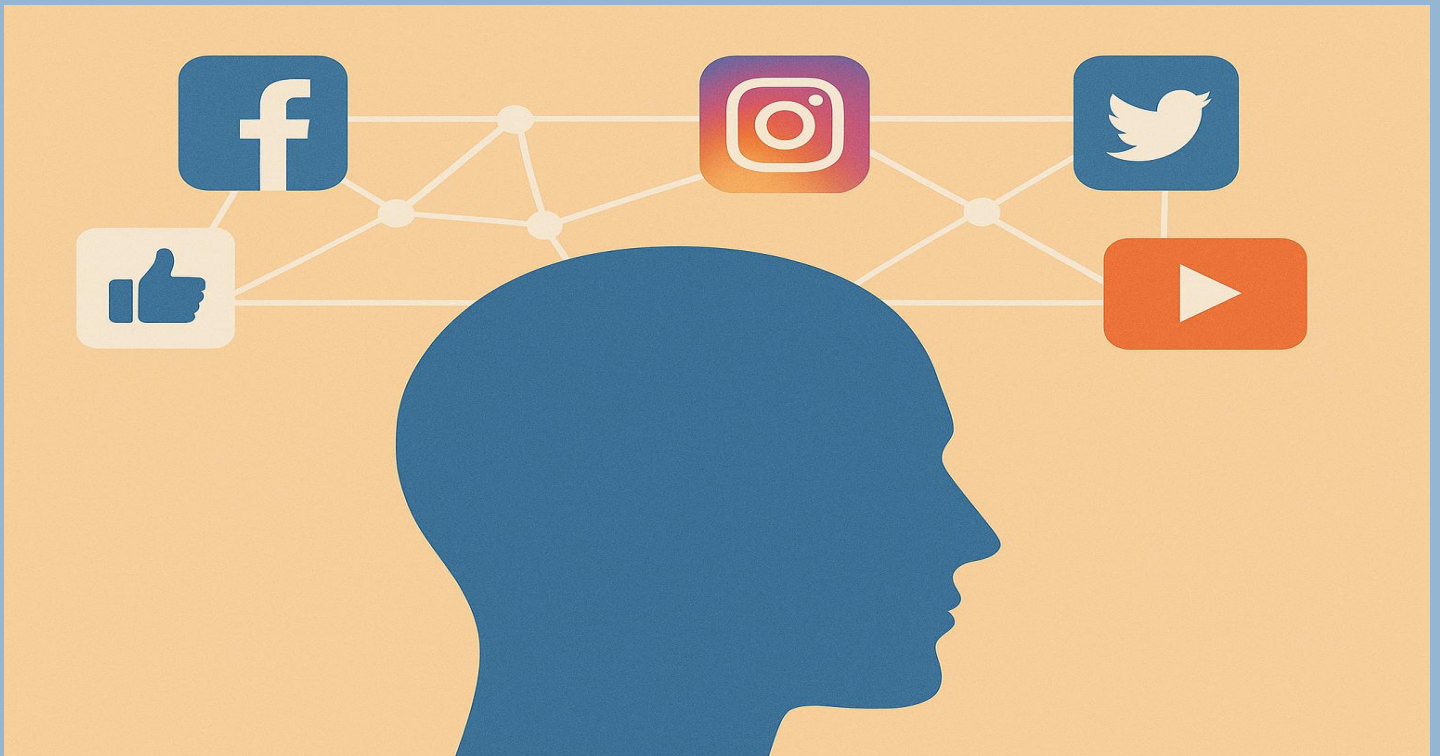




Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διαμόρφωση πολιτικών αντιλήψεων στην Κύπρο: Μια κριτική προσέγγιση

Δρ. Πασχαλία (Λία) Σπυρίδου

Κείμενο Ανάλυσης

Οκτώβριος 2025

Αρ.18



ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΜΕΛΕΤΩΝ
ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ και ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

Η εικόνα εξωφύλλου δημιουργήθηκε με τη βοήθεια Τεχνητής Νοημοσύνης.
Copyright © 2025 | All Rights Reserved

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΜΕΛΕΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

Διεύθυνση: Ανδρέα Ζάκου, Γρ.301, 2404 Έγκωμη, Λευκωσία, Κύπρος.

Τηλέφωνο: +357 22 664470 ■ Email: info@ispd.org.cy ■ www.ispd.org.cy

Το Ινστιτούτο προάγει τον ελεύθερο και ανοιχτό δημόσιο διάλογο που εδράζεται στον ορθολογισμό και στην επιστημονική τεκμηρίωση. Οι απόψεις που εκφράζονται σε δημοσιεύσεις του Ινστιτούτου εκφράζουν αποκλειστικά τον/την συγγραφέα ή τους συγγραφείς και δεν αντανakλούν απαραίτητα τις απόψεις του Ινστιτούτου.



Πασχαλία (Λία) Σπυρίδου

Περί του Συγγραφέα

Η Λία Σπυρίδου είναι Επίκουρη Καθηγήτρια στο Τμήμα Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ. Κατέχει διδακτορικό τίτλο στη Δημοσιογραφία και τα Νέα Μέσα από το Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, έχει κάνει μεταπτυχιακές σπουδές στην Επικοινωνία στο University of Westminster στο Λονδίνο και έχει πτυχίο στη Δημοσιογραφία και τα ΜΜΕ από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο. Το 2012 έλαβε μεταδιδακτορική υποτροφία αριστείας από την Επιτροπή Ερευνών του Α.Π.Θ. για την έρευνά της με θέμα τη συμμετοχική δημοσιογραφία. Διετέλεσε Λέκτορας στο Τμήμα Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Κύπρου και έχει διδάξει στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο και στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σύγχρονες Δημοσιογραφικές Σπουδές του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Το ερευνητικό της έργο επικεντρώνεται στην κριτική ανάλυση της δημοσιογραφίας και των νέων τεχνολογιών της επικοινωνίας, και τις επιδράσεις τους στην πολιτική και στη δημοκρατία εν γένει. Έχει δημοσιεύσει περισσότερες από 30 ερευνητικές εργασίες σε αναγνωρισμένα επιστημονικά περιοδικά και συλλογικούς τόμους, μεταξύ των οποίων τα περιοδικά *Journalism*, *Journalism Studies*, *Digital Journalism*, *European Journal of Communication*, *International Communication Gazette*. Είναι μέλος του Editorial Board του περιοδικού *Digital Journalism* (2020 – σήμερα). Συμμετείχε στην επιστημονική επιμέλεια για την ελληνική έκδοση του Εγχειριδίου της UNESCO με θέμα «Δημοσιογραφία, Παραπληροφόρηση & Ψευδείς Ειδήσεις» (2021). Υπήρξε ιδρυματική συντονίστρια δύο Erasmus+ προγραμμάτων (MATE και MediaLab) και συνεργάστηκε ως ερευνήτρια με το πρόγραμμα H2020 RePAST. Από τον Μάρτιο του 2021 συντονίζει το ερευνητικό πρόγραμμα H2020 DEMOTEC (2021-2024) που εστιάζει στο συμμετοχικό προϋπολογισμό και στο ρόλο της δημοσιογραφίας στην προώθηση δημοκρατικών καινοτομιών.

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διαμόρφωση πολιτικών αντιλήψεων στην Κύπρο: Μια κριτική προσέγγιση

1. Εισαγωγή

Η ψηφιακή εποχή και οι ραγδαίες εξελίξεις των τελευταίων δύο δεκαετιών έχουν επιφέρει ριζικές μεταβολές στον τρόπο με τον οποίο οι πολίτες ενημερώνονται, αλληλεπιδρούν και συμμετέχουν πολιτικά. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) όπως το Facebook, το X (πρώην Twitter), το Instagram, το TikTok και το YouTube, έχουν εξελιχθεί σε κυρίαρχους δίαυλους πολιτικής επικοινωνίας, αναδιαμορφώνοντας την έννοια του δημόσιου λόγου και επαναπροσδιορίζοντας τις παραδοσιακές σχέσεις μεταξύ πολιτών και θεσμών (Chadwick, 2013). Ειδικότερα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν πλέον έναν κρίσιμο ρόλο ως μέσα πολιτικής επικοινωνίας, επηρεάζοντας όχι μόνο την ενημέρωση αλλά και την κινητοποίηση, τον δημόσιο διάλογο και την τελική εκλογική συμπεριφορά.

Η κυπριακή κοινωνία, με ισχυρές κομματικές παραδόσεις και έντονα πολιτικοποιημένο ιστορικό υπόβαθρο, έρχεται σήμερα αντιμέτωπη με νέες μορφές πολιτικής έκφρασης και ενεργοποίησης των νέων ατόμων.

Η νέα γενιά βρίσκεται στον πυρήνα αυτής της μετατόπισης. Εφοδιασμένη με υψηλή ψηφιακή εγγραμματοσύνη, αλλά συχνά αποστασιοποιημένη από τους παραδοσιακούς μηχανισμούς πολιτικής συμμετοχής (Cammaerts et al, 2014), η νέα γενιά λαμβάνει πληροφορίες (Digital News Report, 2025), διαμορφώνει τις πολιτικές της αντιλήψεις και μετέχει στην πολιτική ζωή είτε ενεργά (συλλογική δράση, ακτιβισμός) (Christodoulou et al, 2018) είτε πιο παθητικά μέσω της έκθεσης σε πολιτικά μηνύματα και περιεχόμενο (Anduiza, Cristancho, & Sabucedo, 2014) που λαμβάνει μέσω των κοινωνικών δικτύων (Borrero & Borrero-Domínguez, 2024).

Η κυπριακή κοινωνία, με ισχυρές κομματικές παραδόσεις και έντονα πολιτικοποιημένο ιστορικό υπόβαθρο, έρχεται σήμερα αντιμέτωπη με νέες μορφές πολιτικής έκφρασης και ενεργοποίησης των νέων ατόμων. Την ίδια ώρα, το εγχώριο πολιτικό σύστημα αντιμετωπίζει ποικίλες προκλήσεις με πιο χαρακτηριστική την απομάκρυνση των

ψηφοφόρων από τα παραδοσιακά κόμματα και τη μετακίνησή τους προς νεοφυή και μικρά κόμματα (Ellinas & Katsouridies, 2021). Το φαινόμενο αυτό δεν είναι μεμονωμένο, αλλά εντάσσεται σε ένα ευρύτερο ευρωπαϊκό και παγκόσμιο πλαίσιο αποπολιτικοποίησης και επαναπολιτικοποίησης με νέους όρους που εδράζεται στην έλλειψη εμπιστοσύνης προς τους θεσμούς και τη γενικευμένη δυσaréσκεια απέναντι στο πολιτικό σύστημα συνολικά (Hernández & Kriesi 2016). Η Κύπρος ανήκει στις χώρες του Ευρωπαϊκού νότου που βίωσαν έντονα την οικονομική κρίση του 2009 και στη μετά-κρίση εποχή χαρακτηρίζεται από διευρυνόμενη αποχή και απάθεια των ψηφοφόρων, εκλογική ρευστότητα και απογοήτευση του εκλογικού σώματος (Triga, Mendez & Djounas, 2019), φαινόμενα που έχουν τις ρίζες τους στην έλλειψη λογοδοσίας, διαφάνειας και αντιπροσώπευσης (Ellinas & Katsouridies, 2021). Σε αυτό το πλαίσιο καθοριστικό ρόλο στην πολιτική επικοινωνία διαδραματίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία έχουν μεταβάλει ριζικά τον τρόπο επικοινωνίας και πολιτικής συμμετοχής.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν μεταβάλει δραστικά τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι ενημερώνονται και καταναλώνουν ειδήσεις, την ενασχόληση με την πολιτική και το πώς συμμετέχουν στην πολιτική ζωή και τη συλλογή δράση.

2. Πώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλάζουν τον τρόπο επικοινωνίας και πολιτικής συμμετοχής;

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν μεταβάλει δραστικά τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι ενημερώνονται και καταναλώνουν ειδήσεις, την ενασχόληση με την πολιτική και το πώς συμμετέχουν στην πολιτική ζωή και τη συλλογή δράση. Αρχικά, η εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δημιούργησε προσδοκίες για εκδημοκρατισμό της επικοινωνίας. Το Facebook, το X (πρώην Twitter) και το Instagram θα επέτρεπαν την ελεύθερη διακίνηση ειδήσεων και απόψεων συμπεριλαμβανομένων και εκείνων από περιθωριοποιημένες ομάδες. Η εξέλιξη αυτή θα συνέβαλε σε μεγαλύτερο πλουραλισμό στη δημόσια σφαίρα και στη διάβρωση της ηγεμονικής ατζέντας δίνοντας τελικά ώθηση σε μια νέα τάξη πραγμάτων τόσο στην πολιτική επικοινωνία όσο και στην πολιτική ζωή. Αυτή η νέα τάξη πραγμάτων θα χαρακτηρίζονταν από μεγαλύτερη διαφάνεια, λογοδοσία και συμμετοχή των πολιτών (Tufeksi, 2017). Ωστόσο, εν έτη 2025 τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρουσιάζουν μια πολύ διαφορετική εικόνα. Μολονότι μπορούν να γίνουν ακόμη κατανοητά ως «ψηφιακές τεχνολογίες του διαδικτύου που διευκολύνουν την

επικοινωνία και τη συνεργασία μεταξύ των χρηστών» (Burgess et al., 2017, σελ. 3), ωστόσο, οι τεχνολογίες αυτές έχουν πλέον δομηθεί ως διαδικτυακές πλατφόρμες που εμπεριέχουν μια προγραμματιζόμενη και ελεγχόμενη αρχιτεκτονική και αποσκοπούν στη συστηματική συλλογή, αλγοριθμική επεξεργασία και εμπορευματοποίηση των δεδομένων των χρηστών καθώς επίσης και στη διαρκή ενασχόληση των χρηστών με το περιεχόμενό τους (van Dijck et al., 2018).

Καθώς λοιπόν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν ολοένα και πιο κεντρικό ρόλο στη διακυβέρνηση, στις προεκλογικές εκστρατείες και στην ευρύτερη συμμετοχή των πολιτών στην πολιτική ζωή, η συζήτηση αναφορικά με το πώς οι κοινωνικές πλατφόρμες μετασχηματίζουν την διαμόρφωση απόψεων και την εμπλοκή των πολιτών, συνεχίζεται. Η τρέχουσα ερευνητική δραστηριότητα εστιάζει, μεταξύ άλλων, στη χρήση των ΜΚΔ ως ενημερωτικών πηγών, στο αν και σε ποιο βαθμό συμβάλλουν στην αύξηση ή μείωση της συμμετοχής, στο αν ενισχύουν τις προκαταλήψεις επιβεβαίωσης (confirmation bias) και δημιουργούν θαλάμους αντήχησης (echo chambers) που τείνουν να περιορίζουν την πρόσβαση των χρηστών σε διαφορετικές απόψεις και ιδεολογικές θέσεις με αποτέλεσμα τον εγκλωβισμό των ανθρώπων σε υφιστάμενες πεποιθήσεις, φαινόμενο που με τη σειρά του τροφοδοτεί την πολιτική πόλωση.

2α. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ενημέρωση

Η συζήτηση για τα παραπάνω θέματα ξεκινάει καταρχάς από το γεγονός ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν βασικό μέσο ενημέρωσης των ανθρώπων και δη των νεότερων ηλικιακά ομάδων. Στο παρελθόν, το ερώτημα ήταν αν οι άνθρωποι ενημερώνονται διαδικτυακά. Σήμερα το διαδίκτυο αποτελεί πρωταρχική πηγή ενημέρωσης και το ερώτημα είναι από ποιες διαδικτυακές πηγές ενημερώνονται και γιατί ολοένα και λιγότερο (Villi et al, 2022).

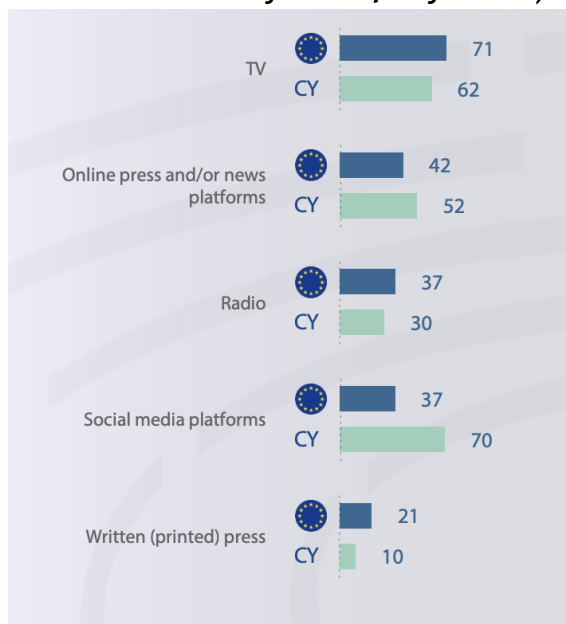
Σύμφωνα με το Digital News Report (2024), αν και κάθε χώρα διαθέτει το δικό της μοναδικό οικοσύστημα ενημέρωσης, η πιο ξεκάθαρη τάση που έχει παρατηρηθεί -ιδίως μετά την πανδημία του Covid- είναι η αύξηση του αριθμού των ατόμων που αποφεύγουν να καταναλώσουν ειδήσεις (news avoiders). Το 40% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι αποφεύγει μερικές φορές ή συχνά τις ειδήσεις. Επισημαίνεται επίσης μια σαφής απομάκρυνση από τους παραδοσιακούς ιστότοπους ειδήσεων καθώς συχνά οι χρήστες δεν αναζητούν ενεργά την ενημέρωση, αλλά την συναντούν τυχαία καθώς κάνουν κύλιση στο περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Σημαντική αιτία πίσω από αυτό το φαινόμενο είναι ότι πολλοί άνθρωποι δεν βρίσκουν πλέον αξία στις ειδήσεις, ενώ

ορισμένοι αποξενώνονται από τον τρόπο με τον οποίο απεικονίζονται οι πληροφορίες (Spyridou & Danezis, 2022).

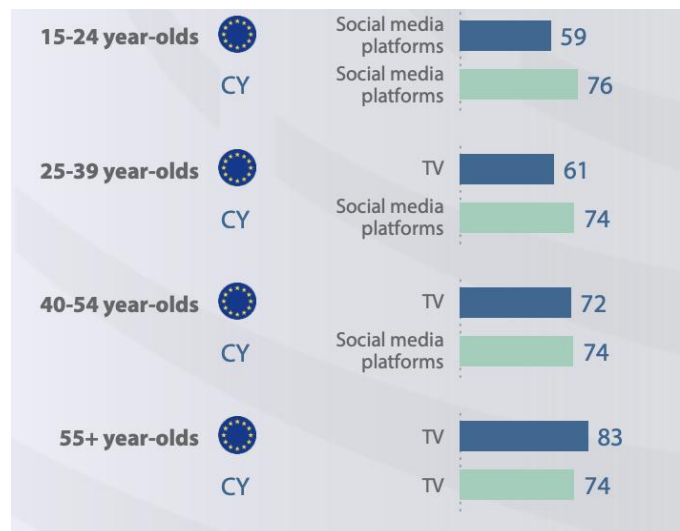
Με βάση την έρευνα Media & News Survey (2023) της ΕΕ, στην Κύπρο το δημοφιλέστερο μέσο ενημέρωσης είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (70%) ακολουθούμενο από την τηλεόραση με ποσοστό 62%. Η χρήση των ΜΚΔ ως ενημερωτικών πηγών είναι σαφώς μεγαλύτερη μεταξύ των νεότερων ηλικιακά ομάδων όπου η χρήση τους ως βασικό ενημερωτικό μέσο αυξάνει στο 76% στην ηλικιακή ομάδα 15-24 και στο 74% στην ομάδα 25-39, ποσοστά αρκετά υψηλότερα από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (βλ. Πίνακα 1).

Πίνακας 1: ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Από τα παρακάτω μέσα, ποια χρησιμοποιήσατε περισσότερο για πρόσβαση σε ειδήσεις κατά τις τελευταίες 7 ημέρες;
(Επιτρέπονται πολλαπλές απαντήσεις, %
Πέντε πιο συχνές απαντήσεις - ΕΕ27)



Ηλικία - % Απάντηση με τη μεγαλύτερη συχνότητα αναφοράς



Πηγή: Flash Eurobarometer, Media & News Survey (2023), <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153>

Η άνοδος ενός εναλλακτικού οικοσυστήματος μέσων ενημέρωσης, το οποίο κυριαρχείται από YouTubers, TikTokers και podcasters, αποτελεί μία αξιοσημείωτη τάση στο τοπίο της ειδησεογραφίας.

Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να σημειώσουμε ότι τα τελευταία χρόνια, βρίσκεται σε εξέλιξη μια «επαναρρύθμιση των πλατφορμών» (platform reset), δηλαδή μια σκόπιμη αναπροσαρμογή των αλγορίθμων, οι οποίοι ωθούν όλο και περισσότερο το παραδοσιακό ειδησεογραφικό περιεχόμενο στο περιθώριο (Geers, 2020). Αυτή η μετατόπιση έχει ανοίξει τον δρόμο για μια νέα γενιά μέσων ενημέρωσης. Σύμφωνα με το τελευταίο Digital News Report (2025) του Reuters Institute, η άνοδος ενός εναλλακτικού οικοσυστήματος μέσων ενημέρωσης, το οποίο κυριαρχείται από YouTubers, TikTokers και podcasters, αποτελεί μία αξιοσημείωτη τάση στο τοπίο της ειδησεογραφίας. Την ώρα που η εμπιστοσύνη στις ειδήσεις παραμένει σταθερή στο 40%, αναδύονται δύο σημαντικές τάσεις: η αυξανόμενη επιρροή εναλλακτικών φωνών ή προσωπικοτήτων στην ειδησεογραφία —ιδίως στις Ηνωμένες Πολιτείες και τον Παγκόσμιο Νότο— και η άνοδος των chatbots τεχνητής νοημοσύνης ως εναλλακτική πηγή ενημέρωσης, κυρίως μεταξύ νεότερων ηλικιακά ομάδων· το 12% δήλωσε ότι τα χρησιμοποίησε για να ενημερωθεί σχετικά με ένα τρέχον γεγονός.

Οι influencers και οι δημιουργοί περιεχομένου ποικίλουν – από μεροληπτικούς πολιτικούς σχολιαστές (όπως ο Tucker Carlson και ο Joe Rogan στις ΗΠΑ), μέχρι ψυχαγωγούς και παρουσιαστές ειδήσεων με επίκεντρο τη νεολαία (όπως ο Hugo Décrypte στη Γαλλία), οι οποίοι αμφισβητούν τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης. Οι νέοι βρίσκουν αυτό το ακατέργαστο ύφος ιδιαίτερα ελκυστικό και αξιόπιστο και δημιουργούν μια προσωπική σύνδεση με τα πρόσωπα που παρακολουθούν. Κατά τη διάρκεια των πρόσφατων προεδρικών εκλογών στις ΗΠΑ, και οι δύο υποψήφιοι στράφηκαν σε podcasters για συνεντεύξεις, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την εμφάνιση της Kamala Harris στο podcast “Call Her Daddy”. Αντίστοιχα, στις τελευταίες προεδρικές εκλογές στην Κύπρο το 2023 και στις Ευρωεκλογές του 2024, το podcast Netcast Zone αποτέλεσε σημαντική πηγή ενημέρωσης με συνεντεύξεις πολιτικών, ενώ σταδιακά έχει εξελιχθεί σε δημοφιλή πηγή ενημέρωσης για ποικίλα θέματα της επικαιρότητας και της πολιτικής.

Το φαινόμενο επιβεβαιώνει και η Media & News Survey (2023) της ΕΕ, σύμφωνα με την οποία σχεδόν ένας στους δύο χρήστες στην Κύπρο που ακολουθούν influencers ή δημιουργούς περιεχομένου, καταναλώνουν περιεχόμενο που αφορά στην επικαιρότητα για την κοινωνία, την οικονομία και την πολιτική.

Πίνακας 2: ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΑΠΟ INFLUENCERS Ή ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Τι είδους περιεχόμενο από influencers ή δημιουργούς περιεχομένου προτιμάτε;

(Επιτρέπονται πολλαπλές απαντήσεις, % Τέσσερις δημοφιλέστερες απαντήσεις - ΕΕ27)

Δείγμα: Άτομα που ακολουθούν influencers ή δημιουργούς περιεχομένου



Πηγή: Flash Eurobarometer, Media & News Survey (2023), <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153>

Οι podcasters, οι YouTubers και οι πολιτικοί είναι συχνά μεροληπτικοί και θεωρούνται βασικές πηγές παραπλανητικού περιεχομένου και παραπληροφόρησης.

Αν και αυτές οι εξελίξεις προσφέρουν νέους τρόπους εμπλοκής του κοινού με την ενημέρωση, εγείρουν ταυτόχρονα ανησυχίες σχετικά με την ακεραιότητα της πληροφορίας που διακινείται στη δημόσια σφαίρα. Οι podcasters, οι YouTubers και οι πολιτικοί είναι συχνά μεροληπτικοί και θεωρούνται βασικές πηγές παραπλανητικού περιεχομένου και παραπληροφόρησης. Την ίδια στιγμή, οι ειδήσεις που παράγονται από τεχνητή νοημοσύνη ενδέχεται να είναι λιγότερο αξιόπιστες. Σε πρόσφατη έρευνα για την παραπληροφόρηση στην Κύπρο (Giomelakis et al, 2024), οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να προσδιορίσουν την πλατφόρμα στην οποία συναντούν συχνότερα «ψευδείς ειδήσεις». Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναφέρθηκαν με διαφορά ως η πιο διαδεδομένη απάντηση (74%), ακολουθούμενα από ιστότοπους ειδήσεων (11%) και τηλεοπτικούς σταθμούς (5,1%).

Συνοψίζοντας τα ΜΚΔ όχι μόνο αναδεικνύονται ως η κυρίαρχη πηγή ενημέρωσης στην Κύπρο, αλλά μέσω αυτών έχει δημιουργηθεί και ενδυναμώνεται ένα εναλλακτικό οικοσυστήμα ενημέρωσης στο οποίο influencers και παραγωγοί περιεχομένου αναδεικνύονται σε σημαντικούς πυλώνες της ενημέρωσης διαμορφώνοντας την ατζέντα και προωθώντας συγκεκριμένες αφηγήσεις της πραγματικότητας και της ερμηνείας της.

2β. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συμμετοχή στην πολιτική

Η πολιτική συμμετοχή αναφέρεται σε κάθε δραστηριότητα των πολιτών που αποσκοπεί άμεσα ή έμμεσα στο να επηρεάσει τη διαδικασία λήψης πολιτικών αποφάσεων (Verba, Nie & Kim, 1978). Δεν περιορίζεται αποκλειστικά στην εκλογική διαδικασία, αλλά περιλαμβάνει ένα φάσμα ενεργειών που κινούνται από θεσμικά καθορισμένες πρακτικές έως λιγότερο παραδοσιακές ή και αντικομφορμιστικές μορφές δράσης. Ο Van Deth (2014) ορίζει την πολιτική συμμετοχή ως οποιαδήποτε εθελοντική δραστηριότητα μέσω της οποίας οι πολίτες προσπαθούν να επηρεάσουν πολιτικές αποφάσεις ή να εκφράσουν πολιτικά συμφέροντα. Πιο συγκεκριμένα, οι δραστηριότητες αυτές μπορούν να αποσκοπούν στην επίλυση προβλημάτων της κοινότητας ή, σε ακόμη ευρύτερους όρους, να συνιστούν προσπάθειες μεταβολής καθιερωμένων προτύπων κοινωνικής και πολιτικής συμπεριφοράς και στην πυροδότηση μεταρρυθμίσεων (σελ. 353).

Η συμμετοχή διακρίνεται σε συμβατικές και μη συμβατικές μορφές. Οι συμβατικές μορφές περιλαμβάνουν την ψήφο στις εκλογές, τη συμμετοχή σε κόμματα ή πολιτικές οργανώσεις, την επικοινωνία με θεσμικούς εκπροσώπους (π.χ. επιστολές σε βουλευτές) και την υποστήριξη πρωτοβουλιών ή οργανώσεων μέσω δωρεών ή εθελοντισμού. Οι μη συμβατικές μορφές περιλαμβάνουν διαδηλώσεις, πορείες και καταλήψεις, μποϊκοτάζ ή άλλες ακτιβιστικές δράσεις.

Η ραγδαία ανάπτυξη των ψηφιακών τεχνολογιών και η εξάπλωση των ΜΚΔ έχουν αλλάξει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο οι πολίτες συμμετέχουν στην πολιτική ζωή. Η ψηφιοποίηση της πολιτικής δεν συνιστά απλώς μια τεχνική καινοτομία, αλλά έναν νέο τρόπο πολιτικής έκφρασης, αλληλεπίδρασης και συμμετοχής που επεκτείνει το πεδίο της παραδοσιακής πολιτικής συμμετοχής (Loader & Mercea, 2011).

Η πολιτική συμμετοχή στον ψηφιακό χώρο περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που ξεπερνούν την κλασική συμμετοχή (π.χ. ψήφος, κομματική ένταξη) και περιλαμβάνει μία σειρά δραστηριοτήτων, όπως: ηλεκτρονική υπογραφή ψηφισμάτων (e-petitions), συμμετοχή σε πολιτικές εκστρατείες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. χρήση hashtags, διαδικτυακές κοινοποιήσεις), σχολιασμός ή διάδοση πολιτικού περιεχομένου, συμμετοχή σε δημόσιες διαβουλεύσεις, δημιουργία

περιεχομένου (π.χ. blogs, podcasts, memes με πολιτικό μήνυμα). Οι μορφές αυτές είναι πιο ευέλικτες, εξατομικευμένες και προσβάσιμες, ειδικά για τους νέους ανθρώπους ή για πολίτες που αισθάνονται αποξενωμένοι από τους θεσμούς (Theocharis & van Deth, 2018). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η περίπτωση των νέων πολιτών, οι οποίοι, αν και συχνά εμφανίζονται αποστασιοποιημένοι από τις παραδοσιακές πολιτικές διαδικασίες, συμμετέχουν ενεργά σε μορφές μη θεσμικής ψηφιακής πολιτικής δράσης (Jenkins et al., 2016). Η ψηφιακή συμμετοχή προσφέρει νέους διαύλους πολιτικοποίησης και πολιτικής κοινωνικοποίησης, με έμφαση στην ταυτότητα, την κοινότητα και την αξιακή διάσταση της συμμετοχής.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ελάχιστη επίδραση στη συμμετοχή σε προεκλογικές εκστρατείες και στις εκλογές.

Κεντρικό ερώτημα παραμένει εάν η χρήση των ΜΚΔ αυξάνει τη συμμετοχή των πολιτών στις πολιτικές διαδικασίες. Με βάση μία μετα-ανάλυση 36 μελετών αναφορικά με το πώς η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζει τη συμμετοχή των πολιτών στα κοινά και την πολιτική ζωή, η Boulianne (2015) κατέληξε ότι ο συνολικός αντίκτυπος είναι θετικός, ιδιαίτερα στην περίπτωση των νεανικών κοινών. Με άλλα λόγια, υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ χρήσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης και κάποιας μορφής πολιτικής συμμετοχής ή ενασχόλησης. Ενθαρρυντικά είναι και τα αποτελέσματα αναφορικά με τη συμμετοχή σε διαδηλώσεις και ακτιβιστικές δράσεις. Ωστόσο, τα αποτελέσματα δείχνουν ελάχιστη επίδραση στη συμμετοχή σε προεκλογικές εκστρατείες και στις εκλογές. Σε μελέτη για τη χρήση των ΜΚΔ από πολιτικά πρόσωπα στην Κύπρο, ο Komodromos (2014) βρήκε ότι η αμεσότητα της επικοινωνίας που φέρουν και η διαφάνεια που υπόσχονται διευκολύνει την αλληλεπίδραση των πολιτών με τους πολιτικούς.

Ωστόσο, παρά τα οφέλη, η χρήση των ΜΚΔ στην πολιτική ζωή, εγείρει και προβληματισμούς. Η έννοια του “slacktivism” (Morozov, 2009) περιγράφει επιφανειακές μορφές συμμετοχής χωρίς ουσιαστικό πολιτικό αντίκτυπο. Η ψηφιακή ανισότητα (digital divide) περιορίζει την καθολικότητα της συμμετοχής, δημιουργώντας νέες μορφές αποκλεισμού (Vaccari & Valeriani, 2021). Γενικά, ενώ η χρήση των ΜΚΔ συσχετίζεται θετικά με τη διαδικτυακή πολιτική συμμετοχή, η εκπαίδευση, η πεποίθηση ενός ατόμου ότι μπορεί να επηρεάσει τις πολιτικές διεργασίες (self-efficacy) και η πρότερη πολιτική διάθεση διαμεσολαβούν τη χρήση των ΜΚΔ (Hoffman & Lutz, 2021). Κατά συνέπεια, η χρήση του διαδικτύου λειτουργεί ταυτόχρονα ως μηχανισμός ενίσχυσης αλλά και

άμβλυνσης των προϋπαρχόντων ανισοτήτων συμμετοχής, ανάλογα με τις γνωστικές προδιαθέσεις των χρηστών (de Zúñiga, Jung & Valenzuela, 2012).

Τα ΜΚΔ επιτρέπουν στους πολιτικούς δρώντες να παρακάμπτουν τους δημοσιογραφικούς διαμεσολαβητές, μεταφέροντας μηνύματα απευθείας στους πολίτες με γλώσσα οικεία και προσωπικό τόνο.

Γεγονός παραμένει ωστόσο ότι τα ΜΚΔ αποτελούν σημαντικό μηχανισμό προεκλογικής επιρροής. Η ψηφιοποίηση του δημόσιου λόγου και η κυριαρχία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν μετασχηματίσει δραστικά τον τρόπο διεξαγωγής των εκλογικών εκστρατειών, μετατοπίζοντας την έμφαση από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης σε διαδραστικές, προσωποποιημένες και στοχευμένες επικοινωνιακές στρατηγικές. Τα ΜΚΔ επιτρέπουν στους πολιτικούς δρώντες να παρακάμπτουν τους δημοσιογραφικούς διαμεσολαβητές, μεταφέροντας μηνύματα απευθείας στους πολίτες με γλώσσα οικεία και προσωπικό τόνο. Η δυνατότητα άμεσης και διευρυμένης επικοινωνίας, χωρίς χρονικούς ή θεσμικούς περιορισμούς, ενισχύει την πολιτική προβολή και αυξάνει την αναγνωρισιμότητα των υποψηφίων (Enli, 2017).

Επιπρόσθετα, μέσω των αλγοριθμικών εργαλείων των πλατφορμών οι προεκλογικές εκστρατείες μπορούν να εφαρμόσουν στοχευμένες καμπάνιες με βάση δημογραφικά, γεωγραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά. Αυτό ενισχύει την αποδοτικότητα του πολιτικού μηνύματος και επιτρέπει την προσαρμογή του περιεχομένου ανάλογα με το προφίλ του ψηφοφόρου (Kreiss & McGregor, 2019). Επίσης, τα ΜΚΔ διαδραματίζουν καίριο ρόλο στη διαμόρφωση της θεματολογίας της προεκλογικής περιόδου, ενισχύοντας αφηγήσεις, ενίοτε πόλωσης, και καλλιεργώντας συναισθηματικά φορτισμένα πλαίσια συζήτησης. Οι πλατφόρμες επιβραβεύουν περιεχόμενο υψηλής αλληλεπίδρασης, το οποίο συχνά είναι πολωτικό ή συναισθηματικά φορτισμένο (Tufekci, 2015).

Το φαινόμενο Φειδία αποδεικνύει την ισχυρή επίδραση των influencers στην πολιτική συμμετοχή και στη διαμόρφωση της εκλογικής συμπεριφοράς.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα της δύναμης των ΜΚΔ ως προεκλογικών εργαλείων σε συνδυασμό βεβαίως με την κοινωνική δυσaráσκεια είναι το παράδειγμα του YouTuber Φειδία Παναγιώτου στην Κύπρο, ο οποίος κέρδισε το 20% περίπου των ψήφων στις πρόσφατες Ευρωεκλογές και εξελέγη ευρωβουλευτής. Το φαινόμενο Φειδία αποδεικνύει την ισχυρή επίδραση των influencers στην πολιτική συμμετοχή και στη διαμόρφωση της εκλογικής συμπεριφοράς.

2γ. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, παραπληροφόρηση και χειραγώγηση

Η ευκολία διάδοσης μη επαληθευμένων ή παραπλανητικών πληροφοριών καθιστά τα ΜΚΔ ευάλωτα στην παραπληροφόρηση και την εκλογική και όχι μόνο χειραγώγηση. Bots, trolls, ψευδείς ειδήσεις και επιτηδευμένοι αλγόριθμοι ενδέχεται να διαμορφώσουν πλασματικές εικόνες της πραγματικότητας, να υποστηρίξουν συγκεκριμένες θέσεις ή άτομα ή να πλήξουν (πολιτικούς) αντιπάλους (Bradshaw & Howard, 2018). Κεντρικά φαινόμενα που αναδεικνύονται στη σχετική βιβλιογραφία είναι η επιβεβαίωση προκαταλήψεων (confirmation bias) (Zhou & Shen 2022), η δημιουργία θυλάκων φιλτραρίσματος (filter bubbles) (Spohr, 2017) και θαλάμων αντήχησης (echo chambers) (Cinelli et al, 2020; Terren & Borge, 2021), καθώς και η αλγοριθμική ενίσχυση ή περιθωριοποίηση περιεχομένου που επιδρά στην πολιτική συζήτηση και αντίληψη (Saurwein, & Spencer-Smith, 2021).

Πρέπει να επισημανθεί ότι η φύση των ΜΚΔ βασίζεται σε αλγοριθμικά κριτήρια που προωθούν περιεχόμενο με υψηλό βαθμό εμπλοκής των χρηστών.

Οι προκαταλήψεις επιβεβαίωσης (confirmation bias) είναι η τάση των ανθρώπων να αναζητούν, να ερμηνεύουν και να ανακαλούν πληροφορίες με τρόπο που επιβεβαιώνει τις ήδη υπάρχουσες πεποιθήσεις, αξίες ή προσδοκίες τους, ενώ αγνοούν, υποτιμούν ή απορρίπτουν πληροφορίες που τις αντικρούουν και έρχονται σε αντίθεση με την ευρύτερη ιδεολογία τους (Peters, 2022). Οι προκαταλήψεις επιβεβαίωσης αποτελούν μία από τις πιο διαδεδομένες γνωστικές μεροληψίες και επηρεάζουν σημαντικά τη λήψη αποφάσεων, την πολιτική κρίση και την ερμηνεία της πραγματικότητας. Πρόκειται για έναν μηχανισμό ψυχολογικής άμυνας που μειώνει τη γνωστική ασυμφωνία (cognitive dissonance). Στο ψηφιακό περιβάλλον, και ιδιαίτερα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπου οι χρήστες επιλέγουν τις πηγές πληροφόρησης και τις κοινότητές τους, η τάση αυτή ενισχύεται, καθώς οι χρήστες εκτίθενται κυρίως σε πληροφορίες που συμφωνούν με τις

αντιλήψεις τους γεγονός που συμβάλλει στη δημιουργία θυλάκων φιλτραρίσματος (filter bubbles) και ιδεολογικής πόλωσης (Stroud, 2010).

Το φαινόμενο των θυλάκων φιλτραρίσματος (filter bubbles) περιγράφει την κατάσταση στην οποία οι αλγόριθμοι των ΜΚΔ εμφανίζουν στους χρήστες πληροφορίες που εναρμονίζονται με την πρότερη διαδικτυακή συμπεριφορά τους και τις προτιμήσεις τους αποκλείοντας περιεχόμενο και συχνά εναλλακτικές οπτικές (Pariser, 2011). Έτσι, οι χρήστες απομονώνονται σε ένα «φιλτραρισμένο» περιβάλλον πληροφόρησης στο οποίο ανακυκλώνονται συγκεκριμένες αντιλήψεις και οπτικές της πραγματικότητας. Σε συνδυασμό με το echo chamber effect, το οποίο περιγράφει ένα φαινόμενο όπου οι χρήστες, ιδιαίτερα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, περιορίζονται σε δίκτυα επικοινωνίας που αντανakλούν και ενισχύουν τις δικές τους ιδέες με αποτέλεσμα να μειώνεται ο πλουραλισμός των απόψεων που έρχονται σε επαφή και να ενισχύεται η ιδεολογική πόλωση. Το αποτέλεσμα είναι ότι δημιουργείται ένας φαύλος κύκλος καθώς τα κλειστά δίκτυα ομοειδών θέσεων και απόψεων αποκλείουν ή αποδυναμώνουν αντίθετες απόψεις, ανακυκλώνουν και ενισχύουν τα ίδια αφηγήματα και τελικά δημιουργούν συνθήκες ιδεολογικής αυτοεπιβεβαίωσης και ιδεολογικής πόλωσης απομακρύνοντας τους χρήστες από αμερόληπτη ή επιστημονική πληροφόρηση (Sunstein, 2001; Jamieson & Carrpella, 2008). Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να γίνει διάκριση ανάμεσα στα δύο φαινόμενα. Οι θύλακες αντήχησης είναι κοινωνικά δομημένοι, προκύπτουν δηλαδή από τις αλληλεπιδράσεις των χρηστών και τις προσωπικές τους επιλογές (π.χ. ποιον ακολουθούν). Οι θύλακες φιλτραρίσματος (filter bubbles) είναι αλγοριθμικά δομημένοι, βασίζονται δηλαδή στις παραμέτρους των αλγορίθμων και σε προσωποποιημένα φίλτρα που επιλέγουν σε τι περιεχόμενο θα εκτεθούν οι χρήστες με βάση τα ενδιαφέροντά τους και την πρότερη διαδικτυακή συμπεριφορά τους (Pariser, 2011).

Τέλος, θα πρέπει να επισημανθεί ότι η φύση των ΜΚΔ βασίζεται σε αλγοριθμικά κριτήρια που προωθούν περιεχόμενο με υψηλό βαθμό εμπλοκής των χρηστών (engagement). Αυτή η δυναμική ευνοεί τη διάδοση συναισθηματικά φορτισμένων, υπεραπλουστευμένων ή ψευδών ειδήσεων, καθώς αυτές τείνουν να διαδίδονται πιο γρήγορα και ευρύτερα από τις ακριβείς και τεκμηριωμένες πληροφορίες. Επίσης, τα ΜΚΔ αποτελούν πεδίο στόχευσης και (πολιτικής) διαφήμισης. Η σκιαγράφηση του προφίλ (profiling) των χρηστών και η στόχευση αποσκοπούν στην παροχή πληροφοριών που είναι πιο σχετικές για τους χρήστες αυξάνοντας έτσι την πιθανότητα εμπλοκής του με το περιεχόμενο (Bodó et al., 2017). Τα ΜΚΔ προσφέρουν βελτιωμένη ανατροφοδότηση και έλεγχο της διαδικασίας, επιτρέποντας επίσης τη διεξαγωγή πειραμάτων με συγκριτικά

χαμηλότερο κόστος. Αυτές οι δυνατότητες όχι μόνο προϋποθέτουν την εκτεταμένη συλλογή και επεξεργασία δεδομένων των χρηστών, αλλά επιτρέπουν την ευκολότερη χειραγώγηση της κοινής γνώμης. Ειδικά για το πολιτικό περιεχόμενο, οι δυνατότητες στόχευσης (microtargeting) στα ΜΚΔ επιτρέπουν την εξατομικευμένη πολιτική διαφήμιση, γεγονός που ενισχύει την ψυχολογική επιρροή και τη χειραγώγηση. Ερευνητικά ευρήματα δείχνουν ότι κρατικοί και ιδιωτικοί δρώντες αξιοποιούν τεχνικές παραπληροφόρησης και προπαγάνδας για να επηρεάσουν εκλογικά αποτελέσματα ή να υπονομεύσουν την εμπιστοσύνη στους δημοκρατικούς θεσμούς (Bradshaw & Howard, 2018).

3. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διαμόρφωση πολιτικών αντιλήψεων στην Κύπρο

Η επίδραση των ΜΚΔ δεν περιορίζεται στη διευκόλυνση της πρόσβασης στην πληροφορία και στη συμμετοχή. Αντιθέτως, αποτελεί μια ποιοτική μετατόπιση, η οποία μεταμορφώνει το πολιτικό τοπίο σε ένα διαμεσολαβημένο, αλγοριθμικά ρυθμιζόμενο περιβάλλον με ισχυρές επιδράσεις στο πώς οι πολίτες, και δη οι νέοι άνθρωποι, διαμορφώνουν απόψεις και αντιλήψεις γύρω από την πολιτική. Συνεπώς η εκτενής χρήση των ΜΚΔ ως ενημερωτικών πηγών και η διείσδυσή τους στην πολιτική επικοινωνία συνιστά μια δομική μετατόπιση στη δημοκρατική διαδικασία.

Το φαινόμενο της αποπολιτικοποίησης ωστόσο, δεν σημαίνει απαραίτητα αδιαφορία, αλλά επαναπροσδιορισμό της πολιτικής ταυτότητας.

Η Κυπριακή κοινωνία έχει βιώσει επανειλημμένα κρίσεις, τόσο οικονομικές όσο και πολιτικές. Η οικονομική κρίση του 2013-2019, τα σκάνδαλα διαφθοράς (όπως το σκάνδαλο των "χρυσών διαβατηρίων"), ο περιορισμός της ελευθερίας του Τύπου κατά την υγειονομική κρίση του Covid-19 (Vatikiotis, Maniou & Spyridou, 2024), η φθίνουσα αποτελεσματικότητα των κομμάτων στη διαχείριση του Κυπριακού ζητήματος και της οικονομίας στη μετα-κρίση εποχή (Triga, Ioannides & Djounas, 2023), έχουν συντελέσει στην απονομιμοποίηση του πολιτικού παραδοσιακού συστήματος και σε ένα διευρυμένο αίσθημα πολιτικής απογοήτευσης και απαξίωσης (Ellinas & Katsourides, 2021). Το φαινόμενο της αποπολιτικοποίησης ωστόσο, δεν σημαίνει απαραίτητα αδιαφορία, αλλά επαναπροσδιορισμό της πολιτικής ταυτότητας. Οι πολίτες στρέφονται σε σχήματα που προβάλλονται ως "αντισυστημικά" ή "εκτός κατεστημένου". Η εμφάνιση κομμάτων με ριζοσπαστικό ή λαϊκιστικό λόγο και διαιρετικές αφηγήσεις προσφέρει

ελκυστικές εναλλακτικές για απογοητευμένους ψηφοφόρους (Stavrakakis & Katsambekis, 2024).

Σε αυτό το πλαίσιο, οι νέοι άνθρωποι ενημερώνονται κατά βάση από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και συχνά παρακάμπτουν τα επαγγελματικά μέσα ενημέρωσης και προτιμούν influencers και παραγωγούς περιεχομένου οι οποίοι/ες φέρουν μία νέα προσέγγιση στην ενημέρωση: καθημερινό λόγο, εναλλακτική προς την ηγεμονική ατζέντα, υποκειμενικότητα και κριτική του συστήματος. Την ίδια ώρα, τα ΜΚΔ τους προσφέρουν τη δυνατότητα να εκφραστούν είτε άμεσα είτε έμμεσα (π.χ. κοινοποιώντας περιεχόμενο), να οργανωθούν και να κινητοποιηθούν για πολιτικά ζητήματα. Ωστόσο, συχνά η κινητοποίηση παραμένει στο επίπεδο του διαδικτύου χωρίς σημαντικό αντίκτυπο στο πραγματικό πολιτικό πεδίο.

Ωστόσο, η διαμόρφωση της πολιτικής συνείδησης μέσω των ΜΚΔ δεν είναι πλέον απλώς ένα ζήτημα πληροφόρησης, αλλά αποτέλεσμα ενός πολύπλοκου, αλγοριθμικά διαμεσολαβημένου οικοσυστήματος που ενισχύει υπάρχουσες προκαταλήψεις, υπονομεύει τον πλουραλισμό και ενδέχεται να απειλήσει τις βάσεις της πολιτικής συμμετοχής. Η κυρίαρχη πλέον χρήση αλγορίθμων, οι οποίοι ελέγχουν τι βλέπει ο κάθε χρήστης στην πλατφόρμα του, αναπαράγει και ενισχύει τις προσωπικές προτιμήσεις και προκαταλήψεις, δημιουργώντας περιβάλλοντα πληροφόρησης που στερούνται πλουραλισμού. Το αποτέλεσμα συχνά είναι η ιδεολογική πόλωση και η υπονόμηση της συλλογικότητας καθώς η κοινωνική συναίνεση αντικαθίσταται από φωνές που επαναλαμβάνουν τον εαυτό τους μέσα σε θαλάμους αντήχησης (echo chambers). Επίσης, ενισχύεται το φαινόμενο της πολιτικής απάθειας, καθώς οι χρήστες κουράζονται από την υπερπληθώρα των πληροφοριών ειδικά όταν αυτές έχουν συγκρουσιακό χαρακτήρα ή εμπεριέχουν παραπληροφόρηση.

Παρά τα προβλήματα που έχουν δημιουργήσει τα ΜΚΔ προσφέρουν ευκαιρίες για ενδυνάμωση της πολιτικής συμμετοχής και δράσης και αδιαμφισβήτητα κατέχουν κυρίαρχη θέση στην ενημέρωση και την πολιτική επικοινωνία.

Περαιτέρω, η παραπληροφόρηση και οι ψευδείς ειδήσεις δεν είναι μόνο σύμπτωμα αλλά και εργαλείο πολιτικής στρατηγικής, με κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς να τις αξιοποιούν για να χειραγωγήσουν την κοινή γνώμη, μειώνοντας την εμπιστοσύνη στους

θεσμούς και τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (Benkler et al., 2018). Τα παραπάνω έχουν ως αποτέλεσμα να επιδεινώνεται η ποιότητα της δημόσιας συζήτησης και να περιορίζεται η αυτονομία των πολιτών στη διαμόρφωση της γνώμης τους καθώς επηρεάζεται από μηχανισμούς που δεν είναι ούτε διαφανείς ούτε λογοδοτούν.

Συμπερασματικά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαμορφώνουν ένα νέο πεδίο πολιτικής δραστηριότητας και συμμετοχής που επιτρέπει τον εκδημοκρατισμό της πληροφορίας, τη δημιουργία κοινοτήτων με κοινά ενδιαφέροντα και επιδιώξεις, την αμεσότητα στην έκφραση και τη συμμετοχή, τη διασπορά εναλλακτικών αφηγήσεων από ποικίλους δρώντες (Paracharissi, 2010), την ενίσχυση του συναισθηματικού λόγου, την κυριαρχία αλγοριθμικών επιλογών που τείνουν να «καλουπώνουν» τις πληροφορίες που φτάνουν στους χρήστες και τη διάδοση παραπληροφόρησης. Εν ολίγοις, παρά τα προβλήματα που έχουν δημιουργήσει τα ΜΚΔ προσφέρουν ευκαιρίες για ενδυνάμωση της πολιτικής συμμετοχής και δράσης και αδιαμφισβήτητα κατέχουν κυρίαρχη θέση στην ενημέρωση και την πολιτική επικοινωνία. Γι' αυτό το λόγο είναι σημαντικό είναι να προωθηθεί συστηματικά η παιδεία στα μέσα και την παραπληροφόρηση, ώστε να εξοπλιστούν οι νέοι με τα εργαλεία για κριτική ανάλυση της ψηφιακής πολιτικής πληροφορίας. Η εκπαίδευση πρέπει να επικεντρωθεί όχι μόνο στη χρήση της τεχνολογίας, αλλά και στην κατανόηση των μηχανισμών παραπληροφόρησης και χειραγώγησης.

Επιπλέον, η συμμετοχή των νέων ανθρώπων στα πολιτικά δρώμενα πρέπει να ενισχυθεί τόσο μέσα από ψηφιακές όσο και από παραδοσιακές πρακτικές, με στόχο να γεφυρωθούν ουσιαστικά αυτές οι δύο σφαίρες. Η χρήση πλατφορμών που προάγουν τη διαλογικότητα, τη διαφάνεια και τη συλλογική λήψη αποφάσεων μπορεί να ανανεώσει το ενδιαφέρον για την πολιτική στην Κύπρο. Τέλος, είναι κρίσιμης σημασίας ζητούμενο να καταφέρει το πολιτικό σύστημα της χώρας να ακούσει τους πολίτες και να δώσει βιώσιμες λύσεις στα προβλήματα που αντιμετωπίζει η κυπριακή κοινωνία, και δη οι νέοι άνθρωποι. Όσο δεν γεφυρώνεται αυτό το χάσμα, τόσο θα απομακρύνονται οι πολίτες από τα παραδοσιακά κόμματα και τους θεσμούς.

Η ενεργός εμπλοκή της νεολαίας μέσα από συνειδητές και κριτικές πρακτικές είναι απαραίτητη για μια ανανεωμένη και βιώσιμη δημοκρατία στην Κύπρο.

Η Κύπρος βρίσκεται σε ένα σταυροδρόμι, όπου η ισορροπία μεταξύ ψηφιακής και παραδοσιακής πολιτικής επικοινωνίας, σε συνδυασμό με στοχευμένες παρεμβάσεις

στην παιδεία, στην προσέγγιση των πολιτών και στη φιλοσοφία του πολιτικού συστήματος θα καθορίσει την ποιότητα και το βάθος της δημοκρατικής συμμετοχής στο μέλλον. Η ενεργός εμπλοκή της νεολαίας μέσα από συνειδητές και κριτικές πρακτικές είναι απαραίτητη για μια ανανεωμένη και βιώσιμη δημοκρατία στην Κύπρο.

Βιβλιογραφικές αναφορές

Anduiza, E., Cristancho, C., & Sabucedo, J. M. (2014). Mobilization through online social networks: the political protest of the indignados in Spain. *Information, communication & society*, 17(6), 750-764.

Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press

Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press

Bodó, B., Helberger, N., & de Vreese, C. H. (2017). Political micro-targeting: a Manchurian candidate or just a dark horse? *Internet Policy Review*, 6(4), 1–13

Borrero, J.D. & Borrero-Domínguez, E. (2024). Fostering Active Citizenship: Facebook's Role in Youth Civic Engagement. *Cuadernos.info*, (57), 1-24. <https://doi.org/10.7764/cdi.57.63423>

Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538.

Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2018). *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Oxford Internet Institute.

Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2018). *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Oxford Internet Institute.

Burgess, J., Marwick, A., & Poell, T. (Eds.). (2017). *The Sage Handbook of Social Media* (1st ed.), Sage

Cammaerts, B., Bruter, M., Banaji, S., Harrison, S. and Anstead, N. (2014). The myth of youth apathy: Young Europeans' critical attitudes toward democratic life. *American Behavioral Scientist*, 58(5), 645–64

Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.

Christodoulou, I., Pashias, C., Theocharides, S., & Davou, B. (2018). Investigating the roots of political disengagement of young Greek Cypriots. In *Youths in Challenging Situations* (pp. 212-228). Routledge.

Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2020). Echo chambers on social media: A comparative analysis. arXiv preprint arXiv:2004.09603.

Digital News Report (2024). Reuters Institute for the Study of Journalism, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

Digital News Report (2025). Reuters Institute for the Study of Journalism, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf

Ellinas, A. & Katsourides, Y. (2021) The Silent Electoral Earthquake in Cyprus: A Crisis of Political Representation, *South European Society and Politics*, 26:3, 413-436, DOI: 10.1080/13608746.2022.2034272

Enli, G. (2017). *Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality*. Peter Lang.

Geers, S. (2020). News Consumption Across Media Platforms And Content A Typology Of Young News Users. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 84, Special Issue, 2020, pp. 332–354

Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>

Giomelakis, D., Constandinides, C., Noti, M., & Maniou, T. A. (2024). Investigating Online Mis- and Disinformation in Cyprus: Trends and Challenges. *Journalism and Media*, 5(4), 1590-1606. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5040099>

Hernández, E. & Kriesi, H. (2016) 'The electoral consequences of the financial and economic crisis in Europe', *European Journal of Political Research*, vol. 55, pp. 203–224.

Hoffmann, C. P., & Lutz, C. (2021). Digital divides in political participation: The mediating role of social media self-efficacy and privacy concerns. *Policy & Internet*, 13(1), 6-29.

Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford University Press.

- Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Polity Press.
- Komodromos, M. (2014). Social Media and its Role for Cypriot Members of Parliament in Times of Crisis, *Cyprus Review*, 27(1):217-232
- Kreiss, D., & McGregor, S. C. (2019). The “Arbiters of What Our Voters See”: Facebook and Google’s Struggle with Policy, Process, and Enforcement around Political Advertising. *Political Communication*, 36(4), 499–522.
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations and participatory politics. *Information, Communication & Society*, 14(6), 757–769.
- Media & News Survey (2023), Flash Eurobarometer
<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3153>
- Morozov, E. (2009). “Foreign Policy: Brave New World of Slacktivism. NPR. Archived, <https://www.npr.org/2009/05/19/104302141/foreign-policy-brave-new-world-of-slacktivism>
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Polity Press.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. penguin UK.
- Peters, U. (2022). What is the function of confirmation bias?. *Erkenntnis*, 87(3), 1351-1376.
- Saurwein, F., & Spencer-Smith, C. (2021). Automated trouble: The role of algorithmic selection in harms on social media platforms. *Media and Communication*, 9(4), 222-233.
- Spoehr, D. (2017). Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. *Business information review*, 34(3), 150-160.
- Spyridou, L. P., & Danezis, C. (2022). News consumption patterns during the coronavirus pandemic across time and devices: The Cyprus case. *World of Media*, 2022(2), 124-146.
- Stavrakakis, Y., & Katsambekis, G. (Eds.). (2024). *Research Handbook on Populism*. Edward Elgar Publishing.
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556–576.
- Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com*. Princeton University Press.

- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.
- Terren, L., & Borge, R. (2021). Echo chambers on social media: A systematic review of the literature, *Review of Communication Research*, vol.9
- Theocharis, Y., & van Deth, J. W. (2018). *Political participation in a changing world: Conceptual and empirical challenges in the study of citizen engagement*. Routledge.
- Triga, V. Ioannidis, N. & Djouvas, C. (2023). The waning of ideology? Presidential elections in the Republic of Cyprus, 5 February 2023, *South European Society and Politics*, 28:2, 177-206, DOI: 10.1080/13608746.2024.2304445
- Triga, V., Mendez, F. & Djouvas, C. (2019) Postcrisis Political Normalisation? The 2018 Presidential Elections in the Republic of Cyprus, *South European Society and Politics*, 24:1, 103-127, DOI: 10.1080/13608746.2018.1511347
- Tufekci, Z. (2015). Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. *Colorado Technology Law Journal*, 13(203).
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2021). *Outside the bubble: Social media and political participation in Western democracies*. Oxford University Press.
- Van Deth, J. W. (2014). A conceptual map of political participation. *Acta Politica*, 49(3), 349–367.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society*. Oxford University Press.
- Vatikiotis, P., Maniou, T. A., & Spyridou, P. (2024). Towards the individuated journalistic worker in pandemic times: Reflections from Greece and Cyprus. *Journalism*, 25(11), 2320-2338.
- Verba, S., Nie, N. H., & Kim, J. (1978). *Participation and Political Equality: A Seven-Nation Comparison*. Cambridge University Press.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Harvard University Press.

Villi, M., Aharoni, T., Tenenboim-Weinblatt, K., Boczkowski, P. J., Hayashi, K., Mitchelstein, E. & Kligler-Vilenchik, N. (2022). Taking a break from news: A five-nation study of news avoidance in the digital era. *Digital Journalism*, 10(1), 148-164.

Zhou, Y., & Shen, L. (2022). Confirmation bias and the persistence of misinformation on climate change. *Communication Research*, 49(4), 500-523.
