



ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ
ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
FARM BUSINESS MANAGEMENT

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΝ
ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στη Τοπική Αυτοδιοίκηση

ΠΕΤΡΟΣ Ν. ΧΑΤΖΗΡΟΥΣΣΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ

ΚΩΣΤΟΠΟΥΛΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ, Αν. Καθηγήτρια Γ.Π.Α

ΑΘΗΝΑ, ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2020



ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ
ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
FARM BUSINESS MANAGEMENT

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΝ
ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στη Τοπική Αυτοδιοίκηση

Social Media on Local Government

ΠΕΤΡΟΣ Ν. ΧΑΤΖΗΡΟΥΣΣΟΣ

Τριμελής Επιτροπή: Κωστοπούλου Κωνσταντίνα, Αν. Καθηγήτρια Γ.Π.Α

Καρανικόλας Παύλος, Αν. Καθηγητής Γ.Π.Α

Λαγογιάννης Γεώργιος, Επ. Καθηγητής Γ.Π.Α

ΑΘΗΝΑ, ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2020

Περίληψη

Η δημοτικότητα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης παρουσιάζει ραγδαίους ρυθμούς ανάπτυξης τις τελευταίες δεκαετίες. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση μπορεί να αξιοποιήσει τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για την επικοινωνία των δήμων με τους πολίτες και συγχρόνως για εσωτερική επικοινωνία και οργάνωση των δημοσίων φορέων. Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματεύεται το βαθμό υιοθέτησης και αξιοποίησης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από τις Τοπικές Αυτοδιοικήσεις των 325 ελληνικών δήμων, ως εργαλείο ενίσχυσης της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής των πολιτών. Η μελέτη επικεντρώνεται στο Facebook και το Twitter, τα οποία αποτελούν τη συνηθέστερη επιλογή των δήμων για την παρουσία τους στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Για την ολοκληρωμένη εικόνα του πεδίου έρευνας πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική επισκόπηση, η οποία εστιάζει στις συνιστώσες που προωθούν την Ηλεκτρονική Συμμετοχή των πολιτών με τους δήμους. Επιπλέον, πραγματοποιήθηκε σύγκριση της παρουσίας που είχαν οι δήμοι το 2017 στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με το 2019. Για την κατανόηση της αλληλεπίδρασης των δήμων με τους πολίτες μέσω αυτών των κοινωνικών μέσων, πραγματοποιήθηκε εξαγωγή και μελέτη δεδομένων μέσω των εργαλείων διαχείρισης και ανάλυσης Likealyzer και Fanpage Karma για το Facebook και Followerwonk για το Twitter, σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα κατά το έτος 2019. Τα αποτελέσματα των αναλύσεων αναδεικνύουν ότι οι δήμοι δεν αξιοποιούν σε ικανοποιητικό βαθμό τις δυνατότητες που προσφέρουν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για Ηλεκτρονική Συμμετοχή, παρόλο που οι πολίτες παρουσιάζουν ενδιαφέρον για την αλληλεπίδραση τους με την εκάστοτε Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Λέξεις κλειδιά: Ηλεκτρονική συμμετοχή, Τοπική αυτοδιοίκηση, Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Δήμοι, Ελλάδα

Abstract

The popularity of Social Media has been growing rapidly in past decades. Local Government can utilize Social Media to communicate with municipalities and citizens, as well as for internal communication and organization of public entities. This thesis deals with the extent to which the Local Governments of the 325 Greek municipalities have adopted and utilized the Social Media as a tool for enhancing citizens' E-Participation. The study focuses on Facebook and Twitter, which are the most common choice of municipalities for their presence on Social Media platforms. A comprehensive overview of the field of research was carried out with a bibliographic overview focusing on the components that promote the E-Participation of citizens with municipalities. In addition, there has been a comparison between the 2017 municipalities' presence on Social Media with the 2019. To understand the interaction of municipalities with citizens through these Social Media, data was extracted and studied through analytics and monitoring tools, Likealyzer and Fanpage Karma for Facebook and Followerwonk for Twitter at specific time periods in 2019. The results of the analyzes indicate that municipalities are not making the most of the opportunities offered by Social Media for E-participation, although citizens are interested in the interaction with their Local Government.

Keywords: Electronic participation, e-participation, Local Government, Social media, Municipalities, Greece

Εισαγωγή

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιηθούν από την Τοπική Αυτοδιοίκηση με στόχο τη συμβολή τους στην αλληλεπίδραση των δήμων με τους πολίτες. Οι γρήγοροι ρυθμοί εξέλιξης των προαναφερθέντων μέσων καθιστούν αναγκαία τη συνεχή ερευνητική προσέγγιση και την κριτική ανάλυση των δεδομένων από την ακαδημαϊκή κοινότητα. Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η μελέτη του βαθμού αποδοχής και εφαρμογής της λειτουργίας των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από τους 325 δήμους της Ελλάδας, ως διόδου ενίσχυσης της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής των πολιτών αναφορικά με τις διαδικασίες του δημόσιου τομέα.

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια της ολοκλήρωσης του μεταπτυχιακού προγράμματος «Επιχειρηματικότητα και Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη» του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών και διήρκησε τρεις (3) μήνες όπως προδιαγράφεται από το πρόγραμμα σπουδών.

Στο πρώτο κεφάλαιο παρατίθεται το θεωρητικό πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας το οποίο επικεντρώνεται αρχικά στην οριοθέτηση των εννοιών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται συνοπτικά η ιστορική διαδρομή και η εξέλιξη των συγκεκριμένων μέσων με εκκίνηση το 1997. Επιπλέον, για την ολιστική κατανόηση του ερευνητικού θέματος γίνεται αναφορά στις τεχνολογίες Web 2.0 και αναλύονται τα χαρακτηριστικά καθώς και η χρησιμότητά τους. Τέλος, παρατίθενται αναλυτικά τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι εφαρμογές και τα εργαλεία Web 2.0 στους δήμους και το πώς μπορούν να συμβάλλουν στον εκσυγχρονισμό και στη βελτίωση της σχέσης τους με τους πολίτες.

Στο δεύτερο κεφάλαιο μελετάται η Ηλεκτρονική Συμμετοχή. Για την εκτίμηση της ανάπτυξης της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής πραγματοποιείται αναφορά στην Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση καθώς και σε έναν τομέα της, την Διακυβέρνηση μέσω Κινητών Ηλεκτρονικών Εφαρμογών και Ασύρματων Τεχνολογιών. Εν συνεχεία, παρατίθεται βιβλιογραφική επισκόπηση για την κατανόηση και την μελέτη της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην Τοπική Αυτοδιοίκηση ανά τα χρόνια. Αναλύεται η μεθοδολογία της βιβλιογραφικής επισκόπησης και παρατίθεται πίνακας των αποτελεσμάτων της, τα οποία αναδεικνύουν το βιβλιογραφικό κενό στην μελέτη της υιοθέτησης και χρήσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από τους ελληνικούς δήμους ως εργαλείο επικοινωνίας με τους πολίτες.

Στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζεται η παρούσα κατάσταση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην Τοπική Αυτοδιοίκηση. Αρχικά, καταγράφεται η παρουσία των δήμων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και στη συνέχεια, μέσω συγκεκριμένων εργαλείων διαχείρισης και ανάλυσης, πραγματοποιείται εξαγωγή και ανάλυση των δεδομένων που παρέχονται από τους πολίτες-χρήστες διαμέσου της αλληλεπίδρασής τους με τους δήμους στο Facebook και το Twitter.

Τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα από την ανάλυση των παραπάνω δεδομένων. Πραγματοποιείται η κριτική αξιολόγησή τους με τη συμβολή της βιβλιογραφικής επισκόπησης. Αναφέρονται επίσης, οι περιορισμοί που υπήρξαν κατά τη διάρκεια της διπλωματικής εργασίας καθώς και προτάσεις τόσο για περαιτέρω έρευνα όσο και για την αξιοποίηση της μελέτης από τους φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Κωστοπούλου Κωνσταντίνα για την εμπιστοσύνη που μου επέδειξε αναθέτοντάς μου την παρούσα διπλωματική εργασία καθώς και για την καθοδήγηση της σχετικά με την εκπόνηση της εργασίας. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον Αναπληρωτή Καθηγητή Καρανικόλα Παύλο και τον Επίκουρο Καθηγητή Λαγογιάννη Γεώργιο για την υποστήριξη τους. Επιπροσθέτως, ευχαριστώ πολύ την Δρ. Νταλιάνη Μαρία για την πολύτιμη βοήθεια που μου παρείχε καθ' όλη τη διάρκεια συγγραφής της παρούσας εργασίας.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την απόλυτη εμπιστοσύνη που μου δείχνει όλα αυτά τα χρόνια, την ψυχολογική και οικονομική στήριξη που μου παρέχει, καθώς και τις αξίες που μου μετέδωσε. Επιπλέον, ένα μεγάλο ευχαριστώ αξίζει στους φίλους και την σύντροφό μου, Ερατώ, για την κατανόηση που επέδειξαν καθώς και την ψυχολογική υποστήριξή τους κατά τη διάρκεια αυτού του διαστήματος.

Περιεχόμενα

| | |
|--|-----|
| Περίληψη | ii |
| Abstract..... | iii |
| Εισαγωγή | iv |
| Ευχαριστίες..... | vi |
| Κεφάλαιο 1 ^ο : Θεωρητικό πλαίσιο..... | 1 |
| 1.1 Βασικοί ορισμοί και χαρακτηριστικά των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης | 1 |
| 1.1.1 Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης..... | 1 |
| 1.1.2 Τοπική Αυτοδιοίκηση..... | 2 |
| 1.2 Η εξέλιξη των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης | 3 |
| 1.3 Χαρακτηριστικά εφαρμογών και εργαλείων Web 2.0 | 4 |
| 1.4 Πλεονεκτήματα εφαρμογών και εργαλείων Web 2.0 στη Τοπική Αυτοδιοίκηση..... | 9 |
| Κεφάλαιο 2 ^ο : Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση και Ηλεκτρονική Συμμετοχή | 11 |
| 2.1 Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση | 11 |
| 2.2 Διακυβέρνηση μέσω Κινητών Ηλεκτρονικών Εφαρμογών και Ασύρματων Τεχνολογιών..... | 13 |
| 2.3 Ηλεκτρονική Συμμετοχή..... | 13 |
| 2.4 Εμπειρική διαδικασία βιβλιογραφικής επισκόπησης στην Ηλεκτρονική Συμμετοχή .. | 14 |
| 2.4.1 Μεθοδολογία έρευνας | 14 |
| 2.4.2 Αποτελέσματα έρευνας | 16 |
| Κεφάλαιο 3 ^ο : Παρούσα κατάσταση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην Τοπική Αυτοδιοίκηση..... | 23 |
| 3.1 Παρουσία Δήμων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης | 23 |
| 3.2 Εργαλεία διαχείρισης και ανάλυσης Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης..... | 27 |
| 3.2.1 LikeAlyzer και Βασικοί Δείκτες Απόδοσης..... | 27 |
| 3.2.2 Followerwonk και Βασικοί Δείκτες Απόδοσης..... | 29 |
| 3.2.3 Fanpage Karma και Βασικοί Δείκτες Απόδοσης..... | 30 |
| 3.3 Έρευνα χρήσης Facebook και Twitter από την Τοπική Αυτοδιοίκηση μέσω των εργαλείων Fanpage Karma, LikeAlyzer και Followerwonk | 32 |
| 3.3.1 Μελέτη της σελίδας του Facebook των ελληνικών δήμων μέσω του εργαλείου LikeAlyzer | 33 |
| 3.3.2 Μελέτη της σελίδας του Twitter των ελληνικών δήμων μέσω του εργαλείου Followerwonk..... | 36 |
| 3.3.3 Μελέτη της σελίδας του Facebook των ελληνικών δήμων μέσω του εργαλείου Fanpage Karma..... | 38 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| Κεφάλαιο 4° : Συμπεράσματα..... | 42 |
| 4.1 Σύνοψη | 42 |
| 4.2 Περιορισμοί και Προτάσεις | 43 |
| Βιβλιογραφία | 45 |

Λίστα Γραφημάτων

| | |
|--|----|
| Γράφημα 1: Παρουσία Δήμων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (25/2/2019)..... | 24 |
| Γράφημα 2: Σύγκριση δημοφιλέστερων ΜΚΔ 2017-2019..... | 24 |
| Γράφημα 3: Αριθμός ενεργών λογαριασμών στο Instagram από τον Ιανουάριο του 2013 μέχρι τον Ιούνιο του 2018..... | 26 |
| Γράφημα 4: Μέσοι Όροι Δεικτών Απόδοσης του εργαλείου LikeAlyzer για τους δήμους της Ελλάδος κατά τις ημερομηνίες 15-5-2019 και 06-10-2019..... | 35 |
| Γράφημα 5: Ποσοστιαία παρουσίαση του δείκτη Social Authority | 37 |

Λίστα Πινάκων

| | |
|---|----|
| Πίνακας 1: Τεχνολογίες Web 2.0 και η χρήση τους από τους δήμους..... | 5 |
| Πίνακας 2: Χαρακτηριστικά και χρησιμότητα πλατφόρμων κοινωνικής δικτύωσης..... | 8 |
| Πίνακας 3: Κριτήρια επιλογής άρθρων για τη βιβλιογραφική επισκόπηση | 15 |
| Πίνακας 4: Πίνακας Βιβλιογραφικής Επισκόπησης..... | 17 |
| Πίνακας 5: Παρουσία Δήμων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (2017)..... | 24 |
| Πίνακας 6: Σύγκριση παρουσίας δήμων στα ΜΚΔ κατά τα έτη 2017-2019..... | 25 |
| Πίνακας 7: Παρουσία δήμων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (25/2/2019) https://www.statistics.gr/2011-census-pop-hous | 27 |
| Πίνακας 8: Μέσοι Όροι Δεικτών απόδοσης LikeAlyzer κατά τις ημερομηνίες 15-5-2019 και 06-10-2019..... | 34 |
| Πίνακας 9: Μέσοι Όροι Δεικτών απόδοσης Followerwonk στις 20-9-2019..... | 36 |
| Πίνακας 10: Αριθμός δήμων βάσει της βαθμολογίας του δείκτη Social Authority | 37 |
| Πίνακας 11: Μέσοι Όροι Δεικτών απόδοσης Fanpage Karma, για το διάστημα από 1 Ιανουαρίου μέχρι και 17 Νοεμβρίου 2019 | 39 |
| Πίνακας 12: Μέσοι Όροι Δεικτών απόδοσης Fanpage Karma, για τα διαστήματα από 1 Ιανουαρίου μέχρι 15 Μαΐου 2019 και από 16 Μαΐου μέχρι 6 Οκτωβρίου 2019..... | 41 |

Κεφάλαιο 1^ο : Θεωρητικό πλαίσιο

Από την αρχή του αιώνα, η δυνατότητα των ατόμων και των κοινωνικών ομάδων να αλληλοεπιδρούν διαδικτυακά, μέσω της ανταλλαγής εικόνων, βίντεο ή γραπτού περιεχομένου, έχει υποστεί σημαντική βελτίωση λόγω των κινητών τεχνολογιών επικοινωνίας. Μέσω των έξυπνων κινητών τηλεφώνων (smartphones) και των ταμπλετών (tablets) επιτρέπεται στους χρήστες να επικοινωνούν με φίλους, συγγενείς, οργανισμούς και με το χώρο εργασίας τους.

1.1 Βασικοί ορισμοί και χαρακτηριστικά των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Για την ορθή κατανόηση του ρόλου που διαδραματίζουν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media ή ΜΚΔ) στην Τοπική Αυτοδιοίκηση, κρίνεται σκόπιμη η αναφορά των ορισμών των δύο αυτών εννοιών.

1.1.1 Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Τα ΜΚΔ είναι διαμεσολαβητικές τεχνολογίες οι οποίες διευκολύνουν τη δημιουργία και την ανταλλαγή πληροφοριών, ιδεών, ενδιαφερόντων και άλλων μορφών έκφρασης μέσω εικονικών κοινοτήτων και δικτύων (Kietzmann et al., 2011). Λόγω της πληθώρας των αυτόνομων και ενσωματωμένων υπηρεσιών ΜΚΔ, η προσπάθεια να οριστούν με σαφήνεια είναι ιδιαίτερα απαιτητική για τους ερευνητές. Υπάρχουν ωστόσο, ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία κρίνεται χρήσιμο να αναφερθούν (Obar & Wildman, 2015).

- Τα ΜΚΔ είναι μέσα αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας ομάδων ατόμων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων που βασίζονται στην τεχνολογία Web 2.0 (Kaplan & Haenlein, 2010).
- Οι χρήστες δημιουργούν προφίλ εξειδικευμένα για τον ιστότοπο ή την εφαρμογή, τα οποία έχουν σχεδιαστεί και συντηρηθεί από τον εκάστοτε οργανισμό που παρέχονται (Boyd & Ellison, 2007).

- Τα ΜΚΔ διευκολύνουν την ανάπτυξη διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων, συνδέοντας το προφίλ ενός χρήστη με αυτά άλλων ατόμων ή ομάδων.

Τα κοινωνικά δίκτυα τα οποία σχεδιάστηκαν μέσω των ΜΚΔ έχουν τη δυνατότητα να αλλάξουν τον τρόπο με τον οποίο οι ομάδες ατόμων συνδέονται μεταξύ τους και επικοινωνούν. Οι αλλαγές που επιφέρουν στον τρόπο επικοινωνίας τόσο των ατόμων όσο και των οργανισμών, είναι ευρέως διαδεδομένες και ουσιώδεις. Τα ΜΚΔ διαφέρουν από τα κλασσικά μέσα ενημέρωσης όπως τα περιοδικά, οι εφημερίδες, η τηλεοπτική μετάδοση και η ραδιοφωνική μετάδοση με πολλούς τρόπους, συμπεριλαμβανομένης της ποιότητας, της εμβέλειας, της συχνότητας, της αλληλεπίδρασης, της χρηστικότητας, της αμεσότητας και της απόδοσής τους. Η λειτουργία τους βασίζεται σε ένα διαλογικό σύστημα μετάδοσης, δηλαδή σε ένα σύστημα το οποίο περιλαμβάνει πολλές πηγές και πολλούς δέκτες.

Ορισμένες από τις πιο δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, με πάνω από εκατό εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες, περιλαμβάνουν το Facebook (και το σχετικό Facebook Messenger), YouTube, WeChat, Instagram, QQ, QZone, Weibo, Twitter, Tumblr, Telegram, Reddit, Baidu Tieba, LINE, Snapchat, Pinterest, Viber, MeWe και VK.

1.1.2 Τοπική Αυτοδιοίκηση

Η τοπική κυβέρνηση (αυτοδιοίκηση) είναι μία μορφή δημόσιας διοίκησης η οποία στην πλειονότητα των περιπτώσεων, υπάρχει ως η χαμηλότερη βαθμίδα διοίκησης για τη διακυβέρνηση ενός κράτους. Οι τοπικές κυβερνήσεις εν γένει ενεργούν εντός των αρμοδιοτήτων που τους έχουν ανατεθεί από τις νομοθεσίες ή τις οδηγίες του ανώτερου επιπέδου διακυβέρνησης.

Από την 1^η Ιανουαρίου 2011, βάσει του σχεδίου Καλλικράτης, η Ελλάδα αποτελούταν από δεκατρείς περιφέρειες οι οποίες υποδιαιρούταν σε συνολικά 325 δήμους και κοινότητες. Από την 1^η Σεπτεμβρίου 2019, όπου τέθηκε σε ισχύ το Πρόγραμμα Κλεισθένης Ι, η Ελλάδα αποτελείται από 332 δήμους. Η παρούσα διπλωματική μελέτη ξεκίνησε πριν από την τελευταία διάρθρωση του ελληνικού κράτους και επομένως αφορά τους 325 δήμους. Οι περιφέρειες έχουν τους εκλεγμένους διοικητές και τα περιφερειακά συμβούλια, ωστόσο υπάρχουν επτά αποκεντρωμένες διοικήσεις, οι οποίες συγκροτούν από μία έως τρεις περιφέρειες υπό κυβερνητικό γενικό γραμματέα. Υπάρχει επίσης μια αυτόνομη περιοχή, το Άγιον Όρος.

1.2 Η εξέλιξη των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Το 1997 δημιουργήθηκε και τέθηκε σε λειτουργία το Sixdegrees από τον Andrew Weinreich (Goble, 2012). Το Sixdegrees, ήταν το πρώτο ΜΚΔ το οποίο επέτρεπε στους χρήστες να δημιουργήσουν προσωπικό προφίλ, να κοινοποιήσουν την λίστα με τους φίλους τους και συγχρόνως να έχουν πρόσβαση στις λίστες άλλων χρηστών (Barker et al., 2012)

Ο πιο γνωστός ιστότοπος επαγγελματικής κοινωνικής δικτύωσης, το LinkedIn, ιδρύθηκε τον Δεκέμβριο του 2002 από τον Reid Garrett Hoffman και η επίσημη ημερομηνία έναρξης του ήταν στις 5 Μαΐου του 2003. Πλέον, με πάνω από 500 εκατομμύρια χρήστες τοποθετείται στη λίστα των δημοφιλέστερων ιστοσελίδων ανά τον κόσμο.

Η πλέον δημοφιλέστερη πλατφόρμα των ΜΚΔ, το Facebook, έκανε την εμφάνιση του το 2004. Μέχρι στιγμής κανένα άλλο μέσο κοινωνικής δικτύωσης δεν έχει καταφέρει να αποκτήσει τόσο υψηλή δημοτικότητα όσο αυτή που έχει το Facebook. Ιδρύθηκε από τον Mark Elliot Zuckerberg και απαριθμεί περισσότερους από 2,4 δισεκατομμύρια χρήστες.

Η πλατφόρμα του YouTube, η οποία πρόκειται για μια πλατφόρμα online video streaming, ιδρύθηκε από πρώην εργαζομένους της PayPal το 2005. Επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάζουν, να διαμοιράζονται και να παρακολουθούν διάφορων ειδών βίντεο, με ευρύ φάσμα περιεχομένου.

Το Twitter είναι ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες του να γράφουν, να «ανεβάζουν» στο Διαδίκτυο και να διαβάζουν σύντομα κείμενα, μέχρι 280 χαρακτήρες, τα οποία ονομάζονται tweets. Τα κείμενα αυτά μπορούν να αναγνωστούν και από μη συνδεδεμένους χρήστες, αλλά μόνο οι συνδεδεμένοι χρήστες μπορούν να τα δημοσιεύσουν. Δημιουργήθηκε στις 21 Μαρτίου του 2006 από τον Jack Dorsey και δημοσιεύθηκε τον Ιούλιο του ίδιου χρόνου. Το Twitter έγινε γρήγορα δημοφιλές και απαριθμεί 321 εκατομμύρια ενεργούς λογαριασμούς. Το πλήθος των χρηστών του Twitter το κατατάσσουν σε έναν από τους δέκα δημοφιλέστερους ιστοτόπους του διαδικτύου.

Το 2009 δημιουργήθηκε η εφαρμογή WhatsApp, η οποία όπως και άλλες συναφείς πλατφόρμες, έχει ως βασική λειτουργία την ανταλλαγή μηνυμάτων μεταξύ των χρηστών. Το χαρακτηριστικό όμως που τη διακρίνει από πολλές παρόμοιες εφαρμογές ήταν η πλήρης απουσία διαφημίσεων.

Από το 2009 κι έπειτα παρατηρείται έντονη αύξηση των ΜΚΔ. Με το πέρασμα των ετών δημιουργήθηκαν πολλές εφαρμογές όπως για παράδειγμα το Instagram, το 2010 και το Snapchat, το 2011.

1.3 Χαρακτηριστικά εφαρμογών και εργαλείων Web 2.0

Η ευρέως αναγνωρισμένη μετάβαση του Παγκόσμιου ιστού (World Wide Web ή Web) στη δεύτερη έκδοση του γνωστή ως Web 2.0, έχει συσχετιστεί με την αυξανόμενη διάδοση των κινητών συσκευών επικοινωνίας, που επιτρέπουν στους χρήστες να είναι πάντα και παντού συνδεδεμένοι. Το εξελισσόμενο πρότυπο του Web 2.0, χάρη στην επέκταση ορισμένων προτύπων (Hwang et al., 2009) και συγχρόνως με την άνοδο των κοινωνικών δικτύων και των εικονικών κοινοτήτων, παρέχει στους ανθρώπους την ευκαιρία να μάθουν από κοινού και να διαμοιραστούν τις εμπειρίες τους (Elia et al., 2009).

Οι Chu & Xu (2009) πραγματοποίησαν μια στοχευμένη έρευνα, η οποία πραγματοποιήθηκε σε ένα σύνολο 1.718 εγγράφων που σχετίζονται με το Web 2.0, με σκοπό να διερευνήσουν τις διαστάσεις και τα χαρακτηριστικά αυτού του πεδίου. Τα αποτελέσματα της έρευνας τους έδειξαν ότι το κύριο χαρακτηριστικό αυτού του νέου «μοντέλου» είναι πως η τεχνολογία Web 2.0 είναι από το χρήστη για το χρήστη. Όροι όπως η αλληλεπίδραση, η συνεργασία, η συμμετοχή και η εμπιστοσύνη μπορούν να χαρακτηρίσουν απόλυτα αυτή την τεχνολογία. Ως εκ τούτου, το Web 2.0 θεωρείται ότι δίνει ουσιαστικό νόημα στο ρητό του Αβραάμ Λίνκολν: «Κυβέρνηση του λαού, από τον λαό, για τον λαό» (Bonsón et al., 2012).

Μεταξύ των τεχνολογιών Web 2.0 μπορούν να παρουσιαστούν τέσσερα παραδείγματα. Στον Πίνακα 1 συνοψίζονται τα κύρια χαρακτηριστικά αυτών των εργαλείων και τα πιθανά πλεονεκτήματα τα οποία μπορεί εκ των προτέρων να αποκτήσει μια τοπική κυβέρνηση από κάθε εργαλείο:

- *Συγχώνευση περιεχομένου (RSS -Really Simple Syndication-, Atom και vodcasting -podcasting):* επιτρέπει στο χρήστη να λαμβάνει αυτόματα ενημερώσεις από διάφορες ιστοσελίδες της επιλογής του. Οι ενημερώσεις μπορούν να είναι κείμενο, αρχείο ήχου (podcasting) ή βίντεο (vidcasting ή vodcasting).
- *Widgets:* είναι εργαλεία για την παροχή πληροφοριών από μια πηγή Web σε άλλες σελίδες ή συσκευές. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι τα μικρά παράθυρα με διαφορετική όψη

από την ιστοσελίδα που τους φιλοξενεί και που προσφέρουν ενημερώσεις όπως για καιρικές συνθήκες ή μετοχές.

- *Κοινή χρήση και δημιουργία σελιδοδεικτών*: επιτρέπεται στο χρήστη να διαμοιράζεται το περιεχόμενο του με τους φίλους του μέσω κοινωνικών δικτύων και να αξιολογεί αυτό το περιεχόμενο με βάση τη χρησιμότητα ή/και τη συνάφειά του.
- *Mashups*: είναι εφαρμογές που λαμβάνουν δεδομένα και συνδυάζονται είτε με άλλα δεδομένα, είτε με άλλες υπηρεσίες Web, για να δημιουργήσουν κάτι νέο. Για παράδειγμα, ένα mashup μπορεί να πάρει δεδομένα σχετικά με τη θέση των κυβερνητικών υπηρεσιών και στη συνέχεια να σχεδιάσει τις τοποθεσίες τους και άλλα συναφή δεδομένα σε έναν χάρτη.

| Τεχνολογίες Web 2.0 | Χαρακτηριστικά | Χρησιμότητα |
|-------------------------|---|---|
| Content Syndication | Τμήμα λογισμικού σε ιστότοπους ή σε πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων, που επιτρέπουν στους χρήστες να λαμβάνουν αυτόματα ενημερώσεις σχετικά με την κατάσταση της πηγής που δημιούργησε αυτό το λογισμικό. | Ευρεία διανομή του περιεχομένου της κύριας ιστοσελίδας (πηγή). Κυρίως ειδήσεις και έγγραφα, όπως πρακτικά του Συμβουλίου, καθώς και βίντεο ή αρχεία ήχου, όπως μια συνεδρίαση του δημοτικού συμβουλίου. Οι χρήστες μπορούν να εγγραφούν για να λαμβάνουν αυτόματα κάθε είδηση από το συμβούλιο. |
| Widgets | Επιτρέπουν την συμπερίληψη υλικού (κειμένου, φωτογραφιών ή άλλου τύπου δεδομένων) που έχει δημιουργηθεί από τρίτο μέρος και μπορεί να εγκατασταθεί και να εκτελεστεί σε μια ιστοσελίδα από έναν χρήστη. | Ευρεία διανομή του περιεχομένου της κύριας ιστοσελίδας, κυρίως ειδήσεις και έγγραφα, ακόμα κι αν είναι βίντεο ή αρχεία ήχου. Αντί να εγγράφονται σε μια ροή, οι χρήστες μπορούν να ενσωματώσουν τον κώδικα των widgets στη δική τους ιστοσελίδα για να λαμβάνουν αυτόματα κάθε είδηση από το συμβούλιο. |
| Sharing και bookmarking | Τμήμα λογισμικού σε συμβατικούς ιστότοπους ή σε πλατφόρμες κοινωνικών μέσων | Επιτρέπει στους χρήστες της κύριας ιστοσελίδας να διανέμουν το περιεχόμενο τους στις δικές |

| | | |
|---------|---|--|
| | που επιτρέπει στους χρήστες να στέλνουν αυτόματα περιεχόμενο στους φίλους και τις επαφές τους, συνδέοντας το περιεχόμενο με την πλατφόρμα κοινωνικών μέσων. | τους πλατφόρμες κοινωνικών μέσων. Αυτό θα μπορούσε να αυξήσει την προβολή του δημοτικού συμβουλίου και του υλικού που παράγει. |
| Mashups | Συνδυασμός τεχνολογιών και υπηρεσιών από συμβατικές και Web 2.0 πηγές στον ίδιο ιστότοπο ή σε πλατφόρμα κοινωνικών μέσων. | Τεχνολογία που επιτρέπει στο δημοτικό συμβούλιο να ενσωματώνει, στην ίδια επίσημη ιστοσελίδα, βίντεο, έγγραφα, χάρτες και παρουσιάσεις που βρίσκονται σε διαφορετικές εξωτερικές πλατφόρμες. |

Πίνακας 1: Τεχνολογίες Web 2.0 και η χρήση τους από τους δήμους.

Επιπλέον, αξίζει να σημειωθούν μερικές τεχνολογίες των οποίων η δημοτικότητα και η ανάπτυξη εξελίσσονται παράλληλα με την ανάπτυξη των Web 2.0 τεχνολογιών:

- *Embedding*: Η τεχνολογία αυτή αποτελείται από την συμπερίληψη υλικού (ενσωμάτωση κειμένου, φωτογραφιών και βίντεο), που δημιουργήθηκε από τρίτο μέρος, σε μια ιστοσελίδα. Το αποτέλεσμα αυτής της ενέργειας είναι η δημιουργία ενός σύνθετου εγγράφου με συμβατικό κείμενο σε συνδυασμό με μη κειμενικά στοιχεία, όπως υπολογιστικά φύλλα, εικόνες, ψηφιακά βίντεο, ψηφιακό ήχο και άλλα χαρακτηριστικά πολυμέσων.
- *Webcasts*: είναι αρχεία πολυμέσων που διανέμονται μέσω του Διαδικτύου σε πολλούς ταυτόχρονους ακροατές/θεατές. Ουσιαστικά, το webcasting "εκπέμπει" μέσω διαδικτύου. Μια διαδικτυακή εκπομπή (Webcast) μπορεί είτε να μεταδοθεί ζωντανά ή κατ' απαίτηση του ακροατή/θεατή, εφόσον παρέχεται αυτή η δυνατότητα. Οι δημόσιοι φορείς μπορούν να εκμεταλλευτούν αυτή την τεχνολογία για συμβουλές και ανακοινώσεις. Παρόλο που δεν αποτελεί προϋπόθεση αυτού του εργαλείου, οι ιστότοποι μπορούν να επιτρέψουν στους χρήστες να αλληλοεπιδρούν αποστέλλοντας σχόλια.

Οι προαναφερθείσες τεχνολογίες είναι παρούσες στην κανονική λειτουργία σχεδόν όλων των ΜΚΔ. Σε ορισμένες περιπτώσεις, αυτές οι τεχνολογίες επιτρέπουν τη συλλογή διαδικτυακού περιεχομένου στις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων. Υπάρχουν δηλαδή, εργαλεία τα οποία

εμπεριέχουν αυτές τις τεχνολογίες και τις αξιοποιούν για να προσφέρουν νέες υπηρεσίες και διαδραστικές δυνατότητες στους χρήστες. Στο σημείο αυτό, κρίνεται σκόπιμο να δοθεί έμφαση στα ακόλουθα παραδείγματα (Πίνακας 2):

- Τα *ιστολόγια (blogs)* είναι εργαλεία δημοσίευσης, τα οποία διαχειρίζεται ένας συγκεκριμένος συγγραφέας και δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να καταγράφουν σχόλια. Τα ιστολόγια αποτελούν μια κοινή πλατφόρμα για τη δημοσιογραφία των πολιτών.
- Τα *Wikis* είναι ένα μοναδικό είδος ιστοτόπου, ειδικά διαμορφωμένο ώστε να υποστηρίζει τις καταχωρήσεις διαφόρων χρηστών. Μια καταχώρηση, είναι σαν ένα άρθρο σε μια εγκυκλοπαίδεια, δημιουργημένο από έναν εθελοντή χρήστη και το οποίο ενδέχεται να διορθωθεί ή να τροποποιηθεί με ελεγχόμενο τρόπο από άλλους χρήστες.
- Οι *πλατφόρμες κοινής χρήσης μέσων (media sharing platforms)* μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη διανομή ορισμένων εγγράφων (ανακοινώσεις, σχέδια κανονισμών κλπ.), παρουσιάσεων και εικόνων στους πολίτες και μπορούν επίσης να αποτελέσουν μια πλατφόρμα για τους πολίτες να μοιράζονται τα δικά τους δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας με την κοινότητα. Αυτές οι πλατφόρμες, εκτός από το να επιτρέπουν στους χρήστες να διαμοιράζονται βίντεο (π.χ. YouTube), φωτογραφίες (π.χ. Flickr), έγγραφα (π.χ. DocStoc) και παρουσιάσεις (π.χ. SlideShare), επιτρέπουν και σε άλλους να προσφέρουν τις αξιολογήσεις και τις απόψεις τους.
- Τα *κοινωνικά δίκτυα* αποτελούν νέες πλατφόρμες ανταλλαγής προσωπικών και επαγγελματικών πληροφοριών. Τα περισσότερα από αυτά τα κοινωνικά δίκτυα επιτρέπουν στους χρήστες να διασυνδέονται από μια από αυτές τις πλατφόρμες σε μία άλλη. Το Twitter, για παράδειγμα, ως κοινωνικό δίκτυο και εργαλείο microblogging, παρέχει ένα συνδυασμό λειτουργιών. Το Twitter έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί για την αποστολή άμεσων μηνυμάτων στους πολίτες και για την ανακοίνωση ειδικών εκδηλώσεων. Κατά αυτό τον τρόπο αξιοποιείται η ευρεία μετάδοση των πληροφοριών και επιτρέπεται στους τοπικούς πολιτικούς να ελέγξουν τον τρόπο με τον οποίο γίνεται αντιληπτή η πληροφορία αυτή από τους πολίτες/χρήστες.

| Social media platform | Χαρακτηριστικά | Χρησιμότητα |
|-----------------------|---|--|
| Blogs | <p>Ιστολόγια που εμφανίζονται νέες καταχωρήσεις πάνω σε παλιές και επιτρέπουν στους χρήστες να ελέγχουν το αντίκτυπο των κειμένων τους. Τα περισσότερα ιστολόγια είναι διαδραστικά, επιτρέποντας στους επισκέπτες να αφήνουν σχόλια στις διάφορες καταχωρήσεις.</p> | <p>Χρησιμοποιώντας τα ιστολόγια οι τοπικές αρχές μπορούν να συλλέξουν πολύτιμες απόψεις από τους ενδιαφερόμενους, συμπεριλαμβανομένων των πολιτών, των επισκεπτών και των εργαζομένων. Τα ιστολόγια θα μπορούσαν επίσης να αποτελέσουν πολύτιμο εργαλείο για την εκ προτέρων ανίχνευση κοινωνικών προβλημάτων, δημιουργία νέων υπηρεσιών και ανάληψη πρωτοβουλιών.</p> |
| Wikis | <p>Δίκτυα που επιτρέπουν στους χρήστες να διαμοιράζονται και να ταξινομούν τις γνώσεις/ απόψεις τους σχετικά με ένα γενικό ή ειδικό θέμα. Τους δίνεται επίσης η δυνατότητα να διορθώνουν το περιεχόμενο σε πραγματικό χρόνο.</p> | <p>Τα wikis υπηρετούν τη γνώση και μπορούν να αξιοποιηθούν για την επίτευξη πληθώρας στόχων. Για παράδειγμα, για την διάδοση της πολιτισμικής κληρονομιάς μιας πόλης σε συνεργασία με τους κατοίκους της. Οι τοπικές κυβερνήσεις μπορούν να τα αξιοποιήσουν για την έναρξη ενός διαλόγου όσον αφορά τις δραστηριότητες που σχετίζονται με την κοινωνική τους ευθύνη ή με άλλα συναφή θέματα.</p> |
| Social Networks | <p>Πλατφόρμες που επιτρέπουν στους χρήστες να έρχονται σε επαφή με ορισμένο αριθμό φίλων, να διαχειρίζονται τις δικές τους κοινότητες στο διαδίκτυο καθώς και να μοιράζονται αρχεία, φωτογραφίες, κείμενο και ειδήσεις. Μπορούν ακόμα να βαθμολογούν τα διαφορετικά περιεχόμενα και τα αρχεία που παρέχονται.</p> | <p>Αυτές οι πλατφόρμες μπορούν να θεωρηθούν ως η επόμενη γενιά της επίσημης ιστοσελίδας ενσωματώνοντας στον ίδιο ιστότοπο την κοινότητα, τις απόψεις, το περιεχόμενο και τα πιο εξελιγμένα εργαλεία για τη διανομή και ανάλυση όλων αυτών των πληροφοριών.</p> |

Πίνακας 2: Χαρακτηριστικά και χρησιμότητα πλατφόρμων κοινωνικής δικτύωσης

1.4 Πλεονεκτήματα εφαρμογών και εργαλείων Web 2.0 στη Τοπική Αυτοδιοίκηση

Τα εργαλεία και οι πρακτικές του Web 2.0 μπορούν να συμβάλουν στη βελτίωση της χάραξης πολιτικής και της παροχής υπηρεσιών, εμπλουτίζοντας τις κυβερνητικές αλληλεπιδράσεις με τους εξωτερικούς ενδιαφερόμενους και ενισχύοντας την εσωτερική διαχείριση της γνώσης (Dixon, 2010; Osimo, 2008). Με τον τρόπο αυτό, ο αντίκτυπος του Web 2.0 στο δημόσιο τομέα μπορεί να διαπιστωθεί στις ακόλουθες κατηγορίες:

- *Βελτίωση της χάραξης πολιτικής:* Νέες μορφές συμμετοχής, οι οποίες προωθούνται με τη χρήση της Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) και βελτιώνουν την κοινωνική συνείδηση και την εμπλοκή των πολιτών. Η εξέλιξη και η δημοτικότητα των ΜΚΔ προσφέρει νέες τεχνικές στη μετάδοση πληροφοριών και διευκολύνει το διάλογο μεταξύ των πολιτών με αποτέλεσμα την ενίσχυση της δημιουργικότητας, του πνεύματος συνεργασίας και της θέλησης για δράση. Οι διάλογοι που γίνονται μέσω των ΜΚΔ μεταξύ πολιτών και τοπικής αυτοδιοίκησης μπορούν με το σωστό χειρισμό να οδηγήσουν σε θετικά αποτελέσματα, τα οποία με τη σειρά τους επηρεάζουν και τις δύο πλευρές, όπως (Bonsón et al., 2012):
 - i. Αύξηση του ενδιαφέροντος και της συμμετοχής των πολιτών στην πολιτική.
 - ii. Επέκταση του αριθμού και των τύπων των συμμετεχόντων για τη δημιουργία υποστήριξης για μια θέση / έργο.
 - iii. Δημιουργία μοναδικής ταυτότητας και προώθηση της εμπιστοσύνης.

Τα ΜΚΔ και ειδικότερα τα ιστολόγια έχουν αποδειχθεί ισχυρά εργαλεία για την εύρεση πολιτικών υποψηφίων, τη διάδοση ανεπίσημων πολιτικών ειδήσεων και τη γρήγορη και αποτελεσματική επικοινωνία με τις ομάδες της εκάστοτε εκλογικής περιφέρειας (Dixon, 2010). Με τη βοήθεια της τεχνολογίας Web 2.0, είναι εφικτό να δημιουργηθεί αύξηση στη συμμετοχή των πολιτών στις διαδικασίες του πολιτικού και του δημοσίου τομέα. Σε αυτές τις διαδικασίες συμπεριλαμβάνονται οι εκλογές, η αναπτυξιακή πολιτική και η εφαρμογή της.

- *Βελτίωση των δημόσιων υπηρεσιών:* Παρουσία περισσότερων καινοτόμων μηχανισμών για την παροχή υπηρεσιών. Η εφαρμογή αυτών των εργαλείων στον δημόσιο τομέα μπορεί να βελτιώσει την παροχή δημόσιων υπηρεσιών με τον ίδιο τρόπο που οι

εταιρείες μοιράζονται τα καθήκοντα σχεδιασμού προϊόντων με δυνητικούς πελάτες (Osimo, 2008).

- *Βελτίωση της διαχείρισης της γνώσης και της συνεργασίας μεταξύ των οργανισμών:* χρησιμοποιώντας συγκεκριμένες ομάδες στο πλαίσιο αυτών των πλατφόρμων, προκειμένου να διευκολυνθούν οι σχέσεις εντός των οργανισμών και μεταξύ των διαφόρων δημόσιων φορέων.

Παρατηρείται πως η νέα τεχνολογική βάση είναι πλέον διαθέσιμη σε όλους τους τοπικούς φορείς, επιτρέποντάς τους να αναλάβουν δράση σε δύο μέτωπα. Για τη μαζική κατανομή του περιεχομένου της κύριας ιστοσελίδας ως ενίσχυση του προ υπάρχοντος μονοκατευθυντικού συστήματος ή/και την υλοποίηση διαλόγου, ως εξής:

- Στην πρώτη περίπτωση, η Τοπική Αυτοδιοίκηση δύναται να χρησιμοποιήσει τεχνολογίες Web 2.0 προς διευκόλυνση της αναδιανομής του περιεχομένου, καθιστώντας το πιο ευδιάκριτο αλλά παραμένοντας σε ένα μονοκατευθυνόμενο μοντέλο. Δεδομένου ότι μια από τις διαστάσεις της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης είναι η διαθεσιμότητα ορισμένων πληροφοριών στους πολίτες, η διαφάνεια αποτελεί σημαντική προϋπόθεση για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση. Ένα παράδειγμα αυτής της προσέγγισης είναι η εφαρμογή λειτουργικών δυνατοτήτων οι οποίες επιτρέπουν στους χρήστες να διαμοιράζουν το περιεχόμενο ενός επίσημου ιστότοπου στα δικά τους ιστολόγια, σε κοινωνικά δίκτυα (όπως το ShareThis) ή να τα συνενώνουν (χρησιμοποιώντας RSS, ATOM), με στόχο την ενημέρωση/ανανέωση των διαθέσιμων πληροφοριών ανά πάσα στιγμή.
- Στη δεύτερη περίπτωση, οι τοπικές κυβερνήσεις χρησιμοποιούν ενεργά τα ΜΚΔ για τη δημιουργία διαλεκτικών σχέσεων.

Σύμφωνα με τον Dixon (2010), παρόλο που η ηλεκτρονική διακυβέρνηση 2.0 είναι εμφανές ότι έχει αλλάξει ριζικά τη διακυβέρνηση, δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία που να το αποδεικνύουν. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να έχουμε μια συνολική εικόνα της τρέχουσας κατάστασης του διαλόγου μεταξύ των τοπικών κυβερνήσεων και των πολιτών, υποθέτοντας ότι υπάρχει με κάποια μορφή. Οι δημόσιες αρχές στρέφονται όλο και περισσότερο σε νέους τρόπους αλληλεπίδρασης με τους πολίτες για να αυξήσουν τη δική τους αποτελεσματικότητα και να προωθήσουν τις σχέσεις τους με τον πολίτη.

Κεφάλαιο 2^ο : Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση και Ηλεκτρονική Συμμετοχή

Στην δεκαετία του 1990, η ταχεία εξέλιξη των ΤΠΕ ήταν το κίνητρο για την εκτέλεση και την αξιοποίηση των ηλεκτρονικών εφαρμογών σε διάφορους τομείς. Με αφορμή αυτή την εξέλιξη, ειδικοί του κυβερνητικού τομέα εκμεταλλεύτηκαν την ευκαιρία για να βελτιώσουν την παροχή δημόσιων υπηρεσιών μέσω του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web) και του Διαδικτύου. Αυτό δημιούργησε την έννοια της «Ηλεκτρονικής Διακυβέρνηση» (e-Government). Η οποία περιλαμβάνεται στην έννοια της Ηλεκτρονικής Δημοκρατίας καθώς προωθεί τον εκσυγχρονισμό των κρατικών μηχανισμών και της δημόσιας διοίκησης και βελτιώνει την δημοκρατική συμμετοχή (Ntaliani et al., 2015). Με τις εξελίξεις στην Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση τέθηκαν τα θεμέλια για την Ηλεκτρονική Συμμετοχή, η οποία αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της.

2.1 Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση

Σύμφωνα με τους Kiki & Lawrence (2006), η Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση αναφέρεται στην «ηλεκτρονική παράδοση πληροφοριών και υπηρεσιών που σχετίζονται με μια κυβερνητική οντότητα, μέσω του Διαδικτύου ή ενός χώρου ψηφιακής διάδοσης πληροφορίας (public kiosk)». Πληθώρα ερευνητών προσπάθησαν μέσα από το δικό τους επιστημονικό πρίσμα να ορίσουν την Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση δίνοντας διάφορες προοπτικές και διαστάσεις σε αυτόν τον όρο. Για παράδειγμα, διατυπώνεται πως η Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση συσχετίζεται με την λειτουργία ενσύρματης τεχνολογίας Διαδικτύου από διάφορους οργανισμούς του δημόσιου τομέα. Έτσι, κατορθώνεται η καλύτερη παροχή δημοσίων υπηρεσιών και η βελτίωση της αποτελεσματικότητάς τους (Trimi & Sheng, 2008). Οι Stephen et al. (2003) προσθέτουν στον ορισμό ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες διατίθενται 24 ώρες την ημέρα και 7 ημέρες την εβδομάδα, ενώ ο Carroll (2005) τον επεκτείνει υπογραμμίζοντας ότι η «ηλεκτρονική διακυβέρνηση μπορεί να αναφέρεται σε δραστηριότητες σε ομοσπονδιακό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο» καθώς και ότι «μπορεί επίσης να αναφέρεται σε εσωτερικές δραστηριότητες (στο εσωτερικό της κυβέρνησης) και σε εξωτερικές σχέσεις». Ωστόσο, ο πλέον αποδεκτός ορισμός από την πλειονότητα των ερευνητών είναι ο ορισμός της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (ΕΕ). Σύμφωνα με την ΕΕ ως Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση ορίζεται η χρήση των ΤΠΕ στις δημόσιες διοικήσεις συμπεριλαμβανομένων των οργανωτικών αλλαγών και των νέων δεξιοτήτων, επιτυγχάνοντας έτσι την πρόοδο των α) δημοσίων υπηρεσιών, β) των δημοκρατικών διαδικασιών, και γ) την ενίσχυση της υποστήριξης στις δημόσιες πολιτικές.

Η έμφαση η οποία δόθηκε στην ανάπτυξη υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης οφείλεται στις προοπτικές που προσφέρει για βελτίωση της αλληλεπίδρασης μεταξύ της κυβέρνησης και των πολιτών, των επιχειρήσεων και της βιομηχανίας. Επιπλέον, προωθεί την άμεση πρόσβαση των πολιτών στην πληροφόρηση και οδηγεί σε αποτελεσματικότερη κυβερνητική διαχείριση που αντικατοπτρίζει λιγότερη διαφθορά, αυξημένη διαφάνεια, μεγαλύτερη άνεση, αύξηση εσόδων ή/και μείωση του κόστους.

Όσον αφορά συγκεκριμένα την Ελλάδα, σύμφωνα με τα στοιχεία του «eGovernment Benchmark 2019», η αξιοποίηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών φτάνει το 27%, ενώ ο μέσος όρος της Ευρώπης αγγίζει το 57%. Σε επίπεδο ψηφιοποίησης των δημοσίων υπηρεσιών το ποσοστό φτάνει το 51%, όταν ο μέσος όρος των ευρωπαϊκών χωρών είναι περίπου 68% (<https://ec.europa.eu>). Οι μετρήσεις καταδεικνύουν το χαμηλό επίπεδο διείσδυσης και ψηφιοποίησης της χώρας παρά τη βελτίωση που επέδειξε κατά 24 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Η έκθεση του «eGovernment Benchmark 2019» εξετάζει τις επιδόσεις των χωρών στηριζόμενη σε πέντε κριτήρια. Το πρώτο κριτήριο αφορά το κατά πόσον οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες είναι φιλικές προς το χρήστη (User Centricity). Σε αυτόν τον παράγοντα η Ελλάδα προσεγγίζει τον κοινοτικό μέσο όρο (84,8%) με ποσοστό που αγγίζει το 83%. Στο δεύτερο κριτήριο, το οποίο σχετίζεται με το επίπεδο διαφάνειας των κρατικών αρχών κατά την παροχή των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (Transparency), η θέση της Ελλάδας αξιολογείται σημαντικά πιο κάτω από τον μέσο κοινοτικό όρο (62,3%) καθώς φτάνει περίπου το 47%. Και στους υπόλοιπους παράγοντες η θέση της σε σχέση με τον συνολικό μέσο όρο αξιολογείται πολύ χαμηλότερα. Συγκεκριμένα, στο δείκτη λειτουργίας των κύριων τεχνολογικών ενεργοποιητών (Key Enablers) το ποσοστό της ανέρχεται στο 30% με το μέσο κοινοτικό όρο να παρουσιάζει περίπου διπλάσια ποσοστά. Όσον αφορά τον βαθμό που οι δημόσιες υπηρεσίες είναι διαθέσιμες πέρα από τα εθνικά σύνορα για τους Ευρωπαίους πολίτες (Citizen Cross Border Mobility) η Ελλάδα έχει ποσοστό 36% ενώ ο μέσος όρος είναι 62,3%. Τέλος, σχετικά με το βαθμό διάθεσης των δημοσίων υπηρεσιών για τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις (Business Cross Border Mobility) το ποσοστό της Ελλάδας είναι 45%, ενώ της ευρωπαϊκής κοινότητας αγγίζει το 63% (<https://ec.europa.eu>).

Για την πληρέστερη εκτίμηση της ανάπτυξης της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής κρίνεται σημαντική η αναφορά σε έναν τομέα της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, την Διακυβέρνηση μέσω Κινητών Ηλεκτρονικών Εφαρμογών και Ασύρματων Τεχνολογιών.

2.2 Διακυβέρνηση μέσω Κινητών Ηλεκτρονικών Εφαρμογών και Ασύρματων Τεχνολογιών

Με την αναβάθμιση της ηλεκτρονικής παροχής κυβερνητικών υπηρεσιών και την αξιοποίηση του νέου μέσου παροχής υπηρεσιών (mobile channel) η διακυβέρνηση μέσω κινητών ηλεκτρονικών εφαρμογών και ασύρματων τεχνολογιών (m-Government) παρουσιάζεται ως η νέα τάση της τελευταίας δεκαετίας. Ερευνητές ανά τον κόσμο αναφέρουν στις δημοσιεύσεις τους για την ολοκλήρωση, τη βελτιστοποίηση, τις νέες υπηρεσίες καθώς και για την αρχιτεκτονική του m-Government.

Ο κεντρικός πυλώνας του m-Government είναι η αξιοποίηση κινητών και ασύρματων τεχνολογιών για την ενίσχυση των υπαρχουσών κυβερνητικών διαδικασιών και υπηρεσιών καθώς και η ανάπτυξη νέων κινητών προσεγγίσεων σε αυτόν τον τομέα εφαρμογής (Zarmprou, 2013). Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του m-Government είναι η αύξηση της αποδοτικότητας σε αντιστοιχία με τη μείωση του κόστους. Εκσυγχρονίζει τους οργανισμούς του δημοσίου τομέα και παρέχει καλύτερες υπηρεσίες στους πολίτες. Επιπλέον, λόγω της αυξημένης ευκολίας και ευελιξίας μέσω των κινητών συσκευών προσεγγίζεται μεγαλύτερος αριθμός ατόμων. Επιτρέπει στους πολίτες να έχουν πρόσβαση στο περιεχόμενο και να το δημιουργούν καθώς και να στέλνουν ανακοινώσεις σε κυβερνητικά στελέχη. Προσθέτουν αξία στις πληροφορίες και επιτρέπουν στους πολίτες να δημιουργούν ψηφιακά «οικοσυστήματα» τα οποία είναι προσαρμοσμένα στην επίλυση σημαντικών δημοσίων προβλημάτων.

2.3 Ηλεκτρονική Συμμετοχή

Η δημοτικότητα των ΜΚΔ αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς τις τελευταίες δεκαετίες. Ένα βασικό πλεονέκτημα τους είναι η ενίσχυση της επικοινωνίας των χρηστών. Όσον αφορά την Ηλεκτρονική Συμμετοχή, μπορεί να αξιοποιήσει τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με τους πολίτες και συγχρόνως για εσωτερική επικοινωνία και οργάνωση των δημοσίων φορέων. Προσφέρει, μεταξύ άλλων, τη δυνατότητα πληροφόρησης της κοινότητας για τις πρωτοβουλίες και τις δράσεις των δημοσίων φορέων με τρόπο άμεσο και διαδραστικό. Οι πολίτες μπορούν να αλληλοεπιδράσουν, να σχολιάσουν, να εμπλακούν σε συζητήσεις και να πάψουν να είναι απλοί παρατηρητές. Ενισχύεται κατά αυτόν τον τρόπο η συμμετοχή των πολιτών στα κοινά και στη λήψη αποφάσεων σε τοπικό επίπεδο. Η ενεργή στάση της κοινότητας επηρεάζει την διαφάνεια των τοπικών κυβερνήσεων και ασκεί πίεση για συνεχή βελτίωση και επαγρύπνησή τους. Η

επιρροή των ΜΚΔ στην τοπική διακυβέρνηση έχει πυροδοτήσει ποικίλες μελέτες και έρευνες σε παγκόσμια κλίμακα (Gheorghe-Moisii et al., 2017).

Όπως προαναφέρθηκε, η Ηλεκτρονική Συμμετοχή μετασημάτισε την επικοινωνία των πολιτών και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης από παθητικό σε ενεργό σύστημα αμφίδρομης επικοινωνίας. Η Ηλεκτρονική Συμμετοχή διευκολύνει την πρόσβαση στις πληροφορίες των δημόσιων φορέων και αποτελεί υποχρέωση του εκάστοτε κράτους. Είναι η συμμετοχή η οποία υποστηρίζεται από τις ΤΠΕ σε διαδικασίες που αφορούν την διακυβέρνηση και την διαβούλευση. Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (OECD) βασικοί στόχοι της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής είναι η αύξηση του συνολικού ποσοστού συμμετοχής, η βελτίωση της ποιότητας των δημόσιων πολιτικών, η ενίσχυση της παροχής πληροφοριών και της εμπιστοσύνης του κοινού.

2.4 Εμπειρική διαδικασία βιβλιογραφικής επισκόπησης στην Ηλεκτρονική Συμμετοχή
Η Ηλεκτρονική Συμμετοχή αναφέρεται στην ενεργό συμμετοχή των πολιτών, μέσω των ΤΠΕ. Συμπληρωματικά των διαδικασιών συμβολής της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής στην άμεση και έμμεση (αντιπροσωπευτική) δημοκρατία, π.χ. ηλεκτρονική ψηφοφορία, οι στόχοι της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής επικεντρώνονται και στη διευκόλυνση των διαδικασιών πληροφόρησης και συμμετοχής των πολιτών για τη λήψη αποφάσεων και την καλύτερη ανταπόκριση των οργανισμών στα ερωτήματα των πολιτών (Steinbach et al., 2019). Η επισκόπηση της βιβλιογραφίας μπορεί να προσφέρει μια ολοκληρωμένη εικόνα του πεδίου έρευνας με αποτέλεσμα να παρουσιαστεί η υπάρχουσα γνώση και συγχρόνως να εντοπιστούν ενδεχόμενα κενά της έρευνας, μέσα από μία μέθοδο η οποία εξασφαλίζει τη διαφάνεια και την αναπαραγωγικότητα των ευρημάτων.

2.4.1 Μεθοδολογία έρευνας

Για την κατανόηση και τη μελέτη της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής και των ΜΚΔ στην Τοπική Αυτοδιοίκηση ανά τα χρόνια πραγματοποιήθηκε επισκόπηση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας. Η επισκόπηση της βιβλιογραφίας πραγματοποιήθηκε σε δύο στάδια. Αρχικά, έγινε ο προσδιορισμός και η επιλογή σχετικών βιβλιογραφιών. Εν συνεχεία, πραγματοποιήθηκε η ανάλυση του περιεχομένου των επιλεγμένων ερευνών. Η προσέγγιση για τον εντοπισμό των

κατάλληλων άρθρων με σκοπό τη μελέτη τους ακολουθεί προηγούμενες επισκοπήσεις στο πεδίο της έρευνας της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής (Steinbach et al., 2019).

Για τον προσδιορισμό και την επιλογή των κατάλληλων βιβλιογραφιών θεωρήθηκε έτος έναρξης της επισκόπησης το 2014, διότι η ραγδαία εξέλιξη του συγκεκριμένου πεδίου επιβάλλει τη συλλογή σύγχρονων δεδομένων. Η μελέτη πραγματοποιήθηκε με αναζήτηση στις βάσεις δεδομένων *Scopus* και *Web of Science* (πλέον γνωστό ως *Web of Knowledge*), οι οποίες παρέχουν ένα ευρύ φάσμα επιστημονικών συγγραμμάτων και άρθρων. Παρακάτω παρουσιάζονται οι «λέξεις-κλειδιά» (keywords) και οι συνδυασμοί τους, που χρησιμοποιήθηκαν για αναζήτηση στις προαναφερθείσες βάσεις δεδομένων.

- (“e-participation” OR “electronic participation” OR “eParticipation” OR “social media”) AND (“local government” OR “municipal*” OR “municipality” OR “city” OR “local level” OR “regional level”)

Το πρώτο σύνολο λέξεων-κλειδιών σχετίζεται με την Ηλεκτρονική Συμμετοχή και τα ΜΚΔ, ενώ το δεύτερο σύνολο λέξεων αναφέρεται στην Τοπική Αυτοδιοίκηση. Τουλάχιστον μια λέξη-κλειδί από την κάθε ομάδα πρέπει να εμφανίζεται στον τίτλο, στην περίληψη ή/και στις λέξεις-κλειδιά του κάθε άρθρου. Εκτός από τις λέξεις-κλειδιά και τους πιθανούς συνδυασμούς τους, τα άρθρα που επιλέχθηκαν πληρούν και μια σειρά κριτηρίων τα οποία θεσπίστηκαν με σκοπό την μέγιστη συνάφεια τους με τους στόχους της παρούσας διπλωματικής μελέτης (Πίνακας 3).

| Κριτήρια επιλογής άρθρων για τη βιβλιογραφική επισκόπηση |
|---|
| Γραμμένα στην Αγγλική Γλώσσα |
| Αξιολογημένα άρθρα |
| Πρωτότυπες έρευνες (εμπειρικές και θεωρητικές συνεισφορές, εξαιρουμένων των αναδημοσιεύσεων (editorials), των αναθεωρήσεων (reviews), των σχολίων κ.λπ.) |
| Εξαιρέθηκαν από τα επιλεγμένα άρθρα όσα: - δεν απευθύνονται ειδικά στη δημόσια διοίκηση - απευθύνονται σε θέματα ψηφιακής διακυβέρνησης αλλά όχι στην Ηλεκτρονική Συμμετοχή - αναφέρονται σε ιδιωτικό τομέα ή/και τομέα υγείας |

Πίνακας 3: Κριτήρια επιλογής άρθρων για τη βιβλιογραφική επισκόπηση

Μετά την ολοκλήρωση της προσθήκης των κριτηρίων πραγματοποιήθηκε η αναζήτηση στις βάσεις δεδομένων με αποτέλεσμα την εύρεση 274 αποτελεσμάτων στη βάση δεδομένων *Web of Science* και 249 αποτελεσμάτων στη βάση δεδομένων *Scopus*. Εν συνεχεία, αφαιρέθηκαν μέσω του προγράμματος Cadima (<https://www.cadima.info>) οι 59 εγγραφές οι οποίες ήταν πανομοιότυπες στις 2 βάσεις δεδομένων με αποτέλεσμα να υπάρξουν 464 μοναδικά αποτελέσματα. Τέλος, χρησιμοποιήθηκαν 14 άρθρα που θεωρήθηκαν σημαντικά για την βιβλιογραφική επισκόπηση της παρούσας μελέτης και αναλύονται στην παρακάτω ενότητα.

2.4.2 Αποτελέσματα έρευνας

Σύμφωνα με την βιβλιογραφική επισκόπηση η Ηλεκτρονική Συμμετοχή των πολιτών στις Τοπικές Αυτοδιοικήσεις και ειδικά η συμμετοχή τους στα ΜΚΔ συνδέεται άμεσα με την ποιότητα και τον εκσυγχρονισμό των υπηρεσιών που παρέχονται από τους δήμους. Αρχικά, τονίζεται ότι η υψηλού επιπέδου λειτουργικότητα των εφαρμογών είναι ακρογωνιαίος λίθος για την αύξηση των χρηστών της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής (Zheng, 2017). Επιπλέον, αποδεικνύεται πως η προθυμία της διοίκησης των οργανισμών ασκεί σημαντική επίδραση στην Ηλεκτρονική Συμμετοχή των πολιτών τόσο έμμεσα όσο και άμεσα. Οι κυβερνήσεις στις οποίες τα ανώτερα διοικητικά στελέχη έχουν ισχυρότερη θέληση να εντάξουν τους πολίτες στην Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση καθώς και να χρησιμοποιήσουν τις ΤΠΕ είναι πιο πιθανό να παράσχουν πιο εκτεταμένης μορφής Ηλεκτρονική Συμμετοχή (Zheng & Schachter, 2018). Επιπροσθέτως, σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2018 (Lee & Kim, 2018) διαπιστώνεται ότι οι πολίτες τείνουν να είναι πιο ενεργοί χρήστες των υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής όταν έχουν μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στην κυβέρνηση. Συγκεκριμένα, η αντίληψη των πολιτών σχετικά με την ανταπόκριση της κυβέρνησης στη συμβολή τους μπορεί να καθορίσει σε μεγάλο βαθμό την Ηλεκτρονική Συμμετοχή. Συνεπώς, διαπιστώνεται ότι οι δήμοι θα πρέπει να δίνουν μεγαλύτερη προσοχή στη θεμελίωση δεσμών εμπιστοσύνης με το κοινό τους και να παρέχουν ποιοτική ανατροφοδότηση, η οποία θα ανταποκρίνεται στην εισροή πληροφορίας των πολιτών. Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Ιταλία παρατηρείται ότι μόνο ένα μικρό μέρος καινοτόμων δήμων έχει υιοθετήσει το Twitter για την ενίσχυση της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής και της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης (Capineri et al., 2015). Όσον αφορά την Ελλάδα, η πρόοδος της παροχής δημοτικών ηλεκτρονικών υπηρεσιών είναι καθόλα αργή, παρόλο που οι πολίτες εκφράζουν ενδιαφέρον για τη συμμετοχή τους σε θέματα Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Costopoulou et al., 2017). Τα ευρήματα επιβεβαιώνουν ότι χωρίς την

απαίτηση των πολιτών, σε συνδυασμό με την αυτοϋποκίνηση των πολιτικών, η επιτυχής παροχή υπηρεσιών για την ψηφιακή πολιτική θα είναι δύσκολο να επιτευχθεί (Liden, 2016).

| Τίτλος | Συγγραφέας | Κατηγορία | Θέμα | Λέξεις Κλειδιά | Περιγραφή | Άρθρο/ Περιοδικό/ Συνέδριο/ Βιβλίο που Δημοσιεύθηκε |
|---|---|-------------------------------------|--|--|---|--|
| The impact of government form on e-participation : A study of New Jersey municipalities | Zheng, Y., Schachter, H. L., & Holzer, M. (2014). | Τεχνικές πτυχές (μελέτη περίπτωσης) | ηλεκτρονική συμμετοχή μελέτη περίπτωσης Κυβερνητική δομή | Κυβερνητική δομή, ηλεκτρονική συμμετοχή, Δήμοι, New Jersey | Το άρθρο ερευνά και αναλύει τις επιπτώσεις που έχουν στην ηλεκτρονική συμμετοχή των πολιτών τρεις κυβερνητικές δομές 97 δήμων του New Jersey: το δημοτικό συμβούλιο, το συμβούλιο των διευθυντών τοπικών οργανισμών και ο δήμος. Παρατηρήθηκε πως οι Δήμοι με μορφή κυβέρνησης δημοτικού συμβουλίου είναι πιθανότερο να έχουν υψηλότερα ποσοστά παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής συμμετοχής. | Government Information Quarterly |
| Citizens and Institutions as Information Prosumers- The Case Study of Italian Municipalities on Twitter | Capineri, C., Calvino, C., & Romano, A. (2015). | Εφαρμογές/ Υπηρεσίες | Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης | Κοινωνικά δίκτυα, Ιταλία, Twitter, δημόσια επικοινωνία, δημόσια ιδρύματα, Δείκτης απόδοσης Twitter . | Η παρούσα μελέτη ερευνά την ανάγκη επανεξέτασης της διαχείρισης των δημοσίων υποθέσεων καθώς και τον εκσυγχρονισμό των μέσων επικοινωνίας της δημόσιας διοίκησης προς τους πολίτες της. Συγκεκριμένα, αναλύεται η διαχείριση των πληροφοριών που παρέχονται από τους δήμους της Ιταλίας καθώς και η απόδοσή τους, μέχρι τον Νοέμβριο του 2013, στις επίσημες σελίδες τους στο Twitter. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι μόνο ένα μικρό μέρος καινοτόμων δήμων έχει υιοθετήσει το Twitter για την ενίσχυση της ηλεκτρονικής συμμετοχής και της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης. | International Journal of Spatial Data Infrastructures Research |

| Τίτλος | Συγγραφέας | Κατηγορία | Θέμα | Λέξεις Κλειδιά | Περιγραφή | Άρθρο/ Περιοδικό/ Συνέδριο/ Βιβλίο που Δημοσιεύθηκε |
|--|---|----------------------------------|--|--|---|---|
| Investigating the mobile side of e-Participation | Ntaliani, M., Costopoulou, C., & Karetsos, S. (2017). | Εφαρμογές/ Υπηρεσίες | Συμμετοχή μέσω κινητών εφαρμογών και ασύρματων τεχνολογιών Εφαρμογές για κινητές συσκευές | Ηλεκτρονική συμμετοχή, συμμετοχή μέσω κινητών ηλεκτρονικών εφαρμογών και ασύρματων τεχνολογιών, Τοπική Κυβέρνηση, Τοπική Αυτοδιοίκηση, ιστοσελίδες, εφαρμογές για κινητές συσκευές | Η μελέτη αυτή προτείνει έναν τρόπο αξιοποίησης της κινητής συμμετοχής βασισμένη στην αναγκαιότητα εξέλιξης της ηλεκτρονικής συμμετοχής με δείγμα τους 325 Δήμους της Ελλάδας. Καταλήγει σε ένα πλαίσιο για την εισαγωγή αποτελεσματικών εφαρμογών ηλεκτρονικής συμμετοχής σε κινητές συσκευές, ώστε να καταστούν οι τοπικές κοινωνίες πιο λειτουργικές. | International Journal of Electronic Governance |
| Citizens' E-Participation at Local Municipal Government in South Africa. | Okeke-Uzodike, O. E., & Dlamini, B. (2019). | Γενικοί Όροι (Μελέτη περίπτωσης) | Αξιολόγηση Μελέτη περίπτωσης Παροχή υπηρεσιών | Κυβέρνηση, Ηλεκτρονική συμμετοχή, πολίτης, παροχή υπηρεσιών, τοπικό και δημοτικό επίπεδο, Νότια Αφρική | Το άρθρο αυτό αξιολογεί την εφαρμογή της ηλεκτρονικής συμμετοχής στη διαδικασία λήψης αποφάσεων της κυβέρνησης της Ν. Αφρικής. Εντοπίζει περιορισμούς και προκλήσεις στην ορθή πρακτική της ηλεκτρονικής συμμετοχής. Επικεντρώνεται σε τοπικό δημοτικό επίπεδο, το οποίο θεωρείται το πιο κοντινό σημείο επαφής μεταξύ κυβέρνησης και πολιτών. | Journal of Reviews on Global Economics |
| E-Participation Provision and Demand Analysis for Greek Municipalities | Costopoulou, C., Ntaliani, F., Karetsos, S., & Gkoutzioupa, E. (2017, December) | Γενικοί Όροι (Μελέτη περίπτωσης) | Μελέτη περίπτωσης | Ηλεκτρονική συμμετοχή, Ηλεκτρονική Δημοκρατία πολίτης, Δήμοι, Ελλάδα | Σκοπός αυτού του άρθρου είναι η διερεύνηση της προσφοράς και της ζήτησης σχετικά με την ηλεκτρονική συμμετοχή σε ελληνικούς δήμους. Συγκρίνεται η προσφορά της ηλεκτρονικής συμμετοχής για τα έτη 2015 και 2017 χρησιμοποιώντας τον δείκτη Citizen Web Empowerment Index. Αποδεικνύεται ότι η πρόοδος της παροχής δημοτικών ηλεκτρονικών υπηρεσιών είναι καθόλα αργή, παρόλο που οι πολίτες εκφράζουν ενδιαφέρον για τη συμμετοχή τους σε θέματα τοπικής αυτοδιοίκησης. | International Conference on e-Democracy |

| Τίτλος | Συγγραφέας | Κατηγορία | Θέμα | Λέξεις Κλειδιά | Περιγραφή | Άρθρο/ Περιοδικό/ Συνέδριο/ Βιβλίο που Δημοσιεύθηκε |
|--|--|---------------------------------------|---|--|---|--|
| Do Smart Cities Really Provide Opportunities for Citizen Participation? A Case Study of the RECI Cities in Spain | Varela-Álvarez, E. J., Mahou-Lago, X. M., & Viso, M. L. (2019) | Τεχνικές πτυχές | Ηλεκτρονική συμμετοχή, "έξυπνες πόλεις" | Συμμετοχή πολιτών, Ηλεκτρονική συμμετοχή, Μοντέλο RECI έξυπνων πόλεων, Δοκιμή τύπου Heuristic, Διαδικτυακές πύλες | Το ερευνητικό ερώτημα αυτού του άρθρου είναι κατά πόσο οι "έξυπνες πόλεις" προσφέρουν πραγματικές ευκαιρίες συμμετοχής στους πολίτες. Ερευνήθηκε η εξέλιξη των μηχανισμών ηλεκτρονικής συμμετοχής στην Βαρκελώνη και τη Μαδρίτη καθώς επίσης και πώς επηρεάζεται η ανάπτυξή τους από τις αλλαγές της πολιτικής ηγεσίας. Αποτέλεσμα αποτελεί πως το μοντέλο των "έξυπνων πόλεων" έχει ενσωματωθεί στις δικτυακές πύλες των μεγάλων πόλεων και οι μηχανισμοί ηλεκτρονικής συμμετοχής αυξήθηκαν. | E-Participation in Smart Cities: Technologies and Models of Governance for Citizen Engagement (pp. 37-58). Springer, Cham. |
| Citizen Relationship Management for Civic Participation : How Smart Cities use 311 to Involve Citizens | Hartmann, S. (2019). | Τεχνικές πτυχές | "έξυπνες πόλεις" Συμμετοχή πολιτών | Διαχείριση σχέσεων μεταξύ πολιτών, υπηρεσία "311", Πολιτική συμμετοχή, Κινητές εφαρμογές, "έξυπνες πόλεις" | Το Αμερικάνικο σύστημα διαχείρισης σχέσεων με τους πολίτες "311" έχει αποδειχθεί επιτυχημένο και μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση των έξυπνων πόλεων σχετικά με την παροχή κυβερνητικών υπηρεσιών και να προσφέρει στους πολίτες την ευκαιρία να συμμετέχουν στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων. Η παρούσα μελέτη ερευνά τα οφέλη των συστημάτων για έξυπνες πόλεις και το βαθμό στον οποίο προωθούν την αύξηση της συμμετοχής των πολιτών. | E-Participation in Smart Cities: Technologies and Models of Governance for Citizen Engagement (pp. 59-77). Springer, Cham. |
| The role of e-participation and open data in evidence-based policy decision making in local government | Sivarajah, U., Weerakkody, V., Waller, P., Lee, H., Irani, Z., Choi, Y., ... & Glikman, Y. (2016). | Συμμετοχή πολιτών (μελέτη περίπτωσης) | Μελέτη περίπτωσης | Λήψη αποφάσεων, Ηλεκτρονική συμμετοχή, τεχνολογία πληροφοριών και επικοινωνίας (ΤΠΕ), αρχή τοπικής αυτοδιοίκησης, ανοιχτά δεδομένα, δημιουργία πολιτικής | Το άρθρο αυτό εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο οι πλατφόρμες ηλεκτρονικής συμμετοχής των πολιτών και η χρήση ανοιχτών δεδομένων μπορούν να διευκολύνουν τη λήψη περισσότερων τεκμηριωμένων αποφάσεων και την αξιολόγηση αυτών, χρησιμοποιώντας μία ποιοτική μελέτη περίπτωσης σε μία Αρχή Τοπικής Αυτοδιοίκησης του Ηνωμένου Βασιλείου. | Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce |

| Τίτλος | Συγγραφέας | Κατηγορία | Θέμα | Λέξεις Κλειδιά | Περιγραφή | Άρθρο/ Περιοδικό/ Συνέδριο/ Βιβλίο που Δημοσιεύθηκε |
|--|----------------------------|---------------------------------------|---|--|---|---|
| Inequality in Local Digital Politics: How Different Preconditions for Citizen Engagement Can Be Explained | Liden, G. (2016). | Συμμετοχή πολιτών (μελέτη περίπτωσης) | Μελέτη περίπτωσης Ψηφιακή πολιτική ή Αξιολόγηση Αλληλεπίδραση πολιτών Τοπική Κυβέρνηση | Αλληλεπίδραση πολιτών, Ψηφιακή πολιτική, τοπική δημοκρατία, Τοπική κυβέρνηση, ΤΠΕ, Σουηδία | Το άρθρο παρουσιάζει την εφαρμογή μιας μικτής μεθόδου για την εξέταση της παροχής καναλιών ψηφιακής πολιτικής στους σουηδικούς δήμους. Διαπιστώνεται πως υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των δήμων και αυτό εξηγείται κυρίως από το μέγεθος του πληθυσμού, τις οικονομικές συνθήκες καθώς και τα επίπεδα εκπαίδευσης των πολιτών. Τα ευρήματα επιβεβαιώνουν ότι χωρίς την απαίτηση των πολιτών, σε συνδυασμό με την αυτούποκίνηση των πολιτικών, η επιτυχής παροχή υπηρεσιών για την ψηφιακή πολιτική θα είναι δύσκολο να επιτευχθεί. | Policy & Internet |
| Explaining citizens' E-participation usage: functionality of E-participation applications | Zheng, Y. (2017) | Γενικοί Όροι | Χρήση ηλεκτρονικής συμμετοχής Αλληλεπίδραση πολιτών Λειτουργικότητα της ηλεκτρονικής συμμετοχής | Χρήση ηλεκτρονικής συμμετοχής, λειτουργικότητα των εφαρμογών ηλεκτρονικής συμμετοχής, Ευρώπη | Η παρούσα έρευνα μελετά το ρόλο της λειτουργικότητας των εφαρμογών ηλεκτρονικής συμμετοχής σε σχέση με τη χρήση της ηλεκτρονικής συμμετοχής από τους πολίτες. Χρησιμοποιώντας στοιχεία από την έρευνα για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EE) το 2012, διαπιστώνεται ότι η υψηλή επιπέδου λειτουργικότητα των εφαρμογών είναι ακρογωνιαίος λίθος για την αύξηση των χρηστών της ηλεκτρονικής συμμετοχής. | Administration & Society |
| Citizens' e-participation on agenda setting in local governance: Do individual social capital and e-participation management matter? | Lee, J., & Kim, S. (2018). | Συμμετοχή πολιτών | Διαχείριση ηλεκτρονικής συμμετοχής | Ηλεκτρονική Συμμετοχή, κοινωνικό κεφάλαιο, Διαχείριση ηλεκτρονικής συμμετοχής, τοπική διακυβέρνηση | Η παρούσα μελέτη διαπιστώνει ότι οι πολίτες τείνουν να είναι πιο ενεργοί χρήστες των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής συμμετοχής όταν έχουν μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στην κυβέρνηση. Παρατηρήθηκε επίσης, ότι η αντίληψη των πολιτών σχετικά με την ανταπόκριση της κυβέρνησης στη συμβολή τους μπορεί να καθορίσει σε μεγάλο βαθμό την ηλεκτρονική συμμετοχή. Διαπιστώνεται πως η τοπική αυτοδιοίκηση θα πρέπει να δίνει μεγαλύτερη προσοχή στη θεμελίωση δεσμών εμπιστοσύνης με το κοινό της και να παρέχει ποιοτική ανατροφοδότηση, η οποία θα ανταποκρίνεται στην εισροή πληροφορίας των πολιτών. | Public Management Review |

| Τίτλος | Συγγραφείς | Κατηγορία | Θέμα | Λέξεις Κλειδιά | Περιγραφή | Άρθρο/ Περιοδικό/ Συνέδριο/ Βιβλίο που Δημοσιεύθηκε |
|--|--|---------------------------------------|---|--|--|---|
| Potential dimensions for a local e-Government services quality model | Sá, F., Rocha, Á., & Cota, M. P. (2016). | Τεχνικές πτυχές | Ηλεκτρονικό μοντέλο ποιότητας τοπικής αυτοδιοίκησης | Ηλεκτρονική διακυβέρνηση, Ηλεκτρονικές υπηρεσίες, Ποιότητα Υπηρεσιών, Δημόσια διοίκηση, Τοπική κυβέρνηση | Οι συγγραφείς θέτουν ως δεδομένο ότι η ποιότητα των υπηρεσιών ηλεκτρονικής συμμετοχής είναι αναγκαίο να ερευνηθεί με σκοπό την ανάπτυξη μιας στρατηγικής ικανής να βελτιώσει τις παρεχόμενες υπηρεσίες προς όφελος των αποδεκτών. Στην έρευνα παρουσιάζεται ένας κατάλογος, που αποτελείται από τριάντα παράγοντες για ένα Ηλεκτρονικό Μοντέλο Ποιότητας στην Τοπική Αυτοδιοίκηση. Για τη δημιουργία του καταλόγου μελετήθηκαν δεκαεπτά προσεγγίσεις για την ποιότητα των υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και συγχρόνως πραγματοποιήθηκε εμπειρική μελέτη. Στη μελέτη συμμετείχε ομάδα εμπειρογνομόνων όπως επίσης και χρηστών υπηρεσιών τοπικής αυτοδιοίκησης. | Telematics and Informatics |
| Variation in E-Participation Schemes and Strategies: Comparative Case Study of Oslo, Madrid, and Melbourne | Legard, S., Giannoumis, G. A., Hovik, S., & Paupini, C. (2019, April). | Συμμετοχή πολιτών (μελέτη περίπτωσης) | Πρακτικές χρήσης ηλεκτρονικής συμμετοχής | ηλεκτρονική δημοκρατία, ηλεκτρονική συμμετοχή, αστική ανάπτυξη, στρατηγική, εργαλεία πολιτικής | Η παρούσα έρευνα συγκρίνει στρατηγικές και πλατφόρμες ηλεκτρονικής συμμετοχής σε τρία μεγάλα αστικά κέντρα: Όσλο, Μελβούρνη και Μαδρίτη. Οι τρεις πόλεις αποτελούνται από πληθυσμό υψηλού μορφωτικού επιπέδου και παρουσιάζουν υψηλά ποσοστά σύνδεσης με την ψηφιακή τεχνολογία. Σκοπός της έρευνας είναι η κατανόηση των διαδικασιών καθώς και η πολυπλοκότητα λήψης αποφάσεων που οδηγούν στην υιοθέτηση της συγκεκριμένης μορφής ηλεκτρονικής συμμετοχής στην εκάστοτε πόλη. Ο στόχος είναι να συμπληρωθεί η ήδη υπάρχουσα βιβλιογραφία για τους παράγοντες οι οποίοι καθορίζουν την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής συμμετοχής στις πόλεις. | 12th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance |

| Τίτλος | Συγγραφέας | Κατηγοριοποίηση | Θέμα | Λέξεις Κλειδιά | Περιγραφή | Άρθρο/ Περιοδικό/ Συνέδριο/ Βιβλίο που Δημοσιεύθηκε |
|--|---------------------------------------|-------------------------------------|---|---|---|---|
| The impact of administrator willingness on website e-participation : some evidence from municipalities | Zheng, Y., & Schachter, H. L. (2018). | Τεχνικές πτυχές (μελέτη περίπτωσης) | ηλεκτρονική συμμετοχή μελέτη περίπτωσης Ενασχόληση πολιτών Προσφορές ηλεκτρονικής συμμετοχής | Θέληση του διαχειριστή, συμμετοχή των πολιτών, ηλεκτρονική συμμετοχή, επιδόσεις | Οι ερευνητές μέσα από την επιλογή και μελέτη δεδομένων των στελεχών δημοτικών οργανισμών στο New Jersey παρατηρούν πως η προθυμία της διοίκησης των οργανισμών έχει σημαντική επίδραση στην ηλεκτρονική συμμετοχή των πολιτών τόσο έμμεσα όσο και άμεσα. Οι κυβερνήσεις στις οποίες τα ανώτερα διοικητικά στελέχη έχουν ισχυρότερη θέληση να εντάξουν τους πολίτες στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση καθώς και να χρησιμοποιήσουν τις Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνίας είναι πιο πιθανό να παράσχουν πιο εκτεταμένης μορφής ηλεκτρονική συμμετοχή. | Public Performance & Management Review |

Πίνακας 4: Πίνακας Βιβλιογραφικής Επισκόπησης

Συμπερασματικά, παρόλο που υπάρχει πληθώρα ερευνών σε διεθνή κλίμακα με αντικείμενο την Ηλεκτρονική Συμμετοχή των πολιτών σε δημοτικό επίπεδο (Πίνακας 4), παρατηρείται βιβλιογραφικό κενό στην μελέτη της υιοθέτησης και χρήσης των ΜΚΔ από τους ελληνικούς δήμους ως εργαλείο επικοινωνίας με τους πολίτες. Αυτό το βιβλιογραφικό κενό καλείται να καλύψει η παρούσα διπλωματική εργασία.

Κεφάλαιο 3^ο : Παρούσα κατάσταση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην Τοπική Αυτοδιοίκηση

Η αύξηση της δημοτικότητας των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) εντείνει τη σημασία που αποδίδουν οι κυβερνήσεις στην αξιοποίησή τους ως εργαλείο επικοινωνίας με τους πολίτες. Τα ΜΚΔ επιτρέπουν στους δήμους να γνωστοποιούν σημαντικές κυβερνητικές πληροφορίες καθώς και να συλλέγουν ιδέες και κριτικές σχετικά με την πολιτική που ακολουθούν (Golbeck et al., 2010). Ο ανοιχτός διάλογος μεταξύ της Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΤΑ) και των πολιτών εξαλείφει πολλούς φραγμούς και εμπόδια στην επικοινωνία που έχουν αντιμετωπίσει στο παρελθόν οι κυβερνήσεις. Η επικοινωνία με τους πολίτες μπορεί πλέον να είναι υψηλότερης συχνότητας και συγκεκριμένης στόχευσης (Jaeger & Bertot, 2012). Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται και αξιολογείται ο βαθμός υιοθέτησης των ΜΚΔ, του Facebook και του Twitter συγκεκριμένα, από το σύνολο των δήμων της Ελλάδας. Η αξιολόγηση της χρήσης του Facebook και του Twitter πραγματοποιείται μέσα από την παρουσίαση στατιστικών και δημογραφικών στοιχείων που προκύπτουν από τη αξιοποίηση εργαλείων διαχείρισης και ανάλυσης ΜΚΔ όπως τα Fanpage Karma, Likealyzer και Followerwonk.

3.1 Παρουσία Δήμων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Σε μελέτη που διεξήχθη το 2017 παρατηρείται ότι από τους 325 δήμους της Ελλάδας 177 είχαν παρουσία στο Facebook, 86 στο Twitter, 89 στο YouTube, 6 στο Instagram καθώς και 19 σε άλλα ΜΚΔ. Ο αριθμός των δήμων που δεν είχε παρουσία σε κανένα ΜΚΔ είναι 134 (Πίνακας 5). Σημειώνεται πως στις παραπάνω μετρήσεις η εκάστοτε Τοπική Αυτοδιοίκηση μπορούσε να έχει παρουσία σε παραπάνω από ένα ΜΚΔ (Costopoulou et al., 2017). Ενθαρρυντικό είναι το γεγονός πως η πλειονότητα των δήμων χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό. Ωστόσο, ο βαθμός χρήσης του κάθε μέσου δεν αντιπροσωπεύει την άμεση αλληλεπίδραση των δήμων με τους πολίτες τους μέσω αυτών των κοινωνικών μέσων (Graham & Avery, 2013).

| Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης | 2017 |
|---------------------------|------|
| Facebook | 177 |
| Twitter | 86 |
| YouTube | 89 |
| Instagram | 6 |
| Άλλα ΜΚΔ | 19 |
| Κανένα ΜΚΔ | 134 |

Πίνακας 5: Παρουσία Δήμων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (2017)

Στη παρούσα διπλωματική εργασία μελετάται η παρουσία των δήμων στα ΜΚΔ κατά τη διάρκεια του έτους 2019. Στις 25 Φεβρουαρίου πραγματοποιήθηκε έρευνα σε 325 δήμους της Ελλάδας και τα αποτελέσματα παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον.



Γράφημα 1: Παρουσία Δήμων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (25/2/2019)

Παρατηρείται πως από τους 325 δήμους της ελληνικής επικράτειας το 69% (223 δήμοι) έχει παρουσία σε ένα, τουλάχιστον ΜΚΔ ενώ το 1/3 περίπου (31%) δεν φαίνεται να έχει μέχρι στιγμής παρουσία σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης (Γράφημα 1). Συγκριτικά με την προαναφερθείσα μελέτη (Costoroulou et al., 2017) και τα αποτελέσματα της έρευνας του Φεβρουαρίου, παρουσιάζεται μια τάση από τις τοπικές αυτοδιοικήσεις να προβούν σε ένταξη των ΜΚΔ στην πολιτική τους. Συγκεκριμένα οι δήμοι που παρουσιάζουν ένα τουλάχιστον ΜΚΔ αυξήθηκαν από 191 για το έτος 2017, σε 223. Ο αριθμός των δήμων που χρησιμοποιούν

το Facebook αυξήθηκε από 177 σε 190. Επίσης, παρατηρείται σημαντική αύξηση της χρήσης του Twitter από 86 δήμους το 2017, περίπου 26,5% του συνολικού αριθμού των δήμων, σε 126 το έτος 2019 (38,7%) (Πίνακας 6). Στο Γράφημα 2 παρουσιάζονται συνολικά τα τρία πιο δημοφιλή ΜΚΔ για την Τοπική Αυτοδιοίκηση το 2019 και η χρήση τους κατά το έτος 2017.

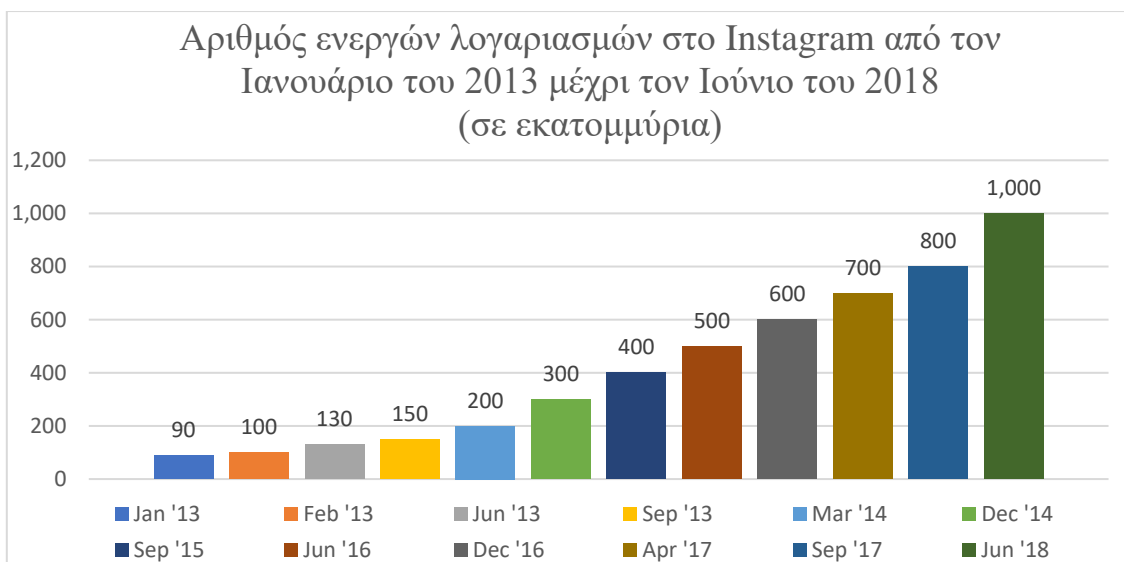
| Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης | 2017 | Ποσοστό επί των συνολικών δήμων (2017) | 2019 | Ποσοστό επί των συνολικών δήμων (2019) |
|---------------------------|------|--|------|--|
| Facebook | 177 | 54,5% | 190 | 58,5% |
| Twitter | 86 | 26,5% | 126 | 38,7% |
| Instagram | 6 | 1,8% | 96 | 29,5% |

Πίνακας 6: Σύγκριση παρουσίας δήμων στα ΜΚΔ κατά τα έτη 2017-2019



Γράφημα 2: Σύγκριση δημοφιλέστερων ΜΚΔ 2017-2019

Τέλος, παρουσιάζεται σημαντική αύξηση της χρήσης του κοινωνικού μέσου Instagram (Πίνακας 6), το οποίο από μόλις 6 ενεργούς λογαριασμούς κατά το έτος 2017 πλέον συμπεριλαμβάνεται σε 96 Δήμους (Γράφημα 2), γεγονός που συμβαδίζει με την ραγδαία εξέλιξη του συγκεκριμένου ΜΚΔ σε παγκόσμιο επίπεδο (Γράφημα 3).



Γράφημα 3: Αριθμός ενεργών λογαριασμών στο Instagram από τον Ιανουάριο του 2013 μέχρι τον Ιούνιο του 2018

(<https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>)

Στον Πίνακα 7 παρατηρείται πως 9 στους 10 δήμους με τους περισσότερους καταγεγραμμένους μόνιμους κατοίκους, βάσει της πληθυσμιακής απογραφής του 2011, έχουν παρουσία σε τουλάχιστον δύο ΜΚΔ. Λογαριασμοί Facebook και Twitter παρατηρούνται σε 9 δήμους, ενώ η παροχή βίντεο από την πλατφόρμα του YouTube παρατηρείται σε 8 δήμους.

| A/A | Ταξινόμηση δήμων βάσει μόνιμου πληθυσμού | Μόνιμος πληθυσμός βάσει της απογραφής του 2011 | Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης | Αριθμός Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης |
|-----|--|--|---------------------------------------|------------------------------------|
| 1 | Αθηναίων | 664.046 | Δεν υπάρχει ΜΚΔ | - |
| 2 | Θεσσαλονίκης | 325.182 | Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest | 4 |
| 3 | Πατρέων | 213.984 | Facebook, Twitter, Google+, YouTube | 4 |
| 4 | Ηρακλείου | 173.993 | Facebook, Twitter, YouTube | 3 |
| 5 | Πειραιώς | 163.688 | Facebook, Twitter, YouTube, Instagram | 4 |

| | | | | |
|----|-------------|---------|--|---|
| 6 | Λάρισας | 162.591 | Facebook, Twitter, YouTube, Instagram | 4 |
| 7 | Βόλου | 144.449 | Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest, Google+ | 5 |
| 8 | Περιστερίου | 139.981 | Facebook, Twitter, YouTube | 3 |
| 9 | Ρόδου | 115.49 | Facebook, Twitter, YouTube | 3 |
| 10 | Ιωαννιτών | 112.486 | Facebook, Twitter | 2 |

Πίνακας 7: Παρουσία δήμων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (25/2/2019)

(<https://www.statistics.gr/2011-census-pop-hous>)

3.2 Εργαλεία διαχείρισης και ανάλυσης Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Η ραγδαία εξέλιξη της σημασίας των ΜΚΔ για τις πολιτικές στρατηγικές της εκάστοτε Κυβέρνησης-Τοπικής Αυτοδιοίκησης, καθιστά αναγκαία την εξαγωγή και την ανάλυση των δεδομένων που παρέχονται από τους χρήστες. Για την επίτευξη αυτού του σκοπού έχουν δημιουργηθεί και εξακολουθούν να αναπτύσσονται κατάλληλα εργαλεία διαχείρισης και ανάλυσης της αλληλεπίδρασης του κοινού μέσω των ΜΚΔ (Fanpage Karma, LikeAlyzer, Followerwonk κ.ά.). Τα προαναφερθέντα εργαλεία μπορούν να επιλέξουν, να ανακτήσουν, να εξαγάγουν και να επεξεργαστούν μεγάλο όγκο δεδομένων αποτελεσματικά, αλλά δεν παρουσιάζουν την απαραίτητη κατανόηση των συμφραζομένων πληροφοριών (Trunfio & Della, 2017).

3.2.1 LikeAlyzer και Βασικοί Δείκτες Απόδοσης

Το Likealyzer (<https://likealyzer.com/>) είναι ένα εργαλείο ανάλυσης προφίλ για χρήστες του Facebook το οποίο παρέχεται δωρεάν. Προσφέρει αναλυτικές ενημερώσεις ενισχύοντας τους οργανισμούς και λειτουργώντας βοηθητικά όσον αφορά την επιτυχία τους στα κοινωνικά μέσα. Το Likealyzer προσφέρει πλήθος δυνατοτήτων. Παρέχει πληροφορίες για τις δημοσιεύσεις των οργανισμών ανά σελίδα, συγκρίνει σελίδες και δημοσιεύσεις ενώ τέλος παρέχει συμβουλές, προτροπές και σχετικούς συνδέσμους. Είναι φιλικό προς το χρήστη και

δεν διαθέτει κινητή εφαρμογή. Από τις 15 Νοεμβρίου 2019 η εταιρία που παρείχε το Likealyzer σταμάτησε τη διαθεσιμότητα του.

Το εργαλείο διαχείρισης και ανάλυσης Likealyzer χρησιμοποιεί τις παρακάτω κατηγορίες (KPIs) για την μέτρηση και την αξιολόγηση του Facebook προφίλ.

- **Front Page:** Ο συγκεκριμένος δείκτης παρουσιάζει την πρώτη εικόνα που έχει ο χρήστης από τον οργανισμό. Αναφέρεται στις πληροφορίες που παρέχονται από τον δήμο όπως η ύπαρξη εικόνας προφίλ, το όνομα χρήστη, η ύπαρξη διαδραστικών κουμπιών όπως η αποστολή μηνύματος, η κλήση, η ανακατεύθυνση στην διαδικτυακή σελίδα της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και άλλες ανάλογες πληροφορίες για τον εκάστοτε δήμο.
- **About:** Αναφέρεται στις πληροφορίες που έχουν δοθεί από την Τοπική Αυτοδιοίκηση σχετικά με τον δήμο όπως η ιστορία του, στοιχεία επικοινωνίας με τον οργανισμό, πόσοι χρήστες ακολουθούν τη συγκεκριμένη σελίδα κ.α.
- **Activity:** Αναφέρεται αποκλειστικά στη δραστηριότητα που έχει η σελίδα αναφορικά με τον βαθμό ανταπόκρισης σε πιθανές απορίες ή σχολιασμούς σε δημοσιεύσεις που έχει αναρτήσει. Αξιολογούνται οι αναρτήσεις που κάνει, ως προς το μέγεθος και το είδος τους καθώς και τα likes στην εκάστοτε δημοσίευση.

Στο **Activity** παρατηρούνται οι ακόλουθες κατηγορίες.

- i. *Post per Day:* Ο δείκτης αυτός καταγράφει τον αριθμό των αναρτήσεων που γίνονται από τους δήμους στις ιστοσελίδες τους σε καθημερινή βάση.
 - ii. *Average post length:* Ο δείκτης αυτός μετρά το μέσο όρο του μεγέθους του κειμένου των αναρτήσεων του δήμου.
 - iii. *Pages liked:* Ο δείκτης αυτός μετρά τον αριθμό των likes που πραγματοποιήθηκαν από τον εκάστοτε Δήμο προς άλλους χρήστες του Facebook.
 - iv. *Native Facebook videos:* Αφορά την δημοσίευση βίντεο από τους οργανισμούς στην σελίδα τους, με περιεχόμενο το οποίο αυξάνει την προσέλκυση των υπόλοιπων χρηστών του συγκεκριμένου ΜΚΔ.
- **Response:** Ο συγκεκριμένος δείκτης αναφέρεται στο ποσοστό απάντησης ή/και σχολιασμού των μηνυμάτων και των αναρτήσεων των χρηστών στη σελίδα του οργανισμού. Στη τελική αξιολόγηση υπολογίζεται και ο χρόνος απόκρισης του δήμου.

- **Engagement:** Αναφέρεται στην επιτυχία της σελίδας όσον αφορά την προσέλκυση χρηστών σε αυτή. Η αξιολόγηση γίνεται μέσα από τις αναφορές των χρηστών στη συγκεκριμένη σελίδα, αλλά και από τα likes που έχει η σελίδα.

Στο **Engagement** περιλαμβάνονται οι ακόλουθες κατηγορίες.

- People talking about this:* Αφορά τον αριθμό των χρηστών οι οποίοι σε αναρτήσεις τους έχουν κάνει αναφορά του δήμου σε κάποιο άλλο προφίλ στο Facebook.
 - Total page likes:* Είναι ο αριθμός των likes των χρηστών στο λογαριασμό Facebook (προφίλ) της εκάστοτε Τοπικής Αυτοδιοίκησης.
- **Engagement rate:** Ο δείκτης αυτός υπολογίζεται διαιρώντας τον αριθμό του δείκτη “People talking about this” με τον συνολικό αριθμό likes (Total page likes).

3.2.2 Followerwonk και Βασικοί Δείκτες Απόδοσης

Το Followerwonk (<https://followerwonk.com/>) είναι ένα εργαλείο διαχείρισης και ανάλυσης ΜΚΔ το οποίο μπορεί να αξιοποιηθεί αποκλειστικά για το Twitter. Παρέχει στο χρήστη ακριβείς αναλύσεις σχετικά με τους ακόλουθους του, δηλαδή τους χρήστες που “ακολουθούν” το λογαριασμό του οργανισμού με σκοπό να μαθαίνουν νέα μέσω των δημοσιεύσεών του, καθώς και λεπτομέρειες σχετικά με τις δραστηριότητές του. Το μόνο που απαιτείται από τον χρήστη ώστε να ξεκινήσει την ανάλυση των δεδομένων είναι η πληκτρολόγηση του ονόματος του λογαριασμού που επιθυμεί. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται από το Followerwonk λεπτομερώς οι αναλύσεις που αφορούν τη συχνότητα δημοσιεύσεων του λογαριασμού που αναζητήθηκε, τη διάρκεια σύνδεσης του κ.ά. Η παροχή υπηρεσιών του συγκεκριμένου εργαλείου δεν γίνεται μέσω κινητής εφαρμογής αλλά μόνο μέσω του λογαριασμού Twitter του χρήστη. Σχετικά με το κόστος χρήσης του εργαλείου, διατίθεται δωρεάν για έναν λογαριασμό και με περιορισμένες δυνατότητες συγκριτικά με την επί πληρωμή έκδοση.

Το εργαλείο διαχείρισης και ανάλυσης Followerwonk χρησιμοποιεί τις παρακάτω κατηγορίες (KPIs) για τη μέτρηση και την αξιολόγηση του Twitter προφίλ.

- **Tweets:** Ο συγκεκριμένος δείκτης αναφέρεται στον συνολικό αριθμό δημοσιεύσεων (tweets) που έχουν πραγματοποιηθεί από τον δήμο καθ' όλη τη χρονική διάρκεια που είναι ενεργός ο λογαριασμός στο Twitter.
- **Following:** Ο συγκεκριμένος δείκτης παρουσιάζει τον αριθμό των λογαριασμών στο Twitter που «ακολουθεί» ο οργανισμός.
- **Followers:** Ο συγκεκριμένος δείκτης παρουσιάζει τον αριθμό των λογαριασμών στο Twitter που «ακολουθούν» τον οργανισμό.
- **Account age:** Παρουσιάζει το χρονικό διάστημα που ο συγκεκριμένος λογαριασμός είναι ενεργός στο Twitter.
- **Social Authority:** Αυτός ο δείκτης συμβάλλει στην εύρεση, κατανόηση και αλληλεπίδραση του εκάστοτε λογαριασμού Τοπικής Αυτοδιοίκησης με τους ακόλουθούς του στο Twitter. Μετρά σε κλίμακα από το 1 μέχρι το 100 την επίδραση που ασκεί ο εκάστοτε δήμος μέσα από το περιεχόμενό του.

3.2.3 Fanpage Karma και Βασικοί Δείκτες Απόδοσης

Το εργαλείο Fanpage Karma (<https://www.fanpagekarma.com/>) χρησιμοποιείται για την ανάλυση, την παρακολούθηση και την διαχείριση των ΜΚΔ. Το συγκεκριμένο εργαλείο διατίθεται διαδικτυακά και οι χρήστες μπορούν να το χρησιμοποιήσουν για να συγκεντρώσουν ευρύ φάσμα πληροφοριών σχετικά με την απόδοση του προφίλ τους οι οποίες στηρίζονται σε στατιστικά στοιχεία, διαγράμματα και αναλυτικές αναφορές. Η απόδοση αφορά λογαριασμούς σε Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn και YouTube. Τα προαναφερθέντα στοιχεία μπορούν να αποθηκευτούν σε δύο μορφές, ως αρχεία excel και ως εικόνες. Λόγω των δυνατοτήτων που προσφέρει το Fanpage Karma αποτελεί πολύ χρήσιμο εργαλείο στην έρευνα των προφίλ των Τοπικών Αυτοδιοικήσεων. Το Fanpage Karma παρέχει δοκιμαστική περίοδο 14 ημερών και έπειτα υπάρχουν πακέτα χρεώσεων ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε χρήστη. Επίσης, δεν διατίθεται κινητή εφαρμογή για το συγκεκριμένο εργαλείο.

Το εργαλείο διαχείρισης και ανάλυσης Fanpage Karma χρησιμοποιεί τις παρακάτω κατηγορίες (KPIs) για την μέτρηση και την αξιολόγηση του Facebook προφίλ.

Cross-Network KPIs

- **Engagement:** Η τιμή αυτή παρουσιάζει την αλληλεπίδραση/σύνδεση που υπάρχει μεταξύ των ακολούθων και της σελίδας. Υπολογίζεται με βάση το μέσο όρο των likes, των comments και των shares ανά ημέρα, διαιρούμενο με τον αριθμό των ακολούθων.
- **Number of Fans:** Τρέχων αριθμός ακόλουθων του κάθε οργανισμού στο κανάλι του Facebook.
- **Number of Comments:** Ο συνολικός αριθμός σχολίων στις δημοσιεύσεις του κάθε οργανισμού.
- **Number of Posts:** Ο συνολικός αριθμός δημοσιεύσεων του κάθε δήμου.
- **Number of Likes:** Τρέχων αριθμός likes των χρηστών στο λογαριασμό Facebook του δήμου.
- **Post interaction:** Η συγκεκριμένη τιμή παρουσιάζει το ποσοστό αντίδρασης που έχουν οι αναρτήσεις του δήμου από τους ακόλουθούς του. Είναι ο μέσος όρος των likes, comments και shares ανά ακόλουθο για όλες τις δημοσιεύσεις στο αντίστοιχο χρονικό διάστημα.
- **Post per Day:** Μέσος αριθμός δημοσιεύσεων ανά ημέρα.
- **Total reactions, comments, share:** Είναι ο συνολικός αριθμός των αντιδράσεων, σχολίων και αναδημοσιεύσεων για όλες τις δημοσιεύσεις στο αντίστοιχο χρονικό διάστημα.

Facebook KPIs

- **Posts**
 - Comments on Posts by fans:* Είναι ο συνολικός αριθμός σχολίων των ακολούθων της σελίδας στις δημοσιεύσεις που κάνει.
 - Link-Post:* Αφορά τις δημοσιεύσεις που πραγματοποιεί ο δήμος μέσω του Facebook σε μορφή διαδικτυακού συνδέσμου.
 - Picture Post:* Αφορά τις δημοσιεύσεις που πραγματοποιεί ο δήμος μέσω του Facebook σε μορφή εικόνας.
 - Video posts:* Αφορά τις δημοσιεύσεις που πραγματοποιεί ο δήμος μέσω του Facebook σε μορφή βίντεο.
 - Post by fans:* Αφορά τον συνολικό αριθμό των δημοσιεύσεων που πραγματοποιούνται από ακόλουθους της σελίδας στην σελίδα αυτή.

- vi. *Users post per day*: Αφορά τον συνολικό αριθμό των δημοσιεύσεων ανά μέρα που πραγματοποιούνται από ακόλουθους της σελίδας.
 - vii. *User post, total reaction, comments, share*: Αναφέρεται στο συνολικό αριθμό των αναδημοσιεύσεων, σχολίων και αντιδράσεων των post του δήμου από τους ακόλουθούς του.
 - viii. *Weighted engagement*: Η τιμή αυτή παρουσιάζει την αλληλεπίδραση/σύνδεση που υπάρχει μεταξύ των ακολούθων και της σελίδας. Υπολογίζεται με γνώμονα την αξία των shares, η οποία θεωρείται τρεις φορές μεγαλύτερη από την αξία των likes καθώς και την αξία των comments, η οποία θεωρείται δύο φορές μεγαλύτερη από των likes.
 - ix. *Weighted post interaction*: Η συγκεκριμένη τιμή παρουσιάζει το ποσοστό αντίδρασης που έχουν οι αναρτήσεις του δήμου από τους ακόλουθούς του. Υπολογίζεται με γνώμονα την αξία των shares, η οποία είναι τρεις φορές μεγαλύτερη από την αξία των likes καθώς και την αξία των comments, η οποία είναι δύο φορές μεγαλύτερη από αυτή των likes.
- **Reactions**
 - i. *Share per post*: Αναφέρεται στο ποσοστό των αναδημοσιεύσεων ανά post του δήμου από τους ακόλουθούς του.
 - **Profile**
 - i. *AD – Value*: Αφορά το κόστος σε διαφημίσεις που διαθέτει ο οργανισμός με στόχο την προώθηση του.
 - ii. *Service Level*: Ο αριθμός των post των χρηστών τα οποία λαμβάνουν απάντηση από την σελίδα του δήμου.
 - **Facebook Videos**: Αφορά τον συνολικό αριθμό των βίντεο που δημοσιεύθηκαν για την συγκεκριμένη χρονική περίοδο από τον οργανισμό στη σελίδα του Facebook.

3.3 Έρευνα χρήσης Facebook και Twitter από την Τοπική Αυτοδιοίκηση μέσω των εργαλείων Fanpage Karma, LikeAlyzer και Followerwonk

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήχθη κατά το έτος 2019 για την παρούσα διπλωματική εργασία. Αναλυτικότερα, τα στοιχεία της έρευνας εξήχθησαν σε συγκεκριμένες ημερομηνίες από 1-1-2019 έως και 17-11-2019.

Αρχικά, πραγματοποιήθηκε ανάλυση της σελίδας του Facebook των ελληνικών δήμων μέσω των εργαλείων διαχείρισης και ανάλυσης Likealyzer και Fanpage Karma καθώς και ανάλυση της σελίδας του Twitter των ελληνικών δήμων μέσω του εργαλείου διαχείρισης Followerwonk. Στη συνέχεια, έγιναν οι απαραίτητες ενέργειες με σκοπό την καταγραφή του μέσου όρου των δεικτών όλων των δήμων για κάθε ΜΚΔ και πραγματοποιήθηκαν οι κατάλληλες συγκρίσεις των αποτελεσμάτων. Βασική προϋπόθεση για την εξαγωγή και τη χρήση δεδομένων μέσω των εργαλείων διαχείρισης και ανάλυσης είναι το προφίλ του κάθε δήμου να είναι δημόσια σελίδα. Οι συγκρίσεις και τα συμπεράσματα που προέκυψαν παρουσιάζονται αναλυτικότερα στις παρακάτω ενότητες.

3.3.1 Μελέτη της σελίδας του Facebook των ελληνικών δήμων μέσω του εργαλείου LikeAlyzer

Η μελέτη της σελίδας του Facebook των ελληνικών δήμων μέσω του εργαλείου Likealyzer πραγματοποιήθηκε σε δύο χρονικές περιόδους. Αρχικά, στις 15 Μαΐου 2019 και στη συνέχεια στις 6 Οκτωβρίου 2019. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί πως η επιλογή των ημερομηνιών είναι στρατηγικής σημασίας για την έρευνα καθότι στις 26 Μαΐου 2019 πραγματοποιήθηκαν οι δημοτικές και περιφερειακές εκλογές της χώρας. Παρουσιάζεται μια πρώτη εντύπωση για την ποιότητα και την ποσότητα μεταβολής των δεικτών απόδοσης για τους 153 δήμους εκ των οποίων δύναται να παρθούν δείκτες απόδοσης μέσω του Likealyzer (Πίνακας 8).

| AVERAGE KPIs | 15/5/2019 | 6/10/2019 |
|---------------------|------------|------------|
| Front Page | 92% | 92% |
| About | 67% | 67% |
| Activity | 48% | 49% |
| Post Per Day | 0.64 | 0.66 |
| Average Post Length | 544.47 | 564.88 |
| Pages Liked | 9.47 | 9.68 |
| Native FB Videos | 4.83 | 4.15 |
| Response | 41% | 41% |

| Engagement | 48% | 55% |
|---------------------------|------------|------------|
| Engagement Rate | 5% | 5% |
| People talking about this | 189.21 | 193.83 |
| Total Page Likes | 3994.36 | 4041.52 |

Πίνακας 8: Μέσοι Όροι Δεικτών απόδοσης LikeAlyzer κατά τις ημερομηνίες 15-5-2019 και 06-10-2019

Οι διαφορές οι οποίες παρατηρούνται ανάμεσα στις δύο χρονικές μετρήσεις είναι ελάχιστες. Οι δύο έρευνες έχουν πραγματοποιηθεί με διαφορά πέντε μηνών και το μεγαλύτερο ποσοστό των τοπικών αυτοδιοικήσεων δεν έχει αλλάξει τον τρόπο χρήσης του καναλιού κοινωνικής δικτύωσης Facebook. Παρακάτω αναλύονται τα αποτελέσματα της σύγκρισης στις πέντε κατηγορίες:

- Στην κατηγορία *Front Page* δεν παρατηρείται διαφορά ανάμεσα στις δύο μετρήσεις. Το ποσοστό παραμένει σταθερό στο 92%. Το γεγονός αυτό αποδεικνύει πως η Τοπική Αυτοδιοίκηση εξακολουθεί να παρέχει πληροφορίες στην αρχική σελίδα του λογαριασμού της, όπως η ύπαρξη εικόνας προφίλ, το όνομα χρήστη, η ύπαρξη διαδραστικών κουμπιών όπως η αποστολή μηνύματος, η κλήση, η ανακατεύθυνση στην διαδικτυακή σελίδα της εφόσον υπάρχει και άλλες ανάλογες πληροφορίες.
- Στην κατηγορία *About* δεν παρατηρείται διαφορά ανάμεσα στις δύο μετρήσεις. Το σταθερό ποσοστό του 67% αναπαριστά την μη μεταβολή των στοιχείων που έχουν δοθεί από την Τοπική Αυτοδιοίκηση σχετικά με πληροφορίες όπως η ιστορία του κάθε δήμου, τα στοιχεία επικοινωνίας με τον οργανισμό, πόσοι χρήστες ακολουθούν τη συγκεκριμένη σελίδα κ.ά.
- Στην κατηγορία *Activity* η διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στις δυο χρονικές περιόδους είναι 1% και η αύξηση αυτή έχει γίνει κατά την μέτρηση στις 6-10-2019. Το γεγονός αυτό είναι θετικό, διότι έστω και σε μικρό ποσοστό διακρίνεται βελτίωση των σελίδων αναφορικά με τον βαθμό ανταπόκρισης σε πιθανές απορίες ή σχολιασμούς σε δημοσιεύσεις που έχουν αναρτήσει. Πιο συγκεκριμένα στις υποκατηγορίες:
 - i. *Post per Day*: Ο μέσος όρος των αναρτήσεων που γίνονται από τους δήμους στις ιστοσελίδες τους σε καθημερινή βάση παρουσιάζει αύξηση από 0.64 στις 15-5-2019 σε 0.66 στις 06-10-2019.
 - ii. *Average post length*: Ο μέσος όρος του μεγέθους του κειμένου των αναρτήσεων του δήμου παρουσιάζει αύξηση από 544.47 χαρακτήρες σε 564.88.

- iii. *Pages liked*: Παρατηρείται αύξηση των likes από τους διαχειριστές των σελίδων των δήμων προς τις υπόλοιπες σελίδες του Facebook από 9.47 σε 9.68.
- iv. *Native Facebook videos*: Η δημοσίευση βίντεο από τους οργανισμούς στην σελίδα τους, με περιεχόμενο το οποίο αυξάνει την προσέλκυση των υπόλοιπων χρηστών συγκεκριμένου MKΔ, παρουσιάζει μείωση από 4.83 σε 4.15.
- Στην κατηγορία *Response* δεν παρατηρείται καμία αλλαγή του ποσοστού απάντησης ή/και σχολιασμού των μηνυμάτων και των αναρτήσεων των χρηστών στη σελίδα του οργανισμού.
- Στην κατηγορία *Engagement* παρατηρείται αύξηση του ποσοστού αλληλεπίδρασης από 48% σε 55%. Πιο συγκεκριμένα στις υποκατηγορίες:
 - i. *People talking about this*: Ο αριθμός των χρηστών οι οποίοι σε αναρτήσεις τους έχουν κάνει αναφορά του δήμου σε κάποιο άλλο προφίλ στο Facebook από 189.21 αυξήθηκε στο 193.83.
 - ii. *Total page likes*: Τέλος ο αριθμός των likes των χρηστών στο λογαριασμό Facebook της εκάστοτε Τοπικής Αυτοδιοίκησης αυξήθηκε κατά μέσο όρο από 3994.36 σε 4041.52 από τις 15 Μαΐου έως τις 6 Οκτωβρίου.



Γράφημα 4: Μέσοι Όροι Δεικτών Απόδοσης του εργαλείου LikeAlyzer για τους δήμους της Ελλάδος κατά τις ημερομηνίες 15-5-2019 και 06-10-2019

3.3.2 Μελέτη της σελίδας του Twitter των ελληνικών δήμων μέσω του εργαλείου Followerwonk

Η μελέτη της σελίδας του Twitter των ελληνικών δήμων μέσω του εργαλείου Followerwonk πραγματοποιήθηκε στις 20 Σεπτεμβρίου 2019. Παρουσιάζονται οι μέσοι όροι των δεικτών απόδοσης για τους 82 δήμους της ελληνικής επικράτειας, από τους οποίους δύναται να εξαχθούν δεδομένα, μέσω του εργαλείου Followerwonk (Πίνακας 9).

| AVERAGE KPIs | 20/9/2019 |
|------------------|-----------|
| Tweets | 1379.01 |
| Following | 228.53 |
| Followers | 510.34 |
| Account Age | 6.03 |
| Social Authority | 6.67 |

Πίνακας 9: Μέσοι Όροι Δεικτών απόδοσης Followerwonk στις 20-9-2019

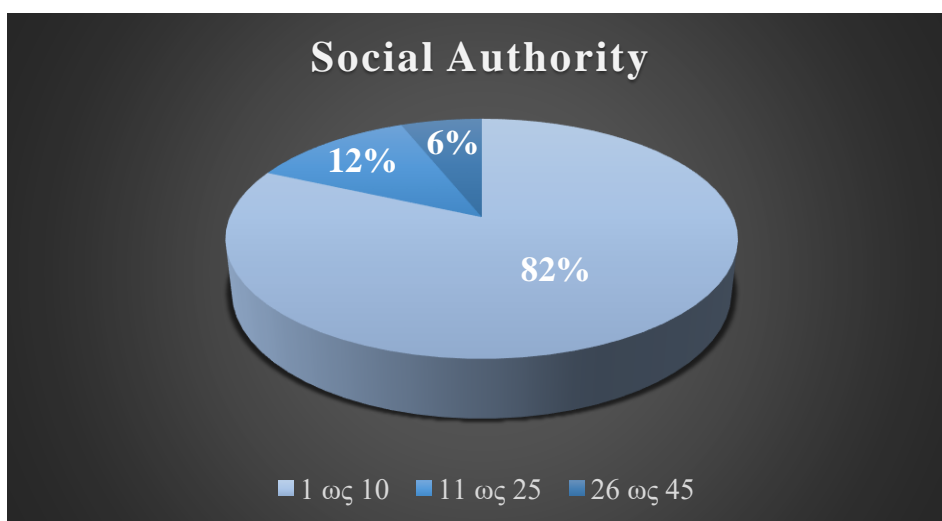
Αναλυτικότερα:

- *Tweets*: Ο μέσος όρος του συνολικού αριθμού δημοσιεύσεων που έχουν πραγματοποιηθεί από τους δήμους, καθ' όλη τη χρονική διάρκεια που είναι ενεργός ο λογαριασμός στο Twitter, είναι 1379.01
- *Following*: Ο αριθμός των λογαριασμών στο Twitter που “ακολουθούν” οι ελληνικοί δήμοι είναι κατά μέσο όρο 228.53
- *Account age*: Το χρονικό διάστημα κατά το οποίο οι λογαριασμοί των ελληνικών δήμων παραμένουν ενεργοί στο Twitter, είναι κατά μέσο όρο 6.03 χρόνια.
- *Social Authority*: Ο δείκτης που συμβάλλει στην εύρεση, κατανόηση και αλληλεπίδραση των λογαριασμών των Τοπικών Αυτοδιοικήσεων με τους ακόλουθούς τους στο Twitter είναι 6.67 κατά μέσο όρο. Το νούμερο το οποίο παρατηρείται είναι αρκετά χαμηλό διότι ο συγκεκριμένος δείκτης μετρά σε κλίμακα από το 1 μέχρι το 100 την επίδραση που ασκεί ο εκάστοτε δήμος μέσα από το περιεχόμενό του. Ο δείκτης αυτός παρέχει πληροφορίες για τον ρυθμό αναδημοσίευσης των τελευταίων εκατό tweets καθώς και για το πόσο πρόσφατα αναρτήθηκαν από τους ελληνικούς δήμους.

Από τα δεδομένα συμπεραίνεται ότι υπάρχει έλλειψη συνέπειας στη συχνότητα των αναρτήσεων από τις Τοπικές Αυτοδιοικήσεις και συγχρόνως δεν χαρακτηρίζονται ως σημαντικές από τους ακόλουθους της σελίδας ώστε να τις αναδημοσιεύσουν. Στον Πίνακα 10 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που εξήχθησαν για το συγκεκριμένο δείκτη στο σύνολο των ελληνικών δήμων.

| Social Authority | 1 ως 10 | 11 ως 25 | 26 ως 42 |
|------------------|---------|----------|----------|
| Αριθμός Δήμων | 67 | 10 | 5 |

Πίνακας 10: Αριθμός δήμων βάσει της βαθμολογίας του δείκτη Social Authority



Γράφημα 5: Ποσοστιαία παρουσίαση του δείκτη Social Authority

Παρατηρείται στο Γράφημα 5 πως το 82% των ελληνικών δήμων που χρησιμοποιούν το Twitter έχουν βαθμολόγηση του δείκτη Social Authority από 1 μέχρι 10. Το 12% παρουσιάζει αύξηση στον δείκτη και βαθμολογείται από 11 μέχρι 25, ενώ μόνο το 6% του συνολικού δείγματος αγγίζει το 26 με 45. Συγκεκριμένα, οι δήμοι Βάρης - Βούλας – Βουλιαγμένης και Μαρκοπούλου – Μεσογαίας είναι αυτοί που παρουσιάζουν το μεγαλύτερο Social Authority το οποίο παρατηρείται συνολικά και αγγίζει τις 42 μονάδες μέτρησης.

3.3.3 Μελέτη της σελίδας του Facebook των ελληνικών δήμων μέσω του εργαλείου Fanpage Karma

Η μελέτη της σελίδας του Facebook των ελληνικών δήμων μέσω του εργαλείου Fanpage Karma πραγματοποιήθηκε στις 19 Νοεμβρίου 2019 και εξετάστηκαν τρεις χρονικές περιόδους. Αρχικά, στη πρώτη περίοδο μετρήσεων εξετάζονται οι δείκτες απόδοσης από 1 Ιανουαρίου μέχρι και 17 Νοεμβρίου 2019 για την καλύτερη κατανόηση των δεικτών κατά το έτος 2019. Στη δεύτερη περίοδο μετρήσεων μελετώνται οι δείκτες απόδοσης από 1 Ιανουαρίου μέχρι και 15 Μαΐου και στη τρίτη από 16 Μαΐου μέχρι και 6 Οκτωβρίου 2019, με σκοπό την σύγκριση των δεδομένων και της μεταβολής των δεικτών δεδομένου ότι στις 26 Μαΐου 2019 πραγματοποιήθηκαν οι δημοτικές και περιφερειακές εκλογές της χώρας. Παρουσιάζεται, εν κατακλείδι, η ποιότητα και η ποσότητα μεταβολής των δεικτών απόδοσης για τους 145 δήμους εκ των οποίων δύναται να παρθούν δείκτες απόδοσης μέσω του Fanpage Karma.

Για την έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη πρώτη περίοδο μετρήσεων (1 Ιανουαρίου μέχρι και 17 Νοεμβρίου 2019) παρουσιάζονται στο Πίνακα 11 οι μέσοι όροι, για το σύνολο των δήμων, όλων των επιλεγμένων δεικτών απόδοσης.

| AVERAGE KPIs | 1/1/2019 – 17/11/2019 |
|--|-----------------------|
| Post interaction | 0,01% |
| Number of Posts | 200,78 |
| Number of Fans | 4491,15 |
| Total Reactions, Comments, Shares | 9362,67 |
| Number of Comments | 262,8 |
| Number of Likes | 6922,43 |
| Engagement | 0,001% |
| Posts per day | 0,63 |
| Comments on posts by fans | 0,24 |
| User posts total Reactions, Comments, Shares | 1,98 |
| Video-posts | 9,9 |
| Link-posts | 77,74 |

| | |
|--------------------|----------|
| Picture Posts | 102,28 |
| User posts per day | 0,003 |
| Posts by fans | 0,98 |
| Ad-Value (EUR) | 4494,03€ |
| Shares per post | 5,35 |

Πίνακας 11: Μέσοι Όροι Δεικτών απόδοσης Fanpage Karma, για το διάστημα από 1 Ιανουαρίου μέχρι και 17 Νοεμβρίου 2019

Αναλυτικότερα:

- *Post interaction*: Το ποσοστό αντίδρασης που έχουν οι αναρτήσεις των δήμων από τους ακόλουθούς τους είναι 0,01%.
- *Number of Posts*: Ο μέσος όρος των συνολικών δημοσιεύσεων των δήμων είναι 200,78.
- *Number of Fans*: Ο μέσος όρος του αριθμού των ακόλουθων των δήμων στη παρούσα περίοδο είναι 4491,15.
- *Total reactions, comments, share*: Ο μέσος όρος των likes, comments και shares για όλες τις δημοσιεύσεις στο αντίστοιχο χρονικό διάστημα είναι 9362,67.
- *Number of Comments*: Ο μέσος όρος του συνολικού αριθμού των σχολίων στις δημοσιεύσεις των δήμων είναι 262,8.
- *Number of Likes*: Ο μέσος όρος του αριθμού likes των χρηστών στους λογαριασμούς των δήμων είναι 6922,43.
- *Engagement*: Ο δείκτης αλληλεπίδρασης/σύνδεσης που υπάρχει μεταξύ των ακολούθων και της σελίδας είναι σχεδόν μηδενική (0,001%).
- *Post per Day*: Μέσος αριθμός αναρτήσεων ανά ημέρα είναι 0,63.
- *Comments on Posts by fans*: Ο μέσος όρος του συνολικού αριθμού σχολίων των ακολούθων τους στις δημοσιεύσεις που κάνουν οι δήμοι είναι 0,24.
- *User post, total reaction, comments, share*: Ο μέσος όρος του συνολικού αριθμού των αναδημοσιεύσεων, σχολίων και αντιδράσεων των δημοσιεύσεων των δήμων από τους ακόλουθούς τους είναι 1,98.
- *Video posts*: Ο μέσος όρος των δημοσιεύσεων που πραγματοποιούν οι δήμοι μέσω του Facebook σε μορφή βίντεο είναι 9,9.
- *Link-Post*: Ο μέσος όρος των δημοσιεύσεων που πραγματοποιούν οι δήμοι μέσω του Facebook σε μορφή διαδικτυακού συνδέσμου είναι 77,74.

- *Picture Post*: Ο μέσος όρος των δημοσιεύσεων που πραγματοποιούν οι δήμοι μέσω του Facebook σε μορφή εικόνας είναι 102,28.
- *User posts per day*: Ο μέσος όρος του αριθμού δημοσιεύσεων ανά ημέρα, από τους ακόλουθους της σελίδας, για την πρώτη περίοδο που μελετάται είναι 0,003.
- *Post by fans*: Ο μέσος όρος του συνολικού αριθμού των δημοσιεύσεων που πραγματοποιούνται από ακόλουθους της σελίδας είναι 0,98.
- *AD – Value*: Το μέσο κόστος σε διαφημίσεις που διαθέτει ο οργανισμός με στόχο την προώθηση του στη παρούσα περίοδο είναι 4494,03€.
- *Share per post*: Αναφέρεται στο μέσο ποσοστό των αναδημοσιεύσεων ανά δημοσίευση των Τοπικών Αυτοδιοικήσεων από τους ακόλουθούς τους, το οποίο είναι 5,35%.

Παρατηρείται, από τα παραπάνω δεδομένα, πως οι δήμοι προτιμούν οι δημοσιεύσεις που πραγματοποιούν να περιέχουν εικόνες και διαδικτυακούς συνδέσμους, ενώ οι δημοσιεύσεις με παροχή βίντεο κατατάσσονται τελευταίες στις προτιμήσεις τους.

Εν συνεχεία, για την έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη δεύτερη και τρίτη περίοδο μετρήσεων (από 1 Ιανουαρίου μέχρι 15 Μαΐου 2019 και από 16 Μαΐου μέχρι 6 Οκτωβρίου 2019) παρουσιάζονται στον Πίνακα 12 οι μέσοι όροι, για το σύνολο των δήμων, όλων των επιλεγμένων δεικτών απόδοσης.

| AVERAGE KPIs | 1/1/2019 – 15/5/2019 | 16/5/2019 – 6/10/2019 |
|--|----------------------|-----------------------|
| Post interaction | 0,0003% | 0,0001% |
| Number of Posts | 89,69 | 82,62 |
| Number of Fans | 10532 | 11178,67 |
| Total Reactions, Comments, Shares | 4210,4 | 3806,75 |
| Number of Comments | 125,93 | 102,81 |
| Number of Likes | 3058,55 | 2846,38 |
| Engagement | 0,0003% | 0,0001% |
| Posts per day | 0,66 | 0,57 |
| Comments on posts by fans | 0,04 | 0,08 |
| User posts total Reactions, Comments, Shares | 0,36 | 0,51 |

| | | |
|--------------------|----------|----------|
| Video-posts | 5,01 | 3,77 |
| Link-posts | 34,06 | 31,46 |
| Picture Posts | 46,09 | 42,51 |
| User posts per day | 0,002 | 0,002 |
| Posts by fans | 0,32 | 0,34 |
| Ad-Value (EUR) | 2114,67€ | 1759,79€ |
| Shares per post | 5,64% | 5,02% |

Πίνακας 12: Μέσοι Όροι Δεικτών απόδοσης Fanpage Karma, για τα διαστήματα από 1 Ιανουαρίου μέχρι 15 Μαΐου 2019 και από 16 Μαΐου μέχρι 6 Οκτωβρίου 2019

Η πρώτη περίοδος εξαγωγής δεδομένων καλύπτει ένα χρονικό διάστημα διάρκειας τεσεράμισι μηνών, ενώ η δεύτερη περίοδος καλύπτει ένα χρονικό διάστημα διάρκειας περίπου πεντέμισι μηνών. Αρχικά, παρατηρείται μείωση στο μέσο όρο των δημοσιεύσεων των δήμων μεταξύ της πρώτης και της δεύτερης περιόδου μέτρησης, η οποία περιλαμβάνει και χρονικό διάστημα μετά την εξαγωγή των ελληνικών δημοτικών και περιφερειακών εκλογών. Στην πρώτη περίοδο ο μέσος όρος αγγίζει το 89,69, ενώ στην δεύτερη είναι 82,62. Συγκεκριμένα, ο μέσος όρος των δημοσιεύσεων σε μορφή βίντεο για την πρώτη περίοδο είναι 5,01 και για την δεύτερη μόλις 3,77. Ο μέσος όρος των δημοσιεύσεων που πραγματοποιούν οι δήμοι σε μορφή διαδικτυακού συνδέσμου στην πρώτη περίοδο αγγίζει το 34,06, ενώ στην δεύτερη περίοδο το 31,46. Ο μέσος όρος των δημοσιεύσεων μέσω του Facebook σε μορφή εικόνας για την πρώτη περίοδο είναι 46,09 και για την δεύτερη είναι 42,51. Παρά το γεγονός ότι ο μέσος όρος των αναρτήσεων των δήμων μειώθηκε κατά τη δεύτερη περίοδο, ο μέσος όρος των σχολίων των ακολούθων διπλασιάστηκε. Όσον αφορά τον αριθμό των ακολούθων, σημειώθηκε αύξηση του μέσου όρου από 10.532 σε 11.178,67. Συγχρόνως, παρά την αύξηση των ακολούθων ο μέσος όρος του συνολικού αριθμού των αναδημοσιεύσεων, σχολίων και αντιδράσεων τους στις δημοσιεύσεις των δήμων σημείωσε αισθητή μείωση από 4.210,4 σε 3.806,75. Επιπλέον, ο μέσος των αναρτήσεων των δήμων ανά ημέρα μειώθηκε στην δεύτερη περίοδο σε 0,57 από 0,66. Τέλος, παρατηρείται σημαντική μείωση στη χρηματική επένδυση των δήμων σε διαφημίσεις με σκοπό την προώθησή τους. Η μείωση αυτή πιθανόν αποδίδεται στο γεγονός ότι στην πρώτη περίοδο μέτρησης περιλαμβάνονται οι προεκλογικές εκστρατείες των δήμων, ενώ στο μεγαλύτερο διάστημα της δεύτερης περιόδου οι εκλογές έχουν ήδη πραγματοποιηθεί.

Κεφάλαιο 4^ο : Συμπεράσματα

4.1 Σύνοψη

Στη παρούσα διπλωματική εργασία ερευνάται η υιοθέτηση και η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, ιδιαίτερα του Facebook και του Twitter, από τους 325 ελληνικούς δήμους ως εργαλείο Ηλεκτρονικής Συμμετοχής των πολιτών με την Τοπική Αυτοδιοίκηση. Διαμέσου της ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε στα ΜΚΔ των ελληνικών δήμων παρουσιάζεται αύξηση της παρουσίας των επίσημων λογαριασμών που διαθέτουν οι δήμοι στα ΜΚΔ συγκριτικά με το 2017. Παρόλα αυτά, το 31% του συνόλου των δήμων δεν φαίνεται να έχει μέχρι στιγμής παρουσία σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης, γεγονός το οποίο υποδηλώνει ότι δεν έχουν υιοθετηθεί καθολικά τα ΜΚΔ ως πλατφόρμες για την ενίσχυση της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής και της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης. Είναι σαφώς ενθαρρυντικό το γεγονός πως η πλειονότητα των δήμων χρησιμοποιεί πλέον τα ΜΚΔ σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό. Ωστόσο, ο βαθμός χρήσης του κάθε μέσου δεν αντιπροσωπεύει την άμεση αλληλεπίδραση των δήμων με τους πολίτες τους μέσω αυτών των κοινωνικών μέσων.

Για το σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκε εξαγωγή και ανάλυση των δεδομένων, σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα, που παρέχονται από τους χρήστες μέσω των εργαλείων διαχείρισης και ανάλυσης των ΜΚΔ. Με την ανάλυση των δεδομένων του Facebook μέσω του εργαλείου Likealyzer αποδεικνύεται πως οι δήμοι εξακολουθούν να παρέχουν σημαντικό ποσοστό πληροφοριών στην αρχική σελίδα των λογαριασμών τους καθώς και στα στοιχεία επικοινωνίας. Επίσης, διακρίνεται βελτίωση σε μικρό ποσοστό από τον Μάιο μέχρι τον Οκτώβριο του 2019 αναφορικά με τον βαθμό ανταπόκρισης σε πιθανές απορίες ή σχολιασμούς των πολιτών σε δημοσιεύσεις που έχουν αναρτήσει οι δήμοι στο χρονολόγιό τους. Παρουσιάζεται επίσης, μικρή αύξηση του ποσοστού ενδιαφέροντος των πολιτών προς τις δημοσιεύσεις των δήμων, το οποίο σε συνδυασμό με την προηγούμενη μέτρηση επιβεβαιώνει τις βιβλιογραφικές αναφορές που προασπίζουν ότι η αντίληψη των πολιτών σχετικά με την ανταπόκριση της κυβέρνησης στη συμβολή τους μπορεί να καθορίσει σε μεγάλο βαθμό την Ηλεκτρονική Συμμετοχή. Εν συνεχεία, στην μελέτη που πραγματοποιήθηκε για το Facebook, μέσω του εργαλείου Fanpage Karma από τον Ιανουάριο μέχρι και τον Νοέμβριο του 2019 παρατηρείται πως οι δήμοι προτιμούν οι δημοσιεύσεις που πραγματοποιούν να περιέχουν εικόνες και διαδικτυακούς συνδέσμους, ενώ οι δημοσιεύσεις με παροχή βίντεο κατατάσσονται τελευταίες στις προτιμήσεις τους. Τέλος, πραγματοποιήθηκε σύγκριση των αποτελεσμάτων μεταξύ των περιόδων από 1 Ιανουαρίου μέχρι και 15 Μαΐου και στη τρίτη από 16 Μαΐου μέχρι

και 6 Οκτωβρίου 2019, με σκοπό την σύγκριση των δεδομένων και της μεταβολής των δεικτών, δεδομένου ότι στις 26 Μαΐου 2019 πραγματοποιήθηκαν οι δημοτικές και περιφερειακές εκλογές της χώρας. Παρά το γεγονός ότι ο μέσος όρος των αναρτήσεων των δήμων μειώθηκε κατά τη δεύτερη περίοδο, ο αριθμός των ακολούθων αυξήθηκε και μέσος όρος των σχολίων των ακολούθων διπλασιάστηκε. Γεγονός το οποίο ενισχύει την βιβλιογραφική άποψη πως η πρόοδος της παροχής δημοτικών ηλεκτρονικών υπηρεσιών είναι καθόλα αργή, παρόλο που οι πολίτες εκφράζουν ενδιαφέρον για τη συμμετοχή τους σε θέματα Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Παρατηρείται επίσης, σημαντική μείωση στη χρηματική επένδυση των δήμων σε διαφημίσεις με σκοπό την προώθηση της σελίδας τους. Η μείωση αυτή πιθανόν αποδίδεται στο γεγονός ότι στην πρώτη περίοδο μέτρησης περιλαμβάνονται οι προεκλογικές εκστρατείες των δήμων, ενώ στο μεγαλύτερο διάστημα της δεύτερης περιόδου οι εκλογές έχουν ήδη πραγματοποιηθεί. Αναφορικά με την μελέτη της σελίδας του Twitter των δήμων, μέσω του εργαλείου Followerwonk διαπιστώνεται ότι ο δείκτης που συμβάλλει στην αλληλεπίδραση των λογαριασμών των Τοπικών Αυτοδιοικήσεων με τους ακόλουθους είναι ιδιαίτερα χαμηλός κατά μέσο όρο. Αποδεικνύεται επομένως η έλλειψη συνέπειας στη συχνότητα των αναρτήσεων από τους δήμους και συγχρόνως οι αναρτήσεις δεν χαρακτηρίζονται ως σημαντικές από τους ακόλουθους της σελίδας ώστε να τις αναδημοσιεύσουν. Επιβεβαιώνοντας έτσι την βιβλιογραφία που υποστηρίζει πως η προθυμία της διοίκησης των οργανισμών έχει σημαντική επίδραση στην Ηλεκτρονική Συμμετοχή των πολιτών, ειδικά σε τοπικό επίπεδο που θεωρείται το πιο κοντινό σημείο επαφής μεταξύ κυβέρνησης και πολιτών.

4.2 Περιορισμοί και Προτάσεις

Οι περιορισμοί της παρούσας εργασίας παρουσιάζονται στα εργαλεία διαχείρισης και ανάλυσης των ΜΚΔ. Το Fanpage Karma διατίθεται για μια δοκιμαστική περίοδο 14 ημερών με αποτέλεσμα να υπάρχει περιορισμένη πρόσβαση στα στοιχεία που μπορούν να μελετηθούν. Το Likealyzer, παρόλο που προσφερόταν δωρεάν, από τις 15 Νοεμβρίου του 2019 σταμάτησε να διατίθεται από την εταιρία που το δημιούργησε με αποτέλεσμα να μην μπορεί να γίνει σύγκριση των αποτελεσμάτων που παρατηρήθηκαν διαχρονικά.

Με σκοπό την επίτευξη της διαχρονικότητας των αποτελεσμάτων της έρευνας προτείνεται η πραγματοποίηση αντίστοιχου περιεχομένου ερευνών ανά τακτά χρονικά διαστήματα, για να παρακολουθείται η μεταβολή των δεικτών. Για την σύγκριση των αποτελεσμάτων οι έρευνες είναι σκόπιμο να πραγματοποιηθούν μέσω του Followerwonk για τους λογαριασμούς των

δήμων στο Twitter καθώς και μέσω του εργαλείου Fanpage Karma για τους λογαριασμούς των δήμων στο Facebook.

Προτείνεται επίσης, η δημιουργία μιας εκσυγχρονισμένης και ανθρωποκεντρικής πολιτικής όπου η Τοπική Αυτοδιοίκηση μπορεί να αξιοποιήσει τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με τους πολίτες και συγχρόνως για εσωτερική επικοινωνία και οργάνωση των δημοσίων τομέων. Οι πολίτες πρέπει να έχουν την δυνατότητα να αλληλοεπιδράσουν και να εμπλακούν σε συζητήσεις χωρίς να είναι απλοί παρατηρητές των γεγονότων που διαδραματίζονται στους δήμους τους. Η εμπιστοσύνη στην πολιτική της τοπικής κυβέρνησης θα ωθήσει τους πολίτες να είναι πιο ενεργοί χρήστες των υπηρεσιών της Ηλεκτρονικής Συμμετοχής. Χωρίς την απαίτηση των πολιτών, σε συνδυασμό με την αυτοϋποκίνηση των πολιτικών, η επιτυχής παροχή υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Συμμετοχής θα είναι δύσκολο να επιτευχθεί. Θεμιτό είναι, στη χάραξη της πολιτικής, να ληφθούν υπόψιν παράγοντες που μπορεί να παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές ανά δήμο όπως το μέγεθος του πληθυσμού, οι οικονομικές και πολιτισμικές συνιστώσες καθώς και τα επίπεδα εκπαίδευσης των πολιτών. Απόρροια αυτού είναι η εύρεση μεθόδων αξιολόγησης της χρήσης των ΜΚΔ από τους δημόσιους οργανισμούς, λαμβάνοντας υπόψιν τις άνωθεν ιδιαιτερότητες.

Βιβλιογραφία

- Barker, M., Barker, D. I., Bormann, N. F., & Neher, K. E. (2012). *Social media marketing: A strategic approach*. Nelson Education.
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S., & Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government information quarterly*, 29(2), 123-132.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Capineri, C., Calvino, C., & Romano, A. (2015). Citizens and Institutions as Information Prosumers-The Case Study of Italian Municipalities on Twitter. *International Journal of Spatial Data Infrastructures Research*, 10, 1-26.
- Carroll, J. (2005, July). Risky business: Will citizens accept m-government in the long term. In *Euro mGov* (pp. 77-87).
- Castells, M. (2008). The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 78-93.
- Chu, H., & Xu, C. (2009). Web 2.0 and its dimensions in the scholarly world. *Scientometrics*, 80(3), 717-729.
- Costopoulou, C., Ntalianis, F., Ntaliani, M., Karetos, S., & Gkoutzioupa, E. (2017, December). e-Participation provision and demand analysis for greek municipalities. In *International Conference on e-Democracy* (pp. 3-14). Springer, Cham.
- Dixon, B. E. (2010). Towards e-government 2.0: An assessment of where e-government 2.0 is and where it is headed.
- Elia, G., Margherita, A., & Taurino, C. (2009). Enhancing managerial competencies through a wiki-learning space. *International Journal of Continuing Engineering Education and Life Long Learning*, 19(2-3), 166-178.
- Gheorghe-Moisii, M., Tirziu, E., & Iordache, D. D. (2017). The social media impact on local e-government institutions in Romania. In *RoCHI* (pp. 87-90).
- Goble, G. (2012). The history of social networking. *Digital Trends*, 6.
- Golbeck, J., Grimes, J. M., & Rogers, A. (2010). Twitter use by the US Congress. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(8), 1612-1621.
- Graham, M., & Avery, E. (2013). Government public relations and social media: An analysis of the perceptions and trends of social media use at the local government level. *Public Relations Journal*, 7(4), 1-21.

Hartmann, S. (2019). Citizen Relationship Management for Civic Participation: How Smart Cities use 311 to Involve Citizens. In *E-Participation in Smart Cities: Technologies and Models of Governance for Citizen Engagement* (pp. 59-77). Springer, Cham.

Hwang, J., Altmann, J., & Kim, K. (2009). The structural evolution of the Web 2.0 service network. *Online Information Review*, 33(6), 1040-1057.

Jaeger, P. T., & Bertot, J. C. (2012). Designing, implementing, and evaluating user-centered and citizen-centered e-government. In *Technology Enabled Transformation of the Public Sector: Advances in E-Government* (pp. 105-122). IGI Global.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.

Kiki, T. E., & Lawrence, E. (2006, April). Government as a mobile enterprise: real-time, ubiquitous government. In *Third International Conference on Information Technology: New Generations (ITNG'06)* (pp. 320-327). IEEE.

Lee, J., & Kim, S. (2018). Citizens' e-participation on agenda setting in local governance: Do individual social capital and e-participation management matter?. *Public Management Review*, 20(6), 873-895.

Legard, S., Giannoumis, G. A., Hovik, S., & Paupini, C. (2019, April). Variation in E-Participation Schemes and Strategies: Comparative Case Study of Oslo, Madrid, and Melbourne. In *Proceedings of the 12th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance* (pp. 144-147). ACM.

Liden, G. (2016). Inequality in local digital politics: How different preconditions for citizen engagement can be explained. *Policy & Internet*, 8(3), 270-291.

Ntaliani, M., Costopoulou, C., & Karetos, S. (2017). Investigating the mobile side of e-Participation. *International Journal of Electronic Governance*, 9(3-4), 210-228.

Ntaliani, M., Costopoulou, C., Karetos, S., & Molhanec, M. (2015, December). Citizen e-Empowerment in Greek and Czech municipalities. In *International Conference on e-Democracy* (pp. 124-133). Springer, Cham.

Obar, J. A., & Wildman, S. S. (2015). Social media definition and the governance challenge—an introduction to the special issue. *Obar, JA and Wildman, S.(2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. Telecommunications policy*, 39(9), 745-750.

Okeke-Uzodike, O. E., & Dlamini, B. (2019). Citizens' E-Participation at Local Municipal Government in South Africa. *Journal of Reviews on Global Economics*, 8, 458-468.

Osimo, D. (2008). Web 2.0 in government: Why and how. *Institute for Prospective Technological Studies (IPTS), JRC, European Commission, EUR, 23358*.

Sá, F., Rocha, Á., & Cota, M. P. (2016). Potential dimensions for a local e-Government services quality model. *Telematics and Informatics, 33*(2), 270-276.

Sivarajah, U., Weerakkody, V., Waller, P., Lee, H., Irani, Z., Choi, Y., ... & Glikman, Y. (2016). The role of e-participation and open data in evidence-based policy decision making in local government. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, 26*(1-2), 64-79.

Steinbach, M., Sieweke, J., & Süß, S. (2019). The diffusion of e-participation in public administrations: A systematic literature review. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, 29*(2), 61-95.

Stephen H, H., Norris, D. F., & Fletcher, P. D. (2003). Electronic government at the local level: Progress to date and future issues. *Public Performance & Management Review, 26*(4), 325-344.

Trimi, S., & Sheng, H. (2008). Emerging trends in M-government. *Communications of the ACM, 51*(5), 53-58.

Trunfio, M., & Della Lucia, M. (2017). Toward Web 5.0 in Italian regional destination marketing. *Symphonya. Emerging Issues in Management, (2)*, 60-75.

Varela-Álvares, E. J., Mahou-Lago, X. M., & Viso, M. L. (2019). Do Smart Cities Really Provide Opportunities for Citizen Participation? A Case Study of the RECI Cities in Spain (2017). In *E-Participation in Smart Cities: Technologies and Models of Governance for Citizen Engagement* (pp. 37-58). Springer, Cham.

Zarmpou, T., (2013). Mobile government models and applications of the municipalities information systems services.

Zheng, Y. (2017). Explaining citizens' E-participation usage: functionality of E-participation applications. *Administration & Society, 49*(3), 423-442.

Zheng, Y., & Schachter, H. L. (2018). The impact of administrator willingness on website e-participation: some evidence from municipalities. *Public Performance & Management Review, 41*(1), 1-21.

Zheng, Y., Schachter, H. L., & Holzer, M. (2014). The impact of government form on e-participation: A study of New Jersey municipalities. *Government Information Quarterly, 31*(4), 653-659.