



Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Τμήμα Μεσογειακών Σπουδών

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
"Πολιτικές, Οικονομικές και Διεθνείς Σχέσεις στη Μεσόγειο"

Πτυχιακή Εργασία: *Η κρίση των Ιμίων και ο ρόλος του Τύπου και της ιδιωτικής τηλεόρασης.*

Μαστρογεωργίου Γιάννης **Αρ. Μητ. : 433M / 200401**

Επιβλέπων καθηγητής: Π. Τσάκωνας

Ρόδος
Ιούνιος 2007

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	3
ΜΜΕ και Εξωτερική Πολιτική.....	5
ΜΜΕ και Ελληνική Εξωτερική Πολιτική.....	11
Το θεωρητικό μοντέλο της προσέγγισης μας.....	17
Η εφαρμογή του μοντέλου Ρόμπινσον στη κρίση των Ιμίων.....	19
Ο Τύπος και η κρίση των Ιμίων.....	22
Συμπεράσματα για το ρόλο του Τύπου.....	33
Ο ρόλος της ιδιωτικής τηλεόρασης και η κρίση των Ιμίων.....	36
Συμπεράσματα για το ρόλο της ιδιωτικής τηλεόρασης.....	39
Σύγκριση του ρόλου του Τύπου και της ιδιωτικής τηλεόρασης.....	42
Τα ΜΜΕ και πώς επηρεάζουν τις πολιτικές αποφάσεις - Ίμια.....	44
Συμπεράσματα.....	48
Βιβλιογραφία.....	52

Εισαγωγή

Η κρίση των Ιμίων το 1996 αποτελεί, θα λέγαμε, συνοπτικά ένα τραγελαφικό, αλλά πολύ πειστικό παράδειγμα του πώς τα ΜΜΕ παρέσυραν την Ελλάδα και την Τουρκία στο χείλος του πολέμου. Εδώ πρέπει να υπογραμμίσουμε ότι για τη συγκεκριμένη εργασία ΜΜΕ συνιστούν ο έντυπος ελληνικός Τύπος και τα ελληνικά ιδιωτικά κανάλια.

Σε εκείνη την κρίση ξεδιπλώθηκε σε όλη του την έκταση το ζήτημα των ΜΜΕ, η σχέση τους με την πολιτική και τους πολιτικούς.

Ακριβώς, όμως, επειδή τα ΜΜΕ έχουν τέτοια δύναμη και κυρίως η τηλεόραση, μπαίνουν στη συζήτηση για ζητήματα που αφορούν όλη την κοινωνία με έναν ιδιότυπο παρεμβατισμό και έτσι αβίαστα προκύπτει το ερώτημα: τα ΜΜΕ στα θέματα εθνικού συμφέροντος, μπορούν να μιλήσουν ναι ή όχι την ώρα της κρίσης; Θέση μας είναι πως μπορούν και πρέπει να έχουν λόγο, αλλά μέσα σε ένα πλαίσιο που θα έχει συνομολογηθεί από τα ΜΜΕ, τους αρμόδιους φορείς και τους ίδιους τους δημοσιογράφους, καθώς κύριος γνώμονας της λειτουργίας τους είναι η ενημέρωση του πολίτη.

Οφείλουμε έτσι, να παραδεχτούμε ότι αν δεν υπήρχαν τα ΜΜΕ θα είχαμε μάθει πολύ λιγότερα για εκείνη την κρίση. Η αποκάλυψη της πραγματικότητας όσο επώδυνη και αν είναι μερικές φορές, είναι κάτι που αν δεν το γνωρίζουμε σε όλο της το εύρος δεν μπορούμε να χαράξουμε πολιτική και να διδαχτούμε από λάθη και παραλείψεις.

Υπάρχει όμως και μία άλλη πτυχή, λίγο ωμή θα έλεγε κανείς. Τα ΜΜΕ ουσιαστικά ήθελαν κατά βάση, πόλεμο εκείνες τις ημέρες. Όχι όμως, μόνο, ήθελαν πόλεμο, αλλά το χειρότερο έκαναν τον πόλεμο να φαίνεται σαν «τσίρκο», θέαμα ανώδυνο και αποστειρωμένο. Ο ρόλος των ΜΜΕ είναι να ανεβοκατεβάζουν σημαίες, να κηρύττουν τον πόλεμο, να παροτρύνουν προς τη μία ή την άλλη τακτική; Ερωτήματα που εκ πρώτης μοιάζουν εύκολα, αλλά δεν είναι μόνο αυτά.

Σημασία, επίσης, έχει να δούμε τί στάση τήρησαν τα ΜΜΕ. Αν όντως ενημέρωσαν για το τί συνέβη ή αντιμετώπισαν την κρίση ως ευκαιρία παρεμβατισμού στα πολιτικά δρώμενα. Στην περίπτωση των Ιμίων όπως θα δούμε, η τηλεόραση διέκρινε μία ευκαιρία για θέαμα, ενώ ο Τύπος προσπάθησε – έστω μία μειοψηφία των εφημερίδων – να καταγράψει και να αναλύσει τα γεγονότα και τις συνέπειες τους.

Η ελληνοτουρκική κρίση των Ιμίων, είναι κατά πάσα πιθανότητα η πρώτη διεθνής κρίση την οποία η τηλεόραση δεν παρακολουθεί απλώς, δε μεταδίδει απλώς, αλλά

συμβάλλει στη δημιουργία και την εξέλιξη της. Η κρίση εγκαινιάζει την τηλεοπτική εποχή στις κρίσεις. Μίας ιδιότυπης τηλεοπτικής εποχής, όπως αυτή προκύπτει από τον ιδιόμορφο ραδιοτηλεοπτικό χώρο δύο χωρών της περιφέρειας, όπως είναι η Ελλάδα και η Τουρκία.

Αυτή είναι ίσως και η σημαντικότερη παράμετρος με βάση την οποία έγινε η επιλογή του συγκεκριμένου θέματος. Η ραγδαία αύξηση του βαθμού επιρροής και επιβολής των σύγχρονων ΜΜΕ στη διαμόρφωση της πολιτικής. Οι καταγραφείς της είδησης μετατρέπονται σε κατασκευαστές και οι δρώντες σε παθητικούς παρακολουθητές. Μέσα λοιπόν σε αυτό το πλαίσιο θα προσπαθήσουμε να αποδείξουμε πώς διαμορφώνεται η σύγχρονη εξωτερική πολιτική με την επιρροή των ΜΜΕ και με βάση το θεωρητικό μοντέλο του Ρόμπινσον για τον επηρεασμό της εξωτερικής πολιτικής από τα ΜΜΕ θα προσεγγίσουμε την περίπτωση της κρίσης των Ιμίων, αποδεικνύοντας ότι ο ρόλος του Τύπου και των ιδιωτικών καναλιών ήταν κάτι παραπάνω από απλά ενημερωτικός. Ήταν καταλυτικός και πρωταγωνιστικός τόσο ως προς την πρόκληση γεγονότων όσο και ως προς τον επηρεασμό των πολιτικών δρώντων εκείνης της περιόδου.

ΜΜΕ και εξωτερική πολιτική

Σήμερα πια, στην εποχή της κοινωνίας της πληροφορίας, όλοι αποδέχονται τον καθοριστικό ρόλο των ΜΜΕ, στη διαμόρφωση των Διεθνών Σχέσεων και ιδίως στην εξέλιξη μιας διεθνούς αντιπαράθεσης.

Με δεδομένο ότι, τα υποκείμενα των Διεθνών Σχέσεων είναι πολύπλοκοι κοινωνικοί, πολιτικοί και πολιτισμικοί σχηματισμοί, ο τρόπος με τον οποίο ο Τύπος κάθε χώρας προσλαμβάνει και προβάλλει τα δεδομένα μίας διεθνούς σύγκρουσης είναι στοιχείο καθοριστικής σημασίας για την ίδια την εξέλιξη της σύγκρουσης αυτής.¹

Ο Τύπος δεν παρατηρεί ούτε περιγράφει· απλώς διαμορφώνει τη συλλογική συνείδηση, την εθνική αυτοσυνειδησία, τα συμφραζόμενα μέσα στα οποία κινείται όχι μόνον η ευρεία κοινή γνώση, αλλά σε μεγάλο βαθμό και η ειδική κοινή γνώμη των υπευθύνων προσώπων: του πολιτικού, στρατιωτικού, του διπλωματικού, του επιστημονικού και του δημοσιογραφικού προσωπικού μέσα από το οποίο αναδεικνύονται κατά καιρούς οι χειριστές των θεμάτων και των κρίσεων.²

Μπορεί, βάσιμα, να υποτεθεί ότι τα ΜΜΕ καλύπτουν μια καθοριστική μερίδα του κοινού και διαμορφώνουν έτσι την κοινή γνώμη.³ Στην Ελλάδα επικρατεί η άποψη ότι οι δημοσιογράφοι συγκαταλέγονται στην ελίτ που διαμορφώνει την κοινή γνώμη. Όμως, η ελίτ αυτή «περνάει» τάσεις και αξίες στην κοινωνία και το πολιτικό σύστημα, μέσα από τα ΜΜΕ. Έτσι διαπιστώνεται γενικώς, κατ' αρχήν, ότι ακόμα και σε μη δημοκρατικές κοινωνίες, η άσκηση επιρροής δεν προσανατολίζεται μόνο σε ένα κάθετο σχήμα επικοινωνίας, αλλά ότι υπάρχει σαφώς και μια συναρτησιακή σχέση στην επικοινωνία μεταξύ του αποστέλλοντος και του παραλήπτη.⁴

Φαίνεται λοιπόν, ότι τα ΜΜΕ δεν αποτελούν απλά και μόνον «ουδέτερους» μηχανισμούς διάχυσης της πληροφόρησης. Αντίθετα, η πολιτική τους λειτουργία διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στον σχηματισμό της πολιτικής γνώμης και βούλησης στο κοινωνικό και στο πολιτειακό επίπεδο.

¹ Χ. Κ. Γιαλλουρίδης, *Η Ελληνοτουρκική σύγκρουση. Από την Κύπρο ως τα Ίμια και Ελσίνκι. Η οπτική του Τύπου*, (Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρης, 2001), 7.

² *Ibid.*, σ. 8

³ J.N. Rosenau, *National Leadership and Foreign Policy: A study on Mobilization of Public Support*, (Princeton, 1963), 6

⁴ Χ.Κ. Γιαλλουρίδης, *ό.π.π.*, σ. 18

Η συζήτηση πάνω στο θέμα του κατά πόσο τα ΜΜΕ εξυπηρετούν τα συμφέροντα των ληπτών των αποφάσεων, ή εναλλακτικά διαδραματίζουν έναν πιο ενεργό ρόλο σχηματίζοντας τα αποτελέσματα της πολιτικής, χαρακτηρίζεται από διαφωνίες και ισχυρά επιχειρήματα. Πολλοί αναλυτές ισχυρίζονται ότι η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών επικοινωνίας έχουν αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο τα ΜΜΕ επηρεάζουν την εξωτερική πολιτική. Οι νέες τεχνολογίες τροφοδοτούν με σημαντική δύναμη τα ΜΜΕ στον τρόπο διαμόρφωσης και καθορισμού των πολιτικών πάνω στα διεθνή γεγονότα και την εξωτερική πολιτική. Τέτοιες απόψεις έχουν βρει ευρεία υποστήριξη κυρίως μέσω του «παράγοντα CNN» (CNN effect). Η άποψη αυτή με άλλα λόγια υπονοεί ότι τα ΜΜΕ παράγουν εξωτερική πολιτική υπό ορισμένες συνθήκες. Ο Strobel δια του λεγόμενου «παράγοντα CNN», αναφέρει ότι πρόκειται ουσιαστικά για τη δυνατότητα της τηλεόρασης ή των σύγχρονων ηλεκτρονικών ΜΜΕ να επηρεάζουν την κοινή γνώμη και να επιβάλλουν την άμεση αντίδραση των κυβερνήσεων, οι οποίες υποχρεώνονται κάτω από την ασφυκτική πίεση της δημοσιότητας να διαμορφώνουν ή να αναθεωρούν την εξωτερική πολιτική τους.⁵

Από την άλλη, πολλοί αναλυτές ισχυρίζονται ότι τα ΜΜΕ έχουν λίγη ή και καθόλου επιρροή στο σχηματισμό της εξωτερικής πολιτικής. Σύμφωνα με αυτή την άποψη οι δημοσιογράφοι δρουν μέσα στα όρια της κάλυψης απλώς των κυβερνητικών πρωτοβουλιών και είναι ταγμένοι στο να υπηρετούν την κυβερνητική χαραγμένη πολιτική. Η κυβέρνηση είναι η κύρια πηγή ενημέρωσης προς τα ΜΜΕ, ελέγχει το περιεχόμενο της προς τα ΜΜΕ διοχετευόμενης είδησης και ασκεί πλήρως την εξωτερική πολιτική. Έτσι στα ΜΜΕ δεν απομένει άλλος ρόλος πλην της «κατασκευής συναίνεσης» (manufacture consent), με απώτερο σκοπό τη διασφάλιση της υποστήριξης προς τις πολιτικές επιλογές των κυρίαρχων ελίτ.⁶

Κανείς δεν αρνείται το γεγονός ότι οι κυβερνήσεις μπορούν να ελέγχουν το εύρος των διοχετευομένων ή παρεχομένων πληροφοριών και ότι διατηρούν την πλήρη ευθύνη των επιλογών τους. Παρολαυτά, είναι επίσης πολύ δύσκολο να αρνηθεί κανείς το ειδικό βάρος των ΜΜΕ στη διαδικασία σχηματισμού της πολιτικής. Η απτή όμως πραγματικότητα υπαγορεύει ότι ο ρόλος των ΜΜΕ στην εξωτερική πολιτική είναι πιο σύνθετος. Όχι μόνο παρέχουν στους λήπτες αποφάσεων τις δυνατότητες να υποστηρίξουν τις πολιτικές τους, αλλά τις υπαγορεύουν πολλές φορές.

⁵ W. Strobel, *The CNN effect : Myth or reality*, στο : E, Wittkopf – J, McCormick: *The Domestic sources of American Policy. Insights and Evidence*, 1999, 85

⁶ *Ibid.*, 86

Ο ρόλος των ΜΜΕ και ιδιαίτερα αυτός του Τύπου και της επίδρασης του στην εξωτερική πολιτική αναδείχτηκε με τη συνειδητοποίηση και ανάδειξη της σημασίας των εσωτερικών παραγόντων στη διαμόρφωση της εξωτερικής πολιτικής. Η εξωτερική πολιτική έπαυσε να θεωρείται απλή δράση και αντίδραση σε ερεθίσματα του διεθνούς περιβάλλοντος. Βαρύνουσα σημασία αποδόθηκε και στους εσωτερικούς παράγοντες που συντελούν στη διαμόρφωση της εξωτερικής πολιτικής. Στην περίπτωση του Ελληνικού Τύπου, το καθεστώς που επικρατούσε αλλά και οι αλλαγές που έλαβαν χώρα τις δεκαετίες 1980-2000 επηρέασαν και επηρεάζουν ακόμα σημαντικά, τον τρόπο και το βαθμό παρέμβασης του στην ελληνική εξωτερική πολιτική. Οι εξελίξεις αυτές είχαν ως αποτέλεσμα τη διεύρυνση του πεδίου δράσης των ιδιωτικών επιχειρήσεων των ΜΜΕ, την αυξανόμενη εμπορευματοποίηση της πολιτιστικής παραγωγής, καθώς και αλλαγές στο ρόλο του Κράτους και της κυβερνητικής παρέμβασης.⁷

Τα ΜΜΕ λοιπόν, ασκούν, θα λέγαμε, μία μεσολαβητική διαδικασία – λειτουργία, όπου μέσω ανάδρασης μπορεί να παραχθεί και μία αντίστροφη διαδικασία άσκησης επιρροής. Μπορεί π.χ. να υπάρχει μία αμοιβαία επικοινωνιακή σχέση μεταξύ κυβέρνησης και συστήματος ΜΜΕ, η οποία ρυθμίζει συνεχώς τις εκάστοτε δομές δράσης.⁸

Τα ΜΜΕ έχουν τη δυνατότητα να μεταβάλλουν τις οπτικές με τις οποίες οι άνθρωποι αξιολογούν τους θεσμούς εστιάζοντας την προσοχή τους σε κάποιο θέμα παρά σε κάποιο άλλο.⁹ Αυτό οφείλεται βεβαίως στο ότι τα ΜΜΕ στην εποχή μας αποτελούν τη μοναδική ίσως πηγή ενημέρωσης για τα δρώμενα, άρα, είναι επόμενο το κοινό να εξαρτάται όλο και περισσότερο από αυτή.¹⁰ Στην πράξη όπως παρατηρούν οι Davis Graber και Guye Tuchman : «διαμέσου των ΜΜΕ, τα μέλη μιας κοινωνίας μαθαίνουν για τον εαυτό τους και τους άλλους, για τους θεσμούς τους, για τους αρχηγούς τους και τον τρόπο ζωής τους καθώς και για αυτούς άλλων εθνών και λαών... οι ειδήσεις στοχεύουν να μας πουν αυτό που θέλουμε να ξέρουμε και πρέπει να ξέρουμε...»¹¹

⁷ Μ. Κομνηνού, *Ο ρόλος των ΜΜΕ στην Γ' Δημοκρατία*, στο Χ. Λυριτζής, Η. Νικολακόπουλος, Δ. Σωτηρόπουλος, *Κοινωνία και πολιτική. Όψεις της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας 1974 – 1994*, (Αθήνα: Εκδόσεις Θεμέλιο, 1996), 239.

⁸ Ibid., 240

⁹ Σ. Παπαθανασόπουλος – Μ. Κομνηνού, *Ζητήματα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας*, (Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτης, 2000), 115

¹⁰ Ibid., 115

¹¹ G. Tuchman, *Making news : a study in the construction of reality* (New York, 1978), 87

Η εποχή μας είναι αναμφίβολα η εποχή της επικοινωνιακής έκρηξης, στο πλαίσιο της οποίας πρωτοφανής πολιτική ισχύς συσσωρεύεται στα χέρια, όσων ελέγχουν τη διάχυση των πληροφοριών. Τα ΜΜΕ είναι μηχανισμοί διαχείρισης και προβολής πληροφοριών και ειδήσεων. Συχνά, όμως η διαχείριση μιας πληροφορίας και η προβολή μιας είδησης έχουν ή αποκτούν μεγαλύτερη σημασία από την αρχική πληροφορία ή είδηση. Πώς όμως η ισχύς και ο ρόλος των ΜΜΕ επιδρούν στην εξωτερική πολιτική του κράτους; Ας πάρουμε το παράδειγμα ενός ανέργου που περιφέρεται σε μία λαϊκή αγορά, με σκοπό να αγοράσει τα αναγκαία αγαθά με βάση τα πενιχρά οικονομικά περιθώρια που του παρέχει το επίδομα ανεργίας. Εκεί συναντά ένα τηλεοπτικό συνεργείο, το οποίο διενεργεί μία «δημοσκόπηση δρόμου», στο πλαίσιο της οποίας ο/η δημοσιογράφος ρωτάει περαστικούς πολίτες για τη μελλοντική ονομασία της ΠΓΔΜ.¹² Ο άνεργος του παραδείγματος, προβαίνει σε εμπρηστικές δηλώσεις αυτά της ΠΓΔΜ και άλλων διεθνών δρώντων. Στο βραδινό δελτίο ειδήσεων, οι δηλώσεις του ανέργου προβάλλονται υπό τον τίτλο : «αγανακτισμένοι οι πολίτες από τη στάση των Σκοπίων και τη συμπεριφορά συμμάχων και εταίρων. Είναι μάλλον απίθανο, έως αδύνατον, ο άνεργος να έχει αναδείξει σε προτεραιότητα της ζωής του το «Μακεδονικό». Το συγκεκριμένο ζήτημα κατέστη προτεραιότητα μόνο για μια στιγμή, κατά την οποία έκανε τις δηλώσεις του. Το πιθανότερο είναι ότι αμέσως μετά θα συνέχισε την αναζήτηση των αγαθών που θα μπορούσε να αγοράσει. Όμως, οι δηλώσεις ενός ανθρώπου, απελπισμένου και κατά πάσα πιθανότητα ξενοφοβικού θα αποτελέσουν στο δελτίο ειδήσεων ενδεικτικό εύρημα για το τι πιστεύει η κοινή γνώμη, αλλά ενδεχομένως και για τις ιεραρχήσεις των ενδιαφερόντων τους. Έτσι οι δηλώσεις ενός ανέργου, ενδεχομένως και άλλων πολιτών, σε μια λαϊκή αγορά μπορεί να δημοσιοποιηθούν ως «υποκατάστατο» της πολιτικής βούλησης του λαού και για το λόγο αυτό, ως τεκμήριο δημοκρατικής νομιμοποίησης.

Στην προκειμένη περίπτωση, τα ΜΜΕ είναι σε θέση να διαμορφώσουν μια πολιτική ατζέντα με βάση τη διαχείριση και την προβολή μιας είδησης, η οποία προκλήθηκε ύστερα από δική τους πρωτοβουλία (δημοσκόπηση δρόμου) και η οποία προέκυψε από τη στιγμιαία και αποσπασματική αντίδραση μικρής ομάδας πολιτών επί ενός ζητήματος που σε καμία περίπτωση δε συνιστά βασική προτεραιότητα στην καθημερινότητά τους. Η συγκεκριμένη είδηση (τι πιστεύει ο άνεργος) έχει σαφώς

¹² Β. Γκίκας, *Επικοινωνιακή Διπλωματία*, (Αθήνα: Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλα, 2005), 51

μικρότερη σημασία από τη διαχείριση της (τι πιστεύει η κοινή γνώμη ή ο λαός). Παράλληλα τα MME διεκδικούν έναν ενδιάμεσο αντιπροσωπευτικό ρόλο μεταξύ κοινωνίας πολιτών και κράτους. Τα MME ιδιοποιούνται το ρόλο του αυθεντικού ή του αμεσότερου εκφραστή της λαϊκής κυριαρχίας».¹³

Για τη σχέση MME – Εξωτερικής πολιτικής ο Ronneberger διαπιστώνει κάποια αυτονομία και μία αμοιβαία επιρροή μέσω των αιτημάτων δημοσιοποίησης και δικαιολόγησης. Αυτή η αμοιβαία σχέση είναι δυνατή, μόνο εφόσον η κοινή γνώμη μπορεί να θεωρηθεί και ως συνιστώσα της εξωτερικής πολιτικής. Οι κυριότεροι από τους ρόλους του Τύπου στην κάλυψη των θεμάτων εξωτερικής πολιτικής, όπως υποστηρίζει ο Cohen,¹⁴ είναι η επεξήγηση της εξωτερικής πολιτικής και των διαστάσεων αυτής στο κοινό και αυτός της «συμμετοχής» στη διαμόρφωση της εξωτερικής πολιτικής. Ο Bloom¹⁵ αντίστοιχα υπογραμμίζει τον ψυχολογικό σύνδεσμο και την ενότητα που δημιουργείται με αγωγή τον τόπο, ο οποίος και συσχετίζει το περιεχόμενο του με εθνικούς συμβολισμούς και με αντίστοιχες «προκλήσεις» στο πεδίο της εξωτερικής πολιτικής.

Η εξασφάλιση της δημοσιότητας ισχύει ως αδιαμφισβήτητο γνώρισμα της δημοκρατικής δράσης. Αυτό το καταδεικνύει η υποχρέωση ή η ανάγκη νομιμοποίησης των διαδικασιών λήψης αποφάσεων. «Η δημοσιότητα είναι θεσμοθετημένη δυσπιστία απέναντι στην εξουσία γενικότερα». Για αυτό το λόγο η πολιτική φαίνεται να επιδιώκει να πάρει με το μέρος της την κοινή γνώμη.

Κύριος δομικός παράγοντας από τον οποίο εξαρτάται η επίδραση των MME επί της εξωτερικής πολιτικής συνεπώς αποτελεί ο βαθμός αυτονομίας των MME έναντι της εξουσίας. Ο Livingstone προτείνει ακόμα μία πιο σαφή θέση : την απώλεια πολιτικού ελέγχου από ένα σύστημα λήψης πολιτικών αποφάσεων, εξαιτίας της ισχύος των MME.¹⁶

Το σχετικό ζήτημα λοιπόν, αφορά στις περιπτώσεις που τα MME διαμορφώνουν ένα «υποκατάστατο» του λαού ως «κοινής γνώμης» και παράγουν δια του τρόπου αυτού, ένα «επίπλασμα» δημοκρατικής νομιμοποίησης. Δημοσιογράφοι που σχολιάζουν ή ερωτούν για «αυτά που πιστεύει ο απλός κόσμος» ή για τα ευρήματα δημοσκοπήσεων, συνιστούν ενδεικτικές περιπτώσεις του ζητήματος. Η

¹³ Β. Γκίκας, όπ.π., 52

¹⁴ B.C., Cohen, *The press and the foreign policy*, (Princeton University press, 1963), 65

¹⁵ W. Bloom, *Personal Identity, national Identity and international Relations*, (Cambridge University Press, 1963), 98

¹⁶ W. Strobel, όπ.π., 87

δημοκρατική νομιμοποίηση δεν παρέχεται έτσι από την πρωτογενή εκδήλωση της λαϊκής κυριαρχίας, αλλά από «αυθεντικούς εκφραστές», οι οποίοι χωρίς να έχουν θεσμικό ρόλο και για το λόγο αυτό πολιτική ευθύνη, διεκδικούν μόνο πολιτική ισχύ.¹⁷

Η επικοινωνία, ως υποκατάστατο της πολιτικής, ασκεί σημαντικές επιδράσεις και στην κοινωνία των πολιτών. Τα πολιτικά κόμματα και τα κοινωνικά κινήματα χάνουν την ικανότητα να διαμορφώνουν την πολιτική «ατζέντα», αλλά αντιδρούν αντανακλαστικά στη σχετική πρωτοβουλία των ΜΜΕ. Τα ΜΜΕ καθίστανται έτσι μια γενική «οργάνωση στέγης», η οποία ουσιαστικά διαλέξει τις πολιτικές διεργασίες της κοινωνίας των πολιτών. Τα ΜΜΕ ουσιαστικά λειτουργούν ως «υπερκόμμα», για το οποίο δεν υφίσταται καμία εγγύηση ή έστω απαίτηση εσωτερικής δημοκρατικής οργάνωσης.

Τα ΜΜΕ δεν έχουν ηγέτες, αλλά ιδιοκτήτες, δεν έχουν προγράμματα και πολιτικούς στόχους, αλλά, ως οικονομικές κατά βάση επιχειρήσεις, μόνο συμφέροντα.

¹⁷ Β. Γκίκας, όπ.π., .53

MME και Ελληνική εξωτερική πολιτική

Στο σημείο αυτό θα εξετάσουμε το πώς τα MME στην Ελλάδα επηρεάζουν την Ελληνική εξωτερική πολιτική.

Η «γέννηση» νέων εφημερίδων, η απελευθέρωση της αγοράς της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου, συχνά υπογραμμίζεται ως αιτία που έχει εκτοπίσει τα MME από τον παραδοσιακό τους ρόλο ως τα επίσημα οχήματα της ενημέρωσης στα ζητήματα εξωτερικής πολιτικής και Διεθνών Σχέσεων.¹⁸ Η άποψη αυτή θεωρεί τα MME ως έναν ενδιάμεσο δίαυλο, που λειτουργεί ως ο κύριος παροχέας πληροφόρησης στην κοινή γνώμη. Τα MME δεν περιορίζονται στην κάλυψη των γεγονότων και το ρεπορτάζ, αλλά διατηρούν έναν αυτονομημένο ρόλο καθορίζοντας και κατασκευάζοντας πολλές φορές, το πλαίσιο μέσα στο οποίο πραγματεύονται τα ζητήματα εξωτερικής πολιτικής.

Σε μεγάλο βαθμό οι παραπάνω διαπιστώσεις δεν απέχουν πολύ από την αλήθεια. Αυτό βέβαια δεν συνεπάγεται ότι τα MME έχουν μετατραπεί σε διαμορφωτές ή οι πλέον καθοριστικοί παράγοντες στην διαμόρφωση της εξωτερικής πολιτικής. Η τελική ευθύνη για την πορεία της εξωτερικής πολιτικής παραμένει στα χέρια της εκάστοτε κυβέρνησης. Μολαταύτα, τα MME είναι ένα ουσιαστικό συστατικό στοιχείο τόσο του εσωτερικού όσο και του διεθνούς σκηνικού, το οποίο οι πολιτικοί και οι λήπτες αποφάσεων σε κάθε χώρα χρειάζεται να παίρνουν υπόψη τους όταν σχηματοποιούν την πολιτική τους. Όπως έχει σωστά υποστηριχθεί τα MME απονομιμοποιούν τις αποφάσεις γενόμενα εξαιρετικά κριτικά.

Μπορούν επίσης να διαφοροποιήσουν την ατζέντα της εξωτερικής πολιτικής αγνοώντας εσκεμμένα μια σειρά από ζητήματα ή φωτίζοντας υπερβολικά άλλα. Κυρίως, όμως, μπορούν να υποχρεώσουν μία κυβέρνηση επισείοντας τον παράγοντα του χρόνου, να αναπτύξει αντιφατικές ή λανθασμένες πολιτικές.¹⁹

Σε μία χώρα όπως η Ελλάδα, η εξωτερική πολιτική συνιστά έναν εξαιρετικά σύνθετο τομέα της γενικής πολιτικής του κράτους.

Τα λεγόμενα «εθνικά θέματα» είναι λεπτά και σύνθετα προβλήματα, των οποίων η ως επί το πλείστον κυρίαρχη νομική ουσία, επιβαρύνεται από ιστορικές

¹⁸ C. Frangonikolopoulos, *The Media and Foreign Policy. The case of Greece*, (Hellenic Studies/Etudes Helleniques, Vol. 15, No. 1, Spring 2007), 1

¹⁹ Ibid., 1

παραδόσεις και πολιτικά αδιάλλακτες θέσεις. Στην πραγματικότητα, τα «εθνικά θέματα» δεν συνιστούν πολιτικά ζητήματα, αλλά πολιτικά θέματα.

Η προβολή των θεμάτων της εξωτερικής πολιτικής, από τα ΜΜΕ συνιστά κατά κανόνα υψηλή προτεραιότητα για μια χώρα, όπως η Ελλάδα, ο λαός της οποίας επιδεικνύει μεγάλη ευαισθησία για τα λεγόμενα «εθνικά θέματα».

Η σχετική με την εξωτερική πολιτική και τα λεγόμενα «εθνικά θέματα» επικαιρότητα, εμφανίζει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.

1) Ισχύει και εν προκειμένω ο βασικός κανόνας λειτουργίας των ΜΜΕ, σύμφωνα με τον οποίο ο επικοινωνιακός χειρισμός των «εθνικών θεμάτων» υπερισχύει της πολιτικής ή και ενίοτε της νομικής φύσης του. Η υπεροχή της επικοινωνίας έναντι της πολιτικής προϋποθέτει την ύπαρξη πολιτικών ή για την ακρίβεια «εθνικών» ή «πατριωτικών» θεσφάτων.²⁰

2) Η πολιτική αντιπαράθεση λαμβάνει χώρα σε ένα αξιακό επίπεδο. Κόμματα και μεμονωμένοι πολιτικοί απαξιώνουν αλλήλους με επιχειρήματα περί πατριωτισμού ή υποτέλειας, ενίοτε και προδοσίας. Η σχετική πολιτική αντιπαράθεση αξιολογεί όχι το επίπεδο των θέσεων και των προγραμμάτων, αλλά ένα πλασματικό επίπεδο περί πατριωτισμού, που οδηγεί αυθαίρετα στην ηθική απαξίωση θέσεων. Παράλληλα τα ΜΜΕ συμβάλλουν στην απαξίωση όλων και ιδίως των πολιτικών «ως θεματοφυλάκων των συλλογικών αξιών» και ως θεσμικών αποδεκτών της δημοκρατικής νομιμοποίησης.²¹

Συνεπώς τα υπερπατριωτικά θέσφατα, τα οποία κατά κόρον υιοθετούνται από τα ΜΜΕ, ή η διάχυτη δυσπιστία, που αυτά διαχέουν σε βάρος των πολιτικών και του συστήματος εξωτερικής αρμοδιότητας, δεν αποσκοπούν στην εξυπηρέτηση των εθνικών συμφερόντων, αλλά στους συσχετισμούς πολιτικής ισχύος εντός του πολιτικού συστήματος.

Η «αξιακή» ευαισθησία των εθνικών θεμάτων παρέχει πολλαπλές δυνατότητες κατασκευής μίας «κοινής γνώμης», η οποία αντιπροσωπεύει έναν «υπερήφανο» λαό, που όμως έχει τη μόνιμη ατυχία – σύμφωνα με ορισμένους - να εκπροσωπείται από «λίγους» ή κακούς πολιτικούς ηγέτες. Τα ΜΜΕ είναι πάντα παρόντα για να εκφράσουν τις άδολες πατριωτικές προσδοκίες του λαού – κοινής γνώμης, εναντίον πολιτικών που είναι πάντα πρόθυμοι να διολισθήσουν σε κάποια

²⁰ Β. Γκίκας, όπ.π., 56

²¹ Ibid., 57

μικρή ή μεγάλη προδοσία. Η εξωτερική πολιτική συγκροτείται ως τηλεοπτικό γεγονός στη σύγχρονη «άμεση» δημοκρατία των τηλεοπτικών παραθύρων.

Είναι ενδεικτικό ότι ο έντυπος Τύπος, σε αντίθεση με την Τηλεόραση επειδή δεν προβάλλει εικόνες, αφενός «διατηρεί» κατά κάποιο τρόπο ένα είδος μακρότερης «βιωσιμότητας» στη μνήμη της κοινής γνώμης και αφετέρου παρέχει τη δυνατότητα σε κάθε μέσο να προχωρήσει σε ενδελεχή και ποικιλόμορφη ανάλυση των γεγονότων και των απόψεων. Ακόμη δε περισσότερο που ο έντυπος Τύπος έχει τη δυνατότητα να προβάλλει θέσεις, απόψεις και συμπεράσματα που για το ίδιο γεγονός μας παρέχουν.

Σύμφωνα με τη «δυναμική» θεώρηση,²² η εξωτερική πολιτική εκλαμβάνεται ως ένα ανοιχτό – δυναμικό, αλλά σαφώς ιεραρχημένο πεδίο, το οποίο και αποτελεί μέρος του γενικότερου πλαισίου παραγωγής πολιτικής του κοινωνικού συστήματος. Με βάση τη θεώρηση αυτή, αντιμετωπίζουμε τον Τύπο στην ελληνική εξωτερική πολιτική ως έναν ενδογενή μηχανισμό αυτόνομο και όχι ανεξάρτητο, με ιδιαίτερο και διακριτό ρόλο στη διαδικασία παραγωγής και διαμόρφωσης αυτής.

Οι εφημερίδες είναι μέρος μίας σύνθετης δημόσιας σφαίρας στην κατασκευή της οποίας συμμετέχει μία πλειάδα κοινωνικών παραγόντων.²³

Με δεδομένη τη «φόρτιση» που χαρακτηρίζει τις εκατέρωθεν ερμηνείες το ενδιαφέρον εστιάζεται τόσο στη λειτουργία των Μέσων ως φορέων αντικειμενικής ή και υποκειμενικής πληροφόρησης της κοινής γνώμης, όσο και στην ίδια τη συμμετοχή τους στην «όξυνση» αλλά και «άμβλυνση» των εντάσεων μεταξύ των δύο χωρών, ως οντοτήτων, καθώς επίσης και στο βαθμό επηρεασμού της κοινής γνώμης της Ελλάδας.

Είναι απολύτως σαφές ότι ο ρόλος που διαδραματίζουν τα ΜΜΕ στο πολιτικό, αλλά και εθνικό, ευαίσθητο θέμα της πορείας των ελληνοτουρκικών σχέσεων διαφοροποιείται ουσιαστικά και σε βάθος σε σχέση με το γενικότερο ρόλο τους ως προεξάρχοντες φορείς ενημέρωσης της κοινής γνώμης. Οι λόγοι είναι πολλαπλοί και συνάδουν με την ίδια τη «φύση» του θέματος.

Ένα σημαντικό στοιχείο αυτής της ιδιομορφίας του ρόλου των ΜΜΕ στην ελληνοτουρκική αντιπαράθεση είναι ότι, μέσα σε αυτό το «ψυχολογικό» πλαίσιο, που επηρεάζει άμεσα τη διαμόρφωση της πολιτικής έναντι του άλλου, τα ΜΜΕ δεν

²² Χ. Φραγκονικολόπουλος, *ΜΜΕ κοινωνία και πολιτική, Ρόλος και λειτουργία στη σύγχρονη Ελλάδα*, (Αθήνα: Εκδόσεις Ι.Σιδέρης, 2000), 338.

²³ R. Tsagarousianou, *Nationalism, Ethnic Antagonism and mass Communications in Greece*, in T. Allen & J. Seaton (ed.), *The Media of Conflict. War reporting and representations of Ethnic violence*, (New York: Zed Books New York 1999), 175-192.

αποτελούν τη μόνη πηγή ενημέρωσης και πληροφόρησης της κοινής γνώμης, εφόσον και η κυβέρνηση, τα πολιτικά κόμματα και οι ενδιαφερόμενοι φορείς «εμπλουτίζουν» την ειδησεογραφία με τις δικές τους θέσεις, ερμηνείες και απόψεις για τα γεγονότα. Η κοινή γνώμη, με διαμορφωμένη την άποψη ότι ο «γείτονας» στοχεύει στην αμφισβήτηση εθνικών κυριαρχικών δικαιωμάτων και έχει για σκοπό την «υποταγή» στις δικές του κελεύσεις και στα δικά του συμφέροντα, επιδιώκει στη βάση της πληροφόρησης που του παρέχεται, να ερμηνεύσει τα γεγονότα και κυρίως τις συνέπειες της.

Η δυσπιστία την οποία η κοινή γνώμη έχει διαμορφωμένη μέσα στη συνείδηση της για το «πού το πάει ο γείτονας» εμπλουτίζεται και από την έμφυτη δυσπιστία ότι η παρεχόμενη πληροφόρηση δεν είναι ειλικρινής ή τουλάχιστον είναι μερική και τα βασικά σημεία αποκρύπτονται. Η δυσπιστία αυτή εκφράζεται κυρίως έναντι των επίσημων φορέων, με αποτέλεσμα η κοινή γνώμη πρωτίστως, να εστιάζει και να βασίζεται στην πληροφόρηση των ΜΜΕ παρά σε αυτή των όποιων κυβερνητικών πηγών. Με τις δυνατότητες επιλογής πηγών πληροφόρησης, που έχει στη διάθεση της η κοινή γνώμη θεωρείται ως δεδομένο, ότι αξιολογεί ως πιο έγκυρη εκείνη των Μέσων, παρά εκείνη των επίσημων φορέων.

Όσον αφορά στη σχέση των ΜΜΕ με την εξωτερική πολιτική, όπως είδαμε, υπάρχει αλληλεξάρτηση, η οποία διαφοροποιείται ανάλογα με την ιστορική συγκυρία, τα ΜΜΕ επιδιώκουν, ανέφικτα, όμως, τον επηρεασμό της εξωτερικής πολιτικής, ενώ στην πράξη τείνουν να ερμηνεύσουν τα γεγονότα, άλλοτε θετικά και άλλοτε όχι, συμβάλλοντας έτσι στον επηρεασμό της κοινής γνώμης.

Η ιδιομορφία του ρόλου που διαδραματίζουν τα ΜΜΕ στις ελληνοτουρκικές σχέσεις, τόσο ως περισσότερο «αξιόπιστη» πηγή ενημέρωσης και οι δυνατότητες τους να επηρεάζουν το εσωτερικό πολιτικό πεδίο, τα εξωθεί να υπερβαίνουν το θεμιτό τους ρόλο ως Ενημέρωση και τα οδηγεί στο να επιχειρούν να αναλάβουν και ρόλο συμβούλου στην άσκηση της εξωτερικής πολιτικής.

Αυτές οι μορφές «εξωθεσμικής» παρέμβασης των ΜΜΕ, που πηγάζουν από την εξουσία που τους παρέχει η δυνατότητα επηρεασμού της κοινής γνώμης στο εσωτερικό πολιτικό πεδίο, έχουν όμως ένα αντίστροφο από το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα. Έχει παρατηρηθεί ότι σε εκδημοκρατισμένες κοινωνίες τα ΜΜΕ λειτουργούν περισσότερο κριτικά λόγω του διευρυμένου εσωτερικού πολιτικού ελέγχου που μπορούν να ασκήσουν με αποτέλεσμα τη συρρίκνωση της παρεχόμενης

επίσημης πληροφόρησης, σε αντίθεση με χώρες που παρατηρείται δημοκρατικό έλλειμμα και η πληροφόρηση συνάδει με τις απαιτήσεις του καθεστώτος.

Προκύπτει λοιπόν ένα δίλημμα, που θα μας απασχολήσει και στη συνέχεια στην προσέγγιση της υπόθεσης των Ιμίων : πλήρης διάχυσης της πληροφόρησης στον τομέα της εξωτερικής πολιτικής ή συρρίκνωσης της ενημέρωσης;

Ως εκ τούτου, ο χώρος της Εξωτερικής πολιτικής χαρακτηρίζεται και ως τομέας πληροφόρησης «κλειστής πληροφορίας» και «ειδικού χειρισμού», αφού οι πληροφορίες στον τομέα αυτό είναι περιορισμένες και ελεγχόμενες εξ' ανάγκης ή εξαιτίας εσωτερικών σκοπιμοτήτων.²⁴ Το καθεστώς λειτουργίας των ΜΜΕ επηρεάζεται από το πολιτικό σύστημα και την τάση των ΜΜΕ για εμπορευματοποίηση της είδησης. Πιο συγκεκριμένα, στα Ελληνοτουρκικά δεδομένου του ιστορικού των σχέσεων μεταξύ των χωρών, τα κυρίαρχα στοιχεία είναι : κατάχρηση της έννοιας της αποκλειστικότητας της είδησης και ο πολλαπλασιασμός του βαθμού εντυπωσιασμού. Για το λόγο αυτό τα ΜΜΕ επιλέγουν να καλλιεργούν ένα κλίμα αντιπαλότητας στις σχέσεις των δύο χωρών – ως συντηρητική επιλογή – παρά να προβάλλουν την ελληνοτουρκική προσέγγιση, η οποία αποτελεί ριζοσπαστική επιλογή.

Δύο παράγοντες συντελούν σε αυτό. Αφενός η «κινδυνολογία» λόγω της συναισθηματικής φόρτισης που ενέχει, «πουλάει» στο ευρύ καταναλωτικό κοινό. Αφετέρου η προσέγγιση, μία έννοια που έρχεται στο «αντίθετο ρεύμα» των όσων «διδάσκεται» η κοινή γνώμη για το γείτονα, διδαχή εμποτισμένη και με ιστορικές ανακρίβειες και πολλαπλές προκαταλήψεις, είναι δύσκολο να αφομοιωθεί άμεσα από την κοινή γνώμη.

Είναι λοιπόν, αναμφισβήτητο ότι στην Ελλάδα η δημοσιογραφία παίζει καθοριστικό ρόλο, αλλά ταυτόχρονα και αποπροσανατολιστικό. Εξάλλου δεν είναι καθήκον των δημοσιογράφων να επιλύσουν τις ελληνοτουρκικές διαφορές. Όμως δεν είναι και έργο τους να δημιουργούν προβλήματα. Είναι γεγονός ότι τα Τουρκικά και τα Ελληνικά ΜΜΕ σήμερα βρίσκονται σε τέτοια έξαψη, ώστε να μπορούν κάποτε να προκαλούν και θερμά επεισόδια, αλλά θα είναι υπερβολή να ισχυριστούμε ότι

²⁴ Ι. Αφεντούλη, *Ελληνοτουρκική προσέγγιση : Κίνδυνοι και ευκαιρίες. Ο ρόλος των ΜΜΕ*, (Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Παρατηρητής, 2000), 346-7

υπάρχει πράγματι σχέση μεταξύ της αντιπαράθεσης που πηγάζει από τα προβλήματα των δύο χωρών και του τρόπου γέννησης των ΜΜΕ τους.²⁵

Ωστόσο έχει σημειωθεί ότι εκατέρωθεν αναπαράγονται λανθασμένες στερεότυπες απόψεις για την άλλη χώρα. Κατά τον Ευάγγελο Βενιζέλο : «Στα ΜΜΕ διακινούνται πληροφορίες και στερεότυπα, διεξάγονται συζητήσεις τεράστιες με μεγάλες ιδεολογικές επιπτώσεις που αφορούν τον Ελληνικό πολιτισμό, δηλαδή των περί του Ελληνικού πολιτισμού πρόσληψη διεθνώς, χωρίς η Ελλάδα ή οι Έλληνες επιστήμονες να έχουν σημαντικό λόγο.»²⁶

²⁵ L. Dogan Tilic, *Η δημοσιογραφία στην Ελλάδα και στην Τουρκία, ντρέπομαι, αλλά είμαι δημοσιογράφος*, (Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 2000), 145-6

²⁶ Ι. Αφεντούλη, *όπ.π.*, 347

Το θεωρητικό μοντέλο της προσέγγισης μας

Με αυτά υπόψη, θα προχωρήσουμε στην εξέταση του κατά πόσο τα ΜΜΕ (τύπος και ιδιωτική τηλεόραση), επηρέασαν την εξωτερική πολιτική κατά τη διάρκεια της κρίσης των Ιμίων, με βάση το θεωρητικό μοντέλο του Ρόμπινσον για τη διαδραστικότητα ΜΜΕ και πολιτικής, θα αποκρυσταλλώσουμε και θα ορίσουμε τους όρους και τις συνθήκες κάτω από τις οποίες τα ΜΜΕ διαδραμάτισαν ένα σημαντικό ρόλο στην εξωτερική πολιτική μέσα από την προσέγγιση της συγκεκριμένης κρίσης.

Ο Πήρς Ρόμπινσον σε μια προσπάθεια να αρθεί πάνω από το διχοτομικό απλουστευτικό δίλημμα επίδρασης / μη επίδρασης, ανέπτυξε ένα μοντέλο για τη διαδραστικότητα πολιτικής – ΜΜΕ. Το μοντέλο παρέχει τη δυνατότητα αμφίδρομης κατανόησης της σχέσης πολιτικής – ΜΜΕ και ορίζει τέσσερις προϋποθέσεις κάτω από τις οποίες τα ΜΜΕ παίζουν έναν περιορισμένο ή σημαντικότερο ρόλο στην εξωτερική πολιτική.²⁷

Αυτές οι συνθήκες είναι :

1. Όταν υφίσταται κυβερνητική, πολιτική και κοινωνική συναίνεση (consensus) πάνω σε ένα θέμα, τα ΜΜΕ είναι σχεδόν αδύνατο να παρέχουν κάλυψη αντιθετική με την συναίνεση. Σε αυτή την περίπτωση τα ΜΜΕ δρουν μέσα στη «σφαίρα της συναίνεσης» και η κάλυψη που παρέχουν στα γεγονότα αντανακλά αυτή τη συναίνεση. Παραμένουν μακριά από κάθε κριτική και καλλιεργούν υποστήριξη προς την επίσημη πολιτική.

2. Όταν υφίσταται κυβερνητική / πολιτική ασυμφωνία για ένα ζήτημα, τα ΜΜΕ καλύπτουν τη διχογνωμία ανάμεσα στους πολιτικούς και στην κοινωνία. Τα ΜΜΕ σε αυτή την περίπτωση δρουν μέσα σε μία «σφαίρα νόμιμης διαφωνίας» (legitimate controversy) και αυτό που παρατηρούμε είναι μία ποικιλία από κριτικά και υποστηρικτικά άρθρα εκατέρωθεν.

3. Όταν η κοινωνία / κοινή γνώμη αντιτίθεται στην κυβερνητική πολιτική, η κάλυψη των ΜΜΕ γίνεται κριτική. Τα ΜΜΕ ασκούν πίεση στην κυβέρνηση να αλλάξει πολιτική και διεκδικούν το δικαίωμα να διαδραματίσουν ένα πιο δυναμικό και ενεργό ρόλο στη διαμάχη για την κυβερνητική πολιτική.

²⁷ P. Robinson, *The CNN effect : The myth of news, foreign policy and intervention*, (London & New York, 2002), 30-32

4. Αν στους κόλπους της κυβέρνησης έχει παρεισφρήσει η πολιτική αβεβαιότητα σε συνδυασμό με τη διαφωνία των πολιτικών ελίτ και τη δυσανασχέτηση της κοινωνίας, τα ΜΜΕ έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν το εξαγόμενο πολιτικό αποτέλεσμα. Τα ΜΜΕ παίρνουν θέση στην πολιτική διαμάχη και η κάλυψη των γεγονότων μπορεί να εξελιχθεί εξαιρετικά κριτική για την κυβέρνηση. Τα ΜΜΕ μεταμορφώνονται σε ενεργό παίκτη, πιέζοντας τους λήπτες αποφάσεων και ωθώντας τους σε υπό πίεση αποφάσεις.

Η κρίση των Ιμίων αντανάκλα την τέταρτη συνθήκη και αυτό θα προσπαθήσουμε να αποδείξουμε μέσα από την προσέγγιση του ρόλου του Τύπου και της ιδιωτικής τηλεόρασης κατά τη διάρκεια των ημερών της κρίσης.

Η εφαρμογή του μοντέλου Ρόμπινσον στην κρίση των Ιμίων.

Θα εξετάσουμε κατά πόσο η κυβερνητική αστάθεια και αβεβαιότητα της περιόδου, δημιούργησαν πρόσφορο έδαφος ή επέτρεψαν στα ΜΜΕ (Τύπος και ιδιωτική τηλεόραση), να αναπτύξουν έναν πρωταγωνιστικό ρόλο στο σκηνικό της κρίσης και να μεταλλαχθούν από διαύλους της ενημέρωσης σε διαμορφωτές των εξελίξεων. Παράλληλα, θα καταδείξουμε τον ενεργότερο και πιο «εξτρεμιστικό» ρόλο που διαδραμάτισε η ιδιωτική τηλεόραση.

Ας δούμε όμως εν συντομία το ασταθές πολιτικό σκηνικό εκείνης της περιόδου και ας θυμηθούμε συνοπτικά τα γεγονότα που οδήγησαν στην κρίση.

Εκείνη την περίοδο η χώρα ταλανίζονταν από κυβερνητική αστάθεια καθώς ο Πρωθυπουργός Α. Παπανδρέου είχε εισαχθεί στο Ωνάσειο Καρδιοχειρουργικό Κέντρο, βαριά ασθενής και η διακυβέρνηση της χώρας ουσιαστικά ασκούνταν από μία ομάδα άμεσων συνεργατών του Πρωθυπουργού. Εν τω μεταξύ οι υπόγειες κινήσεις των φιλόδοξων διαδόχων είχαν αναχθεί σε κύρια απασχόληση του κυβερνητικού πολιτικού προσωπικού.

Από την άλλη η κοινή γνώμη παρακολουθούσε την τηλεοπτική κάλυψη των ημερήσιων ιατρικών ανακοινωθέντων, που συμπύκνωναν ουσιαστικά όλη την πολιτική ατζέντα της χώρας.

Η έναρξη της κρίσης δόθηκε στις 25 Δεκεμβρίου του 1995 όταν το Τουρκικό φορτηγό πλοίο «Eigen Akat» έπλεε πλησίον βραχονησίδας και προσάραξε εξαιτίας βλάβης. Ο Τούρκος καπετάνιος αρνήθηκε βοήθεια από τις Ελληνικές αρχές ισχυριζόμενος ότι βρισκόταν μέσα σε Τουρκικά χωρικά ύδατα. Έπρεπε να φτάσουμε στις 28 Δεκεμβρίου για να αποκολληθεί το πλοίο και πορεύθηκε προς το τουρκικό λιμάνι Gulluk αφού προηγήθηκαν προφορικές διαπραγματεύσεις ανάμεσα στις δύο πλευρές αναφορικά με το ποιος θα αναλάμβανε τη διάσωση του πλοίου. Ακολούθως, στις 29 Δεκεμβρίου ο Τούρκος ΥΠΕΞ υπέβαλλε προφορικό διάβημα προς τον Έλληνα Πρέσβη, υποστηρίζοντας ότι οι βραχονησίδες Ίμια αποτελούν τμήμα της Τουρκικής Επικράτειας.

Αυτή η κίνηση εγκαινίασε μία σειρά από προφορικά διαβήματα ανάμεσα στις δύο χώρες και για ένα μήνα περίπου οι δύο πλευρές αποδόθηκαν σε μία σιωπηρή διεγκυστίδα για το status των βραχονησίδων.²⁸

Αυτή η σιωπηρή αντιπαράθεση καταδεικνύει ότι και οι δύο πλευρές αντιμετώπιζαν το θέμα ως ήσσονος σημασίας και ανάξιο διοχέτευσης του στην κοινή γνώμη. Όμως οι εκατέρωθεν διπλωματικοί χειρισμοί «αποκαλύφθηκαν» από τον τηλεοπτικό σταθμό ANT1 στις 24 Ιανουαρίου 1996. Αυτή η «αποκάλυψη» θα μπορούσε κανείς να πει ότι οφείλεται εν πολλοίς και στην κυβερνητική αλλαγή στην Ελλάδα. Ο μετριοπαθής και εκσυγχρονιστής Κ. Σημίτης διαδέχθηκε τον Α. Παπανδρέου στην πρωθυπουργία της χώρας. Ο «χαμένος» της εκλογικής μάχης και μετέπειτα υπουργός Εθνικής Άμυνας Γερ. Αρσένης, όπως και η αντιπολίτευση, είχαν κάθε λόγο να προκαλέσουν το νέο Πρωθυπουργό για τη «μαλακή» και συμφιλιωτική διάθεση που έδειχνε προς την Τουρκία και γενικότερα για τη στάση του στα διεθνή ζητήματα. Εδώ εντοπίζουμε ήδη ένα πρώτο σημαντικό στοιχείο του μοντέλου του Ρόμπινσον καθώς είναι εμφανής η διάσταση απόψεων μέσα στους κόλπους της ίδιας της Κυβέρνησης.

Τα Ίμια είναι ένα κομβικό σημείο χειραφέτησης των ΜΜΕ απέναντι στο διπλωματικό και πολιτικό κατεστημένο, ακολουθώντας τη δική τους γραμμή. «Οι επιχειρηματίες / εκδότες εγκατέλειψαν τον παθητικό ρόλο των πελατών των πολιτικών κομμάτων και επωφελήθηκαν από τη γενικότερη ρευστότητα στο πεδίο των πολιτικών εξελίξεων.²⁹ Στις εξελίξεις αυτές πρωταγωνιστούν τα τηλεοπτικά μέσα, ενώ ακολουθούν και οι εφημερίδες, η λειτουργία των οποίων επηρεάζεται περισσότερο από ό,τι τη δεκαετία του 190-90, από προτεραιότητες όπως η εξυπηρέτηση των εμπορικών αναγκαιοτήτων τους. Οι συνθήκες αυτές επιτρέπουν τη σχετική αυτονόμηση του Τύπου, γεγονός που αντανακλάται έντονα στον τρόπο παρέμβασης του κατά την κρίση των Ιμίων.

Το γεγονός δε ότι η αποκάλυψη του θέματος έγινε από φιλοαντιπολιτευτικό τηλεοπτικό σταθμό και ότι ο ένας από τους πρωταγωνιστές της ώρας της κρίσης, ο δήμαρχος Καλύμνου, που έσπευσε να τοποθετήσει την Ελληνική σημαία στα Ίμια στις 23 Ιανουαρίου, ήταν της «επιρροής» Αρσένη, υπήρξαν σημαντικές επακόλουθες αποδείξεις των παραπάνω ισχυρισμών.³⁰

²⁸ C. Frangonikolopoulos, *όπ.π.*, 8

²⁹ M. Κομνηνού, *όπ.π.*, 241

³⁰ C. Frangonikolopoulos, *όπ.π.*, 9

Ο Τύπος και η κρίση των Ιμίων

Ο Ελληνικός Τύπος παρουσιάζοντας τα γεγονότα της εξωτερικής πολιτικής υποδηλώνει αλλά και κατασκευάζει, συγκεκριμένα πλαίσια ερμηνείας.

Το ενδιαφέρον της κοινής γνώμης για την Ελληνική εξωτερική πολιτική επηρεάζεται από τον τρόπο με τον οποίο καλύπτεται ειδησεογραφικά από τον Τύπο, το ίδιο εννοείται συμβαίνει και σε περιόδους μειζόνων κρίσεων, όπως αυτή των Ιμίων το 1996.

Η παρέμβαση του Τύπου, όπως και εν γένει των ΜΜΕ, θεωρούμε ότι είναι καταλυτική στις περιπτώσεις εκείνες όπου παρατηρείται αδυναμία ορισμού της κατάστασης. Το γεγονός αυτό αποδεικνύεται από την παρέμβαση του κατά την κρίση των Ιμίων. Ήταν η πρώτη φορά που η συντριπτική πλειοψηφία των Ελλήνων και των Τούρκων πληροφορούνται την ύπαρξη αυτών των βραχονησίδων. Ήταν η ώρα για τον νεοεκλεγέντα πρωθυπουργό Κώστα Σημίτη (έχει εν τω μεταξύ διαδεχθεί τον ασθενή Α. Παπανδρέου ύστερα από ψηφοφορία της Κοινοβουλευτικής Ομάδας του ΠΑΣΟΚ) να διαχειριστεί μία κρίση, οι καταβολές της οποίας βρίσκονταν στην παπανδρεϊκή εποχή. Σύμφωνα με τον τότε υπουργό Αιγαίου Αντ. Κοτσακά, «το ζήτημα το είχαμε συζητήσει με τον Ανδρέα Παπανδρέου, ο οποίος είχε δείξει μεγάλο ενδιαφέρον και είχε εγκρίνει το σχέδιο για τον εποικισμό των βραχονησίδων.³¹

Τα ελληνικά επιχειρήματα που προβάλλονται από τις Ελληνικές εφημερίδες είναι αυτή τη φορά – σε σύγκριση με την κρίση του 1987 – περισσότερα. Ο άξονας γύρω από τον οποίο κινείται – η ελληνική επιχειρηματολογία, έχει τρεις βασικές πτυχές :

Η πρώτη παραπέμπει στη διαπίστωση που για τον ελληνικό τύπο είναι αυτονόητη, ότι τα Ίμια είναι κομμάτι της ελληνικής επικράτειας. Πρόκειται για μία διαπίστωση, που ο ελληνικός Τύπος θεμελιώνει πολύπλευρα και συνολικά σε όλες τις φάσεις της κρίσης, στηρίζοντας τόσο το νομικό, όσο και το πολιτικό, πολιτισμικό και ιστορικό υπόβαθρο της άποψης.

Η δεύτερη πτυχή ή διάσταση παραπέμπει σε μία καθαρά νομικά – διεθνολογική επιχειρηματολογία, η οποία κυριαρχεί και στον Τύπο και στην κυβερνητική άποψη. Η επιχειρηματολογία αυτή παραπέμπει στην Ιταλοτουρκική Συμφωνία – Πρωτόκολλο του 1932 και στη Συνθήκη Ειρήνης των Παρισίων του

³¹ Π. Πικραμένος, *Μυστικά και ψέματα...Η εκδρομή στις βραχονησίδες και οι υπουργοί*, Διπλωματία 27, (2006)

1947. Τα δύο αυτά κείμενα νομιμοποιούν, σύμφωνα με την ελληνική επιχειρηματολογία, πλήρως την ελληνικότητα των Ιμίων.³²

Η τρίτη διάσταση ή δέσμη επιχειρημάτων, είναι περισσότερο πολιτική και παραπέμπει σε έναν πάγιο ισχυρισμό, μια διαχρονική ελληνική άποψη, ότι η Τουρκία είναι επεκτατική χώρα.

Η κλιμάκωση της κρίσης στα Ίμια οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην ενέργεια των Τούρκων δημοσιογράφων να υποστείλουν την Ελληνική σημαία και να την αντικαταστήσουν με μια Τουρκική, για τις ανάγκες ενός τηλεοπτικού σόου. Αυτή η κρίση έγινε αντικείμενο αντιπαράθεσης των Ελληνικών και Τουρκικών ΜΜΕ και για πολύ καιρό βρισκόταν στην επικαιρότητα με ανταλλαγή υβριστικών και επιθετικών μηνυμάτων.

Οι ελληνικές εφημερίδες μέσω διαρκών αναφορών στις υποτιθέμενες ανατολίτικες προελεύσεις των Τούρκων, παρουσιάζουν την Ελλάδα ως μία χώρα που ενσωματώθηκε στην «ανωτερότητα» του Δυτικού πολιτισμού. Η γενική εντύπωση του «βάρβαρου» «Ασιάτη», «απολίτιστου» Τούρκου ήταν το κέντρο στην αφηρημένη κατασκευή της ελληνικής ταυτότητας, η οποία παρουσιάστηκε σε αντίθετες μεριές, όπως «Δυτική» και «Ευρωπαϊκή». Οι Τούρκοι παρουσιάζονταν με φράσεις όπως τα «πλήθη των βαρβάρων στην Ανατολή».³³ Ο Ελληνικός Τύπος επαναχρησιμοποίησε μία «κατευθυντική» γλώσσα στην περιγραφή μίας Τουρκίας, ως η Ανατολή, η Ασία: «Στον ασιατικό βαρβαρισμό της Τουρκίας εμείς πρέπει να απαντήσουμε με νέες Θερμοπύλες, Σαλαμίνες και Μαραθώνες».³⁴ Πολλά Ελληνικά έντυπα έφτασαν στο σημείο να φέρνουν στο προσκήνιο παλιά φανατικά τραγούδια κατά των Τούρκων που ανέφεραν ότι για κάθε Τούρκο αξίζει μία σφαίρα.³⁵

Πράγματι εκείνες οι μέρες της κρίσης αποτέλεσαν ένα πρελούδιο λόγω μίσους εκατέρωθεν και πολεμικών κραυγών.

Τα στερεότυπα για την Τουρκία, τους Τούρκους, την τουρκική πολιτική κλπ. Είναι αυτή τη φορά περισσότερα από αυτά που εμφανίστηκαν κατά την ελληνική κρίση του 1987, ενώ είναι και πάλι ταυτόσημα και στις ελληνικές εφημερίδες.

Σύμφωνα με αυτά οι Τούρκοι εξακολουθούν να είναι «προκλητικοί», «επιτακτικοί», «επιθετικοί», «πολεμοχαρείς», και «αναθεωρητές των συνθηκών».

³² Χ. Κ. Γιαλλουρίδης, *όπ.π.*, 335

³³ Αδέσμευτος Τύπος, 26/1/1996

³⁴ Αδέσμευτος Τύπος, 5/2/1996

³⁵ Ayten Gunndogdu, *Identities in question: Greek – Turkish relation sin a period of transformation*, www.biu.ac.il/SOC/besa/meria/journal/2001/issue1/jv5n1a8.html

Από ελληνικής πλευράς τα στερεότυπα για τους Τούρκους εμφανίζονται με ιδιαίτερη ένταση κατά τη διάρκεια της κρίσης και παραμένουν σε υψηλά επίπεδα και μετά την κρίση.³⁶

Πρέπει να πούμε πως τα στερεότυπα επαναλαμβάνονται κατά τρόπο αξιολογούμενο και ενδιαφέροντα, σχεδόν τα ίδια στερεότυπα του 1987. Ας υπενθυμίσουμε σε αυτό το σημείο ότι και η κρίση του 1987, όπως και η κρίση του 1996 ξεκίνησε ουσιαστικά από τρίτους, με την απόφαση της κοινοπραξίας που εκμεταλλευόταν τα πετρέλαια της Θάσου, να προχωρήσει σε έρευνες για την ύπαρξη κοιτασμάτων στη θέση Μπάμπουρας, ανατολικά της Θάσου, πέραν των 6 ν.μ. Η αφορμή της κρίσης ήταν η υιοθέτηση από την Τουρκία της άποψης ότι επίκεινται γεωτρήσεις, ενώ η αντιπολίτευση στην Ελλάδα κατηγορούσε την κυβέρνηση για ενδοτισμό. Η ουσιαστική φάση της κρίσης ξεκινά στις 26 Μαρτίου του 1987, με την απόφαση της Τουρκίας να στείλει το ερευνητικό σκάφος «Σισμίκ» στο Αιγαίο για έρευνες. Η Ελλάδα επρόκειτο να απαντήσει δυναμικά και να δηλώσει ότι θα χτυπούσε το τουρκικό ερευνητικό σκάφος, αν αυτό επιχειρούσε να διεξαγάγει έρευνες στην ελληνική υφαλοκρηπίδα, ενώ παράλληλα ο Έλληνας Πρωθυπουργός κλιμακώνει την κρίση κλείνοντας τη βάση της Ν. Μάκρης και συνάπτοντας ad hoc συμμαχία με τη Βουλγαρία. Ύστερα από διαβουλεύσεις μέσω του ΝΑΤΟ η Τουρκία αποφάσισε τελικά να μην βγάλει το τουρκικό πλοίο από τα τουρκικά χωρικά ύδατα και η κρίση εκτονώθηκε. Το σύνολο των εφημερίδων, όπως θα δούμε και πιο κάτω αναπαράγουν το κυρίαρχο ιδεολόγημα, κατηγοριοποιούν τις ελληνοτουρκικές σχέσεις ως «εθνικά» θέματα. Η χρήση του «συμπυκνωτικού» αυτού συμβολισμού ως τέτοιου ανάγει τις ελληνοτουρκικές θέσεις σε ένα ιδεολογικό διακύβευμα, σε θέμα δηλαδή που αφορά σε αυτή καθ' εαυτή την επιβίωση του έθνους.

Η κατηγοριοποίηση αυτή οριοθετεί τις δυνατότητες «υποχώρησης», αλλά και «συνδιαλλαγής» επί αυτών των θεμάτων. Η κατασκευή και προώθηση της θεώρησης των ελληνοτουρκικών θεμάτων ως «εθνικών» έχει ως συνέπεια την προώθηση αυτού που ονομάζουμε «αντιπαραθετική δημοσιογραφία». Ως τέτοια ορίζουμε τα δημοσιεύματα τα οποία συμβάλλουν στην ενίσχυση της αντιπαράθεσης μεταξύ των δύο κρατών, μέσω της επιλεκτικής εστίασης – «μεγέθυνσης» δηλώσεων, ενεργειών

³⁶ Χ.Κ. Γιαλλουρίδης, *όπ.π.*, 337

του «άλλου» που προβάλλονται ως εχθρικές – απειλητικές, παρά στην αναζήτηση και προβολή στοιχείων που συμβάλλουν στην αποκλιμάκωση της κρίσης.³⁷

Ας δούμε όμως μερικά ενδεικτικά χαρακτηριστικά δημοσιεύματα σταχυολογημένα από τον ελληνικό τύπο, που παρουσιάζουν με ιδιαίτερη ενάργεια, θα έλεγε κανείς, τις υπερβολικές και εμπρηστικές θέσεις της πλειοψηφίας του ελληνικού τύπου, ξεκινώντας από τις κρίσιμες ημέρες της κορύφωσης της κρίσης.

Η «συνεδρίαση – μυστήριο» (Ελ. 24/1 σ.1 τίτλος) του πρωθυπουργού με τους Υπ. Εξωτερικών κ. Πάγκαλο και Δημ. Τάξεως κ. Γείτονα, «πυροδότησε σενάρια για τρομοκρατικές ενέργειες και Τουρκικές προκλητικότητες στο Αιγαίο». (Ελ. Τ. 25/1 σ.6), «φόβους για τουρκικές προβοκάτσιες στη Θράκη» (Ελ. Τ. 24/1. σ.10), «φόβος σε Αθήνα και Θράκη για προκλήσεις εκ μέρους της Άγκυρας» (ΑΠ. 24/1, σ.10).

«Οι Τούρκοι τρελάθηκαν. Τώρα εγείρουν διεκδικήσεις για ένα ελληνικό νησί» (ΑΠ σελ. 11).

Ως εκ τούτου και από τη στιγμή που η Τουρκία ετοιμάζει «ρηματική διαμαρτυρία προς την Ελλάδα» σύμφωνα με τον Αλί Μπιράντ «η Τουρκία έχει τρελαθεί. Ζητούν και άλλα νησιά» (Αδ. Τύ. 26/1 σ.1), «δικαιολογημένη αγανάκτηση (καθώς) η ύαινα της Ανατολής (...) ο Σάκα Ζούλου (που) κατοικεί στην Άγκυρα (...) διψά για λάφυρα! (Αδ. Τ. 26/1 σ.4). «προσπάθησαν να αλλάξουν τους εαυτούς τους και από μπουνταλάδες να γίνουν κατακτητές» (Απ. 26/1 σ. 9), οι «ορδές των βαρβάρων της Ανατολής που σε λίγο θα ζητούν και τη Ρόδο» (Αδ. Τύ. 26/1 σ. 18). «Το μήνυμα ελήφθη. Η απάντηση είναι μία, γνωστή και αρχαία. Μολών Λαβέ». Και κάτι ακόμα, τα Ίμια είναι ένα από τα αμέτρητα πράγματα για τα οποία πολέμησαν οι πρόγονοι μας. Κάτω τα χέρια!» (δηλώσεις του βουλευτού Βύρωνα Πολύδωρα στην Απογευματινή, 26/1 σελ.8).

Ενώ ορισμένοι σημειώνουν «τον υπερβολικό θόρυβο γύρω από τις βραχονησίδες» (Αυ. 26/1 σ. 2), «Τον αποπροσανατολιστικό τρόπο με τον οποίο τα ΜΜΕ καλύπτουν το θέμα» (Αυ. 27/1 σ.20), άλλοι συνεχίζουν στο ίδιο μοτίβο κάνοντας λόγο «για συνέχιση της προκλητικότητας της Τουρκίας», αλλά ακόμα και ένα βήμα παραπέρα: «Τουρκική πυραυλάκατος έξω από το Σούνιο» (Απ. 27/1 σ.5).

Όταν στις 27/1, Τούρκοι δημοσιογράφοι υπέστειλαν την Ελληνική σημαία στα Ίμια – που είχε τοποθετήσει εν τω μεταξύ ο δήμαρχος Καλύμνου – και την αντικατέστησαν με την Τουρκική, η κίνηση τους αυτή χαρακτηρίστηκε ως : «νέα

³⁷ Χ. Φραγκονικολόπουλος, όπ.π., 340

πρόκληση», «Εισβολή Τούρκων» (Απ. 29/1 σ.1 τίτλος). «πρόκληση από πράκτορες σε ελληνική βραχονησίδα» (Εθν. 29/1 σ. 1 τίτλος). «Άγρια πρόκληση. Οι Τούρκοι μας εξευτέλισαν» (Ελ. Τύ. 29/1 σ.8-9). «πρόκληση – Μπαϊράκι» (Ν. 29/1 σ.3).

Εν τω μεταξύ, «περιπολικό του Ναυτικού μετά εντολή του ΥΠΕΘΑ Γ. Αρσένη, αλλάζει εκ νέου τη σημαία και κινητικότητα ελληνικών ενόπλων δυνάμεων παρατηρείται στην περιοχή» (Ν. 30/1 σ.11). «Τα Ίμια προστατεύονται από πολεμικά πλοία» (Ελ. 30/1 σ.16). Την ίδια ώρα στο ρηματικό διάβημα του Τουρκικού ΥΠΕΞ προς τον Έλληνα πρέσβη υποστηριζόταν ότι υπήρχε μέσα η εξής αναφορά «οι συμφωνίες που υπέγραψε η Τουρκία με την Ιταλία για τον καθορισμό των συνόρων του 1932, δεν ισχύουν καθώς υπογράφηκαν κάτω από ιδιαίτερες συνθήκες και πριν τον Β' παγκόσμιο πόλεμο» (Ν. 30/1 σ.11). Άρα «οι Τούρκοι παραφέρονται» (Αδ. Τυ. 30/1 σ.1). «ζητούν αλλαγή συνόρων στο Αιγαίο» (Ελ. 30/1 σ.1, τίτλος). «Οι Τουρκαλάδες» (Αδ. Τύ. 30/1 σ.18) «θέλουν να προκαλέσουν διάλογο για το Αιγαίο (Κα. 30/1 σ.1)

Και τα ΜΜΕ δίνουν και την ακόλουθη συμβουλή : «Τουρκία, συνετίσου!» (Εθν. 30/1 σ.1), «θα απαντήσουμε δίχως δεύτερη σκέψη» (Εθν. 30/1 σ.4-5).

Τη νύχτα τις 30 προς 31 Ιανουαρίου, «Η Ελλάδα και η Τουρκία έφτασαν στο χείλος του πολέμου μετά από μία μίνι απόβαση Τούρκων κομάντος στην απέναντι από τα Ίμια βραχονησίδα» (Εθν. 31/1 σ.1). Στην ίδια περιοχή ένα ελληνικό ελικόπτερο συνετρίβη και τρεις Έλληνες σκοτώθηκαν. Έτσι κατά τη διάρκεια της «νύχτας της εθνικής ταπείνωσης» (Ελ. Τύ. 31/1 σ.1, τίτλος), «περάσαμε από τις ώρες του πολέμου» (Απ. 31/1 σ.1, τίτλος) και «τον πολεμικό εκβιασμό για το μισό Αιγαίο» (Ν. 31/1 σ.1, τίτλος) στο ομιχλώδες τέλος.

«Οι Τούρκοι αποβιβάστηκαν σε βραχονησίδα μας!» (Ελ. 31/1 σ.1). Όλα αυτά τα σχόλια υπονοούν την άποψη ότι «κάθε πόλεμος, ακόμα και μία εν δυνάμει πολεμική σύγκρουση όπως αυτή, απαιτεί έναν νικητή και έναν χαμένο για να ολοκληρωθεί. «Ίμια, το νέο Ματζικέρτ της Ευρώπης;» (Οικ. Ταχ. 8/2). «Τι; Δυσκολεύουν τα πράγματα; Ε, και; Θα αγωνιστούμε!» (Εθν. 31/1 σ.9). «Ας τους αντιμετωπίσουμε λοιπόν, και ας σταθούμε στις Θερμοπύλες» (Αδ. Τύ. 31/1 σ.4), γιατί αλλιώς «θα δούμε τούρκικο μπαϊράκι ακόμα και στα Εξάρχεια» (Ελ. Τύ. 31/1 σ.4).

Η εκτράχυνση των παθών έφτασε σε σημείο να αρχίσουν να εξακοντίζονται βέλη μίσους κατά των Τούρκων εν γένει. «Οι Τούρκοι είναι απατεώνες. Λιμοκτονούν και δυστυχούν. Καπνίζουν χασίς και είναι δειλοί. Οι πιο μισητοί σε όλο τον κόσμο». (Αδ. Τύ. 13/2 σ.18). «Τύραννοι των ανθρώπων» (Ελ. Τύ. 8/2 σ.19). «Άρπαγες

Τουρκαλάδες» (Αδ. Τύ. 31/1 σ. 18), «μπουνταλάδες και Χαϊβάνια» (Αδ. Τύ. 31/1 σ.11). Επιπλέον, «Το θρίλερ της πτώσης του ελικοπτέρου. Αξιωματικοί δεν αποκλείουν το ενδεχόμενο εχθρικής πράξης» (Ελ. Τύπος 1/2 σ.28-29), «το ελικόπτερο μάλλον εβλήθη» (Απ. 1/2 σ.1).

Παρά το γεγονός ότι «θα ήταν προς το συμφέρον όλων να αποφύγουμε κραυγές» (Καθ. 31/1 σ.8), «η γλώσσα των ΜΜΕ άρχισε να γίνεται ολοένα και πιο επιθετική, φτάνοντας σε επίπεδο χουλιγκανισμού «Ο Αντίχριστος», «θα δείτε πως θα γίνει η απόβαση των Ελλήνων στον Τάταβλα!» (Αδ. Τύ. 1/2 σ.18), «Γιατί όχι; Η Τσιλλέρ τα Ίμια, εμείς την Πόλη! Που είναι άλλωστε ελληνική πέρα από κάθε αμφιβολία. Έχει μήπως κανείς αντίρρηση (Αδ. Τύ. 13/2 σ. 18), «Αν οι Τουρκαλάδες θέλουν, ας έρθουν να τις πάρουν. Είμαστε έτοιμοι ακόμα και για πόλεμο» (Απ. 1/2 σ.9).

Την ίδια ώρα «Η Ουάσιγκτον κλείνει το μάτι απέναντι στην Τουρκική πρόκληση» (Ελ. 30/1 σ.6), «Η Αμερική κάνει πλάτες στο παιχνίδι στα Ίμια. Made in USA» (Αδ. Τύ. 31/1 σ.1, τίτλος).

Ακόμα, «οι σύμμαχοι είναι Πόντιοι Πιλάτου» (Απ. 31/1 σ.7), η συμπεριφορά των Ευρωπαίων είναι ανθελληνική και πολλές φορές υπέρ της Τουρκίας (Απ. 6/2 σ.12). «Οι ΗΠΑ σε ρόλο Πιλάτου» (Ν. 31/1 σ.1), «οι ΗΠΑ και η ΕΕ πίσω από την Τουρκική προκλητικότητα». «ΝΑΤΟΙ» αντί του ΝΑΤΟ, «οι εχθροί της Ειρήνης στο Αιγαίο» (Ριζ. 31/1 σ.1 τίτλος), «οι ΗΠΑ αμφισβητούν την κυριαρχία μας στο Αιγαίο» (Αδ. Τύ. 1/2 σ.1, τίτλος), «κρυφό σχέδιο. Συμφωνία Αμερικανών για ολόκληρο το Αιγαίο» (Αδ. Τύ. σ.1 τίτλος), «ποταπό αμερικανικό σχέδιο τουρκικής εκτέλεσης. Πάμε για πόλεμο!» (Αδ. Τύ. 2/2 σ.1, τίτλος). «οι Αμερικανοί ερωτεύθηκαν την Τσιλλέρ, ασελγούν όμως σε εμάς. Άντε στο διάολο, διεστραμμένοι!» (Απ. 5/2 σ.8).

Ως προς το θέμα του Τύπου είδαμε μέσα από μία σειρά αναφορών το πλαίσιο μέσα στο οποίο κινήθηκαν οι ελληνικές εφημερίδες . Μία όμως έρευνα του τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του πανεπιστημίου Αθηνών: «*Το εθνικό ζήτημα ως στοιχείο εκμετάλλευσης από τον Τύπο : Το παράδειγμα της βραχονησίδας Ίμια.*»³⁸, έρχεται να ρίξει περισσότερο φως ως προς το ρόλο του Τύπου στην κρίση των Ίμίων, μέσα από τη σύγκριση των πολιτικών – ιδεολογικών προσανατολισμών των εφημερίδων και να

³⁸ Σ. Παπαθανασόπουλος – Μ. Κομνηνού, ό.π., 102

επιβεβαιώσει τη διάσταση των τριών βασικών πτυχών που αφορούν την ελληνική επιχειρηματολογία την οποία παρουσιάσαμε πιο πάνω.

Αυτή η παράμετρος που εισάγει η συγκεκριμένη έρευνα μας διευκολύνει να διαπιστώσουμε κατά πόσο το τέταρτο μοντέλο του Ρόμπινσον έχει απήχηση στην περίπτωση της κρίσης των Ιμίων καθώς καταγράφει μία σημαντική παράμετρο του μοντέλου που είναι η διάσταση των απόψεων της Κυβέρνησης με τα υπόλοιπα κόμματα και την κοινή γνώμη.

Καταγράφονται πολλά δημοσιεύματα της κρίσιμης περιόδου και τα συμπεράσματα είναι κατατοπιστικά για το ύφος και τον ρόλο που διαδραμάτισε ο Τύπος.

Τα δημοσιεύματα ταξινομούνται σε δύο πόλους και σε κάθε πόλο χωρίζονται σε δύο κατηγορίες αναλόγως με την ιδεολογική τοποθέτηση που εκφράζουν. Συγκεκριμένα ταξινομούνται και αποτιμώνται ως :

A. Εθνοκεντρικά ή Πολυκεντρικά

B. Υπέρ ή κατά του Πολέμου.

Εθνοκεντρικά χαρακτηρίζονται αυτά που θεωρούν το έθνος ως την ύπατη και δεσπόζουσα κοινωνική ταυτότητα που κυριαρχεί πάνω από όλες τις άλλες.

Πολυκεντρικά θεωρούνται αυτά που εκφράζουν απόψεις οι οποίες δεν εννοούν την εθνική ταυτότητα ως τη σημαντικότερη και επικρατούσα, αλλά ως μία από τις πολλές ταυτότητες που μπορεί να συνθέτουν ένα άτομο. Στην κατηγορία «Πόλεμος» κατατάσσονται τα δημοσιεύματα τα οποία εκφράζουν απόψεις που τάσσονται υπέρ της λύσης των διαφορών με πολεμικά μέσα. Στην κατηγορία «Μη πόλεμος» αυτά που υποστηρίζουν τον ήπιο και αρνητικό τρόπο επίλυσης της κρίσης.

Εθνοκεντρικά – Πολυκεντρικά.

Σε σημαντικό βαθμό η διαφορετική στάση κάθε εφημερίδας εξηγείται από τη θέση της στον πολιτικό άξονα «Δεξιάς – Κέντρου – Αριστεράς», δηλαδή από την αρχική πολιτική τοποθέτησή της. Έτσι, βλέπουμε ότι στον Πίνακα 1 οι εφημερίδες που τοποθετούνται προς τη δεξιά πλευρά του άξονα (Αδέσμευτος, Ελεύθερος Τύπος, Απογευματινή, Καθημερινή) παρουσιάζουν πολύ υψηλό ποσοστά σε κείμενα που χαρακτηρίζονται εθνοκεντρικά. Με διακυμάνσεις βέβαια, από το 62% (Καθημερινή) έως το 94,8% (Αδέσμευτος), αλλά και με διαφορετικούς τόνους, οι εφημερίδες αυτής της πλευράς αναπαράγουν συστηματικά τα εθνοκεντρικά στερεότυπα. Χαμηλότερα

είναι τα ποσοστά σε εθνοκεντρικά κείμενα των περισσότερων εφημερίδων, του υπολοίπου χώρου, που φτάνουν ως το 0% (Αυγή)

ΠΙΝΑΚΑΣ 1:

Εθνοκεντρικά και πολυκεντρικά δημοσιεύματα στον Τύπο στην κρίση των Ιμίων :

Εφημερίδα	Εθνοκεντρικά	Πολυκεντρικά
Αδέσμευτος Τύπος	94,8%	5,20%
Απογευματινή	62,3%	37,7%
Αυγή	0,0%	100%
Το Βήμα	2,86%	97,14%
Έθνος	37,27%	62,73%
Ελευθεροτυπία	22%	78%
Ελ. Τύπος	63,63%	36,37%
Καθημερινή	62%	38%
ΤΑ ΝΕΑ	94,6%	5,4%

Πηγή: Έρευνα του τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του πανεπιστημίου Αθηνών: «*Το εθνικό ζήτημα ως στοιχείο εκμετάλλευσης από τον Τύπο : Το παράδειγμα της βραχονησίδας Ίμια.*»

Μας μένει, βέβαια, ως ιδιαίτερη περίπτωση η εφημερίδα ΤΑ ΝΕΑ για την οποία τα στοιχεία της έρευνας εμφανίζουν ένα καταρχάς παράδοξο. Η εφημερίδα ενώ, τοποθετείται παραδοσιακά στο χώρο του Κέντρου, παρουσιάζει πολύ υψηλό ποσοστό (94,6%) σε εθνοκεντρικά κείμενα, που φτάνει μάλιστα κοντά στο ύψιστο όριο. Η εικόνα γίνεται πιο αντιφατική αν λάβει υπόψη το ποσοστό (0%) που παρουσιάζει η ίδια εφημερίδα στην κατηγορία «πόλεμος» του Πίνακα 2. Ένα επιπλέον αντιφατικό στοιχείο είναι το πολύ χαμηλό ποσοστό (2,86%) σε εθνοκεντρικά κείμενα που εμφανίζει η εφημερίδα «Το Βήμα», η οποία εκδίδεται από το ίδιο δημοσιογραφικό συγκρότημα.

Δύο στοιχεία είναι οπωσδήποτε χρήσιμα σε μία απόπειρα ερμηνείας : α) η παραδοσιακή κεντρικά πολιτική τοποθέτηση της εφημερίδας και η ιδιαίτερη σχέση της με το χώρο του ΠΑΣΟΚ β) η πρώτη θέση που κατέχει στην κυκλοφορία των εφημερίδων. Τα ΝΕΑ συνδέονται στενά με το χώρο του ΠΑΣΟΚ. Απευθύνονται κατεξοχήν στο κοινό του χώρου αυτού και επηρεάζουν δημιουργώντας «κλίμα» ακόμα και τις αποφάσεις πολιτικών στελεχών του χώρου αυτού. Η εφημερίδα

εκφράζει με ισορροπημένο τρόπο τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της εθνικής ιδεολογίας που διαμόρφωσε το ΠΑΣΟΚ στη μεταπολιτευτική περίοδο.

Το ΠΑΣΟΚ αφομοίωσε τον πυρήνα της παραδοσιακής Εθνικής Ιδεολογίας και τον χρωμάτισε με ορισμένα εθνικοαπελευθερωτικά χαρακτηριστικά.

Αυτό το στοιχείο είναι ιδιαίτερα σημαντικό στο βαθμό που επηρεάζει τους λήπτες αποφάσεων, μερίδα των οποίων εκείνη την περίοδο διακρίνονταν για τις ιδιαίτερες «πατριωτικές» τους θέσεις. Άλλωστε την περίοδο που εξετάζουμε έχουν μόλις εμφανιστεί μέσα στο ΠΑΣΟΚ κάποιες τάσεις αναθεώρησης ορισμένων πτυχών αυτής της ιδεολογίας. Το γεγονός αυτό λαμβάνει προστιθέμενη αξία αν συνδυαστεί με τις ανακατατάξεις στο χώρο του ΠΑΣΟΚ. Ο νέος πρωθυπουργός Κ. Σημίτης έχει ένα διαφορετικό ιδεολογικό λόγο από αυτόν που μέχρι τότε παρήγαγε το ΠΑΣΟΚ και ο οποίος είχε καταστεί κυρίαρχη ιδεολογία στην ελληνική κοινωνία. Μία εφημερίδα που θέλει να βρίσκεται στην κορυφή της κυκλοφορίας, δε μπορεί να αναπαράγει μία ιδεολογία που έρχεται σε σύγκρουση με την κυρίαρχη, αγνοώντας την δεύτερη για χάρη της πρώτης. Καθώς όμως, την περίοδο που εξετάζουμε, υπάρχει ασάφεια ως προς την κυρίαρχη ιδεολογία, εφόσον πρόκειται για μία περίοδο μετάβασης στην μεταπαπανδρεϊκή περίοδο, κατά την οποία τα ιδεολογικά ρεύματα δεν έχουν δοκιμαστεί στις προτιμήσεις των εκλογέων, τα ΝΕΑ θα πρέπει να συγκεράσουν τις αντιτιθέμενες ιδεολογίες, έτσι ώστε να μη βρεθούν εκτός της μέχρι πρότινος κυρίαρχης ιδεολογίας, αλλά και να μην κλείσουν τις πόρτες σε αυτήν που είναι πιθανόν να την αντικαταστήσει.³⁹

Ως γενικό συμπέρασμα από τα ευρήματα του Πίνακα 1, μπορούμε να πούμε ότι αυτά αντιστοιχούν, σε γενικές γραμμές στην πολιτική τοποθέτηση της κάθε εφημερίδας στον άξονα Δεξιάς – Κέντρου – Αριστεράς. Υπεισέρχονται όμως και άλλοι παράγοντες που διαφοροποιούν την εικόνα. Σημαντικό ρόλο παίζει η φυσιογνωμία που διαμορφώνει κάθε εφημερίδα σε σχέση με το κοινό στο οποίο απευθύνεται, το εύρος της πολυσυλλεκτικότητας που έχει πετύχει και οι στόχοι για το αναγνωστικό κοινό που έχει θέσει.

Πόλεμος και Μη Πόλεμος

Διαφορετική είναι η εικόνα που προκύπτει από τον Πίνακα 2. Τα ποσοστά για τις κατηγορίες «πόλεμος», «Μη Πόλεμος» δεν είναι πλήρως αντίστοιχα με τα

³⁹ Σ. Παπαθανασόπουλος – Μ. Κομνηνού, 106

ποσοστά του Πίνακα 1. Επίσης και στον Πίνακα 2 εμφανίζονται μεγαλύτερες αποκλίσεις σε σχέση με την πολιτική τοποθέτηση της κάθε εφημερίδας. Βέβαια τα υψηλότερα ποσοστά για την κατηγορία «πόλεμος», προέρχονται από εφημερίδες του δεξιού κυρίως πολιτικού φάσματος. Αξίζει να αναφέρουμε την περίπτωση της «Αυγής», που παρουσιάζει τα ίδια ποσοστά ακριβώς και στους 2 πίνακες (0%-100%).

Τα ποσοστά αυτά αντιστοιχούν πλήρως στη θέση της εφημερίδας στην αριστερή πλευρά του άξονα, και εκφράζουν των ιδεολογικών – πολιτικών επιλογών της (πολυκεντρικότητα – ειρηνικοί τρόποι επίλυσης των διαφορών). Στον αντίποδα, στην άλλη πλευρά του άξονα, ο Αδέσμευτος Τύπος εμφανίζει επίσης μεγάλη αντιστοιχία ποσοστών και στους δύο πίνακες. Στην περίπτωση αυτή η εθνοκεντρική ιδεολογική τοποθέτηση οδηγεί υπέρ του πολέμου. Ένα πρώτο συμπέρασμα είναι ότι η εθνοκεντρική προσέγγιση δε συνεπάγεται, υποχρεωτικά και σε κάθε συγκυρία πολιτική στάση υπέρ του πολέμου. Χαρακτηριστικά παραδείγματα ΤΑ ΝΕΑ και η Καθημερινή.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2:

«Πολεμικά» και «Μη πολεμικά δημοσιεύματα στον Τύπο στην κρίση των Ιμίων.

Εφημερίδα	Πόλεμος	Μη Πόλεμος
Αδέσμευτος Τύπος	88,88%	11,12%
Απογευματινή	26,47%	73,53%
Αυγή	0,00%	100%
Βήμα	0,00%	100%
Έθνος	0,00%	100%
Ελευθεροτυπία	4,50%	95,40%
Ελεύθερος Τύπος	44,63%	55,37%
Καθημερινή	4,05%	95,95%
ΤΑ ΝΕΑ	0,00%	100%

Πηγή: Έρευνα του τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του πανεπιστημίου Αθηνών: «Το εθνικό ζήτημα ως στοιχείο εκμετάλλευσης από τον Τύπο : Το παράδειγμα της βραχονησίδας Ίμια.»

Τα εθνοκεντρικά στερεότυπα αποτελούν συστατικά στοιχεία της κυρίαρχης ιδεολογίας, η οποία υπερβαίνει τα όρια και τις διαιρέσεις του πολιτικού φάσματος. Διαιρεί σε «γεράκια» και «περιστέρια» όλα τα πολιτικά κόμματα και αποτελεί βαρόμετρο για τους λήπτες αποφάσεων.

Η αναπαραγωγή αυτών των στοιχείων, ιδίως, όταν προωθείται με ήπιο τρόπο, γίνεται εύκολα αποδεκτή, αφού ανταποκρίνεται σε πάγιες ιδεολογικές παραδοχές του ευρύτερου κοινού. Τα «εθνικά» ιδεολογικά στοιχεία αποτελούν σημαντικούς τόπους επικοινωνίας των εφημερίδων με το κοινό τους. Το γεγονός ότι η πλειοψηφία της ελληνικής κοινωνίας δεν θα ήταν πρόθυμη να διακινδυνεύσει τα οικονομικά και κοινωνικά κεκτημένα, το λαμβάνουν υπόψη τους οι εφημερίδες, αναλόγως και με την πολιτική – ιδεολογική συγκρότηση του κοινού τους. Τις ημέρες πριν την 31 Ιανουαρίου οι περισσότερες εφημερίδες αντιμετωπίζουν το θέμα με ψυχραιμία και αυτοσυγκράτηση. Την Τρίτη δε 29/1 τα Ίμια δεν είναι πρώτο θέμα σε καμία εφημερίδα,⁴⁰ αφού η προσοχή είναι στραμμένη στις προγραμματικές δηλώσεις Σημίτη. Η ένταση και οι τόνοι ανεβαίνουν μετά την κρίση. Εκ των υστέρων δηλαδή και εκ του ασφαλούς, θα έλεγε κανείς.

Βλέπουμε λοιπόν ότι το τέταρτο μοντέλο του Ρόμπινσον επιβεβαιώνεται με βάση την προσέγγιση αυτής της έρευνας καθώς, όπως διαπιστώνουμε υπάρχει σαφής διάσταση απόψεων ανάμεσα στις πολιτικές δυνάμεις του τόπου και την κυβέρνηση, ενώ ο Τύπος αναλαμβάνει ρόλο καθοδηγητή προς τις υπεύθυνες πολιτικές δυνάμεις δημιουργώντας όπως είναι κατανοητό το ανάλογο κλίμα στην κοινή γνώμη.

⁴⁰ Ibid., 110

Συμπεράσματα για το ρόλο του Τύπου

Η κρίση των Ιμίων όπως διαφαίνεται και από τα υπό εξέταση δημοσιεύματα, υπήρξε ένα κομβικό σημείο για τις ελληνοτουρκικές σχέσεις όσο και για το γενικότερο προσανατολισμό της ελληνικής εξωτερικής πολιτικής. Ένα κρίσιμο σημείο της κάλυψης αυτής σε σύγκριση με αυτή του Μαρτίου του 1987, είναι η αύξηση των αντιπαραθετικών δημοσιευμάτων και της θεώρησης των Ελληνοτουρκικών σχέσεων ως ενός παιχνιδιού μηδενικού αποτελέσματος, ως απόρροια της «αίσθησης» της Ελληνικής ήττας.⁴¹

Ο δημοσιογραφικός λόγος των εφημερίδων ιδιαίτερα στην κορύφωση της κρίσης βασίσθηκε στη συναισθηματική φόρτιση και όχι στην ορθολογική παρουσίαση των γεγονότων, γεγονός που ασκεί πίεση στην κοινή γνώμη, η οποία επηρεάζεται και σχηματίζει μία εικόνα εθνικής καταστροφής και ήττας. Άμεσο επακόλουθο της επίδρασης αυτής είναι η δημιουργία σκηνικού ρήξης κυβέρνησης - κοινής γνώμης με τη μεσολάβηση του Τύπου, στοιχείο που πιστοποιεί την υπαγωγή της κρίσης των Ιμίων στο τέταρτο μοντέλο του Ρόμπινσον.

Όπως και στην κρίση του Μαρτίου 1987, παρατηρείται το φαινόμενο της στοίχισης της πλειονότητας του Τύπου με ό,τι ονομάζεται εθνική πολιτική. Ταυτόχρονα όμως κάποιες εφημερίδες (Ελεύθερος Τύπος, Ριζοσπάστης) διατηρούν μία πιο αποστασιοποιημένη στάση, η οποία εντείνεται κατά την κρίση των Ιμίων. Το στοιχείο αυτό θεωρείται ότι είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τη βαρύτητα του ρόλου του Τύπου στην εξωτερική πολιτική, καθώς ακόμη και σε περίοδο κρίσεων διατηρεί μία σχετική αυτονομία από την ακολουθητέα πολιτική. Η σημασία της στάσης αυτής εντείνεται στην κρίση των Ιμίων καθώς το σύνολο των ΜΜΕ αυτονομείται γενικότερα τη δεκαετία του 1990, από το κομματικό σύστημα.⁴²

Η ευθύνη για το επεισόδιο αποδίδεται από τις εφημερίδες στην Τουρκία κατασκευάζοντας έτσι το στερεοτυπικό σχήμα του θύτη (Τουρκία) και του θύματος (Ελλάδα). Ως λογική συνέπεια αυτών των στερεότυπων που αναμεταδίδονται για την Τουρκία, η προσφυγή στη χρήση βίας από την πλευρά της Ελλάδας αποτελεί νόμιμη άμυνα εναντίον ενός κράτους που περιφρονεί οποιαδήποτε έννοια δικαίου και συνθηκών.

⁴¹ Χ. Φραγκονικολόπουλος, όπ.π., 345

⁴² Ibid., 346

Ο δημοσιογραφικός έντυπος λόγος, τόσο στην κρίση του Μαρτίου του 1987 όσο και σε αυτή των Ιμίων, προωθεί πλειοψηφικά τα ελληνικά επιχειρήματα.

Αντίθετα οι τουρκικές θέσεις υποβαθμίζονται με :

- α) το να βαπτίζονται ισχυρισμοί
- β) με ειρωνικά ελληνικά πρωτοσέλιδα ως απάντηση στις τουρκικές θέσεις.

Αν εξετάσει κανείς το σύνολο του Ελληνικού Τύπου θα δει ότι το μόνο θετικό στοιχείο που εμφανίζεται για τους Τούρκους επικεντρώνεται στον «τεχνητό» χαρακτήρα της κρίσης η οποία οφείλεται στην «ακυβερνησία» που επικρατεί στην Τουρκία. Με την έννοια αυτή, πρόκειται για ένα ιδιαίτερα αμφίδρομο στοιχείο, δεδομένου ότι αποδραματοποιεί από τη μία μεριά την κρίση, στιγματίζοντας όμως ταυτόχρονα από την άλλη, την Τουρκική πολιτική ηγεσία και δίνοντας διαφορετικό στίγμα προς τους λήπτες αποφάσεων και την κοινή γνώμη.⁴³

Η θεματολογία είναι ιδιαίτερα πενιχρή στη φάση πριν από την κορύφωση της κρίσης, εντείνεται όμως κατά τη διάρκεια της, όσο και κατά την περίοδο που ακολουθεί την κρίση.

Σε γενικές γραμμές παρατηρείται η ανάπτυξη κοινής θεματολογίας από τις εφημερίδες. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η τάση των περισσότερων εφημερίδων να παράγουν αντι-κυβερνητική θεματολογία κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της κρίσης. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της «Ελευθεροτυπίας» που στιγματίζει τις ευχαριστίες προς την κυβέρνηση των ΗΠΑ, ενώ ο «Ελεύθερος Τύπος» στιγματίζει το σύνολο της κυβέρνησης και της κυβερνητικής πολιτικής.⁴⁴ Αυτό υποδεικνύει και το βάρος που υφίσταντο στις πλάτες τους οι λήπτες αποφάσεων καθόλη τη διάρκεια της κρίσης και αυτό με τη σειρά του επιβεβαιώνει το τέταρτο μοντέλο του Ρόμπινσον για την κρίση των Ιμίων, καθώς αποτυπώνει τη διάσταση απόψεων ανάμεσα στην κοινή γνώμη και την πολιτική ηγεσία της χώρας.

Συμπερασματικά, θα λέγαμε ότι οι εφημερίδες δεν αντιμετώπισαν με ομοιόμορφο τρόπο τα γεγονότα. Η καθεμιά απευθύνεται σε διαφορετικό κοινό, που έχει διαφορετική ιδεολογική, πολιτική και πολιτιστική ταυτότητα. Από την άποψη αυτή μπορούμε να πούμε ότι ο Τύπος αντανakλά σε σημαντικό βαθμό τις ιδεολογικές πολιτικές διαφοροποιήσεις που υπάρχουν στην κοινωνία.

⁴³ X. Κ. Γιαλλουρίδης, ό.π., 332

⁴⁴ Ibid., 333

Τέλος, παρήγορο υπήρξε το γεγονός ότι υπήρξαν και φωνές λογικής, περιορισμένες, βέβαια, που έκαναν λόγο για αυτοσυγκράτηση και στηλίτευαν το επικίνδυνο κλίμα που καλλιεργούνταν. Στην Ελλάδα η «Αυγή» υπήρξε η μόνη εφημερίδα που διατήρησε την ψυχραιμία της κατά τη διάρκεια της κρίσης με άρθρα όπως : «ο φανατισμός και τα στερεότυπα, φυλετικά ή εθνικιστικά, καλλιεργούνται από τα ΜΜΕ και κυρίως την τηλεόραση συντείνοντας στη διαμόρφωση ενός κλίματος επιθετικότητας».⁴⁵

⁴⁵ Σ. Παπαθανασόπουλος – Μ. Κομνηνού, όπ.π., 110

Ο ρόλος της ιδιωτικής τηλεόρασης και η κρίση των Ιμίων.

Ας δούμε βήμα – βήμα την παράλληλη πορεία γεγονότων και τηλεοπτικών καλύψεων προκειμένου να φτάσουμε στην ανακάλυψη του ρόλου της τηλεόρασης.

Η κρίση ξεκινά, όπως είδαμε, τα Χριστούγεννα του 1995 με την προσάραξη ενός τουρκικού πλοίου. Το γεγονός δεν παίρνει δημοσιότητα. Ακολουθεί μία διπλωματική αλληλογραφία μεταξύ Ελλάδος και Τουρκίας με εκατέρωθεν διαβήματα. Εκεί η υπόθεση κλείνει. Και αυτό αξίζει να σημειωθεί, σε επίσημο διπλωματικό επίπεδο, σε κυβερνητικό επίπεδο, η υπόθεση των Ιμίων έχει κλείσει στις 6 Ιανουαρίου 1996!

Το θέμα επανήλθε στο προσκήνιο, είκοσι μέρες αργότερα, στις 24 Ιανουαρίου από ένα τηλεοπτικό σταθμό. Ο ANT1, στο βραδινό δελτίο ειδήσεων, μεταδίδει την είδηση της προσάραξης καθώς και πληροφορίες από την ανταλλαγή διπλωματικών εγγράφων που ακολούθησε. Ως αυτό το σημείο δεν υπάρχει κάτι το μεμπτό. Ο σταθμός κάνει τη δουλειά του, αποκαλύπτει μία πραγματική ιστορία και δεν ενδιαφέρεται αν η υπόθεση θεωρείται λήξασα από τα δύο ΥΠΕΞ.

Από την επομένη 25 Ιανουαρίου το θέμα βρίσκεται σε όλα τα δελτία ειδήσεων. Τηλεοπτικά συνεργεία με βάρκες πλέουν περιμετρικά των βραχονησίδων, τα «τηλεπαράθυρα» ζουν στιγμές δόξας και οι κάτοικοι ακριτικών νησιών καλούνται μπροστά στις κάμερες να απαντήσουν στις τουρκικές προκλήσεις.

Στις 26 Ιανουαρίου ο δήμαρχος Καλύμνου, επικεφαλής αγήματος δημοσιογράφων και στολίσκου τηλεοπτικών συνεργείων αποβιβάζεται στη βραχονησίδα που καλείται «Μεγάλα Ίμια» και υψώνει την Ελληνική σημαία.

27 Ιανουαρίου. Τρεις Τούρκοι δημοσιογράφοι του ομίλου της Hürriyet αποβιβάζονται στα Ίμια και βιντεοσκοπούν τη στιγμή που κατεβάζουν την Ελληνική σημαία και ανυψώνουν την Τουρκική. Είναι η πρώτη εμφάνιση του Τουρκικού Τύπου στο σπινάλ της κρίσης.

Η συνέχεια είναι ακόμα πιο εντυπωσιακή. Τα ελληνικά κανάλια υποκλέπτουν από το Τουρκικό τη σκηνή με την τουρκική σημαία και στις 28 Ιανουαρίου την παίζουν πρώτο θέμα στα δικά τους δελτία με σχόλια του είδους : «Χάσαμε τη σημαία», «μας πήρανε τη σημαία» κ.λπ.⁴⁶ Η πίεση είναι μεγάλη. Άγημα του Πολεμικού Ναυτικού αποστέλλεται στα Ίμια συνοδευόμενο από το συνήθη στολίσκο

⁴⁶ Σ. Παπαθανασόπουλος – Μ. Κομνηνού, ό.π., 95

τηλεοπτικών συνεργειών, κατεβάζει την Τουρκική σημαία και σηκώνει την Ελληνική. Σύμφωνα με το δημοσιογράφο Ιωάννη Πρετεντέρη, αγνοείται ο εντολοδότης της διαταγής προς το άγημα να υψωθεί η Ελληνική σημαία καθώς η εντολή ήταν μόνο να κατέβει η Τουρκική. Ο δημοσιογράφος σχολιάζοντας σκωπτικά εκείνη την απόφαση αναρωτιέται μήπως ο εντολοδότης ήταν κάποιος από τα τηλεοπτικά συνεργεία.⁴⁷

Η σιωπή όμως της υπόθεσης είναι ότι εντός τετραήμερου η υπόθεση των Ιμίων, είχε εξελιχθεί σε τηλεοπτικό θέαμα τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Τουρκία. Ας δούμε όμως μερικά στοιχεία που θα φωτίσουν το ζήτημα που εξετάζουμε και θα πιστοποιήσουν την εντύπωση του θεάματος που δημιουργήθηκε.

Στοιχεία πρώτο: ο Ελληνικός στόλος αποπλέει από το ναύσταθμο Σαλαμίνας εν μέσω συναισθηματικής φόρτισης που παράγεται από τη ζωντανή τηλεοπτική μετάδοση. Το θέμα παραπέμπεται αργότερα στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, με το ερώτημα πώς βρέθηκαν εκεί τα κανάλια; Ένα κανάλι που τελικώς τιμωρήθηκε, ισχυρίστηκε ότι «αδίκως μας κατηγορείτε, την άδεια να μεταδώσουμε τον απόπλου του Στόλου την πήραμε από το Γραφείο Τύπου του ΥΠΕΘΑ.⁴⁸ Στοιχείο δεύτερο: το βράδυ της κρίσης η κατάληψη της δεύτερης βραχονησίδας από Τούρκους κομάντος θεωρείται ως το καθοριστικό γεγονός που σφραγίζει την έκβαση των εξελίξεων.

Η τουρκική τηλεόραση και στη συνέχεια τα ελληνικά κανάλια μεταδίδουν ένα ρεπορτάζ από αυτή την περίφημη επιδρομή. Ένα ρεπορτάζ που δείχνει τους Τούρκους κομάντος να ετοιμάζονται, να μπαίνουν σε μία φουσκωτή βάρκα, να φτάνουν και να αποβιβάζονται στο νησί, να ξαναμπαίνουν την επομένη στη βάρκα, και να επιστρέφουν στην τουρκική ακτή πανηγυρίζοντας την επιτυχία τους. Το ρεπορτάζ παίχτηκε στην Ελλάδα ως αδιάμφευστος μάρτυρας της τουρκικής επιτυχίας και κανένας δεν αναρωτήθηκε το στοιχειώδες «Μα καλά που βρισκόταν η κάμερα και μαγνητοσκόπησε αυτή την επιχείρηση μέσα στη νύχτα;»⁴⁹

Το ρεπορτάζ αυτό είναι εντελώς κατασκευασμένο και προέρχεται από ασκήσεις του Τουρκικού στρατού. Είναι τόσο εξόφθαλμα κακό κατασκευασμένο καθώς σύμφωνα πάλι με τον Ιωάννη Πρετεντέρη η βάρκα φαίνεται να ξεκινάει από

⁴⁷ Ibid., 95

⁴⁸ Ibid., 96

⁴⁹ Ibid., 96

την τουρκική ακτή με μαύρη μηχανή και φτάνει στο νησί με άσπρη!⁵⁰ Αλλά τα κανάλια το μεταχειρίζονται ως απεικόνιση της πραγματικότητας.

Η κρίση πλέον ξεφεύγει από το πλαίσιο της κρίσης. Εξελίσσεται σε ένα αυτόνομο τηλεοπτικό θέαμα, με τους κανόνες του τηλεοπτικού θεάματος, αλλά χωρίς καμία σχέση με την πραγματικότητα.

⁵⁰ Ibid., 96

Συμπεράσματα για το ρόλο της ιδιωτικής τηλεόρασης

Καταρχάς, δεν πρέπει να λησμονούμε ότι η κρίση των Ιμίων είναι σε μεγάλο βαθμό το αποτέλεσμα της τηλεοπτικής επέμβασης. Τούρκοι δημοσιογράφοι ή δήθεν δημοσιογράφοι, αποβιβάστηκαν στη βραχονησίδα και ελληνικός τηλεοπτικός σταθμός ήταν αυτός που ανακίνησε το θέμα μέρες μετά την επίσημη λήξη του. Τα ελληνικά κανάλια τόσο με το ύφος των ρεπορτάζ τους όσο και με την πίεση προς τους λήπτες αποφάσεων άσκησαν καταλυτική επιρροή στην κρίση και κυρίως κατά τις κρίσιμες ώρες της κρίσης.

Ως προς το ύφος, τα ελληνικά κανάλια χρησιμοποίησαν αρκετές φορές σε ρεπορτάζ τη λέξη «πρόκληση» και τα παράγωγα της για να περιγράψουν κάθε Τουρκική πράξη με την οποία διαφωνούσαν. Χαρακτηριστικές είναι οι φράσεις από το βραδινό δελτίου του MEGA στην κορύφωση της κρίσης: «νέα πρόκληση» προκλητική ενέργεια της Άγκυρας», «πρόκληση από τους Τούρκους κομάντος», «πρωτοφανής τουρκική ενέργεια», «πρωτοφανές γεγονός», «νέα αδιανόητη τουρκική πρόκληση». Και όλα αυτά τα πρώτα δεκαπέντε λεπτά του δελτίου! Τα αποσπάσματα συνοδεύονταν από βίντεο που έδειχνε συνεχώς τους Τούρκους δημοσιογράφους να υποστέλλουν την Ελληνική σημαία και να ανεβάζουν την Τουρκική.⁵¹

Τα Ελληνικά κανάλια επέμειναν αρκετά στην ιεραρχική εκπροσώπηση ανδρών – γυναικών, για το λόγο ότι την περίοδο εκείνη Πρωθυπουργός της Τουρκίας ήταν γυναίκα (Tansu Ciller). Αρκετά ρεπορτάζ τηλεοπτικών σταθμών ήταν διανθισμένα με σχόλια σχετικά με την υποτιθέμενη ανωτερότητα της Ciller έναντι των ανδρών πολιτικών, κάνοντας σαφείς υπαινιγμούς για την Τουρκία, το Ισλάμ, τις Τουρκάλες συγκεκριμένα και τις γυναίκες Ισλαμίστριες γενικά.⁵²

Ορισμένες φορές οι Τουρκικές ενέργειες αναφέρονται με τη χρήση αμιγώς πολεμικού λεξιλογίου. Οι Τούρκοι «διεκδικούν ένα νησί μας», η ενέργεια των Τούρκων δημοσιογράφων χαρακτηριζόταν «απόβαση», «εισβολή» και «προσβολή πρακτόρων». Όταν μάλιστα στην κορύφωση της κρίσης συνετρίβη το ελληνικό ελικόπτερο, τα περισσότερα Ελληνικά ΜΜΕ έκαναν λόγο για κατάρριψη του από τους Τούρκους.⁵³

⁵¹ M. Lenkova, *Hate speech in the Balkans*, The International Helsinki Federation for Human Rights (IHF), 1998 σ. 67 www.greekhelsinki.gr

⁵² «Κανονικά θα έπρεπε να φοράει ένα πέπλο και να είναι κλειδωμένη σε ένα δωμάτιο όπως μία καλή Μουσουλμάννα, αλλά εμφανίστηκε ο Κεμάλ – ανάθεμά τον – και κατήργησε το πέπλο». Ibid., 67

⁵³ Ibid., 67

Παράλληλα με τις παραπάνω οργίλες εικόνες για τους Τούρκους, ένα άλλο τμήμα των καναλιών χάλκευε μία εικόνα «ταπείωσης» της Ελλάδας από τους Τούρκους. Συμβολισμοί χρησιμοποιήθηκαν για να τονίσουν το συναίσθημα, όπως «Για – το νέο Ματζικέρτ για την Ευρώπη».⁵⁴

Η κρίση πυροδότησε και ενέπνευσε τα κανάλια να προβούν σε χαρακτηρισμούς. Τα Ελληνικά ΜΜΕ τους χρησιμοποιούσαν κατά κόρον. «Τουρκαλάδες», «Μπουνταλάδες», «ορδές βαρβάρων από την Ανατολή», «Ασιάτες τύραννοι», ενώ χρησιμοποιήθηκε και η φράση «Άι Σιχτίρ».⁵⁵ Η Τουρκία στα μάτια των καναλιών ήταν μία «ύαινα της Ανατολής», «Σάκα Ζούλου», χώρα που καλλιεργεί τον Ασιατικό και τον Ισλαμικό βαρβαρισμό.⁵⁶

Οι Έλληνες δημοσιογράφοι παρουσίαζαν τις δραστηριότητες των Τούρκων συναδέλφων τους ως φιλοπόλεμες και υπέρ-εθνικιστικές. Άλλοι πάλι σχολίαζαν αρνητικά την αντίληψη των Τούρκων υποστηρίζοντας ότι πρέπει να απομονωθεί και να ανατραπεί ο εθνικισμός τους. Μία τρίτη άποψη παρουσιάζεται χαρακτηρίζοντας ότι η κοινή γνώμη υποστηρίζει την ύπαρξη της τουρκικής μειονότητας, ενώ το εθνικό τους αίσθημα γίνεται συνείδηση, καθώς οι Τούρκοι δημοσιογράφοι δεν μεταφέρουν απλά τα γεγονότα που διαδραματίστηκαν, αλλά τα καταγράφουν δογματικά φανατίζοντας τον απλό λαό.

Αυτή η αποκόλληση από την πραγματικότητα έχει δύο όψεις μία ιλαρή και μία επικίνδυνη αναφορικά με το ρόλο της ιδιωτικής τηλεόρασης. Η ιλαρή πλευρά εντοπίζεται στο πλέγμα των προσωπικοτήτων που προβαίνουν στην ανάλυση των γεγονότων και επηρεάζουν το μέσο τηλεθεατή. Τοπ – μόντελ, ηθοποιοί και τραγουδιστές συμφύρονται με στρατιωτικούς και πολιτικούς, ενώ το κλίμα στα γεγονότα μεταδίδουν οι βάρκες των τηλεοπτικών συνεργείων που περιπολούν γύρω από τη βραχονησίδα.

Αυτή όμως είναι η μία πλευρά της τηλεοπτικής παρέμβασης στην κρίση. Η πιο επικίνδυνη όμως είναι η άλλη. Ο πρωθυπουργός Κ. Σημίτης πληροφορείται την πτώση του μοιραίου ελικοπτέρου τα ξημερώματα της κρίσιμης νύχτας από συνεργάτες του, οι οποίοι το είχαν πληροφορηθεί από την τηλεόραση.⁵⁷

⁵⁴ Ibid., 67

⁵⁵ Ibid., 67

⁵⁶ Ibid., 67

⁵⁷ Σ. Παπαθανασόπουλος – Μ. Κομνηνού, *όπ.π.*, 70

Η ελληνική κυβέρνηση πληροφορείται την κατάληψη της δεύτερης βραχονησίδας από το Γραφείο Τύπου της Άγκυρας, το οποίο παρακολούθησε σχετικές δηλώσεις στην τουρκική τηλεόραση.⁵⁸

Το ίδιο εκείνο βράδυ, πριν την κρίσιμη σύσκεψη στο πολιτικό Γραφείο του Πρωθυπουργού, ο Έλληνας ΥΠΕΞ κ. Πάγκαλος, ενετοπίσθη από τις υπηρεσίες του Πρωθυπουργού στην εκπομπή του MEGA και του εζητήθη να προσέλθει στη σύσκεψη. Ο κ. Πάγκαλος δέχθηκε πολλές επικρίσεις για αυτή την τηλεοπτική παρουσία τη «στιγμή της κρίσης». Έδωσε όμως μια εξήγηση που θεωρείται μάλλον βάσιμη: Είπε ότι η συμμετοχή του στην εκπομπή είχε προαναγγελθεί και ότι αν ακύρωνε τη συμμετοχή αυτή, θα δημιουργούσε στον κόσμο μία αίσθηση κρίσης και αίσθηση έντασης πολύ χειρότερη από αυτήν που υπήρχε. Και αυτό με γνώμονα το ρόλο της τηλεόρασης στη συγκεκριμένη συγκυρία είναι μάλλον αλήθεια.⁵⁹

⁵⁸ Ibid., 97

⁵⁹ Ibid., 97

Σύγκριση του ρόλου του Τύπου και του ρόλου της ιδιωτικής τηλεόρασης.

Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι δεν υφίσταται κάποια σημαντική ποιοτική διαφοροποίηση, που να αναφέρεται στην ουσία των στοιχείων μεταξύ των διάφορων ΜΜΕ που είδαμε. Η Ελληνική θεματολογία πέρα από τις «φράσεις μίσους» που καταγράψαμε επικεντρώνεται σε εξωγενείς παράγοντες (ΗΠΑ, ΕΕ, ΝΑΤΟ), όσο και στα επίμαχα θέματα, «Ίμια», «12 ναυτικά μίλια», «Τουρκική σημαία στα Ίμια» κλπ. Ένα κοινό σημείο αρκετών άρθρων είναι η έμμεση ή άμεση αναφορά στην κυβερνητική πολιτική ανεπάρκεια που χαρακτηρίζει και τις δύο χώρες.⁶⁰

Τα Ελληνικά ΜΜΕ, ενώ στη φάση της κορύφωσης της κρίσης υπογραμμίζουν την αποφασιστικότητα (στρατιωτική και πολιτική) για την αντιμετώπιση της κρίσης ή της απειλής, κατά τη διάρκεια της κρίσης δίνουν έμφαση στην «Εθνική ήττα».⁶¹

Διαπιστώνουμε λοιπόν, όσο προχωράμε ότι στη σύγχρονη εποχή τα ΜΜΕ και ιδιαίτερα τα ηλεκτρονικά, δε λειτουργούν απλώς ως θεατές, παρατηρητές ή σχολιαστές της πραγματικότητας, αλλά, άλλοτε λιγότερο και άλλοτε περισσότερο παράγουν αυτήν την πραγματικότητα, την κατασκευάζουν. Γίνονται πρωταγωνιστές, παραγωγοί ή συμπαραγωγοί των γεγονότων, τα οποία ταυτόχρονα παρουσιάζουν και πωλούν ως θέμα.

Για τον Τύπο η κάλυψη της κρίσης έχει περισσότερο χαρακτήρα και τόνο συναισθηματικό. Οι κραυγές της ρήξης είναι αρκετές και οι αναλύσεις περιορίζονται σε μία μικρή κλίμακα του ημερήσιου τύπου. Οι εφημερίδες αντιλαμβάνονται την καταλυτική σημασία που έχει η κρίση για τον αριθμό των πωλήσεων, ενώ παράλληλα επιδιώκουν να καταστούν και συνδιαμορφωτές των γεγονότων μέσω των άρθρων και των σχολίων τους. Γνωρίζουν ότι έχουν να κάνουν με μία κοινή γνώμη αρκετά ευαίσθητη ως προς τα ελληνοτουρκικά ζητήματα και αρπάζουν την ευκαιρία να παγιωθούν ως άτυποι διαμορφωτές της εξωτερικής πολιτικής.

Για την ιδιωτική τηλεόραση από την άλλη η κρίση είναι μία μεγάλη πρόκληση. Ουσιαστικά πρόκειται για την πρώτη μεγάλη κρίση στην εξωτερική πολιτική της χώρας, που γίνεται αντικείμενο παρακολούθησης και καταγραφής από την νεαρά ιδιωτική τηλεόραση.

⁶⁰ Χ. Κ. Γιαλλουρίδης, όπ.π., 334

⁶¹ Ibid., 334

Η δύναμη της εικόνας έχει ήδη καταγραφεί ως το πλέον ουσιαστικό προσόν της τηλεόρασης και οι διάκονοι της γνωρίζουν την αμεσότητα, τη διεισδυτικότητα και την επιβολή που το μέσο τους παρέχει.

Μετά την υπόθεση του Μακεδονικού και την τηλεοπτική κάλυψη των συγκεντρώσεων, η τηλεόραση αντιλαμβάνεται πόσο μεγάλη δύναμη διαθέτει. Φτάνει δε στο σημείο να στείλει δημοσιογράφους να βάλουν ακόμα και ελληνική σημαία, για να έχουν καλό ρεπορτάζ. Έτσι λοιπόν, έχοντας αυτό ως παράδειγμα τα ελληνικά κανάλια παρουσίασαν την κρίση και τα υποτιθέμενα πολεμικά γεγονότα, σχεδόν σαν ένα γεγονός που δεν θα μας άγγιζε καθόλου. Δεν θα ήταν και πολύ άσχημο, ίσα – ίσα που θα ήταν και αρκετά θεαματικό.

Η τηλεόραση εκείνες τις κρίσιμες όμως μέρες διαδραμάτισε και έναν ακόμα κρίσιμο ρόλο, επαναπροσδιόρισε τις σχέσεις της με τους πολιτικούς. Την κρίσιμη νύχτα ο ΥΠΕΞ Θ. Πάγκαλος ήταν σε τηλεοπτική εκπομπή του MEGA. Την ώρα που παίζεται η τύχη της εξωτερικής πολιτικής της χώρας, όποιες και αν είναι οι ανάγκες ενημέρωσης του λαού, τις αναλαμβάνει κανείς είτε με διάγγελμα είτε μέσω των αρμοδίων εκπροσώπων της Κυβέρνησης, ο αρμόδιος υπουργός δεν νοείται να βρίσκεται σε τηλεοπτικό πλατό. Η σκηνή κατά την οποία ο παρουσιαστής ειδοποιεί τον κ. Πάγκαλο ότι τον αναζητούν από το Υπουργείο είναι αρκετά ενδεικτική του κλίματος της πλήρους κατίσχυσης της τηλεόρασης επί των πολιτικών δρώντων. Αυτό αντανακλά τη δύναμη και την επιρροή της τηλεόρασης, που απογειώθηκε εκείνες τις κρίσιμες ώρες.

Τα ΜΜΕ και πώς επηρεάζουν τις πολιτικές αποφάσεις – Ίμια.

Σε κάθε κρίση σημαντικό ρόλο παίζουν τα πρόσωπα, οι παίκτες, δηλαδή οι οποίοι είτε ατομικά είτε συλλογικά συνιστούν τους επίσημους λήπτες αποφάσεων. Σημαντικό στοιχείο είναι ότι οι λήπτες αποφάσεων συμπεριφέρονται σύμφωνα με τη δική τους εξήγηση / ερμηνεία της κατάστασης, η οποία διαμορφώνεται και από εξωγενείς παράγοντες όπως τα ΜΜΕ.

Με βάση το θεωρητικό μοντέλο του Robinson για την επιρροή των ΜΜΕ στις πολιτικές αποφάσεις, όπως είδαμε η υπόθεση των Ιμίων ανήκει στην τέταρτη κατηγορία σύμφωνα με την οποία η αβεβαιότητα της κυβερνητικής πολιτικής συνδυάζεται με την δυσφορία της κοινής γνώμης και των άλλων πολιτικών δυνάμεων. Σε αυτή την περίπτωση τα ΜΜΕ μπορούν να επηρεάσουν τους λήπτες των αποφάσεων. Γίνονται αντανάκλαση – πιστή ή παραμορφωτική – των τάσεων της κοινής γνώμης. Αυτό που έχει σημασία είναι οι αντιλήψεις των ατόμων που παίρνουν τις αποφάσεις. Αν κάποιος πολιτικός έχει να επιλέξει ανάμεσα σε δύο δράσεις που η μία περιλαμβάνει «το να κάνει κάτι αμέσως», που θα ενισχύσει το πολιτικό του status βραχυπρόθεσμα, έστω και αν αυτή συνεπάγεται ρίσκο και κόστος στην εξωτερική πολιτική και σε μία άλλη δράση που ενδεχομένως μειώσει το προσωπικό πολιτικό του κύρος αλλά θα έχει θετικές συνέπειες για την εξωτερική πολιτική, ο λήπτης των αποφάσεων θα προτιμήσει την πρώτη δράση. Η σκέψη αυτή θέλει να τονίσει ότι οι πολιτικοί έχουν τη ροπή να εξαρτούν τις αποφάσεις τους από το πόσο απειλούνται προσωπικά και αυτό σε μεγάλο βαθμό καθορίζεται και από τα ΜΜΕ.

Κρίσιμο σημείο στη διαχείριση μίας κρίσης είναι η δυνατότητα ελέγχου της κλιμάκωσης, καθώς από αυτό εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό το που θα γύρει η πλάστιγγα και σε επίπεδο έκβασης κρίσης, αλλά και σε επίπεδο επικοινωνιακής διαχείρισης της κρίσης. Στην περίπτωση των Ιμίων, όπως θα διαπιστώσουμε και στα αποτελέσματα, η πολιτική ηγεσία φαίνεται πως βρέθηκε αντιμέτωπη με μία αναπάντεχη έριδα και διαφωνία, την οποία τα ΜΜΕ κάλυψαν ως ιδιαίτερα κρίσιμη και την οποία έπρεπε να διαχειριστεί προκειμένου να μην αμαυρώσει την εθνική περηφάνια.

Σε ό,τι αφορά τις προσωπικές πολιτικές, οι παίκτες – πολιτικοί σχεδόν πάντα ενδιαφέρονται για τις «εσωτερικές» πολιτικές περιπλοκές.⁶² Ο ανταγωνισμός συνίσταται στην επιδίωξη των πολιτικών να καταστούν οι καλύτεροι εκφραστές των πολιτιστικών τάσεων του εκλογικού σώματος. Ενός εκλογικού σώματος που συνηθίζει να διεγείρεται από τα ΜΜΕ.

Στο επίπεδο της διαχείρισης των κρίσεων, στα Ίμια φαίνεται πως παραβιάστηκε εκείνος ο κανόνας που αναφέρει ότι οι λήπτες αποφάσεων πρέπει να είναι σχετικά ανεπηρέαστοι από εσωτερικές πολιτικές πιέσεις. Σύμφωνα με τον Π. Ιωακειμίδη, όταν οι κύριες αποφάσεις δεν είναι αποτέλεσμα θεσμών, αλλά συνιστούν προσωπικές προτιμήσεις που διαμορφώνονται εκτός κάποιας συστημικής δομής σημαίνει ότι, εν γένει, οι αποφάσεις λαμβάνονται βάσει κριτηρίων που αντανακλούν τις στενές επιλογές και τα συμφέροντα του εμπλεκόμενου προσώπου. Το υπέρτατο κριτήριο είναι η μεγιστοποίηση της εκλογικής απήχησης και υποστήριξης.⁶³ Μέσα σε αυτό το πλαίσιο το «παπανδρεϊκό – πατριωτικό» ΠΑΣΟΚ με κύριο εκπρόσωπο τον τότε ΥΠΕΘΑ και «γεράκι» (*τα γεράκια εμπίπτουν στη Ρεαλιστική σχολή. Χαρακτηριστικό τους είναι η επιθυμία για επίδειξη στρατιωτικής πυγμής*) Γ. Αρσένη θα αποτελέσει ένα αυτόνομο κέντρο λήψης αποφάσεων στη διαχείριση της κρίσης των βραχονησίδων. Μέσα από την ίδια μήτρα του «πατριωτικού» ΠΑΣΟΚ θα ξεπηδήσει και ένα ακόμα αυτόνομο κέντρο «το υπερπατριωτικό» με κύριο εκπρόσωπο τον τότε ΑΓΕΕΘΑ ναύαρχο Λυμπέρη. Τα χαρακτηριστικά αυτά του «πατριωτικού» ΠΑΣΟΚ και της στρατηγικής της ισχύος αποτελούν μερικά από τα σημαντικότερα στοιχεία της σύγχρονης ελληνικής πολιτικής – στρατηγικής. Μία πολιτική – στρατηγική κουλτούρα με την οποία θα προσπαθήσει να αντιπαρατεθεί ο κ. Σημίτης με το κίνημα του «εκσυγχρονισμού».

Ενώ λοιπόν, η κρίση κορυφώνεται, τίθεται σε εφαρμογή εκείνος ο κανόνας διαχείρισης που αναφέρει ότι οι λήπτες αποφάσεων πρέπει να είναι σχετικά ανεπηρέαστοι από εσωτερικές πολιτικές πιέσεις.

Ο πρωθυπουργός Κ. Σημίτης θα προσπαθήσει να ακολουθήσει τη στρατηγική της αποκλιμάκωσης της έντασης. Αυτό τον κατατάσσει στα «περιστέρια» (*τα περιστέρια ανήκουν στη Φιλελεύθερη σχολή. Κύριο χαρακτηριστικό τους είναι η*

⁶² Σοφούλης Ταταρίδης, *Θεωρίες Διαχείρισης Κρίσεων και Κρίσεις στην Ελληνική Εξωτερική Πολιτική. Η Περίπτωση των Ιμίων* (Διδακτορική Διατριβή σε εξέλιξη, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2007), 29

⁶³ Π. Κ. Ιωακειμίδης, *Το Μοντέλο Σχεδιασμού Εξωτερικής Πολιτικής στην Ελλάδα: Πρόσωπα έναντι Θεσμών*, στο Π. Τσάκωνας (επιμ.), *Σύγχρονη Ελληνική Εξωτερική Πολιτική: Μία Συνολική Προσέγγιση*, 116

επιθυμία για επικοινωνία και συμβιβασμό). Το γεγονός αυτό τροφοδοτείται και από την πρωτοκαθεδρία στις κινήσεις εκ μέρους του ΥΠΕΞ κάτι που θα αλλάξει αργότερα με τη σκυτάλη να περνά στο ΥΠΕΘΑ.

Η ενεργοποίηση όμως ενός ad hoc player όπως τα ΜΜΕ, τροφοδοτεί εκ νέου την κρίση προκαλώντας αλυσιδωτές αντιδράσεις. Τα ΜΜΕ, ως το τέλος της κρίσης, όπως διαπιστώσαμε, κινήθηκαν εκτός κυβερνητικής γραμμής, που μέχρι ενός σημείου ήταν η αποφυγή της κλιμάκωσης. Σύμφωνα με το Δ. Μητρόπουλο, «τα ΜΜΕ ανέλαβαν να υποκαταστήσουν τους κρατικούς φορείς, παίρνοντας μία ακραία εθνικιστική τοποθέτηση». ⁶⁴ Από τις 24 Ιανουαρίου ο πρωθυπουργικός – θεσμικός έλεγχος της διαχείρισης της κρίσης χάνεται καθώς μία σειρά από αυτόνομα κέντρα λήψης αποφάσεων κάνουν δυναμικά την εμφάνιση τους, μεταξύ των οποίων πρωταρχικό ρόλο έχουν τα ΜΜΕ. Είναι αυτά λοιπόν μεταξύ άλλων που ωθούν τους λήπτες αποφάσεων σε δράσεις κλιμάκωσης. Πιο αναλυτικά, η θέση κλιμάκωσης του κ. Σημίτη πηγάζει από την αμηχανία του να ενισχύσει την «εύθραυστη θέση του στο παιχνίδι των εσωκομματικών ισορροπιών στα πλαίσια της διαδοχής του Α. Παπανδρέου και στο δίπολο «πατριωτικό» - «εκσυγχρονιστικό» ΠΑΣΟΚ. ⁶⁵ Μόλις εκλεγείς στη θέση του πρωθυπουργού με ισχνή πλειοψηφία, δίχως ακόμα ψήφο εμπιστοσύνης από τη Βουλή, βαλλόμενος ταυτόχρονα από εσωκομματικούς αντιπάλους που θέλουν «συναρχηγία», με ανοιχτό το θέμα του επικείμενου συνεδρίου και με τα ΜΜΕ να «διψούν» για ένταση, αισθάνεσαι ότι οι έως τότε χειρισμοί στην κρίση είναι «υπερβολικά ήπιοι».

Όταν μάλιστα η εντύπωση που έχει δημιουργηθεί στην διακατεχόμενη από αντιτουρκικά αντανάκλαστικά βάση του ΠΑΣΟΚ και στην κοινή γνώμη γενικότερα, εντύπωση που έχει εξαφθεί από τον τρόπο κάλυψης του θέματος από τα ΜΜΕ, ήταν το «πάνω χέρι» στην έως τότε διαχείριση της κρίσης το είχε το ΥΠΕΘΑ και ο κ. Αρσένης.

Χωρίς λοιπόν ψήφο εμπιστοσύνης και επίσημη ατζέντα ο πανταχόθεν βαλλόμενος Κ. Σημίτης απαντά με εντολή αλλαγής της σημαίας.

Και προβαίνει σε μία πρωτοφανούς σκληρότητας δήλωση σαφώς επηρεασμένος από εξωγενείς ως προς την πολιτική του ιδιοσυστασία.

⁶⁴ Δ. Μητρόπουλος, *Εξωτερική πολιτική και ΜΜΕ: Υποταγή, χειραφέτηση και απάθεια* στο Π. Τσάκωνας (επίμ.), *Σύγχρονη Ελληνική Εξωτερική Πολιτική*, (Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρης, 2003, Τόμος Α'), 275-295

⁶⁵ Σοφούλης Ταταρίδης, *όπ.π.*, 96

Κ. Σημίτης, 29 Ιανουαρίου 1996:

«Είναι γνωστή η στάση εθνικιστικών κύκλων της Τουρκίας να προκαλούν ένταση στις σχέσεις με την Ελλάδα, όποτε το επιβάλλει η εσωτερική πολιτική κατάσταση της Τουρκίας. Το συμβάν αυτό καθαυτό εντάσσεται σε αυτό το πλαίσιο. Το κλίμα που εκδηλώνει η ενέργεια αυτή αποτελεί ένα πολύ σοβαρό θέμα. Δείχνει έναν επιθετικό εθνικισμό. Σε αυτόν, αλλά και σε οποιονδήποτε εθνικισμό απαντάμε ότι η αντίδραση της Ελλάδας θα είναι δυνατή, άμεση και αποτελεσματική. Έχουμε τα μέσα και θα τα χρησιμοποιήσουμε χωρίς δισταγμό. Δεν δεχόμαστε καμία απολύτως αμφισβήτηση στα κυριαρχικά μας δικαιώματα. Ας μη γελιούνται!»⁶⁶

Ο Κ. Σημίτης κάνει τη σκληρή δήλωση της 29 Ιανουαρίου στα πλαίσια του ανταγωνισμού – διελκυστίνδα με τον ΥΠΕΘΑ με στόχο την ανάδειξη του σε καταλληλότερο υπερασπιστή του εθνικού συμφέροντος. Η απόφαση του Κ. Σημίτη να προβεί στη σκληρή δήλωση της 29^{ης} Ιανουαρίου έγινε εν αγνοία των κκ. Αρσένη, Πάγκαλου και Λυμπέρη.⁶⁷ Σημαντικό ρόλο στην απόφαση του Κ. Σημίτη να προχωρήσει σε αυτή τη δυναμική δήλωση διαδραμάτισε η απόφαση του Πρωθυπουργού να υπερισχύσει των άλλων κέντρων χάραξης πολιτικής μεταξύ των οποίων και τα ΜΜΕ.

Η κρίση των Ιμίων συνιστά, ένα τέλειο παράδειγμα για το πώς τα ΜΜΕ μπορούν να εξελιχθούν σε έναν ισχυρό παίκτη στην πολιτική διαδικασία. Όχι μόνο λειτούργησαν ως παράγοντας εκβίασης γεγονότων και εξελίξεων, ανακόπτοντας την ομαλή διπλωματική οδό, αλλά κρίνοντας από τον τρόπο κάλυψης και παρουσίασης του γεγονότος, διαδραμάτισαν και πρωταγωνιστικό ρόλο. Όταν το Δεκέμβριο του 1995 οι διπλωμάτες των δύο χωρών αντάλλασσαν διαβήματα ρουτίνας κανείς δεν πίστευε ή φαντάζονταν ότι το συγκεκριμένο γεγονός θα εξελισσόταν σε μείζονα κρίση φέρνοντας τις δύο χώρες στο χείλος του πολέμου. Δυναμιτίζοντας την ατμόσφαιρα και τοποθετώντας το θέμα στην πολιτική ατζέντα, παρουσιάζοντας το ως δημόσιο θέαμα με στοιχεία θρίλερ και πυροδοτώντας την ένταση, τα ΜΜΕ δεν άφησαν καθόλου χώρο για διάλογο και συνεργασία. Έριξαν υπερβολική πίεση στις πλάτες και των δύο κυβερνήσεων, ζητώντας «σκληρή» απάντηση σε μία διαμάχη στην οποία ελλόχευε ο κίνδυνος της κλιμάκωσης και της απώλειας ελέγχου. Δεν θα

⁶⁶ Κυβερνητική ανακοίνωση με αύξων αριθμό 3620.

⁶⁷ Σοφούλης Ταταρίδης, ό.π., 100

υπάρχει όμως πάντα ένας Κλίντον να σηκώνει το τηλέφωνο και να καθοδηγεί τις ηγεσίες των χωρών στην ηρεμία.

Συμπεράσματα

Η κρίση των Ιμίων αποτέλεσε ένα κυρίαρχο γεγονός στις Ελληνοτουρκικές σχέσεις της δεκαετίας του 1990. Η κρίση στα Ίμια κατέδειξε κατ' αρχήν ότι τη συμπεριφορά της χώρας μας καθόρισε το «θέαμα», οι εντυπώσεις και όχι ο λόγος και η ορθολογική επιδίωξη στόχων⁶⁸. Στα πλαίσια αυτά θεωρούμε ότι η κρίση αυτή ανέδειξε το δυνητικό ρόλο των ΜΜΕ στην ελληνική εξωτερική πολιτική καθώς και η επίδραση τους υπήρξε καταλυτική στην πορεία των γεγονότων. Πιο συγκεκριμένα τα ελληνικά ΜΜΕ και ιδιαίτερα η τηλεόραση σηματοδότησαν την κατάσταση τον Ιανουάριο του 1996 μπροστά στην αδυναμία ορισμού της από την πολιτική ηγεσία. Η τελευταία όπως αποδεικνύουν οι εξελίξεις, «ακολούθησε» την κλιμάκωση του τηλεοπτικού λόγου, πράγμα που καθόρισε σε μεγάλο βαθμό τις αντιδράσεις της, αλλά και τις γενικότερες εξελίξεις. Τούτο είναι πολύ σημαντικό καθώς στην εποχή της «απευθείας» ηλεκτρονικής ενημέρωσης, η εικόνα του κόσμου φαντάζει συνήθως τρομακτικά «διαστρεβλωμένη».

Ενώ η πραγματική ενημέρωση είναι περιορισμένη.⁶⁹ Υποστηρίζοντας κάτι τέτοιο δεν υπονοούμε ότι τα τηλεοπτικά δελτία αποσκοπούν να αποστερήσουν τους θεατές από μία συγκροτημένη και επαρκή κατανόηση του κόσμου. Σημαίνει ότι οι ειδήσεις «περιτυλίγονται» με ψυχαγωγία, με αποτέλεσμα να μην ενημερώνουν πραγματικά και, σε τελική ανάλυση, στερούν από τους ανθρώπους την αυθεντική και νηφάλια ενημέρωση.

Η τηλεόραση στα Ίμια «παρενέβη» με τρεις τρόπους:

Πρώτον, ενεργοποίησε μια αλυσίδα εντυπώσεων και, υπό αυτή την έννοια, περισσότερο κατασκεύασε τα γεγονότα – ή καλύτερα μία εκδοχή των γεγονότων – παρά τα μετάδωσε.⁷⁰

Δεύτερον, εξέθεσε την κρίση σε δημόσιο θέαμα (και μάλιστα μία κατασκευασμένη εκδοχή της κρίσης) καθιστώντας δυσκολότερες τις διαπραγματεύσεις. Ουσιαστικώς αύξησε το κόστος της απεμπλοκής, άρα συνεισέφερε στην κλιμάκωση.⁷¹

⁶⁸ Α. Κούρκουλας, *Ίμια, κριτική προσέγγιση του τουρκικού παράγοντα*, (Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρης, 1997), 87

⁶⁹ Σ. Παπαθανασόπουλος – Μ. Κομνηνού, *ό.π.π.*, 98

⁷⁰ *Ibid.*, 98

⁷¹ *Ibid.*, 98

Τρίτον, δημιούργησε μία ψύχωση πολέμου στον πληθυσμό σε τέτοιο σημείο, ώστε παραλίγο η σύγκρουση να καταστεί αναπόφευκτη από κεκτημένη ταχύτητα.⁷²

Το σημαντικότερο όμως είναι ότι η τηλεόραση κατασκεύασε μια εικόνα των δρώμενων, η οποία ελάχιστη σχέση είχε με τα πραγματικά περιστατικά. Από έλλειψη άμεσης πληροφόρησης, από ελλιπή γνώση και δυσκολία διασταύρωσης των πληροφοριών, από παραπληροφόρηση, από ανικανότητα, από βλακώδη πατριωτισμό ή ιδιοτελή πατριδοκαπηλία. Δεν είναι τυχαίο ότι ακόμα και σήμερα που ορισμένες πτυχές της κρίσης έχουν αποκρυσταλλωθεί, η κρατούσα αντίληψη του μέσου πολίτη για την κρίση των Ιμίων είναι αυτή που διαμορφώθηκε εκείνες τις ημέρες εν θερμώ από την τηλεόραση.

Ολοκληρώνοντας αυτή την εργασία θα λέγαμε ότι η περίπτωση των Ιμίων θέτει μια σειρά από μείζονα θέματα προς εξέταση. Το θέμα προσδιορισμού των ορίων δράσης της τηλεοπτικής εξουσίας σε μια χρήση ισορροπίας μεταξύ του συνταγματικού δικαιώματος της πληροφόρησης και της μη πρόκλησης εχθροπραξιών με γειτονικό κράτος, σύμφωνα με τα οριζόμενα στον ποινικό κώδικα. Η ομάδα χειρισμού κρίσης οφείλει να λαμβάνει υπόψη της τη χυδαία χρήση της τηλεοπτικής δύναμης από μερίδα επιτελικών δημοσιογράφων, οι οποίοι κινούνται δευτερευόντως από πίστη στην ενημέρωση και πρωτευόντως από απληστία τηλεθέασης. Η γιγάντωση της τηλεοπτικής αλαζονείας, η έλλειψη κυρώσεων στα ΜΜΕ που παρεκτρέπονται, θέτουν σε κίνδυνο τις εξωτερικές σχέσεις.

Ένα άλλο σημαντικό συμπέρασμα είναι η βεβαιότητα της πολιτικής, καθώς η «στιβαρή» πολιτική πρωτοβουλία ορίζει το βαθμό επιρροής των ΜΜΕ πάνω στην πολιτική διαδικασία. Όπως φαίνεται από την κρίση των Ιμίων, όταν η πολιτική πρωτοβουλία είναι ισχνή (σε συνδυασμό με διαφωνία στο πολιτικό προσωπικό γενικά, αλλά και εκ μέρους της κοινωνίας), η επιρροή των ΜΜΕ όχι μόνο επηρεάζει την πολιτική διαδικασία, αλλά καθοδηγεί την πολιτική ατζέντα και το δημόσιο διάλογο.

Όταν όμως υφίσταται πολιτική «στιβαρότητα», όπως στην κρίση του 1987, τα ΜΜΕ δεν διεκδικούν πρωταγωνιστικό ρόλο.

Επίσης, η επιρροή των ΜΜΕ δεν διογκώνεται μόνο όταν είναι ιδιαίτερα κριτικά, αλλά επίσης όταν δρουν ως πολλαπλασιαστές των προσδοκιών και των παγιωμένων αντιλήψεων της κοινής γνώμης όπως έγινε όχι μόνο στα Ίμια, αλλά και

⁷² Ibid., 98

στην περίπτωση του «Μακεδονικού». Τα ΜΜΕ επιδρούν στη διαιώνιση της κρίσης και στην καλλιέργεια ενός αισθήματος «πολιορκίας» που καθιστά τους Έλληνες υπέρ-ευαίσθητους και αμυνόμενους, ενός αισθήματος, που βοηθά τη μετατροπή της διαφωνίας σε απειλή.⁷³ Οι Ελληνικές κυβερνήσεις, ως εκ τούτου, εγκλωβίζονται στην ατζέντα των ΜΜΕ, αλλά διστάζουν να προωθήσουν και να αποδεχτούν διαπραγματεύσεις και συζητήσεις για χρόνια προβλήματα από φόβο απώλειας της ισχύος τους. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτέλεσε η συζήτηση για το Σχέδιο Ανάν το 2004, πέρα από την κρίση στα Ίμια.

Κάτω από τέτοιες συνθήκες, τα ΜΜΕ παρακινημένα από τη γενική απογοήτευση από τη γενική απογοήτευση και τα εμπορικά κίνητρα, καλλιέργησαν στα Ίμια μία εθνικιστική οπτική. Ισχυριζόμενα ότι αντιπροσωπεύουν το γενικό αίσθημα, την κοινή γνώμη, το συλλογικό υποσυνείδητο του Έθνους, τα ΜΜΕ εφάρμοσαν την κάλυψη των γεγονότων στο κυρίαρχο και λαϊκίστικο πλαίσιο των παγιωμένων αντιλήψεων της κοινωνίας.⁷⁴ Αντίληψη των δημοσιογράφων και των ιδιοκτητών ήταν ότι κάθε απομάκρυνση από τις περικλειστές εθνοκεντρικές ιδέες και νόρμες της κοινής γνώμης, θα ήταν άμεσα απόβλητη από το κοινό.⁷⁵ Πάσχοντας από «εσωστρέφεια» και «αυτοαναφορικότητα», λίγα είναι τα ελληνικά ΜΜΕ που διαθέτουν ανταποκριτές σε μεγάλους διεθνείς οργανισμούς. Ενδεικτικό του γεγονότος αυτού είναι ο τρόπος που η πληροφορία συλλέγεται και αναπαράγεται. Απουσιάζει η σε βάθος ανάλυση για τα παγκόσμια, αλληλένδετα προβλήματα. Οι δημοσιογράφοι απλά μεταφράζουν ξένα κείμενα και ρεπορτάζ.

Σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο κόσμο, όπου η παγκόσμια ατζέντα είναι πιο πολύπλοκη όσο ποτέ, είναι απαραίτητο οι πολιτικές ελίτ να ενθαρρύνουν την ανταλλαγή απόψεων και αντιλήψεων για τα περίπλοκα προβλήματα της σύγχρονης εποχής. Πρέπει να διαμορφώσουν νέες μορφές και δομές διαλόγου και συνεργασίας. Σε αυτή την κατεύθυνση οφείλουν να κινηθούν και τα ελληνικά ΜΜΕ παρέχοντας πολλά και διαφορετικά «κανάλια» ενημέρωσης και πολλά επιχειρήματα. Οφείλουν να προβάλλουν τις εξελίξεις του «παγκόσμιου χωριού μας» συμβάλλοντας στην ορθή ενημέρωση του πολίτη και ξεδιπλώνοντας την σύγχρονη «κοσμοπολίτικη» οπτική, που ενσωματώνει τις διάφορες κουλτούρες και σέβεται τη διαφορετικότητα. Η κατανόηση των σύγχρονων εξελίξεων καθώς και του ρόλου της Ελλάδος σε αυτές,

⁷³ C. Frangonikolopoulos, *όπ.π.*, 11

⁷⁴ Α. Παναγιωταρέα, *Τα ΜΜΕ και ο πόλεμος στο Κοσσυφοπέδιο*, (Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Παρατηρητής, 2000), 34

⁷⁵ Σ. Παπαθανασόπουλος – Μ. Κομνηνού, *όπ.π.*, σ. 55-63

απαιτεί από τα ΜΜΕ ειλικρίνεια και αρκετή μελέτη. Οι τοπικές και οι περιφερειακές εξελίξεις δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται μέσα από το πρίσμα των ιδεολογικών περιχαρακώσεων του παρελθόντος ο διάλογος πρέπει να δημιουργεί ταυτότητες άλλες, επιπλέον, της εθνικής.

ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ

(Αυ) = Αυγή

(Αδ. Τύ) = Αδέσμευτος Τύπος

(Απ) = Απογευματινή

(Εθν.) = Έθνος

(Ελ. Τύ) = Ελεύθερος Τύπος

(Ελ.) = Ελευθεροτυπία

(Καθ) = Καθημερινή

(Ριζ) = Ριζοσπάστης

(Ν.) = Τα Νέα

(Οικ. Ταχ.) = Οικονομικός Ταχυδρόμος

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΡΩΤΟΓΕΝΕΙΣ ΠΗΓΕΣ

- Έρευνα στο αρχείο εφημερίδων της Βουλής του ημερήσιου και εβδομαδιαίου Τύπου αναφορικά με την κρίση των Ιμίων. Περίοδος που ερευνήθηκε: 24 Ιανουαρίου 1996 – 13 Φεβρουαρίου 1996.

ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΕΙΣ ΠΗΓΕΣ

Ελληνική

ΒΙΒΛΙΑ

- Αφεντούλη Ι., *Ελληνοτουρκική προσέγγιση : Κίνδυνοι και ευκαιρίες. Ο ρόλος των ΜΜΕ*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Παρατηρητής, 2000
- Γιαλλουρίδης Χ., *Η Ελληνοτουρκική σύγκρουση. Από την Κύπρο ως τα Ίμια και Ελσίνκι. Η οπτική του Τύπου*, Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρης, 2001
- Γκίκας Β., *Επικοινωνιακή Διπλωματία*, Αθήνα: Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλα, 2005
- Κούρκουλας Α., *Ίμια, κριτική προσέγγιση του τουρκικού παράγοντα*, Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρης, 1997
- Παναγιωταρέα Α., *Τα ΜΜΕ και ο πόλεμος στο Κοσσυφοπέδιο*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Παρατηρητής, 2000
- Παπαθανασόπουλος Σ. – Κομνηνού Μ., *Ζητήματα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας*, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτης, 2000
- Φραγκονικολόπουλος Χ., *ΜΜΕ κοινωνία και πολιτική, Ρόλος και λειτουργία στη σύγχρονη Ελλάδα*, Αθήνα: Εκδόσεις Ι.Σιδέρης, 2000

- Dogan Tilic, *Η δημοσιογραφία στην Ελλάδα και στην Τουρκία, ντρέπομαι, αλλά είμαι δημοσιογράφος*, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 2000

ΑΡΘΡΑ

- Ιωακειμίδης Π., *Το Μοντέλο Σχεδιασμού Εξωτερικής Πολιτικής στην Ελλάδα :Πρόσωπα έναντι Θεσμών*, στο Π. Τσάκωνας (επιμ.), *Σύγχρονη Ελληνική Εξωτερική Πολιτική: Μία Συνολική Προσέγγιση*
- Κομνηνού Μ., *Ο ρόλος των ΜΜΕ στην Γ' Δημοκρατία*, στο Χ. Λυριτζής , Η. Νικολακόπουλος, Δ. Σωτηρόπουλος, *Κοινωνία και πολιτική. Όψεις της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας 1974 – 1994*, (Αθήνα: Εκδόσεις Θεμέλιο, 1996
- Μητρόπουλος Μ., *Εξωτερική πολιτική και ΜΜΕ: Υποταγή, χειραφέτηση και απάθεια* στο Π. Τσάκωνας (επίμ.), *Σύγχρονη Ελληνική Εξωτερική Πολιτική* Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρης, 2003, Τόμος Α΄
- Πικραμένος Π., *Μυστικά και ψέματα...Η εκδρομή στις βραχονησίδες και οι υπουργοί*, *Διπλωματία* τεύχος 27, Ιανουάριος 2006
- Ταταρίδης Σ., *Θεωρίες Διαχείρισης Κρίσεων και Κρίσεις στην Ελληνική Εξωτερική Πολιτική. Η Περίπτωση των Ιμίων* (Διδακτορική Διατριβή σε εξέλιξη, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2007

Ξενογλώσση

BIBΛΙΑ

- Bloom W., *Personal Identity, national Identity and international relations*, Cambridge University Press, 1963
- Cohen B. C., *The Press and the Foreign Policy*, Princeton University Press, 1963
- Robinson, P., *The CNN effect: The myth of news, foreign policy and intervention*, London & New York, 2002
- Rosenau J., *National Leadership and Foreign Policy: A study on Mobilization of Public Support*, Princeton University Press, 1963
- Tuchman G., *Making news : a study in the construction of reality*, New York, 1978

ΑΡΘΡΑ

- Frangonikolopoulos C., *“The Media and Foreign Policy. The case of Greece”*, Hellenic Studies/Etudes Helleniques (Vol. 15, No. 1, Spring 2007)
- Strobel W., *The CNN effect: Myth or reality*, στο: E, Wittkopf – J, McCormick: *The Domestic sources of American Policy. Insights and Evidence*, 1999
- Tsagarousianou R., *Nationalism, Ethnic Antagonism and mass Communications in Greece*, in T. Allen & J. Seaton (ed.), *The Media of Conflict. War reporting and representations of Ethnic violence*, New York: Zed Books New York 1999

ΠΗΓΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- Gunndogdu Ayten, Identities in question: Greek – Turkish relations in a period of transformation, διαθέσιμο στο: www.biu.ac.il/SOC/besa/meria/journal/2001/issue1/jv5n1a8.html
- Lenkova M., *Hate speech in the Balkans*, The International Helsinki Federation for Human Rights (IHF), 1998 σ. 67 www.greekhelsinki.gr