



<https://digitaldemocracyresearch.wordpress.com/>

ΚΕΝΤΡΟ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ-ΠΑΝΤΕΙΟΣ



ΦΑΝΗ ΚΟΥΝΤΟΥΡΗ & ΑΝΔΡΕΑΣ ΚΟΛΛΙΑΣ

ΙΟΥΛΙΟΣ 2022

ΠΛΑΙΣΙΟ/ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Case study : Τακτικές στιγματισμού στο Twitter/περίπτωση
#Σύριζα_Ξεφτίλες (2015-2019)

- ▶ Νέες μορφές ψηφιακών εκστρατειών πολιτικού στιγματισμού
- ▶ Εκστρατείες από τα «κάτω»
- ▶ Άρση των κλασικών τύπων πολιτικής εκστρατείας

ΠΛΑΙΣΙΟ/ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Case study : Τακτικές στιγματισμού στο Twitter/περίπτωση #Σύριζα_Ξεφτίλες (2015-2019)

Τρεις κύριοι στόχοι εκστρατείας πολιτικού στιγματισμού:

A. να διευρύνει το κοινό δημιουργώντας τρύπες στις φούσκες πληροφόρησης των πολιτικών αντιπάλων,

B. να διευρύνει το αρνητικό πλαίσιο στιγματίζοντας τον αντίπαλο και

Γ. να αυξήσει την ορατότητα των tweets.

Προκλήσεις της έρευνας

- ▶ Ασέβεια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: αυθόρμητη vs υπολογισμένη χρήση καταχρηστικής συμπεριφοράς.
- ▶ Ανάλυση των tweets του #Σύριζα_Ξεφτίλες μπορεί να τεκμηριώσει μια εκστρατεία hashtag στο Twitter με στόχο να στιγματίσει ένα δημοκρατικά εκλεγμένο κόμμα στην κυβέρνηση;
 - ▶ Τι είδους εκστρατεία ήταν αυτή;
 - ▶ Ύπαρξη κέντρου συντονισμού εξστρατείας;

Νέες μορφές πολιτικής εκστρατείας;



Από τα πάνω ατζέντα

- ▶ Συγκεντρωτικές μορφές διαχείρισης των εκστρατειών.
- ▶ Επαγγελματοποίηση εκστρατειών.
- ▶ Θεματικά προσανατολισμένη πόλωση (issue based polarization).
- ▶ Αναπαραγωγή μονόδρομου πρότυπου επικοινωνίας.

Από τα κάτω ατζέντα

- ▶ Μικρότερος κεντρικός έλεγχος στα προεκλογικά μηνύματα.
- ▶ Από-επαγγελματοποίηση των πολιτικών εκστρατειών.
- ▶ Συναισθηματική πόλωση.
- ▶ Χρήση άμεσων και «αυθόρμητων» τρόπων επικοινωνίας και εμπλοκής.



Προϋποθέσεις Ανάλυσης

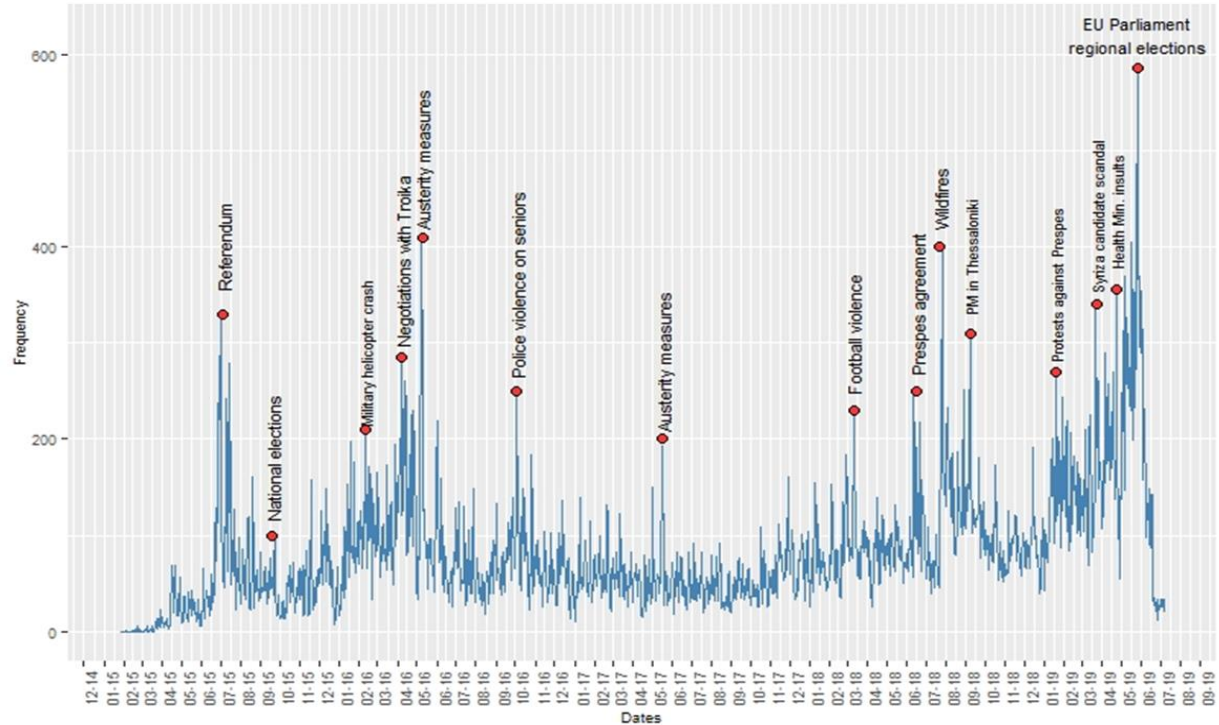
ΥΛΙΚΟ

- ▶ Περίοδος: 26 Ιανουαρίου 2015 έως και 7- Ιουλίου 2019
- ▶ Τουλάχιστον #ΣΥΡΙΖΑ_ΞΕΦΤΙΛΕΣ 30 tweets από κάποιο account (**867** λογαριασμοί συνολικά).
- ▶ **101.512** μοναδικά tweets (δεν περιλαμβάνονται retweets) που περιέχουν το hashtag ΣΥΡΙΖΑ_Ξεφτίλες και παραλλαγές του («Syriza_xeftiles» με λατινικά ή ελληνικά γράμματα) που ελήφθησαν από το Twitter Search API.

Τάσεις

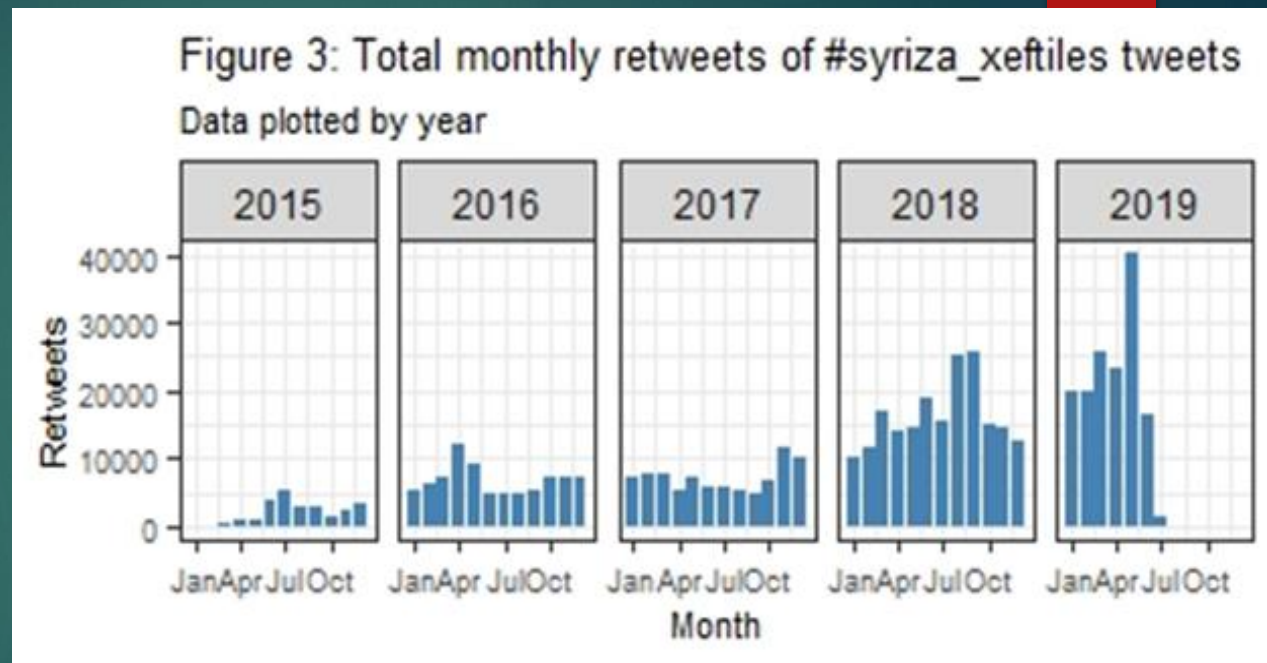
- ▶ Η πρώτη άνοδος συμπίπτει με το δημοψήφισμα στις 5 Ιουλίου 2015.
- ▶ Η πτώση στη συνέχεια στις δεύτερες εκλογές του 2015 εξηγείται από την μείωση της πολιτικής πόλωσης...
- ▶ Αύξηση μετά τη λήψη μέτρων λιτότητας.
- ▶ Οκτώβριος του 2016 : η αστυνομία έριξε δακρυγόνα σε ηλικιωμένους πολίτες που διαμαρτυρήθηκαν για τις περικοπές στις συντάξεις. Αυτό το περιστατικό έδωσε την ευκαιρία επίθεσης στον Σύριζα ως μιας ακόμη κυνικής πολιτικής δύναμης που όχι μόνο δεν τήρησε τις υποσχέσεις της αλλά δεν δίστασε να βλάψει αθώους και ανίσχυρους πολίτες.
- ▶ Από την πυρκαγιά στο Μότι και μετά αύξηση των tweets #syria_xefiles
- ▶ Συμφωνία των Πρεσπών ...

Figure 1: Frequency distribution of #syria_xefiles tweets*
January 2015-July 2019



Τάσεις: Retweets (διάχυση από τρίτους)

Κατά τη διάρκεια του 2018 και του 2019, τα tweet ΣΥΡΙΖΑ_Ξεφτίλες επιτυγχάνουν ολοένα και περισσότερο retweet, εύρημα που πιθανώς δείχνει ότι το ΣΥΡΙΖΑ_Ξεφτίλες κανονικοποιήθηκε εντός των αντι-ΣΥΡΙΖΑ πολιτικών κοινοτήτων στο Twitter.



Τάσεις: Likes (αποδοχή από τρίτους)

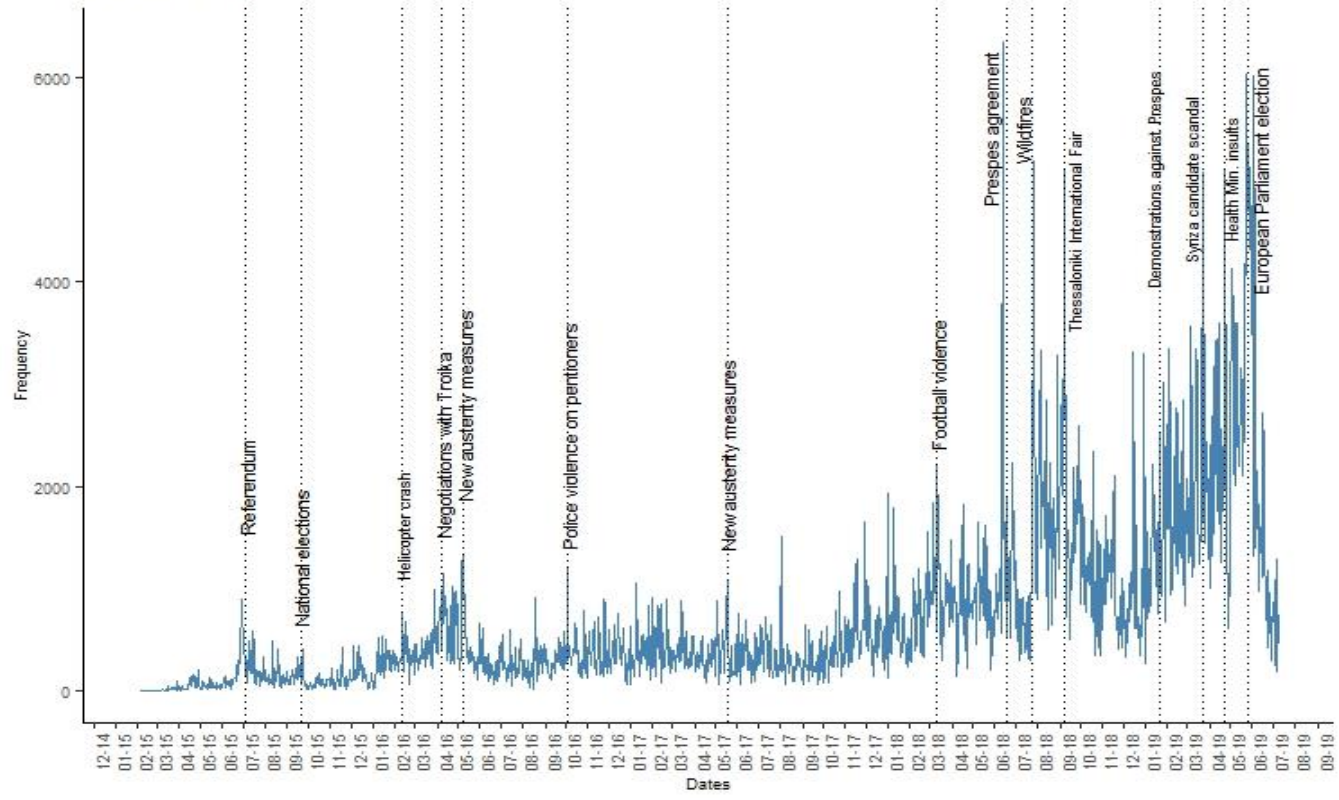
Η αποδοχή των tweets του ΣΥΡΙΖΑ_Ξεφτίλες πριν από τα τέλη του 2017 ήταν μάλλον περιορισμένη.

Κατά την περίοδο μεταξύ Ιανουαρίου 2015 και 25 Δεκεμβρίου 2017, περίπου 66.500 Σύριζα_Ξεφτίλες που δημοσιεύτηκαν έλαβαν κατά μέσο όρο 4,5 likes.

Από το 2018 μέχρι τις εκλογές του Ιουλίου 2019, το άθροισμα περίπου 67.000 tweets #syriza_xeftiles έλαβε κατά μέσο όρο 11,9 likes. Αυτή η διαφορά υποδηλώνει μια αρκετά μεγάλη αύξηση της επιδοκιμασίας του ΣΥΡΙΖΑ_Ξεφτίλες μεταξύ των δύο περιόδων.

Figure 2: Frequency distribution of likes in #syriza_xeftiles tweets

January 2015–July 2019



1^η Τακτική: στόχευση μέσω διεύρυνσης των hashtags

- ▶ **12.097** μοναδικά hashtags
- ▶ Μεταξύ των 101.512 tweets στο σύνολο δεδομένων, 34.525 (34%) περιλάμβαναν, εκτός από το #Σύριζα_Ξεφτίλες, τουλάχιστον ένα περιγραφικό hashtag.

Τακτική συνδυασμού **στιγματιστικών hashtag** με περιγραφικά **hashtags**. Σχεδόν το 65% των χρηστών υιοθέτησε αυτήν την τακτική σε τουλάχιστον το 20% των tweet τους.

- ▶ 1. Προσπάθεια **δείσδυσης** στον χώρο ενημέρωσης και συνομιλίας του Σύριζα στη σφαίρα του Twitter και στον κορεσμό του με στιγματιστικά μηνύματα.
- ▶ 2. Αποκινητοποίηση των συμπαθούντων του ΣΥΡΙΖΑ και αποσταθεροποίηση των ad-hoc κοινών που βρίσκονται κοντά στον Σύριζα ...
- ▶ 3. Διεμβολισμός του πεδίου ενδιαφέροντος για τις πολιτικές διεργασίες κατά τον εκλογικό κύκλο στην Ελλάδα μεταξύ Ιανουαρίου 2015 και Ιουλίου 2019 και διεμβολισμός των ευρύτερων πεδίων γενικότερου ενδιαφέροντος

Hashtag Topics	No. of tweets	Pct in the dataset (n=101.512)
Πολιτικά κόμματα και πολιτικές διαδικασίες, συγκεκριμένα το κόμμα του Σύριζα, (#AlexisTsipras, #Tsipras_2019, #PrimeministerGR, #syrizagr, #now_syriza, #syriza_conference, #Tsakalotos, #Varoufakis, #Polakis)	16.151	15.9
Κοινοβουλευτικές συζητήσεις, κυβερνητικά όργανα και διαδικασίες και εκλογικές διαδικασίες. #greekparliament, #greek_gov #Europeanelections2019, #elections2015 #press_conference	8.482	8.4
Μη πολιτικά θέματα, ψυχαγωγία (#Eurovision, #BigBrother, #HouseOfCardsSeason4, #goodmorning, Greek IndependenceDay, #ChristmasDay2018,)	4.290	4.2
Άλλα πολιτικά κόμματα	4.014	3.9
MME και ειδησεογραφικά μέσα (#alpha_tv, #Reuters, #real_fm)	2.322	2.3

1^η Τακτική: στόχευση μέσω διεύρυνσης των hashtags

- ▶ Η πρώτη κοινότητα (η μπλε) περιέχει 20 hashtags που συχνά συνυπάρχουν (39,6% όλων των hashtag στην ανάλυση). Η κύρια εστίαση είναι στον Σύριζα και τον Πρωθυπουργό Τσίπρα και τις πολιτικές της κυβέρνησής του για το μεταναστευτικό/ προσφυγικό ζήτημα
- ▶ Η δεύτερη κοινότητα (η κόκκινη) των 15 hashtag που συχνά συνυπάρχουν (25% του συνόλου στην ανάλυση) εστιάζει στο λεγόμενο Μακεδονικό ζήτημα, δηλαδή στη διαμάχη μεταξύ της Ελλάδας και της FYROM για το επίσημο όνομα αυτής της χώρας.
- ▶ Τέλος, η τρίτη κοινότητα των 7 hashtag που συχνά συνυπάρχουν (14,5%) στιγματίζει τόσο τον Σύριζα όσο και τη ΝΔ και τον σύμμαχό της στα ΜΜΕ τον Skai.



2^η Τακτική: Στόχευση βάσει λογαριασμού (mentions)

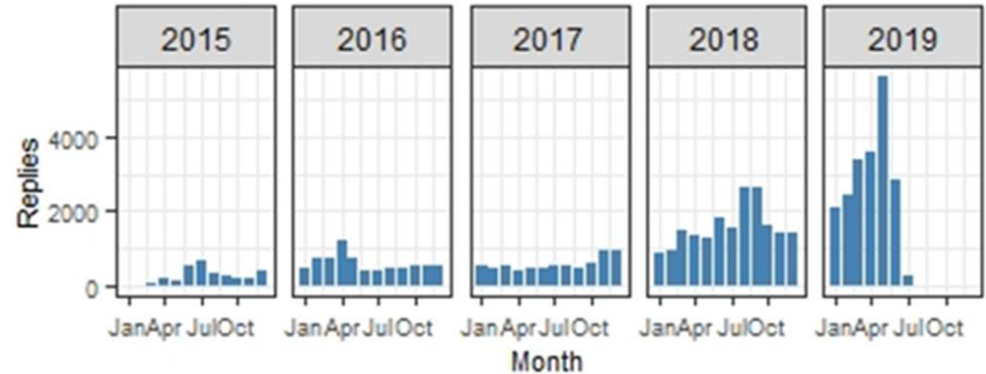
- ▶ 10,321 tweets που κάνουν @mention.
- ▶ 316 λογαριασμοί ανήκουν σε ΜΜΕ και δημοσιογράφους/σχολιαστές, 149 λογαριασμοί ανήκουν στο κόμμα του Σύριζα και μέλη της ηγεσίας του και 155 λογαριασμοί που ανήκουν σε άλλα ελληνικά πολιτικά κόμματα και τις ηγεσίες τους (12,5% του συνόλου που αναφέρεται ή απάντησαν ονόματα χρήστη).
- ▶ 1. Αξιοποιούνται για την υλοποίηση εξστρατειών μικρο-στόχευσης, προσαρμόζοντας τα μηνύματα της καμπάνιας στα χαρακτηριστικά και τις προσδοκίες κάθε μικρο-στοχευμένου κοινού.
- ▶ 2. Διεύρυνση των μηνυμάτων σε μία ποικιλία κοινών
- ▶ 3. Η άμεση στόχευση λογαριασμών μέσω ενημέρωσης και δημοσιογράφων/σχολιαστών εξυπηρετεί επίσης έναν άλλο σημαντικό στόχο της στρατηγικής της εκστρατείας: να επηρεάσει αυτούς που κάνουν τις ειδήσεις

Account category	No. of tweets	Pct in the dataset (n=101.512)
Syriza	5.702	5.6
All other parties	2.500	2.5
Media and journalists/commentators	2.119	2.1

3η Τακτική: Απαντήσεις σε άλλους, δημοφιλείς λογαριασμούς (replies)

- ▶ 17.492 Σύριζα_Ξεφτίλες tweets (13% του συνόλου) ήταν απαντήσεις σε συνομιλίες που ξεκίνησαν από άλλους λογαριασμούς (2.567 μοναδικοί λογαριασμοί συνολικά).
- ▶ Οι απαντήσεις του ΣΥΡΙΖΑ_Ξεφτίλες σε συνομιλίες τρίτων στο Twitter αυξήθηκαν σταδιακά με την πάροδο των ετών, με απότομη άνοδο μεταξύ των αρχών του 2018 και των μηνών πριν από τις εκλογές για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και τις περιφερειακές/δημοτικές εκλογές του Μαΐου 2019, όταν ο Σύριζα υπέστη βαριές ήττες.

Figure 4: Total monthly replies to #syriza_xeftiles tweets
Data plotted by year



3η Τακτική: Απαντήσεις σε άλλους, δημοφιλείς λογαριασμούς (replies)

A. Ανάλογα με τον τύπο των δημοφιλών λογαριασμών, μπορεί κανείς να στοχεύσει συγκεκριμένα είδη κοινού. Για παράδειγμα, το κοινό που είναι υπέρ ενός πολιτικού κόμματος και ακολουθεί τους λογαριασμούς του μπορεί να εκτεθεί σε αντι-μηνύματα μέσω απαντήσεων στις συνομιλίες του. Το 42,8% των απαντήσεων [#syriza_xeftiles](#) αφορούσε συνομιλίες που ξεκίνησαν από πολιτικούς λογαριασμούς υψηλού προφίλ στο Twitter, πιθανότατα με στόχο να προσεγγίσουν ευρύ κοινό και να στοχεύσουν συγκεκριμένες πολιτικές κοινότητες.

B. Τρύπες στις φούσκες πληροφοριών δημοφιλών λογαριασμών. Οι απαντήσεις σε δημοφιλείς αναφορές πολιτικών φίλων μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση της [συνοχής](#) των φουσαλίδων πληροφοριών των [ομοϊδεατών](#) πολιτικών κοινοτήτων. Όταν τα μηνύματα σε αυτές τις απαντήσεις ουσιαστικά στιγματίζουν πολιτικούς αντιπάλους, όπως συμβαίνει με τα tweets [#syriza_xeftiles](#), αυτή η τακτική είναι πιθανό να συμβάλει στην πολιτική πόλωση επειδή περιορίζει τον χώρο συζήτησης μεταξύ πολιτικά αντίθετων ατόμων και προωθεί την υποστήριξη σε πιο κομματικές πολιτικές και πολιτικούς.

Τρεις μετασχηματιστικές διαδικασίες & ΤΡΕΙΣ ΤΑΚΤΙΚΕΣ

Η εκστρατεία πολιτικού στιγματισμού του #Σύριζα_Ξεφτίλες λειτούργησε ως πολιτικοποιητικός μηχανισμός «υπό το ραντάρ» της κυρίαρχης πολιτικής μέσα σε ένα υβριδικό περιβάλλον, όπου οι ατζέντες από κάτω προς τα πάνω και από πάνω προς τα κάτω, νέα και παλιά ΜΜΕ, πολιτικά πρόσωπα συνυφαίνονται, συν-κατασκευάζοντας αντιπολιτικές αφηγήσεις που τροφοδοτούν πολιτικά προβλήματα.

► Τρεις μετασχηματισμοί σχετικά με τα κύρια χαρακτηριστικά της καμπάνιας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

Α. Από έναν συγκεντρωτικό τύπο καμπάνιας σε έναν υβριδικό τύπο καμπάνιας ασυντόνιστων χρηστών του Twitter που λειτουργούν στη βάση κοινών κινήτρων αλλά δεν έχουν ένα ορατό κέντρο και μια ιεραρχική οργάνωση και δομή.

Β. Η δημιουργία ad hoc κοινού που υιοθετεί επιθετικούς και μη ευγενικούς τύπους πολιτικού λόγου.

Γ. Μετατόπιση από μια πόλωση θεματικού τύπου σε μια συναισθηματική πόλωση που λαμβάνει χαρακτηριστικά του πολιτικού φυλετισμού με βαθιά διαίρεση σε αμοιβαία ανταγωνιστικά στρατόπεδα «εμείς» εναντίον «αυτοί».

Τρεις μετασχηματιστικές διαδικασίες &

ΤΡΕΙΣ ΤΑΚΤΙΚΕΣ

Οι τακτικές που χρησιμοποιήθηκαν δείχνουν τους παραπάνω μετασχηματισμούς.

- ▶ Διεύρυνση του αρνητικού πλαισίου στιγματίζοντας τον αντίπαλο. Η χρήση συνδυασμού hashtag (με ποικίλους λογαριασμούς) αποδείχθηκε μια πολύ καλά στοχευμένη τακτική προκειμένου να επεκταθούν τα μηνύματα απονομιμοποίησης σε «ουδέτερα» hashtag και σε hashtag έκφρασης γνώμης και να αυξηθεί ο αντίκτυπος των αρνητικών πλαισίων του αντιπάλου.
- ▶ Διεύρυνση του κοινού δημιουργώντας **τρύπες στις φούσκες πληροφόρησης των πολιτικών αντιπάλων** (π.χ. εισβολή στο πεδίο ενημέρωσης των άλλων κοινών). Αυτή η τακτική χρησιμοποίησε το twitter απαντώντας σε άλλους λογαριασμούς για να εκθέσει αντι-μηνύματα σε ευρύτερο κοινό (γνωστούς πολιτικούς λογαριασμούς και λογαριασμοί κυρίαρχων μέσων ενημέρωσης) και αποδείχθηκε αποτελεσματική στην κανονικοποίηση των πολωτικών μηνυμάτων.
- ▶ Αύξηση ορατότητα των tweets μέσω της χρήσης @mentions και replies προκειμένου να τραβήξουν την προσοχή των αναφερόμενων χρηστών και να ωθήσουν το ευρύτερο κοινό σε πιο πολωτικές θέσεις προς τον Σύριζα. Στην πραγματικότητα, αυτή η τακτική ήταν παρόμοια με τις παραδοσιακές πολιτικές εκστρατείες από πόρτα σε πόρτα, όπου ο στόχος είναι να τραβήξουν την προσοχή του χρήστη που δεν ανήκει στα μέσα ενημέρωσης και τις πολιτικές ελίτ.