



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

Πολιτική (και) επικοινωνία

Ενότητα 8: Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και
χαρακτηριστικά

Ιωάννης Καραγιάννης
Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης

Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και χαρακτηριστικά

Περιοδολόγηση της προεκλογικής εκστρατείας Ι: (J.G. Blumler & D. Kavanagh)

Φάση Α΄: Δεκαετίες 40΄ & 50΄

- ✓ Το πολιτικό σύστημα διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της κοινωνικής δυναμικής
- ✓ Το πολιτικό και κομματικό σύστημα διαμορφώνεται βάσει ευδιάκριτων κοινωνικών διαιρέσεων (social cleavages)
- ✓ Η κοινωνική και πολιτική εκπροσώπηση συνδέεται με ισχυρές κομματικές ταυτίσεις (party identification)
- ✓ Υψηλός βαθμός εμπιστοσύνης στους πολιτικούς θεσμούς και υπαγωγή της πολιτικής επικοινωνίας στο δοσμένο πλαίσιο πολιτικών πεποιθήσεων

Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και χαρακτηριστικά

Περιοδολόγηση της προεκλογικής εκστρατείας Ι: (J.G. Blumler & D. Kavanagh)

Φάση Α΄: Δεκαετίες 40΄ & 50΄

- Τα πολιτικά μηνύματα κατά τη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας είναι «ουσιαστικά» (substantive)
- Τα πολιτικά μηνύματα έχουν σχετικώς εύκολη πρόσβαση στα ΜΜΕ
- Παρά την «ουσιαστική» δημόσια συζήτηση ανάμεσα σε εναλλακτικά πολιτικά σχέδια οι εκλογικές προτιμήσεις καθορίζονται περισσότερο βάσει των ισχυρών κομματικών επιλογών και ταυτίσεων

Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και χαρακτηριστικά

Περιοδολόγηση της προεκλογικής εκστρατείας Ι: (J.G. Blumler & D. Kavanagh)

Φάση Β΄: Δεκαετία 60΄

- ⊙ Μείωση της «επιλεκτικής έκθεσης» (selective exposure) στην κομματική προπαγάνδα (κρατική τηλεόραση, μείωση των κομματικών εντύπων, λεσχών και οργανώσεων)
- ⊙ Η κρατική τηλεόραση αναδεικνύεται σε βασικό «τόπο» πολιτικής επικοινωνίας
- ⊙ Η τηλεόραση διεισδύει σε απομακρυσμένα «κοινά» και αυξάνει τους αποδέκτες των πολιτικών μηνυμάτων
- ⊙ Οι τηλεοπτικές ειδήσεις αναδεικνύονται σε βασικό μηχανισμό βραχυπρόθεσμης επιρροής (τρόπος παρουσιάσης των γεγονότων, κ.λπ.)

Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και χαρακτηριστικά

Περιοδολόγηση της προεκλογικής εκστρατείας Ι: (J.G. Blumler & D. Kavanagh)

Φάση Β΄: Δεκαετία 60΄

- ✓ Προσαρμογή των κομμάτων στις απαιτήσεις της τηλεόρασης και τη θεματολογία της (ενημερώσεις, συνεντεύξεις, δελτία τύπου, κ.λπ.)
- ✓ Υπαγωγή της προεκλογικής εκστρατείας σε επιστημονικές μεθόδους, κινητοποίηση εξειδικευμένων στελεχών επικοινωνίας και προσαρμογή του πολιτικού μηνύματος στις διαθέσεις του εκλογικού σώματος: οι αφηρημένοι και γενικοί κοινωνικοί στόχοι και οραματισμοί εγκαταλείπονται
- ✓ Η άμεση και απροσημάτιστη επικοινωνία σκέψεων, σχεδίων και προθέσεων των πολιτικών ηγετών προς το εκλογικό σώμα αποθαρρύνεται

Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και χαρακτηριστικά

Περιοδολόγηση της προεκλογικής εκστρατείας Ι: (J.G. Blumler & D. Kavanagh)

Φάση Γ: Δεκαετία 90

- Η «επαγγελματοποίηση» (professionalization) της πολιτικής επικοινωνίας εντείνεται όπως και ο σχετικός ανταγωνισμός
- Διατυπώνεται μια αντι-ελιτιστική διάθεση με στόχο την επιρροή του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού ψηφοφόρων

Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και χαρακτηριστικά

Περιοδολόγηση της προεκλογικής εκστρατείας II: (P. Norris)

Προ-νεωτερικό στάδιο (Α' μισό του 20^{ου} αιώνα)

- ❖ Αποκεντρωμένη-τοπική προεκλογική εκστρατεία
- ❖ Εθελοντική εμπλοκή κομματικών μελών στο σχεδιασμό και την υλοποίηση της προεκλογικής εκστρατείας και απουσία εξειδικευμένων στελεχών (εκστρατείες «εντάσεως εργασίας»)
- ❖ Προώθηση των πολιτικών μηνυμάτων μέσω διαπροσωπικών επαφών και συγκεντρώσεων και λιγότερο με χρήση ΜΜΕ (ραδιόφωνο, εφημερίδα)
- ❖ Η προεκλογική εκστρατεία σχεδιάζεται επί τούτου (ad hoc) λίγο πριν τις εκλογές και δεν αποτελεί συνεχή διαδικασία που κορυφώνεται κατά τη διάρκειά τους

Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και χαρακτηριστικά

Περιοδολόγηση της προεκλογικής εκστρατείας II: (P. Norris)

Σύγχρονο στάδιο (Β' μισό του 20^{ου} αιώνα)

- Συγκεντρωτισμός στο σχεδιασμό της προεκλογικής εκστρατείας
- Εξειδικευμένοι σύμβουλοι επικοινωνίας (προεκλογική εκστρατεία «εντάσεως κεφαλαίου»)
- Έμφαση στη σχέση πολιτικός-ψηφοφόρος εις βάρος της σχέσης κόμμα-ψηφοφόρος
- Εξάπλωση των δημοσκοπήσεων ως εργαλείο καταγραφής των διαθέσεων των εκλογέων που έχουν σε μεγάλο βαθμό απομακρυνθεί από τα κόμματα

Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και χαρακτηριστικά

Περιοδολόγηση της προεκλογικής εκστρατείας II: (P. Norris)

Μετα-νεωτερικό στάδιο (21^{ος} αιώνας)

- ◆ Επέκταση της χρήσης του Διαδικτύου
- ◆ Περαιτέρω ενίσχυση του ρόλου των εξειδικευμένων συμβούλων στη χάραξη της πολιτικής επικοινωνίας
- ◆ Διαρκής -αν και χαλαρή- προεκλογική εκστρατεία
- ◆ Περαιτέρω κερματισμός του πολιτικού μηνύματος προς το κερματισμένο εκλογικό σώμα

Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και χαρακτηριστικά

«Εξαμερικανισμός»(;) της προεκλογικής εκστρατείας

- ⌘ Καταγραφή τάσεων εξομοίωσης/ομογενοποίησης της πολιτικής επικοινωνίας και του προεκλογικού αγώνα (μηχανισμοί, περιεχόμενα, πρακτικές)
- ⌘ Διϊστάμενες απόψεις αναφορικά με τον «εξαμερικανισμό» (Americanization) της πολιτικής επικοινωνίας
- ⌘ Η μελέτη των διαδικασιών εξομοίωσης/ομογενοποίησης της πολιτικής επικοινωνίας συνδέεται με ποικίλους παράγοντες (πολιτικό σύστημα, θεσμικό περιβάλλον, πολιτική κουλτούρα, τεχνολογικές εξελίξεις, κοινωνικοοικονομικός εκσυγχρονισμός, κ.λπ.)

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. Η προεκλογική εκστρατεία: Εξελίξεις και χαρακτηριστικά».
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.