό έτος 1922, πραγματοποιήθηκε η ίδρυση της Ένωσης των Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών με επίκεντρο (ως έδρα) την πόλη της Μόσχας, έπειτα από συνεχείς και δραστικές ενέργειες των Μπολσεβίκων και έπειτα από την συνεχή καθοδήγηση του Vladimir Lenin (Παπαφλωράτος, 2022). Μετά τον θάνατό του, την αρχηγία και το έργο του ανέλαβε ο Joseph Stalin, με αρκετούς οπαδούς να έχουν υιοθετήσει την ιδεολογία και τις αντιλήψεις την θεωρία του Μαρξισμού, η οποία ορίζεται ως ένα ενιαίο σύνολο οικονομικών, κοινωνικών και φιλοσοφικών ιδεών, όπως η σοσιαλιστική αντίληψη για το κοινωνικό σύστημα αποσκοπώντας στον κουμμουνισμό (Παπαφλωράτος, 2022). Το χρονολογικό έτος του 1991 (Δεκέμβριος), η Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών (ΕΣΣΔ) διαλύθηκε, με αποτέλεσμα την ανεξαρτησία των πρώην Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών, την ανεξάρτησή τους από την Ρωσία και αποσχισμό τους (Παπαφλωράτος, 2022).

Συγκεκριμένα, για λόγους καλύτερης κατανόησης της Ρωσικής και Ουκρανικής πολεμικής σύγκρουσης, πρέπει ο ερευνητής να πραγματοποιήσει μία σύντομη περιγραφή και αναφορά στα κυριότερα και πιο σημαντικά σημεία – ιστορικά γεγονότα, τα οποία συνδέουν τις χώρες (Encyclopedia Americana, 1985). Το χρονολογικό έτος 882 μ.Χ. ιδρύθηκε το κράτος των Ρως, το οποίο είχε ως έδρα την περιοχή της σημερινής Ουκρανίας

και τις βορειότερες ακτές της Βαλτικής (Λευκορωσία), να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι πρωτεύουσα του συγκεκριμένου κράτους ήταν το Κιέβο (Encyclopedia Americana, 1985). Στην συγκεκριμένη περιοχή, έδρευαν οι Μογγόλοι, όπου έπειτα από 200 χρόνια το πριγκιπάτο της Μοσχοβίας (Ivan III) απέκτησε ισχύ και εξάλειψε τον Μογγολικό ζυγό και το κράτος των Ρως απέκτησε τα χαμένα εδάφη (Encyclopedia Americana, 1985). Την δεκαετία του 1540, ιδρύεται ένα νέο βασίλειο, γνωστό ως το Βασίλειο της Ρωσίας με Ρώσους υπηκόους, καθώς το 1721 η χώρα της Ρωσίας ανακηρύσσεται σε Αυτοκρατορία υπό την ηγεσία του Πέτρου Α΄ (Μεγάλος Πέτρος της Ρωσίας) και από τότε η χώρα της Ρωσίας αποτελεί μία παγκόσμια δύναμη (Encyclopedia Americana, 1985). Οι δύο χώρες κατείχαν ίδιους στόχους από το χρονολογικό έτος του 1240 όταν δημιουργήθηκε το κράτος των Ρως και οι Μογγόλοι προχώρησαν στην κατάληψη του Κιέβου. Έπειτα, ο ζυγός των Μογγόλων ερήμωσαν την πρωτεύουσα και τα περίχωρα, δημιουργώντας την σε μία πόλη – φάντασμα (Encyclopedia Americana, 1985). Οι επιζώντες των ηγεμονιών των Ρως παραδόθηκαν στην μογγολική επικυριαρχία, καθώς έπειτα από την εξάλειψη της μογγολικής κυριαρχίας, δυνάμεις της περιφέρειας ξεκίνησαν την κατάκτηση των εδαφών (Encyclopedia Americana, 1985). Αξίζει να σημειωθεί ότι για περίπου δύο αιώνες τα εδάφη της σημερινής Ουκρανίας βρίσκονταν υπό την κυριαρχία της Πολωνίας και της Λιθουανίας, εφόσον η πρώτη χώρα κατάφερε να αποκτήσει το πριγκιπάτο της Γαλικίας στα μέσα του 14ου αιώνα (Encyclopedia Americana, 1985). Επίσης, οι δύο χώρες εκμεταλλευόμενες τις δυνάμεις του λαού των Κοζάκων, πραγματοποιούσαν ληστρικές επιδρομές ενάντια της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας (Παπαφλωράτος, 2022). Το χρονολογικό έτος του 1654, πρωτεύουσα του Μεγάλου Δουκάτου της Μοσχοβίας κηρύχθηκε το βορειοανατολικό πριγκιπάτο των Ρως, με έδρα του την πόλη της Μόσχας, καθώς την ίδια περίοδο το βορειοανατολικό πριγκιπάτο και οι ηγεμονίες του Μεγάλου Δουκάτου της Μοσχοβίας, προχώρησαν σε συμφωνία, η οποία είχε σκοπό την ένωσή τους για την δημιουργία αρωγής προς τον λαό των Κοζάκων (Encyclopedia Americana, 1985).

Η χώρα της Ουκρανίας βρέθηκε υπό την κατάληψη των κεντρικών δυνάμεων κατά την περίοδο του Α Παγκοσμίου Πολέμου, αξίζει να σημειωθεί ότι τότε δεν προσδιοριζόταν η χώρα ως η σημερινή χώρα της Ουκρανίας, αλλά προσδιοριζόταν ως η περιοχή που άνηκε ή αποτελούσε μέρος είτε της Ρωσικής Αυτοκρατορίας, είτε του Ρωσικού Βασιλείου (Encyclopedia Americana, 1985). Με την λήξη του Παγκοσμίου Πολέμου Α΄, δημιουργήθηκε η Ουκρανική Εθνική Δημοκρατία, ύστερα από αιτήματα και συσπείρωση του λαού προς το Ουκρανικό Κεντρικό Συμβούλιο (Encyclopedia Americana, 1985). Το χρονολογικό έτος 1918 ιδρύθηκε στο Χάρκοβο η Σοβιετική

εξουσία, η οποία μετονομάστηκε το χρονολογικό έτος του 1922 ως Σοβιετική Σοσιαλιστική Δημοκρατία της Ουκρανίας, καθώς την ίδια περίοδο γίνεται μέλος της ΕΣΣΔ (Encyclopedia Americana, 1985). Το 1922, η ένωση ΕΣΣΔ ιδρύεται στην Μόσχα, στην οποία συμπεριλαμβάνονταν μέλη αντιπροσώπων των Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών της Ρωσίας, της Λευκορωσίας, της Ουκρανίας και της Υπερκαυκασίας, καθώς με την εν λόγω πολιτική αυτή ένωση οι παραμικρές διαφοροποιήσεις που πιθανόν να πραγματοποιούνταν μεταξύ των ΣΔ, δεν επιτρέπονταν, αλλά και η κάθε προσπάθεια ανεξάρτησης ή προσπάθεια για ανεξαρτησία ή απόσχισης, καταδικαζόταν από το πολιτικό κόμμα των Μπολσεβίκων (Encyclopedia Americana, 1985). Κατά την περίοδο του μεσοπολέμου και υπό την ηγεσία του Joseph Stalin, πραγματοποιήθηκε κρατικοποίηση όλων των υποδομών στην ΕΣΣΔ (Encyclopedia Americana, 1985). Κατά την έναρξη του Παγκοσμίου Πολέμου Β΄, η Ναζιστική Γερμανία και η Σοβιετική Ένωση προχωρούν σε συμφωνία και στην υπογραφή του Συμφώνου Ribbentrop – Molotov, το οποίο όριζε στην αμοιβαία απαγόρευση επίθεσης, με αποτέλεσμα, από πλευράς του ηγέτη (Stalin), το πλεονέκτημα του χρόνου, ώστε να μπορέσει να προετοιμάσει τον Σοβιετικό στρατό για τον επερχόμενο πόλεμο (Encyclopedia Americana, 1985). Οι δύο χώρες επιτέθηκαν στην Πολωνία, καθώς ένα μεγάλο μέρος της καταλήφθηκε από τους Σοβιετικούς και παραδόθηκε στις Σοβιετικές Δημοκρατίες της Ουκρανίας και της Λευκορωσίας, επίσης σημαντικό κρίθηκε και το γεγονός ότι οι χώρες Μολδαβία, Ρουμανία, Εσθονία, Λιθουανία και Λετονία ορίστηκαν ως προσαρτήσεις στην ΕΣΣΔ (Encyclopedia Americana, 1985).

Το 1941, όταν ξέσπασε ο Β Παγκόσμιος Πόλεμος, παρά την συμφωνία αμοιβαίας μη επίθεσης, η Γερμανία εισβάλλει στην ΕΣΣΔ, στην Μόσχα και το Leningrad, καθώς – όπως ονομάστηκε και μεταπολεμικά – ο Μεγάλος Πατριωτικός Πόλεμος και η νίκη του Σοβιετικού Στρατού, ορίζονται ως γεγονότα – σταθμός – στον σοβιετικό πολιτισμό και ιστορία. Σύμφωνα με τον Παπαφλωράτος (2022) «Κατά το ρωσικό αφήγημα τα Ναζιστικά Τάγματα του Αζόφ, σκότωναν και καταπίεζαν τον Ρωσικό πληθυσμό που ζούσε στην Ανατολική Ουκρανία» (Παπαφλωράτος, 2022). Η χρονολογική περίοδος μετά την λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, αποτελούσε περίοδος ακμής για την ένωση των ΕΣΣΔ και των Η.Π.Α., διότι αποτελούσαν και τα δύο υπερδυνάμεις, καθώς ορίζονταν ως δύο πόλοι με πλειονότητα γύρω από τα υπόλοιπα κράτη (Encyclopedia Americana, 1985). Όμως, μέχρι το χρονολογικό έτος του 1991 η ένωση των ΕΣΣΔ κατέρρευσε, αίτια της κατάρρευση της ένωσης ήταν η αντιπαλότητα μεταξύ των ΕΣΣΔ και των Η.Π.Α., καθώς παρ' ότι δεν υπήρξε διαμάχη ανάμεσά τους, υπήρχε μία ιδιαίτερα έντονη αντιπαλότητα σε πολιτιστικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο, στον τομέα της τεχνολογίας, των

τεχνών και του στρατού κ.α. (Encyclopedia Americana, 1985). Αυτή η αντιπαλότητα ονομάστηκε «Ψυχρός Πόλεμος», καθώς μετά την κατάρρευση της ένωσης (όπου αργότερα η συγκεκριμένη ένωση αποτελούσε κομμάτι ενός ενιαίου κράτους με 15 Σοσιαλιστικές Σοβιετικές Δημοκρατίες), υπήρξε ένα ιδιαίτερα σημαντικό γεγονός, όπως η ίδρυση του Οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), η χώρα της Ουκρανίας και της Λευκορωσίας ανεξαρτητοποιήθηκαν για λόγους κυρίως πολιτικούς, όπως το ίδιο πραγματοποίησαν οι Η.Π.Α. και το Ηνωμένο Βασίλειο (Παπαφλωράτος, 2022). Αξίζει να σημειωθεί ότι αρκετές φορές ανάμεσα στις δύο αυτές υπερδυνάμεις υπήρξε έντονη διαμάχη και αντιπαλότητα, καθώς υπήρξε πολλές φορές το ενδεχόμενο πολέμου με ενδεχόμενη πυρηνική καταστροφή (Παπαφλωράτος, 2022). Συγκεκριμένα, οι δύο υπερδυνάμεις έχουν στην κατοχή τους πυρηνικά όπλα και αντίστοιχες σημαντικές στρατιωτικές δυνάμεις (Encyclopedia Americana, 1985). Σύμφωνα με την βιβλιογραφία, κατά την οποία αναφέρεται ότι η Σοβιετική Ένωση αποτελούσε «χερσαία δύναμή» με κατοχή αναρίθμητων αρμάτων, πυροβόλων, αλλά και οι ναυτικές και αεροπορικές δυνάμεις της δεν συγκρίνονταν με τις αντίστοιχες των Η.Π.Α (Σπυρόπουλος, 1996).

2.2 Επανάραξη Πολέμου στην Ουκρανία το 2022

Ο πόλεμος στην Ουκρανία έχει τις ρίζες του στο 2014 όπου μετά την ανατροπή του προ-ρωσικού καθεστώτος του Βικτόρ Γιανουκόβιτς και την ανάδειξη μιας προ-δυτικής κυβέρνησης στο Κίεβο ξέσπασαν διαταραχές και αυτό γιατί η Ρωσία αντέδρασε αρνητικά σε αυτό το γεγονός, καταλαμβάνοντας την Κριμαία και υποστηρίζοντας τους αποστάτες στην ανατολική Ουκρανία (Παπαφλωράτος, 2022). Επιπλέον, υπήρχαν πολιτικές και εθνικιστικές διαιρέσεις στην Ουκρανία, με μέρος του πληθυσμού να συνάπτει στενότερους δεσμούς με τη Ρωσία ενώ άλλοι επιθυμούσαν πιο στενούς δεσμούς με τη Δύση. Στο βιβλίο "The Ukraine Crisis: What it Means for the West" του Andrew Wilson (2014), ο συγγραφέας παρέχει μια λεπτομερή ανάλυση της κατάστασης που οδήγησε στην έναρξη του πολέμου στην Ουκρανία (Wilson, 2014). Ο Wilson υποστηρίζει ότι ο πόλεμος προκλήθηκε από μια σειρά παραγόντων, όπως η διαφωνία για το ποιος έχει το δικαίωμα να κυβερνά την Ουκρανία, οι οικονομικές πιέσεις που ασκούνται από τη Ρωσία στην Ουκρανία, καθώς και η στρατηγική σημασία της Ουκρανίας για τη Ρωσία (Wilson, 2014). Ο συγγραφέας αναφέρει επίσης ότι ο πόλεμος ξεκίνησε με την αντίδραση της Ουκρανίας στην απόπειρα της Ρωσίας να εξασφαλίσει την περιφερειακή της επιρροή στην Κριμαία (Wilson, 2014). Η Ουκρανία απάντησε στην προσπάθεια αυτή με την επιβολή ενός αυστηρού κλειδώματος στα σύνορά της με τη Ρωσία και με την προσπάθεια που κατέβαλε να ενταχθεί στην ΕΕ, κάτι που εξόργισε τους Ρώσους (Μαζαράκης, 2014). Όσον αφορά το σήμερα, πέρα από την αναζωπύρωση των προηγούμενων παραγόντων που αναφέρθηκαν, η απόφαση της Ουκρανίας να προσεγγίσει περισσότερο τη Δύση ήταν ένας σημαντικός παράγοντας που ώθησε στην έναρξη του πολέμου το 2022. Σύμφωνα με το άρθρο "Why Ukraine's pro-Western stance angered Russia"(BBC) η απόφαση της Ουκρανίας να «αφομοιωθεί» από τη Δύση οδήγησε στις ραγδαίες εξελίξεις του 2022 (Παπαφλωράτος, 2022). Ήδη από το 2014 η συμφωνία σύνδεσης με την ΕΕ που υπέγραψε η Ουκρανία οδήγησε σε αντιπαραθέσεις με τη Ρωσία, η οποία είχε διαφορετική γεωπολιτική προσέγγιση στην περιοχή (Marples, 2019). Επίσης, η αίτηση της Ουκρανίας για προσχώρηση στο NATO αποτέλεσε πηγή ανησυχίας για τη Ρωσία, καθώς αυτό θα αύξανε την παρουσία του NATO στην περιοχή και θα αποτελούσε απειλή για τα συμφέροντα της Ρωσίας (Wilson, 2019).

Επιπλέον η απόφαση της Ουκρανίας να ενταχθεί στη Δυτική οικονομική και πολιτική σφαίρα, με την ανάπτυξη στενότερων σχέσεων με τις ΗΠΑ και την ΕΕ επέφερε ραγδαίες εξελίξεις και αύξησε την ένταση στη περιοχή. Στο βιβλίο του "Ukraine: The Roots of the

Conflict", ο Andrew Wilson (2015) αναφέρει πως η απόφαση της Ουκρανίας να προσεγγίσει περισσότερο τη Δύση αποτέλεσε τον καταλύτη για την έντονη αντίδραση της Ρωσίας (Wilson, 2015). Τέλος η ένταση στον ανατολικό τομέα της Ουκρανίας από το 2014 ήταν η σταγόνα που ξεχείλισε το ποτήρι (Wilson, 2015). Η διαχρονική διαμάχη στη συγκεκριμένη περιοχή της Ουκρανίας οφείλεται σε πολλούς παράγοντες, μεταξύ των οποίων η εθνικιστική και γλωσσική διαφορά μεταξύ των κατοίκων του ανατολικού τμήματος της Ουκρανίας και των υπολοίπων περιοχών, καθώς και η ιστορική και πολιτική τους σύνδεση με τη Ρωσία (Zaborowski, 2019). Οι Ρώσοι υποστηρίζουν τις ξεχωριστές επαρχίες του Ντονμπάς και του Λουχάνσκ, όπου οι περισσότεροι κάτοικοι μιλούν ρωσικά και έχουν ιστορικούς δεσμούς με τη Ρωσία (Zaborowski, 2019). Η υποστήριξη αυτή περιλαμβάνει την αποστολή όπλων και ανθρώπινου δυναμικού στις επαρχίες αυτές, καθώς και τη διοργάνωση δημοψηφισμάτων για την ανεξαρτησία των επαρχιών αυτών από την Ουκρανία (Zaborowski, 2019). Η κυβέρνηση της Ουκρανίας αντιδρά με την αποστολή στρατιωτικών δυνάμεων και την επιβολή κυρώσεων κατά της Ρωσίας, κάτι που έχει οδηγήσει σε συνεχιζόμενη ένταση και συγκρούσεις μεταξύ των δυο πλευρών και που τελικά βοήθησε στη κορύφωση των εξελίξεων (Zaborowski, 2019).

2.2.1 Αίτια για την Επανάρξη Πολέμου

Από το χρονολογικό έτος 1991, όπου η ένωση της ΕΣΣΔ ανακοίνωσε την διάλυσή της, «ο ψυχρός πόλεμος» είχε κατακλίσει τις χώρες του πλανήτη, οι οποίες γεωγραφικά βρίσκονταν σε θέση ανάμεσα στις Η.Π.Α. και της Σοβιετικής Ένωσης, καθώς με την κατάρρευση της ΕΣΣΔ, τα κράτη που βρίσκονταν στην πλευρά της ένωσης έπρεπε να επιλέξουν νέες πολιτικές στρατηγικές και συμμάχους (Παπαφλωρατος, 2022). Το έτος 1994 και κατά την διάρκεια της συμφωνίας που ανέπτυξαν οι χώρες της Ρωσίας, Η.Π.Α., η οποία όριζε την μη συμμετοχή των πυρηνικών της Ουκρανίας και την υπόσχεση της χώρας της Ρωσίας για την διατήρηση των συνόρων (Encyclopedia Americana, 1985). Στην συνέχεια οι Η.Π.Α. θα αποτελούσε οικονομική αρωγή των τεχνικών και εμπειρογνώμων για την διάλυση των βομβαρδιστικών και των πυραύλων (Παπαφλωρατος, 2022). Η Ουκρανία και η Ρωσική Ομοσπονδία ανέπτυξαν ταραχώδεις και αρνητικά έντονες σχέσεις, με τα πιο πρόσφατα αίτια να περιλαμβάνουν τον Ρωσικό πληθυσμό της Ουκρανίας (στον οποίο περιλαμβάνονταν και πολιτικοί ηγέτες), κατά του οποίους, η χώρα της Ουκρανίας θα έπρεπε να συμβαδίζει με την Ρωσική Ομοσπονδία, ενώ ένα άλλο μέρος Ρώσων υπηκόων υποστήριζε το γεγονός ότι η χώρα της Ουκρανίας θα έπρεπε να είναι ελεύθερη και ανεξάρτητη από κάθε κυρίαρχη πολιτική και από ανθρώπους της κυβέρνησης και του κράτους (Παπαφλωρατος, 2022). Μία ακόμα αιτία αποτελούσε το γεγονός ότι η Ρωσική Ομοσπονδία είχε σχέδια για κατάκτηση κάποιων εδαφών που γεωγραφικά βρίσκονταν στην πλευρά της Ουκρανίας, αλλά τις θεωρούσαν δικές τους, συγκεκριμένα πίστευαν ότι θα έπρεπε να αποτελούσαν κομμάτι της δικής τους εδαφικής επικράτειας (Παπαφλωρατος, 2022).

Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ρωσική Ομοσπονδία προσπαθεί να «θερμάνει» τις σχέσεις της με τα κράτη της πρώην ένωσης ΕΣΣΔ και να εμβαθύνει σε αυτό, δημιουργώντας οργανισμούς που αποτελούν αρωγή είτε στρατιωτικά, οικονομικά είτε πολιτικά (Παπαφλωρατος, 2022). Όμως η χώρα της Ουκρανίας θέλοντας να κρατήσει την ανεξαρτησία της, δεν βρίσκεται σε συμφωνία με την Ρωσική Ομοσπονδία κάνοντας προσπάθειες επανένωσης, αλλά προσπαθεί να προσανατολιστεί προς την μεριά της Ευρωπαϊκής Ένωσης και το NATO, με αποτέλεσμα να δημιουργεί περισσότερη ένταση στις ήδη ταραχώδεις σχέσεις των δύο αυτών κρατών (Παπαφλωρατος, 2022). Μέχρι τις αρχές του χρονολογικού έτους 2005, η Ρωσική Ομοσπονδία εκμεταλλευόταν Ουκρανικά πολιτικά πρόσωπα απειλώντας τα, με αποτέλεσμα να κρατά κάποιον έλεγχο ή να έχει μία κυριαρχία της Ουκρανίας, αλλά και των στρατηγικών αποφάσεων (Παπαφλωρατος,

2022). Για δύο μήνες πραγματοποιούνταν διαδηλώσεις στο Κίεβο («πορτοκαλί επανάσταση»), με αιτήματα ενάντια της ελεγχόμενης και διεφθαρμένης κυβέρνησης, με αποτέλεσμα την ανάδειξη της προεδρίας για πέντε χρόνια θητείας ο Βίκτωρ Γιουσένκο, ο οποίος πρόσφερε στην εξωτερική πολιτική φίλο – δυτική κατεύθυνση, καθώς μετά την 5η θητεία του, τον διαδέχθηκε ο Βίκτωρ Γιανούκοβιτς, όπου πραγματοποίησε προσπάθειες ακύρωσης την φιλοδυτική πορείας της Ουκρανίας, δείχνοντας με αυτόν τον τρόπο μία φανερή φίλο-ρωσική πολιτική (Παπαφλωρατος, 2022). Τον Φεβρουάριο του έτους 2014, έπειτα από αιματηρές διαδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν στην χώρα της Ουκρανίας, με το όνομα «Επανάσταση της Αξιοπρέπειας» ή «Maidan Revolution» (το όνομα πάρθηκε από την ονομασία της πλατείας του Κιέβου), ανατράπηκε με επιτυχία η πολιτική κατεύθυνση της Ουκρανίας (Παπαφλωρατος, 2022). Η Ρωσική Ομοσπονδία εκμεταλλεύτηκε την εσωτερική αναταραχή της χώρας της Ουκρανίας, πραγματοποίησαν μία επιχείρηση αρνούμενη την άμεση εμπλοκή, με χρήση στρατιωτών, κατέλαβε την χερσόνησο της Κριμαίας (Μάρτιος 2014) αλλά και ένα ανατολικό επαρχιώτικο κομμάτι της περιοχής Ντονπας, με τις ουκρανικές κυβερνήσεις να κάνουν προσπάθειες για ανάκτηση των χαμένων εδαφών, έχοντας πλέον στρατηγικό φιλοδυτικό προσανατολισμό και πολιτική (Παπαφλωρατος, 2022). Ο πρόεδρος της Ρωσίας (21 Φεβρουαρίου 2022) κατηγόρησε, μέσω διαγγέλματος, το NATO και τις Η.Π.Α. Ο πρόεδρος της Ρωσίας κατηγόρησε το NATO και τις Η.Π.Α. πως προσπαθούν να απομονώσουν την χώρα της Ρωσίας, καθώς μετά από αυτήν την δήλωση, προχώρησε στην υπεράσπιση των συμφερόντων της χώρας και στην υπογραφή της συνθήκης της αναγνώρισης της ανεξαρτησίας ολόκληρης της περιοχής του Ντονμπάς, το οποίο όπως προαναφέρθηκε ήταν επαρχία της Ουκρανίας (Παπαφλωράτος, 2022).

Την ίδια περίοδο, ο πρόεδρος της Ρωσίας με στρατεύματα που συγκεντρώθηκαν στα σύνορα Ρωσίας – Ουκρανίας, η χώρα της Ρωσίας πραγματοποίησε «ειδική επιχείρηση» ευρείας κλίμακας, η οποία επιτίθεντο σε πολλαπλά μέτωπα επί ολόκληρης της συνοριακής γραμμής (Παπαφλωράτος, 2022). Μέχρι και το έτος 2023, δεν έχει ολοκληρωθεί η σύγκρουση μεταξύ των δύο χωρών, χωρίς να υπάρχει μία έγκυρη και επίσημη κήρυξη ή μία πλήρη επιστράτευση και κινητοποίηση από την πλευρά της Ρωσίας (Παπαφλωράτος, 2022 όπως αναφέρεται στον Κύρου, 2022). Με την αρχή αυτής της σύγκρουσης, η Ουκρανία αντιδρά, καθώς πολλές χώρες του δυτικού κόσμου επέβαλαν οικονομικές κυρώσεις στην Ρωσική Ομοσπονδία, καθώς και σε πολιτικά πρόσωπα αλλά και σε άτομα που συμμετείχαν στην συμφωνία υπέρ της εισβολής στα ουκρανικά εδάφη (Ηφαιστος, 2015). Επίσης, πολλές χώρες μεταξύ των οποίων βρίσκεται και η Ελλάδα

αποστέλλουν στρατιωτική βοήθεια, εξοπλισμό, δράσεις για αποκατάσταση ειδών πρώτης ανάγκης και ρουχισμού στον πληθυσμό της Ουκρανίας (Παπαφλωρατος, 2022). Αξίζει να σημειωθεί ότι αποτελούν επίσης αρωγή οι χώρες της Σκανδιναβίας, η Γαλλία, η Γερμανία και οι Η.Π.Α. όπου χορηγούν σύγχρονα συστήματα και εκπαίδευση στρατιωτών από το Ηνωμένο Βασίλειο (Παπαφλωρατος, 2022). Η Ευρωπαϊκή Ένωση έπειτα από το αίτημα που επέβαλε ο πρόεδρος της Ουκρανίας (Βολοντίμιρ Ζελένσκι), έκανε δεκτή την απόφαση η χώρα της Ουκρανίας για την ένταξη της χώρας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ωστόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση εκτός το ότι αποτέλεσε αρωγή και πρόσφερε οικονομική και πολιτική βοήθεια, έδωσε στην χώρα της Ουκρανίας την ευκαιρία στην ένταξή της στην Ένωση (Παπαφλωρατος, 2022).

Όμως, η συνεχιζόμενη έντονη σύγκρουση μεταξύ των δύο χωρών έχει επιφέρει σοβαρότατα προβλήματα εκτός της χώρας της Ουκρανίας και σε πολλές σχεδόν όλες τις χώρες του πλανήτη (Ηφαιστος, 2022). Οι δύο χώρες αποτελούν τους κυριότερους αγωγούς φυσικού αερίου, καθώς και οι δύο χώρες αποτελούν παραγωγούς σιτηρών, ενώ μέσω της Ουκρανίας διοχετεύονταν οι παραγωγές φυσικού αερίου της Ρωσίας προς τις χώρες της Ευρώπης. Επίσης, οι αναγνώστες θα πρέπει να γνωρίζουν ότι ο τερματισμός της σύγκρουσης μεταξύ των δύο χωρών είναι σημαντικός, διότι αποτελούν τις επιπτώσεις του πολέμου κρίσιμες σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς ο πρόεδρος της Ρωσίας (Βλάντιμιρ Πούτιν), σε επίσημες ομιλίες του, αφήνει αρκετές φορές τις ενδεχόμενες εξελίξεις όσον αφορά της πυρηνικές ικανότητες της χώρας (Ηφαιστος, 2022).

2.2.2 Στάση των Δύο Χωρών Ουκρανίας και Ρωσίας

Την χρονολογική περίοδο της 24ης Φεβρουαρίου του 2022 όταν πραγματοποιήθηκε η εισβολή της Ρωσίας στην ανατολική περιοχή της Ουκρανίας ορίζεται ως ένα γεγονός, το οποίο έχει προκαλέσει ιδιαίτερα πολλά σημαντικά θερμά γεγονότα, καθώς η συνέχιση του έχει οριστεί επιζήμια στην οικονομία πολλών χωρών, αλλά έχει προκαλέσει πολλές ανθρωπιστικές, κοινωνικές, στρατηγικές και οικονομικές συνέπειες (Παπαφλωράτος, 2022). Η σύγκρουση αυτή έχει προκαλέσει παγκόσμια αναταραχή και ψυχολογική αβεβαιότητα, καθώς οι χώρες του δυτικού κόσμου και μέσω του οργανισμού NATO έσπευσαν στην επιβολή οικονομικών κυρώσεων κατά της Ρωσίας, ώστε να επιβάλλουν πίεση των πολιτικών προσώπων της Ρωσίας, με αποτέλεσμα να σταματήσουν τις εχθρικές αντιδράσεις και επελάσεις στις περιοχές της ανατολικής Ουκρανίας (Ψωμιάδης, 2018). Η χώρα της Ρωσίας έχοντας προβλέψει τα αποτελέσματα και τις συνέπειες που έχει προκαλέσει η ίδια η χώρα, προχωρά ακάθεκτη την χρήση και εφαρμογή του - έχοντας πολύ καλό στρατηγικά σχέδιου της – μέχρι να ολοκληρώσει με επιτυχία τον πρωταρχικό της στόχο (Ψωμιάδης, 2018).

Η συγκεκριμένη πράξη φέρει το αποτέλεσμα στην συνέχιση της άσκησης αρνητικής επιρροής στην χώρα της Ουκρανίας εμποδίζοντας την είσοδο αυτής στο NATO, αλλά και στην αποτροπή πλαισίωσης της χώρας της Ρωσίας από χώρες που ανήκουν στον Διεθνή Οργανισμό (Ψωμιάδης, 2018). Επίσης, η χώρα της Ρωσίας και η ρωσική στρατηγική εδραιώνουν και ενδυναμώνουν τις ζώνες προστασίας, πραγματοποιούν εκτενή έλεγχο γεωγραφικής γειτνίασης και προχωρούν στην αποτροπή σχηματισμών μεγάλων δυνάμεων σε χώρες – γειτονικές (Ψωμιάδης, 2018). Οι προσπάθειες που πραγματοποιούνται από μεριά τη Ρωσίας έχουν βάση στην εδραίωση μεγάλης δύναμης και διεκδίκησης της παγκόσμιας ηγεμονίας, με αποτέλεσμα την αναζήτηση συμμάχων, καθώς κυρίως στόχος τους αποτελεί η απόκτηση πολλών πλεονεκτημάτων (Ψωμιάδης, 2018). Μία μελέτη που πραγματοποιήθηκε, μελετώντας την σύγκρουση των δύο χωρών μέσω της θεωρίας παιγνίων, το αποτέλεσμα που διεξάχθηκε ήταν ότι καταδεικνύει την νίκη της Ρωσίας εναντίον του δυτικού κόσμου «με ενδεχόμενη διχοτόμηση της Ουκρανίας σς Δυτική και Ανατολική» (Κύρου, 2022).

Η μεριά της Ρωσίας, η οποία έχει προχωρήσει σε κάθε απαιτούμενη και απαραίτητη ενέργεια, όπως η αξιοποίηση, χρήση και εκμετάλλευση του φυσικού αερίου με στρατηγική μέθοδο και στην συνεργασία της με την Κίνα, για την επιτυχία του πρωταρχικού της στόχου και σκοπού (Κύρου, 2022). Από την μεριά της Ουκρανίας,

έπειτα από το βίωμα των αμέτρητων νεκρών και τον ξεριζωμό και εγκατάλειψη εκατομμυρίων ανθρώπων, ορίζεται ως μία νέα δημιουργία μίας νέας πραγματικότητας, προετοιμάζεται για μία νέα ενδεχόμενη εδαφική εισβολή και αναζητά συμμάχους για την υποστήριξή της Κύρου, (2022). Οι υπόλοιπες χώρες που είτε εμπλέκονται είτε όχι προχωρούν σε λήψεις στρατηγικών αποφάσεων, καθώς επιχειρήσεις, διακρατικοί οργανισμοί και άλλες οντότητες έρχονται στην επιφάνεια και καλούνται να επιλέξουν, σύμφωνα με τα συμφέροντά τους και την αύξηση των κερδών τους, σε ποια πλευρά επιλέγουν να καταταγούν (Κύρου, 2022).

2.3 Επιπτώσεις Πολέμου

Οι κοινωνικές επιπτώσεις του πολέμου στην κοινωνία είναι πολλαπλές και ποικίλες και μπορούν να έχουν μακροπρόθεσμες συνέπειες. Στο βιβλίο "War and Society" Brian Bond (2004), συναντούμε τις συνέπειες που έχουν η βία και ο πόλεμος στη ζωή και τη καθημερινότητα των ανθρώπων. Μερικές από τις κύριες επιπτώσεις περιλαμβάνουν: 1) Την αύξηση της βίας και της εγκληματικότητας στην κοινωνία. Την αύξηση του αριθμού των θυμάτων του πολέμου και επιπτώσεις στην ψυχολογία και την υγεία των στρατιωτικών και των πολιτικών ανθρώπων που συμμετέχουν σε αυτόν (Bond, 2004). Την κοινωνική αναταραχή και ανασφάλεια, καθώς ο πόλεμος δημιουργεί αντιπαραθέσεις μεταξύ διαφορετικών κοινοτήτων και ομάδων (Παρασκευόπουλος, 2015). Την αύξηση της επιρροής των στρατιωτικών και της στρατιωτικής βιομηχανίας στην κοινωνία (Παρασκευόπουλος, 2015). Την αλλαγή στις κοινωνικές συνθήκες και στις αξίες της κοινωνίας, καθώς ο πόλεμος μπορεί να διαμορφώνει τις αντιλήψεις και τις πεποιθήσεις των ανθρώπων. Παράλληλα όμως ο προκαλεί και ψυχολογικές επιπτώσεις στους ανθρώπους των κοινωνιών που τον βιώνουν (Παρασκευόπουλος, 2015).

Η επιστημονική εργασία "The Psychological Consequences of War and Terrorism" Foreign Policy Analysis (2011) αναφέρεται κυρίως στις ψυχοσωματικές επιπτώσεις του πολέμου στη κοινωνία και που περιλαμβάνουν: Την αύξηση της πνευματικής και ψυχολογικής δυσφορίας στην κοινωνία (Κουτσοβασίλης, 2016). Την εμφάνιση συμπτωμάτων ψυχικής ασθένειας σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο. Την αύξηση των επιπέδων στρες, αγωνίας και κατάθλιψης στην κοινωνία. Την μείωση της κοινωνικής συνοχής και αύξηση των αντιθέσεων και της αναταραχής. Την εμφάνιση τραυματικών συμπτωμάτων στα άτομα που έχουν βιώσει τον πόλεμο, όπως PTSD και άλλες μορφές ψυχολογικού τραύματος (Κουτσοβασίλης, 2016). Πέρα από το κοινωνικό του αντίκτυπο ο πόλεμος έχει σοβαρές περιβαλλοντικές επιπτώσεις, οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν την υγεία του πληθυσμού και τη βιοποικιλότητα του πλανήτη. Οι κύριες επιπτώσεις του πολέμου στο περιβάλλον αναφέρονται στο άρθρο "The impact of war on the environment and human health" M. Ali, S. Iqbal, και F. Iqbal (2012) και περιλαμβάνουν τη ρύπανση του αέρα: ο πόλεμος συχνά συνοδεύεται από μεγάλες πυρκαγιές και εκρήξεις που απελευθερώνουν τοξικά αέρια και σωματίδια στον αέρα, προκαλώντας αναπνευστικά προβλήματα στους ανθρώπους. Τη ρύπανση του νερού: η καταστροφή υποδομών όπως δεξαμενές καυσίμων και χημικών εγκαταστάσεων μπορεί να οδηγήσει στη διαρροή

επικίνδυνων ουσιών στο έδαφος και τα ύδατα, επηρεάζοντας την ποιότητα του πόσιμου νερού (Ali, Igbal & Igbal, 2012).

Τη καταστροφή της χλωρίδας και πανίδας: ο πόλεμος και οι συνακόλουθες εκρήξεις μπορεί να καταστρέψουν τα οικοσυστήματα και τα φυσικά ενδιαιτήματα, όπως δάση και υγρά τοπία, που συχνά συνοδεύονται από απώλεια βιοποικιλότητας και επιδείνωση της παγκόσμιας κλιματικής αλλαγής (Alexievich, 2005). Επιπροσθέτως το άρθρο "The Environmental Consequences of War" από την United Nations Environment Programme (2009) επισημαίνει ότι ο πόλεμος μπορεί να έχει σοβαρές επιπτώσεις στη καταστροφή των φυσικών πόρων μιας περιοχής (Αλεξίου, 2016). Πιο συγκεκριμένα αναφέρει ότι οι φυσικοί πόροι, όπως η ξυλεία και τα προϊόντα του δάσους, είναι συχνά στόχος στρατιωτικών επιχειρήσεων και ότι η καταστροφή τους μπορεί να έχει σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον και την οικονομία των περιοχών που εξαρτώνται από αυτούς τους πόρους (Βλάχου, 2013). Ένας πόλεμος δε θα μπορούσε παρά να επηρεάσει σε μέγιστο βαθμό την οικονομία της χώρας (εμφύλιος πόλεμος) ή των χωρών που λαμβάνουν μέρος σε αυτόν. Επομένως οι οικονομικές επιπτώσεις του πολέμου είναι σημαντικές και πολλαπλές. Σύμφωνα με το άρθρο "The Economic Consequences of War and Conflict" του οικονομολόγου Joshua Aizenman (Journal of Peace Research, 2017) οι πλέον συνηθισμένες οικονομικές επιπτώσεις του πολέμου είναι η αύξηση του δημοσιονομικού ελλείμματος, η υποτίμηση του νομίσματος, η αύξηση του χρέους της κυβέρνησης, η αύξηση του ανεργίας και η καταστροφή της υποδομής της χώρας (Journal of Peace Research, 2017). Το άρθρο αναφέρει επίσης ότι οι οικονομικές επιπτώσεις του πολέμου μπορούν να διαρκέσουν για μεγάλο χρονικό διάστημα μετά το τέλος του και ενδεχομένως να επηρεάσουν την ανάπτυξη και την ευημερία των χωρών για αρκετές δεκαετίες (Journal of Peace Research, 2017).

Πιο συγκεκριμένα ο πόλεμος ενδέχεται να έχει σοβαρές επιπτώσεις στην οικονομία, μειώνοντας την ανάπτυξη του κράτους και αυξάνοντας τη φτώχεια. Παράλληλα είναι πιθανό να καταστρέψει την υποδομή ενός κράτους, συμπεριλαμβανομένων δρόμων, γεφυρών, σιδηροδρόμων και κτιρίων, η ανασυγκρότηση των οποίων μπορεί να αποδειχθεί πολύ δαπανηρή (Cohen, 2015). Επίσης οδηγεί σε ανεργία, σε απώλεια θέσεων εργασίας, κυρίως σε βιομηχανίες που σχετίζονται άμεσα με τον πόλεμο, όπως η παραγωγή όπλων και η κατασκευή στρατιωτικών συστημάτων (Cohen, 2015). Τέλος, ελλοχεύει ο κίνδυνος για την αύξηση των ελλειμμάτων καθώς απαιτείται συνεχής και υπέρμετρη χρηματοδότηση των στρατιωτικών επιχειρήσεων και αποστολών (Cohen, 2015).

2.3.1 Κοινωνικές Επιπτώσεις

Ο πόλεμος μεταξύ Ουκρανίας και Ρωσίας ξεκίνησε το χρονολογικό έτος 2014, η συγκεκριμένη εχθρική σύγκρουση έφερε σημαντικές κοινωνικές επιπτώσεις στην ίδια την χώρα αλλά και στον πληθυσμό της (Φαραζής, 2016). Ορισμένα παραδείγματα που θα μπορούσαν να αναφερθούν είναι βασισμένα σε ανθρώπινες απώλειες, για παράδειγμα ο συγκεκριμένος πόλεμος έχει κοστίσει ανθρώπινες απώλειες, με επίσημους αριθμούς αποθανόντων, οι οποίοι εκτιμούν ότι πραγματοποιήθηκαν πάνω από 13.000 νεκρούς και 30.000 τραυματίες (Παπαφλωράτος, 2022). Επίσης, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η κοινωνική πραγματικότητα έχει υποστεί ριζικές και ιδιαίτερα σημαντικές αλλαγές, όπως δεν υπάρχουν πλέον θέσεις εργασίας για να προχωρήσουν τα άτομα σε κάποια εργασία και να λαμβάνουν χρηματικά έσοδα (Φαραζής, 2016). Επίσης, οι επιπτώσεις ενός πολέμου καθίστανται επιζήμιες στην ψυχολογική πλευρά ενός ατόμου (Φαραζής, 2016). Η χώρα της Ουκρανίας υποφέρει από την ολική καταστροφή της υποδομής της, την εκτόπιση και εγκατάλειψη των ανθρώπων από τον οικισμό τους και την γενέτειρα χώρα τους, καθώς η ανάγκη για στρατιωτική αναδόμηση ορίζεται ως σημαντικότερη και πιο δαπανηρή, εφόσον καταναλώνει σημαντικούς πόρους που θα μπορούσαν να διοχετευθούν σε άλλους τομείς (Φαραζής, 2016).

Με την εξέγερση της Ρωσίας στα Ουκρανικά εδάφη οδήγησε σε σοβαρή πολιτική κρίση, καθώς την κρίση του υπέστη και οι ένοπλες και αποστρατευμένες ένοπλες δυνάμεις, αλλά και η προ – αναταραχής ομάδες των αντικυβερνητικών αυτοανακηρυγμένων λαϊκών δημοκρατικών δυνάμεων στην ανατολική πλευρά της Ουκρανίας (Φαραζής, 2016). Η καθημερινότητα, η καθημερινή ρουτίνα και οι συνήθειες των ανθρώπων έχουν μεταλλαχτεί, καθώς δεν υπάρχει καμία ομοιότητα με την καθημερινή ζωή των ανθρώπων πριν υποστούν το βίωμα του πολέμου (Φαραζής, 2016). Επίσης, πραγματοποιείται επιδείνωση της οικονομίας, καθώς ο πόλεμος είχε έντονες οικονομικές συνέπειες (όπως θα αναφερθούν παρακάτω), αλλά και η επιδείνωση της υγείας έχει αυξηθεί σημαντικά, εφόσον οι συγκρούσεις έχουν προκαλέσει σοβαρούς τραυματισμούς και θανάτους, καθώς έχει επηρεαστεί αρνητικά η ιατρική περίθαλψη των ανθρώπων αλλά και η εύκολη πρόσβασή τους σε κάποιο νοσοκομείο για προμήθεια φαρμάκων και ειδών πρώτης ανάγκης (Φαραζής, 2016).

Σημαντικός παράγοντας αποτελεί και η εκπαίδευση (Ψωμιάδης, 2019). Το εκπαιδευτικό σύστημα της χώρας έχει επηρεαστεί από το «χτύπημα» του πολέμου. Πολλά σχολεία και πανεπιστήμια έχουν κλείσει ή γκρεμιστεί και η εκπαίδευση των παιδιών έχει

διακοπεί (Ψωμιάδης, 2019). Αλλά, σημαντικό αποτελεί και το γεγονός ότι έχει επιδεινωθεί σημαντικά η γενικότερη ανθρώπινη ασφάλεια, καθώς υπάρχει εντονότερη αύξηση της εγκληματικότητας και της βίας, καθώς παρατηρείται και μία αυξημένη παράνομη διακίνηση όπλων και ναρκωτικών ουσιών, με αποτέλεσμα οι περιοχές που έχουν πληγεί έχουν αυξημένο κίνδυνο από τον εκκωφαντικό θόρυβο των εκρήξεων και των καυσαερίων που εκπέμπονται από τα όπλα (Φαραζής, 2016). Γενικότερα, το βίωμα του πολέμου έχει δημιουργήσει επιδείνωση της πολιτικής και κοινωνικής σταθερότητας, με αυξημένη ανεργία, φτώχεια και κοινωνικές ανισότητες (Κουτσοβασίλης, 2016).

2.3.2 Οικονομικές Επιπτώσεις

Ο πόλεμος που ξέσπασε στην Ουκρανία είχε και έντονες οικονομικές επιπτώσεις στην περιοχή της ανατολικής Ουκρανίας αλλά και γενικότερα σε όλο το εύρος της χώρας (Cohen, 2015). Ορισμένες από τις οικονομικές επιπτώσεις περιλαμβάνουν την αύξηση του κόστους του ενεργειακού εφοδιασμού, πιο συγκεκριμένα η χώρα της Ουκρανίας αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα διαμεσολάβησης ενεργειακού εμπορίου μεταξύ Ρωσίας και Ευρώπης (Cohen, 2015). Συγκεκριμένα, ο πόλεμος είναι δυνατό να επηρεάσει αρνητικά την παραγωγή και μεταφορά του αερίου και του πετρελαίου, με αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους του ενεργειακού εφοδιασμού. Ένας δεύτερος σημαντικός παράγοντας που μπορεί να επηρεαστεί αρνητικά από το ξέσπασμα ενός πολέμου είναι η πτώση και η μείωση της οικονομικής ανάπτυξης (Cohen, 2015; Radetzki & Lennart, 2016). Η αβεβαιότητα και η αστάθεια σε οικονομικό επίπεδο επηρεάζουν την επένδυση και την ανάπτυξη επιχειρήσεων και οργανισμών (Cohen, 2015; Radetzki & Lennart, 2016; Zholud, 2016).

Ακόμα, υπάρχει έντονα αυξημένη φτώχεια και ανεργία, καθώς η σύγκρουση είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση της ζήτησης για προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά και την απώλεια των θέσεων εργασίας (Cohen, 2015; Radetzki & Lennart, 2016; Zholud, 2016). Αυξημένα ποσοστά ανθρώπων βρίσκονται στην φτώχεια και την ανεργία, καθώς αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην επίτευξη και ολοκλήρωση βασικών αναγκών (Cohen, 2015; Radetzki & Lennart, 2016; Zholud, 2016). Επιπλέον, υπάρχει μία γενικότερα αρνητική ατμόσφαιρα και ανασφάλεια στις αγορές και στις χρηματοπιστωτικές αγορές, συγκεκριμένα το βίωμα του πολέμου είναι επιζήμιο για την λειτουργικότητα των χρηματοπιστωτικών αγορών στην περιοχή, με αποτέλεσμα την ανασφάλεια των επενδυτών και την μείωση των επενδύσεων (Cohen, 2015; Radetzki & Lennart, 2016; Zholud, 2016).

2.3.3 Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις

Όσον αφορά τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις από το ξέσπασμα ενός πολέμου είναι ιδιαίτερα σημαντικό να αναφερθούν, διότι ειδικότερα όταν πολεμικές συγκρούσεις πραγματοποιούνται σε περιοχές με ευαίσθητα οικοσυστήματα και προστατευόμενες περιοχές, οι επιπτώσεις είναι δυνατόν να έχουν διάφορες μορφές ρύπανσης (Richter & Windisch, 2019). Όπως η ρύπανση του εδάφους, του αέρα, του νερού, την καταστροφή της βιοποικιλότητας, την εκπομπή των τοξικών ουσιών και την διάδοση ασθενειών (Brown, 2019). Παρατηρείται ότι υπάρχει έντονη ρύπανση του εδάφους και του νερού από εκρήξεις και τη συνεχή χρήση χημικών ουσιών, την καταστροφή της βιοποικιλότητας και των φυσικών οικοσυστημάτων εξαιτίας της έντονης ανθρώπινης δραστηριότητας κατά την διάρκεια του πολέμου, καθώς και επιδείνωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης εξαιτίας της χρήσης πυρομαχικών, καυσίμων και άλλων τοξικών ουσιών (Chalyi & Krivtsova, 2020).

Διάδοση ασθενειών, ολική ή μερική καταστροφή δασών, λιμνών και ποταμιών, αλλά και στην αρνητική επιρροή της ισορροπίας του οικοσυστήματος εξαιτίας της απελευθέρωσης αποβλήτων και όχι μόνο (Brown, 2019; Αλεξίου, 2016). Επιδείνωση της κλιματικής αλλαγής και καταστροφή των φυσικών πόρων (ενδιαιτημάτων), λόγω της υπερβολικής απορρόφησης CO₂ (Συνοδινού, 2016; Μακρή, 2011). Όλα τα προαναφερθέντα δεν μπορούν να βλάψουν μακροχρόνια μόνο το οικοσύστημα και το περιβάλλον αλλά είναι δυνατόν να προκαλέσει και μακροχρόνιες ασθένειες στην πληθυσμό και στην ανθρώπινη υγεία (Βλάχου, 2013).

2.4 Fake News 2.0

Η σύνδεση μεταξύ fake news και πολέμου έχει γίνει ιδιαίτερα εμφανής στη σύγχρονη εποχή, καθώς η εξάπλωση των κοινωνικών μέσων και των διαδικτυακών platforms έχει δώσει τη δυνατότητα σε οποιονδήποτε να διαδώσει ψευδείς ειδήσεις με μεγάλη ευκολία και ταχύτητα. Αυτό μπορεί να έχει σοβαρές συνέπειες σε περιόδους πολέμου, όπου οι πολιτικές και στρατιωτικές εντάσεις είναι υψηλές και οι πολίτες είναι πιο επιρρεπείς στην επηρεασμένη από τα media αποφασιστικότητα και πειθαρχία. Η διάδοση ψευδών ειδήσεων σε περιόδους πολέμου μπορεί να έχει σοβαρές συνέπειες, όπως η υπονόμηση της εμπιστοσύνης του κοινού στα μέσα ενημέρωσης και την κυβέρνηση, η προκλητική διαμάχη μεταξύ διαφορετικών κοινοτήτων, η επιδείνωση της ανθρωπιστικής κρίσης και η υποστήριξη της προπαγάνδας και της επιθετικότητας. Επιπλέον, η εξάπλωση των fake news μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία ψευδαισθήσεων και παρανοήσεων στο κοινό, που μπορεί να αυξήσει την πίεση και τον πανικό κατά τη διάρκεια του πολέμου. Τέλος, οι fake news μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως μέσο προπαγάνδας και επιρροής στην κοινή γνώμη, που μπορεί να επηρεάσει το αποτέλεσμα του πολέμου και τη συμπεριφορά του κοινού μετά τον πόλεμο. Για την αντιμετώπιση των fake news κατά τη διάρκεια του πολέμου, απαιτείται ένας συνδυασμός προληπτικών, αντιμετώπισιμων και διορθωτικών μέτρων. Προληπτικά μέτρα περιλαμβάνουν την εκπαίδευση του κοινού για την αναγνώριση των fake news και την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία της πηγής και της επικύρωσης των πληροφοριών. Τα μέτρα αντιμετώπισης περιλαμβάνουν την ανάπτυξη αλγορίθμων ανίχνευσης και εξάλειψης των fake news στα κοινωνικά δίκτυα και τις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων ενημέρωσης.

Η διάδοση των fake news μπορεί να έχει πολλαπλές επιπτώσεις στον πόλεμο. Μπορεί να πυροδοτήσει εχθρότητα μεταξύ διαφορετικών ομάδων ή κρατών, να επηρεάσει τη δημόσια γνώμη και τις αποφάσεις που λαμβάνονται από τους πολιτικούς ηγέτες, και να δυσφημίσει ή να εκθέσει λανθασμένα κάποιον αντίπαλο. Σε περιόδους πολέμου, οι fake news μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως μέσο προπαγάνδας από τα αντίπαλα στρατόπεδα. Για παράδειγμα, μπορεί να διαδοθούν ψευδείς πληροφορίες για τις δράσεις του αντιπάλου στρατού, για να ενισχυθεί η εχθρότητα και η απόρριψη του αντιπάλου από το κοινό της χώρας. Επιπλέον, η διάδοση των fake news μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση και αναστάτωση στο πληθυσμό. Κατά τη διάρκεια του πολέμου, οι πολίτες επικεντρώνονται συνήθως στις πληροφορίες που λαμβάνουν για τις εξελίξεις του πολέμου, και η διάδοση ψευδών πληροφοριών μπορεί να ενισχύσει αυτήν τη σύγχυση και

αναστάτωση. Επίσης, πέρα από τις επιπτώσεις στον πόλεμο, οι fake news μπορούν να έχουν και μακροπρόθεσμες επιπτώσεις στην κοινωνία. Μπορούν να δημιουργήσουν διαχωρισμούς στην κοινωνία, να εντείνουν αντιπαραθέσεις και αντιπαλότητες ανάμεσα στους ανθρώπους και να αυξήσουν την αναστάτωση και την αβεβαιότητα στην κοινωνία. Για να αντιμετωπιστούν οι επιπτώσεις των fake news, απαιτείται εκπαίδευση του κοινού σχετικά με την αναγνώριση των ψευδών ειδήσεων και τη διάδοση της πληροφορίας από αξιόπιστες πηγές. Επίσης, απαιτείται αυστηρός έλεγχος από τους μέσους ενημέρωσης και τις κοινωνικές πλατφόρμες για την αποτροπή της διάδοσης ψευδών ειδήσεων.

2.4.1 Fake News και Προπαγάνδα

Η προπαγάνδα είναι μια πρακτική που χρησιμοποιείται σε διάφορα μέσα ενημέρωσης και κοινωνικά δίκτυα, με σκοπό τη διασπορά συγκεκριμένων απόψεων ή ιδεολογιών σε μεγάλο κοινό. Η προπαγάνδα στα μέσα ενημέρωσης και στα κοινωνικά δίκτυα μπορεί να είναι είτε επίσημη, όπως στα κρατικά μέσα ενημέρωσης, είτε ανεπίσημη, όπως στα κοινωνικά δίκτυα όπου οι χρήστες μπορούν να διαμορφώνουν και να διαδίδουν τις απόψεις τους. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η προπαγάνδα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να επηρεάσει τις απόψεις και τη συμπεριφορά του κοινού, ενώ σε άλλες περιπτώσεις μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προωθήσει συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες. Σύμφωνα με τους Jowett, G. S., και O' Donnell, V. (2018). Η προπαγάνδα είναι μια πρακτική που χρησιμοποιείται για να επηρεαστούν οι απόψεις και οι συμπεριφορές του κοινού. Ενδέχεται δε να είναι επιθετική ή υποτιμητική, και συνήθως προσπαθεί να πείσει το κοινό για κάτι ή να το κατευθύνει προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση. Συνακόλουθα οι συγγραφείς αναφέρουν ότι η προπαγάνδα μπορεί να είναι αποτελεσματική, αν καταφέρει να επηρεάσει τις απόψεις του κοινού. Ωστόσο, μπορεί επίσης να είναι επικίνδυνη, αν δημιουργήσει αντιπαραθέσεις ή αν καταφέρει να επηρεάσει το κοινό σε βάρος της αλήθειας ή της δημοκρατικής συνείδησης.

Σύμφωνα με τους Baines, P., O'Shaughnessy, N. J., και Snow, N. (2018) Η προπαγάνδα αποτέλεσε ένα σημαντικό εργαλείο διαχείρισης των μαζών ανά τους αιώνες και χρησιμοποιήθηκε από όλα τα πολιτεύματα που εμφανίστηκαν ιστορικά. Στη σημερινή εποχή η εξέλιξη της τεχνολογίας και η ύπαρξη των κοινωνικών δικτύων, έχουν αφενός αλλάξει τη φύση και τη μορφή της προπαγάνδας και αφετέρου την έχουν εδραιώσει ως ένα από τα ισχυρότερα εργαλεία που κατέχουν στα χέρια τους εκείνοι που κινούν τα νήματα της πολιτικής και κοινωνικής ζωής. Η προπαγάνδα στα μέσα ενημέρωσης και στα κοινωνικά δίκτυα μπορεί να συνδέεται με τη διάδοση των fake news καθώς συχνά χρησιμοποιούνται παρόμοιες τεχνικές για τη δημιουργία ενός συγκεκριμένου κλίματος ή αντιλήψεων στο κοινό. Η προβολή ψευδών ειδήσεων και οι επιπτώσεις τους αποτελούν ένα πρόβλημα που έχει αποκτήσει μεγάλη επικαιρότητα τα τελευταία χρόνια. Αν και η διάδοση ψευδών ειδήσεων δεν είναι κάτι καινούργιο, οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν δημιουργήσει ένα κλίμα φιλόξενο για τη διασπορά τους με ακαταμάχητη ταχύτητα. Πλέον κοινωνικές πλατφόρμες, όπως το Facebook, το Twitter και το You Tube, αποτελούν μονοπάτι για τη δημιουργία και τη διανομή ψευδών ειδήσεων.

Στη μελέτη τους "Social Media and Fake News in the 2016 Election", οι Allcott και Gentzkow διερευνούν τον τρόπο με τον οποίο οι ψευδείς ειδήσεις διαδίδονται στα κοινωνικά δίκτυα και επηρεάζουν τη δημόσια γνώμη. Σύμφωνα με τη μελέτη τους, οι ψευδείς ειδήσεις δεν είναι απαραίτητα δημοφιλέστερες από τις αληθείς ειδήσεις, αλλά μπορούν να διαδοθούν πιο γρήγορα, να φτάνουν σε μεγαλύτερο κοινό και να προκαλούν περισσότερη αντίδραση στα κοινωνικά δίκτυα. Επιπλέον, οι ψευδείς ειδήσεις συνήθως επιβεβαιώνουν τις προκαταλήψεις των αναγνωστών και τους βοηθούν να επιβεβαιώσουν τις ιδέες τους, κάτι που τις καθιστά πιο πιθανό να τις μοιραστούν με άλλους. Συνακόλουθα οι Allcott και Gentzkow διαπίστωσαν ότι οι ψευδείς ειδήσεις συνήθως διαδίδονται μέσω των κοινωνικών δικτύων από ιδιώτες χρήστες και όχι από επαγγελματίες δημοσιογράφους ή ειδησεογραφικές εκδόσεις ενώ το γεγονός ότι είναι συχνά πιο εντυπωσιακές και συναρπαστικές από τις αληθείς ειδήσεις, κάνει τους αναγνώστες πιο πιθανό να τις αναπαράγουν (Pennycook & Rand 2020).

Η δημιουργία fake news μπορεί να έχει διάφορους σκοπούς, ανάλογα με τους ανθρώπους ή τις οργανώσεις που τις δημιουργούν. Στην έρευνά τους, οι Guess, Nyhan και Reifler (2020) διερευνούν τους σκοπούς πίσω από τη διασπορά των fake news. Βρήκαν ότι οι περισσότερες ψευδείς ειδήσεις διαδίδονται με σκοπό την προώθηση πολιτικών ατζεντών ή την επίτευξη οικονομικών στόχων. Παρατήρησαν επίσης ότι οι fake news συχνά επικεντρώνονται σε συγκεκριμένες ομάδες ανθρώπων, όπως οι πολιτικοί αντίπαλοι ή οι μειονότητες, με σκοπό να προκαλέσουν διαμάχες ή αντιπαραθέσεις. Επιπλέον, παρατήρησαν ότι οι fake news συχνά στηρίζονται σε στερεότυπα ή προκαταλήψεις και συχνά διαδίδονται μέσω κοινωνικών δικτύων και άλλων ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας. Παράλληλα οι Vosoughi, Roy και Aral (2018) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι τέτοιου είδους ψευδείς ειδήσεις με πολιτικό προσανατολισμό, συνήθως διαδίδονται από λογαριασμούς χρηστών με μεγάλο αριθμό ακόλουθων ο οποίοι χρήστες έχουν πολιτικές θέσεις ή προτιμήσεις που συνάδουν με το περιεχόμενο των ψευδών ειδήσεων.

2.5 Η Παρουσίαση του Πολέμου Μέσω των ΚΜΔ και των ΚΜ

Η παρουσίαση του πολέμου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στα κοινωνικά μέσα εξαρτάται και επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες οι οποίοι έχουν να κάνουν κυρίως με τη γεωγραφική θέση της χώρας στην οποία γίνεται η παρουσίαση των γεγονότων του πολέμου, οι οικονομικές και πολιτικές σχέσεις της χώρας αυτής με τις πλευρές που βρίσκονται σε ρήξη αλλά και οι σκοποί και οι στόχοι των δημοσιογράφων που σχολιάζουν και μεταφέρουν τα γεγονότα. Αναλυτικότερα το σημαντικότερο ρόλο στη παρουσίαση του πολέμου από τα κοινωνικά μέσα και από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν οι παρακάτω παράγοντες. Πολιτικές προτεραιότητες των μέσων ενημέρωσης και των κοινωνικών δικτύων . Σύμφωνα με τους Hallin και Mancini (2012), οι πολιτικές προτεραιότητες μπορούν να επηρεάσουν τη στάση των μέσων ενημέρωσης και των κοινωνικών δικτύων απέναντι στον πόλεμο, επηρεάζοντας το επίπεδο της κάλυψης, το βαθμό της αναφοράς στη βία και τις ανθρώπινες απώλειες, το βάρος της επικαιρότητας και του συναισθήματος στην αναφορά και την παρουσίαση των ειδήσεων, όπως και το βαθμό της διεξαγωγής αναλύσεων και συζητήσεων σχετικά με τις πραγματικές αιτίες του πολέμου αλλά και τις πιθανές λύσεις.

Επομένως, οι πολιτικές προτεραιότητες μπορούν να έχουν έναν σημαντικό αντίκτυπο στην κατανόηση των αιτιών αλλά και των όσων διαδραματίζονται στη περίοδο του πολέμου. Οι πολιτικές πεποιθήσεις και τα συμφέροντα των ιδιοκτητών και διαχειριστών των μέσων ενημέρωσης και των κοινωνικών δικτύων. Η επιλογή των θεμάτων που καλύπτονται, ο τρόπος που παρουσιάζονται και οι πηγές που χρησιμοποιούνται μπορούν όλα να επηρεαστούν από τις πολιτικές πεποιθήσεις και τα συμφέροντα των ιδιοκτητών και διαχειριστών των μέσων ενημέρωσης και των κοινωνικών δικτύων.

Στο βιβλίο το ο Bennet(2012) σημειώνει πως οι ιδιοκτήτες και οι διαχειριστές των μέσων ενημέρωσης και των κοινωνικών δικτύων επιδιώκουν να προστατεύσουν τα συμφέροντά τους και να προωθήσουν τις πολιτικές τους πεποιθήσεις. Για παράδειγμα, ένας ιδιοκτήτης μέσου ενημέρωσης που είναι πιστός σε μια συγκεκριμένη πολιτική πεποίθηση μπορεί να προσπαθήσει να προβάλει τη συγκεκριμένη πολιτική γραμμή στην παρουσίαση των γεγονότων του πολέμου. Επιπλέον, οι ιδιοκτήτες και διαχειριστές μπορούν να επιλέξουν ποιες ειδήσεις θα παρουσιάσουν και πώς θα τις παρουσιάσουν, με βάση τα συμφέροντά τους ή τις πολιτικές τους πεποιθήσεις. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε

μια παραπλανητική ή εσφαλμένη εικόνα του πολέμου στα μέσα ενημέρωσης και τα κοινωνικά δίκτυα.

Η στρατηγική προβολής των οργανισμών που επηρεάζονται από τον πόλεμο, όπως οι ΜΚΟ και οι οργανισμοί βοήθειας. Στο βιβλίο του ο Allan (2013) αναφέρει πως οι ΜΚΟ και οι οργανισμοί βοήθειας μπορούν να παίξουν ένα σημαντικό ρόλο στην παρουσίαση του πολέμου, καθώς μπορούν να προβάλουν τα ανθρώπινα δράματα και την ανθρωπιστική κρίση που σχετίζονται με τον πόλεμο. Για παράδειγμα, μπορούν να προωθήσουν στα μέσα ενημέρωσης πληροφορίες και εικόνες που δείχνουν τις συνέπειες του πολέμου στον πληθυσμό και τις ανθρωπιστικές επιπτώσεις του.

Η διαθεσιμότητα και η ποιότητα των πηγών ενημέρωσης και των δεδομένων. Σύμφωνα με τον Yahya R. Kamalipour (2005) σε περίπτωση που οι δημοσιογράφοι έχουν περιορισμένη πρόσβαση στα πεδία μάχης ή στις πηγές πληροφόρησης, η εικόνα που θα δοθεί στο κοινό θα είναι ανεπαρκής και ενδεχομένως παραπλανητική. Παράλληλα η ποιότητα των πηγών ενημέρωσης και των δεδομένων είναι επίσης σημαντική. Η χρήση πληροφοριών από αναξιόπιστες πηγές ή η παρουσίαση παραπλανητικών ή ανακριβών δεδομένων μπορεί να οδηγήσει σε εσφαλμένες αντιλήψεις και αποφάσεις σχετικά με τη φύση του πολέμου και των ενεργειών που απαιτούνται για την αντιμετώπισή του.

2.6 Τροφοδότηση των Κοινωνικών Μέσων Σχετικά με τον Πόλεμο

Η τροφοδότηση των κοινωνικών μέσων με σχετικά με τον πόλεμο πληροφοριών μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της δημόσιας άποψης και της αντίληψης του κοινού για τον πόλεμο. Η διάδοση ψευδών ή παραπλανητικών ειδήσεων, των οποίων ο στόχος είναι η επιρροή της κοινής γνώμης, μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση και αναστάτωση στο κοινό. Επιπλέον, η τροφοδότηση των κοινωνικών μέσων με σχετικά με τον πόλεμο πληροφοριών μπορεί να επηρεάσει την κατάσταση στο πεδίο των μάχης, ειδικά σε περιπτώσεις που οι επικοινωνίες ανάμεσα στους στρατιώτες και τους ανωτέρους τους είναι περιορισμένες ή ανύπαρκτες. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε λανθασμένες αποφάσεις και να αυξήσει τους κινδύνους για τους στρατιώτες και τους αμάχους. Συγκεκριμένα, οι διάφορες πλατφόρμες κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης έχουν γίνει μέσα διάχυσης fake news και προπαγάνδας, ενώ παράλληλα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιβεβαίωση και ενίσχυση των προκαταλήψεων και των πεποιθήσεων των ανθρώπων. Επιπλέον, οι κοινωνικές πλατφόρμες έχουν γίνει μέσο αμοιβαίας επικοινωνίας μεταξύ χρηστών, που μπορεί να οδηγήσει σε συγκρούσεις και αντιπαραθέσεις, και μπορεί να ενθαρρύνει τη διάδοση συγκρούσεων και βίας.

Η παρουσίαση του πολέμου μέσω των κοινωνικών μέσων μπορεί να προκαλέσει διάφορες επιπτώσεις στο κοινό που το παρακολουθεί, ανάλογα με το περιεχόμενο και τον τρόπο που παρουσιάζεται. Αν οι ειδήσεις και οι πληροφορίες είναι ακραίες, παραπλανητικές ή παρασιτικές (όπως τα "fake news"), μπορεί να δημιουργηθεί μια λανθασμένη εικόνα στο κοινό για το τι συμβαίνει στην πραγματικότητα. Επιπλέον, η πολύ έντονη αναφορά του πολέμου μέσω των κοινωνικών μέσων μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερο φόβο και ανησυχία στο κοινό, που μπορεί να επηρεάσει την ψυχολογία και τη συμπεριφορά τους. Επιπλέον, οι αναρτήσεις στα κοινωνικά μέσα μπορούν να ενθαρρύνουν τον κόσμο να αναλαμβάνει συγκεκριμένες ενέργειες, όπως η συμμετοχή σε διαδηλώσεις ή η έκφραση της άποψής τους με σχόλια και κοινοποιήσεις. Η παρουσίαση του πολέμου μέσω των κοινωνικών μέσων μπορεί να προκαλέσει στο κοινό που το παρακολουθεί συναισθηματικά φορτισμένες αντιδράσεις και εντάσεις, καθώς οι εικόνες και οι πληροφορίες που μεταδίδονται μπορεί να είναι σκληρές και σοκαριστικές. Επιπλέον, η διασπορά ψευδών ή παραπλανητικών πληροφοριών μέσω των κοινωνικών μέσων μπορεί να επιδεινώσει την κατάσταση και να δημιουργήσει αντιπαραθέσεις και αντιθέσεις μεταξύ των ανθρώπων.

Οι εικόνες και οι παρουσιάσεις του πολέμου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να επηρεάσουν το κοινό και να διαμορφώσουν τις απόψεις των ανθρώπων. Οι έρευνες έχουν δείξει ότι ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται οι πληροφορίες και οι εικόνες του πολέμου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να επηρεάσει τις απόψεις του κοινού και να επηρεάσει τη δημιουργία διαφόρων κοινωνικών φαινομένων όπως η αύξηση του εθνικιστικού αισθήματος ή η ανάπτυξη αντιμαχόμενων πολιτικών πεποιθήσεων. Επιπλέον, η διαδικτυακή πλατφόρμα παρέχει στους χρήστες πολλά επιλογές σχετικά με την παρουσίαση των νέων, ειδήσεων και εικόνων του πολέμου, και καθιστά τον έλεγχο της ακρίβειας και της αλήθειας των πληροφοριών δυσκολότερο. Αυτό μπορεί να οδηγήσει στην εξάπλωση των fake news, των παραπλανητικών ειδήσεων και της προπαγάνδας, και σε ακόμη μεγαλύτερη επιρροή στις απόψεις του κοινού.

Κεφάλαιο 3° Μεθοδολογία

3.1 Ερευνητικός Σχεδιασμός Έρευνας

Η παρούσα έρευνα επιχειρεί να προσεγγίσει ερευνητικά την Ευαισθητοποίηση των ατόμων σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης. Στην έρευνα χρησιμοποιήθηκε ποσοτικός σχεδιασμός (ποσοτική έρευνα), διότι μέσω της ποσοτικής μεθοδολογίας συλλέγονται τα δεδομένα τα οποία επικεντρώνονται στον τρόπο με τον οποίο ο κόσμος ερμηνεύεται και γίνεται κατανοητός, καθώς στοχεύει στην παραγωγή ολιστικών και σε βάθος κατανοήσεων, που προκύπτουν από πλούσια και λεπτομερή δεδομένα (Willig, 2008). Στην πραγματικότητα με τον όρο Ποσοτικές Μέθοδοι Έρευνας εννοείται ένα σύνολο ερευνητικών και διερευνητικών μεθόδων που χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν, να αποκωδικοποιήσουν, να μεταφράσουν και να αποδώσουν κάποιο νόημα σε ένα φαινόμενο. Σκοπός των Ποσοτικών Μεθόδων είναι η κατανόηση και η εξοικείωση δεδομένων που μπορούν να συλλεχθούν με τον πιο ουσιαστικό τρόπο των ερωτηματολογίων, να μετρηθούν και να αναλυθούν με κλίμακες για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα (Παπάνης, 2012).

Σκοπός της Ποσοτικής ανάλυσης είναι να ανακαλύψει τις αιτίες της αλλαγής των κοινωνικών φαινομένων μέσω αντικειμενικής μέτρησης και αριθμητικής ανάλυσης. Στο είδος της έρευνας αυτής χρησιμοποιεί συνήθως τη Deductive reasoning, δηλαδή ο ερευνητής αρχίζει με μία ήδη υπάρχουσα θεωρία – αναμένει μία απάντηση. Η Ποσοτική ανάλυση αποβλέπει στην επαλήθευση μιας υπόθεσης μέσω αριθμητικών στοιχείων (Παπάνης, 2012). Η κοινωνική ζωή έχει μια κανονικότητα δεν είναι ένα χάος. Συνεπώς, στόχος είναι η γενίκευση (γενικές αρχές). Δηλαδή, καταλήγει σε γενικεύσεις και σε εμπειρικά θεμελιωμένες θεωρίες, μέσω ερευνητικών υποθέσεων. Η Θεωρία στην εμπειρική έρευνα σημαίνει εφαρμογή του κριτηρίου της επιστημονικής λογικής, δηλαδή τι βλέπουμε και όχι τι πρέπει να δούμε. Βασίζεται σε αριθμητικά δεδομένα ή χαρακτηριστικά περιπτώσεων ή υποκειμένων που δείχνουν την σύνδεση μεταξύ της κοινωνικής πραγματικότητας και θεωρίας (Παπάνης, 2012).

Ο λόγος για τον οποίο επιλέχτηκε η ποσοτική ανάλυση συλλογής δεδομένων είναι ότι η ποσοτική μέθοδος ακολουθεί μία σταθερή μορφή συλλογής δεδομένων, είναι

κατάλληλη για την σύνδεση δύο ή περισσότερων χαρακτηριστικών για μεγάλο αριθμό περιπτώσεων, καθώς επιτρέπει την διεξαγωγή της έρευνας σε μεγάλο αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού, επίσης δομείται σε πλέγμα μεταβλητών και επικεντρώνεται σε πολύ συγκεκριμένα ερωτήματα που μεταφράζονται στη σύνδεση συγκεκριμένων μεταβλητών (Παπάνης, 2012).

Τα δεδομένα που θα προέλθουν θα αναλυθούν με το σύστημα Jamoní. Το στατιστικό πρόγραμμα Jamoní είναι ένα λογισμικό στατιστικής ανάλυσης δεδομένων που χρησιμοποιείται ευρέως στον τομέα της ερευνητικής και κοινωνικής επιστήμης, καθώς και σε άλλους τομείς. Παρέχει ένα εύχρηστο περιβάλλον για την εισαγωγή, επεξεργασία και ανάλυση δεδομένων, καθώς και την παρουσίαση των αποτελεσμάτων. Το στατιστικό πρόγραμμα Jamoní προσφέρει μια ευρεία γκάμα στατιστικών αναλύσεων, συμπεριλαμβανομένων των αναλύσεων περιγραφικής στατιστικής, της ανάλυσης διακύμανσης, των παλινδρομήσεων, της παραγοντικής ανάλυσης, των πειραματικών σχεδίων και πολλών άλλων. Επίσης, προσφέρει δυνατότητες για την εκτέλεση πολλών μεταβλητών αναλύσεων, την χειρισμό μεγάλων συνόλων δεδομένων και τη δημιουργία προηγμένων γραφημάτων.

3.2 Συμμετέχοντες

Το σύνολο του δείγματος που επιλέχθηκε για την συγκεκριμένη έρευνα είναι 150 άτομα, καθώς και τα 150 άτομα που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα, κατηγοριοποιήθηκαν σε 5 ομάδες των 30 ατόμων και αντίστοιχα χωρίζονταν σε γυναίκες και άνδρες, επίσης οι κατηγορίες των 30 ατόμων η κάθε μία χωρίζονταν σε ηλικιακές ομάδες αντίστοιχα. Η πρώτη ομάδα που επιλέχθηκε από τον ερευνητή ήταν ηλικίας 18 έως 30 ετών, η επόμενη ομάδα των 30 ατόμων κυμάνθηκε στην ηλικιακή ομάδα των 31 έως 40, η επόμενη από 41 έως 50, η επόμενη από 51 έως 60 και η επόμενη από ηλικίας 61 έως 70. Το δείγμα επιλέχθηκε τυχαία από τον ερευνητή, τηρώντας πάντα την μεταβλητή της ηλικίας, καθώς θα μπορούσε να αναφερθεί ότι το δείγμα είναι δείγμα ευκολίας, δηλαδή ο ερευνητής επιλέγει τα πιο ευκολοπροσπέλαστα μέλη του πληθυσμού στα οποία θα δοθεί το ερωτηματολόγιο.

Επίσης θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως τυχαίο στρωματοποιημένο δείγμα αλλά και ως δείγμα ποσοστών, καθώς στην μία περίπτωση το δείγμα είχε χωριστεί σε αμοιβαία απόκλιση ομάδων (όπως είναι οι ομάδες των ηλικιών), στην άλλη περίπτωση αντίστοιχα ο ερευνητής έδωσε ερωτηματολόγια σε έναν προκαθορισμένο αριθμό ατόμων σε καθεμία από τις διάφορες κατηγορίες. Το δείγμα επιλέχθηκε από τον ερευνητή, καθώς απαρτίζεται από προσωπικών ή μη προσωπικών του ανθρώπων, συγκεκριμένα από γνωστά πρόσωπα του ερευνητή και μη, η προσέλκυση των ενδιαφερόμενων έγινε από το την ηλεκτρονική ιστοσελίδα Facebook με προσωπικό μήνυμα στο κάθε ένα και από προσωπικό μήνυμα (e-mail) ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ο μέσος όρος των ηλικιών των συμμετεχόντων 45.26. Το δείγμα της έρευνας είναι ισορροπημένο τόσο προς τον αριθμό των συμμετεχόντων όσο και από τον αριθμό των συμμετεχόντων και των ηλικιών της κάθε ομάδας. Η προσέλκυση των συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε και με φυσική παρουσία του ερευνητή και του συμμετέχοντα, καθώς τον ενημέρωσε για τον σκοπό και τον στόχο της έρευνας, επιβεβαίωσε τον συμμετέχοντα ότι τα στοιχεία και η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου παραμένουν ανώνυμα, χωρίς να διατρέχουν κανένα κίνδυνο τα δεδομένα και τα προσωπικά στοιχεία και απαντήσεις των συμμετεχόντων, καθώς βρίσκονται μόνο στον Η/Υ του ερευνητή.

3.3 Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων

3.3.1 Contingent Valuation Method (Μέθοδος Συγκυριακής Αποτίμησης)

Η μέθοδος συγκυριακής αποτίμησης είναι μια ευρέως χρησιμοποιούμενη μέθοδος μη εμπορικής αποτίμησης, και χρησιμοποιείται στους τομείς της περιβαλλοντικής ανάλυσης κόστους- οφέλους και της εκτίμησης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Η συγκεκριμένη μέθοδος είναι μία απλή, ευέλικτη μέθοδος που περιλαμβάνει την χρήση δειγματοληπτικών ερευνών (ερωτηματολόγια) για να εκδηλωθεί η προθυμία των ερωτηθέντων για την πληρωμή υποθετικών έργων ή προγραμμάτων. Το όνομα της μεθόδου αναφέρεται στο γεγονός ότι οι αξίες που αποκαλύπτονται από τους ερωτηθέντες εξαρτώνται από την κατασκευασμένη ή προσομοιωμένη αγορά που παρουσιάζεται στην έρευνα. Δεν υπάρχει τυπική προσέγγιση για το σχεδιασμό μίας ενδεχόμενης επισκόπησης αποτίμησης. Ωστόσο, σχεδόν κάθε ενεργή εφαρμογή αποτελείται από πολλά καθορισμένα στοιχεία. Πρώτον, μία έρευνα πρέπει να περιέχει ένα σενάριο ή μία περιγραφή (υποθετικού ή πραγματικού) προγράμματος που ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει.

Τα τελευταία χρόνια η συγκεκριμένη μέθοδος χρησιμοποιείται συνήθως στις αναπτυσσόμενες χώρες για να εκμαιεύσει τις προτιμήσεις των ατόμων για βασικά έργα υποδομής. Σύμφωνα με τον Hausman (1993), ο οποίος αναφέρει ότι μία ομάδα ακαδημαϊκών επικρίνει αυστηρά αυτή τη μέθοδο, καθώς συγκεκριμένα αναφέρει ότι δεν είναι κατάλληλη και σωστή μέθοδο εκτίμησης μη εμπορικών αξιών (Hausman, 1993). Αρχικά η συγκεκριμένη μέθοδος προτάθηκε από τον Ciriacy-Wantrup (1947), ο οποίος ανέφερε ότι η πρόληψη της διάβρωσης του εδάφους παράγει ορισμένα επιπλέον πλεονεκτήματα της αγοράς, τα οποία ήταν αγαθά στη φύση, και επομένως ένα πιθανός τρόπος εκτίμησης αυτών των οφελών ήταν να προκαλέσουν την προθυμία των ατόμων να πληρώσουν για αυτά τα οφέλη μέσω μίας μεθόδου έρευνας (Portney, 1994; Hanemann, 1994). Ωστόσο ο Davis (1963), ήταν ο πρώτος που εμπειρικά χρησιμοποίησε την μέθοδο της συγκυριακής αποτίμησης, όταν προσπαθούσε να ερευνήσει και να εκτιμήσει τα οφέλη του κυνηγιού χήνας μέσω μίας έρευνας που συμπεριελάμβανε συμμετέχοντες κυνηγούς χήνας (Davis, 1963). Αυτή η μέθοδος απέκτησε σημαντικό ρόλο, καθώς έγινε ευρέως γνωστή μετά από κύριες έρευνες εκτίμησης και έρευνας, μετρώντας τιμές, ώστε τα συνολικά αποτελέσματα ερευνών να αναγνωριστούν ως

σημαντικά συστατικά των συνολικών οικονομικών αξιών στην βιβλιογραφία της περιβαλλοντικής οικονομίας, ειδικά κατά την δεκαετία του 1960. Σύμφωνα με τον Smith (1993), είναι η μόνη μέθοδος που προσδιορίζεται για την εκτίμηση αυτών των τιμών (Smith, 1993).

3.3.2 Περιγραφική Στατιστική – Ανάλυση T-Test – Ανάλυση Διακύμανσης ANOVA

Η Περιγραφική Στατιστική αναφέρεται σε μια σειρά μεθόδων που χρησιμοποιούνται για τον υπολογισμό και την περιγραφή βασικών στατιστικών χαρακτηριστικών ενός συνόλου δεδομένων. Αυτά τα στατιστικά χαρακτηριστικά περιλαμβάνουν τη μέση τιμή (mean), τη διάμεσο (median), την τυπική απόκλιση (standard deviation), το ελάχιστο (minimum), το μέγιστο (maximum) και την κατανομή των δεδομένων. Η περιγραφική στατιστική βοηθάει να γίνει μια πρώτη εξερεύνηση και κατανόηση των δεδομένων σας. Η περιγραφική στατιστική αποσκοπεί στην περιγραφή και την οργάνωση των δεδομένων. Παρέχει μια σύνοψη των κύριων χαρακτηριστικών των δεδομένων, όπως η κεντρική τάση, η διασπορά και η κατανομή. Οι μέθοδοι περιγραφικής στατιστικής περιλαμβάνουν τον υπολογισμό των μέσων τιμών, των μέσων όρων, των διακυμάνσεων, των ελάχιστων και μέγιστων τιμών και των ποσοστών.

Ο T-Test είναι μια στατιστική μέθοδος που χρησιμοποιείται για να εξετάσει αν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των μέσων τιμών δύο ανεξάρτητων ομάδων. Αυτό εφαρμόζεται όταν οι μεταβλητές είναι διακριτές ή κατηγορικές. Ο T-Test υπολογίζει ένα τ-στατιστικό, το οποίο συγκρίνεται με ένα κατώφλι (συνήθως το 0.05) για να καθορίσει εάν η διαφορά μεταξύ των μέσων είναι στατιστικά σημαντική. Ο T-Test είναι μια στατιστική τεχνική που χρησιμοποιείται για να αξιολογήσει τη στατιστική σημαντικότητα των διαφορών μεταξύ δύο ομάδων. Υπάρχουν διάφοροι τύποι T-Test, όπως ο ανεξάρτητος T-Test (για μη συσχετισμένες δείγματα) και ο εξαρτημένος T-Test (για συσχετισμένα δείγματα ή προ-μετά μετρήσεις). Ο T-Test υποθέτει κανονική κατανομή των δεδομένων και ομοιογενή διακύμανση μεταξύ των ομάδων.

Η ανάλυση διακύμανσης είναι μια στατιστική μέθοδος που χρησιμοποιείται για να εξετάσει αν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των μέσων τιμών τριών ή περισσότερων ομάδων. Χρησιμοποιείται όταν οι μεταβλητές είναι συνεχείς. Η ANOVA υπολογίζει το F-στατιστικό, το οποίο συγκρίνεται με ένα κατώφλι (συνήθως το 0.05) για να αποφασίσει εάν η διαφορά μεταξύ των μέσων είναι στατιστικά σημαντική. Η ANOVA παρέχει επίσης πληροφορίες σχετικά με την ποιότητα και τη μέγεθος της διαφοράς μεταξύ των ομάδων. Η ανάλυση διακύμανσης επεκτείνει τον

T-Test για τη σύγκριση περισσότερων από δύο ομάδων. Η ANOVA υπολογίζει τη συνολική διακύμανση των δεδομένων και τη διακύμανση εντός και μεταξύ των ομάδων. Χρησιμοποιεί το F-στατιστικό για να αξιολογήσει τη στατιστική σημαντικότητα των διαφορών μεταξύ των ομάδων. Η ANOVA μπορεί να είναι μονοδιάστατη (One-Way ANOVA) για έναν παράγοντα ή πολυδιάστατη (Two-Way, Three-Way ANOVA) για περισσότερους παράγοντες.

3.3.3 Ερωτηματολόγιο-Μεταβλητές

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα έρευνα είναι σωστά δομημένο, καθώς αποτελείται κυρίως από ερωτήσεις κλειστού τύπου και κάποιες ανοικτού τύπου (ερωτήσεις προθέρμανσης), όπου γίνεται μία «γνωριμία» με τους συμμετέχοντες. Στις ερωτήσεις ανοικτού τύπου, ο ερωτώμενος μπορεί να εκφράσει τη γνώμη του ελεύθερα και χωρίς περιορισμούς. Στην συνέχεια, οι ερωτήσεις κλειστού τύπου είναι ξεκάθαρες, βοηθώντας με αυτό τον τρόπο τον ερωτώμενο να καταλάβει ακριβώς τι ζητάει η έρευνα. Για την δημιουργία του ερωτηματολογίου, ο ερευνητής έλαβε υπόψη του ορισμένα χαρακτηριστικά, όπως η πληρότητα, η σαφήνεια, η συνοχή, η κατάλληλη δομή, καθώς ο ερευνητής φρόντισε το ερωτηματολόγιο να είναι όσο το δυνατόν πιο σύντομο για αποφυγή δυσχέρειας ή συναισθημάτων κούρασης από τον ερωτώμενο, ώστε ο ερωτώμενος να απαντά συγκεντρωμένα, ακόμη να υπάρχει μία αρτιότητα παρουσίασης από τεχνικής πλευράς και να δίνει απαραίτητες πληροφορίες για τον σκοπό του ερωτηματολογίου, για το τι πρόκειται να συμβεί με την συμπλήρωση και υποβολή του ερωτηματολογίου με αποτέλεσμα να οδηγηθεί σε μία επιτυχημένη και ορθή έρευνα.

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα είναι ένα έντυπο, που περιλαμβάνει μια σειρά δομημένων ερωτήσεων, στις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει γραπτά (χειρόγραφα ή μέσω ηλεκτρονικών απαντήσεων). Με το ερωτηματολόγιο συλλέγονται δεδομένα, ζητώντας από τους συμμετέχοντες να απαντήσουν στο ίδιο ακριβώς σύνολο ερωτήσεων. Το ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε στο πλαίσιο μίας ερευνητικής στρατηγικής, προκειμένου να συλλεχθούν περιγραφικά και επεξηγηματικά δεδομένα, για απόψεις, συμπεριφορές, χαρακτηριστικά, στάσεις, καθώς στην προκειμένη περίπτωση το ερωτηματολόγιο δομήθηκε από τον ερευνητή. Οι ερωτήσεις εισαγωγής δομήθηκαν με αυτόν τον τρόπο ώστε να μπορέσει ο ερωτώμενος να καταλάβει αμέσως για τον σκοπό της έρευνας και τι ακριβώς μελετά. Τα περισσότερα ερωτηματολόγια ξεκινούν με πιο προσωπικές ερωτήσεις «ερωτήσεις γνωριμίας», όπως ζητά από την αρχή το φύλλο του ερωτώμενου, την ηλικία του κλπ., ο ερευνητής προτίμησε αυτές τις ερωτήσεις να δομηθούν κατά το τέλος του ερωτηματολογίου, καθώς θεώρησε απαραίτητο να ξεκινήσει με ερωτήσεις σχετικά με την έρευνα για τον λόγο που προαναφέρθηκε παραπάνω. Οι ερωτήσεις εισαγωγής και προθέρμανσης συντάχθηκαν και δομήθηκαν με τέτοιο τρόπο ώστε να

ευαισθητοποιήσουν τους συμμετέχοντες και να τους κεντρίσουν το ενδιαφέρον για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, επίσης δομήθηκαν με αυτό τον τρόπο ώστε να είναι σε θέση να απαντήσουν όλοι οι συμμετέχοντες χωρίς να υπάρξει καμία εξαίρεση λόγω έλλειψης ακαδημαϊκής μόρφωσης ή μεγάλης ηλικίας κλπ. Οι ερωτήσεις που αφορούν την κύρια έρευνα είναι διαμορφωμένες σε κατηγορίες και συγκεντρωμένες σε ενότητες, διότι η έρευνα δεν μελετά μία μόνο μεταβλητή. Οι ερωτήσεις της κύρια έρευνας δομούνται με συναφή όψη και λογική, με αποτέλεσμα ο ερωτώμενος να μην νιώθει δυσφορία και ότι εκτροχιάζεται, καθώς αξίζει να σημειωθεί ότι όλες οι ερωτήσεις της κύρια έρευνας και των δημογραφικών στοιχείων ακολουθεί την τακτική της πολλαπλής επιλογής. Το ερωτηματολόγιο της έρευνας ακολουθεί ένα πιλοτάρισμα, με σκοπό να εξακριβωθεί εάν οι χρησιμοποιούμενοι όροι του ερωτηματολογίου είναι εύκολα αντιληπτοί, εάν η σειρά των ερωτήσεων δεν προκαλεί τάσεις πιθανής σύγχυσης, η διατύπωση των ερωτήσεων επιτρέπει την συλλογή των επιθυμητών στοιχείων, εάν το ερωτηματολόγιο έχει την κατάλληλη έκταση, δηλαδή δεν είναι ιδιαίτερα εκτενές ώστε να προκαλεί αδιαφορία και εκνευρισμό στους συμμετέχοντες.

3.3.4 Κλίμακα Likert (Ερώτηση Ερωτηματολογίου)

Η κλίμακα Likert είναι μια κοινή μέθοδος μέτρησης της άποψης, της αντίληψης ή της στάσης των ανθρώπων αναφορικά με ένα συγκεκριμένο θέμα. Πήρε το όνομά της από τον κοινωνιολόγο Rensis Likert, ο οποίος ήταν ο πρώτος που χρησιμοποίησε στην έρευνά του. Η κλίμακα Likert παρουσιάζει ένα σύνολο διακριτών δηλώσεων ή στιβαρών που αντιπροσωπεύουν διαφορετικές επιπέδους συμφωνίας ή διαφωνίας με μια δήλωση ή μια πρόταση. Συνήθως η κλίμακα αποτελείται από πεντάλεπτα στιβαρά (ή ενίοτε επτάλεπτα), που καλύπτουν την πλήρη περιοχή από απόλυτη συμφωνία έως απόλυτη διαφωνία. Οι ερωτηθέντες καλούνται να επιλέξουν το επίπεδο συμφωνίας ή διαφωνίας που αντικατοπτρίζει καλύτερα την αντίληψή τους. Οι βαθμολογίες που συγκεντρώνονται μπορούν να αναλυθούν στατιστικά για να παράγουν συνολικά αποτελέσματα ή συμπεράσματα.

Η κλίμακα Likert χρησιμοποιείται ευρέως σε ερευνητικές μελέτες, ερωτηματολόγια, ερευνητικές εκθέσεις και άλλες μεθόδους συλλογής δεδομένων για να μετρήσει τις απόψεις, τις στάσεις και τις αντιλήψεις των ανθρώπων σε ένα ευρύ φάσμα θεμάτων. Είναι σημαντικό να έχετε υπόψη ότι η κλίμακα Likert παρέχει μόνο πεπερασμένο αριθμό επιλογών και δεν παρέχει απόλυτη μέτρηση των αντιλήψεων. Ωστόσο, αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο για τη συγκέντρωση και ανάλυση ποιοτικών δεδομένων σχετικά με συναισθήματα, αντιλήψεις και στάσεις ανθρώπων. Αντιστοίχιση τιμών: Σε μια κλίμακα Likert, συνήθως χρησιμοποιούνται αριθμητικές τιμές για την αντιστοίχιση των επιπέδων συμφωνίας ή διαφωνίας. Για παράδειγμα, μπορεί να χρησιμοποιηθούν οι ακόλουθες τιμές: 1 = Συμφωνώ πλήρως, 2 = Συμφωνώ, 3 = Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4 = Διαφωνώ, 5 = Διαφωνώ πλήρως. Οι τιμές μπορούν να διαφέρουν ανάλογα με τον αριθμό των δεδομένων που χρησιμοποιούνται.

Μετρικές και κατηγορικές κλίμακες: Η κλίμακα Likert μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μετρική ή κατηγορική κλίμακα, ανάλογα με τον τρόπο ανάλυσης των δεδομένων. Στην μετρική κλίμακα, οι αριθμητικές τιμές των επιλογών χρησιμοποιούνται για τον υπολογισμό μέσων τιμών, διακυμάνσεων κ.λπ. Στην κατηγορική κλίμακα, οι απαντήσεις κατηγοριοποιούνται σε κατηγορίες και χρησιμοποιούνται ποσοστά ή ποσοστώσεις για την αναφορά της συχνότητας εμφάνισης κάθε κατηγορίας. Χρήση σε έρευνες και μελέτες: Η κλίμακα Likert χρησιμοποιείται ευρέως σε ποικίλα πεδία ερευνών, όπως η κοινωνιολογία, η ψυχολογία, η εκπαίδευση, η υγεία και πολλά άλλα.

Συνήθως εφαρμόζεται μέσω ερωτηματολογίων ή έρευνας με προκαθορισμένες δηλώσεις που οι συμμετέχοντες αξιολογούν με βάση την κλίμακα. Οι απαντήσεις συλλέγονται και αναλύονται στατιστικά για να αποκτηθούν πληροφορίες και γνώσεις για τις απόψεις και τις στάσεις των ανθρώπων.

3.4 Ηθικά και Δεοντολογικά Ζητήματα

Βάσει των δεοντολογικών κανόνων στην παρούσα έρευνα τα δεδομένα και οι πληροφορίες των συμμετεχόντων αποθηκεύτηκαν στον προσωπικό υπολογιστή του ερευνητή, όπου πρόσβαση σε αυτόν είχε μόνο ο ίδιος ο ερευνητής, καθώς λειτουργούσε με κωδικό για την μεγαλύτερη ασφάλεια των δεδομένων. Οι πληροφορίες των συμμετεχόντων αποθηκεύτηκαν με κωδικό (το αρχικό γράμμα του ονόματος, του επωνύμου και το έτος γέννησης του κάθε συμμετέχοντα αντίστοιχα).

Η χρήση των παραπάνω στοιχείων και των δεδομένων έγινε μόνο από την ερευνήτρια με υπευθυνότητα και σεβασμό, καθώς σε καμία περίπτωση δεν θα γίνει δημοσιοποίηση προσωπικών δεδομένων και τα αρχεία δεν θα προβληθούν σε καμία δημόσια εκδήλωση, αλλά θα αξιοποιηθούν μόνο τα δεδομένα που θα προκύψουν από την μελέτη και αυτό θα γίνει μόνο για την επίτευξη της παρούσας εργασίας. Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας, της παράδοσης και της βαθμολόγησης της εργασίας, οι πληροφορίες των συμμετεχόντων θα καταστραφούν.

Επίσης κατέστη γνωστό στους συμμετέχοντες από την αρχή ότι οποιαδήποτε στιγμή μπορούν να αποχωρήσουν, αρκεί να ειδοποιήσουν τον ερευνητή με γραπτό e – mail και να το στείλουν στο mail, που δόθηκε στους συμμετέχοντες από τον ίδιο τον ερευνητή, καθώς επίσης μπορούν να μάθουν αν το επιθυμούν για τα αποτελέσματα της έρευνας (BritishPsychologicalSociety, 2010). Τέλος, δεν αναγνωρίζεται κανένας κίνδυνος, καθώς διασφαλίζεται η ασφάλεια των συμμετεχόντων και οι ερωτήσεις είναι δομημένες με τέτοιο τρόπο, ώστε να μην θίγει και να μην βγάζει στην επιφάνεια προσωπικά δεδομένα.

Κεφάλαιο 4°

4.1 Σκοπός της Έρευνας και Ερευνητικά Ερωτήματα

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η μελέτη των μεταβλητών της ευαισθητοποίησης του κοινού και κατά πόσο τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης επηρεάζουν το κοινωνικό σύνολο. Τα ερευνητικά ερωτήματα αναγράφονται παρακάτω:

1. Τα μέσα των κοινωνικών δικτύων επηρεάζουν την ψυχική υγεία των συμμετεχόντων
2. Οι συμμετέχοντες εκδηλώνουν περισσότερη ευαισθητοποίηση σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης
3. Τα άτομα εκδηλώνουν περισσότερη επιθετικότητα στην προβολή και ενημέρωση καταστάσεων πολέμου
4. Στην σύγχρονη κοινωνία τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν την θέση της προπαγάνδας παρά της ενημέρωσης
5. Ο αριθμός των γυναικών που συμμετέχουν στην έρευνα εκδηλώνουν περισσότερα αισθήματα ευαισθητοποίησης

Η ανάλυση των δεδομένων ξεκινά με μία ποιοτική ανάλυση μέσω της πλατφόρμας Google Forms, όπου κατέχει την ιδιότητα με βάση τις απαντήσεις των ερωτώμενων να διεξάγει κάποια έτοιμα ποσοστά. Στην συνέχεια χρησιμοποιήθηκε η στατιστική αναάλυση δεδομένων μέσω των στατιστικών προγραμμάτων One Sample T- Test και One – Way Anova.

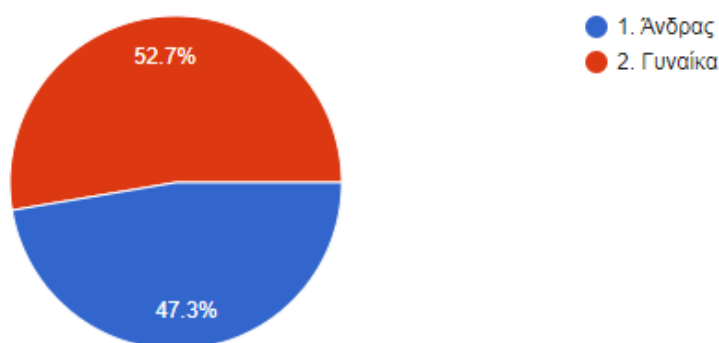
4.2 Ποιοτική Περιγραφή Ανάλυσης Δεδομένων (Google Forms)

Μέσω της ποιοτικής ανάλυσης απαντώνται τα 3 από τα ερευνητικά ερωτήματα που έχει θέσει ο ερευνητής. Συγκεκριμένα, οι παρακάτω πίνακες δείχνουν κατά πόσο η χρήση και η προβολή καταστάσεων έκτακτης ανάγκης (στην προκειμένη κατάσταση πολέμου) επηρεάζουν το κοινό που πραγματοποιεί χρήση και τα συμβουλευτεί καθημερινά για την ενημέρωση του. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι παρακάτω τιμές – ποσοστά υπολογίζονται και δεν λαμβάνονται υπόψιν κάποια μεταβλητή όπως οι περιοχές όπου ζούνε οι συμμετέχοντες, το γνωστικό τους επίπεδο (ακαδημαϊκή εκπαίδευση), η επαγγελματική τους κατάσταση ή η προσωπική τους κατάσταση (οικογενειακή κατάσταση) (π.χ. Άγαμος – η, Έγγαμος – η).

Πριν ξεκινήσει η ανάλυση των αποτελεσμάτων, αξίζει να αναφερθεί ότι οι συμμετέχοντες χωρίζονται σε 5 ηλικιακές ομάδες (18 – 28, 29 – 39, 40 – 50, 51 – 60, 61 και άνω), στην κάθε ομάδα συμπεριλαμβάνονται 30 συμμετέχοντες, άνδρες και γυναίκες, εφόσον ο ερευνητής κατεύθυνε την έρευνα με μία τυχαία δειγματοληψία και αυτό αποδεικνύεται από τους παρακάτω πίνακες, όπου φαίνεται ότι το 47.3% των συμμετεχόντων αποτελούνται από άνδρες, ενώ το 52.7 % από γυναίκες, ποσοτικά δεν υπάρχει μεγάλη απόκλιση ανάμεσα στις δύο τιμές, καθώς αποτελεί αρωγή για τον ερευνητή στην καλύτερη και πιο αξιόπιστη ανάλυση των δεδομένων.

1. Φύλο

150 responses

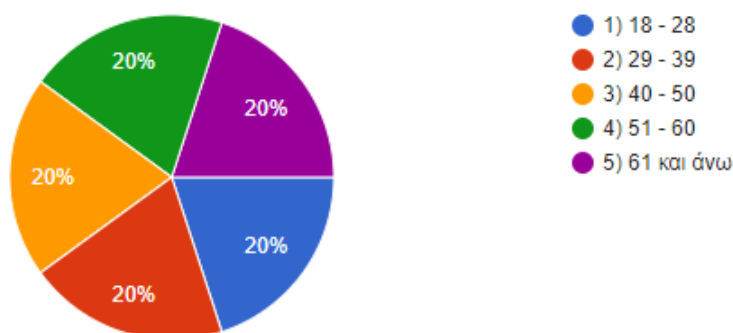


Εικόνα 1: Αποτελέσματα Φύλου

Στον παραπάνω πίνακα αναφέρονται σε μορφή ποσοστών, το οποίο διεξάχθηκε από το στατιστικό μοντέλο Google Forms, το σύνολο των συμμετεχόντων που πήραν μέρος στην συγκεκριμένη έρευνα. Παρουσιάζονται τα δεδομένα των 150 συμμετεχόντων από τους οποίους το 52.7% ήταν γυναίκες και το ποσοστό των 47.3% ήταν άνδρες. Αυτό που παρατηρήθηκε από τον ερευνητή ήταν ότι ενώ η έρευνα που διεξάχθηκε, πραγματοποιήθηκε με μία στρωματοποιημένη μέθοδο ανάλυσης δεδομένων, αυτό που παρατηρήθηκε ότι δεν υπήρχε μεγάλη απόκλιση από τα ποσοστά των γυναικών και των ανδρών. Αυτό βοήθησε στην έρευνα και συγκεκριμένα στην ανάλυση των δεδομένων και στην διεξαγωγή έγκυρων αποτελεσμάτων.

2. Ηλικία

150 responses



Εικόνα 2: Αποτελέσματα Ηλικίας

Στον παραπάνω πίνακα αναφέρονται ποσοστιαία μέσω της στατιστικής εφαρμογής Google Forms, οι ηλικιακές ομάδες των συμμετεχόντων, από τις οποίες παρέχεται το ποσοστό των 20% σε 5 ηλικιακές κατηγορίες, όπου θεωρήθηκε ως αρωγή για την αξιοπιστία και την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων.

4.2.1 Ανάλυση 1ου Ερευνητικού Ερωτήματος

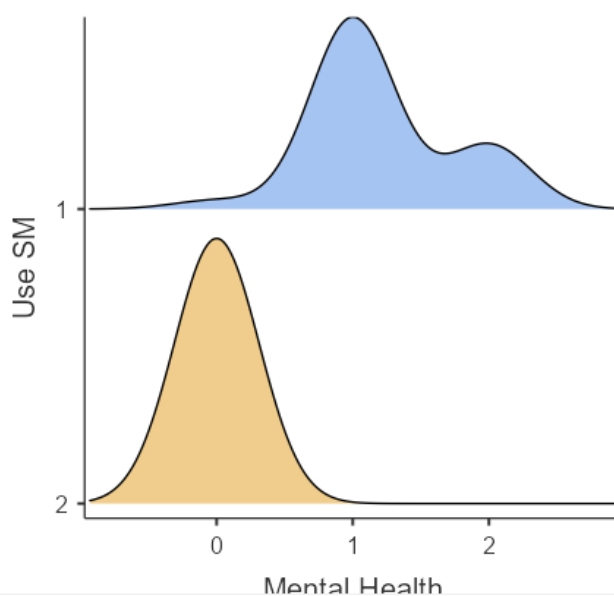
1^ο Ερευνητικό Ερώτημα: «Τα μέσα των κοινωνικών δικτύων επηρεάζουν την ψυχική υγεία των ανδρών»

Descriptives

Descriptives								
	Use SM	N	Missing	Mean	Median	SD	Minimum	Maximum
Mental Health	1	119	0	1.21	1	0.485	0	2
	2	31	0	0.00	0	0.000	0	0
Gender	1	119	0	1.56	2	0.498	1	2
	2	31	0	1.39	1	0.495	1	2

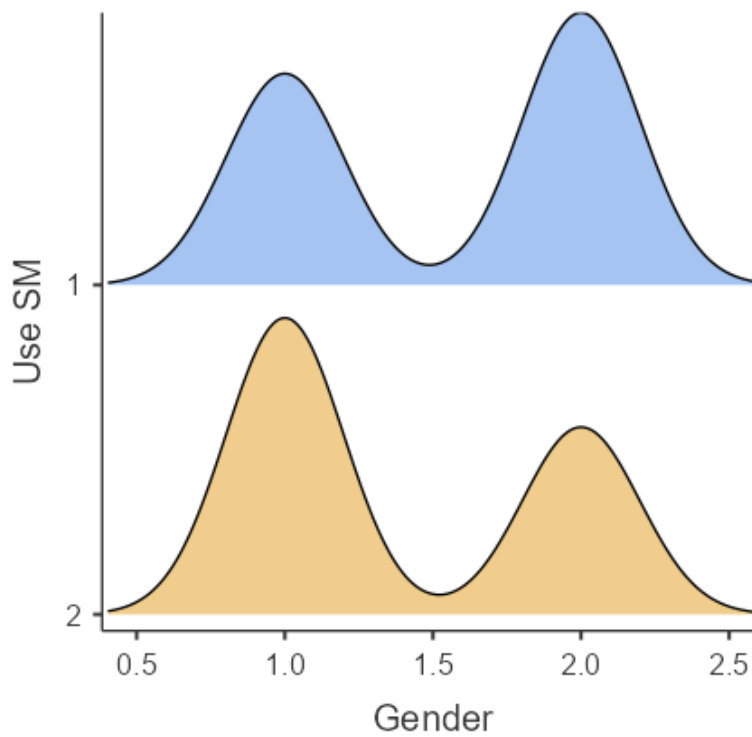
Plots

Mental Health



Εικόνα 3: Σύγκριση χρήσης των κοινωνικών μέσων δικτύωσης με την ψυχική υγεία των συμμετεχόντων

Gender



Εικόνα 4: Σύγκριση μέσων κοινωνικής δικτύωσης με το φύλλο του συμμετέχοντα

Όπως φαίνεται στους παραπάνω πίνακες, η χρήση των μέσων δικτύωσης επηρεάζει περισσότερο την ψυχική υγεία των ανδρών παρά των γυναικών, καθώς η χρήση των μέσων δικτύωσης συνάδει άμεσα με την ψυχική υγεία των συμμετεχόντων, καθώς αντίστοιχα στον τελευταίο πίνακα αναπαράστασης φαίνεται ότι η περισσότερη χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης πραγματοποιείται από τον πληθυσμό των γυναικών.

One Sample T-Test

One Sample T-Test

		Statistic	df	p	Mean difference	95% Confidence Interval	
						Lower	Upper
Use SM	Student's t	36.4	149	1.000	1.207	-Inf	1.26
Mental Health	Student's t	18.0	149	1.000	0.960	-Inf	1.05
Gender	Student's t	37.3	149	1.000	1.527	-Inf	1.59

Note. $H_0: \mu < 0$

Εικόνα 5: Σύγκριση εξαρτημένων μεταβλητών Mental Health (ψυχική υγεία) – Gender (Φύλλο Συμμετέχοντα) με την ανεξάρτητη μεταβλητή όπου είναι Use SM (χρήση κοινωνικών δικτύων)

Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω στατιστικού προγράμματος Jamonί, όπου χρησιμοποιήθηκε το μοντέλο t – test, όπου ο ερευνητής σύγκρινε τις εξαρτημένες μεταβλητές Mental Health (ψυχική υγεία) – Gender (Φύλλο Συμμετέχοντα) με την ανεξάρτητη μεταβλητή όπου είναι Use SM (χρήση κοινωνικών δικτύων). Στην ανάλυση βλέπουμε ότι τα μέσα κοινωνικών δικτύων επηρεάζουν την ψυχική υγεία των συμμετεχόντων ανάλογα με την χρήση και το φύλλο του κάθε συμμετέχοντα ξεχωριστά $\mu < 0$.

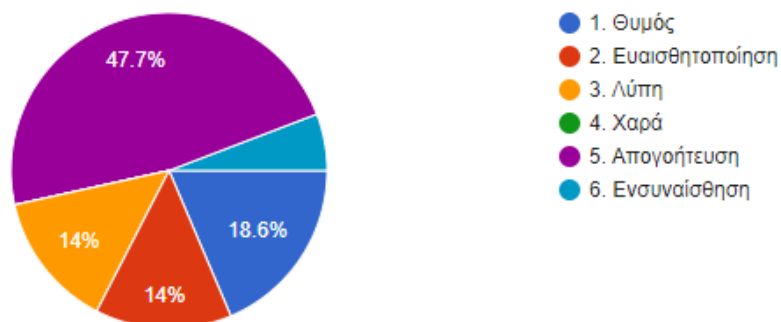
*Συγκεκριμένα το $\mu < 0$ για να είναι στατιστικά σημαντικό. Στην παρούσα περίπτωση παρατηρείται το Mean Difference.

4.2.2 Ανάλυση 2ου Ερευνητικού Ερωτήματος

2ο Ερευνητικό Ερώτημα: «Οι συμμετέχοντες εκδηλώνουν περισσότερη ευαισθητοποίηση σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης»

Αν ναι, ποιο συναίσθημα υπερισχύει;

86 responses



Εικόνα 6: Αποτελέσματα συναισθημάτων των ερωτηθέντων

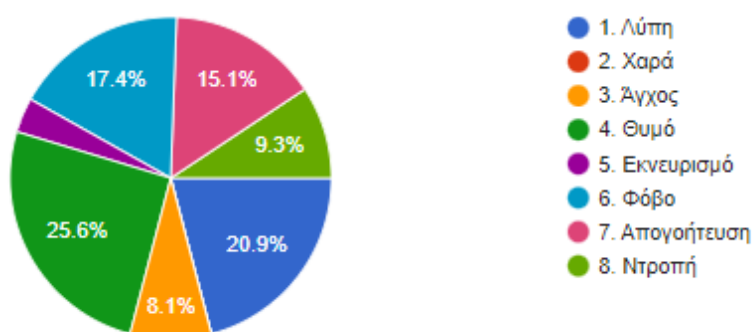
Στον παραπάνω πίνακα αναφέρονται τα ποσοστά των 150 συμμετεχόντων που πήραν μέρος στην συγκεκριμένη έρευνα. Ενώ, το ερευνητικό ερώτημα αναφέρει ότι οι συμμετέχοντες θα εκδήλωναν περισσότερο το αίσθημα της ευαισθητοποίησης, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το ποσοστό των 47,7 % θα αισθάνονταν απογοήτευση στην θέαση ενός περιστατικού έκτακτης ανάγκης.

4.2.3 Ανάλυση 3ου Ερευνητικού Ερωτήματος

3^ο Ερευνητικό Ερώτημα: «Τα άτομα εκδηλώνουν περισσότερη επιθετικότητα και βία στην προβολή και ενημέρωση καταστάσεων πολέμου»

Ποιο από τα παρακάτω συναισθήματα πιστεύετε ότι θα ένιωθε ένα άτομο βλέποντας καταστάσεις βίας (λεκτική ή σωματική);

86 responses



Εικόνα 7: Αποτελέσματα συναισθημάτων που υπερισχύουν

Το ποσοστό των 25.6% των συμμετεχόντων που πήραν μέρος στην έρευνα απάντησαν ότι θα ένιωθαν ντροπή αν βρίσκονταν αντιμέτωποι σε καταστάσεις πολέμου ή στην θέαση καταστάσεων λεκτικής ή σωματικής βίας. Αμέσως μετά, το ποσοστό των 20.9% των συμμετεχόντων απαντά ότι θα ένιωθε το συναίσθημα της λύπης βλέποντας καταστάσεις λεκτικής ή σωματικής βίας. Τα πιο μικρά ποσοστά των 9.3% και ένα ακόμα μικρότερο ποσοστό θα ένιωθαν θυμό ή εκνευρισμό στην θέαση βίας, καθώς τα δύο αυτά συναισθήματα είναι παραπλήσια της βίας και επιθετικότητας.

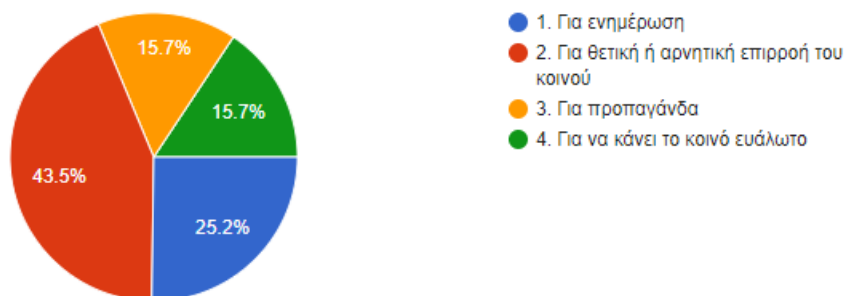
4.2.4 Ανάλυση 4ου Ερευνητικού Ερωτήματος

4^ο Ερευνητικό Ερώτημα: «Στην σύγχρονη κοινωνία τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν την θέση της προπαγάνδας παρά της ενημέρωσης»

Ποια πιστεύετε ότι είναι η θέση των μέσων δικτύου και ενημέρωσης στην σύγχρονη κοινωνία;



115 responses



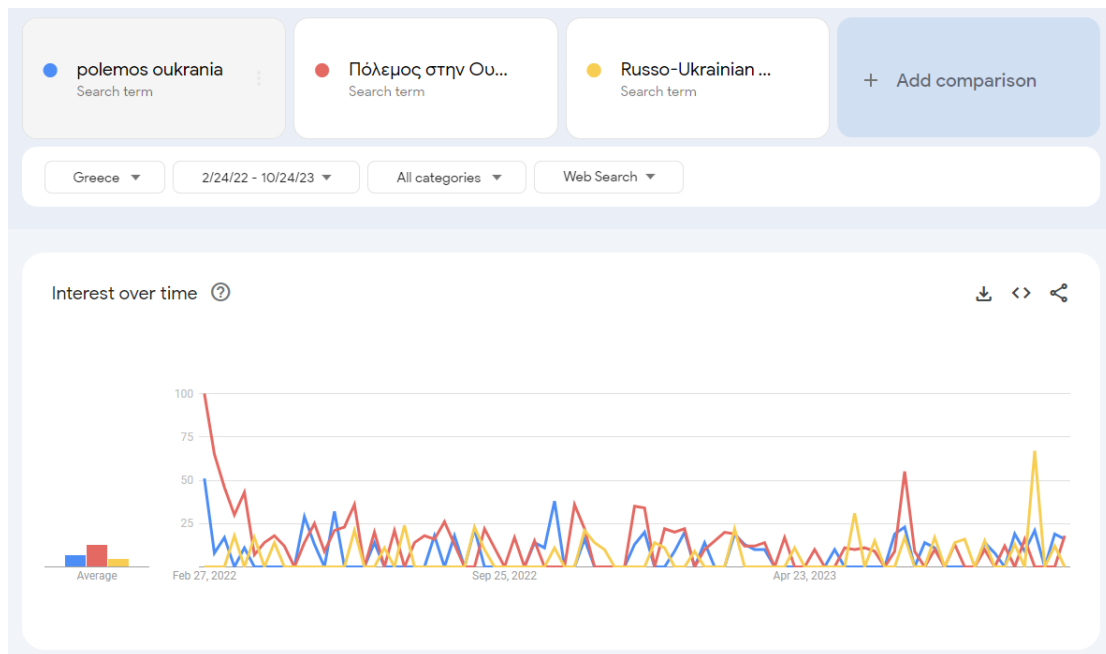
Εικόνα 8: Ανάλυση αποτελεσμάτων σχετικά με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Ο ερευνητής έθεσε το ερευνητικό ερώτημα στην θέση που έχουν τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης στην σύγχρονη κοινωνία. Σύμφωνα με την βιβλιογραφία και με τον ίδιο τον ερευνητή στο να θέσει ένα ερώτημα με σκοπό στην κατάληξη κάποιου αποτελέσματος αναφέρθηκε στο ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν ως αποτέλεσμα να καταλαμβάνουν την θέση της προπαγάνδας, εννοείται με αυτό ότι τα ΜΜΕ και ΚΜΔ παραπληροφορούν το κοινό με στόχο την απόκρυψη αλήθειας ή ενός λανθασμένου συμπεράσματος προβάλλοντας λανθασμένα γεγονότα με αποτέλεσμα την απόκρυψη ολόκληρης ή μερικής αλήθειας αλλά και για τον λόγο να παρουσιάσουν τα πράγματα, τις καταστάσεις και τα γεγονότα ως προς το συμφέρον του τύπου ή στρέφοντας τα γεγονότα προς το συμφέρον μερικών πολιτών.

Όμως, το ποσοστό του 43.5% των συμμετεχόντων που απάντησαν δήλωσαν ότι η θέση των κοινωνικών μέσων έχουν σκοπό την θετική ή αρνητική επιρροή του κοινού, ακόμα και ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό των 25.5% δηλώνουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν στόχο την ενημέρωση του κοινού.

Στο συγκεκριμένο ερευνητικό ερώτημα, μας απασχόλησε η θέση των μέσων δικτύωσης και ενημέρωσης στη σύγχρονη κοινωνία. Τα αποτελέσματα που λάβαμε από την έρευνά μας δείξαν πως το κοινό θεωρεί ότι τα μέσα δικτύωσης χρησιμοποιούνται πρωτίστως για να επηρεάσουν την γνώμη του είτε θετικά είτε

αρνητικά και δευτερευόντως για ενημερωτικούς λόγους. Στο πλαίσιο της ερώτησης αυτής, και λαμβάνοντας υπόψιν τα αποτελέσματα της κάναμε μία επιπλέον ανάλυση με το εργαλείο Google trends, όπου διερευνήσαμε την τάση αναζήτησης στην Google λέξεων-κλειδιά σχετικά με τον πόλεμο στην Ουκρανία. Κατά τη διάρκεια αυτής της ανάλυσης μας, διαπιστώσαμε πως οι online χρήστες από την έναρξη του πολέμου ανέτρεξαν στις αναζητήσεις της Google για να ενημερωθούν για τον πόλεμο στην Ουκρανία. Όπως φαίνεται και από το Γράφημα οι χρήστες αναζητούν online πληροφορίες για τον πόλεμο στην Ουκρανία από την έναρξη του και έπειτα έχοντας ιδιαίτερο ενδιαφέρον τόσο την περίοδο της έναρξης του πολέμου αλλά και σε κάποιες ακόμα σημαντικές ημερομηνίες κατά την εξέλιξη του.



Εικόνα 9: Pick αναζητήσεων κατά την έναρξη και την διάρκεια του πολέμου

4.2.5 Ανάλυση 5ου Ερευνητικού Ερωτήματος

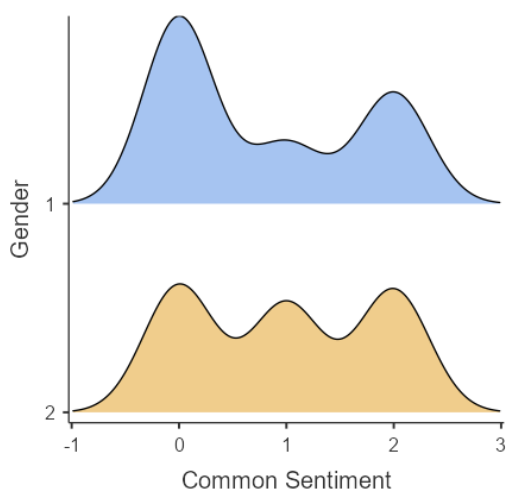
5^ο Ερευνητικό Ερώτημα: «Ο αριθμός των γυναικών που συμμετέχουν στην έρευνα εκδηλώνουν περισσότερα αισθήματα ευαισθητοποίησης»

Descriptives

Descriptives								
	Gender	N	Missing	Mean	Median	SD	Minimum	Maximum
Common Sentiment	1	71	0	0.789	0.00	0.893	0.00	2.00
	2	79	0	0.987	1.00	0.840	0.00	2.00

Plots

Common Sentiment



Εικόνα 10: Σύγκριση φύλου του συμμετέχοντα με το κοινό συναίσθημα

Όπως φαίνεται από τα παραπάνω διαγράμματα, το ποσοστό των ανδρών το οποίο δήλωσε ότι δεν εκδηλώνει συναισθήματα ευαισθητοποίησης είναι σαφώς μεγαλύτερο από το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών. Ενώ παράλληλα το ποσοστό των ανδρών, το οποίο απάντησε θετικά, δήλωσε ότι τα συναισθήματα ευαισθητοποίησης αφορούν κατά βάση την επιθετικότητα. Στις γυναίκες, τα ποσοστά ευαισθητοποίησης – επιθετικότητας είναι παρόμοια όπως φαίνεται στο παραπάνω διάγραμμα. Επίσης, στον πίνακα ο μέσος όρος (mean) των γυναικών είναι μεγαλύτερος (0.987) από τον μέσο όρο των ανδρών (0.789).

Αξίζει να σημειωθεί μετά το τέλος της ανάλυσης των δεδομένων και στην

διεξαγωγή των αποτελεσμάτων, ότι οι συμμετέχοντες που δήλωσαν μέρος στην παρούσα έρευνα συνολικά τήρησαν το συνολικό αριθμό των 150 συμμετεχόντων, όμως το ερωτηματολόγιο κατείχε την δυνατότητα στην ερώτηση «χρησιμοποιείται κάποιο μέσω κοινωνικής δικτύωσης;», όταν ο συμμετέχοντας απαντούσα την απάντηση «όχι», το ερωτηματολόγιο έφτανε στο τέλος του αυτόματα, όμως ο συμμετέχοντας συμπεριλαμβανόταν κανονικά στον συνολικό αριθμό των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°

Συζήτηση – Συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα που διεξάχθηκαν από την συγκεκριμένη έρευνα, ήταν ότι ο πληθυσμός των γυναικών σε σύγκριση με τους άνδρες συμμετέχοντες, διεξάχθηκε το συμπέρασμα μετά από την ανάλυση δεδομένων ότι οι γυναίκες αισθάνονται περισσότερα αισθήματα ευαισθητοποίησης από ότι οι άνδρες, καθώς παρατηρήθηκε ότι ο ανδρικός πληθυσμός διακατέχεται περισσότερο από συναισθήματα επιθετικότητας, στην θέαση κάποιου περιστατικού βίας . Οι περισσότεροι συμμετέχοντες αναρωτήθηκαν το «σε ποια θέση πιστεύετε ότι καλείται να ορίζονται τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης», καθώς οι περισσότερη απάντησαν ότι η θέση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης ορίζεται ως αρνητική ή θετική επιρροή του κοινού. Επίσης αυτό που διεξάχθηκε ήταν το τρομερό ποσοστό της χρήσης των κοινωνικών μέσων δικτύωσης και ιδιαίτερα του Instagram, από νέους κυρίως συμμετέχοντες που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο.

Αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι η επιρροή που ασκούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην ψυχική υγεία των συμμετεχόντων, στην παραγωγή και εκμείωση συναισθημάτων είτε θετικών, είτε αρνητικών. Η παραγωγή συναισθημάτων ευαισθητοποίησης κυρίως σε άτομα τρίτης ηλικίας που πήραν μέρος στην έρευνα, καθώς στην συνεχή θέαση καταστάσεων βίας, επιθετικότητας, καταστάσεις πολέμου, ανέχειας από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μέσα τηλεπικοινωνίας. Αυτό επίσης που παρατηρήθηκε είναι ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες τρίτης ηλικίας δεν χρησιμοποιούν κοινωνικές – δικτυακές εφαρμογές (σε αντίθεση με τους νέους ανθρώπους), παρά μόνο το μέσο που χρησιμοποιείται συχνά είναι η τηλεόραση. Επιπλέον, οι συγκεκριμένοι άνθρωποι δεν ήταν και τόσο εφικτό στην συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είτε από έλλειψη μέσων αποστολής του ερωτηματολογίου είτε από έλλειψη κάποιου ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Επίσης μία ακόμα δυσκολία που αντιμετωπίστηκε ήταν ότι ο αριθμός των συμμετεχόντων ήταν αρκετός με αποτέλεσμα να ξοδευτεί ιδιαίτερα αρκετός χρόνος για την συλλογή των δεδομένων, ωστόσο η δυσκολία αντιμετωπίστηκε και στο ότι ο ερευνητής θέλησε να συλλέξει δεδομένων από κάποιες συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες, αλλά και από έναν ορισμένο αριθμό, καθώς μερικοί συμμετέχοντες δεν συμπλήρωσαν με θερμά συναισθήματα τα ερωτηματολόγια, λόγω έλλειψης χρόνου ή ήταν δύσπιστοι ως προς την δημοσίευση

κάποιων προσωπικών τους στοιχείων. Ο ερευνητής διαβεβαίωσε σε αυτή την περίπτωση ότι δεν υπάρχει κίνδυνος όσων αφορά την δημοσίευση ή κοινοποίηση κάποιων προσωπικών δεδομένων εφόσον τα ερωτηματολόγια συμπληρώνονται ανώνυμα, καθώς τα προσωπικά στοιχεία του συμμετέχοντα κρατούνται στον προσωπικό υπολογιστή του ερευνητή, στον οποίο δεν είναι εφικτό να έχει κάποιο άλλο πρόσωπο πρόσβαση, αλλά και ότι τα δεδομένα κρατούνται μόνο για 6 μήνες με την παράδοση της εργασίας και μετά διαγράφονται υπεύθυνα από τον ίδιο τον ερευνητή.

Τα πλεονεκτήματα της έρευνας ορίζονται ως ιδιαίτερα σημαντικά και αποκτούν θέση αρωγής για μετέπειτα έρευνας που τυχόν πραγματοποιηθούν. Η στατιστική μέθοδος – ανάλυση που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα ονομάζεται Jamonί, μία στατιστική εφαρμογή παραπλήσια με την στατιστική ανάλυση SPSS, καθώς κατέχει τις ίδιες μεθόδους και λειτουργικότητες και αυτό θεωρείται κάτι σημαντικό εφόσον ένας ερευνητής επιθυμεί άμεσα και με κανένα χρηματικό κόστος μία στατιστική εφαρμογή. Επίσης, τα αποτελέσματα που διεξάχθηκαν από την έρευνα θεωρούνται σημαντικά και ως βιβλιογραφικές πηγές που μπορούν να συμβουλευτούν άλλοι ερευνητές για την δημιουργία μίας εργασίας – έρευνας, καθώς από άλλους ερευνητές θα ήταν σημαντικό η ανάγνωση της παρούσας έρευνας, διότι συγκεντρώνει σημαντικά θέματα της νέας γενιάς και της δημιουργίας μίας νέας – σύγχρονης κοινωνίας, όπου ο ερευνητής θεωρεί ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα και κίνητρο για πολλές μελλοντικές έρευνες.

Σε κάποια από τα συμπεράσματα που καταλήξαμε ήταν ότι οι γυναίκες έχουν σε μεγαλύτερο βαθμό το αίσθημα της ευαισθητοποίησης από ότι οι άνδρες, καθώς ο ανδρικός πληθυσμός διακατέχεται περισσότερο από συναισθήματα επιθετικότητας και βίας στην θέαση κάποιου περιστατικού βίας. Επίσης συμπεράναμε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ασκούν μεγάλη επιρροή στην ψυχική υγεία του κοινού και τα άτομα τρίτης ηλικίας διακατέχονται περισσότερο από το συναίσθημα της ευαισθητοποίησης

Τέλος κάποια από τις μελλοντικές προτάσεις είναι η διεξαγωγή έρευνας σε άτομα που φιλοξενούνται από τις χώρες της Ρωσίας και της Ουκρανίας, έτσι ώστε να υπάρχει μεγαλύτερη συλλογή δεδομένων και να γίνει περισσότερη ανάλυση στα μη διαδεδομένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης της χώρας μας αλλά και σε ξένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των δύο χωρών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

Αλεξανδρόπουλος Σ., (2001). *Θεωρίες για τα κοινωνικά κινήματα και τη συλλογική δράση*. Τόμος Πρώτος, Εκδ. Επιστημονική Βιβλιοθήκη.

Αλεξίου, Ι. (2016). *Η πυρηνική καταστροφή του Τσερνομπίλ και οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις στην Ευρώπη*. Εκδόσεις Παπαζήση.

Βλάχου, Ν. (2013). Οι συνέπειες του ατυχήματος του Τσερνομπίλ στο περιβάλλον και τη δημόσια υγεία, *Περιοδικό Ιατρική*, τχ. 86.

Καστέλς, Μ., (2005). *Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία*. Εκδ. Καστανιώτη.

Κουτσοβασίλης, Ι. (2016). Οι επιπτώσεις του πολέμου στην Ουκρανία στην ασφάλεια και τη σταθερότητα της Ευρώπης. *Πρακτικά της Ελληνικής Ακαδημίας Ευρωπαϊκών Σπουδών*, 4, 115-129.

Κωστόπουλου, Χ., (2019). *Πλαισίωση και πολιτική οικονομία του Ελληνικού Τύπου: Η δημοσιογραφική κάλυψη των μνημονίων*. Ανακτήθηκε από <https://medianalysis.net/> (Πρόσβαση 25 Μαρτίου 2023)

Μακρή, Κ. (2016). Περιβαλλοντικές συνέπειες ατυχημάτων καταστροφής του πυρηνικού καύσιμου, *Περιοδικό Επιστήμη και Κοινωνία*, τχ. 24, 2011.

Μάνινγκ Π., (2007). *Κοινωνιολογία της ενημέρωσης - Ειδήσεις και πηγές ειδήσεων*. Εκδ. Καστανιώτης.

Μινωτάκης, Α. & Βαρβάκη, Α., (2018). *Για μια μαρξιστική προσέγγιση των social media. Τετράδια Μαρξισμού*, τεύχος 07, Ανακτήθηκε από <https://medianalysis.net/> (Πρόσβαση 25 Μαρτίου 2023)

Παπαθανασόπουλος, Σ. (2010). *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αιώνα*, Εκδ. Καστανιώτη.

Παρασκευόπουλος, Σ. (2015). Ο πόλεμος στην Ουκρανία και η ελληνική ασφάλεια. *Διπλωματική Επιθεώρηση*, 29, 63-72.

Ρήγου Μ., (2013). *Σύγχρονες μορφές δημοσιότητας, νέα μέσα και πολιτική*. Ανακτήθηκε από <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/38753> (Πρόσβαση 30 Ιουνίου 2023)

Ρουμελιώτου Μ., (2009). *Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Η σύγχρονη συμμετοχική δημοκρατία των νέων τεχνολογιών*. Ανακτήθηκε από <https://www.academia.edu/1639955/M> (Πρόσβαση 15 Μαΐου 2022)

Σεραφετινίδου Μ., (2003). *Κοινωνιολογία των μέσων μαζικής επικοινωνίας - Ο ρόλος των μέσων στην αναπαραγωγή του σύγχρονου καπιταλισμού*. Εκδ. Gutenberg.

Σταλίκας, Α. & Χαμόδρακα, Μ. (2004). *Η Ενσυναίσθηση*. Ελληνικά Γράμματα.

Συνοδινού, Α. (2016). Πυρηνική ενέργεια και περιβάλλον: η περίπτωση του Τσερνομπύλ. *Επιστημονική Επετηρίδα της Σχολής Πολιτικών Μηχανικών του ΕΜΠ*, τχ. 23.

Φαραζής, Χ. (2016). Ο πόλεμος στην Ουκρανία και οι συνέπειες του στην Ευρώπη. *Επιστημονική Επετηρίδα Στρατιωτικής Σχολής Ευελπίδων*, 22, 109-122.

Ψωμιάδης, Α. (2018). Η κρίση στην Ουκρανία και η σχέση με τη Ρωσία. *Διπλωματική Επιθεώρηση*, 34, 33-48.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Alexievich, S., (2005). *Voices from Chernobyl: The Oral History of a Nuclear Disaster*.

Aslund, A., (2015). *The Economic Impact of the Conflict in Ukraine*.

Åslund, A., (2015). *Ukraine at the Crossroads: Economic Reforms in International Perspective*.

Aslund, A. (2015). Ukraine's economy after the Maidan. *Peterson Institute for International Economics*.

Batson, C. D. & Ahmad, N. (2001). Empathy-induced altruism in a prisoner's dilemma II: What if the target of empathy has defected? *European Journal of Social Psychology*, 31(1), 25–36.

Brown, K., (2019). *Manual for Survival: A Chernobyl Guide to the Future*.

Chalyi, A. V. & Krivtsova, V. V., (2020). *The Chernobyl Disaster: Legacy and Impact on the Future of Nuclear Energy*".

Cohen, A., (2015). *The Impact of the Ukraine Crisis on the Global Economy*.

Davis, M. H. (1996). *Empathy: A social-psychological approach*. Westview.

Diener, E., & Emmons, R.A. (1985). The Independence of Positive and Negative Effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 71-75.

Diener, E. & Lucas, R E. (2000). *Subjective Emotional Well-being* (M. Lewis & J.M. Haviland-Jones, Ed.), (pp. 325-337). Handbook of emotions. Guilford.

Eisenberg, N., Eggum, N. D. & Di Giunta, L. (2010). Empathy-related responding: Associations with prosocial behavior, aggression, and intergroup relations. *Social Issues and Policy Review*, 4(1), 143-180.

Eisenberg, N. & Strayer, J. (1987). *Critical issues in the study of empathy* (N. Eisenberg & J. Strayer, Eds.), (pp. 3–13). Empathy and Its Development. Cambridge University Press.

Field, A. (2017). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (5th Edition). Sage Publications.

- Field, A., Miles, J., & Field, Z. (2012). *Discovering Statistics Using SPSS*. SAGE Publications.
- Fisher, S. (2019). *Putin's War in Ukraine: Revolution, Nationalism, and Crime*. Yale University Press.
- Fiske J. Hartley J., (1992). *Η γλώσσα της τηλεόρασης*. Εκδ. Επικοινωνία και Κουλτούρα.
- Gilder G., (1994). *Life after television*, by W. W. Norton Company.
- Gillmor D., (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*, United Diversity Library.
- Greenberg, L. S. & Elliott, R. (1997). *Varieties of empathic responding*. In A. C. Bohart & L. S. Greenberg (Eds.), *Empathy reconsidered: New directions in psychotherapy* (pp. 167– 186). American Psychological Association.
- Green, S. B., & Salkind, N. J. (Eds.). (2017). *Using SPSS for Windows and Macintosh: Analyzing and Understanding Data* (8th Edition). Pearson.
- Griffiths, P. & Scarantino, A., (2009). Emotions in the wild, In P. Robbins & M. Aydede (Eds.), *The Cambridge handbook of situated cognition* (pp. 437–453). Cambridge University Press.
- Goble, P. (2015). *Ukraine at the Crossroads: Challenges and Prospects*. Columbia University Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
- Hall, C.A. (1977). *Differential relationships of pleasure and distress with depression and anxiety over a past, present and future time framework* [Unpublished Doctoral Dissertation]. University of Minnesota.
- Hanin, Y. L. (2000). *Emotions in sport*. Human Kinetics.
- Hill, F. (2015). *Mr. Putin: Operative in the Kremlin*. Brookings Institution Press.
- IBM SPSS Statistics Documentation. (<https://www.ibm.com/products/spss-statistics/pricing>) (Πρόσβαση 14 Ιουλίου 20123)
- Judah, T. (2015). Putin's playground: Russia in Ukraine. *Survival*, 57(2), 77-94.

- Marples, D. R. (2014). *Ukraine in Conflict: An Analytical Chronicle*. E-International Relations.
- Medvedev, A. Z. & Medvedev, R., (1990). *The Legacy of Chernobyl*.
- Motyl, A. J. (2019). *Visions of Ukrainian History*. University of Toronto Press.
- Norušis, M. (2018). *IBM SPSS Statistics 25 Statistical Procedures Companion*. Pearson.
- Norušis, M. J. (2012). *SPSS Statistics 19 Guide to Data Analysis*. Prentice Hall.
- Pallant, J. (2016). *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using IBM SPSS* (6th Edition). McGraw-Hill Education.
- Pallant, J. (2016). *SPSS Survival Manual*. McGraw-Hill Education.
- Plokyh, S. (2018). *Lost Kingdom: The Quest for Empire and the Making of the Russian Nation*. Basic Books.
- Pomerantsev, P. (2015). *Putin's Propaganda Machine*. Institute of Modern Russia.
- Radetzki, M. & Wohlgemuth, L., (2016). *Economic Consequences of the War in Ukraine*.
- Richter, D. & Windisch, T., (2019). *Chernobyl: A Stalker's Guide*.
- Serhii, P., (2018). *Chernobyl: The History of a Nuclear Catastrophe*.
- Shekhovtsov, A. (2019). *Russia and the Western Far Right: Tango Noir*. Routledge.
- Snyder, T. (2015). *Russia and the Future of Europe. Council on Foreign Relations*.
- So, J., & Kim, J. (2018). Social media news use and effects on public awareness and concern about climate change in South Korea. *Environmental Communication*, 12(2), 270-283.
- Stevens, J. P. (2009). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences*. Routledge.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Pearson.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using Multivariate Statistics* (7th Edition). Pearson.
- Trenin, D. (2015). *Russia's role in a shifting world*. Carnegie Moscow Center.

Wegren, S. K. (2016). *Rural protest and democracy in Russia: The case of post-Soviet agrarian reform*. Cambridge University Press.

Zholud, A., (2016). *The Economic Consequences of the Ukrainian Crisis and Western Sanctions*".