

Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου
Σχολή Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών

Τμήμα Πολιτικής και Διεθνών Σχέσεων

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών

«Διεθνείς Σχέσεις και Πολιτικές»

Ένοπλες Δυνάμεις και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Τρόποι αξιοποίησης για την προβολή των κοινωνικών τους δράσεων

Πέτρου-Δαμουλιάνος Παναγής

Κόρινθος, Νοέμβριος 2015

University of Peloponnese

Faculty of Social and Political Relations

Department of Political Studies and International Relations

Master Program in

“International Relations and Politics”

**Armed Forces and social media: Ways of utilization for the
promotion of their social actions**

Petrou-Damoulianos Panagis

Corinth, November 2015

Ένοπλες Δυνάμεις και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Τρόποι αξιοποίησης για την προβολή των κοινωνικών τους δράσεων

Σημαντικοί Όροι: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Ένοπλες Δυνάμεις, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Flickr, Διαδίκτυο, κοινωνικές δράσεις, κοινωνία

Περίληψη

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελούν κομμάτι της σύγχρονης κοινωνίας όπως και οι Ένοπλες Δυνάμεις. Πώς μπορούν όμως οι Ένοπλες Δυνάμεις να αξιοποιήσουν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για να προβάλουν τις κοινωνικές τους δράσεις; Ο ορισμός των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, του τρόπου λειτουργίας τους αλλά και της προσφοράς τους στην κοινωνία θεωρείται επιτακτικός. Ορίζονται οι Ένοπλες Δυνάμεις και αναλύεται ο ρόλος που διαδραματίζουν στην κοινωνία με την προσφορά τους και ακολουθεί μια εκτενής ανάλυση της παρουσίας τους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Τέλος, η εργασία αναφέρεται στους προβληματισμούς που προκύπτουν από την χρήση και προτείνονται μερικοί τρόποι βελτίωσής τους.

Armed Forces and social media: Ways of utilization for the promotion of their social actions

Keywords: Social Media, Armed Forces, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Flickr, Internet, social activities, society

Abstract

Social media are a part of the modern society as well as the Armed Forces. How can the Armed Forces utilize the social media to project their social actions? The definition of social media, their way of function but also their way of contribution to society is deemed necessary. The Armed Forces are being defined and the role they play in the society with their social contribution is analysed and then an extensive analysis of their social media presence follows. Finally, the paper refers to the concerns arising from their use and proposes some ways to improve them.

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή	1
2. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	
2.1 Ορισμός	3
2.2 Ο τρόπος λειτουργίας των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και τα πιο δημοφιλή	6
2.3 Η σημασία των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης — Επαναστάσεις, Ταραχές	12
3. Οι Ένοπλες Δυνάμεις και η κοινωνική τους προσφορά	
3.1 Η αποστολή και το έργο των Ενόπλων Δυνάμεων	19
3.2 Ο ρόλος των Ενόπλων Δυνάμεων στην κοινωνία. Η κοινωνική τους προσφορά	21
4. Μεθοδολογία	27
5. Ευρήματα	
5.1 Η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	29
5.1.1 Η περίπτωση των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής (ΗΠΑ)	32
5.1.2 Η περίπτωση της Ελλάδας	38
5.1.3 Η περίπτωση της Μεγάλης Βρετανίας	41

5.1.4 Η περίπτωση της Γαλλίας	46
5.1.5 Συγκριτική Ανάλυση	50
5.2 Προβλήματα στην παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	54
5.3 Τρόποι βελτίωσης της παρουσίας των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	60
Συμπεράσματα	64
Βιβλιογραφία	66

Εισαγωγή

Η ανάγκη του ανθρώπου να μοιράζεται και να επικοινωνεί αποτελεί ένα από τα βασικά κοινωνικά του χαρακτηριστικά κατά τους αιώνες, είναι ένα «ζών πολιτικών» όπως αναφέρει και ο Αριστοτέλης στα Πολιτικά (Τσουρέας & Τσουρέας 2014). Ο σκοπός της εργασίας είναι να υπογραμμίσει τον τρόπο και την διαδικασία που χρησιμοποιούν οι Ένοπλες Δυνάμεις ώστε να προβάλλουν το κοινωνικό τους πρόσωπο μέσα από τα αυτά τα κοινωνικά δίκτυα. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η ευρεία αποδοχή της από τις κοινωνικές μάζες έχει αναγκάσει τις Ένοπλες Δυνάμεις να αποκτήσουν παρουσία σε αυτό το διαδικτυακό περιβάλλον όπου αυτές οι πλατφόρμες κυριαρχούν.

Τίθενται λοιπόν κάποια ερωτήματα τα οποία χρήζουν απάντησης.

Τι ακριβώς είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αλλά και οι Ένοπλες Δυνάμεις; Ποια η συμβολή των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην κοινωνία του σήμερα; Ποια η προσφορά των Ένοπλων Δυνάμεων στην κοινωνία εκτός από την προστασία των εξωτερικών συνόρων της χώρας; Με ποιον τρόπο οι Ένοπλες Δυνάμεις χρησιμοποιούν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για την προβολή των κοινωνικών τους δράσεων; Ποιος ο βαθμός υιοθέτησής τους; Υπάρχει καθολικότητα στην χρήση τους από όλες τις χώρες; Είναι ασφαλής η χρήση τους;

Αυτά τα ερωτήματα αποτελούν και τον βασικό άξονα πάνω στον οποίο κινείται η εργασία και προσπαθεί να τα απαντήσει. Σκοπός της είναι να αναδείξει την ολοένα και αυξανόμενη σημασία των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και πως τα χρησιμοποιούν οι Ένοπλες Δυνάμεις για την προβολή των κοινωνικών τους δράσεων.

Η εργασία χωρίζεται σε έξι κεφάλαια συμπεριλαμβανόμενης και της Εισαγωγής. Το πρώτο κεφάλαιο χωρίζεται σε τρεις ενότητες και αφορά τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Σε αυτές τις ενότητες ορίζονται τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, αναφέρεται ο τρόπος λειτουργίας τους και τα πιο δημοφιλή που χρησιμοποιούνται στην εργασία (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Flickr) και δίνονται μερικά παραδείγματα από την συμβολή τους στην κοινωνία του σήμερα. Στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται λόγος για τις Ένοπλες Δυνάμεις και χωρίζεται σε δυο ενότητες. Ορίζονται οι Ένοπλες Δυνάμεις και η έννοια της κοινωνικής προσφοράς και δίνονται μερικά παραδείγματα των

κοινωνικών δράσεων των Ενόπλων Δυνάμεων. Ακολουθεί στο επόμενο κεφάλαιο η ανάλυση της Μεθοδολογίας με την παρουσίαση των παραμέτρων και της διαδικασίας που ακολουθήθηκε για να ελεγχθεί και να συγκριθεί η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Στην συνέχεια το πέμπτο κεφάλαιο χωρίζεται σε τρεις ενότητες. Στην πρώτη ενότητα παρουσιάζεται αναλυτικά η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων με αφιερωμένη μια υποενότητα στα παραδείγματα παρουσίας των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης της κάθε χώρας που εξετάζεται (ΗΠΑ, Ελλάδα, Μεγάλη Βρετανία, Γαλλία) και μια συγκριτική τους ανάλυση. Έπειτα ακολουθούν τα προβλήματα που προκύπτουν από την διαδικτυακή τους παρουσία και μερικοί τρόποι βελτίωσής τους. Τέλος, συνοψίζονται τα συμπεράσματα που εξάγονται από την εργασία.

2. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

2.1 Ορισμός

Σε αυτό το κεφάλαιο αναλύονται τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Για να γίνουν όμως κατανοητά πρέπει να οριστεί και το περιβάλλον του Διαδικτύου που αποτελεί ζωτικό τους χώρο. Αυτό το ψηφιακό περιβάλλον δεν είναι κάτι το διαφορετικό από το γνωστό σε όλους μας Διαδίκτυο (Internet) όπου αποτελεί και το βασικό πεδίο δραστηριοποίησης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Το Διαδίκτυο λοιπόν, όπως το ορίζει ο Duncan (2013), είναι ένα δίκτυο μέσα σε ένα εύρος δικτύων συνδεδεμένων μεταξύ τους με κάποιες συσκευές που ονομάζονται δρομολογητές (routers) και διευκολύνουν την μεταξύ τους επικοινωνία. Είναι ανοιχτό, ασφαλές, και διαλειτουργικό• προωθεί την ευημερία, την δημόσια ασφάλεια και την ελεύθερη ροή εμπορίου και ιδεών (Department of Defense 2015). Συνεχίζοντας ο Duncan (2013) υπογραμμίζει την μορφή των πληροφοριών που μπορεί να αποστείλει κανείς μέσω του Διαδικτύου και τις διαφορετικές μορφές που μπορεί να λάβει η διαδικασία της ανταλλαγής πληροφοριών όπως οι ιστοσελίδες, τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email), έγγραφα αλλά ακόμη και λογισμικά προγράμματα. Με την πάροδο του χρόνου βλέπουμε μια σημαντική αύξηση των χρηστών του Διαδικτύου καθώς στις αρχές της χιλιετίας οι χρήστες δεν ξεπερνούσαν τα 361 εκατομμύρια ενώ σήμερα είναι πάνω από 3 δισεκατομμύρια μέσα σε 15 μονάχα χρόνια όπως φαίνεται και από τα στοιχεία της ιστοσελίδας Internet World Stats (2015).

Ο ορισμός των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) από το Υπουργείο Εξωτερικών των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής (ΗΠΑ) (U.S. Department of State) (2010) αναφέρει ότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

«αποτελούνται από μια ποικιλία ψηφιακών τεχνολογιών που προωθούν την αλληλεπίδραση μεταξύ των ατόμων που χρησιμοποιούν τα εργαλεία».

Το Υπουργείο Εξωτερικών των ΗΠΑ (Department of State 2010) αναγνωρίζει την σπουδαιότητα των καινοτόμων αυτών μέσων επικοινωνίας, όπου παρέχουν στους χρήστες τους την δυνατότητα μέσω του Διαδικτύου να σχολιάζουν και να αξιολογούν τις αναρτήσεις των χρηστών τους καθώς και να μοιράζονται αρχεία, να αναπτύσσουν εφαρμογές λογισμικών και να συμμετέχουν σε ένα διαδραστικό περιβάλλον. Η διαφορά των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης με τα παραδοσιακά μέσα

επικοινωνίας, όπως οι εφημερίδες, η τηλεόραση και το ράδιο, εναπόκειται στην αμεσότητα της επικοινωνίας και στην διαδραστικότητα που τα χαρακτηρίζει (Gupta & Brooks 2013) ανάμεσα στους πολυάριθμους χρήστες τους. Το εγχειρίδιο από το αμερικανικό Ναυτικό (U.S. Navy) και γενικότερα από την Διοίκηση Ναυτικού (Navy Command) (2010) υπογραμμίζει πως τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι ένας γενικός όρος που περιγράφει την ποικιλία των μέσων επικοινωνίας σε διάφορες πλατφόρμες καθώς προωθούν την εμπιστοσύνη, χωρίς μεσάζοντες και παρέχουν αναπληροφόρηση (feedback). Αναμφίβολα αποτελούν βασικό κομμάτι της σύγχρονης εποχής όπου η τεχνολογία και η ενσωμάτωσή της στην καθημερινή ζωή δημιουργούν μια κατάσταση εξάρτησης. Η ευκολία στην χρήση τους αλλά και η σημαντική τους προσφορά στις διάφορες κοινωνικές πτυχές έχουν κάνει την κοινωνία να εξελίσσεται μέσα από αυτά και να αποκτούν έρεισμα στην καθημερινή ζωή των χρηστών τους που τα χρησιμοποιούν για να μοιράζονται τα κοινά τους ενδιαφέροντα.

Οι Gupta και Brooks (2013) αναφέρουν ότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έρχονται στο προσκήνιο μετά από την αναδιαμόρφωση του Διαδικτύου στις αρχές του 2000, το λεγόμενο «*Διαδίκτυο 2.0*» (Web 2.0), με την προώθηση εφαρμογών διαλειτουργικότητας, την ανταλλαγή και επικοινωνία πολλαπλών κατευθύνσεων αλλά και την ανάπτυξη της τεχνολογίας. Οι Drapeau και Wells (2009) χαρακτηρίζουν το «*Διαδίκτυο 2.0*» σαν κάτι το γραφικό, το δυναμικό και το συμμετοχικό όπου το λογισμικό αλληλεπιδρά με τους χρήστες σε διαφορετικές πλατφόρμες εκτός από τον ηλεκτρονικό υπολογιστή. Η χρονολογία σταθμός των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης είναι το 2004. Μετά από την δημιουργία της ιστοσελίδας κοινωνικής δικτύωσης Facebook η νέα αυτή μόδα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης άρχισε να γίνεται αντιληπτή σε παγκόσμιο επίπεδο και να υιοθετείται (Gupta & Brooks 2013)¹ κατά κόρον από τις μάζες των διψασμένων ψηφιακών χρηστών. Φυσικά δεν ευθύνεται μια και μόνο πλατφόρμα για την ανάπτυξη μιας ολόκληρης κουλτούρας αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι δεν διαδραμάτισε έναν σημαντικό ρόλο. Η τεχνολογική ανάπτυξη που σημειώθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1990 και 2000 στον τομέα της πληροφορικής και της τεχνολογίας των επικοινωνιών βοήθησε σε αυτό το εγχείρημα. Τονίζεται ότι παρόλο που προσφέρουν δωρεάν υπηρεσίες δεν παύουν να είναι εταιρείες εισηγμένες στο Χρηματιστήριο και να έχουν ως μοναδικό σκοπό τους το κέρδος για να μπορέσουν εξάλλου να

¹ Και πριν από το 2004 υπήρχαν εταιρείες και ιστοσελίδες που να πρόσφεραν αντίστοιχες υπηρεσίες. Τέτοιες δεν είναι άλλες από το γνωστό MySpace που παρά την πρωτοπορία του στον κλάδο δεν γνώρισε το ίδιο ποσοστό επιτυχίας σαν το Facebook (Gupta & Brooks 2013) ή άλλα κοινωνικά δίκτυα τα οποία θα αναλυθούν στην επομένη ενότητα του παρόντος κεφαλαίου.

κρατηθούν οικονομικά βιώσιμες και να προσελκύσουν επενδύσεις και επενδυτές (Owles *et al.* 2012).

2.2 Ο τρόπος λειτουργίας των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και τα πιο δημοφιλή

Σε αυτήν την ενότητα αναφέρονται τα πιο δημοφιλή Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και τον τρόπο λειτουργίας τους καθώς ο αριθμός τους είναι εξαιρετικά μεγάλος (Craig 2013). Όπως έχει γίνει γνωστό και στην προηγούμενη ενότητα ο βασικός σκοπός των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης σύμφωνα με τους Gupta και Brooks (2013) είναι το να δημιουργούνται σχέσεις, να μπορεί κανείς να επικοινωνεί και να μοιράζεται γεγονότα και καταστάσεις από την δική του σκοπιά. Η ανάρτηση γίνεται στον χώρο του Διαδικτύου και από εκεί και πέρα η πληροφορία είναι προσβάσιμη από κάθε γωνιά του πλανήτη αρκεί να έχει κανείς την δυνατότητα να εξασφαλίσει μια πρόσβαση στο Διαδίκτυο και μια συμβατή ηλεκτρονική συσκευή.

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης χωρίζονται σε αρκετές κατηγορίες. Εδώ παρουσιάζονται οι πιο δημοφιλείς πλατφόρμες από την εκάστοτε κατηγορία οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυση του τρόπου χρήσης τους από τις Ένοπλες Δυνάμεις για την προβολή των κοινωνικών τους δράσεων. Για να καταφέρουμε όμως να προχωρήσουμε στην ανάλυση πρέπει πρώτα να ορίσουμε και τις διαφορές στις οποίες υπόκεινται όλες αυτές οι υπηρεσίες. Ξεκινώντας με την έννοια της πλατφόρμας, πρέπει να ορίσουμε το τι ακριβώς είναι αυτός ο ασαφής όρος. Οι Gupta και Brooks (2013) ορίζουν την έννοια της πλατφόρμας ως το εικονικό σημείο συνάντησης για τους χρήστες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης όπου μπορούν να δημιουργούν, να επεξεργάζονται, να διαχειρίζονται και να αποθηκεύουν πληροφορίες. Κάθε μια από τις πλατφόρμες που ακολουθούν είναι συνδυασμός ή συγκερασμός κάποιων στοιχείων. Κάποια κοινωνικά δίκτυα εστιάζουν σε διαφορετικούς τομείς απ' ότι άλλα, έχουν δημιουργήσει πιο στενές σχέσεις με τους χρήστες τους και έχουν οργανώσει με αυτόν τον τρόπο το πελατολόγιο τους. Με βάση αυτήν την έρευνα των Gupta και Brooks (2013) θα υιοθετηθεί και η κατηγοριοποίηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης ως εξής:

- α. Πλατφόρμες Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Networking)
- β. Πλατφόρμες Πολυμέσων (Media Platforms)
- γ. Πλατφόρμες Γεωδεδομένων (Location-Based)

δ. Πλατφόρμες Πληθοπορισμού (Crowdsourcing Platforms)

ε. Συνδυαστικές Πλατφόρμες (Combination Platforms)

Η πρώτη κατηγορία αφορά τις Πλατφόρμες Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Networking) και προτρέπει στους χρήστες της να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, να δημιουργούν σχέσεις και να επεκτείνουν τα προσωπικά ή επαγγελματικά τους δίκτυα (Gupta & Brooks 2013). Αξίζει να σημειωθεί ότι μαζί με την τέταρτη κατηγορία, των Συνδυαστικών Πλατφορμών (Combination Platforms) είναι και οι πιο σημαντικές καθώς έχουν και τους περισσότερους χρήστες. Συχνά οι χρήστες αυτών των υπηρεσιών προβάλλουν την κοινωνική τους ζωή και τις δραστηριότητές τους στα άτομα που έχουν επιλέξει να συνδεθούν μαζί τους μέσω αυτών των πλατφορμών ανάλογα με τις επιλογές ιδιωτικότητας• δυνατότητα που παρέχει κάθε Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης. Οι δραστηριότητές τους μπορεί να είναι ανοιχτές για όλους τους χρήστες του Διαδικτύου. Συνεχίζοντας στην δεύτερη κατηγορία της Πλατφόρμας Πολυμέσων (Media Platforms), εδώ οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να μοιράζονται, να δημιουργούν και να αποστέλλουν πολυμέσα (βίντεο, φωτογραφίες, τραγούδια, κείμενα) μεταξύ τους (Gupta & Brooks 2013). Αυτό που πρέπει να υπογραμμιστεί σε αυτήν την κατηγορία είναι ότι τα πολυμέσα παίζουν τον μεγαλύτερο ρόλο και είναι ο βασικός πρωταγωνιστής σε αυτά τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

Προχωρώντας στην τρίτη κατηγορία αναλύονται τα κοινωνικά δίκτυα που βασίζονται σε Πλατφόρμες Γεωδοδεμένων (Location-Based) και ότι σε αυτό το είδος οι χρήστες χρησιμοποιούν την τοποθεσία τους για να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους στον φυσικό κόσμο (Gupta & Brooks 2013), να ενημερώσουν τους διαδικτυακούς τους φίλους για την τοποθεσία τους ή να προωθήσουν τον συγκεκριμένο τρόπο ζωής τους. Οι επόμενες πλατφόρμες είναι οι πληθοποριστικές (Crowdsourcing Platforms) όπου μέσα από την ενασχόληση των χρηστών σε διάφορα θέματα αποκτώνται πληροφορίες και λύσεις για θέματα κοινού ενδιαφέροντος. Η βασική διαφορά με τα άλλα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι ότι σε αυτό το είδος δεν ενδιαφέρει η προώθηση ή η επεξεργασία ενός συγκεκριμένου ατομικού προφίλ, ενός και μόνο χρήστη, αλλά η συλλογική προσφορά στην βάση δεδομένων του κοινωνικού δικτύου και το πως μέσα από αυτό θα εμπλουτιστούν οι γνώσεις πάνω στο θέμα που απασχολεί (Gupta & Brooks 2013).

Φτάνοντας στην τελευταία κατηγορία για τις πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων έχουμε τις Συνδυαστικές Πλατφόρμες (Combination Platforms) που αποτελούν συνδυασμό ή και συγκερασμό

υπηρεσιών από τις κατηγορίες που αναφέρθηκαν και πρωτύτερα με βάση τους Gupta και Brooks (2013). Σε αυτήν την κατηγορία υπάρχουν και οι περισσότεροι χρήστες (Gupta & Brooks 2013) καθώς συνδυάζουν πάνω από δυο χαρακτηριστικά κάνοντάς τες δημοφιλή στους χρήστες των συγκεκριμένων υπηρεσιών οι οποίοι και τις τιμούν με την ψηφιακή τους παρουσία σε αυτά τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ανεβάζοντας κατακόρυφα την δημοφιλία της συγκεκριμένης εταιρείας με ό,τι αυτό συνεπάγεται.

Ακολουθεί ένας πίνακας (Πίνακας 2.1) όπου οπτικοποιούνται οι κατηγορίες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης παραθέτοντας μερικά παραδείγματα των διασημότερων υπηρεσιών που μπορεί να βρει κάποιος σερφάροντας στο Διαδίκτυο. Από την οπτικοποίηση εξάγεται το γεγονός ότι πολλές από τις πλατφόρμες Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης αντιστοιχούν σε περισσότερες από μια κατηγορίες.

Πίνακας 2.1

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ	Face book	Twitter	Google+	Instagram	Flickr	LinkedIn	YouTube	Vimeo	Foursquare	Pinterest	Amara	Crowdflower	Yelp	GroupOn	Reddit	Vkontakte	Sina Weibo
Κοινωνικής Δικτύωσης	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Πολυμέσων	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■	■
Γεωδομένων	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■	■
Πληθοπορισμού									■	■	■	■	■	■			
Συνδυαστικές	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Από τα δεδομένα του Πινάκα 2.1 φαίνεται ότι τα δημοφιλέστερα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης εμπίπτουν σε παραπάνω από μια κατηγορίες. Μοιράζονται μεταξύ τους στοιχεία και εξελίσσονται άλλες φορές θετικά ή αρνητικά (Plunkett 2015). Η τεχνολογική εξέλιξη και η συνεχής ανάπτυξη των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχουν αυτές οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης δεν σταματούν αλλά μεταβάλλονται συνεχώς.

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης που αναλύονται στις παρακάτω γραμμές δεν θα είναι όλα όσα παρατέθηκαν στον Πίνακα 2.1. Λόγω της έκτασης της εργασίας και του συγκεκριμένου της σκοπού να ασχοληθεί με την σχέση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης με τις Ένοπλες Δυνάμεις και πως αυτές τα χρησιμοποιούν για να προωθήσουν τις κοινωνικές τους δράσεις θα αναφερθούμε στα πέντε βασικά Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (βλ. Μεθοδολογία). Επίσης σημαντικό είναι να υπογραμμιστεί ότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης που δεν είναι δημοφιλή στην Δύση όπως το ρωσικό VKontakte και το κινεζικό Sina Weibo αποτελούν απομιμήσεις των δυτικών Facebook και Twitter αντίστοιχα όπως αναφέρουν και οι Stephen (2013) και Ostrow (2007).

Το μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο στον πλανήτη είναι το Facebook (Rogers & Santos 2012). Στην ιστοσελίδα του το Facebook (2015) αναφέρει ότι οι άνθρωποι χρησιμοποιούν το Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης για να μείνουν συνδεδεμένοι με τους φίλους και την οικογένειά τους, να ανακαλύψουν τι συμβαίνει στον κόσμο και να μοιραστούν και να εκφράσουν αυτό που έχει αξία για εκείνους με τους διαδικτυακούς τους φίλους. Με αυτές τις λέξεις, το Facebook (2015) αυτοπροσδιορίζει την εικόνα του με 1.44 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες και 986 εκατομμύρια καθημερινούς ενεργούς χρήστες έχοντας διεθνή παρουσία με το μεγαλύτερο ποσοστό των χρηστών του να είναι εκτός ΗΠΑ όπου βρίσκονται και τα κεντρικά του γραφεία. Αυτή η εταιρεία παρέχει την δυνατότητα να μοιράζονται αρχεία, πολυμέσα και να κρατιέται επαφή με ανθρώπους που μπορεί να είναι αρκετές εκατοντάδες χιλιόμετρα μακριά και να υπάρχει ενημέρωση για την καθημερινότητά τους. Η αλληλεπίδραση είναι άμεση και χωρίς καθυστέρηση. Η έρευνα του Statistic Brain Research Institute (2015) υπογραμμίζει ότι μια αύξηση της τάξεως του 22% στους χρήστες της υπηρεσίας από το 2013 στο 2014 και πάνω από 12 δισεκατομμύρια δολάρια σε έσοδα για το 2014 δημιουργεί μια εταιρεία-κολοσσό με τεράστια ισχύ καθώς η εμπορική της αξία εκτιμάται στα 104 δισεκατομμύρια δολάρια.

Συνεχίζοντας το δεύτερο Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης που αναλύεται είναι το Twitter. Το Twitter (2015) χαρακτηρίζεται στην ιστοσελίδα του ως ένα μέσο που σε βοηθάει να δημιουργούνται και μοιράζονται ιδέες, πληροφορίες και νέα με έναν τρόπο άμεσο χωρίς εμπόδια. Η πλατφόρμα αυτή χρησιμοποιεί ένα περιορισμό στο όριο χαρακτήρων της κάθε ανάρτησης στο δίκτυό της (140 χαρακτήρες) με σκοπό να μοιράζονται οι χρήστες του μια έκφραση ή μια κατάσταση της στιγμής (Twitter, 2015). Η υπηρεσία αυτή δίνει στον χρήστη της την ικανότητα να μοιράζεται στον χώρο του διαδικτύου, μέσω των «τιτιβισμάτων» (tweets), όπως ονομάζει το Twitter (2015) τις δημοσιεύσεις κειμένου, φωτογραφιών και βίντεο στην ιστοσελίδα του, προσπαθώντας να

εξηγήσει την φιλοσοφία της πλατφόρμας του στην επίσημη ιστοσελίδα του. Μπορεί το Twitter να μην κατατάσσεται στην δεύτερη ή τρίτη θέση από άποψη χρηστών ή ακόμη και εσόδων αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι δεν παίζει έναν σημαντικό ρόλο (Statistic Brain Research Institute 2015, Pew Research Center 2012). Σε αυτήν την εργασία γίνεται αναφορά στο Twitter, γιατί έχει υιοθετηθεί σαν ένα ακόμη μέσο επικοινωνίας από τις Ένοπλες Δυνάμεις με τον κόσμο, όντας ένας διαφορετικός διάυλος επικοινωνίας από τους καθιερωμένους καθώς όχι μόνο οι Ένοπλες Δυνάμεις αλλά και πολλοί κυβερνητικοί αξιωματούχοι, ιδιώτες και μη, έχουν αποφασίσει να το χρησιμοποιήσουν για την αμεσότητα που προσφέρει στην επικοινωνία με την λακωνικότητά του. Το Twitter έχει 645 εκατομμύρια χρήστες και έσοδα από διαφημίσεις κοντά στα 480 εκατομμύρια δολάρια για το 2014 (Statistic Brain Research Institute 2015). Η διαφορά στο μέγεθος του Facebook και του Twitter είναι εμφανής όχι μόνο στους χρήστες τους αλλά και στα έσοδα από τις διαφημίσεις. Ο κύκλος εργασιών της κάθε εταιρείας είναι διαφορετικός χωρίς όμως αυτό να μας κάνει να υποβαθμίζουμε την εκάστοτε πλατφόρμα υπέρ της μίας ή της άλλης.

Άλλο ένα δημοφιλές Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης στο οποίο γίνεται αναφορά είναι το Instagram, που αποτελεί και κομμάτι της εταιρείας Facebook καθώς το αγόρασε το 2012 έναντι του 1 δισεκατομμυρίου δολαρίων όπως αναφέρει και ο Sedghi (2014) της Guardian με 400 εκατομμύρια χρήστες (D' Onfro 2015, Instagram 2015). Το Instagram (2015) αυτοχαρακτηρίζει τον εαυτό του ως ένα Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης που επικεντρώνεται περισσότερο στην ανταλλαγή φωτογραφιών ανάμεσα στους χρήστες του αποτελώντας έναν διασκεδαστικό τρόπο να μοιράζεται κανείς την καθημερινότητά του. Αυτή η υπηρεσία έχει σχεδιαστεί να χρησιμοποιεί την κάμερα του κινητού τηλεφώνου του κάθε χρήστη έτσι ώστε να μπορεί να μοιράζεται με τους φίλους του τις δραστηριότητές του, να σχολιάζονται, και να δημιουργείται μια διαδικτυακή συζήτηση στην ψηφιακή αυτή πλατφόρμα (Instagram 2015). Οι Duggan *et al.* (2015) υποστηρίζουν ότι από τους χρήστες του Διαδικτύου το 71% χρησιμοποιεί το Facebook, το 23% το Twitter και το 26% το Instagram με τα ποσοστά του Facebook να είναι τα μοναδικά που να παρουσιάζουν ανοδική πορεία σε αντίθεση με τις άλλες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.

Επίσης ένα Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης που εξετάζεται είναι το YouTube, μια πλατφόρμα όπου επιτρέπει σε δισεκατομμύρια ανθρώπους να μοιραστούν πολυμέσα και βίντεο μεταξύ τους• παρέχοντας στους χρήστες τους την απαραίτητη πλατφόρμα για αυτές τις ενέργειες (YouTube 2015). Η συμβολή αυτού του Μέσου Κοινωνικής Δικτύωσης, ειδικότερα στις περιπτώσεις των σύγχρονων επαναστάσεων και ταραχών είναι αναφαίρετη και θα αναλυθεί σε μετέπειτα ενότητες

του παρόντος κεφαλαίου (Anderson 2015, Duggan 2013). Το Statistic Brain Research Institute (2015) αναφέρει ότι η εταιρεία ιδρύεται το 2005 και το 2006 αγοράζεται από τον διαδικτυακό κολοσσό Google έναντι του ποσού των 1.65 δισεκατομμυρίων δολαρίων και πλέον αποτελεί κομμάτι μιας εταιρείας που εκτιμάται ότι θα σπάσει το φράγμα της αξίας του 1 τρισεκατομμυρίου δολαρίων έως το 2020 όπως υπογραμμίζει και ο Halleck (2014). Αυτό το Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης εξυπηρετεί εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως και καθημερινά αναπαράγει κοντά στα 5 δισεκατομμύρια βίντεο με πάνω από 900 εκατομμύρια διαφορετικούς επισκέπτες (Statistic Brain Research Institute 2015).

Κλείνοντας γίνεται αναφορά στο Flickr, ένα Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης που αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της εταιρείας Yahoo! Inc. από το 2005 (Statistic Brain Research Institute 2015) και δίνει την δυνατότητα στους χρήστες τους να *«κάνουν τις φωτογραφίες τους διαθέσιμες στους ανθρώπους που έχουν σημασία για αυτούς»* και να *«επιτρέψουν νέους τρόπους οργάνωσης φωτογραφιών και βίντεο»* (Flickr 2015) με μια μεγαλύτερη έμφαση στην επαγγελματική φωτογραφία. Παρουσιάζει αρκετές ομοιότητες με την πλατφόρμα του Instagram, που παρουσιάσαμε παραπάνω, αλλά με διαφορετικό προσανατολισμό, καθώς έχει ως στόχο περισσότερο τους λάτρεις της τέχνης της φωτογραφίας, και με αρκετά λιγότερους χρήστες καθώς αυτή η υπηρεσία αριθμεί μονάχα 92 εκατομμύρια χρήστες (Smith 2015). Οι χρήστες του Flickr δεν μπορούν να χαρακτηριστούν λίγοι σε καμία περίπτωση αλλά η αριθμητική διαφορά ανάμεσα σε αυτήν την πλατφόρμα και τις υπόλοιπες που αναφέραμε στις παραπάνω γραμμές είναι εμφανής.

Όπως αναφέρθηκε και στην αρχή της ενότητας τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχουν έναν μεγάλο αριθμό αλλά για τις ανάγκες αυτής της εργασίας θα εστιάσουμε στα πέντε αυτά βασικά, το Facebook, το Twitter, το Instagram, το YouTube και το Flickr και μέσα από αυτά θα προσπαθήσουμε να καταλάβουμε τον τρόπο με τον οποίο με τον οποίο τα αξιοποιούν οι Ένοπλες Δυνάμεις για να προωθήσουν το κοινωνικό τους πρόσωπο στο ευρύ κοινό (βλ. Μεθοδολογία). Προτού όμως γίνει κάτι τέτοιο γίνεται μια αναφορά στον τρόπο που τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχουν εισβάλει στην καθημερινή ζωή και βοηθούν τον κόσμο στον τρόπο που διαδηλώνει και εκφράζει τις κοινωνικές του ανησυχίες. Από τα παρακάτω παραδείγματα πηγάζει και η σπουδαιότητα που τους αποδίδει η σύγχρονη κοινωνία καθώς η συμβολή τους είναι καταλυτική.

2.3 Η σημασία των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης — Επαναστάσεις, Ταραχές

Ο ρόλος που έπαιζαν αυτές οι τεχνολογικές εξελίξεις στον τρόπο που οι μάζες διαδηλώνουν και προβάλλουν την αγανάκτησή τους απέναντι στα κρατικά μορφώματα σήμερα είναι καταλυτικός. Είναι ένας σχετικά καινούριος κλάδος, η μείξη της κοινωνικής έκφρασης με την τεχνολογία. Η υιοθέτηση σε μεγάλο βαθμό των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από μεγάλες μερίδες του πληθυσμού, σε διάφορες χώρες ανά τον κόσμο, δίνοντας πρόσβαση στους χρήστες στο Διαδίκτυο, και εδραιώνοντας την ελευθερία του λόγου και της έκφρασης — τουλάχιστον στις δυτικές χώρες όπου δεν υπάρχει περιορισμένη προσβασιμότητα στο Διαδίκτυο σε αντίθεση με χώρες όπου απαγορεύεται να παρουσιάζονται αρνητικές πτυχές του κυβερνώντος καθεστώτος, όπως στην Κίνα, το Ιράν κ.α. (Withnall 2015, Frizell 2014, Duncan 2013) — το δικαίωμα της «Ουδετερότητας του Διαδικτύου» (Net Neutrality) το οποίο αποτελεί μάλιστα και βασικό κομμάτι της διαδικτυακής πολιτικής του Προέδρου των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής Μπαράκ Ομπάμα όπως αναφέρεται και στην ιστοσελίδα του Λευκού Οίκου (2015) αποτελεί βασικό τους χαρακτηριστικό.

Η συμβολή των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην κοινωνία του σήμερα μέσα από επαναστάσεις και ταραχές είναι μεγάλης σημασίας. Γεγονότα τα οποία αποτελούν κομμάτι της πρώτης δεκατιάς του 21^{ου} αιώνα και στιγμάτισαν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι προβάλλουν την αδιαλλαξία και την δυσφορία τους απέναντι σε διαφορετικές κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές καταστάσεις. Ως επανάσταση ορίζεται μια ταχεία και θεμελιώδη μεταμόρφωση στις κατηγορίες της κοινωνικής ζωής οι οποίες είναι αποτέλεσμα μια ευρείας λαϊκής αποδοχής (Tudoroiu 2014) και ως επαναστατικό κύμα — σχετικά με την περίπτωση της Αραβικής Άνοιξης — μια ομάδα επαναστάσεων με παρόμοιους στόχους που περιέχει συνήθως μια επανάσταση και μεταλαμπαδεύεται και σε άλλες περιοχές (Tudoroiu 2014).

Για παράδειγμα η κατάσταση που επικρατούσε στο Ιράν τον Ιούνιο του 2009 όταν εκατοντάδες διαδηλωτές βρέθηκαν στους δρόμους της Τεχεράνης για να διαμαρτυρηθούν για την εκλογική διαδικασία καθώς πίστευαν ότι τα αποτελέσματά της ήταν προϊόν νοθείας (Morozov 2011). Ο Gladwell (2010) στο περιοδικό *The New Yorker* αναρωτιέται για τον ιρανικό λαό και την ελευθερία που του δίνει το Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης Twitter, μέσα από την πλατφόρμα του, να εκφράσει την αντίθεσή του απέναντι στην πολιτική κατάσταση και στην επιθυμία για αλλαγή

ολόκληρου του πολιτικού συστήματος, καθώς αισθανόταν ανήμπορος ένας ολόκληρος λαός να βοηθήσει την χώρα του να αποκτήσει ένα δημοκρατικό πολίτευμα στο οποίο οι αντιπρόσωποί του είναι νόμιμα και δημοκρατικά εκλεγμένοι από τον λαό. Η κατάσταση ξεφεύγει από τον έλεγχο όταν μια διαδηλωτής, η Νέντα Αγκχα-Σολτάν (Neda Agha-Soltan), καθώς σχεδίαζε να συμμετάσχει στις διαδηλώσεις κατά της νοθείας των εκλογών, πυροβολείται από ένα μέλος της φιλοϊρανικής πολιτοφυλακής Μπασίτζ (Basij) και πέφτει στο έδαφος παλεύοντας για την ζωή της (Duncan 2013). Η καταγραφή αυτών των εικόνων γίνεται από έναν διαδηλωτή, με κάμερα στο κινητό του, που βιντεοσκοπεί τις δραματικές αυτές σκηνές καθώς ο πατέρας της προσπαθεί να την επαναφέρει στην ζωή και τις δημοσιεύει για να τις δει όλος ο κόσμος στο YouTube όπως αναφέρει ο Duncan (2013).

Αυτή η βίαιη καταστολή των επεισοδίων δημιουργεί ένα νέο κύμα διαμαρτυρίας και μέσα σε ένα μικρό χρονικό διάστημα το βίντεο με την αβοήθητη Νέντα να παλεύει για την ζωή της στο YouTube γίνεται σημείο αναφοράς για την υπερβολική αστυνομική βία και μοιράζεται και σε άλλες πλατφόρμες που παίρνουν την σκυτάλη της οργάνωσης και της ενημέρωσης του κόσμου που θέλει να διαμαρτυρηθεί, όπως το Twitter, το Facebook και το Flickr (Duncan 2013). Βέβαια, αρκετοί από αυτούς που υιοθέτησαν αυτόν τον ψηφιακό τρόπο διαμαρτυρίας κατά την διάρκεια της *«Πράσινης Επανάστασης»* του 2009 στο Ιράν αργότερα συνελήφθησαν από τις ιρανικές δυνάμεις ασφαλείας και τιμωρήθηκαν για αυτήν τους την πράξη ενάντια στο καθεστώς (Gupta & Brooks 2013). Τα νέα αυτά μέσα επικοινωνίας αποτελούσαν ένα σημαντικό όπλο για τους διαδηλωτές έτσι ώστε να μπορούν να συντονίσουν τις ενέργειές τους απέναντι στις Δυνάμεις Ασφαλείας, στοιχείο το οποίο φαίνεται και σε άλλες επαναστάσεις και ταραχές όπου τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είχαν κάνει αισθητή την παρουσία τους (Gupta & Brooks 2013).

Τον Αύγουστο του 2011, η πρωτεύουσα της Μεγάλης Βρετανίας, το Λονδίνο, έρχεται στο επίκεντρο των βίαιων διαδηλώσεων όταν η αστυνομία σκοτώνει έναν νεαρό άντρα κάτω από αμφιλεγόμενες συνθήκες χωρίς να τιμωρήσει τους υπαίτιους (Gupta & Brooks 2013). Μεγάλες ταραχές σημειώθηκαν σε ολόκληρη την πόλη αλλά και σε άλλες μεγάλες πόλεις της Αγγλίας όπως την Λίβερπουλ και το Μάντσεστερ (Rogers 2011) με βανδαλισμούς, επιθέσεις και εκατομμύρια λίρες υλικές ζημιές στις τοπικές κοινωνίες (Gupta & Brooks 2013). Το Flickr έπαιξε έναν σημαντικό ρόλο στον συντονισμό των διαδηλωτών για να καταφέρουν να οργανώσουν τις κινήσεις τους ενάντια στις δυνάμεις της αστυνομίας φωτογραφίζοντας τις τοποθεσίες που είχαν παραταχθεί οι Δυνάμεις Ασφαλείας και στην πλατφόρμα του Twitter αντίστοιχα εμφανιστήκαν περισσότερα από ένα εκατομμύριο μηνύματα σχετικά με τις εξεγέρσεις στο Λονδίνο με το προσωπικό

«#Londonriots»² καθώς κοντά στα 3.4 εκατομμύρια άνθρωποι συνδέθηκαν στον ιστότοπο του Twitter (Gupta & Brooks 2013). Αυτή η επαναστατική τεχνολογία έδωσε φωνή σε μια μεγάλη μερίδα του πληθυσμού όπου μέσα από αυτήν κατάφερε να παρουσιάσει την αντίθεσή της, άσχετα με την κατάληξη των γεγονότων και την δημιουργία εντάσεων και βανδαλισμών. Βέβαια, τρανό παράδειγμα είναι και οι γνωστοί στην ελληνική μνημονιακή κοινωνία, οι Αγανακτισμένοι — ισπανικής προέλευσης κίνημα, οι λεγόμενοι «*Indignados*» —, το κοινωνικό αυτό μόρφωμα που αποτελείται από πολίτες ανεξαρτήτου ηλικίας, κοινωνικού στρώματος και οικονομικής θέσης με βασικό τους χαρακτηριστικό το ειρηνικό των συναθροίσεών τους και την γενικόλογη και αόριστη επιθυμία τους να «*φύγουν όλοι*» όπως αναφέρει και ο Μανδράβελης (2012) καθώς προσπαθούσαν να εκφράσουν με τον συγκεκριμένο αυτό τρόπο την αντίθεσή τους στην κατάσταση που επικρατούσε εκείνη την στιγμή στην πολιτική σκηνή της χώρας.

Η μεγάλη επιρροή των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στον τρόπο που η σύγχρονη κοινωνία διαμαρτύρεται και διαδηλώνει έρχεται με την Τυνησιακή και Αιγυπτιακή Επανάσταση, την λεγόμενη Αραβική Άνοιξη όπως είναι περισσότερο γνωστή. Μέσα από τις ενέργειες εκείνης της περιόδου δημιουργείται μια αλυσιδωτή αντίδραση κατά μήκος της Μέσης Ανατολής, με πολλές κυβερνήσεις βαθιά εδραιωμένες για πολλές δεκαετίες να χάνουν την εξουσία λόγω των μαζικών αυτών διαδηλώσεων ενάντια στην κυβερνητική πολιτική τους.

Αναλύοντας τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και την συμβολή τους στην κοινωνία του σήμερα η συμβολή τους στην εξέλιξη της Αραβικής Άνοιξης είναι αδιαμφισβήτητη. Εξετάζονται δυο επαναστάσεις• αυτές που έχουν κάνει τον κύκλο τους σε αντίθεση με τις περιπτώσεις της Λιβύης και της Συρίας που η κατάσταση είναι ακόμα ρευστή και ο εμφύλιος πόλεμος έχει διχάσει την κοινωνία. Η περίπτωση της Τυνησίας και της Αιγύπτου είναι και οι πιο βασικές για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Σε αυτές τις δυο επαναστάσεις συναντάται μια υιοθέτηση της τεχνολογίας σε μεγαλύτερη κλίμακα από τις μάζες, έτσι ώστε ειδικότερα οι νεότερες δημογραφικά ομάδες αισθάνονται περισσότερο οικείες στο να διαμαρτυρηθούν και να χρησιμοποιήσουν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για να εκφράσουν την δυσφορία τους (Gupta & Brooks 2013, Pew Research Center 2012). Οι Gupta και Brooks (2013) αναφέρουν ότι μέσα από τα Μέσα Κοινωνικής

² Το αριθμητικό σύμβολο # που εμφανίζεται μπροστά από τον συνδυασμό των αγγλικών λέξεων London (Λονδίνο) και riots (ταραχές) σε μία λέξη (#Londonriots) αποτελεί τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες του Twitter μπορούν και μοιράζονται γεγονότα σχετικά με αυτό το συμβάν (Gambs 2012). Γενικότερα τοποθετώντας το σύμβολο # μπροστά από κάθε μια λέξη στην πλατφόρμα του Twitter μπορούμε και δημιουργούμε θέματα στα οποία κάθε χρήστης της υπηρεσίας μπορεί να αλληλεπιδράσει μαζί τους. Αυτά τα σύμβολα ονομάζονται «*hashtags*».

Δικτύωσης οι χρήστες τους καταφέρνουν να συσπειρωθούν, να οργανώσουν τις δράσεις τους και να βρουν τα κοινά τους ενδιαφέροντα.

Η περίπτωση της Τυνησίας έρχεται στο προσκήνιο το 2010 όταν ένας εικοσιεξάχρονος πωλητής φρούτων, ο Μοχάμεντ Μπουαζίζι (Mohammad Bouazizi), στις 17 Δεκεμβρίου 2010, βάζει στον εαυτό του φωτιά προσπαθώντας με αυτόν τον τρόπο να διαμαρτυρηθεί ενάντια στην αστυνομική βία, αφού μια γυναίκα αστυνομικός του κατέσχεσε την άδεια και τον ταπείνωσε δημόσια χτυπώντας τον στο πρόσωπο όπως αναφέρουν οι Breuer *et al* (2014) και η Gambbs (2012). Μέλη της οικογένειάς του και άλλοι διαδηλωτές αργότερα την ίδια ημέρα διαμαρτύρονταν μπροστά από το αρχηγείο της αστυνομίας εκφράζοντας με αυτόν τον τρόπο τον θυμό τους ενάντια στις πρακτικές της κυβέρνησης (Breuer *et al* 2014). Οι Breuer *et al* (2014) αναφέρουν ότι εκείνη την περίοδο μόλις το 17% του πληθυσμού που είχε πρόσβαση στο Διαδίκτυο είχε έναν λογαριασμό στο Facebook και ότι αν δεν ήταν οι ενέργειες των διαδικτυακών ακτιβιστών να φέρουν εις γνώση το περιστατικό του Μπουαζίζι δεν θα υπήρχε η εξέλιξη των μαζικών κινητοποιήσεων που ακολούθησε.

Ως τις 4 Ιανουαρίου 2011, την ημέρα που ο Μπουαζίζι υπέκυψε στα τραύματά του, οι ταραχές και οι διαδηλώσεις είχαν περάσει από το τοπικό επίπεδο σε μια κρατική εμβέλεια καθώς οι πολίτες ένιωθαν ότι ήταν η σταγόνα που είχε ξεχειλίσει το ποτήρι της υπομονής τους ενάντια στο διεφθαρμένο καθεστώς του Μπεν Άλι (Breuer *et al* 2014). Η συμμετοχή των δικτύων Global Voices και Nawaat με την κάλυψη των διαδηλώσεων στην τυνησιακή πρωτεύουσα, με την αμεσότητα της είδησης που προσφέρουν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Gupta & Brooks 2013), έκαναν μια μεγάλη μερίδα του πληθυσμού να ενδιαφερθεί και να διαμαρτυρηθεί (Breuer *et al* 2014). Οι εφαρμογές του Διαδικτύου 2.0 (Web 2.0) όπως το χαρακτηρίζει και ο Tudoroiu (2014) αλλά και οι Gupta και Brooks (2013) με την ενσωμάτωση εφαρμογών μέσω κινητών τηλεφώνων και δορυφόρων επιτρέπει την επικοινωνία μεταξύ των χρηστών και την ανταλλαγή πληροφοριών (μηνύματα, πολυμέσα, γεωδεδομένα)• δημιουργεί ψηφιακές κοινότητες βασισμένες πάνω στις πλατφόρμες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και δίνει το έναυσμα για αυτόν τον σύγχρονο τρόπο διαμαρτυρίας.

Ένα ποσοστό της τάξης του 65.1% είχε πάνω από 200 φίλους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με το Facebook και το YouTube να καταλαμβάνουν τις δυο πρώτες θέσεις και να ακολουθεί το Twitter (Breuer *et al* 2014). Το Διαδίκτυο και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης βοήθησαν τους απλούς πολίτες να υπερπηδήσουν τα εμπόδια επικοινωνίας και έκφρασης που

αντιμετώπιζαν από τις αυταρχικές κυβερνήσεις τους (Breuer *et al* 2014). Δρούσαν σαν ένα χώρος όπου μπορούσαν να εκφράσουν τις απόψεις τους και να οργανώσουν τις συλλογικές τους δράσεις ενάντια στην κυβέρνηση (Breuer *et al* 2014) καθώς σε αυτόν τον ψηφιακό κόσμο έβρισκαν συμπαράσταση προς έναν κοινό αγώνα.

Η επανάσταση της Τυνησίας αποτέλεσε και την έμπνευση για το κύμα επαναστάσεων που ακολούθησε στον αραβικό κόσμο και έγινε γνωστό ως Αραβική Άνοιξη. Στην περίπτωση της Αιγύπτου, ένα στέλεχος του διαδικτυακού κολοσσού της Google, ο Γουαέλ Γκονίμ (Wael Ghonim), δημιουργεί ανώνυμα μια σελίδα στο Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης Facebook έτσι ώστε να γνωστοποιήσει στην αιγυπτιακή κοινωνία την πληροφορία για την αποτρόπαιη δολοφονία του Καλέντ Μοχάμεντ Σαΐντ (Khaled Mohammad Said) από δυο μυστικούς αστυνομικούς στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου (Duncan 2013, Ghonim 2012, Tudoroiu 2014). Η ανώνυμη λειτουργία της σελίδας στο Facebook βασίζεται στον φόβο για τα αντίποινα που θα αντιμετώπιζε αν συλλαμβανόταν να κατακρίνει ανοικτά το καθεστώς του Πρόεδρου Μουμπάρακ, πράγμα το οποίο έγινε και επιβεβαιώνει ο ίδιος ο Γκονίμ, μετά την απελευθέρωσή του (Ghonim 2012). Ο Γκονίμ αναγνωρίζει την συμβολή και τον πρωταγωνιστικό του ρόλο στην δημιουργία της σελίδας «*Είμαστε όλοι Καλέντ Σαΐντ*» (We Are All Khaled Said) (Duncan 2013) στο Facebook όπως αναφέρουν οι Kirkpatrick και Preston (2011) και η Tsotsis (2011).

Με τον συνδυασμό του Facebook και του YouTube να παρέχουν συνεχώς πληροφορίες για αυτό το γεγονός αλλά και για άλλες πράξεις διαφθοράς της αιγυπτιακής ελίτ οι χρήστες άρχισαν να ενδιαφέρονται και να προσπαθούν να δραστηριοποιηθούν (Duncan 2013, Ghonim 2012) ώστε να αλλάξουν την κατάσταση. Μεγάλα δορυφορικά δίκτυα ενημέρωσης όπως το αμερικανικό CNN, το βρετανικό BBC αλλά και το αραβικό Al-Jazeera, με εκατομμύρια τηλεθεατές το καθένα στο ενεργητικό του, άρχισαν να προβάλλουν εικόνες και στιγμιότυπα από τις ταραχές καθώς είχαν απεριόριστη πρόσβαση στο υλικό που έβρισκαν στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης καθώς αυτά τα πολυμέσα απθανάτιζαν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την κατάσταση της κοινωνίας (Gurta & Brooks 2013). Όταν η νεολαία της Αιγύπτου που αποφασίζει να κινητοποιηθεί ενάντια στο καθεστώς του επί δεκαετιών Προέδρου της Αιγύπτου Μουμπάρακ, χρησιμοποιεί εκτός από τα παραπάνω Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και το Twitter, την πλατφόρμα με τους 140 χαρακτήρες, ώστε να οργανώσει τις ενέργειές της και να ενημερώσει τον κόσμο που ήθελε να συμμετάσχει στις διαμαρτυρίες για τις τοποθεσίες που αυτές θα λάμβαναν χώρα αλλά ακόμα και να δώσει οδηγίες πως να προστατευθούν οι διαδηλωτές από την χρήση χημικών από την αστυνομία που

προσπαθούσε να τους διαλύσει (Gupta & Brooks 2013). Συνεχίζοντας οι Gupta και Brooks (2013) υπογραμμίζουν ότι στην περίπτωση της Αιγυπτιακής Επανάστασης οι διαδικτυακοί ακτιβιστές είχαν προνοήσει για την διασφάλιση της ταυτότητάς τους προσπαθώντας να αποφύγουν τις καταστάσεις του 2009 στο Ιράν κατά την διάρκεια της «Πράσινης Επανάστασης» όπου πολλοί είχαν συλληφθεί. Χρησιμοποιώντας περίτεχνες τεχνικές και με το να διατηρούν παραπάνω από έναν λογαριασμούς στο εκάστοτε Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης, ώστε οι δυνάμεις ασφαλείας να μην μπορούν να τους αναγνωρίσουν και να τους συλλάβουν, κατάφεραν να αποφεύγουν την σύλληψη και το να φιμωθεί το όλο κίνημα που έφερε την αλλαγή στην κοινωνία της Αιγύπτου (Gupta & Brooks 2013).

Ο Tudoroiu (2014) χαρακτηριστικά αναφέρει ότι η αιγυπτιακή επανάσταση χρησιμοποίησε στο έπακρο κάθε μία δυνατότητα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης σημειώνοντας ότι *«χρησιμοποιούμε το Facebook για να προγραμματίσουμε τις διαδηλώσεις, το Twitter για να συντονιστούμε και το YouTube για να το πούμε στον κόσμο»*. Καμία άλλη φράση δεν μπορεί να αποτυπώσει καλύτερα τον τρόπο με τον οποίο η κοινωνία του σήμερα εξελίσσεται και μαθαίνει να διαδηλώνει. Και στις δυο αυτές χώρες, Τυνησία και Αίγυπτο, τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης συνέβαλλαν σε καθοριστικό βαθμό στην πτώση των διεφθαρμένων καθεστώτων, του Ζίνε Ελ-Αμπιντίνε Μπεν Άλι (Sallon 2014) και του Χόσνι Μουμπάρακ (Kirkpatrick 2011) μετά από χρόνια στην εξουσία.

Ο ρόλος των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης σε αυτές τις επαναστάσεις και ταραχές καλύπτει ένα πολύ ευρύ φάσμα. Αναφέροντας ξανά τον Tudoroiu (2014):

«η Αιγυπτιακή Επανάσταση δεν ήταν επανάσταση του Twitter, του Facebook και του YouTube. Περισσότερο, ήταν μια επανάσταση που χρησιμοποίησε το Twitter, το Facebook και το YouTube.»

Σε μια προσπάθεια να αναλυθεί ο ρόλος των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης οι Comunello και Anzera (2012) καταλήγουν σε κάποια συμπεράσματα υπογραμμίζοντας ότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης από μόνα τους δεν είναι αρκετά ισχυρά να προκαλέσουν επαναστάσεις αλλά είναι μια διαδικασία που απαιτεί εκπαίδευση, στρατολόγηση και οργάνωση για να υπάρξει κάποιο αποτέλεσμα. Αν και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης μπορούν να αποτελέσουν το έναυσμα για επαναστάσεις δεν αποτελούν το πρωταρχικό στοιχείο, αυτό της έμπνευσης που απαιτείται για τις επαναστάσεις ώστε να πετύχουν και να εξελιχθούν (Comunello & Anzera 2012). Φυσικά κανείς

δεν πρέπει να ξεχνά ότι όπως οι διαδηλωτές χρησιμοποιούν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έτσι μπορούν και οι δυνάμεις ασφαλείας για να παρακολουθούν τις κινήσεις τους και να αναμένουν τις διάφορες ενέργειές τους (Shirky 2011, Comunello & Anzera 2012). Οι Comunello και Anzera (2012) αναφέρουν ότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης διαμορφώνουν την δημόσια σφαίρα και ότι στην Αραβική Άνοιξη είχαν έναν σημαντικό ρόλο για τρεις παράγοντες. Αρχικά ότι βοήθησαν να σχηματιστούν οι πολιτικές και κοινωνικές συζητήσεις κατά την διάρκεια της προεπαναστατικής περιόδου, έπειτα ότι βοήθησαν στην κινητοποίηση αντικαθεστωτικών διαδικτυακών συζητήσεων και τρίτον ότι προωθήσαν την παγκόσμια προβολή των αδικιών αυτών των κυβερνήσεων (Comunello & Anzera 2012).

Κλείνοντας, πρέπει να σημειωθεί ότι σε καμία περίπτωση τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης δεν μπορούν να χαρακτηριστούν ως το μοναδικό εργαλείο για την αλλαγή των καθεστώτων (Comunello & Anzera 2012) αλλά μονάχα ότι έπαιξαν έναν σημαντικό ρόλο στην όλη διαδικασία καθώς αποτέλεσαν την πλατφόρμα όπου όλες αυτές οι μοναχικές φωνές βρήκαν έναν τόπο στον οποίο μπορούσαν να εκφραστούν ελεύθερα. Ο ρόλος τους για το μέλλον έχει μονάχα μια ανοδική πορεία και είναι καιρός να αναγνωριστεί η συνεισφορά τους στην κοινωνία του σήμερα (Gurta & Brooks 2013). Έτσι λοιπόν οι Ένοπλες Δυνάμεις δεν πρέπει να απολέσουν την δυνατότητα να εκπροσωπούνται σε αυτές τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες. Προτού όμως αναλυθεί ο τρόπος παρουσίας των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης πρέπει να οριστούν οι Ένοπλες Δυνάμεις αλλά και να δοθούν μερικά παραδείγματα των κοινωνικών τους δράσεων. Αυτό γίνεται στο αμέσως επόμενο κεφάλαιο.

3. Οι Ένοπλες Δυνάμεις και η κοινωνική τους προσφορά

3.1 Η αποστολή και το έργο των Ενόπλων Δυνάμεων

Οι ανθρώπινες κοινωνίες είναι στενά συνδεδεμένες με το φαινόμενο του πολέμου όπως αναφέρει και ο Χαράλαμπος Παπασωτηρίου στο εισαγωγικό σημείωμα του βιβλίου του Michael Howard «Ο Ρόλος του Πολέμου στην Νεότερη Ευρωπαϊκή Ιστορία» (2000). Για να υπάρχει όμως ο πόλεμος που ορίζεται από τον Κολιόπουλο (2008) ως

«η οργανωμένη βία που ασκείται μεταξύ πολιτικών μονάδων με σκοπό την επιβολή της θέλησης της νικήτριας (ή των νικητριών) επί της ηττημένης (ή των ηττημένων)».

Είναι απαραίτητη η ύπαρξη ενός οργανωμένου στρατού, μιας οργανωμένης δύναμης που να μπορεί να αναλάβει αυτήν την δύσκολη αποστολή. Ο διάσημος Πρώσος στρατηγικός αναλυτής Κάρλ Φον Κλαούσεβιτς (Karl von Clausewitz) στο μνημειώδες έργο «Περί Πολέμου» (Vom Kriege) ορίζει τον πόλεμο ως μια πράξη βίας που αποσκοπεί στο να υποχρεώσει τον αντίπαλο να υποταχθεί στην θέλησή μας (Κολιόπουλος 2008). Ο κινέζος Σουν Τσου (Sun Tzu) στην «Τέχνη του Πολέμου», ένα έργο που χρονολογείται από τον 5^ο αιώνα π.Χ., υπογραμμίζει ότι ο πόλεμος πρέπει να χρησιμοποιείται ορθολογικά σαν ένα μέσο πολιτικής καθώς από αυτόν εξαρτάται η επιβίωση και η ασφάλεια του κράτους (Κολιόπουλος 2008). Σε ποιο κρατικό όργανο όμως πέφτει ο κλήρος για την υπεράσπιση όλων των παραπάνω ελευθεριών και δικαιωμάτων; Μα φυσικά στο στράτευμα. Οι Ένοπλες Δυνάμεις της κάθε χώρας είναι επιφορτισμένες με αυτήν την αποστολή και η αποτυχία τους δεν είναι αποδεκτή καθώς έτσι θα έχει χαθεί η εθνική υπόσταση του κράτους. Ο μεσαιωνικός διανοητής Νικκολό Μακιαβέλλι (Niccoló Machiavelli) (2006) στον «Ηγεμόνα» υπογραμμίζει ότι τα κυριότερα θεμέλια που έχει ένα κράτος δεν είναι τίποτα άλλο από τον στρατό του καθώς «δεν μπορούν να υπάρξουν καλοί νόμοι εκεί που δεν υπάρχουν καλοί στρατοί» θεωρώντας τους απαραίτητους στην κρατική λειτουργία. Αυτό το φαινόμενο δεν έχει πάψει να ισχύει ακόμη και στην σημερινή εποχή αν και ο τρόπος διεξαγωγής του πολέμου έχει αλλάξει άρδην με την εξέλιξη της τεχνολογίας. Αφού ορίστηκε όμως το τι ακριβώς είναι ο πόλεμος, σειρά έχει τώρα ένας ακριβής ορισμός για τις Ένοπλες Δυνάμεις που να αντικατοπτρίζει την σύγχρονη λειτουργία τους.

Οι Ένοπλες Δυνάμεις όπως ορίζονται στην Λευκή Βίβλο που εξέδωσε το ελληνικό Υπουργείο Εθνικής Άμυνας (2015) συμβάλλουν στην δημιουργία του κλίματος της ασφάλειας και της σταθερότητας που είναι απαραίτητα για την οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική ευημερία βοηθώντας παράλληλα την πολιτεία να διατηρεί την δημοσιονομική της σταθερότητα. Ο ρόλος των Ενόπλων Δυνάμεων είναι να διατηρούν την εθνική κυριαρχία, την ακεραιότητα και την ανεξαρτησία στον χερσαίο, θαλάσσιο και εναέριο χώρο διασφαλίζοντας την εθνική ασφάλεια (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας 2015) του κράτους. Η Πολιτική Εθνικής Άμυνας όπως ορίζεται από το Κυβερνητικό Συμβούλιο Εξωτερικών και Άμυνας (ΚΥΣΕΑ), με τις κατευθύνσεις της πολιτικής ηγεσίας (Κολιόπουλος 2008), ορίζει τις βασικές αρχές που δεν είναι άλλες από τον σεβασμό των υφισταμένων συνόρων, του Διεθνούς Δικαίου, των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και την πλήρη συμμόρφωση στον καταστατικό Χάρτη και στις αποφάσεις του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας 2015).

Οι Ένοπλες Δυνάμεις δεν έχουν μονάχα επιθετικό και αμυντικό χαρακτήρα αλλά έχουν και ένα κοινωνικό πρόσωπο, ένα πρόσωπο που μας ενδιαφέρει να αναπτυχθεί και να παρουσιαστεί.

«Εκτός από την επιχειρησιακή τους αποστολή, σε καθημερινή σχεδόν βάση δείχνουν το κοινωνικό τους πρόσωπο, επιβεβαιώνοντας την αίσθηση [...] ότι δεν αποτελούν ένα κλειστό και οριοθετημένο χώρο, αλλά ένα αναπόσπαστο τμήμα του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου»

αναφέρει η Λευκή Βίβλος του ελληνικού Υπουργείου Εθνικής Άμυνας (2015). Με την χρήση του προσωπικού και των μέσων τους επιδεικνύουν σημαντικές δράσεις σε διάφορους κοινωνικούς τομείς με στόχο την σύσφιξη των σχέσεων ανάμεσα στις Ένοπλες Δυνάμεις και την κοινωνία (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας 2015). Η κοινωνική προσφορά είναι αναπόσπαστο κομμάτι των Ενόπλων Δυνάμεων και αυτό φαίνεται και από τα παραδείγματα που ακολουθούν στην αμέσως επόμενη ενότητα.

3.2 Ο ρόλος των Ενόπλων Δυνάμεων στην κοινωνία. Η κοινωνική τους προσφορά

Μερικά παραδείγματα από την κοινωνική προσφορά των Ενόπλων Δυνάμεων είναι σημαντικό να αναλυθούν. Όμως τι ακριβώς είναι και το αίσθημα της κοινωνικής προσφοράς που καλούνται οι Ένοπλες Δυνάμεις να προασπίσουν και να προωθήσουν; Η Διεθνής Ομοσπονδία Κοινωνικής Εργασίας (International Federation of Social Workers - ISFW) (2014) αναφέρει ότι η κοινωνική προσφορά «*προωθεί την κοινωνική αλλαγή και ανάπτυξη, την κοινωνική συνοχή, και την χειραφέτηση και απελευθέρωση του λαού*». Η υποστήριξη και προάσπιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των πολιτικών και ατομικών ελευθεριών, το δικαίωμα στην εκπαίδευση, την στέγαση και την περίθαλψη (ISFW 2014) έρχεται σε άμεση συνάφεια με αυτά που καλούνται οι Ένοπλες Δυνάμεις να προστατεύσουν αλλά και να προωθήσουν στην κοινωνία.

Στην περίπτωση των ελληνικών Ένοπλων Δυνάμεων η Λευκή Βίβλος του Υπουργείου Εθνικής Άμυνας (2015) αναφέρει ότι η προσφορά τους στην κοινωνία γίνεται από μια πληθώρα ενεργειών και δράσεων όπως στους τομείς της Υγείας και της Περίθαλψης με την διάθεση του προσωπικού και όλων των διαθέσιμων μέσων τους στην υπηρεσία του πολίτη. Εφαρμογές αυτής της πολιτικής φαίνονται μέσω των συχνών επισκέψεων των φρεγατών του Πολεμικού Ναυτικού σε ακριτικές περιοχές για την παροχή βοήθειας αλλά και την εκτέλεση αεροδιακομιδών επ'ωφελεία του Εθνικού Κέντρου Άμεσης Βοήθειας (EKAB) από τα αεροσκάφη της Πολεμικής Αεροπορίας (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας 2015).

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της οργάνωσης από τις ελληνικές Ένοπλες Δυνάμεις ενός «*Δεκαήμερου Κοινωνικής Προσφοράς*» σε κατοίκους ακριτικών περιοχών (Αγαθονήσι, Λέρος, Νίσυρος, Λειψών, Τήλου, Αστυπάλαιας) με δράσεις πολιτισμού, προληπτικής ιατρικής και αλληλεγγύης στον Σεπτέμβριο του 2015 (Newsbeast 2015). Για την ενέργεια αυτή χρησιμοποιήθηκε το αρματαγωγό «*Λέσβος*» στο οποίο και επέβαιναν ένας μεγάλος αριθμός από φοιτητές των Τμημάτων Μουσικών Σπουδών και Θεατρικών Σπουδών του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και της Ανώτατης Σχολής Καλών Τεχνών με τους Ολυμπιονίκες Κλέλια Πανταζή και Νίκο Συρανίδη (Newsbeast 2015). Ακόμη στο αρματαγωγό «*Λέσβος*» επέβαινε διακλαδικό κλιμάκιο στρατιωτικών ιατρών με σκοπό την διενέργεια εξετάσεων προληπτικής ιατρικής και πρωτοβάθμιας περίθαλψης έχοντας ως αποτέλεσμα να

πραγματοποιηθούν πάνω από 200 εξετάσεις με την χρήση των τοπικών υποδομών (Newsbeast 2015). Οι ενέργειες της κοινωνικής προσφοράς από τις Ένοπλες Δυνάμεις περιελάμβαναν εκδηλώσεις από μαθητές δημοτικών σχολείων, την δημιουργία εργαστηρίων ζωγραφικής από τους φοιτητές της Ανώτατης Σχολής Καλών Τεχνών αλλά και την προσφορά οκτώ τόνων τροφίμων και υλικών καθαριότητας σε κατοίκους των ακριτικών περιοχών με τα προϊόντα αυτά να προέρχονται από προσφορές και χορηγίες (Newsbeast 2015).

Ο Έλληνας Υπουργός Εθνικής Άμυνας Πάνος Καμμένος ανακοίνωσε τον Οκτώβριο του 2015 ότι οι Ένοπλες Δυνάμεις σε συνδυασμό με Έλληνες ομογενείς θα προχωρήσουν σε επενδύσεις έτσι ώστε τα στελέχη των Ενόπλων Δυνάμεων αλλά και οι οικογένειές τους, που λόγω της οικονομικής κρίσης έχουν δει το μηνιαίο εισόδημά τους να καταρρέει, να δημιουργήσουν ένα πρόγραμμα που να τους παρέχει στέγη (Newsbeast 2015). Βέβαια, οι Ένοπλες Δυνάμεις δεν βοηθούν μόνο τα στελέχη τους αλλά και το κοινωνικό σύνολο προσφέροντας τις υπηρεσίες τους με στόχο το κοινό συμφέρον και ασφάλεια.

Μια σημαντική προσφορά των Ενόπλων Δυνάμεων είναι η συμβολή τους με την διάθεση προσωπικού, μέσων και μηχανημάτων σε περιπτώσεις δασικών πυρκαγιών, σεισμών, πλημμυρών αλλά και χιονοπτώσεων (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας 2015). Η δασοπροστασία - δασοπυρόσβεση αποτελεί βασικό κομμάτι της κοινωνικής προσφοράς των Ενόπλων Δυνάμεων με την συμμετοχή και των τριών κλάδων με τις χιλιάδες ώρες πτήσεων των πυροσβεστικών αεροσκαφών (ΓΕΕΘΑ 2014) στους αγώνες του ελληνικού Πυροσβεστικού Σώματος με τις 14.033 πυρκαγιές κατά το έτος 2014 (Πυροσβεστικό Σώμα 2014). Ένα τρανό παράδειγμα βοήθειας των Ενόπλων Δυνάμεων σε περίπτωση σεισμού δεν είναι άλλο από την περίπτωση της Κεφαλλονιάς που χτυπήθηκε από τον εγκέλαδο τον Ιανουάριο και τους ισχυρούς μετασεισμούς τον Φεβρουάριο του 2014 με καταστροφικές ζημιές όχι μόνο στις τοπικές υποδομές αλλά ακόμη και σε σπίτια και στο λιμάνι του νησιού θέτοντας σε εφαρμογή του σχέδιο «*Δευκαλίων*» του Υπουργείου Εθνικής Άμυνας, για αρωγή των κατοίκων έπειτα από εντολή του τότε Υπουργού Δημήτρη Αβραμόπουλου και του Πρωθυπουργού Αντώνη Σαμαρά (Η Καθημερινή 2014). Οι Ένοπλες Δυνάμεις με χορηγία του Ομίλου Φουρλή κατάφεραν και έστειλαν 140 κρεβάτια (Newsbeast 2014) ώστε να καλυφθούν οι άμεσες ανάγκες στέγασης κάποιων κατοίκων του νησιού. Η συμμετοχή των Ενόπλων Δυνάμεων με αεροσκάφη του Στρατού Ξηράς τύπου C-130, ελικόπτερα CH-47D CHINOOK και NH-90 βοήθησαν στην μεταφορά περισσότερων σκηνών αλλά και ειδών πρώτης ανάγκης μαζί με εξειδικευμένο προσωπικό, γιατρούς αλλά και μηχανήματα όπως γαιοπροωθητές, φορτωτές,

γεννήτριες, υδροφόρα οχήματα και φωτιστικούς πύργους (Η Καθημερινή 2014, Newsbeast 2014). Η συμμετοχή των Ενόπλων Δυνάμεων είναι διακλαδική καθώς βλέπουμε ότι και το αρματαγωγό «ΙΚΑΡΙΑ» του Πολεμικού Ναυτικού λαμβάνει και αυτό μέρος στο σχέδιο «Λευκαλίων» μεταφέροντας μηχανήματα μαζί με τους χειριστές τους αλλά και ένα κινητό μαγειρείο με το προσωπικό του για να μπορέσει να βοηθήσει στο δύσκολο έργο (Η Καθημερινή 2014, Newsbeast 2014, ΓΕΕΘΑ 2014).

Ένα ακόμη παράδειγμα κοινωνικής δράσης των Ένοπλων Δυνάμεων είναι όταν τον Σεπτέμβριο του 2015 η Σκόπελος χτυπήθηκε από ένα κύμα κακοκαιρίας το οποίο άφησε πίσω του τεράστιες υλικές ζημιές στην τοπική κοινωνία. Η πολύωρη διακοπή της ηλεκτροδότησης σε συνδυασμό με τα ορμητικά νερά να μην αφήνουν τίποτα όρθιο στο πέρασμά τους, διαλύοντας ακόμη και την μαρίνα του νησιού, υπογραμμίζουν την σοβαρότητα της κατάστασης (Η Καθημερινή 2015, Χατζησπύρου 2015). Η πολιτική ηγεσία της χώρας με την συνδρομή του Υπουργείου Εθνικής Άμυνας απάντησε σε αυτήν την κρίση με την αποστολή στελεχών των Ένοπλων Δυνάμεων με μηχανήματα του Μηχανικού και της Πολεμικής Αεροπορίας ώστε να ελεγχθεί η κατάσταση και να τεθεί υπό έλεγχο (ΣΚΑΪ 2015, Η Καθημερινή 2015). Οι Ένοπλες Δυνάμεις όμως δεν έχουν παρουσία μόνο όποτε συμβαίνουν φυσικές καταστροφές ή η κατάσταση ξεφεύγει απ' τον έλεγχο.

Τον Μάιο του 2015 ο Υπουργός Εθνικής Άμυνας Πάνος Καμμένος εγκαινιάζει στο Λουτράκι και συγκεκριμένα στο στρατόπεδο της Σχολής Μηχανικού μια νέα δομή στις Ένοπλες Δυνάμεις που ονομάζεται Διακλαδική Διοίκηση Κατασκευής Έργων Ειδικού Σκοπού (ΔΙΔΕΡΓΩΝ) και αποτελεί την ανασύσταση και επαναλειτουργία των Μικτών Ομάδων Μηχανημάτων Ανασυγκρότησης (ΜΟΜΑ) του στρατού με σκοπό τον ενεργό ρόλο σε περιπτώσεις καταστροφών, αλλά και σε δράσεις και έργα της ελληνικής περιφέρειας στα οποία ο διαγωνισμός κηρύσσεται άγονος (ΤΑ ΝΕΑ 2015, Φάκα 2015). Ο ρόλος που καλείται αυτή η νέα δομή να υποστηρίξει είναι την δημιουργία δρόμων, λιμανιών, αεροδρομίων και εγχειοβελτιωτικών έργων που ο ιδιώτης επενδυτής θεωρεί ασύμφορα και δεν ενδιαφέρεται για την υλοποίησή τους (Πρώτο Θέμα 2015). Έργα τα οποία όμως κρίνονται απαραίτητα για τις τοπικές κοινωνίες όπως στην περίπτωση της Ικαρίας όπου η αποκατάσταση και βελτίωση του οδικού δικτύου στις περιοχές Καρκιναγρίου-Μαγγανίτη κρίθηκε απαραίτητη και αποτελεί την πρώτη αποστολή της νέας αυτής δομής των Ενόπλων Δυνάμεων (NEWSBOMB 2015).

Οι Ένοπλες Δυνάμεις πρωτοστατούν όμως και σε διαφορετικών τύπων ενέργειες όπως κατά την διάρκεια της ημέρας του Πάσχα του 2015 όπου το Υπουργείο Εθνικής Άμυνας σε συνεργασία

με ιδιώτες και διάφορους φορείς οργάνωσε ένα μεγάλο γεύμα «αγάπης και αλληλεγγύης» για τις αδύναμες κοινωνικά ομάδες στο Άλσος Στρατού στο Γουδί (Πρώτο Θέμα 2015). Ένα ακόμη παράδειγμα αποτελεί και η αποστολή του πλοίου γενικής υποστηρίξεως «*ΠΡΟΜΗΘΕΥΣ*» του Πολεμικού Ναυτικού αποτελούμενο από Διακλαδική Υγειονομική Ομάδα στα νησιά της άγονης γραμμής της ελληνικής επικράτειας (Κάσο, Καστελόριζο, Σύμη, Χάλκη, Νίσυρο, Αμοργό) με σκοπό την πρωτοβάθμια περίθαλψη των κατοίκων των νησιών (NEWPOST 2014, ΓΕΕΘΑ 2014). Φυσικά όμως δεν είναι μόνο αυτές οι κοινωνικές δραστηριότητες με τις οποίες καταπιάνονται οι ελληνικές Ένοπλες Δυνάμεις, άλλα υπήρξε μια μικρή μόνο αναφορά σε μερικές από τις οποίες θεωρήθηκαν σημαντικές για να αναλυθεί το εύρος της κοινωνικής προσφοράς και των δράσεων των ελληνικών Ενόπλων Δυνάμεων. Αξίζει να σημειωθεί ότι το Τμήμα Ενημέρωσης Τύπου του Γενικού Επιτελείου Εθνικής Άμυνας (ΓΕΕΘΑ) (2014) εκδίδει κάθε χρόνο «*Φυλλάδιο Κοινωνικής Προσφοράς Ενόπλων Δυνάμεων*» μέσα στο οποίο αναφέρονται αναλυτικά οι κοινωνικές δράσεις των Ενόπλων Δυνάμεων, και των τριών κλάδων — Στρατός Ξηράς, Πολεμικό Ναυτικό, Πολεμική Αεροπορία — , σε όλους τους το φάσμα, όχι μόνο στις κατηγορίες που αναλύσαμε παραπάνω.

Η κυβέρνηση των ΗΠΑ είναι ο μεγαλύτερος πάροχος ξένης ανθρωπιστικής στρατιωτικής βοήθειας σε ολόκληρο τον κόσμο και μάλιστα στο Υπουργείο Άμυνας υπάρχει μια αφιερωμένη διεύθυνση με ξεχωριστό προϋπολογισμό για την απρόσκοπτη λειτουργία του δίνοντας για παράδειγμα το 37.1% και το 36.4% του προϋπολογισμού του στο Αφγανιστάν και στο Ιράκ αντίστοιχα κατά το οικονομικό έτος του 2009 (Poole 2013). Αυτό το παράδειγμα αποδεικνύει ότι συχνά οι Ένοπλες Δυνάμεις καλούνται να βοηθήσουν ακόμα και έξω από τα σύνορά τους. Οι αρχές που θέτει το Γενικό Επιτελείο Εθνικής Άμυνας των ΗΠΑ (Joint Chiefs of Staff) (2014) για την Ξένη Ανθρωπιστική Βοήθεια (ΞΑΒ) (Foreign Humanitarian Assistance - FHA) είναι αρχικά ο ανθρωπισμός με σεβασμό στην ανθρώπινη ζωή και υγεία διασφαλίζοντας τον σεβασμό για τα ανθρωπινά όντα. Έπειτα η ουδετερότητα και η αμεροληψία στην παροχή βοήθειας αποτελεί βασικό στόχο της ανθρωπιστικής βοήθειας από τις Ένοπλες Δυνάμεις των ΗΠΑ καθώς κάνεις δεν μπορεί να αποκλειστεί από το δικαίωμα μιας αξιοπρεπούς διαβίωσης με βάση την θρησκεία του, τις πολιτικές και ιδεολογικές του πεποιθήσεις, την κοινωνική του θέση, το φύλο ή την εθνικότητά του (Joint Chiefs of Staff 2014). Η τέταρτη και τελευταία προϋπόθεση, είναι η αρχή της ανεξαρτησίας στην παροχή της ανθρωπιστικής βοήθειας η οποία πρέπει να είναι αυτόνομη από τους πολιτικούς, οικονομικούς ή και στρατιωτικούς στόχους (Joint Chiefs of Staff 2014) αλλά μονάχα προς όφελος του δοκιμαζόμενου πληθυσμού. Η Ξένη Ανθρωπιστική Βοήθεια (ΞΑΒ) των Ενόπλων Δυνάμεων των ΗΠΑ είναι μικρή σε έκταση και διάρκεια, σχεδιασμένη να βοηθά δράσεις άλλων κυβερνητικών

οργανισμών της αμερικανικής κυβέρνησης κυρίως με τις μεταφορικές (Joint Chiefs of Staff 2014) αλλά και τις επιχειρησιακές τις ικανότητες στις περιοχές που το έχουν ανάγκη (Poole 2013).

Η επιχείρηση «*TOMODACHI*»³ το 2011 στην Ιαπωνία έρχεται να ενισχύσει το επιχειρημά μας όταν βλέπουμε ότι οι αμερικανικές Ένοπλες Δυνάμεις, και για την ακρίβεια η Διοίκηση Ειρηνικού (U. S. Pacific Command - USPACOM), βοηθούν την σεισμόπληκτη Ιαπωνία να αντιμετωπίσει με επιτυχία τα τεράστια προβλήματα που προξενήθηκαν από τον σεισμό μεγέθους 9 της κλίμακας Ρίχτερ με την αερομεταφορά προμηθειών στον εκτοπισμένο πληθυσμό και στις δύσβατες περιοχές, την παροχή έκτακτης ιατρικής βοήθειας αλλά και τον περιορισμό της πυρηνικής καταστροφής που προξενήθηκε από το τσουνάμι καταστρέφοντας το πυρηνικό εργοστάσιο παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας στην περιοχή της Φουκουσίμα Νταϊτσί με τον συνολικό αριθμό των θυμάτων αυτής της καταστροφής να ανέρχεται κοντά στους 16.000 ανθρώπους (Joint Chiefs of Staff 2014, Wald 2011, Moroney *et al.* 2013). Η συμβολή βοήθειας μετά από φυσικές καταστροφές σε ξένες χώρες από τις αμερικανικές Ένοπλες Δυνάμεις έρχεται ξανά στις Φιλιππίνες το 2013 μετά από τον τυφώνα Χαϊγιάν (Haiyan) αλλά και στην περίπτωση του Νεπάλ το 2015 με την παροχή έκτακτης ανθρωπιστικής βοήθειας (Huffington Post 2013, Sharma 2015).

Ο O' Connor (2012) υπογραμμίζει την δυσκολία που υπάρχει στις επιχειρήσεις παροχής Ξένης Ανθρωπιστικής Βοήθειας (ΞΑΒ) τονίζοντας ότι μερικές από αυτές είναι και οι πιο πολύπλοκες επιχειρήσεις που διεξάγονται από τις Ένοπλες Δυνάμεις. Τρανταχτό παράδειγμα αποτελεί η οργάνωση της «*Πρωτοβουλίας για την Αντιμετώπιση Καταστροφών στην Δυτική Αφρική*» (West Africa Disaster Preparedness Initiative) που απαιτεί την οργάνωση ανάμεσα στα 17 κράτη-μέλη, που αριθμούν και τους αντίστοιχους φορείς, και την Αφρικανική Διοίκηση των αμερικανικών Ενόπλων Δυνάμεων (U. S. Africa Command - USAFRICOM) με πρωταρχικό του στόχο την καταπολέμηση της εξάπλωσης του ιού Έμπολα (Ebola), την δημιουργία κατάλληλων υποδομών αντιμετώπισης της κρίσης στις χώρες που έχουν πληγεί αλλά και έναν τρόπο έτσι ώστε να ενισχυθεί η περιφερειακή συνεργασία (Diehl-Greulich 2015). Συχνά όμως βλέπουμε ότι οι Ένοπλες Δυνάμεις προσφέρουν στο κοινωνικό σύνολο όχι μόνο σε καταστάσεις φυσικών καταστροφών αλλά και κάνοντας ενέργειες με σκοπό την πρόληψη διαφόρων καταστάσεων, όπως το χτίσιμο κατοικιών σε περίπτωση που το μεταναστευτικό πρόβλημα οξυνθεί στο Γκουαντάναμο

³ Στα ιαπωνικά η λέξη «*TOMODACHI*» σημαίνει «*φίλος*» γι' αυτό εξάλλου επιλέχθηκε και αυτό το όνομα για την αρωγή στην πυρηνική καταστροφή του εργοστασίου της Φουκουσίμα Νταϊτσί (Fukushima Daiichi) (Joint Chiefs of Staff 2014, Wald 2011).

αλλά και το χτίσιμο σχολείων, βιβλιοθηκών, κλινικών, πυροσβεστικών σταθμών, δρόμων και άλλων έργων κοινωνικής ωφέλειας στην περιοχή της Ωκεανίας (U. S. SOUTHCOM 2015, U. S. PACOM 2015) για τις τοπικές κοινωνίες.

Συνάγεται το συμπέρασμα λοιπόν ότι οι Ένοπλες Δυνάμεις έχουν την δυνατότητα να προσφέρουν στο κοινωνικό σύνολο. *Με ποιον ακριβώς όμως τρόπο χρησιμοποιούν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για την προβολή των κοινωνικών τους δράσεων;* Αυτό το ερώτημα απαντάται στις επόμενες γραμμές που αναλύεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε.

4. Μεθοδολογία

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης παίζουν καθοριστικό ρόλο στην σύγχρονη εποχή με το 52% των χρηστών του Διαδικτύου να διατηρούν έναν λογαριασμό σε δυο ή και περισσότερες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (Duggan *et al.* 2015, Hampton *et al.* 2011). Από τα περισσότερα από 500 Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Craig 2013) επιλέγονται τα πέντε πιο δημοφιλή με βάση τον χρόνο που περνούν σε αυτά οι χρήστες τους, τον ρυθμό αύξησης που παρουσιάζουν αλλά και την συχνότητα που επιστρέφουν σε αυτά (Duggan *et al.* 2015). Από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης το πιο δημοφιλές είναι το Facebook με 92% από όσους χρησιμοποιούν αυτές τις διαδραστικές πλατφόρμες να διατηρούν λογαριασμό σε αυτό (Hampton *et al.* 2011). Το Instagram από το μερίδιο του 17% του συνολικού αριθμού των χρηστών που χρησιμοποιούσαν ένα Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης το 2013 κατέχει το 26% το 2014 και το Twitter από το 18% το 2013 φτάνει στο 23% το 2014 (Duggan *et al.* 2015). Η διαφορά που παρουσιάζεται μέσα σε έναν μόλις χρόνο στα ποσοστά είναι εμφανής. Ένα ποσοστό του 63% από όσους χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο αντιπροσωπεύει τους χρήστες του YouTube, μετατρέποντάς το στην δεύτερη πιο δημοφιλή πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης (Anderson 2015, Mitchell & Weisel 2014). Ο συμβολή του YouTube στις εξεγέρσεις της Αραβικής Άνοιξης αλλά και στην φυσική καταστροφή στην Ιαπωνία από το τσουνάμι ήταν καταλυτικός (Anderson 2015, Duggan 2013). Η άλλη πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιείται στην εργασία είναι το Flickr όπου φαίνεται ότι κερδίζει δημοτικότητα με την δυνατότητά της να αφήνει τον χρήστη να αλληλεπιδρά με τις δημοσιεύσεις του (Rainie 2007).

Τα παραπάνω Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης όντας τα πιο δημοφιλή αποτελούν την βάση της έρευνας. Οι χώρες που επιλέχθηκαν (ΗΠΑ, Ελλάδα, Μεγάλη Βρετανία, Γαλλία) παρουσιάζουν τους διαφορετικούς βαθμούς υιοθέτησης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από την κοινωνία αλλά και τον τρόπο που τα χρησιμοποιούν (Pew Research Center 2012).

Για να γίνει όμως μια ακριβής καταγραφή της παρουσίας των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης πρέπει να ακολουθηθεί μια συγκεκριμένη τακτική. Έτσι λοιπόν λαμβάνονται υπόψιν οι λογαριασμοί τους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης που είναι ταυτοποιημένοι από τους επίσημους διαύλους επικοινωνίας των Ενόπλων Δυνάμεων — με βάση τις οδηγίες που έχουν εκδοθεί (Department of Defense 2010, Navy Command 2010, Ministry of

Defence 2009). Με την είσοδο στην διαδικτυακή σελίδα του Υπουργείου Άμυνας της κάθε χώρας ελέγχεται αν υπάρχει κάποιος σύνδεσμος που να παραπέμπει σε επίσημο λογαριασμό από τις παραπάνω κοινωνικές πλατφόρμες. Η ίδια διαδικασία επαναλαμβάνεται και στις περιπτώσεις των τριών κλάδων των Ενόπλων Δυνάμεων της κάθε χώρας⁴ αλλά και στην περίπτωση ελέγχου παρουσίας των Αρχηγών των Γενικών Επιτελείων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Έτσι διασφαλίζεται η αυθεντικότητα των λογαριασμών. Οι Υπουργοί Άμυνας μένουν εσκεμμένα εκτός έρευνας γιατί αποτελούν πολιτικά πρόσωπα αν και επικεφαλής των Ενόπλων Δυνάμεων.

Μερικές δυσκολίες που παρουσιάστηκαν κατά την έρευνα είναι ότι αν και μερικοί κλάδοι των Ενόπλων Δυνάμεων έχουν παρουσία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης εντούτοις μόνο οι ΗΠΑ παρέχουν πληροφορίες για την αναλυτική παρουσία των κλάδων τους αλλά και των μικροτέρων τους σχηματισμών επιβεβαιώνοντας την αυθεντικότητά τους (Chief Information Officer 2015). Καμία από τις άλλες χώρες δεν έχει αναδείξει μία τέτοια πρακτική με αποτέλεσμα οποιαδήποτε παρουσία δεν είναι επιβεβαιωμένη στις επίσημες ιστοσελίδες και δεν υπάρχει κάποιος υπερσύνδεσμος που να παραπέμπει σε αυτήν να μην θεωρείται αυθεντική. Η ύπαρξη αρκετών λογαριασμών στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης που αναφέρουν ότι είναι οι επίσημοι λογαριασμοί σχηματισμών μάχης δεν σημαίνει ότι είναι αληθής από την στιγμή που δεν υπάρχει κάποια επίσημη επιβεβαίωση από την κεντρική διοίκηση.

Με βάση τα παραπάνω λοιπόν, γίνεται μια έρευνα στην παρουσία που έχει κάθε κλάδος των Ενόπλων Δυνάμεων από τις ΗΠΑ, την Ελλάδα, την Μεγάλη Βρετανία και την Γαλλία αναλύοντας σε ποιον βαθμό έχουν υιοθετήσει τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Η παρουσία τους σε αυτά διαφέρει και αυτό ακριβώς παρουσιάζεται στο επόμενο κεφάλαιο.

⁴ Η περίπτωση των ΗΠΑ έχει 4 κλάδους Ενόπλων Δυνάμεων: Στρατός Ξηράς, Ναυτικό, Αεροπορία, Πεζοναύτες.

5. Ευρήματα

5.1 Παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Οι Ένοπλες Δυνάμεις είναι ένας μεγάλος οργανισμός, ρυθμισμένος να λειτουργεί με έναν συγκεκριμένο τρόπο βασισμένο στο ότι κάθε ένα από τα στελέχη του είναι εκλεκτά και ικανά για να αντεπεξέλθουν σε κάθε λογής δυσκολίες που μπορεί να τους παρουσιαστούν στην επαγγελματική τους σταδιοδρομία και να φέρουν εις πέρας την αποστολή τους συχνά θυσιάζοντας ακόμα και την ίδια τους την ζωή για την επιτυχία της (Barno & Bensahel 2015). Όπως όμως κάθε ένας μεγάλος οργανισμός, έτσι και οι Ένοπλες Δυνάμεις καταλήγουν να υιοθετούν καινούριες τάσεις ετεροχρονισμένα. Στην σημερινή διαδικτυακή εποχή η σχετικά αργή υιοθέτηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από τις Ένοπλες Δυνάμεις σε σύγκριση με άλλους δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς (Pew Research Center 2012) είναι γεγονός. Σε αυτήν την ενότητα παρουσιάζεται αναλυτικά η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με την χρήση διαφόρων παραδειγμάτων.

Η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελεί μια πολύπλοκη ιστορία. Η ανάλυση επικεντρώνεται στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης σε συνάρτηση με την χρήση τους από τις Ένοπλες Δυνάμεις όταν αυτά χρησιμοποιούνται σαν ένας διάυλος επικοινωνίας για τις επίσημες τοποθετήσεις των Ενόπλων Δυνάμεων.

Το αμερικανικό Υπουργείο Άμυνας εκδίδει ένα υπόμνημα το οποίο ορίζει την ακριβή παρουσία που τους επιτρέπεται να αποκτήσουν οι Ένοπλες Δυνάμεις στο Διαδίκτυο χρησιμοποιώντας τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αλλά και τον τρόπο που μπορούν να το επιτύχουν κάτι τέτοιο. Αυτό το πρωτοποριακό για τα στρατιωτικά δεδομένα υπόμνημα του αμερικανικού Υπουργείου Άμυνας (Department of Defense 2010)

«καθορίζει την πολιτική του ΥΑ [Υπουργείου Άμυνας] και αναθέτει τις ευθύνες για μια υπεύθυνη και αποτελεσματική χρήση των ικανοτήτων που βασίζονται στο Διαδίκτυο, συμπεριλαμβανομένων και των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης»

αναγνωρίζοντας ότι αυτές οι ικανότητες είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι των δράσεων του Υπουργείου. Η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης είναι επιτρεπτή μόνο για τις επίσημες ενέργειες του Υπουργείου Άμυνας διασφαλίζοντας ότι οι πληροφορίες που δημοσιεύονται στο Διαδίκτυο μέσα από αυτές τις πλατφόρμες πολυμέσων είναι συναφείς και ακριβείς χωρίς να εμπεριέχουν απόρρητα στοιχεία (Department of Defense 2010). Ακόμη είναι αναγκαίο να παρέχεται ένας επίσημος σύνδεσμος, όταν αυτό είναι δυνατό, που να παραπέμπει σε διακοσμητή που να ελέγχεται ή να τυγχάνει διαχείρισης από το Υπουργείο Άμυνας γιατί συχνά σε αυτές τις υπηρεσίες διατηρείται αρχείο δημοσιεύσεων (Department of Defense 2010). Η χρήση των επισήμων ονομάτων και συμβόλων για τις Ένοπλες Δυνάμεις είναι επιτακτική όπως και η παραπομπή στην επίσημη ιστοσελίδα τους στο Διαδίκτυο (Department of Defense 2010) με σκοπό την διασφάλιση της γνησιότητας του λογαριασμού.

Μια ενιαία παρουσία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι επιτακτική με αυτό να σημαίνει ότι πρέπει να διατηρείται μόνο ένας επίσημος λογαριασμός σε κάθε ένα διαφορετικό Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης για κάθε μια μονάδα, σώμα, όπλο κ.α. όπως για παράδειγμα στο Facebook, στο Twitter, στο YouTube, στο Instagram και στο Flickr (Navy Command 2010). Σύμφωνα λοιπόν με το υπόμνημα του αμερικανικού Υπουργείου Άμυνας η κάθε ενέργεια στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχει έναν επίσημο χαρακτήρα που αντικατοπτρίζει τις δημόσιες σχέσεις των Ενόπλων Δυνάμεων με το κοινωνικό σύνολο και γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο η διαδικτυακή παρουσία πρέπει να γίνεται και να επιβλέπεται από εξειδικευμένο προσωπικό, με τους λογαριασμούς στα εκάστοτε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης να είναι εγγεγραμμένοι στα μητρώα του Υπουργείου Άμυνας καθώς κάθε ένας χρήστης έχει την δυνατότητα δημιουργίας ενός ψευδούς λογαριασμού (Department of Defense 2010, Navy Command 2010).

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι ένα αποτελεσματικό μέσο επικοινωνίας σχεδιασμένα να επικοινωνούν με έναν ευθυγραμμισμένο και στοχοθετημένο τρόπο στους ενδιαφερόμενους που θέλουμε να προσεγγίσουμε συμπεριλαμβανομένων και σε αυτούς που παλαιότερα δεν είχαμε καμία πρόσβαση καθώς είναι αποδοτικά και χωρίς μεσάζοντες (Navy Command 2010). Φυσικά αυτό που πρέπει να υπενθυμίζεται είναι ότι στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ελλοχεύουν αρκετοί κίνδυνοι και πρέπει να τηρούνται κάποιοι βασικοί κανόνες για να αποφευχθούν δυσάρεστες εκπλήξεις. Ένας από τους βασικότερους κινδύνους είναι ότι στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης δεν πρέπει να αναφέρονται πληροφορίες που μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο τις ζωές του προσωπικού ή την βιωσιμότητα τρεχουσών επιχειρήσεων καθώς μπορεί να περιλαμβάνουν ευαίσθητες πληροφορίες

(Department of Defense 2010, Navy Command 2010). Αξίζει να σημειωθεί ότι υπεύθυνοι για την εύρυθμη λειτουργία και παρουσία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αλλά και την προστασία του δικτύου από κακόβουλες επιθέσεις και παραβιάσεις, είναι οι κατά τόπους Διοικητές σε όλα τα επίπεδα και τις βαθμίδες του Υπουργείου Άμυνας (Department of Defense 2010).

Η περίπτωση του αμερικανικού Υπουργείου Άμυνας και με τον τρόπο που αυτό προσπαθεί να τοποθετηθεί σε αυτές τις πλατφόρμες έχει ορίσει με τον πιο αποδοτικό τρόπο μια ορθή παρουσία που πρέπει να έχουν οι Ένοπλες Δυνάμεις στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης σαν μια οντότητα. Όπως αναφέρθηκε και στις προηγούμενες γραμμές, ο σκοπός αυτής της εργασίας είναι να εξερευνήσει την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης σαν μια ολότητα μέσα από την επίσημη χρήση τους. *«Η εξέλιξη της τεχνολογίας προσδίδει στις ΕΔ [Ένοπλες Δυνάμεις] δυνατότητες αδιανόητες στο πρόσφατο παρελθόν»* υπογραμμίζει το ελληνικό Υπουργείο Εθνικής Άμυνας (2015) στην Λευκή Βίβλο δίνοντάς μας να καταλάβουμε ότι το κέντρο βάρους μετατοπίζεται απ' τις παραδοσιακές τεχνικές σε ένα πιο μοντέρνο περιβάλλον.

Ο Lawson (2013) αναγνωρίζει τον ρόλο που μπορεί να παίξουν αυτές οι νέες τεχνολογίες στα επιχειρησιακά θέατρα και αναφέρει ότι ένας από τους βασικότερους στόχους των Ενόπλων Δυνάμεων είναι να χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες σαν ένα όπλο στην μάχη για τις *«καρδιές και τα μυαλά»* των ανθρώπων. Είναι σημαντικό να καταλάβουμε ότι οι Ένοπλες Δυνάμεις βασίζονται στην νομιμοποίηση που λαμβάνουν από τους πολίτες μέσω ενός άτυπου *«Κοινωνικού Συμβολαίου»* όπως χαρακτηριστικά έγραφε και ο Ρουσό (2012) στο βιβλίο του με τον ομώνυμο τίτλο, κατά την διάρκεια της Αναγέννησης, με βασικό τους στόχο να είναι η άνθιση και η ευημερία των πολιτών του κράτους (Wright 2008).

Οι Kramer *et al.* (2014) αποδεικνύουν μέσα από την έρευνά τους ότι τα ανθρώπινα συναισθήματα μπορούν να επηρεαστούν όχι μόνο από τις παραδοσιακές διαπροσωπικές σχέσεις αλλά και από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης όπως το Facebook για παράδειγμα. Οι Ένοπλες Δυνάμεις με το να χρησιμοποιούν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποκτούν μια άμεση πρόσβαση άνευ προηγούμενου σε μεγάλες μάζες του πληθυσμού και έχουν την δυνατότητα να παρουσιάσουν την δική τους οπτική γωνία για πολλά θέματα τα οποία μπορεί να τους ενδιαφέρουν. Η μάχη για τις *«καρδιές και τα μυαλά»* των πολιτών και της κοινωνίας (Lawson 2013) έχει ήδη ξεκινήσει.

Προτού ξεκινήσει η ανάλυση για την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης πρέπει να εξηγηθεί ότι η αναφορά σε παραδείγματα γίνεται τμηματικά.

Επειδή δεν γίνεται να αναφερθεί η παρουσία όλων των Ενόπλων Δυνάμεων του κόσμου σε όλα τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, παρά μόνο σε αυτά που χαρακτηριστικά έχουν επιλεγεί και αναφερθεί παραπάνω, ακολουθείται μια δειγματοληπτική επιλογή από μια πλειάδα παραδειγμάτων. Γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο η ενότητα χωρίζεται σε μερικές υποενότητες που παρουσιάζονται τα παραδείγματα της κάθε χώρας (ΗΠΑ, Ελλάδα, Μεγάλη Βρετανία, Γαλλία) με ένα μικρό πινακάκι στο τέλος κάθε υποενότητας ώστε να οπτικοποιείται αναλυτικά η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων της κάθε χώρας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

5.1.1 Η περίπτωση των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής (ΗΠΑ)

Αρχίζοντας από το παράδειγμα των αμερικανικών Ενόπλων Δυνάμεων, καθώς πάνω σε αυτές βασίστηκε ο τρόπος για να οριστεί πως μπορούν να αποκτήσουν οι Ένοπλες Δυνάμεις παρουσία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, αναλύεται πρώτα η παρουσία τους. Στην επίσημη ιστοσελίδα του Γενικού Διευθυντή Πληροφοριών (Chief Information Officer) αλλά και του αμερικανικού Υπουργείου Άμυνας βρίσκει κανείς όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για την παρουσία του Υπουργείου αλλά και των κλάδων του στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Chief Information Officer 2015, Department of Defense 2015). Υπάρχει μια συγκεκριμένη ιστοσελίδα που αναφέρει ανά κλάδο, Στρατός Ξηράς, Ναυτικό, Αεροπορία, Πεζοναύτες⁵ τους λογαριασμούς με την επίσημη παρουσία τους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Chief Information Officer 2015) έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η γνησιότητα του λογαριασμού. Η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων των ΗΠΑ δεν βασίζεται μόνο στα πέντε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αναλύουμε αλλά και σε πολλά περισσότερα (U.S. Army 2015, U.S. Navy 2015, U.S. Air Force 2015, U.S. Marines 2015). Θεωρώντας όμως αυτά τα πέντε (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Flickr) ως τα βασικότερα και πιο δημοφιλή αναφερόμαστε σε αυτά. Στην περίπτωση του αμερικανικού Στρατού Ξηράς παίρνουμε ένα παράδειγμα από την επίσημη σελίδα του στο Facebook (2015) όπου βλέπουμε (Εικόνα 5.1) έναν στρατιώτη του αμερικανικού Στρατού Ξηράς και έναν Χιλιανό στρατιώτη να δουλεύουν μαζί προσπαθώντας να κατασκευάσουν ένα εστιατόριο κατά την διάρκεια της επιχείρησης «*Πέρα από τον Ορίζοντα 2015*» (Beyond the Horizon 2015) στο Σαν Χουάν Οπίκο στο Ελ Σαλβαδόρ.

⁵ Δεν γίνεται κάποια αναφορά στην Εθνοφρουρά και στην Ακτοφυλακή καθώς αυτοί οι κλάδοι λογίζονται σαν Σώματα Ασφαλείας.

Εικόνα 5.1



Προεπισκόπηση του επίσημου λογαριασμού Facebook του αμερικανικού Στρατού Ξηράς.

Πηγή: U.S. Army Official Facebook Account (2015)

Το αμερικανικό Ναυτικό ανεβάζει στο Twitter μια φωτογραφία (Εικόνα 5.2) κατά τη διάρκεια της 35^{ης} ετήσιας «Εβδομάδας Στόλου» (Fleet Week) στο Σαν Φρανσίσκο των ΗΠΑ όπου περισσότεροι από 25.000 επισκέπτες ξεναγήθηκαν στα πλοία που συμμετείχαν στις εορταστικές εκδηλώσεις (U.S. Navy 2015, U.S. Navy Official Twitter Account 2015).

Εικόνα 5.2



Προεπισκόπηση του επίσημου λογαριασμού Twitter του αμερικανικού Ναυτικού.

Πηγή: U.S. Navy Official Twitter Account (2015)

Συνεχίζοντας, η αμερικανική Αεροπορία δημοσιεύει στο Flickr μια φωτογραφία (Εικόνα 5.3) που απεικονίζεται ο Διοικητής της Ορχήστρας της Αμερικανικής Αεροπορίας στην Ευρώπη κατά την διάρκεια του Διεθνούς Φεστιβάλ Στρατιωτικών Ορχηστρών στην Τιφλίδα της Γεωργίας το 2015 να ευχαριστεί το πλήθος (U.S. Air Force Official Flickr Account 2015). Το Σώμα των Αμερικανών Πεζοναυτών χρησιμοποιεί μια φωτογραφία (Εικόνα 5.4) που απεικονίζει τον Υποδεκανέα Randall Nichols να δείχνει στον πεντάχρονο θεατή Justin Fransisco πως να τοποθετεί μια ξιφολόγη στο τυφέκιο M1 Garand μετά το πέρας της επίδειξης από την Διομορία Επιδείξεων των Πεζοναυτών (U.S. Marines Official Instagram Account 2014).

Εικόνα 5.3

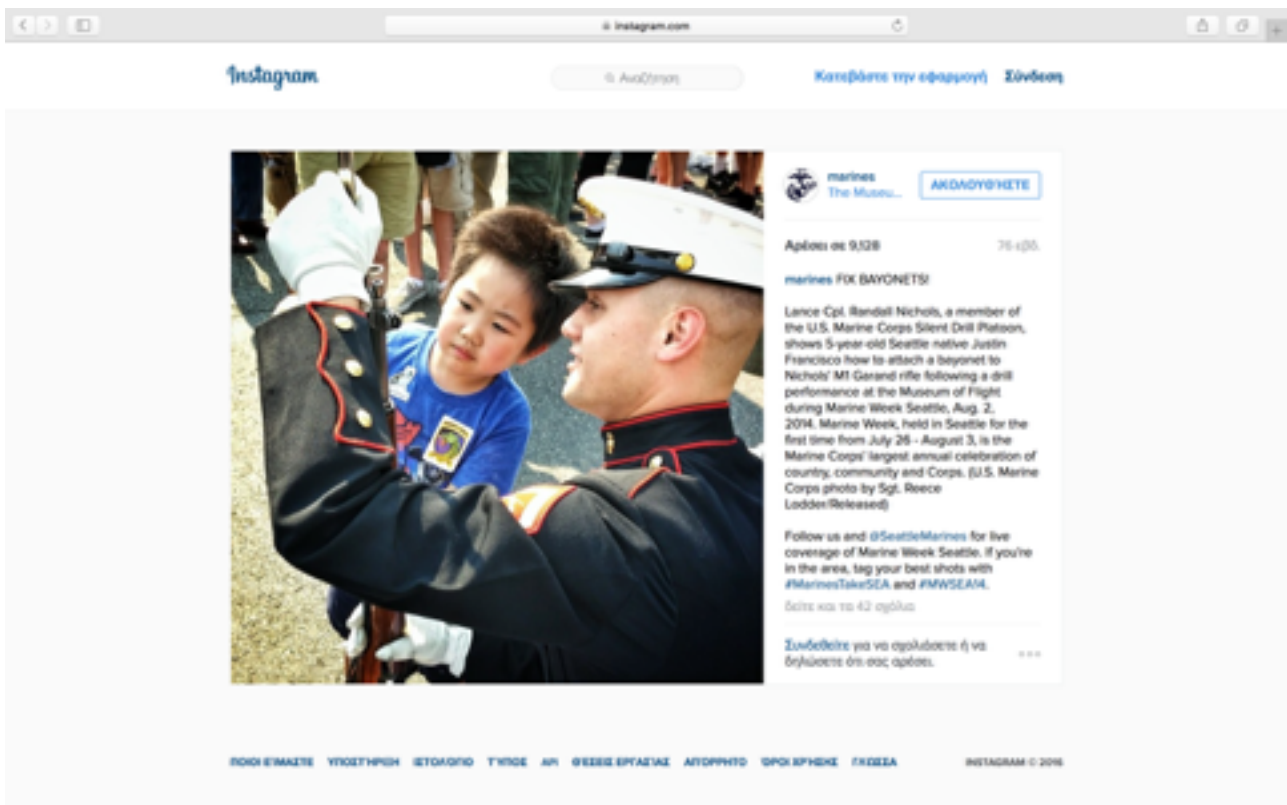


Προεπισκόπηση του επίσημου λογαριασμού Flickr της αμερικανικής Αεροπορίας.

Πηγή: U.S. Air Force Official Flickr Account (2015)

Οι αμερικανικές Ένοπλες Δυνάμεις όμως, και οι τέσσερις κλάδοι της, έχουν παρουσία και στο πέμπτο Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης, στο YouTube. Από τους επίσημους λογαριασμούς που εξετάσαμε, ο λογαριασμός των Πεζοναυτών εμφανίζει να έχει τους περισσότερους εγγεγραμμένους συνδρομητές, με κοντά στους 90.000 ακολούθους να έχουν αποφασίσει να ενημερώνονται για τις δραστηριότητες αυτού του σώματος (U.S. Marines Official YouTube Channel 2015). Χαρακτηριστικό μάλιστα είναι το παράδειγμα του βίντεο που αποφασίζει να δημοσιοποιήσει στην συγκεκριμένη πλατφόρμα πολυμέσων η Διοίκηση των Πεζοναυτών με τον Υποναύαρχο Brian Recha, ανώτατο αξιωματικό του Ιατρικού Σώματος του Ναυτικού, να εξηγεί σχετικά με την εξάπλωση του ιού Έμπολα στην Αφρικανική Ήπειρο, τους τρόπους πρόληψης και να δίνει οδηγίες για την αντιμετώπισή του σε συνδυασμό με άλλες κυβερνητικές υπηρεσίες με στόχο να ενημερωθεί το στράτευμα αλλά και η κοινή γνώμη (U.S. Marines Official YouTube Channel 2015).

Εικόνα 5.4



Προεπισκόπηση του επίσημου λογαριασμού Instagram των αμερικανών Πεζοναυτών.

Πηγή: U.S. Marines Official Instagram Account (2015)

Η έντονη παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων των ΗΠΑ στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης συνεχίζεται και με την δημοσίευση πολυμέσων του Αρχηγού των Ένοπλων Δυνάμεων αλλά και του Υπουργείου Άμυνας με την επιτυχή παρουσία τους και στα πέντε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Department of Defense 2015, Joint Chiefs of Staff 2015). Αυτό φαίνεται και στον Πίνακα 5.1 που παρουσιάζει αναλυτικά την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων των ΗΠΑ.

Πίνακας 5.1

Χώρα	Facebook	Twitter	YouTube	Instagram	Flickr
ΗΠΑ					
Στρατός Ξηράς	■	■	■	■	■
Ναυτικό	■	■	■	■	■
Αεροπορία	■	■	■	■	■
Πεζοναύτες	■	■	■	■	■
Υπουργείο Άμυνας	■	■	■	■	■
Αρχηγός Γενικού Επιτελείου	■	■	■	■	■

Η υιοθέτηση σε μεγάλο βαθμό των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από τις ΗΠΑ φαίνεται και από τον Πίνακα 5.1 καθώς υπάρχει επίσημη παρουσία σε όλα τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

5.1.2 Η περίπτωση της Ελλάδας

Στην περίπτωση των ελληνικών Ενόπλων Δυνάμεων η εικόνα είναι τελείως διαφορετική από αυτήν που συναντήθηκε στις αμερικανικές Ένοπλες Δυνάμεις. Στην επίσημη ιστοσελίδα του ελληνικού Υπουργείου Εθνικής Άμυνας (ΥΠΕΘΑ) υπάρχουν κάποιοι σύνδεσμοι που παραπέμπουν στις επίσημες ιστοσελίδες των τριών Γενικών Επιτελείων των ελληνικών Ενόπλων Δυνάμεων, του Στρατού, του Ναυτικού και τέλος της Αεροπορίας (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας 2015). Αυτό που πρέπει να αναφερθεί ωστόσο είναι ότι οι ιστοσελίδες τόσο του Γενικού Επιτελείου Στρατού αλλά και του Πολεμικού Ναυτικού δεν αναφέρουν ότι έχουν κάποια επίσημη παρουσία σε κανένα Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης σε αντίθεση με αυτήν της Πολεμικής Αεροπορίας που παρουσιάζεται να έχει όχι μόνο λογαριασμούς στο Twitter και στο YouTube αλλά η παρουσία της στην πλατφόρμα του Twitter να είναι αρκετά έντονη και συστηματική με περισσότερους από 2.000 και 4.000 εγγεγραμμένους συνδρομητές αντίστοιχα (ΓΕΣ 2015, Πολεμικό Ναυτικό 2015, Πολεμική Αεροπορία 2015, Επίσημος Λογαριασμός Twitter ΓΕΑ - Εκπρόσωπος Τύπου 2015, Επίσημος Λογαριασμός YouTube Πολεμικής Αεροπορίας 2015). Ο λογαριασμός της Πολεμικής Αεροπορίας στο Twitter εμφανίζεται αρκετά δραστήριος με περισσότερες από 3.000 δημοσιεύσεις από τον Απρίλιο του 2012 οπότε και δημιουργήθηκε (Επίσημος Λογαριασμός Twitter ΓΕΑ - Εκπρόσωπος Τύπου 2015).

Μάλιστα ένα βίντεο που έχει δημοσιοποιήσει καταγράφει τις προσπάθειες που καταβάλλει καθημερινά για το κοινωνικό σύνολο όπως την «*Αεροδιακομιδή Ασθενούς από Πλοίο*» στις 16 Οκτωβρίου του 2015 όπου έπλεε 36 ναυτικά μίλια νοτιοανατολικά της Κρήτης με την ασφαλή αερομεταφορά του στο Πανεπιστημιακό Γενικό Νοσοκομείο Ηρακλείου (Επίσημος Λογαριασμός Twitter ΓΕΑ - Εκπρόσωπος Τύπου 2015, Hellenic Air Force Official Vimeo Account 2015). Η παρουσία μάλιστα της Πολεμικής Αεροπορίας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης φαίνεται και με την ανάρτηση ενός διαφορετικού βίντεο στην πλατφόρμα του YouTube που απεικονίζει την Μπάντα της να δίνει μια συναυλία στο Μουσείο της Ακρόπολης στις 10 Αυγούστου του 2014 (Επίσημος Λογαριασμός YouTube Πολεμικής Αεροπορίας 2015). Η παρουσία όμως του Υπουργείου Εθνικής Άμυνας (ΥΠΕΘΑ) στο Facebook, στο YouTube, στο Flickr και στο Twitter, στα τέσσερα από τα πέντε βασικά Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, δείχνει τον βαθμό υιοθέτησης των νέων αυτών τεχνολογιών από την πολιτική ηγεσία του Υπουργείου και την υιοθέτηση της τεχνολογίας ως έναν σημαντικό πολλαπλασιαστικό ισχύος (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας 2015).

Σε μια χαρακτηριστική φωτογραφία (Εικόνα 5.5) που δημοσιοποιεί το Υπουργείο Εθνικής Άμυνας στον επίσημο λογαριασμό του στο Flickr (2015) εμφανίζεται ο Υπουργός Εθνικής Άμυνας Πάνος Καμμένος και ο τότε αρχηγός του Γενικού Επιτελείου Ναυτικού Αντιναύαρχος Ευάγγελος Αποστολάκης να κουβαλούν στους ώμους τους την θαυματουργή εικόνα της Κοιμήσεως της Θεοτόκου κατά την διάρκεια εκδηλώσεων στην Τήνο και την Πάρο τον Αύγουστο του 2015.

Εικόνα 5.5



Προεπισκόπηση του επίσημου λογαριασμού Flickr του ελληνικού Υπουργείου Εθνικής Άμυνας.

Πηγή: Επίσημος Λογαριασμός Flickr Υπουργείου Εθνικής Άμυνας (2015)

Στην περίπτωση της Ελλάδας όμως απουσιάζει ο Αρχηγός του Γενικού Επιτελείου Εθνικής Άμυνας (Α/ΓΕΕΘΑ) στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και αντ' αυτού το Γενικό Επιτελείο Εθνικής Άμυνας (ΓΕΕΘΑ) λαμβάνει αυτόν τον ρόλο. Το Γενικό Επιτελείο Εθνικής Άμυνας διατηρεί, μία παρουσία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με το Twitter, το Flickr και το YouTube να είναι οι πλατφόρμες που προτιμά όπως φαίνεται και από την επίσημη ιστοσελίδα του η οποία και παραπέμπει στους αντίστοιχους επίσημους λογαριασμούς του σε αυτά τα δίκτυα (ΓΕΕΘΑ 2015). Μάλιστα, ένα γεγονός που υπογραμμίζει την διαφορετική προσέγγιση που υιοθετείται στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ακόμα και στο ίδιο το στράτευμα αποτελεί ο επίσημος λογαριασμός Twitter του

Εκπροσώπου Τύπου του ΓΕΕΘΑ (2015) που έχει λιγότερους από 100 εγγεγραμμένους ακόλουθους με την αρχική του δημοσίευση να γίνεται μόλις την 1^η Ιουλίου του 2015 σχετικά με την επίσκεψη του Αρχηγού των Ενόπλων Δυνάμεων της Μάλτας στο Κέντρο Εκπαίδευσης Ναυτικής Αποτροπής (ΚΕΝΑΠ) στην Σούδα της Κρήτης (ΓΕΕΘΑ 2015). Η διαφορά αξιοποίησης των δυνατοτήτων των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης ανάμεσα στους επίσημους λογαριασμούς της Πολεμικής Αεροπορίας και του Γενικού Επιτελείου Εθνικής Άμυνας στο Twitter είναι εμφανής.

Πίνακας 5.2

Χώρα	Facebook	Twitter	YouTube	Instagram	Flickr
Ελλάδα					
Στρατός Ξηράς					
Πολεμικό Ναυτικό					
Πολεμική Αεροπορία		■	■		
Υπουργείο Εθνικής Άμυνας	■	■	■		■
Αρχηγός Γενικού Επιτελείου Εθνικής Άμυνας					

Ο Πίνακας 5.2 παρουσιάζει αναλυτικά την παρουσία των ελληνικών Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και είναι εμφανής ο μικρός βαθμός υιοθέτησής τους. Ο Στρατός Ξηράς, το Πολεμικό Ναυτικό και ο Αρχηγός του Γενικού Επιτελείου δεν έχουν καμία απολύτως επίσημη παρουσία.

5.1.3 Η περίπτωση της Μεγάλης Βρετανίας

Προσθέτοντας ένα ακόμη παράδειγμα στην παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης γίνεται αναφορά στην περίπτωση της Μεγάλης Βρετανίας η οποία θέλει να

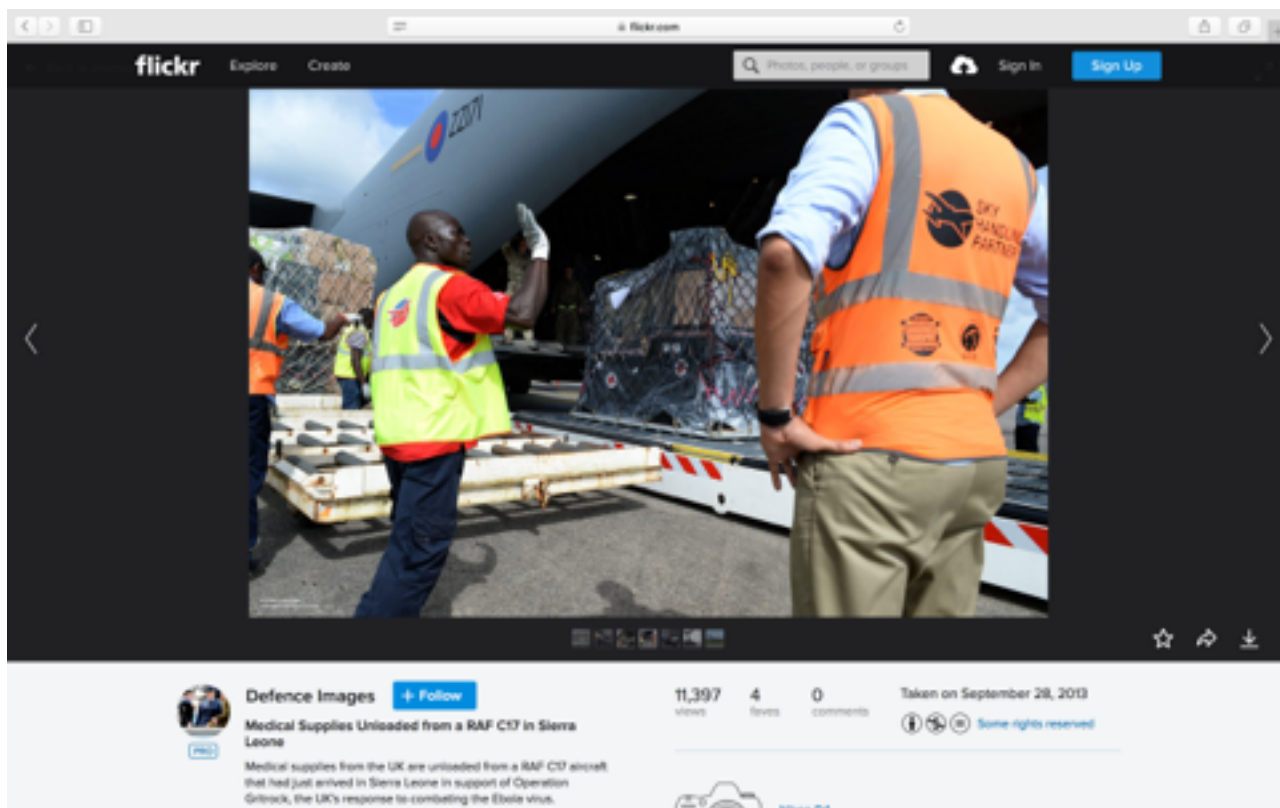
«αξιοποιηθούν οι νέες και αναδυόμενες τεχνολογίες, [...] προκειμένου να επικοινωνούν και να διαδίδουν»

τα απαραίτητα μηνύματα (Ministry of Defence 2009). Οι Ένοπλες Δυνάμεις της Μεγάλης Βρετανίας έχουν την δεύτερη μεγαλύτερη παρουσία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με 29% έπειτα από αυτές των ΗΠΑ με 30%, σύμφωνα με τον Elwell (2012).

Το βρετανικό Υπουργείο Άμυνας (Ministry of Defence - MOD) (2015) έχει μια ειδική ιστοσελίδα που παραπέμπει στους επίσημους λογαριασμούς που διατηρεί στα διάφορα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης χωρίζοντάς τα σε δυο κατηγορίες, στους «*Βασικούς Λογαριασμούς*», όπου παρέχονται συχνές ενημερώσεις για τις Ένοπλες Δυνάμεις και στους «*Λογαριασμούς Στρατολόγησης*».

Η παρουσία του Υπουργείου Άμυνας της Γηραιάς Αλβιώνας είναι υπαρκτή και στα πέντε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης που εξετάζονται με χαρακτηριστικό παράδειγμα την φωτογραφία που ανεβάζει στο Flickr το Υπουργείο Άμυνας (Εικόνα 5.6) όπου φαίνεται να ξεφορτώνονται ιατρικές προμήθειες από το Ηνωμένο Βασίλειο από ένα C17 της Βασιλικής Αεροπορίας (Royal Air Force - RAF) στην Σιέρρα Λεόνε κατά την διάρκεια της «*Επιχείρησης Γκρίτροκ*» (Gritrock Operation) για την καταπολέμηση του ιού Έμπολα στην Αφρικανική Ήπειρο (Ministry of Defence Official Flickr Account 2013).

Εικόνα 5.6

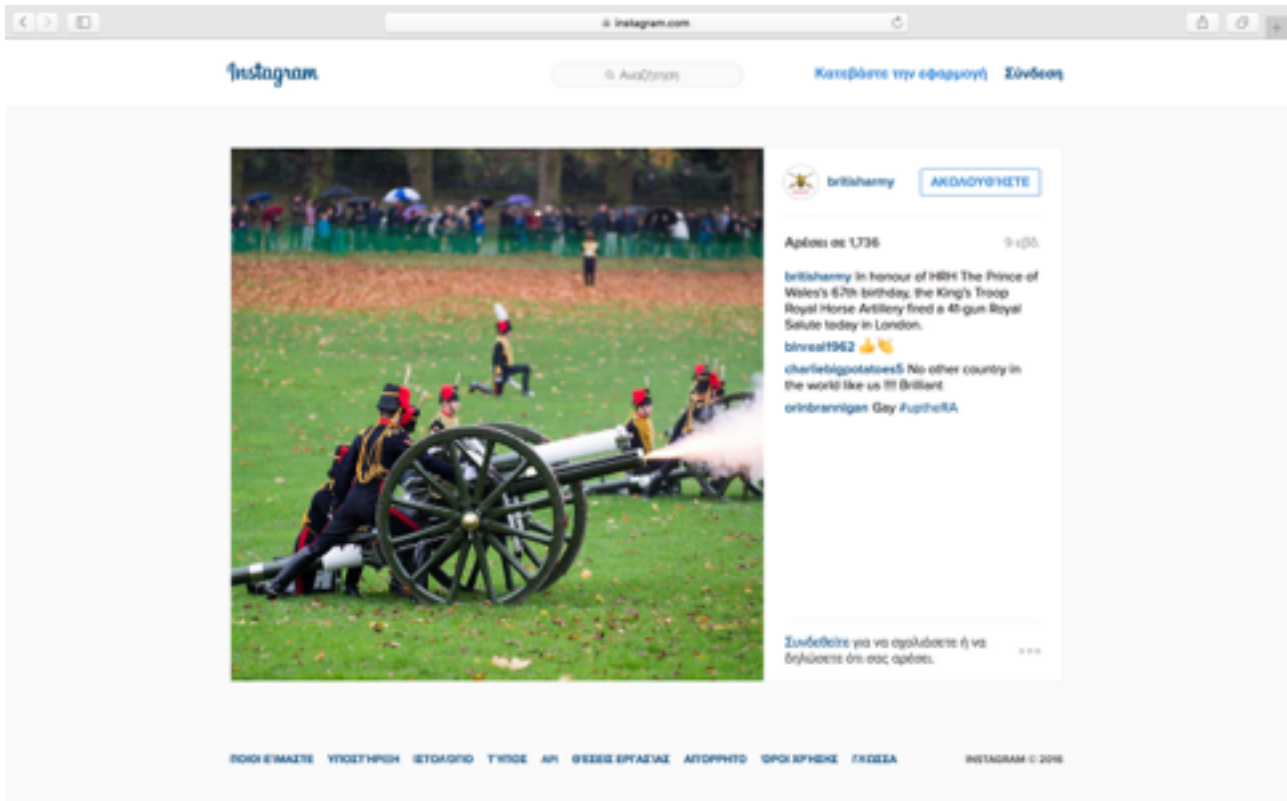


Προεπισκόπηση του επίσημου λογαριασμού Flickr του βρετανικού Υπουργείου Άμυνας.

Πηγή: Ministry of Defence Official Flickr Account (2013)

Ο Βρετανικός Στρατός στην ιστοσελίδα του έχει και αυτός μια ενότητα που παραπέμπει στους επίσημους λογαριασμούς του στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (British Army 2015) με την παρουσία του είναι εμφανής σε όλες τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης εκτός από αυτήν του Flickr. Μάλιστα, κανένας άλλος κλάδος, ούτε το Βασιλικό Ναυτικό (Royal Navy) (2015) αλλά ούτε και η Βασιλική Αεροπορία (Royal Air Force - RAF) (2015) διατηρούν λογαριασμούς στην πλατφόρμα του Flickr. Ο Βρετανικός Στρατός, στον λογαριασμό του στο Instagram, ο μόνος κλάδος μάλιστα που έχει λογαριασμό σε αυτήν την συνδυαστική πλατφόρμα, απεικονίζει τις εορταστικές βολές του Βασιλικού Πυροβολικού Ιππικού για τον εορτασμό των 67^{ων} γενεθλίων του Πρίγκιπα της Ουαλίας και διαδόχου του Βρετανικού Θρόνου Καρόλου στο Λονδίνο (Εικόνα 5.7) (British Army Official Instagram Account 2015).

Εικόνα 5.7



Προεπισκόπηση του επίσημου λογαριασμού Instagram του βρετανικού Στρατού.

Πηγή: British Army Official Instagram Account (2015)

Το Βασιλικό Ναυτικό με παρουσία στο Facebook, στο Twitter και στο YouTube, όπως φαίνεται και στην ιστοσελίδα του, δημοσιεύει στο YouTube ένα βίντεο υπογραμμίζοντας ότι είναι απαραίτητος ο ρόλος του για την προστασία των 10.500 μιλίων της βρετανικής ακτογραμμής με τα 600 λιμάνια και τις 400.000 θέσεις εργασίας σε αυτά, προστατεύοντας παράλληλα την εισαγωγή αγαθών αξίας 524 δισεκατομμύριων στερλινών όχι μόνο κοντά στις βρετανικές ακτές αλλά οπουδήποτε στον κόσμο αυτό κριθεί απαραίτητο (Royal Navy 2015, Royal Navy Official YouTube Channel 2015).

Κλείνοντας το παράδειγμα για την Μεγάλη Βρετανία γίνεται αναφορά και στον τελευταίο κλάδο της που δεν είναι άλλος από την Βασιλική Αεροπορία (Royal Air Force 2015) με παρουσία στο Facebook, στο YouTube και στο Twitter. Στο παράδειγμα της Βασιλικής Αεροπορίας υπογραμμίζεται η παρουσία της στο Twitter που αποτελεί μέλος από τον Νοέμβριο του 2009 με

περισσότερους από 115.000 εγγεγραμμένους ακολούθους και 8.000 δημοσιεύσεις (Royal Air Force Official Twitter Account 2015). Στις 27 Αυγούστου του 2015 η Βασιλική Αεροπορία δημοσιοποιεί στο Twitter μια εικόνα που ενημερώνει τους ακολούθους της στο Διαδίκτυο ότι ποδοσφαιριστές της Βασιλικής Αεροπορίας από τις Αεροπορικές Βάσεις του Όντινχαμ, του Βάλλεϊ και του Σάουμπουρι βοήθησαν για έναν φιλανθρωπικό σκοπό που μαζεύει ποδοσφαιρικά σετ για αυτούς που τα έχουν ανάγκη ανά τον κόσμο προωθώντας το κοινωνικό και φιλανθρωπικό πρόσωπο των βρετανικών Ενόπλων Δυνάμεων (Royal Air Force Official Twitter Account 2015, Royal Air Force 2015).

Εικόνα 5.8



Προεπισκόπηση του επίσημου λογαριασμού Twitter της βρετανικής Βασιλικής Αεροπορίας.

Πηγή: Royal Air Force Official Twitter Account (2015)

Ο Πίνακας 5.3 οπτικοποιεί την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων της Μεγάλης Βρετανίας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

Πίνακας 5.3

Χώρα	Facebook	Twitter	YouTube	Instagram	Flickr
Μεγάλη Βρετανία					
Στρατός Ξηράς	■	■	■	■	
Βασιλικό Ναυτικό	■	■	■		
Βασιλική Αεροπορία	■	■	■		
Υπουργείο Άμυνας	■	■	■	■	■
Αρχηγός Γενικού Επιτελείου					

Η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων της Μεγάλης Βρετανίας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι αρκετά έντονη (Πίνακας 5.3). Η απουσία του Αρχηγού του Γενικού Επιτελείου από οποιαδήποτε πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης είναι εμφανής σε αντίθεση με τους άλλους κλάδους.

5.1.4 Η περίπτωση της Γαλλίας

Στο τελευταίο παράδειγμα για την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης γίνεται λόγος στις γαλλικές Ένοπλες Δυνάμεις. Στην επίσημη ιστοσελίδα του γαλλικού Υπουργείου Άμυνας (Ministère de la Défense 2015) παρέχονται σύνδεσμοι για τους επίσημους λογαριασμούς του Υπουργείου Άμυνας για το Facebook, το Twitter και το YouTube αλλά και για τους τρεις άλλους κλάδους όπως ο Στρατός Ξηράς (Armée de Terre), το Ναυτικό (Marine Nationale) και η Αεροπορία (Armée de l' Air). Το Υπουργείο Άμυνας της Γαλλίας χρησιμοποιεί την πλατφόρμα του Twitter από τον Ιούνιο του 2010 και έχει κοντά στους 150.000 εγγεγραμμένους ακολούθους με περισσότερες από 16.000 δημοσιεύσεις (Compte Officiel du Ministère de la Défense à Twitter 2015). Στις 15 Οκτωβρίου του 2015 δημοσιεύεται στον λογαριασμό του Twitter του γαλλικού Υπουργείου Άμυνας ένας σύνδεσμος για το πρώτο Διεθνές Συνέδριο στην Στρατιωτική Σχολή του Παρισιού σχετικά με την κλιματική αλλαγή και τις επιπτώσεις που μπορεί αυτή να έχει στον τομέα της άμυνας με την παρουσία διαφόρων υπουργών αλλά και άλλων κυβερνητικών εκπροσώπων (Compte Officiel du Ministère de la Défense à Twitter 2015, Ministère de la Défense 2015). Με την δημοσιοποίηση μιας τέτοιας δράσης στο Twitter, άμεσα ενημερώνονται οι ακόλουθοί του για την επικαιρότητα του Υπουργείου Άμυνας. Ο Αρχηγός των Ένοπλων Δυνάμεων της Γαλλίας (Chef d'état-major des armées - CEMA) απ' ότι φαίνεται και στην επίσημη ιστοσελίδα του απ' το γαλλικό Υπουργείο Άμυνας, καθώς έχει παρουσία μόνο στο Facebook, με τον επίσημο λογαριασμό του να λειτουργεί από το 2012 — σε αντίθεση με τον Άγγλο και Έλληνα ομόλογό του που δεν φαίνεται να υπάρχει κάποιος επίσημος λογαριασμός σε κανένα Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης (Compte Officiel du CEMA à Facebook 2015, État-major des armées 2015).

Αναλύοντας τώρα την παρουσία των τριών κλάδων των γαλλικών Ένοπλων Δυνάμεων η ανάλυση ξεκινά από τον αρχαιότερο που δεν είναι άλλος από τον Στρατό Ξηράς (Armée de Terre) (2015) με παρουσία στις πλατφόρμες του Facebook και Twitter όπως διακρίνεται και από τους συνδέσμους που βρίσκονται στην ιστοσελίδα του και παραπέμπουν στους επίσημους λογαριασμούς του στα εν λόγω Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Δίνοντας άλλο ένα παράδειγμα από την πλατφόρμα του Facebook και από τον επίσημο λογαριασμό του Στρατού Ξηράς (2015) φαίνεται ότι σε μια δημοσιοποίηση στις 15 Ιουνίου του 2015 ενημερώνει τους περισσότερους από 400.000

εγγεγραμμένους ακολούθους του ότι στις 21 του ίδιου μήνα θα διοργανωθεί μια γιορτή μουσικής με την συμμετοχή των στρατιωτικών μπαντών η οποία είναι ανοικτή για το κοινό (Εικόνα 5.9).

Εικόνα 5.9



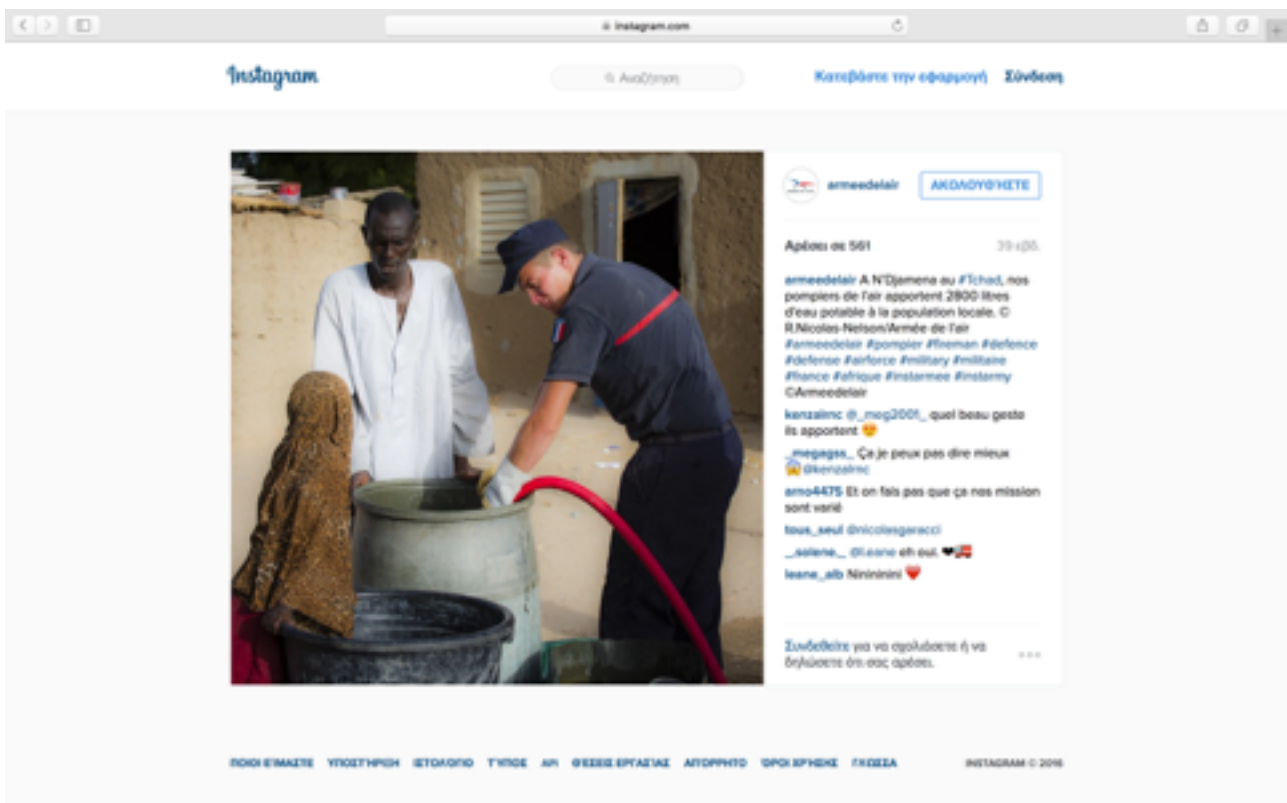
Προεπισκόπηση του επίσημου λογαριασμού Facebook του γαλλικού Στρατού Ξηράς.

Πηγή: Compte Officiel d' Armée de Terre à Facebook (2015)

Το γαλλικό Ναυτικό (Marine Nationale) (2015) διατηρεί και εκείνο με την σειρά του την ίδια παρουσία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με τον Στρατό Ξηράς, έχει δηλαδή επίσημους λογαριασμούς στο Facebook και στο Twitter. Φέρνοντας ένα παράδειγμα από το Twitter - με περισσότερες από 6.000 δημοσιεύσεις από το 2009 και 33.000 ακολούθους - ενημερώνει ότι εμπίπτει στην αρμοδιότητά του η προστασία των υποβρυχίων καλωδίων κατά την υφήλιο, που αποτελούν τον βασικό λίθο για την συνδεδεμένη οικονομία της εποχής μας, η οποία είναι μια από τις βασικές του αποστολές (Compte Officiel de la Marine Nationale à Twitter 2015, Cols Bleus 2015).

Κλείνοντας τον κύκλο παραδειγμάτων για την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων σε αυτές τις καινοτόμες διαδικτυακές πλατφόρμες του Διαδικτύου γίνεται αναφορά και στην γαλλική Αεροπορία (Armée de l' Air) (2015) που έχει παρουσία στο Facebook, το Twitter και το Instagram. Εδώ χρησιμοποιείται ένα παράδειγμα από την πλατφόρμα του Instagram όπου βλέπουμε έναν πυροσβέστη της Αεροπορίας να γεμίζει ένα βαρέλι με πόσιμο νερό στο Τσαντ καθώς διατέθηκαν 2.800 λίτρα πόσιμου νερού για τις ανάγκες του τοπικού πληθυσμού (Εικόνα 5.10) (Compte Officiel de l' Armée de l' Air à Instagram 2015).

Εικόνα 5.10



Προεπισκόπηση του επίσημου λογαριασμού Instagram της γαλλικής Αεροπορίας.

Πηγή: Compte Officiel de l' Armée de l' Air à Instagram (2015)

Πινάκας 5.4

Χώρα	Facebook	Twitter	YouTube	Instagram	Flickr
Γαλλία					
Στρατός Ξηράς	■	■			
Ναυτικό	■	■			
Αεροπορία	■	■		■	
Υπουργείο Αμυνας	■	■	■		
Αρχηγός Γενικού Επιτελείου	■				

Ο Πίνακας 5.4 παρουσιάζει λεπτομερώς τον βαθμό που οι γαλλικές Ένοπλες Δυνάμεις έχουν υιοθετήσει τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και φαίνεται ότι το Facebook και το Twitter αποτελούν τις πρώτες τους επιλογές.

5.1.5 Συγκριτική Ανάλυση

Συνοψίζοντας λοιπόν η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι κάτι το ρευστό και το συνεχώς μεταβαλλόμενο. Δεν μπορεί κανείς να κάνει μια πλήρη αναφορά σε αυτήν γιατί εξελίσσεται συνεχώς. Στις παραπάνω γραμμές έγινε μια συγκριτική ανάλυση της παρουσίας τους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ανάμεσα σε τέσσερις Ένοπλες Δυνάμεις. Έγινε αναφορά στα παραδείγματα των ΗΠΑ, της Ελλάδας, της Μεγάλης Βρετανίας και της Γαλλίας. Η επιλογή δεν έγινε τυχαία. Αναφερθήκαμε πρώτα στις ΗΠΑ γιατί αυτές αποτελούν και το σημείο σταθμό για μια τέτοια ανάλυση καθώς η διαδικτυακή παρουσία τους αντιστοιχεί στο 30% με την Μεγάλη Βρετανία να ακολουθεί στο 29% (Elwell 2012). Ακολουθεί το παράδειγμα της Ελλάδας και τέλος της Γαλλίας. Η σειρά της ανάλυσης έγινε με αυτόν τον τρόπο ώστε να φανούν οι αντιθέσεις ανάμεσα στον τρόπο υιοθέτησης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από κάθε Ένοπλη Δύναμη. Από τις υπερβολικά συνδεδεμένες ΗΠΑ στην σχεδόν ανύπαρκτη διαδικτυακή παρουσία των ελληνικών Ενόπλων Δυνάμεων. Από την βρετανική παρουσία, που προσπαθεί να υιοθετήσει το δόγμα των ΗΠΑ, με την έκδοση παρεμφερών οδηγιών χρήσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Department of Defense 2010, Ministry of Defence 2009) στην έντονη ενημερωτική παρουσία των Γαλλικών Ενόπλων Δυνάμεων. Όλα τα παραπάνω παραδείγματα ανήκουν στην κατηγορία των κοινωνικών προσφορών των Ενόπλων Δυνάμεων εσκεμμένα καθώς μας ενδιαφέρει το κοινωνικό πρόσωπο των Ενόπλων Δυνάμεων και όχι η προώθηση των στρατηγικών και στρατιωτικών τους στόχων.

Η υιοθέτηση διαφορετικών πλατφορμών ήταν εμφανής. Κάθε μια Ένοπλη Δύναμη υιοθέτησε μια διαφορετική πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης που μπορεί να ταιριάζει καλύτερα στις δικές τις ανάγκες και στόχους. Δεν φαίνεται να υπάρχει κάποιος κανόνας για την δημιουργία ενός επίσημου λογαριασμού σε κάποιο Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης πέρα από την δημοφιλία του αλλά και τον βαθμό υιοθέτησης των νέων τεχνολογιών από την εκάστοτε πολιτική και στρατιωτική ηγεσία των Ενόπλων Δυνάμεων, από την οποία πηγάζουν εξάλλου και οι εντολές. Η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης παρουσιάζει αρκετές ομοιότητες αλλά και διαφορές. Η παρουσία τους στο Facebook, το Flickr και το Twitter είναι αδιαμφισβήτητη καθώς σε αυτές τις τρεις πλατφόρμες οι περισσότερες χώρες που αναλύσαμε έχουν έντονη παρουσία με το

YouTube και το Instagram να ακολουθούν. Κάθε μια από αυτές χώρες αποφασίζει να υιοθετήσει σε διαφορετικό βαθμό το εκάστοτε Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης ανάλογα με τις ανάγκες της για την μεγιστοποίηση των αποτελεσμάτων της. Αυτό οπτικοποιείται και στον Πινάκα 5.5 που ακολουθεί.

Κλείνοντας, γίνεται εμφανής ότι η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από τις Ένοπλες Δυνάμεις παρουσιάζει και κάποια προβλήματα. Αυτό ακριβώς αναλύεται και στην επομένη ενότητα καθώς αναφέρονται μερικά προβλήματα στην χρήση των ηλεκτρονικών πλατφορμών και προτείνονται μερικοί τρόποι βελτίωσης για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος.

Πινάκας 5.5

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Χώρες	Facebook	Twitter	YouTube	Instagram	Flickr
ΗΠΑ					
Στρατός Ξηράς	■	■	■	■	■
Ναυτικό	■	■	■	■	■
Αεροπορία	■	■	■	■	■
Πεζοναύτες	■	■	■	■	■
Υπουργείο Άμυνας	■	■	■	■	■
Αρχηγός Γενικού Επιτελείου	■	■	■	■	■
Ελλάδα					
Στρατός Ξηράς					
Πολεμικό Ναυτικό					
Πολεμική Αεροπορία		■	■		
Υπουργείο Εθνικής Άμυνας	■	■	■		■
Αρχηγός Γενικού Επιτελείου Εθνικής Άμυνας					

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Χώρες	Facebook	Twitter	YouTube	Instagram	Flickr
Μεγάλη Βρετανία					
Στρατός Ξηράς	■	■	■	■	
Βασιλικό Ναυτικό	■	■	■		
Βασιλική Αεροπορία	■	■	■		
Υπουργείο Άμυνας	■	■	■	■	■
Αρχηγός Γενικού Επιτελείου					
Γαλλία					
Στρατός Ξηράς	■	■			
Ναυτικό	■	■			
Αεροπορία	■	■		■	
Υπουργείο Άμυνας	■	■	■		
Αρχηγός Γενικού Επιτελείου	■				

Ο Πίνακας 5.5 δείχνει τον τρόπο που οι Ένοπλες Δυνάμεις από τέσσερις διαφορετικές χώρες (ΗΠΑ, Ελλάδα, Μεγάλη Βρετανία, Γαλλία) έχουν υιοθετήσει τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για την προβολή των κοινωνικών τους δράσεων. Η διαφορά ανάμεσα στον βαθμό υιοθέτησής τους είναι εμφανής.

5.2 Προβλήματα στην παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Αναλύοντας την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ήταν αναπόφευκτο παρά να εμφανιστούν κάποια προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίζουν οι Ένοπλες Δυνάμεις με την παρουσία τους στις συγκεκριμένες πλατφόρμες πολυμέσων. Ξεκινώντας με τα προβλήματα γίνεται αναφορά σε μερικά από αυτά επιλεκτικά καθώς υπάρχουν αναρίθμητα προβλήματα που μπορεί να αναφέρει κανείς. Γίνεται επιλογή και ταξινόμηση των πιο βασικών προβλημάτων, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν αναγνωρίζονται και άλλα εκτός από αυτά που θα αναφερθούν στις γραμμές που ακολουθούν.

Οι Kietzmann *et al.* (2011) ορίζουν ότι τα

«Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης χρησιμοποιούν τις κινητές και τις βασισμένες στο Διαδίκτυο τεχνολογίες για να δημιουργήσουν εξαιρετικά διαδραστικές πλατφόρμες μέσα από τις οποίες τα άτομα και οι κοινωνίες μοιράζονται, συν-δημιουργούν, συζητούν, και τροποποιούν το περιεχόμενο που παράγουν οι χρήστες».

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης όμως εκτός από διαδραστικά είναι και άμεσα, με την ταχύτητα της ενημέρωσης να είναι αυτήν που τα χαρακτηρίζει. Από την στιγμή που δημοσιεύεται κάτι σε μια κοινωνική πλατφόρμα αυτομάτως αποκτά πρόσβαση σε αυτό οποιοσδήποτε χρήστης σε ολόκληρη την υφήλιο. Αυτομάτως το μεγαλύτερο θετικό στην χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης γίνεται και το μεγαλύτερο αρνητικό. Είναι βασικό να μην ξεχνάει κανείς ότι στον κυβερνοχώρο οι πληροφορίες αποθηκεύονται, μοιράζονται και επικοινωνούν μεταξύ τους διαδικτυακά καθώς είναι πρωτίστως ένα περιβάλλον πληροφοριών αποτελούμενο από δίκτυα υπολογιστών (Singer & Friedman 2014). Αυτό είναι και το βασικό πρόβλημα που προκύπτει με την χρησιμοποίηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης για τις Ένοπλες Δυνάμεις, η αμεσότητα ίσως θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και σαν τον διπρόσωπο θεό Ιανό.

Κατά τις αρχές της δεκαετίας του 2000, όταν και πρωτοεμφανίστηκε αυτή η διαδραστική τεχνολογία και υιοθετήθηκε από τους υπηρετούντες στις Ένοπλες Δυνάμεις, δημιουργήθηκαν σημαντικά προβλήματα. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αναφέρει η Robbins (2007) όταν ένας δημοσιογράφος καλεί το αμερικανικό Υπουργείο Άμυνας και ζητά διευκρινίσεις σχετικά με το

γεγονός ότι Αμερικανοί στρατιώτες χρησιμοποιούν σκυλιά για εξάσκηση στην σκοποβολή στο Ιράκ το οποίο και έμαθε από μια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης και έψαχνε για κάποιο επίσημο σχόλιο από τον εκπρόσωπο του Υπουργείου. Ο χρόνος από την στιγμή της δημοσιοποίησης ως ότου φτάσει στο ευρύ κοινό είναι μηδαμινός μην αφήνοντας στον εκπρόσωπο όχι μόνο χρόνο για να αντιδράσει αλλά και για να ενημερωθεί για το συγκεκριμένο γεγονός. Έτσι λοιπόν μια ενιαία στάση πρέπει να ληφθεί για την προστασία της κοινωνικής εικόνας των Ενόπλων Δυνάμεων αναλαμβάνοντας τις ευθύνες τους (Turner 2014). Συχνά χάρις την αμεσότητα, την αποδοτικότητά τους και την άμεση ανατροφοδότηση (feedback) που λαμβάνει κανείς από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης σώζονται ανθρώπινες ζωές και περιουσίες όπως στις πλημμύρες στο Μίλλινγκτον των ΗΠΑ όπου χιλιάδες άνθρωποι σώθηκαν επειδή ο τοπικός Διοικητής του Ναυτικού τα χρησιμοποίησε με αποτελεσματικό τρόπο και ενημέρωσε τον τοπικό πληθυσμό για τους τρόπους αντιμετώπισης μιας τέτοιας κατάστασης (Navy Command 2010). Και τα δυο αυτά παραδείγματα, αν και το ένα είναι θετικό και το άλλο αρνητικό εκθέτουν το έρμαιο της αμεσότητας.

Ένας από τους βασικούς κανόνες λειτουργίας των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι η διασφάλιση της αξιοπιστίας των λογαριασμών τους με την ταυτοποίησή τους από τα επίσημα κανάλια επικοινωνίας και η ομαλή παρουσία τους σε αυτά υπογραμμίζοντας ότι οτιδήποτε δημοσιοποιούν σε αυτές τις κοινωνικές πλατφόρμες αποτελούν μια επίσημη δήλωση εκ μέρους τους (Ministry of Defence 2009, Department of Defense 2010, Navy Command 2010). Ο αντίκτυπος λοιπόν όταν στις 12 Ιανουαρίου του 2015 οι λογαριασμοί του Twitter και του YouTube της Κεντρικής Διοίκησης των ΗΠΑ (U.S. Central Command - CENTCOM) παραβιάστηκαν από μια ομάδα χάκερ φιλικά προσκείμενων στο Ισλαμικό Κράτος (ΙΚ) (Tucker 2015, Thompson 2015, Koebler & Pearson 2015) ήταν τεράστιος.

Χρησιμοποιώντας τον επίσημο λογαριασμό αυτού του σχηματισμού μάχης των ΗΠΑ οι υπαίτιοι της διαδικτυακής παραβίασης του λογαριασμού αντικατέστησαν την επίσημη εικόνα του με έναν μασκοφόρο τζιχαντιστή και δημοσίευσαν εικόνες που έδειχναν ότι είχαν αποκτήσει διάφορα σημαντικά απόρρητα έγγραφα του αμερικανικού Υπουργείου Άμυνας όπως μας ενημερώνει ο Tucker (2015). Αυτή η ενέργεια είχε σαν αποτέλεσμα να ανασταλεί ο επίσημος λογαριασμός της Κεντρικής Διοίκησης (CENTCOM) από το Twitter και η είσοδός του σε αυτόν να καταστεί αδύνατη (Thompson 2015). Αργότερα η Κεντρική Διοίκηση (CENTCOM) (2015) δημοσιοποιεί με ένα Δελτίο Τύπου την αυθεντικότητα της παραβίασης των επίσημων λογαριασμών της στο Twitter και το YouTube για περίπου 30 λεπτά υπογραμμίζοντας ότι αυτές οι πλατφόρμες

πολυμέσων βασίζονται σε πολιτικές και όχι στρατιωτικές υποδομές αναγνωρίζοντας την διαρροή κάποιων πληροφοριών αλλά διαβεβαίωσαν ότι δεν ήταν διαβαθμισμένου χαρακτήρα. Δεν είναι ακραίο λοιπόν να θεωρεί κανείς ότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης μπορούν να αποτελέσουν μια δυνητική απειλή για την εμπιστευτικότητα, την ακεραιότητα και την διαθεσιμότητα των δικτύων λόγω των πληροφοριών που αποθηκεύουν και διαβιβάζουν σύμφωνα με τον Lawson (2013). Ακόμα και η πιο απλή παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, με έναν λογαριασμό ο οποίος διαχειρίζεται από έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή που μπορεί να έχει πρόσβαση σε διαβαθμισμένα έγγραφα ή σε ένα ασφαλές δίκτυο μπορεί να θέσει σε κίνδυνο την συνολική κυβερνοάμυνα της χώρας με καταστροφικές συνέπειες σε περίπτωση παραβίασης. Μάλιστα μια άποψη που με την πάροδο του χρόνου κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος έχει να κάνει ότι σε περίπτωση παραβίασης ενός ασφαλούς δικτύου, που μπορεί να έχει προκύψει κάλλιστα από μια περίπτωση σαν και αυτή, ο υπαίτιος δεν θα έχει ως στόχο να κλέψει τα δεδομένα στα οποία απέκτησε πρόσβαση αλλά να τα αλλοιώσει και να τα χειραγωγήσει αλλάζοντας την αντίληψη για το τι είναι πραγματικό και τι όχι (Tucker 2015). Όλα αυτά από έναν υπολογιστή που χρησιμοποιείται για μια απλή δημοσιοποίηση στο Facebook. Η εκμετάλλευση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης για μυστικές επιχειρήσεις απόσπασης πληροφοριών μόλις έχει ξεκινήσει.

Είναι γνωστό ότι στελέχη του προσωπικού του αμερικανικού Ναυτικού διατηρούν έναν προσωπικό λογαριασμό στο Facebook αλλά και σε πολλές άλλες μορφές κοινωνικών δικτύων με σκοπό την επικοινωνία κάνοντας απαραίτητη έτσι την επίσημη παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων σε αυτές τις πλατφόρμες καθώς οι ηγέτες του αύριο προέρχονται από μια διασυνδεδεμένη γενιά, καθώς έχουν μεγαλώσει με έναν συγκεκριμένο τρόπο διασύνδεσης της κοινωνικής και της διαδικτυακής τους ζωής (Navy Command 2010, Deirdre & Rohozinski 2008). Έτσι λοιπόν οι Ένοπλες Δυνάμεις πρέπει να βρουν μια λύση σε αυτό το πρόβλημα για να μπορέσουν να αξιοποιήσουν τις δυνάμεις της νεολαίας μέσα από μια πολιτισμική και κοινωνική αλλαγή η οποία επίκειται (Joint Chiefs of Staff 2015). «*Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι το Διαδίκτυο και το Διαδίκτυο είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*» όπως αναφέρει και ο Lawson (2013) άρα για να δοθεί μια λύση σε αυτό το πρόβλημα απαιτείται να παρέλθει κάποιος χρόνος και οι Ένοπλες Δυνάμεις να συνεχίσουν την υιοθέτησή τους για την ολοένα και αυξανόμενη χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης αν θέλουν να είναι ανταγωνιστικές ή μπορούν διαφορετικά να ακολουθήσουν το παράδειγμα της καθολικής αποχής της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας που αποφάσισε να στρουθοκαμηλίσει σε μια τόσο σημαντική τεχνολογική εξέλιξη (Agence France-Press 2011) που θα σημαδέψει τις επόμενες γενιές.

Αν και ο τρόπος για να νικήσει κανείς τις «καρδίες και τα μυαλά» των ανθρώπων έχει ένα μεγάλο έρεισμα στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης μπορεί κανείς να ισχυριστεί ωστόσο ότι τα αποτελέσματα που λαμβάνονται από την χρήση τους υπερνικούν τους κίνδυνους ασφαλείας που μπορεί να παρουσιάζονται (Lawson 2013).

Η αμερικανική Ναυτική Διοίκηση (Navy Command) (2010) αναφέρει ότι όταν κάποιος έχει μια παρουσία σε ένα Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης τότε πρέπει ο επίσημος λογαριασμός του να είναι ενεργός και δραστήριος διαφορετικά οι πληροφορίες που θα ήθελε να μοιραστεί θα ήταν το ίδιο χρήσιμες και από την απλή ιστοσελίδα του σώματος. Πρέπει δηλαδή όχι μόνο να νικηθεί το πρόβλημα της απλής παρουσίας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αλλά να υπάρχει μια συγκεκριμένη φιλοσοφία ενημέρωσης και σωστής χρήσης. Παράδειγμα προς αποφυγή αποτελεί η περίπτωση του επίσημου λογαριασμού Flickr του ελληνικού Γενικού Επιτελείου Εθνικής Άμυνας (2015) με 9 μονάχα ακολούθους που αν και μέλος από τον Μάρτιο του 2014 δεν έχει καμία δραστηριότητα να υποδείξει για πάνω από έναν χρόνο.

Επίσης ένα ακόμη πρόβλημα σχετικά με την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, έχει να κάνει με την παρουσία του επίσημου λογαριασμού της αμερικανικής Αφρικανικής Διοίκησης (U.S. African Command - USAFRICOM) (2015) στην πλατφόρμα του Flickr όπου αν και δημοσιεύει τακτικά φωτογραφίες με τις δράσεις του, εντούτοις δεν την χρησιμοποιεί σωστά καθώς δεν προσθέτει τις απαραίτητες περιγραφές για την ενημέρωση του περιηγητή. Άλλο ένα παράδειγμα ανενεργού χρήστη στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελεί το επίσημο κανάλι στο YouTube της «Πολυεθνικής Δύναμης - Ιράκ» (Multi-National Force - Iraq) από το 2008, ένα καινοτόμο για τα τέλη της δεκαετίας του 2000 εγχείρημα από τον πρωτοπόρο Αμερικανό Διοικητή των δυνάμεων της συμμαχίας του Βορειοατλαντικού Συμφώνου Στρατηγό Πετρέους κατανοώντας πρώτος τις δυνατότητες που παρέχουν στις Ένοπλες Δυνάμεις οι διαδικτυακές πλατφόρμες τέτοιου είδους (Lawson 2013) στην δύσκολη αποστολή τους.

Για την παρουσία τους σε αυτά τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης οι Ένοπλες Δυνάμεις βασίζονται σε εξειδικευμένο στρατιωτικό προσωπικό που έχει εκπαιδευτεί κατάλληλα ώστε να καταφέρει και να αναγνωρίζει τους κινδύνους που μπορεί να προξενηθούν από μια κακή ή και αλόγιστη χρήση αυτών των υπηρεσιών όπως ορίζουν και οι διατάξεις για την ορθή χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης για τις Ένοπλες Δυνάμεις (Ministry of Defence 2009, Department of Defense 2010, Navy Command 2010). Το πρόβλημα που προκύπτει σχετικά με την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων είναι ότι στην σημερινή διαδικτυακή εποχή παρουσιάζεται δίλημμα στο

πως να κρατηθεί το κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό στην ενεργό υπηρεσία για τις Ένοπλες Δυνάμεις την στιγμή που υπάρχουν πολύ πιο προσοδοφόρες ευκαιρίες καριέρας στον ιδιωτικό τομέα. Παρατηρείται έντονη δραστηριότητα στο γεγονός ότι οι Ένοπλες Δυνάμεις χάνουν άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό για εταιρείες με έδρα το Χόλιγουντ και την Γουόλ Στριτ όπως αναφέρει και η Sternstein (2015) αλλά και σε άλλες ασχολίες υψηλότερης χρηματικής απολαβής καθώς οι ταλαντούχοι αυτοί ένστολοι αισθάνονται εγκλωβισμένοι στην άκαμπτη στρατιωτική ιεραρχία (Barno & Bensahel 2015).

Αυτά τα προβλήματα έρχονται να προστεθούν στο ότι δεν υπάρχει μια επίκαιρη και ειλικρινής προσπάθεια ώστε να κατανοηθούν καλύτερα τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης από τους ανώτερους αξιωματικούς που είναι υπεύθυνοι για την δημιουργία της πολιτικής την οποία ακολουθούν τα υπόλοιπα στελέχη των Ενόπλων Δυνάμεων. Οι υπάρχουσες διαταγές και υπομνήματα που χρησιμοποιούνται για την ανάλυση του ρόλου των Ενόπλων Δυνάμεων και της παρουσίας τους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, από διαφορετικές χώρες, δεν είναι αρκετά εκσυγχρονισμένες ώστε να εξασφαλίζουν μια ομαλή μετάβαση στην ψηφιακή εποχή όπου καλούνται οι Ένοπλες Δυνάμεις να υπερασπιστούν την κρατική κυριαρχία.

Ένα τελευταίο πρόβλημα είναι η πληθώρα Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης που παρατηρείται να είναι διαθέσιμα στο Διαδίκτυο (Craig 2013). Στα πρώτα κεφάλαια της εργασίας υπογραμμιστήκαν οι διαφορετικές κατηγορίες Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και αναφερθήκαν τα πέντε βασικά στα οποία θα εστίαζε η έρευνα. Αυτό δεν σημαίνει ότι κάποιες άλλες πλατφόρμες, σαν και αυτές που παρουσιάστηκαν στον Πίνακα 2.1 δεν είναι σημαντικές για μελέτη, απλά ότι κάποιες άλλες θεωρήθηκαν πιο σημαντικές με βάση την δημοφιλία τους (Pew Research Center 2012). Αυτή η πλειάδα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης κάνει δύσκολη την καθημερινή αποστολή για τις Ένοπλες Δυνάμεις να κρατούνται ενήμερες για τις τάσεις της τεχνολογίας. Η απόφαση για μια παρουσία σε ένα διαφορετικό Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης δεν είναι τόσο εύκολη όσο όταν δημιουργείται ένας προσωπικός λογαριασμός καθώς οι δημοσιεύσεις των Ενόπλων Δυνάμεων αποτελούν εκφάνσεις της εκάστοτε πολιτικής και στρατιωτικής ηγεσίας που έχουν παρθεί μετά από έναν μεγάλο και επίπονο κύκλο διαβουλεύσεων. Αυτό μάλιστα φαίνεται και από τα διαφορετικά Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης που έχουν αποφασίσει να υιοθετήσουν οι Ένοπλες Δυνάμεις των χωρών που αναλύσαμε και στην προηγούμενη ενότητα.

Αναμφίβολα τα προβλήματα είναι πολλά περισσότερα από αυτά που αναφέρθηκαν, αλλά τα παραπάνω είναι ίσως από τα σημαντικότερα. Από την αργή υιοθέτηση των Μέσων Κοινωνικής

Δικτύωσης και των κοινωνικών τάσεων στην τεχνολογία στην απώλεια των διαβαθμισμένων και απορρήτων εγγράφων η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι σαν ένα καλοστημένο ναρκοπέδιο το οποίο πρέπει κανείς να το διαβεί με την ύψιστη προσοχή αν θέλει να φτάσει στο τέρμα, που δεν είναι άλλο από τον τρόπο κατάκτησης των «καρδιών και μυαλών» των ανθρώπων στον παλμό της κοινωνίας. Στην ενότητα που ακολουθεί γίνεται μια αναφορά σε μερικούς τρόπους βελτίωσης της παρουσίας των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ώστε να ολοκληρωθεί και το πέμπτο κεφάλαιο της εργασίας.

5.3 Τρόποι Βελτίωσης της παρουσίας των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Ένα από τα πρώτα βήματα που θα μπορούσε να κάνει κανείς ενάντια στην εξάλειψη των προβλημάτων στην παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αφορά την μείωση του ανθρώπινου παράγοντα λάθους. Για παράδειγμα, στην περίπτωση της Κεντρικής Διοίκησης των ΗΠΑ (U.S. Central Command - CENTCOM), που αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, η παραβίαση ασφαλείας στους επίσημους λογαριασμούς της στο YouTube και στο Twitter οφειλόταν σε ανθρώπινο λάθος καθώς ο αξιωματούχος ξέχασε να χρησιμοποιήσει ένα χαρακτηριστικό ασφαλείας που προτείνει η πλατφόρμα ακόμα και η πλατφόρμα του Twitter δίνοντας με αυτόν τον τρόπο την ευκαιρία στους επιτιθέμενους να φέρουν εις πέρας την αποστολή τους αποκτώντας πρόσβαση στους επίσημους λογαριασμούς (Tucker 2015). Για την αποφυγή τέτοιων περιπτώσεων που μπορεί να έχουν ακόμα μεγαλύτερες συνέπειες είναι επιτακτική μια καλύτερη εκπαίδευση του προσωπικού και η λειτουργία αυτών των επίσημων λογαριασμών να γίνεται μονάχα από ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό που έχει λάβει την κατάλληλη κατάρτιση και αναγνωρίζει τους κινδύνους που ελλοχεύουν από μια λανθασμένη χρήση, όπως ρητά αναφέρουν οι διατάξεις και τα υπομνήματα των ΗΠΑ και Μεγάλης Βρετανίας (Ministry of Defence 2009, Department of Defense 2010, Navy Command 2010).

Επίσης σημαντικό θα ήταν να αποφεύγεται η φύλαξη σημαντικών και απορρήτων εγγράφων σε υπολογιστές που έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο και πόσο μάλλον σε υπολογιστές που χρησιμοποιούνται για την ανάρτηση ενημερώσεων και πολυμέσων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης γιατί, όπως αποδείχθηκε παραπάνω, μια παραβίαση είναι αρκετό εύκολο να συμβεί. Για να βελτιωθεί λοιπόν η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης — αλλά και στους άλλους τομείς της κυβερνοάμυνας — πρέπει να αναθεωρηθούν κάποιοι βασικοί κανόνες και να ενισχυθούν τα προνόμια προς το προσωπικό έτσι ώστε η σύγχρονη στρατιωτική δομή να ανταγωνίζεται τις παροχές των ιδιωτικών επιχειρήσεων και να είναι ικανή να στρατολογή άτομα ικανά για αυτές τις αποστολές με στόχο να μπει ένα τέλος σε αυτήν την αιμορραγία εξειδικευμένων ανθρωπίνων πόρων (Barno & Bensahel 2015).

Η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης μας φέρνει αντιμέτωπους και με άλλο ένα πρόβλημα που χρειάζεται να λυθεί και αυτό δεν είναι άλλο από την ανάγκη δημιουργίας και

διατήρησης αρχείων με την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων σε αυτές τις πλατφόρμες. Με την ολοένα και αυξανόμενη χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης η ανάγκη να ερευνηθεί ο τρόπος βελτίωσης της αποθήκευσης των αρχείων που παράγονται σε αυτές τις πλατφόρμες από τις Ένοπλες Δυνάμεις αυξάνεται καθημερινά και η δυνατότητα αναδρομής σε αυτά με έναν απλό, αποτελεσματικό και οικονομικό τρόπο είναι αναγκαία (National Archives 2013). Οι διαδικτυακές πλατφόρμες διατηρούν τα δικά τους αρχεία δημοσιεύσεων, αλλά οι Ένοπλες Δυνάμεις, με τον βασικό ρόλο που διαδραματίζουν, πρέπει να έχουν την δική τους δυνατότητα πρόσβασης στο ιστορικό των δημοσιεύσεών τους με έναν αξιόπιστο τρόπο. Δεν μπορούν να εξαρτώνται από ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Οι παραπάνω προβληματισμοί οδηγούν στο ότι μια καινούρια και πιο συγκεκριμένη πολιτική για την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι απαραίτητη. Φυσικά, για να ανανεωθεί μια σχετικά πρόσφατη πολιτική — οι ΗΠΑ δημοσίευσαν την πιο πρόσφατη πολιτική τους για την παρουσία τους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης το 2010 (Department of Defense 2010) και η Μεγάλη Βρετανία το 2009 (Ministry of Defence 2009) — δεν είναι εύκολο. Η κοινωνία σήμερα γίνεται ολοένα και πιο εξαρτημένη από τις διαδικτυακές υπηρεσίες με το Διαδίκτυο και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχουν καταφέρει να εισβάλλουν για τα καλά στην ζωή μας. Έτσι λοιπόν, τα επιτελεία και γενικότερα οι διαμορφωτές της επίσημης πολιτικής πρέπει να καταλάβουν τον ρόλο που παίζουν αυτές οι πλατφόρμες στην κοινωνία προτού να είναι αργά και οι Ένοπλες Δυνάμεις χάσουν την δυνατότητα να μπορούν να τις εκμεταλλευτούν. Ο δυτικός τρόπος σκέψης έχει να κάνει με την ελεύθερη επικοινωνία και την ανταλλαγή ιδεών, καθώς κανείς δεν θέλει να οδηγηθεί σε μια κοινωνία σαν και αυτήν που περιγραφεί ο Όργουελ στο 1984 (1999) όπου απαγορεύονται ορισμένες βασικές ελευθερίες αγνοώντας την εξέλιξη της κοινωνίας. Το παράδειγμα της Κίνας όπου και τα πέντε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης πάνω στα οποία βασίσαμε την εργασία για την παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων είναι απαγορευμένα (Carson 2015) είναι χαρακτηριστικό.

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι αρκετά δημοφιλή στις ηλικίες κάτω των 30 ετών και αν αναλογιστεί κανείς ότι το 50% του παγκόσμιου πληθυσμού είναι σήμερα κάτω των 30 ετών (Gupta & Brooks 2013) αποτελεί μια βασική προϋπόθεση για την περαιτέρω παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων σε αυτά καθώς από εκεί αντλούν το μελλοντικό έμπυχο δυναμικό και τους μετέπειτα ηγέτες του στρατεύματος (Joint Chiefs of Staff 2015). Το μεγάλο τους νούμερο, καθώς ξεπερνούν τα 500 όπως μας αναφέρει και ο Craig (2013), καθιστά απαγορευτική την παρουσία των

Ενόπλων Δυνάμεων σε όλες αυτές τις πλατφόρμες. Αντ' αυτού μια σημαντική, καθημερινή και ισορροπημένη παρουσία στα σημαντικότερα από αυτά κρίνεται απαραίτητη. Ο αριθμός αυτών που χρησιμοποιούν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχει διπλασιαστεί από το 2008 όπως υπογραμμίζουν οι Hampton *et al.* (2011) και το 71% από αυτούς που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο διατηρούν παράλληλα και έναν λογαριασμό στο Facebook (Duggan *et al.* 2015). Οι Ένοπλες Δυνάμεις πρέπει να μελετήσουν αυτά τα ποσοστά και να δράσουν στο να εδραιώσουν την παρουσία τους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Σαν παράδειγμα προς μίμηση θα χρησιμοποιήσουμε τις αμερικάνικες Ένοπλες Δυνάμεις με την μεγαλύτερη και ορθότερη διαδικτυακή παρουσία σε αυτές τις κοινωνικές πλατφόρμες, ένα παράδειγμα που πρέπει να ακολουθηθεί κατά πόδας από μικρότερες χώρες όπως η Ελλάδα.

Μια ομογενοποιημένη παρουσία λοιπόν στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι απαραίτητη. Θεωρείται μοιραίο λάθος στην σημερινή εποχή να μην υπάρχει μια οργανωμένη και επίσημη παρουσία σε αυτές τις υπηρεσίες. Το ελληνικό Γενικό Επιτελείο Στρατού (2015) και το Πολεμικό Ναυτικό (2015) δεν έχουν καμία παρουσία σε κάποια διαδικτυακή πλατφόρμα. Κάτι τέτοιο, για μια χώρα που είναι κράτος-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του NATO θεωρείται αναχρονιστικό για τα σημερινά τεχνολογικά και κοινωνικά δεδομένα. Δεν πρέπει κάποιος να υποβαθμίζει την σπουδαιότητά τους. Η παρουσία τους στην καθημερινότητα είναι αδιαμφισβήτητη και πρέπει να έχουν ήδη κερδίσει την προσοχή αν θέλει κάποιος να καταλάβει καλύτερα την κοινωνία του αύριο.

Συνεχίζοντας, ένας τρόπος βελτίωσης της παρουσίας των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχει να κάνει με την ακόμη μεγαλύτερη προβολή των κοινωνικών τους δράσεων σε αυτές τις υπηρεσίες. Ο κόσμος πιστεύει ότι οι Ένοπλες Δυνάμεις έχουν ως στόχο την διασφάλιση της άμυνας, της ασφάλειας και της αποτρεπτικής τους ικανότητας (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας 2015) προστατεύοντας παράλληλα την εθνική κυριαρχία της χώρας αλλά και των συμμάχων της ενάντια σε οποιαδήποτε απειλή (Joint Chiefs of Staff 2015). Ο Δημήτρης Αβραμόπουλος, πρώην Υπουργός Εθνικής Άμυνας της Ελλάδας, αναφέρει ξεκάθαρα στην Λευκή Βίβλο του Υπουργείου Εθνικής Άμυνας (2015) ότι

«απώτερος στόχος μας, η συνεχής μετεξέλιξη, ο μετασχηματισμός και η διαρκής προσαρμογή των ελληνικών Ενόπλων Δυνάμεων στα σύγχρονα δεδομένα».

Κάτι τέτοιο μπορεί να επιτευχθεί μονάχα με την υιοθέτηση των καινούριων τεχνολογιών και μέσων επικοινωνίας. Οι δίαυλοι επικοινωνίας σήμερα δεν είναι άλλοι από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης καθώς τα συμβατικά κανάλια επικοινωνίας έχουν αποδυναμωθεί. Άρα η παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων σε αυτά πρέπει να αυξηθεί κατακόρυφα αν θέλει κανείς να έχει την δυνατότητα εκμετάλλευσης του μέλλοντος. Με μια μεγαλύτερη παρουσία και καλύτερη προβολή των κοινωνικών δράσεων των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης η στάση της κοινωνίας μπορεί να αλλάξει και να κατανοήσει ότι η κοινωνική προσφορά των Ενόπλων Δυνάμεων αποτελεί ένα αναπόσπαστο τμήμα του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας 2015).

Εν κατακλείδι, οι τρόποι βελτίωσης των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης περιορίζονται μονάχα από την φαντασία. Μια οργανωτική αναδιάρθρωση στην στελέχωση των Ενόπλων Δυνάμεων με έμφαση στην παρουσία τους σε αυτές τις διαδικτυακές πλατφόρμες με έναν δημιουργικό και αποτελεσματικό τρόπο θα ήταν το καλύτερο φάρμακο για την θεραπεία της προβληματικής τους παρουσίας. Με την πάροδο του χρόνου η συνεισφορά των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην κοινωνία θα γίνει ολοένα και πιο εμφανής και οι Ένοπλες Δυνάμεις θα πρέπει να αποκτήσουν κάποιο έρεισμα σε αυτόν τον ψηφιακό κόσμο. Τα συμπεράσματα που εξάγονται ποικίλουν και συνοψίζονται στην συνέχεια.

Συμπεράσματα

Η σημασία της πληροφορίας στην σύγχρονη εποχή είναι αδιαμφισβήτητη (Wilson 2006) και μαζί με την παρουσία του Διαδικτύου έχει καταφέρει να εδραιωθεί στις προτεραιότητες των Ενόπλων Δυνάμεων (Cabinet Office 2011 & 2014, Department of Defense 2003 & 2012, Dale & Towell 2013). Το ίδιο ισχύει και για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και τις δυνατότητες που προσφέρουν στους χρήστες τους (Duggan *et al.* 2015, Hampton *et al.* 2011, Gupta & Brooks 2013). Ο τρόπος διαχείρισης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από τις Ένοπλες Δυνάμεις για την προβολή των κοινωνικών τους δράσεων απαιτούσε λοιπόν ανάλυση.

Τα συμπεράσματα που εξάγονται έχουν να κάνουν με την ολοένα και αυξανόμενη σημασία των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην σημερινή εποχή. Με την ευρεία υιοθέτησή τους από την κοινωνία (Pew Research Center 2012) οι Ένοπλες Δυνάμεις αναγκάζονται να υιοθετήσουν αυτές τις νέες τεχνολογίες για να ενημερώνουν τον κόσμο για τις κοινωνικές τους δράσεις (Joint Chiefs of Staff 2015). Βέβαια πρέπει να υπογραμμιστεί ότι οι κοινωνικές δράσεις των Ενόπλων Δυνάμεων γίνονται γιατί η προσφορά στο κοινωνικό σύνολο αποτελεί βασική τους αρχή (Υπουργείο Εθνικής Άμυνας 2015, Joint Chiefs of Staff 2014).

Μέσα από τα παραδείγματα στα προηγούμενα κεφάλαια φαίνεται η σημασία που έχουν προσδώσει στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης οι Ένοπλες Δυνάμεις καθώς η παρουσία τους σε αυτά εντείνεται συνεχώς και προσπαθούν να εξοικειωθούν με την χρήση τους (Montgomery 2015). Χώρες με βαθιά ενσωμάτωση των κοινωνικών δικτύων στην καθημερινότητά τους όπως οι ΗΠΑ έχουν αποδεχθεί σχεδόν καθολικά την αναγκαιότητα για μια επαρκή παρουσία των Ενόπλων Δυνάμεων σε αυτές τις συνδυαστικές πλατφόρμες (Pew Research Center 2012). Η διαφορά όμως εναπόκειται στο ότι χώρες με επίσης εξαιρετικά υψηλά ποσοστά χρήσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης όπως η Μεγάλη Βρετανία και η Γαλλία (Pew Research Center 2012) δεν παρουσιάζουν τον ίδιο βαθμό ενσωμάτωσής τους στις Ένοπλες Δυνάμεις τους. Στην περίπτωση της Ελλάδας οι εφαρμογές διαλειτουργικών τεχνολογιών αναφέρονται στην Λευκή Βίβλο του Υπουργείου Εθνικής Άμυνας (2015) αλλά δεν φαίνεται να έχουν υιοθετηθεί όσο αφορά την παρουσία των Ένοπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, παραμένοντας η χώρα με την μικρότερη παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα.

Η ανάγκη για μια καινούρια τακτική εκπροσώπησης των Ενόπλων Δυνάμεων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι υπαρκτή (Tucker 2014) αν θέλουν να αποκτήσουν ένα σωστό και οργανωμένο τρόπο προβολής των κοινωνικών τους δράσεων. Οι διαδραστικές αυτές πλατφόρμες πολυμέσων προσδίδουν μια πρωτοφανή για τα ανθρωπινά δεδομένα αμεσότητα ενημέρωσης που πρέπει να αξιοποιηθεί.

Αβίαστα λοιπόν συνάγεται το συμπέρασμα ότι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχουν αποκτήσει μια σημαντική θέση στην σημερινή κοινωνία και αυτό μας το δείχνει ο βαθμός υιοθέτησής τους (Pew Research Center 2012). Οι Ένοπλες Δυνάμεις με το να τα χρησιμοποιούν για να προβάλλουν τις κοινωνικές τους δράσεις κερδίζουν τις καρδιές και τα μυαλά των ανθρώπων (Lawson 2013) προωθώντας το αίσθημα της κοινωνικής προσφοράς σε ολόκληρη την κοινωνία. Ο τρόπος επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης με τον κοινωνικό ιστό έχει περάσει σε διαφορετικό επίπεδο και πρέπει οι Ένοπλες Δυνάμεις να αξιοποιήσουν στο μέγιστο το ό,τι έχουν να τους προσφέρουν οι νέες αυτές τεχνολογίες.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Γενικό Επιτελείο Εθνικής Άμυνας (2014), Φυλλάδιο Κοινωνικής Προσφοράς Έτους 2014, Τμήμα Ενημέρωσης Τύπου

Κωνσταντίνος Κολιόπουλος (2008), Η Στρατηγική Σκέψη, Ποιότητα

Μακιαβέλλι Νικκολό (2006), Ο Ηγεμόνας, Κάκτος

Όργουελ Τζώρτζ (1999), 1984, Κάκτος

Πυροσβεστικό Σώμα (2014), Δραστηριότητες Πυροσβεστικού Σώματος Έτους 2014, Αρχηγείο Πυροσβεστικού Σώματος

Ρουσό Ζαν-Ζακ (2012), Το Κοινωνικό Συμβόλαιο, Πόλις

Τσουρέας Ευστράτιος και Τσουρέας Γεώργιος (2014), Αρχαία Ελληνική Θεματογραφία: Ξενοφώντας, Ισοκράτης, Πλάτωνας, Υπερείδης, Δημοσθένης, Αισχίνης, Λυσίας, Αριστοτέλης, Θουκυδίδης, Πρώτος Τόμος, Τσουρέα

Υπουργείο Εθνικής Άμυνας (2015), Λευκή Βίβλος 2014

Howard Michael (2000), Ο Ρόλος του Πολέμου στην Νεότερη Ευρωπαϊκή Ιστορία, Ποιότητα

Ξενόγλωσση

Breuer Anita, Landman Todd, Farquhar Dorothea (9/4/2014), Social Media and protest mobilization: evidence from the Tunisian revolution, Democratization, Taylor & Francis

Cabinet Office (November 2011), The UK Cyber Security Strategy - Protecting and promoting the UK in a digital World

Cabinet Office (December 2014), The UK Cyber Security Strategy - Report and Forward Plans

Comunello Francesca and Anzera Giuseppe (5/9/2012), Will the revolution be tweeted? A conceptual framework for understanding the social media and the Arab Spring, slam and Christian-Muslim Relations, Taylor & Francis, 23:4, 453-470

Dale Catherine and Towell Pat (13/8/2013), In Brief: Assessing the January 2012 Defense Strategic Guidance (DSG), Congressional Research Service, R42146

Department of Defense (25/2/2010), Directive-Type Memorandum (DTM) 09-026 - Responsible and Effective use of Internet-based Capabilities, Deputy Secretary of Defense

Department of Defense (30/10/2003), Information Operations Roadmap 2003

Department of Defense (June 2015), Law of War Manual, Office of General Counsel

Department of Defense (January 2012), Sustaining U.S. Global Leadership: Priorities for the 21st Century Defense

Department of Defense (2015), The DoD Cyber Strategy

Drapeau Mark and Wells Linton II (April 2009), Social Software and National Security: An Initial Net Assessment, Center for Technology and National Security Policy, National Defense University

Duggan Maeve (28/10/2013), Photo and Video Sharing Grow Online, Pew Research Center

Duggan M., Ellison N.B., Lampe C., Lenhart A. and Madden M. (January 2015), Social Media Update 2014, Pew Research Center

Duncan Kirk A. (2013), Assessing The Use Of Social Media In A Revolutionary Enviroment, Naval Postgraduate School

Elwell Andrew (2012), Social Media in Defence 2012, Defence iQ

Gambs Deborah (26/6/2012), Occupying Social Media Socialism and Democracy, Taylor & Francis, 26:2

Ghonim Wael (2012), *Revolution 2.0: The Power of the People is Greater than the People in Power: A Memoir*, HarperCollins UK

Greulich Diehl Jane (13/7/2015), *Official Opening Ceremony of the West Africa Disaster Preparedness Initiative*, Center for Disaster and Humanitarian Assistance Medicine Henry M. Jackson Foundation

Gupta Ravi and Brooks Hugh (2013), *Using Social Media For Global Security*, John Wiley & Sons, Inc.

Hampton Keith N., Sessions Goulet Lauren, Rainie Lee, Purcell Kristen (16/6/2011), *Social Networking Sites and Our Lives*, Pew Research Center

Joint Chiefs of Staff (5 February 2013), *Cyber Operations*, Joint Publication 3-12 (R)

Joint Chiefs of Staff (3/1/2014), *Foreign Humanitarian Assistance*, Joint Publication 3-29

Joint Chiefs of Staff (31 January 2013), *Joint Targeting*, Joint Publication 3-60

Joint Chiefs of Staff (June 2015), *The National Military Strategy of the United States of America 2015, The United States Military's Contribution To National Security*

Kietzmann Jan H., Hermkens Kristopher, McCarthy Ian P., Silvestre Bruno S. (2011), *Social Media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*, *Business Horizons*, Kelley School of Business - Indiana University, 54, 241-251

Kramer Adam D. I., Guillory Jamie E., Hancock Jeffrey T. (17/6/2014), *Experimental Evidence of Massive-Scale Emotional Contagion Through Social Networks*, *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*, vol. 111, no. 24, 8788-8790

Lawson Sean (7/3/2013), *The US military's social media civil war: technology as antagonism in discourses of information-age conflict*, *University of Utah, Cambridge Review of International Affairs*, 27:2, 226-245

Mitchell Amy and Weisel Rachel (21/10/2014), *Political Polarization & Media Habits: From Fox News to Facebook, How Liberals and Conservatives Keep Up with Politics*, Pew Research Center

Ministry of Defence (5/8/2009), ONLINE ENGAGEMENT GUIDELINES, DMC-PR-05-07-02, Version 1.0

Morozov Evgeny (2011), *The Net Delusion*, Public Affairs

Moroney Jennifer D. P., Pezard Stephanie, Miller E. Laurel, Engstrom Jeffrey, Doll Abby (2013), *Lessons from Department of Defense Disaster Relief Efforts in the Asia-Pacific Region*, National Security Division, RAND

Mowery David C. and Simcoe Timothy (2002), *Is the Internet a US invention?— An economic and technological history of computer networking*, Haas School of Business, University of California at Berkeley, *Research Policy*, Vol. 31, Issues 8-9, Elsevier B. V.

National Archives (May 2013), *White Paper on Best Practices for the Capture of Social Media Records*

Navy Command (Fall 2010), *Social Media Handbook*, U.S. Navy

O' Connor Cathal (2012), *Foreign Humanitarian Assistance and Disaster-Relief Operations: Lessons Learned and Best Practises*, *Naval War College Review*, Winter 2012, Vol. 65, No. 1

Pew Research Center (12/12/2012), *Social Networking Popular Across Globe: Arab Publics Most Likely to Express Political Views Online*, Global Attitudes Project

Poole Lydia (March 2013), *Counting the cost of humanitarian aid delivered through the military*, Development Initiative

Rainie Lee (31/1/2007), *Author David Weinberger Describes How Tagging Changes People' s Relationship to Information and Each Other*, Pew Internet & American Life Project, Pew Research Center

Robbins Elizabeth L. (2007), *Muddy Boots IO: The Rise of Soldier Blogs*, *Military Review*, 87:5, 109-118

Singer Peter L. (February 2014), *Federally Supported Innovations: Examples of Major Technology Advances That Stem From Federal Research Support*, The infirmation Technology & Innovation Foundation

Suk Kyoung Kim, Min Jae Park, Jae Jeung Rho (25/8/2013), Effect of the Government's Use of Social Media on the Reliability of the government: Focus on Twitter, Public Management Review, Taylor & Francis, 17:3, 328-355

Tudoroiu Theodor (11/7/2014), Social Media and Revolutionary Waves: The Case of the Arab Spring, New Political Science, Taylor & Francis, 36:3, 346-365

Turner L. Frank II (5/5/2014), The Army in Cyberspace, National Security Watch, NSW-14, The Institute of Land Warfare, Association of the United States Army

U.S. Central Command Headquarters (12/1/2015), Statement from U.S. Central Command Regarding Twitter/ YouTube Compromise, Media Release, #20140101

U. S. Department of State (2010), Using Social Media, Foreign Affairs Manual, Information Department, 5 FAM 790, Volume 5

U.S. Pacific Command (22/6/2015), U.S. Military Engineers: Building Schools, Roads, and More in Oceania

U. S. Southern Command (12/3/2015), Posture Statement of General John F. Kelly, United States Marine Corps Commander, United States Southern Command Before the 114th Congress Senate Armed Services Committee

Wilson Clay (14/9/2006), Information Operations and Cyberwar: Capabilities and Related Policy Issues, Congressional Research Service - The Library of Congress, RL311787

Wraight Christopher D. (2008), Rousseau's: The Social Contract - A Reader's Guide, Continuum International Publishing Group, New York

Διαδικτυακοί Τόποι / Ιστοσελίδες

Γενικό Επιτελείο Εθνικής Άμυνας (2015), Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.geetha.mil.gr/el/>
[Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Γενικό Επιτελείο Εθνικής Άμυνας (1/7/2015), ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΑΡΧΗΓΟΥ ΕΔ ΜΑΛΤΑΣ ΣΤΟ ΚΕΝΑΠ, Ανακοινώσεις Τύπου, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://goo.gl/XgxCZm> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Γενικό Επιτελείο Στρατού (2015), Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.army.gr/> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Επίσημος Λογαριασμός Flickr Γενικού Επιτελείου Εθνικής Άμυνας (2015), Flickr, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.flickr.com/photos/hndgs/with/14639574159/> [Πρόσβαση 24 Νοεμβρίου 2015]

Επίσημος Λογαριασμός Flickr Υπουργείου Εθνικής Άμυνας (16/8/2015), Ο ΥΕΘΑ Πάνος Καμμένος στις εκδηλώσεις για τον Εορτασμό της Κοιμήσεως της Θεοτόκου στην Πάρο και την Τήνο, Flickr, Διαθέσιμο στην δ/ση: https://www.flickr.com/photos/ministry_of_national_defence/20434341169/in/dateposted/ [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Επίσημος Λογαριασμός Twitter ΓΕΑ - Εκπρόσωπος Τύπου (16/10/2015), Αεροδιακομιδή Ασθενούς από Πλοίο, Twitter, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://twitter.com/HAFspokesman/status/655060780669378560> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Επίσημος Λογαριασμός Twitter ΓΕΑ - Εκπρόσωπος Τύπου (2015), Twitter, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://twitter.com/HAFspokesman> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Επίσημος Λογαριασμός Twitter ΓΕΕΘΑ - Εκπρόσωπος Τύπου (2015), Twitter, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://twitter.com/hndgspio> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Επίσημος Λογαριασμός Twitter ΓΕΕΘΑ - Εκπρόσωπος Τύπου (1/7/2015), ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΑΡΧΗΓΟΥ ΕΔ ΜΑΛΤΑΣ ΣΤΟ ΚΕΝΑΠ, Twitter, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://twitter.com/hndgspio/status/616227215836102656> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Επίσημος Λογαριασμός YouTube Πολεμικής Αεροπορίας (2015), YouTube, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.youtube.com/user/HAFwebmaster> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Επίσημος Λογαριασμός YouTube Πολεμικής Αεροπορίας (2/11/2015), Συναυλία της Μπάντας της ΠΑ στο Μουσείο της Ακρόπολης - 10/8/2014, YouTube, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.youtube.com/watch?v=3hQX58Rayh8> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Η Καθημερινή (3/2/2014), Σε εφαρμογή το σχέδιο «Δευκαλίων» στην Κεφαλονιά, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.kathimerini.gr/751852/article/epikairothta/ellada/se-efarmogh-to--sxedio-deykaliwn-sthn-kefalonia> [Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2015]

Η Καθημερινή (26/1/2014), Υλικές ζημιές από τον σεισμό 5,9 Ρίχτερ στην Κεφαλονιά, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.kathimerini.gr/554025/article/epikairothta/ellada/ylikes-zhmies-apo-ton-seismo-59-rixter-sthn-kefalonia> [Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2015]

Η Καθημερινή (24/9/2015), Η κακοκαιρία «σάρωσε» τη Σκόπελο, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.kathimerini.gr/831931/gallery/epikairothta/ellada/h-kakokairia-sarwse-th-skopelo> [Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2015]

Η Καθημερινή (25/9/2015), Συνδρομή των Ενόπλων Δυνάμεων στην αντιμετώπιση των ζημιών στη Σκόπελο, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.kathimerini.gr/832367/article/epikairothta/ellada/syndromh-twn-enoplwn-dynamewn-sthn-antimetwpush-twn-zhmiwn-sth-skopelo> [Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2015]

Κοκ. Γ. (11/11/2014), «Επιδρομή» στρατιωτικών ιατρών στα νησιά της άγονης γραμμής, NEWPOST, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://newpost.gr/politiki/398144/epidromh-stratiwtikwn-iatrwn-sta-nhsia-ths-agonhs-grammhs> [Πρόσβαση 6 Οκτωβρίου 2015]

Μανδραβέλης Πάσχος (25/11/2012), Η άνοδος και η εξαφάνιση των Αγανακτισμένων, Η Καθημερινή, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.kathimerini.gr/732818/opinion/epikairothta/arxeiomonimes-sthles/h-anodos-kai-h-e3afanish-twn-aganaktismenwn> [Πρόσβαση 30 Μαΐου 2015]

Newsbeast (8/2/2014), Αποστέλλονται στην Κεφαλονιά 140 κρεβάτια, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.newsbeast.gr/greece/arthro/641409/apostellodai-stin-kefalonia-140-krevatia> [Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2015]

Newsbeast (11/9/2015), Δεκαήμερο κοινωνικής προσφοράς των Ενόπλων Δυνάμεων σε κατοίκους ακριτικών νησιών, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.newsbeast.gr/greece/arthro/1945576/dekaimero-kinonikis-prosforas-ton-enoplwn-dinameon-se-katikous-akritikon-nision> [Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2015]

Newsbeast (2/10/2015), Καμμένος: Στέγη σε όλα τα στελέχη των Ενόπλων Δυνάμεων, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.newsbeast.gr/politiki/arthro/1975437/kammenos-stegi-se-ola-ta-stelechi-ton-enoplou-dinameon> [Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2015]

Newsbeast (4/2/2014), Κινητοποιούνται οι Ένοπλες Δυνάμεις στην Κεφαλονιά, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.newsbeast.gr/greece/arthro/639432/kinitopoioudai-oi-enoples-dunameis-stin-kefalonia> [Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2015]

NEWSBOMB (7/7/2015), Το πρώτο έργο της νέας MOMA - Κλιμάκιο του Μηχανικού στην Ικαρία (photos), Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.newsbomb.gr/ellada/ethnika/story/604661/to-protoger-go-tis-neas-moma-klimakio-toy-mixanikoy-stin-ikaria-photos> [Πρόσβαση 6 Οκτωβρίου 2015]

Πολεμική Αεροπορία (2015), Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://www.haf.gr/> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Πολεμικό Ναυτικό (2015), Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.hellenicnavy.gr/> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Ρέβη Ευλαμπία (12/4/2015), Έψησαν αρνιά και κοκορέτσια στο Άλσος Στρατού για 3.000 Αθηναίους, Πρώτο Θέμα, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.protothema.gr/greece/article/467210/goudi/> [Πρόσβαση 7 Οκτωβρίου 2015]

ΣΚΑΪ.gr (24/9/2015), Στη Σκόπελο το πρωί βοήθεια των ένοπλων δυνάμεων, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.skai.gr/news/greece/article/293638/sti-skopelo-to-proi-voitheia-ton-enoplou-dinameon/> [Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2015]

TA NEA (7/5/2015), Ο Καμμένος εγκαινίασε τη «νέα MOMA», Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.tanea.gr/news/greece/article/5236441/o-kammenos-egkainiase-tis-monades-twn-ed-poy-tha-asxoloyntai-me-thn-kataskeyh-dhmosiwn-ergwn/> [Πρόσβαση 6 Οκτωβρίου 2015]

Υπουργείο Εθνικής Άμυνας (2015), Επίσημη ιστοσελίδα Υπουργείου Εθνικής Άμυνας, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.mod.mil.gr/mod/el/> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Φάκα Κατερίνα (15/3/2015), MOMA: Η... επιστροφή των Μικτών Ομάδων Μηχανημάτων Ανασυγκρότησης του στρατού, Πρώτο Θέμα, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.protothema.gr/greece/article/459553/moma/> [Πρόσβαση 6 Οκτωβρίου 2015]

Χατζησπύρου Χρήστος (23/9/2015), Βιβλική καταστροφή στη Σκόπελο από την κακοκαιρία, Πρώτο Θέμα, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.protothema.gr/greece/article/511657/-eikones-vivlikis-katastrofis-stin-skopelo-apo-tin-kakokairia/> [Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2015]

Agence France-Presse (1/6/2011), China' s PLA bans soldiers from social media, Defense News, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://archive.defensenews.com/article/20110601/DEFSECT04/106010307/China-s-PLA-Bans-Soldiers-From-Social-Media> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

Anderson Monica (12/2/2015), 5 facts about online video, for YouTube 's 10th birthday, Pew Research Center, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/02/12/5-facts-about-online-video-for-youtubes-10th-birthday/> [Πρόσβαση 30 Νοεμβρίου 2015]

Armée de Terre (2015), Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.defense.gouv.fr/terre> [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Barno David and Bensahel Nora (6/11/2015), Can the US Military Win Wars If It Keeps Losing Talented Officers?, Defense One, Διαθέσιμο στην δ/ση: www.defenseone.com/management/2015/11/can-us-military-win-wars-if-it-keeps-losing-talented-officers/123441/?oref=defenseone_today_nl [Πρόσβαση 15 Νοεμβρίου 2015]

British Army (2015), Social Media Channels, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.army.mod.uk/26611.aspx> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

British Army Official Instagram Account (14/11/2015), Instagram, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.instagram.com/p/-E4TugMtoB/> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Carson Biz (23/7/2015), 9 incredibly popular websites that are still blocked in China, Business Insider, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.businessinsider.com/websites-blocked-in-china-2015-7> [Πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015]

Chief Information Officer (2015), DoD Social Media Hub, Department of Defense, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://dodcio.defense.gov/socialmedia> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

Cols Bleus (3/11/2015), Une Toile Sous Les Mers, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.colsbleus.fr/articles/7626> [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Compte Officiel d' Armée de Terre à Facebook (15/6/2015), 21 juin - Fête de la musique, Facebook, Διαθέσιμο στην δ/νση: https://www.facebook.com/armee2terre/photos/pb.127131997328094.-2207520000.1448296644./919319304776022/?type=3&src=https%3A%2F%2Fsccontent-fra3-1.xx.fbcdn.net%2Fhphotos-xfst1%2Fv%2Ft1.0-9%2F10933721_919319304776022_27088691157342017_n.jpg%3Foh%3D0ed27215a23e036c0a6e1f4cb0718089%26oe%3D56B39DAC&size=800%2C532&fbid=919319304776022 [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Compte Officiel de l' Armée de l' Air à Instagram (2015), Instagram, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://www.instagram.com/p/1x744sqpZx/> [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Compte Officiel de la Marine Nationale à Twitter (3/11/2015), La Marine assure la protection de plus d' un million de km de câbles, Twitter, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://twitter.com/MarineNationale/status/661571898300571648> [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Compte Officiel du CEMA à Facebook (2015), Facebook, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://www.facebook.com/cema.armeefrancaise/> [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Compte Officiel du Ministère de la Défense à Twitter (2015), Twitter, Διαθέσιμο στην δ/νση: https://twitter.com/defense_gouv [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Compte Officiel du Ministère de la Défense à Twitter (15/10/2015), 1ère conférence internationale sur la thématique «Climat et Défense: quels enjeux ?», Twitter, Διαθέσιμο στην δ/νση: https://twitter.com/Defense_gouv/status/654585898659651584 [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Craig Randall (21/3/2013), How Many Social Media Sites Will Survive?, The Huffington Post - Canada, Διαθέσιμο στην δ/νση: http://www.huffingtonpost.ca/randall-craig/social-media-sites_b_2925234.html [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Department of Defense (2015), DOD Websites, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.defense.gov/Sites/DOD-Websites?tab=Social%20Media> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

D' Onfro Jillian (23/9/2015), Instagram hits 400 million users, Business Insider, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.businessinsider.com/instagram-hits-400-million-users-2015-9> [Πρόσβαση 3 Ιουνίου 2015]

État-major des armées (2015), Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.defense.gouv.fr/ema> [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Facebook (2015), Company Info, Newsroom Facebook, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://newsroom.fb.com/company-info/> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Flickr (2015), About Flickr, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://www.flickr.com/about> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Frizel Sam (4/6/2014), Here Are 6 Huge Websites China Is Censoring Right Now, TIME, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://time.com/2820452/china-censor-web/> [Πρόσβαση 30 Μαΐου 2015]

Gladwell Malcom (4/10/2010), Small Change, Why the revolution will not be tweeted., The New Yorker, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell> [Πρόσβαση 30 Μαΐου 2015]

Halleck Thomas (13/10/2014), Google Inc. Races Apple To \$1 Trillion Valuation, International Business Times, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://goo.gl/Kz7dgZ> [Πρόσβαση 30 Μαΐου 2015]

Hellenic Air Force Official Vimeo Account (16/10/2015), Αεροδιακομιδή Ασθενούς από Πλοίο, Vimeo, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://vimeo.com/142656131> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

Huffington Post (14/11/2013), U.S. Military Relief Efforts In The Philippines Will Inspire & Make You Proud (PHOTOS), Διαθέσιμο στην δ/νση: http://www.huffingtonpost.com/2013/11/14/us-military-relief-philippines_n_4277471.html [Πρόσβαση 9 Οκτωβρίου 2015]

International Federation of Social Workers (2015), Global Definition of Social Work, Διαθέσιμο στη δ/νση: <http://ifsw.org/get-involved/global-definition-of-social-work/> [Πρόσβαση 29 Νοεμβρίου 2015]

Internet World Stats (2014), World Internet Users and 2014 Population Stats, Διαθέσιμο στη δ/νση: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Instagram (2015), Συχνές Ερωτήσεις, FAQ, Διαθέσιμο στη δ/νση: <https://instagram.com/about/faq/> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Instagram (2015), Celebrating a Community of 400 Million, Instagram News, Διαθέσιμο στη δ/νση: <http://blog.instagram.com/post/129662501137/150922-400million> [Πρόσβαση 3 Ιουνίου 2015]

Joint Chiefs of Staff (2015), Joint Staff Media, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.jcs.mil/Media.aspx> [Πρόσβαση 20 Νοεμβρίου 2015]

Kirkpatrick David D. and Preston Jennifer (7/2/2011), Google Executive Who Was Jailed Said He Was Part of Campaign in Egypt, The New York Times, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.nytimes.com/2011/02/08/world/middleeast/08google.html> [Πρόσβαση 2 Ιουνίου 2015]

Kirkpatrick David D. (11/2/2011), Egypt Erupts in Jubilation as Mubarak Steps Down, The New York Times, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.nytimes.com/2011/02/12/world/middleeast/12egypt.html> [Πρόσβαση 2 Ιουνίου 2015]

Koebler Jason and Pearson Jordan (12/1/2015), Some Docs Leaked by CENTCOM Twitter Hackers Were Not Public, Army Says, Motherboard, Διαθέσιμο στην δ/ση: http://motherboard.vice.com/read/some-docs-leaked-by-centcom-twitter-hackers-were-not-public-army-says?utm_source=mbfb [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Ministère de la Défense (2015), Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.defense.gouv.fr/portail-defense> [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Ministère de la Défense (15/10/2015), 1ère conférence internationale sur la thématique «Climat et Défense: quels enjeux ?», Actualités, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.defense.gouv.fr/actualites/articles/1ere-conference-internationale-sur-la-thematique-climat-et-defense-quels-enjeux#.Vh9tRUG4U30.twitter> [Πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2015]

Ministry of Defence (2015), Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.gov.uk/government/organisations/ministry-of-defence> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Ministry of Defence Official Flickr Account (28/9/2013), Medical Supplies Unloaded from a RAF C17 in Sierra Leone, Flickr, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.flickr.com/photos/defenceimages/16155986199/in/dateposted/> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Ministry of Defence (2015), Social media use, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.gov.uk/government/organisations/ministry-of-defence/about/social-media-use> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Montgomery Ben (25/3/2015), Times Q&A: Rear Adm. John Kirby talks ISIS, Twitter and his mother's critiques, Tampa Bay Times, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.tampabay.com/news/>

[military/times-qa-rear-admiral-john-kirby-talks-isis-twitter-and-his-mothers/2222867](http://military.times-qa-rear-admiral-john-kirby-talks-isis-twitter-and-his-mothers/2222867) [Πρόσβαση 27 Νοεμβρίου 2015]

Multi-National Forces - Iraq Official YouTube Channel, YouTube, Διαθέσιμο στην δ/νση: https://www.youtube.com/channel/UCexAV7yTXeHYM0S_UBBcHaA [Πρόσβαση 25 Νοεμβρίου 2015]

Ostrow Adam (11/7/2007), Copycats: Top 10 International Facebook Clones, Mashable, Διαθέσιμο στη δ/νση: <http://goo.gl/0r4tmi> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Owles Eric, Rusli Evelyn M., de la Merced Michael J. (16/5/2012), Understanding the Facebook Prospectus, International New York Times, Διαθέσιμο στην δ/νση: http://www.nytimes.com/interactive/2012/05/04/business/dealbook/20120504_dbdoc-facebook-ipo.html?_r=0 [Πρόσβαση 30 Νοεμβρίου 2015]

Plunkett Luke (3/5/2015), Twitter Cancels Good Times, Removes Playable Games From Tweets, KOTAKU, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://goo.gl/vth7qs> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Rogers Simon (9/12/2011), Data journalism reading the riots: what we know. And what we don't, The Guardian, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.theguardian.com/news/datablog/2011/dec/09/data-journalism-reading-riots> [Πρόσβαση 30 Μαΐου 2015]

Royal Air Force (2015), Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.raf.mod.uk/> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Royal Air Force Official Twitter Account (2015), Twitter, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://twitter.com/RoyalAirForce> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Royal Air Force Official Twitter Account (27/8/2015), RAF footballers assist charity that collects football kits for the needy across the world., Twitter, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://twitter.com/RoyalAirForce/status/636976764393287680> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Royal Air Force (2015), Royal Air Force Social Media, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.raf.mod.uk/news/royalairforcesocialmedia.cfm> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Royal Air Force (27/8/2015), Service Footballers Assist Shirts Charity, News Articles by date, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.raf.mod.uk/news/archive/service-footballers-assist-shirts-charity-27082015> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Royal Navy (2015), Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.royalnavy.mod.uk/> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Royal Navy Official YouTube Channel (10/6/2015), Why we need a Navy, YouTube, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://www.youtube.com/watch?v=MEZdbt8RJM8> [Πρόσβαση 21 Νοεμβρίου 2015]

Sallon Hélène (14/1/2014), La fuite de Ben Ali racontée par Ben Ali, Le Monde, Διαθέσιμο στην δ/νση: http://www.lemonde.fr/tunisie/article/2014/01/14/la-fuite-de-ben-ali-racontee-par-ben-ali_4347605_1466522.html [Πρόσβαση 2 Ιουνίου 2015]

Santos Mariana and Rogers Simon (15/5/2012), How Facebook became the world's biggest social network - animation, The Guardian, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://goo.gl/m7LTb9> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Sedghi Ami (4/2/2014), Facebook: 10 years of social networking, in numbers, The Guardian, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://goo.gl/29sS7A> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Smith Craig (23/4/2015), By the Numbers: 14 Interesting flickr Stats, Digital Marketing Ramblings, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://expandedramblings.com/index.php/flickr-stats/> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Sharma Bhadra (21/5/2015), U.S. Military Wraps Up Relief Effort for Nepal Earthquake, International New York Times, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.nytimes.com/2015/05/22/world/asia/us-military-wraps-up-relief-effort-for-nepal-earthquake.html> [Πρόσβαση 7 Οκτωβρίου 2015]

Shirky Clay (2011), The Political Power of Social Media, Foreign Affairs, January/ February 2011, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2010-12-20/political-power-social-media> [Πρόσβαση 2 Ιουνίου 2015]

Statistic Brain Research Institute (2015), Facebook Statistics, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Statistic Brain Research Institute (2015), Twitter Statistics, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics/> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Statistic Brain Research Institute (2015), Instagram Company Statistics, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.statisticbrain.com/instagram-company-statistics/> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Statistic Brain Research Institute (2015), Yahoo Search Company Profile, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.statisticbrain.com/yahoo-search-company-profile/> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Statistic Brain Research Institute (2015), YouTube Statistics, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.statisticbrain.com/youtube-statistics/> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Stephen Craig (13/10/2013), What Twitter can learn from Sina Weibo, MarketWatch, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://goo.gl/MwqhIy> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Sternstein Aliya (19/4/2015), The Army Is Sharing Its Top Cyber Warriors With Hollywood and Wall Street, Defense One, Διαθέσιμο στην δ/νση: http://www.defenseone.com/technology/2015/04/army-sharing-its-top-cyber-warriors-hollywood-and-wall-street/110503/?oref=defenseone_today_nl [Πρόσβαση 25 Νοεμβρίου 2015]

Sternstein Aliya (5/11/2015), The Secret Pentagon Push for Lethal Cyber Weapons, Defense One, Διαθέσιμο στην δ/νση: http://www.defenseone.com/technology/2015/11/secret-pentagon-push-lethal-cyber-weapons/123435/?oref=defenseone_today_nl [Πρόσβαση 15 Νοεμβρίου 2015]

Twitter (2015), About Twitter, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://about.twitter.com/> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

Twitter (2015), What is a Tweet - The Story of a Tweet, About Twitter, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://about.twitter.com/what-is-twitter/story-of-a-tweet> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

The White House (2015), Net Neutrality, Διαθέσιμο στην δ/νση: <https://www.whitehouse.gov/net-neutrality> [Πρόσβαση 30 Μαΐου 2015]

Thompson Mark (12/1/2015), Twitter Hacking Gives Pentagon a Black Eye, TIME, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://time.com/3664194/centcom-twitter-hack-isis/> [Πρόσβαση 24 Νοεμβρίου 2015]

Tsotsis Alexia (7/2/2011), Wael Ghonim's First Interview After Jail Release, Techcrunch, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://techcrunch.com/2011/02/07/wael-ghonims-first-interview-after-jail-release-video/> [Πρόσβαση 2 Ιουνίου 2015]

Tucker Patrick (12/1/2015), Pro-Islamic State Group Hacks US Military Twitter, YouTube Accounts, Defense One, Διαθέσιμο στην δ/νση: <http://www.defenseone.com/ideas/2015/01/Pro->

islamic-state-Group-hacks-us-military-twitter-youtube-accounts/102663/?oref=search_Centcom%20Twitter [Πρόσβαση 24 Νοεμβρίου 2015]

Tucker Patrick (2/7/2014), The Military Is Already Using Facebook to Track Your Mood, Defense One, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.defenseone.com/technology/2014/07/military-already-using-facebook-track-moods/87793/> [Πρόσβαση 24 Νοεμβρίου 2015]

Tucker Patrick (10/9/2015), The Next Wave of Cyberattacks Won't Steal Data — They'll Change It, Defense One, Διαθέσιμο στην δ/ση: http://www.defenseone.com/threats/2015/09/next-wave-cyberattacks-wont-steal-data-theyll-change-it/120701/?oref=defenseone_today_nl [Πρόσβαση 24 Νοεμβρίου 2015]

Tucker Patrick (29/1/2015), What Your Facebook Posts Mean to US Special Operations Forces, Defense One, Διαθέσιμο στην δ/ση: http://www.defenseone.com/technology/2015/01/what-your-facebook-posts-mean-us-special-forces/104031/?oref=defenseone_today_nl [Πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015]

U.S. African Command Official Flickr Account(2015), Flickr, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.flickr.com/photos/africom/> [Πρόσβαση 25 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Air Force (2015), SOCIAL MEDIA, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.af.mil/AFSites/SocialMediaSites.aspx> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Air Force Official Flickr Account (23/10/2015), Flickr, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.flickr.com/photos/usairforce/21789196033/in/photostream/> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Army (2015), The U.S. Army on Social Media, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.army.mil/media/socialmedia/> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Army Official Facebook Account,(27/5/2015), Facebook, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.facebook.com/USarmy/photos/pb.44053938557.-2207520000.1447853433./10153043469798558/?type=3&permPage=1> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Marines (18/9/2014), Ebola Awareness: How to Stay Protected, U.S. Marines Official YouTube Channel, YouTube, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.youtube.com/watch?v=QHJdkpRQhFk> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Marines (2015), Marine Corps Social Media, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.marines.mil/News/SocialMedia.aspx> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Marines Official Instagram Account (2/8/2014), Instagram, Διαθέσιμο στην δ/ση: https://www.instagram.com/p/rQBcQgi_iF/ [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Marines Official YouTube Channel (2015), YouTube, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.youtube.com/user/marines/featured> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Navy (2015), U.S. Navy Social Media, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.navy.mil/CommandDirectory.asp> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Navy Official Twitter Account (15/10/2015), Twitter, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://twitter.com/USNavy/status/654461741519114240> [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

U.S. Navy (13/10/2015), 35th San Francisco Fleet Week Concludes, Story Number: NNS151013-41, Διαθέσιμο στην δ/ση: http://www.navy.mil/submit/display.asp?story_id=91507 [Πρόσβαση 19 Νοεμβρίου 2015]

Wald Matthew L. (11/11/2011), Report Gives New Details of Chaos at Stricken Plant, International New York Times, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://www.nytimes.com/2011/11/12/world/asia/report-details-initial-chaos-at-fukushima-daiichi-nuclear-plant-in-japan.html> [Πρόσβαση 8 Οκτωβρίου 2015]

Withnall Adam (6/4/2015), YouTube, Face book and Twitter blocked in Turkey over images of Instabul prosecutor siege, The Independent, Διαθέσιμο στην δ/ση: <http://goo.gl/6suryU> [Πρόσβαση 30 Μαΐου 2015]

YouTube (2015), About YouTube, Διαθέσιμο στην δ/ση: <https://www.youtube.com/yt/about/> [Πρόσβαση 29 Μαΐου 2015]

