



# Θέματα Εφαρμοσμένης Πολιτικής Ανάλυσης

## Ενότητα 15.2: Θέματα II

Θεόδωρος Χατζηπαντελής  
Τμήμα Πολιτικών Επιστημών



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ  
*επένδυση στην κοινωνία της γνώσης*

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

# Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



# Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.





# Θέματα II

Η επίδραση του Θεματολογίου στις εκλογές του Μαΐου 2012



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Παρουσίαση εργασίας από Αναστάσιο Κεσόγλου

# Η επίδραση του Θεματολογίου στις εκλογές του Μαΐου 2012

# Εκλογές και Θέματα

- Οι ψηφοφόροι πρέπει να λαμβάνουν την απαραίτητη ενημέρωση πριν επιλέξουν.
- Όταν κάποια θέματα αποκτούν μεγαλύτερη βαρύτητα μπορούμε να καταλάβουμε πιο εύκολα τις τάσεις των ψηφοφόρων.
- Σκοπός των υποψηφίων είναι να θέσουν τα θέματα στα οποία υπερτερούν, **ως κύρια**, προκειμένου να έχουν περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας.



# Θέματα και ΜΜΕ

- Η κάλυψη θεμάτων από τα ΜΜΕ αντανακλά την κοινή γνώμη.
- Τα κόμματα και οι υποψήφιοι θεωρούν ότι τα ΜΜΕ επηρεάζουν το κοινό.
- Δεν προσδοκούν να επηρεάσουν τα ίδια τα ΜΜΕ αλλά μέσω αυτών την κοινή γνώμη.
- Τα ΜΜΕ δεν στοχεύουν στο “τι” να σκέφτονται οι πολίτες αλλά στο “πως”.



# Τα χαρακτηριστικά του Θεματολογίου

- Επηρεάζουν: ΜΜΕ, τοπικές συνθήκες-προβλήματα, προεκλογικές εκστρατείες.
- Καταστάσεις κρίσης → focusing events.
- Θεσμική ταύτιση θέματος και προβλήματος
- «Νέα» θέματα.
- Ο τρόπος παρουσίασης: σαφήνεια ή μη.





# Θεωρία M. Lang- P. Lang

- Σκάνδαλο WaterGate, δημιουργία θεματολογίου.
- 1<sup>ο</sup> βήμα: τα ΜΜΕ επισημαίνουν το θέμα.
- 2<sup>ο</sup> βήμα: τα στοιχεία συνδυάζονται σε ένα ευρύτερο κοινό πλαίσιο.
- 3<sup>ο</sup> βήμα: πλαισίωση θέματος με ευρύτερα σύμβολα και ανάδειξη σε πολιτικό θέμα.
- 4<sup>ο</sup> βήμα: σχολιασμός και κριτική.



# Πρώτο Επίπεδο Θεματολογίου (First Level Agenda Setting)

- Ανάδειξη σπουδαιότητας ενός θέματος από τα ΜΜΕ προκειμένου οι ψηφοφόροι να στραφούν σε αυτό.
- Σχέσεις αλληλεπίδρασης μεταξύ ειδησεογραφικής κάλυψης- κοινού, **διαμόρφωση γνώμης.**
- Πολιτική διαφήμιση: καθορισμός ή επανακαθορισμός θέσεων στο θέμα.
- «Ποιο είναι το πιο σημαντικό πρόβλημα που επικρατεί στις μέρες μας, κατά την άποψή σας;».



# Δεύτερο Επίπεδο Θεματολογίου

- Θεματολόγιο των χαρακτηριστικών.
- Θέσεις- προσόντα υποψηφίων και κομμάτων.
- 2 κατηγορίες: -συναισθηματικά γνωρίσματα (θετική-αρνητική- ουδέτερη) - ουσιώδη γνωρίσματα (ιδεολογία-προσόντα- χαρακτήρας).
- « Ποια είναι η γνώμη σας για τον Χ υποψήφιο;».
- Υπέρβαση ιδεολογικών και κομματικών προτιμήσεων.



# Priming

- Θέματα και χαρακτηριστικά λειτουργούν ως κριτήρια για τους ψηφοφόρους.
- Priming: αλλαγές των προτύπων που οι άνθρωποι χρησιμοποιούν για τις πολιτικές-εκλογικές τους αξιολογήσεις.
- Τα ΜΜΕ χρησιμοποιούν συγκεκριμένα θέματα για να αξιολογήσουν τους υποψηφίους.
- Χρησιμοποιούνται τα θέματα που είναι πιο εύκολα προσβάσιμα στην μνήμη του κοινού.
- **Affective Priming**: ύπαρξη αρνητικής/θετικής άποψης για το θέμα.



# Framing

- Οι λεπτές αλλαγές στην διατύπωση ενός θέματος μπορεί να επηρεάσει την κοινή γνώμη.
- Κυρίως μέσω ερμηνευτικών σχημάτων.
- Εργαλείο για μείωση της πολυπλοκότητας των θεμάτων προς τους πολίτες.



# 1. Εκλογές Μαΐου 2012

- Σκοπός: Να δούμε αν τα ΜΜΕ επηρέασαν την κοινή γνώμη σχετικά με τα θέματα που καθόρισαν τις εκλογές
- Μελέτη 4 εφημερίδων κατά την προεκλογική εκστρατεία: Τα Νέα, Καθημερινή, Αυγή, Έθνος
- Τα θέματα της περιόδου ήταν:
  1. Οικονομική Κατάσταση.
  2. Παραμονή Ευρώ.
  3. Μεταναστευτικό.
  4. Σκάνδαλό διαφθοράς Τσοχατζόπουλου.
  5. Ανεργία.



# 2. Εκλογές Μαΐου 2012

- Τα Θέματα της περιόδου ήταν:
  6. Δημόσιο Χρέος.
  7. Εκλογές Γαλλίας.
  8. Σκάνδαλο ΓΕΝΟΠ-ΔΕΗ.
  9. Δίκη Μπρείβικ.



# ΜΜΕ και Θέματα στις Εκλογές του Μαΐου 2012

Θέματα	Έθνος	Καθημερινή	Τα Νεα	Αυγή	Μ.Ο.
Ανεργία	31,65%	22,22%	30,91%	37,04%	30,45%
Οικονομική Κατάσταση	30,38%	27,78%	27,27%	46,30%	32,93%
Δημόσιο Χρέος	11,39%	15,28%	20%	18,52%	16,30%
Έγκλημα- Διαφθορά	15,19%	13,89%	9,09%	7,41%	11,39%
Φορολογία	6,33%	11,11%	5,45%	9,26%	8,04%
Μετανάστευση	5,06%	9,72%	7,27%	9,26%	7,83%

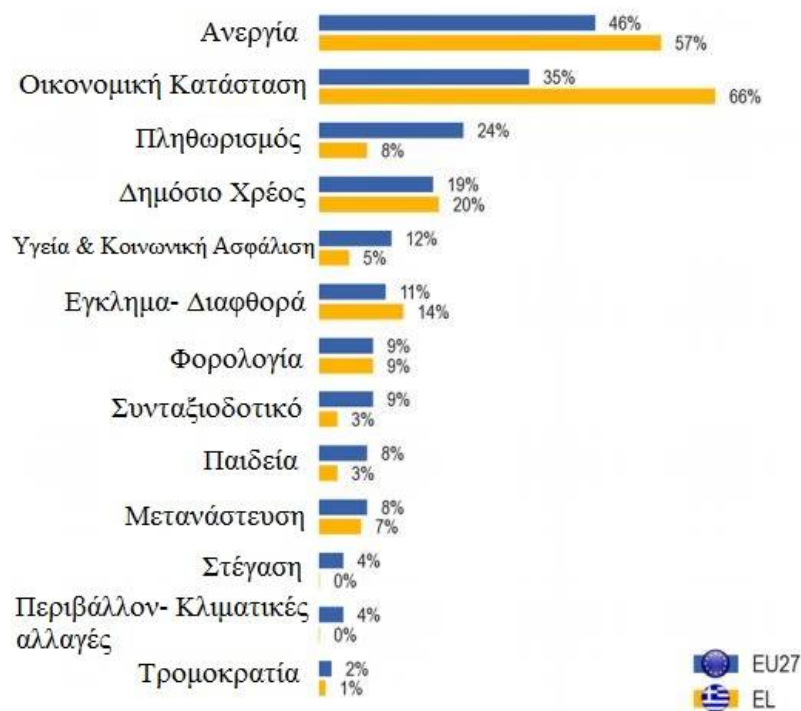
Πίνακας 1





# Πηγή: Ευρωβαρόμετρο, Ιούνιος 2012

Ποιά νομίζετε είναι τα 2 πιο σημαντικά θέματα που αντιμετωπίζει η χώρα σας αυτή τη στιγμή;



## Διάγραμμα 1





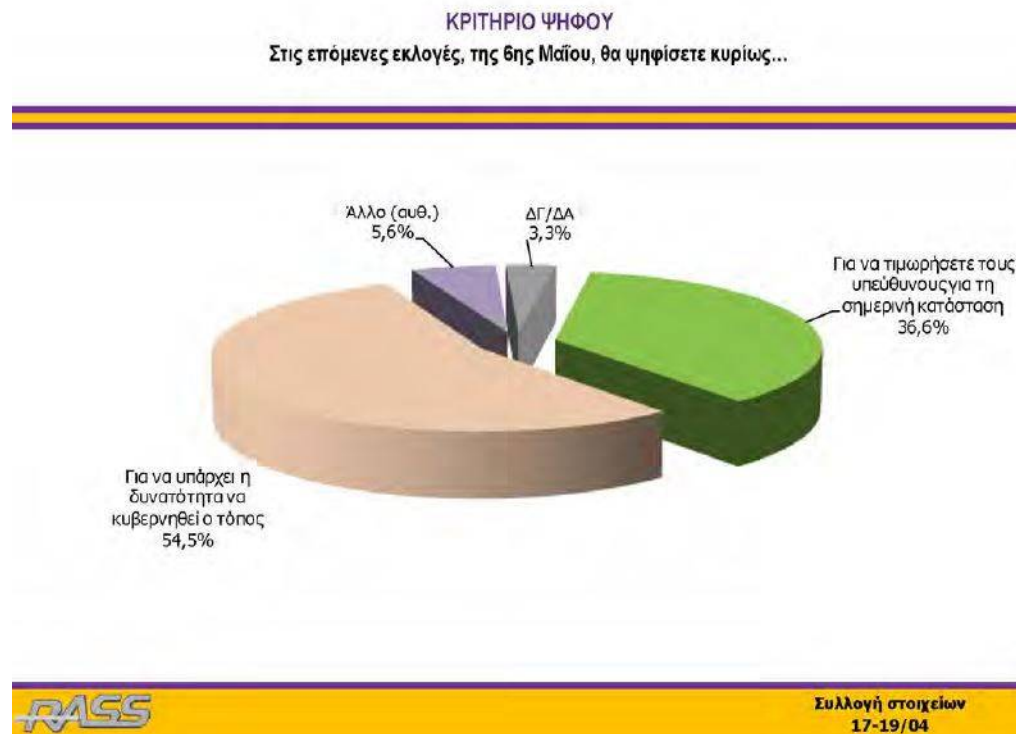
# 1. Priming στις Εκλογές Μαΐου 2012



Εικόνα 2: Πηγή:  
Real News,  
14/4/2014, MRB.



# 2. Priming στις Εκλογές Μαΐου 2012



**Εικόνα 3: Πηγή:  
Ελεύθερος Τύπος,  
20/4/2012, Rass.**



# Συμπεράσματα

- Τα θέματα που κυριάρχησαν ήταν κυρίως θέματα κρίσης.
- Τα θέματα που υπερίσχυσαν στα ΜΜΕ επηρέασαν και την κοινή γνώμη.
- Η οπτική γωνία με την οποία προβάλλονταν τα θέματα καθόρισε και την στάση των ψηφοφόρων.
- Αλλαγή κριτηρίων: από ιδεολογία-θέσεις σε τιμωρία- τέλος στην ισχύουσας πολιτική.
- Έπτα μνημονιακών κομμάτων (2) ανάδειξη νέων αντιμνημονιακών κομμάτων(4).



# Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων

- Το Έργο αυτό κάνει χρήση των ακόλουθων έργων:
- Διάγραμμα 1: Πηγή: Ευρωβαρόμετρο, Ιούνιος 2012.
- Εικόνα 1: Τίτλοι Εφημερίδων.
- Εικόνα 2: Πηγή: Real News, 14/4/2014, MRB.
- Εικόνα 3: Πηγή: Ελεύθερος Τύπος, 20/4/2012, Rass.



# Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεόδωρος Χατζηπαντελής. «Θέματα Εφαρμοσμένης Πολιτικής Ανάλυσης. Θέματα II». Έκδοση: 1.0. Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <http://eclass.auth.gr/courses/OCRS317/>.



# Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Μη Εμπορική Χρήση - Όχι Παράγωγα Έργα 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>







# Τέλος ενότητας

Επεξεργασία: Σωτήρογλου Μαρίνα  
Θεσσαλονίκη, Χειμερινό Εξάμηνο 2014-2015



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ  
*επένδυση στην κοινωνία της γνώσης*

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

# Σημειώματα

# Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

