

Πρόλογος των επιμελητών του αφιερώματος

Η αντιπαράθεση της νέας κυβέρνησης με τους δανειστές και σχεδόν με το σύνολο των κυβερνήσεων των χωρών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εφεξής ΕΕ) σχετικά με το χρέος που ταλανίζει τη χώρα, η προκήρυξη της διεξαγωγής του δημοψηφίσματος, η επιβολή των κεφαλαιακών ελέγχων και εν γένει η αγωνία για την επόμενη ημέρα συμπύκνωσαν έντονα τον πολιτικό χρόνο. Πέραν τούτων, για πρώτη φορά στη μεταπολιτευτική ιστορία της χώρας καταγράφονται τρεις μέγιστης σημασίας εκλογικές αναμετρήσεις, όπως πραγματοποιηθήκαν τους εννέα πρώτους μήνες του 2015, δηλαδή μια εκλογική αναμέτρηση ανά περίπου τρεις μήνες. Από τις τρεις εκλογές η ενδιάμεση ήταν το γνωστό δημοψήφισμα, το πρώτο μετά τη Μεταπολίτευση.

Στην ουσία, οι εκλογές και οι συναφείς προεκλογικές εκστρατείες καθόρισαν σε σημαντικό βαθμό τη δημόσια επικοινωνία της χώρας. Ωστόσο, οι καμπάνιες παρουσιάζουν, μεταξύ άλλων, τα εξής χαρακτηριστικά: Λένε σε κάθε εν δυνάμει ψηφοφόρο αυτό ακριβώς που θέλει να ακούσει, με σκοπό να τον «οδηγήσουν» στις κάλπες, προσφέροντάς του ένα νέο κοινωνικό συμβόλαιο, που όμως ξεχνιέται την επομένη των εκλογών. Υπό αυτή την έννοια, και στις τρεις εκλογικές αναμετρήσεις, μεγάλα και μικρά κόμματα, οπαδοί του «Ναι» και του «Όχι», κατέκλυσαν, βομβάρδισαν κυριολεκτικά το εκλογικό σώμα με υποσχέσεις και λύσεις, όπως ακριβώς γινόταν και στο παρελθόν.

Το αποτέλεσμα είναι σε όλους γνωστό. Το ζητούμενο όμως είναι πώς η πολιτική θα κατορθώσει να προκαλέσει το ενδιαφέρον των απλών πολιτών όπως στο παρελθόν, αφού, όπως τουλάχιστον δείχνουν οι δημοσκοπήσεις –οι οποίες σε όλες τις αναμετρήσεις του 2015 υπέστησαν οδυνηρή ήττα ως προς τις εκτιμήσεις τους– ολοένα και περισσότεροι τείνουν να μην πολυπιστεύουν ότι οι πολιτικοί θα θέσουν κατά μέρος το κομματικό και το προσωπικό συμφέρον, και θα προτάξουν τη σωτηρία της χώρας.

Το παρόν διπλό τεύχος είναι αφιερωμένο, αφενός, στις εκλογές που έλαβαν χώρα το 2015, και αφετέρου, στη δημοσιονομική κρίση της χώρας, όπως καταγράφεται από τα ΜΜΕ, ελληνικά και διεθνή, και στους τρόπους με τους οποίους τη βιώνει η ελληνική κοινωνία.

Η Ορσαλία Κασσαβέτη και ο Στέλιος Παπαθανασόπουλος στο κείμενό τους αναλύουν και συγκρίνουν τις τηλεοπτικές πολιτικές διαφημίσεις της Νέας Δημοκρατίας (εφεξής ΝΔ) και του Συνασπισμού της Ριζοσπαστικής Αριστεράς (εφεξής ΣΥΡΙΖΑ) στις εκλογικές αναμετρήσεις του Ιανουαρίου και του Σεπτεμβρίου του 2015.

Καθώς ζούμε στην εποχή των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, και ο πολιτικός κόσμος, εκών άκων, στρέφεται σε αυτά τα νέα Μέσα, η Μαρία Ξενοφώντος και η Ιουλία Ντάγκα αναλύουν τα μηνύματα των δύο μεγαλύτερων κομμάτων στις εκλογές του Ιανουαρίου. Υποστηρίζουν ότι το Twitter αξιοποιήθηκε κυρίως για την προώθηση πολιτικών θέσεων και την παραγωγή επιθέσεων, ενώ το Facebook για την προώθηση εικόνων (κόμματος και αρχηγού).

Ο Αχιλλέας Καραδημητρίου και η Ηλιάνα Γιαννούλη διερευνούν την τηλεοπτική κάλυψη των προ- εκλογικών εκστρατειών, τόσο του Ιανουαρίου, όσο και του Σεπτεμβρίου, όπως αυτή αποτυπώθηκε μέσα από τα κεντρικά δελτία ειδήσεων των τριών μεγαλύτερων

καναλιών εθνικής εμβέλειας (ANT1, MEGA, ALPHA). Ειδικότερα, η έρευνα εστιάζει το ενδιαφέρον της σε τρεις κεντρικούς άξονες:

α) στην ανάδειξη των πολιτικών προσώπων και κομμάτων, που κατόρθωσαν να αποσπάσουν τα μεγαλύτερα ποσοστά τηλεοπτικής κάλυψης,

β) στην καταγραφή των βασικών θεμάτων της ημερήσιας ατζέντας των δελτίων ειδήσεων κατά τη διάρκεια των δύο προεκλογικών περιόδων και

γ) στη μελέτη των ερμηνευτικών σχημάτων και τακτικών που αξιοποιήθηκαν για την κάλυψη των ειδήσεων αναφορικά με την εκλογική διαδικασία εν γένει.

Ο Αθανάσιος Ν. Σαμαράς, ο Κυριάκος Κολοβός και η Νίκη Παπαγιάννη εστιάζονται στις επικοινωνιακές στρατηγικές αποδόμησης του ήθους χρησιμοποιώντας τον κοινοβουλευτικό λόγο και συζήτηση με αφορμή το δημοψήφισμα της 5ης Ιουλίου 2015.

Η Ρόη Παναγιωτοπούλου ασχολείται με τις αφηγήσεις των προεκλογικών εκστρατειών των εκλογών του 2012 και του 2015, που υιοθετήθηκαν από τα διεθνή ΜΜΕ, και καταδεικνύει το πλαίσιο της πολιτικής προπαγάνδας που χρησιμοποιήθηκε πριν από και αμέσως μετά τις εκλογικές αναμετρήσεις.

Τα επόμενα κείμενα στρέφονται στη δημοσιονομική κρίση που διέπει την Ελλάδα την τελευταία πενταετία.

Η Μπετίνα Ντάβου εστιάζει την προσοχή της στο συναισθηματικό κλίμα που δημιούργησε η δημοσιονομική κρίση την τελευταία εξαετία. Παρουσιάζει δύο σχετικές έρευνες που επικεντρώνονται στο συναισθηματικό κλίμα της κρίσης και στον βαθμό στον οποίο επηρεάζει παραμέτρους της ανθρώπινης στάσης και συμπεριφοράς, καθώς και στον τρόπο με τον οποίο οι ίδιοι οι πολίτες βιώνουν την κρίση, στα συναισθήματα που τους γεννά και στους τρόπους με τους οποίους δρουν (ή απέχουν) για να αντιμετωπίσουν την κατάσταση.

Ο Στέλιος Παπαθανασόπουλος και ο Αχιλλέας Καραδημητρίου καταγράφουν τη στάση οκτώ έγκριτων εφημερίδων από τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες (Βρετανία, Γαλλία, Γερμανία και Ισπανία) απέναντι στη δημοσιονομική κρίση της Ελλάδας. Η έρευνα αποσκοπεί στο να διαπιστώσει πόσο αρνητικά ή θετικά χρωματισμένο ήταν το δημοσιογραφικό πλαίσιο μέσα στο οποίο το ελληνικό πρόβλημα έγινε γνωστό στο ευρύ κοινό, καθώς και τις διαβαθμίσεις που προσέλαβαν οι αναπαραστάσεις των ξένων εντύπων.

Στο τμήμα του περιοδικού «Έρευνες και Μελέτες στα Μέσα Επικοινωνίας» ο Διονύσης Πάνος και η Στέλλα Θεοχάρους εξετάζουν το δίλημμα της δημοσίευσης ή μη ακραίων εικόνων από τα ΜΜΕ, όπως στην περίπτωση των οπτικών παραγωγών του ISIS, η οποία θέτει σε δοκιμασία τις δεδομένες δεοντολογικές πρακτικές των δυτικών ΜΜΕ, τόσο των παραδοσιακών, όσο και των νεότερων.

Ο Κοσμάς Παναγιωτίδης και ο Ανδρέας Βέγλης εστιάζονται στην παρουσίαση και την ανάλυση εφαρμογών και εργαλείων σημασιολογικής τεχνολογίας, που είναι πλέον απαραίτητα για τον σύγχρονο δημοσιογράφο.

Τέλος, ο Ευάγγελος Λιότζης εξετάζει τη συζήτηση σε σχέση με τις επιδράσεις που ασκούνται από την κατανάλωση πορνογραφικού περιεχομένου. Στη βάση αυτή, προκρίνεται ένας συγκεκριμένος τρόπος υιοθέτησης των ευρημάτων των ερευνών επιδράσεων και αναδεικνύεται περαιτέρω το αίτημα για διεπιστημονικές προσεγγίσεις στη μελέτη της πορνογραφίας.

Παρόλες τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει η επιστημονική κοινότητα μαζί με ολόκληρη την κοινωνία λόγω της κρίσης, η επιστημονική παραγωγή συνεχίζει –μειωμένη μεν, αλλά ουσιαστική– να συνεισφέρει στον προβληματισμό για την εξέλιξη της επικοινωνίας και των ΜΜΕ στη χώρα μας. Στις σελίδες ενημέρωσης αναφέρονται το πρόγραμμα διά βίου μάθησης «Κωστής Παλαμάς», όπως εκπονήθηκε από το ΕΚΠΑ, και η χορηγία Σταθόπουλου στο Τμήμα ΕΜΜΕ του ΕΚΠΑ για την εκπόνηση ερευνών γύρω από τα ΜΜΕ. Στο τέλος του διπλού αυτού τεύχους παρουσιάζονται επίσης βιβλιοκρισίες.

ΣΤΕΛΙΟΣ ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ

ΡΟΗ ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ