

Διομαδικές ταυτότητες και διαδίκτυο

Αντώνης Γαρδικιώτης

*Καθηγητής Κοινωνικής Ψυχολογίας και ΜΜΕ,
Διευθυντής Εργαστηρίου Κοινωνικών Μέσων,
Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ, ΑΠΘ*

Στόχοι και δομή της διάλεξης

Ερωτήματα

- *Ποιος ο ρόλος της ταυτότητας των χρηστών στη διαδικτυακή επικοινωνία;*
- *Όταν επικοινωνούν διαδικτυακά, το κάνουν ως άτομα ή ως μέλη κοινωνικών ομάδων;*
- *Ποιες οι συνέπειες για τη διαδικτυακή επικοινωνία;*

Στόχοι και δομή της διάλεξης

Δομή

- Κοινωνική – ατομική ταυτότητα
- Διομαδική επικοινωνία
- Μέσα ‘κοινωνικής’ δικτύωσης
- Θεωρίες διαδικτυακής επικοινωνίας
 - *Θεωρία Υπερπροσωπικής Επικοινωνίας*
 - *Μοντέλο Κοινωνικής ταυτότητας των Απεξατομικευμένων Επιδράσεων*

Θεωρητικό πλαίσιο

Ταυτότητα και διαδικτυακή επικοινωνία

Διάκριση μεταξύ **ατομικής** ταυτότητας (εαυτός ως άτομο) και **κοινωνικής** ταυτότητας (εαυτός ως μέλος μιας ομάδας).

- Ορισμός εαυτού σύμφωνα με τα ιδιοσυγκρασιακά χαρακτηριστικά (εγώ όπως διαφέρω από τους άλλους)
- Ορισμός εαυτού σύμφωνα με τα κοινά χαρακτηριστικά των μελών μιας ομάδας (εμείς της Χ κοινωνικής ομάδας, όπως διαφέρουμε από άλλες ομάδες)

Ταυτότητα και διαδικτυακή επικοινωνία

Θεωρία κοινωνικής ταυτότητας (Tajfel, 1981)

Κοινωνική ταυτότητα: η όψη της αυτοαντίληψης που απορρέει από τις κοινωνικές κατηγορίες στις οποίες ανήκει το άτομο.

*«...το κομμάτι του εαυτού που απορρέει από τη **γνώση** του ατόμου ότι αποτελεί μέρος μιας κοινωνικής ομάδας (ή ομάδων) μαζί με την αξία και τη **συναισθηματική σημασία** που αποδίδονται σε αυτή την ιδιότητα του ανήκειν» (Tajfel, 1981, p. 255).*

Αξία κατηγορίας αντανακλάται στα μέλη, επηρεάζει την αυτοεκτίμηση. Άτομα κίνητρο για διατήρηση ή απόκτηση θετικής αυτοεκτίμησης.

- **Ενδοομαδική μεροληψία** : Δημιουργία θετικής διαφοράς μεταξύ ενδοομάδας και εξωομάδας [ή *διομαδική εύνοια*]

Ταυτότητα και διαδικτυακή επικοινωνία

Συνέπειες ενεργοποίησης ταυτότητας:

- Όταν είναι ενεργοποιημένη η **ατομική**, τότε σκέψη και συμπεριφορά στη βάση των ατομικών χαρακτηριστικών (προσωπικότητα, στάσεις κλπ.)
 - **Επικοινωνία** στη βάση ατομικών χαρακτηριστικών (π.χ. προτιμήσεων).
- Όταν είναι ενεργοποιημένη η **κοινωνική**, τότε εκδήλωση ομαδικών συμπεριφορών, δηλαδή σύμφωνα με τους κοινωνικούς κανόνες (π.χ. στερεότυπα)
 - **Επικοινωνία**: π.χ. χρήση διαλέκτου.

Ταυτότητα και διαδικτυακή επικοινωνία

Θεωρία αυτοκατηγοριοποίησης (Turner, et al. 1987)

(έμφαση γνωστική): αυτοκατηγοριοποίηση σε διαφορετικά επίπεδα αφαίρεσης.

- *Διατομικό*: ως μοναδικό άτομο διαφορετικό από άλλα
- *Διομαδικό*: βάση ομοιότητες κ διαφορές ατόμων ως μέλη διαφορετικών κοινωνικών ομάδων.
- *Υπερκείμενο*: περισσότερο περιεκτικό (επικέντρωση στις ομοιότητες)

Ταυτότητα και διαδικτυακή επικοινωνία

Θεωρία αυτοκατηγοριοποίησης (Turner, et al. 1987)
Κατηγοριοποίηση: εξαρτάται από το λόγο της μετα-αντίθεσης:

Μέσος όρος αντιλαμβανόμενων διαφορών μεταξύ μελών που ανήκουν σε διαφορετικές ομάδες
(Μ.Ο. διακατηγορικών διαφορών)

Μέσος όρος αντιλαμβανόμενων διαφορών μεταξύ μελών που ανήκουν στην ίδια ομάδα
(Μ.Ο. ενδοκατηγορικών διαφορών)

Ταυτότητα και διαδικτυακή επικοινωνία

Θεωρία αυτοκατηγοριοποίησης (Turner, et al. 1987)

Όταν αυτοκατηγοριοποίηση συντελείται στο διομαδικό επίπεδο => **αποπροσωποποίηση**

- Αντίληψη εαυτού ως ανταλλάξιμο-αντικαταστάσιμο μέλος μέσα στην ενδοομάδα.
- Το άτομο συμπεριφέρεται με τρόπους που ακολουθούν τους κανόνες της ομάδας.

Ταυτότητα και διαδικτυακή επικοινωνία

Θεωρία αυτοκατηγοριοποίησης (Turner, et al. 1987)

Ευκρίνεια (salience) αυτοκατηγοριοποίησης: εξαρτάται από το πόσο προσιτή (accessible) είναι η κατηγορία.

- **Ευκρινείς κατηγορίες:**

- (α) χρόνια προσβάσιμες και/ή

- (β) προσβάσιμες στο παρόν κοινωνικό πλαίσιο ενεργοποιούνται εάν ερμηνεύουν καλά την κατάσταση

- (i) εξηγώντας τις ομοιότητες και διαφορές μεταξύ των ανθρώπων (δόμηση) και

- (ii) εξηγώντας το λόγο που οι άνθρωποι συμπεριφέρονται με το συγκεκριμένο τρόπο, ακολουθούν τις νόρμες (κανονιστική).

Διομαδική Επικοινωνία

Διομαδικές ταυτότητες και επικοινωνία

Διομαδική επικοινωνία

- Όταν τα άτομα σε μία αλληλεπίδραση (βλ. επικοινωνία) ορίζουν εαυτούς ή άλλους με όρους κοινωνικής κατηγοριοποίησης.
- Όταν η κοινωνική ταυτότητα (και όχι η ατομική) είναι ευκρινής (salient).

Διομαδικές ταυτότητες και επικοινωνία

Διομαδική επικοινωνία

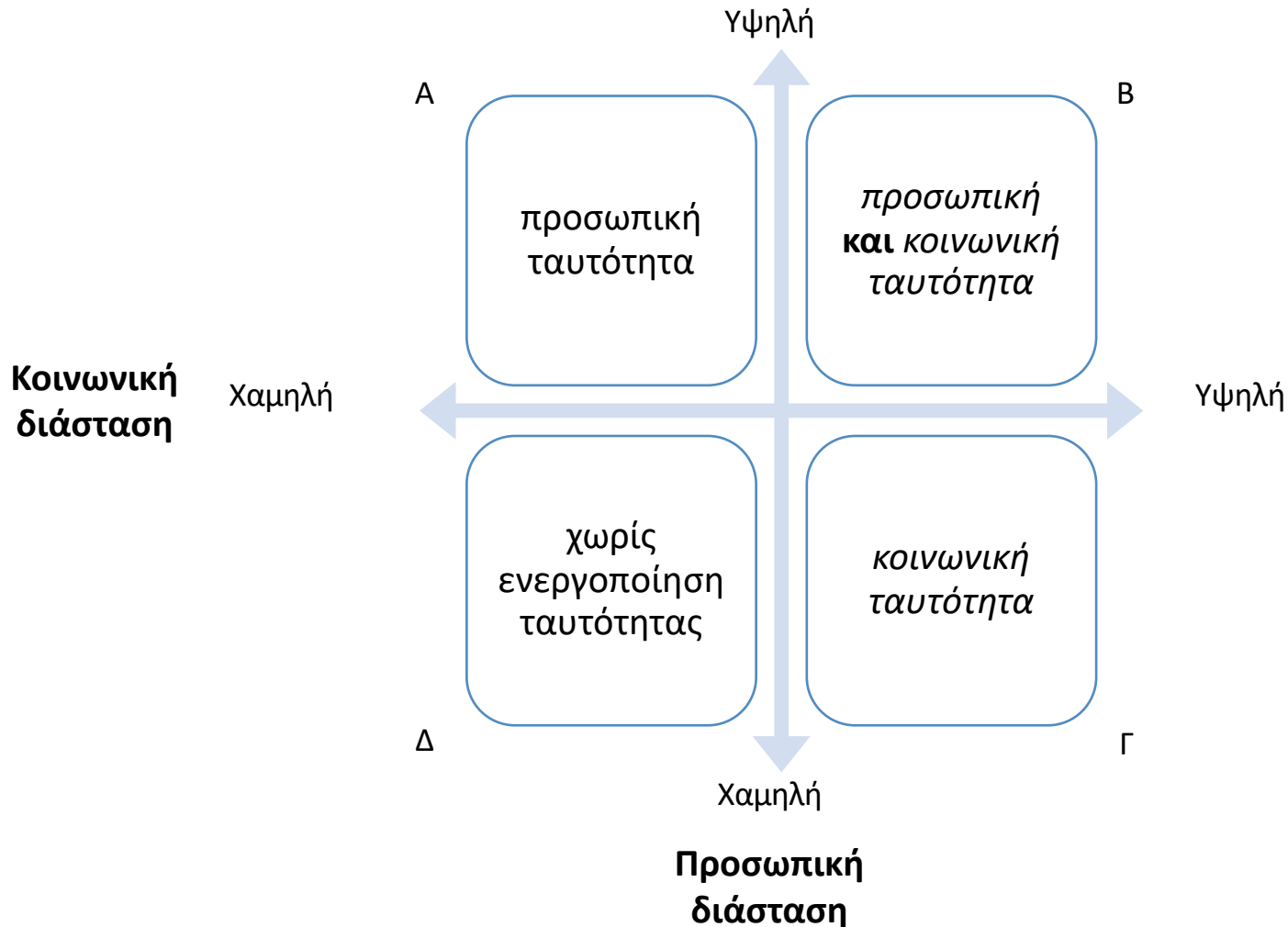
Σημαντικό:

- η διομαδική επικοινωνία δεν συμβαίνει απλά μεταξύ ομάδων. Συμβαίνει όταν η μετάδοση ή πρόσληψη μηνυμάτων επηρεάζεται από τις κοινωνικές κατηγοριοποιήσεις των ατόμων.

Διομαδικές ταυτότητες και επικοινωνία

- **Διαπροσωπική – διομαδική επικοινωνία**
- Δύο ορθογώνιες διαστάσεις.

Ενεργοποίηση προσωπικής ή/και κοινωνικής ταυτότητας σύμφωνα με τη Διομαδική Επικοινωνία (βασισμένο σε Harwood et al., 2005)



Διομαδικές ταυτότητες και επικοινωνία

1° τεταρτημόριο: υψηλή διαπροσωπική και χαμηλή διομαδική ευκρίνεια. [**Προσωπική Ταυτότητα**]

- π.χ. δύο φίλοι συζητούν για ένα γεγονός του παρελθόντος
- Π.χ. αποστολή προσωπικού μηνύματος σε φίλο στα ΜΚΔ

Διομαδικές ταυτότητες και επικοινωνία

2^ο τεταρτημόριο: και οι δύο υψηλή ευκρίνεια.
Αλληλεπίδραση διαπροσωπική αλλά
ταυτόχρονα θεώρηση διομαδικών διαφορών
[Προσωπική **και** κοινωνική ταυτότητα]

- π.χ. ο γιος μιλά στον πατέρα για τη σεξουαλική του ταυτότητα ή συζήτηση μεταξύ αντρόγυνου με διαφορετικές θρησκευτικές πεποιθήσεις για τις θρησκευτικά θέματα
- επικοινωνία στη μαζική-προσωπική επικοινωνία, π.χ. μήνυμα προς φίλο στα ΜΚΔ δημόσιο σε όλους

Διομαδικές ταυτότητες και επικοινωνία

3^ο τεταρτημόριο: υψηλή διομαδική και χαμηλή διαπροσωπική ευκρίνεια. [**Κοινωνική ταυτότητα**]

- π.χ. 'επικοινωνία' οπαδών στο γήπεδο
- Π.χ. δημόσια ανάρτηση στα ΜΚΔ για την εκλογική νίκη του πολιτικού κόμματος που υποστηρίζω

Διομαδικές ταυτότητες και επικοινωνία

4^ο τεταρτημόριο: χαμηλή διομαδική και διαπροσωπική. Καμία χρήση (ή κίνητρο για χρήση) σχετικής πληροφορίας (οι πιο σπάνιες αλληλεπιδράσεις). Αλληλεπίδραση 'απροσεξίας' (mindlessness)

- π.χ. σε μία συναλλαγή σε υπηρεσία
- Π.χ. κύλιση (scrolling) ή ψηφιακή περιήγηση χωρίς προσοχή

Διομαδικές ταυτότητες και επικοινωνία

Γενικά:

- αρνητική συσχέτιση μεταξύ διαπροσωπικού-διομαδικού
- είναι δυνατόν μια επικοινωνία να μεταφέρεται από το ένα τεταρτημόριο στο άλλο.

*Μέσα κοινωνικής δικτύωσης
και επίπεδα κατηγοριοποίησης*

Μέσα επικοινωνίας και κατηγοριοποίηση

- **Διαπροσωπική επικοινωνία:** ιδιωτική και προσωποποιημένη, πρόσωπο με πρόσωπο, τηλέφωνο, προσωπικό μήνυμα στο fb.
- **Μαζική επικοινωνία:** μαζική και προσβάσιμη, παραδοσιακά μέσα, youtube, blog.
- **Μαζική-προσωπική (masspersonal) επικοινωνία.**
 - Δημόσια πρόσληψη προσωποποιημένων μηνυμάτων.
 - Προσωποποιημένα μηνύματα προς κάποιον ή κάποιους αποδεκτές, όμως προσβάσιμα σε ένα συχνά αδιαφοροποίητο κοινό (O'Sullivan & Carr, 2018)
 - Χαρακτηριστικά τα ΜΚΔ αλλά όχι μόνο

Μέσα επικοινωνίας και κατηγοριοποίηση

Σύγχρονη προσέγγιση

Μαζική-προσωπική (masspersonal) επικοινωνία.

- a) χρήση μαζικών καναλιών για διαπροσωπική επικοινωνία (π.χ. οθόνη σταδίου για πρόταση γάμου),
- b) χρήση καναλιών διαπροσωπικής επικοινωνίας για μαζική επικοινωνία (π.χ. τηλεφωνική κλήση σε ραδιόφωνο on-air)
- c) εμπλοκή ταυτόχρονα σε μαζική και διαπροσωπική επικοινωνία (π.χ. χρόνια πολλά δημόσια σε κάποιον στο fb ή μια ανάρτηση μιας φωτο μιας ομάδας)
 - Έμφαση στα χαρακτηριστικά των μηνυμάτων και της διαμεσολαβημένης επικοινωνίας και όχι σε αυτά των συγκεκριμένων κάθε φορά μέσων επικοινωνίας.

Μέσα επικοινωνίας και κατηγοριοποίηση

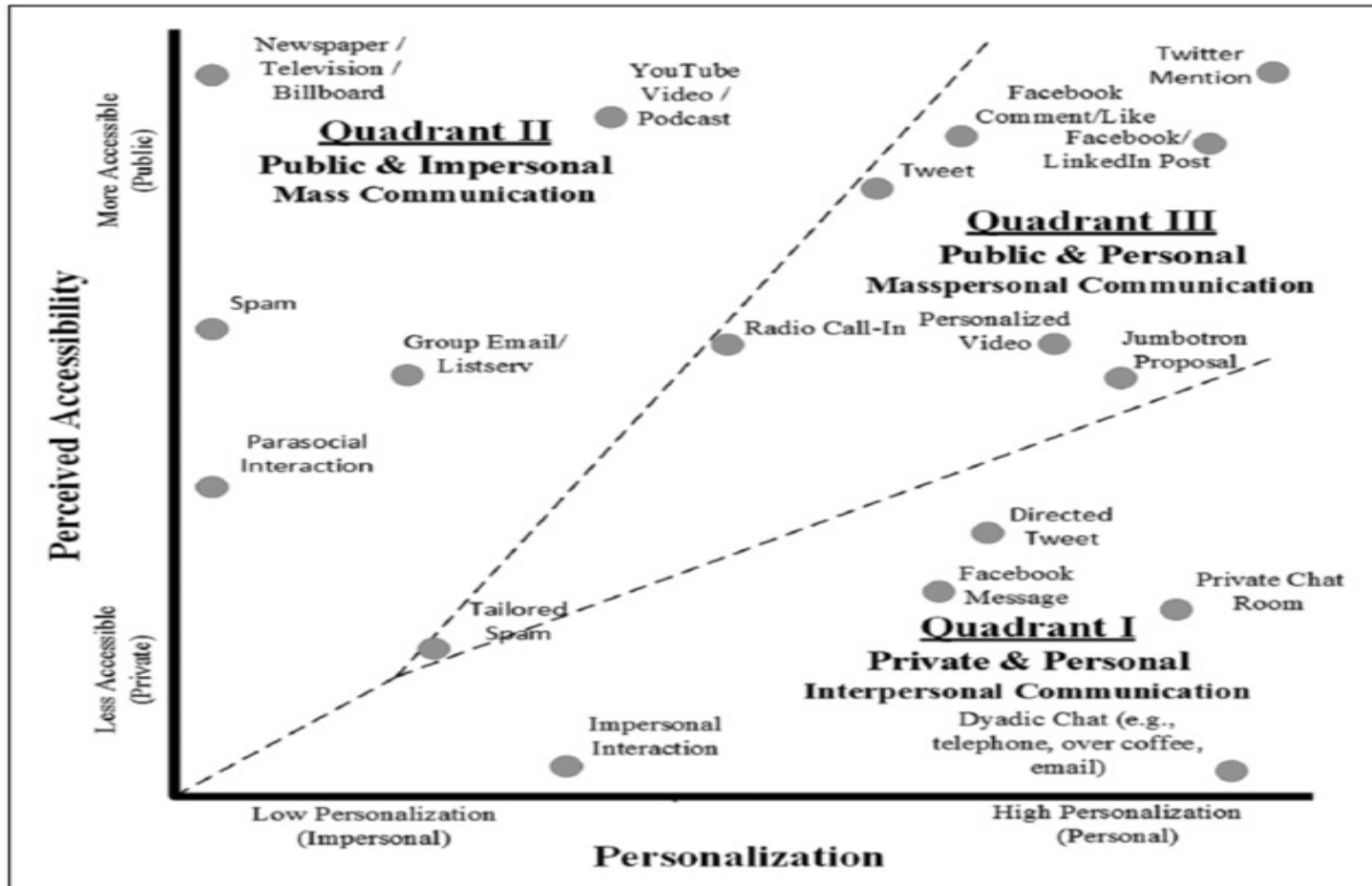


Figure 1. The masspersonal communication model, with illustrative communicative episodes. The placement of dividing lines and specific communicative episodes here is primarily for visualization and illustrative purposes, and may not reflect exact placements or demarcation points.

Θεωρίες διαδικτυακής επικοινωνίας

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Θεωρία της υπερπροσωπικής επικοινωνίας (*Hyperpersonal communication theory*, Walther et al., 2015).

- Υιοθετεί μια λειτουργική (functional) προσέγγιση:
 - τα σήματα από διαφορετικά επικοινωνιακά συστήματα (λεκτικά ή μη-λεκτικά) αλληλοσυμπληρώνονται, είναι αντιφατικά μεταξύ τους, ή επαναλαμβάνονται (Burgoon et al., 1988).
- *οι άνθρωποι μπορούν να αναπτύξουν μέσω της διαδικτυακής επικοινωνίας σχέσεις ικανοποιητικές και άμεσες,*
 - ίσως και σε μεγαλύτερο βαθμό από την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή.
- **Αίτιο:** έλεγχος και δυνατότητα επιλεκτικής αυτοπαρουσίας.

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Διαστάσεις διαδικτυακής επικοινωνίας

- **Εξιδανίκευση:** αποδέκτες συμπληρώνουν συχνά τα κενά με άλλα, ιδεατά χαρακτηριστικά διαμορφώνοντας έτσι μια θετική εντύπωση για τους αποστολείς των μηνυμάτων.
- **Επιλεκτική αυτοπαρουσίαση:** οι χρήστες επιλέγουν να παρουσιάσουν τα χαρακτηριστικά που επιθυμούν και όχι άλλα που θεωρούν ότι θα αξιολογηθούν αρνητικά από τους αποδέκτες.
 - στην ακραία της μορφή μπορεί να συνδεθεί ακόμη και με την εξαπάτηση.

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

- **Κανάλι.** οι χρήστες έχουν χρόνο να επιλέξουν προσεκτικά τα στοιχεία εκείνα που επιθυμούν να συμπεριλάβουν στο μήνυμα. Επίσης, μπορούν να αλλάξουν ή να ξαναγράψουν τα μηνύματά τους.
- **Ανάδραση.** Οι προηγούμενες διαστάσεις λειτουργούν ενισχυτικά η μία προς την άλλη δημιουργώντας ένα σύστημα ανάδρασης που επιτείνει την επιρροή της κάθε διάστασης στην εντύπωση.
 - Π.χ. αυτοεκπληρούμενη προφητεία. Ο αποδέκτης εξιδανικεύει τα χαρακτηριστικά του αποστολέα και διαμορφώνει ανάλογα μηνύματα. Η εξιδανικευμένη αυτή εικόνα λοιπόν κινητοποιεί το άλλο άτομο να συμπεριφερθεί με τέτοιο τρόπο ώστε να επιβεβαιώσει τις προσδοκίες.

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Θεωρία της υπερπροσωπικής επικοινωνίας

Συμπερασματικά:

- *Η διαδικτυακή επικοινωνία μπορεί να οδηγήσει ακόμη και σε **καλύτερα αποτελέσματα** (από τη διαπροσωπική Ε) λόγω του μεγαλύτερου **ελέγχου** της επικοινωνίας*
- *Η διαδικτυακή επικοινωνία είναι **δυναμική** αναπτύσσεται στο **χρόνο**.*
- *Η διαδικτυακή επικοινωνία χαρακτηρίζεται από **συμπληρωματικότητα** των σημάτων (**λειτουργική προσέγγιση**)*

Κριτική:

- *Εστίαση στο **άτομο** (κίνητρα κλπ.)*

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Όμως: όταν οι χρήστες επικοινωνούν διαδικτυακά το κάνουν ως άτομα ή ως κοινωνικά όντα (δηλαδή ως μέλη κοινωνικών ομάδων;)

- Προφανώς και με τους δύο τρόπους, αλλά μέσω ποιων (ψυχολογικών) μηχανισμών;

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Μοντέλο κοινωνικής ταυτότητας των απεξατομικευμένων επιδράσεων (*Social identity model of deindividuation effects, SIDE, Spears & Postmes, 2015*).

- Ενώ ο Walther πρότεινε ότι ο χρόνος μάλλον βελτιώνει την διαδικτυακή αλληλεπίδραση,
- Το SIDE προτείνει ότι αυτό εξαρτάται από το ποιες πληροφορίες σχετικά με τις ταυτότητες των ατόμων είναι ευκρινείς/ορατές

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Επιρροή στο διαδίκτυο (Postmes et al., 2002)

Συγκλίνουν οι ατομικές εκτιμήσεις, στάσεις όταν η αλληλεπίδραση online;

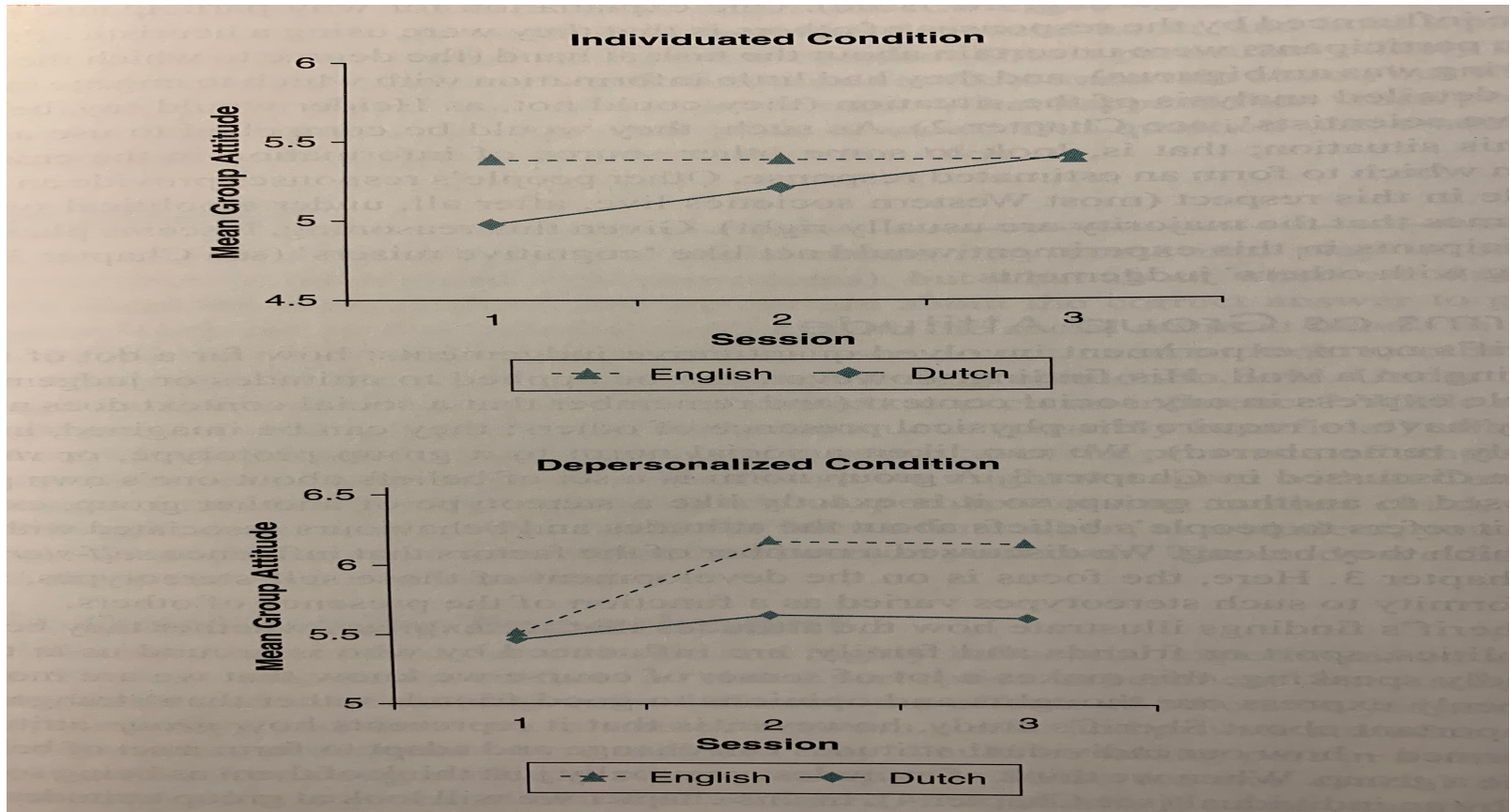
- Συζήτηση (θέματα: νομιμοποίηση ναρκωτικών, έρευνα για την ομοφυλοφιλία, μοναρχία) σε 3 συναντήσεις και μέτρηση στάσεων.

Πειραματικός χειρισμός:

- Συνθήκη **αποπροσωποποίησης** (ή και κοινωνικής ταυτότητας): κάθε άτομο με την εθνικότητα του (Βρετανός, Δανός) και τα αρχικά του.
- Συνθήκη **εξατομίκευσης** (ή ατομικής ταυτότητας): εθνικότητα, το όνομα, φωτογραφία

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Επιρροή στο διαδίκτυο (Postmes et al., 2002)



Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Επιρροή στο διαδίκτυο (Postmes et al., 2002)

- Εξατομίκευση: φαινόμενο σύγκλισης.
- Κοινωνική ταυτότητα: απόκλιση σε ατομικό επίπεδο και σύγκλιση σε κοινωνικό.

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Μοντέλο κοινωνικής ταυτότητας των απεξατομικευμένων επιδράσεων (*Social identity model of deindividuation effects, SIDE, Spears & Postmes, 2015*).

- τα χαρακτηριστικά της διαδικτυακής επικοινωνίας (π.χ., η ανωνυμία) αλληλεπιδρούν με τις ταυτότητες των χρηστών και οδηγούν σε μια περισσότερο ή λιγότερο διαπροσωπική ή διομαδική αλληλεπίδραση.

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Θεωρητικό σχόλιο:

- Ούτε τα χαρακτηριστικά της διαδικτυακής επικοινωνίας από μόνα τους καθορίζουν το ποιες ταυτότητες (ατομικές ή κοινωνικές) και με ποιο περιεχόμενο ενεργοποιούνται, αλλά ούτε και οι ταυτότητες από μόνες τους καθορίζουν το ποια αποτελέσματα θα έχει η τεχνολογία.
 - [Αποφυγή του **τεχνολογικού ντετερμινισμού** (δηλαδή η τεχνολογία καθορίζει τα αποτελέσματα της επικοινωνίας ανεξάρτητα από το κοινωνικό πλαίσιο) και του **κοινωνικού ντετερμινισμού** (το κοινωνικό στοιχείο καθορίζει τα αποτελέσματα της επικοινωνίας ανεξάρτητα από τα χαρακτηριστικά της επικοινωνίας)].

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

Σημασία έχει το ποιες όψεις των αλληλεπιδρώντων είναι ευκρινείς (ορατές) κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας.

- Όταν λόγω χαρακτηριστικών της τεχνολογίας (π.χ., ανωνυμία, ή ορατή κάποια κοινωνική ταυτότητα) αναδύεται το κοινωνικό πλαίσιο, αυτό οδηγεί στην **ενεργοποίηση της κοινωνικής ταυτότητας**.

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

- Κεντρικές διαδικασίες SIDE
 - **Αποπροσωποποίηση** (depersonalization): το άτομο βλέπει τους άλλους, αλλά και τον ίδιο, με όρους των κανόνων και των στερεοτύπων της ομάδας, *‘είναι σαν τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας’*.
 - **Ευκρίνεια** (salience), δηλαδή το κατά πόσο είναι ορατή η κοινωνική ταυτότητα ή οι όψεις της, και
 - **Βαθμός ταύτισης**, δηλαδή το πόσο ψυχολογικά σημαντική είναι η κοινωνική ομάδα για το άτομο.

Θεωρία διαδικτυακής επικοινωνίας

- Τα παραπάνω: **γνωστικές** επιδράσεις της τεχνολογίας,
 - δηλαδή η τεχνολογία μπορεί να κάνει προσωπικά ή κοινωνικά χαρακτηριστικά των αλληλεπιδρώντων περισσότερο ή λιγότερο **ευκρινή** (δημιουργώντας ένα διαπροσωπικό ή διομαδικό πλαίσιο επικοινωνίας).
- Όμως και **στρατηγική** διάσταση της τεχνολογίας. Οι αλληλεπιδρώντες **επιλέγουν** να χρησιμοποιήσουν κάποια χαρακτηριστικά των μέσων (π.χ. έλλειψη εικονικής πληροφορίας) για διομαδικούς στόχους.
 - Για παράδειγμα, μπορούν να επικοινωνήσουν *καλυπτόμενοι* πίσω από την ανωνυμία.
 - Ή διαφορετικά, για να επικοινωνήσουν τα μέλη της ενδοομάδας, *ενισχύοντας την αλληλεγγύη και τη συνοχή* μεταξύ τους.

Ενδεικτική βιβλιογραφία

- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.
- Daskalaki, E., Psaroudaki, K., Karkanaki, M., & Fragopoulou, P. (2020). Understanding the online behavior and risks of children: results of a large-scale national survey on 10-18 year olds. *arXiv preprint arXiv:2008.10274*.
- George, M. J., & Odgers, C. L. (2015). Seven fears and the science of how mobile technologies may be influencing adolescents in the digital age. *Perspectives on psychological science*, 10(6), 832-851.
- Kozyreva, A., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2020). Citizens versus the internet: Confronting digital challenges with cognitive tools. *Psychological Science in the Public Interest*, 21(3), 103-156.
- Lee, S. J. (2009). Online communication and adolescent social ties: Who benefits more from Internet use?. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3), 509-531.
- O'Sullivan, P. B., & Carr, C. T. (2018). Masspersonal communication: A model bridging the mass-interpersonal divide. *New Media & Society*, 20(3), 1161-1180.