



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ


Πολιτική (και) επικοινωνία

Ενότητα 1: Εισαγωγικά στη μελέτη της πολιτικής
επικοινωνίας

Ιωάννης Καραγιάννης
Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης

Η Πολιτική Επικοινωνία ως πεδίο επιστημονικής έρευνας

Ποικιλία ορισμών σχετικά με το τι είναι η πολιτική επικοινωνία:



«Η αποτελεσματική επικοινωνία σχετικά με την πολιτική».

B. MacNair 1998

«Η αλληλόδραση ανάμεσα στα ΜΜΕ και στα πολιτικά συστήματα σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο».

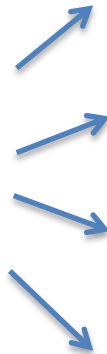
B. Franklin 1995

«Η ηθελημένη ή αθέλητη μεταβίβαση και παραγωγή μηνυμάτων, λεκτικής και εξω-λεκτικής φύσεως, που αναφέρονται στην άσκηση της πολιτικής εξουσίας από, μεταξύ και εντός των θεσμών του πολιτικού συστήματος, τα οποία επηρεάζουν τις ατομικές πολιτικές γνώμες, στάσεις και συμπεριφορές σε τοπική, εθνική και διεθνή κλίμακα».

N. Δεμερτζής 2002

Η Πολιτική Επικοινωνία ως πεδίο επιστημονικής έρευνας

Παράγοντες που καθιστούν σύνθετο το αντικείμενο της πολιτικής επικοινωνίας:



Πολλαπλότητα μορφών πολιτικής επικοινωνίας (διαφήμιση, προεκλογική εκστρατεία, «διαρροές», δημόσιες σχέσεις, προπαγάνδα, κ.λπ.)

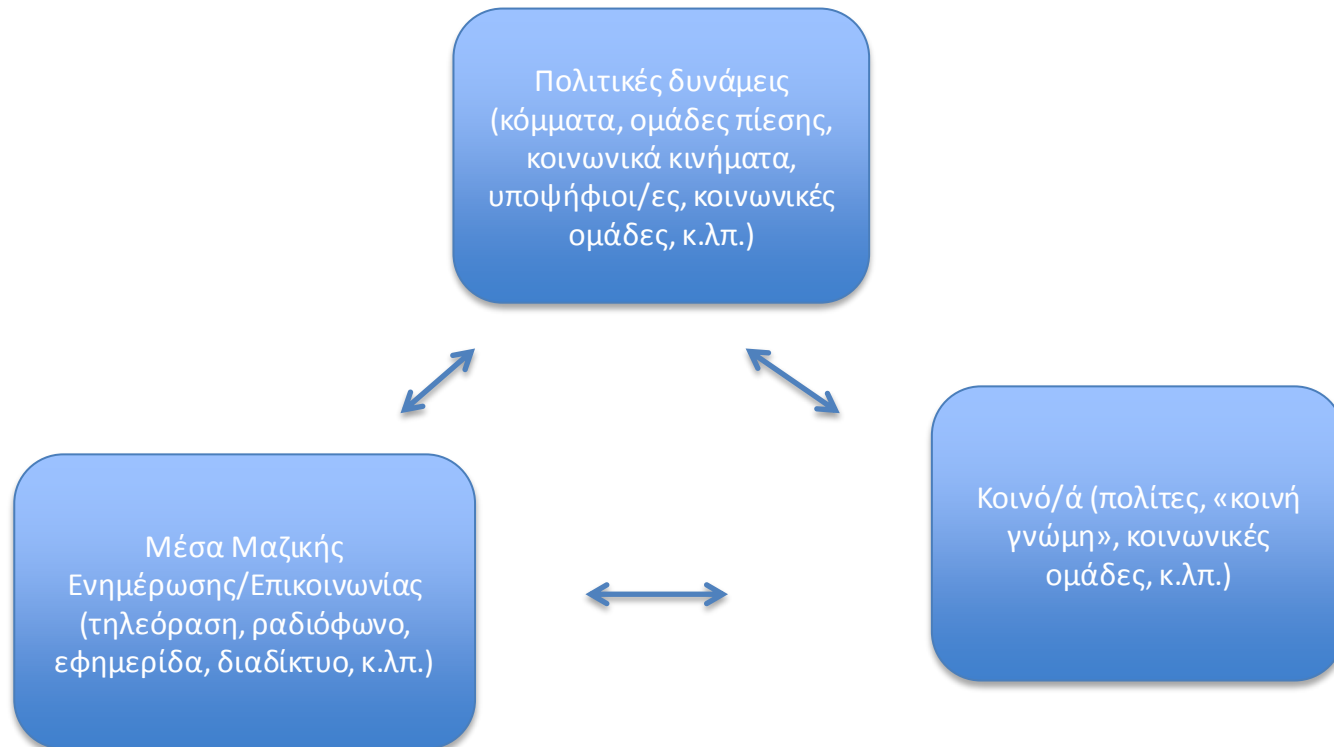
Πολλαπλότητα φορέων πολιτικής επικοινωνίας (πολιτικά κόμματα, ομάδες πίεσης, υποψήφιοι/ες, οργανισμοί, κυβερνήσεις, κ.λπ.)

Παρεμβολή συγγενών διαστάσεων (κουλτούρα, πολιτισμός, ιστορικότητα, συγκριτική προοπτική, κ.λπ.)

Πλαστικότητα του πολιτικού και επικοινωνιακού μηνύματος

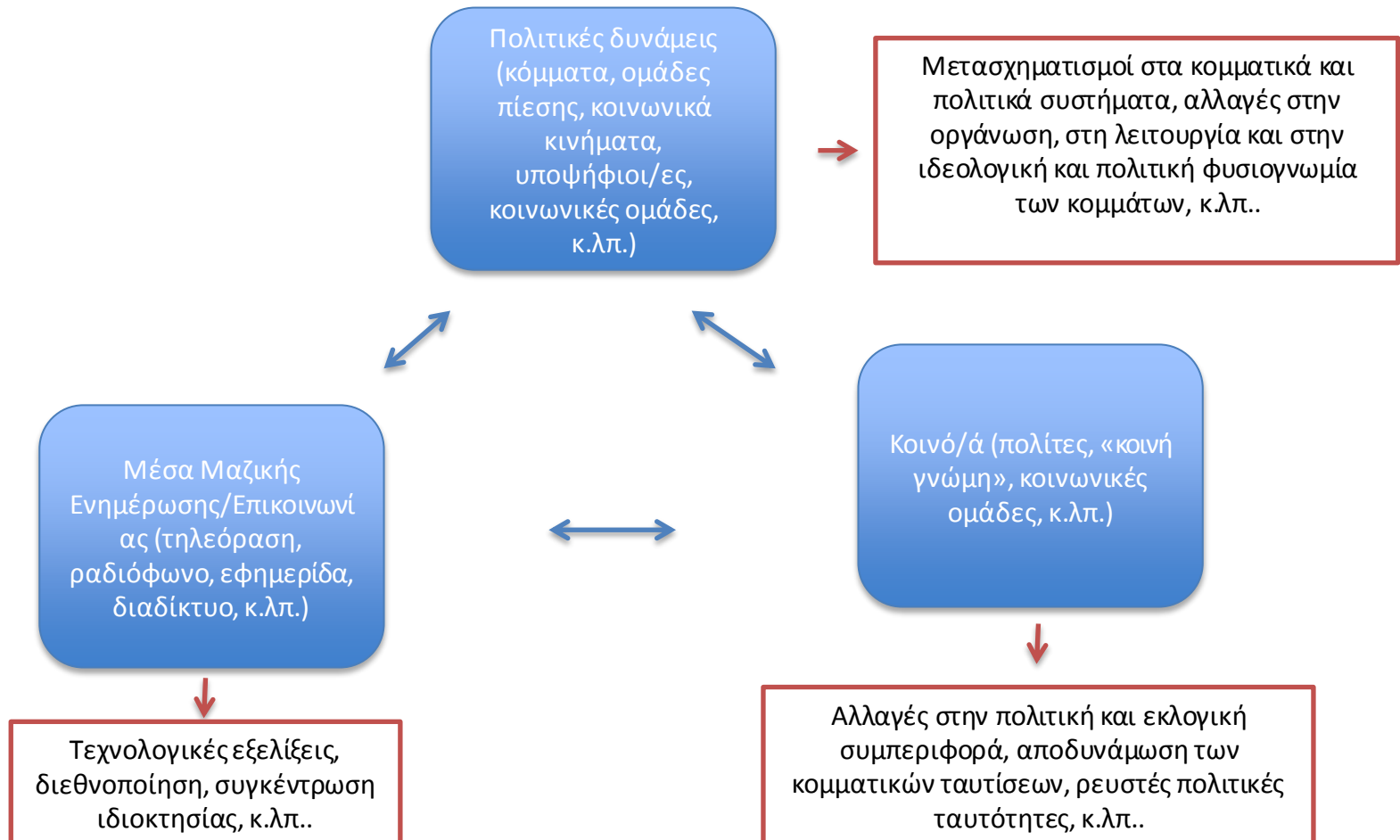
Η Πολιτική Επικοινωνία ως πεδίο επιστημονικής έρευνας

Η πολιτική επικοινωνία ως η συστηματική μελέτη σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο των σχέσεων ανάμεσα σε:



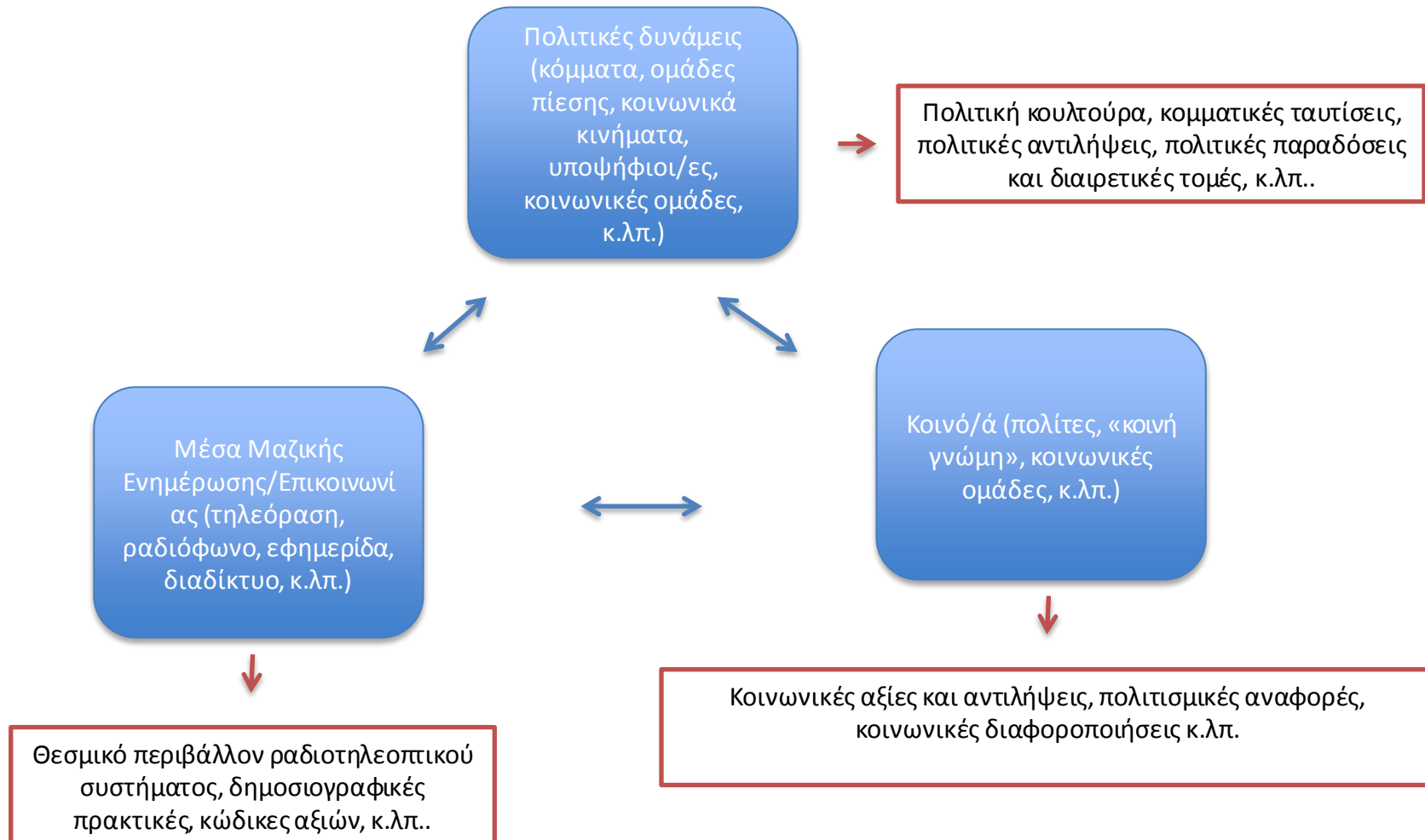
Η Πολιτική Επικοινωνία ως πεδίο επιστημονικής έρευνας

Οι σχέσεις ανάμεσα στα ΜΜΕ, στις πολιτικές δυνάμεις και στα κοινά αλλάζουν στο χρόνο:



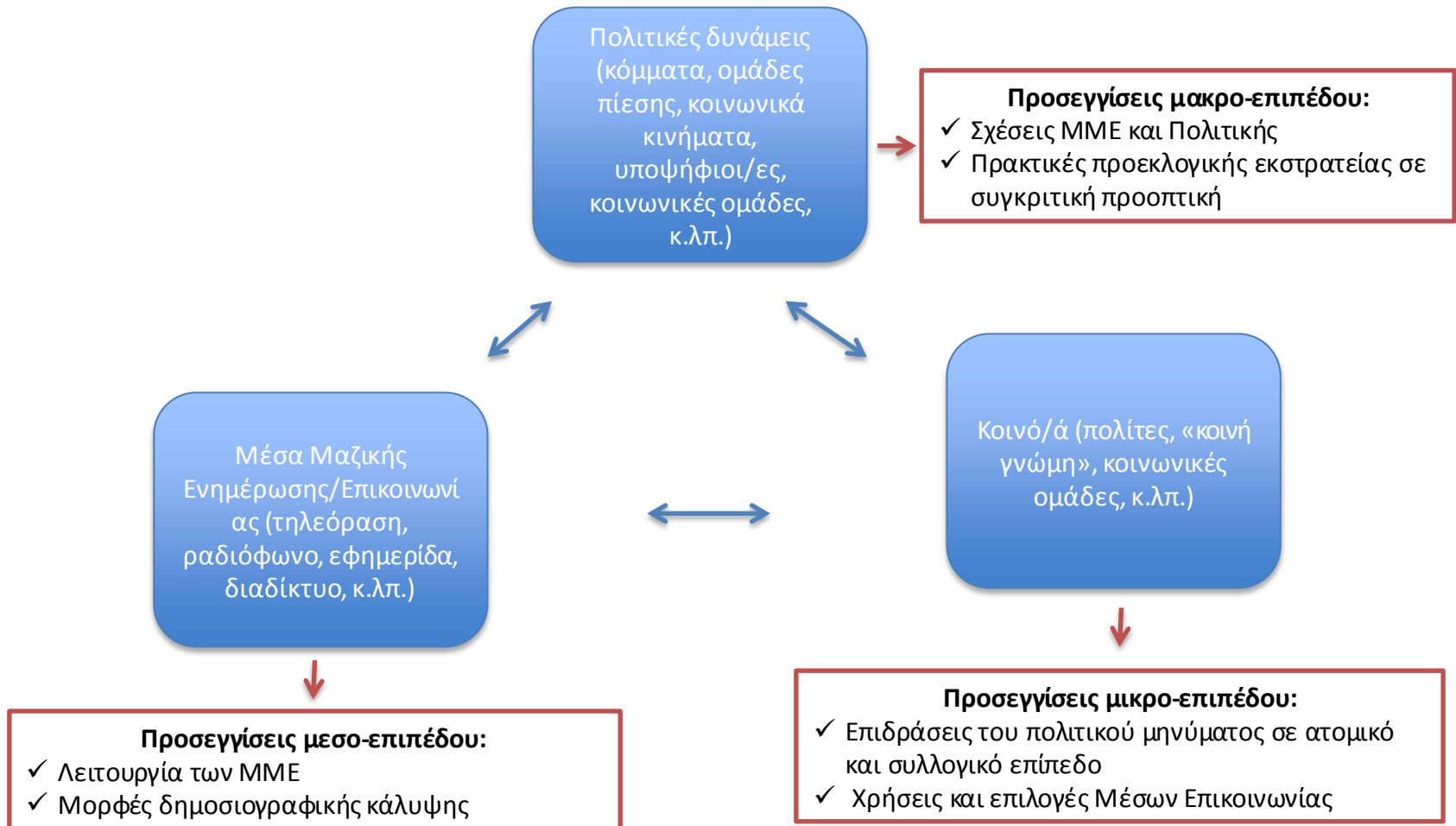
Η Πολιτική Επικοινωνία ως πεδίο επιστημονικής έρευνας

Οι σχέσεις ανάμεσα στα ΜΜΕ, στις πολιτικές δυνάμεις και στα κοινά αλλάζουν στο χώρο:



Η Πολιτική Επικοινωνία ως πεδίο επιστημονικής έρευνας

Η ανάλυση των σχέσεων ανάμεσα σε ΜΜΕ, πολιτικές δυνάμεις και κοινό διεξάγεται στο μικρο, μεσο και μακρο επίπεδο:



Η Πολιτική Επικοινωνία ως πεδίο επιστημονικής έρευνας

Βασικά χαρακτηριστικά της πολιτικής επικοινωνίας στις σύγχρονες συνθήκες:

➤ Κυριαρχία της τηλεόρασης και του διαδικτύου ως Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας

➤ Κυριαρχία της εικόνας και προσωποποίηση της πολιτικής

➤ Προσαρμογή του πολιτικού μηνύματος στη λογική των Μέσων. Ανταγωνιστική συμβίωση ανάμεσα σε πολιτική και ΜΜΕ

➤ Υψηλό κόστος προεκλογικής εκστρατείας

➤ Ζήτηση για εξειδικευμένα στελέχη επικοινωνίας και πολιτικούς αναλυτές

Η Πολιτική Επικοινωνία ως πεδίο επιστημονικής έρευνας

Ενδεικτικά ερωτήματα και κατευθύνσεις έρευνας στη σύγχρονη πολιτική επικοινωνία:

Η σύγχρονη πολιτική επικοινωνία ενισχύει τον κυνισμό έναντι της πολιτικής και αποθαρρύνει την πολιτική συμμετοχή ή όχι;

Ποιες επιπτώσεις έχει η λειτουργία των ΜΜΕ στο πολιτικό-κομματικό σύστημα και στη δημοκρατία;

Με ποιες διαδικασίες και ποιους μηχανισμούς επιδρούν τα ΜΜΕ στην πολιτική-εκλογική συμπεριφορά και σε ποιο βαθμό;

Ποιες τάσεις ομογενοποίησης καταγράφονται στις σύγχρονες πρακτικές πολιτικής επικοινωνίας και ποιες είναι οι ενδεχόμενες ιδεολογικές και πολιτικές επιπτώσεις τους;

Τέλος Ενότητας



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Κρήτης**» 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.



Σημειώματα

Σημείωμα αδειοδότησης

- Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση, Όχι Παράγωγο Έργο 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».



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

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

Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Κρήτης, Ιωάννης Καραγιάννης 2015. «Πολιτική (και) επικοινωνία. Εισαγωγικά στη μελέτη της πολιτικής επικοινωνίας». Έκδοση: 1.0. Ρέθυμνο 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <https://opencourses.uoc.gr/courses/course/view.php?id=358>

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.