



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ ΚΑΙ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Αποτύπωση και Ανάλυση Αδόμητου Διαλόγου Στον Παγκόσμιο Ιστό με τη βοήθεια της Δομημένης Επιχειρηματολογίας

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Λυκούδης Ηλίας

Επιβλέπων : Δημήτριος Ασκούνης

Αναπληρωτής Καθηγητής Ε.Μ.Π.

Αθήνα, Φεβρουάριος 2014



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ ΚΑΙ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Αποτύπωση και Ανάλυση Αδόμητου Διαλόγου Στον Παγκόσμιο Ιστό με τη βοήθεια της Δομημένης Επιχειρηματολογίας

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Λυκούδης Ηλίας

Επιβλέπων : Δημήτριος Ασκούνης

Αναπληρωτής Καθηγητής Ε.Μ.Π

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή την **14^η Απριλίου 2014**.

.....
Δημήτριος Ασκούνης

.....
Ιωάννης Ψαρράς

.....
Βασίλειος Ασημακόπουλος

Αθήνα, Φεβρουάριος 2014

.....

Λυκούδης Ηλίας

Διπλωματούχος Ηλεκτρολόγος Μηχανικός και Μηχανικός Υπολογιστών Ε.Μ.Π.

Copyright © ΛΥΚΟΥΔΗΣ ΗΛΙΑΣ, 2014

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής είναι η ανάλυση και η αποτύπωση των αδόμητων διαλόγων στον Παγκόσμιο Ιστό και η πιθανή συσχέτισή τους με τους κανόνες της δομημένης επιχειρηματολογίας, όπως αυτή έχει θεσπιστεί από αξιόλογους αναλυτές. Εξετάζονται σε βάθος επιλεγμένες διαδικτυακές συζητήσεις, όπως αυτές βρέθηκαν, ακέραιες και απaráλλακτες σε πραγματικό χρόνο. Επίσης εξετάζονται και αναλύονται βήμα-βήμα όλοι οι σχολιασμοί των συμμετεχόντων χρησιμοποιώντας τα μοντέλα της επιχειρηματολογίας.

Στο Κεφάλαιο 1, γίνεται μία εισαγωγή στη διπλωματική εργασία, αναλύοντας το αντικείμενο, το σκοπό και τις φάσεις υλοποίησής της.

Στο Κεφάλαιο 2, γίνεται μία ανάλυση των επικρατέστερων θεωριών της δομημένης επιχειρηματολογίας. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην επεξήγηση του μοντέλου Toulmin που αποτελεί το πλέον αποδεκτό μοντέλο επιχειρηματολογίας καθώς και αναλύονται τα σχήματα επιχειρηματολογίας και οι επικρατέστεροι τύποι διαλόγου.

Στο Κεφάλαιο 3, γίνεται μία εκτενής παρουσίαση του διαδικτύου και κυρίως των ιστοχώρων που μπορούν να φιλοξενηθούν σχολιασμοί, διάλογοι και γενικότερα που μπορεί να υπάρξει υποτυπώδης επιχειρηματολογία. Επίσης, σε ξεχωριστό υποκεφάλαιο εξετάζεται η ελευθερία έκφρασης στο διαδίκτυο και ο ρόλος του στην άντληση πληροφοριών και διαμόρφωση κοινής γνώμης.

Στο Κεφάλαιο 4, γίνεται η παράθεση της διεξαγόμενης έρευνας, παρουσιάζοντας 3 διαφορετικούς επιλεγμένους διαλόγους και αναλύοντάς τους σύμφωνα με τους κανόνες επιχειρηματολογίας. Παρουσιάζεται η τροποποίηση κεντρικών θέσεων σύμφωνα με το μοντέλο Toulmin, αναλύονται ανάλογα με τα σχήματα επιχειρηματολογίας και διακρίνεται ο τύπος διαλόγου. Τα συμπεράσματα αποτυπώνονται οπτικά με την βοήθεια του *debategraph.org* και στατιστικών πινάκων. Σε κάθε έρευνα παρατίθενται και τα ανάλογα συμπεράσματα.

Στο Κεφάλαιο 5, δίνονται τα συγκεντρωτικά αριθμητικά αποτελέσματα, εξάγονται τα συμπεράσματα της ολικής έρευνας και αναγράφονται οι τομείς που θα ήταν δυνατό να ασχοληθούν με την επέκταση της συγκεκριμένης έρευνας. Εκφράζονται πιθανές μελλοντικές αναζητήσεις στον τομέα της διαδικτυακής επιχειρηματολογίας.

Λέξεις Κλειδιά: web 2.0, δομημένη επιχειρηματολογία, μοντέλο τούλμιν, σχήματα επιχειρηματολογίας, διαδίκτυο, ελευθερία έκφρασης στο διαδίκτυο

Abstract

The purpose of diploma thesis at hand is the analysis of unstructured dialogues on the web as well as the possible correlation with the rules of structured argumentation, as these were established by notable analysts. The selected online discussions are deeply examined in real time with accuracy and precision. Moreover, all comments of the participants are not only reviewed, but also analyzed step by step using models of argumentation.

In Chapter 1, an introduction is presented analyzing the object, the purpose and all implementation stages of this particular diploma thesis.

Chapter 2 starts with the analysis of the most prevailing theories of structured arguments. Particular emphasis is given to explain the Toulmin model, which is the most widely accepted model of argument. Afterwards, all argumentation shapes, as well as the dominant types of dialogue are being analysed.

Chapter 3 constitutes a comprehensive presentation of the internet and especially of websites where not only comments, but also dialogues, can be hosted and generally where any reader can come up with rudimentary argumentation. In addition, in a separate subsection, the freedom of expression on the internet is being examined, as well as its role on gathering information and shaping public opinion.

In Chapter 4, the main presentation of this particular research is being made by presenting the 3 different selected dialogues and thereupon by analyzing them according to the rules of argumentation. Specifically, the modified central positions in accordance with the model Toulmin are being stated and analyzed according to the shapes arguments and then the type of dialogue is being distinguished. The findings are reflected visually by means of *debategraph.org* and through statistical tables. In each part of the research the appropriate conclusions are being mentioned.

In Chapter 5, the conclusions of our research are presented containing aggregated numerical results and drawing conclusions of the whole research. Moreover, the areas that could be involved with the expansion of the investigation are being indicated. Last but certainly not least possible future searches in online arguments are being indicated.

Keywords: web 2.0, structured argumentation, toulmin model, argumentation schemes , internet, freedom of expression on the Internet

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Κωνσταντίνο Κούτρα και τον κ. Παναγιώτη Κοκκινάκο για την άριστη συνεργασία που είχαμε, τις χρήσιμες συμβουλές τους, τις καίριες παρεμβάσεις τους καθώς και την εξαιρετική καθοδήγηση που μου παρείχαν κατά την εκπόνηση της συγκεκριμένης διπλωματικής.

Επίσης, νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και το προσωπικό μου περιβάλλον για την αμέριστη στήριξη και συμπαράστασή τους στην πορεία μου έως και την αποφοίτησή μου από τη σχολή.

Πρόλογος

Ο σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να εμβαθύνει στη συμπεριφορά και το επίπεδο επιχειρηματολογίας ενός μέσου χρήστη του διαδικτύου κατά τη συμμετοχή του σε διαδικτυακούς διαλόγους και διαβουλεύσεις.

Το κίνητρο για την διεξαγωγή της έρευνας δόθηκε από την παρατήρηση της απουσίας εμπεριστατωμένης ανάλυσης του συγκεκριμένου πεδίου. Παρά το γεγονός ότι έχει ξεκινήσει μία ροπή του επιστημονικού χώρου προς την έρευνα των αδόμητων διαλόγων στο διαδίκτυο, το αποτέλεσμα μπορεί να θεωρηθεί ανεπαρκές, αν κρίνουμε τη σπουδαιότητα των συμπερασμάτων που μπορούν να εξαχθούν.

Καθώς το διαδίκτυο είναι το μεγαλύτερο και μαζικότερο μέσο έκφρασης της ανθρωπότητας, η ανάλυσή του οδηγεί στην κατανόηση της συμπεριφοράς της κοινωνικής γνώμης γενικότερα. Το γεγονός αυτό είναι ισχυρότατο όπλο στα χέρια της κοινωνικοπολιτικής σκηνής παγκοσμίως. Έτσι, εξηγείται και το μεγάλο ενδιαφέρον που δείχνει πλέον η επιστημονική κοινότητα στην παραμετροποίηση και ταξινόμηση των αδόμητων σχολίων των χρηστών του διαδικτύου.

Με γνώμονα αυτήν την πραγματικότητα, η διπλωματική εργασία δίνει μία πρωτοπόρα ανάλυση σε επιλεγμένους διαλόγους -που τυχαίνει να αφορούν την ελληνική κοινότητα- και εξάγει χρήσιμα συμπεράσματα για την κοινωνική, οικονομική και εκπαιδευτική κατάσταση του συγκεκριμένου τόπου. Επίσης, με την χρήση της στατιστικής απαντά στο ερώτημα, αν μπορεί να συνδυαστεί ο αδόμητος διαδικτυακός διάλογος με τους βασικούς κανόνες επιχειρηματολογίας και συνεπακόλουθα αν ένα επιχείρημα στο διαδίκτυο «πείθει», δηλαδή έχει την ισχύ να πείσει τελικά τους αναγνώστες.

Πίνακας Περιεχομένων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή	10
1.1. Αντικείμενο – Σκοπός.....	11
1.2. Φάσεις Υλοποίησης	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Δομημένη Επιχειρηματολογία.....	14
2.1 Εισαγωγή	15
2.2 Κανόνες Δομημένης Επιχειρηματολογίας	16
2.2.1 Μοντέλο Toulmin	18
2.2.2 Σχήματα Επιχειρηματολογίας.....	21
2.2.3 Τύποι Διαλόγου.....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Διαδίκτυο-Ελευθερία Έκφρασης στο Διαδίκτυο.....	26
3.1 Τι είναι το διαδίκτυο	27
3.1.1 Ιστότοποι.....	28
3.1.2 Forums	28
3.1.3 Blogs	29
3.1.4 Social Networks	30
3.2 Ελευθερία έκφρασης στο Διαδίκτυο.....	32
3.2.1 Κανόνες Web	33
3.2.2 Το Διαδίκτυο σαν πηγή άντλησης πληροφοριών	35
3.2.3 Web- Πολιτική- Σφυγμομετρήσεις.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ανάλυση Επιλεγμένων διαλόγων	37
4.1 Μεθοδολογία επιλογής διαλόγων	38
4.2 Μεθοδολογία επιλογής μέσου οπτικοποίησης.....	39
4.2.1 Debategraph	39
4.3 Παρουσίαση Συζητήσεων	43
4.3.1 Έρευνα Α	43
4.3.1.1 Οπτικοποίηση	45
4.3.1.2 Στατιστικά.....	46

4.3.1.3 Συμπεράσματα	48
4.3.2 Έρευνα Β.....	49
4.3.2.1 Οπτικοποίηση	52
4.3.2.2 Στατιστικά	53
4.3.2.3 Συμπεράσματα	54
4.3.3 Έρευνα Γ.....	56
4.3.3.1 Οπτικοποίηση	58
4.3.3.2 Στατιστικά	60
4.3.3.3 Συμπεράσματα	62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Συμπεράσματα-Μελλοντικές Προοπτικές.....	64
5.1 Συγκεντρωτικά Αποτελέσματα	65
5.2 Συμπεράσματα	67
5.3 Μελλοντικές Προοπτικές.....	71
Βιβλιογραφία:	73

Κεφάλαιο 1.

Εισαγωγή

Η επιχειρηματολογία σε αδόμητες συζητήσεις ή διαλόγους στον Παγκόσμιο Ιστό (World Wide Web – WWW) είναι ένας τομέας που οι ερευνητικές προσπάθειες των τελευταίων ετών δεν έχουν ακόμα βρει διαδοσμένη εφαρμογή. Παρόλα αυτά, είναι ιδιαίτερα σημαντική η κατανόηση και εξερεύνηση του αντικειμένου, καθώς αποτελεί θεμελιώδες κλειδί για την αποκρυπτογράφηση του τρόπου σκέψης και της διαλεκτικής ικανότητας που έχει το μέσο άτομο. Η έρευνα αυτή ανοίγει νέους δρόμους για να εξελιχθεί η επιστήμη του διαλόγου και των μεθόδων επιχειρηματολογίας στο διαδίκτυο και μπορεί, δυνητικά, να οδηγήσει στην ανάπτυξη αποτελεσματικών τεχνικών διαλόγου.

1.1 Αντικείμενο – Σκοπός

Με την ανάπτυξη και την πλήρη κυριαρχία του διαδικτύου ως μέσου έκφρασης έχει επανεκτιμηθεί ο ρόλος του παγκόσμιου ιστού στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και της δημιουργίας τάσεων και ρευμάτων (1). Το γεγονός αυτό καθιστά το διαδίκτυο σημαντικό κλειδί στην αποκρυπτογράφηση του κοινωνικού διαλόγου. Παράλληλα, αυτή η ανάγκη έχει εντοπιστεί από το σύγχρονο επιστημονικό κόσμο και έχει δημιουργηθεί ένας νέος τομέας έρευνας που έχει σαν βάση τη σύνδεση των αδόμητων διαδικτυακών συζητήσεων με τη δομημένη επιχειρηματολογία και τους κανόνες από τους οποίους διέπεται (2).

Υπό αυτές τις συνθήκες πρέπει να μελετηθούν τα διάφορα σχήματα δομημένης επιχειρηματολογίας, όπως αυτά έχουν διατυπωθεί από επιστήμονες και ερευνητές, καθώς επίσης οι διάφοροι τύποι διαλόγων και οι επικρατέστερες μορφές έκφρασης. Παράλληλα, θα μελετηθούν άρθρα, ιστολόγια (blogs), ιστότοποι (sites) και διάλογοι (dialogues) που αναρτώνται στο διαδίκτυο και θα εξεταστούν τόσο σε διαλεκτικό, όσο και σε οπτικό και στατιστικό επίπεδο. Κάτι τέτοιο θα μας διευκολύνει στην κατανόηση του τρόπου χρήσης των εργαλείων επιχειρηματολογίας από μη εξειδικευμένα άτομα, του επιπέδου ικανότητας του ατόμου να συμμετέχει σε δομημένο διάλογο καθώς και του επιπέδου πειθούς όσον αφορά τους χρήστες του διαδικτύου.

Κύριος σκοπός της εργασίας είναι να αναδείξει αν υπάρχει βαθμός συγγένειας μεταξύ των πολυπληθών αδόμητων διαλόγων και σχολιασμών στο περιβάλλον του διαδικτύου με τους κανόνες επιχειρηματολογίας, όπως αυτοί είναι διατυπωμένοι και αποδεκτοί την συγκεκριμένη περίοδο. Σε ένα δεύτερο επίπεδο, η εργασία αποβλέπει στο να δώσει απαντήσεις στο ερώτημα αν υπάρχει δημοφιλέστερος τρόπος ανάπτυξης επιχειρηματολογίας από τους χρήστες του διαδικτύου και των σχετικών τεχνολογιών, ούτως ώστε να γίνει κατανοητός ο τρόπος που σκέφτονται και επιχειρηματολογούν. Έτσι, θα αναλυθεί (στο επίπεδο του δυνατού) αν είναι εφικτό να υπάρξει χειραγώγηση του τρόπου σκέψης και επιχειρηματολογίας του μέσου χρήστη του διαδικτύου και κατά πόσο αυτό μπορεί να θεωρηθεί εκμεταλλεύσιμο.

1.2 Φάσεις υλοποίησης

Η εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας πραγματοποιήθηκε στο διάστημα μεταξύ Ιουνίου 2013 και Φεβρουαρίου 2014 και η πορεία αυτής ακολούθησε τις εξής φάσεις, όπως παρουσιάζονται παρακάτω.

- *Φάση 1^η - Μελέτη της επιστήμης της επιχειρηματολογίας όπως έχει εδραιωθεί μέσα από τη διατύπωση των κανόνων της.* Σαν 1^ο βήμα εντοπίστηκε το πρόβλημα που υπάρχει όσον αφορά στη διατύπωση νόμων για τη χρήση επιχειρηματολογίας σε επίπεδο μη επιστημονικό, σε καθημερινούς διαλόγους, σε απλές συζητήσεις και κυρίως σε διαδικτυακό επίπεδο, που θα είναι και το αντικείμενο της ανάλυσης.
- *Φάση 2^η - Εκτενής βιβλιογραφική αναζήτηση και αναζήτηση στο διαδίκτυο, για μελέτες που αφορούν μεθοδολογίες επιχειρηματολογίας λιγότερο διαδεδομένες και συγκέντρωση πληροφοριών:* έπειτα από τη μελέτη των κυρίαρχων θεωριών εκτελέστηκε εκτενής βιβλιογραφική και διαδικτυακή αναζήτηση, προκειμένου να συγκεντρωθούν όλες οι εν δυνάμει χρήσιμες πληροφορίες για τη σφαιρική κατανόηση της θεωρίας.
- *Φάση 3^η – Εκτενής διαδικτυακή αναζήτηση κατάλληλων διαλόγων:* σε αυτή τη φάση πραγματοποιήθηκε αναζήτηση ανάμεσα σε διαδικτυακούς τόπους ελεύθερης έκφρασης με στόχο να βρεθούν οι κατάλληλοι διάλογοι που θα αναλυθούν στη παρούσα εργασία. Επίσης, επισημαίνεται και η καταλληλότητα του κύριου άρθρου που λογίζεται ως εκκίνηση του διαλόγου.
- *Φάση 4^η – Επιλογή των κατάλληλων θέσεων – απόψεων των συμμετεχόντων:* αφού πλέον είχαν επιλεγθεί οι κατάλληλοι διάλογοι, πραγματοποιήθηκε επιλογή των κατάλληλων σχολίων που επιδέχονται έρευνας και ανάλυσης ως προς τη δομή τους.
- *Φάση 5^η - Ανάλυση των επιλεγμένων σχολίων:* εκτελέστηκε η ανάλυση και η πιθανή σύνδεση των σχολίων με τους κανόνες επιχειρηματολογίας, τα σχήματα επιχειρηματολογίας, τους τύπους διαλόγου καθώς και την εξάρτησή τους από την κεντρική άποψη. Αυτή η φάση αποδείχτηκε η πιο χρονοβόρα και παράλληλα πιο απαιτητική.
- *Φάση 6^η – Οπτικοποίηση αποτελεσμάτων:* σε αυτή τη φάση πραγματοποιήθηκε η μεταφορά των αποτελεσμάτων της προηγούμενης φάσης σε γραφήματα, διαγράμματα και στατιστικά για την ευκολότερη κατανόησή τους. Έγινε εκτεταμένη χρήση του εργαλείου debategraph.org.
- *Φάση 7^η - Εξαγωγή συμπερασμάτων και προοπτικών:* σε αυτή τη φάση εξήχθησαν ειδικά και γενικά συμπεράσματα και έγινε αναφορά και στις προοπτικές τις οποίες δημιουργεί η παρούσα εργασία.

Κεφάλαιο 2.

Δομημένη Επιχειρηματολογία

2.1 Εισαγωγή

Με τον όρο **επιχειρηματολογία**, κατά κανόνα, ονομάζουμε τον προσδιορισμό των σχετικών υποθέσεων και συμπερασμάτων για ένα συγκεκριμένο πρόβλημα που αναλύεται. Συχνά περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των συγκρούσεων, με αποτέλεσμα την ανάγκη να ευρεθούν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα για συγκεκριμένα συμπεράσματα.

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι η επιχειρηματολογία είναι μια ζωτικής σημασίας μορφή της ανθρώπινης νόησης. Συνεχώς στην καθημερινή μας ζωή βρισκόμαστε αντιμέτωποι με πληροφορίες και συγκρούσεις, και είμαστε αναγκασμένοι να ασχοληθούμε με τις προκύπτουσες αντιφάσεις. Συχνά αυτό το κάνουμε υποσυνείδητα: ως ψυχικό αντανακλαστικό, όταν “ζυγίζουμε” αντικρουόμενες πληροφορίες και επιλέγουμε ορισμένα πληροφοριακά στοιχεία κατά προτίμηση έναντι άλλων. Βέβαια, υπάρχουν περιπτώσεις που έχουμε ασχοληθεί με αντικρουόμενες πληροφορίες με ένα πιο συνειδητό τρόπο. Για παράδειγμα, αν πάρουμε μια μεγάλη απόφαση, μπορεί να έχουμε κατά νου ορισμένα από τα βασικά επιχειρήματα και αντεπιχειρήματα. Ένα τέτοιο παράδειγμα μπορεί να είναι μια απόφαση για ένα σπίτι που θα αγοραστεί. Στην περίπτωση αυτή, υπάρχει μια λίστα με επιλογές με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα κάθε επιλογής. Ταυτόχρονα, όταν δεν είμαστε σίγουροι για τη “σφαιρικότητα” στη δική μας ενημέρωση, μπορούμε να προσπαθήσουμε να αναζητήσουμε καλύτερη πληροφόρηση ή να ζητήσουμε συμβουλές, προκειμένου να έχουμε πιο εμπεριστατωμένη άποψη (3).

Σύμφωνα και με άλλες πηγές της θεωρίας περί επιχειρηματολογίας, η επιχειρηματολογία είναι η διεπιστημονική μελέτη του τρόπου που τα συμπεράσματα μπορούν να επιτευχθούν μέσω της λογικής σκέψης. Περιλαμβάνει τις τέχνες και τις επιστήμες της πολιτικής συζήτησης, του διαλόγου, της συνομιλίας και της πειθούς. Επίσης, μελετά τους κανόνες του συμπεράσματος, της λογικής και των διαδικαστικών κανόνων τόσο σε τεχνητό επίπεδο όσο και σε πραγματικές συνθήκες.

Η επιχειρηματολογία περιλαμβάνει τη συζήτηση και διαπραγμάτευση που ασχολούνται με την επίτευξη αμοιβαία αποδεκτών συμπερασμάτων. Η τέχνη και η επιστήμη είναι συχνότερα το μέσο με το οποίο οι άνθρωποι προστατεύουν τις πεποιθήσεις τους κατά τη διαδικασία της επιχειρηματολογίας (4). Επιπρόσθετα, η επιχειρηματολογία χρησιμοποιείται στη νομοθεσία, για παράδειγμα κατά την προετοιμασία ενός επιχειρήματος που θα παρουσιαστεί σε δικαστήριο καθώς και στον έλεγχο της εγκυρότητας ορισμένων αποδεικτικών στοιχείων. Επίσης, μελετητές επιχειρηματολογίας ερευνούν τις προσπάθειες εκλογίκευσης με τις οποίες

οργανωτικοί φορείς προσπαθούν να δικαιολογήσουν τις αποφάσεις στις οποίες έχουν καταλήξει μέσω παράλογης διαδικασίας (5).

2.2 Κανόνες Δομημένης Επιχειρηματολογίας

Αρχίζοντας την ανάλυση των κανόνων της επιχειρηματολογίας, θα παραθέσουμε τις 3 σημαντικότερες προσεγγίσεις της και θα αναλύσουμε την επικρατέστερη (6).

1) Κλασική προσέγγιση

Η κλασική προσέγγιση όσον αφορά το επιχείρημα είναι ένα μοντέλο της επιχειρηματολογίας που εφευρέθηκε από το διάσημο Έλληνα φιλόσοφο Αριστοτέλη. Κυρίως χρησιμοποιείται όταν ο σκοπός του επιχειρήματος είναι να πείσει το ακροατήριο ούτως ώστε να συμφωνήσει με την άποψη που παρατίθεται. Η κλασική προσέγγιση, ή αλλιώς *Αριστοτέλειο μοντέλο*, στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στη χρήση ήθους και πάθους.

Παρακάτω δίνουμε το τυπικό μοτίβο οργάνωσης για την προσέγγιση αυτή:

- i) Εισαγωγή
- ii) Έκφραση άποψης- διευκρίνηση θέματος.
Παράθεση κάθε αναγκαίου υπόβαθρου για την κατανόηση των θεμάτων. Ορισμός σημαντικών λεπτομερειών ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν.
- iii) Πρόταση
Παράθεση της κεντρικής πρότασης. Παρουσίαση των επιμέρους θεμάτων ή των υποστηρικτικών σημείων του επιχειρήματος της κεντρικής πρότασης.
- iv) Διάψευση
Ανάλυση του επιχειρήματος της αντίπαλης πρότασης. Σύνοψη και αντίκρουση των σημείων επιχειρηματολογίας. Επισήμανση ελλειμματικής αιτιολογίας και κατάλληλων υπεκφυγών.
- v) Τεκμηρίωση και Απόδειξη
Ανάπτυξη της προσωπικής πρότασης. Χρήση ήθους, πάθους και εκκλήσεων κατάλληλων με την περίπτωση. Χρήση παραδειγμάτων για ενίσχυση της θέσης.
- vi) Συμπέρασμα.

2) Το μοντέλο Toulmin

Αυτό το μοντέλο επιχειρηματολογίας (θα εξεταστεί σε χωριστό κεφάλαιο λόγω της σπουδαιότητάς του) αναπτύχθηκε από το Βρετανό φιλόσοφο **Stephen Edelston Toulmin**. Το μοντέλο Toulmin είναι ιδιαίτερα χρήσιμο στην προσπάθεια να γίνει μια υπόθεση για αμφλεγόμενα θέματα που δεν έχουν την απόλυτη αλήθεια και επιδιώκει να καθιερώσει πιθανότητες και όχι την άμεση πραγματικότητα.

Το ακόλουθο είναι ένα τυπικό πλάνο οργάνωσης για το μοντέλο Toulmin:

- i) Ισχυρισμός
Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι ισχυρισμών: ισχυρισμός της πραγματικότητας, του ορισμού, της αιτίας, της αξίας και οι ισχυρισμοί της πολιτικής. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν ένας ή περισσότεροι από αυτούς για την εισαγωγή του θέματος.
- ii) Δεδομένα
Πληροφορίες που χρησιμοποιούνται για να υποστηρίξουν τους ισχυρισμούς.
- iii) Εγγύηση
Η υπόθεση που γίνεται προκειμένου να ενισχυθεί ο ισχυρισμός.
- iv) Υποστήριξη
Το επιχείρημα που θα χρησιμοποιηθεί για την υποστήριξη της εγγύησης.
- v) Αντίκρουση
Εξέταση της αντίθετης άποψης και προσπάθεια αντίκρουσης.
- vi) Συμπέρασμα
Χρήση της γλώσσας που πληροί τις προϋποθέσεις των ισχυρισμών, προκειμένου να φέρει το επιχείρημα τελικώς.

3) Προσέγγιση ψυχοθεραπείας (ή προσέγγιση Rogerian)

Πρόκειται για ένα μοντέλο επιχειρηματολογίας που το όνομά του προέρχεται από τον ψυχολόγο Καρλ Ρότζερς, ο οποίος πίστευε ότι οι άνθρωποι θα μπορούσαν να επιλύσουν μόνο ένα ζήτημα ή να λύσουν ένα πρόβλημα τη στιγμή που θα υπάρξει το «κοινό έδαφος». Στη συνέχεια, μια ομάδα ρητόρων που απαρτιζόταν από τους Young, Becker και Pike, ανέπτυξε ένα μοντέλο επιχειρηματολογίας που ονομάστηκε προσέγγιση Rogerian, το οποίο υποστηρίζει έναν τρόπο λιγότερο συγκρουσιακό, λιγότερο μονόπλευρο, περισσότερο ευάλωτο και σκόπιμα συναινετικό. Τα ακόλουθα είναι τα συνήθη στοιχεία της ροτζεριανής προσέγγισης:

- i) Εισαγωγή στο ότι σύντομα και αντικειμενικά λύνεται το θέμα ή πρόβλημα.

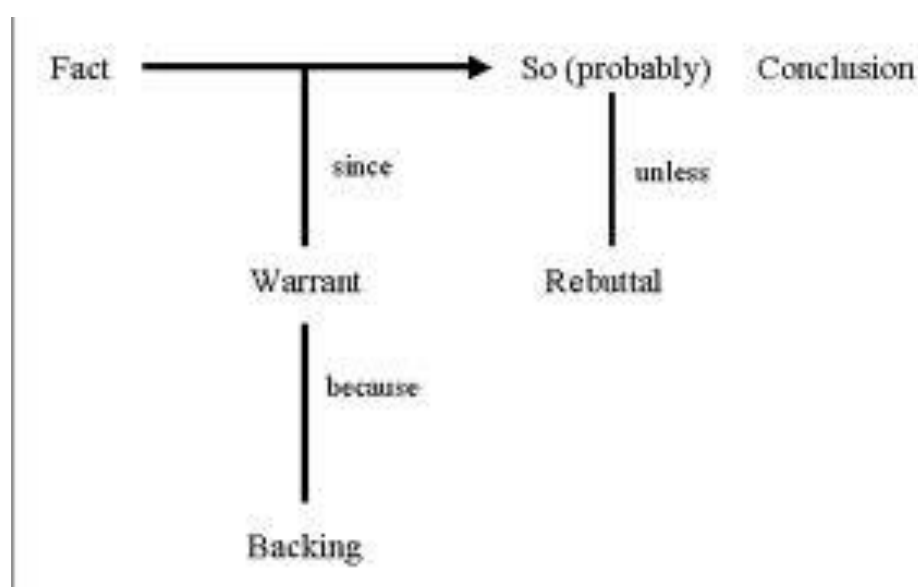
- ii) Ουδέτερη, μη επικριτική δήλωση της θέσης του αντιπάλου, που παρουσιάζεται εντός έγκυρων πλαισίων και δείχνει ότι ο ρήτορας την αντιλαμβάνεται σαφώς.
- iii) Ουδέτερη κατάσταση και επεξήγηση της προσωπικής θέσης και των πλαισίων στα οποία είναι έγκυρη.
- iv) Ανάλυση του τι οι δύο θέσεις έχουν από κοινού και ποιοι είναι οι στόχοι και οι αξίες που μοιράζονται.
- v) Πρόταση για την επίλυση του ζητήματος με τρόπο που να αναγνωρίζει τις θέσεις των δύο μερών, ή δήλωση του πώς η θέση του αντιπάλου θα ωφεληθεί εάν επρόκειτο να λάβει στοιχεία της θέσης του ρήτορα.

Αφού παραθέσαμε τις τρεις επικρατέστερες προσεγγίσεις της σύγχρονης επιχειρηματολογίας, θα ασχοληθούμε εκτενέστερα με το μοντέλο Toulmin που αποτελεί το δημοφιλέστερο κανόνα επιχειρηματολογίας.

2.2.1 Μοντέλο Toulmin

Ο Άγγλος φιλόσοφος του 20^{ου} αιώνα Stephen Toulmin υποστήριξε ότι ένα επιχειρήμα για να είναι ισχυρό και ρεαλιστικό πρέπει να έχει μια συγκεκριμένη δομή που απαρτίζεται από 6 μέρη. Επίσης, τόνισε ότι κανένα επιχειρήμα δεν πρέπει να "υποκρίνεται" ότι είναι ισχυρότερο από ό, τι πραγματικά είναι (7).

Το μοντέλο Toulmin, λοιπόν, ισχυρίζεται ότι τα περισσότερα επιχειρήματα πρέπει να αποτελούνται από τα ακόλουθα 6 τμήματα: (3) (8)



Εικόνα 1. Διάγραμμα μοντέλου Toulmin

Claim (ισχυρισμός): Ο *ισχυρισμός* είναι το προσδοκώμενο αποτέλεσμα της επιχειρηματολογίας. Είναι το μέρος όπου πρέπει να καταλήξει ο συλλογισμός και τοποθετείται συχνότερα στην αρχή για λόγους ισχυροποίησης. Ενίστε, επαναλαμβάνεται στο τέλος ως μέρος του συμπεράσματος.

Facts/ Evidence/ Data (γεγονότα, δεδομένα): Τα *δεδομένα* αποτελούν τη βάση στην οποία στηρίζεται το επιχειρήμα. Πρέπει να αποτελούν αδιαμφισβήτητα στοιχεία για τη σωστή στήριξη του συμπεράσματος και να είναι πειστικά. Ενισχύονται ακόμα περισσότερο αν χρησιμοποιούν επιστημονικές έρευνες ή αδιαπραγμάτευτα στοιχεία ενώ τις περισσότερες φορές στηρίζονται σε προσωπικές αντιλήψεις, όπου και αμφισβητείται η εγκυρότητά τους.

Warrant (δικαιολόγηση/αιτιολόγηση): Η *δικαιολόγηση* είναι το μέρος του επιχειρήματος που λειτουργεί ως συνδετικός κρίκος ανάμεσα στα δεδομένα και στο συμπέρασμα. Αποδεικνύει γιατί το συμπέρασμα είναι αληθές με βάση τα συγκεκριμένα δεδομένα που έχουν παρατεθεί. Έχει πολύ σημαντικό ρόλο καθώς πάνω στην αιτιολόγηση βασίζεται και όλη η δύναμη του επιχειρήματος.

Backing (υποστήριξη): Η *υποστήριξη* έχει το ρόλο της ενίσχυσης της δικαιολόγησης. Βασίζεται σε διαφορετικά κριτήρια όπως ηθικά, κοινωνικά, νομικά κ.α. και προσπαθεί να επεξηγήσει γιατί η δικαιολόγηση οδηγεί στο συμπέρασμα. Έχει ιδιαίτερο βάρος όταν η δικαιολόγηση είναι αδύναμη.

Rebuttal (Αντίκρουση): Ο ρόλος της *αντίκρουσης* είναι να παραθέτει τις συνθήκες όπου θα αποτελούσαν εξαίρεση ή περιορισμό της ισχύς του συμπεράσματος. Δηλαδή εσωκλείει όλες τις πιθανές καταστάσεις όπου θα έπαυε να έχει βάση η δικαιολόγηση.

Qualified claim (συμπέρασμα): Τελευταίο στάδιο του επιχειρήματος είναι το *συμπέρασμα*. Στο συμπέρασμα καταλήγουμε όταν είναι βάσιμη η δικαιολόγηση. Η συνεργασία δεδομένων και δικαιολόγησης καταλήγουν στο να παραχθεί μια τελική συμπερασματική πρόταση που θα σημάνει και το τέλος της επιχειρηματολογίας.

Τα δύο στοιχεία -δεδομένα και δικαιολόγηση- θεωρούνται ως τα βασικά στοιχεία της επιχειρηματολογίας, ενώ η υποστήριξη και η αντίκρουση δεν μπορούν να απαιτηθούν σε ορισμένα επιχειρήματα.

Για να γίνει πιο κατανοητό θα παραθέσουμε ένα παράδειγμα:

Claim: Ο Harry είναι Βρετανός.

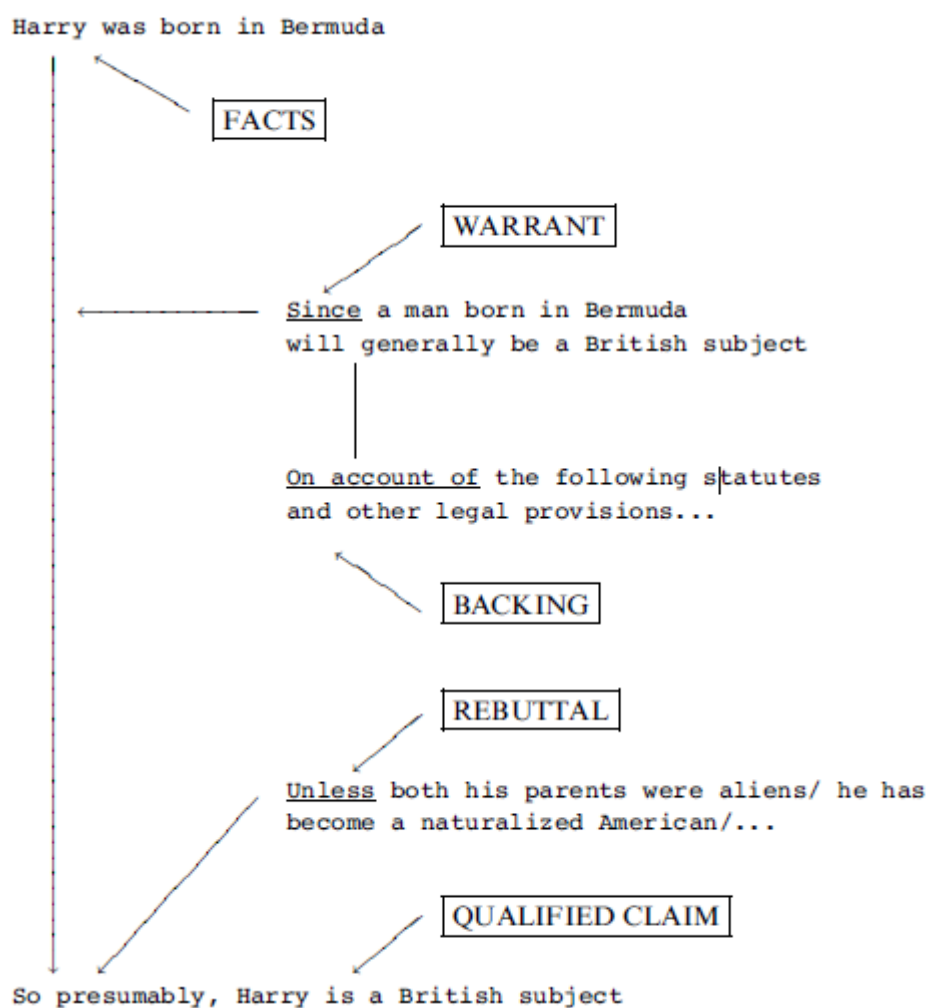
Fact: Ο Harry γεννήθηκε στις Βερμούδες.

Warrant: Όταν ένας άνθρωπος γεννιέται στις Βερμούδες είναι γενικά Βρετανός.

Backing: Βάση των νομικών διατάξεων.

Rebuttal: Εκτός αν και οι δύο γονείς του είναι εξωγήινοι ή έχει πολιτογραφηθεί Αμερικάνος.

Qualified claim: Άρα πιθανόν ο Harry είναι Βρετανός.



Εικόνα 2. Χαρακτηριστικό παράδειγμα μοντέλου Toulmin

Συμπερασματικά, με τον προσδιορισμό των τμημάτων ενός επιχειρήματος, ώστε κάθε ένα να μπορεί να αξιολογηθεί ξεχωριστά, ο Toulmin δημιούργησε ένα πολύ χρήσιμο μοντέλο για την ανάλυση της εγκυρότητας ενός επιχειρήματος. Αποτελεί την πιο σοβαρή και εμπεριστατωμένη έρευνα της επιχειρηματολογίας έως και σήμερα.

2.2.2 Σχήματα επιχειρηματολογίας

Ως σχήματα επιχειρηματολογίας ορίζονται οι μορφές επιχειρήματος που συλλαμβάνουν στερεότυπα της ανθρώπινης συλλογιστικής, όπως π.χ. επιχειρήματα από τη γνώμη των ειδικών. Έχει αναπτυχθεί πολύ η έρευνα σχετικά με τα σχήματα επιχειρηματολογίας, κάτι που αποδεικνύει τη σπουδαιότητά τους (9), αλλά χρειάζονται σαφώς πιο ακριβείς έρευνες για να επισημοποιηθούν τις δομές τους.

Παράλληλα, υπάρχει ένα δύσβατο πρόβλημα στο συγκεκριμένο τομέα της επιχειρηματολογίας. Η συγκεκριμένη έρευνα χρειάζεται συστηματική και ρεαλιστική προσέγγιση καθώς τα όρια μεταξύ των διαφορετικών μορφών σχημάτων είναι δυσδιάκριτα και έτσι μπορεί να υπάρχουν 2, 3 ακόμα και 4 διαφορετικές τοποθετήσεις επιστημόνων για ένα απλό επιχείρημα. Έτσι, επιβάλλεται η συλλογή βασικών παραδειγμάτων που παραδοσιακά αποτελούν τα μαζικότερα και συχνότερα σχήματα επιχειρηματολογίας και την υποβολή τους σε συγκριτική εξέταση και ανάλυση.

Αυτόματα δημιουργούνται 3 νέα προβλήματα στην έρευνα:

- (1) πώς να καταταγούν τα εν λόγω επιχειρήματα σε διαφορετικούς τύπους,
- (2) τον τρόπο προσδιορισμού τους,
- (3) πώς να διατυπωθούν τα κρίσιμα ερωτήματα.

Θα ξεκινήσουμε παραθέτοντας τα σημαντικότερα σχήματα επιχειρηματολογίας υπό μορφή πίνακα. (10)

1.	Position to know	Από θέση που γνωρίζει	Όταν μια πηγή <i>a</i> είναι σε θέση να γνωρίζει πράγματα για συγκεκριμένο θέμα <i>S</i> που περιέχει την πρόταση <i>A</i>
2.	Expert opinion	Γνώμη ειδικού	Η πηγή <i>E</i> ειδικεύεται στο θέμα <i>S</i> που περιέχει την πρόταση <i>A</i>
3.	Witness testimony	Κατάθεση μάρτυρα	Ο μάρτυρας <i>W</i> είναι σε θέση να γνωρίζει τότε το <i>A</i> είναι σωστό ή λάθος
4.	Popular opinion	Δημοφιλής άποψη	Η πρόταση <i>A</i> είναι γενικότερα αποδεκτή ως αληθής
5.	Popular practice	Δημοφιλής τακτική	Η Πρόταση <i>A</i> είναι διαδεδομένη ανάμεσα στα άτομα που γνωρίζουν τι είναι αποδεκτό σχετικά με την πρόταση <i>A</i>
6.	Example	Παράδειγμα	Μια κατάσταση <i>a</i> έχει το χαρακτηριστικό <i>F</i> και <i>G</i> , άρα αν η πρόταση <i>x</i> έχει το <i>F</i> θα έχει και το <i>G</i>

7.	Analogy	Αναλογία	Η περίπτωση C1 είναι παρόμοια με την περίπτωση C2
8.	Composition	Σύνθεση	Όλα τα μέρη του X έχουν χαρακτηριστικά του Ψ, άρα το X ανήκει στο Ψ
9.	Division	Διαίρεση	Το X ανήκει στο Ψ άρα όλα τα μέρη του X ανήκουν στο Ψ
10.	Oppositions	Αντιθέσεις	Αν το X παρουσιάζει το κατηγορούμενο A, δεν μπορεί να παρουσιάζει και το αντίθετο του A' την ίδια στιγμή
11.	Alternatives	Εναλλακτικής λύσης	Ή το X ή το Ψ θα χρησιμοποιηθεί. Αν δεν γίνεται το X, αναγκαστικά θα χρησιμοποιηθεί το Ψ
12.	Verbal classification	Λεκτική ταξινόμηση	Αν το α ανήκει στο F και για κάθε χ που ανήκει στο F, το χ κατηγοριοποιείται σαν G, τότε το α κατηγοριοποιείται σαν G
13.	Values	Αξίας	Αν η αξία V κρίνεται απο έναν κριτή, ως αρνητική ή θετική τότε ο στόχος που θα επιτευχθεί απο την V, κρίνεται ανάλογα
14.	Sacrifice	Θυσίας	Για να επιτευχθεί το χ, πρέπει να γίνει η θυσία S, αφού το αποτέλεσμα χ έχει μεγαλύτερη αξία
15.	From the group and its members	Ομάδας	Το μέλος M της ομάδας έχει την ποιότητα Q. Άρα και το μέλος G της ομάδας θα έχει την ποιότητα Q
16.	Practical reasoning	Πρακτικής λογικής	Αν για να επιτευχθεί ο στόχος G, πρέπει να γίνει η ενέργεια A, τότε αυτή πρέπει να εκπληρωθεί
17.	Waste	Σπατάλης	Αν ο A σταματήσει να πιστεύει στον στόχο G τότε θα σπαταληθούν όλες οι προηγούμενες προσπάθειές του για αυτόν τον στόχο. Άρα, πρέπει να συνεχίσει στην ίδια πορεία
18.	Ignorance	Άγνοιας	Αν η πρόταση A ήταν σωστή, τότε θα είχε μαθευτεί. Άρα δεν είναι σωστή
19.	Cause to effect	Αιτίας και Αιτιατού	Αν το A συμβεί, τότε το B πιθανά θα συμβεί
20.	Consequences	Συνέπειας	Αν το A συμβεί, θα προκαλέσει σωστά αποτελέσματα, άρα το A πρέπει να συμβεί
21.	Threat	Απειλής	Αν το A συμβεί, μερικές απειλητικές επιπτώσεις θα συμβούν, άρα καλύτερα να αποφευχθεί το A

22. Need for help	Ανάγκη για Βοήθεια	Αν το Χ έχει ανάγκη και το ψ μπορεί να βοηθήσει χωρίς μεγάλο κόστος , τότε θα ήταν καλό να συμβεί
23. Distress	Απελπισίας	Αν το Χ είναι σε απόγνωση και η ενέργεια Α του ψ μπορεί να βοηθήσει, τότε το ψ πρέπει να εκτελέσει το Α
24. Commitment	Δέσμευσης	Αν το άτομο Ρ έχει δεσμευτεί με τα λόγια του ή τις πράξεις του για μία ενέργεια Α που προκαλεί μία ενέργεια Β, τότε έχει δεσμευτεί και για την ενέργεια Β
25. Ethotic	Ηθικής	Αν το άτομο Ρ έχει καλό ή κακό ηθικό χαρακτήρα, τότε αυτό που υποστηρίζει πρέπει να έχει την ανάλογη αντιμετώπιση
26. Bias	Προκατάληψης	Αν το άτομο Ρ έχει προκατάληψη, τότε το συμπέρασμα του δεν θα έχει στηριχθεί σε δίκαιη παράθεση των γεγονότων
27. Slippery slope	Μονόδρομος	Αν το Α πρόκειται να συμβεί θα προκαλέσει ένα ντόμινο ενεργειών (Α1-Α2...Αn) που καταλήγει σε μια ενέργεια που είναι (καταστροφική) ευεργητική. Άρα, το Α (δεν) πρέπει να εκτελεστεί
28. Rules	Κανόνων	Αν η ενέργεια Α είναι καθιερωμένη για τον κανόνα R, τότε πρέπει να εκτελεστεί
29. Exceptional case	Ειδικής Περίπτωσης	Αν η περίπτωση χ είναι ειδική τότε οι ενέργειες πρέπει να μεταλλαχθούν από τις ενέργειες των κανόνων
30. Plea for excuse	Δικαιολογίας	Αν το άτομο Β έχει διαπράξει μια ενέργεια ενάντια στους κανόνες, και παραθέσει τις ειδικές συνθήκες που επικράτησαν, τότε μπορεί να μην θεωρηθεί η ενέργεια παραβατική
31. Memory	Μνήμης	Αν το άτομο Ρ θυμίσει μία ενέργεια του παρελθόντος , αυτό είναι λόγος να θεωρηθεί πιστευτή.

Βέβαια, υπάρχουν και άλλες κατηγορίες ή υποκατηγορίες που μπορούν να προστεθούν στη λίστα. Σύμφωνα με μελέτες (10) τα σχήματα επιχειρηματολογίας μπορούν να φτάσουν και τις εκατό διαφορετικές κατηγορίες. Από την άλλη,

παρατηρούμε ότι οι ισορροπίες μεταξύ των κατηγοριών είναι πολύ λεπτές με αποτέλεσμα ένα επιχειρήμα να μπορούμε να το εντάξουμε σε πάνω από μια κατηγορίες.

2.2.3 Τύποι Διαλόγου

Οι έξι βασικοί τύποι του διαλόγου που έχουν αναγνωριστεί στην επιχειρηματολογία σύμφωνα με τους Walton και Krabbe το 1995 (11) είναι της **πειθούς**, της **έρευνας**, ο **διάλογος των διαπραγματεύσεων**, ο **διάλογος της αναζήτησης πληροφοριών**, της **σύσκεψης** και ο **εριστικός διάλογος**. Ο διάλογος της ανακάλυψης προστέθηκε από τους McBurney και Parsons το 2001 (12) στους βασικούς τύπους διαλόγου. Οι διάλογοι αυτοί θεωρούνται κανονιστικά μοντέλα, κάτι που σημαίνει ότι δεν είναι απαραίτητο να αντιστοιχούν ακριβώς στις πραγματικές περιπτώσεις της πειθούς και της διαπραγμάτευσης.

Κάθε τύπος διαλόγου ορίζεται από την αρχική κατάσταση, τους επιμέρους στόχους των συμμετεχόντων, και το στόχο του διαλόγου στο σύνολό του (13). Παραθέτουμε έναν απλό πίνακα για την ευκολότερη κατανόηση των διαφορών και για τη συγκριτική μελέτη τους.

ΤΥΠΟΣ ΔΙΑΛΟΓΟΥ	ΑΡΧΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΣΤΟΧΟΣ ΟΜΙΛΗΤΗ	ΣΤΟΧΟΣ ΔΙΑΛΟΓΟΥ
Διάλογος της πειθούς	Διχογνωμία	Να πείσεις τους άλλους συμμετέχοντες	Επίλυση ή διευκρίνηση ενός ζητήματος
Διάλογος της έρευνας	Πρέπει να υπάρχει απόδειξη	Να βρει και να επαληθεύσει τα στοιχεία	Απόδειξη ή διάψευση της υπόθεσης
Διάλογος της αναζήτησης	Πρέπει να βρεθεί μια εξήγηση των πραγματικών γεγονότων	Να βρει και να υπερασπιστεί μια κατάλληλη υπόθεση	Επιλογή της καλύτερης υπόθεσης για δοκιμές
Διάλογος των διαπραγματεύσεων	Σύγκρουση ενδιαφερόντων	Να πάρει οτι θέλει περισσότερο	Διευθέτηση όπου όλοι να μπορούν να ανεχτούν.
Διάλογος αναζήτησης πληροφοριών	Ανάγκη για πληροφορίες	Να δώσει ή να αποκτήσει πληροφορίες	Ανταλλαγή πληροφοριών
Διάλογος της σύσκεψης	Δίλημμα ή πρακτική επιλογή	Να συνδυάσει στόχους και πράξεις	Απόφαση για την καλύτερη δυνατή πορεία δράσης
Διάλογος της έριδας	Προσωπική σύγκρουση	Να επιτεθεί προφορικά στον αντίπαλο	Αποκάλυψη της βαθύτερης βάσης της σύγκρουσης

Ο διάλογος, επισήμως, ορίζεται σε τρία στάδια, όπου το πρώτο είναι το στάδιο της έναρξης, το δεύτερο είναι το στάδιο της επιχειρηματολογίας και το τρίτο είναι η τελική φάση (14). Οι κανόνες διαλόγου καθορίζουν ποια είναι τα είδη των κινήσεων που επιτρέπονται από τους συμμετέχοντες κατά το στάδιο της επιχειρηματολογίας (Walton και Krabbe, 1995) (11). Στο στάδιο της έναρξης, οι συμμετέχοντες συμφωνούν να λάβουν μέρος σε κάποιο τύπο διαλόγου που έχει συλλογικό στόχο. Κάθε συμβαλλόμενο μέρος έχει ατομικό στόχο και ο διάλογος σαν σύνολο έχει συλλογικό σκοπό. Η αρχική κατάσταση πλαισιώνεται κατά το στάδιο της έναρξης και ο διάλογος κινείται μέσα από το στάδιο έναρξης προς την τελική φάση. Οι συμμετέχοντες και οι στόχοι τους ορίζονται και αυτά στη φάση έναρξης. Η επιχειρηματολογία ξεδιπλώνεται και αναλύεται στο δεύτερο στάδιο και καθορίζει ποια πλευρά ήταν επιτυχής ή όχι στο τελικό στάδιο.

Κεφάλαιο 3.

Διαδίκτυο-Ελευθερία Έκφρασης στο Διαδίκτυο

Το διαδίκτυο στις μέρες μας όπως το γνωρίζουμε αποτελεί το πλέον ελεύθερο μέσο έκφρασης απόψεων. Η καθολικότητά του και κυρίως η ευκολία προσπέλασής του το καθιστούν ιδιαίτερα διαδεδομένο στην ανταλλαγή σκέψεων. Μπορούμε να το παρομοιάσουμε σαν ένα βήμα που ο καθένας έχει την ευκαιρία να εκφράσει τις ιδέες του και μάλιστα έχοντας, δυνητικά, μεγάλο αριθμό ακροατών. Η σπουδαιότητα αυτού του γεγονότος γίνεται ακόμα μεγαλύτερη αν αναλογιστεί κανείς ότι πριν τον ερχομό του διαδικτύου το μεγαλύτερο μέσο έκφρασης ήταν η τηλεόραση που είχε πρόσβαση συγκεκριμένος αριθμός, ενδεχομένως κυρίως κατευθυνόμενων, προσώπων. Έτσι, ο μέσος πολίτης δεν είχε φανταστεί ποτέ ότι θα μπορούσε να λάβει μέρος σε μια συζήτηση και να ακουστεί η άποψή του σε πολύ μεγάλη κλίμακα. Αυτή η ανάγκη που είχε δημιουργηθεί, έχει εξαπλώσει στο διαδίκτυο μια σειρά από τεχνολογίες που έχουν σαν σκοπό αυτή ακριβώς την έλλειψη. Έτσι, έχουν αναπτυχθεί forums, blogs, κοινωνικά δίκτυα, ιστοσελίδες κ.ά. που έχουν σαν επίκεντρο κάθε άτομο ξεχωριστά και τη μετάδοση των απόψεών του. Αλλά ας πάρουμε τα πράγματα από την αρχή.

3.1 Τι είναι το διαδίκτυο

Το Διαδίκτυο είναι ένα παγκόσμιο σύστημα διασυνδεδεμένων δικτύων υπολογιστών που χρησιμοποιούν το πρότυπο Internet Protocol Suite (TCP / IP) (15) για να εξυπηρετήσει αρκετά δισεκατομμύρια χρήστες σε όλο τον κόσμο. Πρόκειται για ένα δίκτυο δικτύων που αποτελείται από εκατομμύρια ιδιωτικά, δημόσια, ακαδημαϊκά, επιχειρηματικά, δίκτυα κυβερνήσεων, από την τοπική στην παγκόσμια εμβέλεια, τα οποία συνδέονται με ένα ευρύ φάσμα ηλεκτρονικών, ασύρματων και οπτικών τεχνολογιών δικτύωσης. Το Διαδίκτυο φέρει ένα ευρύ φάσμα πληροφοριακών πόρων και υπηρεσιών, όπως τα συνδεδεμένα έγγραφα κειμένων του World Wide Web (WWW) καθώς και υποδομή για την υποστήριξη email και peer-to-peer δίκτυα.

Τα περισσότερα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, όπως τηλέφωνο, κινηματογράφος και τηλεόραση αναδιαμορφώνονται και επαναπροσδιορίζονται από το Διαδίκτυο, δίνοντας ζωή σε νέες υπηρεσίες όπως Voice over Internet Protocol (VoIP) και τηλεόραση μέσω διαδικτυακού πρωτοκόλλου (IPTV) (16). Εφημερίδες, βιβλία και άλλες έντυπες εκδόσεις προσαρμόζονται στην τεχνολογία και κάνουν άνοιγμα στο δικτυακό τόπο. Το Διαδίκτυο έδωσε τη δυνατότητα να επιταχυνθούν νέες μορφές της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης μέσω ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων, φόρουμ συζητήσεων στο Διαδίκτυο και την κοινωνική δικτύωση.

Οι απαρχές του Διαδικτύου φτάνουν πίσω στην έρευνα που ανατέθηκε από την κυβέρνηση των Ηνωμένων Πολιτειών στη δεκαετία του 1960 για να οικοδομήσει μια ισχυρή επικοινωνία μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Δεν υπάρχει ομοφωνία σχετικά με την ακριβή ημερομηνία κατά την οποία το σύγχρονο Internet τέθηκε σε λειτουργία, αλλά η τοποθέτηση κάποια στιγμή στις αρχές έως τα μέσα της δεκαετίας του 1980 θεωρείται εύλογη.

Η χρηματοδότηση των ΗΠΑ από το Εθνικό Ίδρυμα Επιστημών στη δεκαετία του 1980, καθώς και η ιδιωτική χρηματοδότηση για διαφημιστικούς σκοπούς στην ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών δικτύωσης, καθώς και τη συγχώνευση πολλών δικτύων αποτέλεσε έναυσμα. Παρόλο που το Διαδίκτυο έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως από την ακαδημαϊκή κοινότητα από το 1980, η εμπορευματοποίησή του από τη δεκαετία του 1990 οδήγησε στην εκλαΐκευση και την ενσωμάτωσή του σε σχεδόν κάθε πτυχή της σύγχρονης ανθρώπινης ζωής. Τον Ιούνιο του 2012, πάνω από 2,4 δισεκατομμύρια άνθρωποι -πάνω από το ένα τρίτο του ανθρώπινου παγκόσμιου πληθυσμού- έχουν χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες του Διαδικτύου. Περίπου 100 φορές περισσότερα άτομα από ό, τι είχαν χρησιμοποιήσει το 1995 (17) (18).

3.1.1 Ιστότοποι

Ιστότοπος είναι ένα σύνολο από σχετικές ιστοσελίδες που είναι προσβάσιμες μέσω ενός δικτύου, όπως το Internet ή από ένα ιδιωτικό τοπικό δίκτυο μέσω μιας διεύθυνσης στο Internet που είναι γνωστή ως Uniform Resource Locator (URL) (19). Όλες οι δημόσια προσβάσιμες ιστοσελίδες αποτελούν συλλογικά το World Wide Web. Μια ιστοσελίδα είναι ένα έγγραφο, συνήθως γραμμένο σε μορφή απλού κειμένου που διανθίζεται με τις οδηγίες μορφοποίησης Hypertext Markup Language (HTML, XHTML). Τα συνηθέστερα αρχεία που βρίσκονται σε μια τοποθεσία Web είναι HTML έγγραφα με τα αντίστοιχα αρχεία γραφικών τους (GIF, JPEG, κλπ) και scripted προγράμματα (Perl, CGI, Java, κλπ). Τα αρχεία του κάθε site συνήθως είναι προσβάσιμα μέσω πρωτοκόλλων που είναι ενσωματωμένα σε άλλα αρχεία (20). Μια τοποθεσία Web μπορεί να αποτελείται από ένα ενιαίο αρχείο HTML, ή μπορεί να περιλαμβάνει εκατοντάδες ή χιλιάδες διασυνδεδεμένα αρχεία. Συνήθως σημείο εκκίνησης είναι μια τοποθεσία Web ή μια κεντρική σελίδα, που λειτουργεί ως ένας πίνακας περιεχομένων ή ευρετήριο, με συνδέσεις προς άλλες ενότητες του site. Οι ιστοσελίδες (που μπορούν να φιλοξενηθούν σε έναν ή περισσότερους διακομιστές Web) μεταφέρουν αρχεία σε υπολογιστές-πελάτες ή σε άλλους διακομιστές που τους το ζητούν, χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο HTTP. Αν και ο όρος "τόπος" υπονοεί μια ενιαία φυσική τοποθεσία, τα αρχεία και οι πόροι μιας ιστοσελίδας μπορεί πραγματικά να επεκταθούν σε διάφορους servers σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές. Το συγκεκριμένο αρχείο που είναι επιθυμητό από τον πελάτη καθορίζεται από μια διεύθυνση URL που γίνεται προσπελάσιμη είτε δακτυλογραφημένη σε ένα πρόγραμμα περιήγησης ή επιλέγοντας μια υπερσύνδεση (Hyperlink) (21).

3.1.2 Forums

Ένα φόρουμ διαδικτύου είναι ένας χώρος συζήτησης για ένα δικτυακό τόπο. Τα μέλη του ιστοχώρου μπορούν να δημοσιεύουν τις συζητήσεις καθώς και να διαβάζουν ή να απαντούν σε διάφορα θέματα με άλλα μέλη του φόρουμ. Ένα φόρουμ μπορεί να επικεντρωθεί σε σχεδόν οποιοδήποτε θέμα και μια αίσθηση από μια online κοινότητα, ή εικονική κοινότητα, που τείνει να αναπτυχθεί μεταξύ των μελών του φόρουμ. Η δομή του είναι ιεραρχική και μοιάζει με δέντρο: ένα φόρουμ μπορεί να περιέχει μια σειρά από υπο-forum, καθένα από τα οποία μπορεί να έχει διαφορετικό θέμα. Κάθε νέα συζήτηση που ξεκινάει ονομάζεται νήμα, και μπορεί να απαντηθεί από όσο περισσότερους ανθρώπους το επιθυμούν (22).

Ανάλογα με τις ρυθμίσεις του φόρουμ, οι χρήστες μπορούν να είναι ανώνυμοι ή να πρέπει να εγγραφούν στο φόρουμ και στη συνέχεια να συνδεθούν

για να αναρτήσουν μηνύματα. Στα περισσότερα φόρουμ, οι χρήστες δεν χρειάζεται να συνδεθούν για να διαβάσουν τα υπάρχοντα μηνύματα. Αυτό το είδος της κοινωνικής αλληλεπίδρασης, μπορούμε να το συναντήσουμε και ως ομάδα συζήτησης και ως πίνακα ανακοινώσεων. Διαφέρει από ένα blog, αφού το blog είναι συνήθως γραμμένο από έναν χρήστη και απλά επιτρέπει τις αντιδράσεις των άλλων στο υλικό. Αντίθετα ένα φόρουμ συνήθως επιτρέπει σε όλα τα μέλη να κάνουν αναρτήσεις και να αρχίσουν νέα θέματα.

Το φόρουμ Διαδικτύου είναι επίσης διαφορετικό από ένα chat room. Τα μέλη σε ένα chat room συνήθως συνομιλούν όλα ή επικοινωνούν ταυτόχρονα, ενώ τα σχόλια σε φόρουμ αποθηκεύονται μετά τη συζήτηση της ομάδας προκειμένου να διαβαστούν από τους άλλους κάθε φορά που τυχαίνει να συνδεθούν. Η μεγάλη διαφορά σημειώνεται στο γεγονός ότι τα φόρουμ τείνουν να έχουν πιο εστιασμένα θέματα από τα chat rooms.

Θα παραθέσουμε ενδεικτικά κάποια από τα πιο γνωστά φόρουμ στην Ελλάδα και παγκοσμίως:

- <http://ubuntuforums.org>
- <http://www.thestudentroom.co.uk/forum.php>
- <http://www.gaiaonline.com/forum>
- <http://www.adslgr.com/forum/index.php>
- <http://www.phorum.gr>
- <http://www.forums.gr>
- <http://www.insomnia.gr/index>
- <http://community.mybb.com>

3.1.3 Blogs

Ο όρος blog επινοήθηκε από τον Jorn Barger το 1997 (22) και αναφέρεται σε μια απλή ιστοσελίδα που αποτελείται από σύντομες παραγράφους που περιέχουν απόψεις, πληροφορίες, προσωπικές καταχωρήσεις ημερολογίου ή συνδέσμους που ονομάζονται θέσεις και αναρτώνται με χρονολογική σειρά με την πιο πρόσφατη αρχικά. Τα περισσότερα blogs επιτρέπουν επίσης στους επισκέπτες να προσθέσουν ένα σχόλιο κάτω από μια άποψη του blogger. Αυτή η ανάρτηση και ο σχολιασμός της και γενικά όλη η διαδικασία συνεισφέρει στη φύση του blogging (ως ανταλλαγή απόψεων) δηλαδή σε ό,τι ο καθηγητής νομικής του Πανεπιστημίου του Yale, Yochai Benkler, αποκαλεί «σταθμισμένη συνομιλία» μεταξύ ενός πρωτογενούς συγγραφέα

και μιας δευτεροβάθμιας ομάδας που συνεισφέρουν το σχόλιο τους και επικοινωνούν με έναν απεριόριστο αριθμό αναγνωστών (24). Επίσης, συμβάλλει στην αίσθηση της αμεσότητας που έχει το blogging.

Κάθε θέμα έχει συνήθως μια «ετικέτα» με μια-δυο λέξεις-κλειδιά, επιτρέποντας την ταξινόμηση στο πλαίσιο του συστήματος, έτσι ώστε όταν το θέμα παλιώσει και φύγει από την επικαιρότητα να μπορεί να ευρεθεί μέσω αναζήτησης των λέξεων-κλειδιών. (23)

Αυτός ο τύπος έκφρασης στο διαδίκτυο έχει αναπτυχθεί αρκετά τα τελευταία 5 χρόνια καθώς ο συντάκτης αποκτά προσωπική σελίδα με πλήρη εξουσιοδότηση διαχείρισης και μάλιστα με μηδαμινό κόστος.

Θα παραθέσουμε ενδεικτικά κάποια από τα πιο λειτουργικά blogs.

- <http://www.thebigpictureblog.com>
- <http://www.huffingtonpost.com>
- <http://failblog.cheezburger.com>
- <http://lifehacker.com>
- <http://tro-ma-ktiko.blogspot.gr/>
- <http://press-gr.blogspot.gr/>

3.1.4 Social networks

Με τον όρο «κοινωνικό δίκτυο» ονομάζουμε για συντόμευση κάθε διαδικτυακή πλατφόρμα που προσφέρει υπηρεσίες δικτύωσης για τους χρήστες της, με σκοπό τη δημιουργία κοινωνικών σχέσεων μεταξύ τους. Οι χρήστες αυτοί για παράδειγμα μπορεί να έχουν κοινά συμφέροντα, δραστηριότητες, αντιλήψεις ή ακόμα και απλό ενδιαφέρον για κοινωνική συναναστροφή. Μια υπηρεσία κοινωνικού δικτύου απαιτεί μια αναπαράσταση του κάθε χρήστη (συντάχ ένα προφίλ), τους κοινωνικούς δεσμούς του, καθώς και μια ποικιλία επιπρόσθετων υπηρεσιών. Οι περισσότερες κοινωνικές υπηρεσίες δικτύου παρέχουν τα μέσα στους χρήστες έτσι ώστε να αλληλεπιδρούν μέσω του Διαδικτύου, όπως e-mails και άμεσα μηνύματα.

Οι online υπηρεσίες της κοινότητας μερικές φορές θεωρούνται ως υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, αν και σε μια ευρύτερη έννοια, η κοινωνική υπηρεσία δικτύου συνήθως σημαίνει μια ατομο-κεντρική υπηρεσία λαμβάνοντας υπόψη ότι οι online υπηρεσίες της κοινότητας είναι ομαδο-κεντρικές. Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στους χρήστες να μοιράζονται ιδέες,

φωτογραφίες, δημοσιεύσεις, δραστηριότητες, εκδηλώσεις και κοινά συμφέροντα με τους ανθρώπους στο δίκτυό τους.

Όπως και τα blogs έτσι και αυτές οι πλατφόρμες έχουν εξελιχθεί τα τελευταία χρόνια και τείνουν να γίνουν από τις συνηθέστερες εφαρμογές του διαδικτύου. Μια έρευνα του 2011 διαπίστωσε ότι το 47% των Αμερικανών ενηλίκων χρησιμοποιούν μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης (24).

Σύμφωνα με την ComScore, μέχρι το τέλος του Νοεμβρίου του 2011 οι μοναδικοί επισκέπτες ανά ιστότοπο, ως έχουν: (25)

Facebook.com	792.999.000
Twitter.com	167.903.000
LinkedIn.com	94.823.000
Google+	66.756.000
MySpace	61.037.000
Άλλα	255.539.000

Θα παραθέσουμε ενδεικτικά κάποια από τα πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα:

- www.facebook.com
- www.twitter.com
- www.linkedin.com
- myspace.com
- www.hi5.com
- google+

3.2 Ελευθερία έκφρασης στο Διαδίκτυο

Πολλές σημαντικές αλλαγές στη παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών οφείλονται στις νέες τεχνολογίες και ιδίως στην πληροφοριακή επανάσταση, που συνίσταται στη γενίκευση της χρήσης των ηλεκτρονικών υπολογιστών ως μεθόδου επεξεργασίας των πληροφοριών. Οι νέες τεχνολογίες της πληροφορίας, υποκαθιστώντας παραδοσιακές δραστηριότητες, δημιουργούν νέα πεδία επικοινωνίας και ουσιαστικά οδηγούν σε μετασχηματισμό της κοινωνίας (26). Στην κοινωνία της πληροφορίας, το δίκαιο καλείται να ρυθμίσει συμπεριφορές και να αποτρέψει κινδύνους σε ένα χώρο που χαρακτηρίζεται από απουσία ορίων (27), έχει άυλο χαρακτήρα και τα εθνικά νομικά συστήματα αδυνατούν να ασκήσουν έλεγχο, αφού τα φαινόμενα είναι πλανητικής εμβέλειας.

Η ελευθερία της έκφρασης και διάδοσης των στοχασμών αποτελεί συστατικό στοιχείο της προσωπικότητας που κατοχυρώνεται στο άρθρο 14 παρ. 1 του Συντάγματος και στο άρθρο 10 παρ. 1 ΕΣΔΑ. Το άρθρο 14 Σ μολονότι αναφέρεται στη γραπτή και δια του τύπου έκφραση, κατοχυρώνει οπωσδήποτε και την έκφραση γνώμης μέσω του διαδικτύου. Στην έκφραση περιλαμβάνονται ιδέες, γεγονότα, μηνύματα, ειδήσεις και γενικότερα κάθε άποψη με την οποία το πρόσωπο εκφράζει τα συναισθήματα και τις ιδέες του. Άρα, οποιοδήποτε μήνυμα μεταδίδεται στο διαδίκτυο προστατεύεται ως ελευθερία της έκφρασης. Δηλαδή, καθένας μπορεί να διαμορφώνει την άποψη του μέσω λόγου, εικόνας, ήχου χωρίς να υπάρξουν νομικές κυρώσεις. Επομένως, ούτε ο πάροχος πρόσβασης, ούτε το κράτος, μπορούν καταρχήν να θέσουν όρους τόσο ως προς τις εξωτερικές συνθήκες, όσο και ως προς το περιεχόμενο της επικοινωνίας (28). Αντίθετα, ενώ το κράτος έχει την συνταγματική υποχρέωση (5Α παρ. 2 Σ) να καθιστά εύκολη την πρόσβαση στο διαδίκτυο, δεν είναι νομικά απαραίτητο να την προσφέρει. Η ελευθερία της έκφρασης περιλαμβάνει την ελευθερία του πληροφορείν και του πληροφορείσθαι, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι κάθε πληροφορία μπορεί να είναι προσιτή σε όλους, ιδίως όταν αφορά στην ιδιωτική ζωή και τα προσωπικά δεδομένα των πολιτών, στα επαγγελματικά, φορολογικά, ιατρικά, και δικηγορικά απόρρητα καθώς και σε πεδία της κρατικής δραστηριότητας που συνδέονται με τη δημόσια τάξη και ασφάλεια (π.χ. εθνική άμυνα) (29).

Οι περιορισμοί στην ελευθερία της έκφρασης στο διαδίκτυο ποικίλουν από χώρα σε χώρα. Πολλά κράτη θεωρούν ότι υπέρτατη αξία είναι η ελευθερία της έκφρασης και ότι ο μισαλλόδοξος λόγος, οι ρατσιστικές απόψεις αλλά και η πορνογραφία π.χ. δεν πρέπει να αντιμετωπιστούν με τα κατασταλτικά μέσα του ποινικού δικαίου. Τέτοια είναι η περίπτωση των ΗΠΑ που έχει εξελιχθεί σε καταφύγιο site φασιστικών ομάδων οι οποίες έτσι διαφεύγουν από την αυστηρή ευρωπαϊκή νομοθεσία, που σε ορισμένες χώρες απαγορεύει τη ρατσιστική προπαγάνδα όπως η Γαλλία και η Γερμανία (γνωστή είναι η υπόθεση της

YahooFrance)¹. Επειδή στο διαδίκτυο το κοινό στο οποίο απευθύνεσαι δυνητικά είναι παγκόσμιο και επειδή οι αρχές και οι κανόνες περί χρηστών ηθών και δημοσίας αιδούς ποικίλουν από περιβάλλον σε περιβάλλον και άρα τα κριτήρια δεν μπορεί να είναι ενιαία, γι' αυτό μπορούμε να κάνουμε μια διάκριση μεταξύ παράνομου και επιζήμιου περιεχομένου. Η παιδική πορνογραφία π.χ. αποτελεί ποινικό αδίκημα στα περισσότερα κράτη ενώ υπάρχει η βούληση για συντονισμό εθνικής και διεθνούς καταστολής (υπάρχει και σχετική Σύμβαση του Συμβουλίου της Ευρώπης για την αντιμετώπιση του εγκλήματος στον κυβερνοχώρο). Αντιθέτως, στις περιπτώσεις όπου θίγονται οι αντιλήψεις περί ηθικής ενός μέρους του κοινωνικού συνόλου και το περιεχόμενο θεωρείται επιζήμιο θα πρέπει να είμαστε πολλοί φειδωλοί ώστε να δεχτούμε απαγορεύσεις, αφού το βάρος πέφτει στην ατομική ευθύνη του χρήστη και στους ελέγχους που ασκεί η κάθε οικογένεια στους ανήλικους χρήστες (29).

Κλείνοντας, αξίζει να τονιστεί ότι μία από τις πιο σημαντικές πτυχές ενός, χωρίς λογοκρισία, διαδικτύου είναι ότι επιτρέπει στους χρήστες να θεωρούν ότι η κυβέρνηση τους είναι υπόλογη. Οι κυβερνήσεις που δεν εκτιμούν την ελευθερία φοβούνται την ελευθερία του λόγου και ρυθμίζουν έντονα την πρόσβαση στο Διαδίκτυο μεταξύ των πολιτών τους (30).

3.2.1 Κανόνες Web

Το διαδίκτυο γενικά μπορεί να χαρακτηριστεί και από ένα σύνολο θεσμοθετημένων ή και άτυπων κανόνων που θεωρούνται απαραίτητοι για την ομαλότερη λειτουργία του. Έχει εδραιωθεί η τακτική να απαιτούνται ορισμένα κριτήρια προκειμένου να γίνει εφικτή η συμμετοχή ενός χρήστη σε μία διαδικτυακή αλληλεπίδραση. Δεν είναι τυχαίο ότι συνήθως οι διαχειριστές ενός διαδραστικού ιστότοπου απαιτούν ορισμένες πληροφορίες για τον εν δυνάμει χρήστη με αντάλλαγμα τη συμμετοχή του στην ομάδα αλληλεπίδρασης. Από τη μια πλευρά, αυτό το γεγονός παρέχει τη μοναδικότητα, τη διαφοροποίηση του χρήστη αλλά και την ασφάλεια ή κάλυψη του ιστότοπου σε περιπτώσεις ακραίας συμπεριφοράς.

¹ Τα γαλλικά δικαστήρια στην περίπτωση ιστοσελίδων με ρατσιστικό και αντισημιτικό περιεχόμενο που επιπλέον πωλούσαν και ρατσιστικά σύμβολα, καταδίκασαν τον πάροχο πρόσβασης διότι δεν εμπόδισε την πρόσβαση σε περιεχόμενο αντίθετο προς την έννομη τάξη της χώρας όπου διαμένουν οι χρήστες του διαδικτύου, θέτοντας ως προϋπόθεση την προηγούμενη δήλωση της γεωγραφικής του προέλευσης. Το Αμερικάνικο Ομοσπονδιακό δικαστήριο αρνήθηκε να εφαρμόσει την γαλλική απόφαση διευκρινίζοντας ότι το φιλτράρισμα ενός διαδικτυακού τόπου ισοδυναμεί με ρύθμιση του περιεχομένου που αντίκειται στην πρώτη τροποποίηση που κατοχυρώνει την ελευθερία της έκφρασης. Στην πράξη η Yahoo μετά τη νομική της νίκη αφαίρεσε οικειοθελώς τις συγκεκριμένες ιστοσελίδες. Βλ. *H. Καστανά*, Το internet και η προστασία της ιδιωτικής ζωής και της ελευθερίας της έκφρασης: σε αναζήτηση έξυπνων λύσεων, στον τόμο, *Νέες τεχνολογίες και συνταγματικά δικαιώματα*, Σάκκουλας, 2004, σ. 29 επ., ιδίως 40-42.

Γίνεται αντιληπτό ότι σε τέτοιες περιπτώσεις μπορεί να γίνει παρατήρηση, να επιβληθεί μικρή ποινή ή ακόμα και οριστική διαγραφή του μέλους, κάτι το οποίο είναι στη διακριτική ευχέρεια των διαχειριστών και της πολιτικής του ιστότοπου.

Στις περισσότερες περιπτώσεις, ενώ υπάρχουν δικλίδες ασφαλείας, εξαιτίας της καθολικότητας του διαδικτύου είναι αναπόφευκτη η πρόσβαση μη επιθυμητών στοιχείων. Σε άλλες περιπτώσεις, η δημιουργία και μόνο ενός ατομικού προφίλ χωρίς περαιτέρω στοιχεία είναι αρκετή για την έκφραση του χρήστη και η διαδικασία ταυτοποίησης θεωρείται τυπική.

Σε γενικές γραμμές η ισορροπία μεταξύ ελεύθερης έκφρασης και επιχειρηματολογίας με την επιβολή κανόνων συμπεριφοράς και χρήσης είναι ένα ζήτημα που θα κληθεί να λύσει κάθε διαχειριστής ιστότοπου. Όσο αποτελεσματικότερη είναι αυτή η διαδικασία, τόσο πιο λειτουργικός θα είναι και ο ιστότοπος.

Έχουν αναλυθεί τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν έναν σωστό χρήστη διαδικτύου. Γενικά η συμπεριφορά δεν διαφέρει πολύ από την εν γένει αποδεκτή συμπεριφορά στην πραγματική ζωή. Σύμφωνα με άρθρο της Ένωσης Ελλήνων χρηστών Ίντερνετ η χρήση του διαδικτύου, η διατύπωση απόψεων και γενικότερα η διαδικτυακή αλληλεπίδραση πρέπει να χαρακτηρίζεται από τους εξής άτυπους κανόνες. (31)

- **Μετριοπάθεια.** Όσο πιο απόλυτη είναι μία δήλωση τόσο πιο πιθανό είναι να αρχίσει μία επίθεση από τρίτους.
- **Ευγένεια.** Υπάρχουν λέξεις και εκφράσεις που μπορούν να ερμηνευτούν με πολλούς διαφορετικούς τρόπους. Επίσης η απουσία άλλων στοιχείων (τόνος φωνής, έκφραση προσώπου κλπ.) οδηγεί πολύ εύκολα σε παρανοήσεις.
- **Περίσκεψη.** Η επανεξέταση της εν δυνάμει δημοσίευσης μπορεί να αποσοβήσει περιττές παρεξηγήσεις.
- **Προσαρμοστικότητα.** Κάθε χώρος έχει τις δικές του ιδιαιτερότητες. Υπάρχουν συζητήσεις που μπορεί να είναι απόλυτα αποδεκτές σε ένα χώρο αλλά απαράδεκτες σ' ένα άλλο. Γι' αυτό, η κατανόηση του πνεύματος και του ύφους του ιστότοπου είναι απαραίτητη για την ομαλή χρήση του.
- **Μετριοφροσύνη.** Η κατανόηση του χρήστη ότι πιθανόν να υπάρχουν χρήστες πιο ειδικοί σε ένα θέμα ,αποφέρει έναν εποικοδομητικό διάλογο.
- **Ιεραρχία.** Ο διαχειριστής ,και πιθανόν ιδιοκτήτης, είναι ο ανώτερος χρήστης και η συμμετοχή στον ιστότοπο σημαίνει και αποδοχή των κανόνων που έχει θεσπίσει.
- **Θάρρος.** Κυρίως η έννοια αναφέρεται στην ικανότητα αποδοχής ενδεχόμενων σφαλμάτων από την μεριά του χρήστη.
- **Κατανόηση.** Είναι φυσιολογικό στο δίκτυο να υπάρχουν πολλοί άνθρωποι που δεν ακολουθούν τους κανόνες συμπεριφοράς. Η ανάλωση σε προστριβές με τέτοιους χρήστες δεν αποφέρει κάποιο κέρδος.
- **Συναδελφικότητα.** Οι χρήστες του διαδικτύου εξερευνούν ένα καινούριο χώρο που εξακολουθεί να έχει μυστικά ακόμη και για τους πιο

πεπειραμένους. Αυτή η αίσθηση του «νέου συνόρου» φέρνει τους ανθρώπους του δικτύου πιο κοντά και τους κάνει πιο δεκτικούς στην επικοινωνία. Έτσι, σε ενδεχόμενες απορίες η αλληλοβοήθεια είναι απαραίτητη.

3.2.2 Το Διαδίκτυο σαν πηγή άντλησης πληροφοριών

Η πλέον πιο διαδεδομένη χρήση του διαδικτύου είναι η άντληση πληροφοριών. Η αναζήτηση και περιήγηση στο διαδίκτυο προσφέρει πληροφορίες, είτε για την επιστήμη, την τεχνολογία, τα μαθηματικά, την ιστορία, τις χώρες, την κοινωνιολογία, την ιατρική, τη μηχανική, τον αθλητισμό, τα παιχνίδια, τη μουσική, τον κινηματογράφο, θέσεις εργασίας ή εκπαίδευσης ενδεικτικά. Επίσης, έχουν δημιουργηθεί online εγκυκλοπαίδειες με πιο διαδεδομένο τον ιστότοπο www.wikipedia.org που συγκαταλέγεται σε μία από τις μεγαλύτερες βάσεις δεδομένων παγκοσμίως. Είναι μια διαδραστική εγκυκλοπαίδεια όπου κάθε χρήστης μπορεί να σημειώσει και να προσθέσει τη γνώση του. Βέβαια, το γεγονός αυτό της προσθέτει μία υποψία αναξιοπιστίας. Παρόλα αυτά, παραμένει η μεγαλύτερη πηγή πληροφοριών. Γενικά το διαδίκτυο έχει εξελίξει αυτόν το ρόλο του, όμως αντιδιαμετρικά, η αξιολόγηση των πληροφοριών ίσως είναι το μεγαλύτερο ζήτημα της ύφανσής του. Η επιλογή των αξιόπιστων και κατάλληλων πληροφοριών είναι εξαιρετικά δύσκολο εγχείρημα. Απαιτεί εμπειρία, συνδυαστική και κριτική ικανότητα από μέρος του χρήστη.

Το Διαδίκτυο είναι μακράν η πιο δημοφιλής πηγή πληροφόρησης και η προτιμώμενη επιλογή για την ενημέρωση μπροστά από την τηλεόραση, τις εφημερίδες και το ραδιόφωνο, σύμφωνα με δημοσκόπηση στις Ηνωμένες Πολιτείες το 2009.

Περισσότερο από το ήμισυ των ερωτηθέντων στην έρευνα της εταιρείας Zogby Interactive, δήλωσε ότι θα επέλεγε το Διαδίκτυο, εάν έπρεπε να επιλέξει μόνο μία πηγή ειδήσεων, και ακολουθεί το 21% για την τηλεόραση και 10% για εφημερίδες και ραδιόφωνο. Το Διαδίκτυο έχει επίσης επιλεγεί ως η πιο αξιόπιστη πηγή ειδήσεων από περίπου 40% των ενηλίκων, σε σύγκριση με 17% που επέλεξαν την τηλεόραση, 16% τις εφημερίδες και 13% το ραδιόφωνο. Όταν ζητήθηκε μια πρόβλεψη για το μέλλον, η συντριπτική πλειοψηφία 82% είπαν ότι το διαδίκτυο θα είναι η κύρια πηγή πληροφόρησης σε λίγα χρόνια, σε σύγκριση με το 13% για την τηλεόραση και το 0,5% που επέλεξαν εφημερίδες. (32)

3.2.3 Web- Πολιτική- Σφυγμομετρήσεις

Το διαδίκτυο έχει πρωταρχικό ρόλο και στη διαμόρφωση της πολιτικής. Ακολουθώντας την καλπάζουσα ανάπτυξη του internet έχουν δημιουργηθεί αρκετοί ιστότοποι που προσφέρουν στους ψηφοφόρους τη δυνατότητα να καταθέσουν μέσω ψηφοφορίας την άποψή τους για πολιτικά πρόσωπα ή γεγονότα. Παράδειγμα τέτοιου χώρου αποτελεί και το αμερικάνικο <http://www.debatepolitics.com/polls/>. Κοιτάζοντας ευρύτερα, ίσως μια τέτοια τεχνολογία να αποτελεί σημαντικό όπλο στη φαρέτρα των πολιτικών προσώπων. Μπορούν να αποτελέσουν δείγμα σφυγμομέτρησης της κοινής γνώμης και γενικότερα της περιρρέουσας κοινωνικής συνοχής. Συνδυάζοντας αυτές τις γνώσεις με τις πάγιες τακτικές της πολιτικής μπορούν να αποδώσουν πολύτιμα συμπεράσματα στους εν δυνάμει πολιτευτές. Γι'αυτό άλλωστε σε παγκόσμια εμβέλεια έχει υπάρξει μια στροφή των πολιτικών στο διαδίκτυο και στα κοινωνικά μέσα, είτε παραθέτοντας το πρόγραμμά τους, είτε δημιουργώντας λογαριασμούς σε κοινωνικά δίκτυα είτε κυρίως παρακολουθώντας την κοινή γνώμη εκφρασμένη ελεύθερα, κάτι το οποίο μελλοντικά (στοχεύουν στο να) μεταφράζεται σε ψήφους.

Οι πολιτικές παρατάξεις στηρίζουν πλέον τις προεκλογικές τους εκστρατείες στο διαδίκτυο και το χρησιμοποιούν ενδεχομένως και ως μέσο προπαγάνδας. Εκτός από την αλλαγή στρατηγικής της εκστρατείας, το Διαδίκτυο έχει φέρει μεγάλη αλλαγή και στο πως το κοινό έχει πρόσβαση στις πολιτικές ειδήσεις και πληροφορίες. Αντί να βασίζονται σε πληροφορίες από τα σημαντικότερα μέσα μαζικής ενημέρωσης, μεμονωμένοι ψηφοφόροι μπορούν απλά να αναζητήσουν τις θέσεις του υποψηφίου σε απευθείας σύνδεση, ή ακόμα και να παρακολουθήσουν βίντεο των ομιλιών του υποψηφίου. Αυτό όχι μόνο κάνει τις πληροφορίες πιο προσιτές, αλλά και βοηθά να κρατήσει τους πολιτικούς περισσότερο υπόλογους για τα λόγια και τις πράξεις τους. Φυσικά, ενώ το Διαδίκτυο προσφέρει μεγαλύτερη πρόσβαση σε πληροφορίες, δεν υπάρχει καμία εγγύηση ότι οι πληροφορίες που βρέθηκαν διαδικτυακά είναι και αληθινές. Γενικά, η υπόσχεση του διαδικτύου στην πολιτική είναι ότι θα αποτελεί έναν πλήρη αντικατοπτρισμό των ελπίδων και των φόβων μιας κοινωνίας με σκοπό την αποκατάστασή τους από την πολιτική σκηνή. (33) (34)

Παράδειγμα αυτής της φιλοσοφίας αποτελεί και το site www.opengov.gr όπου παραθέτονται τα νομοσχέδια και σχολιάζονται από τους πολίτες. Μελετώντας τα αποτελέσματα μπορούν να εξαχθούν και να προβλεφθούν οι αντιδράσεις στο κάθε νομοσχέδιο. Στη συνέχεια η ανάλυσή μας θα ασχοληθεί με ένα τέτοιο παράδειγμα.

Κεφάλαιο 4.

Ανάλυση επιλεγμένων διαλόγων

Σε αυτό το κεφάλαιο θα προσπαθήσουμε να κάνουμε μια βαθιά και πρωτοποριακή ανάλυση σε αδόμητους διαλόγους που επιλέχθηκαν από το διαδίκτυο με τρόπο τυχαίο, αλλά ταυτόχρονα με σκοπό να πληρούν έναν αριθμό σημαντικών κριτηρίων που θέτουμε προκειμένου να γίνει πιο στοχευμένη η ανάλυσή μας.

Σε πρώτο στάδιο, λοιπόν, πραγματοποιήθηκε μια ενδελεχής έρευνα στο διαδίκτυο αναζητώντας ιστότοπους σχολιασμού με κατάλληλους διαλόγους οι οποίοι να παρέχουν πρόσφορο έδαφος για μια τέτοια ανάλυση. Στοχεύσαμε σε ελληνικούς διαλόγους, καθώς κάτι τέτοιο θα μας προσέφερε μεγαλύτερη ευελιξία και ευκολία παραμετροποίησης. Μέσα από μια μεγάλη ποικιλία αδόμητων διαλόγων από sites (ιστοσελίδες), blogs (ιστολόγια), social networks (κοινωνικά δίκτυα), forums, επιλέξαμε τρεις περιπτώσεις που έχουν διαφορές μεταξύ τους και στοχεύουν σε διαφορετικά κοινά, παράλληλα όμως θα μας επιτρέψουν ένα πιο αξιόπιστο δείγμα και μια πιο ολοκληρωτική εικόνα αποτελεσμάτων.

4.1 Μεθοδολογία επιλογής διαλόγων

Οι αδόμητοι διάλογοι που θα επιλέξουμε πρέπει να πληρούν, όπως τονίσαμε, ορισμένα χαρακτηριστικά.

- Να προέρχονται από Ελληνικές σελίδες.
- Οι σελίδες θα πρέπει να είναι ευρέως γνωστές, νόμιμες και αποδεκτές από το κοινωνικό σύνολο.
- Να υπάρχει μία κεντρική ιδέα - άποψη - άρθρο από όπου θα ξεκινήσει η αντιπαράθεση.
- Να υπάρχει η δυνατότητα συμμετοχής ή παρακολούθησης του διαλόγου από οποιονδήποτε χρήστη ανεξαρτήτου φυλετικής, εκπαιδευτικής, ηλικιακής, μορφωτικής κ.α. διαφοροποίησης. Δηλαδή να μπορεί ο καθένας να εκφράσει την άποψή του ελεύθερα.
- Να υπάρχει σχετικά μεγάλη συμμετοχή, ούτως ώστε να έχουμε μεγαλύτερο δείγμα μελέτης.
- Τα αρχικά θέματα συζήτησης θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο επίκαιρα και να υποβόσκει ένα πολιτικό ή κοινωνικό επίπεδο σε αυτά.
- Τουλάχιστον το 35-40% των σχολίων να επιδέχονται ανάλυσης και σχετικά ανεκτής επιχειρηματολογίας. Αυτός είναι ο λόγος που αποκλείονται σελίδες φανατικού-χουλιγκανικού ή εξτρεμιστικού τύπου.

Με βάση αυτά τα κριτήρια έγινε η επιλογή μας από τους διαθέσιμους διαλόγους.

4.2 Μεθοδολογία επιλογής μέσου οπτικοποίησης

Παράλληλα με την ερευνητική διαδικασία, αναπτύχθηκε η ανάγκη της εργασίας για οπτικοποίηση και οπτική παράθεση των αποτελεσμάτων. Κάτι τέτοιο θα προσέφερε την απλούστευση της εξαγωγής συμπερασμάτων καθώς και την βαθύτερη κατανόηση της εξέλιξης της ανάλυσης, ενώ θα καθιστούσε το αποτέλεσμα ιδιαίτερα φιλικό προς τον τελικό χρήστη. Έτσι, πραγματοποιήθηκε μια αναζήτηση για τα πιο διαδεδομένα μέσα οπτικοποίησης.

Ως επιθυμητά στοιχεία καθορίσαμε τα εξής:

- Την εύχρηστη λειτουργία
- Το ευπαρουσίαστο γραφικό περιβάλλον
- Την ευκολία μετατροπών και αλλαγών
- Την καταλληλότητα παρουσίασης διαλογικών σχημάτων
- Την ελεύθερη πρόσβαση των επισκεπτών
- Την ελεύθερη χρήση από τους ενδιαφερόμενους.

Καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι ο ιστότοπος debategraph.org είναι ένα εύχρηστο και αξιοπρεπές εργαλείο που καλύπτει πλήρως τις ανάγκες της εργασίας. Έτσι, όλα τα οπτικά σχήματα των διαλόγων θα υλοποιηθούν με τη βοήθεια του συγκεκριμένου εργαλείου. Το εργαλείο αυτό παρουσιάζεται με μεγαλύτερη λεπτομέρεια στην επόμενη παράγραφο.

4.2.1 Debategraph

Το *debategraph* είναι ένα βραβευμένο εργαλείο που προσφέρει σε άτομα και κοινότητες έναν δυναμικό τρόπο για να ενημερωθούν, να συζητήσουν και να αποφασίσουν για σύνθετα θέματα. Συν-ιδρύθηκε το Μάρτιο του 2008 από τον Αυστραλό πρώην Υπουργό Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης Peter Baldwin και τον David Price. Έχει χρησιμοποιηθεί από τον Λευκό Οίκο (35), το CNN (36), την εφημερίδα Independent (37) και κέρδισε τη διάκριση ως μια από τις καλύτερες ιστοσελίδες για διδασκαλία από την Αμερικανική Ένωση Βιβλιοθηκονόμων (Σχολή) το 2010.

Δίνει τη δυνατότητα σε οποιαδήποτε κοινότητα να εξωτερικεύσει, να απεικονίσει και να αξιολογήσει όλα τα ζητήματα που μπορεί κάθε μέλος να σκεφτεί και συγχρόνως διευκολύνει τον εποικοδομητικό διάλογο εντός της κοινότητας γύρω από αυτά τα θέματα. Έτσι, για παράδειγμα, δημιουργήθηκαν *χάρτες* και διασυνδέσεις μεταξύ χαρτών που αναπτύχθηκαν από ειδικούς σχετικά με την αλλαγή των καιρικών συνθηκών, την αύξηση του πληθυσμού κ.α.

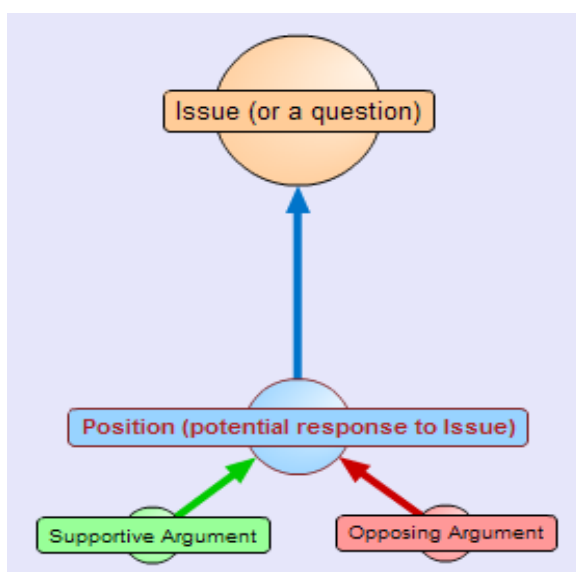
Κύριο μέλημα του εργαλείου είναι να δημιουργήσει ένα νέο είδος δημόσιας υπηρεσίας που επιτρέπει σε τοπικές και παγκόσμιες κοινότητες ανθρώπων να σκέφτονται συνεργατικά και δημιουργικά, καθώς και να επεξεργάζονται χάρτες σύνθετων συζητήσεων που παρουσιάζουν με ακρίβεια όλες τις πλευρές της συζήτησης από μια ουδέτερη σκοπιά, μεστά και συγκροτημένα. Όλες οι πτυχές της συζήτησης (τόσο το περιεχόμενο όσο και η δομή τους), είναι συνεχώς ανοικτές σε αναθεώρηση, βελτίωση, σχολιασμό και αξιολόγηση από οποιονδήποτε θέλει. Κάθε χάρτης είναι μια κοινή εργασία σε εξέλιξη που μπορεί να επεξεργαστεί και να επεκταθεί ακριβώς όπως ένα wiki.

Στην ουσία οι βασικές δομικές μονάδες των χαρτών περιλαμβάνουν τρία βήματα:

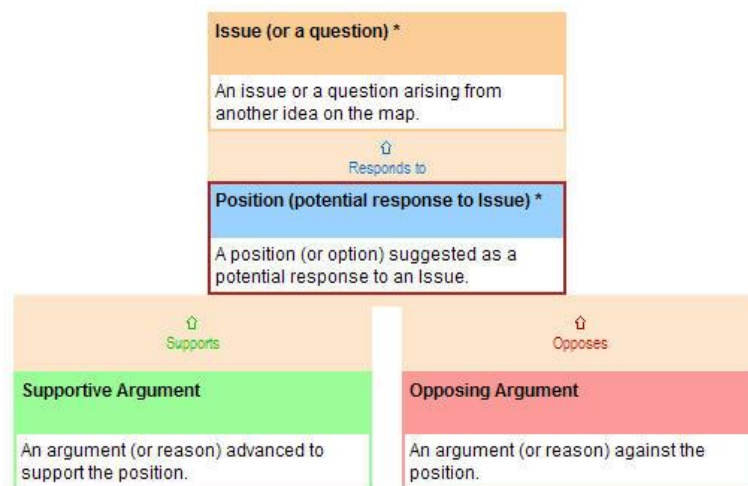
1. Διάσπαση του αντικειμένου σε ξεχωριστές ιδέες,
2. Δημιουργία και αναθεώρηση σχέσεων μεταξύ αυτών των ιδεών και
3. Έκφραση των ιδεών και των σχέσεων οπτικά.

Στα παρακάτω γραφήματα παρουσιάζεται η κύρια ιδέα της οπτικοποίησης των θεμάτων. Έτσι έχουμε:

- **Το θέμα (ή ερώτηση) -issue**
Το κύριο θέμα προς συζήτηση
- **Θέσεις (ή απαντήσεις) – position**
Οι θέσεις που προτάθηκαν ως απάντηση σε αυτό το θέμα
- **Υποστηρικτικά και αντικρουόμενα επιχειρήματα – supportive and opposing arguments**
Προβάλλουν τα υπέρ και τα κατά των θέσεων.



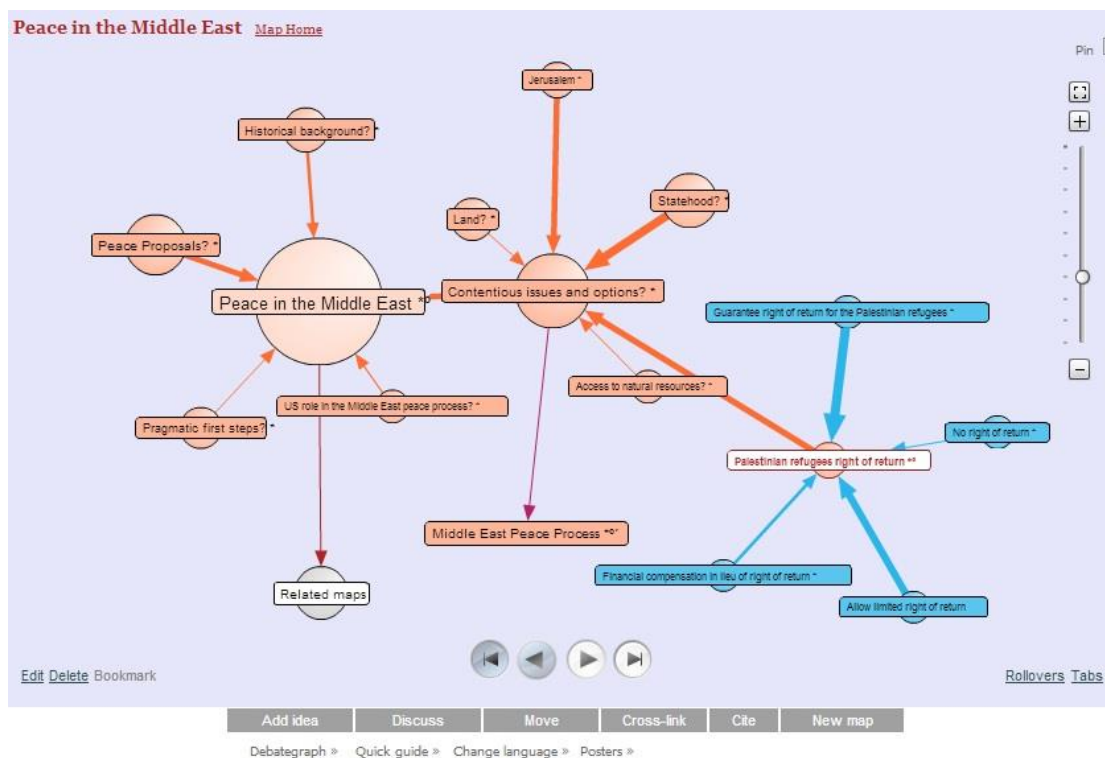
Εικόνα 3.Κύρια δομή debategraph



Εικόνα 4. Επεξήγηση δομικών στοιχείων debategraph

Κάθε δομικό στοιχείο έχει το δικό του χρώμα ώστε να είναι εύκολο να διαχωριστούν τα είδη των ιδεών και των σχέσεων. Υπάρχει ένα ευρύτερο σύνολο δομικών στοιχείων πέρα από τα τρία αυτά βασικά, αλλά οι βασικές δομές των θεμάτων, θέσεων, υποστηρικτικών και αντικρουόμενων επιχειρημάτων μπορούν να συνδυαστούν και να χρησιμοποιηθούν πολλές φορές για την οικοδόμηση πολύπλοκων χαρτών σε κάθε κλίμακα. (38)

Τέλος, παραθέτουμε το παράδειγμα της Independent ως το πλέον χαρακτηριστικό για την πλήρη κατανόηση του εργαλείου. Το κύριο θέμα είναι ο δρόμος για την Ειρήνη στη Μέση Ανατολή σύμφωνα με την εφημερίδα.



Εικόνα 5. Χαρακτηριστικό παράδειγμα debategraph

Οι επιλογές κάτω αριστερά edit- delete και οι επιλογές κάτω Add idea – Discuss – Move - Cross link επιτρέπουν την επεξεργασία, επέκταση, διαμόρφωση και σύνδεση του χάρτη.

4.3 Παρουσίαση Συζητήσεων

Ας ξεκινήσουμε κάνοντας μια γρήγορη παρουσίαση των τριών επιλεγμένων διαλόγων. Διαλέξαμε αρχικά ένα κοινωνικοπολιτικό θέμα (εθνική απειλή-Οικονομική εισβολή των Τούρκων στην Ελλάδα) που απασχολεί το μέσο πολίτη και είναι εκφρασμένο από το site [antinews](#). Συνεχίσαμε με ένα επίκαιρο κοινωνικό φαινόμενο (άνοδος ναζισμού στην Ελλάδα) από το ειδησεογραφικό site [news247](#) που έχει αποκτήσει μεγάλη προβολή τους τελευταίους μήνες στη χώρα μας. Τέλος, ασχοληθήκαμε με ένα προσχέδιο νόμου και το διάλογο που λαμβάνει χώρα στο επίσημο και αξιόλογο site [opengov](#), σχετικά με τη νομοθεσία περί κάρτας πολίτη.

4.3.1 Έρευνα Α.Είναι αδιανόητη μια οικονομική εισβολή των Τούρκων επί κυβέρνησης Σαμαρά (antinews.gr)

Η επιλογή αυτού του άρθρου έγινε εξαιτίας της επικαιρότητας και της πληθώρας σχολίων ικανών να αναλυθούν. Το κύριο άρθρο είναι του Φαήλου Μ. Κρανιδιώτη και μπορεί να προσπελαστεί μέσω της διεύθυνσης <http://www.antinews.gr/2013/01/21/200238>.



Του Φαήλου Μ. Κρανιδιώτη

Ο Τίτος Φλάβιος Βεσπασιανός ήταν ο ιδρυτής της δυναστείας των Φλαβίων το 69 μ.Χ. Ανάμεσα στα διάφορα που έκανε, ήταν να φορολογήσει την χρήση των δημόσιων τουαλετών. Περιπατούσε λοιπόν με κάποιον, που του εξέφρασε την απέχθεια του στην ιδέα το κράτος να μαζεύει χρήματα από τα ούρα και τα κόπρανα. Ο Βεσπασιανός έβγαλε μια χούφτα νομίσματα από την τσέπη του και τα έχωσε κάτω από την μύτη του συνομιλήτη του. «Είδες», του είπε, «δεν μυρίζουν».

Ο κ. Στουρνάρας δήλωσε, πως δεν πιστεύει στην «παγκοσμιοποίηση αλά καρτ», πως θέλει «παγκοσμιοποίηση χωρίς όρια» και πως αν οι Τούρκοι θέλουν να αγοράσουν οποιοδήποτε από τα ιμάτια μας, καλοδεχούμενοι, διότι προφανώς το χρήμα δεν μυρίζει. Στο ίδιο μήκος κύματος, μαθαίνω κι ακούω, είναι κι άλλοι υπουργοί και βουλευτές.

Κυρίως όμως μερικοί παχιοί – παχιοί τραπεζίτες μας. Πληροφορίες μας λένε, πως ετοιμάζουν κάτι μεγάλο, μια τουρκοελληνική σύμπραξη στην Θράκη, που θα εξομαλύνει τις σχέσεις κλπ. Κάποιοι φτιάχνουν κλίμα με αδηφάγο βλέμμα...

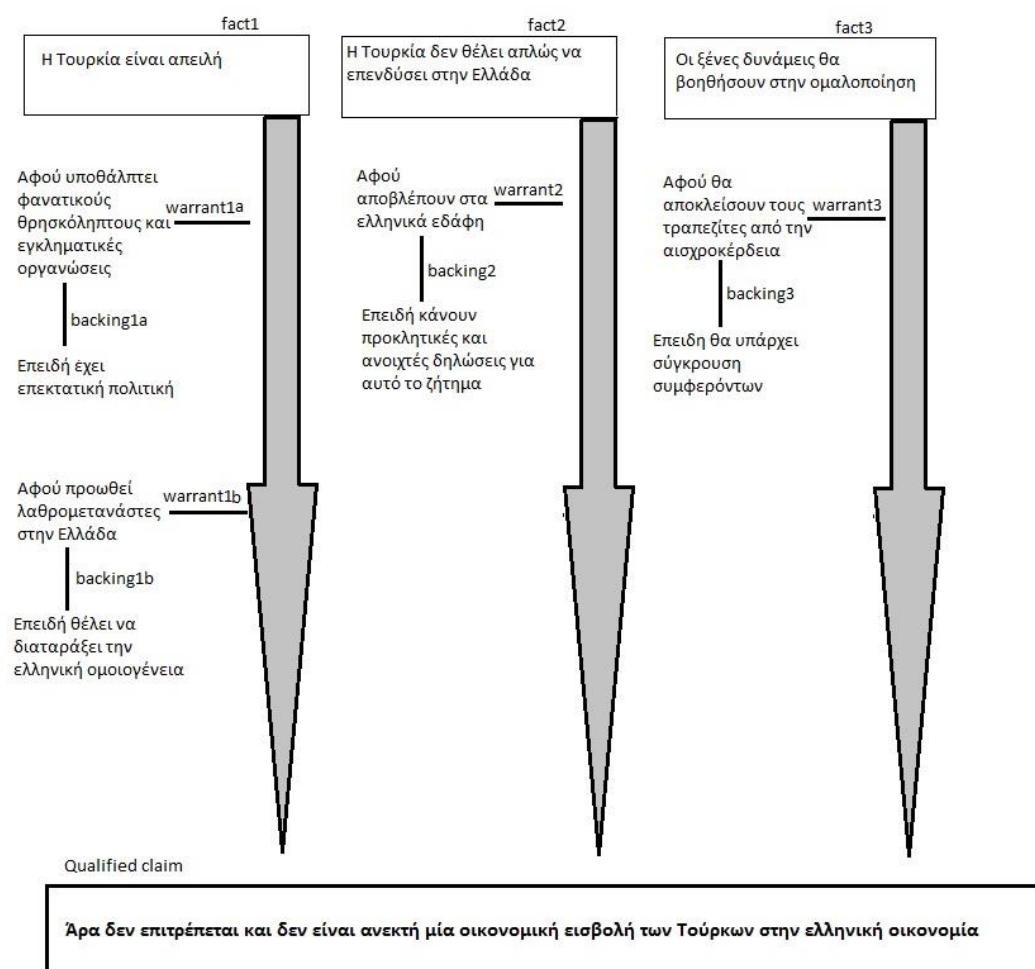
Το να φορολογήσεις τους βόθρους είναι γκροτέσκο αλλά σίγουρα δεν κινδυνεύει από αυτό η Πατρίδα. Το πολύ – πολύ να σε πάρουν στο μεζέ οι πολίτες. Το ν' ανοίξεις διάπλατα τις πόρτες για να βάλουν πόδι τουρκικά κεφάλαια στην Θράκη, στις μαρίνες ή οπουδήποτε αλλού, είναι όμως άλλο ζήτημα.

Όταν τα συμφέροντά σου το επιβάλλουν, η παγκοσμιοποίηση είναι και αλά καρτ και ότι άλλο επιβάλλει η εθνική στρατηγική σου, αν έχεις. Κι υπάρχουν κι αφανείς τρόποι να ελέγξεις το παιχνίδι. Οι επιχειρησιακές βάσεις της ΜΙΤ, που ακολουθούν, πχ τα υποκαταστήματα συγκεκριμένων τουρκικών τραπεζών κι εταιρειών στο εξωτερικό, εκφεύγουν της «ελευθέρως διακίνησης κεφαλαίων, αγαθών κι υπηρεσιών».

Το πρόβλημα μας με την Τουρκία, με την ισλαμοφασιστική συμμορία που την κυβερνά, δεν είναι πως δεν έχουμε αρκετά οικονομικά νταραβέρια, πως μας λείπει η ώμοση, πως δεν έχουν μπλέξει αρκετά τους μηρούς τους τα χλιδάτα

Εικόνα 6. Χαρακτηριστικό απόσπασμα του άρθρου

Η έρευνα μας ξεκίνησε από την ανάγνωση ολόκληρου του άρθρου και τη μετατροπή του στη βασική μορφή του μοντέλου Toulmin.



Εικόνα 7. Διάγραμμα Toulmin αντίστοιχου άρθρου

Παρατηρούμε ότι υπάρχει έλλειψη σε έναν βασικό παράγοντα του μοντέλου Toulmin. Σε όλο το άρθρο και στην επιχειρηματολογία του δεν υπήρξε ο παράγοντας Rebuttal (Αντίκρουση), ενώ υπήρξε λογική συνέχεια και αρτιότητα στα υπόλοιπα σκέλη. Η έλλειψη αυτή λοιπόν, το καθιστά ανολοκλήρωτο υπό το πρίσμα της επιχειρηματολογίας του μοντέλου Toulmin.

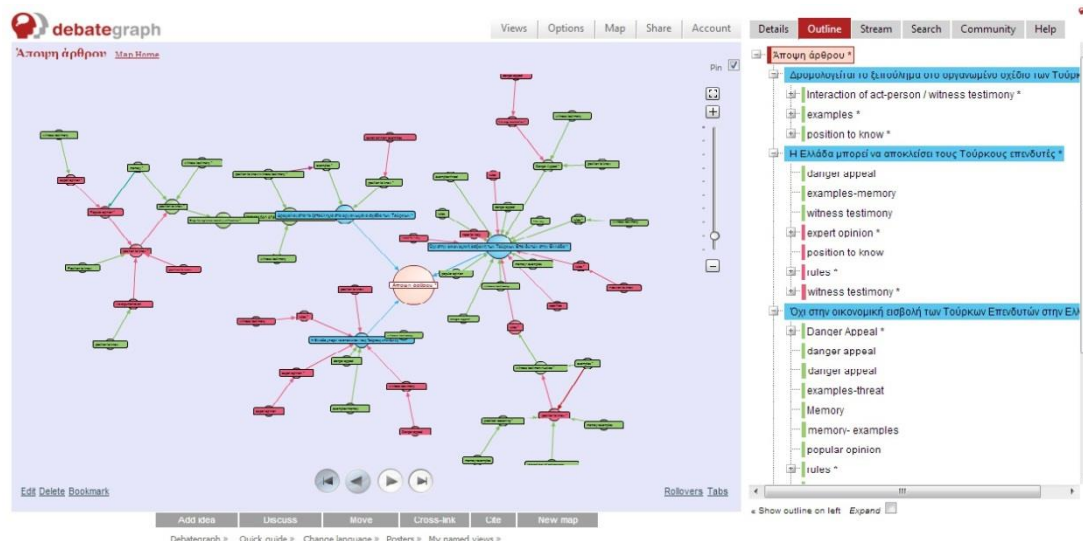
Το άρθρο προέρχεται από πολιτικό στέλεχος ή παράγοντα που πρόσκειται σε έναν πολιτικό σχηματισμό, άρα θα μπορούσαμε να εικάσουμε ότι η αντίκρουση γενικά δεν εξυπηρετεί τον πολιτικό λόγο. Δίνει βήμα στην αντίθετη άποψη ή καθιστά το επιχείρημα πιο αδύναμο και με διαρροές. Κάτι τέτοιο αποτελεί τροχοπέδη στην πολιτική και στο αποτέλεσμα που ενδεχομένως αυτή επιδιώκει.

4.3.1.1 Οπτικοποίηση

Για να περάσουμε στη διαδικασία της οπτικοποίησης, διαβάσαμε προσεκτικά όλα τα σχόλια του άρθρου όπως αυτά εμφανίζονται στο κάτω μέρος του και επιλέξαμε τα πιο συγκροτημένα και δομημένα σχόλια που θα μπορούσαν υποτυπωδώς να αναλυθούν. Παρά το γεγονός ότι ο αριθμός των σχολίων ήταν μεγάλος, η πραγματοποιηθείσα ανάλυση περιορίστηκε στο 60-65% των διαθέσιμων σχολίων καθώς τα υπόλοιπα ήταν εντελώς αδόμητα, χωρίς καμία λογική και κανένα φυσικό ειρμό (π.χ. αναλώνονταν σε προσωπικούς διαξιφισμούς καθώς και ανοργάνωτες και ανούσιες επιχειρηματολογίες). Ένα πρώτο συμπέρασμα είναι ότι αυτό το σκέλος της έρευνας ήταν και το πιο δύσκολο και χρονοβόρο. Στη συνέχεια αναλύσαμε και ταξινομήσαμε κάθε επιλεγμένο σχόλιο ανά σχήμα επιχειρηματολογίας. Έπειτα, χρησιμοποιώντας το debategraph μεταφέραμε όλη αυτήν την ανάλυση στο οπτικό μέρος. Το αποτέλεσμα είναι οράτο στη σελίδα:

<http://debategraph.org/Stream.aspx?nid=282040&vt=bubble&dc=all>.

Μέσα από αυτήν την σελίδα μπορεί να γίνει πλοήγηση σε όλα τα σχόλια και τον τρόπο που συμμετέχουν στο διάλογο, καθώς και το σχήμα της επιχειρηματολογίας που χρησιμοποιούν.

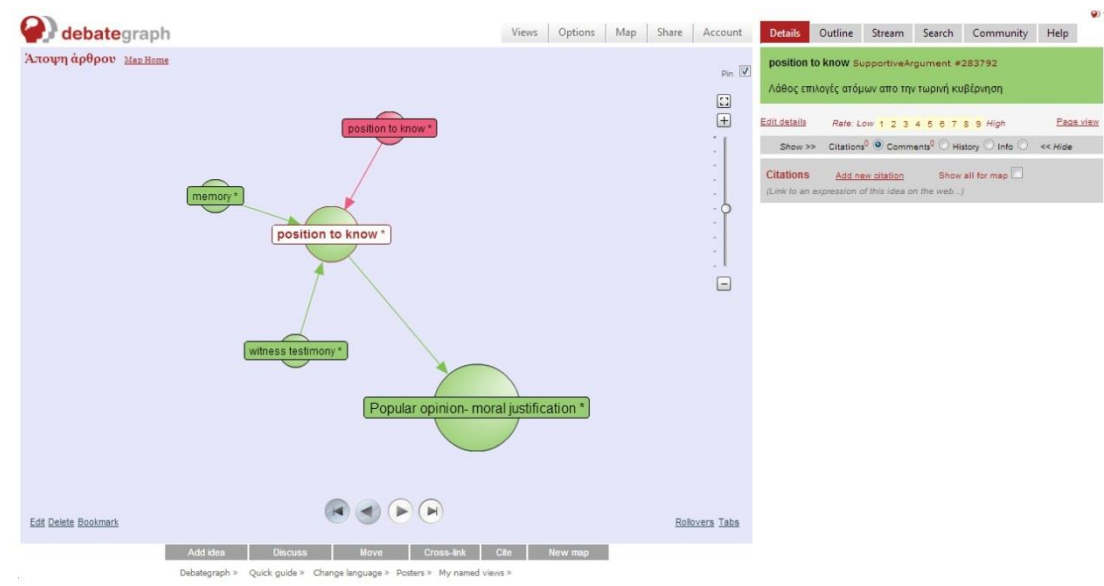


Εικόνα 8. Οπτικοποίηση διαλόγου

Στο παραπάνω σχήμα φαίνεται το οπτικό αποτέλεσμα του διαλόγου. Στα δεξιά έχουμε σε σύμπτυξη το ίδιο γράφημα. Με μπλε χρώμα είναι οι απόψεις που κατατίθενται, με πράσινο είναι τα υποστηρικτικά επιχειρήματα και με κόκκινο χρώμα τα αντικρουόμενα επιχειρήματα. Δημιουργήθηκε ένα πολύπλοκο δενδρόμορφο σχήμα όπου ο διάλογος ξέφυγε από το κύριο άρθρο και

επεκτεινόταν σε άλλες μικρότερες θεματικές ενότητες. Παρατηρούμε ότι με άξονα το κύριο θέμα ο διάλογος εξελισσόταν και επέστρεφε στην αρχή.

Αν προσέξουμε ένα τμήμα του γραφήματος, όπως στο σχήμα:



Εικόνα 9. Χαρακτηριστικό τμήμα της οπτικοποίησης

Θα παρατηρήσουμε ότι σαν όρισμα της κάθε άποψης έχουμε τοποθετήσει το ανάλογο σχήμα επιχειρηματολογίας ενώ στην καρτέλα details στα δεξιά μέσα σε πράσινο πλαίσιο έχουμε την περιγραφή του σχολίου.

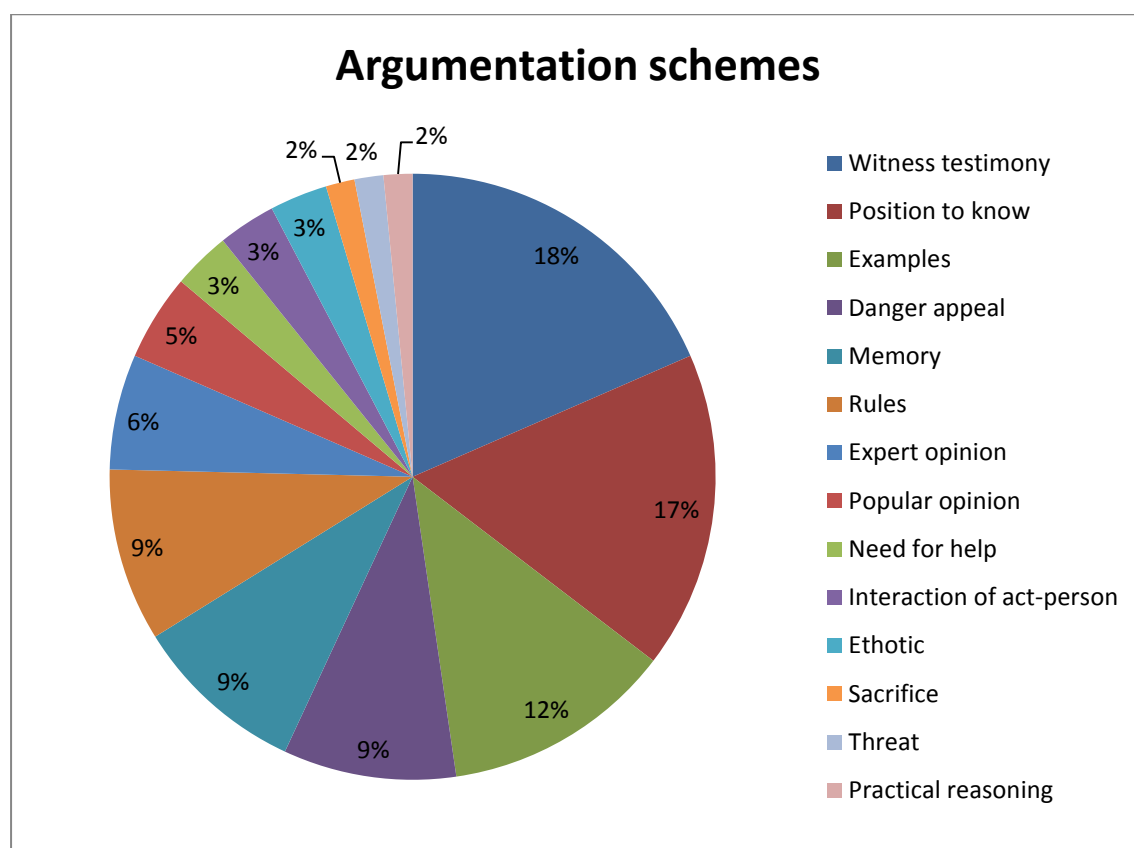
4.3.1.2 Στατιστικά

Προκειμένου να έχουμε μια ολοκληρωμένη εικόνα για τα σχήματα επιχειρηματολογίας που χρησιμοποιήθηκαν θα δημιουργήσουμε έναν στατιστικό πίνακα.

Σχήμα επιχειρηματολογίας	Αριθμός εμφανίσεων	Ποσοστό επί του συνόλου
Witness testimony	12	18.5 %
Position to know	11	16.9 %
Examples	8	12.3 %
Danger appeal	6	9.2 %
Memory	6	9.2 %
Rules	6	9.2 %

<i>Σχήμα επιχειρηματολογίας</i>	<i>Αριθμός εμφανίσεων</i>	<i>Ποσοστό επί του συνόλου</i>
Expert opinion	4	6.2 %
Popular opinion	3	4.6 %
Need for help	2	3.1 %
Interaction of act-person	2	3.1 %
Ethotic	2	3.1 %
Sacrifice	1	1.5 %
Threat	1	1.5 %
Practical reasoning	1	1.5 %

Παραθέτουμε και το οπτικό αποτέλεσμα των στατιστικών:



4.3.1.3 Συμπεράσματα

Το πρώτο βήμα ήταν η ταξινόμηση του διαλόγου σύμφωνα με τους τύπους διαλόγου. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την μελέτη, αυτός ο αδόμητος διάλογος που λαμβάνει χώρα στα σχόλια μπορούμε να χαρακτηριστεί ως **διάλογος της πειθούς** και **διάλογος της έριδας**. Δηλαδή, παρατηρείται διχογνωμία η οποία σε συγκεκριμένες περιπτώσεις μεταβάλλεται σε προσωπική σύγκρουση. Έτσι, από την μία έχουμε προσπάθεια από τους συμμετέχοντες να πείσουν τους υπόλοιπους και από την άλλη μια ροπή για επίθεση στον αντίπαλο. Αυτά μπορούμε να πούμε ότι είναι και τα γενικά γνωρίσματα μιας πολιτικής αντιπαράθεσης.

- Όπως προείπαμε, απουσιάζει από όλες τις προσπάθειες επιχειρηματολογίας η βασική μορφή επιχειρηματολογίας rebuttal. Αν και σημαντικό σαν φαινόμενο, κάτι τέτοιο ήταν αναμενόμενο καθώς μία προσπάθεια επιχειρηματολογίας με αναφορά στην αντίκρουση, απαιτεί δυνατά επιχειρήματα και απόλυτα σωστή οργάνωση.
- Δεδομένης της ιδιαιτερότητας της συζήτησης, παρατηρούμε αυξημένη τη χρήση επιχειρηματολογίας με αναφορά σε προσωπικά βιώματα και εμπειρίες (witness testimony). Ένα τέτοιο επιχείρημα είναι αρκετά ισχυρό καθώς έχει έμμεση αναφορά σε γεγονότα, αλλά είναι και αμφισβητήσιμη η αυθεντικότητά του, καθώς μπορεί να χρησιμοποιείται με ψευδή στοιχεία για να ισχυροποιηθεί η σχέση του ομιλητή. Αυτή η κλίση μπορεί να θεωρηθεί λογική καθώς κάθε άνθρωπος μπορεί να ερμηνεύσει τα γεγονότα όπως θέλει.
- Το άλλο σχήμα επιχειρηματολογίας που έχει εντυπωσιακό ποσοστό είναι η αναφορά στην ιδανική θέση να γνωρίζει πράγματα (position to know). Τονίζεται ότι ο ομιλών έχει τη θέση ή τη γνώση να ξέρει κάτι παραπάνω από τους άλλους συμμετέχοντες. Και αυτό το επιχείρημα είναι αμφισβητήσιμο.
- Με βάση τα προηγούμενα μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι τα περισσότερα σχόλια έχουν σχετικά μικρή δυναμική, καθώς επικαλούνται κυρίως προσωπικές εμπειρίες ή απόψεις. Κάτι τέτοιο ήταν αναμενόμενο σε αυτό το άρθρο καθώς οι περισσότεροι που συμμετέχουν είναι κομματικοποιημένα άτομα που προκειμένου να αναδείξουν την ιδεολογία τους καταφεύγουν σε ασάφειες και γενικότητες. Επίσης, υπάρχει μεγάλο ποσοστό ατόμων ανίκανων να εκφράσουν την επιχειρηματολογία τους και υποκύπτουν σε προσωπικές αναφορές. Βέβαια στην ομάδα witness testimony μπορούμε να εντάξουμε και τις αναφορές σε πραγματικά γεγονότα τα οποία σχολιάζονται όμως σύμφωνα με την κρίση του καθενός. Ίσως θα έπρεπε κάτι τέτοιο να θεωρείται επίσης αναμενόμενο καθώς τα επιχειρήματα περιστρέφονται γύρω από προσωπικές έριδες και ιδεολογίες με αποτέλεσμα να λείπουν τα αδιάσειστα στοιχεία.

- Επειδή το θέμα είναι εθνικού χαρακτήρα, οι συμμετέχοντες κατέθεσαν σε μεγάλο βαθμό επιχειρήματα απειλής ή κινδύνου παρασυρόμενοι από την εθνική τους συνείδηση. Έτσι, παρατηρούμε ότι η κοινωνία σε θέματα εθνικών συμφερόντων δείχνει την αντίθεσή της και την φοβία της σε εξωγενείς απειλές.
- Τα πιο ισχυρά σχήματα επιχειρηματολογίας που χρησιμοποιήθηκαν και που ήταν δυσκολότερο να αντιμετωπιστούν τα εντοπίσαμε στο examples-memory-rules καθώς τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται εκεί είναι αδιάσειστα, αναγνωρισμένα και δεν επιδέχονται αντίλογο. Παρατηρήσαμε δηλαδή δυσκολία αντιμετώπισης ιστορικών και αντίστοιχων παραδειγμάτων καθώς και γενική αποδοχή των κανόνων όπως π.χ. της δικαιοσύνης και των νόμων.
- Το γεγονός ότι αρκετά άτομα παραθέτουν την άποψή τους πάνω από μία φορά τονίζοντας την ίδια άποψη και επιχειρηματολογία, μας έβαλε σε πειρασμό να προσπαθήσουμε να κατανοήσουμε, μέσω της μορφής επιχειρηματολογίας, αν διαδραματίζουν κάποιον ειδικό ρόλο. Έτσι, με κάθε επιφύλαξη, παρατηρήσαμε ότι τέτοια άτομα χρησιμοποιούν κυρίως το position to know και το expert opinion πράγμα που σημαίνει ότι πιθανόν να είναι άτομα τοποθετημένα για χειραγώγηση του πλήθους. Άλλωστε, είναι γνωστό ότι κάθε παράταξη για να προσελκύσει υποστηρικτές έχει και τα αντίστοιχα εντεταλμένα άτομα που προβοκάρουν χωρίς να γίνουν αντιληπτοί.
- Ο διάλογος σε αυτό το άρθρο (του οποίου το θέμα μπορεί να χαρακτηριστεί και ως φλέγον και επίκαιρο) μπορούμε να πούμε ότι είναι κεντρομορφικός, όπως φαίνεται και στην οπτικοποίηση (εικόνα 5). Βέβαια, υπήρξαν απομακρύνσεις από το κύριο θέμα, αλλά η τελική επιστροφή σε αυτό κατέστη σαφής. Επειδή είναι ένα κείμενο που έχει πολιτικές και κοινωνικές παρεκβολές, ο διάλογος κυμάνθηκε σε όλο το φάσμα χωρίς όμως να ξεφεύγει από το στόχο του. Το κύριο θέμα σχολιασμού παρέμεινε στο επίκεντρο.

4.3.2 Έρευνα Β. Στην Ελλάδα της κρίσης ο φασισμός ανεβαίνει (news247.gr)

Ο δεύτερος διάλογος που θα εξεταστεί προέρχεται από ένα ζήτημα που έχει μονοπωλήσει την κοινωνική και πολιτική ζωή της χώρας (αύξηση εθνικισμού). Το κύριο άρθρο προέρχεται από τον ιστότοπο της Αγγλικής εφημερίδας Guardian (<http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/jul/07/fascism-greece-athens>) από όπου δημιουργήθηκαν οι βάσεις για έναν διάλογο που έλαβε χώρα στο δημοσιογραφικό site news247 μέσω της διεύθυνσης

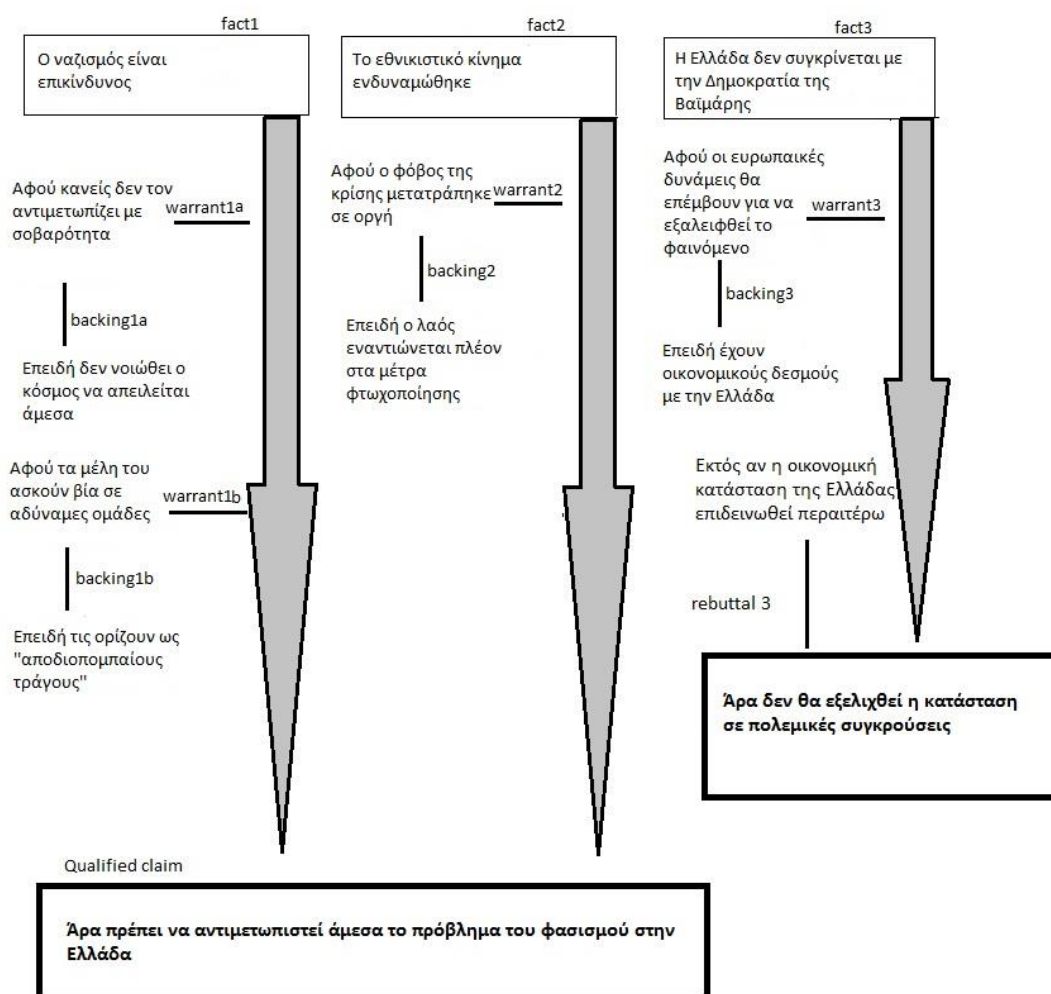
http://news247.gr/eidiseis/koinonia/guardian_sthn_ellada_ths_krshs_o_fasismos_a_nevainei.2324418.html.

- 
- The screenshot shows a social media thread with five comments. Each comment includes a profile picture, a name, a timestamp, and the text of the comment. The comments are as follows:
- Andreas** → ACV-ARIS - 6 months ago
ετσι, ωριμη σκεψη!
να σου πω ομως, γιαι δε παιρνεις και εσυ τους νεοναζι σπιπ σου;
32 ^ | 5 v · Απάντηση · Κοινοποίηση >
 - celtic 13** → ACV-ARIS - 6 months ago
ελληναρα λαθραιαι ΑΝΘΡΩΠΟΙ δεν υπαρχουν λαθραιαι ειναι τα σιγαρα τα ποτα κ.α.
ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΙΟΝΤΑ !!! και αν εννοεις τον ρασισμο εναντιον των
νεοναζι εσεις δεν ειστε ελληνες ειστε ΝΕΟΝΑΖΙ!!!
42 ^ | 11 v · Απάντηση · Κοινοποίηση >
 - voukoutou** → celtic 13 - 6 months ago
Δεν υπάρχουν λαθραία ποτά και σιγάρα!
Δεν φταίνε τα ποτά και τα σιγάρα αν κάποιιοι δεν πληρώνουν τους δασμούς
για να τους βάζουμε τέτοια ταμπέλα!
Λευτεριά στα ποτά και τα σιγάρα!

υ.γ. αυτός που δεν πληρώνει εισπήριο στο πλοίο και στο λεωφορείο πως
λέγεται? μην ξεκινήσετε από 'λ' γιατί κάνει τζιζζζζ...
 - Leon08** → voukoutou - 6 months ago
Τζαμπιζης.
12 ^ | 2 v · Απάντηση · Κοινοποίηση >
 - Embraced** → voukoutou - 6 months ago
Δεν υπάρχουν δασμοί. Τους κατέργησαν οι νεοφιλελεύθεροι ξάδερφοι
σου.
1 ^ | 1 v · Απάντηση · Κοινοποίηση >

Εικόνα 10 .Χαρακτηριστικό στιγμιότυπο της διεξαχθείσας συνομιλίας

Η έρευνα μας και πάλι ξεκίνησε από την ανάγνωση του αγγλικού πρωτότυπου και τη μετατροπή του στη βασική μορφή του μοντέλου Toulmin.



Εικόνα 11. Μοντέλο Toulmin του κύριου άρθρου

Παρατηρούμε ότι η άποψη του Άγγλου δημοσιογράφου είναι τεκμηριωμένη και σύμφωνη με τη μέθοδο επιχειρηματολογίας του Toulmin σε ικανοποιητικό βαθμό. Βέβαια παρατηρείται ένα οξύμωρο σχήμα μεταξύ των δύο συμπερασμάτων η οποία όμως προήλθε από πλήρη επιχειρηματολογία. Άλλωστε, η προσέγγιση σε ένα θέμα πρέπει να είναι σφαιρική και επιπρόσθετα στην επιχειρηματολογία σε κοινωνικά και πολιτικά θέματα δεν υπάρχει απόλυτη άποψη.

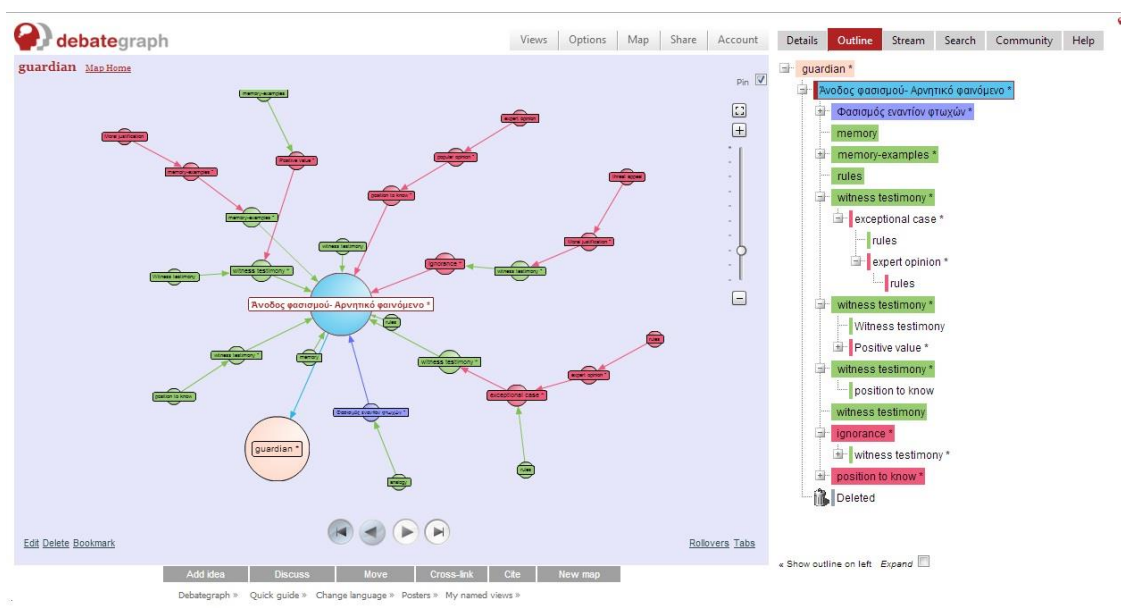
Το άρθρο προέρχεται από ένα άτομο που δεν έχει πλήρη εικόνα του φαινομένου καθώς δεν επηρεάζει άμεσα τη ζωή του, κάτι το οποίο μειώνει την εγκυρότητά του. Αντίθετα, αυτό το γεγονός προσθέτει αντικειμενικότητα αφού ο συγγραφέας δεν διακατέχεται από συναισθηματική φόρτιση ή πίεση ή ενδεχόμενα συμφέροντα πρώτου βαθμού.

4.3.2.1 Οπτικοποίηση

Εν συνεχεία, έγινε η ανάγνωση όλων των σχολίων και η επιλογή των δομημένων απόψεων. Σε αυτήν την περίπτωση, παρατηρήθηκε μεγάλος αριθμός σχολίων που δεν ήταν δυνατό να αναλυθούν. Το ποσοστό των χρήσιμων σχολίων κυμάνθηκε σε πολύ χαμηλά επίπεδα, της τάξης του 30%. Τα υπόλοιπα που δεν επιλέχθηκαν ισορροπούσαν μεταξύ επιγραμματικών επιβραβεύσεων και επικρίσεων δίχως επιχειρηματολογία ή σε ιδεολογικές απόψεις με παρωπίδες.

Ακολούθησε η ανάλυση των σχολίων ανά σχήμα επιχειρηματολογίας και η μεταφορά όλου του επιλεγμένου υλικού στην οπτικοποίηση χρησιμοποιώντας το debategraph.

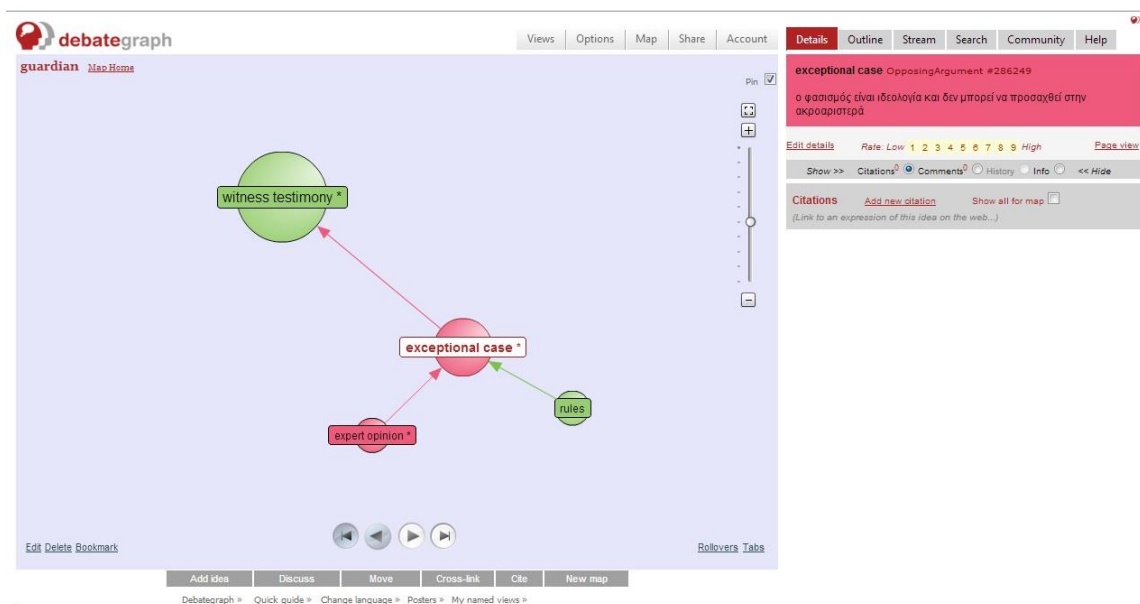
Το αποτέλεσμα της οπτικοποίησης είναι αναρτημένο στην διεύθυνση <http://debategraph.org/Stream.aspx?nid=286234&vt=bubble&dc=all>



Εικόνα 12. Οπτικοποίηση αντίστοιχου διαλόγου

Όπως φαίνεται στην Εικόνα 10, είναι εφικτή η προσπέλαση όλων των κόμβων-απόψεων ενώ γίνεται ορατή και η εξάρτησή τους από το άρθρο – πυρήνα του διαλόγου, χρησιμοποιώντας τους αναφερόμενους τρόπους επιχειρηματολογίας. Με μπλέ χρώμα είναι οι απόψεις που κατατίθενται, με πράσινο είναι τα υποστηρικτικά επιχειρήματα και με κόκκινο χρώμα τα αντικρουόμενα επιχειρήματα. Το αποτέλεσμα είναι ένας διάλογος που αναλώθηκε σε αντιπαραθέσεις και ελάχιστες έως μηδαμινές αναφορές στο κύριο άρθρο.

Στο παρακάτω σχήμα παρατίθεται ένα χαρακτηριστικό τμήμα του γραφήματος που δημιουργήθηκε.



Εικόνα 13. Τμήμα της οπτικοποίησης

Έχει τοποθετηθεί πάνω στο δένδρο το ανάλογο σχήμα επιχειρηματολογίας που χρησιμοποιείται και ταυτόχρονα λογίζεται ως κύριο γνώρισμα του κάθε “κόμβου” ενώ στην αριστερή στήλη έχει αναρτηθεί μια σύντομη περιγραφή της κύριας θέσης της κάθε επιχειρηματολογίας.

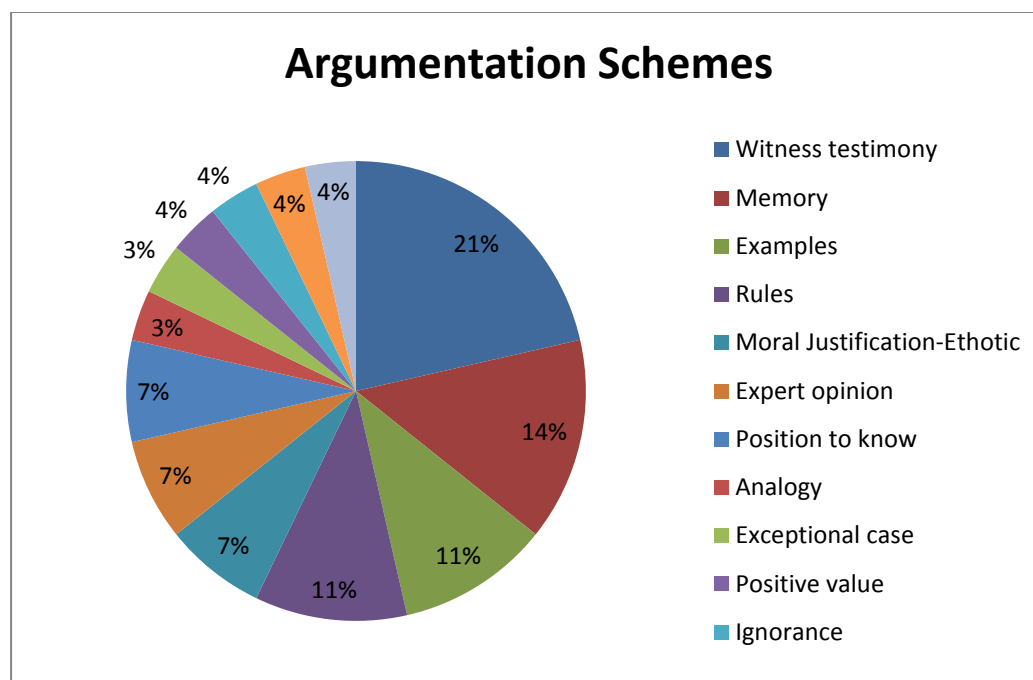
4.3.2.2 Στατιστικά

Μια εξέταση των στατιστικών της μελέτης θα βοηθήσει αφενός στην εξαγωγή συμπερασμάτων, αφετέρου στη γενικότερη κατανόηση της έρευνας.

Σχήμα επιχειρηματολογίας	Αριθμός εμφανίσεων	Ποσοστό επί του συνόλου
Witness testimony	6	21.4 %
Memory	4	14.3 %
Examples	3	10.7 %
Rules	3	10.7 %
Moral Justification-Ethotic	2	7.1 %

<i>Σχήμα επιχειρηματολογίας</i>	<i>Αριθμός εμφανίσεων</i>	<i>Ποσοστό επί του συνόλου</i>
Expert opinion	2	7.1 %
Position to know	2	7.1 %
Analogy	1	3.6 %
Exceptional case	1	3.6 %
Positive value	1	3.6 %
Ignorance	1	3.6 %
Threat	1	3.6 %
Popular opinion	1	3.6 %

Παραθέτουμε και το οπτικό αποτέλεσμα των στατιστικών:



4.3.2.3 Συμπεράσματα

Εν συνεχεία, χρησιμοποιώντας τη θεωρία των τύπων διαλόγου ταξινομήθηκε ο εν λόγω διάλογος ως **διάλογος της έριδας** και **διάλογος των διαπραγματεύσεων**. Από τη μία πλευρά διαπιστώθηκε μια ατέρμονη σύγκρουση των δύο απόψεων που αναλώθηκε σε προσωπικό επίπεδο. Χρησιμοποιήθηκε ως όπλο η προφορική επίθεση στον αντίπαλο με σκοπό την ανάλυση της βαθύτερης σύγκρουσης και των

αιτιών της. Από την άλλη, παρουσιάστηκε και μια μερίδα των συμμετεχόντων να βασίζεται σε μια σύγκρουση ενδιαφερόντων με πιο ήρεμο και πολιτισμένο τρόπο, ώστε να πάρουν ως αποτέλεσμα αυτό που επιδιώκουν, διευθετώντας το θέμα με τρόπο που όλοι να μπορούν να ανεχτούν.

- Το κύριο άρθρο, δηλαδή το Αγγλικό πρότυπο, χαρακτηρίστηκε από πλήρη και πειστική επιχειρηματολογία και ξεδιπλώθηκε με τρόπο ευκρινή και ευπαρουσίαστο. Παρά το γεγονός ότι αναφέρεται σε φαινόμενο που δεν έχει απόλυτη άποψη ο συγγραφέας, με το δεξιότεχνικό τρόπο που το μετέφερε στον αναγνώστη, γίνεται απόλυτα πειστικό. Είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα ισχυρής επιχειρηματολογίας και ένας τρόπος να γίνει κατανοητή η μεγάλη δύναμη της έννοιας της επιχειρηματολογίας.
- Παρατηρείται ότι οι προσωπικές εμπειρίες (witness testimony) έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης. Το θέμα, που είναι ο εθνικισμός, είχε μεγάλη εξέλιξη και έπαιξε δραστικό ρόλο στη ζωή του προηγούμενου αιώνα σε όλα τα επίπεδα. Έτσι, είναι λογικό οι συμμετέχοντες και κυρίως οι συμμετέχοντες μεγαλύτερης ηλικίας να παραθέτουν προσωπικά βιώματα από αυτές τις εξελίξεις.
- Παράλληλα, παρατηρείται μειωμένη (σε σχέση με αυτό που θα περιμέναμε) η χρήση της εξέχουσας θέσης για σχολιασμό (position to know). Οι συμμετέχοντες δεν παρουσιάστηκαν ως ικανοί να επιχειρηματολογήσουν εξαιτίας της θέσης τους.
- Η συλλογή των χρήσιμων σχολίων έφτασε μόλις το 30%. Φανερώνεται ότι σε αμιγώς πολιτικά θέματα είναι έντονη η εμφάνιση ενός φαινομένου που τονίζει την έλλειψη δομημένης επιχειρηματολογίας. Τα περισσότερα σχόλια ήταν οπαδικού-φανατικού χαρακτήρα και κατ' επέκταση αδύνατα να αναλυθούν και να ταυτιστούν με κανόνες.
- Ως ισχυρότερα σχήματα επιχειρηματολογίας παρατηρήθηκαν τα παραδείγματα (examples) και οι κανόνες (rules). Δεν έγινε δυνατή η αντιμετώπιση τους και ο χρήστης αυτών τέθηκε ισχυρότερος των άλλων. Από την μία τα παραδείγματα αναφέρονται σε πραγματικά και αδιάσειστα γεγονότα που δεν αμφισβητεί κανείς και από την άλλη οι κανόνες έχουν θεσπιστεί από την κοινωνία και είναι ευρέως αποδεκτοί, άρα και μη διαπραγματεύσιμοι.
- Το γεγονός ότι το άρθρο προήλθε από ξένη δημοσιογραφική πηγή, εκτιμήθηκε με δυσπιστία καθώς παρατηρήθηκε ότι ο διάλογος στράφηκε γύρω από την κεντρική ιδέα παρά γύρω από τις απόψεις, την επιχειρηματολογία ακόμα και το συμπέρασμα του άρθρου. Δεν παρατηρήθηκε σχεδόν κανένα σχόλιο προς το άρθρο. Χρησιμοποιήθηκε απλά ως έναυσμα του διαλόγου.

- Τα πιο ισχυρά σχήματα επιχειρηματολογίας που χρησιμοποιήθηκαν και που ήταν δυσκολότερο να αντιμετωπιστούν τα εντοπίσαμε στο examples-memory-rules καθώς τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται εκεί είναι αδιάσειστα, αναγνωρισμένα και δεν επιδέχονται αντίλογο. Παρατηρήσαμε δηλαδή δυσκολία αντιμετώπισης ιστορικών και αντίστοιχων παραδειγμάτων καθώς και γενική αποδοχή των κανόνων όπως π.χ. της δικαιοσύνης και των νόμων.
- Ο διάλογος σε αυτό το άρθρο έγινε κατά μεγάλο βαθμό “προσωπικός” σχηματίζοντας προσωπικές ανταπαντήσεις, ξεφεύγοντας εν μέρη από την κεντρική ιδέα και δημιουργώντας μικρότερες υπο-ενότητες. Με άλλα λόγια δεν θεωρείται κεντρομορφικός κάτι το οποίο ήταν αναμενόμενο μέσα από την ανάλυση, καθώς διαπιστώθηκε έντονο πάθος στον τρόπο διατύπωσης των απόψεων και έτσι οι συμμετέχοντες παρασυρόμενοι από αυτό και το επικρατές κλίμα, ξέφευγαν σε προσωπικές αντιλογίες.

4.3.3 Έρευνα Γ. Δημόσια Διαβούλευση για τη βέλτιστη αξιοποίηση της Κάρτας Πολίτη (opengov.gr)

Η τρίτη έρευνα κινήθηκε γύρω από ένα θέμα που συχνά ταλανίζει την νομοθετική κοινότητα της Ελλάδας. Πρόκειται για την πιθανότητα έκδοσης μίας συγκεντρωτικής κάρτας που θα περιέχει όλα τα στοιχεία κάθε πολίτη.

Ο ιστότοπος www.opengov.gr είναι ένας επίσημος κυβερνητικός ιστοχώρος διαβουλεύσεων που δίνει την δυνατότητα στους πολίτες της χώρας να εκφράσουν ελεύθερα τις απόψεις, τις σκέψεις και τους προβληματισμούς τους για κάθε επικείμενο νομοσχέδιο.

Το συγκεκριμένο θέμα κρίθηκε κατάλληλο προς έρευνα και μέσω της διεύθυνσης <http://www.opengov.gr/ypes/?p=931> .Η έρευνα εστίασε στο τέταρτο μέρος της διαβούλευσης με τίτλο **Περιεχόμενο Προτάσεων της Διαβούλευσης**, όπου υπήρξε και μεγαλύτερη συμμετοχή των χρηστών.

Κατά τα άλλα όμως εγγυάστε την ασφάλεια των προσωπικών μας δεδομένων, την διαφάνεια και την ασφάλεια στις συναλλαγές που πλέον θα γίνονται μέσω του ιντερνετ? Οι κάρτες αυτές έχουν ήδη παραβιαστεί σε διάφορες χώρες, σε πιο «σοβαρά» κράτη από το δικό μας. Νομίζω οφείλετε να δείξετε πρώτα ότι σέβαστε τον πολίτη και μετά να του ζητάτε να σας εμπιστευθεί. Ο ελάχιστος σεβασμός είναι η προαιρετική αποδοχή της. Οι αντιρρήσεις για λόγους θρησκείας πρέπει να γίνουν σεβαστές από ένα κράτος που θέλει να λείει ότι είναι δημοκρατικό και σέβεται τους πολίτες του.

12 Δεκεμβρίου 2010, 23:02 | Μαργαρίτης Ευστάθιος

Μόνιμος Σύνδεσμος

Το βλέπω Θετικά/Αρνητικά:

Αναφέρετε την καθιέρωση της Κάρτας ως «μοναδική ευκαιρία» για την εφαρμογή της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης. Λοιπόν είδαμε τα αποτελέσματα της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης και με την ηλεκτρονική ανταγογράφηση. Δημιουργήσατε ένα σύστημα με επικείμενη την αποταμίευση 5 δισ € για το Δημόσιο και τώρα βάζετε ως Κυβέρνηση πάγια τιμή σε όλους τους γιατρούς 600€ για συγκεκριμένο αριθμό ασφαλισμένων.

Αυτή είναι «Ηλεκτρονική Σκλαβιά» και αν σ'αυτό το πλαίσιο εντάσσεται και η Κάρτα τότε θίγεται ευθέως η προσωπική μου ελευθερία και αρνούμαι να την παραλάβω.

Υπάρχουν τρόποι μείωσης της γραφειοκρατίας χωρίς να γίνεται να θίγεται η προσωπική ελευθερία και η θρησκευτική συνείδηση των πολιτών. Αν επιθυμείτε να κάνετε κάτι γι'αυτό τότε πράγματι είναι μια μοναδική ευκαιρία να πάει η Χώρα ένα βήμα πιο μπροστά. Σ'αυτή την προοπτική να θα είμαι μαζί σας.

12 Δεκεμβρίου 2010, 23:18 | Γιάννης

Μόνιμος Σύνδεσμος

Το βλέπω Θετικά/Αρνητικά:

Κύριε υπουργέ, θεωρώ επιτακτική ανάγκη να επιμηνυνθεί το χρονικό περιθώριο της διαβούλευσης ώστε να δοθεί η ευκαιρία σε περισσότερους ανθρώπους να πούν τη γνώμη τους για ένα τόσο σοβαρό θέμα. Λάβετε σοβαρά υπόψη σας το θέμα της ασφάλειας. Αποκλείστε κάθε οικονομική συναλλαγή μέσω της κάρτας του πολίτη. Δεν θα αργήσει η στιγμή που το εγκλημα θα αυξηθεί δραματικά εξαιτίας αυτής της κάρτας. Οι Άγγλοι γιατί δεν τη δεχτηκαν; Εμεις γιατί να τη δεχθούμε;

12 Δεκεμβρίου 2010, 23:15 | μαρια πανου

Μόνιμος Σύνδεσμος

Το βλέπω Θετικά/Αρνητικά:

Είμαι εναντίον της καθιέρωσης της κάρτας του πολίτη για τους εξής λόγους:

1. Πρέπει να διασφαλίζεται η αρχή των προσωπικών δεδομένων και όχι να τελούμε συνεχώς υπο παρακολούθηση.
2. Μπορεί να προωθήσει την αύξηση των κλοπών εφοσον προσωπικά στοιχεία θα είναι διαθέσιμα να τα δει οποιοσδήποτε.
3. είναι προτιμότερο να είναι προαιρετική για τους πολίτες και όχι υποχρεωτική.

12 Δεκεμβρίου 2010, 23:41 | ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ Ζ

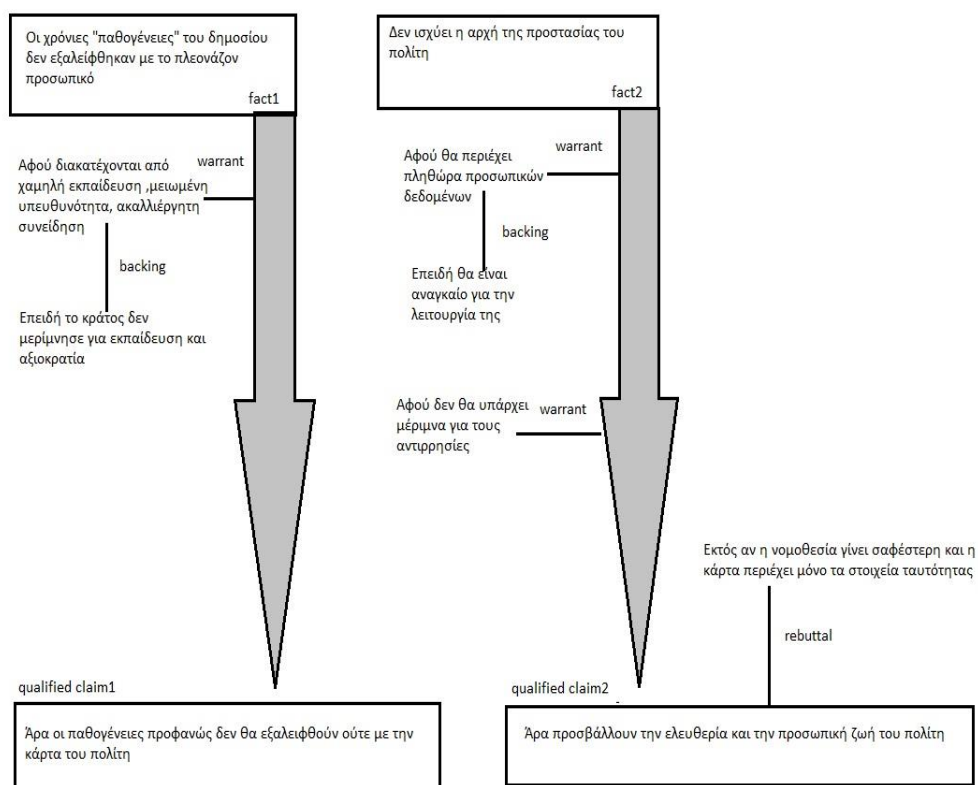
Μόνιμος Σύνδεσμος

Το βλέπω Θετικά/Αρνητικά:

Εικόνα 14. Χαρακτηριστικό στιγμιότυπο της διαβούλευσης

Η έρευνά μας ξεκίνησε από την ανάγνωση του προσχέδιου νόμου και του πλαισίου χρήσης, με σκοπό να υπάρξει πλήρης επαφή με την ουσία του διαλόγου. Όπως γίνεται αντιληπτό, η αφετηρία της διαβούλευσης, όντας ένα νομοσχέδιο, δεν είναι δυνατό να μεταφραστεί σύμφωνα με το πρότυπο Toulmin, λόγω έλλειψης προσπάθειας επιχειρηματολογίας.

Εξαιτίας αυτής της ιδιαιτερότητας, χρησιμοποιήθηκε σχόλιο ενός χρήστη που θεωρήθηκε άρτιο για να δοθεί ένα παράδειγμα σχήματος Toulmin. Αυτή η ανάλυση θα μας επιτρέψει μία ενδιαφέρουσα τομή στην κριτική σκέψη των συμμετεχόντων.



Εικόνα 15 .Μοντέλο Toulmin επιχειρηματολογίας χρήση

Παρατηρούμε ότι υπάρχει αρτιότητα στη μοντελοποίηση του εν λόγω άρθρου. Ο συγκεκριμένος χρήστης χρησιμοποίησε σωστά τους κανόνες επιχειρηματολογίας και επέδειξε μια ολοκληρωμένη άποψη.

4.3.3.1 Οπτικοποίηση

Κατόπιν, κατά τη διαδικασία της οπτικοποίησης, αναγνώσαμε ένα μεγάλο αριθμό σχολίων. Παρατηρήθηκε έντονα το φαινόμενο της επανάληψης απόψεων και θέσεων καθώς υπήρξε υπερπληθώρα σχολίων. Έτσι, η έρευνα κυμάνθηκε στο 50% περίπου των αναρτημένων σχολίων, ανάλυση υπεραρκετή για να εξαχθούν βάσιμα και έγκυρα συμπεράσματα.

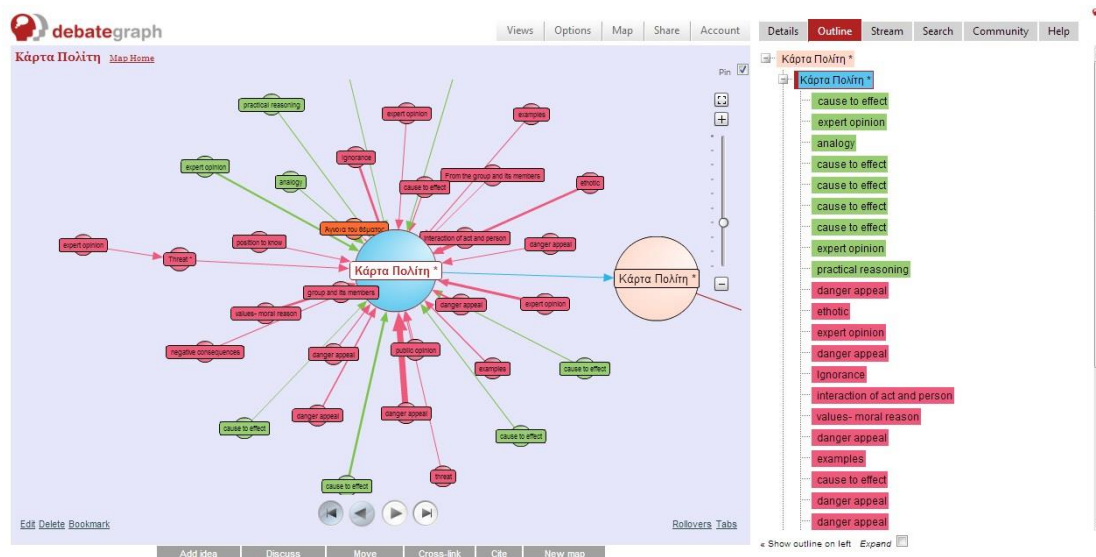
Από τα αναγνωσμένα σχόλια υπολογίστηκε ότι το 75-80% των σχολίων εμφανίστηκαν ικανά για ανάλυση με μια υποτυπώδη επιχειρηματολογία. Βέβαια, η αφαιρετική διαδικασία σχολίων κρύβει αρκετή δυσκολία καθώς οι περισσότεροι

χρήστες χρησιμοποιούν κεκαλυμμένη επιχειρηματολογία που πρέπει να αναζητηθεί μετά την ανάγνωση αρκετών φορών του σχολίου.

Το επόμενο βήμα είναι η εύρεση των χρησιμοποιημένων σχημάτων επιχειρηματολογίας ανά σχόλιο και η ταξινόμηση των σχολίων σε ομάδες, καθώς και η συσχέτιση μεταξύ τους. Η διεργασία αυτή επέφερε ένα δενδροειδές σχήμα το οποίο με την βοήθεια του *debategraph* απέδωσε ένα οπτικό αποτέλεσμα το οποίο είναι προσβάσιμο στο κοινό από την διαδικτυακή διεύθυνση

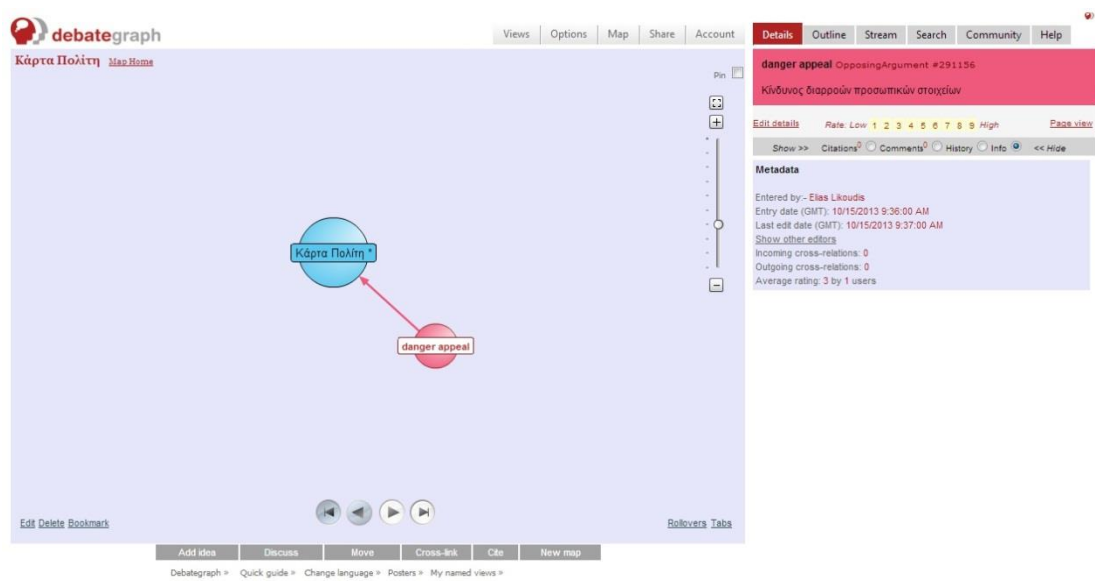
<http://debategraph.org/Stream.aspx?nid=290718&vt=bubble&dc=all>.

Χρησιμοποιώντας αυτόν τον σύνδεσμο μπορούμε να δούμε ένα διάγραμμα της διαβούλευσης όπως αυτή ορίζεται από τους συμμετέχοντες της. Παρατηρούνται οι αλληλοσυσχετισμοί των απόψεων (με τα βέλη και τα χρώματα), τα σχήματα επιχειρηματολογίας (ως τίτλοι) και τονίζεται ένα πρωτοεμφανιζόμενο φαινόμενο που εκφράζεται με το πάχος της γραμμής αλληλοσυσχέτισης. Αφορά την επαναληπτικότητα ίδιων σχολίων ή αλλιώς δημοτικότητα που μεταφράζεται ως ισχύ ή δύναμη της εν λόγω επιχειρηματολογικής διάθεσης. Με άλλα λόγια είναι η εμφάνιση στα σχόλια των ίδιων ακριβώς σχημάτων επιχειρηματολογίας.



Εικόνα 16. Οπτικοποίηση διαβούλευσης

Χαρακτηριστικό στιγμιότυπο της οπτικοποίησης αποτελεί η ακόλουθη εικόνα:



Εικόνα 17. Χαρακτηριστικό στιγμιότυπο οπτικοποίησης

Θα παρατηρήσουμε ότι σε σχέση με τα προηγούμενα παραδείγματα, το πάχος γραμμής είναι μεγαλύτερο, κάτι που ορίζεται ως εμφάνιση παρεμφερούς σχολίου στη διαβούλευση. Στη δεξιά στήλη, εμφανίζονται λεπτομέρειες για το συγκεκριμένο σχόλιο. Χαρακτηριστικά στη λεπτομέρεια Average rating παρατηρείται η τιμή 3 που ορίζει τον αριθμό των παρόμοιων σχολίων και επιτελεί την αλλαγή στο πάχος της γραμμής.

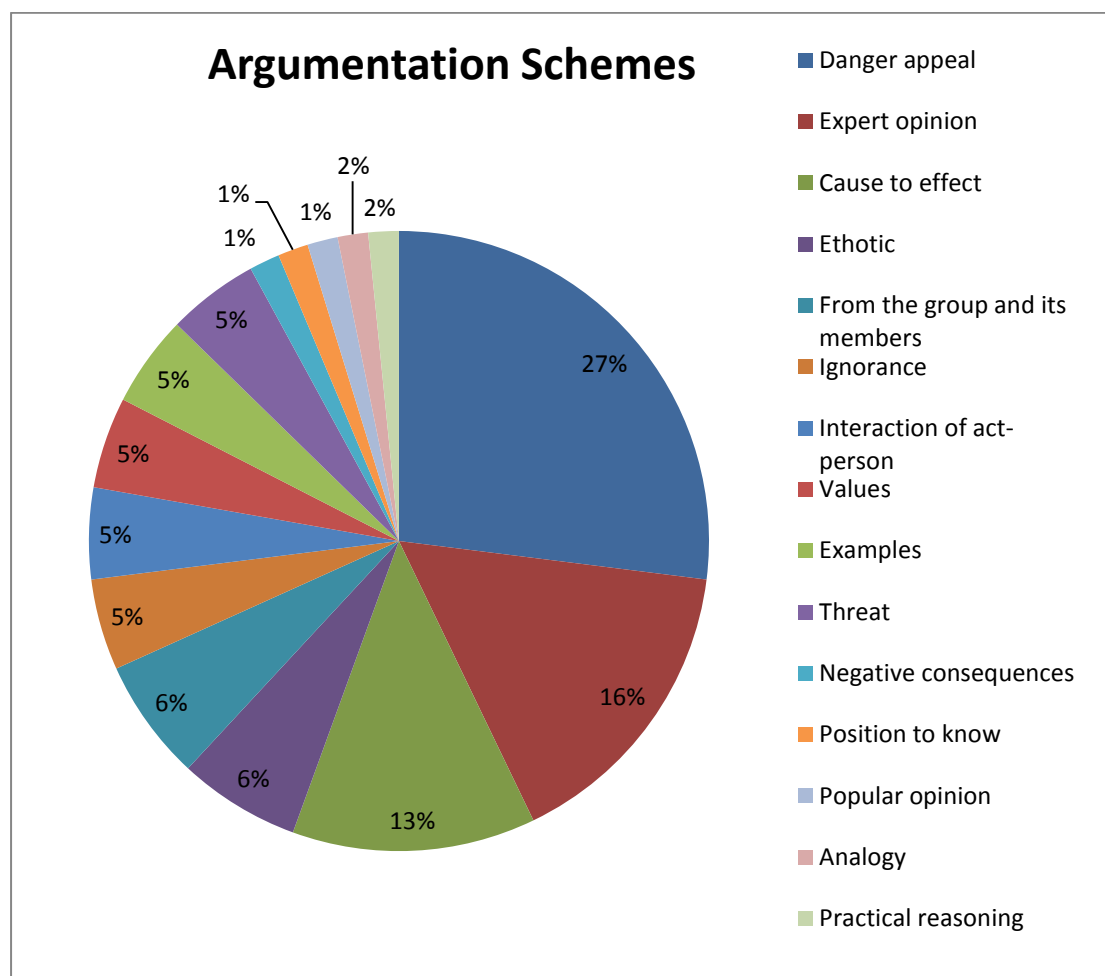
4.3.3.2 Στατιστικά

Συγκεντρώνοντας τα στοιχεία που συλλέχθηκαν, παρουσιάζεται η στατιστική ομαδόποίηση των σχημάτων επιχειρηματολογίας. Η έντονη επαναληπτικότητα που παρατηρήθηκε, λαμβάνεται υπόψη καθώς αφενός η άποψη είναι ίδια, αφετέρου προέρχεται από διαφορετικό χρήστη. Έτσι, υπάρχει πιο σωστή διατύπωση των αποτελεσμάτων και μεγαλύτερη ακρίβεια σε πιθανή σφυγμομέτρηση.

Σχήμα επιχειρηματολογίας	Αριθμός εμφανίσεων	Ποσοστό επί του συνόλου
Danger appeal	17	27.0 %
Expert opinion	10	15.9 %
Cause to effect	8	12.7 %
Ethotic	4	6.3 %

<i>Σχήμα επιχειρηματολογίας</i>	<i>Αριθμός εμφανίσεων</i>	<i>Ποσοστό επί του συνόλου</i>
From the group and its members	4	6.3 %
Ignorance	3	4.8 %
Interaction of act-person	3	4.8 %
Values	3	4.8 %
Examples	3	4.8 %
Threat	3	4.8 %
Negative consequences	1	3.1 %
Position to know	1	1.6 %
Popular opinion	1	1.6 %
Analogy	1	1.6 %
Practical reasoning	1	1.6 %

Ακολουθεί η παράθεση του οπτικού αποτελέσματος των στατιστικών:



4.3.3.3 Συμπεράσματα

Η πρώτη εργασία ήταν η ταξινόμηση του κειμένου σύμφωνα με τους τύπους διαλόγου. Ακολουθώντας την ανάλυση των σχολίων, η διαβούλευση μπορεί να χαρακτηριστεί ως **διάλογος της σύσκεψης**. Στόχος της διαβούλευσης ήταν η επιλογή της καλύτερης πορείας δράσης ως κυβέρνηση. Αυτός άλλωστε ήταν και ο λόγος δημιουργίας του εν λόγω ιστότοπου. Ως αρχική κατάσταση ορίστηκε το δίλημμα αν η κάρτα πολίτη θα εξυπηρετούσε το κοινωνικό συμφέρον. Ο διάλογος των χρηστών που ακολούθησε είχε ως στόχο το συνδυασμό των στόχων και των πράξεων για να αποσαφηνιστεί η λειτουργικότητα της προκειμένης νομοθεσίας. Υπήρξε παντελής απουσία προσωπικών αντιπαραθέσεων και οι χρήστες αρκέστηκαν στην τοποθέτηση της άποψής τους.

- Το επίπεδο των συμμετεχόντων κρίθηκε ως υψηλό, κρίνοντας από το ποσοστό ανάλυσης καθώς και από την αρτιότητα των σχολίων. Η ανάλυση στο 75% των σχολίων είναι θεαματικά υψηλή για διαδικτυακό διάλογο. Βέβαια, στο συγκεκριμένο ιστότοπο έχουν θεσπιστεί κανόνες συμπεριφοράς και αυτόματης διαγραφής. Επειδή αποτελεί επίσημο κρατικό ιστότοπο, υπάρχουν μηχανισμοί αυστηρού ελέγχου σε περιπτώσεις αποπροσανατολισμού ή ακραίων στοιχείων. Παρόλ' αυτά παραμένει υψηλό το επίπεδο επιχειρηματολογίας.
- Παρατηρήθηκε αυξημένη χρήση του σχήματος κινδύνου και απειλής (danger appeal). Εξαιτίας του γεγονότος ότι το θέμα αποτελεί ένα εν δυνάμει νομοσχέδιο που θα επηρεάσει την καθημερινότητα όλων, οι πολίτες δείχνουν επιφυλακτικοί και εκφράζουν ανοικτά τις επιφυλάξεις τους. Επιπρόσθετα, αποτελεί ένα πρωτοπόρο εγχείρημα στην Ελληνική κοινωνία κάτι το οποίο λειτουργεί ανασταλτικά για την αποδοχή του. Έτσι, ενδεχόμενες αλλαγές απειλούν την έως τώρα κοινωνική συνοχή. Κάθε τι νέο, συνηθίζεται να αντιμετωπίζεται αρχικά με επιφύλαξη και αρνητική προδιάθεση.
- Συνεχίζοντας, παρατηρήθηκαν υψηλά ποσοστά στα σχήματα γνώμης ειδικού (expert opinion) και αιτίας και αιτιατού (cause to effect). Αρκετοί χρήστες δηλώνοντας την αυθεντία τους στο θέμα, επιχειρηματολόγησαν χρησιμοποιώντας τη θέση τους. Αυτό το φαινόμενο εκφράζει το μεγάλο ποσοστό ατόμων με κάποια θέση στην κοινωνία που συμμετέχουν στη διαβούλευση. Επίσης, με τη χρήση αιτίας και αιτιατού συμπεραίνεται η προσπάθεια των μελών να προχωρήσουν ένα βήμα παρακάτω και να προβλέψουν τα ενδεχόμενα παρελκόμενα της ψήφισης. Δηλαδή, γίνεται συστηματική προσπάθεια για να προβλεφθούν όλα τα ενδεχόμενα για να μην βρεθεί η κοινωνία προ απροόπτου. Αυτό αποτελεί μία ακούσια άμυνα της κοινωνικής συνοχής.

- Γίνεται αντιληπτό ότι, με βάση τα προηγούμενα, και μη αποτελώντας ένα θέμα πολιτικού χαρακτήρα αλλά κοινωνικής αναδιάρθρωσης, οι χρήστες δεν κάνουν χρήση της ιδεολογικής ή εθνικής ταυτότητας. Κάθε χρήστης από όποιο πολιτικό και κοινωνικό στρώμα προέρχεται, δηλώνει ανεπηρέαστα την άποψή του. Ο μόνος χώρος που δείχνει ότι επηρεάζει έμπρακτα την άποψη των χρηστών είναι ο θρησκευτικός. Έτσι, με βάση το συγκεκριμένο διάλογο, παρατηρείται ότι η Ελληνική κοινωνία παραμένει ακόμα εξαρτημένη σε κάποιο βαθμό από τις θρησκευτικές της πεποιθήσεις.
- Τα ισχυρότερα σχήματα επιχειρηματολογίας που χρησιμοποιήθηκαν και που ήταν δυσκολότερο να αντιμετωπιστούν ήταν για ακόμη μία φορά τα παραδείγματα (examples) όπως και η γνώμη των ειδικών (expert opinion), καθώς θεωρητικά πάντα έχουν περισσότερα στοιχεία στην κατοχή τους για την εξαγωγή ασφαλέστερων συμπερασμάτων. Βέβαια, η χρήση αυτού του σχήματος δεν είναι μη συγκρούσιμη καθώς ελέγχεται η αυθεντία που επικαλείται ένα άτομο και ειδικά όταν δεν είναι επώνυμο.
- Σχεδόν κανένας χρήστης δεν έκανε δευτερολογία στη διαβούλευση, φαινόμενο το οποίο ενίσχυσε την επισιμότητα, τη διαφάνεια και την ενίσχυση του διαλόγου και των συμπερασμάτων του.
- Ο διάλογος σε αυτήν τη διαβούλευση συγκαταλέγεται στους αυστηρά κεντρομορφικούς, όπως φαίνεται και στην οπτικοποίηση (εικόνα 13). Το σχήμα που δημιουργήθηκε δηλώνει ότι δεν υπήρξε σε κανένα σημείο αλλαγή θέματος, διαρροή ή αποπροσανατολισμός. Χαρακτηριστικά, η ανάλυση απέδειξε ότι ο διάλογος υπήρξε απόλυτα στοχευμένος και ξεκάθαρος σε σημείο που να εξυπηρετεί εύκολα το λόγο που δημιουργήθηκε, δηλαδή τη σφυγμομέτρηση των πολιτών για το νομοσχέδιο. Μια κυβέρνηση με αίσθημα ευθύνης μπορεί να εκμεταλλευτεί δημιουργικά τα συμπεράσματα που εξήχθησαν. Άρα, σε γενικές γραμμές, ο συγκεκριμένος διάλογος αποτελεί τέλειο παράδειγμα επιχειρηματολογίας.

Κεφάλαιο 5.

Συμπεράσματα-Μελλοντικές Προοπτικές

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει η σύνοψη των αποτελεσμάτων , η παράθεσή τους και κυρίως η εξαγωγή των συμπερασμάτων της έρευνας και οι ενδεχόμενες προοπτικές που ανοίγει η ανάλυση αυτών.

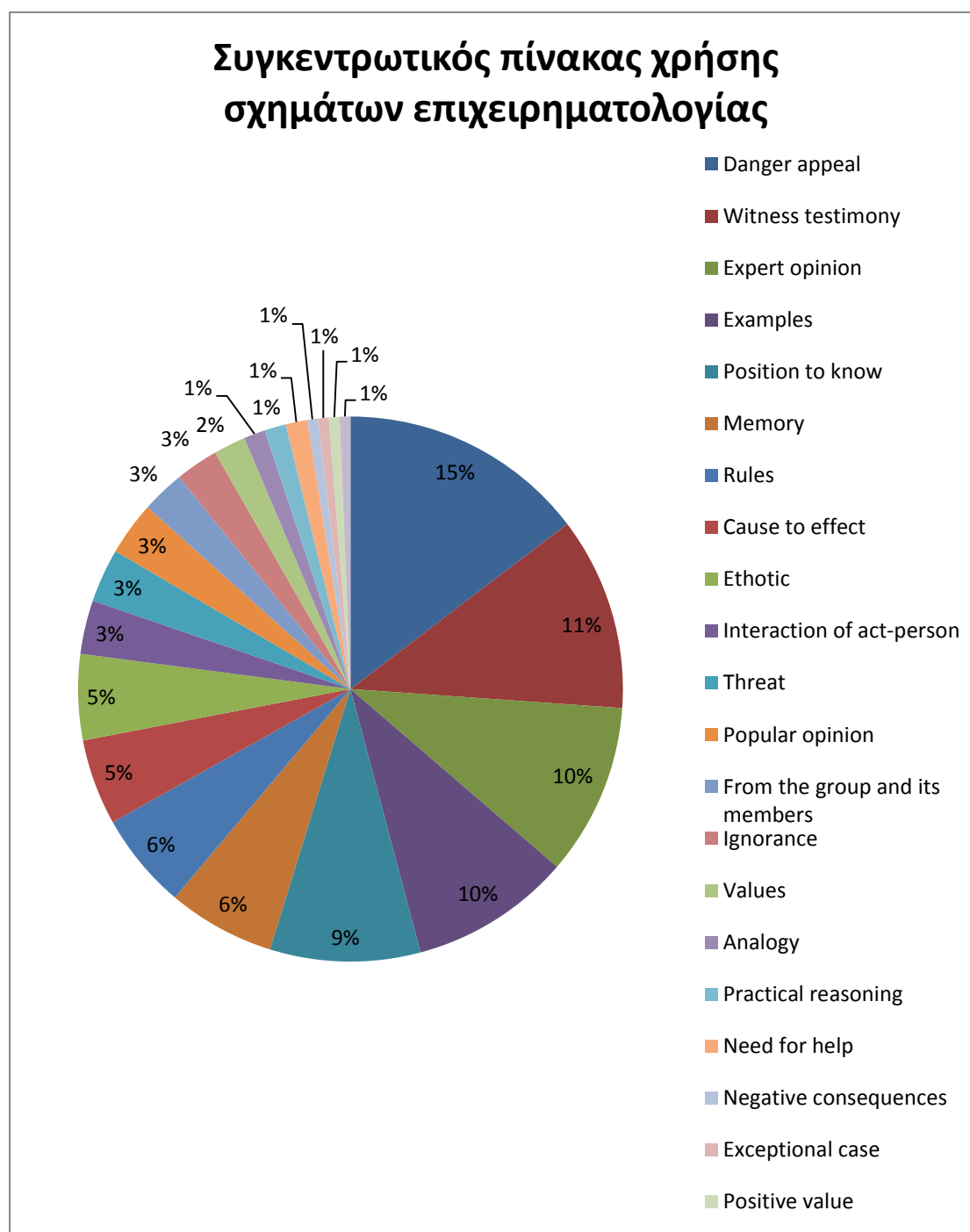
5.1 Συγκεντρωτικά αποτελέσματα

Για την εξαγωγή ασφαλέστερων συμπερασμάτων θεωρήθηκε απαραίτητη η συγκέντρωση των στοιχείων επιχειρηματολογίας και από τα 3 ερευνημένα πεδία και η συγκεντρωτική παράθεσή τους. Η συγκεκριμένη εργασία θα αποτελέσει και την κύρια πηγή στοιχείων, αφενός γιατί εξαλείπονται οι ιδιαιτερότητες του κάθε διαλόγου, αφετέρου στοχεύσαμε στη γενικότερη ανάλυση των διαλόγων του διαδικτύου ανεξάρτητα από που προέρχονται. Στόχος μας ήταν η διαμόρφωση συμπερασμάτων για τη μαζική κοινή γνώμη ανεξαρτήτου θέματος, ηλικίας, εκπαιδευτικού επιπέδου, ιδεολογίας. Γι'αυτό το λόγο επιλέξαμε 3 διαφορετικά θέματα ανεξάρτητα μεταξύ τους και χωρίς κοινή προέλευση. Τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

Σχήμα επιχειρηματολογίας	Αριθμός εμφανίσεων	Ποσοστό επί του συνόλου
Danger appeal	23	14.6 %
Witness testimony	18	11.5 %
Expert opinion	16	10.2 %
Examples	15	9.6 %
Position to know	14	8.9 %
Memory	10	6.4 %
Rules	9	5.7 %
Cause to effect	8	5.1 %
Ethotic	8	5.1 %
Interaction of act-person	5	3.2 %
Threat	5	3.2 %
Popular opinion	5	3.2 %
From the group and its members	4	2.5 %
Ignorance	4	2.5 %
Values	3	1.9 %
Analogy	2	1.3 %
Practical reasoning	2	1.3 %
Need for help	2	1.3 %
Negative consequences	1	0.6 %
Exceptional case	1	0.6 %

Σχήμα επιχειρηματολογίας	Αριθμός εμφανίσεων	Ποσοστό επί του συνόλου
Positive value	1	0.6 %
Sacrifice	1	0.6 %

Στο παρακάτω διάγραμμα παραθέτουμε τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα χρήσης σχημάτων επιχειρηματολογίας όλων των ερευνών.



5.2 Συμπεράσματα

Από την διεξαγόμενη έρευνα, υπάρχει η δυνατότητα να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για τη γενικότερη συμπεριφορά των χρηστών του διαδικτύου σε διαλόγους και συζητήσεις.

- Οι χρήστες και σχολιαστές ή διαμορφωτές μιας διαδικτυακής συνομιλίας είναι ανεξαρτήτου ηλικίας και ανήκουν κυρίως στο αρσενικό γένος, κρίνοντας από τα προσπελάσιμα στοιχεία του κάθε χρήστη και από ενδείξεις (π.χ. ψευδώνυμο). Η συγκεκριμένη εξέλιξη υποδηλώνει την αυξανόμενη εξοικίωση των μεγαλύτερων γενεών με το διαδίκτυο.
- Οι χρήστες ανήκουν σε όλες τις ομάδες μορφωτικού επιπέδου. Δηλαδή, η μόρφωση του ανθρώπου δεν αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για τη συμμετοχή του σε διαδικτυακές ενέργειες. Το συμπέρασμα εξήχθη κρίνοντας την ορθότητα γραφής, ορθογραφία, σύνταξη, πιθανή καταγραφή γνώσεων.
- Το μοντέλο Toulmin, ως κανόνας σύγκρισης, είναι ελλειπέστατο κατά τη χρήση του από τους χρήστες του διαδικτύου. Παρατηρήθηκε ότι, ως επί το πλείστον, ακολουθείται η επιχειρηματολογική γραμμή (Ισχυρισμός – Δεδομένα - Συμπέρασμα).
- Παρατηρείται σχεδόν ολοκληρωτική απουσία του δομικού παράγοντα rebuttal (αντίκρουση). Οι σχολιαστές δεν θέλουν να δίνουν βήμα στον αντίλογο του ισχυρισμού τους, σκεπτόμενοι την ενδεχόμενη ενδυνάμωσή του. Δεν διαθέτουν τη ξεχωριστή ικανότητα να μετατρέψουν το συγκεκριμένο στοιχείο σε στηρικτικό θεμέλιο της επιχειρηματολογίας τους. Έτσι, η επιχειρηματολογία τους θεωρείται ελλιπής.
- Παρατηρήθηκε δυσκολία έκφρασης στηριζόμενη στους κανόνες δομημένης επιχειρηματολογίας. Συγκεκριμένα, το 55% των αναλυθέντων σχολίων κρίθηκε επιδεχόμενο περαιτέρω συσχέτισης με τους βασικούς κανόνες. Σχεδόν ένας στους δύο χρήστες χρησιμοποίησαν τουλάχιστον το σχήμα (Δεδομένα – Ισχυρισμός – Συμπέρασμα – πιθανή Υποστήριξη).
- Σχετικά με την κατάταξη σύμφωνα με τους τύπους διαλόγου, συμπεραίνεται ότι υπάρχει ποικιλία ανάλογα κυρίως με το θεματικό άξονα. Παρόλα αυτά, μπορούμε να θεωρήσουμε ότι ισχυρότερη εμφάνιση έδειξε ο διάλογος της έριδας. Δηλαδή, εντοπίστηκαν αρκετές προσωπικές συγκρούσεις με προφορικές επιθέσεις στον αντίπαλο, κυρίως στην έρευνα Α και Β που κινήθηκαν σε πιο ιδεολογικές γραμμές.
- Οι διάλογοι που αναλύθηκαν χαρακτηρίζονται γενικά ως κεντρομορφικοί. Εξυπηρέτησαν το σκοπό για τον οποίο δημιουργήθηκαν. Βέβαια, μπορεί να υπάρξουν και θεματικοί εκτροχιασμοί ή διαρροές κεντρικού άξονα αλλά γενικά παρατηρήθηκε σε όλες τις περιπτώσεις επιστροφή στο κεντρικό θέμα.

- Μεγαλύτερο ποσοστό θεματικού εκτροχιασμού συζήτησης παρατηρήθηκε σε πολιτικές-ιδεολογικές θεματικές ενότητες. Συμπεραίνεται ότι σε τέτοια θέματα οι χρήστες παρασύρονται σε προσωπικούς διαξιφισμούς που ωθούν σε παράπλευρες συζητήσεις. Επίσης, στους συγκεκριμένους διαλόγους εντοπίστηκαν πολύ χαμηλότερα ποσοστά δομημένης επιχειρηματολογίας. Άρα, ο φανατισμός, η ιδεολογία και συχνά ακόμη και ο φόβος δεν μεταφράζονται με οργανωμένη επιχειρηματολογία.
- Αντίθετα, παρατηρήθηκε αρκετά στοχευμένη συζήτηση σε θέματα κοινωνικά, όπου ο πολίτης κρίνει με πιο καθαρά και ανυστερόβουλα στοιχεία. Σε τέτοιες περιπτώσεις, δομείται καλύτερα ο σχολιασμός κάθε χρήστη, χωρίς παρείσακτες τοποθετήσεις.
- Από την συνολική διεξαγόμενη έρευνα, συμπεραίνεται ότι η αρτιότερη μορφή επιχειρηματολογίας απαντάται στα επιστημότερα sites που προωθούν ένα σοβαρότερο ύφος, όχι τόσο μαζικής επισκεψιμότητας. Ακόμα και οι δικλείδες ασφαλείας όσον αφορά την εγγραφή ενός χρήστη, ωθούν σε μεγαλύτερα ποσοστά αποτελεσματικής επιχειρηματολογίας, άρα και σε χρησιμότερων συμπερασμάτων.
- Από τη διαδικασία εντοπισμού και κατάταξης των σχημάτων επιχειρηματολογίας, συμπεραίνεται ότι οι διαφορές μεταξύ των επιμέρους σχημάτων είναι δυσδιάκριτες και σχεδόν ανύπαρκτες. Η ταξινόμηση ενός σχολίου είναι πιθανό να γίνει σε περισσότερες από μία κατηγορίες. Έτσι, η έρευνα στηρίχτηκε και σε προσωπικό οπτικό πεδίο με όσο το δυνατόν αντικειμενικότερη κρίση. Αυτό το συμπέρασμα αποδεικνύει πιθανές διαφορές μεταξύ ερευνών ίδιας πηγής από δύο ανεξάρτητους ερευνητές.
- Διαπιστώθηκε ότι γενικά η συσχέτιση αδόμητων διαδικτυακών διαλόγων με τη δομημένη επιχειρηματολογία και τους κανόνες της, είναι αρκετά δύσκολη και χρονοβόρα εργασία, καθώς απαιτείται εξονυχιστική έρευνα και κριτικό πνεύμα καθώς και επιμονή. Οι μεγαλύτερες δυσκολίες εντοπίστηκαν στην φάση της σύγκρισης κάθε σχολίου χωριστά και στον εντοπισμό των επιμέρους κανόνων σε κάθε σχόλιο.
- Παρατηρήθηκε ότι τα πιο ισχυρά και μη αντιμετωπίσιμα σχήματα επιχειρηματολογίας είναι τα παραδείγματα (examples), οι κανόνες (rules) και η μνήμη (memory). Αφενός τα παραδείγματα και η μνήμη χρησιμοποιούν παρόμοιες περιπτώσεις και παλαιότερα γεγονότα που κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει αφού αφορούν πραγματικές περιπτώσεις, ενώ οι κανόνες είναι θεσπισμένοι γραπτοί ή άγραφοι νόμοι, που είναι κοινώς αποδεκτοί και έχουν ιδιαίτερη δυναμική.
- Το 14,6% των αναλυθέντων σχολίων έκανε χρήση του σχήματος κινδύνου (danger appeal). Με σημαντική διαφορά από το επόμενο, συμπεραίνεται ότι οι πολίτες στην Ελλάδα δείχνουν να νιώθουν απειλή και ανησυχία από οποιαδήποτε κοινωνική αλλαγή ή μεταρρυθμιστική πρόθεση. Επίσης,

εκφράζουν τους φόβους τους για εξεθνικούς παράγοντες (Έρευνα Α). Λαμβάνοντας υπόψη την κοινωνική αστάθεια που βρίσκεται η χώρα, τα αποτελέσματα του φόβου και της απειλής κρίνονται λογικά.

- Το σχήμα κατάθεσης μάρτυρα (witness testimony) συγκέντρωσε το 11,5% των αναλυθέντων σχολίων. Χρησιμοποιούνται οι εμπειρίες των χρηστών για την επιχειρηματολογία. Εμπιστεύονται τις παραστάσεις ως αυτόπτες μάρτυρες γεγονότων. Το συγκεκριμένο σχήμα είναι έντονα αμφισβητήσιμο καθώς χρησιμοποιεί πληροφορίες που δεν μπορεί να είναι γνωστές στους άλλους χρήστες. Έτσι, μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τον κάθε χρήστη με ψεύτικα στοιχεία με σκοπό την παραπληροφόρηση. Χρησιμοποιείται κυρίως για προπαγάνδα, προσηλυτισμό και πολιτικές σκοπιμότητες. Η ισχύς του είναι μικρή και αμφιλεγόμενη, ενώ η χρήση του πολύ μεγάλη.
- Το τρίτο κατά σειρά δημοφιλέστερο σχήμα επιχειρηματολογίας είναι η χρήση γνώμης ειδικού (expert opinion) με 10,2%. Χρησιμοποιείται επίκληση στην αυθεντία ατόμων. Πολλές φορές διαπιστώθηκε η προβολή προσωπικής αυθεντίας του ίδιου του σχολιαστή, γεγονός που το καθιστά αμφιλεγόμενο. Παρά το γεγονός ότι κατά τη σωστή του χρήση είναι ισχυρό επιχείρημα, η χρήση του είναι διφορούμενη, καθώς σε πολιτικές κυρίως συζητήσεις, αυθεντία μπορεί να χαρακτηριστεί και ένας πολιτικός που δεν επικροτείται ούτε καν από πλειοψηφία. Επίσης, δεν είναι άμεσα ελέγξιμη η πηγή αυθεντίας και μπορούν να δημιουργηθούν ψεύτικες δηλώσεις ή πηγές. Και αυτό το σχήμα χρησιμοποιείται από προπαγανδιστικούς φορείς.
- Το 9,6% των σχολιαστών χρησιμοποιεί τα παραδείγματα (examples). Εμπιστεύονται και αναφέρονται σε αντίστοιχες καταστάσεις κρίνοντας τα αποτελέσματα που έχουν ληφθεί. Είναι από τα πιο δυναμικά σχήματα επιχειρηματολογίας και η χρήση του δεν επιτρέπει αντίλογο ως προς το παράδειγμα.
- Μεγάλος αριθμός ιστότοπων είναι επιρρεπής στη χειραγώγηση και στον αποπροσανατολισμό. Στην συγκεκριμένη έρευνα, έγινε ενδελεχής μελέτη για αντικειμενικότερη δεξαμενή συζητήσεων. Συμπεραίνεται, ότι πιθανώς πολιτικοί εκπρόσωποι να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τις ανοιχτές συζητήσεις με εύσημο τρόπο για την εξυπηρέτηση των πολιτικών τους σκοπιμοτήτων. Αποτελεί, και μπορεί να υποτεθεί ότι στο μέλλον θα αποτελέσει πιο ενεργά, μεγάλο πολιτικό όπλο στα χέρια των πολιτευτών.
- Γενικά, η ανάλυση διαδικτυακών διαλόγων αποτελεί πολύ καλό και έγκυρο εργαλείο σφυγμομέτρησης, ένδειξη κοινωνικής ροπής. Βέβαια, η ανάλυση τους απαιτεί πολύ στοχευμένη εργασία και εμπειρία.
- Ως αποτέλεσμα μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι υπάρχει μέθοδος συσχέτισης της δομημένης επιχειρηματολογίας με των αδόμητων διαδικτυακών διαλόγων. Το ποσοστό συσχέτισης φτάνει και ξεπερνά το 50%, ποσοστό αρκετά ικανοποιητικό, έχοντας βέβαια χαμηλότερα κριτήρια από

τους αυστηρούς κανόνες της. Παραμένει ένα δείγμα ικανό και άξιο ανάλυσης που θα αποφέρει τεράστια οφέλη σε όποιον καταφέρει να το αναλύσει. Η εργασία κρίνεται πολύπλοκη και επίπονη με θεαματικά όμως συμπεράσματα για έναν επίδοξο αναλυτή.

5.3 Μελλοντικές Προοπτικές

Η συγκεκριμένη έρευνα αποσκοπούσε να κάνει ένα πρώτο βήμα στην ανάλυση των διαδικτυακών διαλόγων. Προσέγγισε μία νέα μορφή ανάλυσης που μελλοντικά θα είναι απαραίτητη, κρίνοντας την αυξανόμενη δυναμική του διαδικτύου.

Παρόμοιες έρευνες μπορούν να κριθούν απαραίτητες σε πολλές πτυχές της επιστήμης. Ευρύτερη χρήση πιθανόν να υπάρξει από τους πολιτικούς κύκλους. Ένα ενδεχόμενο σενάριο θα μπορούσε να περιλάβει πολιτικά γραφεία τα οποία θα αναπτύξουν τέτοιες μεθόδους για να χαράξουν την πολιτική τους, αναλογιζόμενοι την επιχειρηματολογία των ψηφοφόρων, για μεγαλύτερη αποδοχή από το κοινωνικό σύνολο. Ο εντοπισμός της επιχειρηματολογίας και η εκμετάλλευσή της δύναται να οδηγήσει σε μία έμμεση πολιτική καθοδήγηση, ενώ παράλληλα ο επίδοξος πολιτικός θα αφουγκράζεται τις απαιτήσεις της πλειοψηφίας, αξιοποιώντας τα αποτελέσματα για προσωπικό του βέβαια όφελος.

Επίσης, η κοινωνιολογία είναι μια επιστήμη που θα μπορούσε να ασχοληθεί με την περαιτέρω έρευνα. Η ενασχόληση, η χρήση και η συμμετοχή σε διαδικτυακούς διαλόγους καθώς και ο τρόπος έκφρασης σε αυτούς αποτελούν στοιχείο - ένδειξη κοινωνικής και τεχνολογικής εκπαίδευσης. Είναι ένας δείκτης που ορίζει κατά πόσο σε μία χώρα ή κοινωνία οι πολίτες έχουν τη νοημοσύνη, την εκπαίδευση ή την προδιάθεση να χρησιμοποιούν δομημένη και σωστή επιχειρηματολογία. Μέχρι τώρα δεν υπήρξε τόσο μαζικό μέσο έκφρασης των πολιτών για να εξαχθούν τέτοια συμπεράσματα.

Επιπρόσθετα, οι κυβερνητικοί φορείς κάθε χώρας θα μπορούσαν να προβούν σε παρόμοιες έρευνες για να εντοπίσουν τους προβληματισμούς και τους βαθύτερους στοχασμούς των κατά πλειοψηφία πολιτών. Έτσι, με ανάλογες πολιτικές θα διατηρούν την πολιτική συνοχή και ευημερία.

Μία άλλη μορφή ερευνητών που θα μπορούσαν να ασχοληθούν με την εξέλιξη της έρευνας είναι οι δημιουργοί ή κατασκευαστές ιστότοπων και κοινωνικών δικτύων. Αφουγκράζοντας την ανάγκη των πολιτών για έκφραση και τον τρόπο που το επιτυγχάνουν, θα μπορούν πιο εύκολα να υλοποιήσουν το στοχευμένο σχέδιο που επιθυμούν.

Η εκπαιδευτική κοινότητα θα μπορούσε να αναλάβει παρόμοιες αναλύσεις προκειμένου να παραθέτει ζωντανά παραδείγματα σωστής και λανθασμένης επιχειρηματολογίας. Η επίδειξή τους σε εκπαιδευόμενους, θα είναι τρόπος διαδασκαλίας της επιχειρηματολογίας και με κατανόηση παραδειγμάτων προς αποφυγή.

Το επόμενο στάδιο της ανάλυσης θα μπορούσε να κυμανθεί στην ταύτιση των κανόνων της επιχειρηματολογίας με συγκεκριμένους κλάδους, όπως ιδεολογικούς, κοινωνικούς, πολιτιστικούς. Επίσης, θα ήταν ενδιαφέρουσα μία ανάλυση στη συσχέτιση γραμματολογικών κανόνων ή και ορθογραφικών κανόνων με τους διαδικτυακούς διαλόγους.

Βιβλιογραφία - Bibliography

1. **associates, O' Reilly &**. *The internet and society*. s.l. : Harvard University, 1997.
2. **Ann Macintosh, Thomas F. Gordon & Alastair Renton**. *Providing Argument Support for E-Participation*. s.l. : Routledge, 2009.
3. **Hunter, Philippe Besnard and Anthony**. *Elements of argumentation*. s.l. : Massachusetts Institute of Technology, 2008.
4. **Wenzel, Joseph W**. *Perspectives on Argument*. s.l. : Jack Rhodes and Sara Newell.
5. *wikipedia*.
6. **McNeil, Hayden**. *First Arguments: A Peer Approach to Persuasion. First Arguments: A Peer Approach to Persuasion*. Plymouth, Michigan : Georgia State University, Department of English, 2008.
7. **Wheeler, Dr**. Toulmin Model of Argument:
<http://www.rhetcomp.gsu.edu/~bgu/1101/models.html>. [Online]
8. **Dimitrios, Papadopoulos**. *Δομημένη Επιχειρηματολογία στο Περιβάλλον Web 2.0*. s.l. : Εθνικό μετσόβιο Πολυτεχνείο, 2012.
9. **Verheij, Bart**. *Artificial Intelligence and Law. Dialectical Argumentation with Argumentation Schemes: An Approach to Legal Logic*. 2003.
10. **Walton, Douglas**. *A User's Compendium of Schemes. Argumentation Schemes*. s.l. : Cambridge University Press.
11. **Douglas Walton, Eric C. Krabbe**. *Commitment in Dialogue: Basic Concepts of Interpersonal Reasoning*. s.l. : SUNY Press, 1995.
12. **P. Mc Burney, S. Parsons**. *Annals of mathematics and artificial intelligence*. 2001.
13. **dougwalton**. *TYPES OF DIALOGUE, DIALECTICAL RELEVANCE, AND TEXTUAL CONGRUITY*.
14. **Gordon, T. F. Prakken, H. and Walton, D**. *The Carneades Model of Argument and Burden of*. 2007.
15. **Godbole, Achyut S**. *Web Technologies: Tcp/ip to Internet Application Architectures*. 2003.
16. **Francisco J. Hens, Jose M. Caballero**. *Triple Play: Building the converged network for IP, VoIP and IPTV*.
17. **index, The open market Internet**. treese.org. [Online]
18. **worldstats**. internetworldstats.com. [Online] miniwatts Marketing group.
19. **A.C.M. Fong, S. C. Hui, Guanyue Hong, Bernard Fong**. *Multimedia Engineering: A Practical Guide for Internet Implementation*. s.l. : wiley, 2006.

20. *Network Protocols Handbook Second edition*. s.l. : Javvin technologies inc., 2005.
21. **Britannica, Encyclopaedia**. <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/690679/Website>. <http://www.britannica.com/>. [Online]
22. **Broache, Declan McCullagh and Anne**. www.cnet.com. *Blogs turn 10--who's the father?* <http://archive.is/5qKCz>. [Online] 2007.
23. **Anderson, Paul**. *Whatis Web 2.0?* s.l. : JISC Technology & Standards Watch.
24. **Rosman, Katherine**. finance.yahoo.com. [Online] 2011.
25. **ComScore.com**. Google+ Grows Worldwide Users From 65 Million In October To 67 Million In November. http://techcrunch.com/2011/12/22/googlesplus/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Techcrunch+%28TechCrunch%29. [Online]
26. **Poulet, Y**. *Basic Concept of Data Protection and new information technologies*. 1992.
27. **Αγγελή, Ι**. *Διαδίκτυο και ποινικό δίκαιο*. 2000.
28. **Καράκωστα, Ι**. *Το δίκαιο των ΜΜΕ*, Αντ.Σάκκουλας, (τρίτη έκδοση).
29. **Μαντζούφας, Παναγιώτης**. *Ελευθερία έκφρασης και διαδίκτυο*.
30. **Shapiro, Gary**. <http://www.washingtontimes.com/news/2013/oct/20/shapiro-keeping-speech-free-on-the-internet/>. <http://www.washingtontimes.com>. [Online]
31. <http://users.uoa.gr/~nektar/science/internet/netiquette.htm>. [Online]
32. **reuters**. <http://www.reuters.com/article/2009/06/17/us-media-internet-life-idUSTRE55G4XA20090617>. [Online] 2009.
33. **Turner, Bambi**. <http://dsc.discovery.com/tv-shows/curiosity/topics/big-question-how-has-internet-changed-politics.htm>. [Online]
34. **Agre, Philip E**. *Real-Time Politics: The Internet and the Political Process*.
35. **Beth, Noveck**. <http://www.whitehouse.gov/blog/Open-Government-Brainstorm-Collaboration-in-Action/>. *The White House Blog*. [Online]
36. **CNN**. <http://debategraph.org/Stream.aspx?nid=28176&vt=bubble&dc=focus>. [Online] April 30, 2010.
37. **Independent**. <http://www.independent.co.uk/voices/commentators/mapping-the-path-to-peace-in-the-middle-east-1547400.html>. [Online]
38. **debategraph.org**. debategraph.org. [Online]

