



**ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

---

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ:**

**Facebook και δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης: Πρακτικές ενημέρωσης του γενικού κοινού και πρακτικές επικοινωνίας αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών.**

**Φοιτήτρια: Ανδριάννα Ξηρομάμου**

**A.M.: 9983201100087**

**Επιβλέπων: Δημήτρης Γκούσκος,**

**Επίκουρος Καθηγητής Τμήματος ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ**

**ΑΘΗΝΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ 2016**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

|                       |        |
|-----------------------|--------|
| ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ .....     | σελ:9  |
| ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ..... | σελ:10 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....        | σελ11  |

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΡΟΠΟΙ ΕΚΦΡΑΣΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

|  |         |
|--|---------|
| 1.1. Η κοινωνική αλληλεγγύη και οι μορφές της .....  | σελ:13  |
| 1.2. Η κοινωνία των πολιτών .....  | σελ:15  |
| 1.3. Η κοινωνία των πολιτών ως δημόσια σφαίρα .....  | σελ:17  |
| 1.4. Η κοινωνία των πολιτών στην εποχή της κρίσης .....  | σελ: 19 |
| 1.5. Πως έχει εξελιχθεί η κοινωνία των πολιτών στην Ευρώπη και στην Ελλάδα<br>σήμερα.....        | σελ:21  |
| 1.6. Ο εθελοντισμός στην Ελλάδα .....  | σελ:24  |
| 1.7. Αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης (ΑΟΚΑ).....                            | σελ:27  |
| 1.8. Η δομή των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής<br>αλληλεγγύης.....                     | σελ:29  |
| 1.9. Λόγοι αύξησης των δράσεων των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής<br>αλληλεγγύης ..... | σελ:31  |
| 1.10. Συνεργασία οργανωμένων και αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής<br>αλληλεγγύης .....   | σελ:33  |

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΙ ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

|   |        |
|---|--------|
| 2.1. Η προσφορά του Παγκόσμιου Ιστού 2 <sup>ης</sup> γενιάς στην επικοινωνία και την<br>διαμόρφωση διαδικτυακών πρωτοβουλιών..... | σελ:35 |
| 2.2. Εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης .....  | σελ:39 |
| 2.3. Δυνατότητες που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης .....  | σελ:42 |

|   |        |
|---|--------|
| 2.4. Η λειτουργία των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης .....                    | σελ:44 |
| 2.5. Τρόποι με τους οποίους το κοινό αλληλεπιδρά με το περιεχόμενο των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης ..... | σελ:47 |
| 2.6. Χρήση του Facebook από τις αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης .....  | σελ:49 |

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΡΕΥΝΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΗΣ ΓΙΑ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

|  |        |
|--|--------|
| 3.1. Περιγραφή έρευνας.....  | σελ:52 |
| 3.2. Μεθοδολογία έρευνας .....   | σελ:54 |
| 3.3. Περιορισμοί έρευνας .....   | σελ:57 |
| 3.4. Αποτελέσματα έρευνας (I) – Χρησιμοποιούμενα μέσα δικτύωσης.....                             | σελ:59 |
| 3.5. Αποτελέσματα έρευνας (II) – Συμμετοχή σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης.....                | σελ:62 |
| 3.6. Αποτελέσματα έρευνας (III) – Ενημέρωση για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης .....              | σελ:64 |
| 3.7. Αποτελέσματα έρευνας (IV) – Ενημέρωση για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook ..... | σελ:66 |
| 3.8. Αποτελέσματα έρευνας (V) – Επικοινωνία με δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης .....              | σελ:68 |
| 3.9. Αποτελέσματα έρευνας (VI) – Μέσα επικοινωνίας με δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης .....       | σελ:69 |
| 3.10. Αποτελέσματα έρευνας (VII) – Επικοινωνία με δράσεις μέσω Facebook .....                    | σελ:71 |
| 3.11. Έλεγχος 1 <sup>ης</sup> Ερευνητικής Υπόθεσης .....   | σελ:72 |
| 3.12. Έλεγχος 2 <sup>ης</sup> Ερευνητικής Υπόθεσης .....   | σελ:73 |
| 3.13. Έλεγχος 3 <sup>ης</sup> Ερευνητικής Υπόθεσης .....   | σελ:78 |
| 3.14. Έλεγχος 4 <sup>ης</sup> Ερευνητικής Υπόθεσης .....   | σελ:80 |

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΜΕΣΩ FACEBOOK

|   |         |
|---|---------|
| 4.1. Περιγραφή έρευνας.....   | σελ:82  |
| 4.2. Μεθοδολογία έρευνας .....  | σελ:84  |
| 4.3. Περιορισμοί έρευνας .....  | σελ:88  |
| 4.4. Αποτελέσματα έρευνας (I) – Είδος αναρτώμενου περιεχομένου .....                  | σελ:90  |
| 4.5. Αποτελέσματα έρευνας (II) – Συχνότητα πρωτογενών αναρτήσεων .....                | σελ:92  |
| 4.6. Αποτελέσματα έρευνας (III) – Είδος αναρτώμενου πολυμεσικού υλικού.....           | σελ:94  |
| 4.7 Αποτελέσματα έρευνας (IV) – Αναρτήσεις σχετικές με κάλεσμα σε δράση .....         | σελ:98  |
| 4.8. Αποτελέσματα έρευνας (V) – Αναρτήσεις σχετικές με την κοινωνική αλληλεγγύη ..... | σελ:100 |
| 4.9. Αποτελέσματα έρευνας (VI) – Αλληλεπίδραση αναρτώμενου περιεχομένου .....         | σελ:103 |
| 4.10. Έλεγχος 1 <sup>ης</sup> Ερευνητικής Υπόθεσης .....                              | σελ:105 |
| 4.11. Έλεγχος 2 <sup>ης</sup> Ερευνητικής Υπόθεσης .....                              | σελ:106 |
| 4.12. Έλεγχος 3 <sup>ης</sup> Ερευνητικής Υπόθεσης .....                              | σελ:107 |
| 4.13. Έλεγχος 4 <sup>ης</sup> Ερευνητικής Υπόθεσης .....                              | σελ:108 |

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΝΔΕΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΗΣ ΜΕ ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΜΕΣΩ FACEBOOK

|  |         |
|--|---------|
| 5.1. Σύνδεση των δύο ερευνών σε επίπεδο σχεδιασμού ..... | σελ:111 |
| 5.2. Σύνδεση των δύο ερευνών σε επίπεδο ευρημάτων .....  | σελ:113 |
| 5.3. Γενικά συμπεράσματα ερευνητικού υλικού .....        | σελ:115 |

|                    |         |
|--------------------|---------|
| ΕΠΙΛΟΓΟΣ .....     | σελ:117 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ..... | σελ:118 |
| ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ .....    | σελ:124 |



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα 1: Απόσπασμα από το δελτίο τύπου 8/7/2015 της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ) για τον κίνδυνο της φτώχειας στην Ελλάδα ..... σελ:126

Παράρτημα 2: Απόσπασμα από τους προϋπολογισμούς των Δήμων Γλυφάδας, Περιστερίου, Νίκαιας-Ρέντη και Αθηνών για το 2015 .....σελ:127

Παράρτημα 3: Πληθυσμός των Δήμων Γλυφάδας, Περιστερίου, Νίκαιας-Ρέντη και Αθηνών με βάση την απογραφή του 2011.....σελ:129

Παράρτημα 4: Ερωτηματολόγιο της έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης .....σελ:130

Παράρτημα 5: Στατιστικές απαντήσεων στις ερωτήσεις της έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης .....σελ138

Παράρτημα 6: Κατάλογος καταγραφής αναρτήσεων αυτό-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης στο Facebook .....σελ:149

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΩΝ

- Γράφημα 1: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με το φύλο .....σελ:59
- Γράφημα 2: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με την ηλικία .....σελ:60
- Γράφημα 3: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με τον τόπο διαμονής ..... σελ:60
- Γράφημα 4: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με την εργασιακή κατάσταση .....σελ:61
- Γράφημα 5: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης .....σελ:61
- Γράφημα 6: Αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με το είδος βοήθειας που έχουν προσφέρει οι δότες .....σελ:62
- Γράφημα 7: Αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με το είδος βοήθειας που έχουν λάβει οι λήπτες .....σελ:63
- Γράφημα 8: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με το βαθμό ενημέρωσης για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης .....σελ:64
- Γράφημα 9: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με το βαθμό ενημέρωσης για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook .....σελ:65
- Γράφημα 10: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με τον βαθμό συμβολής του Facebook στο θέμα της ενημέρωσης και της ευαισθητοποίησης για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης .....σελ:67

|   |        |
|---|--------|
| Γράφημα 11: Αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με την επικοινωνία με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης .....  | σελ:68 |
| Γράφημα 12: Αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με τη χρήση μέσων επικοινωνίας με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης .....  | σελ:69 |
| Γράφημα 13: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με την επικοινωνία με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook ...  | σελ:71 |
| Γράφημα 14: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων 18-35 ετών, αναφορικά με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης .....  | σελ:73 |
| Γράφημα 15: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων άνω των 36 ετών, αναφορικά με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης .....   | σελ:74 |
| Γράφημα 16: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων 18-35 ετών, σχετικά με τους τρόπους ενημέρωσης για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης .....  | σελ:75 |
| Γράφημα 17: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων 18-35 ετών, σχετικά με τους τρόπους ενημέρωσης μέσω Διαδικτύου για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης .....  | σελ:75 |
| Γράφημα 18: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων άνω των 36 ετών, σχετικά με τους τρόπους ενημέρωσης για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης .....   | σελ:76 |
| Γράφημα 19: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων άνω των 36 ετών, σχετικά με τους τρόπους ενημέρωσης μέσω Διαδικτύου για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης .....                                       | σελ:76 |
| Γράφημα 20: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων 18-35 ετών, αναφορικά με τον βαθμό στήριξης στο Facebook για την ενημέρωσή για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης .....                                   | σελ:77 |
| Γράφημα 21: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων άνω των 36 ετών, αναφορικά με τον βαθμό στήριξης στο Facebook για την ενημέρωσή για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης .....                              | σελ:77 |
| Γράφημα 22: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων που διαμένουν στους Δήμους Γλυφάδας, Περιστερίου, Νίκαιας-Ρέντης και Αθηνών, αναφορικά με την συμμετοχή ή μη σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης ..... | σελ:79 |

|   |            |
|---|------------|
| Γράφημα 23: Ανάλυση του περιεχομένου και του είδους του υλικού των αναρτήσεων ανά σελίδα των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook ..... | σελ: 96-97 |
| Γράφημα 24: Ανάλυση των αναρτήσεων ανά πρωτοβουλία κοινωνικής αλληλεγγύης για κάλεσμα σε δράση .....  | σελ:99     |
| Γράφημα 25: Ανάλυση των αναρτήσεων ανά πρωτοβουλία για κάλεσμα σε δράση, σχετικές με την κοινωνική αλληλεγγύη .....   | σελ:102    |
| Γράφημα 26: Παρουσίαση μέσου όρου αλληλεπίδρασης περιεχομένου ανά πρωτοβουλία κοινωνικής αλληλεγγύης .....  | σελ:104    |
| Γράφημα 27: Σύγκριση περιεχομένου σχετικό με την κοινωνική αλληλεγγύη και αλληλεπίδρασης του κοινού σε αυτό .....   | σελ:109    |
| <br>  |            |
| Πίνακας 1: Σύγκριση οικονομικών στοιχείων των Δήμων Γλυφάδας, Νίκαιας-Ρέντη και Περιστερίου σε συνάρτηση με τον πληθυσμό .....  | σελ:55     |
| Πίνακας 2: Οι λόγοι που οδήγησαν στην επιλογή συγκεκριμένου μέσου για την επικοινωνία με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης .....                                     | σελ:70     |
| Πίνακας 3: Σύγκριση μεταξύ αντρών και γυναικών σχετικά με την συμμετοχή τους ή μη σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης .....   | σελ:72     |
| Πίνακας 4: Αποτελέσματα των εργαζόμενων και των υπόλοιπων ιδιοτήτων, αναφορικά με την συμμετοχή και την επικοινωνία με δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης .....           | σελ:80     |
| Πίνακας 5: Παρουσίαση του δείγματος της έρευνας επικοινωνίας αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook .....                                 | σελ:86     |
| Πίνακας 6: Παρουσίαση της συχνότητας δημοσίευσης υλικού ανά σελίδα αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook .....                           | σελ:93     |

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή κύριο Δημήτρη Γκούσκο για την ανάθεση του θέματος, την υποστήριξη και τον χρόνο που διέθεσε για την διεκπεραίωση της πτυχιακής εργασίας, όπως επίσης και την υποψήφια διδάκτωρ ΕΜΜΕ, κυρία Ελένη-Ρεβέκα Στάϊου, για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση της στην επίλυση διαφόρων θεμάτων.

Ευχαριστίες θα ήθελα ακόμη να απευθύνω στους γονείς μου, οι οποίοι στήριξαν τις σπουδές μου με διάφορους τρόπους, φροντίζοντας για την καλύτερη δυνατή μόρφωση μου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την αδερφή μου, που με τη δική της παρότρυνση με οδήγησε στην απόφαση να αναλάβω την εκπόνηση πτυχιακής εργασίας, προτού ολοκληρώσω τις σπουδές μου στο τμήμα.

## ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η διερεύνηση των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα και πως αυτές λειτουργούν μέσα από την πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης του Facebook. Η μελέτη αυτή ευελπιστεί να αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο και μία σημαντική βάση δεδομένων, αφενός για την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση του κόσμου γύρω από το θέμα αυτό, και αφετέρου για περαιτέρω έρευνα και εξειδίκευση.

Οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης έκαναν πιο αισθητή την παρουσίαση τους τα τελευταία χρόνια της παρατεταμένης ύφεσης στην Ελλάδα. Δεν υποβάλλονται σε κάποιο θεσμικό πλαίσιο ή κρατικό έλεγχο και έχουν στόχο την ενδυνάμωση της κοινωνίας των πολιτών και την εθελοντική κοινωνική προσφορά σε ανθρώπους, οι οποίοι αδυνατούν να καλύψουν βασικές βιώσιμες ανάγκες. Η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών στην καθημερινότητα μας, στις προσωπικές και επαγγελματικές μας σχέσεις, αποτέλεσε για πολλές πρωτοβουλίες το ιδανικό περιβάλλον για ανάπτυξη των ιδεών, των δράσεων και της επικοινωνίας τους με τον κόσμο.

Με αυτό το γεγονός ως γνώμονα, πραγματοποιήθηκαν οι δύο έρευνες της πτυχιακής εργασίας. Η πρώτη εστιάζει γενικότερα στις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην περιοχή της Αττικής και στην ανταπόκριση του κόσμου σε αυτές, και η δεύτερη στην δραστηριότητα και την επικοινωνία των αυτοοργανωμένων πρωτοβουλιών μέσω Facebook. Η προσέγγιση των ερευνών έγινε με βάση την κριτική μελέτη του θεωρητικού πλαισίου και των διαφόρων προσωπικών ερεθισμάτων.

Το γενικό συμπέρασμα από την παρούσα πτυχιακή είναι ότι οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης επιτελούν σημαντικό έργο και η ανταπόκριση του κόσμου συμβάλλει στην ενδυνάμωσή τους. Τέλος, η προώθηση αυτών μέσω Facebook μπορεί να αποδειχτεί επιτυχής, όταν φτάνουν στο σημείο να αλληλεπιδρούν σε μεγάλο βαθμό με το κόσμο και να ενισχύουν το ανθρώπινο δυναμικό τους με νέα μέλη.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε περίοδο οικονομικής κρίσης, σαν αυτή που διανύει η χώρα μας τα τελευταία χρόνια, η κοινωνική προσφορά με επίκεντρο τον άνθρωπο, έρχεται να συμπληρώσει την ανεπαρκή δημόσια δραστηριότητα του κράτους σε διάφορους τομείς της κοινωνίας.

Η ανάγκη για κοινωνική συνοχή και ανθρωπιά αναδύεται πιο έντονα από ποτέ. Οι δύο αυτές έννοιες στις μέρες μας ισοπεδώνονται από την κυριαρχία του ατομικισμού. Προκειμένου να αποδεσμευτεί ο άνθρωπος από τον ατομικισμό, θα πρέπει να αντιληφθεί ότι ανήκει σε ένα κοινωνικό σύνολο, και πως για να επιλυθούν τα προβλήματα από τον αντίκτυπο της κρίσης, απαιτείται η συλλογική δράση του κοινωνικού συνόλου.

Οι δράσεις που πραγματοποιούνται στα πλαίσια της κοινωνικής αλληλεγγύης από ανθρώπους με συλλογική συνείδηση είναι, είτε οργανωμένες από διάφορους φορείς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, είτε αυτο-οργανωμένες από μερίδα των πολιτών που επιθυμεί να προσφέρει εθελοντική εργασία για το γενικό καλό. Όπως θα δούμε, η αυτο-οργάνωση της κοινωνικής αλληλεγγύης λαμβάνει σημαντικές διαστάσεις στην Ελλάδα.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία χωρίζεται σε πέντε κεφάλαια.

Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στους ορισμούς της κοινωνικής αλληλεγγύης, της κοινωνίας των πολιτών και του εθελοντισμού, έννοιες που είναι απαραίτητο να διευκρινιστούν για την ανάλυση και την κατανόηση της δημιουργίας και ανάπτυξης των αυτοοργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης. Επιπλέον γίνεται αναφορά στην εξέλιξη της κοινωνίας των πολιτών στην περίοδο της κρίσης σήμερα, τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Ελλάδα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, περνάμε από τις οργανωμένες και τις αυτοοργανωμένες κοινότητες που γνωρίσαμε από το προηγούμενο κεφάλαιο, στις διαδικτυακές κοινότητες του 2<sup>ης</sup> Γενιάς του Παγκόσμιου Ιστού (Web 2.0). Πιο συγκεκριμένα, το κεφάλαιο αυτό αναφέρεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στο

πως δραστηριοποιούνται οι αυτοοργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης μέσα στα αυτά και ειδικότερα στο Facebook.

Στο τρίτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η έρευνα ενημέρωσης και αντίληψης του γενικού κοινού για τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, η οποία πραγματοποιήθηκε με τη συμβολή των φοιτητών και των αποφοίτων του Τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και των μελών πολιτιστικών συλλόγων περιοχών της Αττικής.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η έρευνα επικοινωνίας αυτοοργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook, για τις ανάγκες της οποίας μελετήθηκαν μερικές αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης, οι οποίες δραστηριοποιούνται και αλληλεπιδρούν μέσω Facebook.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η σύνδεση των δύο παραπάνω ερευνών και τα γενικά συμπεράσματα του ερευνητικού υλικού, βάση του θεωρητικού πλαισίου της πτυχιακής εργασίας. Οι δύο έρευνες σχετίζονται σε επίπεδο σχεδιασμού και σε επίπεδο ευρημάτων. Τα ερωτήματα και οι ερευνητικές υποθέσεις της πρώτης έρευνας, σχεδιάστηκαν με τέτοιο τρόπο, ώστε να συνδέονται με τις ερευνητικές υποθέσεις της δεύτερης έρευνας, ενώ τα συμπεράσματα των δύο ερευνών παρουσιάζουν σχέση αιτίας και αποτελέσματος των τελικών ευρημάτων.



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΡΟΠΟΙ ΕΚΦΡΑΣΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

## 1.1.: Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗ ΚΑΙ ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ

Τα τελευταία χρόνια ακούμε να επαναλαμβάνεται συχνά η έννοια της κοινωνικής αλληλεγγύης. Οι όροι αυτοί έχουν αποκτήσει μεγαλύτερο νόημα, ιδιαίτερα σε χώρες, όπως η Ελλάδα, που βρίσκεται σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Η κοινωνική αλληλεγγύη, δηλαδή η κοινωνική προσφορά που γίνεται από ένα μέλος της κοινωνίας σε ένα άλλο, μπορεί να πάρει διάφορες μορφές, όπως φαγητό, ρούχα, φάρμακα, ακόμη και οικονομική ενίσχυση ή παροχή στέγης. Πολλοί διαφορετικοί άνθρωποι, με κοινούς στόχους, ενώνονται μέσω της κοινωνικής αλληλεγγύης σε μία κοινότητα ή δράση και συνεργάζονται μεταξύ τους για την επίτευξη των στόχων αυτών.

Παρατηρείται ότι υπάρχει στενή σχέση μεταξύ της δημοκρατίας και της αλληλεγγύης. Παλαιότερα, από την Γαλλική Επανάσταση και μετά, η έννοια της αλληλεγγύης αντικατέστησε σταδιακά την έννοια της «αδελφοσύνης» και συνδέθηκε με τα κοινωνικά κινήματα που αγωνίζονταν για την δημοκρατία. Από τον 19<sup>ο</sup> αιώνα και κατά την διάρκεια του 20<sup>ου</sup>, η έννοια της αλληλεγγύης χρησιμοποιήθηκε από κοινωνιολόγους, όπως ο Durkheim και ταυτίστηκε με την κοινωνική ένταξη των κοινοτήτων.

Ο Emile Durkheim (1983) διακρίνει δύο μορφές κοινωνικής αλληλεγγύης, την «μηχανική» και την «οργανική». Από τη μία, η μηχανική αλληλεγγύη αντιπροσωπεύει τις παραδοσιακές κοινωνίες, οι οποίες συγκροτούνται από μέλη με κοινή κοινωνική συνισταμένη, κοινά συναισθήματα και αξίες, χωρίς να έχουν περιθώρια ατομικής έκφρασης και ελευθερίας. Από την άλλη, η οργανική αλληλεγγύη αντιπροσωπεύει τις νεωτερικές κοινωνίες, όπου διαφορετικά άτομα με κοινό σκοπό ενεργούν συλλογικά και επιτυγχάνουν την ομαλή λειτουργία. Στις νεωτερικές κοινωνίες εμφανίζονται τομείς, για αυτό οι κοινωνικές ομάδες διακρίνονται με βάση την ενσωμάτωσή τους στον αντίστοιχο τομέα.

Σήμερα στις σύγχρονες βιομηχανικές κοινωνίες, η αγορά, το κεφάλαιο, το ανθρώπινο δυναμικό και η παραγωγικότητα σχετίζονται έμμεσα με την ανάπτυξη και την διάδοση της δημοκρατικής αλληλεγγύης. Ωστόσο, η αλληλεγγύη δεν είναι μόνο δημοκρατική, αλλά και θρησκευτική. Η Εκκλησία κηρύττει την αξία της αλληλοβοήθειας, της συνεισφοράς και της αγάπης προς τον συνάνθρωπο. Στις μεταμοντέρνες κοινωνίες η έννοια της αλληλεγγύης χρησιμοποιήθηκε σε πολλές συνταγματικές αναφορές και σε διεθνή νομικά έγγραφα, με αποτέλεσμα την υποτίμηση των αναφορών στο Θεό ή σε χριστιανικά υπόβαθρα<sup>1</sup>. Οι δημοκρατικές κοινωνίες είναι αυτόνομες, καθώς κατευθύνονται από τις δικές τους αξίες, οι οποίες απορρίπτουν κάθε πιθανή σχέση με τις θρησκευτικές αξίες<sup>2</sup>.

Αντικείμενο της κριτικής μελέτης και έρευνας της παρούσας πτυχιακής εργασίας αποτελεί η κοινωνική αλληλεγγύη και πως αυτή επιτυγχάνεται μέσα από τα αυτο-οργανωμένα δίκτυα εθελοντών, στα πλαίσια της «κοινωνίας των πολιτών».

---

<sup>1</sup> Το γεγονός αυτό χαρακτηρίστηκε ως «Εκκοσμικευμένη δημοκρατία».

<sup>2</sup> Brunkhorst H., (2007), *Globalizing Solidarity: The Destiny of Democratic Solidarity in the Times of Global Capitalism*, Global Religion and the Global Public, (p.1 – 19).

## 1.2.: Η ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ

Μία κοινωνία μπορεί να επιλύσει συλλογικά τα προβλήματά της με τρεις τρόπους. Ο πρώτος είναι μέσω των κανόνων ή νόμων, οι οποίοι επιβάλλονται καταναγκαστικά από το κράτος. Ο δεύτερος τρόπος είναι μέσα από τις συνέπειες των ατομικών αποφάσεων στον χώρο της αγοράς και ο τρίτος μέσω των κοινωνικών μηχανισμών, που επεμβαίνουν μεταξύ του κράτους και της αγοράς, προωθούν τη συζήτηση των προβλημάτων και στοχεύουν στην επίτευξη συμφωνίας για τη λύση τους (Michael Edwards, 2009).

Η κοινωνία των πολιτών (civil society) δεν είναι ένας απλός κοινωνικός μηχανισμός. Σύμφωνα με τον J.Hofman (2006), η κοινωνία των πολιτών ορίζεται ως μία ειδική σφαίρα, ως ένας τρόπος δράσης, ως παρατήρηση της πραγματικότητας, ως μία ρυθμιστική ιδέα και ως μία ουτοπική αντίληψη. Για να είναι δυνατό να αναλυθεί εμπειρικά η έννοια αυτή, οι Anheier, L.Carlson, V.Heinrich και K.Naidoo (2001), έδωσαν ένα πληρέστερο ορισμό. Κοινωνία των πολιτών είναι η σφαίρα των ιδρυμάτων, των οργανισμών και των ατόμων που βρίσκονται ανάμεσα στην οικογένεια, το κράτος και την αγορά και προωθούν εθελοντικά τα κοινά συμφέροντα. Επιπλέον, ο Hegel (1821) χρησιμοποίησε την έννοια της κοινωνίας των πολιτών με σκοπό να τεκμηριώσει τη θεωρία του, σχετικά με το ότι η κυβέρνηση θα μπορούσε να βρει τη θέση της στην αγορά εργασίας, με γνώμονα την κοινωνία και την συνεργασία των μελών της, ώστε να αντιμετωπίσει τα οικονομικά προβλήματα και τις κοινωνικές συγκρούσεις.

Με βάση τους παραπάνω ορισμούς, ο ρόλος της κοινωνίας των πολιτών είναι να διατηρεί την αυτονομία και την ανεξαρτησία της, ως ενδιάμεσος χώρος μεταξύ του κράτους, της αγοράς και των πολιτών. Ήδη, από την δεκαετία του '90 και μετά, η κοινωνία των πολιτών είχε ως κεντρικό δόγμα την συνεργασία μεταξύ της κοινωνίας και του πολίτη και ταυτίστηκε με την οικοδόμηση «δημοσίων κοινωνιών». <sup>3</sup>Ο ρόλος της όμως, δεν περιορίζεται μόνο σε αυτά. Όπως υποστηρίζει και ο N.Chandhoke (2003), η κοινωνία των πολιτών μπορεί να αποτελέσει το έδαφος προκειμένου να

---

<sup>3</sup> Edwards M., (2009), *Civil Society*, USA, Polity Press, (p. 11 – 24).

δημιουργηθεί η πρόκληση για τις αντιλήψεις του κράτους και για το τι είναι πολιτικά ορθό. Επιπλέον, ο M.Kohn (2002) προσθέτει ότι, μέσω της κοινωνίας των πολιτών οι ίδιοι οι πολίτες μπορούν να οργανωθούν, ώστε να αμφισβητήσουν ή να υπερασπιστούν τους τρόπους άσκησης και κατανομής της εξουσίας.

Επομένως, ορθά η κοινωνία των πολιτών είναι ένας χώρος που θα πρέπει να μεσολαβεί μεταξύ του κράτους και των πολιτών, με τέτοιο τρόπο όμως ώστε να διατηρεί την φερεγγυότητά της και να φροντίζει για την ομαλή συνεργασία μεταξύ του κράτους και των πολιτών. Με αφετηρία τη θέση αυτή, θα πρέπει να ασκεί κριτική στις πολιτικές της κυβέρνησης και να προωθεί τον ανοιχτό διάλογο συνεργασίας με τους πολίτες. Ακόμη, θα πρέπει να προστατεύει τα δικαιώματα των πολιτών, να είναι ενήμερη για τις πολιτικές και κοινωνικές εξελίξεις, αλλά και για την πορεία της οικονομίας εντός και εκτός συνόρων, με σκοπό την καλύτερη δυνατή αντιμετώπιση των προβλημάτων της κοινωνίας.

Η κοινωνία των πολιτών αναπαριστάται με διάφορες μορφές, που ποικίλουν ως προς το βαθμό τυπικότητας, οικονομίας και εξουσίας. Μερικές από αυτές είναι οι επαγγελματικές ενώσεις, οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), τα άτυπα εθελοντικά δίκτυα και οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες, στις οποίες γίνεται εκτενέστερη αναφορά στο κεφάλαιο 1.7..

### 1.3.: Η ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΩΣ ΔΗΜΟΣΙΑ ΣΦΑΙΡΑ

Προκειμένου να είναι επιτυχημένη η κοινωνία των πολιτών θα πρέπει να προβάλλει πάνω από όλα το κοινό καλό, να στοχεύει δημοκρατικά σε αυτό, αλλά και να ασκεί επιρροή σε όσους βρίσκονται έξω από αυτήν, ώστε να προσελκύει όλο και πιο πολλά καινούργια μέλη.

Έχει καταστεί σαφές μέσα από διάφορες μελέτες ότι η ανάπτυξη κοινών συμφερόντων αποτελεί κρίσιμο χαρακτηριστικό για μία αποτελεσματική διακυβέρνηση. Για τον σκοπό αυτό, η διακυβέρνηση ενδείκνυται να είναι πρόθυμη να παραχωρήσει έδαφος στους πολίτες και να συμμετέχει σε ανοιχτό εκλογικευμένο διάλογο μαζί τους. Προκειμένου όμως να επιτευχθεί μία συμφωνία δημοκρατικά υπέρ των κοινών συμφερόντων, η διακυβέρνηση καλείται να ακούσει και να εξετάσει τις διαφορετικές απόψεις των πολιτών, όχι τόσο από πολιτική όσο από κοινωνική σκοπιά. Το έργο αυτό είναι αρκετά δύσκολο, καθώς χρειάζεται μία δημόσια σφαίρα, ανεξάρτητη από τα ιδιωτικά συμφέροντα, που να παρεμβαίνει μεταξύ της διακυβέρνησης και των πολιτών.

Η κοινωνία των πολιτών, όπως αναπτύχθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, είναι μία ειδική δημόσια σφαίρα που παρεμβαίνει μεταξύ του κράτους και των πολιτών.

Πιο συγκεκριμένα, στηριζόμενοι στην θεωρία του Jurgen Habermas (1962) για την δημόσια σφαίρα, η κοινωνία των πολιτών ως δημόσια σφαίρα είναι αυτή που παρεμβαίνει για την επιχειρηματολογία και την θεσμική συνεργασία μεταξύ των φορέων της κοινωνίας και της πολιτικής διακυβέρνησης. Ουσιαστικά, μετατρέπεται σε ένα μη νομοθετικό δημόσιο χώρο, στον οποίο αναπτύσσονται για συζήτηση οι κοινωνικές διαφορές, τα κοινωνικά προβλήματα, η δημόσια τάξη, η κυβερνητική δράση, θέματα της κοινότητας, αλλά και της πολιτιστικής ταυτότητας. Βέβαια, η έκταση των θεμάτων αυτών προωθούν την δημοκρατία, εφόσον όμως παρουσιάζονται αλήθειες, ενώ προσφέρουν την δυνατότητα έκφρασης εναλλακτικών

απόψεων, χωρίς να υπερισχύει η καχυποψία των άλλων ή η απαγόρευση της ελευθερίας του λόγου<sup>4</sup>.

Η σημασία της κοινωνίας των πολιτών ως δημόσια σφαίρα είναι ιδιαίτερα σημαντική. Αρχικά, προωθεί την ελευθερία του λόγου. Όλες οι διαφορετικές ιδέες και γνώμες έχουν ξεχωριστή σημασία, καθώς ο κάθε πολίτης έχει το δικαίωμα να συμμετέχει, εάν το επιθυμεί. Έπειτα, προωθεί την δικαιοσύνη και τις δημοκρατικές αξίες και έχει δημόσιο χαρακτήρα για αυτό παρέχει σημαντικές πληροφορίες ευρέως στο κοινό. Παράλληλα, βοηθάει διαφορετικούς ανθρώπους να βρουν την ισορροπία μεταξύ της προσωπικής αυτονομίας και των απαιτήσεων του κοινωνικού συνόλου, με αποτέλεσμα την συγκρότηση από κοινού μίας έννοιας συλλογικής ταυτότητας και συλλογικής δράσης.

Γίνεται, λοιπόν, αντιληπτό πως η συμβολή της κοινωνίας των πολιτών είναι αξιολημείωτη, τόσο σε ατομικό, όσο και σε συλλογικό επίπεδο. Η κοινωνία των πολιτών ως δημόσια σφαίρα, που καταφέρνει να προωθήσει τα όσα αναφέρθηκαν, οδηγεί στην ομαλή συνεργασία μεταξύ του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα και στην επικράτηση της διαφάνειας στις σχέσεις μεταξύ της κοινωνίας και του πολίτη.

---

<sup>4</sup> Edwards M., (2009), *Civil Society*, USA, Polity Press, (p.63 – 73).

## 1.4.: Η ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Σε περιόδους παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης, αναδύεται η κοινωνική ανισότητα και ο κοινωνικός αποκλεισμός, τα οποία αναπτύσσουν το ατομικό συμφέρον και εμποδίζουν την ανάπτυξη της κοινωνίας των πολιτών. Παρόλα αυτά, η δύναμη της κοινωνίας των πολιτών μπορεί να ενισχυθεί από την ενεργή συμμετοχή των ίδιων των πολιτών. Η αύξηση της πυκνότητας της κοινωνίας των πολιτών μπορεί να αποτελέσει εφήμερο φαινόμενο, εξαιτίας της έκτακτης ανάγκης σε τέτοιες περιόδους. Αυτό σημαίνει πως όταν η οικονομική ασφάλεια ανακάμψει, οι συλλογικές δράσεις των πολιτών ενδέχεται να υποχωρήσουν.

Για να είναι ισχυρή η κοινωνία των πολιτών, κρίνεται σημαντικό να παρέχει την ευκαιρία για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων. Όμως, στην περίπτωση που η πράξη γίνεται ως έσχατη λύση, εξαιτίας της κάλυψης κάποιας άμεσης ανάγκης, οι εξωτερικές συνθήκες και η πίεση μπορούν να επηρεάσουν την πορεία της δράσης κοινωνικής αλληλεγγύης (Lorenzo Fioramonti και Olga Kononykhina, 2015).

Η κρίση και οι πολιτικές λιτότητας οδηγούν στην κινητοποίηση των φορέων της κοινωνίας των πολιτών για να καλύψουν κενά της πολιτικής διακυβέρνησης και να ενισχύσουν τα αδύναμα κοινωνικά στρώματα. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η επίτευξη της πραγματικής αυτονομίας είναι πολύ πιο δύσκολη, σε σύγκριση με το παρελθόν. Στη σημερινή εποχή της κρίσης, εμφανίζονται φορείς της κοινωνίας των πολιτών, οι οποίοι έχουν χάσει την φερεγγυότητά τους και έχουν αποκτήσει προνομιακή σχέση με το κράτος, ώστε να εξασφαλίσουν κεφάλαια για την κάλυψη των εξόδων τους και να επιβιώσουν. Είναι αυτό που αναφέρει χαρακτηριστικά ο Ramon Feenstra ότι «ο πολιτικός πειρασμός έχει γίνει μία κοινή τάση για την κοινωνία των πολιτών». Ακόμη, έχουν σημειωθεί περιπτώσεις, όπου διάφοροι φορείς υιοθετούν τεχνικές της αγοράς για να επιδίδονται σε εμπορικές δραστηριότητες και να καλύπτουν με τον τρόπο αυτό τα έξοδα λειτουργίας τους.

Ως αποτέλεσμα όλων αυτών, έχει δημιουργηθεί ένα κλίμα καχυποψίας των πολιτών απέναντι στους φορείς, τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης και τους πραγματικούς σκοπούς ή ανάγκες που καλύπτουν. Ωστόσο, εν μέσω της οικονομικής κρίσης, μικρές μερίδες πολιτών οργανώθηκαν και δημιούργησαν άτυπα αυτο-

οργανωμένα δίκτυα εθελοντών, απαλλαγμένα από τον κρατικό έλεγχο και αυτοχρηματοδοτούμενα από τους ίδιους και τους ανθρώπους που θέλουν να συμβάλλουν στο έργο τους.



## 1.5.: ΠΩΣ ΕΧΕΙ ΕΞΕΛΙΧΘΕΙ Η ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ

### *Ευρώπη*

Η οικονομική κρίση έχει αρνητικές συνέπειες για τις θεσμικές οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών (CSOs). Πολλές από αυτές αναγκάστηκαν να περιορίσουν το πεδίο δραστηριοτήτων τους, καθώς αδυνατούσαν να καλύψουν όλες τις αυξημένες ανάγκες των πολιτών. Άλλες αναγκάστηκαν να απολύσουν προσωπικό και να μειώσουν μισθούς, εξαιτίας της έλλειψης πόρων από τους φορείς συνεργασίας, όπως για παράδειγμα το κράτος, ιδρύματα, διεθνείς οργανισμοί ή ευρωπαϊκά προγράμματα ένταξης και υποστήριξης.

Σύμφωνα με έρευνα των M.Kaldor και S.Selchow (2013), οι τυπικές οργανώσεις στην Ανατολική Ευρώπη έχουν πληγεί περισσότερο από την κρίση, σε σχέση με αυτές στην Δυτική Ευρώπη. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν και εκείνες οι οργανώσεις που επωφελήθηκαν από την κρίση. Συγκεκριμένα, στην Δυτική Ευρώπη παρουσιάζεται αύξηση των εθελοντών, στα πλαίσια της διάδοσης της αξίας της κοινωνικής αλληλεγγύης, ιδιαίτερα σε χώρες με πολλά οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα. Ακόμη, η κρίση έχει ενισχύσει την Βόρεια και Νότια Ευρώπη. Ειδικότερα, στη Νότια Ευρώπη οι οργανώσεις κατάφεραν να αντιμετωπίσουν σε μεγάλο βαθμό τα οικονομικά τους προβλήματα που προέρχονταν από τη συνεχή εξάρτηση σε βάθος χρόνου από τα κρατικά κονδύλια, με το να μειώσουν την δημόσια χρηματοδότηση και να επεκτείνουν τα δίκτυα συνεργασίας τους με άλλες ΜΚΟ, αλλά και με άτυπες οργανώσεις ή πρωτοβουλίες εθελοντών.

Τα τελευταία χρόνια της κρίσης στην Ευρώπη, το χάσμα μεταξύ μεγάλων και μικρών οργανώσεων σε τοπικό επίπεδο, που βασίζονται στο μη κερδοσκοπικό φορέα, έχει βαθύνει. Απόρροια του γεγονότος αυτού ήταν ο πολλαπλασιασμός των άτυπων και αυτοοργανωμένων δράσεων σε τοπικό κυρίως επίπεδο.

## Ελλάδα

Ανέκαθεν, η κοινωνία των πολιτών στην Ελλάδα ήταν αδύναμη, συγκριτικά με την υπόλοιπη Ευρώπη. Λόγω του μικρού μεγέθους της και την αδιαφορία μεγάλου μέρους της κοινωνίας, οι δομές της δεν είναι καλά ισορροπημένες, το περιβάλλον δράσης δεν έχει σαφή όρια, ενώ πολλοί λίγοι συμμερίζονται τις αξίες της.

Η οικονομική κρίση οδήγησε σε δραματική επιδείνωση των συνθηκών διαβίωσης των ελληνικών νοικοκυριών. Χαρακτηριστικά, με βάση τα στοιχεία έρευνας της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής για τις συνθήκες διαβίωσης των νοικοκυριών, το 2014<sup>5</sup>, το 36% του πληθυσμού βρίσκεται σε κίνδυνο φτώχειας ή κοινωνικού αποκλεισμού. Όλα αυτά έχουν οδηγήσει στην ενίσχυση του ατομικισμού της κοινωνίας στο σύνολό της. Ωστόσο, ένα σημαντικό μέρος της κοινωνίας στηρίζει και παρέχει βοήθεια σε όσους έχουν ανάγκη.

Αρκετοί κρατικοί και μη κρατικοί φορείς έχουν κινητοποιηθεί με σκοπό να παρέχουν την στήριξη τους στα θύματα της οικονομικής κρίσης. Για παράδειγμα, ΜΚΟ, οργανώσεις και σωματεία, επιχειρήσεις και διάφορες εταιρείες τηλεπικοινωνιών και μέσων μαζικής ενημέρωσης, η Εκκλησία, τοπικές ομάδες, συνεταιρισμοί και εναλλακτικές αυτοοργανωμένες κοινότητες συνεργάζονται μεταξύ τους ή με άλλους φορείς, ώστε να εξαλείψουν κοινωνικά προβλήματα που γιγαντώθηκαν με την οικονομική κρίση. Εν τω μεταξύ, η συνεργασία των δήμων με μη κερδοσκοπικές οργανώσεις οδήγησε στη δημιουργία νέων δομών κοινωνικής πρόνοιας, όπως είναι τα κοινωνικά φαρμακεία και τα κοινωνικά παντοπωλεία. Παράλληλα, διάφορα ιδρύματα ξεκίνησαν να χρηματοδοτούν τις ΜΚΟ και να προωθούν το έργο τους και στους συνεργάτες τους<sup>6</sup>.

Αξίζει να αναφερθεί πως και στην Ελλάδα παρατηρείται μία σταδιακή αποδέσμευση της κοινωνίας των πολιτών από τους κρατικούς θεσμούς και μία αναδυόμενη τάση για αυξημένη συμμετοχή του κοινού στον άτυπο εθελοντισμό. Και

---

<sup>5</sup> Βλέπε Παράρτημα 1 σελ. 126.

<sup>6</sup> Sotiropoulos D.A. & Karamagioli E., (2015), *Greek Civil Society: The Long Road to Maturity*, Access2democracy, (p. 1 – 5).

αυτό συμβαίνει γιατί η κοινωνία αντιλαμβάνεται πλέον την ανάγκη και την αξία της προσφοράς για το γενικό καλό. Σταδιακά, πολλοί διαφορετικοί φορείς με διαφορετικές στρατηγικές έχουν κινητοποιηθεί για την ελληνική κοινωνία των πολιτών, αλλά ακόμη απαιτούνται πολλές προσπάθειες για να γίνει ισχυρή και αποτελεσματική.

## 1.6.: Ο ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ένας κατάλληλος ορισμός για τον εθελοντισμό είναι απαραίτητος για την κατανόηση της πραγματικής προσφοράς κοινωνικής αλληλεγγύης, αλλά και για τον διαχωρισμό της αμειβόμενης εργασίας από την εθελοντική.

Ο εθελοντισμός περιλαμβάνει την «παροχή υπηρεσίας ή ανάληψη δραστηριότητας, χωρίς την καταβολή αμοιβής, προς όφελος της κοινότητας και των προσώπων, εξαιρουμένων των συγγενών και των μελών της οικογένειας» (Δημήτρης Μπουρίκος 2004). Η εθελοντική εργασία δεν είναι υποχρεωτική και δεν περιορίζεται σε ένα συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο. Ένας πληρέστερος και πιο πρακτικός ορισμός έχει δοθεί από το Υπουργείο Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης και την Ομοσπονδία των Μη-Κερδοσκοπικών και Εθελοντικών Οργανώσεων. «Εθελοντισμός είναι οργανωμένη ή μη υποχρεωτική εργασία, που προσφέρεται χωρίς αποζημίωση. Παρέχεται μέσω της κυβέρνησης, της αγοράς ή άτυπων τομέων με μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα. Ωφελεί άτομα, ομάδες και κοινότητες ή την κοινωνία στο σύνολό της και όχι τους συγγενείς, τους φίλους ή άλλα κοινωνικά δίκτυα, στα οποία μπορεί ένα πρόσωπο να συμμετέχει και να επωφεληθεί» (Παναγιώτης Ζάννης 2004).

Παλαιότερα, ο εθελοντισμός στην Ελλάδα συνδεόταν κυρίως με την Ορθόδοξη Εκκλησία, ενώ η αλληλεγγύη συνδεόταν πιο πολύ με την οικογένεια και την συγγένεια. Η Εκκλησία μέσα από το κήρυγμα και τους διάφορους εράνους ή γεύματα που διοργανώνει μέχρι σήμερα, συνέβαλλε στην διάδοση της αξίας της κοινωνικής αλληλεγγύης και της συνεισφοράς, καθώς και στην στήριξη αδύναμων κοινωνικών στρωμάτων. Μολοταύτα, οι στενοί δεσμοί συγγένειας εμπόδιζαν την ανάπτυξη της κοινωνίας των πολιτών, καθώς οι άνθρωποι νοιάζονταν μόνο για το καλό της οικογένειάς τους και του κοινωνικού τους περίγυρου, ενώ δεν έδειχναν πραγματικό ενδιαφέρον ή αντιμετώπιζαν καχύποπτα τον εθελοντισμό και την κοινωνική προφορά σε τρίτους. Χρειάζεται, επίσης, να σημειωθεί ότι τα προηγούμενα χρόνια διακατείχε την ελληνική κοινωνία η ισχυρή πεποίθηση ότι δεν μπορεί να υφίσταται εργασία χωρίς την ανάλογη έμμισθη αμοιβή.

Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική κοινωνία έχει αξιολογήσει με νέο τρόπο το θέμα του εθελοντισμού και έχει αποκτήσει μία πιο θετική άποψη για το θέμα αυτό.

Το νομοθετικό πλαίσιο, το οποίο επικρατούσε μέχρι και τις αρχές της δεκαετίας του '90, δεν περιελάμβανε κάποια στρατηγική για τις εθελοντικές δράσεις και την κοινωνική αλληλεγγύη, καθώς δεν ήταν στις άμεσες προτεραιότητες της διακυβέρνησης. Κατά την διάρκεια της δεκαετίας του '90 και προς το τέλος του αιώνα, ο εθελοντισμός γνωρίζει μεγαλύτερη ανάπτυξη μέσα από διάφορες εκστρατείες της κυβέρνησης, υπέρ της ενίσχυσης της κοινωνίας των πολιτών και της κοινωνικής αλληλεγγύης. Ιδιαίτερης σημασίας γεγονός αποτελεί η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα, το 2004, καθώς άνοιξε το δρόμο στις μεγάλες κερδοσκοπικές εταιρίες για πρωτοβουλίες και προγράμματα εθελοντισμού σε διάφορους τομείς της κοινωνίας (European Volunteer Centre, 2012).

Από το 2011 έως και σήμερα, η κύρια πηγή του εθελοντισμού είναι ο μη κερδοσκοπικός τομέας και οι άτυπες πρωτοβουλίες δράσεων. Ο εθελοντισμός εμφανίζεται με διαφορετικά πρότυπα, με σκοπό να καλύψει άμεσες ανάγκες της κοινωνίας, την στιγμή που δεν υπάρχει κάποια ενιαία πολιτική αντιμετώπισης από την πλευρά του κράτους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η προσφυγική κρίση, η οποία κορυφώθηκε το 2015 με την έλευση χιλιάδων προσφύγων και με τις εθελοντικές ομάδες να συμβάλλουν με όποιο τρόπο μπορούν στην κάλυψη βασικών άμεσων αναγκών. Ο κύριος χώρος δράσης του εθελοντισμού των επίσημων οργανώσεων ήταν ο χώρος της μεσαίας τάξης, ενώ σήμερα, οι επίσημες οργανώσεις τείνουν να είναι περισσότερο εμπορικές παρά εθελοντικές. Η υποβάθμιση της ελληνικής κοινωνίας έφερε ως αποτέλεσμα την δημιουργία νέων άτυπων μορφών εθελοντισμού, όπως είναι οι αυτοοργανωμένες πρωτοβουλίες των πολιτών, δίχως βέβαια να υπάρχει η αντίστοιχη νομοθεσία.

Η ελληνική κυβέρνηση είχε κάνει κάποιες περιορισμένες προσπάθειες στο παρελθόν, σε συνεργασία με τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, με σκοπό την χρηματοδότηση, υπό μορφής σύμβασης, εθελοντικών δράσεων, χωρίς όμως ιδιαίτερη επιτυχία. Για το λόγο αυτό, η οποιαδήποτε οικονομική στήριξη στον τομέα αυτό προέρχεται από τοπικές κοινότητες ή μέσω χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι εθελοντικές οργανώσεις και ειδικά οι αυτοοργανωμένες πρωτοβουλίες της κοινωνίας των πολιτών δεν διαθέτουν τα μέσα και τις γνώσεις για την υποστήριξη και προώθηση της κοινωνικής αλληλεγγύης σε μεγάλη κλίμακα πληθυσμού, για αυτό και

δρουν κυρίως σε τοπικό επίπεδο. Το μέλλον τους εξαρτάται αφενός, από την υιοθέτηση άτυπων πολιτικών οδηγιών και την εφαρμογή αυτών στην πράξη και αφετέρου, από την προθυμία και την εμπειρία των ενδιαφερόμενων για την προώθηση της ιδέας και της αξίας του εθελοντισμού σε ένα συγκεκριμένο χωροχρονικό πλαίσιο. Σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη και στην επιβίωση των εθελοντικών δράσεων διαδραματίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, για τα οποία θα αναφερθούμε εκτενέστερα παρακάτω.

## 1.7.: ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ (ΑΟΚΑ)

Οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης (ΑΟΚΑ) αποτελούν εναλλακτικά δίκτυα, κοινότητες ή ομάδες εθελοντών της κοινωνίας των πολιτών, που τα περισσότερα από αυτά λειτουργούν με συνελεύσεις και λαμβάνουν αποφάσεις δημοκρατικά από το σύνολο των διατυπωμένων απόψεων των μελών τους. Η συγκεκριμένη ορολογία πηγάζει από την διδακτορική έρευνα της Ελένης-Ρεβέκκας Στάϊου<sup>7</sup> και την δράση της «Οργάνωση 2.0»<sup>8</sup>. Οι πρωτοβουλίες ανήκουν, όπως και οι Μη Κερδοσκοπικές Οργανώσεις, στον «τρίτο τομέα», δηλαδή στο σύνολο των πρακτικών οργάνωσης της κοινωνικής και οικονομικής ζωής, οι οποίες δεν μπορούν να ενταχθούν αυστηρά ούτε στο δημόσιο, ούτε στον ιδιωτικό τομέα. Δεν υποβάλλονται σε κάποιο συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο, ούτε ελέγχονται από το κράτος. Παρόλα αυτά, έχουν δημόσιο χαρακτήρα και οι δράσεις τους πραγματοποιούνται κυρίως τοπικά από εθελοντές και μέλη της κοινωνίας που επιθυμούν να προσφέρουν στο έργο τους.

Η θεωρία της κοινωνικής αυτο-οργάνωσης συνδέεται με πτυχές της στρουκτουραλιστικής θεωρίας του Anthony Giddens σχετικά με τη «δυναμική δομή της κοινωνίας» (1984). Αναγνωρίζοντας τη σημασία των ενεργειών του ανθρώπου για την κοινωνία, ο Giddens υποστήριξε πως οι δομές της κοινωνίας είναι το μέσο και το αποτέλεσμα των ενεργειών του ανθρώπου. Οι δομές επιτρέπουν, αλλά συγχρόνως εμποδίζουν τις ανθρώπινες ενέργειες. Η θεωρία αυτή βρίσκει αντίκτυπο και στις αυτοοργανωμένες πρωτοβουλίες. Η οικονομική κρίση και η επιδείνωση της κοινωνικής ζωής οδήγησαν στην ανάπτυξη πρωτοβουλιών με σκοπό την στήριξη των

---

<sup>7</sup> Μέλος της ερευνητικής ομάδας «Ψηφιακά Μέσα», η οποία συμμετέχει στο Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία, την Εκπαίδευση και τα ΜΜΕ, στο τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

<sup>8</sup> Στόχος της πλατφόρμας Οργάνωση 2.0 είναι η συγκέντρωση πληροφοριών για τις δράσεις των αυτοοργανωμένων πρωτοβουλιών δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης σε μία ιστοσελίδα, η οποία διευκολύνει την πρόσβαση του κοινού στην ενημέρωση, τη συνεργασία και την επικοινωνία με τις πρωτοβουλίες αυτές.

κοινοτικών δομών. Παράλληλα όμως, οι αλλαγές που προκλήθηκαν στις κοινωνικές δομές καθορίζουν και το μέλλον τους. Η θεωρία του Giddens συμφωνεί με την θεωρία του Niklas Luhmann (1984), ο οποίος υποστήριξε πως η αυτο-οργάνωση της κοινωνίας είναι παγιδευμένη σε ένα «δυϊσμό των ανθρώπων και των κοινωνικών δομών».

Είναι κοινά αποδεκτό στην επιστημονική κοινότητα ότι τα δίκτυα αυτο-οργάνωσης έχουν μία σύνθετη δομή και μία κυκλική αιτιότητα. Η δομή τους δεν είναι πάντοτε ξεκάθαρη, επειδή ακριβώς δεν βασίζονται σε κάποιους κανόνες ή θεσμούς. Θα μπορούσε κανείς να υποστηρίξει πως καθορίζεται από την χρονική ή την χωρική διαφοροποίηση των διάφορων συστημάτων. Ακόμη, οι μικρές αλληλεπιδράσεις στα άτυπα δίκτυα αυτοοργάνωσης, μπορούν να έχουν μεγάλες επιπτώσεις στην ποιότητά τους ή και το αντίστροφο, μεγάλες αλλαγές να προκαλέσουν μικρές επιπτώσεις. Επομένως, οι αλληλεπιδράσεις και οι συνέπειές τους δεν μπορούν να αποτυπωθούν γραμμικά, γεγονός που κάνει πιο πολύπλοκη την ανάλυση των δικτύων αυτών<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Fuchs C., (2003), *Structuration Theory and Self – Organization*, Systemic Practice and Action Research Vol.16, No. 2, (p.133 – 164).



## **1.8.: Η ΔΟΜΗ ΤΩΝ ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ**

Οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες οργανώνουν διάφορες δράσεις, με σκοπό να καλύψουν άμεσες ανάγκες, να επιλύσουν προβλήματα της κοινωνίας με την συνεργασία της τοπικής αυτοδιοίκησης, των επαγγελματικών και επιστημονικών συλλόγων ή διαφόρων άλλων κοινοτήτων. Ανάλογα με το είδος των δράσεων μπορούν να διακριθούν στις εξής κατηγορίες: α) κατά περίπτωση διανομή τροφίμων, β) συστηματική διανομή τροφίμων, γ) διαμεσολάβηση μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών, δ) εναλλακτικά δίκτυα ανταλλακτικής οικονομίας, ε) κοινωνικά ιατρεία και κοινωνικά φαρμακεία, στ) κοινωνικά φροντιστήρια και τέλος ζ) ομάδες αυτοβοήθειας<sup>10</sup>.

Για να μπορέσει να λειτουργήσει μία αυτο-οργανωμένη πρωτοβουλία δράσεων και να επιτελέσει σοβαρό έργο, είναι σημαντικό, αρχικά, να θέσει ορισμένα κριτήρια. Πρώτα από όλα, προτείνεται να περιορίσει τις κοινωνικές ομάδες που θα παρέχει βοήθεια, καθώς δεν υπάρχουν τα μέσα ή οι πόροι, ειδικά στην αρχή της ενεργής δράσης της πρωτοβουλίας, για να βοηθήσει μεγάλο μέρος της κοινωνίας. Για αυτό και οι δράσεις των περισσότερων πρωτοβουλιών περιορίζονται τοπικά. Έπειτα, επειδή οι συγκεκριμένες ομάδες κοινωνικής αλληλεγγύης ξεκινούν συνήθως τις δράσεις τους δίχως τους ανάλογους πόρους και την στήριξη άλλων φορέων, οι ίδιοι οι εθελοντές καλούνται να χρηματοδοτήσουν το έργο τους, στα πλαίσια της αλληλέγγυας οικονομίας. Τέλος, θα ήταν χρήσιμο να δημιουργήσουν ένα διαφορετικό μοντέλο κοινωνικής αυτοδιαχείρισης, με την συμβολή του κόσμου σε αυτό, ανάλογα με τις ανάγκες που επρόκειτο να καλύψουν, το οποίο να στηρίζεται στην ανταλλακτική οικονομία και την εθελοντική εργασία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι τράπεζες χρόνου, ένα δίκτυο ανταλλαγής υπηρεσιών με μονάδα συναλλαγής το χρόνο και όχι τα χρήματα, το οποίο μπορεί να καλύψει βασικές ανάγκες κάθε νοικοκυριού.

---

<sup>10</sup> Σύμφωνα με τη μελέτη για τη διερεύνηση και αποτύπωση της τρέχουσας κατάστασης του εθελοντισμού στην Ελλάδα της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, 2011-2012.

Η αξία των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών για την κοινωνία των πολιτών αντικατοπτρίζεται σε διάφορους τομείς. Τα άτυπα αυτά δίκτυα κοινωνικής αλληλεγγύης προσφέρουν εναλλακτικές υπηρεσίες με καινοτομική δράση, οι οποίες συμβάλλουν στην δημιουργία δεσμών αλληλεγγύης μεταξύ των μελών. Ακόμη, μπορούν να αποτελέσουν τη φωνή των περιθωριοποιημένων κοινωνικών ομάδων και να ανταποκριθούν στις ανάγκες της γειτονιάς ή και περιορισμένων χωρικών ενότητων<sup>11</sup>. Επιπρόσθετα, δημιουργούν μία κοντινή σχέση με την τοπική κοινότητα και ενισχύουν την αίσθηση της συμμετοχής, λόγω της έλλειψης της γραφειοκρατίας και την αναίρεση του στίγματος των πελατειακών σχέσεων.

---

<sup>11</sup> Stalder F., (2013), *Digital Solidarity*, PML Books Series, (p.31 – 51).

## **1.9.: ΛΟΓΟΙ ΑΥΞΗΣΗΣ ΤΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΑΥΤΟ- ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ**

Τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα την περίοδο της απαρχής και της κορύφωσης της κρίσης, οι δράσεις αλληλεγγύης των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών αυξήθηκαν, όπως επίσης αυξήθηκε η υποστήριξη και η συμμετοχή των πολιτών σε αυτές.

Αφενός, οι λόγοι που οδήγησαν στην εξάπλωση του φαινομένου έχουν να κάνουν με την δράση οργανωμένων δικτύων, όπως οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις. Ο τομέας των ελληνικών ΜΚΟ είναι εξαιρετικά κατακερματισμένος. Ο συνολικός αριθμός τους είναι αδύνατον να υπολογιστεί, λόγω της απουσίας ελέγχου και της μη επίσημης καταγραφής αυτών από τους κρατικούς φορείς. Ο ανταγωνισμός μεταξύ τους για τα περιορισμένα κρατικά κονδύλια, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, έχει δημιουργήσει χάσμα, τόσο στην μεταξύ τους συνεργασία, όσο και στην κοινή γνώμη σχετικά με τον πραγματικούς στόχους των ΜΚΟ. Ο ρόλος των ΜΚΟ είναι να ασκούν δραστηριότητα σχετικά με τις αρχές της κοινωνικής αλληλεγγύης. Παρόλα αυτά, έχουν χάσει τον ουσιαστικό τους ρόλο και την αξιοπιστία τους, εξαιτίας της εμπλοκής των πολιτικών εκπροσώπων, των στενών πελατειακών σχέσεων και της απουσίας ελέγχου της χρηματοδότησης και των επιχορηγήσεων, με αποτέλεσμα τα φαινόμενα χρηματισμού και διαφθοράς να αυξάνονται. Την ίδια στιγμή, οι ΜΚΟ μειώνουν το προσωπικό και τις δραστηριότητές τους, για να αντιμετωπίσουν τα οικονομικά τους προβλήματα, στρατηγικές οι οποίες αποδυναμώνουν ακόμη πιο πολύ την δημόσια εικόνα τους.

Αφετέρου, οι εξελίξεις της ελληνικής κοινωνίας και τα κενά διοίκησης της διακυβέρνησης, αποτελούν εξίσου σημαντικούς λόγους για την ενίσχυση των αυτοοργανωμένων πρωτοβουλιών. Οι αλλαγές στο κομματικό σύστημα, ύστερα από τις εκλογές του 2015 και την ανατροπή της δεξιάς από την αριστερή κυβέρνηση, η εφαρμογή του τρίτου μνημονίου στη χώρα και οι αλλαγές που επέφερε στην κοινωνία, η προσφυγική κρίση και η εισροή μεταναστευτικών κυμάτων από την Συρία, τις αραβικές και τις αφρικανικές χώρες, όλα αυτά τα γεγονότα συνέβαλαν

στον πολλαπλασιασμό των εναλλακτικών δικτύων αλληλεγγύης. Από το 2011 έως σήμερα, έχουν δημιουργηθεί ομάδες ή πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης στα μεγάλα αστικά κέντρα, αλλά και στην επαρχία, με την υποστήριξη πρωτίστως του κόσμου και κατόπιν των δήμων ή άλλων φορέων.

Ειδικά, πολλές από τις αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης έχουν ως προτεραιότητα την πολιτική τους αυτονομία για την υλοποίηση των στόχων τους. Υπάρχουν όμως και αυτές, οι οποίες κατακρίνουν την τακτική της κυβέρνησης. Γενικότερα όμως, η καταμέτρηση και η κατηγοριοποίηση των πρωτοβουλιών δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης είναι πολύ δύσκολη, λόγω των διαφορετικών στόχων και αναγκών που καλύπτουν.

Αξίζει να αναφερθεί ότι ο πολλαπλασιασμός των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών αποτελεί σαφή ένδειξη της δυσαρέσκειας της κοινωνίας με την αντιπροσωπευτική δημοκρατία και τις πολιτικές που εφαρμόζει. Η εξάπλωση των εναλλακτικών αυτών ομάδων αντανακλά την επιλογή της κοινωνίας των πολιτών να πειραματιστεί με νέες μορφές του ριζοσπαστικού ακτιβισμού, αλλά και την αυξημένη ανάγκη για προσφορά κοινωνικής αλληλεγγύης την περίοδο της κρίσης. Μπορεί η δύναμη της κοινωνίας των πολιτών να υπονομεύεται, εξαιτίας της κοινωνικής ανισότητας, ενισχύεται όμως από τις πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης.

Προκειμένου οι πρωτοβουλίες αυτές να επιβιώσουν, απαιτούνται να γίνουν πολλές αλλαγές στον μη κερδοσκοπικό τομέα. Σε διεθνές επίπεδο, η στήριξη των άτυπων φορέων μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω της υιοθέτησης καλών πρακτικών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στο πεδίο της κοινωνικής αλληλεγγύης, μέσω της κατάρτισης ενός κώδικα δεοντολογίας που θα διέπει τις σχέσεις των φορέων ή μέσω της συνεργασίας και στήριξης του έργου των αυτοοργανωμένων πρωτοβουλιών από τις ΜΚΟ. Στην ελληνική περίπτωση, η κοινωνία θα πρέπει να πάψει να περιστρέφεται γύρω από την λογική των πελατειακών σχέσεων και να δημιουργήσει το κατάλληλο νομικό πλαίσιο, με σαφείς οδηγίες, τόσο για τον οργανωμένο όσο και για τον άτυπο τομέα κοινωνικής αλληλεγγύης.

## 1.10.: ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

Η συνεργασία μεταξύ αυτο-οργανωμένων και οργανωμένων δικτύων κοινωνικής αλληλεγγύης αυξάνεται σημαντικά τα τελευταία δέκα χρόνια. Οι αυτοοργανωμένες κοινότητες συμβάλλουν στην αντιμετώπιση ελλείψεων και αδυναμιών του κράτους και στην ενίσχυση της ποιότητας ζωής των πολιτών, όπως και οι Μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί. Η διαφορά τους έγκειται στην δομή και στον τρόπο λειτουργίας αυτών.

Ωστόσο, η συνεργασία αυτή αποτελεί πρόκληση για την κοινωνία των πολιτών. Οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης, μαζί με τις ΜΚΟ και τα διάφορα ιδρύματα κοινωνικής πρόνοιας, θα μπορούσαν να προωθήσουν ένα μοντέλο καλής διακυβέρνησης, το οποίο να βασίζεται στον ανοιχτό διάλογο και την ανταλλαγή πληροφοριών, με σκοπό να βελτιώσουν τις πρακτικές της διακυβέρνησης και να ενισχύσουν την διαφάνεια και την πρόσβαση του κοινού στις πληροφορίες. Από τη μία, οι θεσμικές οργανώσεις κοινωνικής αλληλεγγύης μπορούν να βοηθήσουν τις αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες να εντοπίσουν τους τομείς της αναποτελεσματικότητας από την κακή διαχείριση ή την διαφθορά του κράτους και να παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες. Επιπλέον, μπορούν να τις καθοδηγήσουν ως προς τις διαδικασίες εποπτείας, εφόσον έχουν τις συγκεκριμένες γνώσεις από την εργασία στον σχετικό τομέα και επηρεάζονται από τις κρατικές παρεμβάσεις. Από την άλλη, οι αυτο-οργανωμένες κοινότητες μπορούν να συμβάλλουν θετικά στη δουλειά των οργανωμένων κοινοτήτων, με ερευνητικές εκθέσεις ή με την στήριξη των εκστρατειών τους<sup>12</sup>.

Οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν από τη συνεργασία αυτή είναι σημαντικοί. Πρωτίστως σημασίας είναι το θέμα της απουσίας του νομοθετικού πλαισίου και των σχετικών κανονισμών για την προώθηση και την συμμετοχή των πολιτών, λόγω αδιαφορίας των κρατικών φορέων, αλλά και των ίδιων των οργανισμών για το θέμα

---

<sup>12</sup> Global Partnership For Social Accountability, (2015), *Does Collaboration with Civil Society Strengthen Accountability Institutions? An Exploration*, GPSA Note 9, (p.1 – 10)

αυτό. Έπειτα, υπάρχει ο κίνδυνος να υπονομευτεί η ανεξαρτησία και η αντικειμενικότητα των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών. Όπως αναφέρθηκε, εξαιτίας περιπτώσεων χρηματισμού και διαφθοράς με τις κρατικές χρηματοδοτήσεις, οι ΜΚΟ έχουν χάσει την φερεγγυότητά τους. Για αυτό το λόγο, ενδεχομένως να αποθαρρυνθούν από το να συμμετέχουν στην εξωτερική εποπτεία, η οποία βέβαια πρέπει να είναι αμερόληπτη.

Το γεγονός αυτό αποτελεί έναν ακόμη σημαντικό λόγο, για τον οποίο οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες συχνά επιλέγουν να συμμετάσχουν μαζί με τους πολίτες σε μη δεσμευτικές συνεργατικές δράσεις και περιορίζονται σε συγκεκριμένους, χρονικά, δεσμευτικούς στόχους, αντί να συμμετέχουν σε προσπάθειες δημόσιας εποπτείας.

Επιπλέον, το κόστος και οι οικονομικές επιβαρύνσεις μίας θεσμικής οργάνωσης ή πρωτοβουλίας μπορεί να οδηγήσουν σε ρήξη της μεταξύ τους συνεργασίας και να θέσουν σε κίνδυνο το μέλλον της. Οι αυτο-οργανωμένες κοινότητες δεν μπορούν να δεσμευτούν για τις πρακτικές τους και για την συμμετοχή των πολιτών, γεγονός που μπορεί να ανατρέψει το έργο ενός ιδρύματος, να περιορίσει τους οικονομικούς του πόρους, ή ακόμη και τον κύκλο εργασιών του προσωπικού. Επομένως, η ανάλυση του κόστους από μία τέτοια συνεργασία είναι δύσκολη, δεδομένου ότι ορισμένα οφέλη δεν γίνεται να ποσοτικοποιηθούν.

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί πως έχουν σημειωθεί πετυχημένα παραδείγματα ανάλογων συνεργασιών οργανωμένων και αυτοοργανωμένων κοινοτήτων κοινωνικής αλληλεγγύης, όπως η συνεργασία του «National Ombudsman» με τη «General Audit Office». Αναμφισβήτητα, στην Ελλάδα θα πρέπει να γίνουν σημαντικές αλλαγές στον τομέα της κοινωνικής αλληλεγγύης και της εθελοντικής προσφοράς για να γίνει εφικτή μία καλή και εποικοδομητική συνεργασία.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΙ ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

### **2.1.: Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΙΣΤΟΥ 2<sup>ΗΣ</sup> ΓΕΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ**

Αδιαμφισβήτητα, ζούμε σε μία ψηφιακή εποχή, η οποία χαρακτηρίζεται από γρήγορες αλλαγές στην εξέλιξη της τεχνολογίας. Η έκρηξη της αστικοποίησης, σε συνδυασμό με τις εξελίξεις στον τομέα της τεχνολογίας, οδήγησαν στην δημιουργία ενός παγκόσμιου δικτύου ανθρώπων. Ουσιαστικά, θα έλεγε κανείς ότι η κοινωνική πραγματικότητα έχει μεταφερθεί από την έννοια της γειτονιάς στην έννοια της διαδικτυακής κοινότητας, το οποίο συνεπάγεται με την μετάβαση από το ιδιωτικό στο δημόσιο περιβάλλον. Ο τεχνολογικός ντετερμινισμός<sup>13</sup> έχει εγκαινιάσει μία νέα εποχή, στην οποία οι άνθρωποι προσομοιώνουν τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες ή οδηγούνται στον εκδημοκρατισμό της γνώσης και αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ενδυνάμωση της κοινωνικής συμμετοχής στην κοινωνία των πολιτών, όπως θα αναλυθεί στη συνέχεια της πτυχιακής εργασίας.

Οι δυνατότητες και τα εργαλεία που προσφέρει η 2<sup>η</sup> Γενιά του Παγκόσμιου Ιστού (Web 2.0) οδήγησαν στην μαζική διάχυση των πληροφοριών παγκοσμίως και σε αυτό που αρκετοί θεωρητικοί χαρακτηρίζουν ως «Έθνος του Περιεχομένου»<sup>14</sup>. Διαφορετικές ιδέες, απόψεις, κείμενα, εικόνες, φωτογραφίες και βίντεο αλληλεπιδρούν και επικοινωνούνται σε άμεσο χρόνο από τους χρήστες, με τέτοιο τρόπο που υπερβαίνουν τις τοπικές κοινωνίες. Ο συνδυασμός της αλληλεπίδρασης και της διαδραστικότητας του Διαδικτύου οδηγούν στην ανάπτυξη προσωπικών και επαγγελματικών σχέσεων και στον σχηματισμό μιας δυναμικής εικονικής πραγματικότητας, ικανή να επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τις κοινωνικές και

---

<sup>13</sup> Η θεωρία που υποστηρίζει ότι η συνεχής εξέλιξη της τεχνολογίας υπερβαίνει τους εξωτερικούς παράγοντες και ενεργεί πάνω από τις αλλαγές της κοινωνίας. (Baym N.K., (2010), *Personal Connections in the Digital Age*, UK, Polity Press, (p.1-17)).

<sup>14</sup> Blossom J., (2009), *Content Nation*, Indiana, Wiley Publishing, Inc. Indianapolis.

πολιτιστικές εξελίξεις, καθώς και να εδραιώσει μια σύγχρονη παγκόσμια δικτυωμένη κοινωνία.

Η άνοδος του Παγκόσμιου Ιστού 2<sup>ης</sup> Γενιάς δημιούργησε δύο αντίθετες πρακτικές στο Διαδίκτυο. Η πρώτη αναφέρεται στον σχεδιασμό του Διαδικτύου ως ένας χρηστικός παράγοντας, που ασχολείται με τη μεγιστοποίηση του προσωπικού ενδιαφέροντος, όπως για παράδειγμα η αναζήτηση πληροφοριών για προσωπικό όφελος του χρήστη. Η δεύτερη έχει να κάνει με αλτρουιστικά κίνητρα ενός συνόλου χρηστών, τα οποία υποκινούνται από την συλλογική δράση, τον εθελοντισμό, την κοινότητα στην οποία ανήκουν τα άτομα και το δημόσιο συμφέρον (Dominique Cardon και Christophe Cardon, 2007).

Συνεπώς, μέσα στις διαδικτυακές κοινότητες τίθεται η έννοια της ατομικής ταυτότητας, δηλαδή της κοινωνικοποίησης και εξατομικευμένης γνώσης του χρήστη, αλλά και η έννοια της συλλογικής ταυτότητας, δηλαδή της αναζήτησης της γνώσης με σκοπό την διαμόρφωση συλλογικής δράσης, με συγκεκριμένη κατεύθυνση από κοινού με τους άλλους (Alberto Melucci, 1989).

Η εξατομίκευση των στόχων ή των κινήτρων του χρήστη, με τις υπηρεσίες που προσφέρει η 2<sup>η</sup> Γενιά του Παγκόσμιου Ιστού, συναντά τη δυνατότητα διαμοιρασμού της ατομικής και της συλλογικής ταυτότητας σε μία δημόσια σφαίρα. Πολλές φορές, οι χρήστες έρχονται σε σύγκρουση μεταξύ τους και οδηγούνται σε επιθετικές συμπεριφορές που θέτουν σε κίνδυνο την κοινωνική συνοχή, λόγω προσωπικών συμφερόντων ή διαφορετικών απόψεων. Άλλες φορές πάλι, βοηθούν στην οργάνωση μίας διαδικτυακής κοινότητας και συνεργάζονται από κοινού για μία δράση ή ένα σκοπό. Για να υπάρξει όμως η συλλογική δραστηριότητα χρειάζεται, πρωτίστως, δυναμικός συντονισμός των χρηστών και η συμμετοχή, αν όχι ολόκληρης της κοινότητας, έστω μίας μικρής μερίδας ενεργών συμμετεχόντων.

Οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης στον Παγκόσμιο Ιστό 2<sup>ης</sup> Γενιάς εμφανίζονται ως οι κύριες μορφές συλλογής δράσης. Συνήθως δεν έχουν ένα πραγματικό κέντρο και δεν ανταποκρίνονται σε κάποιο προγραμματισμένο μοντέλο συλλογικών διαδικασιών. Οι κανόνες διαμορφώνονται από τα ίδια τα άτομα, τα οποία υπακούουν στους περιορισμούς που προτείνουν τα υπόλοιπα μέλη ή προσπαθούν να τα επηρεάσουν για να υιοθετήσουν τελικά καλύτερους κανόνες για την κοινότητα.



Γενικά, το διαδίκτυο προσφέρει πολλά οφέλη στις αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες δράσεων. Τα κυριότερα από αυτά είναι η δυνατότητα να προκαλέσουν έναν μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων, η πρόσβαση στη γνώση και στις πρακτικές ανάλογων δράσεων παγκοσμίως, ο συντονισμός συλλογικών δράσεων χωρίς δαπανηρές και περίπλοκες υποδομές, αλλά και η εύκολη και γρήγορη συμμετοχή.

Όλα αυτά οδήγησαν στην ανάπτυξη μίας νέας αναδύομενης τάσης στο Διαδίκτυο, στο λεγόμενο διαδικτυακό ακτιβισμό.

Ο διαδικτυακός ακτιβισμός δεν διαφέρει πολύ από την γενική έννοια του ακτιβισμού. Ομοίως, η έννοια του διαδικτυακού ακτιβισμού αναφέρεται σε ένα σύνολο ανθρώπων που επιθυμούν να δράσουν για να αλλάξουν κάτι προς το καλύτερο (Tom Head, 2011). Όμως, οι εκστρατείες του διαδικτυακού ακτιβισμού δεν περιορίζονται σε πανό και πορείες, αλλά με την αξιοποίηση των εργαλείων που παρέχει το Διαδίκτυο, μπορούν να επηρεάσουν περισσότερους ανθρώπους με διαφορετικούς τρόπους. Η εξέλιξη του Διαδικτύου ευνοεί τον διαδικτυακό ακτιβισμό, καθώς παρέχει στους χρήστες φτηνά εργαλεία, κατάλληλες δομές και το χωροχρονικό πλαίσιο για να αναπτύξουν την δράση και τους στόχους τους<sup>15</sup>.

Ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία που αναπτύχθηκαν ταχύτατα χάρη στην εξέλιξη του Παγκόσμιου Ιστού 2<sup>ης</sup> Γενιάς είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή αλλιώς «social media». Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αφορούν δραστηριότητες, πρακτικές και συμπεριφορές μεταξύ των διαδικτυακών κοινοτήτων, όπου οι άνθρωποι συγκεντρώνονται «online» για να ανταλλάξουν πληροφορίες, γνώσεις, απόψεις χρησιμοποιώντας τα ψηφιακά μέσα. Ένας πληρέστερος ορισμός στην έννοια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δόθηκε από το John Blossom (2009). Όπως υποστήριξε, πρόκειται για οποιαδήποτε εξαιρετικά επεκτάσιμη και προσβάσιμη τεχνολογία ή τεχνική αυτού του τομέα της επικοινωνίας, η οποία επιτρέπει στο άτομο να επηρεάσει τις ομάδες των άλλων ατόμων με ευκολία.

Υπάρχουν πολλά διαφορετικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα περισσότερα από αυτά διαθέτουν τρία κύρια χαρακτηριστικά. Το προφίλ του χρήστη ή της

---

<sup>15</sup> Heads T., (2011), *Αλλάξε τον κόσμο μπορείς! Οδηγός Διαδικτυακού Ακτιβισμού*, Μετάφραση: Ανδρέου Γ., Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος, (σελ.9 – 14, 47 – 98, 137 – 148).

οργάνωσης που δημιουργούν οι ίδιοι, ώστε να επιτρέψουν σε άλλους χρήστες την πρόσβαση στο περιεχόμενο που δημοσιεύουν, οι «φίλοι», δηλαδή οι συνδέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των χρηστών και τέλος οι ομάδες, γνωστές ως groups, όπου πρόκειται για διαδικτυακές κοινότητες στις οποίες οι χρήστες γνωρίζονται, μοιράζονται κοινά ενδιαφέροντα και κοινοποιούν πληροφορίες ο ένας στον άλλον.

## 2.2.: ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν εξαιρετικά επεκτάσιμες και εύκολα προσβάσιμες τεχνολογίες. Ανάλογα με το κοινό στο οποίο απευθύνονται, παρουσιάζονται διαφορές σε κάθε μέσο ως προς το τι τεχνολογίες προσφέρουν στο χρήστη. Αδιαμφισβήτητα όμως, η ανάγκη για εύκολη πρόσβαση από οποιοδήποτε μέρος του πλανήτη και από οποιοδήποτε δίκτυο είναι ένα στοίχημα που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν κερδίσει.

Σημαντικό χαρακτηριστικό, αναφορικά με τον τρόπο λειτουργίας των κοινωνικών δικτύων, είναι ότι επιτρέπουν σε μεμονωμένους ανθρώπους να επικοινωνούν με ομάδες άλλων ανθρώπων. Τα άτομα όταν χρησιμοποιούν τα μέσα για να επικοινωνήσουν ή να διαδώσουν πληροφορίες, τείνουν να παρουσιάζονται ως ίσοι. Μπορεί να έχουν διαφορετικές απόψεις και αρχές επικοινωνίας, αλλά όταν αλληλεπιδρούν σε μία συγκεκριμένη ομάδα, δεν ξεχωρίζουν με βάση την επαγγελματική τους ιδιότητα ή τα προσόντα τους, αλλά με βάση το περιεχόμενο που μοιράζονται. Το περιεχόμενο της ομάδας μπορεί να δημιουργηθεί από ένα άτομο ή από πολλά άτομα και να μοιράζεται εξίσου σε ένα μεγάλο σύνολο ανθρώπων, ταυτόχρονα την ίδια δεδομένη χρονική στιγμή για όλους. Σαφώς, η ακριβής έκταση της επιρροής των κοινωνικών δικτύων μπορεί να είναι απρόβλεπτη. Το δύσκολο έργο για μία ομάδα, μία επιχείρηση ή μια οργάνωση είναι να ασκήσει μεγάλη επιρροή σε όσο δυνατόν περισσότερους χρήστες.

Υπό την προϋπόθεση το περιεχόμενο να είναι διαδραστικό και να μπορεί να προωθηθεί στον υπόλοιπο κόσμο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαθέτουν πλήθος εργαλείων (social media tools), τα οποία είναι διαθέσιμα στους χρήστες, συνήθως χωρίς καμία οικονομική επιβάρυνση. Ανάλογα το περιεχόμενο, ο χρήστης ή ομάδες συνίσταται να ερευνήσουν τα εργαλεία και να πειραματιστούν, ώστε να ανακαλύψουν ποια από αυτά τους εξυπηρετούν. Μερικά από αυτά τα εργαλεία είναι τα εξής:

- Κοινωνική δικτύωση (social networking): Επιτρέπει στο άτομο να μοιράζεται πληροφορίες για τον εαυτό του, τα ενδιαφέροντά του και τις απόψεις του με

τους φίλους του, τους συγγενείς και συναδέλφους του ή ακόμη να γνωρίσει καινούργια άτομα και να αναπτύξει κοινωνικές σχέσεις μαζί τους.

- Δημοσίευση και κοινοποίηση: Εργαλεία όπως το email, το blogging και τα wikis βοηθούν τον χρήστη να δημοσιεύσει και να προωθήσει το περιεχόμενο στους φίλους ή στους γνωστούς, οι οποίοι μπορούν να το κοινοποιήσουν με τη σειρά τους στους δικούς τους φίλους.
- Εικόνες, ηχογραφημένα μηνύματα ή μουσική και βίντεο: Ανάλογα το είδος του περιεχομένου έχουν αναπτυχθεί τα αντίστοιχα εργαλεία που εξυπηρετούν την προώθηση του περιεχομένου, όπως για παράδειγμα το Flickr, Picasa, iTunes, Youtube, και Podcasts.
- Microblogging: Η δυνατότητα να επικοινωνήσει ο χρήστης για ένα θέμα σε λιγότερο από 140 χαρακτήρες, όπως για παράδειγμα το Twitter.
- Live casting Ζωντανή μετάδοση ενός γεγονότος σε ένα ακροατήριο. Για παράδειγμα το Youtube και το SHOUTcast.
- Virtual worlds: Εικονικοί κόσμοι που δεν είναι απαραίτητα ακραίοι και μακριά από την πραγματικότητα. Μία περσόνα μπορεί να γίνει μέρος του εικονικού κόσμου και να αλληλεπιδρά με άλλες περσόνες, όπως για παράδειγμα το Second Lifes.
- Παιχνίδια: Ο χώρος των παιχνιδιών έχει κοινά στοιχεία με τον εικονικό κόσμο. Η βασική τους διαφορά είναι ότι στους εικονικούς κόσμους κυριαρχεί κυρίως η συνεργασία, ενώ στα παιχνίδια κυριαρχεί συνήθως ο ανταγωνισμός. Για παράδειγμα το Steam.
- Παραγωγικές εφαρμογές: Ενισχύουν την παραγωγικότητα με διάφορους τρόπους. Τέτοια εργαλεία είναι το Gmail, το Google Forms, και το BitTorrent.

- Aggregators: Βοηθούν στην συγκέντρωση πληροφοριών, στην αποθήκευση και στην εύκολη πρόσβασή τους. Επιπλέον, αξιοποιούν την άποψη του πληθυσμού για ένα προϊόν ή υπηρεσία, όπως για παράδειγμα το Reddit και το Google Reader.
- RRS (Rich Site Summary): Ενημερώνουν τον χρήστη, την επιχείρηση ή την οργάνωση για αλλαγές στο περιεχόμενο ιστοσελίδων και προωθούν αυτό που είναι χρήσιμο για τις ανάγκες τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα το RSS 2.0.
- Αναζήτηση: Μέσα σε λίγα χρόνια η Google έγινε η κύρια διαδικτυακή μηχανή αναζήτησης και έρευνας. Ο χρήστης μπορεί πληκτρολογώντας μερικές λέξεις να βρει οτιδήποτε αναζητά και σε διαφορετικές μορφές περιεχομένου.
- Διαπροσωπικά Εργαλεία: Διευκολύνουν την ανθρώπινη επικοινωνία και συνεργασία. Ορισμένα από αυτά δεν ανήκουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά είναι χρήσιμα για μία επιχείρηση ή μία οργάνωση. Για παράδειγμα, το Acrobat, το Webtx, το Skype και το iChat.
- Εφαρμογές για «έξυπνα» κινητά τηλέφωνα: Πρόκειται για εφαρμογές που έχουν αναπτυχθεί με το λογισμικό των εξελιγμένων κινητών νέας γενιάς και διευκολύνουν την πρόσβαση στα κοινωνικά δίκτυα. Πολλά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διάφορα εργαλεία έχουν αναπτύξει ανάλογες εφαρμογές, όπως για παράδειγμα το Facebook, το Messenger, το Twitter και το Instagram.

Όλα τα εργαλεία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης χαρακτηρίζονται από την μεγάλη διαδραστικότητα που προσφέρουν στον χρήστη, καθώς δίνουν τη δυνατότητα να αλληλεπιδρά με την κοινότητα, να συμμετέχει στην εξέλιξή της και να καθορίσει το περιεχόμενό της.

### **2.3.: ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

Δεν αποτελεί υπερβολή η άποψη ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν την δύναμη να διαμορφώσουν την ανθρώπινη κοινωνία. Εκτός από τα εργαλεία που αναφέρθηκαν, παρουσιάζονται συγκεκριμένες δυνατότητες των κοινωνικών δικτύων και οι συνέπειες αυτών για το άτομο και την κοινότητα.

Οι προσωπικές δημοσιεύσεις και η ανάπτυξη σχέσεων κοινωνικής δικτύωσης, οδηγούν στην ανάπτυξη της διαπροσωπικής επικοινωνίας των ατόμων. Η ανάπτυξη της προσωπικής ιστορίας ενός ατόμου ή περισσότερων δίνει την ευκαιρία για ανάπτυξη της συλλογικής ταυτότητας του χρήστη. Μέσω των σχέσεων που αναπτύσσονται δίνεται η αφορμή για συζήτηση και οικοδόμηση ή αναθεώρηση της γνώσης και των εμπειριών, μέσω της ανταλλαγής πληροφοριών. Επιπλέον, οι σχέσεις των χρηστών οδηγούν στη συνεργασία μεταξύ τους σε κοινά έγγραφα, εικόνες ή διαφόρων ειδών υλικού ή στην ενεργοποίηση τους για ένα κοινό σκοπό και αναπτύσσουν δεξιότητες που ενδεχομένως να τους βοηθήσουν και στις επαγγελματικές τους σχέσεις μέσα στα πλαίσια της δημόσιας διαδικτυακής κοινότητας, αλλά και έξω από αυτήν.

Η ομαδοποίηση και ο διαμοιρασμός του περιεχομένου που δημοσιεύουν οι χρήστες συμβάλλει στην παροχή πολύτιμων πληροφοριών, αλλά και στην ανάπτυξη της κριτικής ικανότητας των χρηστών. Όλος αυτός ο όγκος πληροφοριών που δημοσιεύονται καθημερινά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενδέχεται να είναι ανακριβής και να μην ενδιαφέρει το σύνολο των χρηστών. Για αυτό και απαιτείται φιλτράρισμα του περιεχομένου, ανάλογα τις προτιμήσεις και τα ενδιαφέροντα του κάθε χρήστη. Βέβαια, υπάρχουν εργαλεία που φροντίζουν για τον σκοπό αυτό, αλλά θα πρέπει ο κάθε χρήστης να είναι σε θέση να τα ξεχωρίσει.

Επιπρόσθετα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ακόμη περισσότερους λόγους στους χρήστες για να συμμετάσχουν, με την προώθηση του διαδικτυακού εμπορίου. Οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν μία «online» αγορά, η οποία να ανταποκρίνεται στη ζήτηση των υπόλοιπων χρηστών και να μην βασίζεται

σε μεσάζοντες, αφού πραγματοποιείται άμεσα μέσω της προσωπικής δικτύωσης και προσφοράς<sup>16</sup>.

Γενικά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενδυναμώνουν την κοινωνική συμμετοχή, καθώς δημιουργούν μία ξεχωριστή μορφή δραστηριότητας, την «συνδεδετική δράση» (Bennet και Segerberg, 2013). Δηλαδή, οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ασχολούνται με διάφορα θέματα, μπορούν να αναπτύξουν διαφορετικές αντιλήψεις και ιδέες και να τις μοιραστούν ευρέως με τους υπόλοιπους συμμετέχοντες στο κοινωνικό δίκτυο. Τα κοινωνικά προβλήματα και οι εξελίξεις σε διάφορους τομείς της κοινωνίας αποτελούν καίρια θέματα συζήτησης και σχολιασμού των χρηστών, οι οποίοι μπορούν να ευαισθητοποιήσουν τους «φίλους» τους ή ακόλουθους τους για τα θέματα αυτά και να δράσουν από κοινού για ένα συγκεκριμένο σκοπό, που θα επιφέρει αλλαγές ή λύσεις στα προβλήματα.

---

<sup>16</sup> Miller D., Costa E, Haynes N., McDonald T., Nicolescu R., Sinanan J., Spyer J., Venkatraman S & Wang X., (2016), *How the world Changed Social Media*, UK, UCL Press, (p.70 – 99).

## **2.4.: Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

Προκειμένου μία αυτο-οργανωμένη πρωτοβουλία δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης να μπορεί λειτουργήσει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα ήταν χρήσιμο να ακολουθήσει τα παρακάτω βήματα<sup>17</sup>.

Πρώτον, θα πρέπει να αναζητήσει ποιο ή ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης εξυπηρετούν καλύτερα τους σκοπούς της. Όπως ήδη αναφέρθηκε, το κάθε μέσο κοινωνικής δικτύωσης διαφέρει ως προς τα εργαλεία που προσφέρει στον χρήστη, ανάλογα με τους λόγους που ο καθένας επιθυμεί να το χρησιμοποιήσει. Συνίσταται λοιπόν η επιλογή των κατάλληλων μέσων να γίνεται με γνώμονα το είδος των δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης και τον τρόπο που θέλουν να επικοινωνήσουν με το κοινό.

Δεύτερον, τα μέλη της πρωτοβουλίας έχει ιδιαίτερη σημασία να ορίσουν το κοινό τους. Για αρχή, θα πρέπει να στοχεύουν, σε τοπικό επίπεδο, σε ένα συγκεκριμένο κοινό και να προσπαθήσουν να εξερευνήσουν πως αυτό επικοινωνεί, πως αλληλεπιδρά μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, και πως θα μπορούσε στο μέλλον να συμβάλει στις δράσεις της πρωτοβουλίας. Εφόσον η ανταπόκριση του κοινού μεγαλώνει, μπορούν να απευθυνθούν και σε μεγαλύτερο κοινό σε εθνικό επίπεδο.

Τρίτον, επιτακτική ανάγκη αποτελεί η επεξεργασία των αριθμών. Οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες θα πρέπει να λειτουργούν σαν εκδότες, ώστε να εξετάσουν τη μερίδα του κοινού που ανταποκρίνονται στο περιεχόμενό τους, τι κοινοποιούν, τι σχολιάζουν, ποιο είδος περιεχομένου τους προσελκύει περισσότερο και με ποιους τρόπους. Για να γίνουν αυτά, θα πρέπει να είναι ενημερωμένες, να παρακολουθούν τις εξελίξεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, να προσπαθούν να προσελκύουν το ενδιαφέρον του κοινού και να μην διστάζουν να έρθουν σε επαφή μαζί τους.

---

<sup>17</sup> Σύμφωνα με τους Kavada (2015), Christopherson (2012), Heads (2011) και Safko (2009).



Τέταρτον, η κάθε πρωτοβουλία πρέπει να ορίσει το κύριο χαρακτηριστικό της που θα την διαφοροποιήσει από τις υπόλοιπες πρωτοβουλίες ή οργανώσεις. Για το λόγο αυτό, τα μέλη θα πρέπει να είναι ενήμερα για τις υπόλοιπες οργανώσεις, για το έργο και την προβολή τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να δημιουργήσουν παρόμοιες ή διαφορετικές τακτικές, αξιόπιστες και ικανές να ασκήσουν επιρροή στο κοινό, χωρίς όμως την ύπαρξη αυστηρών μέτρων ελέγχου. Για τον σκοπό αυτό, θα ήταν χρήσιμο να υιοθετήσουν τις αρχές αυτού που οι θεωρητικοί ονομάζουν «ψυχολογικό μάρκετινγκ» (psychological marketing), να προσπαθούν, δηλαδή, να μπουκ στην ψυχосύνθεση του κοινού, να επεξεργαστούν προσεκτικά τα μηνύματα που θα δημοσιεύσουν, καθώς και να προσαρμόσουν τα εργαλεία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη μερίδα του κοινού που απευθύνονται.

Πέμπτον, εφόσον η πορεία της πρωτοβουλίας δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης εξελίσσεται επιτυχώς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορούν να προχωρήσουν στην αναζήτηση πόρων. Έχοντας αναπτύξει μία ισχυρή δυναμική παρουσία, μπορούν να αναζητήσουν νέους εθελοντές μεταξύ των ατόμων, που την ακολουθούν και να ζητήσουν την βοήθεια ή την ενίσχυση τους για την επίτευξη των δράσεων και την επιβίωσή τους.

Έκτον, και εξίσου σημαντικό βήμα είναι ο πειραματισμός. Στον τομέα των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών δεν υπάρχει συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο. Συνεπώς, τα μέλη των πρωτοβουλιών καλούνται να δοκιμάσουν διαφορετικούς τρόπους και πρακτικές, ώστε να ανακαλύψουν τι εξυπηρετεί καλύτερα τους σκοπούς και την λειτουργία της πρωτοβουλίας.

Επιπλέον, κατά την κοινωνική δικτύωση υπάρχουν ορισμένοι κίνδυνοι, που θα πρέπει να αποφεύγονται. Τα μέλη μίας πρωτοβουλίας, ενδεχομένως να χάσουν το χρόνο τους μέσα στις διαδικτυακές κοινότητες να παρενοχληθούν από άλλους χρήστες ή να παραπλανηθούν (spam). Στην περίπτωση που η κοινωνική δικτύωση δεν γίνεται σωστά, μπορεί να αποδειχτεί χάσιμο χρόνου, αντί να αυξάνει την παραγωγικότητα. Για αυτό θα πρέπει να επικεντρώνονται στον στόχο τους και να αξιοποιούν τον χρόνο τους εποικοδομητικά.

Αν οι στόχοι μίας πρωτοβουλίας δημιουργούν αντιδράσεις στο κοινό, ενδεχομένως κάποιος να έχουν αντίρρηση και να παρεμποδίσουν το έργο τους με το να δημοσιεύουν αρνητικά σχόλια ή να παρενοχλήσουν τα μέλη της. Τότε τα μέλη θα

πρέπει να αναφέρουν το πρόβλημα στους αρμόδιους του ανάλογου μέσου κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν. Επιπλέον, δεν είναι λίγες οι φορές που ορισμένοι επιτήδαιοι προσπαθούν να παραπλανήσουν τον κόσμο, με σκοπό να πουλήσουν κάποια υπηρεσία ή να ξεγελάσουν το κοινό. Στην περίπτωση αυτή, θα πρέπει να εξεταστούν οι ρυθμίσεις ιδιωτικού απορρήτου και να γίνουν οι κατάλληλες αλλαγές για να προστατευτεί η δημόσια εικόνα της αυτο-οργανωμένης πρωτοβουλίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

## **2.5.: ΤΡΟΠΟΙ ΜΕ ΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΤΟ ΚΟΙΝΟ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑ ΜΕ ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΩΝ ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ**

Είναι σαφές ότι η προσέλκυση του κοινού και η άσκηση επιρροής είναι απαραίτητα για την λειτουργία της πρωτοβουλίας και την επίτευξη των στόχων της. Υπάρχουν ορισμένες προοπτικές για να κερδίσει το κοινό της, όπως είναι η ανάπτυξη επικοινωνίας η συνεργασία μεταξύ των μελών σε πρώτη φάση και κατόπιν των μελών με το κοινό, η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού και η ψυχαγωγία, δηλαδή η προώθηση του περιεχομένου με διασκεδαστικό τρόπο. Η επικοινωνία των μελών και του κοινού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πραγματοποιείται γρήγορα και με ακρίβεια. Επίσης, η δημιουργία ενός συνεργατικού περιβάλλοντος κάνει τα άτομα πιο παραγωγικά, ενώ το περιβάλλον αυτό μπορεί να βελτιωθεί με την ενίσχυση της ψυχαγωγίας. Όλα αυτά βοηθούν συμβάλλουν στην καλύτερη λειτουργία της πρωτοβουλίας, στην αλληλεπίδραση με το κοινό, στην βελτίωση των δράσεων, αλλά και στην αναζήτηση νέων εθελοντών.

Στο σημείο αυτό έχει σημασία να αναφερθούν οι τρόποι με τους οποίους το κοινό αλληλεπιδρά με το περιεχόμενο μιας αυτο-οργανωμένης πρωτοβουλίας δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης. Όπως ανέφερε χαρακτηριστικά, ο κορυφαίος θεωρητικός της επικοινωνίας του 20<sup>ου</sup> αιώνα, ο M.McLuhan, «το μέσο είναι το μήνυμα». Αυτό που καθορίζει και χαρακτηρίζει μία εποχή είναι το μέσο με το οποίο καταγράφεται και διαδίδεται η πληροφορία σε έναν πολιτισμό. Μάλιστα, η επιλογή του μέσου καθορίζει το περιεχόμενο του μηνύματος έχει άμεσες συνέπειες στις ανθρώπινες σχέσεις (Marshall McLuhan, 1960).

Υπάρχουν δύο επιλογές σχετικά με το πως θα επικοινωνηθεί το περιεχόμενο μίας πρωτοβουλίας. Η πρώτη αφορά το ενδιαφέρον και την προσέλκυση του κοινού. Τα άτομα μπορούν να συνεισφέρουν πρόθυμα στο περιεχόμενο με τη δυνατότητα να μάθουν για τις κεντρικές θέσεις του οργανισμού, αλλά συγχρόνως να παράγουν και οι ίδιοι περιεχόμενο που θα συνεισφέρει στην πρωτοβουλία ή στην δράση της. Ακόμη, τα σχόλια και οι παρατηρήσεις του κοινού στο περιεχόμενο (interactions), μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την υποστήριξη ή την προώθηση του περιεχομένου, αλλά

και ως δυσφήμιση. Ο χρήστης θα αρκεστεί σε μία ανάγνωση ή προβολή του μηνύματος ή θα προωθήσει στη συνέχεια το μήνυμα αυτό στους φίλους ή ακόλουθους του στο εκάστοτε μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό που έχει σημασία όμως είναι πως η πρωτοβουλία επωφελείται στην όποια περίπτωση από τη προώθηση του περιεχομένου, καθώς με τον τρόπο αυτό αποκτούν πρόσβαση στο περιεχόμενό της περισσότεροι χρήστες, οι οποίοι ενδεχομένως να μην γνώριζαν μέχρι τότε την παρουσία της πρωτοβουλίας και το έργο της.

Η δεύτερη επιλογή αφορά τους χρήστες που θα αγνοήσουν εντελώς το περιεχόμενο της πρωτοβουλίας, είτε γιατί δεν ανταποκρίνεται στα ενδιαφέροντά τους, είτε λόγω έλλειψης χρόνου, ή είτε λόγω δυσπιστίας του κοινού. Οι άνθρωποι που δεν είναι εξοικειωμένοι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι προκατειλημμένοι με το θέμα της δημιουργίας και λειτουργίας αυτών, επειδή σε πολλές περιπτώσεις εκφράζεται ανησυχία για το αν υπονομεύονται οι πραγματικές σχέσεις και η διαπροσωπική επικοινωνία μέσω των νέων τεχνολογικών εργαλείων. Έχει σημασία να αναφερθεί πως οι άνθρωποι αυτοί είναι συνήθως μεγάλης ηλικίας, που η γενιά τους δεν έχει δημιουργήσει βάσεις για να αποδεχτεί τον τεχνολογικό νετερμινισμό των σύγχρονων κοινωνιών.

## 2.6.: ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ FACEBOOK ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΥΤΟ- ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

Όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, «το μέσο είναι το μήνυμα»<sup>18</sup>. Από το σύνολο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, παρατηρείται ότι το μέσο που επιλέγουν οι περισσότερες αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης είναι το Facebook.

Το Facebook, εξ αρχής, δεν εστίασε στον κόσμο των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης για να προσελκύσει το κοινό, αλλά στη δύναμη της επικοινωνίας και του διαδικτύου. Προωθεί την επικοινωνία μέσα σε διάφορα κοινωνικά δίκτυα μέσω μίας προσαρμοσμένης διεπαφής του χρήστη και μέσω μίας ποικιλίας συμβατών εφαρμογών ή εργαλείων για περαιτέρω εξατομικευμένη εμπειρία (Lon Safko και David K. Brake, 2009). Οι κοινότητες που δημιουργούνται μέσα στο Facebook δίνουν την αίσθηση ότι είναι πραγματικές, πως όσα δημοσιεύονται ή ακόμη και τα άτομα που συναντά κανείς είναι πραγματικά. Βέβαια κάτι τέτοιο δεν ισχύει απαραίτητα και οι χρήστες θα πρέπει να είναι προσεκτικοί και επιφυλακτικοί κατά την περιήγησή τους.

Ωστόσο, η επικοινωνία μέσω Facebook δεν απέχει και πάρα πολύ από την πραγματική διαπροσωπική επικοινωνία. Οι άνθρωποι μαθαίνουν να εκφράζονται δημόσια με διάφορους τρόπους. Μοιράζονται φωτογραφίες, βίντεο, ιδέες ή επαγγελματικά και προσωπικά κατορθώματα μέσα σε μία κοινότητα, την οποία δημιουργούν ή επιλέγουν οι ίδιοι, με την πρόσκληση ή την αποδοχή πρόσκλησης κάποιου άλλου χρήστη, ώστε να γίνουν «φίλοι». Μπορεί κάποιος να αλληλεπιδρά μόνο με τους φίλους, τους συνεργάτες ή τους γνωστούς του, που ήδη γνωρίζει εκτός του Facebook, ή να επιλέξει να γνωρίσει καινούργιους ανθρώπους και να μοιράζεται τις δημοσιεύσεις του (αναρτήσεις) δημόσια με όλο τον κόσμο. Εκτός από τη δημιουργία ενός προσωπικού προφίλ, μίας σελίδας δηλαδή στο διαδίκτυο, όπου θα παρουσιάζει τον εαυτό του, ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει μόνος του ή με άλλους, εύκολα και χωρίς κανένα κόστος, σελίδες ή ομάδες (group) και να

---

<sup>18</sup> Marshall McLuhan, 1960.

προσκαλέσει τον κόσμο σε αυτές, ή να ακολουθήσει σελίδες και ομάδες άλλων χρηστών. Οι σελίδες ή οι ομάδες αποτελούν ψηφιακές κοινότητες που ενώνουν τους χρήστες με κοινά ενδιαφέροντα. Ανάλογα τις ρυθμίσεις που έχουν ορίσει οι χρήστες, ειδοποιούνται όταν κάποιος από τους φίλους τους ενημερώνει το δίκτυο με την κοινοποίηση ή την ανάρτηση περιεχομένου.

Το Facebook παρέχει πλήθος εργαλείων στον χρήστη και συνεργάζεται με πολλές εφαρμογές, όπως το Youtube, τα αυτοκόλλητα και εφαρμογές σχεδιασμένες ειδικά για κινητά τηλέφωνα. Ακόμη, έχει καταφέρει να ενταχθεί σε μεγάλο βαθμό στην αγορά εργασίας, με την προβολή διαφημίσεων και την δυνατότητα προώθησης αγγελιών ή αγοραπωλησιών. Επιπλέον, άλλο ένα χαρακτηριστικό που το καθιστά μοναδικό είναι η δυνατότητα να φτιάξει ο προγραμματιστής τις δικές του εφαρμογές.

Αδιαμφισβήτητα, το Facebook αποτελεί το δημοφιλέστερο μέσο που παρέχει αμέτρητα εργαλεία στον χρήστη για να επικοινωνήσει και να αλληλεπιδράσει με τους υπόλοιπους χρήστες. Γενικά, το Facebook λειτουργεί με την λογική και με τη χρήση εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης, όπως αναλύονται στο κεφάλαιο 2.2.. Αναδεικνύει τον προσωπικό χαρακτήρα του χρήστη, είναι φιλικό με τις εκδηλώσεις, προσεκτικό με τα προσωπικά δεδομένα, προσφέρει δωρεάν πρόσβαση και συνεχώς εξελίσσεται. Για τους λόγους αυτούς επιλέγουν οι περισσότερες αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης το συγκεκριμένο μέσο.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση των σελίδων δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης στο Facebook παγκοσμίως, όπως και στην Ελλάδα. Οι σελίδες ή τα προφίλ δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης αφορούν είτε την δημιουργία μίας καινούργιας πρωτοβουλίας δράσεων, είτε την δημιουργία παρακλαδιού κάποιας παραδοσιακής ακτιβιστικής δράσης κοινωνικής αλληλεγγύης. Πολλές από αυτές τις πρωτοβουλίες δραστηριοποιούνται αποκλειστικά μέσω Facebook, χωρίς να έχουν δημιουργήσει κάποια αντίστοιχη ιστοσελίδα ή να έχουν χώρους υποδοχής του κοινού. Οι περισσότερες έχουν τοπικό χαρακτήρα, ενώ ορισμένες, χάρη στην στήριξη του κοινού, έχουν επεκταθεί και σε κατά τόπου περιοχές σε ολόκληρη τη χώρα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί «Ο Τοίχος της Καλοσύνης», ο οποίος ξεκίνησε από την Λάρισα και μέχρι σήμερα έχει επεκτείνει τις δράσεις του σε περισσότερες από 40 περιοχές σε ολόκληρη την Ελλάδα<sup>19</sup>. Κάποιες από αυτές τις σελίδες των

---

<sup>19</sup> <http://organosi20.gr/>

πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης έχουν περισσότερο ενημερωτικό χαρακτήρα, ενώ άλλες στοχεύουν κυρίως στην ανάπτυξη δράσεων, με σκοπό να καλύψουν άμεσες ανάγκες της κοινωνίας.

Αναλυτικότερα, η δραστηριοποίηση των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης στο Facebook και η αλληλεπίδραση με το κοινό τους παρουσιάζονται μέσα από τις δύο έρευνες της παρούσας πτυχιακής εργασίας που ακολουθούν.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΡΕΥΝΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΗΣ ΓΙΑ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

### 3.1.: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα έρευνα εστιάζει την προσοχή της κυρίως γύρω από τρία ζητήματα: α) κατά πόσο είναι ενημερωμένοι οι κάτοικοι της ευρύτερης περιοχής της Αττικής για τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης που λαμβάνουν χώρα στην πόλη τους, β) με ποιους τρόπους ενημερώνονται για αυτές τις δράσεις και πως αλληλεπιδρούν με τους φορείς των δράσεων αυτών και γ) πως συμβάλλουν στην ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση του κόσμου τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ειδικότερα το Facebook.

Σκοπός της έρευνας είναι να μελετηθεί, σε ένα σχετικά μεγάλο δείγμα, ο βαθμός ενημέρωσης και αντίληψης των δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης, η συμμετοχή του κόσμου και η προδιάθεση να συμμετέχουν σε αυτές, και ο ρόλος του Facebook, πως δηλαδή το συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο χρησιμοποιείται για την ενημέρωση και την επικοινωνία του κόσμου με τις εθελοντικές ομάδες δράσεων και τις αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες. Το δείγμα της παρούσας έρευνας αποτελείται από φοιτητές και απόφοιτους του τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, καθώς και μέλη πολιτιστικών συλλόγων τριών περιοχών της Αττικής.

Για να εξαχθεί ο σκοπός της έρευνας διατυπώνονται ορισμένες ερευνητικές υποθέσεις, οι οποίες κατόπιν, με βάση τα δεδομένα που συλλέχτηκαν, εξετάζεται κατά πόσο επιβεβαιώνονται ή απορρίπτονται. Οι ερευνητικές υποθέσεις για την παρούσα έρευνα αυτή είναι οι εξής:

1. Η πρώτη υπόθεση αναφέρεται στο ότι οι γυναίκες συμμετέχουν σε μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με τους άνδρες, επειδή εκτιμάται ότι είναι πιο ευαισθητοποιημένες για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης.



2. Η δεύτερη υπόθεση βασίζεται στο ότι οι νεώτεροι είναι περισσότερο εξοικειωμένοι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ειδικότερα με το Facebook. Αυτό σημαίνει ότι αλληλεπιδρούν σε μεγαλύτερο βαθμό με το περιεχόμενο που δημοσιεύουν σε αυτά οι οργανώσεις ή οι πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης. Συνεπώς, εκτιμάται ότι χρησιμοποιούν περισσότερο το Facebook για την ενημέρωσή τους στο κομμάτι της κοινωνικής αλληλεγγύης και των δράσεων, σε σύγκριση με άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.
3. Η τρίτη υπόθεση αναφέρεται στο ότι οι πολίτες που διαμένουν σε Δήμους της Αττικής, οι οποίοι σύμφωνα με τα οικονομικά τους στοιχεία είναι φτωχότεροι από άλλους Δήμους, όπως για παράδειγμα ο Δήμος Νίκαιας-Ρέντη, συμμετέχουν σε μεγάλο βαθμό σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, συγκριτικά με πιο ευκατάστατους Δήμους.
4. Η τέταρτη υπόθεση αναφέρεται σε όσους εργάζονται και στο ότι πιθανόν να συμμετέχουν ή να έχουν συμμετάσχει σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης περισσότερο, σε σύγκριση με άλλες κατηγορίες πληθυσμού, όπως για παράδειγμα οι άνεργοι, οι συμβασιούχοι ή οι φοιτητές. δεδομένου ότι είναι σε θέση να προσφέρουν, ως ένα βαθμό, βοήθεια στους συνανθρώπους τους.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας αποτελούν ενδείξεις και όχι αποδείξεις, των όσων πρόκειται να αναλυθούν στη συνέχεια. Αποτελούν, όμως, μία σημαντική βάση δεδομένων για περαιτέρω μελέτη και σύγκριση αντιλήψεων.

### 3.2.: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε κατά την διάρκεια της παρούσας έρευνας στηρίχτηκε στην συμπλήρωση ειδικού ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει συνολικά 27 ερωτήσεις, οι περισσότερες κλειστού τύπου, μερικές ανοιχτές και ελάχιστες ερωτήσεις κλίμακας. Οι ερωτήσεις χωρίζονται σε τέσσερις ομάδες. Η πρώτη ομάδα περιλαμβάνει ερωτήσεις αναφορικά με τα προσωπικά στοιχεία των ερωτηθέντων, η δεύτερη ομάδα αφορά ερωτήσεις σχετικές με την συμμετοχή τους σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, η τρίτη ομάδα αναφέρεται στην ενημέρωση σχετικά με τα θέματα αλληλεγγύης και τέλος, η τέταρτη ομάδα περιλαμβάνει ερωτήσεις αναφορικά με την επικοινωνία του κόσμου με τους φορείς των δράσεων. Κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί πως οι ερωτήσεις στοχεύουν στην διαμόρφωση άποψης, τόσο για τους δότες ή τους λήπτες, όσο και για όσους δεν έχουν συμμετάσχει ποτέ σε τέτοιες δράσεις.

Για τις ανάγκες της έρευνας επιλέχθηκαν τρεις πολιτιστικοί σύλλογοι από τρεις διαφορετικές περιοχές της Αττικής. Η επιλογή των συγκεκριμένων περιοχών έγινε με κριτήριο την οικονομική κατάσταση τριών δήμων, της Γλυφάδας, του Περιστερίου και του Δήμου Νίκαιας-Ρέντη. Με βάση τα οικονομικά στοιχεία των προϋπολογισμών των συγκεκριμένων δήμων για το 2015 που συγκεντρώθηκαν και του επίσημου μόνιμου πληθυσμού των Δήμων, ο Δήμος Γλυφάδας κρίθηκε με σχετικά καλούς-υψηλούς οικονομικούς δείκτες, ο Δήμος Περιστερίου με καλή-μέση οικονομική κατάσταση και ο Δήμος Νίκαιας-Ρέντη με αρνητικούς-χαμηλούς οικονομικούς δείκτες, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα. Τα χαμηλότερα εισπραχθέντα έσοδα για το έτος 2015 συγκεντρώνει ο Δήμος Νίκαιας-Ρέντη, ακολουθεί ο Δήμος Γλυφάδας και έπειτα ο Δήμος Περιστερίου. Αναλογικά με τον προϋπολογισμό του έτους και τον μόνιμο πληθυσμό, ο Δήμος Γλυφάδας αναδεικνύεται πιο ευκατάστατος οικονομικά σε σύγκριση με τον Δήμο Περιστερίου<sup>20</sup>. Έπειτα από την αναζήτηση των πολιτιστικών συλλόγων της κάθε περιοχής, επιλέχθηκαν ο «Λαογραφικός Μουσικοχορευτικός Όμιλος Γλυφάδας-Χοροστάσι», η «Ένωση Ποντίων Περιστερίου» και ο «Εξωραϊστικός Εκπολιτιστικός Σύλλογος Αγίας Τριάδας» στη Νίκαια. Από κάθε σύλλογο αναζητήθηκαν 20 άτομα,

<sup>20</sup> Βλέπε επίσης Παράρτημα σελ:127.

δέκα άντρες και δέκα γυναίκες, ηλικίας άνω των 36, οι οποίοι να διαμένουν στις περιοχές αυτές και στη συνέχεια, μετά την επικοινωνία με τους συλλόγους ορίστηκε συνάντηση στην οποία τα άτομα αυτά συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο. Για μεθοδολογικούς λόγους ο αριθμός των μελών του συλλόγου διαχωρίστηκε με τον τρόπο αυτό, ώστε το δείγμα της έρευνας να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο ισορροπημένο και ακριβές.

| ΔΗΜΟΙ        | ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ<br>2015 | ΕΙΣΠΡΑΧΘΕΝΤΑ<br>ΕΣΟΔΑ | ΜΟΝΙΜΟΣ<br>ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ <sup>21</sup> |
|--------------|------------------------|-----------------------|------------------------------------|
| ΓΛΥΦΑΔΑ      | 63.121.442,64          | 36.032.397,11         | 87.305                             |
| ΝΙΚΑΙΑ-ΡΕΝΤΗ | 20.016.973,00          | 12.979.108,94         | 105.430                            |
| ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ    | 80.200.778,00          | 44.120.131,03         | 139.981                            |

*Πίνακας 1: Σύγκριση οικονομικών στοιχείων των Δήμων Γλυφάδας, Νίκαιας-Ρέντη και Περιστερίου σε συνάρτηση με τον πληθυσμό.*

Το ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε δύο κατηγορίες ηλικιών. Η πρώτη κατηγορία αφορά τα άτομα ηλικίας 18 έως 35 ετών και καλύπτεται από τις απαντήσεις των φοιτητών και των αποφοίτων του τμήματος ΕΜΜΕ, ενώ η δεύτερη κατηγορία αφορά τα άτομα ηλικίας άνω των 36 ετών και καλύπτεται από τις απαντήσεις των μελών των πολιτιστικών συλλόγων.

Στην περίπτωση των φοιτητών και αποφοίτων, αναζητήθηκαν φοιτητές, οι οποίοι βρίσκονται είτε στον προπτυχιακό είτε στο μεταπτυχιακό κύκλο σπουδών τους στο τμήμα ΕΜΜΕ, αλλά και όσοι έχουν αποφοιτήσει από το τμήμα. Το δείγμα αποτελείται από άντρες και γυναίκες που διαμένουν στο Νομό Αττικής. Ο λόγος που επιλέχθηκαν και απόφοιτοι και όχι μόνο φοιτητές του τμήματος είναι για να καλυφθεί όσο το δυνατόν πληρέστερα η κατηγορία ηλικίας 18 έως 35 ετών.

Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε με την βοήθεια του εργαλείου Google Forms και ήταν διαθέσιμο για συμπλήρωση μέσω του Διαδικτύου για τους φοιτητές και τους απόφοιτους από τις 24 Μαρτίου μέχρι τις 22 Απριλίου. Επιπλέον, σχεδιάστηκε το ίδιο

<sup>21</sup> Σύμφωνα με την απογραφή πληθυσμού του 2011 από την Ελληνική Στατιστική Αρχή.

ερωτηματολόγιο και σε έντυπη μορφή, προκειμένου να μοιραστεί στα μέλη των συλλόγων που επισκεφτήκαμε μέσα στο ίδιο χρονικό διάστημα. Στο τέλος, όλες οι απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν αναλύθηκαν και αποτυπώθηκαν σε γραφήματα, προκειμένου να διεξαχθούν τα τελικά συμπεράσματα και να εξεταστούν οι ερευνητικές υποθέσεις, όπως διατυπώθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο.

### 3.3.: ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Επιτακτική ανάγκη, με σκοπό να διεξαχθεί ομαλά η συγκεκριμένη έρευνα, ήταν να οριστούν εξαρχής κάποιοι περιορισμοί, μερικοί από τους οποίους, κατά την εξέλιξη της έρευνας, άλλαξαν.

Λόγω του μικρού χρονικού διαστήματος για την υλοποίηση της παρούσας έρευνας, σε συνάρτηση με τον όγκο των δεδομένων που θα συλλεγότουσαν, αποφασίστηκε η έρευνα να διεξαχθεί μέσα στο χρονικό πλαίσιο του ενός μήνα και σε ένα σχετικά ικανοποιητικό αριθμό δείγματος. Για τον λόγο αυτό, επιλέχθηκαν μόνο τρεις σύλλογοι τριών διαφορετικών περιοχών της Αττικής, καθώς λόγω της πίεσης χρόνου δεν ήταν δυνατή η διεξαγωγή της έρευνας σε περισσότερους. Ως αρχικό δείγμα ορίστηκαν οι 120 απαντήσεις. Ειδικότερα, 60 απαντήσεις από μέλη συλλόγων, 20 ανά κάθε σύλλογο από τις περιοχές της Γλυφάδας, Περιστερίου και Νίκαιας-Ρέντη, καθώς και 60 απαντήσεις από φοιτητές ή απόφοιτους που διαμένουν στις ίδιες περιοχές με τα μέλη των συλλόγων.

Ο περιορισμός ως προς τα μέλη των συλλόγων διατηρήθηκε κατά την εξέλιξη της έρευνας. Ωστόσο, λόγω προβλημάτων που αντιμετωπίσαμε στην εύρεση του συγκεκριμένου δείγματος φοιτητών και αποφοίτων, ο περιορισμός αυτός άλλαξε στην πορεία και ζητήθηκε η συμμετοχή των ενδιαφερόμενων φοιτητών και απόφοιτων με κριτήριο να διαμένουν στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής.

Ακόμη, έγινε διαχωρισμός του ηλεκτρονικού και του έντυπου ερωτηματολογίου ανάλογα με τις κατηγορίες των ερωτηθέντων. Εκτιμήθηκε ότι ήταν πιο εύκολη και άμεση η προώθησή του διαδικτυακά στους σπουδαστές ή πρώην σπουδαστές του τμήματος μέσω των ηλεκτρονικών τους διευθύνσεων, της ιστοσελίδας του τμήματος ΕΜΜΕ, αλλά και των ομάδων μελών της σχολής στο Facebook. Στα μέλη των συλλόγων κάτι τέτοιο δεν θα μπορούσε να γίνει εφικτό, αφού δεν διέθεταν και οι τρεις σύλλογοι κάποια επίσημη ιστοσελίδα ή σελίδα σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, για αυτό κρίθηκε σκόπιμο η επικοινωνία να είναι άμεση μαζί τους μέσω τηλεφώνου και στη συνέχεια με την επίσκεψη στο χώρο που δραστηριοποιούνται.

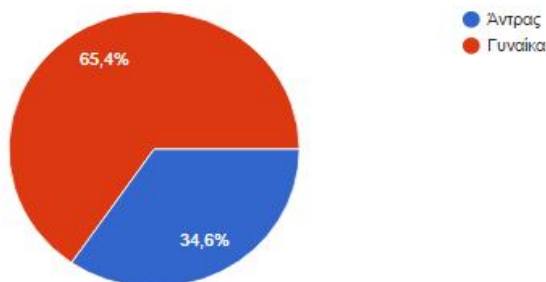
Τέλος, όσον αφορά το φύλο, ορίστηκε ο περιορισμός των 20 μελών ανά σύλλογο, δέκα άντρες και δέκα γυναίκες. Ομοίως και στους φοιτητές και απόφοιτους, αρχικός στόχος ήταν η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από 30 άντρες και 30 γυναίκες. Εξαιτίας του περιορισμένου αριθμού αντρών φοιτητών ή αποφοίτων του τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, δεν καταφέραμε να συλλέξουμε ίσο αριθμό αντρών και γυναικών ηλικίας 18 έως 35 ετών. Επίσης, ο αριθμός των απαντήσεων της κατηγορίας αυτής έφτασε τις 70, αντί για τις 60 που είχε οριστεί, αλλά κρίθηκε ότι δεν θα αλλοιώσει τα αποτελέσματα της έρευνας, οπότε και διατηρήθηκε.

### 3.4.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (I) – ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Μετά την ολοκλήρωση της έρευνας, συγκεντρώθηκαν συνολικά 130 απαντήσεις. Οι 60 από αυτές προέρχονται από τα μέλη των τριών πολιτιστικών συλλόγων που αναφέρθηκαν και οι υπόλοιπες 70 από τους φοιτητές ή απόφοιτους του τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

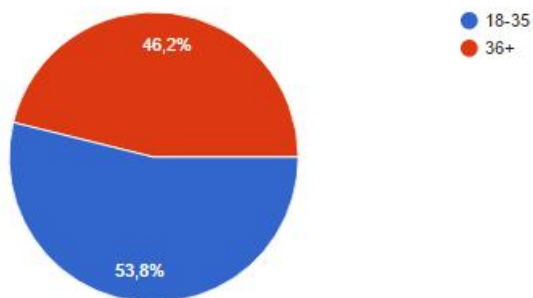
Αρχικά, παρουσιάζονται οι πρώτες ερωτήσεις αναφορικά με τα προσωπικά και δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων. Η πλειοψηφία του δείγματος, το 65,4%, είναι γυναίκες και ακολουθούν οι άντρες με ποσοστό 34,6%. Όσον αφορά την ηλικία, το 53,8% ανήκει στην κατηγορία των 18 έως 35 ετών και το 46,2% στην ηλικία άνω των 36. Ακόμη, σχετικά με τον Δήμο διαμονής, έπειτα και από την άρση του περιορισμού που είχε οριστεί, συγκεντρώθηκαν απαντήσεις από διάφορες περιοχές της Αττικής. Αυτές που συγκέντρωσαν τις περισσότερες απαντήσεις είναι ο Δήμος Περιστερίου με ποσοστό 25,4%, ο Δήμος Γλυφάδας με 21,5%, ο Δήμος Νίκαιας-Ρέντη με 20% και ο Δήμος Αθηναίων με ποσοστό 10,8%. Ακολουθούν κατά σειρά οι εξής Δήμοι: Άγιος Δημήτριος (3,1%), Ζωγράφου (2,3%), Βύρωνα (1,5%), Μαρούσι (1,5%), Μεταμόρφωση (1,5%), Νέο Ηράκλειο (1,5%), Πειραιάς (1,5%), Ίλιον (0,8%), Γαλάτσι (0,8%), Διόνυσος (0,8%), Νέος Κόσμος (0,8%), Ελληνικό-Αργυρούπολη (0,8%), Πετρούπολη (0,8%), Νέα Ερυθραία (0,8%), Πεντέλη (0,8%), Παλαιό Φάληρο (0,8%), Καλλιθέα (0,8%), Νέα Φιλαδέλφεια (0,8%) και Παπάγου-Χολαργός (0,8%).

Φύλο



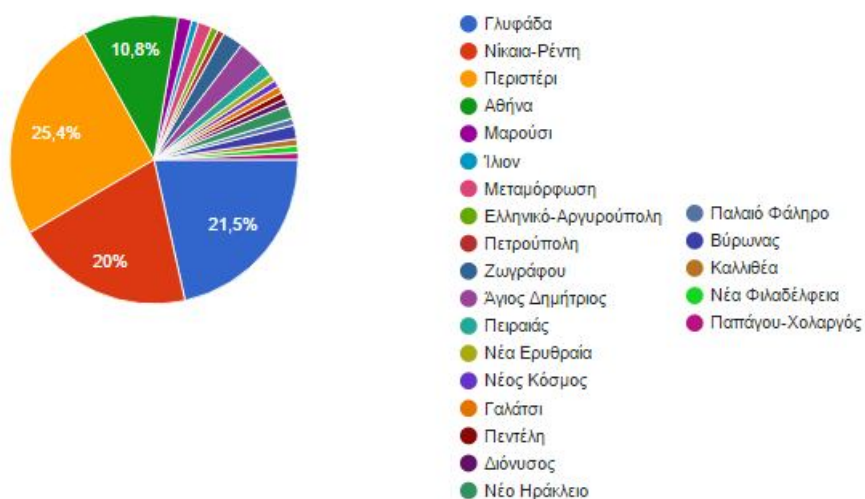
Γράφημα 1: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με το φύλο.

## Ηλικία



Γράφημα 2: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με την ηλικία.

## Τόπος Κατοικίας

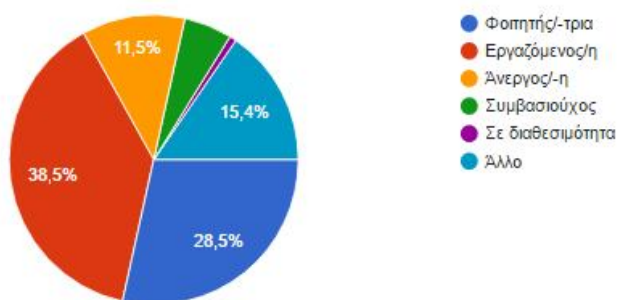


Γράφημα 3: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με τον τόπο διαμονής.

Επίσης, σχετικά με την εργασιακή κατάσταση του δείγματος, το μεγαλύτερο ποσοστό, το 38,5% συγκεντρώνουν οι εργαζόμενοι και ακολουθούν οι φοιτητές με ποσοστό 28,5%, οι άνεργοι με 11,5%, οι συμβασιούχοι με 5,4% και όσοι έχουν τεθεί σε διαθεσιμότητα με ποσοστό 0,8%. Υπάρχουν βέβαια και εκείνοι που επέλεξαν το άλλο ως απάντηση, σε ποσοστό 11,5%, οι οποίοι, όπως δήλωσαν, είναι συνταξιούχοι, επιχειρηματίες ή ασχολούνται με τα οικιακά.



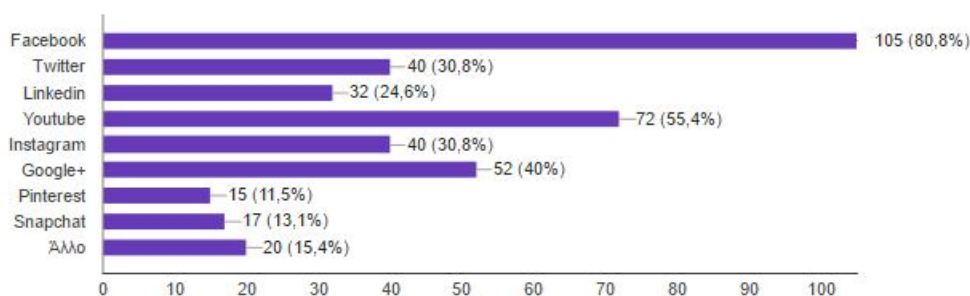
## Εργασιακή κατάσταση



Γράφημα 4: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με την εργασιακή κατάσταση.

Στην τελευταία ερώτηση αυτής της κατηγορίας, αναφορικά με ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν, οι ερωτηθέντες μπορούσαν να δώσουν περισσότερες από μία απαντήσεις. Κυρίαρχο μέσο αναδείχτηκε το Facebook με ποσοστό 80,8% και ακολουθεί το Youtube με 55,4%, το Google+ με 40%, το Twitter με 30,8%, το Instagram με 30,8%, το LinkedIn με 24,6%, το Snapchat με 13,1% και το Pinterest με 11,5%. Από όσους απάντησαν «Άλλο» (15,4%), ένα μέρος του δείγματος επέλεξε την απάντηση αυτή για να δηλώσουν πως δεν χρησιμοποιούν κανένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης (12,3%), ενώ κάποιοι απάντησαν πως χρησιμοποιούν το Tumblr (2%), το Wikipedia (1%) και το Academy.edu. (1%).

Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

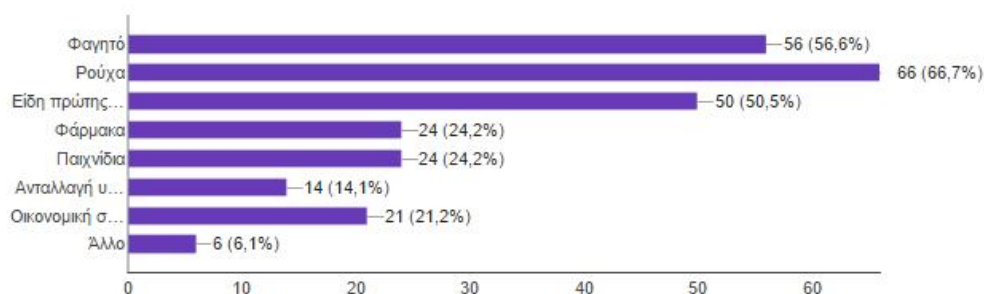


Γράφημα 5: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

### 3.5.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (II) – ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

Στη συνέχεια του ερωτηματολογίου, ακολουθούν οι ερωτήσεις σχετικά με την συμμετοχή ή μη σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης. Το 70,8% συμμετέχει ή έχει συμμετάσχει σε δράσεις, έναντι του 29,2%, το οποίο δεν συμμετέχει. Στην ερώτηση «πόσο συχνά συμμετέχετε», το 30% συμμετείχε μόνο μία φορά, το 29,2% μία φορά το μήνα, ενώ το 25,4% δεν έχει συμμετάσχει ποτέ σε δράσεις. Στην ίδια ερώτηση, το 8,5% απάντησε πως συμμετέχει κάθε εβδομάδα, το 4,6% δύο με τρεις φορές το μήνα και μόλις το 2,3% καθημερινά<sup>22</sup>. Η πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 71,5% συμμετέχει ή έχει συμμετάσχει ως δότες, μόλις το 2,3% το 0,8% ως δότες και ως λήπτες και εκείνοι που δεν συμμετείχαν ούτε ως δότες ούτε ως λήπτες φτάνουν το 25,4%. Από τη μία, από το 71,5% που συμμετέχει ή έχει συμμετάσχει ως δότες, το 66,7% προσέφερε ρούχα, το 56,6% φαγητό, το 50,5% είδη πρώτης ανάγκης, το 24,2% φάρμακα, το 24,2% παιχνίδια, το 21,2% οικονομική στήριξη και το 14,1% ανταλλαγή υπηρεσιών. Ακόμη, όσον αφορά την κοινωνική προσφορά, το 6,1% απάντησε πως έχει προσφέρει άλλου είδους βοήθεια, όπως δημιουργική απασχόληση σε παιδιά, εθελοντική εργασία, δεντροφύτευση ή έχουν προσφέρει αίμα. Από την άλλη, οι λήπτες έχουν λάβει ως βοήθεια ανταλλαγή υπηρεσιών (66,7%), φαγητό (33,3%), είδη πρώτης ανάγκης (33,3%), φάρμακα (33,3%) και οικονομική στήριξη (33,3%).

Αν είστε δότες, τι είδους βοήθεια προσφέρετε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



Γράφημα 6: Αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με το είδος βοήθειας που έχουν προσφέρει οι δότες.

<sup>22</sup> Βλέπε Παράρτημα 5 σελ:139.

Αν είστε λήπτες, τι είδους βοήθεια λαμβάνετε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



Γράφημα 7: Αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αναφορικά με το είδος βοήθειας που έχουν λάβει οι λήπτες.

Στην ερώτηση για το τι είδους δράσεις έχουν συμμετάσχει, οι περισσότεροι ερωτηθέντες δήλωσαν την συλλογή ρούχων, παιχνιδιών και ειδών πρώτης ανάγκης σε ποσοστό 82,3%, ενώ τις λιγότερες απαντήσεις συγκέντρωσαν οι τράπεζες χρόνου, μόλις το 2,1%. Μεταξύ αυτών των απαντήσεων μεσολαβούν η διανομή ειδών πρώτης ανάγκης με 36,5%, τα συσσίτια με 21,9%, η φροντίδα φυσικού περιβάλλοντος με 15,6%, η φροντίδα της γειτονιάς ή του Δήμου με 12,5%, τα κοινωνικά παντοπωλεία με 9,4%, τα κοινωνικά ιατρεία με 6,3%, η στέγαση αστέγων με 5,2% και τα κοινωνικά φροντιστήρια με 4,2%. Επιπλέον, το 8,3% έχει συμμετάσχει σε άλλα είδη δράσεων, σχετικές με την περίθαλψη προσφύγων, δημιουργική απασχόληση παιδιών με ειδικές ανάγκες, φροντίδα ατόμων με ειδικές ανάγκες στο πλαίσιο των Special Olympics, αιμοδοσία, εράνους, εθελοντική εργασία σε ίδρυμα αναπήρων και συμμετοχή σε μαραθώνιο ενάντια στον καρκίνο του μαστού. Στην αντίστοιχη ερώτηση, αναφορικά με το τι είδους δράσεις θα επιθυμούσαν να συμμετάσχουν στο μέλλον, η συλλογή ρούχων, παιχνιδιών και ειδών πρώτης ανάγκης συγκεντρώνει και πάλι το υψηλότερο ποσοστό, της τάξης του 52%. Ακολουθούν η διανομή ειδών πρώτης ανάγκης με 39%, η φροντίδα της γειτονιάς ή του Δήμου με 30,6%, τα κοινωνικά φροντιστήρια με 31,7%, τα συσσίτια με 30,1%, η φροντίδα φυσικού περιβάλλοντος με 27,6%, τα κοινωνικά παντοπωλεία με 24,4%, τα κοινωνικά ιατρεία με 17,1%, οι τράπεζες χρόνου με 12,2%, η στέγαση αστέγων με 8,9%, ενώ το 5,7% που δήλωσε «Άλλο» ως απάντηση εξέφρασε την επιθυμία να μην συμμετάσχει σε καμία δράση<sup>23</sup>.

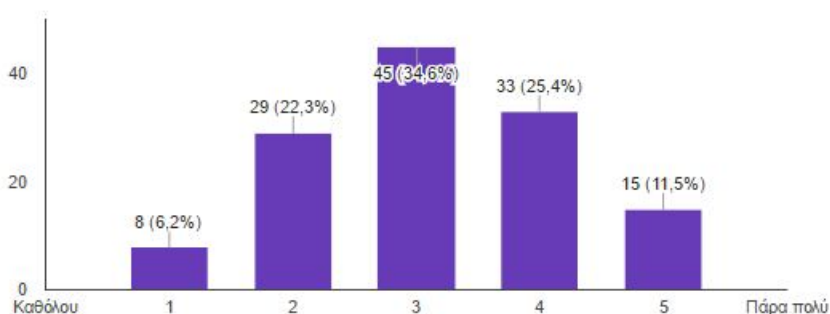
<sup>23</sup> Βλέπε Παράρτημα 5 σελ: 141.

### 3.6.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (ΙΙΙ) – ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

Κατόπιν, ακολουθούν τα αποτελέσματα των ερωτήσεων, σχετικά με την ενημέρωση του κοινού για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης. Μέσα από τις ερωτήσεις αυτές διακρίνεται, γενικά, ο ρόλος του Διαδικτύου και ειδικά, ο ρόλος του Facebook στο θέμα αυτό.

Στην ερώτηση κλίμακας «πόσο ενήμεροι πιστεύετε ότι είστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης», όπου το 1 ισούται με καθόλου και το 5 με πάρα πολύ, το 34,6% εκτιμά πως έχει ενημερωθεί αρκετά, το 25,4% σε μεγάλο βαθμό και το 11,5% σε πολύ μεγάλο βαθμό. Αντίθετα, το 22,3% θεωρεί πως είναι ενημερωμένοι σε μικρό βαθμό και το 6,2% πως δεν είναι καθόλου ενημερωμένο για τα θέματα αυτά.

Πόσο ενήμεροι πιστεύετε ότι είστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;



Γράφημα 8: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με το βαθμό ενημέρωσης για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης.

Συμπληρωματικά, στην ερώτηση αναφορικά με ποιους σκοπούς γνωρίζουν ότι καλύπτουν οι δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, το 94,6% απάντησε την κάλυψη ανάγκης για τροφή. Οι υπόλοιπες απαντήσεις διαμορφώνονται ως εξής: Ιατρική περίθαλψη με ποσοστό 80%, περίθαλψη προσφύγων με 79,2%, κάλυψη ανάγκης για στέγη 53,8%, οικονομική στήριξη με 50,8% επανένταξη αδύναμων κοινωνικών στρωμάτων στην κοινωνία με 46,9%, κοινωνική επιμόρφωση με 44,6%, φροντίδα της

γειτονιάς ή του Δήμου με 39,2% και φροντίδα φυσικού περιβάλλοντος με 37,7%. Ακόμη, η αιμοδοσία ως διαφορετική απάντηση από τις προτεινόμενες συγκέντρωσε ποσοστό της τάξης του 0,8%.<sup>24</sup>

Κυρίαρχο μέσο στην ενημέρωση του κοινού για τα θέματα αλληλεγγύης αναδείχτηκε το Διαδίκτυο, με ποσοστό 73,8%. Η τηλεόραση, ως παραδοσιακό μέσο ενημέρωσης, συγκεντρώνει το 43,1%. Ορισμένοι ενημερώνονται από τον Δήμο, στον οποίο διαμένουν, σε ποσοστό 36,2%, άλλοι από ενημερωτικά φυλλάδια (28,5%), αφίσες (27,7%) ή κατά την επίσκεψή τους σε κάποια εκδήλωση, συναυλία ή παζάρι (26,9%). Επίσης, το ραδιόφωνο συγκεντρώνει το 23,8% των απαντήσεων, οι καμπάνιες το 23,1%, η γειτονιά του 23,1%, οι εφημερίδες το 15,4% και τα περιοδικά το 5,4%, ενώ ένα μικρό ποσοστό των ερωτηθέντων, της τάξης του 3,1% ενημερώνεται, όπως δήλωσε, απευθείας από οργανώσεις ή φορείς των δράσεων, αλλά και από τον κοινωνικό τους περίγυρο.

Όσον αφορά μεμονωμένα τα άτομα που ενημερώνονται μέσω Διαδικτύου για τα θέματα αυτά, το 81,5% ενημερώνεται μέσω Facebook, το 43,5% απευθείας από τις ιστοσελίδες των οργανώσεων ή των πρωτοβουλιών δράσεων αλληλεγγύης, το 18,5% μέσω Google+, το 10,5% μέσω Youtube, το 8,1% μέσω Twitter, το 0,8% μέσω Instagram, ενώ το 12,5% επέλεξε διαφορετική απάντηση. Από το ποσοστό αυτό οι περισσότεροι απάντησαν πως δεν ενημερώνονται μέσω διαδικτύου (75%), μερικοί δήλωσαν πως ενημερώνονται μέσω ειδησεογραφικών ιστοσελίδων (12,5%) και πολλοί λίγοι από τους συλλόγους της γειτονιάς τους (6,25%).

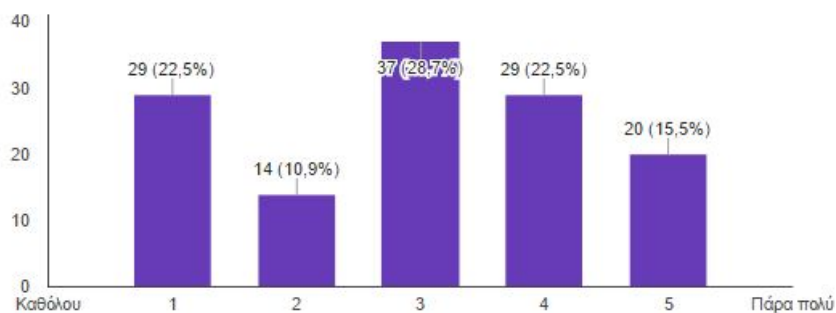
---

<sup>24</sup> Βλέπε Παράρτημα 5 σελ:142.

### 3.7.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (IV) – ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΜΕΣΩ FACEBOOK

Ειδικότερα, στην περίπτωση του δείγματος που ενημερώνονται μέσω Facebook, τους ζητήθηκε να απαντήσουν σε τι βαθμό στηρίζονται στο συγκεκριμένο μέσο για τον λόγο αυτό. Από τη μία πλευρά, το 28,7% εκτιμά ότι στηρίζεται σε αρκετά μεγάλο βαθμό για την ενημέρωσή του, το 22,5% σε μεγάλο βαθμό και το 15,5% σε πολύ μεγάλο βαθμό. Από την άλλη πλευρά, το 10,9% στηρίζεται σε μικρό βαθμό στο Facebook, ενώ το 22,5% δεν στηρίζεται καθόλου στο μέσο αυτό για την ενημέρωσή του.

Σε τι βαθμό στηρίζεστε στο facebook για την ενημέρωση σας σχετικά με τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;



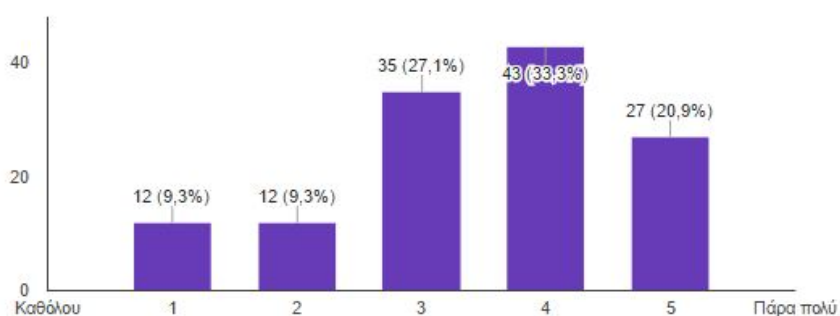
Γράφημα 9: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με το βαθμό ενημέρωσης για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook.

Ακολουθώς, στην ερώτηση με ποιους τρόπους ενημερώνονται μέσω Facebook για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης, το 54,3% απάντησε από τον σύνδεσμο (link) στην αρχική του σελίδα που κοινοποίησε κάποιος φίλος του, το 53,4% από το προφίλ οργανώσεων ή πρωτοβουλιών στο συγκεκριμένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, ενώ το ποσοστό της ίδιας τάξης του 53,4% ενημερώνεται μέσα από κάποια δημόσια εκδήλωση. Ακόμα, το 33,6% ενημερώνεται από τα ενδιαφέροντα των φίλων του, το 27,6% επειδή τους το πρότεινε κάποιος φίλος τους, το 24,1% από κάποιο αναρτημένο βίντεο και το 22,4% από αφίσα ή εικόνα. Το 7,8% που επέλεξε την απάντηση «Άλλο», δήλωσε πως δεν ενημερώνεται από το Facebook.

Από το σύνολο των χρηστών που επιλέγουν το Facebook για την ενημέρωσή τους, το 53,5% ενημερώνει τους φίλους του για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης, έναντι του 46,5% που δεν τους ενημερώνει. Οι τρόποι που επιλέγουν να ενημερώσουν τους φίλους τους έχουν να κάνουν είτε με την πρόσκληση σε κάποια εκδήλωση (53,6%), είτε με την κοινοποίηση κάποιας σελίδας πρωτοβουλιών δράσεων στο προφίλ του (49,3%) ή είτε με την συζήτηση για τα θέματα αλληλεγγύης (39,1%). Διαφορετική απάντηση έδωσε το 8,7%, το οποίο διευκρίνισε ότι ενημερώνει τους φίλους του με αποστολή προσωπικού μηνύματος στο προφίλ τους<sup>25</sup>.

Στην ερώτηση «πιστεύετε ότι το Facebook συμβάλλει στην ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση του κόσμου για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης», η οποία απευθυνόταν σε όλους τους ερωτηθέντες, ανεξαρτήτου αν χρησιμοποιούν το μέσο αυτό ή όχι, το 33,3% εκτιμά πως συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό. Ακολουθεί το 27,1% που πιστεύει πως συμβάλλει αρκετά και το 20,9%, το οποίο θεωρεί πως συμβάλλει σε πολύ μεγάλο βαθμό. Τέλος, οι εκτιμήσεις του δείγματος ότι συμβάλλει σχεδόν καθόλου ή καθόλου συγκεντρώνουν η καθεμία από 9,3%.

Πιστεύετε ότι το facebook συμβάλλει στην ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση του κόσμου για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;



Γράφημα 10: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με τον βαθμό συμβολής του Facebook στο θέμα της ενημέρωσης και της ευαισθητοποίησης για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης.

<sup>25</sup> Βλέπε Παράρτημα 5 σελ:144.



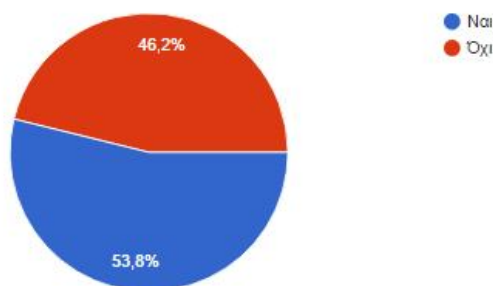
### 3.8.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (V) – ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

Προχωρώντας προς το τέλος του ερωτηματολογίου, οι ερωτήσεις που παρουσιάστηκαν στο δείγμα αναφέρονται στην επικοινωνία του κόσμου με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης.

Αρχικά, τέθηκε το ερώτημα αν έχουν έρθει γενικά σε επικοινωνία με κάποια δράση. Το 53,8% εξέφρασε θετική άποψη, ενώ το 46,2% αρνητική. Οι λόγοι που το μέρος του δείγματος ήρθε σε επικοινωνία με κάποια δράση αφορούν, είτε για να ζητήσουν να συμμετέχουν οι ερωτηθέντες ως δότες σε δράσεις (76,4%), είτε να ενημερωθούν για τα θέματα αλληλεγγύης (37,5%), είτε για να ζητήσουν οι ίδιοι ως λήπτες βοήθεια (2,8%) ή είτε όπως εξέφρασε ένα μικρό ποσοστό (2,8%) για να ζητήσουν πληροφορίες στο πλαίσιο ακαδημαϊκού και επαγγελματικού ενδιαφέροντος ή υποχρεώσεων.

Παρόλα αυτά, οι λόγοι που το υπόλοιπο μέρος του δείγματος της έρευνας δεν έχει έρθει σε επικοινωνία με κάποια δράση είναι είτε λόγω έλλειψης χρόνου (75%), είτε από δισταγμό ή ντροπή (17,9%) ή επειδή δεν θεωρούν αξιόλογο το έργο των δράσεων αλληλεγγύης (16,1%). Βέβαια, μερικοί δήλωσαν πως δεν είχε τύχει μέχρι εκείνη τη στιγμή να έρθουν σε επικοινωνία με κάποια δράση, καθώς και ότι τα προσωπικά τους προβλήματα τους εμποδίζουν από το να προσφέρουν βοήθεια σε άλλους συνανθρώπους τους.

Έχετε έρθει γενικά σε επικοινωνία με κάποια δράση κοινωνικής αλληλεγγύης;



Γράφημα 11: Αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με την επικοινωνία με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης.



### 3.9.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (VI) – ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

Έπειτα, όσον αφορά το μέσο που χρησιμοποίησαν για την επικοινωνία τους, το τηλέφωνο συγκεντρώνει το 32,5% των απαντήσεων, η συνάντηση από κοντά με μέλη των πρωτοβουλιών δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης το 28,7%, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης το 26,3% και το η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email) το 10%. Παράλληλα, το 2,5% δήλωσε πως χρησιμοποίησε το τηλέφωνο, την διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και το Facebook μαζί για τον σκοπό αυτό. Κατόπιν, ζητήθηκε να εκφράσουν τους λόγους που χρησιμοποίησαν το μέσο αυτό στην αντίστοιχη ανοιχτή ερώτηση του ερωτηματολογίου. Οι απαντήσεις του παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Ποιο μέσο χρησιμοποιήσατε για την επικοινωνία σας;



Γράφημα 12: Αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με τη χρήση μέσων επικοινωνίας με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης.

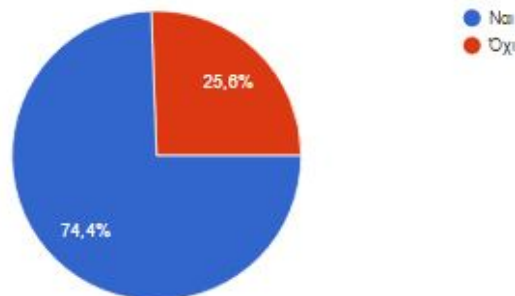
| <b>ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΑΝ ΤΟ ΜΕΣΟ ΑΥΤΟ</b>            | <b>ΜΕΣΟ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΑΝ</b>                   |
|---|--|
| <b>Αμεσότητα (56,4%)</b>                                | Social media, τηλέφωνο                           |
| <b>Ευκολία (18,1%)</b>                                  | Κοινωνικά δίκτυα, τηλέφωνο, email                |
| <b>Προσωπική επαφή (12,7%)</b>                          | Συνάντηση από κοντά με μέλη πρωτοβουλιών δράσεων |
| <b>Δωρεάν (5,5%)</b>                                    | Κοινωνικά δίκτυα                                 |
| <b>Έλλειψη γνώσεων χρήσης ηλεκτρονικών μέσων (1,8%)</b> | Συνάντηση από κοντά με μέλη πρωτοβουλιών δράσεων |
| <b>Δυνατότητα συνεχής ενημέρωσης-newsletter (1,8%)</b>  | Email  |
| <b>Ταυτοποίηση στοιχείων αιτούντα βοήθειας (1,8%)</b>   | Τηλέφωνο   |
| <b>Αξιοπιστία (1,8%)</b>                                | Συνάντηση από κοντά                              |
| <b>Δισταγμός, ντροπή (1,8%)</b>                         | Κοινωνικά δίκτυα                                 |
| <b>Εύρεση εργασίας (1,8%)</b>                           | Τηλέφωνο   |
| <b>Εκεί είδα την ανακοίνωση (1,8%)</b>                  | Κοινωνικά δίκτυα                                 |

*Πίνακας 2: Οι λόγοι που οδήγησαν στην επιλογή συγκεκριμένου μέσου για την επικοινωνία με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης.*

### 3.10.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (VII) – ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΜΕΣΩ FACEBOOK

Στην ερώτηση «αν πιστεύετε ότι το Facebook θα διευκόλυνε την επικοινωνία σας», η οποία απευθυνόταν σε όλους τους ερωτηθέντες, το 74,4% εκτιμά πως θα το διευκόλυνε, ενώ το 25,6% απάντησε αρνητικά.

Πιστεύετε ότι το facebook θα διευκόλυνε την επικοινωνία σας;



Γράφημα 13: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου έρευνας, αναφορικά με την επικοινωνία με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook.

Τέλος, τέθηκε το ερώτημα τι παραπάνω εκτιμούν ότι προσφέρει το Facebook στην επικοινωνία με τις δράσεις αλληλεγγύης. Η πλειοψηφία, το 68%, εκτιμά ότι διευκολύνει την επικοινωνία τους, το 52,5% πιστεύει πως προσφέρει αμεσότητα, το 49,2% διαδραστικότητα και το 29,5% εκτιμά ότι προσφέρει ευκαιρία για συζήτηση. Επιπλέον, καταγράφηκαν ορισμένες διαφορετικές, κυρίως αρνητικές εκτιμήσεις (7,4%), σχετικά με τον γενικότερο ρόλο του Facebook και το γεγονός ότι μπορεί να αποπροσανατολίζει τον κόσμο, ότι ο έλεγχος που ασκεί στους χρήστες είναι μεγάλος, ενώ ένα μικρό ποσοστό εκτιμά ότι το μέσο αυτό προσελκύει περισσότερο κόσμο, μέσω του διαμοιρασμού του περιεχομένου<sup>26</sup>.

<sup>26</sup> Βλέπε Παράρτημα 5 σελ:146.

### 3.11.: ΕΛΕΓΧΟΣ 1<sup>ΗΣ</sup> ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας αντίληψης και ενημέρωσης του κοινού για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, εξάγονται τα παρακάτω συμπεράσματα, τα οποία επιβεβαιώνουν, στο συγκεκριμένο ερευνητικό δείγμα, τις ερευνητικές υποθέσεις που διατυπώθηκαν στο Κεφάλαιο 3.1.

Αναφορικά με το αν οι γυναίκες συμμετέχουν περισσότερο από ότι οι άντρες, η ερευνητική αυτή υπόθεση φαίνεται να επιβεβαιώνεται. Για την εξακρίβωση της πρώτης υπόθεσης έρευνας στο συγκεκριμένο δείγμα, προστέθηκαν τα ποσοστά συμμετοχής των γυναικών και των αντρών αντίστοιχα, ως προς τη συχνότητα συμμετοχής τους, δηλαδή τα ποσοστά όσων συμμετέχουν μία φορά το μήνα, δύο με τρεις φορές το μήνα, κάθε εβδομάδα, καθημερινά και μία φορά γενικά. Η συμμετοχή των αντρών φτάνει, συνολικά, το 68,8%, ενώ των γυναικών το 77,7%, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα.

| ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ Η ΜΗ ΣΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ | ΑΝΤΡΕΣ | ΓΥΝΑΙΚΕΣ |
|--|--------|----------|
| Συμμετέχουν συχνά ή έχουν συμμετάσχει μία φορά   | 68,8%  | 77,7%    |
| Δεν έχουν συμμετάσχει ποτέ                       | 31,1%  | 22,4%    |

Πίνακας 3: Σύγκριση μεταξύ αντρών και γυναικών σχετικά με την συμμετοχή τους ή μη σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης.

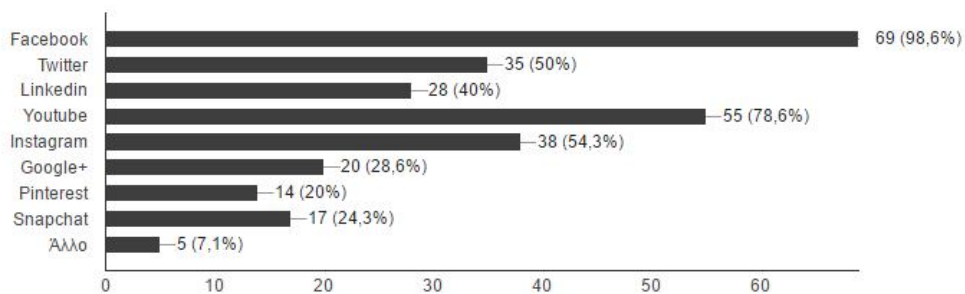
Αντίθετα, το ποσοστό που δεν έχει συμμετάσχει ποτέ σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, στην περίπτωση των αντρών είναι 31,1%, έναντι των γυναικών που είναι 22,4%. Η διαφορά έγκειται στο 10% περίπου, οπότε το συμπέρασμα που προκύπτει δεν είναι απόλυτο, αλλά ενδεικτικό του συνολικού δείγματος της έρευνας.

### 3.12.: ΕΛΕΓΧΟΣ 2<sup>ΗΣ</sup> ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

Αναλύοντας τα αποτελέσματα από την παρούσα έρευνα, παρατηρήθηκε ότι και η δεύτερη ερευνητική υπόθεση σχετικά με το ότι οι νεότεροι είναι πιο εξοικειωμένοι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και ότι χρησιμοποιούν περισσότερο το Facebook για να ενημερωθούν για τις δράσεις και τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης, συγκριτικά με άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, επιβεβαιώνεται.

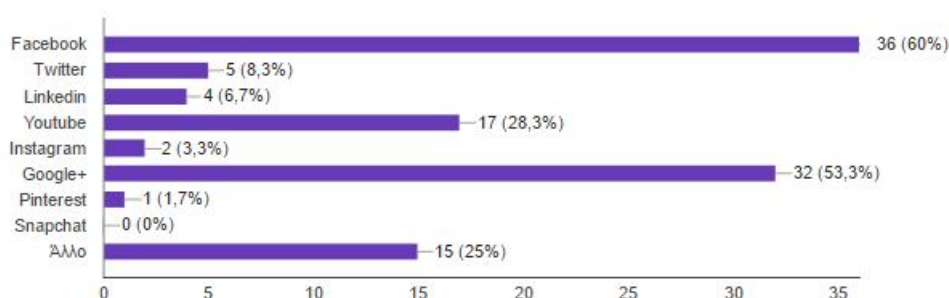
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του ερευνητικού δείγματος, οι νέοι ηλικίας 18 έως 35 ετών χρησιμοποιούν πολλά διαφορετικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σε σχέση με όσους είναι άνω των 36. Σχεδόν το 100% των νέων ηλικίας 18-35, συγκεκριμένα το 98,6%, χρησιμοποιούν το Facebook. Από την άλλη, από το σύνολο όσων είναι άνω των 36 ετών, το 60% κάνει χρήση του μέσου αυτού. Ως δεύτερο κυρίαρχο μέσο στις επιλογές του κοινού, για τους 18-35 ετών αναδείχτηκε το Youtube, με 78,6% και για τους 36 και πάνω το Google+, με 53,3%. Επίσης, κρίνοντας από την προσωπική επαφή με τα μέλη των συλλόγων, πολλά από αυτά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που αναφέρονταν στο ερωτηματολόγιο, όπως το LinkedIn, το Pinterest ή το Snapchat, ήταν άγνωστα προς αυτούς.

Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



Γράφημα 14: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων 18-35 ετών, αναφορικά με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

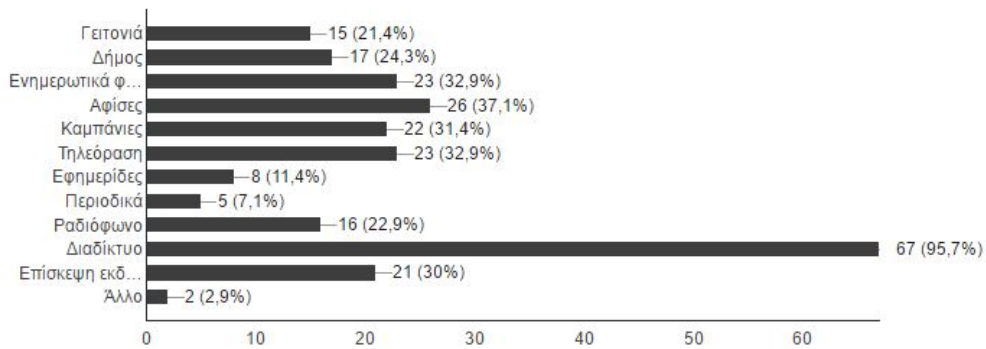


Γράφημα 15: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων άνω των 36 ετών, αναφορικά με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Το συμπέρασμα αυτό είναι λογικό, αρκεί να αναλογιστεί κανείς ότι οι νέοι 18 έως 35 ετών ανήκουν σε μία γενιά που πρόλαβε να γνωρίσει την τεχνολογική ανάπτυξη και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από την πρωταρχική εμφάνισή τους, είτε μέσα από το σχολείο και το πανεπιστήμιο, είτε μέσα από το εργασιακό τους περιβάλλον. Δεν συμβαίνει όμως το ίδιο με τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, καθώς είναι λογικό να μην γνωρίζουν την χρήση των νεότερων και εναλλακτικών τρόπων επικοινωνίας και ενημέρωσης, όπως είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διότι είναι συνηθισμένοι και εξοικειωμένοι με τα παραδοσιακά μέσα.

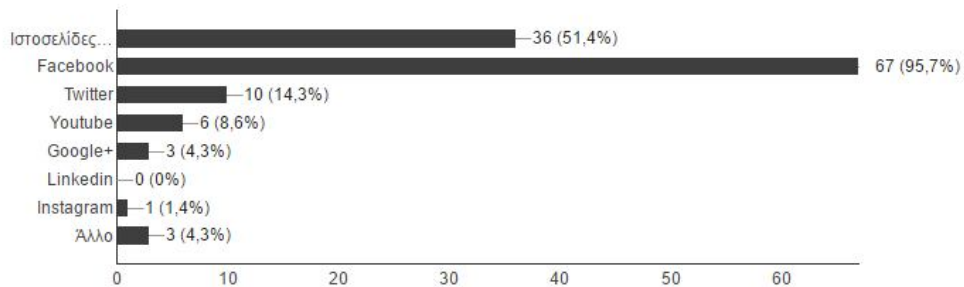
Επιπλέον, η ερευνητική υπόθεση επιβεβαιώνεται και από τους τρόπους με τους οποίους επιλέγει να ενημερωθεί η καθεμία ηλικιακή κατηγορία. Από τη μία, οι νέοι 18-35 ενημερώνονται κυρίως μέσω του Διαδικτύου και ειδικότερα, μέσω Facebook, σύμφωνα με τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου, σε ποσοστό 95,7%. Από την άλλη, οι άνω των 36 ενημερώνονται κυρίως μέσω της τηλεόρασης, ποσοστό 55% και έπειτα ακολουθεί ο Δήμος ως πηγή ενημέρωσης με 50% και μετά το Διαδίκτυο με 48,3%. Όσον αφορά το σύνολο αυτών που ενημερώνονται μέσω του Διαδικτύου (48,3%), το 63% από το σύνολο αυτό επιλέγει το Facebook, ενώ το 37% επιλέγει το Google+, γεγονός που αντικατοπτρίζει μία ιδιαίτερη προτίμηση των μεγαλύτερων ηλικιών για το συγκεκριμένο μέσο.

Με ποιο τρόπο ενημερώνεστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;  
(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



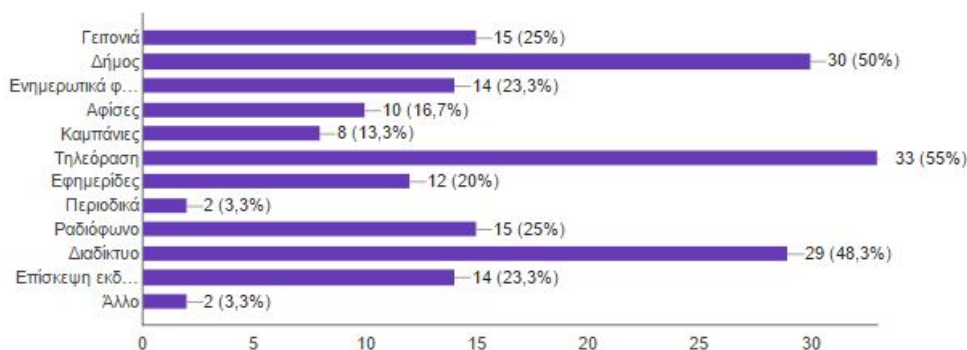
Γράφημα 16: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων 18-35 ετών, σχετικά με τους τρόπους ενημέρωσης για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης.

Με ποιο τρόπο ενημερώνεστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω διαδικτύου; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



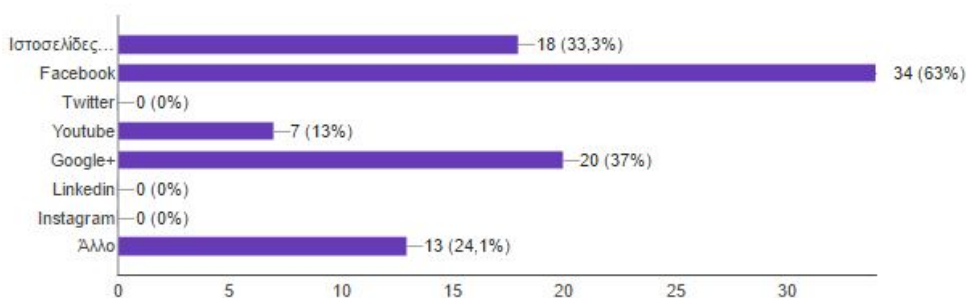
Γράφημα 17: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων 18-35 ετών, σχετικά με τους τρόπους ενημέρωσης μέσω Διαδικτύου για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης

Με ποιο τρόπο ενημερώνεστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;  
(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



Γράφημα 18: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων άνω των 36 ετών, σχετικά με τους τρόπους ενημέρωσης για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης.

Με ποιο τρόπο ενημερώνεστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω διαδικτύου; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

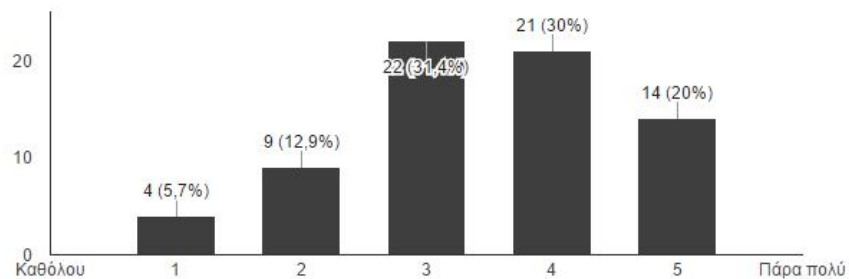


Γράφημα 19: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων άνω των 36 ετών, σχετικά με τους τρόπους ενημέρωσης μέσω Διαδικτύου για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης.

Επίσης, έχει ιδιαίτερη σημασία το γεγονός ότι το 42,4% των 36 και άνω δεν στηρίζεται καθόλου στο Facebook για να ενημερωθεί για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης, σε σχέση με τους 18-35 που στηρίζονται σε μεγάλο έως πολύ μεγάλο βαθμό στο μέσο αυτό.

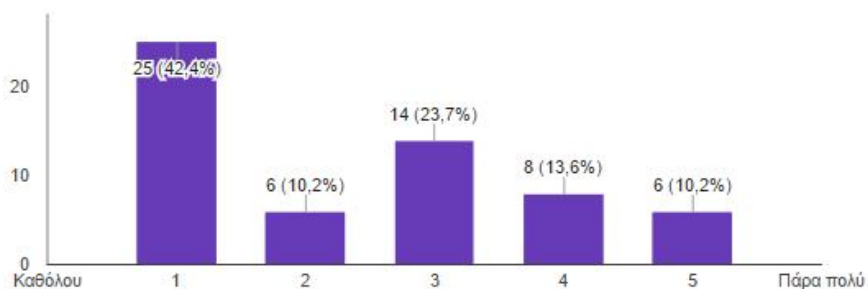


Σε τι βαθμό στηρίζετε στο facebook για την ενημέρωσή σας σχετικά με τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;



Γράφημα 20: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων 18-35 ετών, αναφορικά με τον βαθμό στήριξης στο Facebook για την ενημέρωσή για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης.

Σε τι βαθμό στηρίζετε στο facebook για την ενημέρωσή σας σχετικά με τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;

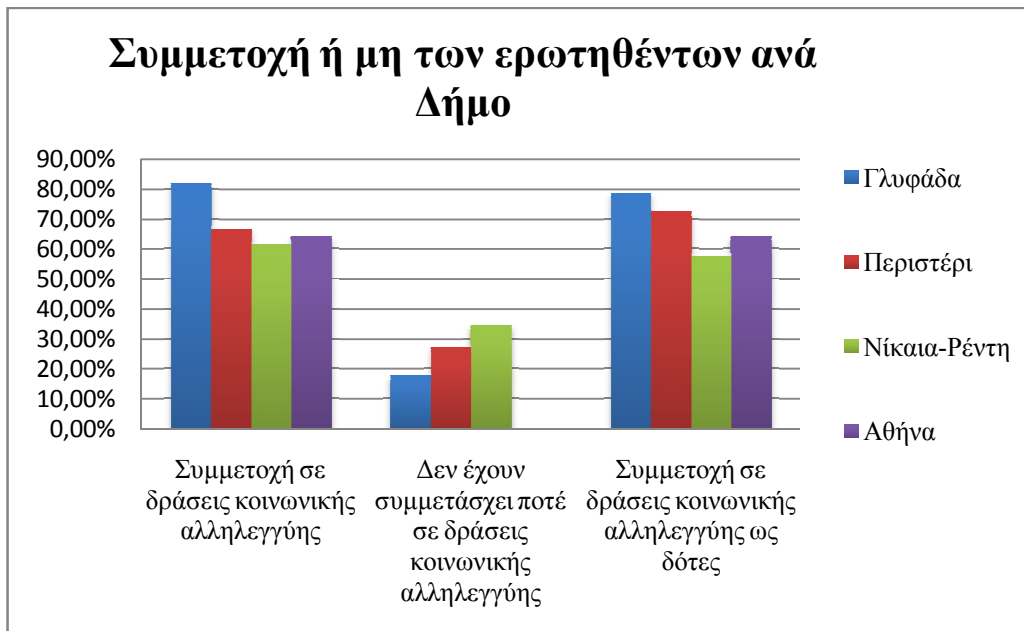


Γράφημα 21: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων άνω των 36 ετών, αναφορικά με τον βαθμό στήριξης στο Facebook για την ενημέρωσή για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης.

### 3.13.: ΕΛΕΓΧΟΣ 3<sup>ΗΣ</sup> ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του ερευνητικού δείγματος, η συμμετοχή των πολιτών που διαμένουν σε Δήμους χαμηλής οικονομικής κατάστασης, είναι μικρότερη σε σχέση με την συμμετοχή των πολιτών πιο ευκατάστατων οικονομικά Δήμων της Αττικής. Συγκρίνοντας τους τέσσερις Δήμους με τα υψηλότερα ποσοστά απαντήσεων, Περιστερί (25,4%), Γλυφάδα (21,5%), Νίκαια-Ρέντη (20%) και Αθήνα (10,8%), παρατηρούμε τα εξής:

- Οι πολίτες του Δήμου Γλυφάδας συμμετείχαν πιο ενεργά σε δράσεις (82,1%), σε σύγκριση με τον Δήμο Περιστερίου (66,7%) και τον Δήμο Αθηναίων (64,3%), ενώ οι πολίτες του Δήμου Νίκαιας συμμετέχουν πολύ λιγότερο σε σύγκριση με τον Δήμο Γλυφάδας και τον Δήμο Περιστερίου αντίστοιχα (61,5%).
- Το 34,6% των δημοτών της Νίκαιας-Ρέντη δεν έχει συμμετάσχει ποτέ σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αντί του 17,9% των δημοτών της Γλυφάδας, οι οποίοι δεν έχουν συμμετάσχει σε δράσεις.
- Οι πολίτες του Δήμου Νίκαιας που συμμετέχουν ή έχουν συμμετάσχει ως δότες σε δράσεις φτάνουν το 57,7%, ενώ του Δήμου Γλυφάδας το 78,6% και του Δήμου Περιστερίου το 72,7%.



*Γράφημα 22: Αποτελέσματα των ερωτηθέντων που διαμένουν στους Δήμους Γλυφάδας, Περιστερίου, Νίκαιας-Ρέντης και Αθηνών, αναφορικά με την συμμετοχή ή μη σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης*

Από όλα τα παραπάνω, γίνεται φανερό ότι τα άτομα που διαμένουν σε περιοχή με χαμηλούς οικονομικούς δείκτες, όπως η περιοχή της Νίκαιας-Ρέντη, ενός Δήμου σχετικά φτωχού, με πολλά οικονομικά προβλήματα, δεν συμμετέχουν σε μεγάλο βαθμό σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, σε σύγκριση με τα άτομα που διαμένουν σε ένα Δήμο καλύτερης οικονομικής κατάστασης, όπως ο Δήμος Περιστερίου ή σε έναν ευκατάστατο οικονομικά Δήμο, όπως η Γλυφάδα. Επομένως, ισχύει το αντίστροφο από αυτό που είχε διατυπωθεί στην ερευνητική υπόθεση σχετικά με τους φτωχότερους Δήμους, οπότε και απορρίπτεται<sup>27</sup>.

<sup>27</sup> Βλέπε Παράρτημα 2 σελ:127 και Παράρτημα 3 σελ:129 .

### 3.14.: ΕΛΕΓΧΟΣ 4<sup>ΗΣ</sup> ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

Συγκρίνοντας τις απαντήσεις των εργαζόμενων του ερευνητικού δείγματος με τις απαντήσεις όλων των άλλων ιδιοτήτων, δηλαδή ανέργων, φοιτητών, συμβασιούχων, συνταξιούχων, όσων έχουν τεθεί σε διαθεσιμότητα, όσων ασχολούνται με τα οικιακά, των ελεύθερων επαγγελματιών και των επιχειρηματιών, διεξάγεται το συμπέρασμα ότι και η τέταρτη ερευνητική υπόθεση, αναφορικά με την συμμετοχή των εργαζόμενων σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, επιβεβαιώνεται.

| ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ                                    | ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ | ΟΛΕΣ ΟΙ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ |
|---|-------------|-----------------------------|
| Συμμετοχή σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης   | 72%         | 43%                         |
| Συμμετοχή ως δότες                            | 74%         | 43%                         |
| Συμμετοχή σε δράσεις μία φορά το μήνα         | 34%         | 16%                         |
| Επικοινωνία με δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης | 56%         | 32%                         |

*Πίνακας 4: Αποτελέσματα των εργαζόμενων και των υπόλοιπων ιδιοτήτων, αναφορικά με την συμμετοχή και την επικοινωνία με δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης.*

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα, παρατηρείται πως η συμμετοχή των εργαζομένων και η προσφορά βοήθειας στους συνανθρώπους τους είναι πολύ μεγαλύτερη, συγκριτικά με τις υπόλοιπες ιδιότητες που αναφέρθηκαν. Το 72% των εργαζόμενων συμμετέχει ή έχει συμμετάσχει σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, αντί του 43% του συνόλου των υπόλοιπων ιδιοτήτων. Μάλιστα, ένα σημαντικό ποσοστό των εργαζόμενων, το 34% συμμετέχει τουλάχιστον μία φορά το μήνα σε

δράσεις, έναντι του 16% των υπολοίπων. Συνεπώς, οι εργαζόμενοι φαίνεται να συμμετέχουν πιο συχνά σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης συγκριτικά με το υπόλοιπο ερευνητικό δείγμα. Επιπροσθέτως, πολλοί από αυτούς έχουν έρθει σε επικοινωνία με δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τους υπόλοιπους, ποσοστό της τάξης του 56%.

Επομένως, όσοι έχουν έστω ένα σταθερό εισόδημα, ενδεχομένως να είναι πιο εύκολο για αυτούς να προσφέρουν κάποιου είδους βοήθεια μέσω των δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης, σε σχέση, για παράδειγμα, με τους άνεργους, στους οποίους μάλιστα ανήκει και το 2,3% όσων έχουν λάβει βοήθεια.

Τέλος, κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί, για ακόμη μία φορά, ότι τα συμπεράσματα της έρευνας βασίζονται στο ενδεικτικό δείγμα των 130 ατόμων που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο και δεν αποτελούν αποδείξεις μεμονωμένων περιοχών ή της συνολικής περιφέρειας της Αττικής.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΥΤΟ- ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΜΕΣΩ FACEBOOK**

### **4.1.: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Τον τελευταίο καιρό, οι σελίδες των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης (ΑΟΚΑ) στο Facebook συνεχώς αυξάνονται. Όπως αναφέρθηκε στο κεφάλαιο 2.6., το μέσο αυτό συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην ανάπτυξη και διάδοση του περιεχομένου. Αντικείμενο, λοιπόν, της παρούσας έρευνας είναι η σύγκριση των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης και πως αυτές επικοινωνούν στα πλαίσια της διαδικτυακής κοινότητας του Facebook.

Σκοπός της έρευνας είναι να διερευνηθεί το περιεχόμενο των σελίδων των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης στο Facebook, ώστε να εξεταστούν το υλικό από το οποίο απαρτίζεται το περιεχόμενο, ο τρόπος προσέλκυσης του κοινού, καθώς και το κατά πόσο σχετίζεται το περιεχόμενο με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης.

Για να εξαχθεί ο σκοπός της έρευνας, επιλέχθηκαν 20 αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης, οι οποίες είτε ξεκίνησαν την λειτουργία τους μέσω του Facebook, είτε έχουν αναπτύξει την δική τους ιστοσελίδα και προωθούν τις δράσεις και τις ιδέες τους μέσα από αυτό το μέσο. Οι περισσότερες έχουν ως έδρα την Αθήνα και την Θεσσαλονίκη, ενώ επιλέχθηκαν και πρωτοβουλίες που δραστηριοποιούνται στην επαρχία, όπως στη Λάρισα και στο Μεσολόγγι. Επιπλέον, μερικές από τις πρωτοβουλίες αυτές έχουν καταφέρει να επεκτείνουν τις δράσεις τους σε κατά τόπους περιοχές σε ολόκληρη τη χώρα.

Για να εξετάσουμε τα όσα αναφέρθηκαν, κρίνεται σκόπιμο να τεθούν ορισμένες ερευνητικές υποθέσεις, οι οποίες στη συνέχεια, μετά την ολοκλήρωση της

έρευνας, πρόκειται να εξεταστούν αν επιβεβαιώνονται ή απορρίπτονται. Οι ερευνητικές υποθέσεις διαμορφώνονται ως εξής:

1. Η πρώτη ερευνητική υπόθεση αναφέρεται στη συχνότητα δημοσίευσης περιεχομένου. Εκτιμάται πως όσο πιο συχνά μία πρωτοβουλία δράσεων ανανεώνει το περιεχόμενο της σελίδας της, τόσο μεγαλύτερη θα είναι και η αλληλεπίδραση του κοινού με το περιεχόμενο.
2. Η δεύτερη υπόθεση αφορά την διαδραστικότητα του περιεχομένου της ανάρτησης. Ο συνδυασμός διαφόρων μορφών περιεχομένου, όπως κείμενο με εικόνα ή βίντεο με κείμενο, εκτιμάται πως έχει μεγαλύτερη ανταπόκριση στο κοινό, με την έννοια ότι δημιουργεί μεγαλύτερη αλληλεπίδραση.
3. Η τρίτη υπόθεση έχει να κάνει ειδικά με τις αναρτήσεις των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης, σχετικές με κάλεσμα σε δράση και το ότι βελτιώνουν τον βαθμό αλληλεπίδρασης του κοινού.
4. Η τέταρτη υπόθεση αναφέρεται στις αναρτήσεις των πρωτοβουλιών που καλούν το κοινό να συμμετάσχει σε δράσεις, οι οποίες σχετίζονται άμεσα με την κοινωνική αλληλεγγύη. Εκτιμάται ότι οι αναρτήσεις σχετικές με την κοινωνική αλληλεγγύη θα αλληλεπιδρούν σε μεγαλύτερο βαθμό με το κοινό, σε σύγκριση με τις αναρτήσεις για κάλεσμα σε δράση που δεν σχετίζονται με αυτή.

## 4.2.: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας, επιλέχθηκαν συνολικά 20 αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης. Η επιλογή τους έγινε με βάση την ενεργή δράση των πρωτοβουλιών, μέχρι και την περίοδο κατά την οποία πραγματοποιήθηκε η έρευνα, αλλά και την δημιουργία αντιπροσωπευτικής σελίδας στο Facebook. Ακόμη, σημαντικό ρόλο στην επιλογή τους έλαβε το είδος των δράσεων και οι στόχοι της κάθε πρωτοβουλίας, αλλά και ο βαθμός που δραστηριοποιούνται μέσω της σελίδας τους στο Facebook, προκειμένου το δείγμα να μπορεί να συγκριθεί.

Παρακάτω παρουσιάζονται οι πρωτοβουλίες του δείγματος, ανάλογα με την περιοχή δραστηριοποίησης, το είδος των δράσεων και την δημοτικότητά τους στο Facebook. Αξίζει να αναφερθεί ότι «Ο Τοίχος της Καλοσύνης», που ξεκίνησε από τη Λάρισα και η πρωτοβουλία «Σε αναμονή», η οποία ξεκίνησε στην Θεσσαλονίκη, έχουν καταφέρει να επεκτείνουν τις δράσεις τους σε πολλές κατά τόπους περιοχές σε όλη την Ελλάδα<sup>28</sup>.

| ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ                                    | ΠΕΡΙΟΧΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ | ΕΙΔΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ <sup>29</sup>              | ΔΗΜΟΤΙΚΟΤΗΤΑ (LIKES) <sup>30</sup> |
|--|--------------------------|--|------------------------------------|
| Refugees Welcome Greece <sup>31</sup>                    | Σε ολόκληρη την Ελλάδα   | Στέγαση προσφύγων                        | 4.437                              |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                           | Αθήνα                    | Εκμάθηση ελληνικής γλώσσας σε μετανάστες | 14.101                             |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο αλληλεγγύης της Νέας Σμύρνης | Αθήνα                    | Ιατρική περίθαλψη                        | 1.493                              |

<sup>28</sup> Οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες επιλέχθηκαν μέσα από την πλατφόρμα Οργάνωση 2.0.

<sup>29</sup> Η περιγραφή του είδους δράσεων κάθε πρωτοβουλίας προκύπτει από τις δηλώσεις και την συνολική εικόνα των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών στο Facebook.

<sup>30</sup> Οι τιμές της δημοτικότητας ανά σελίδα όπως καταγράφηκαν κατά το χρονικό διάστημα 11-13 Απριλίου του 2016.

<sup>31</sup> Το έργο της «Refugees Welcome Greece» υποστηρίζεται από τη ΜΚΟ «JUST».



|  |                        |   |        |
|--|------------------------|---|--------|
| <b>Φαρμακείο Αλληλεγγύης στα Πατήσια</b>                     | Αθήνα                  | Ιατρική περίθαλψη   | 1.816  |
| <b>Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού</b>             | Αθήνα                  | Ιατρική περίθαλψη   | 11.562 |
| <b>Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα</b>                    | Αθήνα                  | Ιατρική περίθαλψη   | 1.862  |
| <b>Γρανάζια ζωής-Ελεύθερη κουζίνα κοινωνικής αλληλεγγύης</b> | Θεσσαλονίκη            | Σίτιση  | 1.905  |
| <b>Προσφέρω <sup>32</sup></b>                                | Σε ολόκληρη την Ελλάδα | Διανομή τροφίμων  | 4.226  |
| <b>Μπορούμε</b>  | Αθήνα                  | Συλλογή και διανομή τροφίμων                                      | 25.858 |
| <b>Καλλιτεχνείο των Αχαρνών</b>                              | Αθήνα                  | Ανάδειξη νέων καλλιτεχνών στον χώρο της Τέχνης και του Πολιτισμού | 3.502  |
| <b>Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά</b>                       | Αθήνα                  | Προσφορά χαράς σε «μη προνομιούχα» παιδιά                         | 3.364  |
| <b>Οι εκδόσεις των συναδέλφων</b>                            | Αθήνα                  | Προώθηση βιβλίων και συγγραφέων χωρίς διευθύνοντες                | 4.077  |
| <b>Los Lampicos</b>  | Θεσσαλονίκη            | Φροντίδα της γειτονιάς ή της πόλης                                | 8.962  |
| <b>Saltinistas</b>   | Μεσολόγγι              | Φροντίδα της γειτονιάς ή της πόλης                                | 2.100  |
| <b>PireActive</b>  | Αθήνα                  | Φροντίδα της γειτονιάς ή της πόλης                                | 1.985  |

<sup>32</sup> Βραβευμένη ανάμεσα στις «12 καλύτερες καινοτόμες δράσεις αλληλεγγύης στην Ελλάδα για το 2013 και το 2015», από το Ίδρυμα Angelopoulos Foundation.

|  |             |  |        |
|--|-------------|--|--------|
| <b>Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα</b>                                   | Λάρισα      | Συλλογή και διανομή ειδών πρώτης ανάγκης                                   | 5.239  |
| <b>Σε αναμονή</b>  | Θεσσαλονίκη | Προσφορά φαγητού/ποτού σε κοινωνικά ευπαθείς ομάδες                        | 26.386 |
| <b>Το μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης 6<sup>ης</sup> κοινότητας Αθήνας</b> | Αθήνα       | Συλλογή και προσφορά τροφίμων και ειδών πρώτης ανάγκης                     | 2.090  |
| <b>Μεσοποταμία</b>   | Αθήνα       | Πολύπλευρες δράσεις στους τομείς των κοινωνικών αναγκών και του πολιτισμού | 527    |
| <b>Στέκι μεταναστών-κοινοτικό κέντρο-Τσαμαδού</b>                      | Αθήνα       | Στήριξη μεταναστών και προσφύγων   | 6.553  |

*Πίνακας 5: Παρουσίαση του δείγματος της έρευνας επικοινωνίας αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook*

Η μεθοδολογία της έρευνας βασίστηκε στην καταγραφή των 30 πιο πρόσφατων αναρτήσεων της κάθε μίας από τις 20 σελίδες των πρωτοβουλιών που επιλέχτηκαν. Ως αφετηρία για την έναρξη της καταγραφής του περιεχομένου των σελίδων, ορίστηκαν οι αναρτήσεις που πραγματοποιήθηκαν την 8<sup>η</sup> Απριλίου του 2016, οπότε καταμετρήθηκαν οι αναρτήσεις από την ημερομηνία αυτή και πίσω, μέχρι να συμπληρωθούν στο σύνολο 30 ανά σελίδα. Για κάθε ανάρτηση καταγράφηκε το κείμενο ή λεξάντα σε μορφή αρχείου κειμένου (.doc), εικόνα της δημοσιευμένης ανάρτησης σε μορφή αρχείου εικόνας (.png) και η ηλεκτρονική διεύθυνση που παραπέμπει στο συγκεκριμένο περιεχόμενο της σελίδας. Η κωδικοποίηση του περιεχομένου έγινε με σκοπό την καλύτερη οργάνωση του υλικού και με τέτοιο τρόπο, ώστε να μπορεί να μελετηθεί μετά την ολοκλήρωση της έρευνας.

Συνολικά, καταγράφηκαν 600 αναρτήσεις μέσα στο διάστημα 11 έως 13 Απριλίου, κατά το οποίο πραγματοποιήθηκε η καταγραφή, προκειμένου το περιεχόμενο των σελίδων να έχει προωθηθεί μέσα σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα από το ξεκίνημα της καταγραφής του. Αφότου ολοκληρώθηκε η καταγραφή και η κωδικοποίηση των δεδομένων, στη συνέχεια αναλύθηκαν σε πίνακα του Microsoft Excel και σε γραφήματα, ώστε να εξαχθούν τα τελικά αποτελέσματα της έρευνας και να εξεταστούν οι ερευνητικές υποθέσεις<sup>33</sup>.

---

<sup>33</sup> Βλέπε Παράρτημα 6 σελ:149.

### 4.3.: ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε σε ένα ενδεικτικό δείγμα αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης, που δραστηριοποιούνται μέσω Facebook και η επιλογή των πρωτοβουλιών αυτών έγινε με υποκειμενικά κριτήρια.

Αρχικά, κατά την εξέλιξη της έρευνας, καταγράφηκαν μόνο οι πρωτογενείς αναρτήσεις των σελίδων των πρωτοβουλιών στο Facebook, πάνω στις οποίες αναπτύχθηκαν και οι ερευνητικές υποθέσεις. Οι σύνδεσμοι, οι εικόνες και τα βίντεο, τα οποία κοινοποίησαν από άλλες σελίδες του Facebook, μέσα στο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα που πραγματοποιήθηκε η έρευνα, δεν καταγράφηκαν στα δεδομένα. Ο λόγος είναι διότι, όπως εκτιμήθηκε, θα διαστρέβλωναν τα τελικά αποτελέσματα της έρευνας. Παρατηρήθηκε ότι αρκετές πρωτοβουλίες προωθούσαν υλικό άλλων σελίδων στην δική τους προσωπική σελίδα, είτε σχετικό με τις δράσεις τους, είτε όχι.

Επίσης, η επιλογή των 20 πρωτοβουλιών και η καταγραφή των 30 αναρτήσεων για κάθε μία από αυτές, έγινε λόγω του περιορισμένου χρονικού διαστήματος, κατά το οποίο πραγματοποιήθηκε η έρευνα. Για τον λόγο αυτό δεν καταγράφηκαν περισσότερες αναρτήσεις και δεν επιλέχθηκαν περισσότερες αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης. Παρόλα αυτά, τα δεδομένα είναι αντιπροσωπευτικά για το συγκεκριμένο δείγμα. Δεν θα πρέπει όμως να θεωρηθεί ότι αφορούν το σύνολο των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα μέσω Facebook, καθώς όπως είναι λογικό για ένα τέτοιο σκοπό απαιτείται επιπλέον έρευνα.

Τέλος, η επιλογή του συγκεκριμένου μέσου κοινωνικής δικτύωσης δεν έγινε τυχαία. Σύμφωνα και με την θεωρία<sup>34</sup>, το Facebook αποτελεί το πιο γνωστό διαδραστικό μέσο κοινωνικής δικτύωσης, με εγγεγραμμένους εκατομμύρια χρήστες. Σίγουρα, είναι ένα ανταγωνιστικό μέσο και ιδανικό για την προώθηση των δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης, καθώς συνδυάζει πλήθος εργαλείων, όπως η δημιουργία σελίδας, η δυνατότητα των ειδοποιήσεων, η δημιουργία εκδήλωσης, η δημοσίευση

---

<sup>34</sup> Βλέπε Κεφάλαιο 2.

φωτογραφιών, κειμένου και βίντεο άμεσα και εύκολα, ακόμη και μέσω του κινητού τηλεφώνου.

Παράλληλα, η προώθηση του περιεχομένου από τους χρήστες γίνεται εύκολα με το πάτημα ενός κουμπιού (share), ενώ υπάρχει και η δυνατότητα να αλληλεπιδρούν με το περιεχόμενο, εκφράζοντας την αρέσκειά τους για αυτό (Like) ή σχολιάζοντας το (comment) με κείμενο ή εικόνες gif, γνωστές ως αυτοκόλλητα. Το σύνολο όλων αυτών, γνωστά και ως Facebook interactions, προσφέρουν τη δυνατότητα της ανατροφοδότησης (feedback) στη σελίδα της αυτο-οργανωμένης πρωτοβουλίας κοινωνικής αλληλεγγύης, η οποία μπορεί να στηριχτεί στα νούμερα αυτά για να διαμορφώσει κατάλληλα το περιεχόμενό της και την παρουσία της στο Facebook.

#### 4.4.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (I) – ΕΙΔΟΣ ΑΝΑΡΤΩΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Μετά την ολοκλήρωση της καταγραφής των δεδομένων, συγκεντρώθηκαν περίπου 1800 αρχεία κειμένου, εικόνας και ηλεκτρονικής διεύθυνσης των συνολικά 600 αναρτήσεων, 30 ανά κάθε σελίδα αυτο-οργανωμένης πρωτοβουλίας κοινωνικής αλληλεγγύης.

Με δεδομένα τα παραπάνω, κατά την ανάλυση των δεδομένων παρατηρήθηκαν σημαντικές ομοιότητες και διαφορές μεταξύ των πρωτοβουλιών.

Με βάση το είδος του περιεχομένου, αν δηλαδή το περιεχόμενο είναι ενημερωτικό, ψυχαγωγικό, καταγγελτικό ή κάλεσμα του κοινού σε δράση, οι πρωτοβουλίες μπορούν να χαρακτηριστούν ως προς τα κίνητρά της δραστηριοποίησής τους μέσω Facebook. Οι περισσότερες πρωτοβουλίες δεν περιορίζονται μόνο στην προώθηση των δράσεών τους. Πολλές από αυτές δημοσιεύουν υλικό από τις δράσεις που πραγματοποιούν εκείνη τη δεδομένη χρονική στιγμή ή από παλαιότερες δράσεις τους, ώστε να ενισχύσουν την παρουσία τους και να προβάλλουν τις ιδέες τους στον κόσμο.

Ακόμη, μερικές ενημερώνουν τον κόσμο, είτε για θέματα σχετικά με την κοινωνική αλληλεγγύη, είτε για τις εξελίξεις της διακυβέρνησης στον κοινωνικό και οικονομικό τομέα, οι οποίες σαφώς επηρεάζουν ολόκληρη την ελληνική κοινωνία, καθώς και τις δράσεις των πρωτοβουλιών. Από την άλλη, αρκετές από αυτές επιλέγουν μέσα από την σελίδα τους στο Facebook να θίξουν κοινωνικά ζητήματα της ελληνικής παθογένειας ή να καταγγείλουν την πολιτική της κυβέρνησης και τα μέτρα που προωθεί για το προσφυγικό ζήτημα, το ασφαλιστικό, την οικονομία και την υγεία.

Ενδεικτικά, το κύριο περιεχόμενο κάθε πρωτοβουλίας κοινωνικής αλληλεγγύης διαμορφώνεται ως εξής:

- Καθαρά ενημερωτικό: «Φαρμακείο Αλληλεγγύης στα Πατήσια».

- Ενημερωτικό - Καταγγελτικό: «Refugees Welcome Greece», και «Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών».
- Ενημερωτικό - Κάλεσμα σε δράση: «Κοινωνικό ιατρείο - φαρμακείο αλληλεγγύης της Νέας Σμύρνης», «Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού», «Μπορούμε», «Οι Εκδόσεις των Συναδέλφων», «Saltinistas», «Στέκι μεταναστών - κοινοτικό κέντρο-Τσαμαδού», «Κοινωνικό ιατρείο - φαρμακείο Βύρωνα», «PireActive», και «Μεσοποταμία».
- Ενημερωτικό - Προώθηση δράσεων που συμβαίνουν τώρα ή έχουν συμβεί παλιότερα: «Καλλιτεχνείο των Αχαρνών», «Τοίχος της Καλοσύνης - Λάρισα», «Σε αναμονή».
- Κάλεσμα σε δράση - Ψυχαγωγικό: «Γρανάζια Ζωής - Ελεύθερη Κουζίνα κοινωνικής αλληλεγγύης».
- Κάλεσμα σε δράση - Προώθηση δράσεων που συμβαίνουν τώρα ή έχουν συμβεί παλιότερα: «Προσφέρω», «Los Lampicos», «Το μυρμήγκι - Δίκτυο αλληλεγγύης 6<sup>ης</sup> κοινότητας Αθήνας».
- Προώθηση δράσεων που συμβαίνουν τώρα ή έχουν συμβεί παλιότερα: «Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά».

## 4.5.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (II) – ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΑΝΑΡΤΗΣΕΩΝ

Όσον αφορά την δραστηριότητα των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών στο Facebook, παρατηρούνται πρωτοβουλίες, οι οποίες είναι αρκετά δραστήριες και ανανεώνουν συχνά, σχεδόν καθημερινά, το περιεχόμενο στην σελίδα τους, ενώ άλλες δημοσιεύουν λιγότερο συχνά.

Με αφετηρία το περιεχόμενο που δημοσιεύτηκε στις 8 Απριλίου του 2016 και προχωρώντας τριάντα αναρτήσεις από την ημερομηνία αυτή προς τις παλαιότερες δημοσιεύσεις των σελίδων, η δραστηριότητα των πρωτοβουλιών, χρονικά, διαμορφώνεται σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα.

| ΚΑΤΑΤΑΞΗ       | ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ                          | ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΕΣ 1 <sup>ΗΣ</sup> -<br>30 <sup>ΗΣ</sup> ΠΙΘ ΠΡΟΣΦΑΤΗΣ<br>ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ<br>ΑΝΑΡΤΗΣΗΣ |
|----------------|--|---|
| 1 <sup>η</sup> | Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                 | 8/4/16 - 6/4/16   |
| 2η             | Φαρμακείο Αλληλεγγύης στα<br>Πατήσια           | 8/4/16 - 5/4/16   |
| 3η             | Refugees Welcome Greece                        | 8/4/16 - 4/3/16   |
| 4η             | Μπορούμε                                       | 7/4/16 - 16/2/16  |
| 5η             | Στέκι μεταναστών-κοινωνικό κέντρο-<br>Τσαμαδού | 7/4/16 - 16/2/16  |
| 6η             | Saltinistas                                    | 7/4/16 - 15/2/16  |
| 7η             | PireActive                                     | 3/4/16 - 11/2/16  |
| 8η             | Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Νέας<br>Σμύρνης    | 8/4/16 - 8/2/16   |
| 9η             | Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο<br>Ελληνικού   | 8/4/16 - 31/1/16  |
| 10η            | Τοίχος της Καλοσύνης-Λάρισα                    | 6/4/16 - 27/1/16  |
| 11η            | Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                       | 1/4/16 - 22/1/16  |



|     |  |                   |
|-----|--|-------------------|
| 12η | Προσφέρω   | 5/4/16 - 5/1/16   |
| 13η | Οι Εκδόσεις των Συναδέλφων                                       | 4/4/16 – 4/1/16   |
| 14η | Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο                                      | 6/4/16 – 16/12/15 |
|     | Βύρωνα   |                   |
| 15η | Σε αναμονή   | 7/4/16 – 13/12/15 |
| 16η | Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                                  | 7/4/16 – 1/12/15  |
| 17η | Το μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης 6 <sup>ης</sup> κοινότητας Αθήνας | 7/4/16 – 30/10/15 |
| 18η | Γρανάζια ζωής-Ελεύθερη κουζίνα κοινωνικής αλληλεγγύης            | 28/3/16 – 14/7/15 |
| 19η | Los Lampicos   | 6/4/16 – 13/6/15  |
| 20η | Μεσοποταμία  | 9/3/16 – 15/12/12 |

*Πίνακας 6: Παρουσίαση της συχνότητας δημοσίευσης υλικού ανά σελίδα αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook.*

Η σελίδα που κοινοποιεί πιο συχνά περιεχόμενο στο Facebook είναι το «Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών». Αντίθετα, η «Μεσοποταμία» ανανεώνει πιο σπάνια το περιεχόμενό της στο Facebook, για αυτό η ημερομηνία καταγραφής της πρώτης ανάρτησης είναι η 9<sup>η</sup> Μαρτίου του 2016 και της τελευταίας η 15<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2012. Όπως αναφέρθηκε και στους περιορισμούς της έρευνας, ένας από τους λόγους που υπάρχει αυτή η απόκλιση στις ημερομηνίες μεταξύ των σελίδων είναι το γεγονός ότι δεν καταγράφεται το δευτερεύων περιεχόμενο που κοινοποιούν από άλλες σελίδες.

#### 4.6.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (III) – ΕΙΔΟΣ ΑΝΑΡΤΩΜΕΝΟΥ ΠΟΛΥΜΕΣΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Η πλειοψηφία των σελίδων χρησιμοποιεί συνδυασμό των εργαλείων που παρέχει το Facebook, με σκοπό να προσελκύσουν το κοινό και να κάνουν το περιεχόμενό τους πιο διαδραστικό. Το Facebook, μεταξύ των άλλων, παρέχει τη δυνατότητα της δημοσίευσης φωτογραφιών, κειμένου, βίντεο, εκδήλωσης, κοινοποίησης παρουσίας και συνδέσμου, ο οποίος παραπέμπει σε κάποια ιστοσελίδα ή άλλου είδους περιεχομένου.

Οι περισσότερες αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης χρησιμοποιούν συνδυασμό των εργαλείων αυτών, ανάλογα το περιεχόμενο της ανάρτησης και τον τρόπο που επιθυμούν να το προωθήσουν στο κοινό. Για παράδειγμα, μία σελίδα μπορεί να δημοσιεύσει μία εικόνα συνδυαστικά με ένα κείμενο με σκοπό να καλέσει το κοινό σε μία δράση, ενώ μία άλλη πρωτοβουλία μπορεί να δημοσιεύσει ένα κείμενο με έναν σύνδεσμο (link) για τον ίδιο σκοπό. Οι συνδυασμοί που παρατηρήθηκαν πιο πολύ ανά σελίδα είναι οι παρακάτω:

- Συνδυασμός εικόνας - κειμένου, κυρίως στις σελίδες Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα, Γρανάζια Ζωής - Ελεύθερη κουζίνα αλληλεγγύης, Προσφέρω, Μπορούμε, Καλλιτεχνείο των Αχαρνών, Los Lampicos, Saltinistas, Τοίχος της Καλοσύνης-Λάρισα, Το μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης 6<sup>ης</sup> κοινότητας Αθήνας και Στέκι μεταναστών-κοινοτικό κέντρο-Τσαμαδού.
- Συνδυασμός κειμένου – βίντεο, κυρίως στις σελίδες Σε αναμονή και Ζωγράφοι σε Δράση για τα παιδιά.
- Συνδυασμός κειμένου – σύνδεσμου, κυρίως στις σελίδες Refugees Welcome Greece, Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών, Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού, Οι Εκδόσεις των Συναδέλφων, PireActive και Μεσοποταμία.

Βέβαια, υπάρχουν ελάχιστες πρωτοβουλίες που περιορίζονται στην δημοσίευση του περιεχομένου, χωρίς ιδιαίτερη επεξεργασία και χωρίς να συνδυάζουν πολλά διαφορετικά εργαλεία μαζί, όπως το «Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο αλληλεγγύης Νέας Σμύρνης» και το «Φαρμακείο Αλληλεγγύης στα Πατήσια», που δημοσιεύουν κυρίως ένα σύνδεσμο (link), χωρίς τη συνοδεία κάποιου κειμένου επεξήγησης<sup>35</sup>.

---

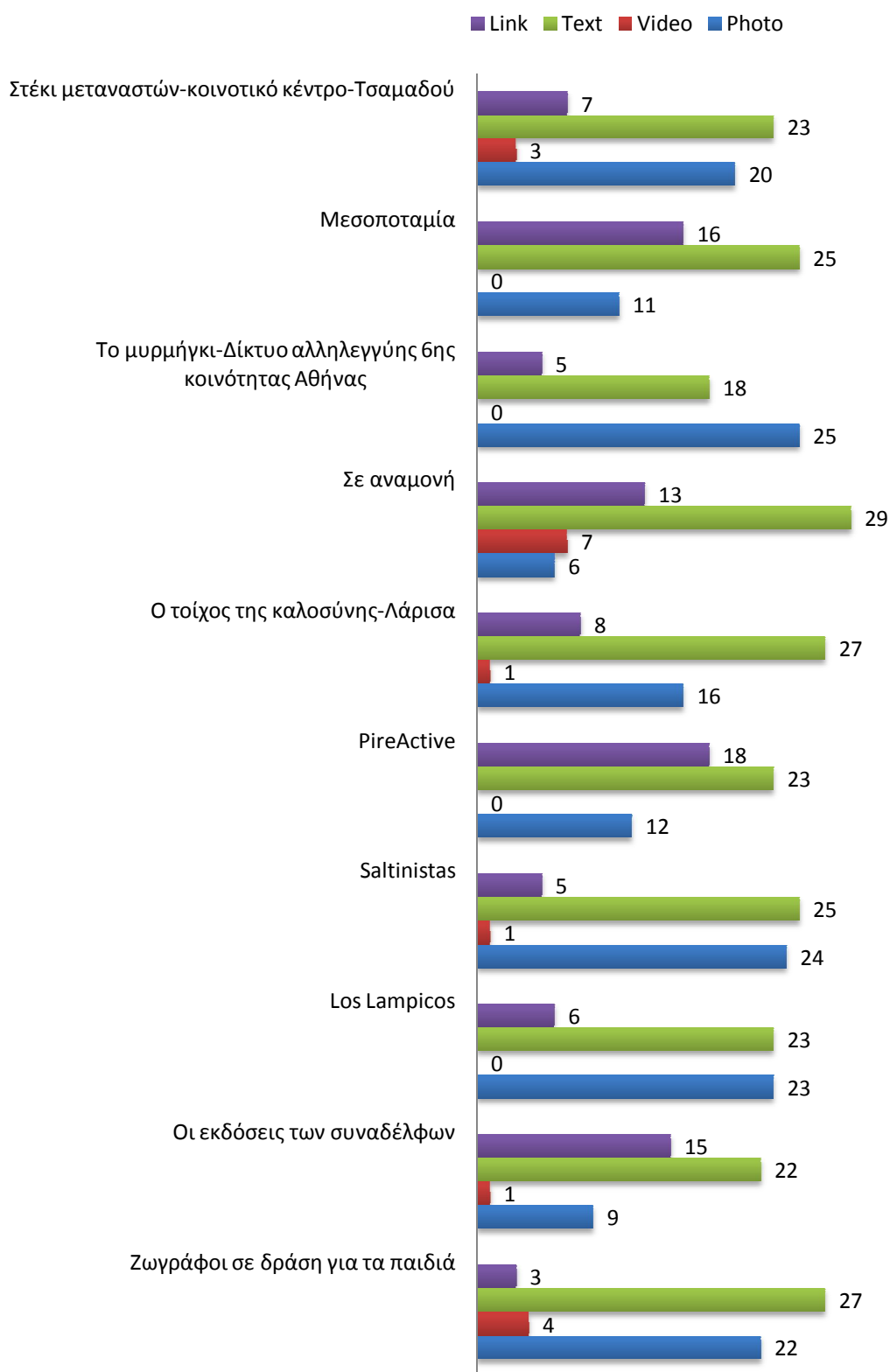
<sup>35</sup> Βλέπε Παράρτημα 6 σελ:149.

## Ανάλυση του περιεχομένου και του είδους του υλικού ανά σελίδα



Γράφημα 23: Ανάλυση του περιεχομένου και του είδους του υλικού των αναρτήσεων ανά σελίδα των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook.

## Ανάλυση του περιεχομένου και του είδους υλικού ανά σελίδα



Γράφημα 23: Ανάλυση του περιεχομένου και του είδους του υλικού των αναρτήσεων ανά σελίδα των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook (συνέχεια).

#### 4.7.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (IV) – ΑΝΑΡΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΚΑΛΕΣΜΑ ΣΕ ΔΡΑΣΗ

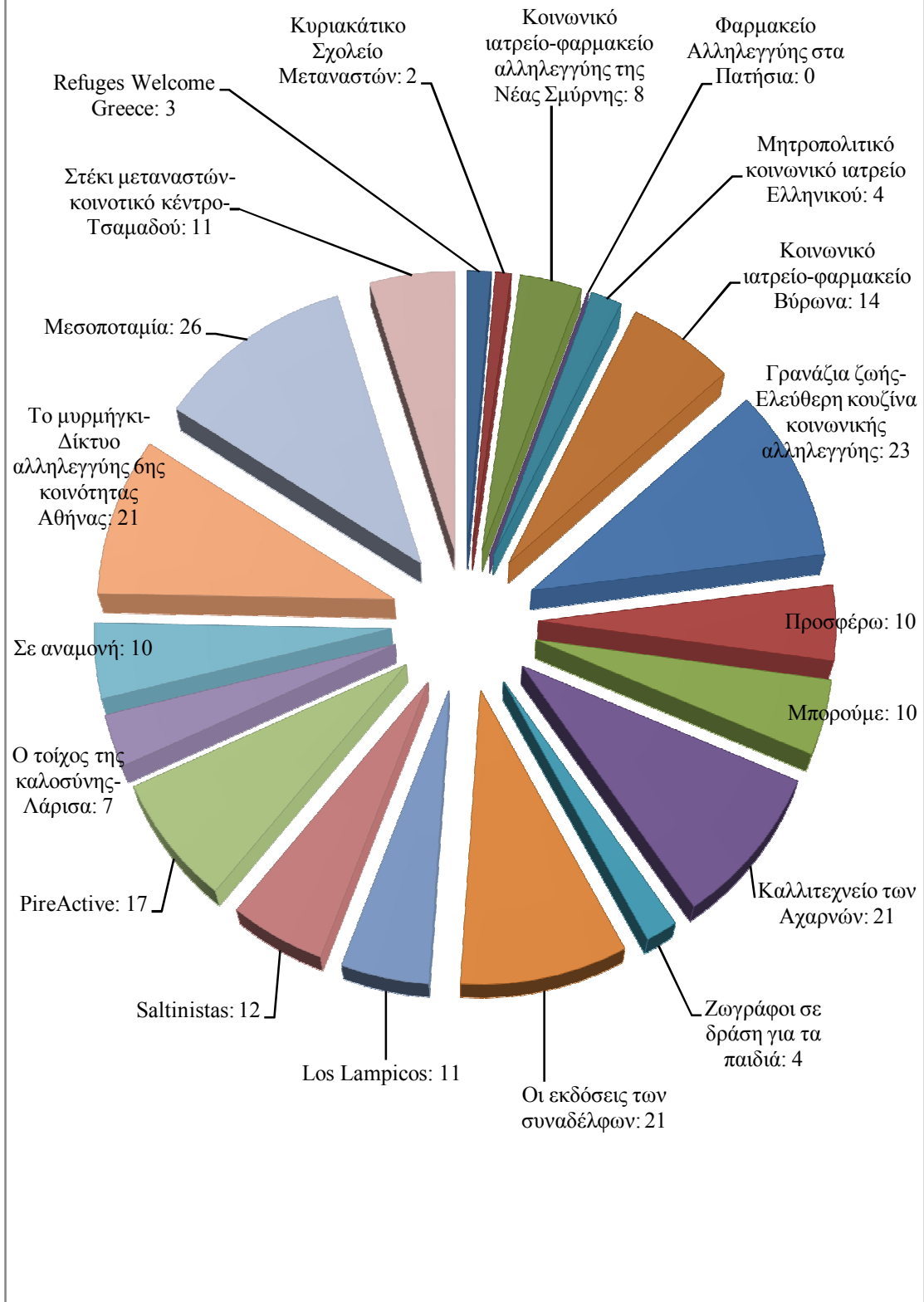
Μία ακόμη εξίσου σημαντική παράμετρος της παρούσας έρευνας είναι το κατά πόσο οι αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες καλούν μέσω Facebook τον κόσμο να συμμετάσχει στις δράσεις τους.

Παρατηρείται πως αρκετές από τις αναρτήσεις των πρωτοβουλιών στο Facebook είναι κυρίως ενημερωτικές. Παρόλα αυτά, όλες οι πρωτοβουλίες, άλλες σε μεγαλύτερο βαθμό και άλλες σε μικρότερο, προβάλλουν τις δράσεις τους μέσω Facebook. Εξάιρεση αποτελεί το «Φαρμακείο Αλληλεγγύης στα Πατήσια», το οποίο δεν δημοσίευσε καθόλου περιεχόμενο σχετικό με κάλεσμα του κόσμου σε δράση, κατά την διάρκεια της έρευνας.

Η σελίδα με τις περισσότερες δημοσιεύσεις, σχετικές με κάλεσμα σε δράση είναι η «Μεσοποταμία» με συνολικά 26 αναρτήσεις. Στη συνέχεια ακολουθεί η σελίδα «Γρανάζια Ζωή-Ελεύθερη κουζίνα κοινωνικής αλληλεγγύης» με 23 δημοσιεύσεις, το «Καλλιτεχνείο των Αχαρνών», «Οι Εκδόσεις των Συναδέλφων» και «Το μυρμήγκι - Δίκτυο αλληλεγγύης 6<sup>ης</sup> κοινότητας Αθήνας» με 21 η κάθε σελίδα αντίστοιχα.

Οι υπόλοιπες σελίδες διαμορφώνονται ως εξής: «PireActive» με 17 αναρτήσεις, «Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα» με 14, «Saltinistas» με 12, «Los Lampicos» με 11, «Στέκι μεταναστών-κοινοτικό κέντρο-Τσαμαδού» με 11, «Προσφέρω» με 10, «Μπορούμε» με 10, «Σε αναμονή» με 10, «Κοινωνικό ιατρείο – φαρμακείο Νέας Σμύρνης» με 8, «Τοίχος της Καλοσύνης - Λάρισα» με 7, «Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού» με 4, «Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά» με 4, «Refugees Welcome Greece» με 3 και τέλος το «Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών» με 2.

## Ανάλυση των αναρτήσεων ανά πρωτοβουλία για κάλεσμα σε δράση



Γράφημα 24: Ανάλυση των αναρτήσεων ανά πρωτοβουλία κοινωνικής αλληλεγγύης για κάλεσμα σε δράση.

#### **4.8.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (V) – ΑΝΑΡΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗ**

Ιδιαίτερη σημασία έχει το γεγονός αν και κατά πόσο οι αναρτήσεις των σελίδων των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών, που καλούν τον κόσμο σε δράσεις, σχετίζονται με την κοινωνική αλληλεγγύη.

Όπως φαίνεται και στο παρακάτω γράφημα, υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις των αναρτήσεων ορισμένων σελίδων και την σχέση αυτών με την κοινωνική αλληλεγγύη. Μπορεί μία σελίδα να δημοσιεύει πολλές αναρτήσεις για κάλεσμα σε δράση, οι οποίες όμως δεν σχετίζονται με την κοινωνική αλληλεγγύη, ενώ άλλη σελίδα που δημοσιεύει λιγότερες αναρτήσεις για κάλεσμα σε δράση να έχουν άμεση σχέση με την κοινωνική αλληλεγγύη. Για παράδειγμα, η σελίδα της πρωτοβουλίας «Μεσοποταμία», η οποία συγκεντρώνει 26 αναρτήσεις για κάλεσμα σε δράση, μόλις οι 10 σχετίζονται άμεσα με την κοινωνική αλληλεγγύη.

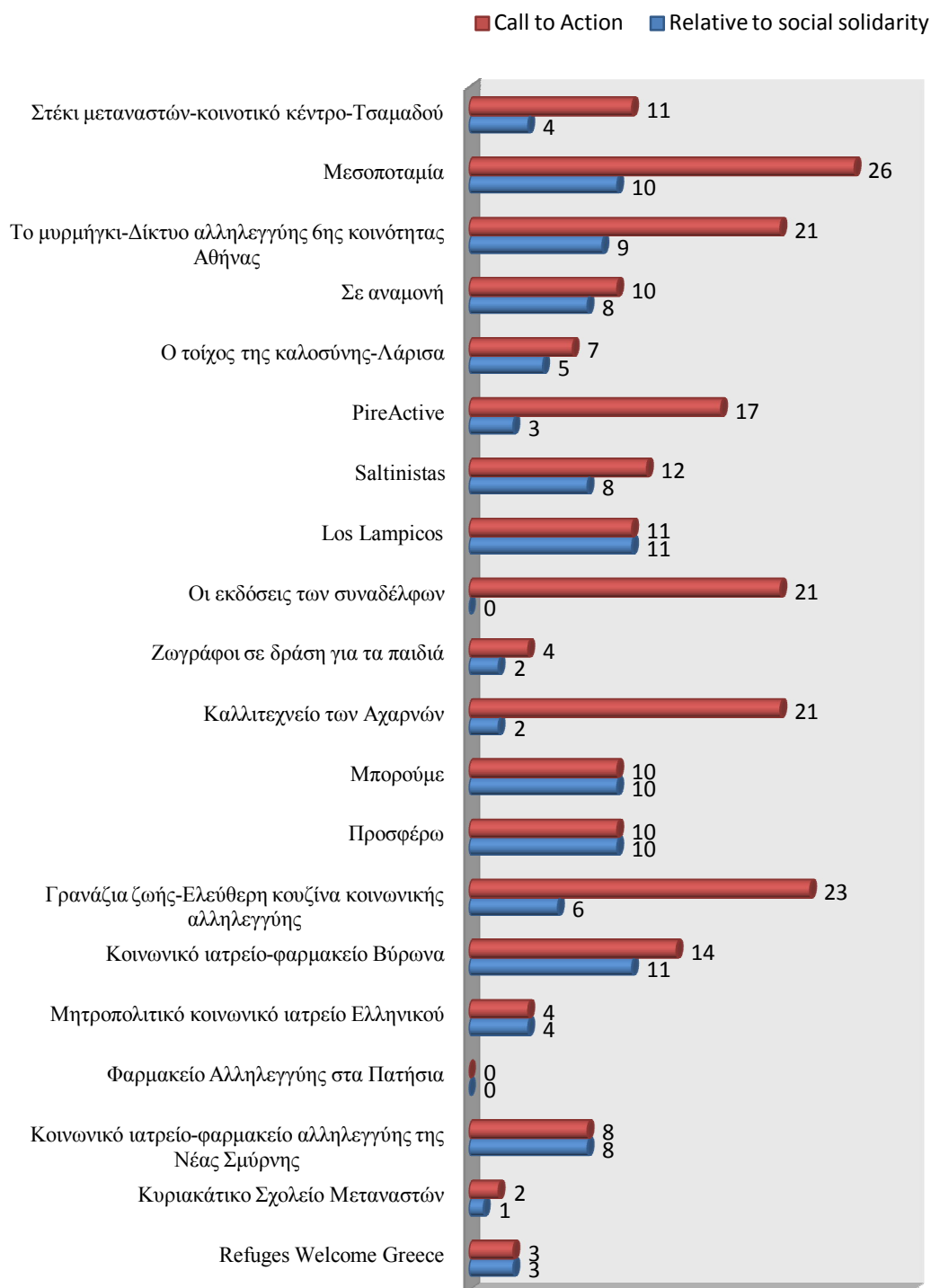
Οι υπόλοιπες σελίδες των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών διαμορφώνονται ακολούθως: Η σελίδα «Γρανάζια Ζωή-Ελεύθερη κουζίνα κοινωνικής αλληλεγγύης» συγκεντρώνει 23 αναρτήσεις, από τις οποίες σχετικές είναι μόνο οι 9, «Το μυρμήγκι - Δίκτυο αλληλεγγύης 6<sup>ης</sup> κοινότητας Αθήνας» 21 και σχετικές τις 9, το «Καλλιτεχνείο των Αχαρνών» 21 με σχετικές τις 2, «Οι Εκδόσεις των Συναδέλφων» 21, από τις οποίες όμως καμία δεν σχετίζεται με δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, η «PigeActive» 17 και σχετικές με την κοινωνική αλληλεγγύη τις 3, το «Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα» 14 και σχετικές τις 3, η «Saltinistas» με 12 και σχετικές τις 8, η «Los Lampicos» 11 και σχετικές και τις 11, το «Στέκι μεταναστών-κοινοτικό κέντρο-Τσαμαδού» 11 και σχετικές τις 4, η «Προσφέρω» 10 και σχετικές και τις 10. Έπειτα η πρωτοβουλία «Μπορούμε» συγκεντρώνει 10 αναρτήσεις, από τις οποίες σχετίζονται και οι 10 με την κοινωνική αλληλεγγύη, η «Σε αναμονή» 10 και σχετικές τις 8, το «Κοινωνικό ιατρείο – φαρμακείο Νέας Σμύρνης» 8 και σχετικές και τις 8, «Ο Τοίχος της Καλοσύνης - Λάρισα» 7 και σχετικές τις 5, το «Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού» 4 και σχετικές και τις 4, η «Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά» 4 και σχετικές τις 2, η «Refugees Welcome Greece» με 3 και σχετικές και τις 3. Τέλος,



το «Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών» συγκεντρώνει 2, από τις οποίες σχετική με την κοινωνική αλληλεγγύη είναι η 1 ανάρτηση.

Συνεπώς, από τις 20 πρωτοβουλίες, μόλις οι 5 δημοσιεύουν αναρτήσεις, οι οποίες αναφέρονται άμεσα σε κάλεσμα δράσης κοινωνικής αλληλεγγύης, οι «Los Lampicos», «Μπορούμε», «Προσφέρω», «Κοινωνικό ιατρείο – φαρμακείο Νέας Σμύρνης», «Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού» και «Refugees Welcome Greece».

## Ανάλυση των αναρτήσεων ανά πρωτοβουλία για κάλεσμα σε δράση, σχετικές με την κοινωνική αλληλεγγύη



Γράφημα 25: Ανάλυση των αναρτήσεων ανά πρωτοβουλία για κάλεσμα σε δράση, σχετικές με την κοινωνική αλληλεγγύη.

#### 4.9.: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ (VI) – ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΑΝΑΡΤΩΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

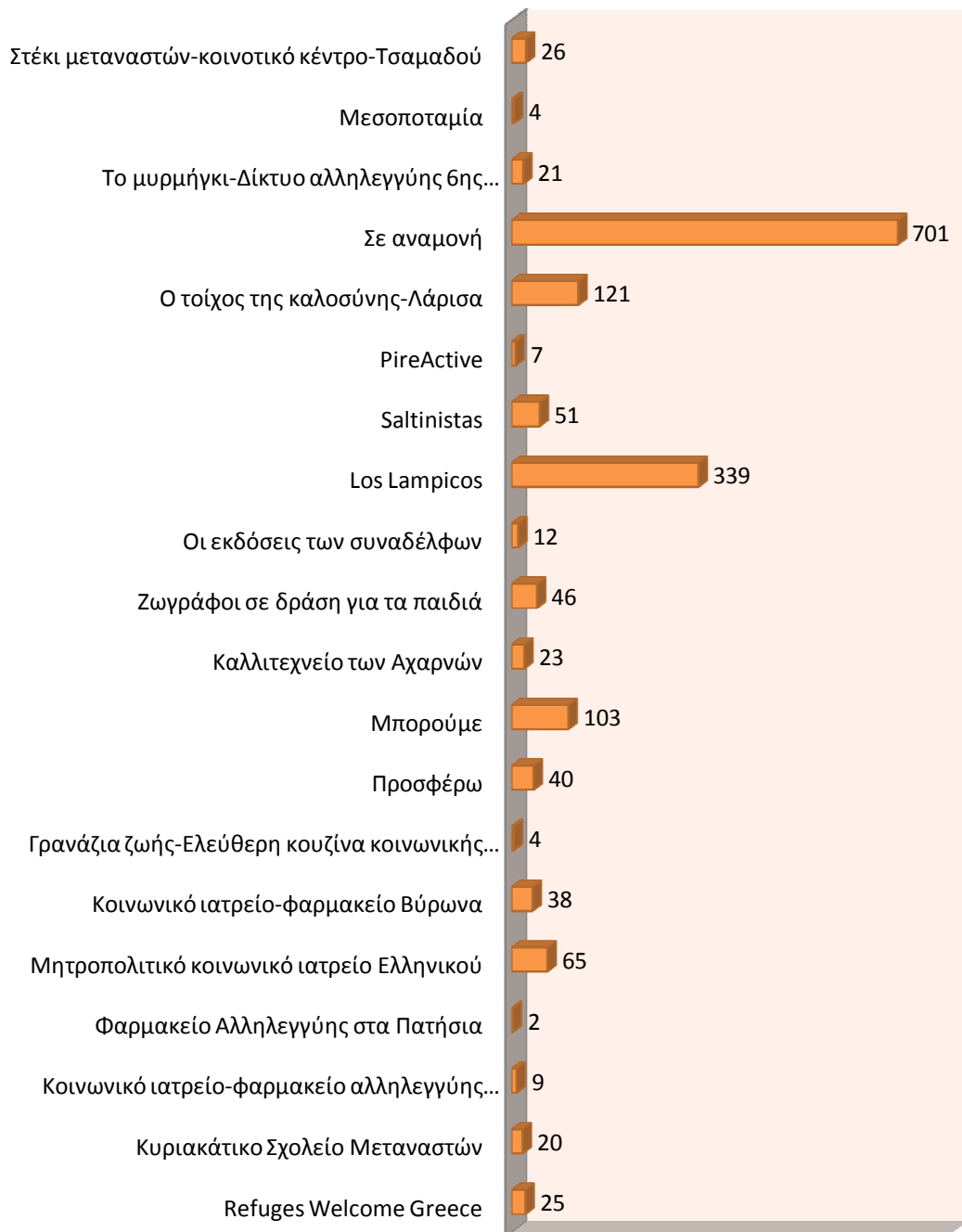
Τέλος, αναφορικά με την αλληλεπίδραση του περιεχομένου των πρωτοβουλιών, προστέθηκε ο αριθμός των «like», των σχολίων και των κοινοποιήσεων κάθε ανάρτησης ξεχωριστά και κατόπιν υπολογίστηκε ο μέσος όρος για κάθε μία από τις σελίδες.

Πρώτη αναδεικνύεται η σελίδα «Σε αναμονή» με μέσο όρο 701 συνολικά Facebook Interactions (likes, comments and shares) ανά ανάρτηση, δεύτερη η «Los Lampicos» με 339 και τρίτη «Ο Τοίχος της καλοσύνης – Λάρισα» με 121. Έπειτα ακολουθούν, με φθίνουσα σειρά, «Μπορούμε» με 103, «Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού» με 65, «Saltinistas» με 51, «Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά» με 46, «Προσφέρω» με 40, «Κοινωνικό ιατρείο –φαρμακείο Βύρωνα» με 38, «Στέκι μεταναστών – κοινοτικό κέντρο – Τσαμαδού» με 26, «Refugees Welcome Greece» με 25, «Καλλιτεχνείο των Αχαρνών» με 23, «Το μυρμήγκι – Δίκτυο αλληλεγγύης 6<sup>ης</sup> κοινότητας Αθήνας» με 21, «Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών» με 20, «Οι εκδόσεις των Συναδέλφων» με 12, «Κοινωνικό ιατρείο – φαρμακείο αλληλεγγύης της Νέας Σμύρνης» με 9, «PireActive» με 7, «Γρανάζια ζωής - Ελεύθερη κουζίνα κοινωνικής αλληλεγγύης» με 4, «Μεσοποταμία» με 4.

Τελευταία αναδεικνύεται η πρωτοβουλία «Φαρμακείο Αλληλεγγύης στα Πατήσια» με μέσο όρο 2 Facebook Interactions.

## Μέσος όρος αλληλεπίδρασης του αναρτώμενου περιεχομένου ανά πρωτοβουλία

■ M.O. ASA



Γράφημα 26: Παρουσίαση μέσου όρου αλληλεπίδρασης περιεχομένου ανά πρωτοβουλία κοινωνικής αλληλεγγύης.

#### 4.10.: ΕΛΕΓΧΟΣ 1<sup>ΗΣ</sup> ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

Στα κεφάλαια που ακολουθούν καταγράφονται τα συμπεράσματα της έρευνας επικοινωνίας των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook, επί των αποτελεσμάτων και εξετάζεται η επαλήθευση ή η διάψευση των ερευνητικών υποθέσεων, όπως διατυπώθηκαν στο κεφάλαιο 4.1..

Υπάρχουν πρωτοβουλίες πιο δραστήριες από τις υπόλοιπες, οι οποίες δημοσιεύουν αρκετά συχνά περιεχόμενο στη σελίδα τους. Παρόλα αυτά, δεν παρατηρείται κάποια αιτιακή σχέση μεταξύ της συχνότητας του περιεχομένου και της αλληλεπίδρασης του κοινού. Για παράδειγμα, το «Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών» που δημοσιεύει περισσότερες από δύο με τρεις αναρτήσεις ανά ημέρα στη σελίδα του, υπολογίζεται πως ο μέσος όρος αλληλεπίδρασης του κοινού είναι 25 Facebook Interactions ανά ανάρτηση. Αντίθετα, η σελίδα «Σε αναμονή» που δεν δημοσιεύει τόσο συχνά περιεχόμενο, συγκεντρώνει περισσότερα Interactions ανά ανάρτηση, κατά προσέγγιση 701, όπως και η «Los Lampicos», η οποία δημοσιεύει μόνο περιεχόμενο σχετικό με τις δράσεις και τις ιδέες ή στόχους της, και παρόλο που δεν δημοσιεύει συχνά, συγκεντρώνει 339 Interactions ανά ανάρτηση. Από την άλλη, η σελίδα «Μεσοποταμία», η οποία δημοσιεύει περιεχόμενο πολύ πιο σπάνια, σε σύγκριση με τις υπόλοιπες σελίδες πρωτοβουλιών, το περιεχόμενό της αλληλεπιδρά σε πολύ μικρότερο βαθμό με το κοινό, με μέσο όρο αλληλεπίδρασης 4 Interactions.

Επιπλέον, θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι τρεις σελίδες με τον μεγαλύτερο μέσο όρο αλληλεπίδρασης, «Σε αναμονή», «Los Lampicos» και «Ο Τοίχο της Καλοσύνης - Λάρισα», επικοινωνούν σε μεγαλύτερο βαθμό με τον κόσμο, από ότι οι υπόλοιπες πρωτοβουλίες. Οι σελίδες αυτές απαντούν στα σχόλια, στις απορίες ή απόψεις που εκφράζουν οι χρήστες στο περιεχόμενό τους.

Επομένως, αυτό που έχει σημασία δεν είναι το πόσο συχνά δημοσιεύουν περιεχόμενο, αλλά κατά πόσο το περιεχόμενό τους είναι στοχευμένο και διαδραστικό για το κοινό, αλλά κατά πόσο οι πρωτοβουλίες και τα μέλη αυτών αναπτύσσουν ουσιαστική επικοινωνία με το κοινό. Για τον λόγο αυτό, η πρώτη ερευνητική υπόθεση καταρρίπτεται.

#### 4.11.: ΕΛΕΓΧΟΣ 2<sup>ΗΣ</sup> ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

Εκείνο που έχει ιδιαίτερη σημασία, όπως αναφέρθηκε είναι η διαδραστικότητα του περιεχομένου, δηλαδή ο συνδυασμός πολλών και διαφορετικών εργαλείων που καθιστούν το περιεχόμενο ζωντανό για τον χρήστη και ανταγωνιστικό ως προς τις υπόλοιπες σελίδες και το περιεχόμενο αυτών.

Είναι γεγονός πως ζούμε στην εποχή της εικόνας και η αξία του γραπτού λόγου έχει υποβαθμιστεί σε μεγάλο βαθμό. Το ίδιο ισχύει και στις διαδικτυακές κοινότητες. Τα άτομα αλληλεπιδρούν σε μεγαλύτερο βαθμό με το οπτικοακουστικό περιεχόμενο, παρά από ότι μεμονωμένα με ένα γυμνό κείμενο ή έναν σύνδεσμο. Για αυτό το λόγο, το «Κοινωνικό ιατρείο – φαρμακείο αλληλεγγύης Νέας Σμύρνης» και το «Φαρμακείο Αλληλεγγύης στα Πατήσια», τα οποία δημοσιεύουν κυρίως μόνο συνδέσμους χωρίς κάποια λεζάντα ή συνοδείας εικόνας, συγκεντρώνουν κατά μέσο όρο την μικρότερη αλληλεπίδραση του κοινού, συγκεκριμένα σύνολο 9 και 2 Interaction αντίστοιχα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, τα περισσότερα Interaction συγκεντρώνει το περιεχόμενο των σελίδων που συνδυάζουν εικόνα και κείμενο. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι σελίδες: «Κοινωνικό ιατρείο – φαρμακείο Βύρωνα» με μέσο όρο 38 interaction, «Προσφέρω» με 40, «Μπορούμε» με 103, «Καλλιτεχνείο των Αχαρνών» με 23, «Los Lampicos» με 339, «Τοίχος της Καλοσύνης-Λάρισα» με 121. Εύστοχα, παρατηρείται πως ο συνδυασμός βίντεο με κείμενο επιφέρει επίσης την αλληλεπίδραση του κοινού, όπως για παράδειγμα στην σελίδα «Σε αναμονή» και «Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά» με 701 και 46 interactions αντίστοιχα.

Τέλος, ο συνδυασμός κειμένου και συνδέσμου (link), μπορεί να μην προκαλεί την προσέλκυση μεγάλου μέρους του κοινού, συγκριτικά με τους άλλους δύο συνδυασμούς, όμως αν το περιεχόμενο επεξεργαστεί με τον κατάλληλο τρόπο, τότε μπορεί να έχει τα ίδια καλά επιθυμητά αποτελέσματα. Συνεπώς, η υπόθεση εργασίας, σχετικά με την διαδραστικότητα του περιεχομένου των πρωτοβουλιών, επιβεβαιώνεται.

#### 4.12.: ΕΛΕΓΧΟΣ 3<sup>ΗΣ</sup> ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

Ειδικότερα, όσον αφορά το περιεχόμενο που καλεί τον κόσμο να συμμετέχει σε κάποια δράση, έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον το αν και κατά πόσο το κοινό αλληλεπιδρά με το συγκεκριμένο περιεχόμενο.

Οι πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης μπορούν, εφόσον έχουν αναπτύξει την επικοινωνία με το κοινό, να ζητήσουν την στήριξη του στο έργο τους, την συμμετοχή τους σε δράση ή ακόμη και να αναζητήσουν νέα μέλη μέσω Facebook. Οι σελίδες που μελετήθηκαν, παρατηρήθηκε ότι καλούν τον κόσμο να συμμετέχει σε δράσεις, άλλες περισσότερο και άλλες λιγότερο, με εξαίρεση το «Φαρμακείο αλληλεγγύης στα Πατήσια», όπου η σελίδα του είναι κυρίως ενημερωτική και δεν δημοσιεύει περιεχόμενο σχετικά με το κάλεσμα σε κάποια δράση.

Παρατηρήθηκε πως πρωτοβουλίες που δημοσιεύουν περισσότερες αναρτήσεις για κάλεσμα σε δράση, αλληλεπιδρούν σε μικρότερο βαθμό με άλλες, οι οποίες δημοσιεύουν λιγότερο περιεχόμενο σχετικό με κάλεσμα του κοινού σε δράση. Για παράδειγμα, η «Μεσοποταμία» συγκεντρώνει 26 αναρτήσεις για κάλεσμα σε δράση και ο μέσος όρος αλληλεπίδρασης του κοινού είναι πολύ μικρότερος σε σχέση με το είδος του περιεχομένου, μόλις 4 Interactions ανά ανάρτηση<sup>36</sup>. Αντίθετα, οι σελίδες των πρωτοβουλιών «Μπορούμε» και «Προσφέρω» συγκεντρώνουν 10 αναρτήσεις η καθεμία σχετικές με κάλεσμα σε δράση, με μέσο όρο αλληλεπίδρασης μεγαλύτερος σε σχέση με το περιεχόμενο (103 και 40 interactions αντίστοιχα). Το γεγονός αυτό ίσως οφείλεται στον τρόπο επικοινωνίας και προώθησης της ανάρτησης της κάθε σελίδας ή στη συνολική δημοτικότητα της σελίδας της κάθε πρωτοβουλίας. Σε κάθε περίπτωση, στο συγκεκριμένο ερευνητικό δείγμα δεν παρατηρείται κάποια σχέση μεταξύ του περιεχομένου για κάλεσμα σε δράση και του βαθμού αλληλεπίδρασης του κοινού, για αυτό και η τρίτη ερευνητική υπόθεση καταρρίπτεται.

---

<sup>36</sup> Βλέπε παρακάτω γράφημα 27.

#### 4.13.: ΕΛΕΓΧΟΣ 4<sup>ΗΣ</sup> ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΥΠΟΘΕΣΗΣ

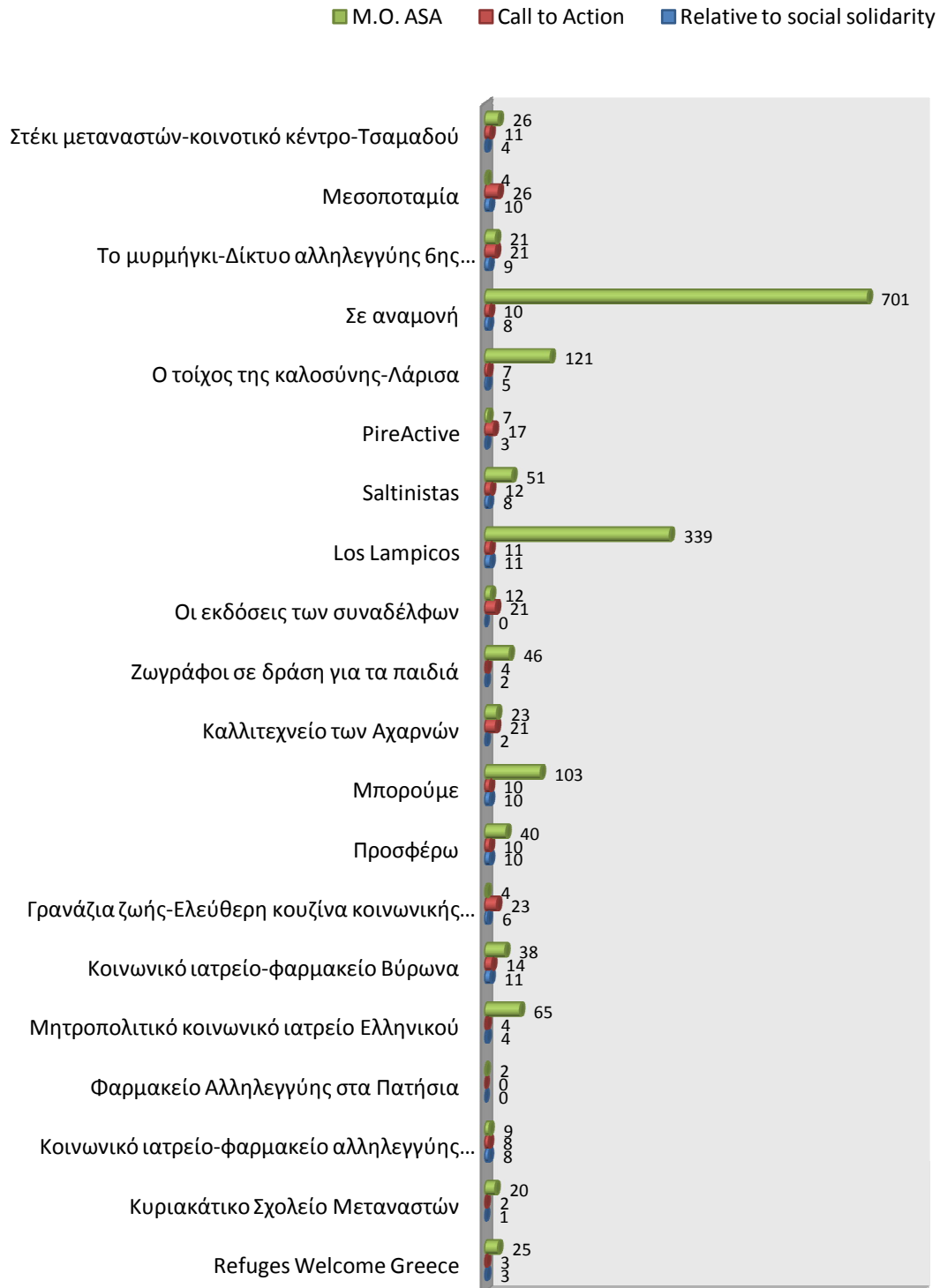
Τέλος, η τέταρτη ερευνητική υπόθεση αναφορικά με την αλληλεπίδραση του κοινού στις αναρτήσεις για κάλεσμα σε δράση, οι οποίες σχετίζονται με την κοινωνική αλληλεγγύη, φαίνεται να επιβεβαιώνεται.

Όπως παρατηρήθηκε, οι πρωτοβουλίες δεν περιορίζονται στην προώθηση και μόνο δράσεων ή περιεχομένου που έχει να κάνει αποκλειστικά με την κοινωνική αλληλεγγύη. Μερικούν για την ενημέρωση του κοινού για θέματα, που αφορούν το σύνολο της κοινωνίας ή ασκούν κριτική στην πολιτική διακυβέρνηση. Αναφορικά με τις δράσεις τους, οι περισσότερες πρωτοβουλίες που μελετήθηκαν είχαν συγκεκριμένα κριτήρια για το είδος της βοήθειας που προσφέρουν και σαφή όρια δράσης. Μέσω των σελίδων τους στο Facebook, αναζητούν νέους εθελοντές ή ζητούν την στήριξη του κόσμου στις δράσεις τους με την προσφορά τροφίμων, φαρμάκων ή υπηρεσιών.

Οι σελίδες των πρωτοβουλιών «Μεσοποταμία», «Γρανάζια ζωής-Ελεύθερη κουζίνα κοινωνικής αλληλεγγύης», «Καλλιτεχνείο των Αχαρνών», «Το μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης 6<sup>ης</sup> κοινότητας Αθήνας» και «Οι Εκδόσεις των Συναδέλφων», παρά το γεγονός ότι δημοσιεύουν τις περισσότερες αναρτήσεις σχετικές με κάλεσμα του κοινού σε δράσεις, από το σύνολο αυτών των δημοσιεύσεων, ένα μικρό ποσοστό αυτών έχει τελικά σχέση με την κοινωνική αλληλεγγύη. Οι περισσότερες δράσεις των συγκεκριμένων πρωτοβουλιών αφορούν την συμμετοχή του κόσμου σε πορείες ή διαδηλώσεις, πρόσκληση σε κοπή πίτας την περίοδο των εορτών, ανάγνωση και κριτική βιβλίων, πρόσκληση σε ραδιοφωνική εκπομπή, σε έκθεση φωτογραφίας, ή σε προβολή ταινίας ή ντοκιμαντέρ και κριτική συζήτηση πάνω σε αυτά. Η αλληλεπίδραση του κόσμου ως προς τις δημοσιεύσεις των συγκεκριμένων πρωτοβουλιών, που το καλούσαν να συμμετέχει σε αυτές τις δράσεις, είναι χαμηλή, όπως παρατηρείται και στο παρακάτω γράφημα.



## Περιεχόμενο σχετικό με την κοινωνική αλληλεγγύη και η αλληλεπίδραση του κοινού σε αυτό



Γράφημα 27: Σύγκριση περιεχομένου σχετικό με την κοινωνική αλληλεγγύη και αλληλεπίδρασης του κοινού σε αυτό.

Αντίθετα, παρατηρείται ότι οι πρωτοβουλίες που καλούν τον κόσμο να συμμετέχει κυρίως σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης, προσελκύουν σε μεγαλύτερο βαθμό την προσοχή και την αλληλεπίδραση του κόσμου. Ενδεικτικά, το περιεχόμενο των σελίδων «Los Lampicos», «Μπορούμε», «Σε αναμονή» και «Ο Τοίχος της Καλοσύνης», είναι σχετικό με την κοινωνική αλληλεγγύη σε ποσοστό 70-100% και συγκεντρώνουν συνολικά μέσο όρο 339, 701 και 121 interaction ανά ανάρτηση. Επομένως, αναλογικά και με την συνολική δημοτικότητα των σελίδων αυτών στο Facebook<sup>37</sup>, η σχέση του περιεχομένου που καλούν τον κόσμο σε δράσεις που σχετίζονται με την κοινωνική αλληλεγγύη, βελτιώνει τον βαθμό αλληλεπίδρασης της σελίδας. Συνεπώς, η υπόθεση εργασίας επιβεβαιώνεται.

Αξίζει να σημειωθεί ότι πετυχημένη θεωρείται μία σελίδα όταν έχει καταφέρει να προσελκύσει έναν μεγάλο σύνολο κόσμου, όπου το μεγαλύτερο μέρος του συνόλου ανταποκρίνεται στο περιεχόμενο και στους σκοπούς της πρωτοβουλίας. Η στήριξη του κόσμου και της κοινωνίας γενικότερα, είναι που θα εξασφαλίσουν το μέλλον σε μία αυτο-οργανωμένη πρωτοβουλία κοινωνικής αλληλεγγύης.

---

<sup>37</sup> Δηλαδή την συνολική καταμέτρηση των «like» των χρηστών που ακολουθούν την σελίδα, όπως φαίνονται αναλυτικά στο Παράρτημα 6 σελ:149.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΝΔΕΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΗΣ ΜΕ ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΥΤΟ- ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΜΕΣΩ FACEBOOK**

### **5.1.: ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΩΝ ΔΥΟ ΕΡΕΥΝΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ**

Η έρευνα ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης σχετίζεται με την έρευνα επικοινωνίας αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook σε επίπεδο σχεδιασμού και σε επίπεδο ευρημάτων.

Τα ερωτήματα και οι ερευνητικές υποθέσεις της πρώτης έρευνας, σχεδιάστηκαν με τέτοιο τρόπο, ώστε να συνδέονται με τις ερευνητικές υποθέσεις της δεύτερης έρευνας. Η πρώτη έρευνα δίνει απαντήσεις σχετικά με τις πρακτικές του γενικού κοινού για την χρήση του Facebook και την ενημέρωση μέσω του μέσου αυτού για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης. Μέσω της πρώτης έρευνας έγινε προσπάθεια να οριστεί το κοινό που συμμετέχει σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης και να διευκρινιστούν οι τρόποι με τους οποίους ενημερώνεται για σχετικά θέματα με την κοινωνική αλληλεγγύη γενικότερα. Επιπλέον, αναδεικνύεται η συμβολή του Facebook ως μέσο ενημέρωσης του κοινού για τα θέματα αυτά, αλλά και ως μέσο επικοινωνίας με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης. Όσον αφορά τη δεύτερη έρευνα, οι ερευνητικές υποθέσεις σχεδιάστηκαν με σκοπό να διευκρινιστεί το περιεχόμενο που αλληλεπιδρά περισσότερο το κοινό των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης στο Facebook, το οποίο έχει ήδη προσδιοριστεί ως ένα βαθμό από την πρώτη έρευνα. Ακόμη, στη δεύτερη έρευνα, σε συνέχεια της πρώτης, γίνεται προσπάθεια να διευκρινιστεί ο βαθμός αλληλεπίδρασης του κοινού με το περιεχόμενο των σελίδων των πρωτοβουλιών, το οποίο αναφέρεται σε κάλεσμα για δράση και σχετίζεται με την κοινωνική αλληλεγγύη.

Το κοινό των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης στο Facebook είναι, όπως αναδείχτηκε από την πρώτη έρευνα, κυρίως νέοι άνθρωποι, οι

οποίοι ασχολούνται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αλληλεπιδρούν με το περιεχόμενο που συναντούν στο μέσο αυτό.

## 5.2.: ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΩΝ ΔΥΟ ΕΡΕΥΝΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ

Τα αποτελέσματα και τα ευρήματα της έρευνας επικοινωνίας αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω Facebook συνδέονται με τα ευρήματα της έρευνας ενημέρωσης και αντίληψης για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης.

Όπως παρατηρήθηκε από τα ευρήματα της δεύτερης έρευνας, αρκετές αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης ανταποκρίνονται στη ζήτηση του κοινού για ενημέρωση, όπως παρουσιάστηκε στην πρώτη έρευνα<sup>38</sup>. Οι σελίδες των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών στο Facebook δεν περιορίζονται μόνο στην προώθηση των ιδεών τους και των δράσεων τους, αλλά ενημερώνουν το κοινό γενικά για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης. Επίσης, τα μέλη μερικών από τις πρωτοβουλίες που μελετήθηκαν, φροντίζουν για την ψυχαγωγία του κοινού με το να δημοσιεύουν εικόνες και βίντεο, τα οποία δεν σχετίζονται με την κοινωνική αλληλεγγύη, διατηρούν όμως το ενδιαφέρον του κοινού.

Οι περισσότερες αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες ανταποκρίνονται στη ζήτηση του κοινού για διαδραστικό περιεχόμενο. Για να είναι η σελίδα τους στο Facebook περισσότερο διαδραστική και να προσελκύουν το κοινό δημοσιεύουν πολυμεσικό περιεχόμενο, το οποίο φαίνεται να αλληλεπιδρά σε μεγαλύτερο βαθμό με τον κόσμο<sup>39</sup>.

Ακόμη, όσον αφορά την επικοινωνία του κοινού με τις πρωτοβουλίες, οι σελίδες στο Facebook διευκολύνουν την επικοινωνία με τα μέλη των δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης. Το κοινό μπορεί είτε να επικοινωνήσει μέσω προσωπικού μηνύματος με τα μέλη μίας αυτο-οργανωμένης πρωτοβουλίας, είτε να συμμετέχει σε ανοιχτή συζήτηση μαζί τους, σχολιάζοντας το περιεχόμενο των σελίδων και ανταλλάσσοντας ιδέες μαζί με τους υπόλοιπα μέλη. Ωστόσο, παρατηρήθηκε ότι ελάχιστες σελίδες πρωτοβουλιών απαντούν στα σχόλια των χρηστών<sup>40</sup>. Τα μέλη μίας

---

<sup>38</sup> Βλέπε Παράρτημα 5 σελ:138.

<sup>39</sup> Βλέπε Γράφημα 23 σελ:96-97 και Γράφημα 26 σελ:104.

<sup>40</sup> Βλέπε Παράρτημα 6 σελ:149.

αυτο-οργανωμένης πρωτοβουλίας θα πρέπει να μην διστάζουν να επικοινωνούν με το κοινό, να συμμετέχουν σε ανοιχτό διάλογο μαζί τους και να μεριμνούν για την διευκόλυνση της επικοινωνίας.

### 5.3. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Τα συμπεράσματα που απορρέουν από την παρούσα πτυχιακή εργασία, την συγκριτική μελέτη του θεωρητικού πλαισίου και την πρακτική των θεωρημάτων μέσα από τις δύο έρευνες, είναι αρκετά ενδιαφέροντα.

Η ελληνική κοινωνία παρουσιάζει ενθαρρυντικά δείγματα δράσης, στα πλαίσια της κοινωνίας των πολιτών και της κοινωνικής αλληλεγγύης. Ο εξωτερικός παράγοντας της κρίσης και η κατάσταση των ΜΚΟ, έχουν ενισχύσει σε μεγάλο βαθμό το έργο των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης. Το έργο και οι ιδέες των πρωτοβουλιών βρίσκουν ανταπόκριση στον κόσμο, ο οποίος κατανοεί την σημασία της κοινωνικής προσφοράς και του εθελοντισμού, με σκοπό την καλύτερευση της ζωής και των δομών, που το κράτος δεν μεριμνά ή υστερεί για την στήριξή τους. Οι πολίτες εκτιμάται ότι είναι ενήμεροι σε ικανοποιητικό βαθμό για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης, για τις δράσεις και το πώς μπορεί ο καθένας να συμμετέχει και να έρθει σε επικοινωνία με αυτές. Οι Δήμοι, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και το Διαδίκτυο ενστερνίζονται τις αρχές της κοινωνικής αλληλεγγύης και συμβάλλουν στην διάδοσή τους στην κοινωνία.

Γενικότερα, το Διαδίκτυο και ειδικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διευκολύνουν την ανάπτυξη των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης και την υλοποίηση των στόχων τους. Η δημιουργία διαδικτυακών κοινοτήτων και η κυριαρχία τους στην καθημερινότητα του κόσμου, αποτέλεσε αφορμή για τις πρωτοβουλίες ώστε να πάνε ένα βήμα παραπέρα. Εύκολα, γρήγορα και χωρίς κόστος, οι σχέσεις των πρωτοβουλιών με τον κόσμο μεταφέρονται από τον πραγματικό κόσμο στον δυνητικά εικονικό κόσμο του Facebook. Το γεγονός αυτό βρίσκει μεγάλη ανταπόκριση, ειδικά στη νέα γενιά, η οποία είναι περισσότερο εξοικειωμένη με την εξέλιξη των τεχνολογιών. Μπορεί οι μεγαλύτερες ηλικίες να εξακολουθούν να προτιμούν τα παραδοσιακά μέσα και την διαπροσωπική επικοινωνία, οι νεότεροι όμως είναι αυτοί που καθορίζουν το μέλλον και τις εξελίξεις της κοινωνίας και της ανθρώπινης επικοινωνίας.

Συνοψίζοντας τα συμπεράσματα των δύο ερευνών που πραγματοποιήθηκαν για την πτυχιακή εργασία, αυτό που μπορεί να επισημανθεί είναι το πόσο σημαντική

είναι η δραστηριοποίηση των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών μέσω Facebook. Λόγω της μεγάλης συμμετοχής των νέων στο μέσο αυτό και της ενημέρωσής του για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης αποκλειστικά μέσω του συγκεκριμένου κοινωνικού δικτύου, όπως παρατηρήθηκε στην πρώτη έρευνα, συνάγεται το συμπέρασμα πως, οι νέοι είναι αυτοί που καθορίζουν την δραστηριότητα των πρωτοβουλιών και την αλληλεπίδραση του περιεχομένου, που αυτές κοινοποιούν στο Facebook. Οι νέοι, λοιπόν, επειδή είναι εξοικειωμένοι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης, είναι λογικό να προτιμούν την παρακολούθηση διαδραστικού περιεχομένου, όπως παρατηρήθηκε στην δεύτερη έρευνα. Μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να επικοινωνήσουν, να εκφράσουν τις απόψεις και να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους. Για αυτό το λόγο, νιώθουν την ανάγκη να τα εκφράσουν όλα αυτά μέσα στις διαδικτυακές κοινότητες και στα άτομα ή τις ομάδες, με τα οποία συνδέονται μέσω των διαδικτυακών σχέσεων που αναπτύσσουν. Ένα σχόλιο ή ένα like στο περιεχόμενο της σελίδας μίας αυτο-οργανωμένης πρωτοβουλίας κοινωνικής αλληλεγγύης, κρύβει πολύ περισσότερη δύναμη, από όση αντιλαμβάνεται το άτομο. Το σύνολο όμως των like, των σχολίων και των κοινοποιήσεων των χρηστών σε ένα συγκεκριμένο περιεχόμενο, προσφέρει τη δυνατότητα για άμεση ανατροφοδότηση (feedback) των πρακτικών που ακολουθεί μία αυτο-οργανωμένη πρωτοβουλία. Τα νούμερα αυτά είναι που καθορίζουν την δημοτικότητα μίας σελίδας στο Facebook και τις αλλαγές στο εσωτερικό των αυτο-οργανωμένων πρωτοβουλιών που θα πρέπει να γίνουν, προκειμένου να επιτύχει τους στόχους της.



## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Μέσα από τη στενή προσέγγιση της κοινωνίας των πολιτών και των δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης, αλλά και μέσα από τις εξελίξεις της διαδικτυακής κοινότητας και των ευκαιριών που προσφέρει για την ανάπτυξη των νέων μορφών κοινωνικής δράσης και προσφοράς, αντιλήφθηκα προοδευτικά τη σημαντικότητα της ύπαρξης των αυτοοργανωμένων πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης, καθώς και τον σπουδαίο ρόλο τους για τον μη κερδοσκοπικό τομέα στην Ελλάδα. Πρόκειται, ουσιαστικά, για ένα πολύ σημαντικό εγχείρημα, το οποίο εξελίσσεται συνεχώς και θα έχει ενδιαφέρον να παρατηρήσουμε το πώς θα εξελιχθεί στο μέλλον.

Ακόμη και αν κάποιος δεν έχει χρόνο ή διστάζει να έρθει σε επικοινωνία με τις πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης και να συνεισφέρει στο έργο τους ή να ζητήσει την βοήθειά τους, η δραστηριοποίηση των πρωτοβουλιών κοινωνικής αλληλεγγύης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ειδικά στο Facebook, αποτελεί σημαντικό ερέθισμα για τον κόσμο, ιδιαίτερα για τους νέους. Με τον τρόπο αυτό μπορεί να γνωρίσει το έργο τους, να έρθει πιο εύκολα σε επικοινωνία μαζί τους, να παρακολουθήσει την εξέλιξή τους και στο τέλος, ίσως να αναθεωρήσει και να συμμετέχει και αυτός στο ανθρώπινο δυναμικό τους και στις δράσεις τους.

Τέλος, τα πορίσματα από την διεξαγωγή των δύο δειγματολογικών ερευνών, ενισχύουν ακόμη περισσότερο την πεποίθησή μου ότι, ακόμη και σε περίοδο οικονομικής κρίσης και σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης, υπάρχουν άνθρωποι με κοινωνική συνείδηση, οι οποίοι θα βρεθούν δίπλα στο πλευρό των συνανθρώπων μας που πλήττονται σοβαρά από τις συνέπειες της κρίσης.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ξένη Βιβλιογραφία

- Bakardjieva M., (2015), *Do clouds have politics? Collective actors in social media land*, Information, Communication & Society Vol. 18, No.8, Routledge Press, Taylor and Francis Group, (p.1 – 9).
- Baym N.K., (2010), *Personal Connections in the Digital Age*, UK, Polity Press, (p.1-17, .50-70).
- Benkler Y., (2006), *The wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, USA, Yale University Press, (p.59 - 131, 212 - 272, 356 - 380).
- Bennet W.L. & Segerberg A., (2012), *The logic of connective action*, Information, Communication & Society Vol. 18, No.8, Routledge Press, Taylor and Francis Group.
- Blossom J., (2009), *Content Nation*, Indiana, Wiley Publishing, Inc. Indianapolis, (p.29 - 56, 95 - 130, 201 - 239).
- Brunkhorst H., (2007), *Globalizing Solidarity: The Destiny of Democratic Solidarity in the Times of Global Capitalism*, Global Religion and the Global Public, (p.1 – 19).
- Cardon D. & Cardon C., (2007), *The Strength of Weak Cooperation: An Attempt to Understand the meaning of Web 2.0*, MPRA Paper No. 4581.
- CEV – European Volunteer Centre, (2012), *Volunteering Infrastructure in Europe*, (p.164 – 169).
- Christopherson E.G., (2012), *Tweeting For a Better World – Essentials of Social Media Strategy for Smaller Nonprofits*, The Bridgespam Group.

- Edwards M., (2009), *Civil Society*, USA, Polity Press, (p. 11 – 24, 63 – 73, 84 – 103).
- Effing R., (2014), *The Social Media Participation Framework*, Geboren op.6 mei 1977, (p.31 – 45, 46 – 58).
- Fuchs C., (2003), *Structuration Theory and Self – Organization*, Systemic Practice and Action Research Vol.16, No. 2, (p.133 – 164).
- Fuchs C. (2006), *The Self Organization of Social Movements*, Systemic Practice and Action Research, Vol.19, No.1, (p.101 – 134).
- Global Partnership For Social Accountability, (2015), *Does Collaboration with Civil Society Strengthen Accountability Institutions? An Exploration*, GPSA Note 9, (p.1 – 10).
- Gouscos D. & Staiou E.R., (2014), *Self-Organized Social Solidarity (SoSS) Initiatives in Greece: Exploring Their Scope and Their Relationship to Online Media*, International Journal of Public Administration in the Digital Age, 1(4), (p.21 – 43).
- Graeff E. (2014), *Crowdsourcing as Reflective Political Practice: Building a Location – based Tool for Civic Learning and Engagement*, Center for Civic Media, MIT Media Lab, (p.1 – 36).
- Kavada A., (2015), *Creating the collective: Social media, the Occupy Movement and its constitution as a collective actor*, Information, Communication & Society Vol.18, No. 8, Routledge Press, Taylor and Francis Group. (p.872 – 886).
- Leadbeater C., (2008), *We think: Mass Innovation not mass production*, UK, Profile Books, (p.30-70).

- Lescher J.F., (1995), *Online Market Research: Cost – Effective Searching of the Internet and Online Databases*, Canada, Addison – Wesley Publishing Company, (p.25 – 68).
- Li C. & Bernoff J. (2008), *Groundswell-Winning in a world transformed by social technologies*, USA, Harvard Business Press, (p.17 - 45, 59 - 69, 102 - 127).
- Loader B.D. & Mercea D., (2012), *Social Media and Democracy: Innovations in Participatory Politics*, UK, Routledge Press, Taylor and Francis Group, (p.13 – 38, 166 – 189, 224 – 240).
- McDonald K.(2015), *From Indymedia to Anonymous: Rethinking action and identity in digital cultures*, Information, Communication & Society, Vol.18 , No.8 , Routledge Press, Taylor and Francis Group, (p.968 – 982).
- McMahon D., Seaman S. & Lemley D.A., (2015), *The adoption of websites by nonprofits and the impact on society*, Technology in Society 42, Elsevier, (p.1 – 8).
- Miller D., Costa E, Haynes N., McDonald T., Nicolescu R., Sinanan J., Spyer J., Venkatraman S & Wang X., (2016), *How the world Changed Social Media*, UK, UCL Press, (p.70 – 99).
- Nolan L., (2015), *The impact of executive personal branding on non – profit perception and communications*, Public Relations Review 41, Elsevier, (p.288 – 292).
- Poynter R., (2010), *The handbook of online and social media research-Tools and Techniques for Market Researchers*, UK, John Wiley and Sons Inc., (p.31 – 65, 88 – 103, 159 – 162, 176 – 220).
- Rumbul R., (2015), *Who benefits from civic technology?*, Demographic and public attitudes research into the users of civic technologies, mySociety, (p.1 – 31).

- Safko L. & Brake D.K., (2009), *The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success*, Canada, John Wiley and Sons Inc., (p.6 – 32, 46 – 94, 126 – 129, 459 – 453).
- Shirky C., (2008), *Here comes everybody-The power of Organization Without Organization*, USA, Penguin Books, (p.143 – 160, 188 – 211).
- Simiti M., (2015), «*Social Need*» or «*Choice*»? *Greek Civil Society during the Economic Crisis*, GreeSt Paper N.95, (p.1 – 34).
- Sotiropoulos D.A. & Karamagioli E., (2015), *Greek Civil Society: The Long Road to Maturity*, Access2democracy, (p. 1 – 5).
- Stalder F., (2013), *Digital Solidarity*, PML Books Series, (p.31 – 51).
- Starbird K. & Palen L. (2011), «*Voluntweeters*»: *Self Organizing by Digital Volunteers in Times of Crisis*, Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, (p.1 – 10).
- Surowiecki J., (2005), *The Wisdom of Crowds*, USA, Anchor Books, (p.158 – 172, 259 – 272).
- Til J.V., (2008), *Growing Civil Society – From Nonprofit Sector to Third Space*, USA, Indiana University Press, (p.4 – 17, 98 – 112, 135 – 139, 191 – 203).
- Varis P. & Blommaert J., (2005), *Conviviality and collectives on social media: Virality, memes, and new social structures*, Multilingual Margins, A Journal of multilingualism from the periphery, Volume 2, Issue 1, (p.31 – 45).
- Virkar S., (2015), *The Impact of the Internet on Transnational Civil Society Networks: The Anonymous Movement Unmasked*, The International Journal of Trolling and Online Participation 1 (2), (p.69 - 99).

- Williamson W. & Ruming K., (2015), *Who's talking, who's listening: Exploring social media use by community groups using social network analysis*, CUPUM, (p.1 – 22).

#### *Ελληνική Βιβλιογραφία*

- Heads T., (2011), *Αλλαξε τον κόσμο μπορείς! Οδηγός Διαδικτυακού Ακτιβισμού*, Μετάφραση: Ανδρέου Γ., Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος, (σελ.9 – 14, 47 – 98, 137 – 148).
- Kropotkin P.A., (2009), *Αλληλοβοήθεια – Ένας παράγοντας εξέλιξης*, Μετάφραση: Στεφανοπούλου Ε., Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη, (σελ.216 – 238).
- Καρυδάς Ι.Χ., (2007), *Ψηφιακές Πόλεις: Κοινωνία – ψυχολογία – διαδίκτυο – αστικές γειτονιές*, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, (σελ.84 – 101, 142 – 161).
- Μπουρίκος Δ. & Σωτηρόπουλος Α., (2014), *Οικονομική κρίση, κοινωνική πρόνοια και κοινωνία των πολιτών. Η επίδραση της οικονομικής στους τυπικούς και άτυπους φορείς της κοινωνίας των πολιτών στο χώρο της κοινωνικής αλληλεγγύης και οι νέοι περιορισμοί της κοινωνικής ιδιότητας των πολιτών την περίοδο 2010 – 2013*, Παρατηρητήριο για την κρίση, (σελ.17 – 42, 53 – 57).
- Πασχόπουλος Α., (2010), *Νέα Μέσα. Είσαι Μέσα; Social Media Marketing*, Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος (σελ.7 – 48, 80- 99).
- Σημίτη Μ., (2014), *Κράτος και Εθελοντικές Οργανώσεις την περίοδο της οικονομικής κρίσης*, υπό δημοσίευση στο περιοδικό Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης, (σελ.1 -30).

*Διαδικτυακές πηγές*

- [www.socialactivism.gr](http://www.socialactivism.gr)
- [www.solidarity4all.gr](http://www.solidarity4all.gr)
- [www.gpsaknowledge.org](http://www.gpsaknowledge.org)
- [www.organosi20.gr](http://www.organosi20.gr)
- [www.socialbrite.org](http://www.socialbrite.org)
- [www.nonprofitmarketingguide.com](http://www.nonprofitmarketingguide.com)
- [www.socialmedia4nonprofits.org/](http://www.socialmedia4nonprofits.org/)
- <http://www.nptechforgood.com>
- [www.diauveia.gov.gr](http://www.diauveia.gov.gr)
- [www.peristeri.gr](http://www.peristeri.gr)
- [www.nikaia-rentis.gov.gr](http://www.nikaia-rentis.gov.gr)
- [www.glyfada.gr](http://www.glyfada.gr)
- [www.cityofathens.gr](http://www.cityofathens.gr)

## EYPETHPIO

|                             |         |
|-----------------------------|---------|
| Anheir .....                | σελ. 15 |
| Athony Giddens .....        | σελ. 27 |
| Bennet.....                 | σελ. 43 |
| Durkheim .....              | σελ. 13 |
| Facebook .....              | σελ. 49 |
| Facebook Interactions ..... | σελ. 88 |
| Firamonti .....             | σελ. 19 |
| Groups .....                | σελ. 37 |
| Hegel .....                 | σελ. 15 |
| J. Hofman .....             | σελ. 15 |
| John Blossom .....          | σελ. 37 |
| Jurgen Habermas .....       | σελ. 17 |
| K. Naidoo .....             | σελ. 15 |
| Kononykhina .....           | σελ. 19 |
| L. Carlson .....            | σελ. 15 |
| M. Kohn .....               | σελ. 15 |
| Marshall McLuhan .....      | σελ. 47 |
| Melucci .....               | σελ. 36 |
| Microblogging .....         | σελ. 40 |
| N. Chandhoke .....          | σελ. 15 |
| Niklas Luhmann .....        | σελ. 28 |
| Ramon Feenstra .....        | σελ. 19 |
| S. Selchow .....            | σελ. 21 |
| Segeberg .....              | σελ. 43 |
| Social media tools .....    | σελ. 39 |
| Social networking .....     | σελ. 39 |
| Spam .....                  | σελ. 45 |
| V. Heinrich .....           | σελ. 15 |
| Web 2.0 .....               | σελ. 35 |



|                                     |         |
|-------------------------------------|---------|
| Ατομική ταυτότητα .....             | σελ. 36 |
| Αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες ..... | σελ. 27 |
| Δημόσια σφαίρα .....                | σελ. 17 |
| Διαδικτυακός ακτιβισμός .....       | σελ. 37 |
| Εθελοντισμός .....                  | σελ. 24 |
| Έθνος του Περιεχομένου .....        | σελ. 35 |
| Εκκοσμικευμένη Δημοκρατία .....     | σελ. 14 |
| Κοινωνία των πολιτών .....          | σελ. 15 |
| Κοινωνική αλληλεγγύη .....          | σελ. 13 |
| Μηχανική αλληλεγγύη .....           | σελ. 13 |
| Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις .....    | σελ. 31 |
| Μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....      | σελ. 37 |
| Οργανική αλληλεγγύη .....           | σελ. 13 |
| Συλλογική ταυτότητα .....           | σελ. 36 |
| Τράπεζες χρόνου .....               | σελ. 29 |
| Τεχνολογικός ντετερμινισμός .....   | σελ. 35 |
| Ψυχολογικό μάρκετινγκ .....         | σελ. 45 |

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ ΑΠΟ ΤΟ ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ 8/7/2015 ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΣΤΗΤΙΣΤΙΚΗΣ ΑΡΧΗΣ (ΕΛΣΤΑΤ) ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΙΝΔΥΝΟ ΤΗΣ ΦΤΩΧΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ <sup>41</sup>.



\* Επισημαίνεται ότι η περίοδος αναφοράς των εισοδημάτων αφορά στο προηγούμενο από το έτος διενέργειας της έρευνας, δηλ. στα αντίστοιχα έτη 2004 – 2013.



\*Επισημαίνεται ότι η περίοδος αναφοράς των εισοδημάτων αφορά στο προηγούμενο από το έτος διενέργειας της έρευνας, δηλ. στα αντίστοιχα έτη 2004 – 2013.

<sup>41</sup> Με βάση την έρευνα εισοδήματος και συνθηκών διαβίωσης των νοικοκυριών 2014.

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ  
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥΣ ΤΩΝ ΔΗΜΩΝ ΓΛΥΦΑΔΑΣ,  
ΠΕΡΙΣΤΕΡΙΟΥ, ΝΙΚΑΙΑΣ – ΡΕΝΤΗ ΚΑΙ ΑΘΗΝΩΝ ΓΙΑ ΤΟ 2015.**

Δήμος Γλυφάδας:

| Κωδικοί<br>Αριθμοί | Εσοδα από Εισπράξεις   | Προϋπολογισμός<br>σε Ευρώ | Απολογισμός<br>σε Ευρώ<br>έως 30-09-2014<br>(Εισπραγθέντα) |
|--------------------|--|---------------------------|--|
| 0                  | Τακτικά Έσοδα  | 26.290.637,33             | 17.991.049,11  |
| 1 (πλην 13)        | Έκτακτα Έσοδα (πλην επιχορηγήσεις για επενδύσεις)                | 1.487.800,00              | 1.214.006,63   |
| 2                  | Εσοδα παρελθόντων ετών   | 2.550.000,00              | 2.689.375,42   |
| 31                 | Εισπράξεις από Δάνεια  | 0,00                      | 0,00   |
| 32                 | Εισπρακτέα υπόλοιπα από βεβαιωθέντα έσοδα κατά τα παρελθόντα έτη | 12.030.387,71             | 101.317,09   |
| 4                  | Εισπράξεις υπέρ Δημοσίου, Ασφαλιστικών Φορέων και Τρίτων         | 6.572.000,00              | 2.910.137,36   |
| 5                  | Χρηματικό υπόλοιπο προηγούμενου έτους                            | 10.900.000,00             | 10.436.920,52  |
| 13                 | Επιχορηγήσεις για επενδύσεις                                     | 3.290.617,60              | 689.590,98   |
|                    | <b>Σύνολο Πόρων .....</b>  | <b>63.121.442,64</b>      | <b>36.032.397,11</b>                                       |

Δήμος Περιστερίου:

| Κωδικός  | Περιγραφή  | Διαμορφωθέντα        | Προϋπολ/θέντα        | Βεβαιώσεις           | Εισπραχθέντα         |
|--|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>ΓΕΝΙΚΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ : 0 ΤΑΚΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ</b>            |  |                      |                      |                      |                      |
| <b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ : 01 ΠΡΟΣΩΔΟΙ ΑΠΟ ΑΚΙΝΗΤΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ</b> |  |                      |                      |                      |                      |
| <b>011</b>   | <b>Μισθώματα</b>   |                      |                      |                      |                      |
| 0111.00  | Μισθώματα από αστικά ακίνητα (άρθρο 192 ΚΑΚ)   | 40.000,00            | 40.000,00            | 89.624,46            | 69.397,39            |
| 0114.00  | Μισθώματα δημοτικής αγοράς (άρθρο 2 ΒΔ 24/9-20/10/1958)  | 3.500,00             | 3.500,00             | 173,17               | 173,17               |
| 0115.00  | Μισθώματα από την παραχώρηση κοινόχρηστων χώρων για την τοποθέτηση διαφημιστικών μέσων (άρθρο 3 Ν.2646/2001)                     | 30.000,00            | 30.000,00            | 0,00                 | 0,00                 |
|  | <b>ΣΥΝΟΛΟ 011</b>  | <b>73.500,00</b>     | <b>73.500,00</b>     | <b>89.797,63</b>     | <b>69.570,56</b>     |
| <b>012</b>   | <b>Εσοδα από εκμετάλλευση εδάφους ακίνητης περιουσίας και κοινόχρηστων χώρων</b>   |                      |                      |                      |                      |
| 0121.00  | Τέλη και δικαιώματα από εμποροπανηγύρεις, παζάρια και λαϊκές αγορές (άρθρο 19  | 144.000,00           | 144.000,00           | 144.000,00           | 144.000,00           |
|  | <b>ΣΥΝΟΛΟ 012</b>  | <b>144.000,00</b>    | <b>144.000,00</b>    | <b>144.000,00</b>    | <b>144.000,00</b>    |
| <b>512</b>   | <b>Χρηματικό υπόλοιπο προερχόμενο από έκτακτα έσοδα</b>  |                      |                      |                      |                      |
| 5121.00  | Χρηματικό υπόλοιπο προερχόμενο από έκτακτα έσοδα για την κάλυψη υποχρεώσεων παρελθόντων ετών                                     | 60.975,08            | 200.000,00           | 60.975,08            | 60.975,08            |
| 5122.00  | Χρηματικό υπόλοιπο προερχόμενο από έκτακτα έσοδα για την κάλυψη έργων του Π.Δ.Ε ή πιστώσεις προαυξόμενες για δημόσιες επενδύσεις | 980.031,18           | 800.000,00           | 980.031,18           | 980.031,18           |
|  | <b>ΣΥΝΟΛΟ 512</b>  | <b>1.041.006,26</b>  | <b>1.000.000,00</b>  | <b>1.041.006,26</b>  | <b>1.041.006,26</b>  |
|  | <b>ΣΥΝΟΛΟ 51</b>   | <b>5.045.342,45</b>  | <b>3.200.000,00</b>  | <b>5.045.342,45</b>  | <b>5.045.342,45</b>  |
|  | <b>ΣΥΝΟΛΟ 5</b>  | <b>5.045.342,45</b>  | <b>3.200.000,00</b>  | <b>5.045.342,45</b>  | <b>5.045.342,45</b>  |
|  | <b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>   | <b>85.831.884,83</b> | <b>80.200.778,00</b> | <b>60.226.101,18</b> | <b>44.120.131,03</b> |

Δήμος Νίκαιας – Ρέντη:

| <b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΣΟΔΩΝ ΟΜΑΔΑΣ Ι ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΚΥΑ</b> |  |                            |                      |
|--|--|----------------------------|----------------------|
|  |  | <b>ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ<br/>2013</b> | <b>ΠΡΟΥΠ 2015</b>    |
| 01   | ΠΡΟΣΟΔΟΙ ΑΠΟ ΑΚΙΝΗΤΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ                       | 340.857,97                 | 310.010,00           |
| 02   | ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΚΙΝΗΤΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ                           | 22.258,37                  | 31.500,00            |
| 03   | ΕΣΟΔΑ ΑΠΌ ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΑ ΤΕΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ           | 14.356.926,23              | 15.025.300,00        |
| 04   | ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΛΟΙΠΑ ΤΕΛΗ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ | 2.133.583,89               | 2.242.203,00         |
| 05   | ΦΟΡΟΙ ΚΑΙ ΕΙΣΦΟΡΕΣ                                   | 265.156,08                 | 290.500,00           |
| 07   | ΛΟΙΠΑ ΤΑΚΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ                                  | 431.557,32                 | 334.020,00           |
| 11   | ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΕΚΠΟΙΗΣΗ ΚΙΝΗΤΗΣ ΚΑΙ ΑΚΙΝΗΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ   | 20.784,00                  | 20.000,00            |
| 14   | ΔΩΡΕΕΣ - ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΕΣ - ΚΛΗΡΟΔΟΣΙΕΣ                   | 1.610,22                   | 4.000,00             |
| 15   | ΠΡΟΣΑΥΞΗΣΕΙΣ - ΠΡΟΣΤΙΜΑ - ΠΑΡΑΒΟΛΑ                   | 687.059,57                 | 803.640,00           |
| 16   | ΛΟΙΠΑ ΕΚΤΑΚΤΑ ΕΣΟΔΑ                                  | 1.517.261,57               | 653.000,00           |
| 21   | ΕΣΟΔΑ ΠΟΕ ΤΑΚΤΙΚΑ                                    | 204.724,35                 | 260.300,00           |
| 22   | ΕΣΟΔΑ Π.Ο.Ε ΕΚΤΑΚΤΑ                                  | 35.978,95                  | 42.500,00            |
|  |  | <b>20.017.758,52</b>       | <b>20.016.973,00</b> |

| <b>ΕΙΣΠΡΑΧΘΕΝΤΑ</b> | <b>ΥΠΕΡΒΑΣΗ ΠΟΣΟΥ</b> | <b>ΠΟΣΟ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ/<br/>ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ</b> |
|---------------------|-----------------------|--|
| 260.005,30          | 180.005,30            | 180.500,00                             |
| 168.512,12          | 78.512,12             | 78.700,00                              |
| 35.351,07           | 7.351,07              | 7.500,00                               |
| 38.205,53           | 4.205,53              | 4.250,00                               |
| 3.461,16            | 471,16                | 500,00                                 |
| 3.176,34            | 676,34                | 700,00                                 |
| 1.476.696,91        | 702.893,91            | <b>706.810,00</b>                      |
|                     | <b>ΠΟΣΟ ΜΕΙΩΣΗΣ</b>   |  |
| 12.979.108,94       | 193.500,00            |  |
| 0,00                | 476.500,00            |  |
| 0,00                | 30.000,00             |  |
| 0,00                | 6810,00               |  |
|                     | <b>706.810,00</b>     |  |

Δήμος Αθηναίων:

|                     |  |                        |
|---------------------|--|------------------------|
| ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ |  |                        |
| ΝΟΜΟΣ ΑΤΤΙΚΗΣ       |  |                        |
| ΔΗΜΟΣ ΑΘΗΝΑΙΩΝ      |  |                        |
|                     | <b>ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ<br/>ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ<br/>ΕΣΟΔΩΝ-ΕΞΟΔΩΝ ΔΗΜΟΥ ΑΘΗΝΑΙΩΝ<br/>ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2015</b> |                        |
| ΚΩΔΙΚΟΙ ΑΡΙΘΜΟΙ     | ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ   | ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΕ ΕΥΡΩ |
| 0                   | ΤΑΚΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ  | 301.255.480,80         |
| 1(ΠΛΗΝ 13)          | ΕΚΤΑΚΤΑ ΕΣΟΔΑ(ΠΛΗΝ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ)   | 13.655.563,00          |
| 2                   | ΕΣΟΔΑ ΠΑΡΕΛΘΟΝΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΤΩΝ   | 44.911.993,50          |
| 31                  | ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΠΟ ΔΑΝΕΙΑ  |                        |
| 32                  | ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΠΡΟΗΓ.ΕΤΩΝ   | 275.826.987,90         |
| 4                   | ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΥΠΕΡ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΚΑΙ ΤΡΙΤΩΝ  | 57.886.324,85          |
| 5                   | ΧΡΗΜΑΤΙΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ   | 26.178.057,62          |
| 13                  | ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ   | 39.775.933,33          |
|                     | ΣΥΝΟΛΟ ΠΟΡΩΝ   | 759.490.341,00         |

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΩΝ ΓΛΥΦΑΔΑΣ,  
ΠΕΡΙΣΤΕΡΙΟΥ, ΝΙΚΑΙΑΣ – ΡΕΝΤΗ ΚΑΙ ΑΘΗΝΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ  
ΤΗΝ ΑΠΟΓΡΑΦΗ ΤΟΥ 2011.**

| ΔΗΜΟΙ        | ΜΟΝΙΜΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ <sup>42</sup> |
|--------------|---------------------------------|
| ΓΛΥΦΑΔΑ      | 87.305                          |
| ΝΙΚΑΙΑ-ΡΕΝΤΗ | 105.430                         |
| ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ    | 139.981                         |
| ΑΘΗΝΩΝ       | 664.046                         |

<sup>42</sup> Σύμφωνα με την απογραφή πληθυσμού του 2011 από την Ελληνική Στατιστική Αρχή.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΗΣ ΓΙΑ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

### Δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα

Για τις ανάγκες πτυχιακής εργασίας στο τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, με θέμα την "αυτο-οργάνωση κοινωνικής αλληλεγγύης στην Ελλάδα μέσω facebook", η συγκεκριμένη έρευνα εστιάζει την προσοχή γύρω από τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης στην Αττική και στη συμμετοχή του κόσμου σε αυτές, στην ενημέρωση και στο ενδιαφέρον που δείχνουν οι πολίτες, καθώς επίσης και σε ποιο βαθμό συμβάλλουν ή όχι τα «κοινωνικά δίκτυα» και ειδικότερα το "Facebook" στην προσπάθεια των δράσεων για αλληλεπίδραση και επικοινωνία με τους χρήστες.

Αν θέλετε αφιερώστε λίγα λεπτά και απαντήστε στις παρακάτω ερωτήσεις για τις ανάγκες της έρευνας. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και οι πληροφορίες που θα καταγραφούν θα χρησιμοποιηθούν μόνο στα πλαίσια της έρευνας αυτής.

\* Απαιτείται

#### ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

---

Φύλο \*

- Άνδρας
- Γυναίκα

Ηλικία \*

- 18-35
- 36+

Τόπος κατοικίας \*

- Γλυφάδα
- Νίκαια-Ρέντη
- Περιστέρι

Εργασιακή κατάσταση \*

- Φοιτητής/-τρια
- Εργαζόμενος/-η
- Άνεργος/-η
- Συμβασιούχος
- Σε διαθεσιμότητα

Άλλο: .....

Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις) \*

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Youtube
- Instagram
- Google+
- Pinterest
- Snapchat

Άλλο: .....

### **ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ**

---

Συμμετέχετε ή έχετε συμμετάσχει σε δράσεις αλληλεγγύης; \*

- Ναι
- Όχι

Πόσο συχνά συμμετέχετε; \*

- Καθημερινά
- Κάθε βδομάδα
- Δύο με τρεις φορές το μήνα
- Μία φορά το μήνα
- Συμμετείχα μόνο μία φορά
- Δεν έχω συμμετάσχει ποτέ

Η συμμετοχή σας είναι ως δότες ή ως λήπτες; \*

- Δότες
- Λήπτες
- Και τα δύο
- Κανένα από τα δύο

Αν είστε δότες, τι είδους βοήθεια προσφέρετε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Φαγητό
- Ρούχα
- Είδη πρώτης ανάγκης
- Φάρμακα
- Παιχνίδια
- Ανταλλαγή υπηρεσιών
- Οικονομική στήριξη

Άλλο: .....

Αν είστε λήπτες, τι είδους βοήθεια λαμβάνετε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Φαγητό
- Ρούχα
- Είδη πρώτης ανάγκης
- Φάρμακα
- Παιχνίδια
- Ανταλλαγή υπηρεσιών
- Οικονομική στήριξη

Άλλο: .....



Σε τι είδους δράσεις έχετε συμμετάσχει; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Συσσίτια
- Συλλογή ρούχων, παιχνιδιών και είδη πρώτης ανάγκης
- Διανομή ειδών πρώτης ανάγκης
- Τράπεζες χρόνου
- Κοινωνικά παντοπωλεία
- Κοινωνικά ιατρεία
- Κοινωνικά φροντιστήρια
- Στέγαση αστέγων
- Φροντίδα της γειτονιάς ή του δήμου
- Φροντίδα φυσικού περιβάλλοντος

Άλλο: .....

Σε τι είδους δράσεις θα θέλατε να συμμετάσχετε στο μέλλον; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις) \*

- Συσσίτια
- Συλλογή ρούχων, παιχνιδιών και είδη πρώτης ανάγκης
- Διανομή ειδών πρώτης ανάγκης
- Τράπεζες χρόνου
- Κοινωνικά παντοπωλεία
- Κοινωνικά ιατρεία
- Κοινωνικά φροντιστήρια
- Στέγαση αστέγων
- Φροντίδα της γειτονιάς ή του δήμου
- Φροντίδα φυσικού περιβάλλοντος

Άλλο: .....

## ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΘΕΜΑΤΑ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

---

Πόσο ενήμεροι πιστεύετε ότι είστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης; \*

|         |                          |                          |                          |                          |                                    |
|---------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------------|
|         | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                                  |
| Καθόλου | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> Πάρα πολύ |

Ποιους σκοπούς γνωρίζετε ότι καλύπτουν οι δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις) \*

- Κάλυψη ανάγκης για τροφή
- Κάλυψη ανάγκης για στέγη
- Ιατρική περίθαλψη
- Κοινωνική επιμόρφωση
- Οικονομική στήριξη
- Επανένταξη αδύναμων κοινωνικών στρωμάτων στην κοινωνία
- Περίθαλψη προσφύγων
- Φροντίδα της γειτονιάς ή του δήμου
- Φροντίδα φυσικού περιβάλλοντος

Άλλο: .....

Με ποιον τρόπο ενημερώνεστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις) \*

- Γειτονιά
- Δήμος
- Ενημερωτικά φυλλάδια
- Αφίσες
- Καμπάνιες
- Τηλεόραση
- Εφημερίδες
- Περιοδικά
- Ραδιόφωνο
- Διαδίκτυο
- Επίσκεψη σε εκδήλωση, συναυλία ή παζάρι

Άλλο: .....

Με ποιο τρόπο ενημερώνεστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω διαδικτύου; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις) \*

- Ιστοσελίδες οργανώσεων ή πρωτοβουλιών δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης
- Facebook
- Twitter
- Youtube
- Google+
- Linkedin
- Instagram

Άλλο: .....

Σε τι βαθμό στηρίζετε στο facebook για την ενημέρωση σας σχετικά με τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης; \*

- |         |                          |                          |                          |                          |                                    |
|---------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------------|
|         | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                                  |
| Καθόλου | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> Πάρα πολύ |

Με ποιο τρόπο ενημερώνεστε μέσω facebook για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις) \*

- Προφίλ οργανώσεων ή πρωτοβουλιών για δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης
- Δημόσια εκδήλωση
- Βίντεο
- Αφίσα-εικόνα
- Σύνδεσμος (link) στην αρχική σας σελίδα που κοινοποίησε κάποιος φίλος σας
- Από τα ενδιαφέροντα κάποιου φίλου σας
- Σας το πρότεινε κάποιος φίλος σας

Άλλο: .....

Ενημερώνετε τους φίλους σας στο facebook για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης; \*

- Ναι
- Όχι

Αν ναι, με ποιον τρόπο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Συζήτηση για θέματα ή δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης
- Πρόσκληση σε εκδήλωση
- Κοινοποίηση σελίδας πρωτοβουλιών δράσεων στο προφίλ του

Άλλο: .....

Πιστεύετε ότι το facebook συμβάλλει στην ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση του κόσμου για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης; \*

- |         |                          |                          |                          |                          |                                    |
|---------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------------|
|         | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                                  |
| Καθόλου | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> Πάρα πολύ |

## **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ**

---

Έχετε έρθει γενικά σε επικοινωνία με κάποια δράση κοινωνικής αλληλεγγύης; \*

- Ναι
- Όχι

Αν ναι, για ποιο λόγο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Να ενημερωθείτε για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης
- Να συμμετέχετε οι ίδιοι ως δότες σε δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης
- Να ζητήσετε ως λήπτες οι ίδιοι βοήθεια

Άλλο: .....

Αν όχι, για ποιο λόγο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Δισταγμός-ντροπή
- Έλλειψη χρόνου
- Δεν θεωρείτε αξιόλογο το έργο των δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης

Άλλο: .....

Ποιο μέσο χρησιμοποιήσατε για την επικοινωνία σας;

- Τηλέφωνο
- Email
- Κοινωνικά δίκτυα
- Συνάντηση από κοντά με μέλη πρωτοβουλιών δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης

Άλλο: .....

Γιατί χρησιμοποιήσατε αυτό το μέσο;

.....

Πιστεύετε ότι το facebook θα διευκόλυνε την επικοινωνία σας; \*

- Ναι
- Όχι

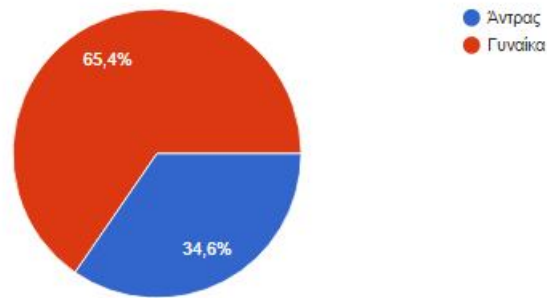
Τι παραπάνω θεωρείτε ότι προσφέρει το facebook στην επικοινωνία με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις) \*

- Αμεσότητα
- Διαδραστικότητα
- Συζήτηση
- Διευκόλυνση επικοινωνίας

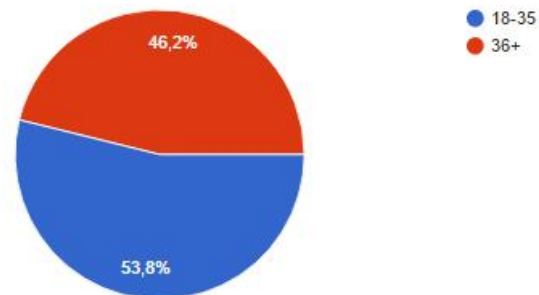
Άλλο: .....

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΗΣ ΓΙΑ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ

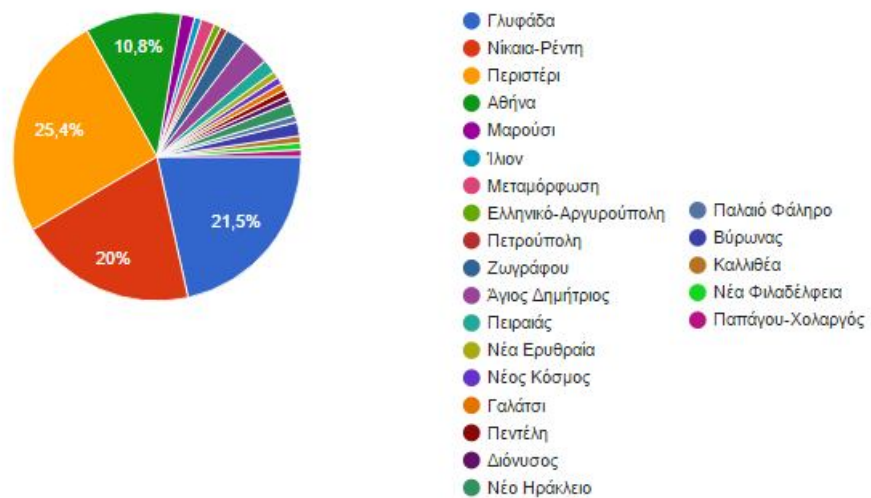
Φύλο



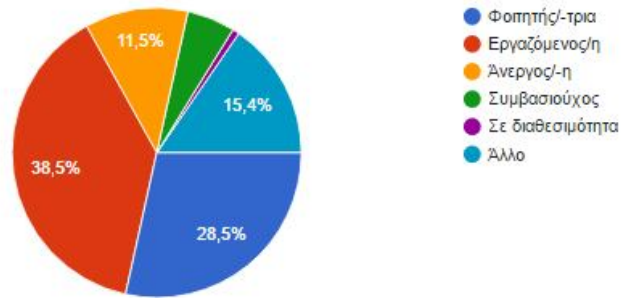
Ηλικία



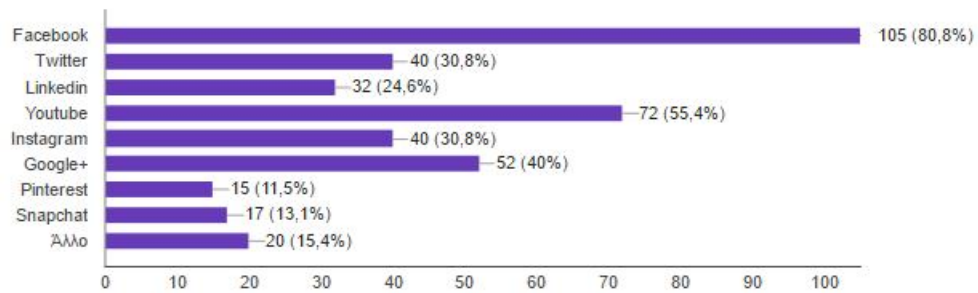
Τόπος Κατοικίας



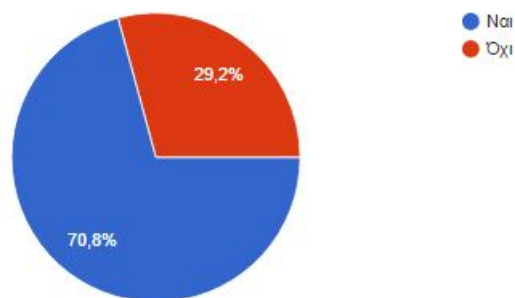
## Εργασιακή κατάσταση



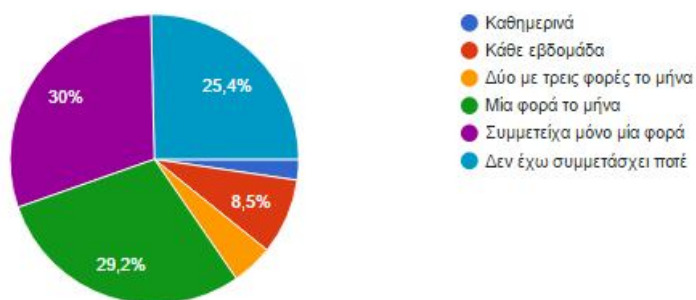
Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



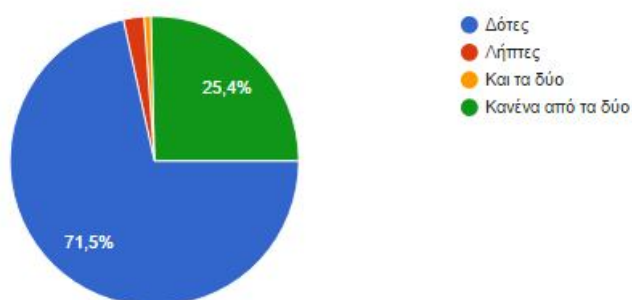
Συμμετέχετε ή έχετε συμμετάσχει σε δράσεις αλληλεγγύης;



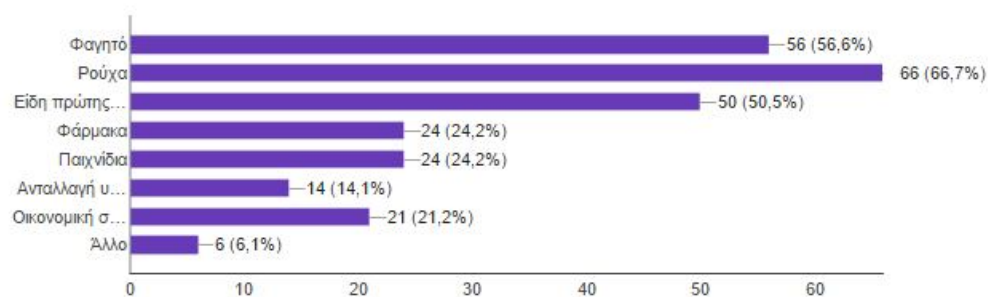
Πόσο συχνά συμμετέχετε;



Η συμμετοχή σας ήταν ως δότες ή ως λήπτες;



Αν είστε δότες, τι είδους βοήθεια προσφέρετε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

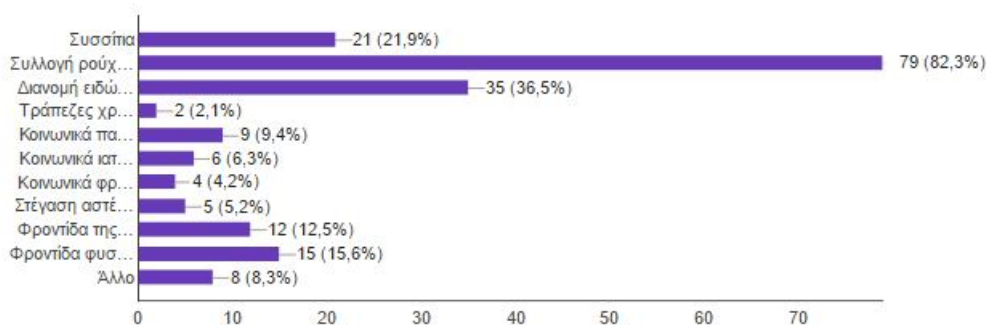




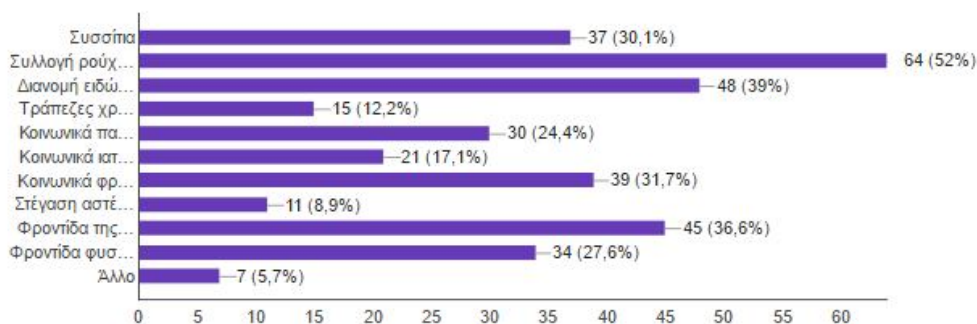
Αν είστε λήπτες, τι είδους βοήθεια λαμβάνετε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



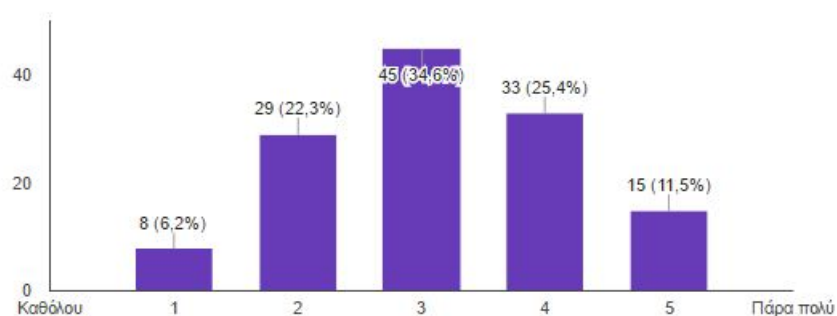
Σε τι είδους δράσεις έχετε συμμετάσχει; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



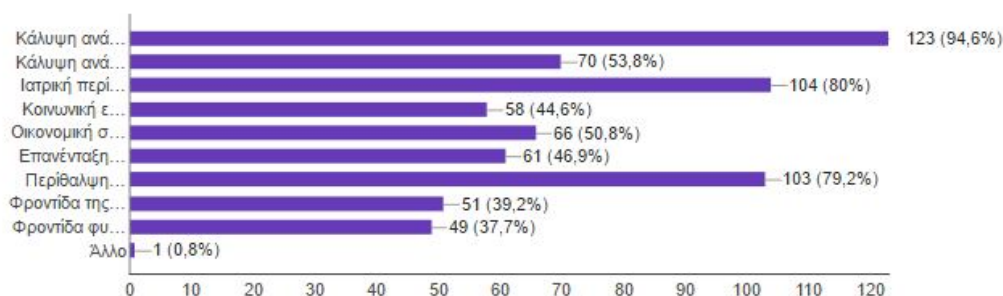
Σε τι είδους δράσεις θα θέλατε να συμμετάσχετε στο μέλλον; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



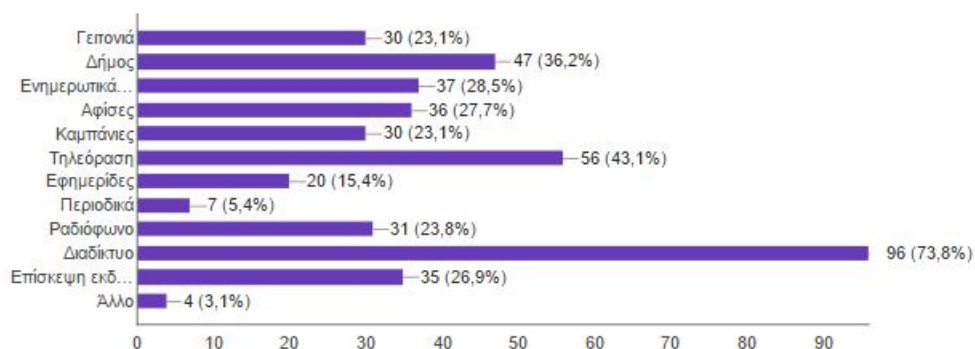
Πόσο ενήμεροι πιστεύετε ότι είστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;



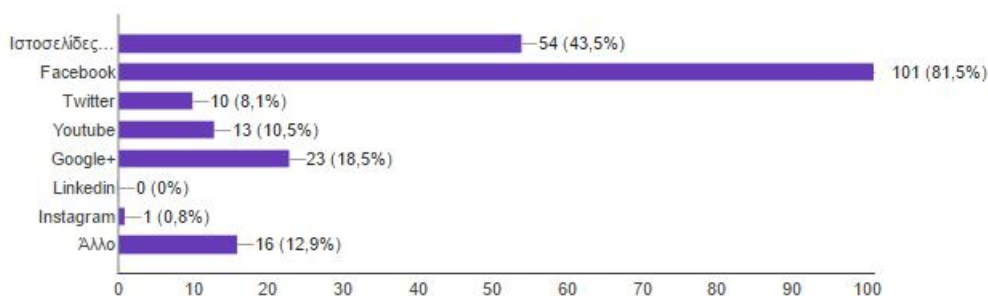
Ποιους σκοπούς γνωρίζετε ότι καλύπτουν οι δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



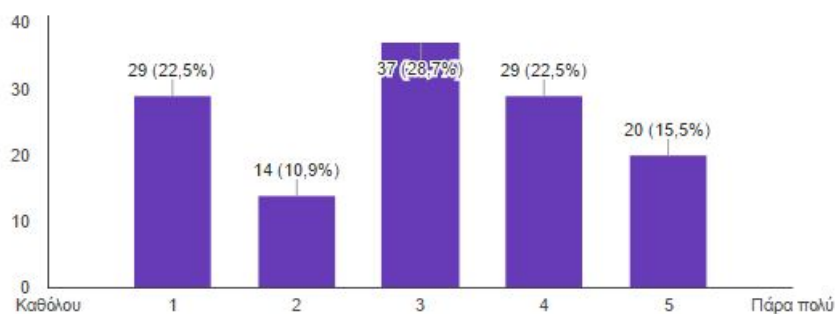
Με ποιο τρόπο ενημερώνεστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



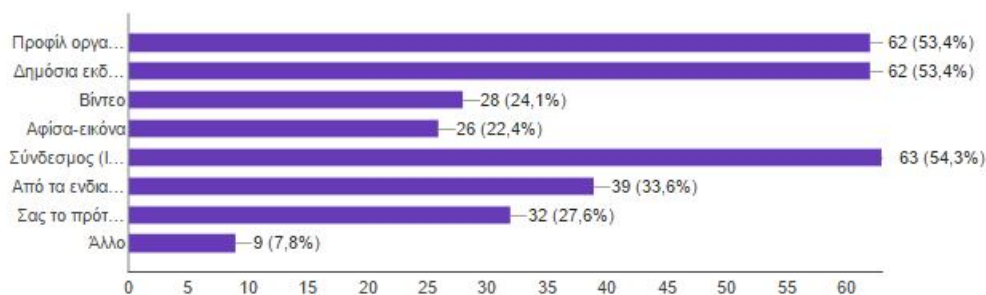
Με ποιο τρόπο ενημερώνεστε για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης μέσω διαδικτύου; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



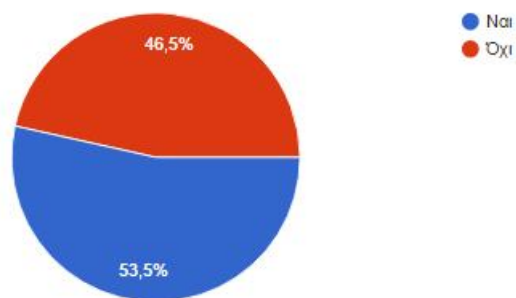
Σε τι βαθμό στηρίζετε στο facebook για την ενημέρωσή σας σχετικά με τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;



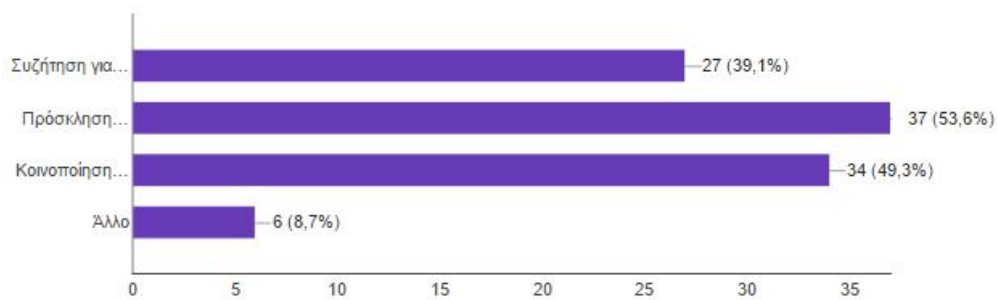
Με ποιο τρόπο ενημερώνεστε μέσω facebook για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



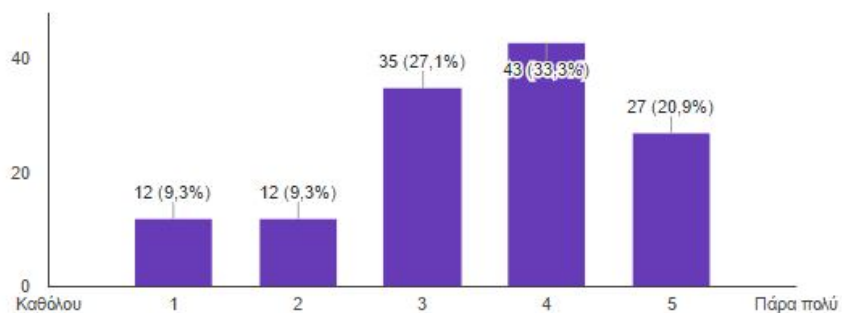
Ενημερώνετε τους φίλους σας στο facebook για θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;



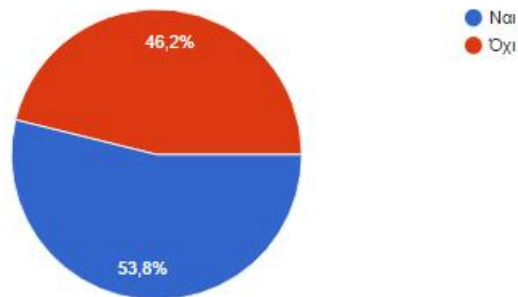
Αν ναι, με ποιον τρόπο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



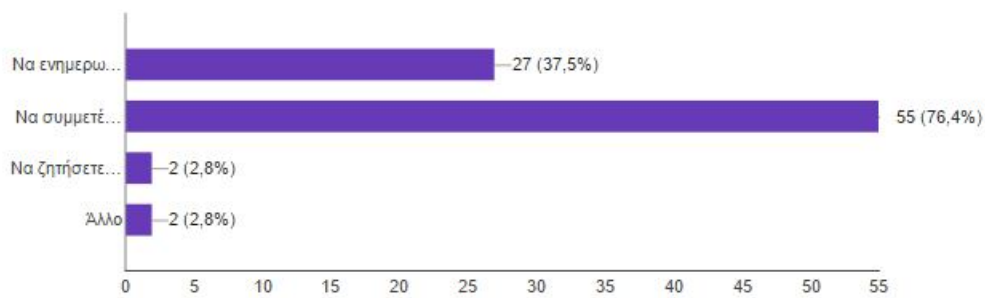
Πιστεύετε ότι το facebook συμβάλλει στην ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση του κόσμου για τα θέματα κοινωνικής αλληλεγγύης;



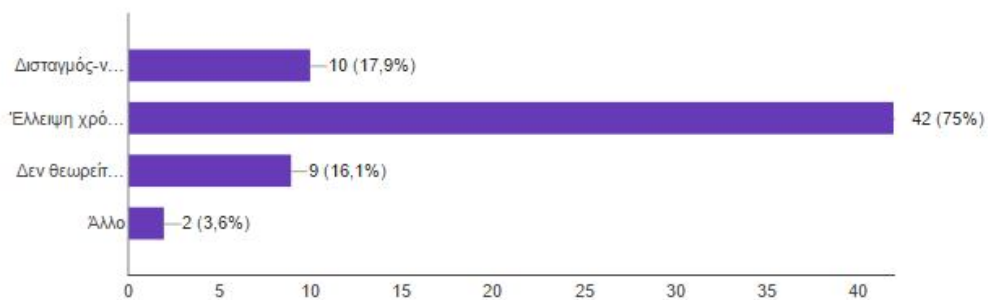
Έχετε έρθει γενικά σε επικοινωνία με κάποια δράση κοινωνικής αλληλεγγύης;



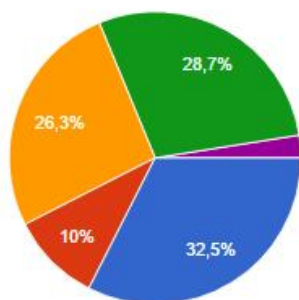
Αν ναι, για ποιο λόγο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



Αν όχι, για ποιο λόγο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

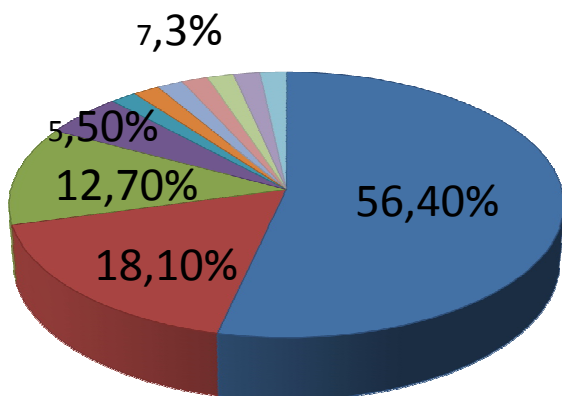


Ποιο μέσο χρησιμοποιήσατε για την επικοινωνία σας;



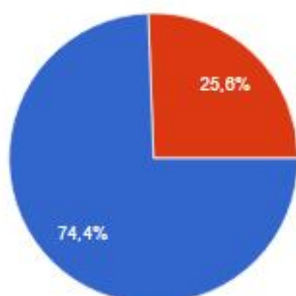
- Τηλέφωνο
- Email
- Κοινωνικά δίκτυα
- Συνάντηση από κοντά με μέλη πρωτοβουλιών δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης
- Άλλο

Γιατί χρησιμοποιήσατε αυτό το μέσο;



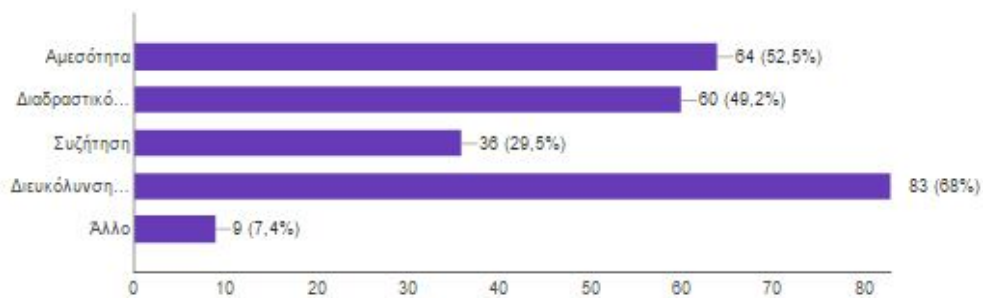
- Αμεσότητα
- Ευκολία
- Προσωπική επαφή
- Δωρεάν
- Έλλειψη γνώσεων χρήσης ηλεκτρονικών μέσων
- Δυνατότητα συνεχής ενημέρωσης (newsletter)
- Ταυτοποίηση στοιχείων αιτούντα βοήθειας
- Αξιοπιστία
- Δισταγμός/ντροπή
- Εύρεση εργασίας
- Εκεί είδα την ανακοίνωση

Πιστεύετε ότι το facebook θα διευκόλυνε την επικοινωνία σας;

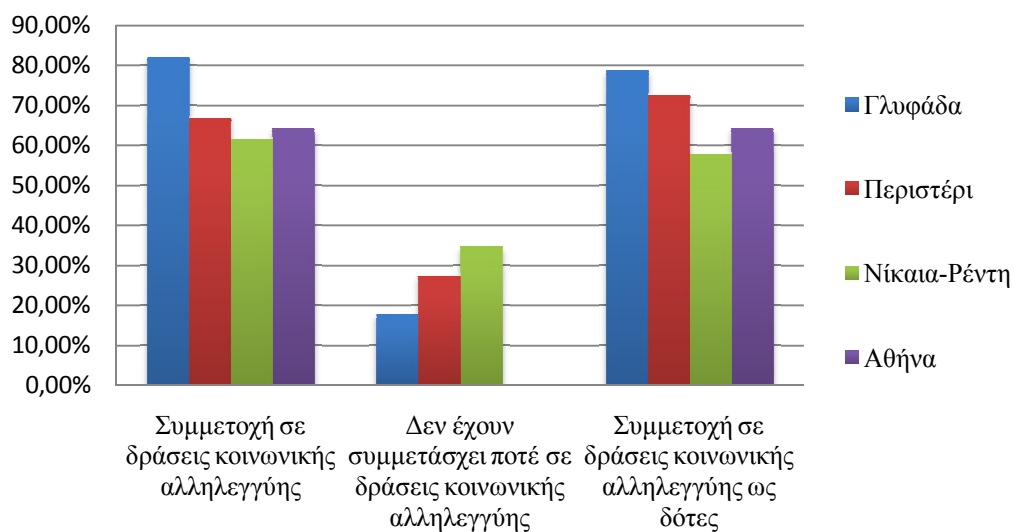


- Ναι
- Όχι

Τι παραπάνω θεωρείτε ότι προσφέρει το facebook στην επικοινωνία με τις δράσεις κοινωνικής αλληλεγγύης; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)



### Συμμετοχή ή μη των ερωτηθέντων ανά Δήμο



| <b>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ</b>  | <b>ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ</b> | <b>ΟΛΕΣ ΟΙ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ<br/>ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ</b> |
|--|--------------------|--|
| <b>Συμμετοχή σε δράσεις<br/>κοινωνικής<br/>αλληλεγγύης</b>   | 72%                | 43%                                    |
| <b>Συμμετοχή ως δότες</b>                                    | 74%                | 43%                                    |
| <b>Συμμετοχή σε δράσεις<br/>μία φορά το μήνα</b>             | 34%                | 16%                                    |
| <b>Επικοινωνία με<br/>δράσεις κοινωνικής<br/>αλληλεγγύης</b> | 56%                | 32%                                    |

| <b>ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ Η ΜΗ<br/>ΣΕ ΔΡΑΣΕΙΣ<br/>ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ<br/>ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ</b> | <b>ΑΝΤΡΕΣ</b> | <b>ΓΥΝΑΙΚΕΣ</b> |
|---|---------------|-----------------|
| <b>Συμμετέχουν συχνά ή<br/>έχουν συμμετάσχει μία<br/>φορά</b>       | 68,8%         | 77,7%           |
| <b>Δεν έχουν συμμετάσχει<br/>ποτέ</b>                               | 31,1%         | 22,4%           |



## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 6: ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΑΝΑΡΤΗΣΕΩΝ ΑΥΤΟ-ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ ΣΤΟ FACEBOOK**

Συνολικά καταγράφηκαν 600 αναρτήσεις, 30 ανά καθεμία από τις 20 αυτο-οργανωμένες πρωτοβουλίες δράσεων μέσω Facebook και αναλύθηκαν σε πίνακα του Microsoft Excel. Η κάθε ανάρτηση καταγράφηκε με την κωδική ονομασία της σελίδας της πρωτοβουλίας από την οποία προέρχεται και το νούμερο κατάταξης στο σύνολο των 30 αναρτήσεων. Για κάθε ανάρτηση καταγράφηκε το κείμενο ή λεζάντα σε μορφή αρχείου κειμένου (.doc), εικόνα της δημοσιευμένης ανάρτησης σε μορφή αρχείου εικόνας (.png) και η ηλεκτρονική διεύθυνση που παραπέμπει στο συγκεκριμένο περιεχόμενο της σελίδας.

| ACTION'S NAME                               | ID                 | DATE      | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|---|--------------------|-----------|-------|-------|------|------|
| <b>Refugees Welcome Greece (4.437 like)</b> | RefugeesWelcome_1  | 8/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_2  | 8/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_3  | 7/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_4  | 6/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_5  | 5/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_6  | 4/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_7  | 2/4/2016  |       | NAI   | NAI  |      |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_8  | 1/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_9  | 1/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_10 | 31/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_11 | 30/3/2016 |       |       | NAI  |      |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_12 | 30/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_13 | 29/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_14 | 29/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_15 | 27/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_16 | 26/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_17 | 24/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_18 | 19/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_19 | 18/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_20 | 17/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_21 | 15/3/2016 |       |       | NAI  |      |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_22 | 13/3/2016 | NAI   |       |      |      |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_23 | 12/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_24 | 10/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_25 | 9/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_26 | 8/3/2016  |       |       | NAI  |      |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_27 | 7/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_28 | 6/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_29 | 6/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Refugees Welcome Greece                     | RefugeesWelcome_30 | 4/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |

| ID                 | CONTENT OF EACH POST   | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|--------------------|------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| RefugeesWelcome_1  | Καταγγελία             |     |       | 2                | 2      | 1        |         | 5   |
| RefugeesWelcome_2  | Ενημέρωση/Καταγγελία   |     |       | 4                | 0      | 1        |         | 5   |
| RefugeesWelcome_3  | Ενημέρωση              |     |       | 6                | 1      | 0        |         | 7   |
| RefugeesWelcome_4  | Καταγγελία             |     |       | 7                | 2      | 0        |         | 9   |
| RefugeesWelcome_5  | Ενημέρωση/Storytelling |     |       | 32               | 0      | 0        |         | 32  |
| RefugeesWelcome_6  | Καταγγελία             |     |       | 7                | 3      | 0        |         | 10  |
| RefugeesWelcome_7  | Ενημέρωση              |     |       | 15               | 3      | 0        |         | 18  |
| RefugeesWelcome_8  | Ενημέρωση/Καταγγελία   |     |       | 10               | 2      | 1        |         | 13  |
| RefugeesWelcome_9  | Ανακοίνωση             |     |       | 3                | 1      | 0        |         | 4   |
| RefugeesWelcome_10 | Ενημέρωση              |     |       | 12               | 3      | 0        |         | 15  |
| RefugeesWelcome_11 | Call to action         | NAI | NAI   | 7                | 1      | 1        |         | 9   |
| RefugeesWelcome_12 | Ενημέρωση/Καταγγελία   |     |       | 12               | 1      | 0        |         | 13  |
| RefugeesWelcome_13 | Ενημέρωση/Storytelling |     |       | 8                | 1      | 0        |         | 9   |
| RefugeesWelcome_14 | Ενημέρωση              |     |       | 7                | 2      | 0        |         | 9   |
| RefugeesWelcome_15 | Καταγγελία             |     |       | 9                | 2      | 2        |         | 13  |
| RefugeesWelcome_16 | Άλλο                   |     |       | 12               | 0      | 0        |         | 12  |
| RefugeesWelcome_17 | Καταγγελία             |     |       | 15               | 1      | 0        |         | 16  |
| RefugeesWelcome_18 | Storytelling           |     |       | 54               | 3      | 2        |         | 59  |
| RefugeesWelcome_19 | Καταγγελία             |     |       | 10               | 1      | 0        |         | 11  |
| RefugeesWelcome_20 | Call to action         | NAI | NAI   | 19               | 2      | 0        |         | 21  |
| RefugeesWelcome_21 | Call to action         | NAI | NAI   | 23               | 101    | 0        |         | 124 |
| RefugeesWelcome_22 | Καταγγελία             |     |       | 30               | 25     | 0        |         | 55  |
| RefugeesWelcome_23 | Ενημέρωση/Καταγγελία   |     |       | 33               | 12     | 0        |         | 45  |
| RefugeesWelcome_24 | Ενημέρωση              |     |       | 7                | 1      | 1        |         | 9   |
| RefugeesWelcome_25 | Ενημέρωση              |     |       | 2                | 1      | 1        |         | 4   |
| RefugeesWelcome_26 | Ενημέρωση/Καταγγελία   |     |       | 8                | 2      | 2        |         | 12  |
| RefugeesWelcome_27 | Ενημέρωση              |     |       | 10               | 1      | 1        |         | 12  |
| RefugeesWelcome_28 | Ενημέρωση              |     |       | 121              | 36     | 2        | 1       | 160 |
| RefugeesWelcome_29 | Καταγγελία             |     |       | 13               | 2      | 0        |         | 15  |
| RefugeesWelcome_30 | Ενημέρωση              |     |       | 17               | 4      | 0        |         | 21  |

| ACTION'S NAME                                       | ID                   | DATE     | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|---|----------------------|----------|-------|-------|------|------|
| <b>Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών (14.101 like)</b> | SxoleioMetanaston_1  | 8/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_2  | 8/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_3  | 8/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_4  | 8/4/2016 |       |       |      | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_5  | 8/4/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_6  | 8/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_7  | 2/4/2016 | NAI   |       |      |      |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_8  | 8/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_9  | 8/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_10 | 8/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_11 | 7/4/2016 |       | NAI   | NAI  |      |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_12 | 7/4/2016 | NAI   |       |      |      |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_13 | 7/4/2016 |       |       |      | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_14 | 7/4/2016 | NAI   |       |      |      |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_15 | 7/4/2016 |       |       |      | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_16 | 7/4/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_17 | 7/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_18 | 7/4/2016 |       |       |      | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_19 | 7/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_20 | 7/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_21 | 7/4/2016 |       | NAI   | NAI  |      |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_22 | 6/4/2016 |       |       |      | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_23 | 6/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_24 | 6/4/2016 |       |       |      | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_25 | 6/4/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_26 | 6/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_27 | 6/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_28 | 6/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_29 | 6/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κυριακάτικο Σχολείο Μεταναστών                      | SxoleioMetanaston_30 | 6/4/2016 |       |       | NAI  | NAI  |

| ID                   | CONTENT OF EACH POST | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|----------------------|----------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| SxoleioMetanaston_1  | Καταγγελία           |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| SxoleioMetanaston_2  | Καταγγελία           |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| SxoleioMetanaston_3  | Ενημέρωση/Καταγγελία |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| SxoleioMetanaston_4  | Ενημέρωση/Καταγγελία |     |       | 1                | 3      | 0        |         | 4   |
| SxoleioMetanaston_5  | Καταγγελία           |     |       | 10               | 0      | 0        |         | 10  |
| SxoleioMetanaston_6  | Call to action       | NAI |       | 6                | 1      | 0        |         | 7   |
| SxoleioMetanaston_7  | Ανακοίνωση           |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| SxoleioMetanaston_8  | Ενημέρωση            |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| SxoleioMetanaston_9  | Ενημέρωση            |     |       | 14               | 1      | 0        |         | 15  |
| SxoleioMetanaston_10 | Ενημέρωση            |     |       | 13               | 1      | 0        |         | 14  |
| SxoleioMetanaston_11 | Storytelling         |     |       | 8                | 2      | 0        |         | 10  |
| SxoleioMetanaston_12 | Ανακοίνωση           |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| SxoleioMetanaston_13 | Καταγγελία           |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| SxoleioMetanaston_14 | Καταγγελία           |     |       | 14               | 1      | 0        |         | 15  |
| SxoleioMetanaston_15 | Storytelling         |     |       | 29               | 0      | 0        |         | 29  |
| SxoleioMetanaston_16 | Action               |     |       | 20               | 1      | 0        |         | 21  |
| SxoleioMetanaston_17 | Ενημέρωση/Καταγγελία |     |       | 2                | 2      | 0        |         | 4   |
| SxoleioMetanaston_18 | Ενημέρωση/Καταγγελία |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| SxoleioMetanaston_19 | Ενημέρωση            |     |       | 8                | 2      | 0        |         | 10  |
| SxoleioMetanaston_20 | Ενημέρωση            |     |       | 6                | 1      | 0        |         | 7   |
| SxoleioMetanaston_21 | Άλλο                 |     |       | 3                | 1      | 0        |         | 4   |
| SxoleioMetanaston_22 | Καταγγελία           |     |       | 10               | 1      | 1        |         | 12  |
| SxoleioMetanaston_23 | Ενημέρωση            |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| SxoleioMetanaston_24 | Ενημέρωση/Καταγγελία |     |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| SxoleioMetanaston_25 | Καταγγελία           |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| SxoleioMetanaston_26 | Action               |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| SxoleioMetanaston_27 | Call to action       | NAI | NAI   | 7                | 2      | 0        |         | 9   |
| SxoleioMetanaston_28 | Καταγγελία           |     |       | 62               | 271    | 0        |         | 333 |
| SxoleioMetanaston_29 | Ενημέρωση            |     |       | 9                | 3      | 0        |         | 12  |
| SxoleioMetanaston_30 | Ενημέρωση            |     |       | 33               | 21     | 1        |         | 55  |



| ID                      | CONTENT OF EACH POST     | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|-------------------------|--------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| koiniatreioNeaSmyrni_1  | Ενημέρωση                |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| koiniatreioNeaSmyrni_2  | Call to action           | NAI | NAI   | 6                | 0      | 0        |         | 6   |
| koiniatreioNeaSmyrni_3  | Ενημέρωση                |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koiniatreioNeaSmyrni_4  | Ενημέρωση                |     |       | 6                | 24     | 0        |         | 30  |
| koiniatreioNeaSmyrni_5  | Call to action           | NAI | NAI   | 1                | 1      | 0        |         | 2   |
| koiniatreioNeaSmyrni_6  | Ενημέρωση                |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| koiniatreioNeaSmyrni_7  | Ενημέρωση                |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| koiniatreioNeaSmyrni_8  | Ενημέρωση                |     |       | 2                | 1      | 0        |         | 3   |
| koiniatreioNeaSmyrni_9  | Ενημέρωση/Call to action | NAI | NAI   | 3                | 1      | 0        |         | 4   |
| koiniatreioNeaSmyrni_10 | Ενημέρωση                |     |       | 3                | 1      | 0        |         | 4   |
| koiniatreioNeaSmyrni_11 | Ενημέρωση                |     |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| koiniatreioNeaSmyrni_12 | Ενημέρωση                |     |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| koiniatreioNeaSmyrni_13 | Ενημέρωση                |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| koiniatreioNeaSmyrni_14 | Ενημέρωση                |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koiniatreioNeaSmyrni_15 | Call to action           | NAI | NAI   | 0                | 1      | 0        |         | 1   |
| koiniatreioNeaSmyrni_16 | Call to action           | NAI | NAI   | 6                | 18     | 0        |         | 24  |
| koiniatreioNeaSmyrni_17 | Ανακοίνωση/Καταγγελία    |     |       | 7                | 1      | 0        |         | 8   |
| koiniatreioNeaSmyrni_18 | Ανακοίνωση               |     |       | 7                | 11     | 2        |         | 20  |
| koiniatreioNeaSmyrni_19 | Ενημέρωση                |     |       | 20               | 1      | 1        |         | 22  |
| koiniatreioNeaSmyrni_20 | Ενημέρωση                |     |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| koiniatreioNeaSmyrni_21 | Ενημέρωση                |     |       | 9                | 2      | 0        |         | 11  |
| koiniatreioNeaSmyrni_22 | Ενημέρωση/Καταγγελία     |     |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| koiniatreioNeaSmyrni_23 | Call to action           | NAI | NAI   | 4                | 1      | 0        |         | 5   |
| koiniatreioNeaSmyrni_24 | Call to action           | NAI | NAI   | 9                | 4      | 1        |         | 14  |
| koiniatreioNeaSmyrni_25 | Storytelling             |     |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| koiniatreioNeaSmyrni_26 | Ενημέρωση/Καταγγελία     |     |       | 5                | 1      | 0        |         | 6   |
| koiniatreioNeaSmyrni_27 | Call to action           | NAI | NAI   | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| koiniatreioNeaSmyrni_28 | Ενημέρωση                |     |       | 21               | 16     | 0        |         | 37  |
| koiniatreioNeaSmyrni_29 | Ενημέρωση                |     |       | 3                | 3      | 0        |         | 6   |
| koiniatreioNeaSmyrni_30 | Ενημέρωση                |     |       | 5                | 27     | 1        |         | 33  |





| ID                      | CONTENT OF EACH POST      | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|-------------------------|---------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| koinfarmakeioPatisia_1  | Ενημέρωση                 |     |       | 1                | 1      | 0        |         | 2   |
| koinfarmakeioPatisia_2  | Ενημέρωση                 |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| koinfarmakeioPatisia_3  | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_4  | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_5  | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_6  | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_7  | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_8  | Ενημέρωση                 |     |       | 5                | 12     | 0        |         | 17  |
| koinfarmakeioPatisia_9  | Ενημέρωση                 |     |       | 2                | 3      | 0        |         | 5   |
| koinfarmakeioPatisia_10 | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_11 | Action                    |     |       | 2                | 1      | 0        |         | 3   |
| koinfarmakeioPatisia_12 | Ανακοίνωση                |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_13 | Ενημέρωση                 |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| koinfarmakeioPatisia_14 | Ενημέρωση                 |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| koinfarmakeioPatisia_15 | Ενημέρωση                 |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| koinfarmakeioPatisia_16 | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_17 | Ενημέρωση/Storytelling    |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| koinfarmakeioPatisia_18 | Ανακοίνωση                |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_19 | Ανακοίνωση                |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_20 | Ενημέρωση                 |     |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| koinfarmakeioPatisia_21 | Ενημέρωση                 |     |       | 1                | 2      | 0        |         | 3   |
| koinfarmakeioPatisia_22 | Καταγγελία                |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| koinfarmakeioPatisia_23 | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_24 | Άλλο (συνταγή μαγειρικής) |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| koinfarmakeioPatisia_25 | Ενημέρωση                 |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| koinfarmakeioPatisia_26 | Ενημέρωση                 |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| koinfarmakeioPatisia_27 | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_28 | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| koinfarmakeioPatisia_29 | Ενημέρωση/Καταγγελία      |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| koinfarmakeioPatisia_30 | Ενημέρωση                 |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |

| ACTION'S NAME  | ID                     | DATE      | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|--|------------------------|-----------|-------|-------|------|------|
| <b>Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού (11.562 like)</b> | koiniatreioElliniko_1  | 8/4/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_2  | 7/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_3  | 7/4/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_4  | 7/4/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_5  | 7/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_6  | 6/4/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_7  | 4/4/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_8  | 2/4/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_9  | 31/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_10 | 24/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_11 | 24/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_12 | 21/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_13 | 19/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_14 | 13/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_15 | 12/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_16 | 10/3/2016 |       |       | NAI  |      |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_17 | 4/3/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_18 | 3/3/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_19 | 2/3/2016  |       |       | NAI  |      |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_20 | 2/3/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_21 | 28/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_22 | 27/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_23 | 26/2/2016 | NAI   |       |      |      |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_24 | 25/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_25 | 17/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_26 | 11/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_27 | 7/2/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_28 | 4/2/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_29 | 3/2/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μητροπολιτικό κοινωνικό ιατρείο Ελληνικού                      | koiniatreioElliniko_30 | 31/1/2016 |       |       | NAI  |      |

| ID                     | CONTENT OF EACH POST   | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|------------------------|------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| koiniatreioElliniko_1  | Ενημέρωση/Storytelling |     |       | 25               | 1      | 0        |         | 26  |
| koiniatreioElliniko_2  | Ενημέρωση              |     |       | 42               | 54     | 0        |         | 96  |
| koiniatreioElliniko_3  | Ενημέρωση              |     |       | 8                | 17     | 0        |         | 25  |
| koiniatreioElliniko_4  | Ενημέρωση/Ψυχαγωγία    |     |       | 9                | 3      | 0        |         | 12  |
| koiniatreioElliniko_5  | Call to action         | NAI | NAI   | 41               | 80     | 0        |         | 121 |
| koiniatreioElliniko_6  | Ενημέρωση/Καταγγελία   |     |       | 8                | 12     | 0        |         | 20  |
| koiniatreioElliniko_7  | Ενημέρωση              |     |       | 20               | 59     | 0        |         | 79  |
| koiniatreioElliniko_8  | Ενημέρωση              |     |       | 3                | 3      | 0        |         | 6   |
| koiniatreioElliniko_9  | Ενημέρωση              |     |       | 5                | 7      | 0        |         | 12  |
| koiniatreioElliniko_10 | Ενημέρωση              |     |       | 10               | 4      | 0        |         | 14  |
| koiniatreioElliniko_11 | Ενημέρωση              |     |       | 18               | 23     | 0        |         | 41  |
| koiniatreioElliniko_12 | Ενημέρωση              |     |       | 3                | 15     | 0        |         | 18  |
| koiniatreioElliniko_13 | Ενημέρωση/Storytelling |     |       | 38               | 12     | 1        |         | 51  |
| koiniatreioElliniko_14 | Action                 |     |       | 133              | 37     | 0        |         | 170 |
| koiniatreioElliniko_15 | Ενημέρωση              |     |       | 14               | 0      | 0        |         | 14  |
| koiniatreioElliniko_16 | Ενημέρωση              |     |       | 30               | 18     | 9        |         | 57  |
| koiniatreioElliniko_17 | Ενημέρωση              |     |       | 69               | 25     | 0        |         | 94  |
| koiniatreioElliniko_18 | Ενημέρωση/Καταγγελία   |     |       | 14               | 3      | 2        | 2       | 21  |
| koiniatreioElliniko_19 | Call to action         | NAI | NAI   | 36               | 12     | 1        |         | 49  |
| koiniatreioElliniko_20 | Ενημέρωση/Action       |     |       | 22               | 0      | 0        |         | 22  |
| koiniatreioElliniko_21 | Ενημέρωση              |     |       | 7                | 5      | 0        |         | 12  |
| koiniatreioElliniko_22 | Ενημέρωση              |     |       | 44               | 72     | 0        |         | 116 |
| koiniatreioElliniko_23 | Call to action         | NAI | NAI   | 12               | 4      | 0        |         | 16  |
| koiniatreioElliniko_24 | Ενημέρωση              |     |       | 34               | 26     | 0        |         | 60  |
| koiniatreioElliniko_25 | Ενημέρωση              |     |       | 68               | 48     | 0        |         | 116 |
| koiniatreioElliniko_26 | Ενημέρωση              |     |       | 12               | 4      | 1        |         | 17  |
| koiniatreioElliniko_27 | Ενημέρωση              |     |       | 73               | 15     | 0        |         | 88  |
| koiniatreioElliniko_28 | Ενημέρωση/Καταγγελία   |     |       | 7                | 13     | 3        |         | 23  |
| koiniatreioElliniko_29 | Ενημέρωση              |     |       | 35               | 12     | 0        |         | 47  |
| koiniatreioElliniko_30 | Call to action         | NAI | NAI   | 63               | 436    | 1        |         | 500 |

| ACTION'S NAME   | ID                    | DATE       | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|---|-----------------------|------------|-------|-------|------|------|
| <b>Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα (1862 like)</b> | koiniatreioVyronas_1  | 6/4/2016   | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_2  | 6/4/2016   |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_3  | 3/4/2016   | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_4  | 3/4/2016   | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_5  | 3/4/2016   | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_6  | 3/4/2016   | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_7  | 25/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_8  | 24/3/2016  | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_9  | 12/3/2016  | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_10 | 12/3/2016  |       |       | NAI  |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_11 | 11/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_12 | 9/3/2016   | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_13 | 7/3/2016   | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_14 | 7/3/2016   | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_15 | 28/2/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_16 | 22/2/2016  | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_17 | 8/2/2016   |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_18 | 4/2/2016   | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_19 | 27/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_20 | 25/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_21 | 22/1/2016  | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_22 | 14/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_23 | 14/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_24 | 31/12/2015 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_25 | 31/12/2015 | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_26 | 27/12/2015 | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_27 | 27/12/2015 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_28 | 23/12/2015 |       |       | NAI  | NAI  |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_29 | 16/12/2015 | NAI   |       |      |      |
| Κοινωνικό ιατρείο-φαρμακείο Βύρωνα                    | koiniatreioVyronas_30 | 16/12/2015 |       |       |      | NAI  |

| ID                    | CONTENT OF EACH POST      | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|-----------------------|---------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| koiniatreioVyronas_1  | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 5                | 42     | 0        |         | 47  |
| koiniatreioVyronas_2  | Ενημέρωση/Call to action  | NAI |       | 6                | 0      | 0        |         | 6   |
| koiniatreioVyronas_3  | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 3                | 41     | 1        |         | 45  |
| koiniatreioVyronas_4  | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 1                | 26     | 1        |         | 28  |
| koiniatreioVyronas_5  | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 6                | 108    | 0        |         | 114 |
| koiniatreioVyronas_6  | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 15               | 30     | 0        |         | 45  |
| koiniatreioVyronas_7  | Ανακοίνωση                |     |       | 18               | 23     | 0        |         | 41  |
| koiniatreioVyronas_8  | Ανακοίνωση/Ενημέρωση      |     |       | 20               | 44     | 0        |         | 64  |
| koiniatreioVyronas_9  | Ανακοίνωση/Ενημέρωση      |     |       | 19               | 45     | 1        |         | 65  |
| koiniatreioVyronas_10 | Άλλο (ποιήμα-στίχοι)      |     |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| koiniatreioVyronas_11 | Ανακοίνωση/Καταγγελία     |     |       | 8                | 4      | 1        |         | 13  |
| koiniatreioVyronas_12 | Άλλο (ποιήμα-στίχοι)      |     |       | 6                | 0      | 0        |         | 6   |
| koiniatreioVyronas_13 | Ανακοίνωση                |     |       | 3                | 38     | 1        |         | 42  |
| koiniatreioVyronas_14 | Action                    |     |       | 8                | 16     | 0        |         | 24  |
| koiniatreioVyronas_15 | Ανακοίνωση                |     |       | 5                | 0      | 0        |         | 5   |
| koiniatreioVyronas_16 | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 3                | 62     | 1        |         | 66  |
| koiniatreioVyronas_17 | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 15               | 49     | 0        |         | 64  |
| koiniatreioVyronas_18 | Action                    |     |       | 11               | 25     | 1        |         | 37  |
| koiniatreioVyronas_19 | Ανακοίνωση                |     |       | 31               | 55     | 0        |         | 86  |
| koiniatreioVyronas_20 | Ανακοίνωση/Action         |     |       | 24               | 1      | 1        |         | 26  |
| koiniatreioVyronas_21 | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 4                | 23     | 0        |         | 27  |
| koiniatreioVyronas_22 | Άλλο (ποιήμα-στίχοι)      |     |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| koiniatreioVyronas_23 | Άλλο (ποιήμα-στίχοι)      |     |       | 3                | 1      | 0        |         | 4   |
| koiniatreioVyronas_24 | Ανακοίνωση                |     |       | 25               | 1      | 0        |         | 26  |
| koiniatreioVyronas_25 | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 4                | 53     | 0        |         | 57  |
| koiniatreioVyronas_26 | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 9                | 98     | 1        |         | 108 |
| koiniatreioVyronas_27 | Ανακοίνωση/Call to action | NAI | NAI   | 12               | 41     | 0        |         | 53  |
| koiniatreioVyronas_28 | Ενημέρωση                 |     |       | 6                | 1      | 0        |         | 7   |
| koiniatreioVyronas_29 | Call to action            | NAI |       | 9                | 14     | 0        |         | 23  |
| koiniatreioVyronas_30 | Call to action            | NAI |       | 7                | 0      | 0        |         | 7   |



| ID              | CONTENT OF EACH POST               | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|-----------------|------------------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| GranaziaZois_1  | Call to action                     | NAI | NAI   | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| GranaziaZois_2  | Call to action                     | NAI |       | 2                | 1      | 0        |         | 3   |
| GranaziaZois_3  | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 7                | 0      | 1        |         | 8   |
| GranaziaZois_4  | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| GranaziaZois_5  | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 1                | 0      | 1        |         | 2   |
| GranaziaZois_6  | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 3                | 4      | 1        |         | 8   |
| GranaziaZois_7  | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 5                | 1      | 1        |         | 7   |
| GranaziaZois_8  | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 4                | 2      | 0        |         | 6   |
| GranaziaZois_9  | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 4                | 0      | 1        |         | 5   |
| GranaziaZois_10 | Ενημέρωση                          |     |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| GranaziaZois_11 | Καταγγελία                         |     |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| GranaziaZois_12 | Call to action                     | NAI |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| GranaziaZois_13 | Call to action                     | NAI |       | 0                | 0      | 1        |         | 1   |
| GranaziaZois_14 | Call to action                     | NAI | NAI   | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| GranaziaZois_15 | Καταγγελία                         |     |       | 3                | 1      | 0        |         | 4   |
| GranaziaZois_16 | Call to action                     | NAI |       | 3                | 0      | 1        |         | 4   |
| GranaziaZois_17 | Call to action                     | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| GranaziaZois_18 | Call to action                     | NAI | NAI   | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| GranaziaZois_19 | Ενημέρωση                          |     |       | 7                | 0      | 0        |         | 7   |
| GranaziaZois_20 | Καταγγελία                         |     |       | 6                | 1      | 1        |         | 8   |
| GranaziaZois_21 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 7                | 1      | 0        |         | 8   |
| GranaziaZois_22 | Call to action                     | NAI |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| GranaziaZois_23 | Call to action                     | NAI | NAI   | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| GranaziaZois_24 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 3                | 1      | 1        |         | 5   |
| GranaziaZois_25 | Call to action                     | NAI | NAI   | 6                | 0      | 0        |         | 6   |
| GranaziaZois_26 | Call to action                     | NAI | NAI   | 3                | 3      | 0        |         | 6   |
| GranaziaZois_27 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 3                | 1      | 0        |         | 4   |
| GranaziaZois_28 | Καταγγελία                         |     |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| GranaziaZois_29 | Ενημέρωση                          |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| GranaziaZois_30 | Call to action                     | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |

| ACTION'S NAME         | ID          | DATE      | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|-----------------------|-------------|-----------|-------|-------|------|------|
| Προσφέρω (4.226 like) | Prosfero_1  | 5/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_2  | 3/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_3  | 1/4/2016  |       | NAI   | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_4  | 28/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_5  | 24/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_6  | 21/3/2016 |       |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_7  | 20/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_8  | 15/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Προσφέρω              | Prosfero_9  | 10/3/2016 |       |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_10 | 9/3/2016  |       |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_11 | 7/3/2016  |       |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_12 | 4/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_13 | 26/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_14 | 25/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_15 | 24/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_16 | 14/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_17 | 12/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_18 | 9/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_19 | 8/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_20 | 7/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_21 | 5/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_22 | 4/2/2016  | NAI   |       |      |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_23 | 31/1/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Προσφέρω              | Prosfero_24 | 29/1/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Προσφέρω              | Prosfero_25 | 24/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_26 | 22/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_27 | 17/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_28 | 10/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Προσφέρω              | Prosfero_29 | 9/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Προσφέρω              | Prosfero_30 | 5/1/2016  | NAI   |       | NAI  |      |



| ID          | CONTENT OF EACH POST     | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|-------------|--------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| Prosfero_1  | Call to action           | NAI | NAI   | 14               | 1      | 0        |         | 15  |
| Prosfero_2  | Action/Call to action    | NAI | NAI   | 42               | 0      | 0        |         | 42  |
| Prosfero_3  | Call to action           | NAI | NAI   | 18               | 2      | 1        | 4       | 25  |
| Prosfero_4  | Action/Call to action    | NAI | NAI   | 54               | 0      | 1        |         | 55  |
| Prosfero_5  | Action                   |     |       | 35               | 0      | 2        | 1       | 38  |
| Prosfero_6  | Ενημέρωση/Call to action | NAI | NAI   | 45               | 2      | 0        |         | 47  |
| Prosfero_7  | Άλλο (πούιμα-στίχοι)     |     |       | 46               | 1      | 0        |         | 47  |
| Prosfero_8  | Call to action           | NAI | NAI   | 27               | 1      | 0        |         | 28  |
| Prosfero_9  | Ανακοίνωση               |     |       | 21               | 0      | 0        |         | 21  |
| Prosfero_10 | Ανακοίνωση               |     |       | 30               | 0      | 0        |         | 30  |
| Prosfero_11 | Άλλο (πούιμα-στίχοι)     |     |       | 41               | 1      | 0        |         | 42  |
| Prosfero_12 | Action                   |     |       | 40               | 2      | 2        |         | 44  |
| Prosfero_13 | Call to action           | NAI | NAI   | 78               | 96     | 2        | 2       | 178 |
| Prosfero_14 | Action                   |     |       | 46               | 5      | 1        |         | 52  |
| Prosfero_15 | Action                   |     |       | 45               | 5      | 1        |         | 51  |
| Prosfero_16 | Ενημέρωση                |     |       | 28               | 1      | 1        |         | 30  |
| Prosfero_17 | Action                   |     |       | 22               | 1      | 1        |         | 24  |
| Prosfero_18 | Action                   |     |       | 31               | 0      | 0        |         | 31  |
| Prosfero_19 | Action                   |     |       | 43               | 0      | 0        |         | 43  |
| Prosfero_20 | Action                   |     |       | 35               | 1      | 0        |         | 36  |
| Prosfero_21 | Action                   |     |       | 25               | 0      | 0        |         | 25  |
| Prosfero_22 | Call to action           | NAI | NAI   | 10               | 1      | 0        |         | 11  |
| Prosfero_23 | Ενημέρωση                |     |       | 30               | 4      | 0        |         | 34  |
| Prosfero_24 | Call to action           | NAI | NAI   | 19               | 3      | 0        |         | 22  |
| Prosfero_25 | Ενημέρωση                |     |       | 74               | 0      | 1        |         | 75  |
| Prosfero_26 | Καταγγελία               |     |       | 20               | 2      | 3        |         | 25  |
| Prosfero_27 | Action                   |     |       | 46               | 5      | 0        |         | 51  |
| Prosfero_28 | Καταγγελία               |     |       | 17               | 1      | 0        |         | 18  |
| Prosfero_29 | Call to action           | NAI | NAI   | 15               | 1      | 0        |         | 16  |
| Prosfero_30 | Καταγγελία               |     |       | 36               | 2      | 0        |         | 38  |

| ACTION'S NAME                 | ID         | DATE      | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|-------------------------------|------------|-----------|-------|-------|------|------|
| <b>Μπορούμε (25.858 like)</b> | Boroume_1  | 8/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_2  | 8/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Μπορούμε                      | Boroume_3  | 6/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Μπορούμε                      | Boroume_4  | 5/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_5  | 2/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_6  | 31/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μπορούμε                      | Boroume_7  | 30/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_8  | 28/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μπορούμε                      | Boroume_9  | 28/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| Μπορούμε                      | Boroume_10 | 26/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_11 | 24/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μπορούμε                      | Boroume_12 | 23/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_13 | 23/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μπορούμε                      | Boroume_14 | 21/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_15 | 21/3/2016 |       |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_16 | 16/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_17 | 15/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_18 | 15/3/2016 |       |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_19 | 11/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_20 | 11/3/2016 |       |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_21 | 8/3/2016  |       |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_22 | 8/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Μπορούμε                      | Boroume_23 | 7/3/2016  |       |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_24 | 5/3/2016  |       |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_25 | 4/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_26 | 3/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_27 | 2/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_28 | 1/3/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μπορούμε                      | Boroume_29 | 1/3/2016  |       | NAI   | NAI  |      |
| Μπορούμε                      | Boroume_30 | 1/3/2016  |       |       | NAI  |      |

| ID         | CONTENT OF EACH POST  | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|------------|-----------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| Boroume_1  | Call to action        | NAI | NAI   | 101              | 15     | 4        | 2       | 122 |
| Boroume_2  | Call to action        | NAI | NAI   | 10               | 0      | 0        |         | 10  |
| Boroume_3  | Ενημέρωση             |     |       | 37               | 2      | 0        |         | 39  |
| Boroume_4  | Action                |     |       | 35               | 0      | 0        |         | 35  |
| Boroume_5  | Action/Call to action | NAI | NAI   | 127              | 18     | 0        |         | 145 |
| Boroume_6  | Ενημέρωση/Καταγγελία  |     |       | 46               | 15     | 1        |         | 62  |
| Boroume_7  | Action                |     |       | 73               | 7      | 1        |         | 81  |
| Boroume_8  | Action                |     |       | 159              | 32     | 3        |         | 194 |
| Boroume_9  | Call to action        | NAI | NAI   | 17               | 2      | 0        |         | 19  |
| Boroume_10 | Action/Call to action | NAI | NAI   | 160              | 17     | 3        |         | 180 |
| Boroume_11 | Ενημέρωση             |     |       | 45               | 0      | 1        |         | 46  |
| Boroume_12 | Action/Call to action | NAI | NAI   | 85               | 5      | 0        |         | 90  |
| Boroume_13 | Ενημέρωση             |     |       | 108              | 25     | 1        |         | 134 |
| Boroume_14 | Call to action        | NAI | NAI   | 247              | 239    | 0        |         | 486 |
| Boroume_15 | Ενημέρωση/Action      |     |       | 44               | 1      | 0        |         | 45  |
| Boroume_16 | Action                |     |       | 111              | 2      | 0        |         | 113 |
| Boroume_17 | Ενημέρωση/Action      |     |       | 64               | 0      | 0        |         | 64  |
| Boroume_18 | Ενημέρωση/Action      |     |       | 26               | 0      | 0        |         | 26  |
| Boroume_19 | Action/Call to action | NAI | NAI   | 132              | 24     | 1        |         | 157 |
| Boroume_20 | Ενημέρωση/Action      |     |       | 80               | 3      | 0        |         | 83  |
| Boroume_21 | Ενημέρωση/Action      |     |       | 84               | 2      | 0        |         | 86  |
| Boroume_22 | Ενημέρωση             |     |       | 58               | 0      | 0        |         | 58  |
| Boroume_23 | Ενημέρωση/Action      |     |       | 42               | 2      | 0        |         | 44  |
| Boroume_24 | Action/Call to action | NAI | NAI   | 99               | 44     | 5        |         | 148 |
| Boroume_25 | Ενημέρωση/Action      |     |       | 69               | 2      | 0        |         | 71  |
| Boroume_26 | Action                |     |       | 195              | 19     | 2        |         | 216 |
| Boroume_27 | Action/Call to action | NAI | NAI   | 108              | 14     | 1        |         | 123 |
| Boroume_28 | Ενημέρωση             |     |       | 37               | 3      | 0        |         | 40  |
| Boroume_29 | Ενημέρωση             |     |       | 11               | 3      | 1        |         | 15  |
| Boroume_30 | Ενημέρωση/Action      |     |       | 139              | 15     | 1        |         | 155 |

| ACTION'S NAME                                | ID                     | DATE      | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|--|------------------------|-----------|-------|-------|------|------|
| <b>Καλλιτεχνείο των Αχαρνών (3.502 like)</b> | KallitexneioAxarnon_1  | 1/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_2  | 31/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_3  | 30/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_4  | 29/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_5  | 27/3/2016 | NAI   |       |      |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_6  | 5/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_7  | 1/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_8  | 1/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_9  | 29/2/2016 | NAI   |       |      |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_10 | 29/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_11 | 21/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_12 | 13/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_13 | 12/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_14 | 10/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_15 | 9/2/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_16 | 6/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_17 | 4/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_18 | 3/2/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_19 | 2/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_20 | 1/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_21 | 29/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_22 | 28/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_23 | 26/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_24 | 25/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_25 | 24/1/2016 |       | NAI   | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_26 | 24/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_27 | 24/1/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_28 | 23/1/2016 | NAI   |       |      |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_29 | 22/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Καλλιτεχνείο των Αχαρνών                     | KallitexneioAxarnon_30 | 22/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |

| ID                     | CONTENT OF EACH POST               | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|------------------------|------------------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| KallitexneioAxarnon_1  | Άλλο                               |     |       | 45               | 0      | 0        |         | 45  |
| KallitexneioAxarnon_2  | Άλλο (ποιήμα-στίχοι)               |     |       | 11               | 0      | 0        |         | 11  |
| KallitexneioAxarnon_3  | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 6                | 0      | 0        |         | 6   |
| KallitexneioAxarnon_4  | Άλλο                               |     |       | 92               | 1      | 0        |         | 93  |
| KallitexneioAxarnon_5  | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 9                | 0      | 0        |         | 9   |
| KallitexneioAxarnon_6  | Action                             |     |       | 40               | 0      | 0        |         | 40  |
| KallitexneioAxarnon_7  | Action                             |     |       | 25               | 0      | 0        |         | 25  |
| KallitexneioAxarnon_8  | Call to action                     | NAI |       | 29               | 0      | 0        |         | 29  |
| KallitexneioAxarnon_9  | Call to action                     | NAI |       | 25               | 0      | 0        |         | 25  |
| KallitexneioAxarnon_10 | Call to action                     | NAI |       | 6                | 0      | 0        |         | 6   |
| KallitexneioAxarnon_11 | Άλλο                               |     |       | 32               | 0      | 0        |         | 32  |
| KallitexneioAxarnon_12 | Action                             |     |       | 39               | 0      | 1        |         | 40  |
| KallitexneioAxarnon_13 | Call to action                     | NAI | NAI   | 16               | 0      | 0        |         | 16  |
| KallitexneioAxarnon_14 | Call to action                     | NAI |       | 8                | 0      | 0        |         | 8   |
| KallitexneioAxarnon_15 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 16               | 0      | 0        |         | 16  |
| KallitexneioAxarnon_16 | Action                             |     |       | 38               | 1      | 0        |         | 39  |
| KallitexneioAxarnon_17 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 24               | 1      | 0        |         | 25  |
| KallitexneioAxarnon_18 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| KallitexneioAxarnon_19 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 21               | 0      | 1        |         | 22  |
| KallitexneioAxarnon_20 | Call to action                     | NAI |       | 13               | 0      | 0        |         | 13  |
| KallitexneioAxarnon_21 | Call to action                     | NAI |       | 14               | 1      | 0        |         | 15  |
| KallitexneioAxarnon_22 | Call to action                     | NAI | NAI   | 10               | 0      | 0        |         | 10  |
| KallitexneioAxarnon_23 | Call to action                     | NAI |       | 16               | 0      | 0        |         | 16  |
| KallitexneioAxarnon_24 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 25               | 1      | 0        |         | 26  |
| KallitexneioAxarnon_25 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 17               | 2      | 0        |         | 19  |
| KallitexneioAxarnon_26 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 28               | 2      | 0        |         | 30  |
| KallitexneioAxarnon_27 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 20               | 0      | 0        |         | 20  |
| KallitexneioAxarnon_28 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 25               | 0      | 0        |         | 25  |
| KallitexneioAxarnon_29 | Ενημέρωση                          |     |       | 9                | 0      | 0        |         | 9   |
| KallitexneioAxarnon_30 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 25               | 1      | 0        |         | 26  |

| ACTION'S NAME                                       | ID                 | DATE       | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|---|--------------------|------------|-------|-------|------|------|
| <b>Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά (3.634 like)</b> | ZografoiSeDrasi_1  | 7/4/2016   |       | NAI   | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_2  | 31/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_3  | 17/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_4  | 14/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_5  | 1/3/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_6  | 26/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_7  | 17/2/2016  |       |       |      | NAI  |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_8  | 9/2/2016   |       |       | NAI  | NAI  |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_9  | 1/2/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_10 | 23/1/2016  | NAI   |       |      |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_11 | 19/1/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_12 | 15/1/2016  |       |       |      | NAI  |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_13 | 15/1/2016  |       | NAI   | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_14 | 12/1/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_15 | 11/1/2016  |       | NAI   | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_16 | 11/1/2016  |       | NAI   | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_17 | 10/1/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_18 | 5/1/2016   |       |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_19 | 3/1/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_20 | 1/1/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_21 | 31/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_22 | 29/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_23 | 26/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_24 | 23/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_25 | 20/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_26 | 16/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_27 | 12/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_28 | 10/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_29 | 7/12/2015  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ζωγράφοι σε δράση για τα παιδιά                     | ZografoiSeDrasi_30 | 1/12/2015  | NAI   |       | NAI  |      |

| ID                 | CONTENT OF EACH POST  | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|--------------------|-----------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| ZografoiSeDrasi_1  | Action                |     |       | 23               | 1      | 0        |         | 24  |
| ZografoiSeDrasi_2  | Άλλο                  |     |       | 12               | 0      | 0        |         | 12  |
| ZografoiSeDrasi_3  | Action                |     |       | 114              | 18     | 2        |         | 134 |
| ZografoiSeDrasi_4  | Άλλο                  |     |       | 30               | 1      | 2        |         | 33  |
| ZografoiSeDrasi_5  | Action                |     |       | 49               | 2      | 2        | 1       | 54  |
| ZografoiSeDrasi_6  | Άλλο                  |     |       | 9                | 0      | 0        |         | 9   |
| ZografoiSeDrasi_7  | Άλλο                  |     |       | 60               | 47     | 0        |         | 107 |
| ZografoiSeDrasi_8  | Action/Call to action | NAI | NAI   | 0                | 1      | 1        |         | 2   |
| ZografoiSeDrasi_9  | Action                |     |       | 19               | 1      | 0        |         | 20  |
| ZografoiSeDrasi_10 | Action                |     |       | 40               | 5      | 1        | 1       | 47  |
| ZografoiSeDrasi_11 | Action/Call to action | NAI |       | 2                | 1      | 0        |         | 3   |
| ZografoiSeDrasi_12 | Call to action        | NAI |       | 10               | 2      | 0        |         | 12  |
| ZografoiSeDrasi_13 | Action                |     |       | 22               | 3      | 0        |         | 25  |
| ZografoiSeDrasi_14 | Άλλο                  |     |       | 18               | 1      | 0        |         | 19  |
| ZografoiSeDrasi_15 | Action                |     |       | 19               | 4      | 0        |         | 23  |
| ZografoiSeDrasi_16 | Action                |     |       | 26               | 0      | 0        |         | 26  |
| ZografoiSeDrasi_17 | Action                |     |       | 66               | 12     | 1        |         | 79  |
| ZografoiSeDrasi_18 | Call to action        | NAI | NAI   | 15               | 3      | 0        |         | 18  |
| ZografoiSeDrasi_19 | Ενημέρωση/Action      |     |       | 18               | 0      | 0        |         | 18  |
| ZografoiSeDrasi_20 | Action                |     |       | 23               | 1      | 2        | 1       | 27  |
| ZografoiSeDrasi_21 | Άλλο                  |     |       | 11               | 0      | 0        |         | 11  |
| ZografoiSeDrasi_22 | Άλλο                  |     |       | 38               | 3      | 0        |         | 41  |
| ZografoiSeDrasi_23 | Action                |     |       | 16               | 5      | 1        | 1       | 23  |
| ZografoiSeDrasi_24 | Action                |     |       | 29               | 5      | 0        |         | 34  |
| ZografoiSeDrasi_25 | Action                |     |       | 16               | 5      | 1        | 1       | 23  |
| ZografoiSeDrasi_26 | Action                |     |       | 105              | 22     | 4        | 3       | 134 |
| ZografoiSeDrasi_27 | Action                |     |       | 105              | 22     | 4        | 3       | 134 |
| ZografoiSeDrasi_28 | Action                |     |       | 105              | 22     | 4        | 3       | 134 |
| ZografoiSeDrasi_29 | Action                |     |       | 29               | 2      | 0        |         | 31  |
| ZografoiSeDrasi_30 | Action                |     |       | 105              | 22     | 0        |         | 127 |

| ACTION'S NAME                                  | ID                    | DATE      | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|--|-----------------------|-----------|-------|-------|------|------|
| <b>Οι εκδόσεις των Συναδέλφων (4.077 like)</b> | EkdoseisSynadelfon_1  | 4/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_2  | 4/4/2016  | NAI   |       |      |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_3  | 31/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_4  | 29/3/2016 |       |       | NAI  |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_5  | 28/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_6  | 26/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_7  | 21/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_8  | 19/3/2016 |       |       | NAI  |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_9  | 18/3/2016 |       | NAI   | NAI  |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_10 | 16/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_11 | 16/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_12 | 9/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_13 | 8/3/2016  | NAI   |       |      |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_14 | 2/3/2016  | NAI   |       |      |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_15 | 1/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_16 | 22/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_17 | 22/2/2016 |       |       | NAI  |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_18 | 19/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_19 | 18/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_20 | 17/2/2016 | NAI   |       |      |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_21 | 7/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_22 | 5/2/2016  |       |       | NAI  |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_23 | 3/2/2016  |       |       | NAI  |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_24 | 2/2/2016  |       |       |      | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_25 | 1/2/2016  | NAI   |       |      |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_26 | 26/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_27 | 18/1/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_28 | 12/1/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_29 | 7/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Οι εκδόσεις των Συναδέλφων                     | EkdoseisSynadelfon_30 | 4/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |



| ID                    | CONTENT OF EACH POST     | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|-----------------------|--------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| EkdoseisSynadelfon_1  | Ενημέρωση                |     |       | 7                | 1      | 0        |         | 8   |
| EkdoseisSynadelfon_2  | Call to action           | NAI |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| EkdoseisSynadelfon_3  | Ενημέρωση                |     |       | 16               | 1      | 0        |         | 17  |
| EkdoseisSynadelfon_4  | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| EkdoseisSynadelfon_5  | Call to action           | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| EkdoseisSynadelfon_6  | Call to action           | NAI |       | 20               | 0      | 0        |         | 20  |
| EkdoseisSynadelfon_7  | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 10               | 1      | 0        |         | 11  |
| EkdoseisSynadelfon_8  | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| EkdoseisSynadelfon_9  | Ενημέρωση                |     |       | 32               | 11     | 0        |         | 43  |
| EkdoseisSynadelfon_10 | Call to action           | NAI |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| EkdoseisSynadelfon_11 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 14               | 1      | 0        |         | 15  |
| EkdoseisSynadelfon_12 | Call to action           | NAI |       | 18               | 0      | 1        |         | 19  |
| EkdoseisSynadelfon_13 | Call to action           | NAI |       | 7                | 0      | 0        |         | 7   |
| EkdoseisSynadelfon_14 | Call to action           | NAI |       | 14               | 4      | 0        |         | 18  |
| EkdoseisSynadelfon_15 | Ενημέρωση                |     |       | 15               | 1      | 0        |         | 16  |
| EkdoseisSynadelfon_16 | Ενημέρωση                |     |       | 15               | 0      | 0        |         | 15  |
| EkdoseisSynadelfon_17 | Call to action           | NAI |       | 13               | 1      | 0        |         | 14  |
| EkdoseisSynadelfon_18 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 15               | 0      | 0        |         | 15  |
| EkdoseisSynadelfon_19 | Call to action           | NAI |       | 6                | 1      | 0        |         | 7   |
| EkdoseisSynadelfon_20 | Call to action           | NAI |       | 10               | 1      | 0        |         | 11  |
| EkdoseisSynadelfon_21 | Call to action           | NAI |       | 13               | 3      | 0        |         | 16  |
| EkdoseisSynadelfon_22 | Call to action           | NAI |       | 8                | 0      | 0        |         | 8   |
| EkdoseisSynadelfon_23 | Ενημέρωση                |     |       | 19               | 0      | 0        |         | 19  |
| EkdoseisSynadelfon_24 | Call to action           | NAI |       | 7                | 0      | 0        |         | 7   |
| EkdoseisSynadelfon_25 | Call to action           | NAI |       | 12               | 3      | 0        |         | 15  |
| EkdoseisSynadelfon_26 | Call to action           | NAI |       | 22               | 1      | 0        |         | 23  |
| EkdoseisSynadelfon_27 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 8                | 0      | 0        |         | 8   |
| EkdoseisSynadelfon_28 | Ενημέρωση                |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| EkdoseisSynadelfon_29 | Ενημέρωση                |     |       | 18               | 2      | 0        |         | 20  |
| EkdoseisSynadelfon_30 | Ενημέρωση                |     |       | 8                | 0      | 0        |         | 8   |

| ACTION'S NAME                    | ID             | DATE       | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|----------------------------------|----------------|------------|-------|-------|------|------|
| <b>Los Lampicos (8.962 like)</b> | LosLampicos_1  | 6/4/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_2  | 1/4/2016   |       |       |      | NAI  |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_3  | 20/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_4  | 19/3/2016  |       |       |      | NAI  |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_5  | 12/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_6  | 21/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_7  | 19/2/2016  |       |       |      | NAI  |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_8  | 10/2/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_9  | 2/1/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_10 | 13/12/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_11 | 29/11/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_12 | 29/11/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_13 | 15/11/2015 | NAI   |       |      |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_14 | 15/11/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_15 | 8/11/2015  | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_16 | 8/11/2016  | NAI   |       |      |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_17 | 7/11/2015  | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_18 | 26/10/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_19 | 21/10/2015 |       |       | NAI  | NAI  |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_20 | 18/10/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_21 | 17/10/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_22 | 4/10/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_23 | 3/10/2016  |       |       |      | NAI  |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_24 | 26/9/2015  | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_25 | 28/7/2015  | NAI   |       |      |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_26 | 19/7/2015  | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_27 | 13/7/2015  | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_28 | 1/7/2015   |       |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_29 | 1/7/2015   | NAI   |       | NAI  |      |
| Los Lampicos                     | LosLampicos_30 | 13/6/2015  | NAI   |       | NAI  |      |

| ID             | CONTENT OF EACH POST | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA  |
|----------------|----------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|------|
| LosLampicos_1  | Ενημέρωση            |     |       | 330              | 0      | 9        |         | 339  |
| LosLampicos_2  | Call to action       | NAI | NAI   | 98               | 0      | 0        |         | 98   |
| LosLampicos_3  | Action               |     |       | 893              | 66     | 20       | 1       | 980  |
| LosLampicos_4  | Call to action       | NAI | NAI   | 73               | 0      | 0        |         | 73   |
| LosLampicos_5  | Action               |     |       | 235              | 23     | 10       |         | 268  |
| LosLampicos_6  | Action               |     |       | 445              | 18     | 15       |         | 478  |
| LosLampicos_7  | Call to action       | NAI | NAI   | 97               | 0      | 0        |         | 97   |
| LosLampicos_8  | Καταγγελία           |     |       | 107              | 5      | 7        |         | 119  |
| LosLampicos_9  | Άλλο                 |     |       | 235              | 14     | 3        |         | 252  |
| LosLampicos_10 | Action               |     |       | 722              | 39     | 23       |         | 784  |
| LosLampicos_11 | Action               |     |       | 770              | 18     | 12       |         | 800  |
| LosLampicos_12 | Call to action       | NAI | NAI   | 269              | 43     | 6        |         | 318  |
| LosLampicos_13 | Action               |     |       | 569              | 29     | 13       |         | 611  |
| LosLampicos_14 | Call to action       | NAI | NAI   | 187              | 1      | 0        |         | 188  |
| LosLampicos_15 | Action               |     |       | 530              | 65     | 15       |         | 610  |
| LosLampicos_16 | Καταγγελία           |     |       | 53               | 1      | 1        |         | 55   |
| LosLampicos_17 | Call to action       | NAI | NAI   | 76               | 1      | 1        |         | 78   |
| LosLampicos_18 | Άλλο                 |     |       | 183              | 37     | 4        | 1       | 225  |
| LosLampicos_19 | Ενημέρωση            |     |       | 46               | 2      | 0        |         | 48   |
| LosLampicos_20 | Action               |     |       | 586              | 20     | 20       |         | 626  |
| LosLampicos_21 | Call to action       | NAI | NAI   | 251              | 16     | 6        | 2       | 275  |
| LosLampicos_22 | Action               |     |       | 447              | 13     | 20       | 6       | 486  |
| LosLampicos_23 | Call to action       | NAI | NAI   | 61               | 0      | 0        |         | 61   |
| LosLampicos_24 | Άλλο                 |     |       | 93               | 0      | 2        | 1       | 96   |
| LosLampicos_25 | Action               |     |       | 1000             | 88     | 24       | 4       | 1116 |
| LosLampicos_26 | Action               |     |       | 940              | 82     | 32       | 5       | 1059 |
| LosLampicos_27 | Call to action       | NAI | NAI   | 151              | 22     | 6        | 3       | 182  |
| LosLampicos_28 | Ενημέρωση            |     |       | 15               | 0      | 0        |         | 15   |
| LosLampicos_29 | Call to action       | NAI | NAI   | 163              | 11     | 2        | 2       | 178  |
| LosLampicos_30 | Call to action       | NAI | NAI   | 97               | 3      | 2        |         | 102  |

| ACTION'S NAME                    | ID              | DATE      | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|----------------------------------|-----------------|-----------|-------|-------|------|------|
| <b>Saltsinistas (2.100 like)</b> | Saltsinistas_1  | 7/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_2  | 3/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_3  | 2/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_4  | 31/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_5  | 27/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_6  | 26/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_7  | 24/3/2016 | NAI   |       |      |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_8  | 22/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_9  | 21/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_10 | 21/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_11 | 20/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_12 | 16/3/2016 | NAI   |       |      |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_13 | 15/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_14 | 14/3/2016 | NAI   |       |      |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_15 | 14/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_16 | 10/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_17 | 9/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_18 | 8/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_19 | 7/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_20 | 7/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_21 | 5/3/2016  |       | NAI   |      |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_22 | 28/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_23 | 25/2/2016 | NAI   |       |      |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_24 | 24/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_25 | 24/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_26 | 21/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_27 | 19/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_28 | 18/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_29 | 16/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Saltsinistas                     | Saltsinistas_30 | 15/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |

| ID              | CONTENT OF EACH POST     | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|-----------------|--------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| Saltsinistas_1  | Action                   |     |       | 53               | 0      | 0        |         | 53  |
| Saltsinistas_2  | Call to action           | NAI | NAI   | 51               | 0      | 0        |         | 51  |
| Saltsinistas_3  | Άλλο                     |     |       | 127              | 1      | 0        |         | 128 |
| Saltsinistas_4  | Ενημέρωση/Call to action | NAI | NAI   | 5                | 0      | 0        |         | 5   |
| Saltsinistas_5  | Action                   |     |       | 160              | 1      | 0        |         | 161 |
| Saltsinistas_6  | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 40               | 0      | 0        |         | 40  |
| Saltsinistas_7  | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 37               | 0      | 0        |         | 37  |
| Saltsinistas_8  | Call to action           | NAI | NAI   | 7                | 0      | 0        |         | 7   |
| Saltsinistas_9  | Καταγγελία               |     |       | 41               | 2      | 0        |         | 43  |
| Saltsinistas_10 | Call to action           | NAI |       | 45               | 1      | 1        | 1       | 48  |
| Saltsinistas_11 | Άλλο                     |     |       | 241              | 0      | 1        |         | 242 |
| Saltsinistas_12 | Άλλο                     |     |       | 141              | 1      | 3        |         | 145 |
| Saltsinistas_13 | Ενημέρωση/Action         |     |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| Saltsinistas_14 | Άλλο                     |     |       | 77               | 0      | 0        |         | 77  |
| Saltsinistas_15 | Ενημέρωση/Action         |     |       | 6                | 0      | 0        |         | 6   |
| Saltsinistas_16 | Άλλο                     |     |       | 130              | 0      | 1        |         | 131 |
| Saltsinistas_17 | Ενημέρωση/Action         |     |       | 5                | 0      | 0        |         | 5   |
| Saltsinistas_18 | Ενημέρωση/Καταγγελία     |     |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| Saltsinistas_19 | Ενημέρωση/Action         |     |       | 2                | 4      | 1        |         | 7   |
| Saltsinistas_20 | Ενημέρωση/Call to action | NAI | NAI   | 1                | 0      | 1        |         | 2   |
| Saltsinistas_21 | Άλλο                     |     |       | 135              | 11     | 3        |         | 149 |
| Saltsinistas_22 | Ενημέρωση/Call to action | NAI | NAI   | 5                | 1      | 0        |         | 6   |
| Saltsinistas_23 | Καταγγελία               |     |       | 19               | 2      | 0        |         | 21  |
| Saltsinistas_24 | Call to action           | NAI | NAI   | 57               | 1      | 0        |         | 58  |
| Saltsinistas_25 | Ενημέρωση/Call to action | NAI | NAI   | 10               | 1      | 0        |         | 11  |
| Saltsinistas_26 | Action                   |     |       | 48               | 0      | 2        |         | 50  |
| Saltsinistas_27 | Action                   |     |       | 16               | 0      | 0        |         | 16  |
| Saltsinistas_28 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 11               | 0      | 0        |         | 11  |
| Saltsinistas_29 | Ενημέρωση/Call to action | NAI | NAI   | 13               | 0      | 0        |         | 13  |
| Saltsinistas_30 | Ενημέρωση                |     |       | 12               | 0      | 0        |         | 12  |

| ACTION'S NAME                  | ID            | DATE      | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|--------------------------------|---------------|-----------|-------|-------|------|------|
| <b>PireActive (1.985 like)</b> | PireActive_1  | 3/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_2  | 2/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_3  | 2/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_4  | 2/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_5  | 1/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_6  | 1/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_7  | 30/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_8  | 29/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_9  | 22/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_10 | 21/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_11 | 16/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_12 | 15/3/2016 | NAI   |       |      |      |
| PireActive                     | PireActive_13 | 15/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_14 | 14/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_15 | 12/3/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_16 | 10/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_17 | 4/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_18 | 29/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_19 | 23/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_20 | 21/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_21 | 20/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_22 | 18/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_23 | 17/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_24 | 15/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_25 | 15/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_26 | 14/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_27 | 14/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_28 | 13/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| PireActive                     | PireActive_29 | 12/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| PireActive                     | PireActive_30 | 11/2/2016 |       |       |      | NAI  |

| ID            | CONTENT OF EACH POST     | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|---------------|--------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| PireActive_1  | Action                   |     |       | 7                | 1      | 0        |         | 8   |
| PireActive_2  | Action                   |     |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| PireActive_3  | Άλλο                     |     |       | 7                | 0      | 0        |         | 7   |
| PireActive_4  | Call to action           | NAI |       | 5                | 1      | 0        |         | 6   |
| PireActive_5  | Call to action           | NAI |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| PireActive_6  | Call to action           | NAI |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| PireActive_7  | Ενημέρωση                |     |       | 10               | 2      | 0        |         | 12  |
| PireActive_8  | Call to action           | NAI |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| PireActive_9  | Ενημέρωση                |     |       | 22               | 2      | 0        |         | 24  |
| PireActive_10 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| PireActive_11 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 3                | 3      | 0        |         | 6   |
| PireActive_12 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 17               | 1      | 0        |         | 18  |
| PireActive_13 | Call to action           | NAI |       | 13               | 0      | 0        |         | 13  |
| PireActive_14 | Call to action           | NAI | NAI   | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| PireActive_15 | Ενημέρωση                |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| PireActive_16 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 5                | 0      | 0        |         | 5   |
| PireActive_17 | Ενημέρωση/Action         |     |       | 14               | 0      | 0        |         | 14  |
| PireActive_18 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 16               | 0      | 0        |         | 16  |
| PireActive_19 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| PireActive_20 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 12               | 1      | 0        |         | 13  |
| PireActive_21 | Ενημέρωση/Call to action | NAI | NAI   | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| PireActive_22 | Ενημέρωση                |     |       | 9                | 2      | 0        |         | 11  |
| PireActive_23 | Ενημέρωση                |     |       | 9                | 0      | 0        |         | 9   |
| PireActive_24 | Ενημέρωση                |     |       | 8                | 0      | 0        |         | 8   |
| PireActive_25 | Ενημέρωση                |     |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| PireActive_26 | Ενημέρωση                |     |       | 5                | 0      | 0        |         | 5   |
| PireActive_27 | Ενημέρωση/Call to action | NAI | NAI   | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| PireActive_28 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 7                | 0      | 1        |         | 8   |
| PireActive_29 | Ενημέρωση/Call to action | NAI |       | 4                | 1      | 1        | 2       | 8   |
| PireActive_30 | Ενημέρωση                |     |       | 1                | 2      | 0        |         | 3   |

| ACTION'S NAME                                     | ID                       | DATE      | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|---|--------------------------|-----------|-------|-------|------|------|
| <b>Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα (5.239 like)</b> | ToixosKalosynisLarisa_1  | 6/4/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_2  | 23/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_3  | 19/3/2016 |       | NAI   | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_4  | 13/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_5  | 28/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_6  | 24/2/2016 |       |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_7  | 24/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_8  | 16/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_9  | 16/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_10 | 15/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_11 | 15/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_12 | 12/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_13 | 11/2/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_14 | 11/2/2016 |       |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_15 | 10/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_16 | 9/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_17 | 9/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_18 | 8/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_19 | 8/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_20 | 8/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_21 | 8/2/2016  |       |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_22 | 5/2/2016  |       |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_23 | 5/2/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_24 | 4/2/2016  | NAI   |       |      |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_25 | 4/2/2016  |       |       |      | NAI  |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_26 | 30/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_27 | 30/1/2016 |       |       |      | NAI  |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_28 | 30/1/2016 |       |       | NAI  | NAI  |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_29 | 28/1/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Ο τοίχος της καλοσύνης-Λάρισα                     | ToixosKalosynisLarisa_30 | 27/1/2016 |       |       | NAI  |      |



| ID                       | CONTENT OF EACH POST            | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|--------------------------|---------------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| ToixosKalosynisLarisa_1  | Ενημέρωση                       |     |       | 40               | 0      | 2        |         | 42  |
| ToixosKalosynisLarisa_2  | Ενημέρωση/Καταγγελία            |     |       | 137              | 14     | 16       | 2       | 169 |
| ToixosKalosynisLarisa_3  | Ενημέρωση                       |     |       | 35               | 20     | 1        |         | 56  |
| ToixosKalosynisLarisa_4  | Action                          |     |       | 321              | 30     | 2        | 1       | 354 |
| ToixosKalosynisLarisa_5  | Ενημέρωση/Action                |     |       | 113              | 11     | 1        | 1       | 126 |
| ToixosKalosynisLarisa_6  | Ενημέρωση/Action                |     |       | 21               | 0      | 0        |         | 21  |
| ToixosKalosynisLarisa_7  | Ενημέρωση/Action                |     |       | 51               | 24     | 1        | 1       | 77  |
| ToixosKalosynisLarisa_8  | Ενημέρωση/Call to action        | NAI |       | 45               | 0      | 0        |         | 45  |
| ToixosKalosynisLarisa_9  | Ενημέρωση/Action                |     |       | 47               | 0      | 5        |         | 52  |
| ToixosKalosynisLarisa_10 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 84               | 3      | 0        |         | 87  |
| ToixosKalosynisLarisa_11 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 36               | 0      | 0        |         | 36  |
| ToixosKalosynisLarisa_12 | Ενημέρωση/Καταγγελία            |     |       | 76               | 1      | 1        |         | 78  |
| ToixosKalosynisLarisa_13 | Ενημέρωση/Action/Call to action | NAI | NAI   | 64               | 32     | 1        | 1       | 98  |
| ToixosKalosynisLarisa_14 | Ενημέρωση                       |     |       | 99               | 3      | 5        | 2       | 109 |
| ToixosKalosynisLarisa_15 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 71               | 0      | 0        |         | 71  |
| ToixosKalosynisLarisa_16 | Action                          |     |       | 392              | 21     | 4        | 2       | 419 |
| ToixosKalosynisLarisa_17 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 226              | 32     | 1        | 1       | 260 |
| ToixosKalosynisLarisa_18 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 72               | 11     | 2        |         | 85  |
| ToixosKalosynisLarisa_19 | Ενημέρωση                       |     |       | 50               | 22     | 3        | 1       | 76  |
| ToixosKalosynisLarisa_20 | Ενημέρωση/Call to action        | NAI | NAI   | 113              | 63     | 8        | 1       | 185 |
| ToixosKalosynisLarisa_21 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 35               | 0      | 1        |         | 36  |
| ToixosKalosynisLarisa_22 | Ενημέρωση/Call to action        | NAI | NAI   | 53               | 13     | 3        | 2       | 71  |
| ToixosKalosynisLarisa_23 | Call to action                  | NAI | NAI   | 147              | 41     | 3        |         | 191 |
| ToixosKalosynisLarisa_24 | Action                          |     |       | 96               | 46     | 3        | 3       | 148 |
| ToixosKalosynisLarisa_25 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 52               | 18     | 0        |         | 70  |
| ToixosKalosynisLarisa_26 | Καταγγελία                      |     |       | 45               | 5      | 0        |         | 50  |
| ToixosKalosynisLarisa_27 | Ενημέρωση/Call to action        | NAI |       | 7                | 0      | 3        | 1       | 11  |
| ToixosKalosynisLarisa_28 | Ενημέρωση/Call to action        | NAI | NAI   | 147              | 146    | 1        |         | 294 |
| ToixosKalosynisLarisa_29 | Action                          |     |       | 183              | 60     | 3        | 1       | 247 |
| ToixosKalosynisLarisa_30 | Action                          |     |       | 58               | 0      | 6        | 3       | 67  |

| ACTION'S NAME            | ID           | DATE       | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|--------------------------|--------------|------------|-------|-------|------|------|
| Σε αναμονή (26.386 like) | SeAnamoni_1  | 7/4/2016   |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_2  | 4/4/2016   |       |       | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_3  | 31/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_4  | 30/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_5  | 18/3/2016  |       | NAI   | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_6  | 11/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_7  | 8/3/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_8  | 4/3/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_9  | 28/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_10 | 23/2/2016  | NAI   |       |      |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_11 | 22/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_12 | 21/2/2016  |       | NAI   | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_13 | 16/2/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_14 | 15/2/2016  |       |       | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_15 | 10/2/2016  |       |       | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_16 | 4/2/2016   |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_17 | 27/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_18 | 21/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_19 | 19/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_20 | 16/1/2016  |       | NAI   | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_21 | 10/1/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_22 | 9/1/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_23 | 5/1/2016   |       | NAI   | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_24 | 2/1/2016   |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_25 | 31/12/2015 |       | NAI   | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_26 | 29/12/2015 |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_27 | 27/12/2015 |       | NAI   | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_28 | 20/12/2015 |       |       | NAI  |      |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_29 | 17/12/2015 |       |       | NAI  | NAI  |
| Σε αναμονή               | SeAnamoni_30 | 13/12/2015 |       | NAI   | NAI  |      |

| ID           | CONTENT OF EACH POST            | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA  |
|--------------|---------------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|------|
| SeAnamoni_1  | Ενημέρωση/Call to action        | NAI | NAI   | 462              | 82     | 7        |         | 551  |
| SeAnamoni_2  | Ενημέρωση                       |     |       | 111              | 4      | 2        |         | 117  |
| SeAnamoni_3  | Ενημέρωση/Action                |     |       | 725              | 153    | 8        |         | 886  |
| SeAnamoni_4  | Ενημέρωση/Action                |     |       | 663              | 104    | 11       |         | 778  |
| SeAnamoni_5  | Ενημέρωση/Call to action        | NAI | NAI   | 2300             | 4964   | 76       | 11      | 7351 |
| SeAnamoni_6  | Ενημέρωση/Action                |     |       | 374              | 44     | 5        |         | 423  |
| SeAnamoni_7  | Ενημέρωση/Call to action        | NAI | NAI   | 300              | 63     | 2        | 2       | 367  |
| SeAnamoni_8  | Ενημέρωση                       |     |       | 202              | 24     | 0        |         | 226  |
| SeAnamoni_9  | Ενημέρωση/Action                |     |       | 376              | 83     | 3        |         | 462  |
| SeAnamoni_10 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 268              | 32     | 0        |         | 300  |
| SeAnamoni_11 | Ενημέρωση/Call to action        | NAI | NAI   | 435              | 153    | 3        | 1       | 592  |
| SeAnamoni_12 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 658              | 276    | 24       | 1       | 959  |
| SeAnamoni_13 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 296              | 50     | 1        |         | 347  |
| SeAnamoni_14 | Ενημέρωση                       |     |       | 139              | 4      | 1        | 1       | 145  |
| SeAnamoni_15 | Call to action                  | NAI | NAI   | 357              | 53     | 5        |         | 415  |
| SeAnamoni_16 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 531              | 170    | 9        | 10      | 720  |
| SeAnamoni_17 | Ενημέρωση/Action/Call to action | NAI | NAI   | 1100             | 539    | 21       |         | 1660 |
| SeAnamoni_18 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 328              | 94     | 1        |         | 423  |
| SeAnamoni_19 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 332              | 59     | 4        |         | 395  |
| SeAnamoni_20 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 349              | 48     | 6        | 1       | 404  |
| SeAnamoni_21 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 444              | 70     | 6        | 2       | 522  |
| SeAnamoni_22 | Ενημέρωση                       |     |       | 505              | 92     | 0        |         | 597  |
| SeAnamoni_23 | Ενημέρωση/Action/Call to action | NAI | NAI   | 260              | 53     | 2        |         | 315  |
| SeAnamoni_24 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 365              | 57     | 8        | 6       | 436  |
| SeAnamoni_25 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 199              | 132    | 7        | 4       | 342  |
| SeAnamoni_26 | Ενημέρωση/Action/Call to action | NAI | NAI   | 344              | 99     | 3        | 2       | 448  |
| SeAnamoni_27 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 176              | 23     | 7        | 3       | 209  |
| SeAnamoni_28 | Ενημέρωση/Call to action        | NAI |       | 127              | 32     | 0        |         | 159  |
| SeAnamoni_29 | Ενημέρωση/Call to action        | NAI |       | 252              | 81     | 1        |         | 334  |
| SeAnamoni_30 | Ενημέρωση/Action                |     |       | 133              | 14     | 2        | 1       | 150  |

| ACTION'S NAME  | ID            | DATE       | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|--|---------------|------------|-------|-------|------|------|
| <b>Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας (2.090 like)</b> | ToMyrmigki_1  | 7/4/2016   |       |       | NAI  | NAI  |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_2  | 6/4/2016   | NAI   |       |      |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_3  | 25/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_4  | 22/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_5  | 18/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_6  | 18/3/2016  | NAI   |       |      |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_7  | 1/3/2016   | NAI   |       |      |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_8  | 26/2/2016  | NAI   |       |      |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_9  | 21/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_10 | 20/2/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_11 | 17/2/2016  | NAI   |       |      |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_12 | 16/2/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_13 | 16/2/2016  |       |       |      | NAI  |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_14 | 12/2/2016  | NAI   |       |      |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_15 | 3/2/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_16 | 3/2/2016   | NAI   |       |      |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_17 | 3/2/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_18 | 2/2/2016   | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_19 | 18/1/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_20 | 20/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_21 | 19/12/2015 | NAI   |       |      |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_22 | 19/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_23 | 14/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_24 | 12/12/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_25 | 11/12/2015 | NAI   |       |      |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_26 | 8/12/2015  |       |       |      | NAI  |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_27 | 8/12/2015  | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_28 | 13/11/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_29 | 7/11/2015  | NAI   |       | NAI  |      |
| Το Μυρμήγκι-Δίκτυο αλληλεγγύης της κοινότητας Αθήνας                     | ToMyrmigki_30 | 30/10/2015 |       |       |      | NAI  |

| ID            | CONTENT OF EACH POST | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|---------------|----------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| ToMyrmigki_1  | Ενημέρωση            |     |       | 10               | 1      | 0        |         | 11  |
| ToMyrmigki_2  | Call to action       | NAI |       | 7                | 1      | 0        |         | 8   |
| ToMyrmigki_3  | Call to action       | NAI | NAI   | 14               | 13     | 0        |         | 27  |
| ToMyrmigki_4  | Action               |     |       | 28               | 2      | 0        |         | 30  |
| ToMyrmigki_5  | Call to action       | NAI | NAI   | 42               | 20     | 1        | 2       | 65  |
| ToMyrmigki_6  | Call to action       | NAI | NAI   | 11               | 0      | 0        |         | 11  |
| ToMyrmigki_7  | Call to action       | NAI |       | 6                | 0      | 0        |         | 6   |
| ToMyrmigki_8  | Action               |     |       | 24               | 4      | 0        |         | 28  |
| ToMyrmigki_9  | Action               |     |       | 8                | 1      | 0        |         | 9   |
| ToMyrmigki_10 | Call to action       | NAI |       | 6                | 0      | 0        |         | 6   |
| ToMyrmigki_11 | Call to action       | NAI |       | 15               | 1      | 0        |         | 16  |
| ToMyrmigki_12 | Call to action       | NAI |       | 25               | 12     | 1        |         | 38  |
| ToMyrmigki_13 | Call to action       | NAI |       | 9                | 0      | 0        |         | 9   |
| ToMyrmigki_14 | Άλλο                 |     |       | 22               | 1      | 0        |         | 23  |
| ToMyrmigki_15 | Call to action       | NAI | NAI   | 10               | 4      | 0        |         | 14  |
| ToMyrmigki_16 | Call to action       | NAI | NAI   | 13               | 2      | 0        |         | 15  |
| ToMyrmigki_17 | Ενημέρωση            |     |       | 14               | 0      | 0        |         | 14  |
| ToMyrmigki_18 | Call to action       | NAI | NAI   | 28               | 22     | 1        |         | 51  |
| ToMyrmigki_19 | Ενημέρωση            |     |       | 28               | 2      | 0        |         | 30  |
| ToMyrmigki_20 | Action               |     |       | 18               | 1      | 1        |         | 20  |
| ToMyrmigki_21 | Call to action       | NAI | NAI   | 8                | 1      | 0        |         | 9   |
| ToMyrmigki_22 | Call to action       | NAI | NAI   | 15               | 3      | 0        |         | 18  |
| ToMyrmigki_23 | Call to action       | NAI | NAI   | 19               | 16     | 0        |         | 35  |
| ToMyrmigki_24 | Ενημέρωση/Action     |     |       | 14               | 6      | 0        |         | 20  |
| ToMyrmigki_25 | Call to action       | NAI |       | 15               | 3      | 0        |         | 18  |
| ToMyrmigki_26 | Call to action       | NAI |       | 13               | 0      | 0        |         | 13  |
| ToMyrmigki_27 | Call to action       | NAI |       | 22               | 23     | 1        |         | 46  |
| ToMyrmigki_28 | Call to action       | NAI |       | 12               | 11     | 0        |         | 23  |
| ToMyrmigki_29 | Call to action       | NAI |       | 10               | 1      | 0        |         | 11  |
| ToMyrmigki_30 | Call to action       | NAI |       | 5                | 0      | 0        |         | 5   |

| ACTION'S NAME                 | ID             | DATE       | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|-------------------------------|----------------|------------|-------|-------|------|------|
| <b>Μεσοποταμία (527 like)</b> | Mesopotamia_1  | 9/3/2016   |       |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_2  | 2/3/2016   |       |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_3  | 28/2/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_4  | 22/2/2016  |       |       |      | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_5  | 14/1/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_6  | 26/11/2015 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_7  | 19/11/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_8  | 3/11/2015  | NAI   |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_9  | 1/11/2015  |       |       |      | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_10 | 30/10/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_11 | 26/10/2015 |       |       |      | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_12 | 23/10/2015 | NAI   |       |      |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_13 | 23/10/2015 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_14 | 20/12/2014 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_15 | 10/12/2014 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_16 | 20/11/2014 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_17 | 13/11/2014 | NAI   |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_18 | 5/11/2014  | NAI   |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_19 | 2/11/2014  |       |       | NAI  |      |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_20 | 31/5/2013  |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_21 | 18/5/2013  |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_22 | 3/4/2013   |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_23 | 20/11/2012 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_24 | 19/11/2012 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_25 | 19/11/2012 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_26 | 19/11/2012 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_27 | 19/11/2012 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_28 | 19/11/2012 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_29 | 15/11/2012 |       |       | NAI  | NAI  |
| Μεσοποταμία                   | Mesopotamia_30 | 15/12/2012 |       |       | NAI  | NAI  |

| ID             | CONTENT OF EACH POST               | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|----------------|------------------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| Mesopotamia_1  | Call to action                     | NAI | NAI   | 10               | 18     | 0        |         | 28  |
| Mesopotamia_2  | Call to action                     | NAI | NAI   | 4                | 4      | 0        |         | 8   |
| Mesopotamia_3  | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| Mesopotamia_4  | Call to action                     | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| Mesopotamia_5  | Call to action                     | NAI |       | 5                | 0      | 0        |         | 5   |
| Mesopotamia_6  | Ενημέρωση                          |     |       | 5                | 5      | 0        |         | 10  |
| Mesopotamia_7  | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI | NAI   | 2                | 4      | 0        |         | 6   |
| Mesopotamia_8  | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 2                | 4      | 0        |         | 6   |
| Mesopotamia_9  | Ενημέρωση                          |     |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| Mesopotamia_10 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI | NAI   | 5                | 1      | 0        |         | 6   |
| Mesopotamia_11 | Call to action                     | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| Mesopotamia_12 | Call to action                     | NAI |       | 8                | 3      | 0        |         | 11  |
| Mesopotamia_13 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 5                | 1      | 0        |         | 6   |
| Mesopotamia_14 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI | NAI   | 3                | 2      | 0        |         | 5   |
| Mesopotamia_15 | Call to action                     | NAI |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| Mesopotamia_16 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI | NAI   | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| Mesopotamia_17 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI | NAI   | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| Mesopotamia_18 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI | NAI   | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| Mesopotamia_19 | Ενημέρωση/Action/Call to action    | NAI | NAI   | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| Mesopotamia_20 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 1                | 2      | 0        |         | 3   |
| Mesopotamia_21 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| Mesopotamia_22 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 1                | 0      | 0        |         | 1   |
| Mesopotamia_23 | Ενημέρωση/Action                   |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| Mesopotamia_24 | Ενημέρωση                          |     |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| Mesopotamia_25 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| Mesopotamia_26 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| Mesopotamia_27 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI | NAI   | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| Mesopotamia_28 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| Mesopotamia_29 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |
| Mesopotamia_30 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI |       | 0                | 0      | 0        |         | 0   |

| ACTION'S NAME  | ID                 | DATE      | PHOTO | VIDEO | TEXT | LINK |
|--|--------------------|-----------|-------|-------|------|------|
| <b>Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού (6.553 like)</b> | StekiMetanaston_1  | 7/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_2  | 5/4/2016  | NAI   |       |      |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_3  | 5/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_4  | 4/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_5  | 1/4/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_6  | 31/3/2016 |       | NAI   | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_7  | 29/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_8  | 28/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_9  | 22/3/2016 |       | NAI   | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_10 | 22/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_11 | 21/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_12 | 19/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_13 | 17/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_14 | 17/3/2016 |       | NAI   | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_15 | 16/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_16 | 15/3/2016 |       |       |      | NAI  |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_17 | 14/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_18 | 10/3/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_19 | 8/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_20 | 8/3/2016  |       |       |      | NAI  |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_21 | 7/3/2016  | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_22 | 4/3/2016  |       |       | NAI  | NAI  |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_23 | 29/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_24 | 28/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_25 | 23/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_26 | 18/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_27 | 17/2/2016 | NAI   |       |      |      |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_28 | 17/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_29 | 16/2/2016 |       |       |      | NAI  |
| Στέκι Μεταναστών-Κοινωνικό Κέντρο-Τσαμαδού                     | StekiMetanaston_30 | 16/2/2016 | NAI   |       | NAI  |      |



| ID                 | CONTENT OF EACH POST               | CTA | RELEV | REACTIONS (LIKE) | SHARES | COMMENTS | REPLIES | ASA |
|--------------------|------------------------------------|-----|-------|------------------|--------|----------|---------|-----|
| StekiMetanaston_1  | Call to action                     | NAI |       | 23               | 2      | 1        |         | 26  |
| StekiMetanaston_2  | Call to action                     | NAI |       | 8                | 0      | 0        |         | 8   |
| StekiMetanaston_3  | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI | NAI   | 10               | 0      | 1        |         | 11  |
| StekiMetanaston_4  | Καταγγελία                         |     |       | 43               | 17     | 3        |         | 63  |
| StekiMetanaston_5  | Καταγγελία                         |     |       | 11               | 1      | 0        |         | 12  |
| StekiMetanaston_6  | Άλλο                               |     |       | 5                | 1      | 0        |         | 6   |
| StekiMetanaston_7  | Ενημέρωση/Καταγγελία               |     |       | 7                | 3      | 0        |         | 10  |
| StekiMetanaston_8  | Call to action                     | NAI |       | 2                | 0      | 0        |         | 2   |
| StekiMetanaston_9  | Ενημέρωση/Call to action           | NAI | NAI   | 7                | 20     | 1        | 1       | 29  |
| StekiMetanaston_10 | Action                             |     |       | 23               | 0      | 0        |         | 23  |
| StekiMetanaston_11 | Ενημέρωση                          |     |       | 11               | 1      | 0        |         | 12  |
| StekiMetanaston_12 | Action                             |     |       | 42               | 0      | 0        |         | 42  |
| StekiMetanaston_13 | Call to action                     | NAI |       | 40               | 1      | 0        |         | 41  |
| StekiMetanaston_14 | Καταγγελία                         |     |       | 3                | 1      | 0        |         | 4   |
| StekiMetanaston_15 | Ενημέρωση/Call to action           | NAI | NAI   | 22               | 2      | 0        |         | 24  |
| StekiMetanaston_16 | Ενημέρωση                          |     |       | 3                | 0      | 0        |         | 3   |
| StekiMetanaston_17 | Καταγγελία                         |     |       | 8                | 2      | 0        |         | 10  |
| StekiMetanaston_18 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI |       | 11               | 2      | 0        |         | 13  |
| StekiMetanaston_19 | Ενημέρωση                          |     |       | 17               | 0      | 0        |         | 17  |
| StekiMetanaston_20 | Ενημέρωση                          |     |       | 4                | 0      | 0        |         | 4   |
| StekiMetanaston_21 | Ενημέρωση                          |     |       | 189              | 41     | 2        |         | 232 |
| StekiMetanaston_22 | Ενημέρωση/Καταγγελία               |     |       | 7                | 0      | 0        |         | 7   |
| StekiMetanaston_23 | Call to action                     | NAI |       | 7                | 1      | 0        |         | 8   |
| StekiMetanaston_24 | Καταγγελία                         |     |       | 41               | 1      | 0        |         | 42  |
| StekiMetanaston_25 | Ενημέρωση                          |     |       | 11               | 2      | 0        |         | 13  |
| StekiMetanaston_26 | Ενημέρωση/ψυχαγωγία/call to action | NAI | NAI   | 13               | 0      | 0        |         | 13  |
| StekiMetanaston_27 | Call to action                     | NAI |       | 15               | 1      | 0        |         | 16  |
| StekiMetanaston_28 | Καταγγελία                         |     |       | 33               | 0      | 0        |         | 33  |
| StekiMetanaston_29 | Καταγγελία                         |     |       | 18               | 1      | 0        |         | 19  |
| StekiMetanaston_30 | Άλλο                               |     |       | 24               | 1      | 0        |         | 25  |