



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Εθνικόν και Καποδιστριακόν  
Πανεπιστήμιον Αθηνών

# Media Monitoring

Ενότητα 1: Καταγραφή και παρακολούθηση  
(monitoring) Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας

Σταμάτης Πουλακιδάκος

Σχολή: Ο.Π.Ε.

Τμήμα: Ε.Μ.Μ.Ε.

# Σκοπιμότητα του μαθήματος

- Ο αύξηση του ρόλου των ΜΜΕ και της δημοσιότητας στην κοινωνική λειτουργία των θεσμών (εξωτερική πολιτική, στρατός, αστυνομία, εκπαιδευτικά ιδρύματα, εκκλησία κ.λπ.)
  - Έρευνα στα ΜΜΕ
  - Monitoring (ειδική μορφή έρευνας στα ΜΜΕ)
- Στρατηγική επικοινωνία - Η ανάγκη της συλλογής και επεξεργασίας δημοσιευμάτων
  - Γενικά
  - Ανά τομέα της κοινωνικής ζωής
  - Ανά θέμα
- Η πρακτική που ακολουθείται: πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα
- Τα πλεονεκτήματα του monitoring ΜΜΕ



# Εισαγωγή στη θεωρία και τις χρήσεις της καταγραφής και παρακολούθησης ΜΜΕ

- Τι είναι το monitoring των ΜΜΕ
- Monitoring και άλλες μορφές έρευνας στα ΜΜΕ
- Όψεις και Στάδια του monitoring των ΜΜΕ
- Το monitoring των Μέσων στην Ελλάδα και τον κόσμο



# Τι είναι το monitoring των ΜΜΕ/1

- **«Η δραστηριότητα της παρακολούθησης των εκροών των έντυπων, ηλεκτρονικών και online μέσων επικοινωνίας»**
  - Το ίδιο κάνει και ο αναγνώστης/θεατής
  - Τα ΜΜΕ δεν είναι μόνο το περιεχόμενο - το monitoring επεκτείνεται
    - Στην παραγωγή περιεχομένου (π.χ. αριθμός αδρών – γυναικών δημοσιογράφων)
    - Ιδιοκτησία και μορφές χρηματοδότησης (π.χ. συνδρομή ή διαφήμιση)
    - Στην κατανάλωση
    - Τις πρακτικές ρύθμισης
      - π.χ. ανωνυμία στα blogs,
      - κυρώσεις του ΕΣΡ,
      - νομοθεσία για τα έντυπα ΜΜΕ (π.χ. σχετικά με τρομοκρατία- κ.ά.)



# Τι είναι το monitoring των ΜΜΕ/2

- **«Η ‘σάρωση’ διαφόρων πηγών πληροφόρησης (TV, ραδιόφωνο, έντυπα, ιστοσελίδες, blogs κ.ά.) για την ανίχνευση των αναφορών σε οργανισμούς, διευθυντικά στελέχη τους, ανταγωνιστές ή συνολικά στο πεδίο (π.χ. άμυνα) και η ενημέρωση των ενδιαφερόμενων»**
  - Αναφέρεται ο ειδικός σκοπός
  - Η ύπαρξη της εξωτερικής ‘παραγγελίας’
  - Παραλείπονται τα άλλα σκέλη της επικοινωνιακής αλυσίδας



# Τι είναι το monitoring των ΜΜΕ

## Προτεινόμενος ορισμός

Το monitoring είναι η οργανωμένη, συστηματική και εξειδικευμένη παρακολούθηση του περιεχομένου των ΜΜΕ, της δομής και της διαδικασίας παραγωγής και κατανάλωσης του περιεχομένου, αλλά και της νομικής – διοικητικής ρύθμισής τους, σε μέρος ή στο σύνολο του υλικού, για λογαριασμό ενός εντολέα καθώς και η εγγραφή του αποτελέσματος σε σχετικά αρχεία και βάσεις δεδομένων



# Τι είναι το monitoring των ΜΜΕ

Χαρακτηριστικά της καταγραφής και παρακολούθησης

- Εξειδικευμένη
  - Ως προς το μέσο ή/και
  - Ως προς το ερώτημα/τα
- Συστηματική
- Οργανωμένη



# Τι είναι το monitoring των ΜΜΕ

## Τι παρακολουθείται 1/2

- Το περιεχόμενο των ΜΜΕ
  - Θέματα, οργανισμοί – θεσμοί, πρόσωπα, απόψεις
  - Μορφικές όψεις
- Η παραγωγή του περιεχομένου
  - Μορφές χρηματοδότης
  - Μορφή και αλλαγές στην ιδιοκτησία
  - Ταυτότητα και πρακτικές συντελεστών παραγωγής
- Η κατανάλωση περιεχομένου
  - Ταυτότητα καταναλωτών
  - Πρακτικές καταναλωτών – AGB, Nielsen





# Τι είναι το monitoring των ΜΜΕ

Τι παρακολουθείται

- Η ρύθμιση
  - Αντικείμενο παρακολούθησης
  - Κυρώσεις
  - Νομοθετήματα, οδηγίες κ.ά.
- Σε όλα τα ΜΜΕ ή μέρος αυτών
  - TV, ραδιόφωνο, κινηματογράφος, περιοδικά & εφημερίδες, ιστοσελίδες, blogs, ομαδικών επιστολών, ομαδικών sms, pda κ.ά.



# Είδη του monitoring

- Καταγραφή και παρακολούθηση αντικειμένου
  - Θέματος
  - Οργανισμού/ών
  - Προσώπων
- Καταγραφή και παρακολούθηση του μέσου
- Σύνθετη καταγραφή και παρακολούθηση



# Χρησιμότητα του monitoring

- Στη διαμόρφωση στρατηγικών προβολής (διαφήμισης, δημοσίων σχέσεων, στρατηγικής επικοινωνίας) .
  - Δημιουργεί την επιθυμητή από το κοινό εικόνα ενός φορέα ή μιας υπηρεσίας (π.χ. ΕΟΤ ή τουριστικών υπηρεσιών).
- Στον χειρισμό των ΜΜΕ από τα στελέχη επικοινωνίας πριν ή μετά από σημαντικό γεγονός:
  - Ιδιωτικές και δημόσιες επιχειρήσεις
  - Δημόσιες υπηρεσίες και οργανισμοί
  - Φορείς και ενώσεις
  - Φυσικά πρόσωπα (επιχειρηματίες, πολιτικοί κ.ά.)
  - Πολιτικούς θεσμούς
- Για την αναπροσαρμογή του παραγόμενου έργου
- Στην εκπαίδευση των στελεχών για τον τρόπο παρουσία τους στα ΜΜΕ (media training).



# Ποιος χρειάζεται το monitoring;

- Κυβερνήσεις & κυβερνητικές υπηρεσίες, εντός & εκτός
  - ΥΠΕΞ
  - Στρατός
  - ΕΟΤ
  - Άλλα υπουργεία
- Κόμματα
- Πρόσωπα
- Επιχειρήσεις & επιχειρηματίες
- Αθλητικά σωματεία και οργανισμοί
- Εκκλησίες
- Συνδικαλιστικοί φορείς
- ΟΛΟΙ



Τέλος Ενότητας

# Χρηματοδότηση

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



Σημειώματα

# Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0.

Έχουν προηγηθεί οι κάτωθι εκδόσεις:

- Έκδοση διαθέσιμη [εδώ](#).





# Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Εθνικών και Καποδιστριακών Πανεπιστημίων Αθηνών, Δρ. Σταμάτης Πουλακιδάκος 2015. Σταμάτης Πουλακιδάκος. «Media Monitoring. Καταγραφή και παρακολούθηση (monitoring) Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας». Έκδοση: 1.0. Αθήνα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: <http://opencourses.uoa.gr/courses/MEDIA102/>.



# Σημείωμα Αδειοδότησης

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



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

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

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

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



# Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

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

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

