

Η Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή στην Ελλάδα: Ένα αναδυόμενο πεδίο

Σοφία Καρεκλά*, Γεωργία Γιολτζίδου†, Κλειώ Κεντερελίδου‡,
Φανή Γαλατσοπούλου§, Μαρία Τουρή**, Ιωάννα
Κωσταρέλλα†† & Αντώνης Σκαμνάκης‡‡

Περίληψη

Το παρόν άρθρο εξετάζει την Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή (ΕΑΚΑ) και την προοπτική εφαρμογής της στην Ελλάδα. Η ΕΑΚΑ αποτελεί ένα διεπιστημονικό πεδίο που αφορά στη χρήση της επικοινωνίας με στόχο την ανάπτυξη. Παρότι είναι συνυφασμένη με τον αναπτυσσόμενο κόσμο, στις μέρες μας η ΕΑΚΑ βιώνει εσωτερικές ανακατατάξεις. Παγκόσμιες προκλήσεις, όπως η οικονομική κρίση, έχουν προκαλέσει μια σειρά συζητήσεων για την αναθεώρηση του πεδίου αναφορικά με την εννοιολόγηση της ανάπτυξης και με τη διεύρυνση της γεωγραφικής του εμβέλειας. Εξετάζοντας την εφαρμογή της ΕΑΚΑ στην Ελλάδα, το παρόν άρθρο επιδιώκει να συμβάλει σε αυτόν τον διεθνή διάλογο.

Λέξεις κλειδιά: επικοινωνία, ανάπτυξη, κοινωνική αλλαγή, αλληλέγγυα
οικονομία

*Υπ. Διδακτορίσσα, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

† Μεταδ. Ερευνήτρια - Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ - Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

‡ ΕΔΙΠ, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

§ ΕΕΠ, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

** Επ. Καθηγήτρια, Τμήμα Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας και Κοινωνιολογίας, Πανεπιστήμιο του Leicester

†† Επ. Καθηγήτρια & Δημοσιογράφος, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

‡‡ Αν. Καθηγητής, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

1. Εισαγωγή

Έχει θέση η Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή (ΕΑΚΑ) στην Ελλάδα; Σε ποιους τομείς θα μπορούσε να εφαρμοστεί; Αυτά είναι δύο από τα βασικά ερωτήματα που μας έδωσαν το έναυσμα να αναζητήσουμε πιθανά νέα πεδία εφαρμογής ενός γνωστικού αντικείμενου που μετρά πολλές δεκαετίες θεωρίας και έρευνας στον αναπτυσσόμενο κόσμο, αλλά απέκτησε μόλις τα τελευταία χρόνια δυναμική στον αναπτυγμένο.

Ως τομέας, η ΕΑΚΑ ανήκει στο διεπιστημονικό εκείνο πεδίο που μελετά από θεωρητικής πλευράς τον ρόλο της επικοινωνίας σε θέματα ανάπτυξης και κοινωνικής αλλαγής, ενώ σε ό,τι αφορά την εμπειρική του διάσταση, δίνει έμφαση στο πλέγμα των επικοινωνιακών δράσεων που διέπουν προγράμματα ανάπτυξης, οργανωμένα από διεθνείς οργανισμούς και μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ). Αν και οι δύο αυτές διαστάσεις είναι αλληλοσυμπληρούμενες, το παρόν άρθρο θα εστιάσει κυρίως στις θεωρητικές προσεγγίσεις.

Η ΕΑΚΑ έχει ετεροβαρώς συσχετιστεί ως σήμερα με τον αναπτυσσόμενο κόσμο. Στο παρόν άρθρο επιχειρηματολογούμε υπέρ της ανάγκης μιας επικαιροποιημένης θεώρησής της που θα συμπεριλαμβάνει και αναπτυγμένες χώρες, με χαρακτηριστικά όπως αυτών της Νότιας Ευρώπης, μεταξύ των οποίων η Ελλάδα. Συμφωνούμε, έτσι, με τη θέση που εκφράζει το σουηδικό Dag Hammarskjold Foundation ότι «δεν υπάρχει ένας οικουμενικός δρόμος για την ανάπτυξη, καθώς η ανάπτυξη θα πρέπει να θεωρείται μια πολυδιάστατη και διαλεκτική διαδικασία που διαφέρει από χώρα σε χώρα» (Servaes and Malikhao, 2002, σελ. 11).

Όπως αναφέρει ο Λέανδρος (2012, σελ. 18), ενώ η κυρίαρχη αντίληψη ταυτίζει την ανάπτυξη με την αύξηση της μετρούμενης οικονομικής δραστηριότητας, οφείλει να περιορίζει τις πηγές ανελευθερίας, τη φτώχεια, την ανασφάλεια, τη διαφθορά και την έλλειψη κοινωνικών και οικονομικών ευκαιριών. Ως εκ τούτου η έννοια της κοινωνικής ανάπτυξης είναι συνυφασμένη με τις πολιτικές κοινωνικών και οικονομικών αλλαγών οι οποίες πρέπει να

στοχεύουν στη διάχυση του παραγόμενου κοινωνικού κεφαλαίου και όχι στη συγκέντρωσή του.

Η ανάγκη επαναπροσδιορισμού της ΕΑΚΑ στην κατεύθυνση της εφαρμογής των μεθόδων και εργαλείων της σε νέα πλαίσια έχει προκύψει κατ' αρχάς μέσα από πρόσφατες εξελίξεις και κοινωνικές προκλήσεις, ειδικά των τελευταίων 15 ετών, όπως η οικονομική κρίση, η πανδημία COVID-19, αλλά και τα ζητήματα δημόσιας υγείας και ασφάλειας, που έχουν προκαλέσει σημαντικές ανακατατάξεις στις κοινωνίες ανά τον κόσμο. Οι εν λόγω προκλήσεις έχουν εντατικοποιήσει τη χρησιμότητα των επικοινωνιακών πρακτικών της ΕΑΚΑ όχι μόνο για την εξέλιξη του αναπτυσσόμενου κόσμου αλλά και για τη βιωσιμότητα όλων. Όπως αναφέρουν οι Yusha'u και Servaes (2021), η βιώσιμη ανάπτυξη και οι οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανάγκες της κοινωνίας απαιτούν τη συμμετοχή πολλών φορέων, καθώς και ένα ευρύ φάσμα επικοινωνιακών πρακτικών που να περιλαμβάνει όχι μόνο ΜΜΕ και επικοινωνιακές καμπάνιες, αλλά και συμμετοχική και διαπροσωπική επικοινωνία. Σε αυτή την περίπτωση, ως τομέας η ΕΑΚΑ μπορεί να προσφέρει πλούσιο υλικό από πρακτικές και εμπειρίες. Ωστόσο, στο πλαίσιο των εν λόγω ανακατατάξεων, η επικαιροποίηση της ΕΑΚΑ προϋποθέτει επίσης ένα νέο τρόπο κοινωνική σκέψης ο οποίος, σύμφωνα με τον Tufte (2017), οφείλει να αναγνωρίσει ότι τόσο οι νέες μέθοδοι κοινωνικής κινητοποίησης και ακτιβισμού, όσο και τα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας δημιουργούν πολλαπλές ευκαιρίες, όπου η επικοινωνία συμβάλλει στην ανάπτυξη. Εξετάζοντας το πεδίο της ΕΑΚΑ σε σχέση με τον ρόλο της επικοινωνίας στην ανάπτυξη στην Ελλάδα, το παρόν άρθρο επιχειρεί να συμβάλει σε αυτή την προσπάθεια επαναπροσδιορισμού του πεδίου.

Η περίπτωση της Ελλάδας, μιας χώρας που βγαίνοντας από μια δεκαετή οικονομική κρίση εισήλθε στην κρίση της πανδημίας COVID-19, αποτελεί αντιπροσωπευτικό παράδειγμα μιας θεωρητικά ανεπτυγμένης κοινωνίας και οικονομίας που αντιμετωπίζει, ωστόσο, ένα υπαρκτό αναπτυξιακό πρόβλημα. Όπως αναφέρει ο Ngomba (2013), αν και οι επιπτώσεις από τα μέτρα λιτότητας που έπληξαν χώρες της Δυτικής Ευρώπης δεν καθιστούν την οικονομική κρίση ισοβαρή των αναπτυξιακών δυσκολιών που αντιμετωπίζουν χώρες της Αφρικής και της Λατινικής Αμερικής, ωστόσο τα μέτρα λιτότητας θυμίζουν μέτρα αντίστοιχα με αυτά που επιβλήθηκαν σε Αφρική και Λατινική Αμερική από την

Παγκόσμια Τράπεζα και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, με καταστροφικές πολιτικές, οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις. Αναθεωρώντας την έννοια της *ανάπτυξης* δημιουργείται και η ανάγκη αναθεώρησης ολόκληρου του επιστημονικού πεδίου της ΕΑΚΑ. Θέτοντας, λοιπόν, το ερώτημα αν έχει θέση η Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή στην Ελλάδα, το παρόν άρθρο αποτελεί μια πρώτη συμβολή σε αυτόν τον διεθνή διάλογο για την αναθεώρηση της ΕΑΚΑ, αλλά και συνεισφορά στην επέκταση του γνωστικού της πεδίου σε μια χώρα της Νότιας Ευρώπης, όπως η Ελλάδα.

2. Μια επισκόπηση του πεδίου της Επικοινωνίας για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή

Ως γνωστό πεδίο, η ΕΑΚΑ έχει δανειστεί στοιχεία από άλλους επιστημονικούς τομείς (κοινωνιολογία, οικονομία, αναπτυξιακές σπουδές κ.α.), ενώ έχει επηρεαστεί από διάφορες σχολές σκέψης (μαρξισμός, φεμινισμός κ.α.). Μεταξύ των κυρίαρχων όρων που έχουν χρησιμοποιηθεί είναι οι εξής: επικοινωνιακή ανάπτυξη/development communication (DevCom), επικοινωνία για ανάπτυξη/communication for development (ComDev), εναλλακτική επικοινωνία Λατινικής Αμερικής/Latin American alternative communication και επικοινωνία για κοινωνική αλλαγή/communication for social change (CFSC) (Thomas and van de Fliert, 2014; Tufte, 2017). Πιο πρόσφατα, στη λίστα των ονομασιών προστέθηκε ο όρος Επικοινωνία για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή/Communication for Sustainable Development and Social Change (CSDSC) που καταδεικνύει την ανάγκη για μια πολυμερή προσέγγιση στη χάραξη πολιτικής (Servaes and Lie, 2013, σελ. 5-6). Στο παρόν άρθρο επιλέγεται ο όρος Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή/Communication for Development and Social Change (CDSC), καθώς πρόκειται για όρο που περιλαμβάνει τις βασικές ιδέες των διαφορετικών προσεγγίσεων.

Οφείλουμε, όμως, να επισημάνουμε ότι ο όρος «κοινωνική αλλαγή» δεν εισάγεται τυχαία. Αντιθέτως, αποτελεί βασικό πυλώνα της προσέγγισής μας για την ΕΑΚΑ τόσο στην Ελλάδα όσο και στις χώρες της Νότιας Ευρώπης εξαιτίας της διαφορετικής εξέλιξης των εν λόγω κοινωνικών σχηματισμών

(Μουζέλης, 1978) και των επικοινωνιακών μοντέλων (Παπαθανασόπουλος, 2004) σε σχέση με τις υπόλοιπες ανεπτυγμένες βιομηχανικές κοινωνίες της Δυτικής Ευρώπης.

Ως τομέας, η ΕΑΚΑ περιλαμβάνει πρακτικές εφαρμογές διαφόρων μεθόδων επικοινωνίας, με σκοπό την ανάπτυξη, καθώς και ακαδημαϊκές κοινωνικές μελέτες που αφορούν την εξέλιξη του πεδίου. Όσον αφορά την πρακτική εφαρμογή της επικοινωνίας, αυτή πραγματοποιείται μέσα από προγράμματα σχεδιασμένα, κυρίως από διεθνείς οργανισμούς, χρηματοδοτούμενα από ισχυρές οικονομίες, όπως οι ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο, που αποτελούν τη λεγόμενη «Επιτροπή Αναπτυξιακής Βοήθειας» (Development Assistance Committee) (Thomas and van der Fliert, 2014). Οι χρηματοδοτήσεις καταβάλλονται σε ειδικευμένους οργανισμούς των Ηνωμένων Εθνών, όπως το Ταμείο των Ηνωμένων Εθνών για τα Παιδιά (UNICEF), ο Οργανισμός Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών (FAO), το Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών για την Ανάπτυξη (UNDP), ο Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών (UNESCO). Στα προγράμματα επικοινωνίας για την ανάπτυξη συμμετέχουν, επίσης, τοπικές μη κυβερνητικές οργανώσεις, οι οποίες συνεργάζονται στενά με τον εκάστοτε επισπεύδοντα διεθνή οργανισμό και οι οποίες σε ορισμένες περιπτώσεις ελέγχονται για τη φερεγγυότητά τους.

Η συμμετοχική επικοινωνία αποτελεί κοινή πρακτική για προγράμματα ανάπτυξης τα οποία οργανώνονται από διεθνείς οργανισμούς και ΜΚΟ με στόχο την κοινωνική αλλαγή. Σύμφωνα με τον Servaes et. al (2012, σελ. 115-116), στο πλαίσιο του προγράμματος “Finding a Voice”, ενός δικτύου 15 τοπικών κοινοτικών ΜΜΕ και φορέων τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας με στόχο, μεταξύ άλλων, τη δημιουργία κέντρων εκπαίδευσης σε θέματα πληροφορικής και υπολογιστών και τοπικών διαδικτυακών κόμβων πληροφοριών, την πρόσβαση στο διαδίκτυο και τον διαδικτυακό εγγραμματοισμό στην Ινδία, το Νεπάλ, τη Σρι Λάνκα και την Ινδονησία, εφαρμόστηκε διαδραστικός διάλογος μεταξύ τοπικών κοινωνιών και ειδικών προκειμένου το πρόγραμμα να ανταποκριθεί στις εξειδικευμένες ανάγκες της κοινωνίας.

Πρακτικές της συμμετοχικής επικοινωνίας χρησιμοποιούνται, επίσης, σε προγράμματα εκπαίδευσης/επιμόρφωσης αγροτών σε αναπτυσσόμενες χώρες

από την Παγκόσμια Τράπεζα και τον Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας. «Οι διαπροσωπικές ανταλλαγές, τα σχολεία αγροτών, τα ΜΜΕ με πρωταρχικό το ραδιόφωνο, καμπάνιες που συνδυάζουν τα συμβατικά ΜΜΕ με το διαδίκτυο, καθώς και εξ αποστάσεως εκπαίδευση» αποτελούν επικοινωνιακές δράσεις των προγραμμάτων αυτών (Coldevin, 2003, σελ. 5).

Η Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή, στη σύγχρονη μορφή της, αναπτύχθηκε κυρίως μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, με αναπτυξιακές στρατηγικές που στόχευαν στις αναπτυσσόμενες χώρες, και συγκεκριμένα στην επίλυση προβλημάτων που σχετίζονται με την υγεία, τη γεωργία, τη διακυβέρνηση, τον πληθυσμό, τη διατροφή, τη βιώσιμη ανάπτυξη και την κλιματική αλλαγή (Wilkins, 2015). Έως τα μέσα του 20^{ου} αιώνα, η επικοινωνία στον τομέα της ανάπτυξης αφορούσε αποκλειστικά τη μονόδρομη ροή πληροφοριών, μέσω των ΜΜΕ. Οι πρώιμες προσεγγίσεις που διατυπώθηκαν από τον Daniel Lerner (1958), τον Wilbur Schramm (1964) και άλλους υποστήριζαν τον σημαντικό ρόλο των μέσων ενημέρωσης στον εκσυγχρονισμό, μέσω ατομικών αλλαγών (όπως η απόκτηση ενσυναίσθησης, που προωθήθηκε από τον Lerner), αλλά και δομικών αλλαγών (που προωθήθηκε από τον Schramm) (Wilkins, 2015).

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθούμε στο ζήτημα της ανάπτυξης. Ως έννοια, η ανάπτυξη έχει αποδειχθεί δύσκολο να οριστεί με ακρίβεια. Έχει μια πλούσια κληρονομιά, που αντικατοπτρίζει πολύ διαφορετικές μεταξύ τους πολιτικές θεωρίες -τόσο οι νεοφιλελεύθερες, όσο και οι μαρξιστικές θεωρίες βασίζονται σε εξελικτικές υποθέσεις (Crewe and Harrison, 1998). Για παράδειγμα, μετά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο και με την ανάδειξη των ΗΠΑ ως υπερδύναμης, το νεοφιλελεύθερο μοντέλο ανάπτυξης θεωρήθηκε ως «ιδανικό» στον Δυτικό κόσμο (Esteva, 1992). Μέσα σε αυτό το πλαίσιο άρχισαν να διαμορφώνονται και οι πρώτες προσεγγίσεις στον τομέα της ΕΑΚΑ, μέσα από τις μελέτες των Daniel Lerner (1958) και Wilbur Schramm (1964).

Στον χώρο της ΕΑΚΑ, οι περισσότεροι ακαδημαϊκοί συμφωνούν ότι η ανάπτυξη περιλαμβάνει την πρόοδο, με την τεχνολογική αλλαγή να θεωρείται κεντρική πτυχή της. Οι Melkote και Steeves (2015), εστιάζοντας πρωτίστως στη μελέτη της κοινωνίας, αντιμετωπίζουν την ανάπτυξη ως μια «διαδικασία κατευθυνόμενης κοινωνικής αλλαγής με τον καθορισμό της κοινωνικής δικαιοσύνης ως τον τελικό της στόχο». Σε αυτή τη διαδικασία, η επικοινωνία

παίζει πρωταρχικό ρόλο. Σύμφωνα με τον Anand (2014), η ανάπτυξη είναι «συνυφασμένη» με την επικοινωνία και τα μέσα επικοινωνίας και θα έπρεπε να «περιλαμβάνει μεγαλύτερη δημόσια σφαίρα», ώστε να παροτρύνονται οι πολίτες να λαμβάνουν ενεργό ρόλο «στη διακυβέρνηση» (Anand, 2014, σελ. 224). Τέλος, η ανάπτυξη πρέπει να έχει ως στόχο την ισομέρεια, την κοινωνική δικαιοσύνη και την ίση κατανομή του παραγόμενου κοινωνικού πλούτου. Σε αυτό το πλαίσιο, η ανάπτυξη πρέπει να έχει στο επίκεντρό της τον άνθρωπο, με τα ΜΜΕ να συμβάλουν σημαντικά στην αναπτυξιακή διαδικασία.

3. Μοντέλα της Επικοινωνίας για την Ανάπτυξη και ο ρόλος των ΜΜΕ

Στο πεδίο της Επικοινωνίας για την Ανάπτυξη κυριαρχούν σήμερα δύο εννοιολογικά μοντέλα: το μοντέλο διάχυσης ή αλλιώς μηχανιστικό μοντέλο και το συμμετοχικό/οργανικό μοντέλο επικοινωνίας. Η προσέγγιση της διάχυσης βασίζεται στο πρότυπο εκσυγχρονισμού και στη θεωρία διάχυσης του Everett Rogers (Servaes, 2008, σελ. 206). Το μοντέλο αυτό αναπτύχθηκε τη δεκαετία του 1960, υποδηλώνοντας ότι οι άνθρωποι περνούν από μια σειρά από στάδια για να αναλάβουν -ή να απορρίψουν- μια νέα ιδέα ή πρακτική (Valente and Rogers, 1995). Σε αυτό το πλαίσιο, οι επικοινωνητές χρησιμοποιούσαν τη διάχυση ως εργαλείο σχεδιασμού για τη «μεταφορά γνώσεων που οδηγεί σε αλλαγή συμπεριφοράς» (Morris, 2005, σελ. 124).

Στα μέσα της δεκαετίας του 1970 άρχισε να εφαρμόζεται ως πρακτική μια προσέγγιση, η οποία αντιμετώπιζε την επικοινωνία ως διαδικασία και όχι ως εργαλείο. Πρόκειται για το συμμετοχικό μοντέλο το οποίο επικεντρώνεται στη «συμμετοχή και τον διάλογο της κοινότητας ως καταλυτών για την ενδυνάμωση του ατόμου και της κοινότητας» (Morris, 2005, σελ. 124). Οι συμμετοχικές μελέτες επικοινωνίας δίνουν έμφαση στη δημοκρατική συμμετοχή και στις δραστηριότητές της. Βασικός στόχος του συμμετοχικού μοντέλου είναι η εμπλοκή των πολιτών στη διαδικασία σχεδιασμού και έρευνας και η μεταξύ τους συνεργασία (Servaes, 2008, σελ. 215). Το συμμετοχικό μοντέλο έχει βασιστεί σε μεγάλο βαθμό στη θεωρία του Βραζιλιάνου παιδαγωγού Paulo Freire, ο οποίος ορίζει την επικοινωνία ως διάλογο και δίνει ιδιαίτερη έμφαση

στη δύναμη της διαπροσωπικής επικοινωνίας, η οποία μπορεί να επιφέρει ανάπτυξη και κοινωνική αλλαγή σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο (Rodriguez, 2011). Το συγκεκριμένο μοντέλο βασίζεται, επίσης, σε συμμετοχικά μέσα επικοινωνίας, όπως το κοινοτικό ραδιόφωνο. Επίσης, στο συμμετοχικό μοντέλο δίνεται προτεραιότητα όχι μόνο στην ανταλλαγή πληροφοριών και γνώσης μέσω της επικοινωνίας, αλλά και στις σχέσεις μεταξύ του «πομπού» και του «δέκτη». Οι σχέσεις αυτές πρέπει να είναι ισότιμες και να χαρακτηρίζονται από σεβασμό, ειδικά προς τον πολιτισμό και τον επιχώριο τρόπο ζωής των κοινοτήτων που θεωρούνται «δέκτες» της ανάπτυξης.

Από την αρχή του 20ου αιώνα, τα ΜΜΕ θεωρήθηκαν ιδανικά μέσα για τη μεταφορά νέων ιδεών και μοντέλων από τα ανεπτυγμένα έθνη στα υπόλοιπα και από τις αστικές περιοχές στην αγροτική ύπαιθρο (Melkote and Steeves, 2015). Για αυτόν τον λόγο, με βάση τη διεθνή βιβλιογραφία για την ανάπτυξη, τα ΜΜΕ έχουν συμβάλει αποφασιστικά στην κοινωνική ανάπτυξη. Ένα από τα πεδία όπου μπορεί κάποιος να δει στην πράξη πώς έχουν χρησιμοποιηθεί τα ΜΜΕ προς όφελος της τοπικής κοινωνίας είναι και η δημοσιογραφία για την ανάπτυξη.

4. Δημοσιογραφία για την ανάπτυξη

Η δημοσιογραφία για την ανάπτυξη έχει τις ρίζες της στη Νοτιοανατολική Ασία όπου τη δεκαετία του 1950 οι συντάκτες των έντυπων μέσων άρχισαν να θέτουν ερωτήματα σχετικά με την έλλειψη κριτικής και αποτελεσματικής κάλυψης των αναπτυξιακών ειδήσεων. Έκτοτε, ο όρος και η πρακτική της δημοσιογραφίας για την ανάπτυξη έγιναν συνώνυμα με την ταχεία αγροτική ανάπτυξη ως διαδικασία εκσυγχρονισμού και τη σκόπιμη και συνειδητή παραγωγή ειδήσεων σχετικά με την ανάπτυξη, με σκοπό τη συμβολή στην επίτευξη των στόχων των εθνικών αναπτυξιακών πολιτικών (Manyozo, 2012b; Quebral, 2002). Στο πλαίσιο αυτό, ο δημοσιογράφος δεν θα πρέπει να λειτουργεί ως παρατηρητής. Αντίθετα, έχει καθήκον να συμμετέχει ενεργά στη διαδικασία της ανάπτυξης (Librero, 2009; Verghese, 2009).

Η δημοσιογραφία για την ανάπτυξη ασχολείται με ένα ευρύ φάσμα θεμάτων. Για τον Edeani (1993, σελ. 126), εστιάζει «στις ιδέες, τις πολιτικές, τα

προγράμματα, τις δραστηριότητες και τις εκδηλώσεις» για τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου μιας κοινωνίας. Ακόμη, αντικείμενα έρευνας της δημοσιογραφίας για την ανάπτυξη αποτελούν ο βαθμός ελευθερίας της έκφρασης, των ΜΜΕ κ.λπ. που απολαμβάνουν οι πολίτες, αλλά και «τα κινήματα, οι οργανώσεις» και εν γένει οι κοινωνικοί αγώνες των ανθρώπων (Banda, 2007, σελ. 160- 161). Αξίζει, επίσης, να σημειωθεί ότι, σε περιπτώσεις όπου χρειάζεται να καλλιεργηθεί μεγαλύτερο ενδιαφέρον για περιβαλλοντικά θέματα, η συμβολή της δημοσιογραφίας για την ανάπτυξη στη βιώσιμη ανάπτυξη μπορεί να καταστεί σημαντική με την παροχή της απαιτούμενης ενημέρωσης στους πολίτες, μέσα από τα ενδεδειγμένα «κανάλια επικοινωνίας» (Zikargae, 2016, σελ. 33).

Όπως αναφέρει ο Manyozo (2012a), ιδιαίτερα σημαντικός θεωρείται ο ρόλος των τοπικών μέσων, καθώς καλούνται να προβάλουν και να θίξουν αναπτυξιακά ζητήματα μέσα από την εμπειρία και την καθημερινότητα των πολιτών. Σύμφωνα με τον ίδιο, είναι καθήκον των τοπικών δημοσιογράφων να προβάλλουν την αναπτυξιακή θεματολογία με απλό τρόπο, αποφεύγοντας την επίσημη τεχνική ορολογία και εστιάζοντας στην ανθρώπινη διάσταση, ώστε οι πολίτες να κατανοήσουν το βάθος των αναπτυξιακών ζητημάτων. Ο Manyozo (2012b) εξηγεί, επίσης, ότι η προσδοκία αυτή έχει προκύψει από τις πρώτες προσπάθειες που έγιναν από τοπικά και κοινοτικά ΜΜΕ στην Ινδία, τις Φιλιππίνες και την Κολομβία να εφαρμόσουν ένα είδος δημοσιογραφίας «από κάτω προς τα πάνω»¹.

5. Νέα ερωτήματα σχετικά με την έννοια της ανάπτυξης και της επικοινωνίας

Το παρόν άρθρο δεν στοχεύει να αναφερθεί εξαντλητικά στο πεδίο, όσο στο να θέσει τα επίκαιρα ερωτήματα σχετικά με το αν και κατά πόσο ο εν λόγω επιστημονικός τομέας ανταποκρίνεται στις κοινωνικές και πολιτικές εξελίξεις. Το μηχανιστικό μοντέλο (μοντέλο της διάχυσης) έχει ήδη δεχθεί κριτικές για τον μονοδιάστατο τρόπο προσέγγισης της σχέσης επικοινωνία-ανάπτυξη, ενώ υπάρχουν και αναπάντητα ερωτήματα για το αν το συμμετοχικό/οργανικό μοντέλο επικοινωνίας έχει δώσει τη δέουσα προσοχή

στα συγκεκριμένα τοπικά (πολιτισμικά) πλαίσια των χωρών όπου εφαρμόζεται. Σε αυτό το σημείο αξίζει να εστιάσουμε σε δύο συγκεκριμένα ζητήματα που αφορούν την έννοια της ανάπτυξης και εν συνεχεία αυτή της επικοινωνίας.

5.1 Περί ανάπτυξης

Σε γενικές γραμμές, σύμφωνα με θεωρητικούς, όπως ο Arturo Escobar, η Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή έχει υιοθετήσει μια έννοια της «ανάπτυξης» άμεσα συνυφασμένη με τον βιομηχανικό καπιταλισμό και τη φιλελεύθερη δημοκρατία. Βασίζεται, επίσης, σε ένα μοντέλο προόδου που παρακάμπτει εναλλακτικά μοντέλα κοινωνικής ανάπτυξης που αντικατοπτρίζουν την τοπική γνώση, εμπειρία και φιλοδοξίες (Escobar, 1995). Η ανάγκη επαναπροσδιορισμού της ανάπτυξης οδήγησε στην αναζήτηση νέων και υποκατάστατων εννοιών, με την έννοια της «κοινωνικής αλλαγής» να έχει αναδειχθεί ως μια εύλογη εναλλακτική λύση που υποστηρίζεται από ακτιβιστές, μη κυβερνητικές οργανώσεις, ερευνητές και κυβερνήσεις (Servaes, 2008).

Όπως αναφέρουν οι Chararro (2013) και Gumucio-Dagron και Tufte (2005), ο όρος κοινωνική αλλαγή κέρδισε έδαφος μετά από μια συνάντηση που πραγματοποιήθηκε στο Bellagio της Ιταλίας, που διοργανώθηκε από την Κοινοπραξία για την Κοινωνική Αλλαγή (Communication for Social Change Consortium) με την υποστήριξη του Υπουργείου Διεθνούς Ανάπτυξης του Ηνωμένου Βασιλείου. Σύμφωνα με τον Chararro (2013, σελ. 77), ο όρος κοινωνική αλλαγή κατέληξε να επικρατεί σε αυτές τις συζητήσεις, αν και η συνεισφορά του όρου παρέμεινε ασαφής. Σύμφωνα με τον Waisbord (2014), μια πιο εύστοχη τοποθέτηση σχετικά με την κοινωνική αλλαγή αφορά την κοινωνική δικαιοσύνη-αποκατάσταση των ανισοτήτων στην εξουσία, την ενίσχυση των ατομικών και κοινωνικών δικαιωμάτων, τη βελτίωση και την επέκταση των ευκαιριών, ιδίως για τους κοινωνικά αποκλεισμένους πληθυσμούς.

Σύμφωνα με την Tacchi (2020), η επίτευξη της ανάπτυξης και της κοινωνικής αλλαγής απαιτεί ουσιαστικές προσεγγίσεις που δίνουν προσοχή στις τοπικές διαφοροποιήσεις· ενώ ο Pavarala (2020, σελ. 63) θεωρεί ότι χρειάζεται περισσότερη προσοχή σε αυτό που ο ίδιος ονομάζει «απρόβλεπτα»

και «άυλα» αποτελέσματα –και τις μη συγκεκριμένες, ρευστές συνέπειες της κοινωνικής αλλαγής που μπορεί να επιφέρει η επικοινωνία. Με άλλα λόγια, όπως τονίζουν οι παραπάνω συγγραφείς, τόσο η έννοια της ανάπτυξης όσο και αυτή της κοινωνικής αλλαγής πρέπει να θεωρηθούν ως μια διαδικασία «ρευστή» και άρρηκτα δεμένη με εγχώρια κοινωνικά, πολιτικά και πολιτισμικά πλαίσια.

5.2 Περί επικοινωνίας

Σύμφωνα με τον Tufte (2017), οι πρόσφατες κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές εξελίξεις δείχνουν ότι η κοινωνική αλλαγή καθορίζεται από νέες κοινωνικές τάσεις που δίνουν έμφαση στη συλλογική δράση. Στο πλαίσιο αυτό, βιώνουμε μια ταχεία εξάπλωση των τρόπων επικοινωνίας που προσφέρουν ευκαιρίες και πρωτοποριακές οδούς για κοινωνική αλλαγή. Ο Tufte (2017) εστιάζει κυρίως σε πρακτικές επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται από κοινωνικά κινήματα όπως οι Indignados στην Ισπανία. Τονίζει, επίσης, ότι οι επικοινωνιακές πρακτικές των σύγχρονων κοινωνικών κινήματων εστιάζουν ιδιαίτερα στην «από κάτω προς τα πάνω» διαμόρφωση συλλογικής ταυτότητας και έκφραση κοινών αξιών. Τα εναλλακτικά ψηφιακά μέσα επικοινωνίας διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο σε αυτές τις περιπτώσεις, ενεργοποιώντας πιο δημοκρατικές και συμμετοχικές επικοινωνιακές διόδους (Milan, 2013). Με βάση το παράδειγμα των Indignados, ο Tufte (2017) καταλήγει ότι για να αποδώσει η οποιαδήποτε προσπάθεια επικοινωνίας για ανάπτυξη και κοινωνική αλλαγή, απαιτείται πιο βαθιά κατανόηση της ζωής και της εμπειρίας των πολιτών, καθώς και των συναισθημάτων και των κινήτρων που ενισχύουν τη συμμετοχή τους στα κοινά. Ως εκ τούτου, το κέντρο βάρους της επικοινωνίας για την ανάπτυξη πρέπει να μετατοπιστεί στην ενίσχυση της φωνής των πολιτών και στον πρωταγωνιστικό ρόλο των τοπικών κοινοτήτων, τόσο στην ανάπτυξη όσο και στην αναδιανομή του πλούτου που μπορεί να προέλθει απ' αυτήν. Αυτό προϋποθέτει ότι η έρευνα και η μελέτη που εστιάζουν στην επικοινωνία για ανάπτυξη και κοινωνική αλλαγή πρέπει επίσης να εστιάσουν σε επιχώριες συνθήκες ζωής και τρόπους ανάπτυξης. Όπως αναφέρουν οι Quarry και Ramirez (2009), σε πολλές περιπτώσεις η ανάπτυξη επέρχεται μέσα

από διαδικασίες διαπροσωπικής επικοινωνίας και διαλόγου. Αυτού του είδους η «άτυπη» επικοινωνία χρήζει προσοχής, καθώς μπορεί να αποτελέσει πηγή γνώσης, να διευκολύνει την απόκτηση δεξιοτήτων και τη συλλογική λήψη αποφάσεων, οδηγώντας σε πρόοδο και ανάπτυξη (Rodríguez, 2011; Thomas and van de Fliert, 2014).

Αυτό που προκύπτει από τις παραπάνω τοποθετήσεις είναι η ανάγκη για έρευνα και αναζήτηση πρακτικών επικοινωνίας που συμβάλλουν στην ανάπτυξη σε διαφορετικό πλαίσιο, (όπως π.χ. οι εμπορικές συναλλαγές), καθώς και η ανάγκη για επέκταση του φάσματος των επικοινωνιακών πρακτικών που μπορούν να συνδεθούν άμεσα με την ανάπτυξη και την κοινωνική αλλαγή, όπως η διαπροσωπική επικοινωνία και το κοινωνικό κεφάλαιο. Όπως αναφέρει και η Enghel (2020), αν και αρχικά ο τομέας της επικοινωνίας για την ανάπτυξη και την κοινωνική αλλαγή αποτελούσε μια σαφώς θεσμική στρατηγική κυβερνήσεων και διεθνών οργανισμών, αυτή είναι μια παρωχημένη προσέγγιση.

6. Η Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και Κοινωνική Αλλαγή στην Ελλάδα

Εστιάζουμε, λοιπόν, το ενδιαφέρον μας στα πιθανά πεδία εφαρμογής της Επικοινωνίας για την Ανάπτυξη στην περίπτωση της Ελλάδας. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να υπενθυμίσουμε τον καταλυτικό ρόλο τον οποίο έπαιξε η οικονομική κρίση που έπληξε την Ελλάδα και άλλες χώρες της Ευρώπης στην ανάγκη για επέκταση αυτού του πεδίου, προκειμένου να εμπλουτίσουμε εμπειρικές και θεωρητικές προσεγγίσεις. Η κρίση επέφερε αλλαγές στην Ευρώπη που αφορούν τις σχέσεις μεταξύ των πολιτών και του κράτους πρόνοιας και χρήζουν προσοχής και ανάλυσης (Enghel, 2020).

Τα πιθανά πεδία εφαρμογής που παρουσιάζουμε εδώ είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με τις επιπτώσεις της κρίσης σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Σε αυτά τα πεδία θα παρουσιάσουμε, επίσης, πιθανά σενάρια για τους τρόπους με τους οποίους η επικοινωνία και τα τοπικά μέσα επικοινωνίας μπορούν να συμβάλουν σε κάποιο είδος ανάπτυξης. Τα σενάρια αυτά μπορούν, έτσι, να δώσουν το έναυσμα όχι μόνο για νέες ακαδημαϊκές

μελέτες, αλλά και για συγκεκριμένες προτάσεις εφαρμογής που θα στηρίζουν τις τοπικές κοινότητες. Τα πεδία στα οποία εστιάζουμε σε αυτό το άρθρο είναι τα κοινωνικά κινήματα ειδικά σε σχέση με την κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία, το προσφυγικό ζήτημα και ο ρόλος των τοπικών μέσων επικοινωνίας κυρίως σε περιβαλλοντικά ζητήματα.

6.1 Κοινωνικά Κινήματα και Αλληλέγγυα Οικονομία: Ο ρόλος της Επικοινωνίας

Μία από τις πιο σημαντικές επιπτώσεις της κρίσης αντικατοπτρίζεται στην όξυνση της φτωχοποίησης, με μεγάλες ομάδες του πληθυσμού να αντιμετωπίζουν προβλήματα επιβίωσης, ενώ οικογένειες χαμηλού και μεσαίου εισοδήματος αναγκάστηκαν να στηριχτούν σε κοινοτικές δομές αλληλεγγύης για την κάλυψη των βασικών τους αναγκών (Amarianakis, 2017; Skordili 2013).

Η φτωχοποίηση επιδεινώθηκε με την επιτάχυνση μίας σειράς ιδιωτικοποιήσεων και εκχωρήσεων κρατικών περιουσιακών στοιχείων σε νευραλγικούς τομείς της ελληνικής οικονομίας, οι οποίες επέφεραν μία αναδιάρθρωση στην εργασία (Calvário, Velegrakis and Kaika, 2017; Hadjimichalis, 2014, σελ. 503).

Οι επιπτώσεις της κρίσης οδήγησαν στην κινητοποίηση των πολιτών σε διάφορα επίπεδα, όπως είναι η περίπτωση των κινημάτων κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας που θα μας απασχολήσει σε αυτό το άρθρο. Πρόκειται για κινητοποιήσεις που αποσκοπούν στην κοινωνική παρέμβαση, χωρίς, ωστόσο, να χαρακτηρίζονται από μία οργανωτική δομή και ηγεσία των επίσημων ακτιβιστικών κινήσεων. Αντίθετα, προκύπτουν μέσα από καθημερινές δραστηριότητες των πολιτών και την αναζήτηση εναλλακτικών μορφών μηχανισμών επιβίωσης, που μπορούν να οδηγήσουν σε μακροπρόθεσμες κοινωνικές αλλαγές. Αυτού του είδους οι «από τα κάτω» αυθόρμητες κινήσεις οργάνωσης των πολιτών προσφέρουν ένα νέο εμπειρικό πλαίσιο για τη μελέτη και κατανόηση της επικοινωνίας στην ανάπτυξη και την κοινωνική αλλαγή.

Ο όρος «κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία» (ΚΑΟ) περιλαμβάνει δύο ξεχωριστά αλλά σχετιζόμενα είδη οικονομικής δραστηριότητας που δίνουν

προτεραιότητα όχι τόσο στο οικονομικό όφελος, όσο στην κοινωνική ενίσχυση. Το ένα είδος οικονομικής δραστηριότητας αφορά επιχειρήσεις και συνεταιρισμούς με πιο δημοκρατική και συνεργατική διακυβέρνηση που προωθούν την κοινωνική καινοτομία και εξυπηρετούν το κοινό συμφέρον. Το δεύτερο είδος ασπάζεται τη φιλοσοφία των κοινωνικών κινήματων και περιλαμβάνει δραστηριότητες με σκοπό την πιο ενεργή συμμετοχή των πολιτών στη δημόσια σφαίρα (UNTFSSSE, 2020).

Σύμφωνα με τους Nikolaidou και Kolokouris (2016), στην Ελλάδα έχουν αναδυθεί δύο κατηγορίες ΚΑΟ. Η μια κατηγορία περιλαμβάνει οργανώσεις και συνεταιρισμούς, όπως το αυτό-διαχειριζόμενο εργοστάσιο BIO.ME και ο καταναλωτικός συνεταιρισμός «βίος σοop» στη Θεσσαλονίκη. Πρόκειται για δυο πρωτοβουλίες που προωθούν ένα δημοκρατικό και συμμετοχικό μοντέλο οργάνωσης, διαχείρισης και διακυβέρνησης. Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν δομές παροχής σίτισης, κοινωνικά φαρμακεία, κοινωνικά σχολεία και κοινωνικά παντοπωλεία. Οι πρωτοβουλίες στη συγκεκριμένη κατηγορία αποτελούν μια πιο αυθόρμητη προσπάθεια να καλυφθούν οι άμεσες ανάγκες των πολιτών για τρόφιμα, ιατρική περίθαλψη και εκπαίδευση που προέκυψαν ειδικά κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης και της πανδημίας COVID-19. Το κίνημα «Χωρίς Μεσάζοντες» αποτελεί ίσως την πιο γνωστή πρωτοβουλία κοινωνικού κινήματος που ανήκει στη δεύτερη κατηγορία. Η προσπάθεια ξεκίνησε το 2012 από την ομάδα εθελοντικής δράσης Ν. Πιερίας «ο Τόπος μου», με το λεγόμενο «κίνημα της πατάτας», ως ένδειξη αλληλεγγύης στους αγρότες και παραγωγούς που διαμαρτύρονταν για τη χαμηλή τιμή αγοράς που τους πρόσφεραν οι μεσάζοντες έμποροι. Το κίνημα εξαπλώθηκε γρήγορα, δίνοντας στους παραγωγούς τη δυνατότητα να παρακάμψουν τους μεσάζοντες, πουλώντας τα προϊόντα τους σε χαμηλότερες τιμές, και στους καταναλωτές την ευκαιρία να στηρίξουν ενεργά τους ανεξάρτητους παραγωγούς (Πέτρου, 2015). Όπως τονίζουν οι Nikolaidou και Kolokouris (2016), το συγκεκριμένο κίνημα δεν χαρακτηρίζεται απαραίτητα από δημοκρατική διακυβέρνηση· ωστόσο αποτελεί ένα αντιπροσωπευτικό παράδειγμα εναλλακτικής οικονομίας και αντίστασης που αναδύθηκε ως μια απάντηση στις επιπτώσεις των μέτρων λιτότητας και ως μια προσπάθεια αποκατάστασης της σχέσης εμπιστοσύνης μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή και ενδυνάμωσης των τοπικών οικονομιών (Calvário, Velegrakis and Kaika, 2016; Πέτρου, 2015).

Αξίζει να αναφέρουμε και τις περιπτώσεις κινημάτων που εστιάζουν κυρίως στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της κρίσης και προωθούν μια κοινωνική προσέγγιση στη διαχείριση φυσικών πόρων. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν περιπτώσεις όπως η Κίνηση 136, μια οργανωμένη μορφή αντίστασης στις διαδικασίες ιδιωτικοποίησης της Εταιρείας Ύδρευσης και Αποχέτευσης Θεσσαλονίκης (ΕΥΑΘ) και της συνεργατικής διαχείρισης του συστήματος ύδρευσης-αποχέτευσης.

Τα κοινωνικά κινήματα που προαναφέρθηκαν, αναδύθηκαν μέσα από μια συλλογική προσπάθεια των πολιτών να αντιμετωπίσουν τη λιτότητα και να ανταποκριθούν στις άμεσες ανάγκες που δημιούργησε η κρίση. Ωστόσο, για κινήματα όπως το «Χωρίς Μεσάζοντες», η διανομή τροφίμων αποτέλεσε και μια ευκαιρία να δημιουργήσουν συνθήκες κατάλληλες για πιο ριζική κοινωνική αλλαγή «από κάτω προς τα πάνω» και για την αποκατάσταση βαθύτερων ρηγμάτων στις δομές της ελληνικής κοινωνίας (Calvário, Velegrakis and Kaika, 2016). Σύμφωνα με τις Daskalaki, Fotaki και Sotiropoulou (2018), η συμμετοχή των πολιτών σε συλλογικά κινήματα επέφερε σημαντικά οφέλη σε ψυχολογικό και κοινωνικό επίπεδο, καθώς διευκόλυνε όχι μόνο οικονομικές συναλλαγές, αλλά και την εξωτερική συναισθημάτων αλληλεγγύης και ανθρωπίνων αξιών που συμβάλλουν σημαντικά στην ευημερία και κατ' επέκταση στην κοινωνική ενίσχυση. Σε αυτό σημαντικό ρόλο έπαιξε η επικοινωνία.

Στο πλαίσιο των κοινωνικών κινήματων, τόσο στην Ελλάδα όσο και γενικότερα, η συμβολή της επικοινωνίας στη διαδικασία κοινωνικής ανάπτυξης και αλλαγής μπορεί να προσεγγιστεί υπό το πρίσμα του «κοινωνικού κεφαλαίου». Η έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου εφιστά την προσοχή στον τρόπο με τον οποίο οι πολίτες, κατά τη διάρκεια εμπορικών συναλλαγών, αναπτύσσουν αμοιβαίες σχέσεις εμπιστοσύνης, οι οποίες επιφέρουν και κοινωνικά ή προσωπικά οφέλη, όπως η συλλογική δράση και η δημιουργία/απόκτηση γνώσης (Van Staveren and Knorringa, 2007). Παράλληλα, το κοινωνικό κεφάλαιο είναι ένας έμμεσος τρόπος, με τον οποίο η επικοινωνία συμβάλλει στην ανάπτυξη και την κοινωνική αλλαγή (Portes and Landolt, 2000). Για παράδειγμα, όπως παρατηρούν οι Daskalaki, Fotaki και Sotiropoulou (2018), το κίνημα «Χωρίς Μεσάζοντες» ενίσχυσε σημαντικά τις κοινωνικές σχέσεις των πολιτών, επιφέροντας συλλογικά και ατομικά οφέλη.

Σε αυτό το πλαίσιο, ο ρόλος της διαπροσωπικής επικοινωνίας και της διάδρασης π.χ. σε συνελεύσεις, γειτονίες, συναντήσεις και άτυπες συζητήσεις, είναι ζωτικής σημασίας όχι μόνο για τις διαδικασίες διανομής τροφίμων (Rakopoulos, 2016), αλλά και για την ευρύτερη ευημερία των πολιτών. Η σημασία της διάδρασης και των κοινωνικών σχέσεων για την ευημερία έχει μελετηθεί και υποστηριχθεί ευρέως από επιστήμονες στο πεδίο της διαπροσωπικής επικοινωνίας, εστιάζοντας στους πολλαπλούς κοινωνικούς στόχους που μπορούν να επιτευχθούν μέσω διαπροσωπικών σχέσεων, όπως η αντιμετώπιση εμποδίων της καθημερινής ζωής, η προσωπική ασφάλεια και η δημιουργία αξιόλογων σχέσεων (Dillard and Wilson, 2014). Όπως αναφέρει ο Rakopoulos (2016), τα κοινωνικά κινήματα στην Ελλάδα ενεργοποίησαν μια αλυσίδα σχέσεων μέσω της διανομής τροφίμων από παραγωγούς σε καταναλωτές που στη συνέχεια τα διανέμουν σε συγγενείς, φίλους και γείτονες. Με αυτόν τον τρόπο, όχι μόνο έβγαλαν τους πολίτες από τα σπίτια τους και τους έφεραν σε επαφή, αλλά ενίσχυσαν και μια νέα αίσθηση αμοιβαίας φροντίδας, στοιχείο αναπόσπαστο στην ευημερία των ανθρώπων.

Οι περιπτώσεις των κοινωνικών κινήματων και της αλληλέγγυας οικονομίας παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και πρόσφορο έδαφος για την αναζήτηση πρακτικών επικοινωνίας που συμβάλλουν στην ανάπτυξη. Επίσης, αποτελούν ένα χρήσιμο πεδίο για επέκταση του φάσματος των επικοινωνιακών πρακτικών που μπορούν να συνδεθούν άμεσα με την ανάπτυξη και την κοινωνική αλλαγή, όπως η διαπροσωπική επικοινωνία και το κοινωνικό κεφάλαιο.

6.2 Μετακινούμενοι Πληθυσμοί και Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή

Ένας άλλος τομέας στον οποίο θα μπορούσε να έχει εφαρμογή η ΕΑΚΑ στην Ελλάδα είναι αυτός του προσφυγικού/μεταναστευτικού που αποτελεί μείζον ζήτημα με κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές διαστάσεις. Σε αυτή την περίπτωση, εστιάζουμε στη διάσταση της κοινωνικής αλλαγής που εμπεριέχει την αλληλεγγύη, τη συμπερίληψη (inclusion) και την ενδυνάμωση, ως αντίβαρο στη διάρρηξη του κοινωνικού ιστού που έφεραν τα προηγούμενα χρόνια ο συνδυασμός της προσφυγικής και της οικονομικής κρίσης. Αξίζει να σημειωθεί

εδώ ότι ο όρος κρίση είναι ένας όρος που για τους σκοπούς της Αναπτυξιακής Επικοινωνίας θα μπορούσε να επεκταθεί και να περιλαμβάνει «κρίσεις που περιβάλλουν τα δικαιώματα των προσφύγων και την παροχή ασύλου σ' έναν κόσμο με πυκνότερα σύνορα· κρίσεις κυριαρχίας των αυτόχθονων πληθυσμών στη γη τους απέναντι στις διακρατικές εξορυκτικές βιομηχανίες· κρίσεις που επηρεάζουν τα μέσα διαβίωσης στις τοπικές οικονομίες που οργανώνονται στη βάση της ταχύτητας και της ευελιξίας στο εμπόριο» (Cowen, 2017, σελ. 1).

Επομένως, μια περιοχή που αξίζει να εξετάσουμε όσον αφορά την ΕΑΚΑ και τις δυνατότητές της στην Ελλάδα είναι αυτή των μετακινούμενων πληθυσμών. Τα τελευταία χρόνια, η χώρα γνώρισε μια άνευ προηγουμένου εισροή προσφύγων και μεταναστών. Η Ελλάδα τον Δεκέμβριο του 2020 φιλοξενούσε περίπου 50.000 πρόσφυγες, οι περισσότεροι από τους οποίους θα παραμείνουν στη χώρα. Από αυτούς περίπου 14.000 στα νησιά². Η προσφυγική κρίση υποκίνησε νέους τρόπους ακτιβισμού και κινητοποίησε τη δράση από τη βάση. Σύμφωνα με τα Ηνωμένα Έθνη, ο μοναδικός ρόλος της επικοινωνίας για την ανάπτυξη στην υπεράσπιση είναι να διευκολύνει ευκαιρίες και πλατφόρμες που ενισχύουν τις προοπτικές και δυναμώνουν τις φωνές των ανθρώπων.

Η Βαύ (2018) υπογραμμίζει τον ρόλο της ΕΑΚΑ στην ένταξη των μετακινούμενων πληθυσμών και στην παροχή φιλοξενίας και επισημαίνει ότι υπάρχει ουσιαστική έλλειψη έρευνας σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να εφαρμοστεί σε αυτό το πλαίσιο. Σύμφωνα με την ίδια, παρά τον μεγάλο αριθμό στρατηγικών επικοινωνίας που αποσκοπούν στην αντιμετώπιση ζητημάτων ειδικά για άτομα που ζουν σε καταυλισμούς προσφύγων (π.χ. υγεία και αποχέτευση, ασφάλεια και μείωση της βίας, προώθηση υπηρεσιών κ. λπ.), καμία επικοινωνιακή προσπάθεια δεν έχει στοχεύσει στην ένταξη μεταξύ προσφύγων και κοινοτήτων υποδοχής από τη σκοπιά της ανάπτυξης.

Η Ύπατη Αρμοστεία (2014) προτείνει μια σειρά χρήσιμων γραμμών δράσης που αφορούν άμεσα τη χρήση της επικοινωνίας. Ο οργανισμός συνιστά διαβουλεύσεις με πρόσφυγες και κοινότητες υποδοχής μέσω δομημένων συμμετοχικών αξιολογήσεων, προκειμένου να κατανοήσουν τις συνθήκες, τις φιλοδοξίες και τις ανησυχίες των ανθρώπων που τους υποδέχονται. Ένα πιο άμεσο παράδειγμα της χρήσης της επικοινωνίας στο πλαίσιο της ένταξης προσφύγων προσφέρεται από το πρόγραμμα Επικοινωνία για την

Ενσωμάτωση (Communication for Integration C4I) που χρηματοδοτήθηκε από το Συμβούλιο της Ευρώπης και «έτρεξε» σε ορισμένες ευρωπαϊκές πόλεις μεταξύ 2014-2015. Συμμετέχουσες χώρες ήταν η Σουηδία, η Ιρλανδία, η Ισπανία, η Πολωνία, η Ελλάδα και η Γερμανία. Η ελληνική πόλη της Πάτρας ήταν εταίρος στο πρόγραμμα μέσω του Πολιτιστικού Οργανισμού Πάτρας και της Δημοτικής Βιβλιοθήκης, καθώς «τα τελευταία 20 χρόνια, η Πάτρα είναι ένας τόπος διαβίωσης πολλών ανθρώπων από τα Βαλκάνια, όπως Αλβανών, Ρουμάνων, Βούλγαρων, καθώς και ανθρώπων από την Ανατολή, Κινέζων και Ινδών. Όλοι έχουν ενταχθεί στην κοινωνία και τα παιδιά τους φοιτούν σε δημόσια σχολεία» (Council of European Union).

Η μελέτη περίπτωσης των καλών πρακτικών της Πάτρας, στο πλαίσιο του έργου C4I, περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τη χρήση του Θεάτρου του Καταπιεσμένου³ ως οχήματος αντιμετώπισης των στερεοτύπων και παρακίνησης για δράση. Προέρχεται από τη σημαντική δουλειά του Augusto Boal στο σημείο που συναντιούνται η εκπαίδευση και η ψυχαγωγία (Edutainment). Το Θέατρο του Καταπιεσμένου έχει χρησιμοποιηθεί από πολλές ΜΚΟ, έως τώρα, ως τρόπος να προσεγγιστούν διαφορετικές ομάδες πληθυσμού (πρόσφυγες, κρατούμενοι κλπ.), προκειμένου να μοιραστούν τα δικά τους ταξίδια μ' ένα ευρύτερο κοινό, μέσω μιας δημόσιας παράστασης. Αυτή τη φορά, η ιδέα προήλθε από μια συνεργαζόμενη ΜΚΟ, που ονομάζεται Atroposhelp⁴, και το αποτέλεσμα που προέκυψε, μέσω της δράσης, ήταν ότι «ενώ τα αντικειμενικά δεδομένα είναι σημαντικά ως μέσο για την αντιμετώπιση των φημολογιών, είναι πιο αποτελεσματικό εάν οι άνθρωποι μπορούν να συμμετέχουν ενεργά και χρησιμοποιούνται το χιούμορ και τα συναισθήματα» (Council [of European Union](#)).

Μια άλλη καλή πρακτική που προκύπτει από το ίδιο έργο ήταν η εκπαίδευση στην αντιμετώπιση των φημολογιών (anti-rumor agents). Ο κύριος στόχος ήταν να οικοδομηθεί ένα δίκτυο συνεργατών ικανών να αντιμετωπίσουν στερεότυπα, προκαταλήψεις, διακρίσεις και ανυπόστατες φημολογίες κατά των μεταναστών και να επηρεάσουν τους ανθρώπους για τον σκοπό αυτό. Μέσα από το πρόγραμμα προέκυψε ότι δύο από τα κύρια εμπόδια στην επίτευξη ειρηνικής συνύπαρξης μεταξύ ομάδων από διαφορετικά υπόβαθρα είναι τα στερεότυπα και οι προκαταλήψεις.

Οι Kothari και Tsakarestou (2019) χρησιμοποίησαν μια προσέγγιση συμμετοχικής έρευνας δράσης για να μελετήσουν μια επιχειρηματική πρωτοβουλία δημόσιας διπλωματίας και κοινωνικής παρέμβασης σε μορφή hackathon για την αντιμετώπιση της προσφυγικής κρίσης στην Ελλάδα. Χρησιμοποιώντας το hackathon «Hack the Camp», ως μελέτη περίπτωσης, ανέλυσαν έγγραφα πρόσληψης, προώθησης και συμμετοχής, καθώς και δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να εξετάσουν στρατηγικές που χρησιμοποιούνται για την προώθηση του ανοιχτού πολιτισμικού διαλόγου και της διαπολιτισμικής συνεργασίας. Οι ερευνήτριες κλήθηκαν να συμμετάσχουν ως μέντορες, παρέχοντας ανατροφοδότηση σε διάφορες ομάδες, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στις αλληλεπιδράσεις μεταξύ διαφόρων συμμετεχόντων. Ενσωματώνοντας τους μετανάστες και τους πρόσφυγες ως συμμετέχοντες, οι διοργανωτές προσπάθησαν να διαμορφώσουν εκ νέου την τρέχουσα αντίληψη των προσφύγων στην ευρύτερη κοινωνία και να ενδυναμώσουν τους πρόσφυγες να συμμετάσχουν ενεργά στη δημιουργία λύσεων για την ανθρωπιστική κρίση.

Όλα τα παραπάνω δείχνουν ότι η ΕΑΚΑ έχει πολλά να προσφέρει στην αύξηση της αμφίδρομης επικοινωνίας με διαφορετικές κοινωνικές ομάδες, ενώ μπορεί να παρέχει εργαλεία για την αντιμετώπιση θεμάτων ένταξης και ανάπτυξης σε διαφορετικά εθνικά πλαίσια.

6.3 Ο ρόλος των τοπικών μέσων επικοινωνίας στην Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή

Ένας ακόμη τομέας στον οποίο μπορεί η ΕΑΚΑ να έχει εφαρμογή είναι αυτός της δημοσιογραφίας μέσα από τα τοπικά μέσα επικοινωνίας. Η ύπαρξη τοπικών, συνεργατικών και εναλλακτικών μέσων επικοινωνίας, τα οποία μπορούν να συμβάλουν σημαντικά σε μια καλύτερη ενημέρωση και πολιτισμική δραστηριότητα, η οποία με τη σειρά της μπορεί να στηρίξει τη συγκρότηση τοπικών κινημάτων υπεράσπισης του δημόσιου συμφέροντος, είναι εξαιρετικά σημαντική. Σε μία από τις πρώιμες μελέτες για τις κοινοτικές εφημερίδες στις ΗΠΑ επισημάνθηκε ότι αυτές έτειναν, κάτω από την πίεση των κυρίαρχων εθνικών Μέσων, περισσότερο να αναπτύσσονται παρά να παρακαμάζουν και,

ως εκ τούτου, αντί να έχουν έναν αρνητικό ρόλο, συχνά η συμβολή τους ήταν θετική στη διατήρηση των πολιτισμικών στοιχείων των τοπικών κοινοτήτων (Janowitz, 1967).

Στην Ελλάδα ο Τύπος της περιφέρειας δεν γνώρισε την ίδια ανάπτυξη όπως ο Αθηναϊκός αν και ανέκαθεν αποτελούσε ένα σημαντικό παράγοντα της δημόσιας επικοινωνίας (Δεμερτζής και Σκαμνάκης, 2000). Από τα μέσα της δεκαετίας του '90 κι έπειτα, η πορεία του περιφερειακού Τύπου κρίνεται άκρως θετική και η παραγωγή της τοπικής ειδησεογραφίας γίνεται ανταγωνιστική, καθώς επενδύει σε ανθρώπινο δυναμικό, βελτιώνει την εμφάνισή του και αυξάνει τις σελίδες του. Οι εφημερίδες της περιφέρειας ήταν πλέον προσιτές στο αναγνωστικό κοινό χωρίς αυτό να σημαίνει πως δεν υπήρχαν διαφοροποιήσεις από περιοχή σε περιοχή. Η οικονομική και υγειονομική κρίση επέδρασε σημαντικά στην κυκλοφορία του, χωρίς όμως να έχει θεαματικές απώλειες στην αναγνωσιμότητά του.

Μια σημαντική διαφορά του τοπικού Τύπου στην Ελλάδα σε σχέση με άλλες χώρες της Ευρώπης είναι ότι στο σύνολό του αποτελείται από μικρές ατομικές και οικογενειακές επιχειρήσεις και όχι θυγατρικές μεγάλων επιχειρηματικών ομίλων, όπως για παράδειγμα στη Μεγάλη Βρετανία και τη Γερμανία. Είναι ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό γνώρισμα το οποίο όχι μόνο πρέπει να επισημανθεί, αλλά και να ληφθεί σοβαρά υπόψη ως ένα σημαντικό στοιχείο που ενισχύει την πολυφωνία και την ελεύθερη διακίνηση ιδεών (Σκαμνάκης, 2019).

Ένα πεδίο με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την Ελλάδα, σε σχέση με τα τοπικά μέσα, είναι η κοινώνηση των περιβαλλοντικών θεμάτων και ιδιαίτερα των συνδεδεμένων με οικονομικές δραστηριότητες, π.χ. η εξόρυξη χρυσού στη Χαλκιδική με κατάχρηση γης και περιβαλλοντικές επιπτώσεις (Calvário, Velegrakis and Kaika, 2017) ή η απολιγνιτοποίηση της Δυτικής Μακεδονίας και η αλλαγή του μοντέλου από τη μονοκαλλιέργεια της ΔΕΗ σε νέες μορφές παραγωγής ενέργειας μέσα από τη μετάβαση (Just Transition) που επιχειρείται. Σε αυτές τις περιπτώσεις έχει μεγάλη σημασία τα τοπικά μέσα να κάνουν την κοινωνία συμμετόχη στις αποφάσεις που λαμβάνονται και επηρεάζουν τη ζωή της. Αυτός ο ρόλος εκπληρώνεται όταν οι τοπικοί δημοσιογράφοι «γράφουν για την κοινωνία ή την κοινότητά τους, με ελάχιστη εξωτερική επιρροή» (Manyozo, 2012a, σελ. 58).

Σε αυτό το πλαίσιο, επίσης καθοριστική θα μπορούσε να είναι και η συμβολή των Κοινωνικών Μέσων. Ο ρόλος των Κοινωνικών Μέσων στην ανάπτυξη της ΕΑΚΑ είναι αδιαμφισβήτητος, λόγω της τεχνολογικής φύσης τους –ο ανοιχτός χαρακτήρας τους ενθαρρύνει την ενεργή συμμετοχή των πολιτών στη δημόσια σφαίρα, ενώ οι κοινότητες που δημιουργούνται επιτρέπουν στους χρήστες να επικοινωνήσουν γρήγορα και αποτελεσματικά με όρους κοινωνικής δικαιοσύνης (Mayfield, 2008). Στην περίπτωση της Ελλάδας η επιρροή των νέων μέσων και ιδιαίτερα των Κοινωνικών Μέσων θα μπορούσε να είναι ιδιαίτερα δυναμική σε τοπικό επίπεδο. Ένα θετικό βήμα προς αυτή την κατεύθυνση είναι η διευρυμένη χρήση των Κοινωνικών Μέσων από την πλευρά των τοπικών περιφερειακών Μέσων (Λέναδρος και Κάπος, 2022). Ωστόσο, είναι επιτακτική η ανάγκη επικαιροποίησης των μεθόδων κοινωνικής κινητοποίησης που εφαρμόζονται, καθώς παρατηρείται ότι οι χρήστες των Κοινωνικών Μέσων στην Ελλάδα έχουν χαμηλή συμμετοχή σε συζητήσεις που σχετίζονται με ζητήματα ανάπτυξης, ενώ ο δημόσιος διάλογος διευθύνεται περισσότερο από κρατικούς φορείς παρά από πολίτες ή πολιτικούς (Gioltzidou et al., 2021).

Όπως αναφέρθηκε, με βάση το παράδειγμα των Indignados από τον Tufte (2017), για να αποδώσει το οποιοδήποτε πρόγραμμα απαιτείται βαθιά κατανόηση της ζωής και της εμπειρίας των πολιτών, καθώς και των συναισθημάτων και των κινήτρων που ενισχύουν τη συμμετοχή τους στα κοινά. Επομένως, θα πρέπει να μετατοπιστεί το κέντρο βάρους στους πολίτες μέσω των Κοινωνικών Μέσων, των τοπικών μέσων επικοινωνίας και των τοπικών δημοσιογράφων που μπορούν να γράψουν για την κοινότητα και τα προβλήματα ή τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει, όντες/ούσες οι ίδιοι/ες αναπόσπαστο κομμάτι της. Σε αυτό το πλαίσιο είναι σημαντικό να διερευνηθούν, επίσης, θέματα, όπως οι αναλογίες που μπορούν να υπάρξουν στον ρόλο των τοπικών μέσων επικοινωνίας με τα κοινοτικά μέσα επικοινωνίας, τα οποία έχουν καίρια παρουσία στις αναπτυσσόμενες χώρες, αλλά και η στήριξη που μπορεί να δοθεί στα τοπικά μέσα επικοινωνίας με τα χαρακτηριστικά που έχουν στην Ελλάδα, μέσω της εκπαίδευσης των δημοσιογράφων, αλλά και των συνεργειών με την τοπική κοινωνία.

7. Επίλογος: Ένα καινούργιο γενναίο πεδίο

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, γίνεται σαφές ότι η Επικοινωνία για την Ανάπτυξη και την Κοινωνική Αλλαγή είναι ένα πεδίο που αξίζει να μελετηθεί στο πλαίσιο της Ελλάδας και των προκλήσεων που αντιμετωπίζει, μετά από μια δεκαετία οικονομικής κρίσης, την οποία ήρθε να επιτείνει η πανδημία COVID-19. Η ΕΑΚΑ μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες στην ενδυνάμωση των κοινωνιών, στον εκδημοκρατισμό τους και στην αναζήτηση λύσεων που ξεκινούν από τη βάση και έχουν στόχο την αλλαγή, αλλά με όρους δικαιοσύνης.

Στο πλαίσιο αυτό, η παρούσα προσέγγιση επιδιώκει να γίνει σημείο εκκίνησης προβληματισμού για τον τρόπο με τον οποίο η ΕΑΚΑ μπορεί να προσφέρει θεωρητικά μοντέλα και μεθοδολογικά εργαλεία σε μια ευρωπαϊκή χώρα, σε μια χώρα του ευρωπαϊκού νότου, η οποία αντιμετωπίζει ζητήματα ανάπτυξης, ασφαλώς διαφορετικού τύπου από αυτά του αναπτυσσόμενου κόσμου.

Παράλληλα, μέσα από την εφαρμογή του συγκεκριμένου επιστημονικού πεδίου στην ελληνική πραγματικότητα δημιουργούνται νέες δίοδοι για την αναθεώρηση και τον επαναπροσδιορισμό εννοιολογικών και εμπειρικών οριοθετήσεων του όρου *ανάπτυξη*. Σε αυτήν την περίπτωση η αναθεώρηση δεν θα πρέπει να αφορά μόνο το αν και κατά πόσο η συγκεκριμένη έννοια εξακολουθεί να σχετίζεται κυρίως με την αντιμετώπιση της φτώχειας, την εκπαίδευση και την κοινωνικοπολιτική ανάπτυξη σε χώρες του περιφερειακού καπιταλισμού, αλλά και το πως θα πρέπει να ορίσουμε την ανάπτυξη και την πρόοδο και αν τελικά ένας οικουμενικός ορισμός είναι δυνατός.

Εν τέλει, το παρόν άρθρο αποτελεί την εισαγωγή σε ένα διεπιστημονικό πεδίο που μπορεί να προσφέρει πρακτικά εργαλεία για τη χρήση της ΕΑΚΑ στην Ελλάδα. Παράλληλα, ανοίγει τον δρόμο για διάλογο και προβληματισμό, με την Ελλάδα να αποτελεί πρόσφορο έδαφος για καινούργια ερωτήματα.

Χρηματοδότηση

Το έργο «Επικοινωνία και Δημοσιογραφία για Αειφόρο Ανάπτυξη. Η Ελλάδα ως περίπτωση μελέτης» χρηματοδοτείται από το Ελληνικό Ίδρυμα Έρευνας και Καινοτομίας (ΕΛ.ΙΔ.Ε.Κ.) και από τη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ), με αρ. Σύμβασης Έργου 2839.

Σημειώσεις

1. Αξίζει να αναφερθεί το κοινοτικό ραδιόφωνο Radio Sutatenza στην Κολομβία, που στα τέλη της δεκαετίας του 1940 λειτούργησε και ως μέσο εκπαίδευσης των αγροτών σε θέματα παιδείας και ανάπτυξης (Manyozo, 2012b).
2. UNHCR The UN Refugee Agency: <https://www.unhcr.org/>
3. Σύμφωνα με τη Ζώνιου (2003) «το Θέατρο του Καταπιεσμένου είναι μια θεατρική μέθοδος που γεννήθηκε τη δεκαετία του '60 στη Βραζιλία με εμπνευστή το Βραζιλιάνο σκηνοθέτη Augusto Boal. Ως αντίδραση στα καταπιεστικά και δικτατορικά καθεστώτα, η μέθοδος αυτή διαδόθηκε γρήγορα στη Βραζιλία και σε όλη τη Λατινική Αμερική, στις φαβέλλας, στις παραγκουπόλεις και στα χωριά των ακτημόνων».
4. Η Άτροπος δημιουργήθηκε με σκοπό να παρέχει υπηρεσίες από διεπιστημονική ομάδα σε άτομα, οικογένειες και οργανισμούς οι οποίοι καλύπτονται ελάχιστα ή καθόλου από τους δημόσιους φορείς που δραστηριοποιούνται στους τομείς της ψυχικής υγείας, της ψυχοκοινωνικής υποστήριξης, της εκπαίδευσης, της έρευνας και της ανάπτυξης του Ανθρώπινου δυναμικού. Για περισσότερα <https://atroposhelp.gr/>

Βιβλιογραφία Ελληνόγλωσση

- Δεμερτζής Ν., Σκαμνάκης Α., «Τοπικά και Περιφερειακά Μέσα στην Ελλάδα», στο Δεμερτζής Ν., Σκαμνάκης Α. (επιμ.) *Περιφερειακά ΜΜΕ στην Ευρώπη*, Παπαζήσης, Αθήνα, σσ. 199-221, 2000.
- Μουζέλης Ν., *Νεοελληνική Κοινωνία. Όψεις υποανάπτυξης*, Αθήνα, Εξάντας, 1978.
- Ζώνιου Χ., «Το Θέατρο του Καταπιεσμένου», *Εκπαίδευση και Θέατρο*, 4. <http://theatroedu.gr/Portals/38/main/images/stories/files/Magazine/T4/T4%20Zoniou.pdf>, 2003.
- Παπαθασανασόπουλος Σ., *Πολιτική και ΜΜΕ. Η περίπτωση της Νότιας Ευρώπης*, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα, 2004.
- Πέτρου Μ., ««Μαζί να τα φάμε». Κινήματα πολιτών 'Χωρίς Μεσάζοντες' στην πόλη», *Athens Social Atlas*, <https://www.athenssocialatlas.gr>, 2015.
- Σκαμνάκης Α., «Κρατικός παρεμβατισμός, τοπικά και εναλλακτικά ΜΜΕ», *Νησίδες-Εφημερίδα των Συντακτών*, Νοέμβριος 9, 2019
<https://www.efsyn.gr/nisides/218339-kratikos-parembatismos-topika-kai-enallaktika-mme>.

Ξενόγλωσση

- Amarianakis S., «Grassroots meanings of informality Resistance, subsistence and survival in the Greek crisis context», στο Smart A., Smart J. and Zerilli F. M. (ed) *In/formalization*, 6 (2), pp. 51-55, 2017.
- Anand V. E., «Development Journalism: A Catalyst for Positive Change», *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 157, pp. 210-225, 2014.
- Banda F., «An appraisal of the applicability of development journalism in the context of public service broadcasting (PSB)», Paper presented during the South African Broadcasting Corporation's 'News Content Planning' workshop on 21 October 2006, held at the Birchwood Executive Hotel, in Boksburg, South Africa, *Communicatio*, 33 (2), pp. 154-170, 2007. doi: 10.1080/02500160701685466
- Baú V., «Leaving the camps behind: the role of Development Communication in refugee-host integration», *Communication Research and Practice*, 4 (4), pp. 361-374, 2018. doi: 10.1080/22041451.2018.1431865.
- Calvário R., Velegrakis G. and Kaika M., «The Political Ecology of Austerity: An Analysis of Socio-environmental Conflict under Crisis in Greece», *Capitalism Nature Socialism*, 28 (3), pp. 69-87, 2017.

doi: 10.1080/10455752.2016.1260147.

Chaparro M., *Comunicación y Desarrollo. Mentiras y Verdades*, Imedea, Barcelona, Spain, 2013.

Coldevin G., *Participatory communication: a key to rural learning systems*, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, 2003.

Cowen D., «Infrastructures of empire and resistance», *Verso Blog*, January 25, 2017. Available at <http://www.versobooks.com/blogs/3067-infrastructures-of-empire-and-resistance>

Crewe E. and Harrison E. A., *Whose Development? An Ethnography of Aid*, Zed Press, London; New York, 1998.

Council of European Union, <https://pjp-eu.coe.int/en/web/c4i/patras-2.html>

Daskalaki M., Fotaki M. and Sotiropoulou I., «Performing Values Practices and Grassroots Organizing: The Case of Solidarity Economy Initiatives in Greece», *Organization Studies*, 40 (11), pp. 1741-1765, 2018. doi: 017084061880010.10.1177/0170840618800102.

Dillard J. P. and Wilson S.R., «Interpersonal Influence», στο Berger C.R. (ed) *Interpersonal Communication*, De Gruyter Mouton, pp. 155-176, Berlin, 2014. doi.org/10.1109/ICTD.2007.4937388.

Edeani D. O., «Role of development journalism in Nigeria's development», *International Communication Gazette*, 52 (2), pp. 123–143, 1993. doi:10.1177/001654929305200204

Engel F., «Disappearance», στο Tacchi J. and Tufte T. (ed) *Communicating for Change: Concepts to Think With*, Palgrave Macmillan, pp. 167-179, 2020.

Escobar A., *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*, Princeton University Press, Princeton New Jersey, 1995.

Esteva G., «Development», στο Sachs, W. (ed) *The Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power*, Zed Books, pp. 6–25, London, 1992.

Gioltzidou G., Baltzi Th., Karekla S., Kostarella I. and Skamnakis, A., «#EUGreenDeal: Sustainable development in Greece: the case of the European Green Deal public consultation», Safe Greece 2021- online, 8th International Conference of New Technologies and Civil Protection 24-26 November 2021, Greece (<https://safegreece.org/safegreece2021/index.php/el/>).

Gumucio-Dagron A. and Tufte Th. (ed), *Communication for Social Change Anthology: Historical and Contemporary Readings*, CFSC, New Jersey, 2005.

Hadjimichalis C., «Crisis and Land Dispossession in Greece as Part of the Global 'Land Fever'», *City* 18 (4–5), pp. 502–508, 2014. doi:10.1080/13604813.2014.939470.

- Janowitz M., *The community press in an urban setting: the social elements of urbanism*, University of Chicago Press, Chicago, 1967.
- Kothari A. and Tsakarestou B., «'Hack the Camp': An entrepreneurial public diplomacy and social intervention initiative to address the refugee crisis in Greece», *International Communication Gazette*, 2019. doi:10.1177/1748048519883508.
- Librero F., «Development Communication Los Banos Style: The Story behind the Story», Presented in the symposium with the theme 'Development Communication: Looking Back, Moving Forward', sponsored by the UP Alliance of Development Communication Students, UPLB College of Development Communication, 8 December 2008. Available at http://www.upou.edu.ph/papers/flibrero_2009/DevcomLB_history.pdf.
- Manyozo L., *Media, Communication and Development: Three Approaches*, Sage Publications, India, 2012a.
- Manyozo L., *People's Radio: Communicating Change Across Africa*, Penang, Southbound, Malaysia, 2012b.
- Melkote SR., and Steeves HL., *Communication for development: Theory and practice for empowerment and social justice*, Sage Publications, India, 2015.
- Milan S., *Social Movements and Their Technologies: Wiring Social Change*, Palgrave Macmillan, Hampshire; New York, 2013.
- Morris N., «The diffusion and participatory models: a comparative analysis», στο Hemer O. and Tufte T. (ed) *Media and glocal change: Rethinking communication for development*, Goteborg: Norden, pp. 123–144, 2005.
- Ngomba T., «Comprehending social change in an era of austerity: Reflections from a communication perspective», *Glocal Times*, No 19, 2013.
- Nikolaidou S. and Kolokouris O., «Transition movements in Greece: An alternative green solution to the crisis?», International Conference on Urban Autonomy and the Collective City—Towards the Collective City, Onassis Stegi, Athens, Greece, 1–2 July 2016.
- Owolabi T. O. and Nurudeen N. A., «Indigenous Language Media and Communication for Health Purposes in the Digital Age», στο Oyesomi K. O. and Salawu A. (ed) *Emerging Trends in Indigenous Language Media, Communication, Gender and Health*. IGI Global, pp. 123-145, 2020. doi: <http://doi:10.4018/978-1-7998-2091-8.ch007>.
- Pavarala V., «Intangible Outcomes (of Communication for Social Change)», στο Tacchi J. and Tufte T. (ed) *Communicating for Change, Concepts to Think With*, Palgrave Macmillan, pp. 63-74, 2020.

- Portes A. and Landolt P., «Social capital: Promise and pitfalls of its role in development», *Journal of Latin American Studies*, 32 (2), pp. 529-547, 2000. doi: <https://doi.org/10.1017/S0022216X00005836>.
- Quarry W. and Ramírez R., *Communication for another development: Listening before telling*, NY: Zed Books, New York, 2009.
- Quebral N., *Reflections on Development Communication, 25 Years After*, Los Baños: UPLB College of Development Communication, 2002.
- Rakopoulos T., «Solidarity: the egalitarian tensions of a bridge-concept», *Social Anthropology*, 24, pp. 142– 151, 2016. doi: 10.1111/1469-8676.12298.
- Rodriguez C., *Citizens' Media against Armed Conflict: Disrupting Violence in Colombia*, The University of Minnesota Press, Minneapolis, 2011.
- Servaes J. (ed), *Communication for development and social change*, Sage Publications, India, 2007.
- Servaes J., *Communication for Development and Social Change*, Sage Publications, India, 2008.
- Servaes J. and Lie R., «Sustainable Social Change and Communication», *Communication Research Trends*, 32 (4), pp. 4–30, 2013.
- Servaes J. and Malikhao P., «Development Communication approaches in an international perspective», στο Servaes J. (ed) *Approaches to Development Communication*, Chapter 7, UNESCO, Paris, 2002.
- Servaes J, Polk E., Shi S., Reilly D. and Yakupitijage Th., «Towards a framework of sustainability indicators for 'Communication for Development and Social Change' projects», *International Communication Gazette*, 74, pp. 99-123, 2012. 10.1177/1748048511432598.
- Skordili S., «Economic Crisis as a Catalyst for Food Planning in Athens», *International Planning Studies*, 18 (1), pp. 129–141, 2013. doi:10.1080/13563475.2013.770635.
- Tacchi J., «Meaningful Mobilities», στο Tacchi J. and Tufte T. (ed) *Communicating for Change, Concepts to Think With*, Palgrave Macmillan, pp. 99-108, 2020.
- Thomas P. and van de Fliert E., «Revisiting CSC Practic», στο Thomas P. and van de Fliert E. (ed) *Interrogating the Theory and Practice of Communication for Social Change*, Palgrave Macmillan UK, pp. 20-38, Touraine, 2014. doi: 10.1057/9781137426314_2.
- Tufte T., *Communication and social change: a citizen perspective*, Polity, Cambridge, 2017.
- UN Inter-Agency Task Force on Social and Solidarity Economy, «Social and Solidarity Economy and the Challenge of Sustainable Development: A Position», Paper

- by the United Nations Inter-Agency Task Force on Social and Solidarity Economy (TFSSE), 2020, Available at: [position_paper_tfsse.pdf](#)
- Valente T. and Rogers E. M., «The Origins and Development of the Diffusion of Innovation Paradigm as an Example of Scientific Growth», *Science Communication*, 16 (3), pp. 242-73, 1995. doi: 10.1177/1075547095016003002.
- Van Staveren I. and Knorringa P., «Unpacking Social Capital in Economic Development: How Social Relations Matter», *Review of Social Economy*, 65 (1), pp. 107-135, 2007.
- Verghese B.G., «Reclaim Public Service Values of Journalism: Transcript of an Interview», στο Loo E. (ed) *Best Practices of Journalism in Asia*, Konrad-Adenauer-Stiftung, pp. 48– 52, Singapore, 2009. Available at http://www.kas.de/wf/doc/kas_18665-544-2-30.pdf.
- Waisbord S., «Citizen journalism, development and social change: Hype and hope», στο Thorsen E. and Allan S. (ed) *Citizen journalism: Global perspectives (Vol 2)*, Peter Lang, pp. 48– 52, New York, 2014.
- Wilkins K. G., *Development Communication*, The International Encyclopedia of Communication, 2015. doi: 10.1002/9781405186407.wbiecd020.pub2.
- Yusha’u M. J. and Servaes J., «Communication for Sustainable Development in the Age of COVID-19» στο Yusha’u M. J. and Servaes J. (ed) *The Palgrave Handbook of International Communication and Sustainable Development*, pp.3-30, 2021.
- Zikargae M. H., «Development Journalism as an Agent of Change or Means to Political Power in Africa: A Focus on Ethiopian Perspective», *Journal of Sustainable Development in Africa*, 18 (5), pp. 30-39, 2016