



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Σχολή Επικοινωνίας και Μέσων
Ενημέρωσης

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**«ΠΡΟΕΔΡΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ 2018: ΑΝΑΛΥΣΗ ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ
ΚΑΙ ΠΛΑΙΣΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΟΚΥΠΡΙΑΚΗΣ ΕΝΤΥΠΗΣ ΚΑΙ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑΣ»**

Μάριος Κωνσταντίνου

Λεμεσός, Μάιος 2018

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Πτυχιακή Εργασία

«ΠΡΟΕΔΡΙΚΕΣ ΕΚΛΟΓΕΣ 2018: ΑΝΑΛΥΣΗ ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ
ΠΛΑΙΣΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΟΚΥΠΡΙΑΚΗΣ ΕΝΤΥΠΗΣ ΚΑΙ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑΣ»

Μάριος Κωνσταντίνου

Επιβλέπων Καθηγητής:
Δρ. Ευριπίδης Αντωνιάδης

Λεμεσός, Μάιος 2018

Πνευματικά Δικαιώματα

Copyright© Μάριος Κωνσταντίνου, 2018

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του ΤΕΠΑΚ δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου Δρ. Ευριπίδη Αντωνιάδη, για την επικοινωνιακή ηθική και ακαδημαϊκή υποστήριξη που μου παρείχε καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας. Χωρίς τη διαρκή καθοδήγηση και πολύτιμη βοήθεια του δεν θα ήταν εφικτή η διεκπεραίωση της πτυχιακής εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «Προεδρικές Εκλογές 2018: Ανάλυση Θεματολογίας και Πλαισίωσης της Ελληνοκυπριακής Ειδησεογραφίας» εκπονήθηκε από τον Μάριο Κωνσταντίνου, φοιτητή του Η' εξαμήνου του Τμήματος Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου υπό την επίβλεψη του Δρ. Ευριπίδη Αντωνιάδη και ολοκληρώθηκε τον Μάιο του 2018.

Ο ρόλος των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης κατά τη διάρκεια των προεδρικών εκλογών κρίνεται ως εξαιρετικά σημαντικός, καθώς αποτελεί τον κυρίαρχο διαμορφωτή της ειδησεογραφίας και της δημόσιας επικοινωνίας. Στο πλαίσιο αυτό, τόσο η κοινωνία των πολιτών όσο και οι πολιτικοί δρώντες, αποτελούν τους δύο επιπλέον συντελεστές στο τρίγωνο της διαμόρφωσης και επιρροής της επικοινωνίας για τα κοινωνικά τεκταινόμενα.

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η διερεύνηση της θεματολογίας και της πλαισίωσης της Ελληνοκυπριακής έντυπης και διαδικτυακής ειδησεογραφίας. Συγκεκριμένα, στην έρευνα αυτή εξετάζεται η βασική θεματολογία που εντοπίστηκε στα έντυπα και διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης κατά την προεκλογική περίοδο των προεδρικών εκλογών της Κύπρου το 2018. Τα Μέσα ενημέρωσης που επιλέχθηκαν προς ανάλυση ήταν οι εφημερίδες *Ο Φιλελεύθερος* και *Πολίτης*, καθώς και οι διαδικτυακές ενημερωτικές ιστοσελίδες *Sigmalive* και *Ant1 Iwo*, λόγω και του υψηλού ποσοστού αναγνωσιμότητας που παρουσίασαν. Επίσης, η έρευνα εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο πλαισιώθηκαν τα θέματα των ειδήσεων που εμφανίστηκαν. Επιδίωξη της παρούσας έρευνας είναι να δώσει απαντήσεις στα πιο πάνω ερωτήματα, εμπλουτίζοντας με αυτό τον τρόπο το ερευνητικό κενό που εντοπίζεται στην υπάρχουσα βιβλιογραφία.

Από θεωρητικής πλευράς, η παρούσα πτυχιακή εργασία υιοθετεί τις θεωρίες της Θεματολογίας και Πλαισίωσης, καθώς ως αλληλένδετες μπορούν να εξηγήσουν συνδυαστικά το ερευνητικό θέμα. Επιπλέον, για τους σκοπούς της έρευνας εφαρμόστηκε μεικτή μεθοδολογική προσέγγιση, με την έρευνα να υιοθετεί την ποσοτική ανάλυση περιεχομένου και την πλαισίωση.

Τα ευρήματα της έρευνας κατέδειξαν ότι στη θεματολογία των Μέσων κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου, κυριάρχησε μια ευρεία σειρά θεμάτων καθώς συνολικά εμφανίστηκαν τριάντα τρεις θεματικές κατηγορίες. Τα θέματα τα οποία είχαν την μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης στη θεματολογία των Μέσων ήταν η οικονομία,

τα εσωκομματικά ζητήματα, τα αποτελέσματα των εκλογών, οι αναλύσεις των εκστρατειών των υποψηφίων, το Κυπριακό πρόβλημα καθώς και τα θέματα υγείας.

Στην περίπτωση της οικονομίας διαπιστώθηκε ότι ο πιο διαδεδομένος τρόπος πλαισίωσης ήταν μέσω του πλαισίου οικονομικών συνεπειών, για τα εσωκομματικά ζητήματα το πλαίσιο παιχνιδιού, για τα αποτελέσματα των εκλογών και για το Κυπριακό πρόβλημα η συγκρουσιακή πλαισίωση, ενώ για τις αναλύσεις των εκστρατειών των υποψηφίων και για τα θέματα υγείας το ανθρωποκεντρικό πλαίσιο. Παράλληλα, αξίζει να σημειωθεί ότι συνολικά για τα Μέσα ενημέρωσης που επιλέγηκαν προς ανάλυση, οι πιο διαδεδομένοι τρόποι παρουσίασης των θεματικών κατηγοριών που εμφανίστηκαν ήταν μέσα από το πρίσμα της στρατηγική, οικονομικής και επεισοδιακής πλαισίωση.

Επιπρόσθετα, μέσα από την έρευνα επιβεβαιώνονται οι κonstrouκτιβιστικές και κριτικές προσεγγίσεις που σχετίζονται με το συγκεκριμένο ερευνητικό πεδίο. Έτσι, αποδεικνύεται ότι τα διάφορα θέματα δύναται να πλαισιώνονται με ποικίλους τρόπους, έτσι που να διαμορφώνεται μια αντιληπτή πραγματικότητα. Τέλος, επισημαίνεται ότι το συγκεκριμένο ερευνητικό πεδίο μπορεί να αποτελέσει βάση για μελλοντικές έρευνες, οι οποίες θα εμβαθύνουν στην περαιτέρω ανάδειξη των προβληματικών όψεων που εντοπίζονται στην υπάρχουσα βιβλιογραφία.

Λέξεις Κλειδιά: Προεδρικές εκλογές 2018, Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, θεματολογία, πλαισίωση, ειδησεογραφία, ειδήσεις

ABSTRACT

The role of the media during the presidential election is considered to be extremely important as it is the dominant form factor of news and public communication. In this context, both civil society and political actors are the two additional players in the triangle of shaping and influencing communication for social issues.

The purpose of this thesis is to investigate the agenda and the way in which the news of Greek Cypriot print and online news were framed. Specifically, this research examines the main topics identified in the printed and online media during the pre-election period of the presidential elections in Cyprus in 2018. Also, this research focuses on how the issues of the news appeared. This research seeks to answer the above questions, thus enriching the research gap found in the existing literature.

From a theoretical point of view, this thesis adopts the theories of the Agenda Setting and Framing, because as interrelated theories they can explain the research theme. In addition, for the purposes of the survey, a mixed methodological approach was applied, with the research adopting quantitative content analysis and framing.

The findings of the research showed that the Media Agenda during the pre-election period included a wide range of topics, as total appeared thirty - three thematic categories. The topics that had the highest frequency appearance in the media were the economy, internal issues, election results, candidates' campaign analyses, the Cyprus problem and health issues. In the case of the economy, it was found that the most widespread way of framing was through the economic frame, on the internal issues was the game frame, on the results of the elections and the Cyprus problem, was the conflicting frame, while for the analyses of the candidates' campaigns and the health issues was the human interest frame. Also, it is worth noting that for the media selected for analysis, the most widespread ways of presenting the thematic categories that emerged were through the game, economic and episodic frames.

Furthermore, through the research are confirmed the constructivist and critical approaches which are related to this field of research. In particular, it turns out that the various topics can be framed in a variety of ways, so that a perceived reality is formed. Finally, this field of research may provide a basis for future researches, which will further deepen to the problematic aspects identified in the existing literature.

Key Words: Presidential elections 2018, mass media, agenda setting, framing, news

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ:

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	v
ABSTRACT.....	vii
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	viii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	x
ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ	xi
1. Εισαγωγή	1
2. Περιγραφή Προβλήματος – Αναγκαιότητα Μελέτης.....	3
3. Βιβλιογραφική Επισκόπηση	4
3.1. Θεματολογία των Μέσων Κατά τη Διάρκεια Προεδρικών Εκλογών	4
3.2. Επιδράσεις Θεματολογίας των Μέσων.....	5
3.3. Κατηγορίες Ειδησεογραφικών Πλαισίων	6
4. Θεωρητικό Υπόβαθρο	9
4.1. Θεωρία Ημερήσιας Διάταξης / Θεματολογίας (Agenda Setting)	9
4.2. Θεωρία Πλαισίωσης (Framing)	11
5. Ερευνητικά Ερωτήματα.....	13
6. Μεθοδολογία.....	14
6.1. Επιλογή Δείγματος.....	14
6.2. Ερευνητική Διαδικασία.....	15
7. Αποτελέσματα.....	18
7.1. Θεματολογία των Μέσων.....	18
7.2. Θεματολογία και Ειδησεογραφικά Πλαίσια	26
7.3. Συχνότητα Εμφάνισης Πλαισίων	34
8. Συμπεράσματα	36
8.1. Συζήτηση Αποτελεσμάτων.....	36
8.2. Περιορισμοί Έρευνας.....	41
8.3. Προτάσεις για Μελλοντικές Έρευνες	41

Βιβλιογραφία	43
Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία.....	43
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία.....	43
Ηλεκτρονικές Αναφορές	48
Παράρτημα	51
Κωδικολόγιο 1: Θεματικές Κατηγορίες των Ειδήσεων	51
Κωδικολόγιο 2: Κατηγορίες Ειδησεογραφικών Πλαισίων	53

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Σύνολο Ειδήσεων ανά Εβδομάδα και Μέσο.....	16
Πίνακας 2: Θεματικές Κατηγορίες Ειδήσεων και Συχνότητα Εμφάνισης – <i>Ο Φιλελεύθερος</i>	18
Πίνακας 3: Θεματικές Κατηγορίες Ειδήσεων και Συχνότητα Εμφάνισης - <i>Πολίτης</i>	20
Πίνακας 4: Θεματικές Κατηγορίες Ειδήσεων και Συχνότητα Εμφάνισης - <i>Sigmalive</i> ..	21
Πίνακας 5: Θεματικές Κατηγορίες Ειδήσεων και Συχνότητα Εμφάνισης - <i>Ant1 Iwo</i> ...	23
Πίνακας 6: Αναλυτική Συχνότητα Εμφάνισης Θεματολογίας	24
Πίνακας 7: Οικονομία και Ειδησεογραφικά Πλαίσια	26
Πίνακας 8: Εσωκομματικά Ζητήματα και Ειδησεογραφικά Πλαίσια	27
Πίνακας 9: Αποτελέσματα Εκλογών και Ειδησεογραφικά Πλαίσια	28
Πίνακας 10: Καμπάνιες Υποψηφίων - Αναλύσεις και Ειδησεογραφικά Πλαίσια	30
Πίνακας 11: Κυπριακό Πρόβλημα και Ειδησεογραφικά Πλαίσια	31
Πίνακας 12: Θέματα Υγείας και Ειδησεογραφικά Πλαίσια	32
Πίνακας 13: Συχνότητα Εμφάνισης Πλαισίων ανά Μέσο και Εβδομάδα	34

ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Agenda Setting	Ημερήσια Διάταξη / Θεματολογία
Media Agenda	Θεματολογία των Μέσων
Policy Agenda	Δημόσια Θεματολογία
Public Agenda	Πολιτική Θεματολογία
Framing	Πλαισίωση
Thematic Frame	Θεματικό Πλαίσιο
Episodic Frame	Επεισοδιακό / Περιπτωσιολογικό Πλαίσιο
Conflict Frame	Συγκρουσιακό Πλαίσιο
Human Interest Frame	Ανθρωποκεντρικό Πλαίσιο
Morality Frame	Πλαίσιο Ηθικής
Economic Frame	Πλαίσιο Οικονομικών Συνεπειών
Attribution or Responsibility Frame	Πλαίσιο Απόδοσης Ευθύνης
Game Frame	Πλαίσιο Παιχνιδιού / Στρατηγικό Πλαίσιο

1. Εισαγωγή

Είναι κοινά αποδεκτό ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.) διαδραματίζουν καταλυτικό ρόλο κατά τη διάρκεια των εκλογών αφού, δύναται να επηρεάζουν την σχέση μεταξύ του κοινού και των πολιτικών (Erbring, Goldenberg & Miller, 1980; Kiousis, 2004; Τσιλιγιάννης, 2004). Εξίσου σημαντικό ρόλο έχει και το διαδίκτυο καθώς τόσο οι πολιτικοί όσο και οι πολίτες, το χρησιμοποιούν προκειμένου να αμβλυνθεί η απόσταση μεταξύ τους (Benoit, Glantz & Rill, 2016). Στην εξέλιξη αυτή, καθοριστική κρίνεται η συμβολή της διαδικασίας του καθορισμού της ημερήσιας διάταξης, καθώς μέσω αυτής έρχονται στην επιφάνεια τα θέματα τα οποία απασχολούν τα Μέσα, την κοινή γνώμη και τους πολιτικούς παράγοντες.

Όπως έχει αποδειχθεί μέσα από ένα σύνολο ερευνών, η θεματολογία που προβάλλεται από τα Μέσα επηρεάζει τόσο την ιεράρχηση των θεμάτων που απασχολούν τους πολίτες, όσο και τον βαθμό της σημασίας που θα δώσουν σε αυτά (McCombs & Shaw, 1972; Iyengar, 1991; Peake, 2017). Στη διαμόρφωση της πιο πάνω κατάστασης σημαντικό ρόλο διαδραματίζει το δεύτερο επίπεδο της ρύθμισης της ατζέντας, η πλαισίωση. Ο Cohen (1963, σελ.13) εκθέτει το παράδειγμα του Τύπου για να τονίσει την σημασία της πλαισίωσης αναφέροντας ότι *«μπορεί να μην μας λέει πολύ επιτυχώς το τι να σκεφτούμε, αλλά έχει εξαιρετική επιτυχία στο να μας λέει περί τίνος να σκεφτούμε»*. Αρκετοί ερευνητές (Scheufele & Tewksbury, 2007; Coleman, McCombs, Shaw & Weaver, 2009), επεκτείνοντας τον συλλογισμό του Cohen (1963), συμπληρώνουν ότι μέσω της πλαισίωσης οι σημαντικότερες πτυχές ενός ζητήματος γίνονται πιο εμφανείς, έτσι ώστε να μετατοπίζεται η προσοχή των πολιτών σε συγκεκριμένες κατευθύνσεις και να δημιουργούνται οι επιθυμητές αντιλήψεις.

Το θέμα που πραγματεύεται η παρούσα πτυχιακή εργασία αφορά την ανάλυση θεματολογίας και πλαισίωσης της Ελληνοκυπριακής έντυπης και διαδικτυακής ειδησεογραφίας. Ειδικότερα, η πτυχιακή εργασία έχει ως στόχο αφενός να καταγράψει τη βασική θεματολογία που προβάλλεται από τα έντυπα και διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης, κατά την προεκλογική περίοδο των προεδρικών εκλογών στην Κύπρο (2018) και αφετέρου να εξετάσει σε ποια ειδησεογραφικά πλαίσια εντάσσονται τα θέματα αυτά.

Γίνεται επομένως αντιληπτό ότι κεντρικές θεωρητικές έννοιες πάνω στις οποίες θα στηριχθεί η πτυχιακή εργασία είναι, εκείνες της θεματολογίας και της πλαισίωσης. Ως συνδυασμένες θεωρίες που είναι μπορούν να εξηγήσουν με αποτελεσματικότερο τρόπο

το υπό – διερεύνηση θέμα. Παρόλα αυτά, λόγω του ότι γίνεται αναφορά σε ορισμένες σημαντικές έννοιες όπως η ειδησεογραφία και η είδηση, κρίθηκε σκόπιμο να γίνει μια σύντομη αναφορά έτσι ώστε να διασαφηνιστούν οι δυο έννοιες. Η ειδησεογραφία αποτελεί εκείνο το πεδίο της δημοσιογραφίας που επικεντρώνεται στο σύνολο των ειδήσεων που εντοπίζονται στον έντυπο Τύπο, στο διαδίκτυο, στη τηλεόραση ή και στο ραδιόφωνο. Αντίθετα, η είδηση αντανακλά μια αλληλουχία γεγονότων, τα οποία κεντρίζουν το ενδιαφέρον των πολιτών και κρίνονται κατάλληλα προς δημοσιοποίηση από τη δημοσιογραφική κοινότητα (Harcup & O’neill, 2001; Eichholz, 2003; Zelizer & Allan, 2010).

Η δομή της παρούσας πτυχιακής έρευνας συνεχίζει με το δεύτερο κεφάλαιο, στο οποίο γίνεται η περιγραφή του προβλήματος όπου, επεξηγείται η σπουδαιότητα του θέματος καθώς και οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους, το υπό – εξέταση ερευνητικό θέμα χρήζει περαιτέρω διερεύνησης. Επίσης, στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται η προβληματική όψη της βιβλιογραφίας, την οποία και φιλοδοξεί να καλύψει η υλοποίηση της παρούσας έρευνας. Στο τρίτο κεφάλαιο παρατίθεται η επισκόπηση της βιβλιογραφίας και ειδικότερα η σύνδεση της, με τις κεντρικές θεωρητικές έννοιες τις οποίες έχει ως στόχο να εξετάσει η συγκεκριμένη έρευνα. Μετέπειτα, στο τέταρτο κεφάλαιο περιγράφεται το ευρύτερο θεωρητικό πλαίσιο, με βάση το οποίο εξετάζονται οι βασικές έννοιες. Ακολούθως, στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα ερευνητικά ερωτήματα, καθώς και οι υποθέσεις εργασίας. Στο έκτο κεφάλαιο περιγράφεται η μεθοδολογική προσέγγιση που εφαρμόστηκε για την υλοποίηση της έρευνας και την επίτευξη των ερευνητικών στόχων που τέθηκαν. Κατόπιν, στο έβδομο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα ευρήματα που προέκυψαν μέσα από την διεκπεραίωση της έρευνας. Τέλος, η έρευνα καταλήγει στη συζήτηση των αποτελεσμάτων σε σχέση με την υπάρχουσα βιβλιογραφία καθώς και με το θεωρητικό πλαίσιο.

2. Περιγραφή Προβλήματος – Αναγκαιότητα Μελέτης

Το ερευνητικό ενδιαφέρον σχετικά με τις δύο κεντρικές έννοιες που μελετώνται εγκαινιάζεται τη δεκαετία του 1970, με τις έρευνες των McCombs και Shaw για τις προεδρικές εκλογές της Αμερικής. Κοινό στοιχείο της πλειοψηφίας των σχετικών με το θέμα ερευνών, είναι ότι υπάρχει επιρροή των Μ.Μ.Ε. στα θέματα τα οποία άπτονται της προσοχής των πολιτών (Coleman et al., 2009). Αυτό εξηγείται από τον κοινό στόχο των Μέσων που είναι, να διαμορφωθεί το περιεχόμενο των ειδήσεων με τέτοιο τρόπο ώστε να προωθούνται ή να αποκλείονται συγκεκριμένοι τρόποι νοηματοδότησης των γεγονότων (Goffman, 1974; Gitlin, 1980). Συνεπώς, η σπουδαιότητα του θέματος έγκειται στο γεγονός ότι οι μιντιακές ελίτ σε αρκετές περιπτώσεις προβαίνουν στην ανάπτυξη συγκεκριμένων επικοινωνιακών πλαισίων, έτσι ώστε να αναδεικνύονται οι ευνοϊκές πτυχές ενός θέματος, είτε για τα ίδια τα Μέσα είτε για τους πολιτικούς δρώντες (Jerit, 2008).

Είναι απαραίτητο να επισημανθεί ότι στη σχετική βιβλιογραφία δεν έχει διερευνηθεί εις βάθος η θεματολογία που προβάλλεται από τους διάφορους διαδικτυακούς ιστότοπους κατά τη διάρκεια προεδρικών εκλογών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, να περιορίζονται οι ευκαιρίες στο να εντοπιστούν οι διαφορές ανάμεσα στη θεματολογία που προκρίνεται από τα έντυπα και διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης (Althaus & Tewksbury, 2002; Coleman et al., 2009). Λαμβάνοντας υπόψη τα πιο πάνω, αλλά και το γεγονός ότι στην Κύπρο παρατηρείται αυξημένη χρήση του διαδικτύου όσον αφορά την ενημέρωση (Statista, 2016; Internet World Stats, 2017), τότε η υλοποίηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας κρίνεται σκόπιμη καθώς θα εμπλουτίσει το κενό που εντοπίζεται στη σχετική βιβλιογραφία.

Επιπλέον, θα πρέπει να αναφερθεί ότι δεν έχει επιχειρηθεί η συσχέτιση των θεμάτων που κυριαρχούν στις εκλογές, με τα είδη των ειδησεογραφικών πλαισίων στα οποία δύναται να εντάσσονται. Κατ' επέκταση, η παρούσα έρευνα στοχεύει να καλύψει το κενό που εντοπίζεται, επιχειρώντας και τη σύγκριση των ειδησεογραφικών πλαισίων που προβάλλονται από τα έντυπα και διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης.

3. Βιβλιογραφική Επισκόπηση

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η επισκόπηση της βιβλιογραφίας σχετικά με το ερευνητικό θέμα. Προκειμένου να εξεταστεί αποτελεσματικότερα το υπό – διερεύνηση θέμα, η βιβλιογραφία ταξινομήθηκε βάσει των δύο κεντρικών εννοιών, έτσι ώστε να επιτευχθεί η εννοιολογική κατάληξη από το γενικό στο ειδικό. Ειδικότερα, η επισκόπηση της βιβλιογραφίας αρχίζει με τη θεματολογία των Μέσων κατά τη διάρκεια προεδρικών εκλογών όπου, παρατίθενται αποτελέσματα προηγούμενων ερευνών σχετικά με τα θέματα που κυριαρχούν στην ατζέντα των Μέσων. Ακολούθως, παρουσιάζονται ευρήματα σχετικά με τις επιδράσεις της θεματολογίας των Μέσων, με τη βιβλιογραφική επισκόπηση να κλείνει με τα είδη των ειδησεογραφικών πλαισίων, στα οποία δύναται να εντάσσονται τα διάφορα θέματα.

3.1. Θεματολογία των Μέσων Κατά τη Διάρκεια Προεδρικών Εκλογών

Οι έρευνες σχετικά με τον καθορισμό της θεματολογίας εντοπίζονται τη δεκαετία του 1970, στην έρευνα των Maxwell McCombs και Donald Shaw (1972) με τίτλο «*The Agenda – Setting Function of Mass Media*». Οι ερευνητές προκειμένου να εξετάσουν ποια θέματα απασχολούν το κοινό και τα Μέσα κατά τη διάρκεια των προεδρικών εκλογών του 1968, βασίστηκαν σε μια μεικτή μεθοδολογική προσέγγιση. Συγκεκριμένα, πραγματοποίησαν συνεντεύξεις σε εκατό αναποφάσιστους ψηφοφόρους στο Chapel Hill καθώς, και ποσοτική ανάλυση περιεχομένου εννέα μέσων ενημέρωσης (Newsweek, Time, New York Times, Raleigh Times, Raleigh News & Observer, Durham Sun, Durham Morning Herald, NBC, CBS). Τα αποτελέσματα της έρευνας, έδειξαν ότι τα ζητήματα τα οποία επικρατούσαν στη θεματολογία των Μέσων ήταν η εξωτερική πολιτική, οι νομοθεσίες, η δημοσιονομική πολιτική, η δημόσια ευημερία καθώς και τα πολιτικά δικαιώματα. Επιπρόσθετα, στη θεματολογία των Μέσων κυριάρχησαν θέματα τα οποία αφορούσαν τις καμπάνιες των υποψηφίων, όπως για παράδειγμα οι δημοσκοπήσεις, οι εκδηλώσεις και οι αναλύσεις των εκστρατειών των υποψηφίων.

Επίσης, πέρα από την έρευνα των McCombs και Shaw (1972), ακολούθησαν αρκετές άλλες οι οποίες παρουσίασαν διάφορα θέματα που κυριαρχούν στα Μέσα κατά τη διάρκεια των προεδρικών εκλογών. Τα ευρήματα των ερευνών έδειξαν ότι θέματα τα οποία συμπεριλαμβάνονται στην ατζέντα των Μέσων αφορούν την οικονομία (Hester & Gibson, 2003; Kioussis, 2004), ζητήματα κρατικού προϋπολογισμού (Jasperson, Shah, Watts, Faber & Fan, 1998; Kioussis, 2004), τοπικά ζητήματα (Palmgreen & Clarke,

1977; Smith, 1987), θέματα υγείας (Pratt, Ha & Pratt, 2002; Sato, 2003; Kioussis, 2004), περιβαλλοντικά ζητήματα (Salwen, 1988; Chan, 1999), καθώς και άλλα θέματα τα οποία επικεντρώνονται γύρω από την εγκληματικότητα, την εκπαίδευση, τη στρατιωτική άμυνα, την κοινωνική ασφάλεια, την ηθική και τις αξίες (Kioussis, 2004).

Πιο πρόσφατες έρευνες, εξετάζοντας τη θεματολογία διάφορων διαδικτυακών ιστότοπων επιβεβαίωσαν τα ευρήματα που προέκυψαν σε προηγούμενες έρευνες, όσον αφορά την οικονομία, την εξωτερική πολιτική, τα θέματα υγείας, ασφάλειας και ζητημάτων κρατικού προϋπολογισμού (Tsur, Calacci & Lazer, 2015). Ωστόσο, προέκυψαν και καινούργια θέματα στην ατζέντα όπως για παράδειγμα η ενέργεια, η φορολογία, η ανεργία και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (Conway, Kensk & Wang, Tsur, Calacci & Lazer, 2015; Vargo, Guo, McCombs & Shaw, 2015).

3.2. Επιδράσεις Θεματολογίας των Μέσων

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη διερεύνηση της θεματολογίας των Μέσων κατά τη διάρκεια προεδρικών εκλογών, οδήγησε τους ερευνητές και στην εξέταση των επιδράσεων που δύναται να προκαλούνται στη δημόσια θεματολογία. Στην αρχική έρευνα των McCombs και Shaw (1972), αναδείχθηκε ο υψηλός βαθμός συσχέτισης μεταξύ της θεματολογίας των Μέσων και της δημόσιας θεματολογίας. Ειδικότερα, μέσα από την έρευνα εκφράζεται η άποψη ότι η ιεράρχηση των θεμάτων από πλευράς μιντιακών οργανισμών, είναι ικανή να επηρεάσει την σημασία που θα δοθεί από το κοινό στα διάφορα θέματα.

Μεταγενέστερες έρευνες οι οποίες επεκτάθηκαν πάνω στη λογική των McCombs και Shaw, έδειξαν παρόμοια αποτελέσματα επιβεβαιώνοντας την κεντρική θεώρησή τους. Αρκετές έρευνες επιχειρηματολόγησαν υπέρ της άποψης ότι, η βαρύτητα της σημασίας που θα δοθεί από το κοινό προς τα διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα, μεταβάλλεται ανάλογα με τον βαθμό προβολής τους από τα διάφορα Μέσα (McCombs & Shaw, 1977; Iyengar, 1991). Ως εκ τούτου, εντοπίστηκαν διαβαθμίσεις ως προς τα όρια της επίδρασης της θεματολογίας των Μέσων στη δημόσια θεματολογία.

Ειδικότερα, όπως υποστηρίζεται από τον McCombs (2002), ένας από τους βασικούς παράγοντες ο οποίος δύναται να επηρεάζει την ένταση της επίδρασης είναι η ανάγκη προσανατολισμού των ατόμων. Η ανάγκη προσανατολισμού όπως επισημαίνεται από διάφορους μελετητές (McCombs, 2002; Δεμερτζής, 2002; Dearing & Rogers, 2005), αποτελείται από δύο βασικά στοιχεία. Το πρώτο στοιχείο αφορά τη συνάφεια του

περιεχομένου της είδησης σε σχέση με τα ενδιαφέροντα των πολιτών και το δεύτερο το βαθμό αβεβαιότητας που αισθάνονται τα άτομα σχετικά με τις ειδήσεις που δέχονται. Αναλυτικότερα, ο McCombs (2002) υπογραμμίζει ότι στις περιπτώσεις που εμφανίζεται να υπάρχει μειωμένη ανάγκη προσανατολισμού από τα άτομα, τότε η επίδραση της θεματολογίας των Μέσων περιορίζεται. Αντίθετα, σε περιπτώσεις όπου υπάρχει αυξημένη ανάγκη προσανατολισμού, η επίδραση των Μέσων στη δημόσια θεματολογία αυξάνεται. Κατά συνέπεια, όπως αναφέρεται από τους Dearing και Rogers (2005, οπ. αναφ. στην Κουντούρη 2015, σελ. 79) τα άτομα *«στρέφονται περισσότερο στα ΜΜΕ για την ενημέρωσή τους, αποδεχόμενα τις θεματικές προτεραιότητες των δημοσιογράφων»*.

Παράλληλα, οι ερευνητές Iyengar, Peters και Kinder (1982), αναφορικά με την επίδραση της θεματολογίας των Μέσων στη δημόσια θεματολογία, σημείωσαν ότι τα θέματα τα οποία απασχολούν περισσότερο την ατζέντα των Μέσων και τυγχάνουν μεγαλύτερης ειδησεογραφικής κάλυψης, τείνουν να επηρεάζουν και περισσότερο την πλειοψηφία των ατόμων. Επιπλέον, ορισμένοι συμπληρωματικοί παράγοντες οι οποίοι δύναται να καθορίζουν την ένταση της επίδρασης των Μέσων, είναι οι αξιολογήσεις των ατόμων ως προς το τι αποτελεί είδηση καθώς και το κατά πόσο θεωρούν τα Μέσα ενημέρωσης στα οποία εκτίθενται αξιόπιστα (Dearing & Rogers, 2005).

Ωστόσο, όπως τονίζεται από τους McCombs, Einsiedel και Weaver (1991), η επίδραση του καθορισμού της θεματολογίας των Μέσων, διαφέρει ανάλογα με τις προσωπικές εμπειρίες του καθενός, με το πολιτικό πλαίσιο στο οποίο εκτυλίσσεται η διαδικασία, αλλά και με την εκάστοτε χρονική συγκυρία.

3.3. Κατηγορίες Ειδησεογραφικών Πλαισίων

Ως κεντρικό γνώρισμα των πιο πάνω βιβλιογραφικών θεωρήσεων, είναι η ανάδειξη της σημασίας και του ρόλου που διαδραματίζει η πλαισίωση στη διαδικασία του καθορισμού της ημερήσιας διάταξης. Η πλαισίωση ως ένας μηχανισμός νοηματοδότησης της λίστας των προβλημάτων που την συγκροτούν (Pan & Kosicki, 1993; Muller & Surel, 2002), αφενός μπορεί να προσανατολίζει την ερμηνεία των κοινωνικών υποκειμένων προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση, απέναντι σε ένα πρόβλημα (Gerstlé, 2008). Αφετέρου σε αρκετές περιπτώσεις συμβάλει στην επιρροή της κοινής γνώμης, ως προς την στάση που πρόκειται να υιοθετήσει απέναντι στο εκάστοτε ζήτημα (Entman, 1993; Chong & Druckman, 2007; Gerstlé, 2008).

Για το λόγο αυτό αρκετοί μελετητές (Patterson, 1980; Iyengar, 1991; Neuman, Just & Crigler, 1992; Semetko & Valkenburg, 2000; Schmuck, Heiss, Matthes, Engesser & Esser, 2017), μέσα από έρευνες που πραγματοποίησαν ανέπτυξαν μια τυπολογία ειδησεογραφικών πλαισίων, έτσι ώστε να μπορούν να εντάσσονται τα διάφορα θέματα. Πιο κάτω, παρατίθεται η τυπολογία των πιο διαδεδομένων τρόπων πλαισίωσης των ειδήσεων.

Θεματικά / Περιπτωσιολογικά - Επεισοδιακά Πλαίσια (Thematic / Episodic Frame):

Ο Iyengar (1991) μέσα από την έρευνα του με θέμα «*Is anyone responsible?: How television frames political issues*», καταλήγει στο ότι τα ειδησεογραφικά δίκτυα πλαισιώνουν τα μηνύματα, είτε με θεματικούς είτε με επεισοδιακούς όρους. Τα θεματικά πλαίσια αναδεικνύουν το ευρύτερο πλαίσιο ενός ζητήματος, χωρίς να δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στο ίδιο το πρόβλημα, με το καταλογισμό της ευθύνης να αποδίδεται συνήθως στους πολιτικούς και δομικούς παράγοντες.

Αντίθετα, τα περιπτωσιολογικά πλαίσια επικεντρώνονται στο ίδιο το ζήτημα, χωρίς να εστιάζουν στις ευρύτερες συνθήκες στις οποίες εκτυλίσσεται. Σε αυτή την περίπτωση ο καταλογισμός της ευθύνης επιρρίπτεται κατά κύριο λόγο στα άτομα. Επιπλέον, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας τα διάφορα δίκτυα ενημέρωσης τείνουν να παρουσιάζουν τα θέματα υπό το πρίσμα των επεισοδιακών πλαισίων.

Συγκρουσιακό Πλαίσιο (Conflict Frame)

Το συγκρουσιακό πλαίσιο αναδεικνύεται ως ένα από τους συνηθέστερους τύπους πλαισίων που χρησιμοποιούνται καθώς, εστιάζει ανάμεσα στις συγκρούσεις των πολιτικών δρώντων (πολιτικοί αρχηγοί, κόμματα, κλπ), έτσι ώστε να ελκύεται η προσοχή του κοινού (Neuman et al., 1992). Πιο συγκεκριμένα, τα Μέσα επιλέγουν να παρουσιάσουν τις λεκτικές αντιπαραθέσεις των δρώντων υποκειμένων, περιορίζοντας με αυτό τον τρόπο την ουσία της είδησης.

Ανθρωποκεντρικό Πλαίσιο (Human Interest Frame)

Το ανθρωποκεντρικό πλαίσιο παρουσιάζει ένα ζήτημα ή πρόβλημα, μέσα από την ανάδειξη των ανθρωποκεντρικών πτυχών του. Ακριβέστερα, το περιεχόμενο των ειδήσεων προσαρμόζεται στα στοιχεία της δραματοποίησης και της προσωποποίησης, έτσι ώστε να διατηρείται το ενδιαφέρον των αναγνωστών (Neuman et al., 1992; Semetko & Valkenburg, 2000).

Πλαίσιο Ηθικής (Morality Frame):

Στο πλαίσιο ηθικής τα διάφορα γεγονότα ή προβλήματα, παρουσιάζονται υπό το πρίσμα ενός ηθικού διακυβεύματος όπου οι δημοσιογράφοι συνήθως χρησιμοποιούν τις απόψεις τρίτων, έτσι ώστε να αναφέρονται με έμμεσο τρόπο στις ηθικές πτυχές του προβλήματος (Neuman et al., 1992).

Πλαίσιο Οικονομικών Συνεπειών (Economic Frame):

Το συγκεκριμένο πλαίσιο επικεντρώνεται στις οικονομικές συνέπειες που μπορεί να επιφέρει ένα συμβάν ή ένα ζήτημα, σε ατομικό / διομαδικό / θεσμικό ή εθνικό επίπεδο (Neuman et al., 1992; Semetko & Valkenburg, 2000).

Πλαίσιο Απόδοσης Ευθύνης (Attribution or Responsibility Frame):

Το πλαίσιο απόδοσης ευθύνης συνδέεται άμεσα με τις έρευνες του Iyengar (1991) και τα όσα έχει αναφέρει περί θεματικών ή περιπτωσιολογικών πλαισίων. Ο Neuman (1992) και οι συνεργάτες του χρησιμοποιώντας τα ευρήματα των ερευνών του Iyengar, συμπληρώνουν ότι ένα ζήτημα παρουσιάζεται με τέτοιο τρόπο ώστε η απόδοση της ευθύνης ή της λύσης να δίνεται είτε στο άτομο, είτε σε μια ομάδα, είτε στην κυβέρνηση.

Πλαίσιο Παιχνιδιού – Στρατηγικό Πλαίσιο (Game Frame):

Το συγκεκριμένο πλαίσιο εστιάζει στην παρουσίαση των θέσεων των υποψηφίων αλλά και στην προβολή του προεκλογικού ανταγωνισμού υπό τη μορφή «ιπποδρομιακού αγώνα» (Patterson, 1980; Schmuck et al., 2017). Στην περίπτωση αυτή, το περιεχόμενο των ειδήσεων καταπιάνεται με θέματα τα οποία αφορούν τις δημοσκοπήσεις, το πολιτικό παρασκήνιο καθώς και τα εσωκομματικά παιχνίδια στρατηγικής (Patterson, 1980; Schmuck et al., 2017). Παράλληλα, όπως επισημαίνεται από τον Patterson (1980) η υπέρμετρη χρήση του συγκεκριμένου πλαισίου, μπορεί να οδηγήσει στην υποβάθμιση των θεμάτων, καθώς και στον αποπροσανατολισμό των ατόμων από την ουσία που διακυβεύεται στα θέματα.

4. Θεωρητικό Υπόβαθρο

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται και αναλύεται το θεωρητικό υπόβαθρο το οποίο υιοθετεί η παρούσα πτυχιακή εργασία. Πιο συγκεκριμένα, έρευνα στηρίζεται στη θεωρία της ημερήσιας διάταξης / θεματολογίας καθώς και στη θεωρία της πλαισίωσης.

4.1. Θεωρία Ημερήσιας Διάταξης / Θεματολογίας (Agenda Setting)

Οι επιστημονικές βάσεις της θεωρίας της θεματολογίας εντοπίζονται στο βιβλίο του Walter Lippmann «*Κοινή Γνώμη*» (Δεμερτζής, 2002; Coleman et al., 2009). Ο Lippmann (1988, σελ. 322), αναφέρει ότι: «ο τύπος είναι σαν τη δέσμη ενός προβολέα που κινείται ολόγυρα ακατάπαυστα, φέρνοντας το ένα επεισόδιο μετά το άλλο έξω από το σκοτάδι, στη κοινή θέα», υποστηρίζοντας συγχρόνως ότι τα Μ.Μ.Ε. κατασκευάζουν τις απόψεις των ατόμων σχετικά με τα κοινωνικά τεκταινόμενα.

Υπό το πρίσμα αυτό, η θεωρία της θεματολογίας επικεντρώνεται στη «*μελέτη και την ανάδειξη του συνόλου των διαδικασιών που μετατρέπουν τα κοινωνικά γεγονότα σε “δημόσια προβλήματα”*» (Garraud, 2010 οπ. αναφ. στην Κουντούρη 2015, σελ. 44). Με άλλα λόγια, όπως εκφράζεται από αρκετούς μελετητές (Cob & Elder, 1983; Δεμερτζής, 2002; Dearing & Rogers, 2005; Κουντούρη, 2015), ο καθορισμός της ημερήσιας διάταξης αποτελεί μια ρευστή διαδικασία η οποία αφορά την συγκρότηση μιας λίστας ζητημάτων, τα οποία πρέπει να τεθούν προς ρύθμιση από τους εμπλεκόμενους δρώντες.

Επιπρόσθετα, με αφετηρία τον γενικό ορισμό της ημερήσιας διάταξης οι Dearing και Rogers (2005) υποστήριξαν ότι, οι τρεις βασικοί τύποι που την συγκροτούν είναι: η θεματολογία των Μέσων (media agenda), η δημόσια θεματολογία (public agenda) και η πολιτική θεματολογία (policy agenda). Επί της ουσίας, αυτές οι τρεις επιμέρους θεματολογίες, αποτελούν το «χώρο» στον οποίο τα διάφορα ζητήματα διεκδικούν την νομιμοποίηση τους.

Όσον αφορά τη θεματολογία των Μέσων, αυτή αναφέρεται στην ιεράρχηση των θεμάτων από πλευράς μιντιακών οργανισμών, καθώς επίσης και το βαθμό της σημασίας που θα δοθεί σε αυτά (Coleman et al., 2009). Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειωθεί ότι δεν υπάρχει μια ενιαία θεματολογία των Μέσων, καθώς τα επιμέρους Μέσα (π.χ. Τύπος, ραδιόφωνο, τηλεόραση, κλπ), υιοθετούν τη δική τους ιεράρχηση των θεμάτων που θα καλύψουν ειδησεογραφικά. Κατά συνέπεια, εμφανίζεται το φαινόμενο του intermedia agenda setting, το οποίο περιγράφει την διαδικασία κατά την οποία η ειδησεογραφική κάλυψη ενός θέματος από ένα Μέσο, είναι ικανή να επηρεάσει το

ειδησεογραφικό περιεχόμενο άλλων μιντιακών οργανισμών (Δεμερτζής, 2002; Harder, Sevenans & Van Aelst, 2017).

Επίσης, σε σχέση με τον πρώτο τύπο οι Dearing και Rogers (2005, σελ. 89) αναφέρουν ότι: «η θεματολογία των M.M.E. είναι πολύ ισχυρή στις επιδράσεις της, καθώς δρομολογεί την διαδικασία του *agenda – setting*, καταφέροντας να εγγράψει ένα πρόβλημα στην ατζέντα του κοινού». Συνεπώς, όπως προκύπτει η δημόσια θεματολογία αφορά τα θέματα τα οποία άπτονται της προσοχής των πολιτών, ή ακόμη και των διαφόρων ομάδων συμφερόντων (π.χ. κοινωνικά κινήματα, συνδικάτα, ομάδες πίεσης, κλπ). Όσον αφορά την πολιτική θεματολογία, αυτή επικεντρώνεται στις δράσεις των πολιτικών δρώντων, σχετικά με τα θέματα που αφορούν τόσο την κοινωνία όσο και τα M.M.E.

Όπως προκύπτει από τα προαναφερθέντα, η θεωρία της ημερήσιας διάταξης μπορεί να χαρακτηριστεί και ως η έκφραση της αλληλεπίδρασης μεταξύ των τριών τύπων θεματολογίας. Ενώ στο πρώτο επίπεδο της ρύθμισης της ατζέντας μας απασχολεί η επιρροή των M.M.E. στα θέματα που βρίσκονται στο επίκεντρο της προσοχής του κοινού, στο δεύτερο επίπεδο το ενδιαφέρον μετατοπίζεται στον τρόπο με τον οποίο τα Μέσα. πραγματεύονται τα διάφορα θέματα (Coleman et al., 2009).

Καταλήγοντας, σύμφωνα με τα παραπάνω καθίσταται διακριτή η αλληλουχία μεταξύ της θεματολογίας και της πλαισίωσης. Η πλαισίωση αποτελεί το δεύτερο επίπεδο της ρύθμισης της ατζέντας, το οποίο πρόκειται να καθορίσει το ενδιαφέρον και την κατεύθυνση της σκέψης του κοινού απέναντι στο περιεχόμενο των θεμάτων (Cohen, 1963; Lippmann, 1988; Brosius & Weimann, 1996).

4.2. Θεωρία Πλαισίωσης (Framing)

Η θεωρία της πλαισίωσης κατέχει μια σημαντική θέση στο πεδίο έρευνας της επικοινωνίας, κάτι το οποίο επιβεβαιώνεται από την αυξημένη χρήση της από διάφορους ερευνητές κατά τις τελευταίες δεκαετίες (Bryant & Miron, 2004; Vreese, 2005). Συνεπώς, πρόκειται για έναν όρο ο οποίος μπορεί να αποδοθεί με ποικίλους τρόπους, ανάλογα με την προσέγγιση που ακολουθεί ο κάθε ερευνητής.

Ο Bateson (1972), αντιλαμβάνεται την πλαισίωση ως μια ενότητα κανόνων που αφορούν τη δημιουργία και την κατανόηση των κειμένων. Οι Goffman (1974) και Gitlin (1980), ακολουθώντας μια γνωστική ψυχολογική προσέγγιση, συμπληρώνουν ότι η πλαισίωση αποτελεί μια διαδικασία κατά την οποία δύναται σε ένα κείμενο να περιλαμβάνονται ή να αποκλείονται ορισμένες ερμηνείες, καθώς και ορισμένα δυνητικά στοιχεία εξαιτίας των προθέσεων του παραγωγού του μηνύματος. Δηλαδή, πρόκειται επί της ουσίας για μια διαδικασία μέσω της οποίας δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στο τρόπο με τον οποίο επιλέγονται, οργανώνονται και «πακετάρονται» οι πληροφορίες και τα μηνύματα για τους τελικούς αποδέκτες.

Την ίδια κατεύθυνση με τους Goffman (1974) και Gitlin (1980), ακολουθούν και άλλοι θεωρητικοί οι οποίοι προσδιορίζουν την πλαισίωση, ως μια διαδικασία η οποία έγκειται στους ιδιαίτερους τρόπους με τους οποίους τα Μ.Μ.Ε. παρουσιάζουν και ερμηνεύουν τα διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα (Nelson, Clawson & Oxley, 1997; Scheufele, 1999).

Ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η συμβολή του Robert Entman (1993), στον ορισμό της πλαισίωσης, καθώς προσθέτει νέα στοιχεία καλύπτοντας έτσι με αυτό τον τρόπο προηγούμενες αδυναμίες άλλων ορισμών. Πιο συγκεκριμένα ο Entman (1993, σελ. 52) αναφέρει ότι:

Το να πλαισιώνεις είναι να διαλέγεις μερικές πτυχές της αντιληπτής πραγματικότητας και να τις κάνεις πιο εμφανείς σε ένα κείμενο επικοινωνίας με τέτοιο τρόπο, ώστε να προωθείς ένα συγκεκριμένο ορισμό, μια αιτιώδη ερμηνεία, μια ηθική αξιολόγηση ή και συστατική επεξεργασία ενός προβλήματος.

Αναδεικνύεται λοιπόν σύμφωνα με τα παραπάνω, η σημασία και ο ρόλος των πλαισίων καθώς αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της θεωρίας. Όπως επισημαίνεται από τους Gamson και Modigliani (1989, σελ. 57) «ένα πλαίσιο είναι μια κεντρική οργανωτική ιδέα που νοηματοδοτεί τα σχετικά γεγονότα, υποδεικνύοντας ποιο είναι το θέμα», μέσω

της επιλογής, έμφασης, απόκλισης και επεξεργασίας του περιεχομένου του μηνύματος. Κατά συνέπεια, πρόκειται

Επίσης, τα πλαίσια αποτελούν ένα ξεχωριστό μέσο, διαμέσου του οποίου αρθρώνονται συγκεκριμένα νοήματα και ερμηνείες για τα διάφορα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα που παρουσιάζονται στους αποδέκτες. (Iyengar, 1991; Entman, 1993; Hertog & McLeod, 2001; Shah, Watts, Domke, & Fan, 2002). Κατ' επέκταση υπό το πρίσμα αυτό, τα πλαίσια θεωρούνται και ως εργαλεία τα οποία επιτρέπουν στα κοινωνικά υποκείμενα να προσεγγίζουν τα διάφορα νοήματα που εμπεριέχονται στα κείμενα των Μ.Μ.Ε. (Chong & Druckman, 2007), λειτουργώντας παράλληλα με αυτό τον τρόπο και ως γέφυρα κατανόησης και επεξήγησης των διάφορων φαινομένων (Goffman, 1974; Iyengar 1991; Reese, 2007).

Επιπρόσθετα, σε σχέση με τα πλαίσια, ο Entman (1993) προσθέτει ότι επιτελούν τέσσερις κύριες λειτουργίες οι οποίες είναι:

1. Ορισμός του προβλήματος.
2. Ορισμός των αιτιών.
3. Ορισμός της ηθικής αξιολόγησης.
4. Ορισμός της επίλυσης του προβλήματος.

Θα πρέπει επίσης να τονιστεί ότι, τα πλαίσια αλλά και ευρύτερα οι διαδικασίες της πλαισίωσης, είναι συνδεδεμένα με κονστρουκτιβιστικές και κριτικές προσεγγίσεις. Αφενός, όσον αφορά τον κονστρουκτιβισμό και τα όσα υποστηρίζουν οι Gamson και Modigliani (1989), τα πλαίσια δύναται να παρουσιάζουν ένα φαινόμενο με ποικίλους τρόπους, κατασκευάζοντας συγχρόνως διαφορετικές όψεις και ερμηνείες της πραγματικότητας. Αφετέρου, όσο αφορά την κριτική προσέγγιση ο Reese (2007) υποστηρίζει ότι, τα πλαίσια δύναται να χαρακτηρίζονται από έναν ηγεμονικό χαρακτήρα, έτσι που σε ορισμένες περιπτώσεις να ελέγχουν ή να χειραγωγούν τους αποδέκτες των μηνυμάτων προς συγκεκριμένες κατευθύνσεις.

5. Ερευνητικά Ερωτήματα

Το ερευνητικό κενό που φιλοδοξεί να καλύψει η υλοποίηση της παρούσας έρευνας, βασίζεται στα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

1. Ποια είναι η βασική θεματολογία που προβάλλεται από τα έντυπα και διαδικτυακά Μέσα¹ ενημέρωσης κατά την προεκλογική περίοδο των προεδρικών εκλογών της Κύπρου το 2018;
2. Σε ποια ειδησεογραφικά πλαίσια εντάσσονται τα βασικά θέματα που προβάλλονται από τα Μέσα;

Όσον αφορά τις υποθέσεις εργασίας σχετικά με το πρώτο ερευνητικό ερώτημα, αναμένεται ότι τα κυρίαρχα θέματα στη θεματολογία των Μέσων να είναι η οικονομία και τα θέματα υγείας, λόγω και του αυξημένου αριθμού εμφάνισης τους σε προηγούμενες έρευνες (Pratt, Ha & Pratt, 2002; Sato, 2003; Hester & Gibson, 2003; Kioussis, 2004; Tsur, Calacci & Lazer, 2015). Παρόλα αυτά, αναμένεται ότι σημαντική θέση στην ατζέντα των Μέσων θα κατέχει και το Κυπριακό πρόβλημα, ενώ αξίζει να σημειωθεί ότι, δεν αναμένεται να υπάρχει διαφορά ανάμεσα στη θεματολογία που θα προκρίνεται από τα έντυπα και διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης.

Για το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, παρόλο που δεν έχει πραγματοποιηθεί ανάλογη έρευνα σε Κυπριακό επίπεδο, έτσι ώστε να προκύψουν ασφαλείς υποθέσεις εργασίας, αναμένεται ότι η οικονομία θα εντάσσεται κατά κύριο λόγο στο πλαίσιο απόδοσης ευθύνης, τα θέματα υγείας στο πλαίσιο ηθικής και το Κυπριακό πρόβλημα στο συγκρουσιακό πλαίσιο.

¹ Επεξηγείται αναλυτικότερα στο κεφάλαιο 6 ποια είναι τα έντυπα και διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης που επιλέχθηκαν για την ανάλυση.

6. Μεθοδολογία

Προκειμένου να επιτευχθούν οι ερευνητικοί στόχοι που έχουν τεθεί και να προκύψει μια λεπτομερής και πολυδιάστατη ανάλυση, εφαρμόστηκε μεικτή μεθοδολογική προσέγγιση. Επιλέχθηκε ο συνδυασμός ποσοτικής και ποιοτικής μεθοδολογίας, αφενός γιατί η πλειοψηφία των σχετικών ερευνών (McCombs & Shaw, 1972; Palmgreen & Clarke, 1977; Neuman et al., 1992 Jasperson, Shah, Watts, Faber & Fan, 1998; Hester & Gibson, 2003; Sato, 2003; Kioussis, 2004; Calacci & Lazer, 2015) στη βιβλιογραφία ακολούθησε την ίδια προσέγγιση. Αφετέρου, όπως υποστηρίζεται από διάφορους ερευνητές (Bernard, 1996; Neuman, 2013; Ragin, 2014), ο συνδυασμός αυτός επιτρέπει την έμφαση στην ολιστική προσέγγιση του φαινομένου που εξετάζεται καθώς και στην περιγραφή και κατανόηση των διαδικασιών που πραγματοποιούνται. Πιο κάτω παρατίθενται οι ενότητες πάνω στις οποίες θεμελιώνεται η μεθοδολογία.

6.1. Επιλογή Δείγματος

Για τους σκοπούς της έρευνας, ακολουθήθηκε η μέθοδος της σκόπιμης δειγματοληψίας, όπου έγινε χρήση δευτερογενών πηγών με το δείγμα να περιλαμβάνει δύο έντυπα Μέσα ενημέρωσης και δύο διαδικτυακά ειδησεογραφικά πορτάλ. Ο βασικότερος παράγοντας που οδήγησε στην επιλογή του συγκεκριμένου δείγματος, αφορά την καινοτομία που φιλοδοξεί να προσφέρει η παρούσα πτυχιακή εργασία. Καθώς, ως στόχος είναι να επιχειρηθεί η σύγκριση της θεματολογίας αλλά και των ειδησεογραφικών πλαισίων στα οποία δύναται να εντάσσονται τα θέματα, ανάμεσα στα έντυπα και τα διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης.

Όσον αφορά τα έντυπα Μέσα ενημέρωσης επιλέχθηκαν ο Φιλελεύθερος και ο Πολίτης, λόγω του αυξημένου αριθμού των αναγνωστών τους. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της εταιρείας Gpora (2017) για τους μήνες Οκτώβριος – Δεκέμβριος, οι αναγνώστες του Φιλελεύθερου σε καθημερινή βάση ήταν 65.621 (9%) και του Πολίτη 33.842 (4.7%), με αποτέλεσμα να βρίσκονται στις δύο πρώτες θέσεις όσον αφορά την αναγνωσιμότητα. Για τις διαδικτυακές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, επιλέχθηκαν το Sigmalive και το Ant1 Iwo, λόγω του ότι συγκαταλέγονται ανάμεσα στις πρώτες πηγές ενημέρωσης για τους Κύπριους πολίτες (All you can read, 2017;

Alexa, 2017)². Επίσης, επισημαίνεται ότι επιλέχθηκε η συγκεκριμένη στρατηγική προσέγγιση στην επιλογή του δείγματος, έτσι ώστε να υπάρχει ισοζύγιο ανάμεσα στα Μέσα, τόσο ως προς τον αριθμό, όσο και ως προς το κριτήριο επιλογής.

6.2. Ερευνητική Διαδικασία

Η ερευνητική διαδικασία που εφαρμόστηκε κατά την υλοποίηση της παρούσας έρευνας, αποτελείται από τρεις φάσεις. Η πρώτη φάση, περιλάμβανε τη διαδικασία ανάπτυξης των κωδικολογίων που χρησιμοποιήθηκαν. Πιο συγκεκριμένα, κατασκευάστηκαν δύο κωδικολόγια, στα οποία υπάρχει ένα πλαίσιο κωδικοποίησης στο οποίο κατηγοριοποιούνται οι μονάδες ανάλυσης, προκειμένου στο τέλος να πραγματοποιηθεί η μέτρηση των συχνοτήτων. Το πρώτο κωδικολόγιο αναφέρεται στη θεματολογία των Μέσων και το δεύτερο στα ειδησεογραφικά πλαίσια.

Όσον αφορά το πρώτο κωδικολόγιο, λαμβάνοντας υπόψη και τα αποτελέσματα προηγούμενων ερευνών³, έχει ως στόχο να καταγράψει ποια είναι τα θέματα που κυριαρχούν στην ατζέντα των Μέσων. Το δεύτερο κωδικολόγιο, αποσκοπεί στο να εντάξει τα θέματα που προέκυψαν από την ανάλυση, στα ειδησεογραφικά πλαίσια ανάλογα και με το περιεχόμενο των ειδήσεων. Για το δεύτερο κωδικολόγιο, χρησιμοποιήθηκε ως βάση εκείνο της έρευνας των Semetko και Valkenburg (2000), στο οποίο όμως προστέθηκαν καινούρια στοιχεία έτσι ώστε να καλύπτεται όλο το φάσμα των ειδησεογραφικών πλαισίων, στα οποία δύναται να εντάσσονται τα θέματα⁴.

Η δεύτερη φάση διεξαγωγής της έρευνας που αφορά τη συλλογή των δευτερογενών δεδομένων, πραγματοποιήθηκε τη χρονική περίοδο 15 Ιανουαρίου 2017 – 04 Φεβρουαρίου 2018, καθώς ήταν η περίοδος όπου κορυφώθηκαν οι προεκλογικές συζητήσεις. Ο πιο κάτω πίνακας παρουσιάζει με αναλυτικό τρόπο το σύνολο των ειδήσεων που μελετήθηκαν για τους σκοπούς της έρευνας. Σημειώνεται ότι συνολικά

² Σύμφωνα με τα στοιχεία των ιστοσελίδων All you can read και Alexa οι οποίες ειδικεύονται στη μέτρηση της αναγνωσιμότητας και επισκεψιμότητας των ιστοσελίδων, το Sigmalive και το Ant1 Iwo ήταν τα δύο πρώτα διαδικτυακά ειδησεογραφικά πορτάλ κατά την περίοδο συλλογής δεδομένων.

³ Βλ. Κεφάλαιο 3.1.

⁴ Στην έρευνα των Semetko και Valkenburg (2000), το κωδικολόγιο περιλαμβάνει μόνο τα εξής ειδησεογραφικά πλαίσια: Συγκρουσιακό Πλαίσιο, Πλαίσιο Οικονομικών Συνεπειών, Πλαίσιο Ηθικής, Ανθρωποκεντρικό Πλαίσιο και το Πλαίσιο Απόδοσης Ευθύνης. Προκειμένου να καλυφθούν και τα υπόλοιπα πλαίσια (Θεματικά και Περιπτωσιολογικά), δημιουργήθηκαν νέες ερωτήσεις κωδικοποίησης οι οποίες προέκυψαν μέσα από την επισκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας.

αναλύθηκαν 1880 ειδήσεις, εκ των οποίων οι 967 αφορούσαν τα έντυπα Μέσα ενημέρωσης και οι 913 τα διαδικτυακά ειδησεογραφικά πορτάλ.

Πίνακας 1: Σύνολο Ειδήσεων ανά Εβδομάδα και Μέσο

	15/01/2018 – 21/01/2018	22/01/2018 – 28/01/2018	29/01/2018 – 04/02/2018	Σύνολο Ειδήσεων
Έντυπα Μέσα Ενημέρωσης				
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	232	140	164	536
<i>Πολίτης</i>	136	154	141	431
	368	294	305	967
Διαδικτυακά Μέσα Ενημέρωσης				
<i>Sigmalive</i>	115	281	329	725
<i>Ant1 Iwo</i>	43	58	87	188
	158	339	416	913

Με την ολοκλήρωση της δεύτερης φάσης, πραγματοποιήθηκε συνδυασμός ποσοτικής ανάλυση περιεχομένου και πλαισίωσης, έτσι ώστε να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί. Αρχικά, μέσω της ανάλυσης περιεχομένου σημειώθηκε το θέμα στο οποίο απευθύνεται η κάθε είδηση. Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε πλαισίωση των ειδήσεων μέσω της χρήσης του δεύτερου κωδικολογίου, έτσι ώστε να ενταχθούν οι ειδήσεις στα ειδησεογραφικά πλαίσια. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι δόθηκε προσοχή τόσο στον τίτλο της είδησης, όσο και στο περιεχόμενο της. Αναλυτικότερα, για κάθε είδηση στόχος ήταν να εξακριβωθεί το κατά πόσο ανταποκρινόταν στις ερωτήσεις κωδικοποίησης του κάθε πλαισίου. Στις περιπτώσεις όπου η είδηση πληρούσε τα κριτήρια κωδικοποίησης τότε, εντασσόταν στο πλαίσιο, αλλιώς η διαδικασία αυτή συνέχιζε μέχρι ωσότου η είδηση ενταχθεί σε κάποιο πλαίσιο.

Επιλέχθηκε η συγκεκριμένη στρατηγική, αφενός γιατί θεωρείται η καταλληλότερη στο να εξετάσει την φύση των ερευνητικών ερωτημάτων που τέθηκαν (McCombs & Shaw, 1972; Iyengar, 1991; Neuman et al., 1992; Semetko & Valkenburg, 2000). Αφετέρου, γιατί ο συνδυασμός ανάλυσης περιεχομένου και πλαισίωσης επιτρέπει τόσο την εστίαση στο έκδηλο περιεχόμενο των Μ.Μ.Ε. και στη μέτρηση των συχνοτήτων, όσο και στην αποδόμηση των νοημάτων των κειμένων των Μ.Μ.Ε. (Κυριαζή, 1999; Neuendorf, 2016; Entman, Matthes, Pellicano, 2009).

Συνοψίζοντας, η διαδικασία της ανάλυσης αποτελείται από τα εξής στάδια:

1. Συλλογή δεδομένων και διαχωρισμός των ειδήσεων με βάση τα Μέσα.
2. Σημείωση του θέματος στο οποίο αναφέρεται η κάθε είδηση (π.χ. Οικονομία).
3. Κατηγοριοποίηση των ειδήσεων βάσει του θέματος στο οποίο αναφέρονται.
4. Πλαισίωση των ειδήσεων έτσι ώστε τα θέματα να ενταχθούν στα είδη των ειδησεογραφικών πλαισίων.
5. Κατηγοριοποίηση ειδησεογραφικών πλαισίων με βάση το θέμα (π.χ. ένα θέμα μπορεί να εντάσσεται σε περισσότερα από ένα ειδησεογραφικά πλαίσια).
6. Περιγραφική ανάλυση και σύγκριση των αποτελεσμάτων.

7. Αποτελέσματα

Στο συγκεκριμένο μέρος της πτυχιακής εργασίας παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν μέσα από την ανάλυση των δεδομένων, τα οποία χωρίζονται με βάση τα δύο ερευνητικά ερωτήματα. Αρχικά, παρουσιάζονται οι θεματικές κατηγορίες των ειδήσεων που εντοπίστηκαν στα Μέσα ενημέρωσης κατά την περίοδο της συλλογής των δεδομένων, καθώς και η συχνότητα εμφάνισής τους. Ακολούθως, παρατίθενται τα ευρήματα της έρευνας σχετικά με τα ειδησεογραφικά πλαίσια στα οποία εντάσσονται τα θέματα. Σημειώνεται ότι, στο συγκεκριμένο υποκεφάλαιο παρουσιάζονται τα πέντε σημαντικότερα θέματα βάσει της συχνότητας εμφάνισής τους, καθώς και τα θέματα υγείας⁵. Τέλος, παρουσιάζεται η συχνότητα εμφάνισης των ειδησεογραφικών πλαισίων.

7.1. Θεματολογία των Μέσων

Πίνακας 2: Θεματικές Κατηγορίες Ειδήσεων και Συχνότητα Εμφάνισης – *Ο Φιλελεύθερος*

Θεματολογία	Εβδομάδα 1	Εβδομάδα 2	Εβδομάδα 3	Σύνολο
Ανεργία	1 (0.43%)	2 (1.42%)	1 (0.60%)	4 (0.74%)
Αποτελέσματα Εκλογών	-	-	4 (2.43%)	4 (0.74%)
Αποχή	-	-	6 (3.65%)	6 (1.11%)
Άφρικα	1 (0.43%)	6 (4.28%)	-	7 (1.30%)
Δημοσιονομική Πολιτική	-	-	-	-
Δημιουργία Νέων Θέσεων Εργασίας	3 (1.29%)	2 (1.42%)	-	5 (0.93%)
Debate	1 (0.43%)	1 (0.71%)	2 (1.21%)	4 (0.74%)
Εγκληματικότητα	19 (8.18%)	12 (8.57%)	13 (7.92%)	44 (8.20%)
Εκπαίδευση	20 (8.62%)	10 (7.14%)	5 (3.04%)	35 (6.52%)
Ενέργεια	18 (7.75%)	3 (2.14%)	6 (3.65%)	27 (5.03%)
Εξωτερική Πολιτική	8 (3.44%)	1 (0.71%)	-	9 (1.67%)
Εσωκομματικά Ζητήματα	12 (5.17%)	1 (0.71%)	36 (21.95%)	49 (9.14%)
Ευτράπελα Εκλογών	-	-	3 (1.82%)	3 (0.55%)
Exit Polls	-	-	-	-
Ζητήματα Κρατικού Προϋπολογισμού	-	7 (5%)	-	7 (1.30%)
Υγεία	14 (6.03%)	7 (5%)	8 (4.87%)	29 (5.36%)
Ηθική και Αξίες	1 (0.43%)	-	-	1 (0.18%)
Καμπάνιες Υποψηφίων				
Αναλύσεις	12 (5.17%)	24 (17.14%)	14 (8.53%)	50 (9.32%)

⁵ Τα θέματα υγείας δεν βρίσκονται ανάμεσα στα πέντε κυρίαρχα θέματα. Ωστόσο, παρουσιάζονται λόγω του ότι λήφθηκαν υπόψη στις υποθέσεις εργασίας σχετικά με τα ερευνητικά ερωτήματα.

Εκδηλώσεις	-	-	-	-
Δημοσκοπήσεις	7 (3.01%)	1 (0.71%)	-	8 (1.49%)
Κατεχόμενα – Σχηματισμός Κυβέρνησης	4 (1.72%)	3 (2.14%)	1 (0.60%)	8 (1.49%)
Κοινωνική Ασφάλεια	3 (1.29%)	-	1 (0.60%)	4 (0.74%)
Κυπριακό Πρόβλημα	11 (4.74%)	3 (2.14%)	14 (8.53%)	28 (5.22%)
Νομοθεσίες	-	-	-	-
Οδηγός Εκλογών	4 (1.72%)	2 (1.42%)	1 (0.60%)	7 (1.30%)
Οικονομία	50 (21.55%)	27 (19.28%)	34 (20.73%)	111 (20.70%)
Περιβαλλοντικά Ζητήματα	13 (5.60%)	15 (10.71%)	2 (1.21%)	30 (5.59%)
Πολιτικά Δικαιώματα	7 (3.01%)	6 (4.28%)	-	13 (2.42%)
Σκοπιανό	4 (1.72%)	1 (0.71%)	-	5 (0.93%)
Στρατιωτική Άμυνα	3 (1.29%)	-	-	3 (0.55%)
S.M.S.	-	-	1 (0.60%)	1 (0.18%)
Τοπικά Ζητήματα	14 (6.03%)	3 (2.14%)	8 (4.87%)	25 (4.66%)
Φορολογία	2 (0.86%)	3 (2.14%)	4 (2.43%)	9 (1.67%)
Σύνολο	232	140	164	536

Ο Πίνακας 2 απεικονίζει τις θεματικές κατηγορίες των ειδήσεων και την συχνότητα εμφάνισής τους, που προέκυψαν κατά την περίοδο 15/01/2018 – 04/02/2018, για την εφημερίδα *Ο Φιλελεύθερος*. Μέσα από την ανάλυση περιεχομένου που πραγματοποιήθηκε, εντοπίζεται ότι τα θέματα τα οποία εμφανίστηκαν ήταν: ανεργία, αποτελέσματα εκλογών, αποχή, άφρικα (η επίθεση στα γραφεία της τουρκοκυπριακής εφημερίδας Άφρικα), δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, debate, εγκληματικότητα, εκπαίδευση, ενέργεια, εξωτερική πολιτική, εσωκομματικά ζητήματα, ευτράπελα εκλογών, ζητήματα κρατικού προϋπολογισμού, υγεία, ηθική και αξίες, καμπάνιες υποψηφίων (αναλύσεις, δημοσκοπήσεις), κατεχόμενα – σχηματισμός κυβέρνησης, κοινωνική ασφάλεια, Κυπριακό πρόβλημα, οδηγός εκλογών (διαδικαστικά θέματα των εκλογών), οικονομία, περιβαλλοντικά ζητήματα, πολιτικά δικαιώματα, σκοπιανό, στρατιωτική άμυνα, sms (τα απαγορευμένα μηνύματα που στάλθηκαν κατά τις ημέρες των εκλογών) τοπικά ζητήματα και φορολογία. Ωστόσο, υπήρχαν ορισμένα θέματα τα οποία δεν εμφανίστηκαν, όπως η δημοσιονομική πολιτική, τα exit polls, οι εκδηλώσεις των υποψηφίων καθώς και οι νομοθεσίες.

Όσον αφορά τη συχνότητα εμφάνισης των θεμάτων, τα πέντε κυρίαρχα θέματα ήταν η οικονομία με 111 ειδήσεις (20.70%), οι καμπάνιες των υποψηφίων – αναλύσεις με 50 ειδήσεις (9.32%), τα εσωκομματικά ζητήματα με 49 ειδήσεις (9.14%), η εγκληματικότητα με 44 ειδήσεις (8.20%) και η εκπαίδευση με 35 ειδήσεις (6.52%).

Πίνακας 3: Θεματικές Κατηγορίες Ειδήσεων και Συχνότητα Εμφάνισης - Πολίτης

Θεματολογία	Εβδομάδα 1	Εβδομάδα 2	Εβδομάδα 3	Σύνολο
Ανεργία	1 (0.73%)	1 (0.64%)	-	2 (0.46%)
Αποτελέσματα Εκλογών	-	-	10 (7.09%)	10 (2.32%)
Αποχή	-	-	2 (1.41%)	2 (0.46%)
Άφρिका	-	10 (6.49%)	2 (1.41%)	12 (2.78%)
Δημοσιονομική Πολιτική	-	1 (0.64%)	-	1 (0.23%)
Δημιουργία Νέων Θέσεων Εργασίας	1 (0.73%)	-	-	1 (0.23%)
Debate	1 (0.73%)	9 (5.84%)	6 (4.25%)	16 (3.71%)
Εγκληματικότητα	16 (11.76%)	8 (5.19%)	8 (5.67%)	32 (7.42%)
Εκπαίδευση	11 (8.08%)	16 (10.38%)	8 (5.67%)	35 (8.12%)
Ενέργεια	5 (3.67%)	5 (3.67%)	3 (2.12%)	13 (3.01%)
Εξωτερική Πολιτική	4 (2.94%)	-	-	4 (0.92%)
Εσωκομματικά Ζητήματα	7 (5.14%)	7 (4.54%)	59 (41.84%)	73 (16.93%)
Ευτράπελα Εκλογών	-	-	-	-
Exit Polls	-	-	5 (3.54%)	5 (1.16%)
Ζητήματα Κρατικού Προϋπολογισμού	-	-	-	-
Υγεία	5 (3.67%)	6 (3.89%)	1 (0.70%)	12 (2.78%)
Ηθική και Αξίες	1 (0.73%)	-	-	1 (0.23%)
Καμπάνιες Υποψηφίων				
Αναλύσεις	10 (7.35%)	29 (18.83%)	2 (1.41%)	41 (9.51%)
Εκδηλώσεις	5 (3.67%)	1 (0.64%)	-	6 (1.39%)
Δημοσκοπήσεις	5 (3.67%)	-	-	5 (1.16%)
Κατεχόμενα – Σχηματισμός Κυβέρνησης	4 (2.94%)	3 (1.94%)	2 (1.41%)	9 (2.08%)
Κοινωνική Ασφάλεια	1 (0.73%)	1 (0.64%)	-	2 (0.46%)
Κυπριακό Πρόβλημα	4 (2.94%)	5 (3.67%)	4 (2.83%)	13 (3.01%)
Νομοθεσίες	3 (2.20%)	3 (1.94%)	1 (0.70%)	7 (1.62%)
Οδηγός Εκλογών	1 (0.73%)	3 (1.94%)	1 (0.70%)	5 (1.16%)
Οικονομία	30 (22.05%)	29 (18.83%)	22 (15.60%)	81 (18.79%)
Περιβαλλοντικά Ζητήματα	6 (4.41%)	5 (3.67%)	2 (1.41%)	11 (2.55%)
Πολιτικά Δικαιώματα	3 (2.20%)	1 (0.64%)	-	4 (0.92%)
Σκοπιανό	-	6 (3.89%)	-	6 (1.39%)
Στρατιωτική Άμυνα	1 (0.73%)	-	-	1 (0.23%)
S.M.S.	-	-	-	-
Τοπικά Ζητήματα	9 (6.61%)	5 (3.67%)	2 (1.41%)	16 (3.71%)
Φορολογία	2 (1.47%)	-	1 (0.70%)	3 (0.69%)
Σύνολο	136	154	141	431

Ο Πίνακας 3 παρουσιάζει την θεματολογία της εφημερίδας *Πολίτης*. Εξετάζοντας τον πίνακα παρατηρείται ότι τα θέματα που εντοπίστηκαν ήταν: ανεργία, αποτελέσματα εκλογών, αποχή, άφρικα, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, debate, εγκληματικότητα, εκπαίδευση, ενέργεια, εξωτερική πολιτική, εσωκομματικά ζητήματα, exit polls, υγεία, ηθική και αξίες, καμπάνιες υποψηφίων (αναλύσεις, εκδηλώσεις, δημοσκοπήσεις), κατεχόμενα – σχηματισμός κυβέρνησης, κοινωνική ασφάλεια, Κυπριακό, νομοθεσίες, οδηγός εκλογών, οικονομία, περιβαλλοντικά ζητήματα, πολιτικά δικαιώματα, σκοπιανό, στρατιωτική άμυνα, τοπικά ζητήματα και φορολογία. Ωστόσο, ορισμένα θέματα όπως τα ευτράπελα εκλογών, τα ζητήματα κρατικού προϋπολογισμού, καθώς και τα sms, δεν εμφανίστηκαν καθόλου στη συγκεκριμένη εφημερίδα.

Τα θέματα τα οποία είχαν τη μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης ήταν η οικονομία με 81 ειδήσεις (18.79%), τα εσωκομματικά ζητήματα με 73 ειδήσεις (16.93%), οι καμπάνιες των υποψηφίων – αναλύσεις με 41 ειδήσεις (9.51%), η εκπαίδευση με 35 ειδήσεις (8.12%) και η εγκληματικότητα με 32 ειδήσεις (7.42%).

Πίνακας 4: Θεματικές Κατηγορίες Ειδήσεων και Συχνότητα Εμφάνισης - *Signalive*

Θεματολογία	Εβδομάδα 1	Εβδομάδα 2	Εβδομάδα 3	Σύνολο
Ανεργία	-	-	1 (0.30%)	1 (0.13%)
Αποτελέσματα Εκλογών	-	74 (26.33%)	84 (25.53%)	158 (21.79%)
Αποχή	-	10 (3.55%)	10 (3.03%)	20 (2.74%)
Άφρικα	-	8 (2.84%)	3 (0.91%)	11 (1.51%)
Δημοσιονομική Πολιτική	-	-	-	-
Δημιουργία Νέων Θέσεων Εργασίας	-	-	-	-
Debate	2 (1.73%)	13 (4.62%)	13 (3.95%)	28 (3.86%)
Εγκληματικότητα	-	4 (1.42%)	4 (1.42%)	8 (1.10%)
Εκπαίδευση	3 (2.60%)	5 (1.77%)	-	8 (1.10%)
Ενέργεια	9 (7.82%)	5 (1.77%)	13 (3.95%)	27 (3.72%)
Εξωτερική Πολιτική	5 (4.34%)	-	2 (0.60%)	7 (0.96%)
Εσωκομματικά Ζητήματα	6 (5.21%)	5 (1.77%)	101 (30.69%)	112 (15.44%)
Ευτράπελα Εκλογών	-	8 (2.84%)	9 (2.73%)	17 (2.34%)
Exit Polls	-	18 (6.40%)	9 (2.73%)	27 (3.72%)
Ζητήματα Κρατικού Προϋπολογισμού	-	-	1 (0.30%)	1 (0.13%)
Υγεία	-	1 (0.35%)	2 (0.60%)	3 (0.41%)
Ηθική και Αξίες	1 (0.86%)	-	-	1 (0.13%)

Καμπάνιες Υποψηφίων				
Αναλύσεις	24 (20.86%)	41 (14.59%)	15 (4.55%)	80 (11.03%)
Εκδηλώσεις	4 (3.47%)	-	-	4 (0.55%)
Δημοσκοπήσεις	7 (6.08%)	-	-	7 (0.96%)
Κατεχόμενα – Σχηματισμός Κυβέρνησης	1 (0.86%)	2 (0.71%)	2 (0.60%)	5 (0.68%)
Κοινωνική Ασφάλεια	2 (1.73%)	3 (1.06%)	7 (2.12%)	12 (1.65%)
Κυπριακό Πρόβλημα	8 (6.95%)	10 (3.55%)	21 (6.38%)	39 (5.37%)
Νομοθεσίες	-	-	-	-
Οδηγός Εκλογών	5 (4.34%)	28 (9.96%)	13 (3.95%)	46 (6.34%)
Οικονομία	34 (29.56%)	24 (8.54%)	9 (2.73%)	67 (9.24%)
Περιβαλλοντικά Ζητήματα	-	-	-	-
Πολιτικά Δικαιώματα	-	5 (1.77%)	5 (1.51%)	10 (1.37%)
Σκοπιανό	-	6 (2.13%)	-	6 (0.82%)
Στρατιωτική Άμυνα	1 (0.86%)	-	-	1 (0.13%)
S.M.S.	-	8 (2.84%)	5 (1.51%)	13 (1.79%)
Τοπικά Ζητήματα	3 (2.60%)	3 (1.06%)	-	6 (0.82%)
Φορολογία	-	-	-	-
Σύνολο	115	281	329	725

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 4, τα θέματα τα οποία εμφανίστηκαν στο διαδικτυακό ειδησεογραφικό πορτάλ Sigmalive ήταν: ανεργία, αποτελέσματα εκλογών, αποχή, άφρικα debate, εγκληματικότητα, εκπαίδευση, ενέργεια, εξωτερική πολιτική, εσωκομματικά ζητήματα, ευτράπελα εκλογών, exit polls, ζητήματα κρατικού προϋπολογισμού, υγεία, ηθική και αξίες, καμπάνιες υποψηφίων (αναλύσεις, εκδηλώσεις, δημοσκοπήσεις), κατεχόμενα – σχηματισμός κυβέρνησης, κοινωνική ασφάλεια, Κυπριακό πρόβλημα, οδηγός εκλογών, οικονομία, πολιτικά δικαιώματα, σκοπιανό, στρατιωτική άμυνα και τοπικά ζητήματα. Ωστόσο, ορισμένα θέματα όπως η δημοσιονομική πολιτική, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, οι νομοθεσίες, τα περιβαλλοντικά ζητήματα και η φορολογία δεν παρουσιάστηκαν.

Τα θέματα τα οποία είχαν τη μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης ήταν τα αποτελέσματα εκλογών με 158 ειδήσεις (21.79%), τα εσωκομματικά ζητήματα με 112 ειδήσεις (15.44%), οι καμπάνιες των υποψηφίων – αναλύσεις με 80 ειδήσεις (11.03%), η οικονομία με 67 ειδήσεις (9.24%) και ο οδηγός εκλογών με 46 ειδήσεις (6.34%).

Πίνακας 5: Θεματικές Κατηγορίες Ειδήσεων και Συχνότητα Εμφάνισης - *Ant1 Iwo*

Θεματολογία	Εβδομάδα 1	Εβδομάδα 2	Εβδομάδα 3	Σύνολο
Ανεργία	-	-	-	-
Αποτελέσματα Εκλογών	-	4 (6.89%)	17 (19.54%)	21 (11.17%)
Αποχή	-	-	2 (2.29%)	2 (1.06%)
Άφρικα	-	2 (3.44%)	1 (1.14%)	3 (1.59%)
Δημοσιονομική Πολιτική	-	-	-	-
Δημιουργία Νέων Θέσεων Εργασίας	-	2 (3.44%)	-	2 (1.06%)
Debate	1 (2.32%)	2 (3.44%)	5 (5.74%)	8 (4.25%)
Εγκληματικότητα	-	-	-	-
Εκπαίδευση	1 (2.32%)	3 (5.17%)	-	4 (2.12%)
Ενέργεια	3 (6.97%)	1 (1.72%)	4 (4.59%)	8 (4.25%)
Εξωτερική Πολιτική	3 (6.97%)	-	-	3 (1.59%)
Εσωκομματικά Ζητήματα	1 (2.32%)	-	28 (32.18%)	29 (15.42%)
Ευτράπελα Εκλογών	-	4 (6.89%)	-	4 (2.12%)
Exit Polls	-	1 (1.72%)	1 (1.14%)	2 (1.06%)
Ζητήματα Κρατικού Προϋπολογισμού	-	1 (1.72%)	-	1 (0.53%)
Υγεία	1 (2.32%)	4 (6.89%)	-	5 (2.65%)
Ηθική και Αξίες	-	-	-	-
Καμπάνιες Υποψηφίων	-	-	-	-
Αναλύσεις	7 (16.27%)	4 (6.89%)	6 (6.89%)	17 (9.04%)
Εκδηλώσεις	2 (4.65%)	-	-	2 (1.06%)
Δημοσκοπήσεις	1 (2.32%)	2 (3.44%)	-	3 (1.59%)
Κατεχόμενα – Σχηματισμός Κυβέρνησης	-	-	2 (2.29%)	2 (1.06%)
Κοινωνική Ασφάλεια	1 (2.32%)	5 (8.62%)	9 (10.34%)	15 (7.97%)
Κυπριακό Πρόβλημα	4 (9.30%)	-	4 (4.59%)	8 (4.25%)
Νομοθεσίες	-	1 (1.72%)	-	1 (0.53%)
Οδηγός Εκλογών	2 (4.65%)	9 (15.51%)	6 (6.89%)	17 (9.04%)
Οικονομία	6 (13.95%)	8 (13.79%)	-	14 (7.44%)
Περιβαλλοντικά Ζητήματα	1 (2.32%)	1 (1.72%)	-	2 (1.06%)
Πολιτικά Δικαιώματα	5 (11.62%)	2 (3.44%)	-	7 (3.72%)
Σκοπιανό	-	1 (1.72%)	-	1 (0.53%)
Στρατιωτική Άμυνα	-	-	-	-
S.M.S.	-	-	2 (2.29%)	2 (1.06%)
Τοπικά Ζητήματα	4 (9.30%)	1 (1.72%)	-	5 (2.65%)
Φορολογία	-	-	-	-
Σύνολο	43	58	87	188

Ο Πίνακας 5 εξετάζει τις θεματικές κατηγορίες των ειδήσεων και τη συχνότητα εμφάνισής τους, που εμφανίστηκαν στην ειδησεογραφική ιστοσελίδα Ant1 Iwo. Μέσα από την ανάλυση περιεχομένου που πραγματοποιήθηκε, εντοπίζεται ότι τα θέματα τα οποία εμφανίστηκαν ήταν: αποτελέσματα εκλογών, αποχή, άφρικα, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, debate, εκπαίδευση, ενέργεια, εξωτερική πολιτική, εσωκομματικά ζητήματα, ευτράπελα εκλογών, exit polls, ζητήματα κρατικού προϋπολογισμού, υγεία, καμπάνιες υποψηφίων (αναλύσεις, δημοσκοπήσεις), κατεχόμενα – σχηματισμός κυβέρνησης, κοινωνική ασφάλεια, Κυπριακό πρόβλημα, νομοθεσίες, οδηγός εκλογών, οικονομία, περιβαλλοντικά ζητήματα, πολιτικά δικαιώματα, σκοπιανό, sms και τοπικά ζητήματα. Παρόλα αυτά, υπήρχαν ορισμένα θέματα τα οποία δεν εμφανίστηκαν, όπως η ανεργία, η δημοσιονομική πολιτική, η εγκληματικότητα, η ηθική και αξίες, η στρατιωτική άμυνα και οι φορολογίες.

Όσον αφορά τη συχνότητα εμφάνισης των θεμάτων, τα πέντε κυρίαρχα θέματα ήταν τα εσωκομματικά ζητήματα με 29 ειδήσεις (15.42%), τα αποτελέσματα εκλογών με 21 ειδήσεις (11.17%), οι καμπάνιες υποψηφίων – αναλύσεις με 17 ειδήσεις (9.04%), ο οδηγός εκλογών με 17 ειδήσεις (9.04%) και η κοινωνική ασφάλεια με 15 ειδήσεις (7.94%).

Πίνακας 6: Αναλυτική Συχνότητα Εμφάνισης Θεματολογίας

Θεματολογία	Σύνολο
Ανεργία	7 (0.37%)
Αποτελέσματα Εκλογών	193 (10.26%)
Αποχή	30 (1.59%)
Άφρικα	33 (1.75%)
Δημοσιονομική Πολιτική	1 (0.05%)
Δημιουργία Νέων Θέσεων Εργασίας	8 (0.42%)
Debate	56 (2.97%)
Εγκληματικότητα	84 (4.46%)
Εκπαίδευση	82 (4.36%)
Ενέργεια	75 (3.98%)
Εξωτερική Πολιτική	23 (1.22%)
Εσωκομματικά Ζητήματα	265 (14.09%)
Ευτράπελα Εκλογών	24 (1.27%)

Exit Polls	34 (1.80%)
Ζητήματα Κρατικού Προϋπολογισμού	9 (0.47%)
Υγεία	49 (2.60%)
Ηθική και Αξίες	3 (0.15%)
Καμπάνιες Υποψηφίων	
Αναλύσεις	188 (10%)
Εκδηλώσεις	12 (0.63%)
Δημοσκοπήσεις	23 (1.22%)
Κατεχόμενα – Σχηματισμός Κυβέρνησης	24 (1.27%)
Κοινωνική Ασφάλεια	33 (1.75%)
Κυπριακό Πρόβλημα	88 (4.68%)
Νομοθεσίες	8 (0.42%)
Οδηγός Εκλογών	75 (3.98)
Οικονομία	273 (14.52%)
Περιβαλλοντικά Ζητήματα	43 (2.28%)
Πολιτικά Δικαιώματα	34 (1.80%)
Σκοπιανό	18 (0.95%)
Στρατιωτική Άμυνα	5 (0.26%)
S.M.S.	16 (0.85%)
Τοπικά Ζητήματα	52 (2.76%)
Φορολογία	12 (0.63%)
Σύνολο	1880

Ο Πίνακας 6 παρουσιάζει την αναλυτική συχνότητα εμφάνισης της θεματολογίας που εντοπίστηκε στα Μέσα ενημέρωσης που επιλέχθηκαν προς ανάλυση. Πιο συγκεκριμένα για την περίοδο 15/01/2018 – 04/02/2018, παρατηρείται ότι τα πέντε κυρίαρχα θέματα που εμφανίστηκαν στη θεματολογία των Μέσων ήταν η οικονομία με 273 ειδήσεις (14.52%), τα εσωκομματικά ζητήματα με 265 ειδήσεις (14.09%), τα αποτελέσματα των εκλογών με 193 ειδήσεις (10.26%), ακολούθως οι αναλύσεις των εκστρατειών των υποψηφίων με 188 ειδήσεις (10%) και το Κυπριακό πρόβλημα με 88 ειδήσεις (4.68%).

7.2. Θεματολογία και Ειδησεογραφικά Πλαίσια

Πίνακας 7: Οικονομία και Ειδησεογραφικά Πλαίσια

Πλαίσια	Thematic	Episodic	Conflict	Human	Morality	Economic	Attribution	Game
Εβδομάδα 1 – 15/01/2018 – 21/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	-	1 (2%)	-	-	49 (98%)	-	-
<i>Πολίτης</i>	-	6 (20%)	-	-	-	24 (80%)	-	-
<i>Sigmalive</i>	4 (11.76%)	1 (2.94%)	4 (11.76%)	2 (5.88%)	-	22 (64.70%)	1 (2.94%)	-
<i>Ant1 Ivo</i>	1 (16.66%)	-	2 (33.33%)	-	-	3 (50%)	-	-
Εβδομάδα 2 – 22/01/2018 – 28/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	1 (3.70%)	-	-	-	-	23 (85.18%)	3 (11.11%)	-
<i>Πολίτης</i>	-	5 (17.24%)	-	-	-	24 (82.75%)	-	-
<i>Sigmalive</i>	3 (12.5%)	-	6 (25%)	1 (4.16%)	-	8 (33.33%)	6 (25%)	-
<i>Ant1 Ivo</i>	-	1 (12.5%)	2 (25%)	-	-	4 (50%)	1 (12.5%)	-
Εβδομάδα 3 – 29/01/2018 – 04/02/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	4 (11.77%)	-	-	-	30 (88.23%)	-	-
<i>Πολίτης</i>	-	5 (22.73%)	-	-	-	17 (77.27%)	-	-
<i>Sigmalive</i>	-	4 (44.44%)	1 (11.11%)	-	-	3 (33.33%)	1 (11.11%)	-
<i>Ant1 Ivo</i>	-	-	-	-	-	-	-	-

Ο Πίνακας 7 εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο πλαισιώθηκε η οικονομία στα Μέσα ενημέρωσης που επιλέχθηκαν προς ανάλυση. Όσον αφορά, την πρώτη εβδομάδα παρατηρείται ότι η οικονομία εντάσσεται κατά κύριο λόγο στο πλαίσιο οικονομικών συνεπειών, κάτι το οποίο ισχύει και για τις υπόλοιπες δύο εβδομάδες. Επίσης, παρατηρώντας τον πίνακα διαφαίνεται ότι επεισοδιακή πλαισίωση, αποτέλεσε το δεύτερο πιο διαδομένο τρόπο πλαισίωσης. Παράλληλα, αξίζει να σημειωθεί ότι οι περισσότερες οικονομικές ειδήσεις της εφημερίδας *Ο Φιλελεύθερος*, ήταν υπό το πρίσμα του πλαισίου οικονομικών συνεπειών. Επιπλέον, μέσα από τον πίνακα φαίνεται ότι το πλαίσιο ηθικής και το πλαίσιο παιχνιδιού, δεν εμφανίστηκαν σε κανένα από τα τέσσερα Μέσα ενημέρωσης.

Ορισμένα χαρακτηριστικά αποσπάσματα τα οποία καταδεικνύουν το πλαίσιο οικονομικών συνεπειών είναι τα ακόλουθα:

- «*Η Ελληνική Τράπεζα ανακοίνωσε ότι συνήψε συμφωνία με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης (EBRD) για συμμετοχή της σε κοινοπρακτικό δάνειο με 10 εκατομμύρια δολάρια*» (Sigmalive, 2018).

- «*Ηρθε η μέρα της κρίσης για Cyta Hellas από ΑΤΗΚ. Καλύπτει νέες ζημιές και δάνεια η πρόταση των €120 εκατομμυρίων*» (Ο Φιλελεύθερος, 2018).

Πίνακας 8: Εσωκομματικά Ζητήματα και Ειδησεογραφικά Πλαίσια

Πλαίσια	Thematic	Episodic	Conflict	Human	Morality	Economic	Attribution	Game
Εβδομάδα 1 - 15/01/2018 – 21/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	-	-	-	-	-	-	12 (100%)
<i>Πολίτης</i>	-	-	-	-	-	-	-	7 (100%)
<i>Sigmalive</i>	-	4 (66.66%)	2 (33.34%)	-	-	-	-	-
<i>Ant1 Iwo</i>	-	1 (100%)	-	-	-	-	-	-
Εβδομάδα 2 – 22/01/2018 – 28/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	-	-	-	-	-	-	1 (100%)
<i>Πολίτης</i>	-	-	1 (14.29%)	-	-	-	-	6 (85.71%)
<i>Sigmalive</i>	-	-	1 (20%)	-	-	-	-	4 (80%)
<i>Ant1 Iwo</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
Εβδομάδα 3 – 29/01/2018 – 04/02/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	-	-	-	-	-	-	36 (100%)
<i>Πολίτης</i>	-	-	-	-	-	-	-	59 (100%)
<i>Sigmalive</i>	-	-	4 (3.97%)	10 (9.90%)	-	-	-	87 (86.13%)
<i>Ant1 Iwo</i>	-	-	-	-	-	-	-	28 (100%)

Λαμβάνοντας υπόψη τον Πίνακα 8, ο οποίος αναφέρεται στα εσωκομματικά ζητήματα, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των ειδήσεων παρουσιάστηκε υπό το πρίσμα του πλαισίου παιχνιδιού. Επίσης, μέσα από τον πίνακα διαφαίνεται ότι, τα εσωκομματικά ζητήματα παρουσιάστηκαν μέσω της επεισοδιακής και συγκρουσιακής πλαισίωσης, αλλά και μέσα από το ανθρωποκεντρικό πλαίσιο.

Μερικά χαρακτηριστικά αποσπάσματα τα οποία αντικατοπτρίζουν τα πάρα πάνω ειδησεογραφικά πλαίσια είναι τα εξής:

- «*Πρωτοβουλίες προς τα κόμματα του ενδιάμεσου χώρου, για συνεργασία ενόψει του δεύτερου γύρου των προεδρικών εκλογών, ανακοίνωσε με γραπτή δήλωση του ότι θα αναλάβει μέσα στις επόμενες ώρες, ο έτερος μονομάχος Σταύρος Μαλάς*» (Ant1 Iwo, 2018). – Πλαίσιο Παιχνιδιού
- «*Το ΔΗΚΟ κάλεσε τους πολίτες να μην αφήσουν στα χέρια του Νίκου Αναστασιάδη και Σταύρου Μαλά*». (Πολίτης, 2018). – Επεισοδιακό Πλαίσιο

- «Τότε γιατί δεν ασκούν και αυτοί, όπως εμείς κριτική στον απερχόμενο Πρόεδρο που δεν αξιοποίησε τη θετική στάση της διεθνούς κοινότητας στα κρίσιμα ζητήματα, αλλά αντίθετα υιοθετούν το αφήγημα του κ. Αναστασιάδη που διαμεύδεται από τον ΓΓ του ΟΗΕ;» (Ο Φιλελεύθερος, 2018). – Συγκρουσιακό Πλαίσιο
- «Στις Προεδρικές εκλογές δεν έχουμε μόνο ως κριτήριο την επίλυση του Κυπριακού αλλά και την οικονομία, την εσωτερική διακυβέρνηση, την κοινωνική πολιτική,...την παιδεία, και όλα όσα έχουν να κάνουν με το μέλλον και την ευημερία των πολιτών» (Sigmalive, 2018). – Ανθρωποκεντρικό πλαίσιο

Πίνακας 9: Αποτελέσματα Εκλογών και Ειδησεογραφικά Πλαίσια

Πλαίσια	Thematic	Episodic	Conflict	Human	Morality	Economic	Attribution	Game
Εβδομάδα 1 - 15/01/2018 – 21/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>
<i>Πολίτης</i>
<i>Sigmalive</i>
<i>Ant1 Iwo</i>
Εβδομάδα 2 – 22/01/2018 – 28/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>
<i>Πολίτης</i>
<i>Sigmalive</i>	24 (32.45%)	.	20 (27.02%)	15 (20.27%)	.	.	2 (2.70%)	13 (17.56%)
<i>Ant1 Iwo</i>	1 (25%)	1 (25%)	1 (25%)	1 (25%)
Εβδομάδα 3 – 29/01/2018 – 04/02/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	.	6 (100%)
<i>Πολίτης</i>	.	.	10 (100%)
<i>Sigmalive</i>	24 (28.57%)	25 (29.76%)	19 (22.61%)	16 (19.05%)
<i>Ant1 Iwo</i>	5 (29.42%)	.	4 (23.52%)	8 (47.05%)

Ο Πίνακας 9 απεικονίζει τον τρόπο με τον οποίο πλαισιώθηκαν τα αποτελέσματα των εκλογών. Όσον αφορά τη δεύτερη εβδομάδα, παρατηρείται ότι το Sigmalive έχει τις περισσότερες ειδήσεις (74), εν αντιθέσει με το Ant1Iwo το οποίο είχε συγκριτικά πολύ λιγότερες (4). Το Sigmalive, παρατηρείται ότι επέλεξε να παρουσιάσει τις ειδήσεις, μέσω της θεματικής, συγκρουσιακής, ανθρωποκεντρικής, απόδοσης ευθύνης πλαισίωσης, καθώς και μέσα από το πλαίσιο παιχνιδιού. Τους ίδιους τρόπους πλαισίωσης επέλεξε και το Ant1 Iwo (θεματική, συγκρουσιακή, πλαίσιο παιχνιδιού), με

την διαφοροποίηση ότι δεν εφάρμοσε το πλαίσιο απόδοσης ευθύνης και ανθρωποκεντρικό πλαίσιο, αλλά την επεισοδιακή πλαισίωση. Επίσης, σημειώνεται ότι το πλαίσιο οικονομικών συνεπειών αλλά και το πλαίσιο ηθικής, δεν υιοθετήθηκαν από κάποιο Μέσο ενημέρωσης.

Εξετάζοντας την τρίτη εβδομάδα, παρατηρείται ότι οι διαδικτυακές ιστοσελίδες εφάρμοσαν ορισμένα κοινά πλαίσια (θεματικά, συγκρουσιακά, ανθρωποκεντρικά) ως προς τον τρόπο μετάδοσης των ειδήσεων, με το Ant1 Iwo να μην εφαρμόζει την επεισοδιακή πλαισίωση. Όσον αφορά τα έντυπα Μέσα ενημέρωσης, η εφημερίδα *Ο Φιλελεύθερος* παρουσίασε τα αποτελέσματα των εκλογών υπό το πρίσμα της επεισοδιακής πλαισίωσης, ενώ η εφημερίδα *Πολίτης* μέσα από το συγκρουσιακό πλαίσιο. Παράλληλα, με βάση τον πιο πάνω πίνακα φαίνεται ότι πλαίσιο ηθικής, το πλαίσιο οικονομικών συνεπειών, το πλαίσιο απόδοσης ευθύνης καθώς και το πλαίσιο παιχνιδιού δεν εφαρμόστηκαν από κάποιο Μέσο ενημέρωσης, κατά την τρίτη εβδομάδα.

Επίσης, λαμβάνοντας υπόψη τον Πίνακα 8 παρατηρείται ότι οι τρεις πιο διαδεδομένοι τρόποι πλαισίωσης των ειδήσεων ήταν μέσω της συγκρουσιακής (54 ειδήσεις, 27.69%), θεματικής πλαισίωσης (54 ειδήσεις, 27.69%) και μέσω του ανθρωποκεντρικού πλαισίου (38 ειδήσεις, 19.48%). Ορισμένα ενδεικτικά αποσπάσματα τα οποία αντανακλούν τα πιο πάνω ειδησεογραφικά πλαίσια είναι τα ακόλουθα:

- «*Μας χωρίζει άβυσσος μεταξύ των θέσεων των 2 υποψηφίων και των δυνάμεων που στήριζαν την αλλαγή*» (Sigmalive, 2018). – Συγκρουσιακό Πλαίσιο
- «*Η ψηφοφορία έγινε μέσα σε ήπιο και πολιτισμένο κλίμα, κατά τρόπο διαφανή, δημοκρατικό και αδιάβλητο και η ώριμη συμπεριφορά και υπευθυνότητα των εκατοντάδων χιλιάδων ψηφοφόρων υπήρξε καθοριστικός παράγοντας στη δημιουργία του κλίματος αυτού*» (Sigmalive, 2018). – Θεματικό Πλαίσιο
- «*Θα συνεχίσουμε τις ειλικρινείς προσπάθειες για να επανενώσουμε την πατρίδα μας σε συνθήκες ασφάλειας, ειρήνης και ευημερίας για όλους τους πολίτες... αλλά πρωτίστως για τις επόμενες γενιές, διασφαλίζοντας το μέλλον του κυπριακού Ελληνισμού*» (Ant1 Iwo, 2018). – Ανθρωποκεντρικό Πλαίσιο

Πίνακας 10: Καμπάνιες Υποψηφίων - Αναλύσεις και Ειδησεογραφικά Πλαίσια

Πλαίσια	Thematic	Episodic	Conflict	Human	Morality	Economic	Attribution	Game
Εβδομάδα 1 - 15/01/2018 – 21/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	-	1 (8.33%)	-	-	-	-	11 (91.66%)
<i>Πολίτης</i>	-	-	7 (70%)	-	-	-	-	3 (30%)
<i>Sigmalive</i>	4 (16.66%)	1 (4.16%)	12 (50%)	3 (12.55)	-	1 (4.16%)	1 (4.16%)	2 (8.33%)
<i>Anti Iwo</i>	3 (42.85%)	2 (28.57%)	1 (14.28%)	-	-	-	1 (14.28%)	-
Εβδομάδα 2 - 22/01/2018 – 28/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	-	-	13 (54.17%)	-	-	-	11 (45.83%)
<i>Πολίτης</i>	-	15 (51.72%)	1 (3.44%)	6 (20.68%)	-	-	-	7 (24.13%)
<i>Sigmalive</i>	2 (4.87%)	-	15 (36.58%)	14 (34.14%)	-	-	3 (7.31%)	7 (17.07%)
<i>Anti Iwo</i>	1 (25%)	1 (25%)	1 (25%)	1 (25%)	-	-	-	-
Εβδομάδα 3 - 29/01/2018 – 04/02/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	-	-	8 (57.14%)	-	-	-	6 (42.86%)
<i>Πολίτης</i>	-	-	-	-	-	-	-	2 (100%)
<i>Sigmalive</i>	-	-	6 (40%)	9 (60%)	-	-	-	-
<i>Anti Iwo</i>	-	-	-	3 (50%)	-	-	-	3 (50%)

Ο Πίνακας 10 παρουσιάζει τον τρόπο με τον οποίο οι αναλύσεις των θεμάτων που αφορούσαν τις καμπάνιες των υποψηφίων πλαισιώθηκαν. Αρχικά, παρατηρείται ότι τις δύο πρώτες εβδομάδες προέκυψαν περισσότερες ειδήσεις, από ότι την τελευταία εβδομάδα των εκλογών. Επίσης, μέσα από τον πιο πάνω πίνακα διαφαίνεται ότι το ανθρωποκεντρικό πλαίσιο κυριαρχεί ως προς τον τρόπο πλαισίωσης των ειδήσεων, καθώς αριθμεί συνολικά 57 ειδήσεις (43.51%). Ο δεύτερος πιο διαδεδομένος τρόπος πλαισίωσης της συγκεκριμένης θεματικής κατηγορίας ήταν το πλαίσιο παιχνιδιού με 52 ειδήσεις (39.69%), με το συγκρουσιακό πλαίσιο (44 ειδήσεις, 33.58%) να αναδεικνύεται ως η τρίτη κυρίαρχη επιλογή τρόπου μετάδοσης των ειδήσεων. Ορισμένα χαρακτηριστικά αποσπάσματα τα οποία καταδεικνύουν τα πιο πάνω κυρίαρχα πλαίσια είναι τα ακόλουθα:

- «*Να μην επιτρέψετε σε κανένα να πειραματιστεί ξανά με τις τύχες μας, με τις τύχες των παιδιών μας, με την τύχη του τόπου μας*» (Ο Φιλελεύθερος, 2018). – Ανθρωποκεντρικό Πλαίσιο
- «*Δείπνο Μαλά για ΜΜΕ... εκεί ήταν οι συνεργάτες του στο κεντρικό εκλογικό επιτελείο*» (Πολίτης, 2018). – Πλαίσιο Παιχνιδιού
- «*Ο Νικόλας αποσυσπειρώνει το ΔΗΚΟ*» (Πολίτης, 2018). – Συγκρουσιακό Πλαίσιο

Πίνακας 11: Κυπριακό Πρόβλημα και Ειδησεογραφικά Πλαίσια

Πλαίσια	Thematic	Episodic	Conflict	Human	Morality	Economic	Attribution	Game
Εβδομάδα 1 - 15/01/2018 – 21/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	3 (27.27%)	5 (45.46%)	-	-	-	3 (27.27%)	-
<i>Πολίτης</i>	-	4 (100%)	-	-	-	-	-	-
<i>Sigmalive</i>	1 (12.5%)	1 (12.5%)	3 (37.5%)	1 (12.5%)	-	-	2 (25%)	-
<i>Ant1 Iwo</i>	1 (25%)	1 (25%)	1 (25%)	-	-	-	1 (25%)	-
Εβδομάδα 2 - 22/01/2018 – 28/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	3 (100%)	-	-	-	-	-	-
<i>Πολίτης</i>	-	3 (60%)	1 (20%)	1 (20%)	-	-	-	-
<i>Sigmalive</i>	-	1 (10%)	3 (30%)	2 (20%)	1 (10%)	-	3 (30%)	-
<i>Ant1 Iwo</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
Εβδομάδα 3 - 29/01/2018 – 04/02/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	3 (21.43%)	11 (78.57%)	-	-	-	-	-
<i>Πολίτης</i>	-	-	4 (100%)	-	-	-	-	-
<i>Sigmalive</i>	-	7 (33.33%)	10 (47.62%)	1 (4.74%)	-	1 (4.76%)	2 (9.52%)	-
<i>Ant1 Iwo</i>	-	1 (25%)	3 (75%)	-	-	-	-	-

Ο Πίνακας 11 εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο το Κυπριακό πρόβλημα πλαισιώθηκε στα Μέσα ενημέρωσης. Λαμβάνοντας υπόψη τον πίνακα παρατηρείται ότι το Κυπριακό πρόβλημα κατά την περίοδο 15/01/2018 – 04/02/2018, πλαισιώθηκε κατά κύριο λόγο υπό το πρίσμα της σύγκρουση, αριθμώντας στο σύνολο 41 ειδήσεις (47.12%). Το δεύτερο πλαίσιο με την μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης είναι το επεισοδιακό με 27 ειδήσεις (31.03%), ενώ το πλαίσιο απόδοσης ευθύνης το τρίτο με 11 ειδήσεις (12.64%).

Παράλληλα, με βάση τον πίνακα φαίνεται ότι το πλαίσιο παιχνιδιού δεν υιοθετήθηκε από κάποιο Μέσο ενημέρωσης. Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι συνολικά είναι μειωμένα τα ποσοστά εμφάνισης της θεματικής, ανθρωποκεντρικής, οικονομικής πλαισίωσης καθώς και του πλαισίου ηθικής, σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες πλαισίωσης. Μερικά χαρακτηριστικά παραδείγματα τα οποία αντικατοπτρίζουν το συγκρουσιακό πλαίσιο είναι τα εξής:

- «*Ακιντζί: Αναπόφευκτες επιχειρήσεις όταν απειλούνται σύνορα*» (Ant1 Iwo, 2018).
- «*ΠτΔ: Προϋπόθεση για λύση του Κυπριακού η στάση της Τουρκίας...Αν έχουν, λοιπόν, σχέδια Β`, ας έλθουν να τα συζητήσουμε*». (Ant1 Iwo, 2018).

Πίνακας 12: Θέματα Υγείας και Ειδησεογραφικά Πλαίσια

Πλαίσια	Thematic	Episodic	Conflict	Human	Morality	Economic	Attribution	Game
Εβδομάδα 1 – 15/01/2018 – 21/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	3 (21.42%)	-	6 (42.85%)	-	5 (35.73%)	-	-
<i>Πολίτης</i>	-	3 (60%)	1 (20%)	1 (20%)	-	-	-	-
<i>Sigmalive</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Ant1 Iwo</i>	-	-	-	-	-	-	1 (100%)	-
Εβδομάδα 2 – 22/01/2018 – 28/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	-	-	4 (57.14%)	-	3 (42.86%)	-	-
<i>Πολίτης</i>	-	4 (66.66%)	-	1 (16.66%)	-	1 (16.66%)	-	-
<i>Sigmalive</i>	-	-	-	1 (100%)	-	-	-	-
<i>Ant1 Iwo</i>	1 (25%)	-	-	3 (75%)	-	-	-	-
Εβδομάδα 3 – 29/01/2018 – 04/02/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	-	3 (37.5%)	-	5 (62.5%)	-	-	-	-
<i>Πολίτης</i>	-	-	-	-	-	-	1 (100%)	-
<i>Sigmalive</i>	-	-	-	2 (100%)	-	-	-	-
<i>Ant1 Iwo</i>	-	-	-	-	-	-	-	-

Ο Πίνακας 12 παρουσιάζει σε ποιες κατηγορίες ειδησεογραφικών πλαισίων, εντάσσονται τα θέματα υγείας που εντοπίστηκαν στα Μέσα ενημέρωσης. Αρχικά, παρατηρείται ότι συνολικά τα θέματα υγείας εντάσσονται κατά κύριο λόγο στο ανθρωποκεντρικό πλαίσιο, αφού από το σύνολο των σαράντα οκτώ ειδήσεων, αριθμούν 23 ειδήσεις (47.91%). Παράλληλα, μέσα από τον πιο πάνω πίνακα φαίνεται ότι ο δεύτερος πιο διαδεδομένος τρόπος πλαισίωσης των θεμάτων υγείας ήταν, η επεισοδιακή πλαισίωση με 13 ειδήσεις (27.08%), ενώ ο τρίτος το πλαίσιο οικονομικών συνεπειών με 9 ειδήσεις (18.75%).

Μερικά χαρακτηριστικά αποσπάσματα τα οποία αντικατοπτρίζουν τα πάρα πάνω ειδησεογραφικά πλαίσια είναι τα εξής:

- «*Δωρεάν νοσηλεία και φάρμακα στους ασθενείς που το οικογενειακό τους εισόδημα δεν υπερβαίνει τις 150.000 ευρώ*» (Πολίτης, 2018). – Ανθρωποκεντρικό Πλαίσιο
- «*Ιδιαίτερα σκληρή γλώσσα χρησιμοποίησε ο Υπουργός υγείας Γιώργος Παμπορίδης, για τις καθυστερήσεις που παρατηρούνται στα έργα που γίνονται στα*

δημόσια νοσηλευτήρια. Έκανε λόγο για ηλίθιους τσακωμούς από ανθρώπους που δεν είχαν τίποτα να χωρίσουν» (Ant1 Iwo, 2018). – Επεισοδιακό Πλαίσιο

- «Λίστες αναμονής, ληγμένα αναλώσιμα για το χειρουργείο από το 2009, €5.084.451 καθυστερημένα έσοδα από αλλοδαπούς, είναι μερικά από τα τραγελαφικά που συνθέτουν την έκθεση του ΓΕ για το ΓΝΛ» (Ant1 Iwo, 2018). – Πλαίσιο Οικονομικών Συνεπειών

7.3. Συχνότητα Εμφάνισης Πλαισίων

Πίνακας 13: Συχνότητα Εμφάνισης Πλαισίων ανά Μέσο και Εβδομάδα

Πλαίσια	Thematic	Episodic	Conflict	Human	Morality	Economic	Attribution	Game
Εβδομάδα 1 - 15/01/2018 – 21/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	4 (1.72%)	31 (13.36%)	29 (12.50%)	53 (22.84%)	-	72 (31.03%)	13 (5.60%)	30 (12.93%)
<i>Πολίτης</i>	2 (1.47%)	40 (29.41%)	13 (9.55%)	19 (13.97%)	-	36 (26.47%)	6 (4.41%)	20 (14.70%)
<i>Sigmalive</i>	19 (16.52%)	16 (13.91%)	31 (26.95%)	12 (10.43%)	1 (0.86%)	28 (24.34%)	5 (4.34%)	3 (2.60%)
<i>Ant1 Iwo</i>	20 (46.51%)	4 (9.30%)	6 (13.95%)	5 (11.62%)	-	3 (6.97%)	4 (9.30%)	1 (2.32%)
Εβδομάδα 2 - 22/01/2018 – 28/01/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	3 (2.14%)	24 (17.14%)	8 (5.71%)	36 (25.71%)	5 (3.57%)	44 (31.42%)	7 (5%)	13 (9.28%)
<i>Πολίτης</i>	3 (1.94%)	63 (40.90%)	6 (3.89%)	27 (17.53%)	-	38 (24.67%)	-	17 (11.03%)
<i>Sigmalive</i>	66 (23.48%)	16 (5.69%)	68 (24.19%)	48 (17.08%)	1 (0.35%)	18 (6.40%)	20 (7.281%)	44 (15.65%)
<i>Ant1 Iwo</i>	16 (27.58%)	9 (15.51%)	10 (17.24%)	14 (24.13%)	-	5 (8.62%)	3 (5.17%)	1 (1.72%)
Εβδομάδα 3 - 29/01/2018 – 04/02/2018								
<i>Ο Φιλελεύθερος</i>	1 (0.60%)	36 (21.95%)	15 (9.14%)	16 (9.75%)	-	48 (29.26%)	4 (2.43%)	44 (26.82%)
<i>Πολίτης</i>	1 (0.70%)	25 (17.73%)	15 (10.63%)	11 (7.80%)	-	18 (12.76%)	1 (0.70%)	70 (49.64%)
<i>Sigmalive</i>	47 (14.28%)	56 (17.02%)	65 (19.75%)	52 (15.80%)	-	11 (3.34%)	7 (2.12%)	91 (27.65%)
<i>Ant1 Iwo</i>	14 (16.09%)	2 (2.29%)	17 (19.54%)	19 (21.83%)	-	2 (2.29%)	1 (1.14%)	32 (36.78%)

Ο Πίνακας 13 παρουσιάζει τη συχνότητα εμφάνισης των ειδησεογραφικών πλαισίων για το κάθε Μέσο ενημέρωσης. Αρχικά, παρατηρείται ότι για τις δύο πρώτες εβδομάδες (15/01/2018 – 28/01/2018) η εφημερίδα *Ο Φιλελεύθερος* παρουσίασε την πλειοψηφία των ειδήσεων της υπό το πρίσμα της οικονομικής πλαισίωσης, σε αντίθεση με την εφημερίδα *Πολίτης* η οποία υιοθέτησε κατά κύριο λόγο την επεισοδιακή πλαισίωση. Όσον αφορά τα διαδικτυακά ειδησεογραφικά δίκτυα, εντοπίζεται ότι για το ίδιο χρονικό διάστημα το *Sigmalive* παρουσίασε την πλειοψηφία των ειδήσεων του μέσω της συγκρουσιακής πλαισίωσης, εν αντιθέσει με το *Ant1 Iwo* που εστίασε περισσότερο στη θεματική πλαισίωση.

Σχετικά με την περίοδο 29/01/2018 – 04/02/2018 παρατηρείται ότι η εφημερίδα *Ο Φιλελεύθερος*, παρουσίασε κατά τον ίδιο τρόπο την πλειοψηφία των ειδήσεων της (οικονομική πλαισίωση), εν αντιθέσει με την εφημερίδα *Πολίτης* η οποία υιοθέτησε κατά κύριο λόγο το πλαίσιο παιχνιδιού, αντί της θεματικής πλαισίωσης που ίσχυε για τις δύο πρώτες εβδομάδες. Παράλληλα, μέσα από τον πιο πάνω πίνακα διαφαίνεται ότι τα διαδικτυακά ειδησεογραφικά πορτάλ επέλεξαν να διαφοροποιήσουν τον τρόπο

πλαisiώσης των ειδήσεων τους για την τρίτη εβδομάδα, υιοθετώντας για την πλειοψηφία των ειδήσεων τους, το πλαίσιο παιχνιδιού.

Επίσης, εξετάζοντας τον πιο πάνω πίνακα παρατηρείται ότι η εφημερίδα *Ο Φιλελεύθερος* και η ενημερωτική ιστοσελίδα Sigmalive, εφάρμοσαν όλες τις κατηγορίες ειδησεογραφικών πλαισίων, σε αντίθεση με τα υπόλοιπα δύο Μέσα ενημέρωσης τα οποία δεν υιοθέτησαν σε κανένα από τα τρία χρονικά διαστήματα το πλαίσιο ηθικής.

Επιπρόσθετα, μέσα από τον Πίνακα 12 διαφαίνεται ότι τα έντυπα Μέσα ενημέρωσης πλαisiώσαν το σύνολο των ειδήσεων τους υπό το πρίσμα της οικονομικής πλαisiώσης (256 ειδήσεις, 26.47%), της επεισοδιακής πλαisiώσης (219 ειδήσεις, 22.64%) και μέσω του πλαισίου παιχνιδιού (194 ειδήσεις, 20.06%). Για τα διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης, η σειρά με την οποία πλαisiώθηκαν κατά κύριο λόγο οι ειδήσεις ήταν: συγκρουσιακή πλαisiώση (197 ειδήσεις, 21.57%), θεματική πλαisiώση (182 ειδήσεις, 19.93%) και το πλαίσιο παιχνιδιού (172 ειδήσεις, 18.83%).

8. Συμπεράσματα

Το κεφάλαιο αυτό επικεντρώνεται στη συζήτηση των βασικότερων ευρημάτων που προέκυψαν από την εκπόνηση της παρούσας έρευνας, καθώς και στη σύνδεση τους με την υπάρχουσα βιβλιογραφία και με το θεωρητικό πλαίσιο. Παράλληλα, γίνεται αναφορά στους περιορισμούς που υπήρξαν κατά την υλοποίηση της παρούσας έρευνας, καθώς και στις προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.

8.1. Συζήτηση Αποτελεσμάτων

Ο πρώτος ερευνητικός στόχος αφορούσε την εξέταση της βασικής θεματολογίας που εμφανίστηκε στα έντυπα και διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης κατά την προεκλογική περίοδο των προεδρικών εκλογών του 2018. Τα αποτελέσματα της έρευνας κατέδειξαν ότι συνολικά εμφανίστηκαν τριάντα τρεις θεματικές κατηγορίες για το σύνολο των Μέσων ενημέρωσης που μελετήθηκαν. Όσον αφορά τα έντυπα Μέσα ενημέρωσης παρατηρήθηκε ότι, εμφανίστηκαν ορισμένα κοινά θέματα όπως για παράδειγμα τα αποτελέσματα των εκλογών, το Κυπριακό πρόβλημα, τα εσωκομματικά ζητήματα, η οικονομία, κλπ ⁶. Ωστόσο, προέκυψαν ορισμένα θέματα τα οποία εμφανίστηκαν μόνο σε μία από τις δύο εφημερίδες, όπως για παράδειγμα τα ευτράπελα εκλογών, τα ζητήματα κρατικού προϋπολογισμού, τα απαγορευμένα sms που στάλθηκαν κατά την διάρκεια των εκλογών (*Ο Φιλελεύθερος*), καθώς και η δημοσιονομική πολιτική και οι νομοθεσίες (*Πολίτης*).

Σχετικά με τη θεματολογία που εμφανίστηκε στα διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης, εντοπίστηκε ότι και σε αυτή την περίπτωση εμφανίστηκαν κοινά θέματα⁷. Παρόλα αυτά, θα πρέπει να σημειωθεί ότι υπήρξαν ορισμένα θέματα τα οποία εμφανίστηκαν μόνο σε ένα από τα δύο διαδικτυακά ειδησεογραφικά πορτάλ, όπως: εγκληματικότητα, ηθική και αξίες, κατεχόμενα – σχηματισμός κυβέρνησης, στρατιωτική άμυνα (Sigmalive) και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, νομοθεσίες, περιβαλλοντικά ζητήματα (Ant1 Iwo).

Αντιπαραβάλλοντας τα αποτελέσματα που αφορούν το πρώτο ερευνητικό ερώτημα, με τα ευρήματα των ερευνών που παρουσιάστηκαν στην ενότητα της βιβλιογραφικής επισκόπησης, παρατηρείται ότι έρχονται σε συμφωνία. Πιο συγκεκριμένα, επιβεβαιώνονται τα θέματα που αφορούν:

⁶Αναλυτικότερα βλ. υποκεφάλαιο 7.1.

⁷Αναλυτικότερα βλ. υποκεφάλαιο 7.1.

- Καμπάνιες υποψηφίων (αναλύσεις, εκδηλώσεις, δημοσκοπήσεις), δημοσιονομική πολιτική, νομοθεσίες, πολιτικά δικαιώματα (McCombs & Shaw, 1972).
- Εξωτερική Πολιτική (McCombs & Shaw, 1972; Tsur, Calacci & Lazer, 2015).
- Οικονομία (Hester & Gibson, 2003; Kiouisis, 2004; Tsur, Calacci & Lazer, 2015).
- Ζητήματα Κρατικού Προϋπολογισμού (Jasperson, Shah, Watts, Faber & Fan, 1998; Kiouisis, 2004; Tsur, Calacci & Lazer, 2015).
- Τοπικά ζητήματα (Palmgreen & Clarke, 1977; Smith, 1987).
- Θέματα Υγείας (Pratt, Ha & Pratt, 2002; Sato, 2003; Kiouisis, 2004; Tsur, Calacci & Lazer, 2015).
- Περιβαλλοντικά Ζητήματα (Salwen, 1988; Chan, 1999).
- Εγκληματικότητα, εκπαίδευση, στρατιωτική άμυνα, κοινωνική ασφάλεια, ηθική και αξίες (Kiouisis, 2004; Tsur, Calacci & Lazer, 2015).
- Ανεργία, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, ενέργεια, φορολογία, (Conway, Kensk & Wang, Tsur, Calacci & Lazer, 2015; Vargo, Guo, McCombs & Shaw, 2015).

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί ότι στην παρούσα έρευνα υπήρξαν ορισμένα θέματα τα οποία δεν είχαν εντοπιστεί από τους προηγούμενους ερευνητές. Τα θέματα αυτά αφορούν: το Κυπριακό πρόβλημα, την υπόθεση Άφρικα, τις δηλώσεις του προέδρου της Κυπριακής Δημοκρατίας για το Σκοπιανό, ο σχηματισμός κυβέρνησης στα κατεχόμενα, η αποχή, τα αποτελέσματα και ευτράπελα των εκλογών, τα εσωκομματικά ζητήματα, τα παράνομα S.M.S. που στάλθηκαν κατά την περίοδο των εκλογών, ο οδηγός εκλογών (π.χ. διαδικαστικά θέματα των εκλογών), τα exit polls και το debate ανάμεσα στους υποψήφιους για την προεδρία της Κυπριακής Δημοκρατίας. Επίσης, η παρούσα έρευνα δεν έχει εντοπίσει την θεματική κατηγορία δημόσια ευημερία, η οποία εμφανίστηκε στην έρευνα των McCombs και Shaw (1972).

Οι υποθέσεις εργασίας σχετικά με το πρώτο ερευνητικό ερώτημα, αφενός επιβεβαιώνονται σε πρώτο επίπεδο καθώς η οικονομία, τα θέματα υγείας και το Κυπριακό πρόβλημα, εμφανίστηκαν στην ατζέντα των Μέσων. Ωστόσο, σε δεύτερο επίπεδο απορρίπτονται για τον λόγο ότι τα τρία κυρίαρχα θέματα στη θεματολογία των Μέσων αποτέλεσαν η οικονομία, τα εσωκομματικά ζητήματα και τα αποτελέσματα των εκλογών. Παράλληλα, απορρίπτεται η υπόθεση εργασίας η οποία διατύπωνε την άποψη

ότι δεν αναμένεται να υπάρξει διαφορά ανάμεσα στη θεματολογία που θα προκρίνεται από τα έντυπα και διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης. Ο λόγος που απορρίπτεται έχει να κάνει με το γεγονός ότι οι ειδήσεις που αφορούσαν τη δημοσιονομική πολιτική και τη φορολογία, δεν εμφανίστηκαν στα διαδικτυακά Μέσα ενημέρωσης.

Ο δεύτερος ερευνητικός στόχος αποσκοπούσε στο να καταγράψει σε ποια ειδησεογραφικά πλαίσια εντάσσονται τα βασικά θέματα που προέκυψαν από τα Μέσα ενημέρωσης που επιλέγηκαν προς ανάλυση. Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας παρατηρήθηκε ότι τα έξι κυρίαρχα θέματα (οικονομία, εσωκομματικά ζητήματα, αποτελέσματα εκλογών, καμπάνιες υποψηφίων – αναλύσεις, Κυπριακό πρόβλημα, θέματα υγείας), εντάχθηκαν στις διάφορες κατηγορίες πλαισίωσης.

Σχετικά με την οικονομία, η έρευνα κατέληξε στο ότι ο κυρίαρχος τρόπος πλαισίωσης της, ήταν μέσω του πλαισίου οικονομικών συνεπειών. Καθώς, η πλειοψηφία των ειδήσεων περιλάμβανε πληροφορίες σχετικά με οικονομικές συνέπειες που υπάρχουν ή δύναται να υπάρξουν τόσο στους πολίτες, όσο και στο κράτος. Στην περίπτωση των εσωκομματικών ζητημάτων, διαπιστώθηκε ότι ο πιο διαδεδομένος τρόπος πλαισίωσης των ειδήσεων ήταν το πλαίσιο παιχνιδιού ή αλλιώς στρατηγικό πλαίσιο, λόγω του αυξημένου πλήθους ειδήσεων που αφορούσαν κατά κύριο λόγο το πολιτικό παρασκήνιο. Τα ευρήματα της παρούσας έρευνας σχετικά με τα αποτελέσματα των εκλογών, έδειξαν ότι η πλειονότητα των ειδήσεων παρουσιάστηκε υπό το πρίσμα της συγκρουσιακής πλαισίωσης, με το περιεχόμενο να καταπιάνεται με τη σύγκρουση ανάμεσα στους εμπλεκόμενους δρώντες. Όσον αφορά τις αναλύσεις των καμπανιών των υποψηφίων, διαπιστώθηκε μέσα από την έρευνα ότι κυριάρχησε η ανθρωποκεντρική πλαισίωση των ειδήσεων, με τις ειδήσεις να αναδεικνύουν κατά κύριο λόγο τις ανθρωποκεντρικές πτυχές των θεμάτων που πραγματεύονταν. Για το Κυπριακό πρόβλημα, εντοπίστηκε ότι ο πιο διαδεδομένος τρόπος πλαισίωσης αποτέλεσε το συγκρουσιακό πλαίσιο, με τις ειδήσεις να επικεντρώνονται στις αντιπαράθεσεις μεταξύ των πολιτικών παραγόντων. Σχετικά με τα θέματα υγείας, η πλειοψηφία των ειδήσεων παρουσιάστηκε υπό το πρίσμα του ανθρωποκεντρικού πλαισίου, με το περιεχόμενο των ειδήσεων να προσαρμόζεται στην ανάδειξη των ανθρωποκεντρικών πτυχών.

Όπως αναφέρθηκε στο δεύτερο κεφάλαιο (Περιγραφή Προβλήματος – Αναγκαιότητα Μελέτης), το γεγονός ότι δεν πραγματοποιήθηκαν ανάλογες έρευνες σχετικά με τα ειδησεογραφικά πλαίσια, καθιστά ανέφικτη την εξακρίβωση του κατά πόσο τα

ευρήματα και οι υποθέσεις εργασίας της παρούσας έρευνας, επιβεβαιώνονται ή απορρίπτονται. Παρόλα αυτά, μέσα από τη διεκπεραίωση της παρούσας έρευνας επιβεβαιώνονται οι υποθέσεις εργασίας που εξέφραζαν την άποψη ότι το κυπριακό πρόβλημα θα εντάσσεται κατά κύριο λόγο στο συγκρουσιακό πλαίσιο. Αντίθετα, απορρίπτεται η υπόθεση εργασίας σχετικά με τη θεματική κατηγορία της οικονομίας, η οποία όπως αποδεικνύεται από τα αποτελέσματα της έρευνας εντάσσεται κατά κύριο λόγο στο πλαίσιο οικονομικών συνεπειών και όχι στο πλαίσιο απόδοσης ευθύνης. Παράλληλα, απορρίπτεται και η υπόθεση εργασίας σχετικά με τα θέματα υγείας, καθώς μέσα από την έρευνα εντοπίστηκε ότι εντάσσονται κατά κύριο λόγο στο ανθρωποκεντρικό πλαίσιο και όχι στο πλαίσιο ηθικής.

Συμπληρωματικά, θα πρέπει να τονιστεί το γεγονός ότι υπήρξαν διαφοροποιήσεις ως προς τον τρόπο πλαισίωσης των ειδήσεων από τα Μέσα ενημέρωσης. Τα έντυπα Μέσα ενημέρωσης πλαισίωσαν στο σύνολο τους τις ειδήσεις υπό το πρίσμα της οικονομικής, επεισοδιακής και στρατηγικής πλαισίωσης, σε αντίθεση με τις διαδικτυακές ενημερωτικές ιστοσελίδες οι οποίες εφάρμοσαν κατά κύριο λόγο τη συγκρουσιακή, θεματική και στρατηγική πλαισίωση. Παρόλα αυτά, αξίζει να αναφερθεί ότι συνολικά και για τα τέσσερα Μέσα ενημέρωσης που επιλέγηκαν προς ανάλυση, οι πιο διαδεδομένοι τρόποι παρουσίασης των θεμάτων ήταν μέσα από τη στρατηγική, την οικονομική και την επεισοδιακή πλαισίωση.

Στο σημείο αυτό, κρίθηκε σκόπιμο να καταγραφούν εν συντομία τα βασικότερα ευρήματα σχετικά με το κάθε Μέσο ενημέρωσης. Συνοψίζοντας, η εφημερίδα *Ο Φιλελεύθερος* κατά την περίοδο 15/01/2018 – 04/02/2018 παρουσίασε στη θεματολογία της συνολικά είκοσι εννέα θεματικές κατηγορίες⁸. Τα θέματα τα οποία είχαν την μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης ήταν η οικονομία, οι αναλύσεις των καμπανιών των υποψηφίων καθώς και τα εσωκομματικά ζητήματα. Η οικονομία παρουσιάστηκε κατά κύριο λόγο υπό το πρίσμα του πλαισίου των οικονομικών συνεπειών, ενώ οι άλλες δύο θεματικές κατηγορίες υπό το πλαίσιο παιχνιδιού. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι η συγκεκριμένη εφημερίδα παρουσίασε την πλειοψηφία των ειδήσεων της υπό το πλαίσιο των οικονομικών συνεπειών.

⁸ Αναλυτικότερα βλ. Πίνακα 2

Από την άλλη, η εφημερίδα ο *Πολίτης* παρουσίασε συνολικά τριάντα θεματικές ενότητες⁹. Τα θέματα τα οποία απασχόλησαν περισσότερο τη συγκεκριμένη εφημερίδα ήταν η οικονομία, τα εσωκομματικά ζητήματα και οι αναλύσεις των καμπανιών των υποψηφίων. Τα πιο πάνω θέματα παρουσιάστηκαν κατά κύριο λόγο υπό το πλαίσιο των οικονομικών συνεπειών, του στρατηγικού και επεισοδιακού πλαισίου αντίστοιχα. Παράλληλα, αξίζει να αναφερθεί ότι η εφημερίδα *Πολίτης* για την πλειοψηφία των ειδήσεων της, υιοθέτησε την επεισοδιακή πλαισίωση.

Το διαδικτυακό ειδησεογραφικό πορτάλ Sigmalive κατά την ίδια περίοδο παρουσίασε συνολικά είκοσι οκτώ θεματικές κατηγορίες¹⁰. Τα θέματα τα οποία κυριάρχησαν στη θεματολογία του ήταν τα αποτελέσματα των εκλογών, τα εσωκομματικά ζητήματα και οι αναλύσεις των καμπανιών των υποψηφίων. Οι συγκεκριμένες θεματικές κατηγορίες παρουσιάστηκαν κατά κύριο λόγο υπό το πρίσμα της θεματικής, στρατηγικής και συγκρουσιακής πλαισίωσης. Επιπρόσθετα, σημειώνεται ότι το Sigmalive για την πλειοψηφία των ειδήσεων του, εφάρμοσε τη συγκρουσιακή πλαισίωση.

Αντίθετα, το Anti Iwo παρουσίασε συνολικά είκοσι επτά θεματικές ενότητες¹¹, με τα θέματα που απασχόλησαν περισσότερο να είναι τα εσωκομματικά ζητήματα, τα αποτελέσματα των εκλογών και οι αναλύσεις των εκστρατειών των υποψηφίων. Για τα συγκεκριμένα θέματα εφαρμόστηκε κατά κύριο λόγο το στρατηγικό, το ανθρωποκεντρικό και το θεματικό πλαίσιο. Τέλος, επισημαίνεται ότι για τη συγκεκριμένη ενημερωτική ιστοσελίδα, η πλειοψηφία των ειδήσεων της παρουσιάστηκε υπό το πρίσμα της θεματικής πλαισίωσης.

Με αφετηρία τη θεωρία του κονστρουκτιβισμού (Gamson & Modigliani, 1989), η οποία έχει ως κεντρική αρχή ότι η πραγματικότητα αποτελεί προϊόν κοινωνικής κατασκευής, αλλά και το γεγονός ότι τα Μέσα ενημέρωσης διαμορφώνουν μια μικρογραφία της κοινωνίας, παρατηρείται ότι τα διάφορα θέματα (π.χ. οικονομία) μπορούν να πλαισιωθούν με ποικίλους τρόπους, έτσι που να κατασκευάζεται με διαφορετικό τρόπο η αντιληπτή πραγματικότητα. Συνεπώς, η θεωρία του κονστρουκτιβισμού επιβεβαιώνεται στην παρούσα έρευνα καθώς, η πραγματικότητα (π.χ. οικονομία) δύναται να κατασκευάζεται μέσα από ποικίλους τρόπους (π.χ. θεματική, επεισοδιακή, συγκρουσιακή πλαισίωση, κλπ.). Κατ' επέκταση, επιβεβαιώνονται και τα όσα έχει

⁹ Αναλυτικότερα βλ. Πίνακα 3

¹⁰ Αναλυτικότερα βλ. Πίνακα 4

¹¹ Αναλυτικότερα βλ. Πίνακα 5

αναφέρει ο Reese (2007) περί κριτικών προσεγγίσεων. Δεδομένου ότι οι ειδήσεις πλαισιώνουν ένα θέμα παίρνοντας θέση, θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς ότι τα Μέσα ενημέρωσης παράγουν ηγεμονικό ή αντί – ηγεμονικό λόγο, κατευθύνοντας παράλληλα τα κοινωνικά υποκείμενα προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση, η οποία ενδέχεται να είναι επιθυμητή είτε για τα ίδια τα Μέσα, είτε για τους πολιτικούς παράγοντες (Jerit, 2008).

8.2. Περιορισμοί Έρευνας

Στο παρόν μέρος της πτυχιακής εργασίας, κρίνεται αναγκαία η αναφορά των περιορισμών που προέκυψαν κατά την υλοποίηση της έρευνας. Οι περιορισμοί που εμφανίστηκαν, επικεντρώνονται στην μεθοδολογία που ακολουθήθηκε και ειδικότερα στον αριθμό του δείγματος και στην περίοδο της συλλογής των δεδομένων.

Αρχικά, αναγνωρίζεται ότι το δείγμα της έρευνας είναι μικρό κάτι το οποίο περιορίζει την δυνατότητα εντοπισμού περισσότερων θεμάτων από άλλα Μέσα ενημέρωσης. Παράλληλα, η περίοδος που διήρκησε η συλλογή των δεδομένων κρίνεται ως αρκετά μικρή. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, να μην έχουν εντοπιστεί θέματα τα οποία ενδεχομένως να εντοπίζονταν εάν η διαδικασία της συλλογής των δεδομένων αφορούσε μεγαλύτερη χρονική διάρκεια. Συνεπώς, προκειμένου να αυξηθεί ο βαθμός αξιοπιστίας και εγκυρότητας της παρούσας έρευνας και να προκύψει μια πλήρης χαρτογράφηση τόσο της θεματολογίας των Μέσων, όσο και του τρόπου πλαισίωσης των ειδήσεων, θα ήταν ιδανικότερο η έρευνα να είχε μεγαλύτερο αριθμό δείγματος και να αφορούσε μεγαλύτερη χρονική διάρκεια.

8.3. Προτάσεις για Μελλοντικές Έρευνες

Η αναγνώριση των περιορισμών της έρευνας πρέπει να λαμβάνεται υπόψη, καθώς μπορεί να αποτελέσει το έναυσμα για περαιτέρω μελλοντικές έρευνες. Ως πρόταση για μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να είναι η συνέχιση της παρούσας έρευνας, υπό το πρίσμα της πολιτικής και δημόσιας θεματολογίας. Δηλαδή, η εξέταση των θεμάτων που κυριαρχούν στην ατζέντα των πολιτικών δρώντων και των πολιτών, καθώς και το σε ποια είδη πλαισίων εντάσσονται. Έτσι, θα προέκυπτε μια πολυδιάστατη και λεπτομερής ανάλυση της σημασίας της θεματολογίας (agenda setting) και της πλαισίωσης (framing), όπου θα αποκαλύπτονταν τυχόν ομοιότητες ή διαφορές. Παράλληλα, ως πρόταση βελτίωσης της ανάλυσης θα ήταν η εξέταση του ερευνητικού θέματος σε δύο φάσεις: πριν και μετά τις εκλογές. Με αυτό τον τρόπο θα ήταν εμφανείς οι διαφορές

ανάμεσα στη θεματολογία και τα πλαίσια που θα εμφανίζονταν, μεταξύ των δύο περιόδων ανάλυσης. Ακόμη, το συγκεκριμένο ερευνητικό θέμα θα μπορούσε να συνδυαστεί και με το αναδυόμενο φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων.

Επιπρόσθετα, θα μπορούσε να διερευνηθεί η σύνδεση της θεματολογίας (agenda setting) και των ειδησεογραφικών πλαισίων, με τους υποψήφιους για τις προεδρικές εκλογές. Με αυτό τον τρόπο, θα εξεταζόταν καλύτερα η συμβολή των Μ.Μ.Ε. στις προεδρικές εκλογές και ο ρόλος που διαδραματίζουν στην ανάδειξη ενός προέδρου.

Επίσης, στις μελλοντικές έρευνες θα μπορούσε να εξεταστεί ο ρόλος που διαδραματίζει η ιδεολογία και η ηγεμονία, στην σχέση ανάμεσα στη θεματολογία και τα πλαίσια. Η μετατόπιση του ερευνητικού ενδιαφέροντος προς αυτή την κατεύθυνση, θα μπορούσε να εξετάσει την εμπλοκή της ιδεολογίας στην σημασιοδότηση των γεγονότων και κατ' επέκταση στο πως αναπαράγεται η ηγεμονία.

Εν κατακλείδι, κρίνεται επιτακτική ανάγκη η διερεύνηση των πιο πάνω ερευνητικών ζητημάτων, μέσα από ένα συνδυασμό ερευνητικών και μεθοδολογικών εργαλείων, έτσι ώστε να προκύψει μια πιο ξεκάθαρη εικόνα σχετικά με το συγκεκριμένο ερευνητικό πεδίο.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- ΑΚΕΛ και ΔΗΚΟ σε ρόλο μονομάχου. (2018, Ιανουάριος 25). *Ο Φιλελεύθερος*, σελ. 4.
- Δείπνο Μαλά για ΜΜΕ. (2018, Ιανουάριος 22). *Πολίτης*, σελ. 10.
- Δεμερτζής, Ν. (2002). *Πολιτική επικοινωνία : διακινδύνευση, δημοσιότητα, διαδίκτυο*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- ΔΗΚΟ: Κανένα εχέγγυο ο Μαλάς. (2018, Ιανουάριος 23). *Πολίτης*, σελ. 5.
- Δωρεάν περίθαλψη. (2018, Ιανουάριος 15). *Πολίτης*, σελ. 27.
- Ήρθε η μέρα της κρίσης για Cyta Hellas από ΑΤΗΚ. (2018, Ιανουάριος 16). *Ο Φιλελεύθερος*, σελ. 1.
- Κουντούρη, Φ. (2015). *Τα δημόσια προβλήματα στη πολιτική ατζέντα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καλλίπος.
- Μην επιτρέψετε νέους πειραματισμούς. (2018, Ιανουάριος 22). *Ο Φιλελεύθερος*, σελ. 4.
- Ο Νικόλας αποσυσπειρώνει το ΔΗΚΟ. (2018, Ιανουάριος 25). *Πολίτης*, σελ.3
- Τσιλιγιάννης, Π. (2004). ΜΜΕ και καθορισμός της θεματολογίας του κοινού: η τρέχουσα θεωρητική συζήτηση. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 23(1), 89-106.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Althaus, S. L., & Tewksbury, D. (2002). Agenda setting and the “new” news: Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times. *Communication Research*, 29(2), 180-207.
<https://doi.org/10.1177/0093650202029002004>
- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology*. New York: Ballantine.
- Benoit, W., Glantz, M., & Rill, L. (2016). Campaigning on the Internet: 2008 Presidential General Election Candidate Webpages. *Kome: An International Journal Of Pure Communication Inquiry*, 4(2), 46-58.
- Bernard, H. R. (1996). Qualitative data, quantitative analysis. *CAM Journal*, 8(1), 9-11.

- Brosius, H. B., & Weimann, G. (1996). Who Sets the Agenda. *Communication Research*, 23(5), 561-580 <https://doi.org/10.1177/009365096023005002>
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of communication*, 54(4), 662-704. <https://doi.org/10.1093/joc/54.4.662>
- Chan, K. (1999). The media and environmental issues in Hong Kong 1983–95. *International Journal of Public Opinion Research*, 11(2), 135–151. <https://doi.org/10.1093/ijpor/11.2.135>
- Chong, D., & Druckman, J.N. (2007). Framing Public Opinion in Competitive Democracies. *American Political Science Review*, 101(4), 637-655. <https://doi.org/10.1017/S0003055407070554>
- Cobb, R.W., & Elder, C.D. (1983). *Participation in American Politics: The dynamics of agenda-building* (2nd ed.). Baltimore: John Hopkins University Press.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Coleman, R., McCombs, M., Shaw, D., & Weaver, D. (2009). Agenda setting. In K. Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (p. 147 - 160). New York: Routledge.
- Conway, B. A., Kenski, K., & Wang, D. (2015). The rise of Twitter in the political campaign: Searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 363-380.
- Dearing, J.W., & Rogers, E.M. (2005). *Ορίζοντας τα Θέματα. Τα ΜΜΕ, οι πολιτικοί και το κοινό*. (Π. Τσιλιγιάννης, Μεταφ.). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήσης.
- Eichholz, M. (2003). What's news? News definitions across cultures.
- Entman, R. M. (1993). Framing – Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.tb01304.x>
- Entman, R. M., Matthes, J., & Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. *The handbook of journalism studies*, 175-190.

- Erbring, L., Goldenberg, E. N., & Miller, A. H. (1980). Front-page news and real-world cues: A new look at agenda-setting by the media. *American Journal of Political Science*, 16-49. <http://www.jstor.org/stable/2110923>
- Gamson, W., & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37. <https://www.jstor.org/stable/2780405>
- Gerstlé, J. (2008). *La communication politique*. Paris: Dalloz.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism studies*, 2(2), 261-280. <https://doi.org/10.1080/14616700118449>
- Harder, R. A., Sevenans, J., & Van Aelst, P. (2017). Intermedia Agenda Setting in the Social Media Age: How Traditional Players Dominate the News Agenda in Election Times. *The International Journal of Press/Politics*, 22(3), 275-293. <https://doi.org/10.177/1940161217704969>
- Hertog, J. K., & McLeod, D. M. (2001). A multiperspectival approach to framing analysis: A field guide. *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 139, 161.
- Hester, J. B., & Gibson, R. (2003). The economy and second level agenda setting: A time-series analysis of economic news and public opinion about the economy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(1), 73-91. <https://doi.org/10.1177/107769900308000106>
- Iyengar, S., Peters, M. D., & Kinder, D. R. (1982). Experimental demonstrations of the “not-so-minimal” consequences of television news programs. *American Political Science Review*, 76(4), 848-858. <https://doi.org/10.1017/S000305540018966X>
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible?: How television frames political issues*. University of Chicago Press.

- Jasperson, A. E., Shah, D. V., Watts, M. D., Faber, R. J., & Fan, D. P. (1998). Framing and the public agenda: Media effects on the importance of the federal budget deficit. *Political Communication*, 15(2), 205–224. <https://doi.org/10.1080/10584609809342366>
- Jerit, J. (2008). Issue framing and engagement: Rhetorical strategy in public policy debates. *Political Behavior*, 30(1), 1-24. <http://www.jstor.org/stable/40213302>
- Kiousis, S. (2004). Explicating media salience: A factor analysis of New York Times issue coverage during the 2000 U . S . presidential election. *Journal of Communication*, 54(1), 71–87. <https://doi.org/10.1093/joc/54.1.71>
- Kyriazi, N. (1999). Sociological research. *Critical review of methods and techniques, Athens, Ed. Greek Letters*
- Lippmann, W. (1988). *Η Κοινή Γνώμη* (Γ. Καραγιάννης, Μεταφρ.). Αθήνα: Κάλβος.
- McCombs, M. E. (2002). The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion.
- McCombs, M.E., Einsiedel, E., & Weaver, D. (1991). *Contemporary public opinion: Issues and the news*. Hillsdale, NJ: Lawrence Earlbaum.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://www.jstor.org/stable/2747787>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1977). *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press*. West Group.
- Muller, P., & Surel, Y. (2002). *A análise das políticas públicas*. Educat.
- Nelson, T. E., Clawson, R. A., & Oxley, Z. M. (1997). Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance. *American Political Science Review*, 91(3), 567-583. <https://doi.org/10.2307/2952075>
- Neuendorf, K. A. (2016). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Neuman, W. R., Just, M. R., & Crigler, A. N. (1992). Common knowledge.
- Neuman, W. L. (2013). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Pearson education.

- Palmgreen, P., & Clarke, P. (1977). Agenda setting with local and national issues. *Communication Research*, 4, 435–452. <https://doi.org/10.1177/009365027700400404>
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Peake, J. S. (2017). Presidential Agenda-Setting on the Economy during the “Great Recession”. *American Review of Politics*, 36(1), 75-100. DOI: <http://dx.doi.org/10.15763/issn.2374-779X.2017.36.1.75-100>
- Pratt, C. B., Ha, L., & Pratt, C. A. (2002). Setting the public health agenda on major diseases in Sub-Saharan Africa: African popular magazines and medical journals, 1981–1997. *Journal of Communication*, 52(4), 889–905.
- Patterson, T. E. (1980). *The mass media election: How Americans choose their president*. Praeger.
- Ragin, C. C. (2014). *The comparative method: Moving beyond qualitative and quantitative strategies*. Univ of California Press.
- Reese, S.D. (2007). The framing project: A bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 57(1), 148-154. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00334.x>
- Salwen, M. (1988). Effects of accumulation of coverage on issue salience in agenda setting. *Journalism Quarterly*, 65, 100–106, 130. <https://doi.org/10.1177/107769908806500113>
- Sato, H. (2003). Agenda setting for smoking control in Japan, 1945–1990: Influence of the mass media on national health policy making. *Journal of Health Communication*, 8(1), 23–41. <https://doi.org/10.1080/10810730305731>
- Scheufele, D. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication*, 57(1), 9-20. <https://dx.doi.org/10.15763/issn.2374-779x.2017.36.1.75-100>

- Schmuck, D., Heiss, R., Matthes, J., Engesser, S., & Esser, F. (2017). Antecedents of strategic game framing in political news coverage. *Journalism: Theory, Practise & Criticism*, 18(8), 937 – 966 <https://doi.org/10.1177/1464884916648098>
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 50(2), 93-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Shah, D. V, Watts, M.D., Domke, D., & Fan, D. P. (2002). News framing and cueing of issue regimes: Explaining Clinton’s public approval in spite of scandal. *Public Opinion Quarterly*, 66, 339-370. <https://doi.org/10.1086/341396>
- Smith, K. (1987). Newspaper coverage and public concern about community issues. *Journalism Monographs*, 101, 1–32.
- Tsur, O., Calacci, D., & Lazer, D. (2015). A Frame of Mind: Using Statistical Models for Detection of Framing and Agenda Setting Campaigns. In *ACL (1)* (pp. 1629-1638).
- Vargo, C. J., Guo, L., McCombs, M., & Shaw, D. L. (2014). Network issue agendas on Twitter during the 2012 US presidential election. *Journal of Communication*, 64(2), 296-316
- Vreese, C. H. De. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51–62. <https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Zelizer, B., & Allan, S. (2010). *Keywords in news and journalism studies*. McGraw-Hill Education (UK).

Ηλεκτρονικές Αναφορές

- Alexa. *Top Sites in Cyprus* (2017). Ανακτήθηκε στις 21 Νοεμβρίου 2017, από <https://www.alexa.com/>
- All you can read. *Top 25 Cyprus Newspapers & News Media* (2017). Ανακτήθηκε στις 21, Νοεμβρίου 2017 από <http://www.allyoucanread.com/cyprus-newspapers/>
- Ant1 Iwo (2018). *Α. Νεοφύτου: Το αποτέλεσμα των εκλογών ισχυρή ένδειξη της βούλησης του λαού να συνεχίσουμε την ίδια πορεία*. Ανακτήθηκε στις 25 Απριλίου 2018, από <http://www.ant1iwo.com/news/cyprus/article/293433/sto-eklogiko-epiteleio-tou-nikou-anastasiadi-o-proedros-tou-disu-averof-neofutou/>

- Ant1 Iwo (2018). *Ακιντζί: Αναπόφευκτες επιχειρήσεις όταν απειλούνται σύνορα*. Ανακτήθηκε στις 25 Απριλίου 2018, από <http://www.sigmalive.com/news/kypriako/484828/akintzi-anapofefktes-pixeiriseis-otan-apeilountai-synora>
- Ant1 Iwo (2018). *Απ' όλα βρήκε ο Γ. Ελεγκτής στο νοσοκομείο Λευκωσίας*. Ανακτήθηκε στις 25 Απριλίου 2018, από <http://www.ant1iwo.com/news/cyprus/article/291828/genikos-elegtis-akros-apogoiteutiki-i-katastasi-sto-gnl-/>
- Ant1 Iwo (2018). *Επιτέλους εντατική νεογνών για Λεμεσό και Πάφο*. Ανακτήθηκε στις 25 Απριλίου 2018, από <http://www.ant1iwo.com/news/cyprus/article/292683/epitelous-edatiki-neognon-gia-lemeso-kai-pafo/>
- Ant1 Iwo (2018). *Πρωτοβουλίες Σταύρου Μαλά προς ενδιάμεσο*. Ανακτήθηκε στις 25 Απριλίου 2018, από <http://www.ant1iwo.com/news/cyprus/article/292915/malas/>
- Ant1 Iwo (2018). *ΠτΔ: Προϋπόθεση για λύση του Κυπριακού η στάση της Τουρκίας*. Ανακτήθηκε στις 25 Απριλίου 2018, από <http://www.ant1iwo.com/news/proedrikes-2018/article/292128/ptd-me-afirimena-alla-shedia-den-diasfalizetai-o-ellinismos-tis-kuprou/>
- Gnora. (2017). *Media Gnosis July – September 2017*. Ανακτήθηκε στις 21 Νοεμβρίου 2017, από <http://gnora.com/mediagnosis-july-sept2017/>
- Internet World Stats (2017). *Internet Usage in the European Union*. Ανακτήθηκε στις 21, Νοεμβρίου 2017 από <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm>
- Sigmalive (2018). *Η Ελληνική συμμετέχει με \$10εκ σε κοινοπρακτικό δάνειο EBRD*. Ανακτήθηκε στις 25 Απριλίου 2018, από <http://www.sigmalive.com/news/oikonomia/482264/i-elliniki-symmetexei-me-10ek-se-koinopraktiko-daneio-ebrd>
- Sigmalive (2018). *Υπέρ Αναστασιάδη ο πρώην αντιπρόεδρος του Κινήματος Αλληλεγγύη*. Ανακτήθηκε στις 25 Απριλίου 2018, από <http://proedrikeslive.sigmalive.com/epikerotita/2749/%>

Sigmalive (2018). *Η δήλωση Γενικού Εφόρου Εκλογής σχετικά με τη διεξαγωγή των Προεδρικών εκλογών*. Ανακτήθηκε στις 25 Απριλίου 2018, από <http://proedrikeslive.sigmalive.com/epikerotita/3051/%ce%b7-%>

Sigmalive (2018). *Μας χωρίζει άβυσσος μεταξύ των θέσεων των 2 υποψηφίων και των δυνάμεων που στήριζαν την αλλαγή*. Ανακτήθηκε στις 25 Απριλίου 2018, από <http://proedrikeslive.sigmalive.com/epikerotita/2872/%ce%b8%ce%b5%ce%bf%cf%87>

Statista (2017). *Internet usage frequency among individuals in Cyprus in 2016*. Ανακτήθηκε στις 21 Νοεμβρίου 2017, από <https://www.statista.com/statistics/379078/internet-usage-at-home-cyprus/>

Παράρτημα

Κωδικολόγιο 1: Θεματικές Κατηγορίες των Ειδήσεων

Θεματολογία	Έντυπα Μέσα Ενημέρωσης		Διαδικτυακά Μέσα Ενημέρωσης	
	Φιλελεύθερος	Πολίτης	Signalive	Ant1 Iwo
Ανεργία				
Αποτελέσματα Εκλογών				
Αποχή				
Άφρικα				
Δημοσιονομική Πολιτική				
Δημιουργία Νέων Θέσεων Εργασίας				
Debate				
Εγκληματικότητα				
Εκπαίδευση				
Ενέργεια				
Εξωτερική Πολιτική				
Εσωκομματικά Ζητήματα				
Ευτρόπελα Εκλογών				
Exit Polls				
Ζητήματα Κρατικού Προϋπολογισμού				
Υγεία				
Ηθική και Αξίες				
Καμπάνιες Υποψηφίων				

(Αναλύσεις, Εκδηλώσεις, Δημοσκοπήσεις)				
Κατεχόμενα – Σχηματισμός Κυβέρνησης				
Κοινωνική Ασφάλεια				
Κυπριακό πρόβλημα				
Νομοθεσίες				
Οδηγός Εκλογών				
Οικονομία				
Περιβαλλοντικά Ζητήματα				
Πολιτικά Δικαιώματα				
Σκοπιανό				
Στρατιωτική Άμυνα				
S.M.S.				
Τοπικά Ζητήματα				
Φορολογία				

Κωδικολόγιο 2: Κατηγορίες Ειδησεογραφικών Πλαισίων

Thematic Frame
Does the story highlight the wider context of an issue without emphasizing the problem itself?
Does the story impute the responsibility to structural or political factors?
Episodic Frame
Does the story focus on the issue, without emphasizing in the wider conditions in which it unfolds?
Does the story impute the responsibility to the persons?
Conflict Frame
Does the story reflect disagreement between parties – individuals?
Does one party – individual reproach another?
Does the story refer to two sides or to more than two sides of the problem or issue?
Does the story refer to winner and losers?
Human Interest Frame
Does the story provide a human example or «human face» on issue?
Does the story employ adjectives or personal vignettes that generate feelings of outrage, empathy – caring, sympathy or compassion?
Does the story emphasize how individuals and groups are affected by the issue/problem?
Does the story go into the private or personal lives of the actors?
Does the story contain visual information that might generate feelings of outrage, empathy – caring, sympathy or compassion?
Morality Frame
Does the story contain any moral message?
Does the story make reference to morality, God, and other religious tenets?
Does the story offer specific social prescriptions about how to behave?
Economic Frame
Is there a mention of financial losses or gains now or in the future?
Is there a mention of the costs / degree of expense involved?
Is there a reference to economic consequences of pursuing or not pursuing of action?
Attribution or Responsibility Frame

Does the story suggest that some level of government; has the ability to alleviate the problem?
Does the story suggest that some level of the government is responsible for the issue / problem?
Does the story suggest solution(s) to the problem / issue?
Does the story suggest that an individual (or a group of people in society) is responsible for the issue / problem?
Does the story suggest the problem requires urgent action?
Game Frame
Does the story present details about the polls?
Does the story includes issues related to the political background?
Does the story deals with details of the intra party strategy?