

Η πολιτική κουλτούρα των μπλογκ

του ΒΑΓΓΕΛΗ ΧΩΡΑΦΑ

Εισαγωγή

Η έρευνα με τίτλο «Η πολιτική κουλτούρα των blog» διεξήχθη την περίοδο Ιουνίου–Αυγούστου 2008, από το περιοδικό *Monthly Review* και την εταιρία ερευνών VPRC. Στην έρευνα συμμετέχουν 773 διαχειριστές ή υπεύθυνοι μπλογκ.

Στο κείμενο αυτό παρουσιάζονται ορισμένα από τα στοιχεία της έρευνας· κυρίως αυτά που έχουν μεγαλύτερη σχέση με το θέμα του Συνεδρίου «Συμμετοχική Δημοσιογραφία: Μπλογκ και Νέα Μέσα».

Η έρευνα αυτή έδωσε μεγαλύτερη βαρύτητα στις πολιτικές διαστάσεις του μπλόγκινγκ και στις πολιτικές απόψεις των μπλόγκερ. Στόχος της ήταν η συγκρότηση μιας σειράς πολιτικοκοινωνικών δεικτών (δείκτης οικονομικού φιλελευθερισμού, δείκτης ιδεολογικών αξιών, δείκτης πολιτισμικού φιλελευθερισμού, δείκτης ατομικισμού) καθώς και η διερεύνηση της συνεκτικότητας των πολιτικών απόψεων των μπλόγκερ.

Το μπλόγκινγκ –γέννημα των οικονομικών, πολιτικών, κοινωνικών και τεχνολογικών εξελίξεων των μεταμοντέρνων κοινωνιών της Δύσης– ενσωματώνει όλα τα αντιφατικά χαρακτηριστικά αυτής της μεταβατικής περιόδου. Τόσο σε ότι αφορά την πολιτική του διάσταση όσο και στη δυνατότητα διαμόρφωσης μιας νέας δημοσιογραφικής πραγματικότητας.

Η έρευνα

A. Οι πολιτικές τοποθετήσεις των μπλόγκερ

Η προσπάθεια ανίχνευσης της γενικότερης πολιτικής τοποθέτησης των μπλόγκερ έγινε μέσα από τα ακόλουθα ερωτήματα:

A1. Πόσο ικανοποιημένος/η θα λέγατε ότι είστε από την πολιτική ενημέρωση που παρέχεται από τα ΜΜΕ σήμερα στη χώρα μας;

Δυσανεστημένοι	91%
Ικανοποιημένοι	8%
ΔΓ/ΔΑ	1%

A2. Πόσο ικανοποιημένος/η θα λέγατε ότι είστε από τον τρόπο που λειτουργεί η δημοκρατία στην Ελλάδα;

Δυσανεστημένοι	85%
Ικανοποιημένοι	14%
ΔΓ/ΔΑ	1%

A3. Θα λέγατε ότι η πολιτική σας ενδιαφέρει;

Ενδιαφέρονται	76%
Δεν ενδιαφέρονται	23%
ΔΓ/ΔΑ	1%

A4. Ποιο από τα κόμματα που υπάρχουν βρίσκεται πιο κοντά στις δικές σας απόψεις και ιδέες σήμερα;

Αριστερά/Κεντροαριστερά	38%
Δεξιά/Κεντροδεξιά	9%
Άλλο	12%
Κανένα	32%
ΔΓ/ΔΑ	9%

A5. Πιστεύεται ότι τα μπλογκς έχουν τη δύναμη να αλλάξουν το κοινωνικοπολιτικό σκηνικό της χώρας;

Ναι	44%
Όχι	54%
ΔΓ/ΔΑ	2%

B. Η χρήση των μπλογκς

Στα πλαίσια αυτής της ενότητας ανιχνεύονται διάφορες συνιστώσες της έννοιας του «μπλογκ ως μορφή δημοσιογραφίας», οι τρόποι «συμβολής των μπλόγκερ στον δημόσιο διάλογο», καθώς και οι δυνατότητες ανάδειξης νέων «δημόσιων διανοσούμενων».

B1. Ποιο είναι το περιεχόμενο του μπλογκ σας;

Γενικών θεμάτων	51%
Προσωπικό	56%
Πολιτικό	42%
Μουσικό	18%
Θέματα κινηματογράφου	12%
Εκπαιδευτικό	11%
Ταξιδιωτικό	10%
Αθλητικό	9%
Θέματα μόδας	2%
Άλλο	24%
ΔΑ	1%

B2. Ποιος είναι ο κύριος λόγος που δημιουργήσατε το μπλογκ σας;

Για να εκφράσω τις απόψεις μου	76%
Για να αναφέρω τις εμπειρίες μου και να τις μοιραστώ με άλλους	45%
Για να κινητοποιήσω άλλους σε κάποιες δραστηριότητες	28%
Για να επηρεάσω τον τρόπο σκέψης κάποιων ανθρώπων	25%
Καθαρά για ψυχαγωγία	21%
Για να μοιράζομαι τις γνώσεις μου και να συμβουλευώ άλλους πάνω σε ειδικά θέματα	20%
Για να αποθηκεύσω πληροφορίες που με αφορούν	13%
Για να έχω επαφή με φίλους και συγγενείς	6%
Για να κάνω νέες γνωριμίες	4%

Για να βγάλω χρήματα	2%
Άλλο	11%

B3. Πόσο ικανοποιημένοι/ες είστε με τον αριθμό των μπλογκς που υπάρχουν στην Ελλάδα;

Ικανοποιημένοι/ες	77%
Δυσανεστημένοι/ες	21%
ΔΓ/ΔΑ	2%

B4. Πόσο ικανοποιημένοι/ες είστε με το περιεχόμενο των μπλογκς στην Ελλάδα;

Ικανοποιημένοι/ες	57%
Δυσανεστημένοι/ες	39%
ΔΓ/ΔΑ	4%

B5. Πόσο καιρό κάνετε μπλόγκινγκ;

Λιγότερο από ένα χρόνο	31%
1 με 3 χρόνια	57%
Περισσότερο από 3 χρόνια	11%
ΔΓ/ΔΑ	1%

B6. Συναντιέστε με άλλους μπλόγκερ εκτός διαδικτύου;

Ναι	55%
Όχι	41%
ΔΓ/ΔΑ	4%

B7. Έχετε κερδίσει χρήματα από τη δημιουργία του μπλογκ σας;

Ναι	4%
Όχι	93%
ΔΓ/ΔΑ	3%

B8. Πόσο συμφωνείτε με την άποψη «Αν υπάρχει κέρδος από τα μπλογκς τότε επηρεάζεται αρνητικά η ποιότητα των απόψεων που εκτίθεται σε αυτά»;

Συμφωνούν	54%
Διαφωνούν	23%
Ούτε/ούτε	18%
ΔΓ/ΔΑ	5%

B9. Πόσες ώρες ασχολείστε την ημέρα με το μπλόγκινγκ;

Μέχρι 3 ώρες	84%
3 με 6 ώρες	9%
Πάνω από 6 ώρες	2%
ΔΓ/ΔΑ	5%

B10. Πόσο συμφωνείτε με την άποψη «Τα σχόλια που “ανεβαίνουν” (post) στα μπλογκς πρέπει να είναι ανώνυμα, γιατί με αυτόν τον τρόπο διασφαλίζεται η ελευθερία της έκφρασης».

Συμφωνούν	28%
Διαφωνούν	35%
Ούτε/ούτε	35%
ΔΓ/ΔΑ	2%

B11. Ποιο σκοπό κατά τη γνώμη σας πρέπει να εξυπηρετούν τα μπλογκς;

Έκφραση απόψεων και ιδεών	78%
Ενημέρωση	8%
Επικοινωνία μεταξύ ατόμων/ομάδων	8%
Άλλο	4%
ΔΓ/ΔΑ	2%

B12. Θεωρείτε ότι οι απόψεις που εκφράζονται μέσω των μπλογκς είναι αληθινές ή κρύβουν συμφέροντα;

Οι περισσότερες απόψεις είναι αληθινές	64%
Οι περισσότερες απόψεις κρύβουν συμφέροντα	3%
Μόνο μερικές είναι αληθινές	27%
ΔΓ/ΔΑ	6%

B13. Χρησιμοποιείτε το πραγματικό σας όνομα όταν κάνετε μπλογκινγκ ή κάποιο ψευδώνυμο;

Χρησιμοποιώ το πραγματικό μου όνομα	32%
Χρησιμοποιώ ψευδώνυμο	52%
Και τα δύο	16%

B14. Πιστεύετε ότι μπορούν να σας μηνύσουν για κάτι που γράψατε στο μπλογκ σας;

Ναι	21%
Όχι	53%
Εξαρτάται	24%
ΔΓ/ΔΑ	2%

B15. Πιστεύετε ότι τα μπλογκς είναι μια μορφή δημοσιογραφίας;

Ναι	25%
Όχι	16%
Μερικές φορές	59%

B16. Πόσο συχνά κάνετε τα παρακάτω όταν γράφετε στο μπλογκ σας;

	Πολύ/Αρκετά συχνά	Όχι και τόσο συχνά/Ποτέ	ΔΓ/ΔΑ
Παραθέτω τις αρχικές τοποθεσίες στο internet (links) από τις οποίες προέρχεται η είδηση	90%	6%	4%
Διαθέτω παραπάνω χρόνο προκειμένου να επιβεβαιώσω τα γεγονότα που θα αναφέρω	86%	9%	5%
Διορθώνω τυχόν λανθασμένες πληροφορίες που υπάρχουν στο μπλογκ μου	83%	10%	7%
Αναφέρω ότι έχουν πει άλλα Μέσα ονομαστικά	68%	24%	8%
Διασφαλίζω ειδική άδεια προκειμένου να χρησιμοποιήσω πληροφορίες άλλων	38%	50%	12%

B17. Δείκτης τήρησης της δεοντολογίας (Παραγοντική Ανάλυση)

Τηρείται η δεοντολογία	94%
Δεν τηρείται η δεοντολογία	6%

B18. Ποια πιστεύετε ότι θα είναι η εξέλιξη των μπλογκς στο μέλλον;

Θα έχουν τη δύναμη να προκαλούν μαζικές κινητοποιήσεις για πιθανά προβλήματα	34%
Θα είναι το κύριο μέσο αντικειμενικής ενημέρωσης	21%
Θα εξυπηρετούν κυρίως διαφημιστικούς σκοπούς	9%
Θα πάνε να υπάρχουν	5%
Θα είναι μέσο εξυπηρέτησης άνομων συμφερόντων	2%
ΔΓ/ΔΑ	29%

Γ. Δείκτες ιδεολογικών και πολιτικών τοποθετήσεων

Η συσχέτιση των ιδεολογικών αξιών και των πολιτικών τοποθετήσεων των μπλόγκερ δίνει τέσσερις διαφορετικούς δείκτες: το δείκτη του πολιτισμικού φιλελευθερισμού, το δείκτη του οικονομικού φιλελευθερισμού, το δείκτη του ιδεολογικού φιλελευθερισμού και το δείκτη ατομικισμού.

Γ1. Δείκτης ιδεολογικών αξιών

Προοδευτικοί	92%
Συντηρητικοί	8%

Γ2. Δείκτης πολιτισμικού φιλελευθερισμού

Προοδευτικοί	86%
Συντηρητικοί	14%

Γ3. Δείκτης οικονομικού φιλελευθερισμού

Νεοφιλελεύθεροι	26%
Αντινεοφιλελεύθεροι	74%

Γ4. Δείκτης ατομικισμού

Συλλογική δράση	85%
Ατομικισμός	15%

Δ. Μπλόγκερ και ΜΜΕ

Οι τρόποι που οι μπλόγκερ αντιμετωπίζουν τα ΜΜΕ καθώς και οι επιμέρους προτιμήσεις τους οδηγούν στη διαμόρφωση ενός δείκτη χρήσης των ΜΜΕ.

Δ1. Πόσο συχνά...

	Καθημερινά	Αρκετές φορές την εβδομάδα	1–2 φορές την εβδομάδα	Σπάνια	Ποτέ	ΔΓ/ΔΑ
Σερφάρετε στο internet	91%	7%	1%	-	-	1%
Ακούτε ραδιόφωνο	47%	23%	15%	12%	3%	1%
Διαβάζετε εφημερίδες	37%	19%	25%	15%	3%	1%
Βλέπετε τηλεόραση	31%	24%	16%	24%	4%	1%

Δ2. Δείκτης χρήσης ΜΜΕ

Συχνή χρήση ΜΜΕ	90%
Χαλαρή χρήση ΜΜΕ	10%

Παρατηρήσεις

Από τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει μια σειρά παρατηρήσεων:

1. Οι εκφρασμένες στην έρευνα απόψεις των μπλόγκερ –σε συνδυασμό με την τρέχουσα πραγματικότητα– διαμορφώνουν τα πλαίσια κίνησης μιας σειράς τάσεων που εμφανίζονται στην ελληνική κοινωνία.

- Η εμφάνιση και η λειτουργία των μπλογκ επηρέασε και σε ποια κατεύθυνση τον δημόσιο διάλογο; Οι απαντήσεις φαίνονται να υποστηρίζουν ότι ένας τέτοιου είδους επηρεασμός δεν ήταν πολύ σημαντικός. Δευτερευόντως, μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι η παρέμβαση των μπλογκ δεν επηρέασε την ποιότητα του δημόσιου διαλόγου. Για τα φαινόμενα αυτά το βάρος δεν πέφτει στα μπλογκ αλλά στο ότι ο δημόσιος διάλογος είναι ήδη πολυκερματισμένος και στενά ελεγχόμενος από οικονομικά και άλλα συμφέροντα.
- Η μέχρι σήμερα λειτουργία των μπλογκ δεν φαίνεται να συνέβαλε στην αύξηση του αριθμού και τη βελτίωση της ποιότητας των δημόσιων διανοοούμενων, για τους ίδιους ακριβώς λόγους που προαναφέρθηκαν.

2. Οι μπλόγκερ θεωρούν ότι το μπλόγκινγκ δεν μπορεί να αλλάξει τη δεδομένη κοινωνικοπολιτική πραγματικότητα, αλλά θεωρούν ότι στο μέλλον θα αυξηθεί η δυνατότητά τους για μαζικές κινητοποιήσεις. Με τον τρόπο αυτό δηλώνεται η εμπιστοσύνη στην εμφάνιση ενός πολιτικού ακτιβισμού, του οποίου η μορφή και το περιεχόμενο είναι δύσκολο να προσδιορισθούν με βάση τα σημερινά δεδομένα.

3. Το 59% των μπλόγκερ πιστεύουν ότι τα μπλογκ αποτελούν «μερικές φορές» μια μορφή δημοσιογραφίας, αλλά στο μέλλον θα αποτελεί το κύριο μέσο αντικειμενικής ενημέρωσης σύμφωνα με το 21% των συμμετεχόντων στην έρευνα, σε σύγκριση με το 8% που πιστεύουν ότι σήμερα τα μπλογκ εξυπηρετούν την ενημέρωση.

4. Όσον αφορά το θέμα των ιδεών και απόψεων που διακινούνται από τα μπλογκς πρέπει να επισημάνουμε τα εξής: πρώτον, πόσο υπάρχει και σε ποια έκταση ο μεταπρατισμός των ιδεών· δεύτερον, κατά πόσον οι ιδέες των μπλόγκερ επηρεάζονται από τις ιδέες των ακαδημαϊκών (πολλοί εκ των οποίων εμπλέκονται στο μπλόγκινγκ)

ή διαμορφώνονται από τον τρέχοντα δημοσιογραφικό λόγο των κυρίαρχων ΜΜΕ, ή ακόμα και από τις πολυάριθμες δεξαμενές σκέψης, πολλές από τις οποίες διατηρούν ή φιλοξενούν μπλογκς.

5. Οι δυνατότητες επίτευξης κέρδους δεν είναι ακόμα ισχυρές στα ελληνικά μπλογκς. Το 93% των μπλόγκερ δεν έχει κερδίσει χρήματα από το μπλογκ του, σε αντίθεση με το 4% που δηλώνει ότι έχει αποκομίσει οφέλη. Το 54% θεωρεί ότι το κέρδος επηρεάζει αρνητικά την ποιότητα των δημοσιευμένων απόψεων, το 23 % δεν θεωρεί ότι υπάρχει επηρεασμός και το 18% θεωρεί ότι δεν επηρεάζει ούτε αρνητικά ούτε και θετικά. Εξάλλου, μόνο το 2% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι δημιούργησε το μπλογκ του για να αποκομίσει κέρδος. Το 9% πιστεύει ότι στο μέλλον τα μπλογκς θα εξυπηρετούν κυρίως διαφημιστικούς σκοπούς, άρα θα ενταχθούν στο σύστημα της κερδοφορίας. Τα φαινόμενα αυτά θα εξαρτηθούν από τις οικονομικές, και όχι μόνο, εξελίξεις οι οποίες θα υπάρξουν στο χώρο του παραδοσιακού Τύπου, αλλά και από τις γενικότερες μεταβολές στις διαδικασίες μέσα από τις οποίες οι σύγχρονες κοινωνίες μεταδίδουν τις ιδέες τους.

6. Οι αναγνώστες των μπλογκς είναι σχεδόν όλοι όσοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Ενδιαφέρον δεν έχει τόσο ο ακριβής προσδιορισμός του αριθμού τους, αλλά ο τρόπος κατανομής τους στα μπλογκς – στα «επώνυμα» και λιγότερο «επώνυμα» από αυτά. Η ανισοκατανομή οφείλεται όχι μόνο σε ποιοτικούς όρους, αλλά και στο πώς οι μπλόγκερ αναδεικνύουν το έργο τους, πολλές φορές μέσα από τη διασύνδεσή τους με τα παραδοσιακά ΜΜΕ. Οι ίδιοι οι μπλόγκερ ως αναγνώστες δίνουν ορισμένες ενδείξεις για τις ποιοτικές και ποσοτικές παραμέτρους του μπλόγκινγκ. Το 77% είναι ικανοποιημένοι από τον αριθμό των μπλογκς που υπάρχουν στην Ελλάδα, ενώ οι δυσαρεστημένοι φθάνουν στο 21%. Το 57% είναι ευχαριστημένοι από το περιεχόμενο των μπλογκς, έναντι 39% που είναι δυσαρεστημένοι.

7. Το περιεχόμενο των μπλογκς κινείται στα ίδια περίπου επίπεδα με αυτό των περισσότερων χωρών του Δυτικού κόσμου. Το 58% θεωρεί ότι είναι γενικών θεμάτων, το 56% προσωπικό και το 42% πολιτικό. Τα πιο εξειδικευμένα μπλογκς κινούνται σε χαμηλότερα ποσοστά (48% μουσικό, 12% κινηματογραφικό, 11% εκπαιδευτικό, 10% ταξιδιωτικό, 9% αθλητικό, 2% μόδα κ.λπ.). Ένα 24% θεωρεί ότι το μπλογκ τους κινείται έξω από αυτές τις κατηγορίες. Το περιεχόμενο των μπλογκς

συμβαδίζει και με τα κίνητρα των μπλόγκερ. Το 76% υποστηρίζει ότι ο κύριος λόγος δημιουργίας του μπλογκ ήταν για να εκφράσει τις απόψεις του, το 45% για να μοιραστεί τις εμπειρίες του, το 21% για ψυχαγωγία, το 6% για επαφή με φίλους και συγγενείς, και το 4% για νέες γνωριμίες – δηλαδή η μεγάλη πλειοψηφία είχε περισσότερο «ατομοκεντρικά» κίνητρα. Αντίθετα, το 28% για να κινητοποιήσει τους άλλους σε κάποιες δραστηριότητες, το 25% για να επηρεάσει τον τρόπο σκέψης κάποιων ανθρώπων, το 20% για να μοιράζεται τις γνώσεις του και να συμβουλεύει άλλους πάνω σε ειδικά θέματα – δηλαδή η μειοψηφία είχε περισσότερο «κοινωνιοκεντρικά» κίνητρα.

8. Τα «ατομοκεντρικά» κίνητρα μας υποχρεώνουν να στραφούμε στα γενικότερα θέματα που σχετίζονται με την αυτοβιογραφική γραφή. Η τελευταία έπαιξε και εξακολουθεί να παίζει έναν σημαντικό ρόλο στις πολιτικές της απελευθέρωσης. Οι αυτοβιογραφικές πρακτικές μπορεί να διαμορφώσουν ευκαιρίες επανατοποθέτησης της υποκειμενικότητας –στην προκειμένη περίπτωση στη μετάβαση από το «παγκόσμιο άτομο» σε μια «νέα υποκειμενικότητα»– και οι αυτοβιογραφικές στρατηγικές να επαναδιατυπώσουν το πλαίσιο της αντίστασης. Το μπλόγκινγκ αποτελεί μια από τις ισχυρότερες εκφράσεις αυτής της απελευθερωτικής τάσης, δίνοντας δυνατότητες υποκειμενικής έκφρασης σε όσους έχουν περιθωριοποιηθεί στη δημόσια σφαίρα. Αυτή όμως η νέα μορφή απελευθέρωσης, έχει τη δική της διαλεκτική κίνηση. Προσφέρει όχι μόνο ευκαιρίες για πολιτικό ακτιβισμό, αλλά αντιπροσωπεύει ταυτόχρονα μια τάση προς την πολιτική της μελαγχολίας –ένα φαινόμενο των μεταμοντέρνων, μαζικοδημοκρατικών, καταναλωτικών και εξατομικευμένων κοινωνιών της Δύσης– δηλαδή, μια μορφή εξέγερσης με ειδικά χαρακτηριστικά: την προτίμηση για την εικονική πραγματικότητα, την τάση διαμόρφωσης ομογενοποιημένων ομάδων και την πολιτική παθητικότητα. Είναι πιθανόν ότι με τέτοιου είδους φαινόμενα θα συνδέεται το 32% των ερωτηθέντων, οι οποίοι δήλωσαν ότι δεν τους εκφράζει κανένα από τα υπάρχοντα πολιτικά κόμματα.

9. Τα «κοινωνιοκεντρικά» κίνητρα σε συνδυασμό με το ότι το 38% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι κινούνται στους πολιτικούς χώρους της Αριστεράς και της Κεντροαριστεράς δημιουργούν διαφορετικού είδους προβληματισμούς. Οι τελευταίοι συνδέονται με τις δυνατότητες αυτών των πολιτικών χωρών να κατανοήσουν και να εντάξουν στις στρατηγικές τους τις μεταβολές που εκδηλώνονται στη μιντιόσφαιρα –

δηλαδή τη μετάβαση από αυτό που αποκαλείται γραφόσφαιρα (από τον έντυπο λόγο) στη βιντεόσφαιρα (στην κυριαρχία της εικόνας). Είναι προφανές ότι το μπλόγκινγκ αποτελεί ένα από τα ισχυρότερα εργαλεία για τη στρατηγική εκμετάλλευση αυτής της μετάβασης. Προς το παρόν, το βάρος αυτής της πρωτοβουλίας βρίσκεται στην πλευρά του μπλόγκερ.

Το ίδιο ισχύει και για τους υπόλοιπους πολιτικούς χώρους των οποίων η επιρροή στο χώρο του μπλόγκινγκ είναι μικρότερη. Αυτό το τελευταίο σχετίζεται περισσότερο με τις παραδόσεις και τους τρόπους διάσωσης της ιδεολογίας που χρησιμοποιούσε μέχρι σήμερα η Αριστερά, αλλά με τα σημερινά δεδομένα των κοινωνιών της Δύσης, τα φαινόμενα αυτά τείνουν να μεταβληθούν.

10. Σε κάθε περίπτωση, την εποχή της μεταμοντερνικότητας, το μπλόγκινγκ ως φαινόμενο παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον. Η εξέλιξή του θα καθορισθεί από τη φύση της συνειδητής συλλογικής ζωής αυτής της περιόδου, σε συνδυασμό με τις υλικές μορφές και διαδικασίες μέσα από τις οποίες μεταδίδονται οι ιδέες της κοινωνίας – δηλαδή, τα επικοινωνιακά δίκτυα, τα οποία επιτρέπουν στη σκέψη να έχει μια κοινωνική υπόσταση.