

ναρκισσιστής χρήστης των social media πολλές φορές φαντασιώνεται ότι είναι αρχηγός ή ηγέτης ενός διαδικτυακού «κόμβου». Η προσωπική ισχύς επιβεβαιώνεται, μέσω των «μπλοκαρισμάτων» και των καταγγελιών. Υπάρχει μιά φετιχιστική αγάπη για τον «τοιίχο» που πάντα πρέπει να αρέσει στους πολυαρίθμους φίλους.

Προέκταση αυτών των σκέψεων είναι και η θεωρία της «επιλεκτικής έκθεσης» (selective exposure), σύμφωνα με την οποία όταν το υποκειμένο συναντά μηνύματα που αντίκεινται στο δικό του σύστημα πεποιθησεων, αισθάνεται αβολα και αναζητά αντί αυτών μηνύματα με τα οποία συμφωνεί.

Η έρευνα των blogs επιβεβαιώνει ως ένα βαθμό αυτή την άποψη καθώς με επίκεντρο διάφορα θέματα (issues) όπως ο πόλεμος στο Ιράκ ή οι προεδρικές εκλογές στις ΗΠΑ διαμορφώνονται συσταδες/συστοιχιές (clusters) διασύνδεσης μέσω links μεταξύ ομοιογενών blogs ή μεταξύ blogs ιδίων πολιτικών απόψεων (συντηρητικών ή δημοκρατικών)[2]. Δεν πρέπει άλλωστε να μας διαφεύγει το γεγονός ότι, σε αντίθεση με τα παραδοσιακά media, οι νέες τεχνολογίες δεν «εισβάλλουν» στον ιδιωτικό χώρο απρόσκλητες, προϋποθέτουν τη διαδικασία της επιλογής ή της εκλογής του περιεχομένου από τον χρήστη[3].

Ακόμα και ο R. Kelly Gerrett που έχει μελετήσει την on line αναζήτηση πολιτικής πληροφόρησης από αντιθετες ομάδες υποστήριξης, έχει καταλήξει στο συμπέρασμα ότι ούτως υφιόταται ιδεολογική επιλεκτικότητα, μόνο που οι αντιθετες απόψεις δεν αποκλείονται εντελώς πολύ περισσότερο, οι πιο ακραίοι υποστηρικτές (των Bush και Kerry στην έρευνα) είναι και αυτοί που θα διαβάσουν τα αντιπάλα sites, ενδεχομένως προκειμένου να ενισχύσουν τις απόψεις τους[4].

Ο τρόπος διασύνδεσης είναι επίσης ενδεικτικός του κατά πόσο ούτως υφιόταται διαλογος ανάμεσα σε ομάδες με διαφορετικές απόψεις. Τα «επιχειρήματα του αχυράνθρωπου» (straw-man arguments) είναι ο συνηθέστερος τρόπος διασύνδεσης με αντίπαλους bloggers πρόκειται για επιφανειακή

επιχειρηματολογία που απλά αναδεικνυεί το λάθος της αντιπάλης άποψης (χωρίς βαθύτερη διαπραγματεύση). Σε αντιθεση μ' αυτά υπάρχουν επίσης τα «επιχειρήματα διαφωνιάς», τα ουδέτερα ή μη πολιτικά posts, και μιά ιδιαίτερη κατηγορία: τα posts πρόσκλησης (guest posts) που αφορούν επισκεψείς από bloggers διαφορετικής ιδεολογιάς σε κάποιο «αντιθετο» blog[5].

Στην ίδια συναφεία πρέπει να δούμε και την κυριάρχη στην αρχιτεκτονική του web αρχή του «ο νικητής τα παίρνει όλα» (winners take all) αυτοσημαίνει ότι σε αντιθεση με καθε δημοκρατική-εξισωτική άποψη, η ορατότητα των sites ή των blogs εξαρτάται/μετραίται από την ποσότητα των links που αυτά δέχονται, δηλαδή από το κατά πόσο αποτελούν επικοινωνιακούς κόμβους (nodes). Και αυτό διότι οι «περιηγητές» (surfers) στο διαδίκτυο έχουν την τάση να σταματούν την αναζήτησή τους στα πρώτα ικανοποιητικά αποτελέσματα, και όχι στα καλύτερα ποιοτικά. Επειδή δε αυτή η καταμέτρηση διενεργείται από «μηχανές αναζήτησης», πολλοί κάνουν λόγο για ενδογενή ανισότητα του συστήματος[6].

Στη διαδικτυακή κοινότητα η φήμη ενός blog, η εμμονή του στον χρόνο και η κεντρική του σημασία ως επικοινωνιακού κόμβου αυτομάτα το τοποθετεί σ' αυτό που ονομάζουμε A-list. Πρόκειται για την ελίτ της «μπλογκόσφαιρας», για εκείνα τα blogs που, με

δεδομένη την αναγνωσιμότητά τους, μπορούν να δανειθούν λίγη απ' αυτή και σε άσημα blogs, όταν αυτά φιλοξενούν links διασύνδεσης. Τα blogs A-list δημιουργούν λοιπόν έναν «μικρό κόσμο» μέσα στην αναρχία του διαδικτύου, «φιλτραρώντας» τις πληροφορίες και κατευθύνοντας την αναζήτηση. Δεν είναι τυχαίο μάλιστα ότι αυτή η κατηγορία διαβαζεται περισσότερο από τους δημοσιογράφους, επηρεάζοντας περισσότερο τη διαμόρφωση της δημοσίας ατζέντας[7]. Πρόκειται κυρίως για πολιτικά blogs, τα οποία δέχονται περισσότερο από 350.000 «χτυπημάτα» (hits) την ημέρα (στις ΗΠΑ μερικά είναι το Instapundit, Daily Kos και το Wonkette).

Ως «νομενκλατούρα» της «μπλογκοσφαιρας» σπάνια καταφεύγουν στην ανωνυμία, «ανεβαίνουν» κείμενα πολύ συχνά, επιδιώκουν την επικοινωνία με το ακροατήριο, στοχεύουν στην προσωπική προβολή και στην αναγνωσιμότητα, επιδεικνύουν έναν ιδιότυπο ναρκισσισμό, ανταποδίδοντας links σ' αυτούς που διασυνδέονται μαζί τους, και σπάνια επιτιθενται ή χρησιμοποιούν επιφανειακή και ανυπόστατη γλώσσα ή πληροφορίες[8].

Είναι σαφές λοιπόν ότι δεν μπορεί να γίνει λόγος για ισοότητα διαλόγου στην διαδικτυακή αρχιτεκτονική. Ο καθένας μπορεί να εκφράσει ό,τι θέλει, όμως υπάρχει σαφής «διαστρωμάτωση» (stratification), η οποία και ρυθμίζει τον διαδικτυακό διάλογο.

Τουλάχιστον είναι ο διάλογος ελλογος και πολιτισμένος; Η ανωνυμία και η ύπαρξη ομάδων συζήτησης είναι δυνατό να ευνοήσει και εκφράσεις αγένειας ή μη-κοινωνικότητας (incivility)[9] πραγματικά, τα blogs περιέχουν και τέτοιες πλευρές, μολονότι σ' ένα βαθμό περιορισμένο ή κρυφό και υπόγειο (π.χ. μέσω ειρωνειάς), το σημαντικό όμως έγκειται αλλού: πολλές φορές άφογα συγκροτημένα και ελλογα επιχειρήματα δεν παύουν να είναι «μη-κοινωνικά», με την έννοια της στοχοποίησης κοινωνικών ομάδων, ενώ οι επιθετικές εκφράσεις και οι υβρεις συνήθως περιορίζονται σε προσωπικό επίπεδο και δεν λαμβάνουν ευρύτερες διαστάσεις[10].

Ο κοινός όρος που αποτυπώνει αυτές τις λεκτικές επιθεσίες έχει καθιερωθεί πλέον ως flaming και αφορά είτε προσβλητικές επιθεσίες στο περιεχόμενο ενός σχολίου είτε απλά στον σχολιαστή[11].

Οι βιτριολικές αυτές επιθεσίες είναι βεβαία μειοψηφικές, όμως και εδώ είναι το χαρακτηριστικό-αποτελούν καταληξείς συζητήσεων που έχουν ξεκινήσει φιλικά ή ουδέτερα. Αυτό ως ένα βαθμό εξηγείται από την ιδεολογική ένταση ενός προβλήματος και από τον περιορισμένο χρόνο που προσφέρει η συζήτηση στο διαδίκτυο[12].

Για το πόσο κοντά βρίσκονται τα πεδία ενός ειρηνικού/πολιτισμένου και ενός επιθετικού διαλόγου δεν χρειάζεται παρά να δει κανείς τη λειτουργία του ηλεκτρονικού spam, της διαδικασίας δηλαδή μέσω της οποίας κάποιος αποστέλλει απρόσκλητος μηνύματα ή σχόλια σε blogs, τα οποία είναι αποσταθεροποιητικά και διαταράσσουν τη συνοχή της επιχειρηματολογίας για ένα θέμα. Υπάρχουν πολλές κατηγορίες spamming, που στην ανωδύνη και παιγνιώδη εκδοχή τους μπορεί να μοιάζουν και τις «διαλογικές ετερογλωσσίες» του Bakhtin, όμως στην επιθετική τους εκδοχή, όπως η ιστορία ενός σχολιαστή που υπάρπαξε το αληθινό όνομα μιάς φοιτήτριας και δημοσίευσε μιά σεξουαλική φαντασίωση βασανιστηριών σε διαδικτυακή ομάδα συζήτησης, συνιστούν ούτως επιθεσίες στην ανθρώπινη αξιοπρέπεια και στον πολιτισμένο διάλογο[13].

Εάν περάσουμε από τη μορφή του λόγου στην αρχιτεκτονική του web, θα παρατηρήσουμε ότι «ομάδες μίσους» (hate groups), όπως είναι ρατσιστικές, νεοναζιστικές ή εγκληματικές, οργανώνονται διαδικτυακά κατά τον ίδιο αποκεντρωμένο τρόπο. Συνιστούν και αυτές συστάδες (clusters), που επικοινωνούν, ενώ υφίστανται και γι' αυτές bloggers- αρχηγοί που τρόπον τινά συνιστούν τους κεντρικούς κόμβους της διασύνδεσης[14].

Σημειώσεις

[1] Ρίτσαρντ Σέννεντ, Μαζί, εκδόσεις Νησίδες, 2015, 156.

[2] Βλέπε J. Brundidge/R.E. Rice, 'Political Engagement

Online', στο Routledge Handbook of Internet Politics, ed. by A. Chadwick/Ph.N. Howard, pp. 144εξ, και M. Tremayne/N. Zheng/et. al., 'Issue Publics on the Web: Applying Network Theory to the war blogosphere;', Journal of Computer-Mediated Communication, 12/1,

article15, <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue1/tremayne.html>

[3] Βλέπε και τα σχετικά γραφήματα στο M.V. Alstytne/E. Brynjolfsson, Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkans?, <http://web.mit.edu/marshall/www/papers/CyberBalkans.pdf>

[4] R. K. Garrett, Seeking Similarity, not avoiding Difference: Reframing the Selective Exposure Debate, 2006, http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/9/1/5/6/p91569_index.html

[5] E. Hargittai/J. Gallo/M. Kane, 'Cross-ideological discussions among conservative and libera[l bloggers', Public Choice 134 (2007), pp. 67-86.

[6] Βλέπε M. Hindman/K. Tsioutsouloulikis/J.A. Johnson, 'Googlearchy'. How a few heavily-linked sites dominate Politics on the web, 2003, <http://www.cs.princeton.edu/~kt/mpsa03.pdf>

[7] Βλέπε S.C. Herring, I. Kouper, JC. Paolillo et.al., 'Conversations in the Blogosphere: An Analysis 'From the Bottom Up', 2005, https://www.academia.edu/233585/Conversations_in_the_blogosphere_A_social_network_analysis_from_the_bottom_up

[8] Για τα A-list Blogs βλέπε K.D. Trammell/ Ana Keshelashvili, 'Examining the New Influencers: A Self-Presentation Study of A-List Blogs', <http://www.kayesweetser.com/wp-content/uploads/2008/02/trammell-keshelashvili-2006-self-presentation-on-blogs.pdf>

[9] Με τον όρο «μη-κοινωνικότητα» εννοούμε απόψεις επιθετικές απέναντι σε κοινωνικές ομάδες, πρόκειται για την κοινωνική διάσταση της συλλογικής ευγένειας, βλέπε Z. Papacharissi, 'Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups', New Media & Society 2004/6, pp.261-267.

[10] Z. Papacharissi, στο ίδιο, pp. 278-281.

[11] R. Davis, *The web of Politics, The Internet's impact on the American Political System*, Oxford University Press, 1999, pp. 157-161.

[12] K. Hill and J.E. Hughes, *Cyberpolitics. Citizen Activism in the Age of the Internet*, Bowman & Littlefield, 1998, pp. 61-62.

[13] Με τον όρο «διαλογικές ετερογλωσσίες» αναφερόμαστε στον παροδικό, αντιθετικό και πολεμικό τόνο που δημιουργούν «κατώτερα» λογοτεχνικά είδη (όπως τα παραμύθια, τα ανέκδοτα κ.α.) ενάντια στον επίσημο, κατεστημένο λόγο. Γι' αυτές και γενικότερα για το spamming βλέπε Ch. J. Stivale, 'Spam. Heteroglossia and Harassment in Cyberspace', στο συλλογικό *Internet Culture*, ed. D. Porter, Routledge 1997, pp. 133-144.

Πηγή: Αντίφωνο, antifono.gr ~ Μανώλης Βαρδής

Από/φωτογραφία: Απέναντι Όχθη, apenantioxthi.com