



Επικοινωνία, Διαχείριση και Επίλυση Κρίσεων

Ενότητα 6: Κρίση και ΜΜΕ: Η εικόνα της Ελληνικής
οικονομικής κρίσης στα Ευρωπαϊκά ΜΜΕ

Θεοδοσιάδου Σοφία, Επιστημονική Συνεργάτης

Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ

Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

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





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΜΜΕ: Η εικόνα της Ελληνικής οικονομικής κρίσης στα Ευρωπαϊκά ΜΜΕ

ΠΟΙΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΣΥΝΤΕΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΚΑΛΥΨΗ ΕΝΟΣ ΓΕΓΟΝΟΤΟΣ;

- Καθορισμός ημερήσιας θεματολογίας
- Διαφήμιση
- Στελέχη δημοσίων σχέσεων
- Ειδικές πηγές πληροφορίας π.χ. επιστήμονες
- Άλλα ΜΜΕ



ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ

- Εξηγεί γιατί σε μια δημοκρατία παρέχεται στο κοινό πληροφορία για ορισμένα θέματα και όχι για κάποια άλλα.
- Θεματολογία (agenda): είναι μια ομάδα θεμάτων τα οποία μεταδίδονται με άξονα μια ιεραρχία βάσει της σημασίας τους σε μια χρονική στιγμή.
- Θέμα: μια σύγκρουση μεταξύ δύο ή περισσότερων ομάδων επί διαδικαστικών ή ουσιαστικών ζητημάτων που σχετίζονται με την κατανομή θέσεων ή πόρων
- Η εν δυνάμει συγκρουσιακή φύση ενός θέματος το καθιστά είδηση, καθώς οι υποστηρικτές και οι πολέμιοι αντιμάχονται επ' αυτού σε μια κοινή «δημόσια αρένα» την οποία στη σύγχρονη κοινωνία απαρτίζουν τα ΜΜΕ (Dearing & Rogers, 2005).

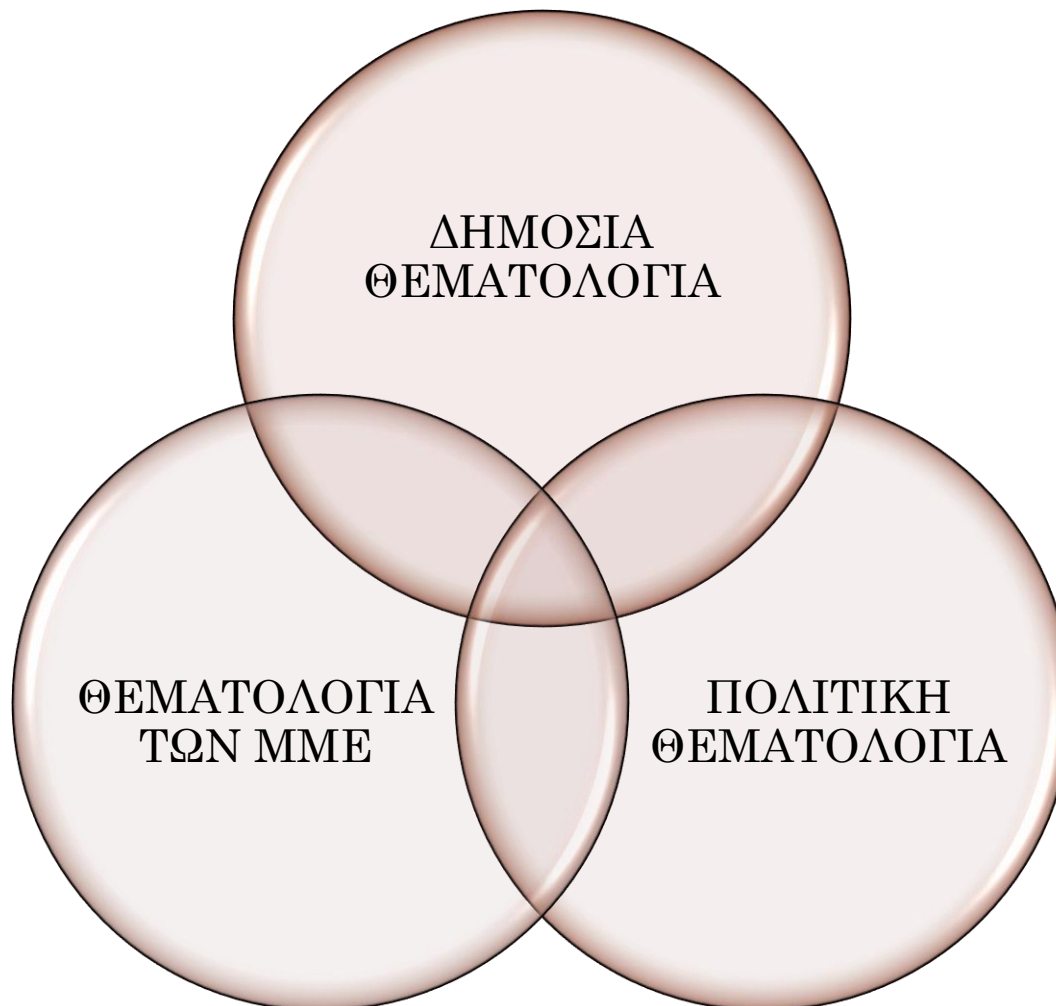


ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑΣ

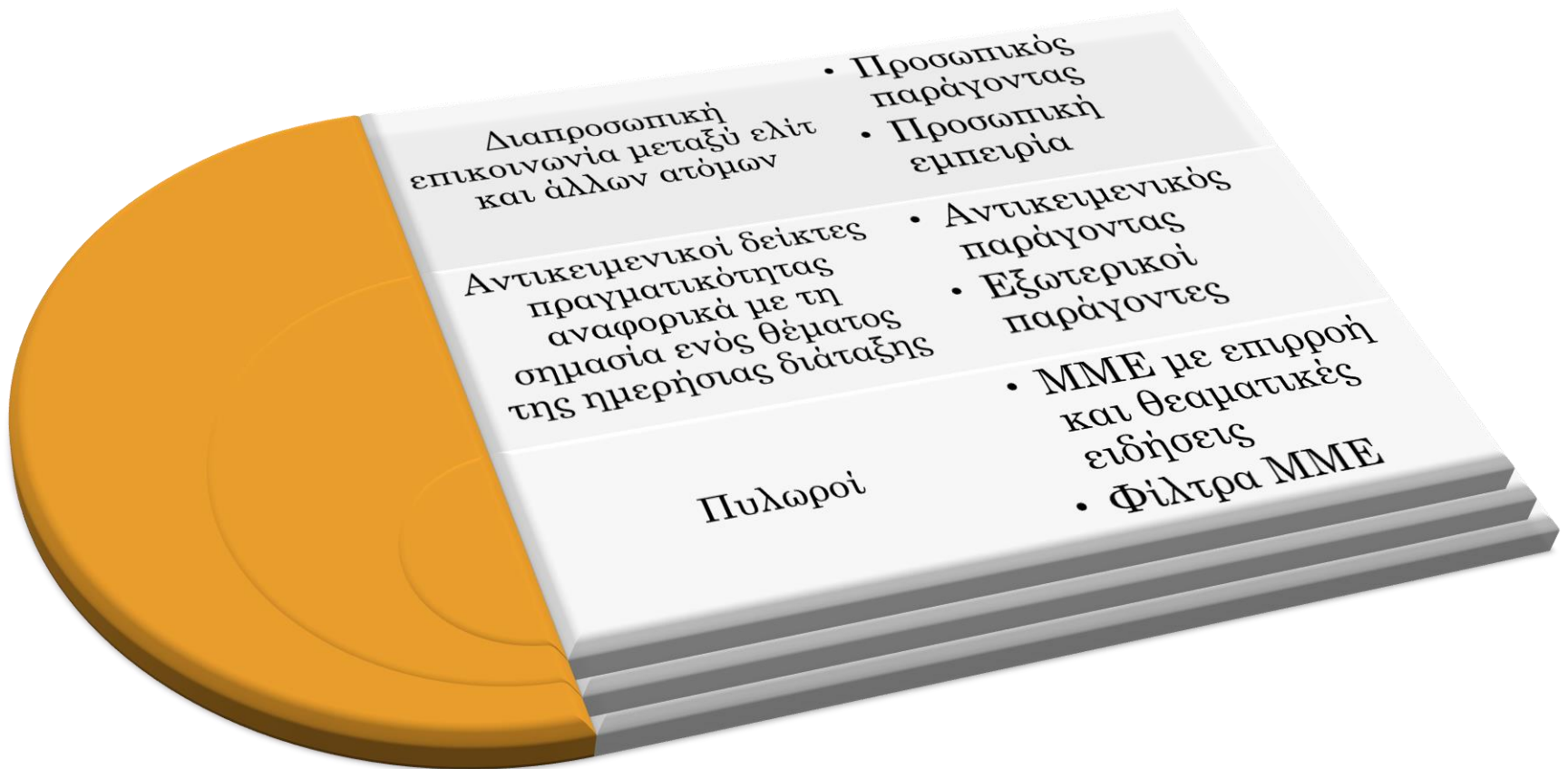
- Είναι πολιτική διαδικασία
- Αυτό που διακυβεύεται είναι η σχετική προσοχή που δίνουν τα ΜΜΕ, το κοινό και οι διαμορφωτές πολιτικής σε ορισμένα θέματα και όχι σε άλλα.
- Τα θέματα «ανέρχονται» και «υποχωρούν» στη θεματολογία ή «ανταγωνίζονται μεταξύ τους» για την προσέλκυση της προσοχής.
- Ο χώρος και ο χρόνος στη θεματολογία των Μέσων είναι πεπερασμένοι οπότε ο καθορισμός της ημερήσιας θεματολογίας μπορεί να είναι ένα παιχνίδι «μηδενικού αθροίσματος»



ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΔΙΑΤΑΞΗΣ



ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΙΣ 3 ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΕΣ





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΚΑΛΥΨΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ: Σχέση των οργανισμών ΜΜΕ με την κρίση

Η ΚΑΛΥΨΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ

ΕΞΑΡΤΑΤΑΙ:

- Από το επικοινωνιακό – πολιτικό σύστημα
- Από τη φύση του μέσου
- Από τη δημοσιογραφική κουλτούρα του μέσου



Η ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΜΜΕ ΜΕ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ:

- Τα ΜΜΕ εμφανίζονται όχι ως «θύματα» αλλά ως «θύτες»
- Κατά την διάρκεια μιας κρίσης τα ΜΜΕ εκδηλώνουν πιο εύκολα μια στάση στράτευσης απέναντι σε ιδεολογικές στρατηγικές, πολιτικά κόμματα ή/και εφαρμοσμένες πολιτικές.
- Σε συνθήκες κρίσης φαίνεται πως ενισχύεται η συνεργασία μεταξύ ΜΜΕ και πολιτικού συστήματος, ιδιαίτερα της κυβέρνησης και κατά συνέπεια η υποστήριξη ή η αποδοχή των ΜΜΕ προς τον ορισμό της κατάστασης που δίνει η εκάστοτε κυβέρνηση (Πλειός, 2013).



ΓΙΑΤΙ Η ΚΑΛΥΨΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ;

- Επειδή μπορεί να επηρεάσει την δημόσια θεματολογία και την πολιτική θεματολογία για τα οικονομικά θέματα
- Μπορεί να επηρεάσει την στάση του κοινού απέναντι σε ακολουθούμενες οικονομικές πολιτικές
- Ενδέχεται να ασκήσει επιδράσεις στη συμπεριφορά των πολιτών



Η ΚΑΛΥΨΗ ΕΝΟΣ ΘΕΜΑΤΟΣ ΑΠΌ ΤΑ ΜΜΕ

- Τα ΜΜΕ «επιλέγουν κάποιες πτυχές της αντιληπτής πραγματικότητας και τις προβάλλουν περισσότερο σε ένα δημοσιογραφικό κείμενο, με τέτοιο τρόπο ώστε να αναδείξουν ένα συγκεκριμένο θέμα, ορισμό, ερμηνεία, ηθική αξιολόγηση ή/και μεταχείριση» (Entman, 1993).
- Πιστεύετε πως υπάρχει σκοπιμότητα πίσω από την κάλυψη συγκεκριμένων πτυχών ενός θέματος όπως για π.χ. η ελληνική κρίση;





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Ο ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΤΥΠΟ (2009 -2011)

- Μελετήθηκε:
- α) η αναπαράσταση της κρίσης από τα ΜΜΕ αναφορικά με τα χαρακτηριστικά και το περιεχόμενό της
- β) η στάση των ΜΜΕ απέναντι στη λειτουργία των πολιτικών και οικονομικών φορέων που χειρίζονται την κρίση (Πλειός, 2013).



ΔΕΙΓΜΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

- Μελετήθηκαν ελληνικές εφημερίδες (Νέα, Καθημερινή), πορτογαλικές (Diario de Noticias, Publico), ηλεκτρονικές εκδόσεις εφημερίδων από την Γαλλία (Figaro, Liberation), την Γερμανία (Diewelt, Suddeutsche Zeitung), την Ιταλία (La Republica, Corriere de la Serra) και τη Μ. Βρετανία (Guardian, Daily Telegraph)(Πλειός, 2013)



Η ΓΕΩ-ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

- Μέχρι το 2011 η οικονομική κρίση δεν θεωρείται από τα ΜΜΕ ως ευρωπαϊκή ή ακόμη περισσότερο ως παγκόσμια.
- Στην έρευνα του 2010 του ελληνικού, γαλλικού και γερμανικού τύπου η ελληνική κρίση γίνεται αντιληπτή ως κατ' εξοχήν «εθνική», άποψη η οποία είναι εντονότερη στα ελληνικά έντυπα.



ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΜΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

- Τα αντανακλαστικά του ελληνικού τύπου είναι αργά ως προς την πρώτη φάση της κρίσης (2010).
- Ο γερμανικός κεντροδεξιός τύπος την πρώτη περίοδο της ελληνικής κρίσης δείχνει μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την ελληνική κρίση σε σύγκριση με τον ελληνικό τύπο.
- Το ελληνικό δημοσιογραφικό ενδιαφέρον για την ελληνική κρίση τριπλασιάζεται στην δεύτερη φάση (2010-11) σε σύγκριση με τον ευρωπαϊκό τύπο.



ΑΙΤΙΕΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

- Στην πρώτη φάση του 2009 οι αιτίες θεωρούνται οι οικονομικές και ιδιαίτερα εκείνες που προέρχονται από λανθασμένες αποφάσεις και ενέργειες στον χρηματοπιστωτικό τομέα.
- Το 2010 οι πολιτιστικές («εθνικός χαρακτήρας» δηλαδή ο τρόπος σκέψης και ζωής των Ελλήνων) και κοινωνικές (φοροδιαφυγή ως κοινωνική συμπεριφορά και διαπλοκή) αιτίες είναι αυτές που κατέχουν την πρώτη θέση ενώ οι πολιτικές αιτίες (πελατειακές σχέσεις, εξοπλιστικές δαπάνες) βρίσκονται στην τελευταία θέση με πολύ μικρά ποσοστά.
- Από το 2011 μεγαλύτερη βαρύτητα στην ερμηνεία της ελληνικής κρίσης αποκτούν οι οικονομικές και κοινωνικές αιτίες ενώ οι πολιτιστικές υποχωρούν.



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

- Η τήρηση του Συμφώνου Σταθερότητας (ΣΣ) ήταν η στρατηγική αντιμετώπισης της κρίσης που προτάχθηκε κυρίως από τις Ελληνικές, Γαλλικές και Γερμανικές εφημερίδες το 2010, μια άποψη που υιοθετούν οι νεοφιλελεύθερες οικονομικές και πολιτικές ελίτ αλλά και μέρος των οικονομολόγων.
- Η αβεβαιότητα για την έκβαση της κρίσης με την τήρηση του ΣΣ μαρτυρά την διάχυτη αμφιβολία για την ορθότητα και την αποτελεσματικότητα του.
- Το 2011 ο τύπος της Ελλάδας, της Γαλλίας, της Γερμανίας, της Ιταλίας και της Μ. Βρετανίας προκρίνει κυρίως μέτρα οικονομικά και λιγότερο πολιτικά, ενώ απουσιάζουν τα μέτρα σε κοινωνικό και πολιτιστικό επίπεδο.



ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΔΕΙΞΑΝ ΌΤΙ:

- Η κάλυψη της κρίσης και ιδιαίτερα της ελληνικής είναι υψηλή.
- Μεγαλύτερο ενδιαφέρον δείχνουν τα έντυπα χωρών που ηγούνται της ευρωπαϊκής διαδικασίας (Γαλλία – Γερμανία)
- Η κάλυψη της ελληνικής κρίσης διευρύνει την ευρωπαϊκή δημόσια σφαίρα και τα ευρωπαϊκά θέματα αποκτούν μεγάλη ορατότητα στα ευρωπαϊκά Μέσα.



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ:

- Η κρίση γίνεται αντιληπτή ως δημοσιονομική – χρηματοοικονομική και απουσιάζει η σχέση της με τη φύση των ασκούμενων πολιτικών.
- Γίνεται αντιληπτή ως «εθνική κρίση» και όχι ως πανευρωπαϊκή.
- Οι αιτίες της αναζητούνται σε πολιτιστικούς παράγοντες (εθνικά στερεότυπα) και δευτερευόντως σε οικονομικούς και πολιτικούς.
- Οι λύσεις που προτείνονται είναι κυρίως οικονομικές ενώ δεν αναδεικνύεται η ολοκλήρωση της ΕΕ ως μέσο αντιμετώπισης της κρίσης.



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

- Τα ΜΜΕ τείνουν να υιοθετούν τις (νεοφιλελεύθερες) απόψεις των πολιτικών και οικονομικών ελίτ.



Χρήσιμοι σύνδεσμοι

- www.youtube.com/watch?v=q7PCGNlbwzU
- www.youtube.com/watch?v=Wvyq5AHVrhM





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Κρίση στην Τηλεόραση

Η έννοια της κρίσης

- Ρήξη στην αναμενόμενη ροή των γεγονότων
- Συνέπεια μιας ανεξέλεγκτης δυναμικής
- Κορύφωση μιας δύσκολης εξελικτικής πορείας με επιδείνωση όλων των αρνητικών φαινομένων
- Ποικιλόμορφη: οικονομική, πολιτική, ηθική κρίση θεσμών και αξιών (Βώβου, 2013)



ΜΜΕ και Κρίση

- Η κρίση στα ΜΜΕ είναι πολυεπίπεδη και σύνθετη. Αφορά στην:
 1. Οικονομική επιβίωση των ΜΜΕ
 2. Κρίση λόγω κοινωνικοτεχνολογικών μεταβολών που αλλάζουν τις ισορροπίες στην λειτουργία των ΜΜΕ
 3. Κρίση αξιοπιστίας



MME και Κρίση

- Τα MME μοιάζουν να αλλάζουν ορισμό εξαιτίας της οικονομικής κρίσης
- Η τελευταία δεκαετία παγκοσμίως χαρακτηρίζεται από μια λέξη: **ΜΕ-ΤΑ-ΒΑ-ΣΗ**
- Η ίδια η κρίση αποτελεί σύμπτωμα αυτού του μετασχηματισμού και παραπέμπει στην ανάγκη αναθεωρήσεων για το σύνολο της καθημερινότητας



Βασικά ερωτήματα υπό τη σκιά της κρίσης

- Με ποιους τρόπους ο δημοσιογράφος καλείται να ασκήσει τον «σεβασμό στην αλήθεια» καθώς και την προάσπιση της ελευθερίας της έκφρασης;
- Πως μπορεί να ασκηθεί υπό τις παρούσες συνθήκες ένας «δημοσιογραφικός ακτιβισμός»;
- Πως μπορεί να διαχωρίσει κανείς με ακρίβεια την «βία» της πραγματικότητας από εκείνη της οπτικοακουστικής, λεκτικής, δραματοποιημένης αφήγησής της;



Πτυχές της κρίσης στην Τηλεόραση

- Επανάληψη τηλεοπτικών εκπομπών, τόσο ειδησεογραφικών όσο και ψυχαγωγικών
- Επανάληψη εκπομπών τόσο λόγω οικονομικής αναγκαιότητας αλλά και ως εργαλεία δημιουργίας μιας τηλεοπτικής κουλτούρας
- Η συνεχής επανάληψη δημιουργεί μια συγκεκριμένη αντίληψη της πραγματικότητας, δηλαδή της οικονομικής κρίσης που βιώνουμε με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά (πχ. ο λαός είναι άλλοτε θύμα και άλλοτε ήρωας)



Τυπολογία των ειδών της επανάληψης στην Τηλεόραση

- Θεματική επανάληψη
- Επανάληψη προγραμμάτων
- Διακειμενική επανάληψη – αυτοαναφορικότητα του τηλεοπτικού λόγου
- Επανάληψη ύφους ή αισθητική επανάληψη (Βώβου, 2013)



Τηλεόραση και νέα μέσα

- Η «νέα» Τηλεόραση μπορεί να γίνει αντιληπτή ως ένα τεράστιο αρχείο προγραμμάτων που προβάλλονται μεταβάλλοντας τον ορισμό του μέσου «τηλεόραση»
- Η τηλεόραση από παράθυρο ανοικτό στον κόσμο μετατρέπεται σε «εγωκεντρικό καθρέφτη» και σε ένα «αρχείο» εικόνων



Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων

- Το Έργο αυτό κάνει χρήση των ακόλουθων έργων:
 - Η κρίση και τα ΜΜΕ (2013). - Συλλογικό έργο: Νίκος Λέανδρος, Μανώλης Χαιρετάκης, Γιώργος Πλειός, Στέλιος Παπαθανασόπουλος, Αχιλλέας Καραδημητρίου, Ήλια Έχτλερ, Δημήτρης Σουλιώτης, Κάλλη Ζάραλη, Χρήστος Α. Φραγκονικολόπουλος, Ιωάννα Βωβού, Σταμάτης Πουλακιδάκος, Γεράσιμος Κάρουλας, Γιάννης Μυλωνάς, Παναγιώτης Κομπατσιάρης, Ρόη Παναγιωτοπούλου • επιμέλεια Γιώργος Πλειός • επιμέλεια σειράς Νίκος Δεμερτζής. - 1η έκδ. - Αθήνα : Εκδόσεις Παπαζήση.
 - Entman, R. M. (1993), Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43: 51–58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x



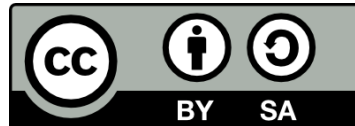
Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεοδοσιάδου Σοφία - Νικόλαος Παναγιώτου. «Επικοινωνία, Διαχείριση και Επίλυση Κρίσεων. ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΜΜΕ: Η εικόνα της Ελληνικής οικονομικής κρίσης στα Ευρωπαϊκά ΜΜΕ». Έκδοση: 1.0. Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση: http://opencourses.auth.gr/eclass_courses.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Παρόμοια Διανομή [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».



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

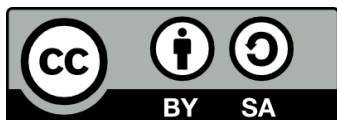
[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>





Τέλος Ενότητας

Επεξεργασία: <Γιομελάκης Δημήτριος>
Θεσσαλονίκη, Εαρινό εξάμηνο 2014-2015



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



**ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

Σημειώματα

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.

