



Дорогие друзья,

Прилагается статья ведущего греческого историка **Феофаниса Малкидиса**, специалиста и борца за признание Геноцида греков Востока, на тему **«Τурецкий национализм в социальных сетях»** (информация на греческом и в переводе -google translation- на русском языках).



Θεοφάνης Μαλκίδης, Διδάκτωρ Παντείου Πανεπιστημίου.

Θεοφάνης Μαλκίδης

Ο τουρκικός εθνικισμός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Το διαδίκτυο αποτελεί πλέον όπλο, μέσο, σημαντικότερο εργαλείο εξωτερικής πολιτικής, προπαγάνδας, ψυχολογικού εκφοβισμού, που χρησιμοποιείται ποικιλοτρόπως (η Ελλάδα το έζησε προσφάτως με το «σύμβουλο εθνικής ασφάλειας»....).

Έτσι και η κατοχική Τουρκία δεν θα μπορούσε να απουσιάζει από το διαδίκτυο και ιδιαιτέρως στη Θράκη, όπου τα ψηφιακά μέσα είναι βασικά εργαλεία υβριδικού πολέμου και ψυχολογικών επιχειρήσεων, με τη ψηφιακή στρατηγική της Άγκυρας να έχει ως στόχο τη συστηματική αμφισβήτηση της ελληνικής

κυριαρχίας και τη δημιουργία εντυπώσεων στη διεθνή και εγχώρια κοινή γνώμη.

Ήταν αναμενόμενο λοιπόν η Γαλάζια Πατρίδα να «σερφάρει» και στο διαδίκτυο και ο εθνικισμός της γειτονικής χώρας να μας προσφέρει ολοένα και νέες συνιστώσες στη Θράκη.

Προπαγάνδα και διαστρέβλωση της πραγματικότητας

Μέσω του διαδικτύου (μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τουρκικά ψηφιακά και συμβατικά ΜΜΕ, ιστοσελίδες εθνικιστικών οργανώσεων, κ.ά) διοχετεύεται συστηματικά η προπαγάνδα, η οποία παρουσιάζει την Ελλάδα ως χώρα που καταπιέζει τους μουσουλμάνους της Θράκης. Στόχος αυτής της ψηφιακής εκστρατείας είναι η παρουσίαση της μουσουλμανικής μειονότητας αποκλειστικά ως «τουρκικής», παραγνωρίζοντας τις άλλες συνιστώσες της (Πομάκους κλπ), η δημιουργία ενός αφηγήματος περί «δικαιωμάτων» που καταπατούνται, έτσι ώστε η Άγκυρα να εμφανίζεται διεθνώς ως η «προστάτιδα δύναμη» των πληθυσμών αυτών.

Δικτύωση και καθοδήγηση

Το διαδίκτυο λειτουργεί ως δίαυλος επικοινωνίας και συντονισμού για τη διάδοση εθνικιστικών γραμμών. Μέσα από συγκεκριμένες πλατφόρμες και ψηφιακές κοινότητες, επιχειρείται η πολιτική και ιδεολογική καθοδήγηση, ενισχύοντας την τουρκική εθνικιστική γραμμή και απομονώνοντας τις φωνές εκείνες (π.χ. Πομάκων) που επιθυμούν την πλήρη ενσωμάτωση στην ελληνική κοινωνία.

Εργαλειοποίηση του διαδικτύου σε περιόδους κρίσεων

Στο πλαίσιο του ψηφιακού πολέμου, η Τουρκία χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να κατευθύνει και να εργαλειοποιεί πληθυσμούς από όλον τον κόσμο προς τον Έβρο και τη Θράκη (χαρακτηριστική, αλλά όχι μοναδική η περίπτωση του Μαρτίου του 2020, όπου εδώ στον Έβρο ζήσαμε μία μεταφορά της ψηφιακής προπαγάνδας στην πραγματικότητα). Κατά τη διάρκεια εντάσεων, οι ψηφιακές πλατφόρμες χρησιμοποιούνται τόσο για τη διασπορά ψευδών ειδήσεων (fake news) που στοχεύουν να πλήξουν τόσο τις δυνάμεις ασφαλείας αλλά και το ηθικό, όσο και για να χρησιμοποιηθούν για τον συντονισμό των δικτύων των διακινητών.

Γλωσσική αμφισβήτηση και αλλαγή ελληνικών ονομασιών

Μία σημαντική πολιτική της Τουρκίας στο διαδίκτυο, αφορά τη χρήση της ορολογίας στον ψηφιακό χώρο, όπου στα τουρκικά (αλλά και στα ελεγχόμενα από την Άγκυρα λατινόφωνα ή αγγλόφωνα) ψηφιακά μέσα, αποφεύγεται συστηματικά η χρήση των ελληνικών ονομάτων των πόλεων.

Για παράδειγμα η πόλη μου, η Αλεξανδρούπολη, η οποία δέχεται το μεγαλύτερο ποσοστό Τούρκων τουριστών από οποιαδήποτε άλλη πόλη στην Ελλάδα, αναφέρεται σχεδόν αποκλειστικά με την τουρκική της ονομασία, πρακτική η οποία δεν είναι τυχαία, αλλά αποτελεί μια προσπάθεια γλωσσικής, ιστορικής και ψυχολογικής αμφισβήτησης της ελληνικότητας της περιοχής μέσα στον παγκόσμιο ιστό.

Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Tik Tok, Facebook, Instagram, αλλά και στις πλατφόρμες αναζήτησης καταλυμάτων, υπάρχει μια ανησυχητική τάση η οποία έχει αρχίσει να γίνεται κανόνας, αφού η τοποθεσία «Αλεξανδρούπολη» ή «Alexandroupoli» εξαφανίζεται, ενώ εμφανίζονται οι τουρκικές, δηλαδή «Dedeağaz» (Δεδέαγατς ήταν η τουρκική ονομασία της πόλης επί Οθωμανικής Αυτοκρατορίας και μέχρι το 1920 όταν απελευθερώθηκε) και «Aleksandroupoli», με το «ks» που χρησιμοποιείται στην τουρκική γλώσσα αντί για το λατινικό «x».

Για το «Dedeağaz» δεν χρειάζεται να επεκταθούμε για το συμβολισμό που εμπεριέχει, αλλά για το «Aleksandroupoli» με «ks» δεν είναι απλώς μια εναλλακτική γραφή στον ψηφιακό κόσμο, αλλά η τουρκική μεταγραφή του ονόματος της πόλης. Έτσι όταν οι Τούρκοι τουρίστες γράφουν «Aleksandroupoli», χρησιμοποιούν τη δική τους φωνητική απόδοση του ονόματος, η οποία αντικαθιστά τη διεθνή αναγραφή «Alexandroupoli».

Αυτό δεν είναι τυχαίο, αλλά παραμένει ως αποτέλεσμα της μαζικής συμμετοχής των Τούρκων χρηστών στις πλατφόρμες, που αναδιαμορφώνει τον τρόπο με τον οποίο ο ψηφιακός - πραγματικός κόσμος προσλαμβάνει την πόλη.

Έτσι η μαζική επισκεψιμότητα από Τούρκους τουρίστες οι οποίοι, όταν κάνουν check-in ή κοινοποιούν τοποθεσίες στην Αλεξανδρούπολη, επιλέγουν τις τουρκικές μεταγραφές που προτείνονται από τους αλγόριθμους στις τουρκικές και όχι μόνο πλατφόρμες.

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, χρησιμοποιούν αλγόριθμους που βασίζονται στη συχνότητα χρήσης των τοποθεσιών και όταν ένας χρήστης

πραγματοποιεί check-in ή προσθέτει location tag σε ανάρτηση, η πλατφόρμα προτείνει ονομασίες με βάση τη δημοτικότητά τους, δηλαδή πόσο συχνά έχουν χρησιμοποιηθεί από άλλους χρήστες.

Η «Γαλάζια Πατρίδα» στο διαδίκτυο : ψηφιακός επεκτατισμός και αλλαγή ελληνικών ονομασιών

Οι Τούρκοι τουρίστες οι οποίοι αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία επισκεπτών στην Αλεξανδρούπολη, όταν αναζητούν την τοποθεσία, επιλέγουν τις τουρκικές εκδοχές, αφού κάποιος τις «δημιούργησαν» σε αρχικό επίπεδο, ενώ κάθε φορά που ένας Τούρκος τουρίστας κοινοποιεί μια φωτογραφία ή κάνει check-in (κατά χιλιάδες πλέον, σε καθημερινή βάση και όλον το χρόνο) χρησιμοποιώντας αυτές τις ονομασίες, ο αλγόριθμος «μαθαίνει», του επιβάλλεται δηλαδή να «μάθει» ότι αυτές οι τοποθεσίες με τη συγκεκριμένη ονομασία (δηλαδή την τουρκική) είναι δημοφιλείς.

Έτσι με τη συνεχή αύξηση των check-ins των τούρκων τουριστών, οι ελληνικές ονομασίες («Αλεξανδρούπολη», και με λατινικούς χαρακτήρες «Alexandroupoli») υποχωρούν στις πλατφόρμες, ενώ οι τουρκικές ανεβαίνουν στην κορυφή των αποτελεσμάτων.

Στο σημερινό οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον, στην καθημερινότητά μας, όπου σχεδόν όλος ο πλανήτης αναζητά τοποθεσίες μέσω Google Maps, Facebook, Instagram και TikTok, το όνομα που εμφανίζεται πρώτο στις προτάσεις των αλγορίθμων καθορίζει την αναγνωρισιμότητα, την ταυτότητα, την ονομασία και την προέλευση της πόλης.

Έτσι η διεθνής αναγραφή της τοποθεσίας στο διαδίκτυο σταδιακά υποχωρεί, το όνομα Αλεξανδρούπολη και γενικώς οι ελληνικές ονομασίες καταργούνται, εξαφανίζονται κυριολεκτικά από τις προτάσεις των μηχανισμών αναζήτησης και η ψηφιακή ταυτότητα της πόλης μετασχηματίζεται, αλλάζει, αποκτά τουρκικό περιεχόμενο και τουρκική «ταυτότητα».

Δεν είναι υπερβολή, ούτε τοπικιστικός συναισθηματισμός, ούτε κινδυνολογία να αναφερθεί πως αυτό που συμβαίνει στο διαδίκτυο είναι μια μορφή πολιτικής επιβολής, μια σύγχρονη μορφή πολιτισμικής επιρροής, όπου το ρόλο της στρατιωτικής δύναμης τον αναλαμβάνουν το διαδίκτυο και οι «τουρίστες», αναδιαμορφώνοντας την ιστορική και συλλογική μνήμη και τη διεθνή αναγνωρισιμότητα της πόλης.

Η Τουρκία, τα τελευταία χρόνια, χρησιμοποιεί συστηματικά το διαδίκτυο και τον τουρισμό (μαζί με τον πολιτισμό, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης) ως εργαλεία της «Γαλάζιας Πατρίδας» και οι τηλεοπτικές σειρές, η μουσική, ο τουρισμός και οι ψηφιακές πλατφόρμες συμβάλλουν στη διάδοση της τουρκικής επιρροής και παρουσίας στον ελληνικό και το διεθνή χώρο.

Έτσι το διαδίκτυο, ο ψηφιακός κόσμος είναι το (νέο) πεδίο απόπειρας επιβολής της τουρκικής γεωπολιτικής και γεωοικονομικής κυριαρχίας, όπου τα τοπωνύμια δεν είναι απλώς ονόματα, αλλά αποτελούν σύμβολα ταυτότητας, ιστορίας και παρούσας ή μελλοντικής κυριαρχίας. Ο ψηφιακός κόσμος ως ψυχολογικό πείραμα, ως υποσυνείδητο που τείνει να γίνει συνείδηση....

Η τουρκική εργαλειοποίηση του διαδικτύου, το παράδειγμα της Αλεξανδρούπολης αποτελεί τη πιο χαρακτηριστική περίπτωση της ψηφιακής «Γαλάζιας Πατρίδας», όπου μια πόλη «χάνει» (πολύ γρήγορα πλέον) το όνομά της στον ψηφιακό χώρο, συνεπώς χάνει και μέρος της πολιτιστικής της παρουσίας και της ελληνικότητάς της.

Έτσι, με το ρυθμό που κινείται η «Γαλάζια Πατρίδα» στον ψηφιακό κόσμο, το συνεχές τουριστικό ρεύμα από την Τουρκία και με τη τάση των εκατομμυρίων τουρκικών check-ins ετησίως, η ελληνική ονομασία της πόλης θα έχει πλήρως υποχωρήσει από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.

Νέοι άνθρωποι, τουρίστες και επισκέπτες από άλλες χώρες εκτός Τουρκίας, ερευνητές, δημοσιογράφοι θα αναζητούν πλέον την πόλη ως «Dedeagaz» ή «Aleksandroupoli», όπως επισημαίνει και το site της Αλεξανδρούπολης [pameenro](http://pameenro.gr), το οποίο ταυτόχρονα αναρωτιέται για τη ψηφιακή εξαφάνιση της ονομασίας της πόλης .

Η διεθνής αναγνώριση της πόλης, το αποτύπωμά της θα έχει συνδεθεί με την τουρκική της ταυτότητα και όχι την ελληνική, η ψηφιακή ταυτότητα και μνήμη θα έχει αλλάξει και θα έχει δημιουργηθεί ένα τελείως διαφορετικό και ξένο με την πραγματικότητα πρόσωπο, όπου η Αλεξανδρούπολη θα φαίνεται στο διαδίκτυο ως μία ακόμη τουρκική πόλη..... Η Αλεξανδρούπολη από το 1920 δεν είναι πια Δεδέαγατς, δεν είναι πια τουρκική πόλη, στον ψηφιακό όμως κόσμο όπου τα τοπωνύμια καθορίζονται από τους αλγορίθμους και τη δημοτικότητα, την επίδραση και τη διάδραση, η ιστορία μπορεί να ξαναγραφτεί και αυτό συμβαίνει τώρα.

Η Αλεξανδρούπολη «χάνει» το όνομά της στον ψηφιακό χώρο, χάνει και μέρος της ιστορικής της συνέχειας, της συλλογικής συνείδησης και της πολιτισμικής ταυτότητας, συνεπώς υπάρχει απώλεια κυριαρχίας στον ψηφιακό χώρο, εκεί όπου σήμερα είναι ο «πραγματικός κόσμος». Η ιστορία λοιπόν ξαναγράφεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το φαινόμενο αυτό είναι και πολιτισμικό και γεωπολιτικό, φαινόμενο το οποίο βεβαίως δεν περιορίζεται μόνο στην Αλεξανδρούπολη ή στη Θράκη, αλλά παρόμοιες περιπτώσεις ψηφιακής αλλαγής, προπαγάνδας και μετάλλαξης τοπωνυμίων έχουν καταγραφεί σε άλλες περιοχές με ανάλογο ιστορικό παρελθόν και αντίστοιχο τουρκικό ενδιαφέρον.

Η Ελλάδα λοιπόν δεν πρέπει να υποτιμά, πόσο μάλλον να αδιαφορεί για την πολιτική του τουρκικού ψηφιακού μετώπου. Και ειδικά τώρα που το διαδίκτυο έγινε σαφή και διακριτή συνιστώσα της Γαλάζιας Πατρίδας.....

Και κάτι έσχατο αλλά όχι τελευταίο:

Είναι θεμιτό οι επιχειρήσεις της Αλεξανδρούπολης να διαφημίζουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στους Τούρκους τουρίστες και μάλιστα στη γλώσσα τους, αφού οι επισκέπτες από τη γειτονική χώρα δεν φημίζονται για τη γλωσσομάθειά τους.

Γιατί όμως οι επαγγελματίες όταν φτάνουν στο σημείο όπου βρίσκεται η επιχείρησή τους, αναφέρουν την Αλεξανδρούπολη με την τουρκική της ονομασία;

Γιατί συνεισφέρουν και αυτοί στην αλλαγή του διαδικτυακού αποτυπώματος της πόλης, δηλαδή την αλλαγή στο ψηφιακό κόσμο της ταυτότητας, της φυσιογνωμίας και της ελληνικότητας της Αλεξανδρούπολης;



Феофанис Малкидис. Профессор Университета Пантейон.

Турецкий национализм в социальных сетях

Интернет сегодня — это оружие, средство, очень важный инструмент внешней политики, пропаганды, психологического запугивания, используемый различными способами (Греция недавно столкнулась с этим на примере «советника по национальной безопасности»...).

Таким образом, оккупация Турции не могла обойтись без интернета, особенно во Фракии, где цифровые медиа являются основными

инструментами гибридной войны и психологических операций, а цифровая стратегия Анкары направлена на систематическое оспаривание греческого суверенитета и создание определенного имиджа в международном и внутреннем общественном мнении.

Поэтому ожидалось, что «Голубая Родина» также будет «серфинговать» в интернете, и что национализм соседней страны предложит нам все новые компоненты во Фракии.

Пропаганда и искажение реальности

Пропаганда систематически распространяется через интернет (социальные сети, турецкие цифровые и традиционные СМИ, веб-сайты националистических организаций и т. д.), представляя Грецию как страну, угнетающую мусульман Фракии. Цель этой цифровой кампании — представить мусульманское меньшинство исключительно как «турецкое», игнорируя другие его составляющие (помаков и др.), чтобы создать нарратив о «правах», которые нарушаются, и представить Анкару на международной арене как «защищающую силу» этих групп населения.

Сетевое взаимодействие и навязывание идей

Интернет функционирует как канал коммуникации и координации для распространения националистических взглядов. Через специальные платформы и цифровые сообщества предпринимаются попытки политического и идеологического влияния, укрепляя турецкую националистическую линию и изолируя те голоса (например, помаков), которые стремятся к полной интеграции в греческое общество.

Инструментализация интернета во времена кризиса

В контексте цифровой войны Турция использует интернет и социальные сети для направления и инструментализации населения со всего мира в сторону Эвроса и Фракии (случай марта 2020 года, когда здесь, в Эвросе, мы стали свидетелями переноса цифровой пропаганды в реальность, является характерным, но не уникальным). В периоды напряженности цифровые платформы используются как для распространения фейковых новостей, направленных на подрыв сил безопасности и морального духа, так и для координации сетей контрабандистов.

Лингвистический вызов и изменение греческих названий

Значительная политика Турции в интернете касается использования терминологии в цифровом пространстве, где в турецких (а также в контролируемых Анкарой латино- или англоязычных) цифровых СМИ систематически избегается использование греческих названий городов.

Например, мой город, Александруполис, который принимает наибольший процент турецких туристов по сравнению с любым другим городом в Греции, упоминается почти исключительно под своим турецким названием. Эта практика не случайна, а представляет собой попытку лингвистически, исторически и психологически бросить вызов греческой идентичности региона в сети Интернет.

В социальных сетях, TikTok, Facebook, Instagram, а также на платформах поиска жилья наблюдается тревожная тенденция, которая начинает становиться нормой: название «Александруполис» или «Александруполи» исчезает, в то время как появляются турецкие варианты, а именно «Дедеагач» (Дедеагач — турецкое название города во времена Османской империи и до 1920 года, когда он был освобожден) и «Александруполи», где вместо латинской буквы «х» в турецком языке используется «кс».

В отношении «Дедеагач» нет необходимости подробно останавливаться на его символике, но «Александруполи» с «кс» — это не просто альтернативное написание в цифровом мире, а турецкая транскрипция названия города. Поэтому, когда турецкие туристы пишут «Александруполи», они используют свою собственную фонетическую транскрипцию названия, которая заменяет международную транскрипцию «Александруполи».

Это не случайность, а результат массового участия турецких пользователей на платформах, что меняет восприятие города в цифровом мире.

Таким образом, наблюдается массовый поток турецких туристов, которые, отмечаясь или делясь информацией о местоположении в

Александруполисе, выбирают турецкие варианты названий, предлагаемые алгоритмами не только на турецких платформах, но и на других.

Социальные сети используют алгоритмы, основанные на частоте использования местоположений, и когда пользователь отмечает местоположение или добавляет метку к публикации, платформа предлагает названия, основанные на их популярности, то есть на том, как часто они использовались другими пользователями.

«Голубая родина» в интернете: цифровой экспансионизм и изменение греческих названий

Турецкие туристы, составляющие подавляющее большинство посетителей Александруполиса, при поиске места выбирают турецкие варианты, поскольку некоторые из них изначально их «создали». Каждый раз, когда турецкий турист делится фотографией или отмечается (сейчас это тысячи людей, ежедневно и круглый год) с использованием этих названий, алгоритм «учится», то есть вынужден «учиться», что места с определенным названием (то есть турецким) популярны.

Таким образом, с непрерывным ростом количества отметок турецких туристов греческие названия («Александруполис», а в латинской транслитерации «Alexandroupoli») отступают на платформы, в то время как турецкие поднимаются на вершину результатов.

В современной экономической и социальной среде, в нашей повседневной жизни, где практически вся планета ищет места через Google Maps, Facebook, Instagram и TikTok, название, которое первым появляется в подсказках алгоритмов, определяет узнаваемость, идентичность, название и происхождение города.

Таким образом, международное указание местоположения в интернете постепенно снижается, название Александруполис и вообще греческие названия упраздняются, они буквально исчезают из подсказок поисковых систем, а цифровая идентичность города трансформируется, изменяется, приобретая турецкое содержание и турецкую «идентичность».

Не будет преувеличением, регионалистским сентиментальством или опасностью сказать, что происходящее в интернете — это форма

политического навязывания, современная форма культурного влияния, где роль военной силы перенимают интернет и «туристы», перестраивая историческую и коллективную память и международное признание города.

В последние годы Турция систематически использует интернет и туризм (наряду с культурой и СМИ) как инструменты «Голубой Родины», а телесериалы, музыка, туризм и цифровые платформы способствуют распространению турецкого влияния и присутствия на греческой и международной арене.

Таким образом, интернет, цифровой мир — это (новое) поле попыток навязать турецкое геополитическое и геоэкономическое господство, где названия мест — это не просто названия, а символы идентичности, истории и нынешнего или будущего доминирования. Цифровой мир как психологический эксперимент, как подсознание, стремящееся стать сознанием...

Инструментализация интернета Турцией, пример Александруполиса, является наиболее типичным случаем цифровой «Голубой Родины», где город «теряет» (сейчас очень быстро) свое название в цифровом пространстве, тем самым теряя часть своего культурного присутствия и греческой самобытности.

Таким образом, с учетом темпов развития «Голубой Родины» в цифровом мире, непрерывного потока туристов из Турции и тенденции ежегодных миллионов отметок о посещении турецких городов, греческое название города полностью исчезнет из социальных сетей.

Молодежь, туристы и гости из других стран, помимо Турции, исследователи, журналисты теперь будут искать город как «Дедеагач» или «Александруполис», как отмечает сайт ramp.ee/vgo, посвященный Александруполису, который одновременно задается вопросом о цифровом исчезновении названия города.

Международное признание города, его отпечаток будет связан с его турецкой, а не греческой идентичностью, цифровая идентичность и память изменятся, и будет создано совершенно иное, чуждое действительности лицо, где Александруполис предстанет в интернете как еще один турецкий город... Александруполис с 1920 года больше не Дедеагач, это больше не турецкий город, но в цифровом мире, где топонимы определяются алгоритмами, популярностью, влиянием и взаимодействием, история может быть переписана, и это происходит сейчас.

Александруполис «теряет» свое имя в цифровом пространстве, он также теряет часть своей исторической преемственности, коллективного сознания и культурной идентичности, следовательно, происходит потеря доминирования в цифровом пространстве, где сегодня находится «реальный мир». Таким образом, история переписывается в социальных сетях, и это явление носит как культурный, так и геополитический характер, явление, которое, безусловно, не ограничивается Александруполисом или Фракией, но аналогичные случаи цифровых изменений, пропаганды и мутации топонимов были зафиксированы в других регионах со схожим историческим прошлым и соответствующим интересом со стороны Турции.

Поэтому Греции не следует недооценивать, а тем более оставаться равнодушной к политике турецкого цифрового фронта. Особенно сейчас, когда интернет стал неотъемлемой и самостоятельным компонентом «Голубой Родины»...

И последнее, но не менее важное:

Для предприятий Александруполиса вполне законно рекламировать свои товары и услуги турецким туристам в социальных сетях и на их языке, поскольку посетители из соседней страны не славятся знанием языка.

Но почему профессионалы, прибыв в место расположения своего бизнеса, называют Александруполис его турецким названием?

Почему они также способствуют изменению онлайн-присутствия города, то есть изменению в цифровом мире идентичности, облика и греческой самобытности Александруполиса?



Αγαπητοί φίλοι,

Παρατίθεται άρθρο του διακεκριμένου Έλληνα ιστορικού **Θεοφάνη Μαλκίδη**, γνωστού μαχητή για το ζήτημα μας αναγνώρισης μας Γενοκτονίας των Ελλήνων μας Ανατολής, με θέμα **«Ο τουρκικός εθνικισμός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης»**.



Θεοφάνης Μαλκίδης, Διδάκτωρ Παντείου Πανεπιστημίου.

Θεοφάνης Μαλκίδης

Ο τουρκικός εθνικισμός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Το διαδίκτυο αποτελεί πλέον όπλο, μέσο, σημαντικότερο εργαλείο εξωτερικής πολιτικής, προπαγάνδας, ψυχολογικού εκφοβισμού, που χρησιμοποιείται ποικιλοτρόπως (η Ελλάδα το έζησε προσφάτως με το «σύμβουλο εθνικής ασφάλειας»....).

Έτσι και η κατοχική Τουρκία δεν θα μπορούσε να απουσιάζει από το διαδίκτυο και ιδιαιτέρως στη Θράκη, όπου τα ψηφιακά μέσα είναι βασικά εργαλεία υβριδικού πολέμου και ψυχολογικών επιχειρήσεων, με τη ψηφιακή στρατηγική της Άγκυρας να έχει ως στόχο τη συστηματική αμφισβήτηση της ελληνικής κυριαρχίας και τη δημιουργία εντυπώσεων στη διεθνή και εγχώρια κοινή γνώμη.

Ήταν αναμενόμενο λοιπόν η Γαλάζια Πατρίδα να «σερφάρει» και στο διαδίκτυο και ο εθνικισμός της γειτονικής χώρας να μας προσφέρει ολοένα και νέες συνιστώσες στη Θράκη.

Προπαγάνδα και διαστρέβλωση της πραγματικότητας

Μέσω του διαδικτύου (μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τουρκικά ψηφιακά και συμβατικά ΜΜΕ, ιστοσελίδες εθνικιστικών οργανώσεων, κ.ά) διοχετεύεται συστηματικά η προπαγάνδα, η οποία παρουσιάζει την Ελλάδα ως χώρα που καταπιέζει τους μουσουλμάνους της Θράκης. Στόχος αυτής της ψηφιακής εκστρατείας είναι η παρουσίαση της μουσουλμανικής μειονότητας αποκλειστικά ως «τουρκικής», παραγνωρίζοντας τις άλλες συνιστώσες της (Πομάκους κλπ), η δημιουργία ενός αφηγήματος περί «δικαιωμάτων» που καταπατούνται, έτσι ώστε η Άγκυρα να εμφανίζεται διεθνώς ως η «προστάτιδα δύναμη» των πληθυσμών αυτών.

Δικτύωση και καθοδήγηση

Το διαδίκτυο λειτουργεί ως δίαυλος επικοινωνίας και συντονισμού για τη διάδοση εθνικιστικών γραμμών. Μέσα από συγκεκριμένες πλατφόρμες και ψηφιακές κοινότητες, επιχειρείται η πολιτική και ιδεολογική καθοδήγηση, ενισχύοντας την τουρκική εθνικιστική γραμμή και απομονώνοντας τις φωνές εκείνες (π.χ. Πομάκων) που επιθυμούν την πλήρη ενσωμάτωση στην ελληνική κοινωνία.

Εργαλειοποίηση του διαδικτύου σε περιόδους κρίσεων

Στο πλαίσιο του ψηφιακού πολέμου, η Τουρκία χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να κατευθύνει και να εργαλειοποιεί πληθυσμούς από όλον τον κόσμο προς τον Έβρο και τη Θράκη (χαρακτηριστική, αλλά όχι μοναδική η περίπτωση του Μαρτίου του 2020, όπου εδώ στον Έβρο ζήσαμε μία μεταφορά της ψηφιακής προπαγάνδας στην πραγματικότητα). Κατά τη διάρκεια εντάσεων, οι ψηφιακές πλατφόρμες χρησιμοποιούνται τόσο για τη διασπορά ψευδών ειδήσεων (fake news) που στοχεύουν να πλήξουν τόσο τις δυνάμεις ασφαλείας αλλά και το ηθικό, όσο και για να χρησιμοποιηθούν για τον συντονισμό των δικτύων των διακινητών.

Γλωσσική αμφισβήτηση και αλλαγή ελληνικών ονομασιών

Μία σημαντική πολιτική της Τουρκίας στο διαδίκτυο, αφορά τη χρήση της ορολογίας στον ψηφιακό χώρο, όπου στα τουρκικά (αλλά και στα ελεγχόμενα από την Άγκυρα λατινόφωνα ή αγγλόφωνα) ψηφιακά μέσα, αποφεύγεται συστηματικά η χρήση των ελληνικών ονομάτων των πόλεων.

Για παράδειγμα η πόλη μου, η Αλεξανδρούπολη, η οποία δέχεται το μεγαλύτερο ποσοστό Τούρκων τουριστών από οποιαδήποτε άλλη πόλη στην Ελλάδα, αναφέρεται σχεδόν αποκλειστικά με την τουρκική της ονομασία, πρακτική η οποία δεν είναι τυχαία, αλλά αποτελεί μια προσπάθεια γλωσσικής, ιστορικής και ψυχολογικής αμφισβήτησης της ελληνικότητας της περιοχής μέσα στον παγκόσμιο ιστό.

Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Tik Tok, Facebook, Instagram, αλλά και στις πλατφόρμες αναζήτησης καταλυμάτων, υπάρχει μια ανησυχητική τάση η οποία έχει αρχίσει να γίνεται κανόνας, αφού η τοποθεσία «Αλεξανδρούπολη» ή «Alexandroupoli» εξαφανίζεται, ενώ εμφανίζονται οι τουρκικές, δηλαδή «Dedeağaz» (Δεδέαγατς ήταν η τουρκική ονομασία της πόλης επί Οθωμανικής Αυτοκρατορίας και μέχρι το 1920 όταν απελευθερώθηκε) και «Aleksandroupoli», με το «ks» που χρησιμοποιείται στην τουρκική γλώσσα αντί για το λατινικό «x».

Για το «Dedeağaz» δεν χρειάζεται να επεκταθούμε για το συμβολισμό που εμπεριέχει, αλλά για το «Aleksandroupoli» με «ks» δεν είναι απλώς μια εναλλακτική γραφή στον ψηφιακό κόσμο, αλλά η τουρκική μεταγραφή του ονόματος της πόλης. Έτσι όταν οι Τούρκοι τουρίστες γράφουν

«Aleksandroupoli», χρησιμοποιούν τη δική τους φωνητική απόδοση του ονόματος, η οποία αντικαθιστά τη διεθνή αναγραφή «Alexandroupoli».

Αυτό δεν είναι τυχαίο, αλλά παραμένει ως αποτέλεσμα της μαζικής συμμετοχής των Τούρκων χρηστών στις πλατφόρμες, που αναδιαμορφώνει τον τρόπο με τον οποίο ο ψηφιακός - πραγματικός κόσμος προσλαμβάνει την πόλη.

Έτσι η μαζική επισκεψιμότητα από Τούρκους τουρίστες οι οποίοι, όταν κάνουν check-in ή κοινοποιούν τοποθεσίες στην Αλεξανδρούπολη, επιλέγουν τις τουρκικές μεταγραφές που προτείνονται από τους αλγορίθμους στις τουρκικές και όχι μόνο πλατφόρμες.

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, χρησιμοποιούν αλγόριθμους που βασίζονται στη συχνότητα χρήσης των τοποθεσιών και όταν ένας χρήστης πραγματοποιεί check-in ή προσθέτει location tag σε ανάρτηση, η πλατφόρμα προτείνει ονομασίες με βάση τη δημοτικότητά τους, δηλαδή πόσο συχνά έχουν χρησιμοποιηθεί από άλλους χρήστες.

Η «Γαλάζια Πατρίδα» στο διαδίκτυο : ψηφιακός επεκτατισμός και αλλαγή ελληνικών ονομασιών

Οι Τούρκοι τουρίστες οι οποίοι αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία επισκεπτών στην Αλεξανδρούπολη, όταν αναζητούν την τοποθεσία, επιλέγουν τις τουρκικές εκδοχές, αφού κάποιοι τις «δημιούργησαν» σε αρχικό επίπεδο, ενώ κάθε φορά που ένας Τούρκος τουρίστας κοινοποιεί μια φωτογραφία ή κάνει check-in (κατά χιλιάδες πλέον, σε καθημερινή βάση και όλον το χρόνο) χρησιμοποιώντας αυτές τις ονομασίες, ο αλγόριθμος «μαθαίνει», του επιβάλλεται δηλαδή να «μάθει» ότι αυτές οι τοποθεσίες με τη συγκεκριμένη ονομασία (δηλαδή την τουρκική) είναι δημοφιλείς.

Έτσι με τη συνεχή αύξηση των check-ins των τούρκων τουριστών, οι ελληνικές ονομασίες («Αλεξανδρούπολη», και με λατινικούς χαρακτήρες «Alexandroupoli») υποχωρούν στις πλατφόρμες, ενώ οι τουρκικές ανεβαίνουν στην κορυφή των αποτελεσμάτων.

Στο σημερινό οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον, στην καθημερινότητά μας, όπου σχεδόν όλος ο πλανήτης αναζητά τοποθεσίες μέσω Google Maps, Facebook, Instagram και TikTok, το όνομα που εμφανίζεται πρώτο στις προτάσεις των αλγορίθμων καθορίζει την αναγνωρισιμότητα, την ταυτότητα, την ονομασία και την προέλευση της πόλης.

Έτσι η διεθνής αναγραφή της τοποθεσίας στο διαδίκτυο σταδιακά υποχωρεί, το όνομα Αλεξανδρούπολη και γενικώς οι ελληνικές ονομασίες καταργούνται, εξαφανίζονται κυριολεκτικά από τις προτάσεις των μηχανισμών αναζήτησης και η ψηφιακή ταυτότητα της πόλης μετασχηματίζεται, αλλάζει, αποκτά τουρκικό περιεχόμενο και τουρκική «ταυτότητα».

Δεν είναι υπερβολή, ούτε τοπικιστικός συναισθηματισμός, ούτε κινδυνολογία να αναφερθεί πως αυτό που συμβαίνει στο διαδίκτυο είναι μια μορφή πολιτικής επιβολής, μια σύγχρονη μορφή πολιτισμικής επιρροής, όπου το ρόλο της στρατιωτικής δύναμης τον αναλαμβάνουν το διαδίκτυο και οι «τουρίστες», αναδιαμορφώνοντας την ιστορική και συλλογική μνήμη και τη διεθνή αναγνωρισιμότητα της πόλης.

Η Τουρκία, τα τελευταία χρόνια, χρησιμοποιεί συστηματικά το διαδίκτυο και τον τουρισμό (μαζί με τον πολιτισμό, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης) ως εργαλεία της «Γαλάζιας Πατρίδας» και οι τηλεοπτικές σειρές, η μουσική, ο τουρισμός και οι ψηφιακές πλατφόρμες συμβάλλουν στη διάδοση της τουρκικής επιρροής και παρουσίας στον ελληνικό και το διεθνή χώρο.

Έτσι το διαδίκτυο, ο ψηφιακός κόσμος είναι το (νέο) πεδίο απόπειρας επιβολής της τουρκικής γεωπολιτικής και γεωοικονομικής κυριαρχίας, όπου τα τοπωνύμια δεν είναι απλώς ονόματα, αλλά αποτελούν σύμβολα ταυτότητας, ιστορίας και παρούσας ή μελλοντικής κυριαρχίας. Ο ψηφιακός κόσμος ως ψυχολογικό πείραμα, ως υποσυνείδητο που τείνει να γίνει συνείδηση....

Η τουρκική εργαλειοποίηση του διαδικτύου, το παράδειγμα της Αλεξανδρούπολης αποτελεί τη πιο χαρακτηριστική περίπτωση της ψηφιακής «Γαλάζιας Πατρίδας», όπου μια πόλη «χάνει» (πολύ γρήγορα πλέον) το όνομά της στον ψηφιακό χώρο, συνεπώς χάνει και μέρος της πολιτιστικής της παρουσίας και της ελληνικότητάς της.

Έτσι, με το ρυθμό που κινείται η «Γαλάζια Πατρίδα» στον ψηφιακό κόσμο, το συνεχές τουριστικό ρεύμα από την Τουρκία και με τη τάση των εκατομμυρίων τουρκικών check-ins ετησίως, η ελληνική ονομασία της πόλης θα έχει πλήρως υποχωρήσει από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.

Νέοι άνθρωποι, τουρίστες και επισκέπτες από άλλες χώρες εκτός Τουρκίας, ερευνητές, δημοσιογράφοι θα αναζητούν πλέον την πόλη ως «Dedeagaz» ή «Aleksandroupoli», όπως επισημαίνει και το site της Αλεξανδρούπολης

prameenro, το οποίο ταυτόχρονα αναρωτιέται για τη ψηφιακή εξαφάνιση της ονομασίας της πόλης .

Η διεθνής αναγνώριση της πόλης, το αποτύπωμά της θα έχει συνδεθεί με την τουρκική της ταυτότητα και όχι την ελληνική, η ψηφιακή ταυτότητα και μνήμη θα έχει αλλάξει και θα έχει δημιουργηθεί ένα τελείως διαφορετικό και ξένο με την πραγματικότητα πρόσωπο, όπου η Αλεξανδρούπολη θα φαίνεται στο διαδίκτυο ως μία ακόμη τουρκική πόλη..... Η Αλεξανδρούπολη από το 1920 δεν είναι πια Δεδέαγατς, δεν είναι πια τουρκική πόλη, στον ψηφιακό όμως κόσμο όπου τα τοπωνύμια καθορίζονται από τους αλγορίθμους και τη δημοτικότητα, την επίδραση και τη διάδραση, η ιστορία μπορεί να ξαναγραφτεί και αυτό συμβαίνει τώρα.

Η Αλεξανδρούπολη «χάνει» το όνομά της στον ψηφιακό χώρο, χάνει και μέρος της ιστορικής της συνέχειας, της συλλογικής συνείδησης και της πολιτισμικής ταυτότητας, συνεπώς υπάρχει απώλεια κυριαρχίας στον ψηφιακό χώρο, εκεί όπου σήμερα είναι ο «πραγματικός κόσμος». Η ιστορία λοιπόν ξαναγράφεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το φαινόμενο αυτό είναι και πολιτισμικό και γεωπολιτικό, φαινόμενο το οποίο βεβαίως δεν περιορίζεται μόνο στην Αλεξανδρούπολη ή στη Θράκη, αλλά παρόμοιες περιπτώσεις ψηφιακής αλλαγής, προπαγάνδας και μετάλλαξης τοπωνυμίων έχουν καταγραφεί σε άλλες περιοχές με ανάλογο ιστορικό παρελθόν και αντίστοιχο τουρκικό ενδιαφέρον.

Η Ελλάδα λοιπόν δεν πρέπει να υποτιμά, πόσο μάλλον να αδιαφορεί για την πολιτική του τουρκικού ψηφιακού μετώπου. Και ειδικά τώρα που το διαδίκτυο έγινε σαφή και διακριτή συνιστώσα της Γαλάζιας Πατρίδας.....

Και κάτι έσχατο αλλά όχι τελευταίο:

Είναι θεμιτό οι επιχειρήσεις της Αλεξανδρούπολης να διαφημίζουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στους Τούρκους τουρίστες και μάλιστα στη γλώσσα τους, αφού οι επισκέπτες από τη γειτονική χώρα δεν φημίζονται για τη γλωσσομάθειά τους.

Γιατί όμως οι επαγγελματίες όταν φτάνουν στο σημείο όπου βρίσκεται η επιχείρησή τους, αναφέρουν την Αλεξανδρούπολη με την τουρκική της ονομασία;

Γιατί συνεισφέρουν και αυτοί στην αλλαγή του διαδικτυακού αποτυπώματος της πόλης, δηλαδή την αλλαγή στο ψηφιακό κόσμο της ταυτότητας, της φυσιογνωμίας και της ελληνικότητας της Αλεξανδρούπολης;

