

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟΥΣ ΚΡΙΣΕΩΝ

Το άρθρο αυτό αποσκοπεί να προσεγγίσει και να καταδείξει την επίδραση μεταξύ των διάφορων δρώντων και πιο συγκεκριμένα τον ρόλο των ΜΜΕ στο δημόσιο επικοινωνιακό πεδίο σε περιόδους κρίσεων. Μέσω της εξέτασης του ρόλου των ΜΜΕ σε περιόδους κρίσεων εξετάζουμε την ικανότητα μιας δημοκρατικής κοινωνίας να ανταποκρίνεται και να επιλύει έκτακτες καταστάσεις. Η θέση που αναπτύσσεται εδώ είναι ότι τα ΜΜΕ δεν αρκούνται στην περιγραφή, αλλά συμμετέχουν ενεργά στην κατασκευή του ίδιου του γεγονότος, με αποτέλεσμα να 'ορίζουν' την κρίση, αλλά και τους τρόπους αντίδρασης και αντιμετώπιση αυτής.

Εισαγωγή

Η ανάπτυξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας επηρέασε καθοριστικά τον τρόπο επικοινωνίας και ενημέρωσης στις σύγχρονες κοινωνίες. Η διαμεσολαβητική τους λειτουργία συνδιαμορφώνει και 'οριοθετεί' το περιεχόμενο και την ημερήσια διάταξη της δημόσιας σφαίρας. Για την πλειοψηφία των ατόμων τα Μέσα Ενημέρωσης αντιπροσωπεύουν την κύρια πηγή πληροφόρησης τους για την πολιτική.¹ Τα ΜΜΕ παρεμβάλλονται μεταξύ των πολιτών και των πολιτικών θεσμών μέσω δύο καίριων δυνατοτήτων τους: α) της αποκλειστικής δυνατότητας τους να προσφέρουν στους εκπροσώπους της πολιτικής εξουσίας ένα ακροατήριο.² β) των σχέσεων 'αξιοπιστίας', άρα και εμπιστοσύνης, που έχουν επιτύχει να αναπτύξουν οι διάφοροι οργανισμοί ΜΜΕ με τα μέλη των αντίστοιχων ακροατηρίων τους.

¹ Worcester, R.M.: "Demographics and Values: What the British public read and what they think about their newspapers", Paper presented to The Ed of Fleet Street Conference, City University, February, 1994

² M. Gurevitch and J. G. Powel: "Linkages between the Mass Media and Politics: A model for the analysis of Political Communication Systems" στο E. Arnold (eds): "Mass Communication and Society" London 1984, σελ.274-275

Όπως αναφέρει ο Thompson,³ τα MME δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται απλά και μόνο ως κανάλια μέσω των οποίων διαχέονται συμβολικές μορφές αλλά κυριότερα ως μηχανισμοί που συμβάλλουν καθοριστικά στις κοινωνικές σχέσεις και διαδράσεις. Κατά συνέπεια η κύρια έμφαση πρέπει να δοθεί στο ρόλο τους ως διαμεσολαβητές, και επικοινωνιακοί δίαυλοι με μια αμφίδρομη πολυεπίπεδη άρα και πολυσήμαντη ροή πολιτικής πληροφόρησης, η οποία αποκτά ιδιαίτερη σημασία σε περιόδους κρίσεων.

Ως κρίση ορίζεται ένα έκτακτο γεγονός (φυσικά γεγονότα, δηλώσεις κλπ) το οποίο ανατρέπει τις συνήθεις διαδικασίες λειτουργίας δημιουργώντας μια αμφίρροπη και συνεχώς μεταβαλλόμενη κατάσταση της οποίας είναι δύσκολο να υπολογιστούν και να προβλεφθούν τα αποτελέσματα οι επιπτώσεις και οι συνέπειες.⁴ Τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν ή συνοδεύουν μια κρίση είναι: α) η έκπληξη λόγω του απροσδόκητου του γεγονότος, β) η ανεπαρκής πληροφόρηση γ) η κλιμάκωση των γεγονότων, καθώς η κρίση επεκτείνεται δ) αυξημένη ανάγκη πολλαπλής και διαφοροποιημένης πληροφόρησης σε διαφορετικού είδους κοινό στ) η δημιουργία κλίματος πανικού.⁵

Κεντρικό στοιχείο των χαρακτηριστικών μιας κρίσης είναι η αναγκαιότητα για πληροφόρηση, προκειμένου να γίνει αξιολόγηση των επιπτώσεων και ακριβής εκτίμηση του κινδύνου. Η δημοσιότητα και το αντίστοιχα μεγάλο ενδιαφέρον της κοινής γνώμης που εξασφαλίζουν γεγονότα τέτοιας φύσεως, καθιστούν τα μέσα ενημέρωσης, κεντρικούς παράγοντες κατά τη διάρκεια μιας κρίσης. Αυτό που χαρακτηρίζει τη σχέση των MME και των διαφόρων παραγόντων (κυβέρνηση, ΜΚΟ, κλπ) που παρεμβαίνουν και διαχειρίζονται μια κρίση, είναι η αλληλεξάρτηση.

³ Thompson J.B: Ideology and Modern Culture p. 265 Cambridge: Polity 1990

⁴ W.T.Coombs “Ongoing Crisis Communication: “Planning, Managing and Responding” Sage Thousand Oaks, CA 1999, p.2

Αλληλεξάρτηση η οποία είναι απόρροια των αναγκαιοτήτων που δημιουργεί μια κρίση τόσο στα ΜΜΕ, σε ότι αφορά τη συγκέντρωση των απαραίτητων πληροφοριών, όσο και στους διάφορους φορείς που αποσκοπούν να ενισχύσουν την εμπιστοσύνης της κοινής γνώμης στον τρόπο με τον οποίο διαχειρίζονται μια κρίση. Κατά τη διάρκεια μιας κρίσης οι τελευταίοι είναι πιο δεκτικοί στα ΜΜΕ, καθώς η δημοσιογραφική κάλυψη επηρεάζει και την τακτική που ακολουθούν.⁶

Οι επιπτώσεις μιας κρίσης μπορούν κατά αυτόν τον τρόπο να μειωθούν από τον άμεσο σχεδιασμό και υλοποίηση μέτρων ανακούφισης των πληθυσμών. Η εμπειρία της γενοκτονίας που έλαβε χώρα το 1994 στη Ρουάντα, έχει αποδείξει ότι οι πληθυσμοί που είναι πληροφορημένοι έχουν την δυνατότητα της καλύτερης αντίδρασης αλλά και διαχείρισης των συνεπειών μιας κρίσης.⁷

ΜΜΕ και η κάλυψη κρίσεων

Η θεωρία του φαινομένου της επίδρασης του CNN αποτέλεσε την κυρίαρχη προσέγγιση ιδιαίτερα στην δεκαετία του 1990, σχετικά με την δυνατότητα που έχουν τα ΜΜΕ να επιβάλλουν την αναγκαιότητα ανάληψης δράσης στο κοινό και στους πολιτικούς σε περιόδους κρίσεων. Η σχέση όμως των ΜΜΕ με την κοινωνία είναι περισσότερο πολύπλοκη, σε περιόδους κρίσεων, από ότι περιγράφει η θεωρία του φαινομένου της επίδρασης του CNN.⁸

Η ειδοποιός διαφορά μεταξύ της κάλυψης μίας κρίσης από τα ΜΜΕ σε σχέση με άλλα γεγονότα, είναι ότι οι κρίσεις αποτελούν συμβάντα που ‘επιβάλλουν’ την δημοσιοποίηση και εν μέρει την ‘ατζέντα’ τους. Είναι θέματα που εξ ορισμού συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον των ΜΜΕ καθώς εμπεριέχουν τα στοιχεία εκείνα που

⁵ Γ. Πανηγυράκης & Βεντούρα-Νεοκοσμίδη Ζ: « Σύγχρονη Διοικητική Δημοσίων Σχέσεων» Εκδόσεις Μπένου Αθήνα 2001

⁶ S.F. Duhe, L.M. Zoch: “ Framing the media agenda’s during a crisis” Public Opinion Quarterly 3 (4) (1994/1995)

⁷ K.Fearn-Banks: “ Crisis Communication: A casebook approach” Lawrence Erlbaum Mahwah NJ 2002

τα καθιστούν ελκυστικά και ενδιαφέροντα τόσο στην κοινή γνώμη όσο και στις ανάγκες των ίδιων των μέσων. Καθώς οι διάφορες κρίσεις είναι από μόνες τους είδηση⁹ η κάλυψη τους κατά συνέπεια δεν γίνεται a priori από τα ΜΜΕ αλλά το γεγονός ότι ‘επιβάλλονται’ στην ατζέντα των ΜΜΕ. Το γεγονός αυτό έχει πολλαπλές επιπτώσεις στην λειτουργία των ΜΜΕ ως οργανισμού, καθώς ανατρέπει την ‘διαδικασία ρουτίνας’ η οποία χαρακτηρίζει τον τρόπο συλλογής και κατασκευής των ειδήσεων.¹⁰ Ακόμη όμως και στην περίπτωση αυτή, ο τρόπος μετάδοσης και κάλυψης μιας κρίσης επηρεάζεται από τους παράγοντες εκείνους που καθορίζουν τη γενικότερη λειτουργία των ΜΜΕ και το σύνθετο και πολυκωδικό μήνυμα που αυτά εκπέμπουν.¹¹ Οι παράγοντες αυτοί είναι:

- Οικονομικοί, όπως ο ανταγωνισμός, αύξηση της κερδοφορίας κλπ
- Πολιτικοί, όπως η ιδεολογική αντίθεση, πολιτικές προτιμήσεις, κλπ
- Τεχνικοί, που έχουν να κάνουν με τις ιδιαιτερότητες του κάθε μέσου, εφημερίδα, τηλεόραση κλπ
- Θεσμικοί, όπως οι αναγκαιότητες, προτεραιότητες και ιεραρχήσεις των ΜΜΕ ως αυτόνομων οργανισμών, η εξάρτηση τους από τις πολιτικές ελίτ για περισσότερη πληροφόρηση, κλπ.

Ο ρόλος των ΜΜΕ σε μια κρίση

Η σημασία των ΜΜΕ σε περιόδους κρίσεων είναι ιδιαίτερα σημαντική εξαιτίας της αναγκαιότητας για πληροφόρηση και ενημέρωση ολόκληρου του κοινωνικού συνόλου. Ο φόβος, η γενικευμένη αναταραχή, και η ένταση που προκαλεί μια κρίση αποτελούν παράγοντες που αυξάνουν κατακόρυφα το ενδιαφέρον γύρω

⁸ Mass media and NGos in times of crisis

⁹ A. Arno and W.Dissanayake: “The news media in national and international conflict” Boulder :Westview Press, 1984.

¹⁰ Altheide D (1976): “Creating reality: How TV news distorts events” Beverly Hills, CA: Sage, Fishman M(1980): “Manufacturing the news.” Austin: University of Texas Press

¹¹ Τ. Δουλκέρη (2001): Διαφήμιση και Επικοινωνία. Εκδόσεις Παπαζήση, σελ 87

από ένα θέμα και συνεπακόλουθα τη χρήση των MME. Η λειτουργία τους όμως στην περίπτωση αυτή δεν μπορεί να ειδωθεί ως μεσολαβητική απομονωμένη από τις κοινωνικό πολιτικές συνθήκες μέσα στις οποίες τα MME λειτουργούν. Αντίθετα η παρέμβαση τους μεταλλάσσει και τροποποιεί το ερμηνευτικό πλαίσιο, μέσα στο οποίο αντιμετωπίζεται μια κρίση.¹²

Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή η υπερίσχυση ενός από τους παράγοντες (οικονομικούς πολιτικούς κλπ) ή η ισότιμη επιρροή όλων ταυτόχρονα, επηρεάζει τους ρόλους που αναλαμβάνουν τα MME σε μια κρίση. Οι ρόλοι αυτοί θα μπορούσαν να περιγραφούν ως: α) Πρωταγωνιστικός, β) Εμπορευματικός γ) Συνεργατικός-Επικουρικός.

Η επίδραση και κατ' επέκταση ο ρόλος των MME είναι 'πρωταγωνιστικός' στις περιπτώσεις εκείνες που υπάρχει αδυναμία χειρισμού της κατάστασης και ξεκάθαρης πολιτικής κατεύθυνσης, από την υπεύθυνη πολιτική ηγεσία. Αυτό που παρατηρείται, εφαρμόζοντας το μοντέλο που προτάθηκε από την Neumann¹³ αλλά και διάφορες ερμηνείες αυτού¹⁴ είναι μια σπειροειδής γραμμή σιωπής από την πολιτική ηγεσία και αντίστοιχα μια αυξητική-πρωταγωνιστική σπειροειδής γραμμή του ρόλου των MME. Καθώς οι πολιτικές ελίτ αδυνατούν να 'ορίσουν' την κατάσταση, αναλαμβάνοντας τις αντίστοιχες πρωτοβουλίες, αυτό που παρατηρείται είναι η μεγέθυνση των πιέσεων μέσω του δραματοποιημένου λόγου των MME, ο οποίος τείνει να αυξάνεται αντιστρόφως ανάλογα με την 'σιωπή-αδυναμία' της πολιτικής ηγεσίας. Οι συνέπειες αυτής της παρέμβασης αναφέρονται στην μεγέθυνση του θεάματος έναντι της ενημέρωσης, με άμεση συνέπεια ο 'λόγος' που παράγεται σε συνδυασμό με την αδυναμία της πολιτικής ηγεσίας, να επιτείνουν την ανασφάλεια της κοινή γνώμης. Τα

¹² Thompson J.B: Ideology and Modern Culture p. 266 Cambridge: Polity 1990

¹³ Noelle-Neumann (1974): "The Spiral of silence: A Theory of Public Opinion" Journal of Communication 24: 43-51.

¹⁴ Giddens, A (1994), Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics, Cambridge: Polity Press

MME δημιουργούν μια δυναμική αυτόνομη λειτουργώντας σε ένα σχεσιακό πεδίο κοινωνικών σχέσεων και λειτουργίας η οποία αποκτά μια δική της δυναμική ενισχύοντας τη ροή των γεγονότων. Στην περίπτωση αυτή η παρέμβαση της πολιτικής ηγεσίας λαμβάνει χώρα σε ένα άλλο επίπεδο που εν πολλοίς έχει διαμορφωθεί από τα MME. Χαρακτηριστικό παράδειγμα του ρόλου αυτού αποτελεί η στάση των MME στο ζήτημα της ονομασίας της ΠΓΔΜ. Στην περίπτωση αυτή ο λόγος των MME συνέβαλλε στη ‘κατασκευή’ του ζητήματος οριοθετώντας και ορίζοντας το ‘εθνικά’ αποδεκτό και επιζήμιο αντίστοιχα. Η παρέμβαση τους αυτή «δημιούργησε ένα άκαμπτο εθνοκεντρικό δημόσιο λόγο και ένα εν πολλοίς αρραγές εθνοκεντρικό μέτωπο το οποίο επηρέασε καθοριστικά τους χειρισμούς της εξωτερικής πολιτικής».¹⁵

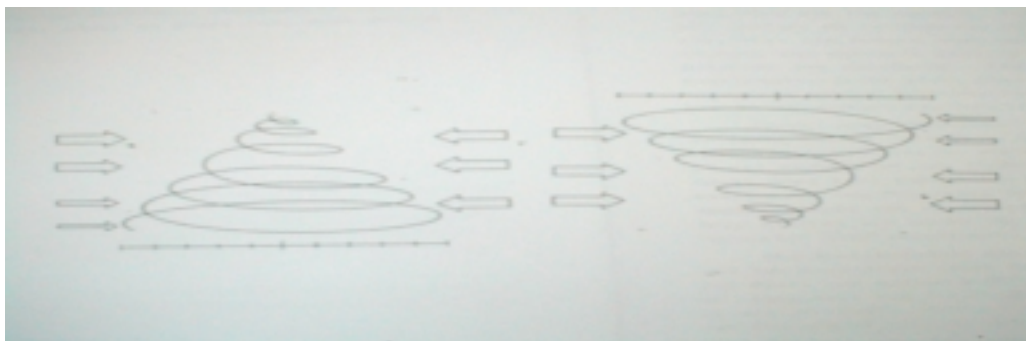
Στην περίπτωση αυτή, όπως και στον «εμπορευματικό» ρόλο των MME, κυριαρχεί η δραματοποίηση έναντι της ενημέρωσης και της υπεύθυνης λειτουργίας τους. Οτιδήποτε συντείνει στην αντίθετη κατεύθυνση από αυτή που συνιστά ο πρωταγωνιστικός λόγος των MME αγνοείται. Η στάση αυτή των MME συντελεί στην μεγέθυνση των διαστάσεων και των επιπτώσεων μιας κρίσης καθώς εστιάζει στα επιφανόμενα της κρίσης. Αποδίδοντας μεγαλύτερες και τραγικότερες διαστάσεις στην ‘απειλή’ υπονομεύεται η δυνατότητα της ουσιαστικής αντιμετώπισης και διαχείρισης του φαινομένου.

Terzis G and Vassiliadou M (2004): “The role of the Media during Crises” March 2004

¹⁵ Ρ. Παναγιωτοπούλου: «Κατασκευή εθνοκεντρικών στερεοτύπων από τον τύπο στο παράδειγμα του Μακεδονικού ζητήματος» Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών 89-90, 1996, σελ. 234

**Σπειροειδής γραμμή
πρωταγωνιστικού λόγου των ΜΜΕ**

**Σπειροειδής γραμμή
‘σιωπής’ πολιτικής ηγεσίας**



Στην δεύτερη περίπτωση ο ρόλος των ΜΜΕ χαρακτηρίζεται ως ‘εμπορευματικός’, καθώς η παρέμβαση τους επηρεάζεται κυρίως από τις εμπορικές αναγκαιότητες τους με αποτέλεσμα στην κάλυψη των γεγονότων να προκρίνεται το θέαμα έναντι της ενημέρωσης. Η παρέμβαση τους χαρακτηρίζεται από τη δραματοποίηση και την υπερβολή. Αποτέλεσμα της επιλεκτικής εστίασης σε μέρος της κρίσης είναι η έκκληση υπερβολικού συναισθήματος και καθόλου κατανόησης. Αυτού του είδους η προσέγγιση μιας κρίσης από τα ΜΜΕ πολλαπλασιάζει το φαινόμενο της συνένωσης, της ενημέρωσης με την διασκέδαση (infotainment model). Το μοντέλο αυτό που έχει προκριθεί στον τρόπο προσέγγισης των τηλεοπτικών ειδήσεων, στην περίπτωση του ‘εμπορευματικού’ ρόλου των ΜΜΕ σε μια κρίση, αναφέρεται στην ‘αλλοίωση’ των χαρακτηριστικών μιας κρίσης καθώς ο δημοσιογραφικός λόγος εστιάζει περισσότερο στον εντυπωσιασμό και λιγότερο στην ενημέρωση. Η δραματοποίηση επιλέγεται ως μέθοδος προσέλκυσης του κοινού και αύξησης των εμπορικών κερδών. Η επιλογή αυτή αποτυγχάνει να μεταδώσει την πολύπλοκη κοινωνική πραγματικότητα καταφεύγοντας σε λογικές επικοινωνιακές άσπρου-μαύρου. Μια κρίση είναι εκ των πραγμάτων μια πολύπλοκη πραγματικότητα σημαντικό μέρος της οποίας διαφεύγει με το να αγνοούνται στοιχεία συστατικά. Τα

γεγονότα συμπιέζονται στο να προσαρμοσθούν στις ανάγκες του δημοσιογραφικού χρόνου προβαλλόμενα ως συμβάντα με μια εντυπωσιακή αρχή και ένα συμπερασματικό τέλος. Η κάλυψη γίνεται κατά τέτοιο τρόπο ώστε η κοινή γνώμη να ταυτίζει το τέλος της κρίσης, με το τέλος της κάλυψης που δίνεται σε αυτήν από τα ΜΜΕ. Η έμφαση και η εμμονή των ΜΜΕ στην θυμική κάλυψη των γεγονότων και όχι στην αποστασιοποιημένη κάλυψη μιας κρίσης αποκρύπτουν τις ουσιαστικές επιπτώσεις αυτής καθώς έμφαση δίδεται στην μεγέθυνση της αίσθησης της απειλής μέσω της δραματοποίησης σε περιπτώσεις όπου η καθησυχαστική λειτουργία τους θα έπρεπε να έχει τον πρώτο λόγο¹⁶. Χαρακτηριστικά παραδείγματα της λειτουργίας αυτής αποτελούν η στάση των ελληνικών και τουρκικών ΜΜΕ κατά την κρίση των Ιμίων όσο και αυτή των αμερικανικών καναλιών στην περίπτωση της Σομαλίας. Η εμπορευματική λειτουργία, επηρέασε καθοριστικά την ανάδειξη κατά αυτόν τον τρόπο της προσάραξης της φορτηγίδας στα Ίμια όσο και του πολέμου των σημαιών που επακολούθησε, με τη ‘συμμετοχή’ μάλιστα και δημοσιογράφων. Αντίστοιχος ήταν ο ρόλος των διεθνών ΜΜΕ στην περίπτωση της Σομαλίας, με την ‘φαντασμαγορική’ κάλυψη της απόβασης των αμερικανικών στρατευμάτων, αλλά και με το γεγονός για την διεθνή κοινή γνώμη το ‘τέλος’ της κρίσης συνδέθηκε με την απόσυρση του ενδιαφέροντος των ΜΜΕ από την περιοχή.

Η δυνατότητα των μέσων να προσεγγίζουν ένα ευρύ κοινό αλλά και να συμμετέχουν στην διαδικασία διαμόρφωσης της κοινής γνώμης, τα καθιστά φορείς ιδιαίτερης ισχύος και κρίσιμους παράγοντες για την αποκατάσταση της εμπιστοσύνης στα δημόσια πράγματα και ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσεων. Σε εκείνες τις περιπτώσεις που ο ρόλος αυτός είναι κυρίαρχος, τα ΜΜΕ υιοθετούν μια «συνεργατική» στάση προς τους φορείς διαχείρισης μιας κρίσης.

¹⁶ B. Glassner (1999): “The culture of fear” New York: Basic Books

Σε περιόδους κρίσεων η κοινή γνώμη εξαρτάται περισσότερο από τα ΜΜΕ καθώς η ζήτηση για πληροφόρηση αυξάνεται κατακόρυφα-αισθητά προκειμένου να γίνουν κατανοητές οι αιτίες και συνέπειες του προβλήματος. Οι οικονομικοί-εμπορικοί παράγοντες επηρεάζουν έντονα και καθοριστικά, όχι όμως ολοκληρωτικά τον τρόπο λειτουργίας τους. Όπως φανερώνει ο «συνεργατικός» ρόλος και άλλοι παράγοντες επηρεάζουν εξίσου τη στάση των ΜΜΕ. Η τελευταία αναφέρεται στον τρόπο κάλυψης της κρίσης, η οποία συντείνει στην κατεύθυνση της αποκατάστασης της δημόσιας εμπιστοσύνης. Τα ΜΜΕ στην περίπτωση αυτή συντάσσονται με τις ‘υποχρεώσεις’ που απορρέουν από το ρόλο τους ως θεσμικοί παράγοντες των σύγχρονων κοινωνιών. Ως απόρροια αυτού έχουμε την ενίσχυση ενός συνεργατικού κλίματος μεταξύ των ΜΜΕ και των φορέων διαχείρισης της κρίσης για την αδιατάραχτη, αξιόπιστη και υπεύθυνη ροή της πληροφόρησης. Αυτού του είδους η ενημέρωση αποτρέπει την αβεβαιότητα μειώνοντας την αίσθηση του κινδύνου. Στην περίπτωση της συνεργατικής ή καθησυχαστικής στάσης, τα ΜΜΕ μετατρέπονται σε έναν μηχανισμό με πολλαπλές λειτουργίες με κυριότερες αυτές της πληροφόρησης η οποία συντελεί στη μείωση της πίεσης της κοινής γνώμης, και στην ενίσχυση της εμπιστοσύνης προς τους φορείς που διαχειρίζονται την κατάσταση. Αυτός ο τρόπος κάλυψης τείνει να ενισχύει την αίσθηση της κοινότητας μεταξύ των ατόμων αλλά και της ηγεσίας. Η επικοινωνία που διαχέουν στην συνεργατική περίπτωση τα ΜΜΕ λαμβάνει υπόψη εξίσου και τους υπόλοιπους δρώντες, αναγνωρίζοντας την πολυπλοκότητα της επικοινωνίας στις περιπτώσεις αυτές. Ο τρόπος μετάδοσης των σεισμών της Αθήνας το 1999 από τα ελληνικά ΜΜΕ αποτελεί παράδειγμα του ρόλου αυτού, όπου κυρίαρχο ήταν το στοιχείο της συνεργατικής καθησυχαστικής στάσης για την αντιμετώπιση των συνεπειών του σεισμού.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μια κρίση αποτελεί περίοδο η οποία συγκεντρώνει συσσωρευμένη δημοσιότητα. Η διαχείριση σημαντικών γεγονότων ή κρίσεων έχει γίνει περισσότερο πολύπλοκη καθώς έχουν πολλαπλασιαστεί οι πηγές ενημέρωσης και έχουν αλλάξει ταυτόχρονα οι απαιτήσεις της κοινής γνώμης για ενημέρωση. Το μέγεθος του ακροατηρίου των ΜΜΕ αλλά και η σημασία της συμμετοχής τους στην διαμόρφωση κυρίαρχων αντιλήψεων στην δημόσια σφαίρα, αποτελούν παράγοντες που υπογραμμίζουν τις δυνατότητες παρέμβασης τους σε μια κρίση. Η παλαιά ρήση ότι οι δημοσιογράφοι απλά αναμεταδίδουν τα γεγονότα είναι πια παρελθόν. Κάθε φορά που μεταδίδεται μια είδηση προσθέτει και μια νέα παράμετρο στον τρόπο με τον οποίο συλλαμβάνεται και κατασκευάζεται ένα γεγονός.

Οι ειδησεογραφικές πρακτικές όσο και ο τρόπος λειτουργίας των ΜΜΕ γενικότερα είναι μια πολύπλοκη διαδικασία, την οποία και επηρεάζουν μια σειρά παραγόντων. Μέσω της πρώτης αυτής προσέγγισης των 'ρόλων' που αναλαμβάνουν τα ΜΜΕ σε μια κρίση, και με δεδομένες τις διαφοροποιήσεις που παρατηρούνται μεταξύ τους, έγινε προσπάθεια να εντοπιστούν και να αναδειχθούν οι παράγοντες εκείνοι οι οποίοι σε δεδομένες χρονικές στιγμές επηρεάζουν κυριαρχικά τον ρόλο των ΜΜΕ σε μια κρίση. Στα πλαίσια αυτά κατηγοριοποιήθηκε η παρέμβαση τους σε «πρωταγωνιστική», «εμπορευματική», «συνεργατική» καθώς όπως αναφέρει και η Κωνσταντινίδου «οι δομές των ΜΜΕ και ο τρόπος με τον οποίο κατασκευάζονται οι ειδήσεις προωθούν ή ενθαρρύνουν ορισμένα νοήματα αποκλείοντας ή απονομιμοποιώντας άλλους πιθανούς τρόπους νοηματοδότησης»¹⁷

Ο ρόλος των ΜΜΕ είναι ιδιαίτερα σημαντικός στην αποτίμηση του κινδύνου αλλά και των διαστάσεων μιας κρίσης, καθώς πρωταρχικό ζητούμενο στις περιπτώσεις αυτές είναι η προσμονή του συνόλου της κοινωνίας για αξιόπιστη,

¹⁷ Χ. Κωνσταντινίδου (2003): «Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και η παραγωγή νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές» Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών 111-112 2003 σελ 69

ακριβή και αντικειμενική ενημέρωση. Στα πλαίσια αυτά τα ΜΜΕ, ως μέρη και εκφράσεις ενός συνόλου, είναι αναγκαίο να λειτουργούν ως φορείς υπεύθυνης ενημέρωσης συμβάλλοντας ενεργά στην αντιμετώπιση μιας κρίσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Altheide D (1976): "Creating reality: How TV news distorts events" Beverly Hills, CA: Sage, Fishman
- Arno A. and W.Dissanayake (1984): " The news media in national and international conflict" Boulder: Westview Press
- Arnold E (eds) (1984): "Mass Communication and Society" London
- Coombs W.T. (1999): "Ongoing Crisis Communication: "Planning, Managing and Responding" Sage Thousand Oaks, CA
- T. Δουλκέρη (2001): Διαφήμιση και Επικοινωνία. Εκδόσεις Παπαζήση Αθήνα
- Duhe S.F. Zoch L.M: " Framing the media agenda's during a crisis" Public Opinion Quarterly 3 (4) (1994/1995)
- Fragkonikolopoulos Ch : Mass media and NGos in times of crisis
- Fishman M(1980): "Manufacturing the news." Austin: University of Texas Press
- Fearn -Banks K. (2002): " Crisis Communication: A casebook approach" Lawrence Erlbaum Mahwah NJ
- Glassner B. (1999): "The culture of fear" New York: Basic Books
- Giddens, A (1994): Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics, Cambridge: Polity Press
- X. Κωνσταντινίδου : « Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και η παραγωγή νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές» Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών 111-112 2003 σελ 69
- Noelle-Neumann (1974): "The Spiral of silence: a Theory of Public Opinion" Journal of Communication 24: 43-51
- Γ. Πανηγυράκης & Βεντούρα-Νεοκοσμίδη Ζ (2001): « Σύγχρονη Διοικητική Δημοσίων Σχέσεων» Εκδόσεις Μπένου Αθήνα

Thompson J.B (1990): *Ideology and Modern Culture* Cambridge: Polity

Terzis G and Vassiliadou M (2004): “The role of the Media during Crises” March 2004

Worcester, R.M. (1994): “Demographics and Values: What the British public read and what they think about their newspapers”, Paper presented to The Ed of Fleet Street Conference, City University, February,