ΑΛΒΑΝΙΑ-ΕΛΛΑΔΑ 1991-1994

ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ-ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΡΡΟΗ

Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ « THE NEW YORK TIMES»

# The New York Times




## Albanian-Refugees Taken to Shelters

## Albanians Still Stream Into Greece Though Athens Asks Them to Stop

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ της Στ. Ιωαννίδου

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ, ΤΜΗΜΑ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ: Επιβλέπων Καθηγητής Στ. Παπαστάμου

ΑΘΗΝΑ, 1999.

ΝΔ: 11987
ΚΘΕ: 11858

ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

29 ΝΟΕ. 2000


| | Σελίδες |
|---|---|
| ΠΡΟΛΟΓΟΣ | i-iii |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ | α-στ΄ |
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 | |
| * Η ΔΟΜΗ ΤΗΣ Ε/Φ ΣΤΙΣ ΗΠΑ. ΙΣΤΟΡΙΑ & ΣΤΟΧΟΙ | 1-12 |
| 1. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΙΣ ΗΠΑ | 1 |
| 2 Η Ε/Φ-ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ | 2 |
| 3.Η Ε/Φ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ | 8 |
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 | |
| * ΟΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ ΤΩΝ TIMES | 13-19 |
| 1.Η ΟΡΕΙΑ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ | 13 |
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 | |
| * ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ-ΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ ΤΩΝ TIMES | 20-79 |
| 1. ΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΚΟΙΝΟ | 20 |
| 2. ELITE, ΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ ΤΩΝ TIMES | 25 |
| 3. ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΑΝΑΓΝΩΣΤΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΥ | 35 |
| 4. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΑΝΑΛΗΨΗΣ | 47 |
| 5 ΘΕΣΗ (STATUS) | 56 |
| 6 ΧΡΗΣΗ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΩΝ | 62 |
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 | |
| * Η ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ & ΟΙ ΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΝΑΓΝΩΣΤΗ | 80-108 |
| 1 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ & ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ | 80 |
| 2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΣΤΑΣΗΣ | 83 |
| 3. Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΑΣΗ | 91 |
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 | |
| * ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ. ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ, Η ΕΙΚΟΝΑ (IMAGE), ΤΟ ΚΙΝΗΤΡΟ | 109-151 |
| 1. ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ | 109 |
| 2 Η ΕΙΚΟΝΑ (IMAGE) | 117 |
| 3. ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ | 130 |
| 4. ΘΕΩΡΙΕΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ | 135 |
| 5 ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ | 146 |
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 | |
| * ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ «ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΣ» | 152-191 |
| 1 ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ-ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ | 152 |
| 2 ΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ | 159 |
| 3 ΘΡΗΣΚΕΙΑ | 161 |
| 4 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ | 162 |
| 5. ΕΠΙΡΡΟΕΣ | 163 |
| 6. ΞΕΝΟΙ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΤΕΣ | 173 |
| 7 ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΙΔΗΣΕΩΝ | 178 |

| | Σελίδες |
|---|---|
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 | |
| * ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ & ΑΞΙΕΣ | 192-222 |
| 1. ΟΙ ΑΞΙΕΣ | 192 |
| 2. Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ | 204 |
| 3 Ο ΑΝΤΙ-ΚΟΜΜΟΥΝΙΣΜΟΣ | 211 |
| 4 Η ΘΡΗΣΚΕΙΑ | 215 |
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 | |
| * ΠΗΓΕΣ ΤΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ | 223-257 |
| 1. ΕΠΙΣΗΜΕΣ ΠΗΓΕΣ | 223 |
| 2. ΑΝΩΝΥΜΕΣ ΠΗΓΕΣ | 228 |
| 3. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΤΗΤΑ & ΛΑΘΗ | 228 |
| 4. ΧΡΟΝΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ | 234 |
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 | |
| * ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ | 258-293 |
| 1. ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΜΕ ΚΩΔΙΚΕΣ | 258 |
| 2. ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ Ε/Φ (SECTION) | 259 |
| 3. ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ | 270 |
| 4. ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ | 271 |
| 5. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ-ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΙΣΤΟΡΙΑΣ | 277 |
| 6. Η ΣΕΛΙΔΑ ΤΗΣ ΣΥΝΤΑΞΗΣ (EDITORIAL PAGE) | 283 |
| 7. ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΕΣ-ΟΙ ΤΙΤΛΟΙ | 289 |
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 | |
| * ΣΗΜΕΙΟΛΟΓΙΑ (SEMANTICS) | 294-319 |
| 1. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ & ΓΛΩΣΣΑ | 294 |
| 2. ΤΟ STYLE ΤΗΣ ΓΡΑΦΗΣ | 298 |
| 3. ΛΕΞΕΙΣ «ΚΛΕΙΔΙΑ» | 300 |
| 4. ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ | 312 |
| * ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11 | |
| * ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ&ΤΥΠΟΣ,ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ,& ΣΥΝ/ΣΙΑ | 320-384 |
| 1.ΤΥΠΟΣ & ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ | 320 |
| 2 ΤΥΠΟΣ & ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ | 324 |
| 3 ΤΥΠΟΣ & ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ (Η) | 329 |
| 4. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΣΜΟΣ & ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ | 335 |
| 5. ΡΟΛΟΙ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ & ΜΟΡΦΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ | 341 |
| 6 Η «ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ» ΤΗΣ Ε/Φ | 350 |
| * ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 351 |
| * APPENDIX No 1 | I |
| APPENDIX No 2 | IV |

# • ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η λειτουργία των ΜΜΕ σε κάθε κοινωνία δείχνει πως και η ίδια η δομή τους και το Κοινό στο οποίο απευθύνονται διαφέρουν ανάλογα με την πολιτιστική, νομική και οικονομική τους μορφή Και αυτό γιατί, πριν ακόμα από τη διαμόρφωση του περιεχομένου τους αναπτύσσουν πραγματικές πολιτικο-οικονομικές δυνάμεις που δημιουργούν συγκεκριμένη μορφή.

Υπάρχει λοιπόν κάποια σχέση ανάμεσα στα ΜΜΕ και τα κοινωνικά συστήματα, που ποικίλουν από τα καθαρά καπιταλιστικά μέχρι τα περισσότερο ριζοσπαστικά. Η πολιτιστική πραγματικότητα, που αποτελείται από την παράδοση, τις αξίες, τους κανόνες, είναι αυτό που επηρεάζει τη δράση των ΜΜΕ και τη δομή τους μέσα στο κοινωνικό σύστημα αλλά και το ιδεολογικό περιεχόμενο ενημέρωσης μέσα στην πορεία του χρόνου και των εξελίξεων.
Παρά τις διαφορές των συστημάτων που εντάσσονται τα ΜΜΕ, υπάρχει μεταξύ τους ένα κοινό χαρακτηριστικό, που συνδέεται με την οργάνωση τους. Οι επικεφαλής των ΜΜΕ, είτε ως κυβέρνηση είτε ως ιδιωτική επιχείρηση είναι οι απόλυτοι ρυθμιστές σε ό,τι αφορά τις πηγές πληροφοριών (διαδικασία δημιουργίας, συγκέντρωσης, επεξεργασίας και αποστολής τους) και επομένως προκειμένου να γίνουν κατανοητά τα αποστελλόμενα μηνύματα, που τελικά φθάνουν στο Κοινό, είναι απαραίτητο να υπάρχουν απαντήσεις στα πιθανά ερωτήματα του που αφορούν το «**πως**» το περιεχόμενο των μηνυμάτων οργανώθηκε, «**από ποιον**», «**που**» απευθύνεται και «**κάτω από ποιες συνθήκες**».

Το Κοινό των ΜΜΕ δεν είναι απλά ο καταναλωτής, που δέχεται παθητικά ό,τι του προσφέρουν αλλά εκλαμβάνεται και ως ζωντανό μέλος μιας κοινωνικής ομάδας, που καταναλώνει τα προϊόντα τους στο πλαίσιο των προσωπικών και γενικών κοινωνικών στόχων του. Οι επιχειρήσεις των ΜΜΕ λαμβάνουν έτσι σοβαρά υπόψη τα ενδιαφέροντα, τις στάσεις του Κοινού στο οποίο απευθύνονται, το οποίο όμως λιγότερο συστηματικά και άμεσα επηρεάζει στον καθορισμό του περιεχομένου των ειδήσεων,

χωρίς αυτό να σημαίνει ότι ο ρόλος του Κοινού μπαίνει πάντοτε σε δεύτερη προτεραιότητα.

Η επίδραση των ομάδων πίεσης στη διαδικασία της ενημέρωσης και ο βαθμός επιρροής τους εξαρτάται από την κοινωνική τάξη, την οικονομική δύναμη και την πολιτική επιβολή, που τους επιτρέπουν να έχουν την μεγαλύτερη ή μικρότερη πρόσβαση.
Υπάρχει ο ισχυρισμός ότι το πολιτιστικό μοντέλο της Κοινωνίας, τα σύμβολα της θρησκείας, ιδεολογίας, παράδοσης βοηθούν στη δημιουργία συλλογικής συνείδησης (μέσα από τα ΜΜΕ) αλλά και ταυτότητας, που ενισχύουν την ομαλή ενσωμάτωση αυτών των ομάδων. Τα σύμβολα είναι αυτά που χρησιμοποιούνται σαν κώδικες και αντανακλούν έννοιες, όπως τα όνειρα αποτελούν προβολή του ασυνειδήτου Πίσω από κάθε συμβολισμό βρίσκεται η ίδια η Κοινωνία, γεγονός που επιβάλλει την ανάλυση των συμβολισμών των περιεχομένων των ειδήσεων με τις ανά τον κόσμο επιταγές του κοινωνικού συστήματος. Το πολιτιστικό μοντέλο του Durkheim, επιβεβαιώνει πως είμαστε δημιουργοί συμβολισμών, πως σκεπτόμαστε με τη φαντασία και τις παραστάσεις μας αλλά πάνω από όλα πως αναζητούμε μια ομάδα εννοιών, τις οποίες μπορούμε να μοιραστούμε με τους άλλους, για τον σχηματισμό κοινωνικού συμβολαίου.[1]

Ολοκληρωμένα συμπεράσματα από έρευνες διαμορφώνουν την αντίληψη πως η βιομηχανία των media λειτουργεί με πολιτικές και οικονομικές επιρροές προς το συμφέρον των μεγάλων επιχειρήσεων και αυτά τα εξουσιαστικά συμφέροντα επιχειρούν να επηρεάσουν την Κοινή Γνώμη και τη δράση για το δικό τους συμφέρον.
Ο τρόπος που τα ΜΜΕ «ράβουν» και φτιάχνουν τις πληροφορίες στηρίζεται σε γλωσσολογικά κριτήρια, ενώ ο τρόπος που θέλουν να «βλέπουν» τα θέματα καθορίζεται από συγκεκριμένες προοπτικές και καλλιεργεί κάποιες άλλες, που αναγνωρίζονται από ορισμένους κύκλους Λαμβάνοντας δηλ ο παραλήπτης ένα διφορούμενο ανακοινωθέν μπορεί να ιδεί καθαρά το πραγματικό περιστατικό, που μπορεί να εμφανιστεί όμως σαν ένα σημαντικό κομμάτι ενός pazzle που κατασκευάζεται από τα media μέσα από τις προοπτικές που χρησιμοποιούν. Και ενώ η όλη ιστορία είναι κάτι περισσότερο από μια αφήγηση, λίγοι άνθρωποι ακόμα και μέσα από ΜΜΕ αλλά κυρίως και μέσα από το Κοινό βλέπουν το πραγματικό γεγονός και αναγνωρίζουν τις προοπτικές των media,

που κατευθύνουν μια διαδικασία για να ερμηνευθεί με συγκεκριμένο τρόπο από την Κοινή Γνώμη

Μέσα από έναν κύκλο αλληλεπίδρασης οι ειδικοί των Media κινούνται σε ένα πλαίσιο κοινωνικών σχέσεων και εξυπηρετήσεων για την επικύρωση ή την υποστήριξη του δικού τους συμφέροντος Από τη μια μεριά οι συγκεκριμένοι επαγγελματίες των ΜΜΕ επιχειρούν να αποκτήσουν τη φήμη του καλού δημοσιογράφου και από την άλλη τα μέλη του Κοινού χρησιμοποιούν τις επαφές τους με τους επαγγελματίες αυτούς για να στηρίξουν τις δικές τους γνώμες και τα συμφέροντα τους

Ο Theodore Peterson πιστεύει ότι τα αμερικανικά ΜΜΕ είναι τα καλλίτερα στον κόσμο στον τρόπο ενημέρωσης παρά την κριτική διάθεση που αναπτύσσεται μέσα από την λεγόμενη conspirational theory αναφορικά με το αρνητικό μέρος της λειτουργίας ιδιαίτερα του Τύπου, που στηρίζεται στην συνωμοσία υποστήριξης των οικονομικών συμφερόντων των επιχειρήσεων αυτού του είδους.

Ο Will Irwin καταθέτει ήδη από το 1911 την άποψη του ότι η επιχειρηματική ιδιότητα των εκδοτών τους είναι αυτή, που τους υποχρεώνει να ενεργούν με σκοπιμότητες για την παρουσίαση των ειδήσεων.[2]

Τα στοιχεία που προσφέρουν τα ΜΜΕ, αποτέλεσμα σκοπιμότητας και επιρροών εξυπηρετούν πολλές φορές το ανυποψίαστο Κοινό σαν αποθήκη πληροφοριών και πλαισίου καταστάσεων εθελοντικής δράσης των μελών του. Οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα media σαν πηγή πληροφόρησης για περιγραφές κοινωνικών θεμάτων και προβληματικών καταστάσεων, που έχουν άμεση αναφορά στην προσωπική τους ζωή Η αμερικανική κοινωνία έχει δημιουργήσει μια πνευματική παιδεία και ανάπτυξη και αυτή η παιδεία είναι αποτέλεσμα της επιθυμητής συμμετοχής των μελών της δύο πλευρές της διαδικασίας της επικοινωνίας, αυτήν του επαγγελματία και αυτήν του Κοινού. Η συμμετοχή τους υποκινείται από ατομικά ενδιαφέροντα που έχουν σχέση με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη αφού οι άνθρωποι επιλέγουν τις πληροφορίες στο πλαίσιο των επικοινωνιακών δραστηριοτήτων τους, που συνδέονται με αυτό που είναι ή που θέλουν να είναι σε μια συγκεκριμένη στιγμή

## • ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το 1989 «σήμανε» την ευρωπαϊκή ώρα των Βαλκανίων.

Η πυριτιδαποθήκη της Ευρώπης είναι έτοιμη να εκραγεί κάτω από την πίεση θρησκευτικών και εθνικών διαφορών. Τα πανάρχαια εθνικιστικά μίση, οι ένοπλες ομάδες αλλά και οι εδαφικές διεκδικήσεις ξυπνούν στην Σλοβενία και Κροατία, στο Κόσοβο, στα Σκόπια, στην Αλβανία.

Η Ευρώπη αστοχεί στην άμεση δημιουργία πλαισίου σύνδεσης με τις χώρες της περιοχής ενώ η αμερικανική υπερδραστηριοποίηση γίνεται εμφανής με την γιουγκοσλαβική ήδη κρίση στοχεύοντας στην επέκταση του NATO και την κάλυψη του γεωπολιτικού κενού μετά την κατάρρευση του υπαρκτού σοσιαλισμού στην Ανατολική Ευρώπη.

Η Αλβανία, το τελευταίο απομεινάρι του σταλινικού καθεστώτος μέσα στην Ευρώπη αρχίζει να αφυπνίζεται μέσα από τον χείμαρρο των πολιτικών και κοινωνικών εξελίξεων που την παρασύρει.

Πριν ακόμα από τις εξελίξεις στη Ρουμανία (1988) υπάρχουν φήμες για διαδηλώσεις και στην Αλβανία. Τον Δεκέμβριο του 1989 η «Πολίτικα» του Βελιγραδίου αναφέρει ότι η αλβανική πόλη Σκόντερ κηρύσσεται σε κατάσταση εκτάκτου ανάγκης. Στις αρχές του 1990 η αλβανική «Ζέρι ι Πόπουλιτ» θεωρεί ότι η αλβανική κυβέρνηση είναι «της επιλογής» του λαού αντίθετα με τον σερβικό Τύπο που επικαλείται μαρτυρίες για αντικυβερνητικές διαδηλώσεις εναντίον της μετακίνησης προσφύγων, κάτι που επιβεβαιώνει το Πρακτορείο «Τανγιούγκ» ενώ σημαντικός αριθμός Αλβανών προσφύγων, 5.650, αρχίζει να κατακλύζει την Ελλάδα.

Η αστάθεια της κυβερνητικής εξουσίας, η αναταραχή και αδημονία του λαού για εκδημοκρατισμό στον λαό που όλο και περισσότερο κορυφώνονται για την απόκτηση ελευθερίας σε κάθε μορφή πολιτικής έκφρασης, θρησκευτικής λατρείας, στη διεκδίκηση καλλίτερων συνθηκών ζωής.

Μέχρι το 1990 η πολιτική των Τιράνων ήταν απλούστατη αλλά αποτελεσματική για 45 χρόνια, στόχος επικρίσεων για τις παραβιάσεις των ανθρωπίνων και θρησκευτικών δικαιωμάτων για την πλήρη απαγόρευση εξόδου των πολιτών από τη Χώρα. Ο Ραμίζ

Αλία δεν καταφεύγει σε παραδοσιακές μεθόδους καταστολής αλλά επιλέγει με την πίεση της διεθνούς κατακραυγής ένα σύστημα διοχέτευσης των αντιφρονούντων στο Εξωτερικό.

Στις 14 Μαίου του 1990 ο ΟΗΕ στέλλει τον Γ.Γ. του στην Αλβανία να συναντήσει τον Ραμίζ Αλία ο οποίος διαβεβαιώνει τον πρώτο για την πρόθεση του να φιλελευθεροποιήσει το καθεστώς της Χώρας του χωρίς όμως να παύσει την μέθοδο της «διοχέτευσης» πολιτών σε γειτονικές χώρες. Χιλιάδες Αλβανοί εξακολουθούν να ζητούν visa σε ευρωπαϊκές πρεσβείες με ιδιαίτερη προτίμηση την ελληνική.

Σε αυτήν την κρίσιμη πολιτική και ιστορική στιγμή η Ελλάδα προσπαθεί να διαδραματίσει έναν ρόλο σταθεροποιητικού παράγοντα στην περιοχή ενώ οι «ισχυροί» της Δύσης θεωρούν από τη μεριά τους ότι τελείωσε πια η εποχή που η Ελλάδα συγκέντρωνε το ειδικό ενδιαφέρον και την υποστήριξη ως μοναδική μη κομουνιστική Χώρα της περιοχής.

Οι σχέσεις Ελλάδας-Αλβανίας έχουν ήδη αρχίσει να βελτιώνονται από τον Αύγουστο του 1987 με την άρση του εμπολέμου των δύο χωρών και έτσι στη φάση αυτή η Ελλάδα ως μέλος της Ε.Ε. μπορεί υιοθετεί την πρωτοβουλία του αρωγού στην προσπάθεια ανάκαμψης της Αλβανίας, προσφέροντας περίθαλψη στους πρόσφυγες αλλά και ανθρωπιστική βοήθεια.

Τον Ιανουάριο του 1991 ο Ελληνας Πρωθυπουργός Κ. Μητσοτάκης πραγματοποιεί επίσημη επίσκεψη στην Αλβανία και γίνεται δεκτός από τον Αλβανό ομόλογο του δρομολογώντας έτσι συγκεκριμένες διαδικασίες συνεργασίες στον οικονομικό, εμπορικό τομέα καθώς και τον τομέα προστασίας του Περιβάλλοντος και της Ναυτιλίας.

Τώρα είναι πλέον φανερό ότι όσο ποτέ η περιοχή της Βαλκανικής εξελίσσεται σε ένα πεδίο ιδιότυπου διπλωματικού πολέμου θέσεων εκ μέρους των Ισχυρών της Γης.

Οι ΗΠΑ μπαίνουν δυναμικά στο παιγνίδι των διεκδικήσεων και δείχνουν ότι προσπαθούν να εξασφαλίσουν σταθερότητα στην περιοχή εκφράζοντας το φόβο ότι το αλβανικό θέμα θα αποτελέσει έναν κυρίαρχο παράγοντα προώθησης μεγάλων συγκρούσεων. Το γεγονός αυτό δημιουργεί ένα σενάριο-εφιάλτη με αποτέλεσμα να κινούνται προς την κατεύθυνση αποθάρρυνσης της εξάπλωσης του πολέμου.

Με την στήριξη τους ο μουσουλμάνος άλλοτε κομμουνιστής Berisha αρχίζει να διαμορφώνει προσωπικά μέρος της αλβανικής εξωτερικής πολιτικής και να επηρεάζει

αναφορικά με το θέμα διεύρυνσης των συνόρων της Χώρας του. Ισχυρίζεται ότι υποστηρίζει πάντοτε την ειρήνη και το status quo στην περιοχή αλλά οι μικροπωλητές των Τιράνων έχουν στα χέρια τους νεοτυπωμένους χάρτες της μεγάλης Αλβανίας με περιοχές του Κοσσυφοπεδίου, της Ελλάδας, των Σκοπίων. Ισως είναι συμπτωματικό το γεγονός ότι το περιεχόμενο της μυστικής έκθεσης της CIA συμβαδίζει με την ιδέα της «Μεγάλης Αλβανίας» αναφερόμενη σε μελλοντικές μετακινήσεις πληθυσμών, κάτι που βρίσκει το State Department σχετικά αποστασιοποιημένο

Η αμερικανική αντίληψη της εφαρμογής μιας νέας στρατηγικής έχει αρχίσει να ενισχύεται ακριβώς από αυτή την χρονική στιγμή. Φαίνεται σίγουρο ότι το κενό εξουσίας μετά την κατάρρευση των ολοκληρωτικών πολιτικών καθεστώτων, επιδιώκει να καλύψει η Αμερική εκμεταλλευόμενη την προηγμένη τεχνολογία της, την οικονομική της δύναμη και τον εξοπλισμό της.

Αρθρα, μελέτες και ανακοινώσεις αποκαλύπτουν ότι από μέρους της αναπτύσσεται μια σφοδρή επιθυμία να αποτελέσει για πρώτη φορά στην ιστορία μια μοναδική ηγεμονική Δύναμη. Ο ίδιος ο Bush δηλώνει «ένας νέος κόσμος αναδύεται. Αυτόν τον κόσμο μπορούμε να διαμορφώσουμε όπως θέλουμε!».

Την κρίσιμη αυτή χρονική στιγμή τα γεγονότα καλύπτονται από τα διεθνή ΜΜΕ, που διαμορφώνουν την Παγκόσμια Κοινή Γνώμη. Τα περιεχόμενα των ειδήσεων κάτω από τη δύναμη των επιρροών και την «προώθηση» των εθνικών συμφερόντων των ΜΜΕ παρουσιάζουν μια ποικιλία στην παρουσίαση των παραμέτρων της έντασης στην Αλβανία μέσα από δυσοίωνες προβλέψεις αλλά και προτεινόμενες λύσεις.

Με στόχο την διερεύνηση του τρόπου ενημέρωσης που προσφέρουν τα αμερικανικά Μέσα στη συγκεκριμένη πολιτική συγκυρία επιλέξαμε για ανάλυση την (ε/φ) «**The New York Times» ως δείγμα έγκριτου, αντικειμενικού και *παραδοσιακά αποδεκτού εντύπου με ευρύ αναγνωστικό Κοινό και εξειδικευμένο επιστημονικά* επιτελείο δημοσιογράφων.** Μέσα από το περιεχόμενο του συνόλου των αφιερωμένων δημοσιευμάτων στην Αλβανία την περίοδο 1991-94, προσπαθούμε να καταδείξουμε την επιρροή που ασκείται στην αμερικανική κυρίως Κοινή Γνώμη από μια σχεδιασμένη επικοινωνιακή τεχνική, αποτέλεσμα όχι μόνο του πολιτικού και οικονομικού προσανατολισμού της ε/φ αλλά και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών θέσεων των

ανταποκριτών σε σχέση με τις στάσεις και την ψυχολογία των αμερικανών αναγνωστών της.
Οι αναφορές των Times στα πολιτικά και κοινωνικά προβλήματα της Αλβανίας στις προσπάθειες αποκατάστασης των δημοκρατικών θεσμών και στην βελτίωση των σχέσεων της ιδιαίτερα με την Ελλάδα αποτελούν έναν καθρέπτη για τον μελετητή, που μέσα από τις βασικές αρχές επικοινωνίας (κοινωνικής ψυχολογίας και διεθνών σχέσεων) οδηγείται σε σαφή συμπεράσματα και ποικίλες διαπιστώσεις γύρο από τον πολύπλευρο ρόλο του παντοδύναμου αυτού εντύπου.

Η έρευνα μας στηρίχθηκε στην ανάλυση των περιεχομένων εκατόν σαράντα ενός (141) άρθρων της ε/φ «The New York Times» με αναφορές σε αμερικανική και ελληνική βιβλιογραφία, σε δημοσιεύματα ευρωπαϊκού, ελληνικού και αλβανικού Τύπου της ίδιας χρονικής περιόδου, σε επίσημα ντοκουμέντα (ετήσιες Εκθέσεις διαφόρων διεθνών Οργανώσεων, Press Releases και ανακοινώσεις κυβερνητικών οργάνων και αντιπροσωπειών στον ΟΗΕ).

Τα δεδομένα εντάχθηκαν στο στατιστικό πακέτο κοινωνικών επιστημών SPSS (Statistical Package for Social Sciences), με το οποίο έγινε η στατιστική ανάλυση στο σύνολο των 141 άρθρων-δεδομένων που αποτελούν τις εγγραφές στο αρχείο. Κάθε εγγραφή έχει 46 μεταβλητές που την χαρακτηρίζουν. Ολες οι μεταβλητές που χρησιμοποιούνται είναι κατηγορικές (nominal variables) ενώ για κάθε μεταβλητή παράγονται πίνακες συχνοτήτων (frequencies) και πραγματοποιούνται διάφοροι συσχετισμοί μεταξύ των μεταβλητών σε πίνακες συνάφειας 2x2 (crosstabs). Στη διάρκεια της ανάλυσης αποφεύγεται η πραγματοποίηση $x^2$ ελέγχου (για έλεγχο ανεξαρτησίας) αφού οι παρατηρήσεις ανά φατνίο είναι συνήθως μικρές και δεν μπορεί να γίνει ουσιαστική σύμπτυξη με φόβο μήπως αλλοιωθεί ο χαρακτήρας των μεταβλητών. Δεν παράγονται περιγραφικά μέτρα (descriptive statistics) π.χ. μέσος όρος, διακύμανση, εύρος, διάμεσος κ.λ.π. αφού η φύση των δεδομένων δεν επιτρέπει τέτοια απόπειρα που ίσως οδηγήσει σε επιστημονικό ατόπημα.
Παράλληλα δεν εφαρμόζονται τεχνικές επαγωγικής στατιστικής, όπως στατιστική συμπερασματολογία (π.χ. έλεγχος υποθέσεων) ή κάποιες άλλες στατιστικές τεχνικές, όπως ANOVA και δεν πραγματοποιείται η προσαρμογή κάποιου γραμμικού ή μη μοντέλου (π.χ. στην συγκεκριμένη περίπτωση probit ή logit) αφού τα δεδομένα μας

είναι κατηγορικά, επειδή αυτά τα **δεδομένα αφορούν τον πληθυσμό, είναι δηλαδή, το σύνολο των άρθρων στη διάρκεια των ετών 1991-94 για να μελετηθεί ο τρόπος ενημέρωσης και επιρροής της συγκεκριμένης ε/φ στη διάρκεια της τετραετίας. Το γεγονός ότι η βάση της έρευνας μας είναι το σύνολο των άρθρων της περιόδου αυτής και όχι κάποιο δείγμα δεν μας υποχρεώνει να εφαρμόσουμε τεχνικές επαγωγικής στατιστικής.**

(Η επαγωγική στατιστική επιβάλλει εκτιμητική, έλεγχο υποθέσεων, προβλέψεις, παλινδρόμηση και χρησιμοποιείται στις περιπτώσεις που υπάρχει δείγμα και υπάρχει ενδιαφέρον να εξαχθούν συμπεράσματα για τον πληθυσμό.)

Όπως προαναφέραμε οι μεταβλητές μας είναι όλες κατηγορικές στις οποίες έχουν δοθεί κωδικοί 0, 1, 2,....και δεν υπάρχει καμιά κλιμάκωση στους κωδικούς (interval variables) αφού καμιά μεταβλητή δεν απαιτούσε κάτι τέτοιο.

[Για μια συγκεκριμένη κατηγορία μεταβλητών που έχουν να κάνουν με τις αξίες σε κάθε άρθρο ανταπόκρισης δόθηκαν κωδικοί 0 και 1 Κάθε αξία-μεταβλητή παίρνει την τιμή 1 αν ο ανταποκριτής προβάλλει συγκεκριμένη αξία και 0 αν δεν την προβάλλει Δηλαδή για την ανάγκη έκφρασης των συγκεκριμένων μεταβλητών δημιουργούνται ψευδομεταβλητές (dummy variables), όπως λέγονται Στη συνέχεια για να γίνουν διάφοροι συσχετισμοί και να παραχθούν συγκεντρωτικοί πίνακες (με αξίες) κρατούνται τα άρθρα τα οποία παρουσιάζουν την τιμή 1 για την αξία που επιλέγεται για μελέτη ]

Η στατιστική ανάλυση στηρίζεται σε ανάλογη βιβλιογραφία:

**«Marketing Research», Peter M. Chrisnall, 5th edition, McGraw Hill, 1997.**

**«Εισαγωγή στην Εφαρμοσμένη Στατιστική», Χ. Π. Κίτσος, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, 1991.**

**«Στατιστική», Δ. Αθανασούλης, Εκδόσεις Σταμούλης, 1988.**

**«Statistical Package For The Social Sciences», Second Edition, Norman H. Nie, C. Hadlaihull, Jean G. Jenkins, Karin Steinbrenner, Dale H. Bent, MacGraw-Hill Book Company, N. York, 1975.**

# 1. Η ΔΟΜΗ ΤΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΣΤΙΣ ΗΠΑ: ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ

- *ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΙΣ ΗΠΑ*

Πριν αναφερθούμε αναλυτικά στα καθοριστικά στοιχεία της έρευνας μας κρίνεται σκόπιμο να ανοίξουμε μια παρένθεση για να παρουσιάσουμε την ιστορική πορεία του αμερικανικού Τύπου, έτσι ώστε να κατανοηθούν οι κυρίαρχοι στόχοι και οι σκοπιμότητες, που κατευθύνουν του Τύπο στο πλαίσιο της ενημέρωσης του αμερικανικού Κοινού.

Η ιστορία του αμερικανικού Τύπου διακρίνεται σε τέσσερις περιόδους. Η πλέον πρόσφατη, η τέταρτη (από τα μέσα του αιώνα μας μέχρι πρόσφατα) προσφέρει τα περισσότερα κατατοπιστικά στοιχεία και χαρακτηρίζεται ως **«περίοδος της προσωπικότητας του δημοσιογράφου» (reporter's personality)**[1]

[Μέχρι την έναρξη της τετάρτης περιόδου το κύριο χαρακτηριστικό της τρίτης (προηγούμενης) περιόδου ήταν η καθιέρωση του εκδότη (**«institutional editor»**, τέλη του 19ου αιώνα μέχρι τις αρχές του 20ου), με πρωτεργάτη τον Adolph Ochs's των New York Times, που υιοθετώντας την τεχνολογική επανάσταση της εποχής, προσέδωσε στην ε/φ του την μορφή μιας σύνθετης ακριβής μηχανής ανάμεσα σε ειδήσεις και διαφημίσεις

**Οι μέχρι τότε ιδιοκτήτες διέθεταν αρκετές γνώσεις στον τομέα του Τύπου έχοντας το γενικό πρόσταγμα, άρχισαν να ασχολούνται αποκλειστικά με τον επιχειρησιακό τομέα διατηρώντας όμως πάντοτε τον τόνο της editorial page.**

Ετσι η ε/φ καταφέρνει να παρουσιάσει μια ισορροπία ανάμεσα σε ειδήσεις και σε περιορισμένη έκφραση αντίδρασης του εκδότου. Είναι ακριβώς η περίοδος, που η ε/φ ως οργανισμός αποκτά ένα ιδιαίτερο κύρος και μια αναγνώριση του έργου του εκδότη της και του διευθυντή σύνταξης Παράλληλα με την παρατηρουμενη αύξηση απορρόφησης των ειδήσεων -που εκπροσωπούνται ουσιαστικά από ανεξάρτητους ή ανώνυμους αρθρογράφους- παρατηρείται και μια τάση μεγάλου αριθμού ισχυρών ιδιοκτητών να συγχωνεύουν τις διάφορες ε/φ κάτω από σφυρηλατημένα ενιαία συγκροτήματα

**Παράλληλα ένας σημαντικός αριθμός διασήμων δημοσιογράφων αρχίζει να αναδεικνύεται μέσα από τον αμερικανικό Τύπο που όμως δεν αρνούνται την «υποταγή» και κάποτε «υποτέλεια» τους στον εκδότη-διευθυντή ή στον διευθυντή σύνταξης του οργανισμού.**]

Οταν το καινούργιο μέσον επικοινωνίας, η τηλεόραση, εγκαινιάζει αυτήν την πρόσφατη τέταρτη περίοδο, η μονοπωλιακού χαρακτήρα ε/φ στις περισσότερες αμερικανικές πόλεις αρχίζει να αντιμετωπίζει δίλημμα στον τρόπο εκτέλεσης της λειτουργίας της (διατύπωση απόψεων ή αποφυγή αντιθέσεων με την πλειοψηφία των αναγνωστών) Για να αποφύγει το δίλημμα επινοεί την συνεργασία της και με ανεξάρτητους συνεργάτες (syndicate colymnists),

που ακόμα και στις μέρες μας εξακολουθούν να καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα ειδήσεων με την διατύπωση πολιτικών θέσεων.

Μέχρι την μεταπολεμική εποχή του Β' Παγκόσμιου Πολέμου η πορεία του Τύπου είναι σχετικά ήπια στις ΗΠΑ αλλά αργότερα οι τεχνολογικές εξελίξεις, η αστικοποίηση και η ανάπτυξη της εκπαίδευσης στις υψηλές βαθμίδες ασκούν πίεση για προσαρμογή στις «ανάγκες» των καιρών με μοχλό πίεσης ένα ισχυρό αναγνωστικό Κοινό.

**Η επίδραση της τηλεόρασης δεν μπορεί αρχικά να εκτιμηθεί επακριβώς αλλά το σίγουρο είναι ότι δεν επηρεάζει τον βαθμό επίδρασης του Τύπου τόσο όσο το ραδιόφωνο, κάτι που χαρακτηριστικά συμβαίνει κυρίως στις υπό ανάπτυξη χώρες. Αναπτύσσεται βέβαια ο φόβος για ενδεχόμενο περιορισμό των εσόδων του Τύπου από τα διαφημιστικά προγράμματα γρήγορα αποδεικνύεται ότι είναι προσωρινός αφού οι διαφημιστές επεκτείνουν τον οικονομικό τους προϋπολογισμό στον Τύπο παράλληλα με την τηλεόραση, με αποτέλεσμα την βαθμιαία αύξηση των καθημερινών αμερικανικών ε/φ.**

Παρά την αδυναμία του Τύπου να ανταγωνιστεί επιτυχώς την τηλεόραση σε επίπεδο χρόνου που το Κοινό της αφιερώνει η ε/φ ακόμα παραμένει ένα ανταγωνιστικό μέσον πληροφόρησης υψηλού και σταθερού επιπέδου.

**Η δύναμη, που διαθέτει, ο Τύπος πηγάζει από το αποκλειστικό στοιχείο της μεγάλης χρονικής διάρκειας και διατήρησης αφού οι αναγνώστες έχουν στα χέρια τους τη δυνατότητα αναφοράς σε πληροφορίες (αναζήτησης πληροφοριών), να κάνουν συγκρίσεις, να δημιουργήσουν ένα αξιόλογο αρχείο. Το πλεονέκτημα αυτό ενισχύει την πεποίθηση των ανθρώπων του Τύπου, ότι γράφουν ιστορία με τη δουλειά τους εδραιώνοντας τη θέση τους στις κοινότητες στις οποίες απευθύνονται.**

- *Η Ε Φ -ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ*

Σήμερα ενώ πολλοί είναι αυτοί που θεωρούν ότι είναι η εποχή, που χαρακτηρίζεται από την δυναμική προσωπική δράση του δημοσιογράφου (τα πάντα κινούνται περί αυτόν, που κατορθώνει να κρατά ζωντανό το ενδιαφέρον και την φαντασία του αναγνώστη γύρο από τις μεγάλες διεκδικήσεις στο θέμα της οικονομικής και επαγγελματικής προαγωγής και βελτίωσης), η κινητήριος δύναμη της ε/φ είναι ο ιδιοκτήτης της.

Ηδη από τα μέσα του 19ου αιώνα έχει αρχίσει να διαμορφώνεται στις ΗΠΑ ένα σχήμα συγκέντρωσης της ιδιοκτησίας των ε/φ για μεγαλύτερη σταθεροποίηση των χρεών και

συγχώνευση του έργου της βιομηχανικής επιμέλειας. Από έρευνες της πρώτης δεκαετίας μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, οι περισσότερες ε/φ χαρακτηρίζονται ως **Intensive Concentration** (μονάδες με κοινούς ιδιόκτητες, γεωγραφικά κοντά μεταξύ τους) και όχι **Extensive** (ιδιοκτησία που επεκτείνεται πάνω σε μια ευρεία περιοχή κρατών του εξωτερικού κάτω έλεγχο ή ίδιο ιδιοκτήτη). Αυτό είναι κάτι που διατηρείται κυρίως μέχρι το 1960 **Αρχείο, American Newspaper Publishers Association.** Το κυρίαρχο ζήτημα του οικονομικού προϋπολογισμού προγραμματίζεται στην αίθουσα ειδήσεων (είναι μια από τις πολλές άλλες αίθουσες, που η ε/φ διαθέτει) που αφορά τις ιστορίες; που θα καταγραφούν υπολογίζοντας όμως τις δυνατότητες της ε/φ και αυτό εξηγεί γιατί κάποιες μπορούν να συνεργαστούν με πρακτορεία και κάποιες όχι εάν διαθέτουν ή όχι εκτός της βασικής γεωγραφικής τους περιφέρειας προσωπικό για καλύψεις.

Η σταθεροποίηση και ενοποίηση των χρεών των ε/φ αποτελεί πάντοτε μια επιτακτική ανάγκη, που κατορθώνεται τελικά με την βοήθεια διαφόρων παραγόντων:

- Ο πρώτος αφορά τον περιορισμό του πολυτεμαχισμού των μονάδων του Τύπου Πολύ λίγες είναι αυτές οι ε/φ που διατηρούνται για πολιτικούς μόνο λόγους με προσφορά υπηρεσιών στα πολιτικά κόμματα ή στα groups πίεσης για και διατήρησης της επιρροής και δράσης.
- Ενας δεύτερος παράγοντας είναι η προσπάθεια καλλιέργειας της άποψης ότι προσφέρεται ***«η αντικειμενικότητα» των reports*** στις αμερικανικές ε/φ, καθώς αυτές σιγά-σιγά παίρνουν ενιαία μορφή παρουσίασης της είδησης και ***η παράθεση αμφοτέρων των απόψεων*** αναφορικά με αλληλοσυγκρουόμενες θέσεις. (Σχετ. Κεφάλαιο Αμερικανική Κυβέρνηση και Τύπος).
- Τρίτος η προσπάθεια κάλυψης της επιθυμίας διαφημιστών για μεγαλύτερη κυκλοφορία και διπλασιασμό του αναγνωστικού Κοινού (με στοιχειοθεσία και clice, που θα αυξάνει την κυκλοφορία και θα μειώνει το κόστος) στο πλαίσιο της γενικότερης αύξησης του ανταγωνισμού των ηλεκτρονικών ΜΜΕ για τις διαφημίσεις και για τις ειδήσεις

Οι ε/φ που προηγούνται σε πωλήσεις χρησιμοποιούν υπηρεσίες ειδήσεων, διαθέτουν μεγάλο διαθέσιμο χώρο για διαφημιστικές καταχωρήσεις και αρέσκονται να είναι "φρέσκιες", ενώ αντίθετα οι λοιπές περιέχουν μεγάλες εικόνες και λιγότερες ιστορίες στην πρώτη σελίδα Η παρουσίαση των Προεδρικών συνεντεύξεων από ζωντανές εκπομπές το 1961 σηματοδοτεί έναν ίσο και ισχυρό ανταγωνισμό μεταξύ των ηλεκτρονικών μέσων ενημέρωσης και των ε/φ στην προσπάθεια των δεύτερων για καθημερινή πληροφόρηση και κάλυψη της Κοινής

Γνώμης[3] και παρά τον αρχικό φόβο των τοπικών ε/φ, όσες από αυτές είναι καθημερινές εξακολουθούν να ευδοκιμούν με την διαφορά ότι τα άρθρα τους χρειάζονται νέες βελτιώσεις και σχέδιο αντιμετώπισης άλλων στοιχείων ανταγωνισμού.

**Επομένως η ε/φ εξακολουθεί να παίζει ακόμα έναν σημαντικό ρόλο στην οικονομική ζωή μιας καπιταλιστικής κοινωνίας με την εμφάνιση και την εξάπλωση της διαφήμισης, που επιχειρεί να πληροφορήσει, να επηρεάσει και να πείσει το Κοινό. Είναι δε τόσο στενά δεμένη με την έννοια της καλής οικονομίας και ανάπτυξης του κράτους, ώστε η επιβίωση του συστήματος ελεύθερης αγοράς δεν νοείται χωρίς την διαφήμιση. Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε ειδικά τμήματα κλασσικών εφημερίδων φέρνουν κοντά εργαζόμενους και εργοδότες, καταναλωτές και παραγωγούς και διαμορφώνουν συμπεριφορά στους αναγνώστες για την πορεία της τοπικής ή εθνικής οικονομίας. Για την ιδιότητα τους αυτή οι ε/φ χαρακτηρίζονται επιχειρήσεις, πολιτιστικό κομμάτι της αμερικανικής βιομηχανίας.**

**Όλα τα αμερικανικά ΜΜΕ έχουν την τάση να συντηρούν το οικονομικό σύστημα που οι βιομηχανίες επιθυμούν, με αποτέλεσμα να καλλιεργούν εκείνες τις μορφές ανταπόκρισης εκ μέρους του Κοινού που είναι προς το συμφέρον των βιομηχανιών**

**Το κέρδος και η οικονομική ισχύς του Τύπου είναι ο κυρίαρχος στόχος των ε/φ.»**[4]

Υπάρχει το ενδεχόμενο διάφορα φύλλα κατά περίπτωση να εγκαταλείπουν κάποιο χρονικό διάστημα την ανάμειξη τους στην πολιτική χάριν του επιχειρησιακού κέρδους. Τότε είναι που ο Τύπος παύει να παίζει τον ρόλο του «σταυροφόρου», που προσπαθεί να οργανώσει, να διδάξει, να αλλάξει τους ανθρώπους και μετατρέπεται σε επιχειρηματία που προσπαθεί να βελτιώσει τις συνθήκες διαβίωσης του εντύπου του με το μικρότερο δυνατό κόστος Στην περίπτωση αυτή η παρέμβαση του στα Κοινά είναι ήπια και προσπαθεί να ενημερώσει μέσα από μια ουδέτερη θέση απέναντι στα γεγονότα με πρόθεση το κέρδος της αγοράς παρά την άσκηση κριτικής και την διάθεση σύγκρουσης[5] Η κατανόηση όμως της λειτουργίας της πληροφόρησης σαν εμπορεύσιμο αγαθό δεν στηρίζεται στην ίδια λογική, που έχουν οι άλλες εμπορικές εταιρείες προϊόντων.

Στην διαδικασία πληροφόρησης εμπλέκεται η έννοια διάδοσης του περιεχομένου της πληροφορίας, διαδικασία που έχει να κάνει με την έννοια της κοινωνίας.

Ο συντάκτης μιας μεγάλης ε/φ πρέπει να «κόψει» ιστορίες και να διαμορφώσει επιθυμητές ειδήσεις.

**Η *πληροφορία χαρακτηρίζεται και ως δημόσιο αγαθό, που ανήκει σε ένα διαφορετικό περιβάλλον από τα άλλα εμπορεύσιμα αγαθά.* Στον χώρο των ε/φ υπάρχει το δημόσιο αγαθό (η *πληροφορία*) και το φυσικό προϊόν (το χαρτί και το μελάνι).**

Η επικέντρωση του ενδιαφέροντος στην βιομηχανία των ε/φ είναι παρόμοια με αυτήν που παρουσιάζεται στις άλλες βιομηχανίες πετρελαιοειδών, μετάλλου, μαζικών μεταφορών με τη διαφορά όμως ότι οι επιχειρήσεις του Τύπου διαθέτουν μια ιδιαίτερη δύναμη και παίζουν σημαντικό ρόλο στην αγορά, που συγκροτείται από τον κόσμο του πνεύματος και της διανόησης. **(intellectual market).**[6]

Οι διαφημιζόμενοι αποτελούν πηγή κέρδους των ΜΜΕ και γίνεται προσπάθεια για να πεισθούν να προχωρήσουν σε οικονομικές συνεργασίες για να περάσουν διαφημίσεις μέσα από μεμονωμένα προγράμματα. Και όταν η διαφήμιση κατορθωθεί να συμβάλλει στα έσοδα της ε/φ κατά ποσοστό 70% έως 80%, τότε η ε/φ αρχίζει να προπορεύεται και να λαμβάνει ένα μεγάλο μερίδιο κερδών από την αγορά με αποτέλεσμα έναν κύκλο **αλληλεπίδρασης της κυκλοφορίας και των διαφημίσεων ονομάζεται circulation spiral.**».[7]

Οι μεγάλοι οργανισμοί των ε/φ στοχεύοντας άμεσα στην επιρροή των αναγνωστών ηλικίας 18 μέχρι 49 ετών μετατρέπουν την ε/φ αποκλειστικά σε μέσον διαφήμισης. Στην περίπτωση αυτή οι ε/φ ελέγχουν την ανάγνωση, δεν δημοσιεύουν σημαντικά άρθρα αλλά τείνουν να καλύψουν απαιτήσεις χαμηλού εισοδήματος αναγνωστών και μεγάλης ηλικίας προωθώντας την κυκλοφορία τους και σε κύκλους ευπόρων αναγνωστών με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.

**Η ε/φ είναι ένα αγαθό με διπλή διάρθρωση, που εξυπηρετεί δύο μορφές οικονομικής αγοράς με ένα φυσικό προϊόν. (αναγνώστες και διαφημιζόμενοι). Από τη μια μεριά η ε/φ με μεγάλη διαφήμιση προσελκύει περισσότερους αναγνώστες και από την άλλη εξαιτίας της μεγάλης ζήτησης της από το αναγνωστικό κοινό, προσελκύει περισσότερους διαφημιζόμενους.**

Σύμφωνα με παλαιότερη έρευνα στις Ηνωμένες Πολιτείες το 66% των εσόδων των περιοδικών προήρχοντο από τις διαφημίσεις, και το 75% των εσόδων των New York Times από την ίδια πηγή.[9]

**Οι προσπάθειες λοιπόν των επιχειρήσεων του Τύπου επικεντρώνονται προς μια συνεχή και ανοδική πορεία κέρδους με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη διανομή φύλλων.**

**Σήμερα οι διαφημιζόμενοι απαιτούν άμεσες πωλήσεις, ενώ οι μεγάλοι οργανισμοί χρειάζονται ροή μετρητού χρήματος και μετοχών στην κίνηση τους για τον λόγο αυτό**

***πάντοτε επιδιώκουν να πωλούν ή να ρευστοποιούν τις θυγατρικές εταιρίες, που δεν καλύπτουν βραχυπρόθεσμες απαιτήσεις.***

Σε αυτόν τον αγώνα βραχυπροθέσμου κέρδους από το δεύτερο ήμισυ ήδη του αιώνα μας έχουν ριχθεί οι αμερικανικές ε/φ χωρίς διαφορά από τις άλλες αμερικανικές επιχειρήσεις.
***«Τα στελέχη και οι ιδιοκτήτες των εταιριών των ΜΜΕ, συνήθως είναι εύπορα και συντηρητικά μέλη της επιχειρηματικής elite, που βοηθούν στη διαμόρφωση «του τόνου» των εταιριών με την επιλογή κατάλληλου διοικητικού προσωπικού και κατά καιρούς την επιβολή πολιτικών κανόνων. Ο κύριος όμως στόχος των ε/φ είναι η πώληση ειδήσεων και διαφημίσεων για την εξυπηρέτηση των αναγνωστών και επιχειρηματιών με αντάλλαγμα το οικονομικό κέρδος»***[9]

Με τις αλλαγές στις οικονομικές βάσεις της εκδοτικής βιομηχανίας πρωταρχικός στόχος της γίνεται τώρα η «πώληση των αναγνωστών» στους επιχειρηματίες και η προσπάθεια «αρπαγής» των αναγνωστών από άλλους ανταγωνιστές με την χρήση συγκλονιστικών τίτλων παρά με ακρίβεια περιεχομένων.

Και ενώ το μεγαλύτερο βάρος σχεδιασμού των εκδοτικών επιχειρήσεων δίδεται στον σχεδιασμό προσφοράς των διαφημίσεων, που αποτελούν και τον μεγαλύτερο οικονομικό τροφοδότη, η αγορά ε/φ από τους πνευματικούς ανθρώπους στις ΗΠΑ έχει τη δική της δύναμη και επίδραση. **Ο κύριος κορμός των αναγνωστών από τους οποίους οι ε/φ αποκτούν τους συνδρομητές τους εμφανίζεται να έχει αξίες αγαθών, που ζητούν την διανομή τους. Αν αγνοηθεί αυτή η απαίτηση είναι σαν να αγνοούνται σημαντικές ιδιότητες που έλκουν τους αναγνώστες. Επίσης δεν αγνοείται η αγορά των διανοουμένων, δεν αγνοείται και εκχωρείται το δικαίωμα να κυριαρχήσει η διασπορά ιδεών και πληροφοριών των ομάδων πίεσης ή και των άλλων πολιτικών ομάδων έναντι του αμερικανικού Κοινού. Αυτή η κυριαρχία πληροφοριών ιδεών και απόψεων αποτελεί τον μοχλό απόκτησης οφέλους από μέρους της κυβερνητικής εξουσίας, γεγονός που δημιουργεί προβλήματα στα μέλη της κοινωνίας που τα οδηγούν στην αναζήτησητων φύλλων του Τύπου.**[10]
Βέβαια, στο πλαίσιο αύξησης της κυκλοφορίας μιας ε/φ λαμβάνονται υπόψη και άλλοι παράγοντες που συνδέονται με την ύπαρξη και αύξηση της κυκλοφορίας της, όπως ο

πληθυσμός στον οποίο απευθύνεται με την έννοια του μεγέθους, της αστικοποίησης, η γλώσσα που ομιλεί, η εκπαίδευση και οι πόροι του.

Αυτοί οι παράγοντες βοηθούν να εξηγήσουμε γιατί ενδεχόμενα μια χώρα έχει συγκεκριμένα έντυπα. Άλλος παράγοντας είναι η γεωγραφική θέση της Χώρας στην οποία εκδίδεται μια ε/φ και ειδικότερα το μέγεθος της Χώρας και τα φυσικά εμπόδια που ενδεχόμενα συντελούν στον περιορισμό της κυκλοφορίας. Το κυρίαρχο πολιτικό-οικονομικό σύστημα, το οποίο στηρίζει η ε/φ δεν πρέπει να υποτιμηθεί αφού επιδρά άμεσα στην ουσιαστική της λειτουργία ως «εξαρτημένη» ή ανεξάρτητη.

Όλες οι προαναφερόμενες παράμετροι σε μεγέθη φανερώνουν τη σημασία που έχουν για την κυκλοφορία μιας ε/φ στις ΗΠΑ που έχουν κατά προσέγγιση: Μέγεθος πληθυσμού 200 εκατ , αστικοποίηση περισσότερο από 70%, γλώσσα αγγλική, εγγράμματους 97.8% με 50% αποφοίτων Λυκείου που συνεχίζουν στο Πανεπιστήμιο, πολιτικοοικονομικό σύστημα αντιπροσωπευτική δημοκρατική εκπροσώπηση με δύο παραδοσιακά κόμματα και ελεύθερη οικονομία με ιδιωτική ιδιοκτησία.

Οι Ηνωμένες Πολιτείες έχουν μετά την Κίνα τον μεγαλύτερο πληθυσμό εγγραμμάτων που ομιλούν την ίδια γλώσσα. Αυτό το στοιχείο μαζί με το εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο των κατοίκων, διαμορφώνουν ένα ευρύ ποιότητος αναγνωστικό Κοινό, που επικοινωνεί στην ίδια γλώσσα. Ο μέσος αμερικανός αναγνώστης δεν είναι εξοικειωμένος με άλλες γλώσσες εκτός από την αγγλική και γι'αυτό δεν προστρέχει σε άλλες ξενόγλωσσες πηγές έτσι ώστε τα μη αγγλόφωνα έντυπα να παρουσιάζουν περιορισμένη κυκλοφορία. Το 1909 π. χ. σε 90 εκατομμύρια κατοίκους αντιστοιχούσαν 2,600 καθημερινές ε/φ, ενώ σήμερα στις ΗΠΑ κυκλοφορούν 1,750 αντίστοιχα.[11]

Η αστικοποίηση περιλαμβάνει ένα μέρος της προαστικοποίησης, μιας τάσης των αστών της μεσαίας τάξης να εγκαθίστανται σε προάστια, με αποτέλεσμα από την γειτνίαση των προαστίων με τις μεγάλες πόλεις να γεννάται η ροπή των ε/φ να αγκαλιάσουν κατά προτίμηση αυτό το αναγνωστικό Κοινό κατά προτίμηση σε σχέση με το Κοινό των λιγότερο ευπόρων κατοίκων. Κατά μέσον όρο επαρκούς μορφώσης Αμερικανός δεν προσφέρεται για αναγνώστης Κίτρινου Τύπου αφού έχοντας υψηλό εισόδημα έχει να επιλέξει από μικρό αριθμό ε/φ, αυτές που δημοσιεύουν επαναληπτικά διαφημιστικές καταχωρήσεις και είναι μεγάλης κυκλοφορίας.

Ο J Kendrick Noble μετά από σχετική έρευνα στον Τύπο, καθόρισε τα βασικά κριτήρια, που οδηγούν σε μια σίγουρη οικονομική επιτυχία,[12] Χαρακτηριστικά που φαίνεται ότι καλύπτουν

οι Times με την μεγάλη αγοραστική τους δύναμη και την ζήτηση τους από την αμερικανική elite, που τους αποδέχεται ως ε/φ κύρους.

1. **Το κριτήριο της μοναδικότητας** αποφέρει μεγάλα κέρδη.
2. **Ευνοϊκοί δημογραφικοί παράγοντες**. Η συγκεκριμένη ε/φ πρέπει να εξυπηρετεί όσο το δυνατόν μεγαλύτερο αριθμό αναγνωστών.
3. **Γενικός προσανατολισμός**. καλύπτει πολλά από τα γενικά ενδιαφέροντα των καταναλωτών-αναγνωστών παράλληλα με τα εξειδικευμένα θέματα.
4. **Κοινωνική χρησιμότητα** θεωρείται δυναμική ε/φ και σταθερή μέσα στον χρόνο, και παρουσιάζει ότι προσφέρει μια πραγματικά ουσιαστική και δεδομένη υπηρεσία στο αναγνωστικό Κοινό, στο οποίο απευθύνεται.
5. **Καλές εργασιακές σχέσεις**. Κρατούν σταθερά το κόστος της ε/φ σε περίπτωση εργασιακής σύγκρουσης και εμφάνισης απεργιών, που συνήθως οδηγούν σε αύξηση.

**Η απορρόφηση των μηνυμάτων και η αποτελεσματικότητα τους δεν εξαρτώνται μόνο από το τι προσφέρουν οι ε/φ που τα αποστέλλουν αλλά και από τα έξοδα τους που εξαιτίας τους κινδυνεύουν να μείνουν ακάλυπτα σε περιπτώσεις άσκησης αυστηρής κριτικής για την μεροληψία τους.** [13]

*Η Ε/Φ-ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ*

***«Η εφ αντιπροσωπεύει μια μορφή οργανισμού, που σε αντίθεση με τις εμπορικές εταιρίες μετάλλου και αυτοκινήτων επηρεάζει τα θεμέλια της δημοκρατίας»***[14].

Αρχικά οι πολιτικές και κοινωνικές αποστασίες κατέταξαν αυτούς τους οργανισμούς σε δύο κατηγορίες. Αυτήν που πριν από τον εμφύλιο πόλεμο αποτελούσαν τους υπερασπιστές του και αποδέχονταν ό,τι είχε επικρατήσει ως κυρίαρχη άποψη της ηθικής του, κριτήριο για το τι πρέπει να τυπωθεί και σε αυτήν που ελέγχεται από τα πολιτικά κόμματα και αποτελούσαν τους «διαφωνούντες» Σιγά-σιγά όμως αυτό διαφοροποιείται οπότε αναπτύσσεται το φαινόμενο αντί οι πολίτες να στρέφονται ενάντια στα κόμματα, να διατυπώνεται διαφωνία του Τύπου προς την κυβέρνηση αλλά και το κυβερνών κόμμα, που μπορεί να είναι μειοψηφία

Οι σημερινές επιχειρήσεις των ε/φ εισέρχονται στο χορό των media σαν διαμορφωτές πολιτικής μέσα από την ιδιότητα τους ως επιχειρήσεις κέρδους στον τομέα των επικοινωνιών Μέσα από την επινόηση και την εκμετάλλευση της ρευστότητας περιεχομένου-διαδικασίας-σχήματος, οι επιχειρήσεις αυτές και οι ιδιοκτήτες τους αυξάνουν τη δυνατότητα να επανεκτιμήσουν τους πελάτες τους, όχι μόνο σαν αναγνωστικό Κοινό αλλά σαν καταναλωτές πληροφοριών και κάτω από αυτό το σκεπτικό «*αρκετές επιτυχημένες οικογένειες εκδοτών*

*εδραιώνονται χρησιμοποιώντας τις ε/φ τους ως βάση για τις πολιτικές και οικονομικές φιλοδοξίες τους. Στην περίπτωση που επιτρέψουν όμως στα ενδιαφέροντα εξωτερικών παραγόντων να επηρεάσουν αποκλειστικά την πολιτική σύνταξης, είναι σίγουρο ότι η προσφορά υπηρεσιών τους προς το Κοινό θα έχει αρνητικό χαρακτήρα.»* [15]

Κάθε ε/φ στις ΗΠΑ έχει την μορφή ενός κοινωνικού ινστιτούτου με τα κυριότερα χαρακτηριστικά του, τα οποία δεν μπορούμε σε όλα τα σημεία να γενικεύσουμε.

Σε μια χώρα τόσο αναπτυγμένη και τόσο σύνθετη το κάθε άτομο χάνει όλο και περισσότερο από τον ατομικό του χαρακτήρα την ελευθερία του σε ατομική δράση και "πιέζεται" να συνεχίσει να υπάρχει και να λειτουργεί μέσα σε ένα μαζικό χώρο με την μορφή ινστιτούτου. Προοδευτικά παρουσιάζει μια περισσότερο προσαρμοστική προσωπικότητα, που σκέπτεται και συμπεριφέρεται σύμφωνα με τις ιδέες και τους κανόνες της ομάδος που έχει ενταχθεί, δεδομένου ότι στα πλαίσια αυτά είναι δυνατόν να εξασφαλίσει όσα μεμονωμένα αδυνατούσε.

Και καθώς ο πληθυσμός της χώρας αναπτύσσεται και τα συστατικά της κοινωνίας γίνονται περισσότερο περίπλοκα, παράλληλα αναπτύσσεται μια ανάγκη αναπαραγωγής των ινστιτούτων, των οποίων ο χαρακτήρας είναι από την φύση του συντηρητικός. Διατηρώντας την κοινωνική παράδοση μέσα από ένα πλαίσιο κοινωνικού "συμβιβασμού" οι ε/φ ως ινστιτούτα διαθέτουν έναν μεγάλο ακλόνητο κοινωνικό έλέγχο που και αγωνίζονται να διατηρήσουν και τον οποίο μέχρι τώρα είχαν αποκτήσει με μια τάση τους να μην προσαρμόζεται, να είναι αντιδραστικές με στοιχεία αντικειμενικά φθαρμένα, κάτω από μια διοίκηση που οδηγεί σε μια προσαρμογή σύμφωνα με την κοινωνική δομή και τις διαδικασίες που καλύπτουν αντιλήψεις, προσωπικές ανάγκες και ικανοποίηση κάθε ατόμου που τους "ανήκει", συνεργώντας έτσι στην αποστράγγιση της ατομικότητας και της προσωπικότητας και στην "πρόσμιξη" της με άλλους μέσα στο "ίδιο καζάνι".

Αν θέλουμε να προχωρήσουμε ακόμα περισσότερο δεν πρέπει να παραλείψουμε να υπογραμμίσουμε τις θέσεις των κοινωνιολόγων, που αφορούν τις έννοιες της "ιδέας" και της "δομής" σε σχέση με τα ινστιτούτα. Και καθ'όν χρόνο μια ιδέα αλλάζει, η δομή λειτουργίας πρέπει να την ακολουθεί και να μετατρέπεται, μια ισορροπία που όμως δεν παρατηρείται στον αμερικανικό Τύπο που έχει προχωρήσει τόσο πολύ σε εξέλιξη. Και εδώ αναπτύσσεται ένας προβληματισμός γύρω από τον βαθμό παραβίασης του μεγάλου αριθμού "ιδεών-αντιλήψεων", που υπάρχουν στις ΗΠΑ, εκ μέρους του Τύπου. [16]

Διαφορετικές λοιπόν ε/φ φαίνεται να έχουν διαφορετικές "ιδέες-αντιλήψεις", κάτι που γεννά διαφωνία πάνω σε θεμελιώδη θέματα της δημοσιογραφίας.

Οι περισσότεροι άνθρωποι του Τύπου στις ΗΠΑ είναι πιθανόν να συμφωνήσουν πως δεν υπάρχει πράγματι "ιδέα" πέρα από τον πλουραλισμό και βεβαίως της απόκτησης χρημάτων.

Σε παλαιότερη έρευνα είχε διαπιστωθεί ότι οι ανεξάρτητες ε/φ από κόμματα περιέχουν περισσότερες ειδήσεις, μεγαλύτερα άρθρα και μεγάλο αριθμό κειμένων, γραμμένων από στελέχη (περίπτωση στην οποία εντάσσεται η New York Times λόγω του υψηλού κύρους ιδιοκτησίας της).

Γεννάται επομένως έντονος προβληματισμός, εάν μια ε/φ είναι πράγματι ανεξάρτητη ή επιδιώκει να επηρεάσει το Κοινό σχετικά όσον αφορά αξίες, πεποιθήσεις, με μια αυξανόμενη τάση επικίνδυνη ή όχι για την σύγχρονη κοινωνία.

Η αμερικανική μορφή δημοκρατίας παρέχει μεγαλύτερο ανταγωνισμό και ανεξαρτησία στις επιχειρήσεις των ΜΜΕ με τη μορφή της ιδιωτικής επιχείρησης, γεγονός όμως που παρά τις εγγυήσεις του Συντάγματος και τον περιορισμό που προσφέρουν κάποιες νομοθετικές διατάξεις, δεν εξασφαλίζει πάντοτε τα ηθικά standards αφού η τήρηση τους εξαρτάται κυρίως από την «συνείδηση» των ιδιοκτητών. Με τα κριτήρια αυτά πάντως οι εκδότες κατηγορούνται πως δεν είναι αρκετά συνεπείς προς το Κοινωνικό σύνολο, αλλά ενδιαφέρονται για το περισσότερο κόστος του εντύπου παρά για την ύλη που θα δημοσιευθεί.

Η κριτική όμως αυτή προς τον Τύπο χρειάζεται να είναι αντικειμενική χωρίς να πηγάζει από διαφορετική ιδεολογική βάση .

**Τα ΜΜΕ αποτελούν μια όψη της ανθρώπινης επικοινωνίας, αφού μέσα από αξίες και διαμορφωμένες αξίες βοηθούν στην λειτουργία της κοινωνίας.**

**Δεν θα πρέπει όμως να παραγνωρίζεται το γεγονός πως τα ίδια τα ΜΜΕ ως επιχειρήσεις δέχονται μεγάλες πιέσεις και επιρροές από μεγάλες κοινωνικές και οικονομικές δυνάμεις αποτέλεσμα της δημοκρατίας, της αστικοποίησης, της βιομηχανικής και τεχνολογικής επανάστασης.**

Σε μια πλουραλιστική κοινωνία, όπως είναι η αμερικανική δεν είναι δυνατόν μια συγκεκριμένη ιδέα να γίνει κατανοητή από όλους τους ανθρώπους του Τύπου ή και από όλα τα media. Ο ισχυρισμός ότι τα media μπορούν να κατέχουν τις κατανοητές εκείνες "ιδέες" κατανοητές σύμφωνα με τις οποίες οι άνθρωποι τους εργάζονται, δεν πείθει, εφόσον δεν παρατηρείται συμφωνία και ομοφωνία στο πλαίσιο της δράσης τους.

Ένα σημαντικό μέρος των πολιτών θεωρεί ότι η "ιδέα" που καθοδηγεί, τον Τύπο ισοδυναμεί με την ιδεολογική και φιλοσοφική θέση του εκδότου της ε/φ, που όμως δεν είναι φανερή αναφορικά με τους σκοπούς και τα αντικείμενα που καλύπτει το έντυπο, γεγονός που στην

πραγματικότητα δημιουργεί ένα κλίμα ασυμφωνιών και επαναστατικότητας, με την έντονη ανάγκη να απαιτούνται πρόσθετες πληροφορίες για την πολιτική και τις δραστηριότητες τέτοιων ινστιτούτων. Ενώ όμως κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει τον πλουραλιστικό χαρακτήρα του αμερικανικού Τύπου με την διοχέτευση ποικιλίας πληροφοριών και τον ευρύ αριθμό ιδεών και απόψεων από διαφόρου είδους πηγές, δεν είναι όλοι πεπεισμένοι εάν οι Αμερικανοί βρίσκονται κοντά στην αλήθεια με όσα συμβαίνουν γύρω τους και αν πράγματι το σύστημα ενημέρωσης με την έντονη και συχνά συναρπαστική παροχή ειδήσεων τους οδηγεί πράγματι στην αλήθεια. Επομένως ενώ η "ιδέα" του Τύπου δεν εμφανίζεται ευδιάκριτη αλλά περισσότερο αδύναμη, η δομή και λειτουργία του αντίθετα φαντάζει σαφής και σθεναρά.

Η εξέταση των κοινωνικών αναλύσεων της μαζικής επικοινωνίας, οδηγεί στην επιβεβαίωση ότι συνήθως υπάρχει μια δράση στην βιομηχανία των ΜΜΕ που ασκεί μια επίδραση στο είδος των πληροφοριών που περνούν στο Κοινό.

**Δια μέσου μιας ανάλυσης αυτών των δικτύων η επιρροή των ΜΜΕ φαίνεται ως συνέπεια των επισήμων και ανεπισήμων στρατηγικών συμπεριφοράς τέτοιες όπως είναι η διαμορφωμένη κατάσταση της ιεραρχίας σε κάθε ε/φ. Τα υψηλού status επαγγελματικά media με εξουσία και προσωπική δύναμη επηρεάζουν άλλους εργαζόμενους στην βιομηχανία των media, η δε επίδραση τους αναφορικά με ισχυρούς businessmen, την Κυβέρνηση, την Εκκλησία, την εκπαίδευση και sports θα διαμορφώσει επίσης και έναν αντίκτυπο στο περιεχόμενο τους.**

Η ε/φ κατέχει μια θέση στο πλαίσιο της κοινωνίας και αποζητά αλληλοεπίδραση με άλλους οργανισμούς προκειμένου να συγκρατήσει την κοινότητα, ώστε να λειτουργεί σε καθημερινή βάση. Μια τοπική ε/φ έχει αλληλεπιδράσεις με την τοπική κυβέρνηση, την Εκκλησία, την εκπαίδευση, τους φορείς των sports, για να τους προμηθεύσει με πληροφορίες που κρατούν κάθε ένα από αυτούς τους τομείς ζωντανούς.

Αμφότερα η κριτική και η κοινωνική ανάλυση των οργανισμών έχουν εν πρώτοις να κάνουν με το την agenda τους, το περιεχόμενο της οποίας είναι συγκεκριμένο και γίνεται αποδεκτό ή απορρίπτεται ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τους συνηθισμένους τρόπους ενέργειας τους. Η διευθέτηση της σειράς διάταξης θα έχει σίγουρες συνέπειες για τις απόψεις που περιλαμβάνει με κριτή το Κοινό, που ίσως προσπαθήσει να γνωματεύσει εάν είναι αντικειμενικές ή διαστρεβλωμένες.

**Οι ειδικοί των media πασχίζουν εντός ενός δικτύου κοινωνικών σχέσεων, που εξυπηρετούν να υποστηρίξουν το δικό τους συμφέρον. Είναι οι επαγγελματίες που επιχειρούν να αποκτήσουν τη φήμη του καλού δημοσιογράφου, του επιτυχημένου κειμενογράφου, του διάσημου καλλιτέχνη όχι μόνο μεταξύ των συναδέλφων τους αλλά και μέσα στο Κοινό τους. Παράλληλα όμως και τα μέλη του Κοινού πασχίζουν να αναπτύξουν κοινωνικές σχέσεις με τα ΜΜΕ, για να στηρίξουν τις δικές τους γνώμες-απόψεις και τα δικά τους συμφέροντα.**

## 2. ΟΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ ΤΩΝ TIMES

- *Η ΠΟΡΕΙΑ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ*

Ο Adolph Ochs, που γεννήθηκε το 1858, ήταν υιός Γερμανο-Εβραίων μεταναστών, οι οποίοι αναζητώντας πλούτο και επιτυχία εγκαθίστανται στην Αμερική το 1845.

Η ευαισθησία του για την καταγωγή του, αποτελεί τον κινητήριο μοχλό επιτυχίας όχι μόνο για τον ίδιο αλλά και για τους απογόνους του. Είναι αποφασισμένος να δείξει κυρίως μέσα από το έντυπο του, πως οι Εβραίοι εργάζονται σκληρά, είναι αξιόπιστοι και γίνονται καλοί πολίτες. Επιδιώκει το κέρδος, αλλά περισσότερο τον σεβασμό.[19]

Κατά τον Nathan Glazer η συνεισφορά των Εβραίων στην Αμερική δεν είναι τίποτε άλλο παρά γενεές δραστήριων και χαρισματικών ατόμων, που προσφέρουν στον χώρο της Τέχνης, της πολιτικής και του εργατικού Κινήματος.

Ο μεγάλος σεβασμός για μια «πολιτική διανοουμένων» στον αμερικανικό πολιτισμό προεξοφλήθηκε από την παραδοσιακά δυνατή εβραϊκή έμφαση στην εκπαίδευση και την έφεση στη μάθηση. Η αγάπη για τη μάθηση είναι μια βασική τάση.»[20]

Από τις δεκαετίες του '20, '30 και '40 οι Εβραίοι κατορθώνουν να δημιουργήσουν ένα πολιτικά φιλελεύθερο περιβάλλον και τόσο η κουλτούρα , οι αξίες, όσο και οι τάσεις τους σαν έθνος συμβάλλουν στο να διεισδύσουν γρήγορα στην πολιτική αυτής της Χώρας και να την κάνουν ξεχωριστή. Πολιτικά φιλελεύθεροι σε συνδυασμό με ένα παραγωγικό πολιτισμό καθιστούν δυναμική την παρουσία τους στην Αμερική.

*«Οι Εβραίοι φάνηκε ότι είναι διεθνιστές και συνηγορούν προς μια ευρύτερη θεώρηση των αμερικανικών συμφωνιών, σε σχέση με την άποψη άλλων της ιδίας παιδείας. Η ουσία των εβραϊκών πολιτικών αξιών συνίσταται στην ιδέα της καλλίτερης χρησιμοποίησης της δημοσπονδιακής και κυβερνητική εξουσίας, με την ενδυνάμωση των καλών όρων εκπαίδευσης, κοινωνικής και ψυχολογικής ζωής για τον πολίτη. Από ενωρίς η εβραϊκή κοινότητα ήταν αξιοπρόσεκτη στην ανάπτυξη των κοινωνικών υπηρεσιών, της προώθησης πολιτικού νεωτερισμού, στην ίδρυση συνεργασίας για τα δικαιώματα των πολιτών, για την διεύρυνση της υπεράσπισης των πνευματικών και πολιτικών ελευθεριών στη σφαίρα της αμερικανικής πολιτικής.»* [21]

Ο Ochs αγοράζει τους Times, περίπου στα 1896, όταν ως επιχείρηση παρέπαιε, έναντι $ 75. 000 τα οποία δανείζεται. Κατά την διάρκεια του Αμερικανο/Ισπανικού πολέμου αυξάνει την κυκλοφορία τους σε 82. 000 φύλλα εξαιτίας των γνώσεων του σε θέματα εκτύπωσης αλλά και οικονομικών δεδομένων. Ο ίδιος παρουσιάζει μια ισχυρή θέληση, μια υπομονή και ένα πάθος για την ενημέρωση και έτσι χωρίς πανεπιστημιακές σπουδές κατορθώνει να διακριθεί. Οπλο του για τους ανταγωνιστές δεν ήταν άλλο παρά η συνεχής προσπάθεια να κερδίζει τους ποιοτικά υψηλά αναγνώστες της Νέας Υόρκης μέσα από την δημοσίευση σοβαρών κειμένων βασισμένων σε καλά πληροφορημένες, επίσημες και αξιόπιστες πηγές στην συγκεκριμένη περιφέρεια, που αποτελούσε σημαντικό οικονομικό και εμπορικό κέντρο. Δημοσιεύοντας πληροφορίες για τις εμπορικές και οικονομικές συμφωνίες επιχειρηματιών πολλαπλασιάζει πολύ γρήγορα τις διαφημίσεις και τα κέρδη του!

**Γρήγορα δημιουργεί μια ε/φ αρχείου, που ενώ αρχικά χαρακτηρίζεται ανιαρή, σύντομα αποδεικνύεται χρησιμότατη και απαραίτητη για τους αναγνώστες της.**

**Οι Times του Ochs υποστηρίζουν τις θέσεις του Δημοκρατικού κόμματος αλλά διατηρούν και δεσμούς με την διοίκηση των Ρεπουμπλικάνων. Την δεκαετία του**

**'50 η ε/φ φέρεται ως ανεξάρτητη και ευρωπαϊκού προσανατολισμού στα διεθνή θέματα και είναι υπέρ της δραστηριοποίησης και συμμετοχής των ΗΠΑ στα ευρωπαϊκά δρώμενα υποστηρίζοντας τα Ηνωμένα Εθνη.**[22]

Από την αρχή η επιτυχία και το κύρος της ε/φ New York Times είναι κάτι που συνδέεται με την «ασυνήθιστη ευαισθησία» που δείχνει για τα διεθνή ζητήματα και τα ζητήματα των μεταναστών, με αποτέλεσμα να κυριαρχήσει και να επιβληθεί ως μέσον ενημέρωσης και επιρροής στις δυνατές κοινωνικές τάξεις. Την περίοδο του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου λ. χ. οι Times φθάνουν καθημερινά σε κυκλοφορία τα 242. 000 φύλλα και σε περισσότερα από 486. 000 την Κυριακή.[23]

Ο Ochs επικεντρώνει το ενδιαφέρον του στην σελίδα της σύνταξης, επιθυμώντας να συμπεριλάβει στο έντυπο του, όσο το δυνατόν περισσότερες γνώμες. Παίρνοντας ευχαρίστηση από τις επιστολές διαφωνούντων αναγνωστών προσφέρει μια πλουσιοπάροχη διάταξη σελίδας σκεπτόμενος έξυπνα πως έτσι θα τύχει μεγαλύτερης αναγνώρισης το έντυπο θα προωθηθεί ως αγαθό κατανάλωσης με χαρακτηριστικά αμεροληψίας. Το φύλλο γρήγορα χαρακτηρίζεται «επαναστατικό» για την εποχή κάτι που συναντά το πνεύμα των νεαρών καλλιεργημένων Αμερικανών και προσδιορίζει το στίγμα της διεθνούς πολιτικής σκηνής καλύπτοντας τα πολιτικά και οικονομικά ενδιαφέροντα και τις ανάγκες της Κυβέρνησης.

Παγιωμένοι άλλοι χαρακτηρισμοί που το προσδιορίζουν το αναγάγουν σε έντυπο με **ακρίβεια και αξιοπιστία», «έντυπο σύνθετο», «εβραϊκή κατοχή-ιδιοκτησία», «διοίκηση Καθολικών, προτίμηση Προτεσταντών.»**[24]

Αλλά εκτός από το βάρος που ρίχνει η συγκεκριμένη ε/φ στο περιεχόμενο των ιστοριών της, έχει και ένα άλλο σημαντικό μέλημα, να κρατηθεί σε ικανοποιητικά οικονομικά επίπεδα για την εξασφάλιση κέρδους. Ετσι

επεκτείνει την κυκλοφορία της εκτός εθνικού δικτύου αγοράς και σε διεθνές επίπεδο με στρατηγικές διαφήμισης, «ισορροπιών» πολιτικών επαφών και συνεργασίας.

Ο επόμενος κληρονόμος που διευθύνει τους Times είναι ο Arthur Ochs Sulzberger επονομαζόμενος Punch, εγγονός από μητέρα του Adolph S. Ochs.

Ο Arthrur μεγαλώνει στο Manhattan της Νέας Υόρκης και εκπαιδεύεται σε ακριβά ιδιωτικά σχολεία, τα οποία από τα πρώτα κιόλας χρόνια παρά τη διαπίστωση της 'δυσλεξίας του!', δεν προβλέπουν τον επιτυχή τρόπο που μελλοντικά θα διοικήσει την ε/φ και την μετέπειτα άνοδο του στη βαθμίδα των πλέον διάσημων και εύπορων ανθρώπων του Τύπου των ΗΠΑ. Το 1943 τα γεγονότα του πολέμου τον ωθούν να εγκαταλείψει τις σπουδές του και στα δεκαεπτά του να επιστρατευτεί σε μονάδα υποβρυχίων. Αργότερα συνεχίζει τις σπουδές στο Πανεπιστήμιο Columbia και στην συνέχεια τον δεύτερο χρόνο του πολέμου βρίσκεται στην Κορέα ως αξιωματικός υπεύθυνος πληροφόρησης.

Αρκετό καιρό αργότερα εργάζεται στο αξιόλογο έντυπο «Milwaukee Journal» και μόλις το 1954 σε ηλικία είκοσι οκτώ ετών, παντρεμένος με ένα παιδί, αρχίζει ουσιαστικά την καριέρα του στους Times του γραφείου των Παρισίων. Για αρκετά χρόνια δεν κατορθώνει να πάρει σοβαρές αρμοδιότητες, αφού οι οικογενειακές συνθήκες δεν το επιτρέπουν και μόλις το 1963 εμπλέκεται δυναμικά σε όλον τον κύκλο της έκδοσης.

**Την δεκαετία του '60 η ε/φ είναι ιδιαίτερα σημαντική στον χώρο των ΜΜΕ. Υποστηρίζει την αμερικανική παρεμβατική πολιτική και παίρνει μια καθαρά αντικομουνιστική θέση.**[25]

Η πορεία του Punch στέφεται καθημερινά με επιτυχία. Επιτυγχάνει την αύξηση της κυκλοφορίας της ε/φ με στόχο όχι μόνο το κέρδος αλλά και την κάλυψη των αναγκών των αναγνωστών της, πολιτική που εφαρμόζεται μέχρι σήμερα και από τον μετέπειτα κληρονόμο και εκδότη.

Οι Times φαίνονται ότι αντιτάσσονται σε κάθε μορφής έλεγχο, που επιτακτικά «κάποιοι», κατά καιρούς, επιχειρούν να επιβάλουν με κύριο εκφραστή τον

Rosenthal (διάσημο στέλεχος) ο οποίος αντιτίθεται σε κάθε μορφή ελέγχου των περιεχομένων της ε/φ ακόμα και αν υπάρχει παράλειψη από μέρους της.[26]

Οι Times γρήγορα αναπτύσσουν στενές σχέσεις με τους αξιωματούχους της αμερικανικής πρωτεύουσας. Η απόκτηση ακόμα και απορρήτων πληροφοριών ενισχύει την θέση τους και αιφνιδιάζει!

Η ε/φ που έχει την εύνοια να αποτελεί από το πρώτο ήμισυ του αιώνα το πλέον ισχυρό σε επιρροή έντυπο όχι μόνο των ΗΠΑ αλλά και του Κόσμου ολόκληρου φθάνει στο αποκορύφωμα της αίγλης της την εποχή του Reston, όταν ο ίδιος καταφέρνει να κυριαρχήσει στον χώρο των αξιωματούχων της αμερικανικής κυβέρνησης εξασφαλίζοντας στις σελίδες της δημοσιεύσεις από απόψεις στελεχών που θέλουν να ασκήσουν επιρροές στην Κοινή Γνώμη.[27]

Ενας ευρύτερος προβληματισμός δημιουργείται και «βάλλεται» η φήμη τους όταν ο Dismore επισημαίνει την πρόκληση και την προκατάληψη τους να παραλείπουν σημαντικά –κατά τη γνώμη του-γεγονότα. (Παράλειψη λ.χ. της ενδιαφέρουσας είδησης των εργασιών της Τρίτης Ετήσιας Συνδιάσκεψης των Σοσιαλιστών Μελετητών στη Νέα Υόρκη, στο πλαίσιο των οποίων έγινε η επίμαχη τοποθέτηση του επισκέπτη επί τιμή, καθηγητή Lattimore, για τον «αμερικανικό επεκτατισμό», τον Σεπτέμβριο του 1967.) Με πλήθος άλλες επικριτικές παρατηρήσεις ο Dismore ισχυρίζεται σχετικά *«δεν αποτελώ την **μοναδική φωνή με την κριτική μου για τους Times. Κάποιος πρέπει να επιχειρήσει το καθήκον του, να ανακαλύψει πως έχει πολλούς υποστηρικτές και συνεργάτες....»*** [28]

Το 1971 είναι η χρονιά «σταθμός» για την ε/φ, που ενισχύει τον κοινωνικό της ρόλο όταν εκθέτει την γνωστή υπόθεση «Pentagon Papers», που τροφοδοτεί μια διαμάχη μεταξύ όχι μόνο αυτής και της κυβέρνησης αλλά και μεταξύ του Τύπου με τον Πρόεδρο Nixon, επιδεικνύοντας έτσι και τον « κοινωνικό της ρόλο»!

Είναι η εποχή που «*..η περίπτωση Pentagon Papers ενδυναμώνει το image της ελευθερίας του εντύπου και την άκαμπτη δύναμη των στελεχών του*».

Από την άλλη μεριά ο ίδιος ο Nixon δηλώνει, ότι κινείται ενάντια στην συγκεκριμένη ε/φ, επειδή «πληγώνει όλη την προσπάθεια για το Vietnam και δίνει το δικαίωμα πολλοί να χρησιμοποιήσουν τα Pentagon Papers, για να επιτεθούν στην πολιτική, που αυτός ακολουθεί με αποτέλεσμα να στραφεί η Κοινή Γνώμη ενάντια των ιθυνόντων του πολέμου.

Πολλά περιστατικά εδραιώνουν την πεποίθηση της επίδρασης και του κύρους των Times προς το αμερικανικό Κοινό σε σχέση με άλλα ισχυρά αμερικανικά ΜΜΕ προσπαθώντας να συμβαδίσουν με την στάση των αναγνωστών τους μέσα από τα περιεχόμενα των ειδήσεων που καταδεικνύουν με στοιχεία τη σχέση Κοινής Γνώμης και Κυβέρνησης και τις πολιτικές τις επιλογές της.

«*Διαθέτοντας ακόμα και απόρρητα στοιχεία των αρχείων του FBI και της CIA [η ε/φ] αναπτύσσει την κατάλληλη επιχειρηματολογία για τήρηση ή αθέτηση όρων και δεσμεύσεων.*»[29]

Οι Times εξελίσσονται πολύ γρήγορα σε ε/φ elite επί P. Sulzberger. Καθίσταται πια σαφής ο διαχωρισμός από τη μια της elite ε/φ και από την άλλη των υπολοίπων που αποτελούν και συνθέτουν μια ευρεία παράταξη οργανισμών Τύπου( καθημερινές ε/φ, εκδοτικοί οίκοι αστικών κέντρων. Τη διαφορά μεταξύ elite και non-elite αναγνωρίζει και ο Λευκός Οίκος αλλά και όλες οι εταιρίες Τύπου. Οι Times ανακαλύπτουν και ενισχύουν την ιδέα των ανταποκριτών επικεντρώνοντας το ενδιαφέρον τους στην έγκαιρη ανταπόκριση και στην αμεσότητα των ειδήσεων. Μέσα από μια τεχνολογικά σύγχρονη διαδικασία η ε/φ αυτή με το prestige που διαθέτει, προσφέρει στους αναγνώστες πολύ περισσότερα από όσα περιμένουν και κερδίζει το ενδιαφέρον τους και την προτίμηση τους μέσα από κοινές παραδοσιακές αξίες που δείχνει ό,τι ασπάζεται.

Ο P. Sulzberger, Jr., πέμπτος κατά σειράν εκδότης, γεννημένος το 1951 ολοκληρώνει τις σπουδές του στο Tufts University με ειδικότητα στον τομέα των πολιτικών επιστημών. Με τις υποδείξεις του έμπειρου πατέρα του εργάζεται στη Νότια Καρολίνα ως δημοσιογράφος των Times και στη συνέχεια ως ανταποκριτής του Πρακτορείου Associated Press, στο Λονδίνο. Το 1978 στρέφεται αποκλειστικά στην οικογενειακή εφημερίδα.[30]

Ορθά ο Leo Bogart επισημαίνει. ***«Οι ε/φ αποτελούν το μεγαλύτερο μέσον για να-ζωντανέψει το ενδιαφέρον των αναγνωστών μιας ομάδας, προσφέροντας την καθημερινή πραγματικότητα. Αυτό επιτυγχάνεται εάν δοθεί κάτι ξεχωριστό και μοναδικό και δημιουργηθεί είδος ειδήσεων, που θα εξάψει το ενδιαφέρον αλλά και θα παρουσιάσει κάποιες λύσεις σε περιόδους κρίσεων για τους πολίτες.»***[31]

# 3. ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ-ΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ ΤΩΝ TIMES

- ***ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΟ***

Μετά τον Β' παγκόσμιο πόλεμο δημιουργείται μια νέα τάξη πραγμάτων στην κοινωνία των δυτικών χωρών και των ΗΠΑ, που ονομάζεται **"Μαζική Κοινωνία"** ***(Mass Society).*** Η τάξη αυτή παρά τις εσωτερικές της διαμάχες προσφέρει στο άτομο μια σημαντικότερη αίσθηση επαφής με την κοινωνία στο σύνολό της και μια σχέση συνάφειας με τους ανθρώπους της συναναστροφής του. Η καινούργια κοινωνία, είναι η κοινωνία του πληθυσμού, ο οποίος συνδιαλλάσσεται μέσα στο κοινωνικό αυτό σύστημα, που έχει ως κυρίαρχο σημείο του κεντρικούς φορείς-ομάδες, κεντρικά συστήματα αξιών που κατευθύνουν τους φορείς, που έχουν επεκτείνει τα σύνορά τους. Ο πληθυσμός αυτός βρίσκεται σε μια στενή σχέση με το κοινωνικό κέντρο συγκριτικά με τις αρχικές φάσεις της σύγχρονης κοινωνίας ή με σημερινές μη αναπτυγμένες ακόμα κοινωνίες.

Η μαζική κοινωνία, σαν ένα νέο φαινόμενο προκύπτει από την ελληνική έννοια της ***"πόλης"*** συνδεδεμένης κατά την πορεία της ανάπτυξης της με την ιδέα της ιδιότητος του πολίτη, που επεκτείνεται πέρα και μακρά κάθε περιορισμένης γεωγραφικής περιφέρειας. Μια σημαντική μορφή αυτής της κοινωνίας είναι η σκόπιμη "ιερότητα" της εξουσίας, όπου η μείωση της πηγαίνει παράλληλα με τον περιορισμό της δύναμης της παράδοσης. Η παράδοση συνεχίζει να αναπτύσσει τις επιρροές της αλλά είναι περισσότερο ανοιχτή σε ερμηνείες, που συχνά οδηγούν σε εκτρεπόμενες διαδικασίες δράσης.

**Η σημερινή μαζική κοινωνία είναι μια βιομηχανική κοινωνία, μέσα στην οποία υπάρχουν ταξικές διαφορές, εθνικές προκαταλήψεις και ανοργάνωτες προσωπικές σχέσεις, οι οποίες παίζουν σημαντικό ρόλο μέσα σε αυτήν χωρίς όμως να υπάρχουν στοιχεία αποτροπής αυτών των τάσεων, που έχουν ιστορικά βρεθεί από έναν χωρίς προηγούμενο βαθμό συνειδητοποίησης.**[32]

Την έννοια της τάξης ο Pryor[33] την προσδιορίζει ως σχηματισμό μιας ομάδας, μέσα στην οποία τα μέλη έχουν ενταχθεί με αντικειμενικά, υποκειμενικά και μικτά κριτήρια αλλά και αυτογνωσία.

Σύμφωνα με την θεωρία της **κοινωνικής διαστρωμάτωσης** (social stratification) ***η 'τάξη', προσδιορίζεται με αντικειμενικά κριτήρια (εισόδημα, θέση), υποκειμενικά (αλληλεγγύη στο πλαίσιο του οικονομικού και κοινωνικού ενδιαφέροντος), μικτά κριτήρια (αξιολόγηση από άλλους αναφορικά με τις αξίες), κριτήρια του αυτοπροσδιορισμού και της ταυτότητας. Η τάξη προσδιορίζεται ως ομάδα, που αγωνίζεται από κοινού για αλλαγή, στο πλαίσιο της εξουσίας της για την εξισορρόπηση των λειτουργιών της κοινωνίας.***[34]

Οι κοινωνικές τάξεις αποτελούν έναν κοινό, κυρίαρχο παράγοντα, που οργανώνει τις αντικειμενικές και υποκειμενικές κατατάξεις. Η έννοια "νέα τάξη" αναφέρεται σε μια κυρίαρχη τάξη των διαχειριστών ή επιτελικών δημόσιων λειτουργών, που έχουν αντικαταστήσει την παραδοσιακή καπιταλιστική τάξη των ιδιοκτητών. Μέσα στην τάξη αυτή συμπεριλαμβάνονται μέσου μορφωτικού επιπέδου εργαζόμενοι, επιστήμονες, τεχνικοί, ακαδημαϊκοί δάσκαλοι και κατά περίπτωση υπάλληλοι γραφείου, που συμμετέχουν στην αύξηση της διανομής του συνόλου της οικονομίας κάτω από τον έλεγχο της κυβέρνησης και των δημόσιων διαχειριστών.

Τα μέλη της ενεργούν ως μεγάλη πολιτική και οικονομική δύναμη δια μέσου των πνευματικών τους δραστηριοτήτων, είτε στα κέντρα λήψης αποφάσεων της βιομηχανίας, είτε στην κυβέρνηση είτε στους χώρους εκτός αγοράς με την μετάδοση και διάδοση νέων ιδεολογικών δυνάμεων.

**Η δράση της "νέας τάξης" ενισχύεται από την εκπαίδευση, την αύξηση επιπέδου της οικονομικής επέκτασης, την σημαντική παρουσία εκπαιδευμένων εργασιακών δυνάμεων και την εξασθένηση της παραδοσιακής ιδεολογικής υποστήριξης του καπιταλισμού (η ιδιοκτησία διαχωρίζεται από τον έλεγχο και η κατοχή επιχειρήσεων μπαίνει σε γραφειοκρατική τροχιά)**[35]

Αλλά δράση της "νέας τάξης" χωρίς συμμετοχή των ΜΜΕ δεν νοείται.

Τα ΜΜΕ απευθύνονται σε έναν βασικό επιλεγμένο σχηματισμό το **Κοινό,** ένα group ατόμων, που έρχονται αντιμέτωπα με ένα συμβάν, που είναι διαχωρισμένα ως προς τις ιδέες τους για την αντιμετώπιση του συμβάντος, ένα group, τα μέλη του οποίου εμπλέκονται σε ανταλλαγές απόψεων για το συγκεκριμένο θέμα.[36]

Ορισμός που θα καθορίζει επακριβώς την έννοια του Κοινού ***(Audience)*** δεν είναι εύκολο να ανάζητηθεί, αφού το μαζικό Κοινό, ***(Mass Audience)***, είναι διάσπαρτο, ασταθές, ευμετάβολο και ετερογενές. Η φύση του, δηλαδή, δεν

επιδέχεται ανάλυση, που θα οδηγήσει σε σίγουρα συμπεράσματα, αν και αρκετοί επιστήμονες έχουν προσπαθήσει να το επιχειρήσουν μέσω της στατιστικής.

Το Κοινό των ΜΜΕ ακροατήριο/αναγνώστες; είναι ετερογενές. Πράγματι, δεν υπάρχει ένα μοναδικό μαζικό ακροατήριο αλλά μάλλον μια πολλαπλότητα ακροατηρίου-αναγνωστικού Κοινού με την μορφή συνασπισμού μέσα στις μάζες. Το Κοινό σε μια δημοκρατική κοινωνία των ΜΜΕ δεν είναι μονολιθικό αλλά πλουραλιστικό και ποικιλόχρωμο!

**Το είδος του Κοινού σε μεγάλο βαθμό εξαρτάται από τις στάσεις, τις αξίες του, τις επιθυμίες του και την φιλοσοφία του για την ζωή.**

Γενικά υποστηρίζεται ότι το Κοινό ως αναγνώστης ή ακροατής-παραλήπτης μηνυμάτων διαφέρει σε τρία βασικά στοιχεία:

***το μέγεθος, την σύνθεση, τον βαθμό της ομοιογένειας, την μακροβιότητα.***

Για το μέγεθος λέγεται πως το μεγάλο Κοινό, το μέτριο και το μικρό, υπάρχουν κάτω από ένα είδος ακαθόριστο και απροσδιόριστο.

Σε κάθε περίπτωση τα είδη Κοινού διαφέρουν μεταξύ τους σε μέγεθος, αφού διαφορετικός αριθμός ατόμων εκτίθεται κάθε φορά στα διαφορετικά είδη ΜΜΕ. Παρόλο δε που υπάρχουν επικαλύψεις στα είδη του Κοινού, μπορούμε ωστόσο να θεωρήσουμε πως κάθε διαφορετικό Κοινό διαφέρει ως προς την σύσταση του και παρουσιάζει στο σύνολο του μια μοναδικότητα που περιλαμβάνει άλλα είδη ατόμων και διαφορετικής σύνθεσης προσωπικότητες, που ανήκουν στην ίδια κατηγορία.

Ο βαθμός της ομοιογένειας ποικίλει ανάμεσα στα είδη του Κοινού. Κανένα Κοινό δεν διατηρεί πάντοτε την συνοχή του και δεν παραμένει ανέπαφο κατά την έκθεση του σε όλη την διάρκεια της διαδικασίας επικοινωνίας, αποστολής και λήψης ενός μηνύματος. Δεν μπορεί, δηλαδή, τα μέλη του να βρίσκονται πάντοτε πνευματικά αφοσιωμένα μέσα στο μήνυμα, ούτε ψυχολογικά να το δέχονται ή να το αντιπαρέρχονται. Υπάρχει ένας βαθμός ρευστότητας, που είναι συνυφασμένος με την μακροβιότητα του Κοινού ως προς τον χρόνο παραμονής του κάτω από την επικοινωνία-επιρροή με ένα ΜΜΕ ***(exposure cohesion)***.[37]

Για το Κοινό έχουν καταγραφεί πολλές κατηγορίες, η αναφορά των οποίων επιβάλλεται για να γίνει αντιληπτός ο ρόλος κάθε μιας σε σχέση με τις ε/φ οι βασικότερες των οποίων είναι: **Το Γενικό Κοινό και το Ειδικό Κοινό**.

Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει το ετερογενές Γενικό Κοινό, που δεν έχει την αίσθηση επαφής με τα άλλα μέλη που έχουν κοινά στοιχεία. Είναι το Κοινό αυτό, που τα δικά του μέλη δεν συμπεριφέρονται ως να ανήκουν στην ίδια ομάδα και εκτίθενται στα ΜΜΕ αντιδρώντα μεμονωμένα και ανεξάρτητα. Το Ειδικό Κοινό αν και είναι διάσπαρτο, ανώνυμο και σε πολλές όψεις ετερογενές, αποτελείται από άτομα μεμονωμένα μεν αλλά με κοινά ενδιαφέροντα και προσανατολισμό.

Η κατάταξη του Κοινού έχει σχέση με τα μέλη του, τις γνώσεις τους (περιορισμένες ή όχι) και την πολιτιστική ανάπτυξη τους. Ετσι υπάρχει το Κοινό που έχει μέλη **περιορισμένης παιδείας (illeterates)** ***που*** αρέσκονται στις επικεφαλίδες, τις εικόνες, που εκτίθενται στα μηνύματα διαθέτοντας ένα μικρό ποσοστό προσπάθειας για να δεχθούν κάποιο από αυτά. Αυτός ο τύπος Κοινού δεν συμμετέχει ενεργά σε κοινωνικές ή πολιτικές δραστηριότητες, παραμένει απομονωμένος έξω από την κοινωνία, έξω από την οικογένεια ή τον γειτονικό του περίγυρο, αισθανόμενος, ότι έχει πολύ περιορισμένη δυνατότητα να επηρεάσει βαρυσήμαντες αποφάσεις. Τα μέλη αυτής της κατηγορίας Κοινού έχουν εσωτερικό κόσμο επικοινωνίας με την έννοια, πως ό,τι παίρνουν από τα μηνύματα το επεξεργάζονται για τον εαυτό τους, για το δικό τους συναισθηματικό όφελος και δεν το μοιράζονται με άλλους. Κοινωνικο-οικονομικά ανήκουν στην τάξη των φτωχών και σε ικανό αριθμό στην κατωτέρα-μέση κοινωνική τάξη και αν τύχει να έχει ένα ποσοστό εξ αυτών μια κάποια σχετική οικονομική δυνατότητα, αυτό δεν τους κινητοποιεί για να διαβάζουν και να παρακολουθούν όλα παρά όσα τα ικανοποιούν προσωπικά. Το ποσοστό στις ΗΠΑ όσων εκτίθενται στα ΜΜΕ σε σχέση με ολόκληρο τον πληθυσμό είναι περίπου 60%.[38]

Μια άλλη κατάταξη του Κοινού είναι αυτή που χαρακτηρίζεται από πρακτικότητα, **οι ρεαλιστές (pragmatics)**. Τα μέλη αυτής της κατηγορίας αρέσκονται να αναμειγνύονται στα Κοινά, να ψηφίζουν, να εργάζονται, να ταξιδεύουν, να έχουν hobbies, ιδιόκτητο σπίτι και αυτοκίνητο, να ανήκουν σε clubs-οργανωμένες ομάδες, να αγοράζουν και να διαβάζουν περιοδικά και ε/φ, να ακούν ραδιόφωνο και γενικά να είναι ενεργητικά φυσικά και πνευματικά. **Είναι φιλόδοξα άτομα που επιθυμούν να αναρριχηθούν μέσα στο κοινωνικό σύστημα και να γίνουν αποδεκτά από τους άλλους, ενδιαφέρονται για την θέση τους (status) και αφού οι υλικές κατακτήσεις είναι σύμβολα του status, στοχεύουν να συσσωρεύσουν κτήσεις. Με λίγα λόγια είναι αυτά τα άτομα, που ασκούν**

**κοινωνική δύναμη σήμερα. Το είδος αυτού του Κοινού αντίθετα με το Κοινό περιορισμένης παιδείας (illiterates) ζητά πληροφορίες, που θα το βοηθήσουν προκαταβολικά, αναμειγνύεται με τα κοινά, έχει πρακτικούς λόγους να εκτίθεται σε μηνύματα και είναι snob χωρίς όμως να απομονώνεται από τους άλλους, ένα είδος ενεργητικού snob, που η αλαζονεία του πηγάζει από την κοινωνική του ολοκλήρωση, τους τίτλους του, το επίπεδο των φίλων-συνεργατών του, του περίγυρου του. Η κατηγορία αυτή αποτελείται από μέλη, που ενώ είναι δραστήρια έχουν την τάση να μην αρέσκονται στην φιλοσοφική ανάλυση και θεώρηση των πραγμάτων, ενεργούν με βάση όχι μόνο τις ιδέες αλλά και τα υλικά αγαθά με τη διαφορά όμως πως κατά καιρούς μπορούν να δεχθούν ένα "σοβαρό" μήνυμα", γιατί θα έχουν αργότερα να αποκομίσουν από αυτό κάποια υλικά οφέλη. Η κατηγορία αυτή αποτελεί το 30% του συνολικού Κοινού στις ΗΠΑ.**

[Υπάρχουν όμως και οι **"ψευδοδιανοούμενοι,"** αυτοί που ενώνονται με τους πραγματικούς διανοούμενους για λόγους πρακτικούς και δείχνουν κάτι, που στην πραγματικότητα δεν είναι. Βασική διαφορά μεταξύ τους η ιδεολογία. Ο ψευδοδιανοούμενος είναι ένας "κουρσάρος" για συγκεκριμένο λόγο, με ανοικτό ορίζοντα που αναζητά την αλήθεια και επικεντρώνει το ενδιαφέρον του, σε ένα πολιτικό προσανατολισμό, σε μια ιδέα, σε ένα τρόπο ερευνητικής μεθοδολογίας και αυτή η ιδέα του, το υλικό ενδιαφέρον, τον οδηγεί σε ένα δρόμο που ο μονολιθισμός είναι η panacea όλων των προβλημάτων. Πιστός στο προσωπικό του πρόγραμμα παραμένει έτσι ακόμα και αν επηρεάζεται από αδιάλλακτες, ετερόδοξες θέσεις-στάσεις. Πολλοί είναι οι συγγραφείς, που πιστεύουν πως οι αυτού του τύπου οι διανοούμενοι είναι κατά περίπτωση ιδεολόγοι αλλά αυτό σε συνδυασμό με την παθιασμένη θέση για τα ιδεολογικά τους "πιστεύω", τους μετατρέπει σε φανατικούς οπαδούς.]

Μια άλλη κατηγορία του Κοινού είναι αυτός του **"ευαισθητοποιημένου Κοινού" (attentive public),** που χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει το μέρος του Γενικού Κοινού, που δείχνει ενδιαφέρον για τα πολιτικά πράγματα) και εμπλέκεται στην εξωτερική πολιτική.[39]

Το attentive public μπορεί να έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, την ***πνευματική περιέργεια, το κοινό πάθος, την πολιτική αλαζονεία***, που δίνουν την εικόνα παρόμοιων προσώπων. Σε αυτό το Κοινό στρέφονται κυρίως τα ΜΜΕ, για τα οποία αποτελεί τον κυριότερο καταναλωτή μηνυμάτων και δεδομένου ότι είναι επιδεκτικό ποικίλων πληροφοριών, τις οποίες αποζητά για όλα τα ζητήματα, αποτελεί "βορά" για τους δημοσιογράφους, που το τρέφουν" κατάλληλα! [40]

**Το "ευαισθητοποιημένο Κοινό" (attentive public), που περιορίζεται σε μια ομάδα ατόμων του ευρύτερου πληθυσμού, επιδεικνύει ενδιαφέρον για τα πολιτικά πράγματα της Χώρας και εμπλέκεται σε αυτά, μη παραλείποντας να τα συζητά και να τα αναλύει με τους άλλους.**

Σχετικές έρευνες γύρο από την προσοχή και το ενδιαφέρον, που επιδεικνύει το attentive public για τις πολιτικές ειδήσεις κατέληξαν, **ότι η προσοχή είναι άρρηκτα δεμένη τόσο με την πολιτική γνώση και τις κοινωνικό-οικονομικές παραμέτρους, όσο και με την πολιτική δράση (ποσοστό 15% σε πολιτικές εκδηλώσεις και πολιτικές εκστρατείες).** [41]

- ***ELITE, ΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ ΤΩΝ TIMES***

Η αμερικανική κοινωνία είναι δομημένη σαν μια πυραμίδα με ένα μικρό ποσοστό ατόμων που επηρεάζουν και διαμορφώνουν την πολιτική στην κορυφή της (elite, decision makers and policy influentials), ένα μεγαλύτερο ποσοστό που συνιστά το attentive public και τη βάση της που αποτελεί το μεγαλύτερο ποσοστό του Κοινού.[42]

**να μέρος του attentive public περιλαμβάνει τους διανοούμενους (intellectuals), την πολιτική elite (πολιτικούς αρχηγούς, κυβερνητικούς λειτουργούς, οπαδούς πολιτικών κομμάτων), την γραφειοκρατική elite, την elite των ιδιωτικών συμφερόντων και την elite της επικοινωνίας (ΜΜΕ-δημοσιογράφους).**

**Η ε/φ Times (δημοσιογράφοι, στελέχη, αναγνώστες) φαίνεται ότι συνδέεται με την αμερικανική elite [intellectuals, οικονομική και πολιτική elite, διαμορφωτές Κοινής Γνώμης (opinion leaders)] και στοχεύει στην ενημέρωση και ενεργοποίηση της που έχει μια διαφορετική πολιτική κοινωνικοποίηση από αυτήν των απλών πολιτών.**

Η πολιτική elite αρχίζει να διαμορφώνεται ως πολιτική τάση από την μικρή ηλικία των ατόμων, που κατευθύνονται από πολιτικοποιημένους γονείς με στόχους τα πολιτικά επίπεδα υψηλού ενδιαφέροντος. Επειδή η πολιτική elite διαφοροποιεί τις απόψεις της σε σχέση με αλλαγές σε κάποιους όρους του περιβάλλοντος της, ή νέες πληροφορίες μιας ουσιαστικής υποχρεωτικής κατάστασης, είναι φυσικό οι αλλαγές της αυτές να είναι ορθολογιστικές, εξεταζόμενες προσεκτικά σε σύγκριση με το άλλο μέρος του Κοινού, που δεν αγγίζει πάντοτε την βαθύτερη σημασία των πολιτικών δρώμενων και για το

οποίο ενδεχόμενες αλλαγές παράγουν περιορισμένου αριθμού ερεθίσμάτα και δράση.

**Η αμερικανική πολιτική elite κρατεί υψηλό βαθμό σταθερών και προβλεπόμενων πεποιθήσεων και με βάση την λογική, ψυχολογική προδιάθεση και την κοινωνική σχέση, είναι καλλίτερα εφοδιασμένη για να αντιληφθεί την μεταξύ συγκεκριμένων απόψεων-ιδεών σχέση.**

Το υψηλότερό επίπεδο γνώσης και η ευρύτερη εμπειρία ωθούν την πολιτική elite στην επαγρύπνηση για την σταθερότητα αυτών των συγκεκριμένων θέσεων-ιδεών.

**Στο πλαίσιο της κατοχής και άσκησης εξουσίας η elite χαρακτηρίζεται από υψηλή αντοχή σε πολιτικά ρίσκα, είναι φιλόδοξη, εξωστρεφής και επηρεάζει γνώμες και λήψεις αποφάσεων, με στάσεις συγκεκριμένες και συνήθως σταθερές, που επηρεάζουν την όλη της συμπεριφορά, όπως αποδεικνύεται και από συγκεκριμένη νομοθετική δράση και λειτουργία νομοθετικών πλαισίων.**

**Η elite (intellectuals, opinion leaders) επωνύμων ιδιοκτητών και εργαζομένων σε συγκεκριμένα ΜΜΕ και γενικά ανθρώπων όλων των ανωτέρων κοινωνικών βαθμίδων), αποτελεί μια ακόμα κατηγορία Κοινού αναλογικά στο μικρότερο μέρος του Γενικού Κοινού.**

Η ***Elite-διανοούμενοι ( intellectuals)*** είναι αυτή που αποτελείται από ειδικούς σε σχέση με υψηλής ποιότητας γενικές ιδέες και αρχές σε ερωτήματα αξιών και αισθητικής και οι οποίοι επικοινωνούν φέροντες τις κρίσεις-απόψεις τέτοιων θεμάτων σε ένα ευρύ ακροατήριο.[42]

Σχετικά ο Edward Shils[43] κάνει λόγο για μια μειονότητα ατόμων σε κάθε κοινωνία, που περισσότερο από τους καθημερινούς ανθρώπους έχει την επιθυμία να επικοινωνεί συχνά με σύμβολα. Ο ίδιος συμπληρώνει, ότι αυτή η κατηγορία καλύπτει τις ανάγκες της κοινωνίας και όχι μόνο τις δικές της.

Οι διανοούμενοι είναι αυτοί που απασχολούνται με ιδέες, αντιλήψεις, φιλοσοφικά προβλήματα και αισθητική, παίρνοντας στα σοβαρά όσα πράγματι είναι έτσι. Περιφρονούν την ύλη και επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους σε ιδέες, είναι αυτοί, που έχουν σε προτεραιότητα ό,τι είναι σημαντικό για την ανθρωπότητα σαν στοχαστικοί ανθρωπιστές, δεν είναι πάντοτε κοινωνικοί (όχι κοινωνικοί αλλά και όχι αντικοινωνικοί), είναι εσωστρεφείς και εγωκεντρικοί, αρέσκονται στο να συναναστρέφονται άλλους, που έχουν τις ίδιες αντιλήψεις, αντικομφορμιστές μέσα στην δική τους θέση-προσαρμογή. Πολιτιστικά κυρίως

αριστοκράτες και ιδεολογικά μονοκράτορες στο υπόλοιπο ανθρωπιστές αναζητούν μέσα από μια διαλεκτική υψηλού επιπέδου ή ένα καλλίτερο κόσμο για το αύριο. Οι ίδιοι και ο περίγυρος τους είναι άτομα ρυθμιστές μιας κοινωνίας, κατοχυρωμένοι και σίγουροι για τις εσωτερικές τους στάσεις, με πολλές υποψίες σε όποιες αποφάσεις προϊόντα ομάδων-οργανισμών.

**Γεωγραφική θέση και Αμερικανοί Διανοούμενοι (Intellectuals) σε ποσοστά**

| **Γεωγρ/κή Περιφέρεια** | **Παρούσα Διαμονή** | **Διαμονή στη Γενέτειρα** |
|---|---|---|
| **REGION** | **Current Location (%) N=163** | **Living in Hometown* (%) N=160** |
| **Εκτός U.S.A** | **2** | **12** |
| **New England** | **14** | **11** |
| **Mid-Atlantic περιφ/ρεια Εκτός New York City** | **5** | **14** |
| **Νότος Εκτός Washington** | **4** | **9** |
| **Κεντροδυτική** | **6** | **12** |
| **Δύση** | **7** | **8** |
| **Washington, D.C.** | **11** | **2** |
| **Περιφέρεια New York City **** | **51** | **32** |

- *Μαθητεύσαντες σε Πρωτοβάθμια βάση εκεί. (Attended elementary school there)
- ** ακτίνα 50 μιλίων (Fifty-mile radius)

Πηγή: "The Intellectuals and the Powers", Chicago University, 1972.

Ο πίνακας παρουσιάζει το ποσοστό intellectuals κατά περιφέρεια στις ΗΠΑ. Από έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 1970, **οι intellectuals αποτελούν το κύριο αναγνωστικό Κοινό της ε/φ New York Times. Η Νέα Αγγλία, η Νέα Υόρκη και η**

**Washington είναι οι περιοχές με μεγάλη κυκλοφορία της ε/φ "The New York Times".**

**Σημαντικές αλλαγές, που πραγματοποιούνται μέσα στον χρόνο επηρεάζουν τα έντυπα από τους intellectuals αφού ο ρόλος τους συνδέεται με την έννοια της κουλτούρας και συμπεριλαμβάνει τα "σύμβολα", που δίνουν έννοια στα αντικείμενα και τις πράξεις.** Τα σύμβολα τα οποία εκφράζουν κάποια ηθική αντίληψη ονομάζονται από τον Kadushin ***"ιδέες ηθικών αξιών"*** και εφαρμόζονται σε κάθε κοινωνία σε μεγάλη ποικιλία καταστάσεων, από περιορισμένο σύνολο προσώπων (intellectuals), που θεωρούνται ειδικά δημιουργικοί και ειδήμονες στο να ανακαλύπτουν τη σχέση μεταξύ της μιας ηθικής αξίας και μιας άλλης. Ο ρόλος αυτής της κατηγορίας ατόμων πάντοτε συνδέεται με υψηλή ποιότητα και δημιουργία. Ο Kadushin ισχυρίζεται, ότι ο κόσμος των intellectuals αποτελεί έναν κύκλο. Οι επικεφαλής του κύκλου γράφουν σε έντυπα, που κυριαρχούν, σίγουροι ότι αυτά διαβάζονται κυρίως από όλες τις κατηγορίες της ομάδας (elite).[44]. Το σημαντικό είναι πως οι αναγνώστες της κατηγορίας των έγκριτων μεγάλης κυκλοφορίας εντύπων δέχονται επιρροές, με αποτέλεσμα το συχνό feedback, μεγαλύτερο από αυτό που προκαλούν τα περιορισμένης κυκλοφορίας έντυπα.

**Οι intellectuals με τις συνήθεις μελέτες που διαθέτουν και τις προτιμήσεις τους σε κείμενα, συντελούν στην καθιέρωση των εντύπων κύρους σε βάρος άλλων καλλιεργώντας την αποδοχή των θέσεων που αναπτύσσουν του style παρουσίασης και των συντάκτες τους.**

Οι intellectuals ασκούν επιρροή, "φτιάχνουν" τα έντυπα και τα έντυπα "φτιάχνουν" ή μειώνουν κατά περίπτωση τη φήμη ή το κύρος των intellectuals.

Τα περισσότερα μέλη της elite -σύμφωνα με δείγμα από intellectuals- ενώ τοποθετούνται αντίθετα στην ριζοσπαστική πολιτική, θεωρούν ότι η κοινωνία τους δέχεται τις συνέπειες της. Οι ερωτηθέντες έχουν δηλώσει, ότι και οι ίδιοι επηρεάζονται από αυτήν σε ένα βαθμό μέσα από τα έντυπα.

Ειδικότερα για τους διαμορφωτές της Κοινής γνώμης (opinion leaders) η μελέτη του Rovere, ασχολήθηκε με τον ενεργητικό τους ρόλο, τους κατατάσσει σε τρεις επιμέρους κατηγορίες *τοπικός (local), κοινωνικός (cosmopolitan), μονομερής (monomorphus)*, ενώ ο Merton πρώτος υποδεικνύει με βάση τη δομή των κοινωνικών σχέσεων, τη δυνατότητα προόδου, το status, την επιρροή και την χρήση της επιρροής ακόμα και αυτής των ΜΜΕ, ως ***μονομερείς διαμορφωτές***

*(monomorphus opinion leaders)* τους *"εξειδικευμένους" (experts)* σε ένα ειδικό αντικείμενο των οποίων όμως η επιρροή δεν διαχέεται σε άλλα επίπεδα πέραν του συγκεκριμένου. Οι Katz και Lazarsfeld στηριζόμενοι στην αυτοπαρατήρηση 693 opinion leaders προσδιορίζουν τέσσερις σημαντικές παραμέτρους, που συνδέονται με την θέση και την λειτουργία των opinion leaders.[45]

**Οι διαμορφωτές της Κοινής Γνώμης (opinion leaders) κατέχοντες σε μεγαλύτερο ποσοστό τις ανώτατες κοινωνικές βαθμίδες (status), διαθέτουν μια μεγαλύτερη εξουσία, δεδομένου ότι καλλιεργούν επαφές με πρόσωπα πολιτικής δράσης που έχουν υψηλό επίπεδο μόρφωσης και παιδείας. Η επιρροή τους σε σχέση με την ηλικία παρουσιάζει την τάση να μεταφέρεται από άτομα ώριμης ηλικίας σε άτομα νεαρά.**

Οι κυριότερες ιδιότητες των opinion leaders είναι ότι:

- ***παρουσιάζονται σε όλες τις κοινωνικές βαθμίδες***, σε όλα τα επαγγέλματα, τις κοινωνικές ομάδες και η επιρροή τους επιδρά σε άτομα του ίδιου κοινωνικού επιπέδου.
- ***εμπλέκονται περισσότερο σε διάφορες κοινωνικές δραστηριότητες***, κοινωνικούς φορείς και είναι το επίκεντρο στο προσωπικό τους δίκτυο.
- ***είναι ενημερωμένοι για τα θέματα του χώρου στον οποίο ασκούν επιρροή*** και εκτίθενται στα ΜΜΕ περισσότερο από όλους τους άλλους. (Ανταποκριτές των Times στην Ευρώπη-Βαλκάνια, Διεθνείς Σχέσεις των ΗΠΑ).
- ***εκφράζουν μια συγκεκριμένη επικοινωνιακή τάση και συμμετέχουν*** τόσο σε επίσημες διαδικασίες επικοινωνίας, όσο και άτυπες. (Σύνταξη άρθρων-συνεργασία με Washington).
- ***έχουν εξειδίκευση σε τομείς, στους οποίους ασκούν επίδραση*** και συνήθως αποτελούν πηγές πληροφόρησης και επιρροής για άλλους πολίτες (οι ανταποκριτές των Times διαβάζονται από στελέχη των ΜΜΕ, επιχειρήσεων, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της Κυβέρνησης), που με τη σειρά τους ασκούν τις δικές τους επιρροές στην ομάδα τους.
- ***έχουν υψηλό βαθμό ευφυίας, γνώσεις, παρουσιάζουν ομοιότητες*** σε σχέση με τη γλώσσα, τα ενδιαφέροντα, τις σκέψεις, τις αξίες και την εκτίμηση των πραγμάτων με αυτούς που ανταποκρίνονται στην επιρροή τους. (βλέπε σχετ. Binder, Kamm βιογραφικά στοιχεία).

Άλλα χαρακτηριστικά και ιδιότητες των opinion leaders είναι η τόλμη τους και η εκπροσώπηση κοινωνικών αξιών, τις οποίες προσωποποιούν, ο συμβιβασμός με το υπάρχον κοινωνικό σύστημα και η ενσωμάτωση σε πολλά κοινωνικά δίκτυα, των οποίων αποτελούν επίκεντρο. Εχουν φίλους άτομα, που συναινούν μαζί τους και γενικά διαθέτουν ***κοινωνική προσέγγιση*** *(social accessibility)*, την οποία οι Coleman, Katz και Menzel θεωρούν, ότι είναι το κύριο εργαλείο τους. [46] Για να παίξούν το ρόλο τους χρειάζονται πάνω απ' όλα ***κοινωνική αναγνώριση*** (social recognition), που περιλαμβάνει αξιοπιστία, ακρίβεια, συνέπεια και εμπιστοσύνη.

**Η θέση του opinion leader στηρίζεται στην αναγνώριση και την φήμη για την εξειδίκευση του, για τον χώρο που είναι πολύ καλά ενημερωμένος ακολουθώντας τις εξελίξεις.**

**Η θέση των opinion leaders στη διαδικασία της επικοινωνίας είναι θεμελιώδης ως συντελεστές στη διάχυση των πληροφοριών και άσκησης επιρροής στα μέλη των ομάδων τους, τα οποία τους αποδέχονται και τους εμπιστεύονται. Επομένως, η ροή των πληροφοριών και η επιρροή των ΜΜΕ προς το αναγνωστικό Κοινό πρέπει να θεωρηθεί ότι πραγματοποιείται σε δύο στάδια: από τα ΜΜΕ στους opinion leaders και από αυτούς στο Κοινό. Αυτό είναι το λεγόμενο μοντέλο δύο ροών επικοινωνίας (two- step flow of communication).**[47]

Οι ερευνητές στην προσπάθεια τους να διαπιστώσουν τον βαθμό επίδρασης όλων των πηγών πληροφόρησης στους opinion leaders, ανακάλυψαν πως η μελέτη των εφημερίδων τους εξυπηρετεί ως κυρίαρχη πηγή τόσο για τις αναφορές τους όσο και για τις αναλύσεις τους. Από τις μελέτες των Danielson και Deutschman προκύπτει ότι ***"οι πληροφορίες από τα σημαντικά ΜΜΕ για σοβαρά γεγονότα πηγαίνουν άμεσα σε συγκεκριμένα άτομα [opinion leaders] και δεν αναμεταδίδονται σε μια μεγάλη έκταση. Οι πολίτες συζητούν για τα σοβαρά γεγονότα, για τα οποία έχουν πάρει πληροφορίες από τα ΜΜΕ, ενώ οι opinion leaders, που κατέχουν περισσότερες συμπληρωματικές πληροφορίες επικαλύπτουν και τις επαναλαμβάνουν, όταν προκύπτουν ανάλογα ζητήματα."*** [48]

**Οι Times κρίνονται ως η πλέον δυναμική ε/φ με βάση τις ειδήσεις, που επιλέγει, τον τρόπο που τις παρουσιάζει και τις ερμηνείες και αναλύσεις που προσφέρει για τα θέματα εθνικής σημασίας. Μαζί με τις ε/φ Christian Science Monitor, Washington Post, Wall Street Journal και κάποιες ακόμα οι Times χαρακτηρίζονται αρχικά από τον John Merrill**[49] ***elite,*** **προσφορά καλής**

**ενημέρωσης προς αναγνώστες, που διαμορφώνουν στάσεις στις ΗΠΑ αλλά και πολλές άλλες χώρες του κόσμου.**

Η elite ε/φ προσφέρει όχι απλά γεγονότα αλλά και ιδέες και πραγματικά ζητήματα από τον χώρο της πολιτικής οικονομίας, των διεθνών σχέσεων, της εκπαίδευσης, των επιχειρήσεων και της αγοράς, του πολιτισμού και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Η κατηγορία αυτή των ε/φ –κατά τον Merrill είκοσι (20) στον αριθμό στις ΗΠΑ- έχει μεγάλη εμβέλεια και εμφανίζεται σε ελεύθερες και μη κοινωνίες με μεγάλο κύρος, διαθέτοντας επιρροή που αντλείται από την κάλυψη των ειδήσεων που προσφέρουν με στόχο την ικανοποίηση μεγάλου αριθμού αναγνωστών.

Καθώς τα έντυπα εξελίσσονται και ολοκληρώνονται, ιδιαίτερα τα μέλη της elite που ενδιαφέρονται αρκετά για τα πολιτικά δρώμενα τα οποία παρακολουθεί από τα σχετικά τμήματα των εντύπων, "πιέζει" όλο και περισσότερο απαιτώντας είδη μοναδικά και "διαφορετικά". Αν λοιπόν το Κοινό των ρεαλιστών (pragmatics) αποδέχεται μηνύματα, που εφαρμόζονται στον πρακτικό τους κόσμο βοηθούμενοι στην πορεία προς την πρόοδο και εξέλιξη, οι intellectuals αντίθετα παίρνουν εκείνα, που τους αρέσουν, όσα αποτελούν προκλητικές πληροφορίες, που τους ερεθίζουν διανοητικά και ενώ αντίθετα από τους πρώτους που αναζητούν πληροφορίες για δεοντολογική επικοινωνία των πραγματικών αναγκών, οι δεύτεροι επιδιώκουν την αισθητική και καταλυτική. **Ανάμεσα στα χαρακτηριστικά των δύο αυτών κατηγοριών (elite, pragmatics) κινούνται και οι αναγνώστες των Times, προς τους οποίους η ε/φ στρέφει τις επιρροές της με την πολιτική πληροφόρησης, που χρησιμοποιεί διαχρονικά.**

**Η ε/φ New York Times ασκεί μεγάλη επιρροή, επειδή θεωρείται σημαντική. Το 98% του δείγματος των αναγνωστών που εξετάστηκε, διαβάζει από αυτήν τόσο τα διάφορα άρθρα όσο και τις σελίδες Σύνταξης (editorial). Το 98% των ερωτηθέντων της elite των αμερικανών αναγνωστών δηλώνει, ότι διαβάζει τους New York Times** ενώ τα 3/4 από αυτούς δηλώνουν επίσης ότι διαβάζουν το περιοδικό New York Times Magazine. [50]

**Οι N.Y. Times μπορούν και να επηρεάσουν στην λήψη πολιτικών αποφάσεων και να ενισχύσουν στάσεις της elite και αυτό διότι όπως και πολλά άλλα ΜΜΕ δημιουργούν ερεθίσματα για δράση στην elite, που με την σειρά της επιδρά στις**

**μάζες. Με αυτόν τον τρόπο αναπαράγεται και ανατροφοδοτείται ένα κύκλωμα επιρροών ερεθισμάτων τόσο μέσα από την ίδια την ε/φ, αλλά και από τις διαπροσωπικές σχέσεις (άμεση-έμμεση επικοινωνία), που γεννά.**

**Οι ασκούντες μεγαλύτερες επιρροές είναι οι δημοσιογράφοι, που αντιπροσωπεύουν τις εθνικές ε/φ, τέτοιες σαν τους New York Times, που αποτελούν την elite και επηρεάζουν για έναν αριθμό λόγων:**

- Οι ίδιοι διάβάζονται από δημοσιογράφους άλλων ΜΜΕ για τους διάφορους υπαινιγμούς στις ιστορίες-αφηγήσεις.
- Δεν ασκούν επιρροή μόνο στους αναγνώστες εθνικής εμβέλειας εξαιτίας του εθνικού τους ορίζοντα αλλά και εξαιτίας της προτίμησης προς τους Times των ισχυρών της κυβέρνησης, συμπεριλαμβανομένου και του Προέδρου.

**Οι δημοσιογράφοι, ως elite μέσα από αυτήν την ε/φ με κύρος (prestige) καθορίζουν ποιος θα είναι ο τόνος της κάλυψης μιας είδησης τέτοιας που διαβάζεται και ακούγεται και από άλλα ΜΜΕ και από τους διαμορφωτές πολιτικής της Washington. Παράλληλα οι υπηρεσίες των πρακτορείων ειδήσεων επίσης επηρεάζουν διότι διαθέτουν ένα δίκτυο ευρείας πληροφόρησης σε όλη την Αμερική.** [51]

Από τους ακόλουθους πίνακες και τις συγκρίσεις μεταξύ τους διαπιστώνεται ότι η ε/φ New York Times, κατέχει την πρωτιά στις προτιμήσεις των ανθρώπων, που ασκούν επιρροές.

**Ποσοστά τακτικής ανάγνωσης εφημερίδων**

| Μέτρηση ROSTEN | | Νέα Μέτρηση | |
|---|---|---|---|
| Φυσική ανάγνωση ε/φ (Newspapers read regularly) | | Ανάγνωση ε/φ στην εργασία (Newspapers read in work) | |
| Αριθμός απαντήσεων Number answering—110 | % | Αριθμός απαντήσεων Number answering—257 | % |
| **New York Times** | 90.0 | **New York Times** | 87.5 |
| **Washington Post** | 83.6 | **Washington Post** | 69.6 |
| **Washington Star** | 78.1 | **Washington Star** | 47.1 |
| **Washington Daily News** | 68.1 | **Wall Street Journal** | 33.1 |
| **New York Herald Tribune** | 65.4 | **Baltimore Sun** | 13.7 |
| **Baltimore Sun** | 63.6 | **New York Herald Tribune** | 9.7 |
| **Washington Herald*** | 51.8 | **Washington News** | 5.1 |
| **Washington Times*** | 34.5 | **Cristian Science Monitor** | 3.1 |
| **Wall Street Journal** | 6.3 | **Journal of Commerce** | 1.9 |
| **Chicago Tribune** | 4.5 | **The Guardian** | 1.6 |

**Ποσοστά αξιοπιστίας των εφημερίδων**

| Μέτρηση ROSTEN | | Νέα Μέτρηση | |
|---|---|---|---|
| Ε/φ αξιόλογες και αξιόπιστες Newspapers: fair, reliable | % | Ε/φ αξιόλογες αξιόπιστες Newspapers fair, reliable | % |
| Αριθμός απαντήσεων Number answering—99 | | Αριθμός απαντήσεων Number Answering—247 | |
| **New York Times** | 89.9 | **New York Times** | 90.7 |
| **Baltimore Sun** | 48.5 | **Washington Star** | 33.2 |
| **Christian Science Monitor** | 17.2 | **Baltimore Sun** | 31.6 |
| **Scripps-Howard Newspapers** | 15.2 | **Christian Science Monitor** | 27.1 |
| **St. Louis Post-Dispatch** | 18.2 | **Saint Louis Post-Dispatch** | 24.7 |
| **New York Herald Tribune** | 17.2 | **Wall Street Journal** | 17.8 |
| **Washington Star** | 14.1 | **Washington Post** | 15.4 |
| **Kansas City Star** | 7.1 | **New York Herald Tribune** | 6.5 |
| **Washington Post** | 5.1 | **Milwaukee Journal** | 4.9 |
| **Philadelphia Record*** | 5.1 | **Louisville Courier-Journal** | 4.5 |

Πηγή: "The OpinionMakers", William L. Rivers, Beacon Press, Boston 1965.

**Ακόμα και στην περίπτωση που μεμονωμένοι επιχειρηματίες ή πολιτικοί αρχηγοί δεν καλλιεργούν επί σκοπώ ένα κατάλληλο κλίμα για επιρροή της Κοινής Γνώμης, είναι σίγουρο ότι οι δικές τους αποφάσεις αλλά και οι συνέπειες των στάσεων τους εξακολουθούν να επηρεάζουν τους συνεργάτες και ομοϊδεάτες τους, με αποτέλεσμα αυτά τα δεύτερα άτομα ή τα ΜΜΕ να μπορούν με τη σειρά τους να ασκούν επίδραση σε ένα μέρος της κοινωνίας.**

Η εξομολόγηση ενός επιτελικού στελέχους επισημαίνει ότι οι συντάκτες μιας ισχυρής ε/φ επιβάλουν δημοσιεύσεις, τις οποίες έχουν επιλέξει, αλλά επίσης απορρίπτουν κείμενα ακόμα και συντάκτες, εάν δεν ακολουθούν την τρέχουσα πολιτική γραμμή τους.

***"Οι Times κάποτε μου ζήτησαν να γράψω ένα κείμενο .Εγώ το έγραψα αλλά αυτοί αρνήθηκαν να το δημοσιεύσουν γιατί τους προκάλεσε shock! Αυτή ήταν η πρώτη***

*φορά, που ακυρώθηκε κάτι δικό μου παρά το γεγονός ότι δεν είμαι 'επαναστατικός' με οιαδήποτε έννοια του όρου. Το τελευταίο μου βιβλίο για την εξωτερική πολιτική εξοστρακίστηκε από τα ίδια αυτά όργανα. Το γεγονός αυτό δεν συνέβη τυχαία."*[52]

- ***ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΑΝΑΓΝΩΣΤΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΥ***

Οι Katz και Kahn υποστηρίζουν **ότι τα ΜΜΕ επηρεάζουν συνήθως σε πρώτο βαθμό τους opinion leaders (αποδεκτά πρόσωπα, ηγέτες κοινωνικών ομάδων) που με τη σειρά τους προσωπικά μεταφέρουν μηνύματα και διαμορφώνουν γνώμες. (Θεωρία της Αυθεντίας).**

Φαίνεται τελικά ότι μεταξύ των ΜΜΕ και της elite του πολιτικού και του επιχειρηματικού κόσμου αναπτύσσεται και λειτουργεί σταθερά ένας συνεχής κύκλος **ενημέρωσης-διάχυσης-επιρροής-ανατροφοδότησης (feedback)** στην επικοινωνία που στηρίζεται πάνω στην κάλυψη διαφόρων αναγκών. Οι ανάγκες, που οι Elihu Katz, Michael Gurevitch και Hadassah Haas προσδιορίζουν μετά από έρευνα στα ΜΜΕ, ανέρχονται σε 35 διαφορετικά είδη, που είναι: [53]

- *γνωστικές ανάγκες για τη γνώση και την πληροφόρηση.*
- *συναισθηματικές ανάγκες για την κάλυψη της ευχαρίστησης της αισθητικής και της συναισθηματικής εμπειρίας.*
- *ανάγκες που αφορούν την πληρότητα, την απόκτηση εμπιστοσύνης και σιγουριάς την σταθερότητα, την κάλυψη της θέσης (status).*
- *ανάγκες που ενισχύουν τις σχέσεις με την οικογένεια, τους φίλους και το κόσμο γενικότερα.*
- *ανάγκη κάλυψης της τάσης προς φυγή και μείωση άλλων αναγκών.*

Βέβαια ανάλογα με το είδος των ΜΜΕ που αποστέλλουν μηνύματα καλύπτονται σε διαφορετικό βαθμό αυτές οι ανάγκες του Κοινού. Το 72% λ. χ. των αναγνωστών διαβάζουν ε/φ για να πληροφορούνται τα γεγονότα ανά τον Κόσμο, το 26% για να ενημερώνεται για τις διαφημίσεις, για προϊόντα και υπηρεσίες.

**Τρόπος ανάγνωσης των εφημερίδων**

| | Καθημερινά | | Κυριακή |
|---|---|---|---|
| **Ηλικία** | **Σύνολο** | **18-24** | **Σύνολο** |
| Εναρξη με την πρώτη σελίδα, συνέχεια εσωτερικά προς τα δεξιά | 45% | 19% | 32% |
| Αναζήτηση του επομένου τμήματος δια μέσου των λοιπών | 18 | 21 | 24 |
| Ανάγνωση μερικών τμημάτων και Παράλειψη των λοιπών. | 14 | 21 | 16 |
| Ανάγνωση μόνο συγκεκριμένων μερών τμημάτων, Παράλειψη των λοιπών. | 20 | 39 | 25 |

Πηγή: "The OpinionMakers", William L. Rivers, Beacon Press, Boston 1965

Ο τυπικός αναγνώστης όπως δείχνει ο σχετικός πίνακας ξεκινά την ανάγνωση με την πρώτη σελίδα και μεθοδικά συνεχίζει στις υπόλοιπες σελίδες. Αυτό ισχύει ανεξάρτητα αν αυτή είναι πρωινή ή απογευματινή. (σύμφωνα με έρευνα του 1987).

Αναγνώστες που ανήκουν σε διαφορετικό Κοινό μπορεί να έχουν ενδιαφέρον για ένα συγκεκριμένο έντυπο, αν αυτό προσφέρει λ. χ. θέματα πολιτικού περιεχομένου, που ικανοποιεί πολιτικά σκεπτόμενα άτομα και άλλα ποικίλα θέματα που καλύπτουν ένα μεγάλο αριθμό ενδιαφερόντων.
Σε μια τόσο πλατιά μαζική κοινωνία, όπως είναι η αμερικανική, υπάρχουν ΜΜΕ έτοιμα να καλύψουν όλα τα είδη των αναγκών διαφορετικού Κοινού, όσο μεγάλο και εξειδικευμένο μπορεί να είναι.

**Γενικότερα όμως φαίνεται ότι οι ανάγκες για τις οποίες το Κοινό παρακολουθεί τις ειδήσεις συνδέονται με την επιβεβαίωση του *(Rewards)* μέσα από οικεία μηνύματα και με ικανοποίηση ότι ενισχύονται οι βασικές πεποιθήσεις.**

Στην επιλογή του μέσου πληροφόρησης για τα περισσότερα μέλη του Κοινού συντελούν και ιδιαίτεροι παράγοντες όπως είναι:

- ***η μοναχικότητα.*** Τα άτομα αρέσκονται να αισθάνονται αδέσμευτα από τους άλλους, γεγονός που τους δημιουργεί πολλές φορές τάσεις να έχουν την συντροφιά ενός μέσου παρά άλλων ανθρώπων.
- ***η περιέργεια.*** Το Κοινό έχει μια περιέργεια για ό,τι συμβαίνει γύρω του, ακόμα και για ζητήματα που δεν έχουν αναγκαστικά επίδραση σε αυτό το ίδιο. Η περιέργεια αυτή και το ενδιαφέρον, που πρέπει να ικανοποιηθούν, το ωθούν να αναζητήσει αντίστοιχη ενημέρωση από τα ΜΜΕ.
- ***η προσωπική ικανοποίηση σε σχέση με τις επιλογές του για πρόοδο και επιτυχία.***

**Οι σύγχρονοι άνθρωποι αναζητούν πληροφορίες που θα καλύψουν τις απόψεις τους (θρησκεία, φιλοσοφία ζωής, ιδεολογία, καθημερινές επιλογές). Από την άλλη πλευρά τα ΜΜΕ τους τις παρέχουν, συμβάλλοντας έτσι στο σχηματισμό κάποιας άποψης, στην προτίμηση αγοράς ενός προϊόντος, στην επιβράβευση για κάποιες δραστηριότητες από έναν αριθμό μηνυμάτων με ευρύτητα ως προς τον χρόνο και τις αξίες. Οι άνθρωποι αποζητούν την επιβράβευση στην χρήση ειδήσεων κυρίως μέσα από αξίες για να προχωρήσουν σε πολιτικές επιλογές και ζωτικές αποφάσεις.**

Οι ειδικοί έχουν αναλώσει πολύ περισσότερο χρόνο για την ανάλυση και τον σχεδιασμό αποστολής μηνυμάτων και παρά το ότι η μελέτη τους δεν είναι πάντοτε εφικτή και οδηγεί σε συμπεράσματα ρευστά δεν παύει να στηρίζεται σε κάποιες παγιωμένες διαπιστώσεις. [54]

Οι αναγνώστης διαβάζει την ε/φ του βασικά από ανάγκη :

- ***να αναζητήσει πληροφορίες και ερμηνεία γύρο από τα σοβαρά διεθνή γεγονότα.***

Το ενδιαφέρον του δεν περιορίζεται απλά στην λήψη πληροφοριών για τα διεθνή και στις σχετικές λεπτομέρειες αλλά και στα σχόλια για τα τρέχοντα γεγονότα τόσο αυτά που περιέχονται στα διάφορα άρθρα, όσο και αυτά που

περιλαμβάνονται στις σελίδες editorials και αποτελούν βασικό υλικό για τη δημιουργία γνώμης.

- ***να χρησιμοποιήσει την ε/φ ως μέσον στην καθημερινή τους ζωή.***

Λαμβάνοντας διαφόρων ειδών πληροφορίες (κίνηση μετοχών, διαφημίσεις για αγαθά, μόδα, συνταγές μαγειρικής, σταυρόλεξα), χαρίζει ικανοποίηση και διευκολύνσεις στον αναγνώστη, τον χαλαρώνουν και του προσφέρουν την δυνατότητα νά προσεγγίζει από πολλές πλευρές την καθημερινή ζωή του.

- ***να εξασφαλίσει το κοινωνικού prestige.*** Διαθέτοντας έναν αριθμό πληροφοριών παρουσιάζεται ενημερωμένος στις κοινωνικές συγκεντρώσεις και συμμετέχει σε συζητήσεις και αναλύσεις των γεγονότων, εμφανιζόμενος άτομο ενημερωμένο και με κύρος.
- ***να εξασφαλίσει κοινωνική επαφή.*** Ιστορίες ανθρώπινου ενδιαφέροντος μέσα από τις στήλες ειδήσεων και των "κοινωνικών" σχολίων, χαρίζουν στους αναγνώστες ξεκούραση, ψυχαγωγία και δυνατότητα ενημέρωσης για τις πτυχές της ζωής πολλών προσωπικοτήτων του πολιτικού και του καλλιτεχνικού κόσμου, κάποιες από τις οποίες αποδέχονται και εμπιστεύονται. Συγχρόνως από τις ανθρώπινες ιστορίες αποκτούν κάποιες γνώσεις από τις εμπειρίες τρίτων, που ίσως τους φανούν χρήσιμες.[55]
- ***να αισθανθεί πως έχει κοινωνική δράση.*** Ο αναγνώστης καλύπτει το ψυχολογικό εκείνο κομμάτι, που συνδέεται με τις ανταμοιβές (rewards) και την ικανοποίηση για την δράση του, κάτι που τον ακολουθεί από την νεαρή ηλικία με την ανάμνηση της επιβράβευσης των γονέων και των δασκάλων του. Στην πραγματικότητα η ανάγνωση συμβολίζει την καλλιέργεια του, την μόρφωση του, την πνευματικότητα του, την αξιοποίηση του χρόνου του με ωφέλιμη ενασχόληση.
- ***να αποφύγει την απομόνωση από τα κοινωνικά δρώμενα.*** Η καθημερινή ανάγνωση του φύλλου παίρνει πολλές φορές για τον αναγνώστη μια μορφή τελετουργικού χαρακτήρα. Πολλοί είναι εκείνοι που διαβάζουν την ε/φ μια συγκεκριμένη ώρα της ημέρας σαν δεύτερη ενασχόληση παράλληλα με μια κύρια (τρώγοντας, ταξιδεύοντας, δουλεύοντας). Η μελέτη γίνεται μια ισχυρή συνήθεια, που δεν είναι εύκολο να πάψει να υφίσταται. Σε περιπτώσεις απεργίας, όταν κάποια φύλλα ε/φ δεν κυκλοφορούν, φάνηκε ότι οι αναγνώστες νοιώθουν να χάνουν επαφή με σημαντικά γεγονότα, να απομονώνονται και να αισθάνονται σαν χαμένοι.

- Ο αναγνώστης διαμορφώνει γνώμη-κρίση για τα Κοινά, στα οποία παρεμβαίνει με την παρατήρηση και την ανταπόκριση του σε αυτά, ενώ παράλληλα επιδεικνύει και συγκεκριμένες θέσεις, οι οποίες όμως κάτω από βαθύτερα κίνητρα και όχι πάντοτε συνειδητές διαδικασίες δρομολογούν κυρίως την αποδοχή μιας γνώμης.

Μεμονωμένα για την εκδήλωση του πολιτικού ενδιαφέροντος του αναγνώστη ασχολήθηκε ο Kebbel (1985), ο οποίος προχώρησε αρκετά όταν διαπίστωσε ότι ***"η πολιτική δράση και συμμετοχή συνδέεται άμεσα με την ανάγνωση των ε/φ και αυτή η σχέση παραμένει και διατηρείται σταθερά με την ηλικία και την εκπαίδευση"***.

Το βάρος δίδεται στα δημογραφικά στοιχεία που επιδρούν στην σχέση ενδιαφέροντος αναγνώστη για την πολιτική αναγνωσιμότητας. Η ηλικία, η εκπαίδευση και το εισόδημα ασφαλώς δεν είναι τα μοναδικά στοιχεία για τον σαφή προσδιορισμό του αναγνώστη αφού τόσα συνδέονται με τις ψυχικές του ιδιότητες και έχουν σημαντικότερο ρόλο να παίξουν.[55]

Από ευρήματα πολλών ερευνών φάνηκε ότι **οι ηλικιωμένοι, υψηλής εκπαίδευσης και εισοδήματος αποτελούν σίγουρα τους αναγνώστες των ε/φ**, χωρίς όμως αυτό να αποκλείει ότι μπορούν χαμηλότερου εισοδήματος και περιορισμένης εκπαίδευσης άτομα να έχουν ανάλογες προτιμήσεις. Υπάρχει ακόμα η διαπίστωση ότι οι άρρενες προτιμούν βαρύνουσας σημασίας θέματα (Gollin, 1985), τα οποία διαβάζουν σε διαφορετικά χρονικά διαστήματα της ημέρας σαφείς ειδήσεις και editorials, ειδικές στήλες, παράξενες και παράξενες ιστορίες που ψυχαγωγούν (Weaver, 1978). Οι εργαζόμενες γυναίκες έχουν μεγαλύτερη προτίμηση σε ποικιλία θεμάτων ιδιαίτερα όσες κατέχουν επιτελικές θέσεις.

Πέραν όμως από τα δημογραφικά στοιχεία των αναγνωστών δίδεται από τους ειδικούς έμφαση και σε άλλες μεταβλητές που συνδέονται με την ανάμειξη του Κοινού στα κοινά. Το 1977 ο Stone ( θεωρία της υποχρέωσης-δέσμευσης ***"community commitment"*** με την ομάδα) υποστηρίζει ότι τα άτομα, που δέχονται την κοινωνική αλληλεπίδραση μέσα σε μια ομάδα, προβλέπεται ότι θα αποτελέσουν τους χρήστες των ε/φ. Όσο δε στενότερος είναι ο σύνδεσμος των ατόμων αυτών με την κοινότητα τους, τόσο μεγαλύτερη μεταξύ τους είναι η κυκλοφορία των ε/φ, που παρατηρείται.

**Οσοι ομόφωνα έχουν ιδρύσει μια κοινότητα, είναι πιστότεροι αναγνώστες των ε/φ και τα ενδιαφέροντα τους υποστηρίζονται στενά από τα περιεχόμενα που αυτές προσφέρουν.**

Ο Stephens (1978), αναφέρεται στους ισχυρούς δεσμούς των ενηλίκων μέσα στην κοινότητα, που τους ωθούν να ξοδεύουν περισσότερο χρόνο για τις ε/φ, να έχουν προτάσεις και θέσεις για τα περιεχόμενα τους και για τις ενδεχόμενες αλλαγές, που πρέπει να υιοθετηθούν με βάση τα ενδιαφέροντα της κοινότητας και όχι τα προσωπικά τους.

Οι Stevenson 1979, Becket, Collins και Fruit 1980, Stamm 1981 και Jackson 1982, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι υπάρχει ***"σχέση κοινότητας και χρήσης ε/φ, ο δε αυτοπροσδιορισμός του ατόμου σε σχέση με την κοινότητα που ανήκει συνδέεται με το τρόπο που θα χρησιμοποιηθεί η ε/φ. (Στην λέξη χρήση περιλαμβάνεται η 'συχνότητα', η 'εμπιστοσύνη', η 'στάση' προς την ε/φ και το περιεχόμενο προτίμησης.)***.[56]

Σύμφωνα με τους Schweitzer 1977, Meyer, 1982, Mauro & Weiver 1977, Moore & Krekel 1979 η μεγαλύτερη αξία των ψυχογραφικών μελετών είναι ότι προσφέρουν τη δυνατότητα στους υπεύθυνους σύνταξης και διευθυντές marketing, να αποκτήσουν μια γενική θεώρηση γύρο από την αγορά των ε/φ. Αντί της αποκλειστικής παρατήρησης στην ηλικία, ή στη φυλή **το βάρος δίδεται στις ομάδες των ατόμων, το ενδιαφέρον και τις συνήθειες τους, στοιχεία για την ερμηνεία που κάνει ο editor αναφορικά με το αναγνωστικό του Κοινό.** [57]

Στο πλαίσιο αυτό βρίσκονται και κινούνται και οι δημοσιογράφοι των Times, που γνωρίζουν σε ποιο τύπο ακροατηρίου απευθύνονται και με ποιο τρόπο θα ανταποκριθούν στην:

α) ***Επιθυμία του για στενή παρακολούθηση.*** Τα πολιτικά μηνύματα στις ειδήσεις, τα γεγονότα και οι χαρακτήρες αλλάζουν, η ανθρώπινη περιέργεια εγείρεται με νέα μοτίβα (themes) ενώ τα παλαιά εξασθενούν. Οι άνθρωποι βρίσκουν κάποιες ειδήσεις χρήσιμες και εμβαθύνουν παρακολουθώντας στενά τις περισσότερο αξιόλογες από αυτές. Επικεντρώνοντας την προσοχή τους σε εκείνες τις πληροφορίες που ενδεχόμενα φαίνονται χρήσιμες κυρίως σε σχέση με την καθημερινή πραγματικότητα ενδιαφέρονται για ό,τι έχει να κάνει περισσότερο με το χώρο των ***ιδεών, της Τέχνης και των νέων καταστάσεων, που περιέχουν ένα μίγμα από οικεία και πρωτότυπα γνωρίσματα.*** Η περιέργεια τους προκαλείται από έναν συνδυασμό καινούργιων και παλαιών ερεθισμάτων, όταν επαναλαμβάνονται δημιουργούν αναπαραστάσεις στον αναγνώστη για να ανταποκριθεί σε τρέχουσες καταστάσεις. Από την άλλη τα ερεθίσματα για

τελείως άγνωστα, ασυμβατά στοιχεία που "θίγουν" είναι πιθανόν να αγνοηθούν, να παρερμηνευθούν, όπως επιδιώκεται, να μην αφομοιωθούν εύκολα. Τέλος τα ερεθίσματα για σχετικά γνωστά δεδομένα είναι αυτά που επιλέγονται προσεκτικά γιατί χρησιμοποιούν πάντοτε υπάρχουσες νοητικές κατηγορίες και αντιλήψεις του αναγνώστη και τον προκαλούν να μετατρέψει κατηγορίες αφομοιωμένων θέσεων με μια προσαρμογή στο καινούργιο. Οπως θα διαπιστωθεί ΄στα επόμενα κεφάλαια της συγγραφής αυτής, οι Times επισημαίνουν οικεία μοτίβα που αναπτύσσονται για νέες υποθέσεις και με παλαιές μεθοδεύσεις πλάθουν μια καινούργια πλοκή. Καθώς νέα γεγονότα εξακολουθούν να τρέχουν, οι άνθρωποι βλέπουν τις ειδήσεις σαν ένα μέσον εφαρμογής, δοκιμής και προσαρμογής των αντιλήψεων τους με την πραγματικότητα, την οποία συχνά οι ειδήσεις μπορούν να διαστρεβλώσουν.

β) ***Ψυχαγωγία και διαφυγή-δραπέτευση***. Οι ειδήσεις μπορεί να παρουσιάζουν στην ουσία τους ένα γεγονός αλλά και να το φέρνουν σε επαφή με το Κοινό περιβεβλημένο με φανταστικές εικόνες, μικρές ή άμεσες παραστάσεις γλωσσική διατύπωση με έμφαση στην συναρπαστική αφήγηση και πρόκληση συναισθημάτων, παρά τους πραγματικούς χαρακτήρες. (Βλ. Σχετ. Κεφάλαιο Επικοινωνία, Μηνύματα)

Είναι γεγονός ότι οι ειδήσεις παρουσιάζουν τα πραγματικά γεγονότα με πληροφορίες και δεδομένα τέτοια αποτελούν μέσον ψυχαγωγίας και "δραπέτευσης" μέσα από mini ιστορίες. Η ψυχαγωγία και η διαφυγή είναι κάθε άλλο παρά χωρίς σημασία επιδίωξη. Οι πολιτικές αφηγήσεις μπορούν να επιτρέψουν στους ανθρώπους να διευρύνουν την φαντασία τους και τα συναισθήματα τους με αποτέλεσμα να μετριάσουν και καταπραΰνουν την ψυχολογική ένταση και να ελαφρύνουν τις κοινωνικές απαιτήσεις.

Η ψυχαγωγία σαν αποστολή των ειδήσεων, προετοιμάζει το έδαφος για αξιόλογες κοινωνικές και ψυχολογικές προσαρμογές.

Αυτό το γνωρίζουν οι πολιτικοί συντάκτες [αποστολείς], οι οποίοι ελέγχουν την ροή των πληροφοριών και επιχειρούν, όποτε είναι δυνατόν, να διαμορφώσουν τις ειδήσεις σύμφωνα με τα avantages της πολιτικής γραμμής, που υποστηρίζουν.

Ο Walter Lippmann εξήντα χρόνια πριν υπογράμμισε, πως ο κόσμος της πολιτικής όπως φαντάζει από την πλευρά του Κοινού, πάντοτε θα είναι κάτι μεταξύ δράματος και φαντασίας.

Στον κόσμο του πολιτικού δράματος η παρουσίαση μετρά περισσότερο από την επιτυχία αναφορικά με το Κοινό. [58]

Παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση του προέδρου Reagan, που παρά το γεγονός της οικονομικής αποτυχίας του τα δύο πρώτα χρόνια της προεδρίας του, κέρδισε μεγάλη λαϊκή υποστήριξη για την σοβαρότητα και την καλή πρόθεση που επέδειξε.

γ) ***Διαφυγή μέσα στον κόσμο των αφηγήσεων.***

Οταν οι αναγνώστες βρίσκονται "μέσα" στις ειδήσεις δεν αφήνουν όλες τις σκέψεις τους πίσω. Αν και η τάση τους για άμεση δράση μπορεί να ανακοπεί μετά από μια διαδικασία επικοινωνίας με τα ΜΜΕ, ανταποκρίνονται ψυχολογικά στους ανθρώπους και τα συμβάντα στα οποία αναφέρονται τα reports των ειδήσεων.

**Στην πραγματικότητα είναι αξιοπρόσεκτα εύκολο να τοποθετηθούν υπέρ ή κατά των πρωταγωνιστών, που αναφέρονται οι ειδήσεις, να ανταποκριθούν σε αυτούς συναισθηματικά και να φανταστούν ότι οι ίδιοι αποτελούν ένα μέρος των εμπειριών τους. Αυτό το είδος της ανταπόκρισης συμβαίνει διότι οι αναγνώστες έχουν το ταλέντο να παράγουν φανταστικές ιστορίες.**

Οι άνθρωποι για σημαντικά χρονικά διαστήματα εν ύπνω ή όχι δημιουργούν φανταστικά σενάρια σχετικά με ευχές, ελπίδες, φόβους και επιθυμίες. Με την φαντασία μπορούν να κάνουν δοκιμές σε μη οικείους κοινωνικούς ρόλους και να προεξοφλήσουν τυχόν συγκρούσεις με άλλους. Οι φαντασιώσεις τους εγείρουν και δυνατά συναισθήματα θυμού ή φόβου, όταν αυτά μπορούν να εκφραστούν φανερά και σε άλλες περιπτώσεις βοηθούν να γίνουν επιλογές σχετικά με το πως θα εκφραστούν καλλίτερα αυτά τα συναισθήματα. Ειδήσεις με δυνατές εικόνες και μοτίβα με συναισθηματικούς, πολύχρωμους χαρακτήρες, είναι πλούσια πηγή για υλικό παραγωγής φαντασίωσης.

Με τις ειδήσεις φέρνοντας τον πραγματικό κόσμο μέσα στην εθελουσία απομόνωση του μυαλού μπορεί να διερευνηθούν συναισθήματα με τρόπους, που ίσως δεν είναι άνετοι στην ζωή. Οι φαντασιώσεις ζητούν λίγο στήριγμα στην πραγματικότητα προκειμένου να ευδοκιμήσουν.

Αφότου οι φαντασιώσεις τρέφονται από τέτοιες πληροφορίες και αφότου οι ειδήσεις συντελούν στην παραγωγή συμπυκνωμένων διφορούμενων φαντασιώσεων δεν θα πρέπει να αποτελεί έκπληξη το γεγονός, ότι διαφορετικοί άνθρωποι μπορούν να παράγουν πολύ διαφορετικές φαντασιώσεις μέσα από την

ίδια ιστορία. Μέρος της φαντασίας στις ειδήσεις οφείλεται στην μεγάλη έμφαση, που προσφέρουν τα πολιτικά themes, που έχουν να κάνουν με την δύναμη που εκπέμπουν στην κοινότητα-ομάδα, που αφορούν. Τέτοια μελήματα αποτελούν επίκεντρο κοινωνικής και συναισθηματικής ευεξίας και ευημερίας του μέσου ανθρώπου.

Τα πολιτικά μοτίβα δεν θα είχαν συνδεθεί με το Κοινό, εάν οι ειδήσεις δεν είχαν στόχο ‘να μεταδοθούν στο Κοινό. Αυτά τα μοτίβα αντιπροσωπεύουν τις ποιο δραματικές και με διεθνή απήχηση συνισταμένες πολιτικής δράσης και επιπλέον τα μοτίβα είναι περίπου τα μόνα μέσα δια των οποίων μια επί μακρόν πολιτική παρουσία-δράση μπορεί να συμπυκνωθεί μέσα σε μια μεστή σε έννοιες, μακρά σε ειδήσεις σύνοψη.

Σε πολλές περιπτώσεις οι ειδήσεις προωθούν με έμφαση τα δυναμικά μοτίβα-themes και τα μοτίβα της φαντασίας τα οποία αφορούν την ενεργητική πολιτική παρουσία (λ. χ. τελετουργικές διαδικασίες, εγκαίνια). Τέτοια themes έχουν απήχηση στη φαντασία του Κοινού με εικόνες ισχύος, της κοινότητας-ομάδας, ασφάλειας σε μια καινούργια αρχή.

Υπενθυμίζεται πως οι Αμερικανοί είναι ένα έθνος με κοινές δεσμεύσεις αναφορικά με την ανανέωση των υποχρεώσεων του για τη διατήρηση της αρμονίας, ευημερίας, ειρήνης και ασφάλειας. Οι πολιτικοί προσπαθούν να συντηρήσουν και να προστατεύσουν στοιχεία της αμερικανικής φαντασίας, όπως λ. χ. το ***"αμερικανικό όνειρο".*** (Προκειμένου ο Πρόεδρος Reagan να επιτύχει την μεγαλύτερη ενεργοποίηση τέτοιων εικόνων-παραστάσεων συνεργάστηκε με τα ΜΜΕ με το σκεπτικό ότι αν μπορούσε να χρησιμοποιεί μόνος του μνημεία και σύμβολα της Πολιτείας δεν θα ήταν αποτελεσματικός για την παραγωγή κατάλληλων εικόνων.)

Από τους ειδικούς της επικοινωνίας σχετικά με την αλληλεπίδραση των πολιτικών εικόνων-παραστάσεων δίνονται απαντήσεις με την επισήμανση ότι οι ειδήσεις αντιπροσωπεύουν μια πλούσια πηγή φαντασίας των ανθρώπων με μεγάλο και συναισθηματικό απόηχο, που συνδέεται με τα θέματα αλλά και τους συντάκτες των ειδήσεων. Επομένως προκαλούν τον **σχηματισμό ισχυρών εκφράσεων με συναίσθημα, γνωμών και δοκιμασμένων σχέσεων με τους πρωταγωνιστές των ειδήσεων.**

Κάποιοι θεωρητικοί χρησιμοποιούν τον όρο **"παρακοινωνική σχέση"**, όταν αναφέρονται στους στενούς δεσμούς που μπορούν να εδραιωθούν συχνά μεταξύ

του Κοινού και των μακρινών εκτελεστών στο άλλο άκρο της επικοινωνίας, δεσμούς που μπορούν να ευδοκιμήσουν με ασφάλεια πέρα από τις μακρινές αποστάσεις των ΜΜΕ.

Αλλοι χρησιμοποιούν τον όρο **"πλούσιος-εκλεκτός-αδιάλλακτος"** ("Wealthy-Elitist-Bigot")[59] που αντιπροσωπεύει τους κοινωνικούς δεσμούς και τους ανταγωνισμούς, που έχουν δημιουργηθεί στον εξωτερικό κόσμο.

Οι αντιδράσεις των ανθρώπων για τα θέματα των πολιτικών reportages, μπορούν να είναι σημαντικές από πλευράς συναισθηματικής προσαρμογής και διατήρησης της αίσθησης συναισθηματικής εξάρτησης του "ανήκω" σε μια αχανή και αποξενωμένη κοινωνία. Το Κοινό συχνά αισθάνεται ότι πιέζεται για να μην εκφράσει τα πραγματικά του αισθήματα για τις πραγματικές-ζωντανές θέσεις και πιστεύει ότι μπορεί να σταθεί ενάντια στην αδικία και στην πολιτική απερισκεψία μέσω των προσωπικών αλληλοεπιδράσεων με τα ΜΜΕ. Επίσης αν και είναι δύσκολο για τους ανθρώπους να δράσουν για την ολοκλήρωση των στόχων τους σαν μέλη μιας κοινότητας στην πραγματική ζωή μέσα από τις ειδήσεις βρίσκουν ένα πεδίο σαφώς χαραγμένων και απλοποιημένων, προσιτών δεσμών και ανταγωνισμών σε καθημερινή βάση.

Οι λειτουργίες της κοινωνικής και συναισθηματικής προσαρμογής εξυπηρετούνται από την πολιτική των ΜΜΕ, που μπορεί να είναι περισσότερο ικανοποιητικές σε σχέση με τους φορείς που ανταποκρίνονται στην καθημερινή ζωή.

**Οταν μια πληροφορία εκτίθεται αρχικά προς ένα άτομο και μετά σταματά, το άτομο το ίδιο για το γεγονός της πληροφορίας δημιουργεί το ίδιο μια ψυχολογική δέσμευση γύρο από το συγκεκριμένο συμβάν και ενώ η ροή της πληροφορίας αφορά το αρχικό στάδιο της αποφασιστικής περιόδου, η επιρροή της αφορά το τελικό σημείο.** [60]

Εκείνο που έχει μεγάλη σημασία για τον Τύπο και που εκμεταλλεύονται οι Times και υπογραμμίζουν οι Lasswell και Schramm[61] είναι ότι ενώ τα ΜΜΕ γενικώς εξασφαλίζουν κοινωνικό έλεγχο, κοινωνική σταθερότητα και κοινωνική αλλαγή, συγχρόνως μπορούν να εξασφαλίζουν ταυτόχρονα στους πολιτικούς, σε άμεσο χρόνο, ουσιαστικά κανάλια επικοινωνίας με εκατομμύρια πολιτών και να πληροφορήσουν τους εκπροσώπους της κυβερνητικής σκηνής για τις απόψεις και τις επιθυμίες του Κοινού.

Στην περίπτωση της δικής μας έρευνας οι λειτουργίες για την συναισθηματική προσαρμογή σε σχέση με την εξωτερική πολιτική για την Αλβανία καλύπτονται μέσα από τις δημοσιεύσεις της ε/φ The New York Times για το διάστημα 1991-94 και καταγράφονται κατά θέμα έτσι όπως παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

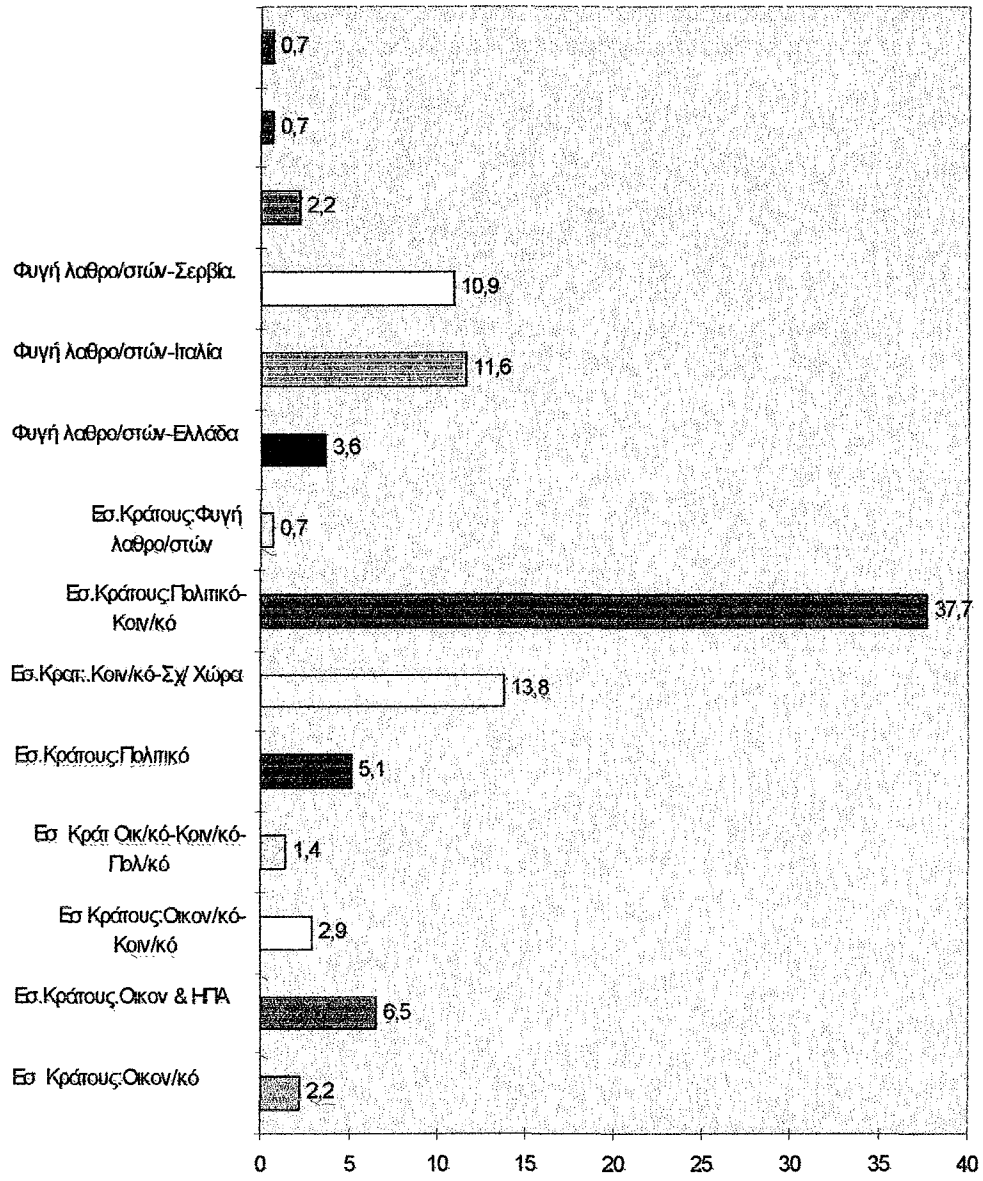
**Αντικείμενο περιεχομένου Δημοσιευμάτων. Πίνακας Νο 1.**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Εσωτ. Κράτους:Οικον/κό | 1 | 3 | 2,1 | 2,2 | 2,2 |
| Εσ.Κράτους:Οικον & ΗΠΑ | 2 | 9 | 6,4 | 6,5 | 8,7 |
| Εσ.Κράτους:Οικον/κό-Κοιν/κό | 3 | 4 | 2,8 | 2,9 | 11,6 |
| Εσ. Κράτ:Οικ/κό-Κοιν/κό-Πολ/κό | 5 | 2 | 1,4 | 1,4 | 13,0 |
| Εσ.Κράτους:Πολιτικό | 6 | 7 | 5,0 | 5,1 | 18,1 |
| Εσ.Κρατ:.Κοιν/κό-Σχ/Χώρα | 9 | 19 | 13,5 | 13,8 | 31,9 |
| Εσ.Κράτους:Πολιτικό-Κοιν/κό | 12 | 52 | 36,9 | 37,7 | 69,6 |
| Εσ.Κράτους:Φυγή λαθρο/στών | 16 | 1 | ,7 | ,7 | 70,3 |
| Φυγή λαθρο/στών-Ελλάδα | 17 | 5 | 3,5 | 3,6 | 73,9 |
| Φυγή λαθρο/στών-Ιταλία | 18 | 16 | 11,3 | 11,6 | 85,5 |
| Φυγή λαθρο/στών-Σερβία. | 19 | 15 | 10,6 | 10,9 | 96,4 |
| | 28 | 3 | 2,1 | 2,2 | 98,6 |
| | 29 | 1 | ,7 | ,7 | 99,3 |
| | 30 | 1 | ,7 | ,7 | 100,0 |
| | , | 3 | 2,1 | Missing | Missing |
| Total | | 141 | 100,0 | 100,0 | |

Valid cases 138 Missing cases 3

**Το βάρος της ε/φ πέφτει σε αντικείμενα κατ΄εξοχήν πολιτικού ενδιαφέροντος με ανάλογες εναλλαγές ή συνδυασμούς με κοινωνικά ζητήματα αλλά και οικονομικά με προεκτάσεις και προοπτικές.**

**Η εσωτερική κατάσταση στην Αλβανία, (πολιτική αστάθεια, βία, ανύπαρκτη κοινωνική πρόνοια, οικονομική δυσπραγία) κυριαρχεί στις ανταποκρίσεις παράλληλα με τα θέματα της παράνομης φυγής των πολιτών προς τα γειτονικά κράτη και την «προσπάθεια» της πολιτικής ηγεσίας για διαμόρφωση πλαισίου και βελτίωσης διεθνών σχέσεων, που αρχίζουν να αναπτύσσονται.**




Η γραφική παράσταση παρουσιάζει τις επιλογές της ε/φ κατά θέμα.

**Το μεγαλύτερο ποσοστό δημοσιεύσεων αφορά την εσωτερική πολιτική κατάσταση της Χώρας με τις κοινωνικές της προεκτάσεις. Ειδήσεις αυτού του είδους καλύπτουν το ενδιαφέρον των αναγνωστών των Times, πολιτικοποιημένα άτομα και προσωπικότητες στα κέντρα λήψης αποφάσεων (πολιτική elite, opinion leaders). Η φυγή των Αλβανών προς γειτονικές χώρες αλλά και η τάση των πολιτικά κρατούντων για καλλιέργεια δεσμών με τις ΗΠΑ είναι ακόμα θέματα που επικεντρώνουν το ενδιαφέρον και ευαισθητοποιούν το αμερικανικό αναγνωστικό Κοινό.**

- *Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΑΝΑΛΗΨΗΣ*

Οι γενικοί κανόνες, που οδηγούν στην επιτυχή αποδοχή ενός μηνύματος, για τους ειδικούς οργανωτές ενός σχεδίου διοχέτευσης πληροφοριών, συνδέεται άμεσα με την **υπογράμμιση μιας συγκεκριμένης πράξης ή κατάστασης σε επανάληψη.**
**Επανάληψη από διαφορετικές πηγές, επανάληψη με διαφορετική μορφή, μερική επανάληψη που περιλαμβάνει νέα αλλά και συχνά δραματικά στοιχεία, με χρήση υψηλής ποιότητας επίσημων ντοκουμέντων αποτελούν και για τους Times «τεχνικές ενημέρωσης».**

Από τα ευρήματα ερευνών σχετικά για τους κανόνες σύνταξης ως επιρροή στην αλλαγή στάσεων και χαρακτηριστικών ιδιοτήτων (Cook & Flay 1978, McGuire 1969) φαίνεται πως τα ΜΜΕ προκειμένου να ενισχύσουν τη δυνατότητα αφομοίωσης ενός μηνύματος επιχειρούν τη συχνή επανάληψη του και μάλιστα μέσα από διάφορες πηγές με διαφορετικούς τρόπους για μεγάλες χρονικές περιόδους, ιδιαίτερα όταν απευθύνονται σε συγκεκριμένο Κοινό. Στην τακτική αυτή στηρίζονται και οι διάφορες διαφημιστικές καμπάνιες υψηλής ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών.[31]

Στο χρονικό διάστημα της δικής μας έρευνας οι ιστορίες ειδήσεων της περιόδου 1991-94 που καλύπτουν τα ενδιαφέροντα των αναγνωστών των Times ανάλογα με το αντικείμενο στο οποίο αναφέρονται σύμφωνα με την ροή των γεγονότων, προσφέρονται ως **Νέες Ιστορίες**, ως **Επαναλαμβανόμενες Ιστορίες** και ως **Νέες ιστορίες με κάποια επαναλαμβανόμενα στοιχεία**, που κρίνονται απαραίτητα.
**Η πρώτη κατηγορία** αφορά σε **τρέχουσες εξελίξεις και σε νέα δεδομένα**, που προκύπτουν, ενώ **η δεύτερη κατηγορία αφορά σε περιστατικά επαναλαμβανόμενα. (διαμαρτυρίες πολιτών, πολιτικές διεργασίες κομμάτων** και άλλα).
**Η τρίτη κατηγορία συνδέεται με νέα ζητήματα που έρχονται στο προσκήνιο, τα οποία όμως παρουσιάζουν μια σχέση και συνέχεια με ήδη υπάρχοντα γνωστά δεδομένα**, τα οποία κάτω από συγκεκριμένη αξιολόγηση των ανθρώπων του Τύπου κρίνονται απαραίτητα για να επαναληφθούν. Η τρίτη αυτή κατηγορία **αφορά πολιτικές επιλογές και συνθήκες διαβίωσης σε σχέση με την έλλειψη θεσμών και παραδοσιακών αξιών, που μέσα από επαναλαμβανόμενα μηνύματα επισημαίνονται.**

**Ιστορίες Ειδήσεων. Πίνακας Νο 2**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Επαναλαμβανόμενη | 1 | 32 | 22,7 | 22,9 | 22,9 |
| Νέα | 3 | 44 | 31,2 | 31,4 | 54,3 |
| Νέα-στοιχ. Επαναλαμβανόμενα | 2 | 64 | 45,4 | 45,7 | 100 |
| | | 1 | 0,7 | Missing | |
| | **Total** | **141** | **100,0** | | **100,0** |

Valid cases 140 Missing cases 1

Σε σύνολο 141 δημοσιευμάτων των Times το 45.7% αναφέρεται στην τρίτη κατηγορία, που περιλαμβάνει ιστορίες προσφερόμενες στον αναγνώστη μέσα από ειδήσεις γεγονότων με **καινούργια πλοκή που συνδυάζονται με γνωστά στοιχεία. Ο συνδυασμός αυτός επιδιώκει την κάλυψη της περιέργειας και του ενδιαφέροντος του Κοινού, την ψυχαγωγία και ευχαρίστηση του μέσα από μια νέα, ενδιαφέρουσα ενημέρωση και ολοκλήρωση του κύκλου της χωρίς η επανάληψη οικείων δεδομένων για τους διάφορους χαρακτήρες και τη δράση τους να προκαλέσει ανία και πλήξη.**

**Οι δοκιμασμένοι συμβολισμοί και τα διάσημα ονόματα δεν λησμονούνται, ενώ οι λεπτομερείς αφηγήσεις αποφεύγονται. Η χρήση επαναλήψεων γίνεται τμηματικά** δεδομένου ότι σχετικές έρευνες αποδεικνύουν ότι «ένα ενημερωμένο αναγνωστικό Κοινό με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το αντικείμενο μετά την επικοινωνία αναμένεται να ξεχάσει σχεδόν τα 2/3 από όσα το κυρίαρχο μήνυμα του δίνει.» [32]

Οι Νέες ιστορίες ειδήσεων στα περιεχόμενα των Times ενισχύονται **από έμμεσα (1-3)και άμεσα (1-3) μηνύματα**, που ο αποστολέας επαναλαμβάνει, αποτέλεσμα αξιολόγησης και προσδιορισμού των πλέον σημαντικών και οικείων

Το 1991 είναι η κρισιμότερη και επομένως η εξαιρετικά ενδιαφέρουσα χρονική περίοδος από πλευράς εξελίξεων και ειδησεογραφίας συγκριτικά με τα επόμενα τρία χρόνια. Μέσα από τις ανταποκρίσεις της ε/φ γίνονται **αναφορές σε Νέα περιστατικά και υπενθυμίζονται γνώριμα στοιχεία. Είναι η χρονιά που οι πολιτικές εξελίξεις δρομολογούν κάποιες τακτικές, αυτές που ο έμπειρος και διορατικός αποστολέας αντιλαμβάνεται άμεσα και του επιβάλλουν την δημοσίευση τους μέσα από Νέες κάθε φορά προοπτικές, που αφυπνίζουν την Κοινή Γνώμη.**

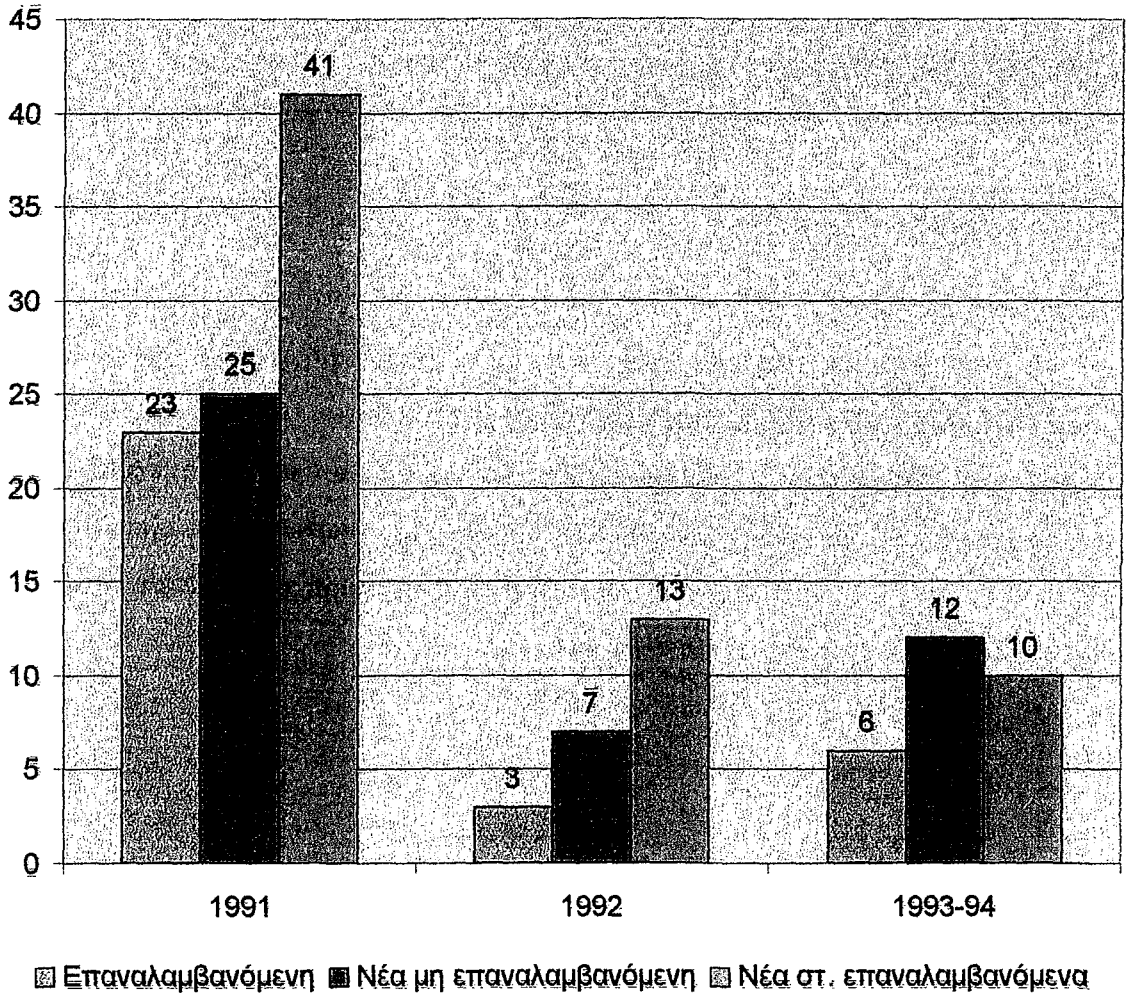
**Κυριαρχούν Νέες ειδήσεις με γνώριμα ήδη στοιχεία κατά το μεγαλύτερο ποσοστό το 1991. Αυτό ισχύει και για το 1992 ενώ οι επαναλαμβανόμενες ιστορίες και οι αμιγώς Νέες εμφανίζονται την πρώτη χρονιά σε υψηλά ποσοστά.**

**Επαναλαμβανόμενη ιστορία-Ημερομηνίες. Πίνακας Νο 3.**

| | 1991<br>1 | 1992<br>2 | 1993-94<br>3 | Row Total<br>% |
|---|---|---|---|---|
| Επαναλαμβανόμενη | 23 | 3 | 6 | 32<br>22,9 |
| Νέα μη επαναλαμβανόμενη | 25 | 7 | 12 | 44<br>31,4 |
| Νέα στοιχ.. επαναλαμβανόμενα | 41 | 13 | 10 | 64<br>45,7 |
| **Column Total**<br>**%** | **89**<br>**63,6** | **23**<br>**16,4** | **28**<br>**20,0** | **140**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations. 1

**Διαγραμματική παρουσίαση, μέσα στον χρόνο**
**των τριών κατηγοριών ειδήσεων που χρησιμοποιούν οι Times.**

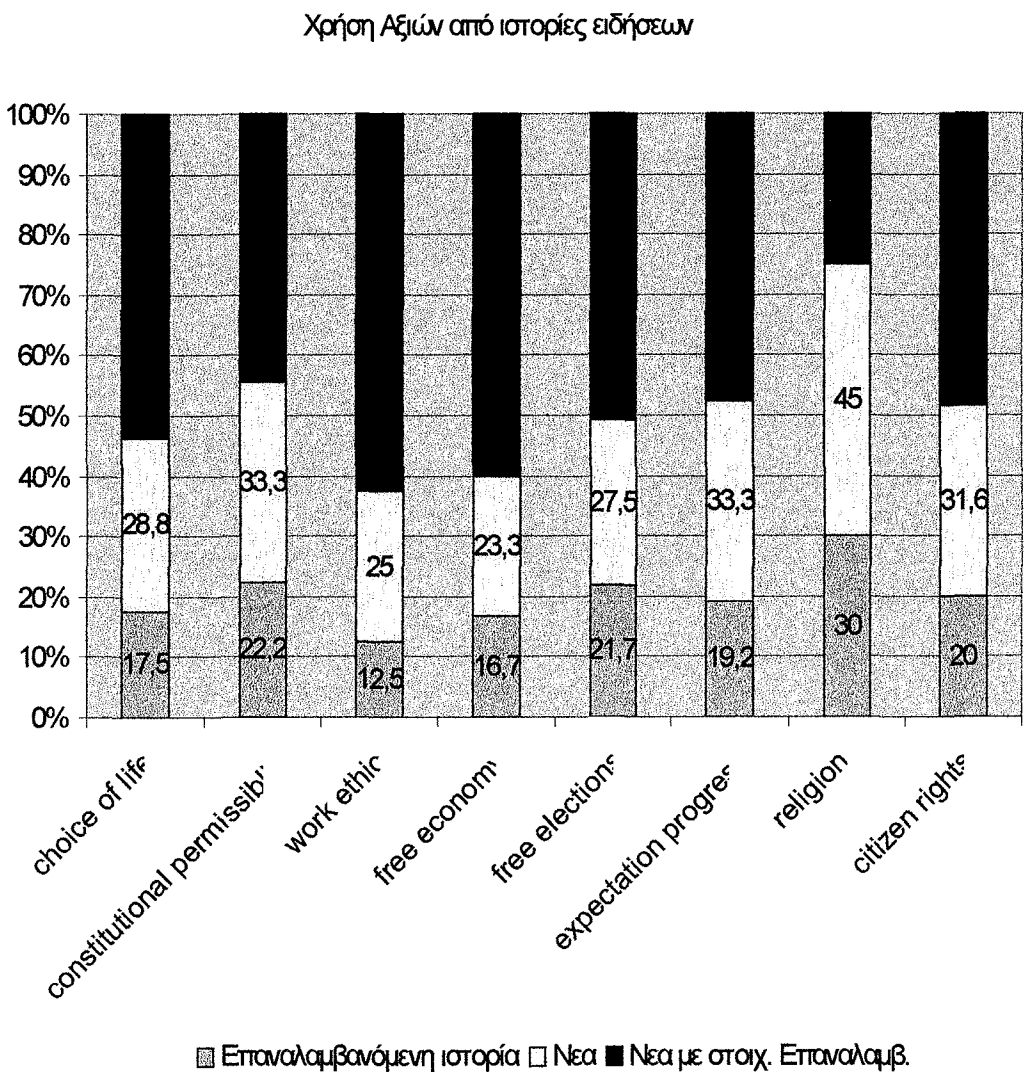


## Αξίες -Ιστορίες Επαναλαμβανόμενες

| | Επιλογή ζωής choice of life | Συνταγμ/κή θεσμοθέτηση Constitut/al Permissiblity | Δικαίωμα προς εργασία Work ethic | Ελεύθερη οικονομία free economy | Ελεύθ/ρες Εκλογές Free elections | Προσδόκιμο ευημερίας Expectation progress | Θρησκ/α religion | Πολιτικά, ανθρώπιναδικαιώματα rights |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Επαναλαμβανόμενη ιστορία | 17,5 | 22,2 | 12.5 | 16,7 | 21,7 | 19,2 | 30 | 20 |
| Νεα | 28,8 | 33,3 | 25 | 23,3 | 27,5 | 33,3 | 45 | 31,6 |
| Νέα με στοιχ. Επαναλαμβ. | 53,8 | 44,4 | 62,5 | 60 | 50,7 | 47,5 | 25 | 48,4 |

Ο πίνακας παρουσιάζει τις αξίες που προβάλλονται μέσα από τις τρεις κατηγορίες των ιστοριών ειδήσεων γνώριμα στοιχεία, όπως δείχνει το γράφημα εμφανίζονται με συνεχείς αναφορές στο **δικαίωμα της εργασίας, στην υιοθέτηση καθεστώτος ελεύθερης αγοράς και των θετικών της αποτελεσμάτων, στην ελεύθερη επιλογή τρόπου ζωής των πολιτών χωρίς περιοριστικούς, αναχρονιστικούς κανόνες για μια κοινωνία ελεύθερη με προοπτικές προόδου.**

Οι αξίες που ενισχύονται μέσα από τις Νέες ιστορίες ειδήσεων με επαναλαμβανόμενα




γνώριμα στοιχεία, όπως δείχνει το γράφημα εμφανίζονται με συνεχείς αναφορές στο **δικαίωμα της εργασίας, στην υιοθέτηση καθεστώτος ελεύθερης αγοράς και των θετικών της αποτελεσμάτων, στην ελεύθερη επιλογή τρόπου ζωής των πολιτών χωρίς περιοριστικούς, αναχρονιστικούς κανόνες για μια κοινωνία ελεύθερη με προοπτικές προόδου.**

**Επαναλαμβανόμενη ιστορία - άμεσα μηνύματα. Πίνακας Νο 4.**

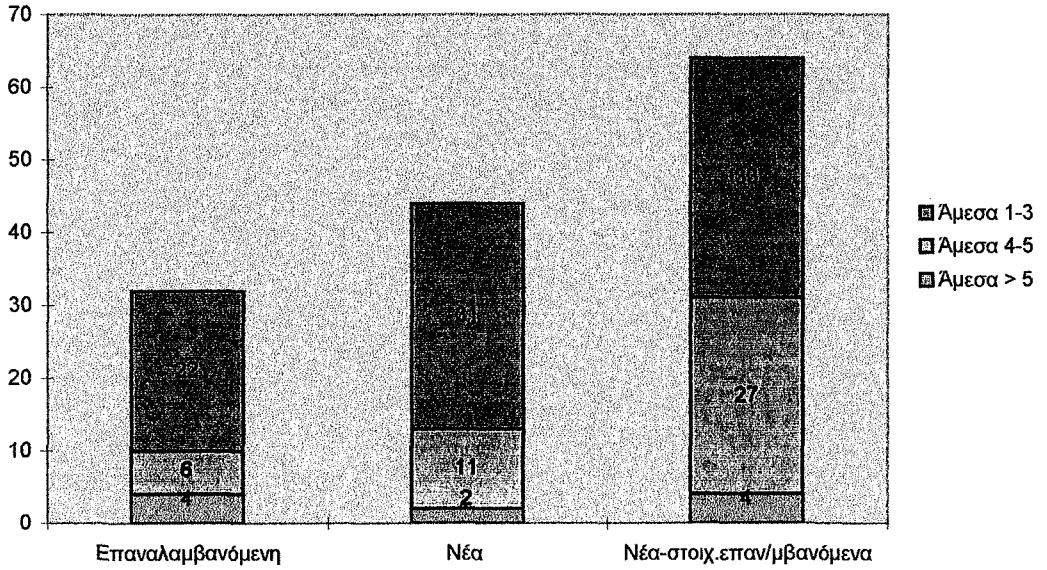
| | Άμεσα > 5<br>1 | Άμεσα 4-5<br>2 | Άμεσα 1-3<br>3 | Row Total<br>% |
|---|---|---|---|---|
| Επαναλαμβανόμενη | 4 | 6 | 22 | 32<br>22,9 |
| Νέα μη επαναλαμβανόμενη | 2 | 11 | 31 | 44<br>31,4 |
| Νέα στοιχ. επαναλαμβανόμενα | 4 | 27 | 33 | 64<br>45,7 |
| **Column Total**<br>**%** | **10**<br>**7,1** | **44**<br>**31,4** | **86**<br>**61,4** | **140**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: 1

Νέες ενδιαφέρουσες ειδήσεις εκθέτουν επίκαιρα τις εξελίξεις όπως διαμορφώνονται καθημερινά στην Αλβανία, ευαισθητοποιώντας τον αναγνώστη και συγχρόνως κρατώντας τον ενήμερο μέσα από επαναλαμβανόμενα στοιχεία, που η ε/φ κρίνει ότι πρέπει να «περάσουν» μέσα από ικανό αριθμό άμεσων μηνυμάτων.

**Διαγραμματική παρουσίαση των Νέων Ιστοριών**

**με επαναλαμβανόμενα στοιχεία μέσα από άμεσα μηνύματα.**



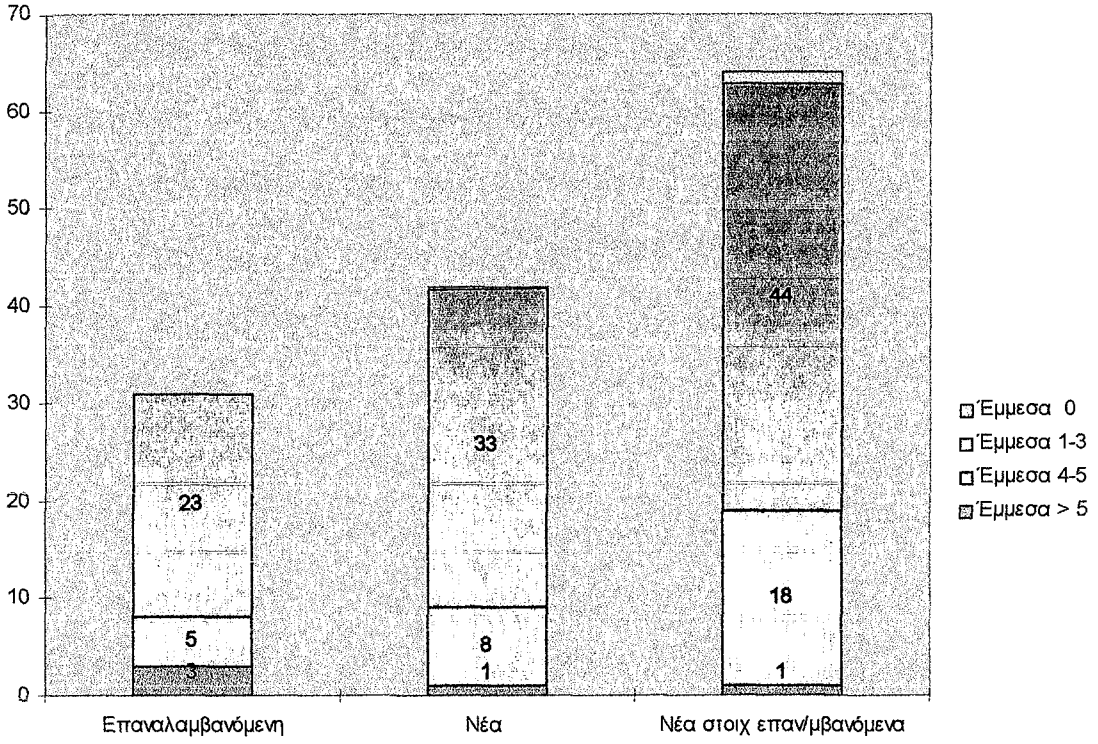

**Επαναλαμβανόμενη ιστορία- έμμεσα μηνύματα. Πίνακας Νο 5.**

| | Έμμεσα > 5<br>1 | Έμμεσα 4-5<br>2 | Έμμεσα 1-3<br>3 | Έμμεσα 0<br>4 | Row Total<br>% |
|---|---|---|---|---|---|
| Επαναλαμβανόμενη | 3 | 5 | 23 | | 31<br>22,6 |
| Νέα μη επαναλαμβανόμενη | 1 | 8 | 33 | | 42<br>30,7 |
| Νέα στ. επαναλαμβανόμενη | 1 | 18 | 44 | 1 | 64<br>46,7 |
| **Column Total**<br>**%** | **5**<br>**3,6** | **31**<br>**22,6** | **100**<br>**73,0** | **1**<br>**0,7** | **137**<br>**100,0** |

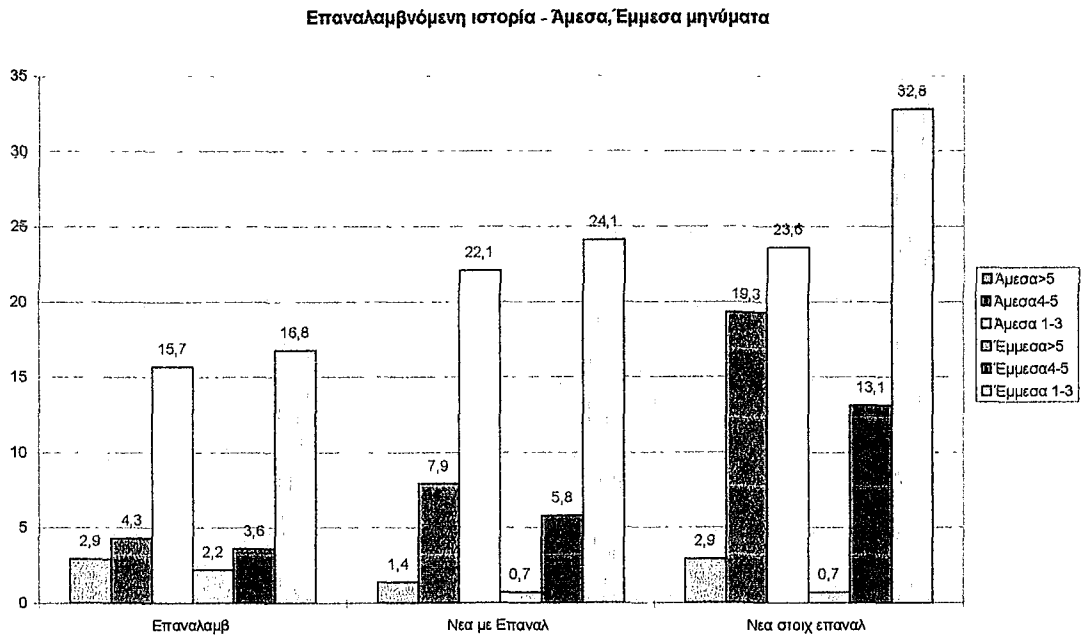
Number of Missing Observations 4

**Διαγραμματική παρουσίαση των Νέων Ιστοριών**

**με επαναλαμβανόμενα στοιχεία μέσα από έμμεσα μηνύματα.**




Από τους πίνακες και τα διαγράμματα διαπιστώνεται ότι η μορφή παρουσίασης μιας **Νέας είδησης σε συνδυασμό με στοιχεία επανάληψης** που **επισημαίνουν δεδομένες στάσεις και προσανατολισμό, είναι η πλέον συνήθης** για την ε/φ μέσα από άμεσα είτε έμμεσα μηνύματα.




Το διάγραμμα αυτό μας δίνει την δυνατότητα να συγκρίνουμε άμεσα-έμμεσα μηνύματα. **Κυριαρχούν τα έμμεσα περιορισμένου αριθμού μηνύματα της κατηγορίας 1-3** σε όλες τις μορφές της ιστορίας.

- ***ΘΕΣΗ (STATUS)***

Σε κοινωνίες με προσανατολισμό τη θέση του ατόμου μέσα σε αυτήν (status oriented societies) τα άτομα έχουν την ανάγκη να **επιτύχουν μιαν αποδοχή** και κινούνται πάντοτε με κεντρικό άξονα το κύρος (prestige) σε έναν συνεχή αγώνα απόδειξης της αξίας τους. Το status λειτουργεί σε συνδυασμό με άλλες παραμέτρους για τον καθορισμό των συναισθημάτων του ατόμου για την κάλυψη του «εγώ» του με ενδεχόμενο, όταν αυτό πάψει να καλύπτει την προσωπικότητα τότε να χάνεται και η σημαντικότητα της. Όταν τα μέλη μιας κοινωνικής ομάδας (αμερικανική elite) κατορθώσουν αρχικά να επιτύχουν ένα υψηλό status οικονομικού επιπέδου, τότε θα προσπαθήσουν στην συνέχεια να μεταφέρουν αυτό το status και σε άλλα επίπεδα, όπως αυτό της περαιτέρω μόρφωσης, των κοινωνικών επαφών, της πολιτικής δύναμης.

Γενικός στόχος η κατάκτηση των υψηλών επιπέδων σε όλες τις μορφές της ζωής. Το σημαντικό στοιχείο που πρέπει να υπογραμμιστεί είναι ότι **το status ως ένα συγκεκριμένο χαρακτηριστικό της ομάδας της elite εδραιώνεται σε συγκρίσεις και ιεράρχηση και επειδή εμπλέκεται σε όλες τις μορφές καθημερινής ζωής δεν επιτρέπει στα άτομα της ομάδας να εξαιρεθούν από την ανάμειξη τους σε διαδικασίες όλων των μορφών επικοινωνίας με βάρος στα άτομα του ίδιου προσανατολισμού στην βάση της αλληλεπίδρασης μεταξύ τους.**
Στη δική μας έρευνα μέσα από τα δημοσιεύματα των Times εξετάζεται εάν οι ανταποκρίσεις των ειδήσεων περιέχουν αναφορές σε άτομα με status λόγω της επίδρασης, που ασκούν στο αναγνωστικό Κοινό με το κύρος τους.

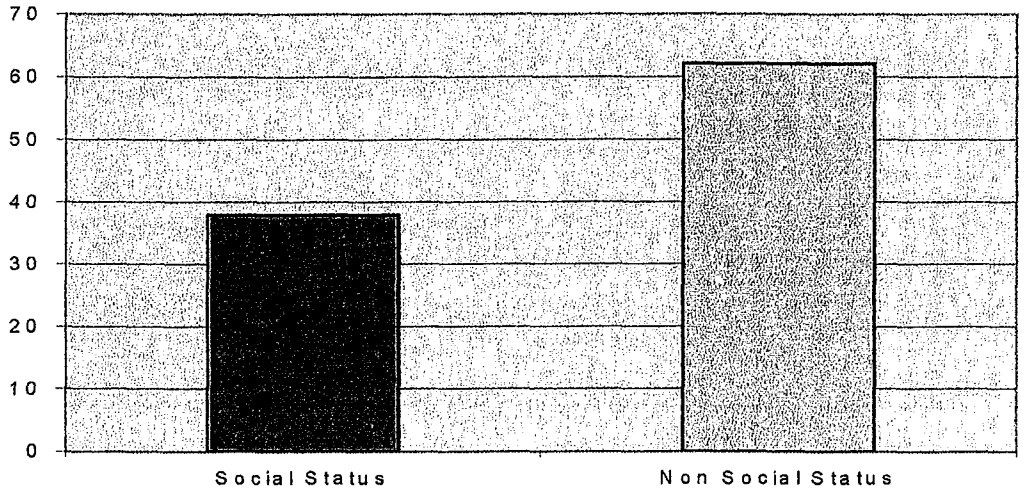
**Κοινωνικό Status Πίνακας No 7**

| Value Label | | Value | Frequency | % | Valid % | Cum % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | |
| Social Status | | 1 | 53 | 37,6 | 37,9 | 37,9 |
| Non Social Status | | 4 | 87 | 61,7 | 62,1 | 100,0 |
| | | | 1 | 0,7 | Missing | |
| | **Total** | | **141** | **100,0** | **100,0** | |

**Valid cases 140, Missing cases 1**

Ο πίνακας παρουσιάζει σε ένα ποσοστό 37.9% των 141 άρθρων την άποψη προσώπων με prestige (λαμβανομένων υπόψη των δομών της αλβανικής κοινωνίας.)

**Διαγραμματική παρουσίαση προσώπων με Κοινωνικό Status**



**Πηγές- Κοινωνική θέση (Social Status). Πίνακας Νο 8.**

| | **Κοινωνική θέση Social Status** | **Μη Κοινωνική θέση No Social Status** | **Row Total % -** |
|---|---|---|---|
| **Sources** | 1 | 4 | |
| 1 Επίσημες δηλώσεις | 9,1 | 18,2 | 27,3 36 |
| 2 Επίσημες δηλώσεις & Ανώνυμες | 9,8 | 9,8 | 19,7 26 |
| 4 Επισ. Δηλ. & Αν. Πλ. & Π | 1,5 | 3,0 | 4,5 6,0 |
| 5 Επίσ. Δηλώσεις & Elite | 0,8 | 2,3 | 3,0 4 |
| 6 Επ. Δηλ. & Πολίτες | 5,3 | 9,1 | 14,4 19 |
| 15 Επ. Δηλ. & Ανών. & Elite | 1,5 | 0,8 | 2,3 3 |
| 21 Ανώνυμες Πληροφορίες | 3,8 | 14,4 | 18,2 24 |
| 28 Ανώνυμες Πληροφορίες & Elite | | 0,8 | 0,8 1 |
| 29 Ανώνυμες Πληροφ. & Πολίτες | 2,3 | 2,3 | 4,5 6 |
| 33 Elite | 0,8 | | 0,8 1 |
| 34 Elite & Πολίτες | 0,8 | | 0,8 1 |
| 36 Πολίτες | 2,3 | 1,5 | 3,8 5 |
| **Σύνολο Στήλης %** | **50 37,9** | **82 62,1** | **132 100,0** |

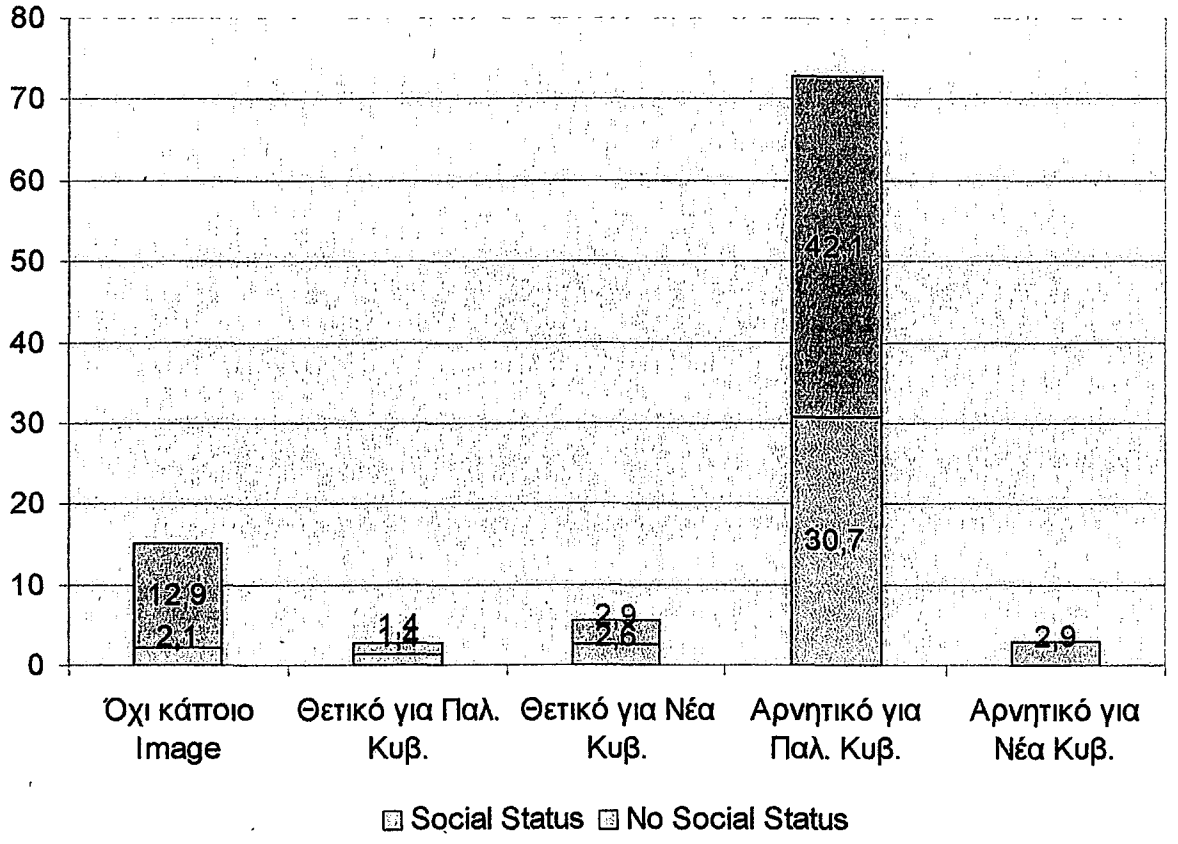
Ο πίνακας περιλαμβάνει στοιχεία αναφοράς σε πρόσωπα **κοινωνικού κύρους (status) μέσα από την χρήση επισήμων πηγών πληροφόρησης (μεμονωμένων ή σε συνδυασμό)**, που επιλέγονται Στόχος της ε/φ **η ενίσχυση της αξιοπιστίας των θέσεων** που αναλύονται και η αυξημένη πιθανότητα **αφομοίωση** τους από τον αναγνώστη.

**Εικόνα (Image) -Θέση (Status). Πίνακας Νο 9.**

| Κυβέρνηση GOVAL | Θέση STATUS | | |
|---|---|---|---|
| | **Κοινωνική θέση Social Status 1** | **Μη Κοινωνική θέση No Social Status 4** | **Row Total %** |
| 0. Όχι κάποια εικόνα (Image) | 2,1 | 12,9 | 21<br>15,0 |
| 1. Θετικό για Παλαιές Κυβερνήσεις | 1,4 | 1,4 | 4<br>2,9 |
| 2.Θετικό για Νέες Κυβερνήσεις | 2,6 | 2,9 | 9<br>6,4 |
| 3. Αρνητικό για Παλαιές Κυβερνήσεις | 30,7 | 42,1 | 102<br>72,9 |
| 4. Αρνητικό για Νέες Κυβερνήσεις | | 2,9 | 4<br>2,9 |
| **Column Total %** | **53<br>37,9** | **87<br>62,1** | **140<br>100,0** |

Number of Missing Observations: 1

Από τα ποσοστά του πίνακα φαίνεται ότι στις **δημοσιεύσεις των Times υπάρχουν αναφορές που ενισχύονται και από τις θέσεις προσώπων με κοινωνική ακτινοβολία**, για τη δημιουργία εικόνων για την Αλβανία, τόσο στην περίοδο των κομουνιστικών κυβερνήσεων όσο και μετά την πτώση του Αλία.




Η αναφορά σε πρόσωπα με status πραγματοποιείται σε αρκούντως υψηλό βαθμό και στην διαδικασία διαμόρφωσης του image κυρίως για την αλβανική πολιτική ηγεσία, σε δείγμα 140 άρθρων.

**Εικόνα (image) για τις ελληνικές κυβερνήσεις/λαό με χρήση κοινωνικής θέσης**

| Govern. Κυβέρνηση | Θέση Status | | |
|---|---|---|---|
| | Κοινωνική θέση Social Status 1 | Μη Κοινωνική θέση No Social Status 4 | Row Total % |
| 0. Όχι κάποια εικόνα (Image) | 34,3 | 47,1 | 114<br>81,4 |
| 1. Θετική για Κυβ/ση. Μητσοτάκη | | 7,1 | 10<br>7,1 |
| 2.Αρνητική για τον ελληνικό λαό | | 0,7 | 1<br>0,7 |
| 3. Αρνητική για Κυβ/ση Μητσοτάκη | 3,6 | 5,7 | 13<br>9,3 |
| 4. Αρνητική για Κυβ/ση Παπανδρέου | | 1,4 | 2<br>1,4 |
| **Column Total**<br>**%** | **53**<br>**37,9** | **87**<br>**62,1** | **140**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: 1

Από τον πίνακα , με τα ποσοστά που προσέφερε η έρευνα από 141 άρθρα των Times, διαπιστώνεται ότι **δεν υπάρχει πρόθεση από μέρους της ε/φ να καλλιεργήσει εικόνες** για τη σύμμαχο-χώρα των ΗΠΑ.

- ***ΧΡΗΣΗ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΩΝ***

Η χρήση στερεοτύπων στηρίζεται στην τάση των ατόμων (στην περίπτωση μας των αναγνωστών) να τυποποιούν άλλους ανθρώπους και ομάδες, φυσική συνέπεια της διαδικασίας κατηγοριοποίησης.

Οι αναγνώστες δημιουργούν κατηγορίες με ακρίβεια και ποικιλία χαρακτηριστικών που αποδίδονται σε μια ομάδα ατόμων λόγω της τάσης των πρώτων να τα τοποθετούν σε γνωστικές κατηγορίες σαν να είναι όλα όμοια. Αυτή η τάση για γνωστική απλούστευση είναι χαρακτηριστικό φαινόμενο της ανθρώπινης νόησης .[64]

**Τα ακριβή χαρακτηριστικά μιας κοινωνικής ομάδας ορίζονται σαν «στερεότυποι».**

**Όταν σκεπτόμαστε κάποιους ανθρώπους για τους οποίους δεν γνωρίζουμε πολλά πράγματα, υιοθετούμε τις πεποιθήσεις, τις οποίες κάποιοι τρίτοι έχουν για τους ίδιους ανθρώπους.**

Από την άλλη πλευρά όταν σκεπτόμαστε άτομα, τα οποία γνωρίζουμε πολύ καλά, βασιζόμαστε στη δική μας προσωπική εμπειρία. Ο βαθμός συχνότητας, που δημιουργούμε στερεότυπους, εξαρτάται από χαρακτηριστικά προσωπικότητας.

Οι στερεότυποι που έχουμε δημιουργήσει τείνουν να είναι περισσότερο άκαμπτοι και λιγότερο ανοιχτοί σε νέες εμπειρίες σε σχέση με τις πεποιθήσεις, που έχουμε αναπτύξει από μόνοι μας. Και επειδή είναι πολύ δύσκολο να απορρίψουμε ή να αλλάξουμε έναν στερεότυπο, στις νέες πληροφορίες, που δεχόμαστε για τον συγκεκριμένο στερεότυπο, δεν δίνουμε προσοχή, εάν δεν είναι σύμφωνες με τον στερεότυπο μας.

**Όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός που δημιουργήσαμε ένα στερεότυπο για μια ομάδα, τόσο μικρότερο είναι το ενδεχόμενο μια νέα πληροφορία να τον αλλάξει.**

[«Οι Αμερικανοί έχουν λ χ για τους Ελληνες τον στερεότυπο ότι είναι τεμπέληδες, ανοργάνωτοι, αναποτελεσματικοί, και ανακατεύονται στις προσωπικές τους υποθέσεις, άποψη που προκύπτει από την επαφή μαζί τους Από την άλλη πλευρά η πραγματικότητα είναι ότι οι έλληνες επιθυμούν να έρχονται κοντά στους άλλους, να είναι θερμοί προς τους άλλους και να τους συμπαρίστανται Όσο όμως η επαφή με τους Ελληνες είναι συχνότερη τόσο προστίθενται και νέα [ θετικότερα] στοιχεία στον συγκεκριμένο στερεότυπο »][65]

Η σύγχρονη εποχή που είναι πολυσχιδής και εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς σε διαφόρων ειδών αποστάσεις έχει σαν αποτέλεσμα να μην υπάρχει ζωντανή επαφή μεταξύ των ανθρώπων και να αναπτύσσεται έλλειψη ευκαιρίας για γνωριμία. Παράλληλα αναπτύσσεται η τάση για επικέντρωση σε έναν κύριο γνωστό τύπο με την κάλυψη του υπολοίπου μέρους της εικόνας με βάση τα στερεότυπα, που ο κάθε ένας μεταφέρει για τους άλλους στο μυαλό του.

**Οι εξυπνότερες και περισσότερο διεισδυτικές επιρροές είναι αυτές που δημιουργούν και διατηρούν την επανάληψη των στερεοτύπων. Οι επιρροές συγκεντρώνονται σε θέματα-αντικείμενα γνωστά ή άγνωστα δίνοντας έμφαση στην διαφορά έτσι ώστε το γνωστό να φαίνεται περισσότερο γνωστό και οικείο και το σχετικά ξένο σαν έντονα ξένο.**

***«Οι άνθρωποι αφυπνίζονται από μικρά σήματα, τα οποία ποικίλουν από έναν πραγματικό κατάλογο μέχρι μια ασαφή αναλογία. Κάτω από αυτήν την εξέγερση κατακλύζονται από καινούργια οράματα με παλαιότερες απεικονίσεις, που προβάλλουν μέσα σε έναν κόσμο, που έχει αναστηθεί στην μνήμη τους. Ολη η ουσία βρίσκεται στον χαρακτήρα του στερεότυπου και στην ασφάλεια με την οποία χρησιμοποιείται»***[66].

**Τελικά υπάρχει εξάρτηση από εκείνες τις περιεκτικές φόρμες, που συνιστούν την φιλοσοφία του αναγνώστη για την ζωή σε έναν κόσμο κωδικοποιημένο σύμφωνα με τον κωδικό, που αυτός διαθέτει.**
**Τα στοιχεία που οδηγούν σε τέτοιες στάσεις, φάνηκε από αμερικανική έρευνα σε εθνικό επίπεδο να συνδέονται με τις μεταβλητές της ηλικίας, του μορφωτικού επιπέδου, της κοινωνικο-οικονομικής θέσης(status).**

Και ενώ οι νεώτεροι διαθέτουν μεγαλύτερη ανοχή και είναι λιγότερη προκατάληψη, οι βασικές αξίες και οι κανόνες της κοινωνίας μεταφέρονται από τα άτομα ώριμης ηλικίας. Η αλήθεια είναι ότι τα στερεότυπα σχήματα που προέρχονται από τις λέξεις «πολιτική», «επιχειρήσεις», «κοινωνία» προσδιορίζονται από τους κώδικες των φιλοσοφημένων απόψεων του πολίτη για την Κοινωνία καθώς και των πολιτικών του ανησυχιών.

Ο Walter Lippmann αναφερόμενος στους στερεότυπους και το ρόλο που παίζουν στην διαδικασία της επικοινωνίας υποστήριξε, **ότι τα γεγονότα που εκτίθενται φαίνεται να είναι συνειδητά μερικώς κατασκευασμένα.** Επομένως ένα report αποτελεί προϊόν ένωσης ήδη γνωστού και γνώστη, στην οποία ο ρόλος του παρατηρητή είναι πάντοτε επιλεκτικός και συνήθως δημιουργικός.

**Τα γεγονότα που ο αναγνώστης «βλέπει», εξαρτώνται από το που είναι τοποθετημένος και από τις συνήθειες που ο ίδιος έχει. Στο μεγαλύτερο ποσοστό αυτός αρχικά καθορίζει-προσδιορίζει και κατόπιν παρατηρεί. Στον κόσμο γύρο μας που όσα συμβαίνουν μεταβιβάζονται με σήματα, οι παρατηρητές επιλέγουν αυτά που ήδη οι πολιτιστικές του αρχές του έχουν καθορίσει και τείνει να αντιληφθεί όσα έχει επιλέξει από τα στερεότυπα σχήματα του πολιτισμού του.**[67]

**Ο καθένας θέλει να κατανοήσει τις πράξεις των άλλων και να τις ερμηνεύσει. Εξω από το περιβάλλον του επιλέγει να αναγνωρίσει σχήματα, που στηρίζουν ιδέες και αυτές γεμίζουν με το δικό του stock προτύπων, γιατί εάν επιχειρήσει να ιδεί όλα τα πράγματα με έναν σύγχρονο και λεπτομερή και όχι γενικό τρόπο, τότε κινδυνεύει να εμπλακεί σε έναν εξοντωτικό αγώνα.**
***Κάτω από μια άπειρη και ανεκπαίδευτη παρατήρηση εμείς επιλέγουμε αναγνωρίσιμα σημεία-σύμβολα από το περιβάλλον. Τα σύμβολα διατηρούνται και παραμένουν για τις ιδέες και τις ιδέες αυτές εμείς γεμίζουμε με τα stocks των παραστάσεων-απεικονίσεων»***[68]

Με βάση αυτά οι στερεότυποι καλλιεργούν μια γενικότητα και όλες οι γενικότητες αφήνουν το επιθυμητό ενδιαφέρον της ακρίβειας. Ο Lippmann αναφέρει πως δεν υπάρχει ούτε χρόνος ούτε ευκαιρία για εσωτερική-ενδόμυχη εξοικείωση-γνωριμία. Αντί αυτού παρατηρείται ένα διακριτικό, που μεταβιβάζει τα σήματα ενός γνωστού τύπου και εμείς γεμίζουμε το υπόλοιπο της εικόνας με τους δικούς μας στερεότυπους.

Βέβαια, υπάρχουν και μερικές αξίες στους στερεότυπους και επίσης η αλήθεια. Οι στερεότυποι διαθέτουν χώρους για να ρίξουμε σε αυτούς όλα τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα χωρίς να περιορίζουν όμως τα όρια των αντιτύπων-αντιγράφων, που θα τα εξηγήσουν.

Κατά τον Lippmann κάθε πρόσωπο είναι μόνο ένα μικρό μέρος του κόσμου και εξαρτάται από την ευφυία να συλλάβει μόνο τις φάσεις ή τις προοπτικές σε μια πορεία ενός συνόλου ιδεών. Οταν χρησιμοποιούμε τους δικούς μας στερεότυπους, τείνουμε να γνωρίζουμε πως αυτοί είναι γενικότητες, τους διατηρούμε χωρίς πολύ σκέψη και τους ξαναμελετούμε με ευχαρίστηση.

Ο Converse (1964) αναφέρει ότι οι περισσότεροι Αμερικανοί δεν έχουν κατορθώσει να αποκτήσουν ένα καλά οργανωμένο και ενοποιημένο σύστημα στάσεων γύρο από την πολιτική, μια καθολική συντηρητική ή φιλελεύθερη ιδεολογία, που να οργανώνει τις απόψεις τους. Το στοιχείο αυτό το συνδέουν οι Kinder & Sears, 1985 με την έννοια της λέξης **schema.**

**«Schemata» είναι γνωστικά σχήματα, που αντιπροσωπεύουν γενικές γνώσεις για μια προσφερόμενη ιδέα ή ένα ερέθισμα και περιλαμβάνουν αμφότερες τις ιδιότητες μιας έννοιας και τις σχέσεις μεταξύ αυτών των ιδιοτήτων.** (Fiske & Taylor, 1984).

Τα schemata, όταν ενεργοποιηθούν προσφέρουν «στενογραφημένες» διανοητικές παραστάσεις συλλογισμού και αντίληψης, που κατευθύνει την προσοχή σε συγκεκριμένες εικόνες-παραστάσεις του περιβάλλοντος, που σχηματοποιούν μια βάση συμπερασμάτων για γεγονότα και ανθρώπους και βοηθούν στην μνήμη του ατόμου με την κατάρτιση ενός καταλόγου πληροφοριών, βοηθώντας έτσι στην ανταπόκριση των πολιτικών γεγονότων αλλά και στον συσχετισμό άλλων ιδεών, που οδηγούν σε νέες πληροφορίες.

Οι Pratkanis & Greenwald, 1989, αναπλάθουν την έννοια των στάσεων, που τις χαρακτηρίζουν ειδικές υποκατηγορίες στα **schemata,** δεσμίδες αλληλοσυνδεομένων πεποιθήσεων για ένα συγκεκριμένο αντικείμενο, που ενώνει την καθολική αποδοχή θετική/ αρνητική γι' αυτό. Οπως όλα τα schemata, οι στάσεις εξυπηρετούν ως αισθητήριοι και γνωστικοί μηχανισμοί για την οργάνωση των σκέψεων γύρο από αντικείμενα [69]

Σε ό,τι αφορά το ζήτημα των στερεότυπων και προκαταλήψεων, αξίζει να σημειωθεί, ότι η Αμερική σαν χώρα της αφθονίας και των ευκαιριών προσήλκυσε κύματα μεταναστών, από τον 18ο αιώνα, η συμπεριφορά και οι στάσεις πολλών από αυτούς στιγμάτισαν την καταγωγή και την παράδοση τους, στοιχείο που μεταδόθηκε στις

επόμενες γενεές του αμερικανικού κατεστημένου σε κάποιο βαθμό παρά τις προσπάθειες βελτίωσης και την επιτυχή προσαρμογή των μεταναστών στα νέα δεδομένα της καινούργιας πατρίδας τους.

[Συγγραφείς, που ασχολήθηκαν με τις προκαταλήψεις του αμερικανικού λαού για τους μετανάστες από τον Πρώτο ακόμα Παγκόσμιο Πόλεμο, δηλώνουν στα κείμενα τους πως και οι Έλληνες αντιμετωπίστηκαν με φόβο μήπως συντελέσουν μαζί με άλλους στην καταστροφή των θεσμών και των παραδόσεων του ]

Οι ρόλοι είναι κανόνες, που εφαρμόζονται σε κατηγορίες προσώπων. Υπάρχουν ουσιαστικά χαρακτηριστικά που ορίζουν την συμμετοχή ενός μέλους σε μια κατηγορία και όταν τα οριζόμενα χαρακτηριστικά εφαρμόζονται σε κάποιο πρόσωπο, τότε οι κανόνες του ρόλου εφαρμόζονται σε αυτό. Όμως ο κοινωνικός ρόλος είναι σαν ένα σύνολο επιβαλλομένων κανόνων, που προσδιορίζουν κάποια συμπεριφορά για ένα πρόσωπο μιας κατηγορίας, από την οποία και οι οριζόμενοι κανόνες επιβάλλονται αλλά και αναμένονται.

**Όπως ένα σενάριο ορίζει και επιβάλλει κάποιες πράξεις έτσι και ο ρόλος στην κοινωνία επιβάλλει λόγους και πράξεις και επιτρέπει ένα συγκεκριμένο ποσοστό ερμηνείας. Ρόλοι γράφονται και παρουσιάζονται μέσα από τον Τύπο.**

**Οι ρόλοι δεν είναι τίποτε άλλο παρά σύνολα κανόνων και οι κανόνες ορίζουν κάποια συμπεριφορά.**

> *«Στις Ηνωμένες Πολιτείες έχει πραγματοποιηθεί μια εκστρατεία με στόχο τα πείσει τους πολίτες να περιορίσουν απόψεις που συνδέονται με στερεότυπους εθνικών ομάδων. Διαφήμιση, τηλεοπτικές ομιλίες, κινηματογραφικές ταινίες είχαν σαν στόχο να πείσουν, ότι ο χαρακτήρας μπορεί να μελετηθεί από τις εξωτερικές ενδείξεις. Κοινωνικοί ψυχολόγοι προσπάθησαν να μυήσουν φοιτητές, ότι πεποιθήσεις για στερεότυπους εθνοτήτων δεν είναι γνήσιες και αποτελούν ενδείξεις σκληρού αυταρχισμού και φασιστικής προσωπικότητας* »[70] .

Η εκστρατεία αυτή είχε κάποια θετικά αποτελέσματα αφού καλλιέργησε την άποψη στους μορφωμένους ότι αποτελεί κατάφωρα απορριπτέο σχήμα η έκφραση δημόσια στερεότυπων για τις εθνικές ομάδες. Όμως αυτό δεν έγινε αποδεκτό σε τέτοιο βαθμό ώστε τα ίδια άτομα στην ιδιωτική τους ζωή να μπορούν να αντισταθούν και να

αποφύγουν τις διακρίσεις. Παρά τις επιθέσεις των διαμορφωτών της κοινής Γνώμης με φραστικές επιθέσεις δεν κατορθώθηκε να υπάρξει μια βαθιά και ουσιαστική αλλαγή. Τουναντίον έγινε αντιληπτό για μια φορά ακόμα, ότι οι στερεότυποι διασώζονται τόσο σε εμπιστευτικές συνομιλίες, όσο και σε ρατσιστική συμπεριφορά.

Ο Allport θεωρεί ότι οι στερεότυπες αντιλήψεις για ομάδες ατόμων είναι αποτέλεσμα μιας διανοητικής διαδικασίας να γίνουν περισσότερο απλές οι πληροφορίες, που αφορούν το περιβάλλον και τα άτομα που το αποτελούν γύρο από αυτά. Η διαμόρφωση των κατηγοριών δεν είναι τίποτα άλλο από εμπειρίες γιατί η ανθρώπινη διανόηση δεν έχει έμφυτη δυνατότητα κατηγοριοποίησης.

Αναφερόμενος στους στερεότυπους των εθνοτήτων ο Campbell υπεστήριξε, ότι «όσο περισσότερες είναι οι πραγματικές διαφορές που υπάρχουν μεταξύ συγκεκριμένων χαρακτηριστικών δύο εθνοτήτων, τόσο περισσότερες είναι οι δυνατότητες να υπάρξει στην πραγματικότητα ένα από τα χαρακτηριστικά στην εικόνα του στερεότυπου, που θα έχει η μια εθνότητα για την άλλη.

**Σε κάθε εικόνα στερεότυπη για μια εθνότητα υπάρχει ουσία αλήθειας. Στον κόσμο γύρο μας που όσα συμβαίνουν μεταβιβάζονται με σήματα, οι παρατηρητές επιλέγουν αυτά που ήδη οι πολιτιστικές του αρχές του έχουν καθορίσει και τείνει να αντιληφθεί όσα έχει επιλέξει από τα στερεότυπα σχήματα του πολιτισμού του.**

**Οι δημοσιογράφοι δεν είναι διαφορετικοί από τους άλλους ανθρώπους και παρουσιάζουν μεταξύ των άλλων την ομοιότητα στην τάση να δημιουργούν στερεότυπα για τα άτομα, καταστάσεις και ζητήματα ιδιαίτερα όταν ο χρόνος δεν επιτρέπει να γίνουν αναλυτικές περιγραφές μέσα στις καθορισμένες ημερομηνίες.**

***«Υπάρχει μια γενική παραδοχή ότι οι δημοσιογράφοι, όπως όλοι οι άνθρωποι δεν μεταφέρουν μια κενή πλάκα από εμπειρίες, αξίες και στάσεις κατά την διάρκεια της δουλειάς τους. Αντίθετα οι δικές τους εμπειρίες χρησιμεύουν σαν οδηγός για ό,τι επιλέξουν με βάση τον τρόπο που βλέπουν και αξιολογούν τα πράγματα συμβαίνουν γύρο τους».*** [71]

***«Το μεγαλύτερο μεταξύ όλων των εμποδίων, που συνέβαλαν στην πορεία ανάπτυξης και προόδου είναι η υψηλού βαθμού προκατάληψη ενάντια στους ξένους γενικότερα, που βρέθηκε κυρίως σε άτομα πλημμελούς εκπαίδευσης και στους snob μεσαίας τάξης Αμερικανούς, στους γονείς και τους παππούδες τους.»***[72]

Πιθανόν λιγότεροι δημοσιογράφοι να έχουν αυτή την τάση αλλά αυτή η τάση υπάρχει ακόμα, όταν τα γεγονότα δεν είναι εντελώς γνωστά ή η χρονική ισχύς τους πιέζει γρήγορα και όχι για μια μεγαλύτερη σε ακρίβεια περιγραφή

Αυτές οι εμπειρίες είναι σαν ένας οδηγός στο τι αυτοί συλλέγουν από έξω, από αυτά που τους περιβάλλουν και από το πως βλέπουν και θεωρούν τα πράγματα

Με βάση αυτά οι στερεότυποι καλλιεργούν μια γενικότητα και όλες οι γενικότητες αφήνουν το επιθυμητό ενδιαφέρον της ακρίβειας. Ο Lippmann αναφέρει πως δεν υπάρχει ούτε χρόνος ούτε ευκαιρία για εσωτερική-ενδόμυχη εξοικείωση-γνωριμία. Αντί αυτού παρατηρείται ένα διακριτικό, που μεταβιβάζει τα σήματα ενός γνωστού τύπου και εμείς γεμίζουμε το υπόλοιπο της εικόνας με τους δικούς μας στερεότυπους.

Βέβαια, υπάρχουν και μερικές αξίες στους στερεότυπους και επίσης αλήθεια. Οι στερεότυποι διαθέτουν όμως χώρους για να ρίξουμε σε αυτούς όλα τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα χωρίς να περιορίζουν τα όρια των αντιτύπων-αντιγράφων, που θα τα εξηγήσουν.

---

Συγγραφείς, που ασχολήθηκαν με τις προκαταλήψεις του αμερικανικού λαού για τους μετανάστες από τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, δηλώνουν στα κείμενα τους πως και οι Ελληνες αντιμετωπίστηκαν με φόβο μήπως συντελέσουν μαζί με άλλους στην καταστροφή των θεσμών και των παραδόσεων του

Αλλοτε πάλι χρησιμοποιούνται ακατάλληλα και μερικές φορές με ανακρίβεια. Οταν αυτό ισχύει, η αφήγηση που απεικονίζει την πραγματικότητα διαστρεβλώνεται. Κατά πόσο η φιλοσοφία μας κατά τον Lippmann μας οδηγεί πως κάθε πρόσωπο είναι μόνο ένα μικρό μέρος του κόσμου, είναι κάτι που εξαρτάται από την ευφυία για να συλλάβει μόνο φάσεις ή προοπτικές σε μια πορεία ενός συνόλου ιδεών. Εξάλλου όταν χρησιμοποιούμε τους δικούς μας στερεότυπους, τείνουμε να γνωρίζουμε πως αυτοί είναι γενικότητες, τους διατηρούμε χωρίς πολύ σκέψη και τους ξαναμελετούμε με ευχαρίστηση.

Ο Tajfel (1982) [73] και οι συνεργάτες του (Turner 1979) αποτελούν τους δημιουργούς της θεωρίας της Social identity theory, ενώ οι Campbell (1968) Sherif (1967) αυτούς της Realistic Conflict theory.

Ο Tajfel (1982) στόχευσε στην πρόταση ενός μοντέλου ικανού να περιγράψει κάποιες δυναμικές σε σχέση με τα κοινωνικά στερεότυπα. Ομως η μέτρηση στην περίπτωση αυτή δεν είναι κάτι εύκολο αφού απαιτεί αντικειμενικά κριτήρια, που θα δηλώνουν τις ενδο-ομαδικές και διομαδικές μεταβολές κάποιου χαρακτηριστικού γνωρίσματος, έτσι ώστε να γίνονται συγκρίσεις στις μεταβολές που υπάρχουν σε συγκεκριμένη ομάδα ατόμων

Τα συμπεράσματα του Sherif (1966) σχετικά με την κατανόηση των διομαδικών σχέσεων είναι πως όταν δύο ομάδες ακολουθούν αντίθετους σκοπούς δημιουργείται αρνητική κοινωνική αναπαράσταση και πως μόνο η εκπλήρωση κοινών στόχων, οι οποίοι απαιτούν την προσπάθεια των μελών και των ομάδων, βελτιώνει τις αρνητικές αναπαραστάσεις.[74]

Υπάρχουν διαπιστώσεις σοβαρές από παλαιότερη έρευνα στους Times, την Tribune και την Post για την λειτουργία και τις επιρροές των δημοσιογράφων-ανταποκριτών σε περιόδους πολιτικών κρίσεων Λειτουργίες με προκαταλήψεις που δεν κατόρθωσαν να ξεπεραστούν δίνουν πάντοτε μια είδηση και ερμηνεύουν ένα ζήτημα με βάση τα προσωπικά κίνητρα, την προσωπικότητα και τα διακριτικά τους γνωρίσματα.[75]

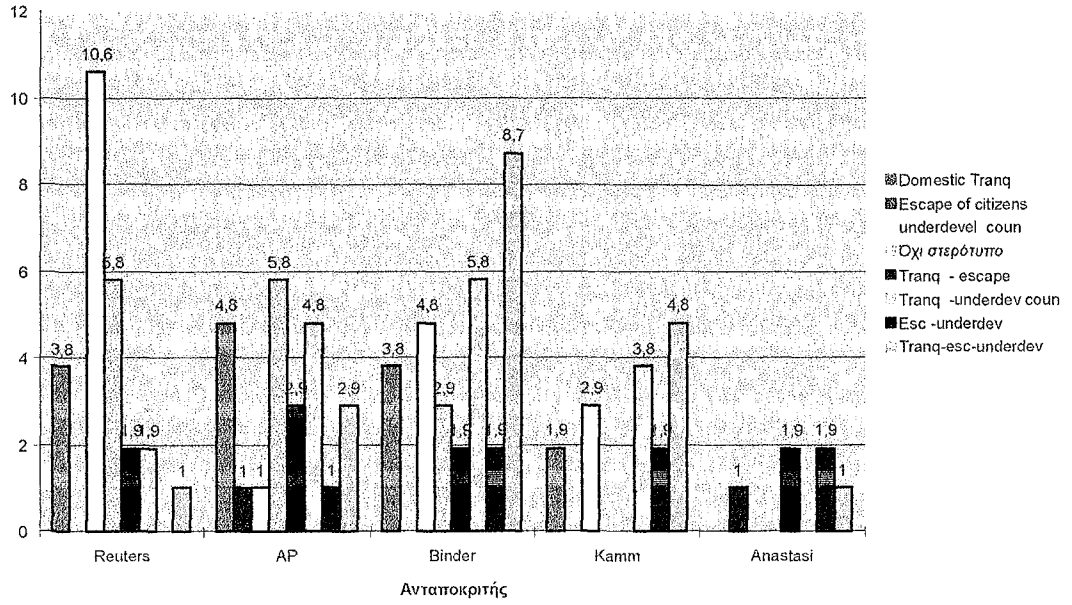
Οι στερεότυποι λοιπόν και οι προκαταλήψεις είναι αποτέλεσμα παρατηρήσεων των υπαρκτών διαφορών μεταξύ των ομάδων μιας κοινωνίας ή βασίζονται στις κοινωνικές επιρροές, που δημιουργούνται από πηγές, όπως τα ΜΜΕ, το σχολείο, η οικογένεια και οι συνομήλικοι.

Θεωρείται λοιπόν δεδομένο ότι η επιλογή, η διατύπωση και ολόκληρη η ουσία της διαδικασίας παροχής μιας είδησης περιλαμβάνει και κριτήρια, που συνεπάγονται αξιολόγηση και κρίση σε σχέση με συγκεκριμένες στάσεις (στερεότυποι, προκαταλήψεις), από τα οποία είναι σίγουρο, ότι και οι ίδιοι οι ανταποκριτές και συντάκτες δεν μπορούν πάντοτε να ξεφύγουν, (ζήτημα για το όποιο ο Broder επιμένει πως «πρέπει να είμαστε προετοιμασμένου»). [76]

***«Στην αμερικανική κοινωνία πολλοί από τους στερεότυπους και τις προκαταλήψεις σε επίπεδο μειονότητας ή φυλής πηγάζουν από την διαφορετική κοινωνική δομή, όπως η κοινωνική τάξη, το επίπεδο κοινωνικοοικονομικού status. Αλληλεπιδράσεις σε φυλετικό επίπεδο συχνά χαρακτηρίζονται από διαφορές στην εξουσία και τα προνόμια»***[77].

Στην έρευνα μας για τα περιεχόμενα της ε/φ New York Times, κατά την περίοδο 1991-94, εξετάζεται και το ενδεχόμενο, εάν οι ανταποκριτές της ερμηνεύουν τις πληροφορίες τους, επισημαίνουν ή αποφεύγουν να αναφέρονται σε διάφορα θέματα με βάση τις προηγούμενες εμπειρίες, στάσεις και στερεότυπες αντιλήψεις τους απευθυνόμενοι στο Κοινό με ανάλογη φιλοσοφία και προσανατολισμό (βιώματα, στάσεις) μέσα από συγκεκριμένους κώδικες

**Η εφαρμογήστερεοτύπων κατά συγγραφέα**




Domestic Tranquility=**εσωτερική ηρεμία**, Escape of citizens & Underdeveloped country=**συνδυασμός φυγή πολιτών και υπανάπτυκτη χώρα,** Tranquility & Escape of citizens=**συνδυασμός Εσωτερική ηρεμία και φυγή πολιτών**, Tranquility & Underdeveloped country=**συνδυασμός Ηρεμία &ι Υπανάπτυκτη χώρα,** Tranquility & Escape of citizens & Underdeveloped country=**συνδυασμός Ηρεμία-φυγή πολιτών &Υπανάπτυκτη χώρα.**

Το προηγούμενο διάγραμμα δείχνει το μερίδιο του κάθε ανταποκριτή για την προώθηση εννοιών και ενίσχυση στάσεων, που πηγάζουν από συγκεκριμένα στερεότυπα. Η έννοια της underdeveloped country προβάλλεται περισσότερο. Το Reuters την χρησιμοποιεί με ποσοστό 10.6%, ο Binder με 4.8%, ο Kamm με 2.9% και το AP μόνο με 1%. Δηλαδή το ποσοστό χρήσης της έννοιας με πηγή στερεότυπα είναι 10.6+4.8+2.9+1=19.3%.
Η ερμηνεία αναφορικά με τον σχετικό με αυτήν την έννοια στερεότυπο λειτουργεί κατά 19.3% από τους κυριότερους ανταποκριτές.
Αντίστοιχα υπολογίζονται τα ποσοστά και των υπολοίπων εννοιών.

## Κίνητρα-Στερεότυπα Πίνακας Νο 11

| ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ | Πολιτικό Ενδιαφέρον | Κοινωνικό Ενδιαφέρον | Οικονομικό Ενδιαφέρον | Μικτό Ενδιαφέρον | Row Total |
|---|---|---|---|---|---|
| **Εσωτερική Ηρεμία** Domestic Tranquility | 6,4 | 0,7 | | 6,4 | **13,6** |
| **φυγή των πολιτών**.Escape of Citizen | | | | 2,1 | **2,1** |
| **Υπανάπτυκτες χώρες**. Underdeveloped Countries | 7,1 | 2,9 | 0,7 | 10,0 | **20,7** |
| Χωρίς στερεότυπο | 5,7 | 1,4 | | 5,7 | **12,9** |
| **Ηρεμία + φυγή** Tranquility + Escape | ,3 | | | 3,6 | **7,9** |
| **Ηρεμία + Υπανάπτυκτες χώρες** Tranquility + Underdeveloped | 5,0 | 0,7 | | 8,6 | **14,3** |
| **φυγή + Υπανάπτυκτες χώρες** Escape + Underdeveloped | 0,7 | 2,9 | | 6,4 | **10,0** |
| **Ηρεμία + φυγή +Υπανάπτυκτες χώρες** Tranquility + Escape + Underdeveloped | 3,6 | 2,9 | | 12,1 | **18,6** |
| **Column Total** | **32,9** | **11,4** | **0,7** | **55,0** | **100,0** |

Η έννοια της **υποανάπτυκτης χώρας** σε σχέση με τις άλλες δύο καταγράφεται μέσα από μηνύματα ανταποκρίσεων σε μεγάλο ποσοστό και καλύπτει τα μικτά αλλά και αμιγώς πολιτικά ενδιαφέροντα.

Υψηλά είναι επίσης τα ποσοστά που αναφέρονται σε **συνδυασμό-ζεύγος εννοιών.**

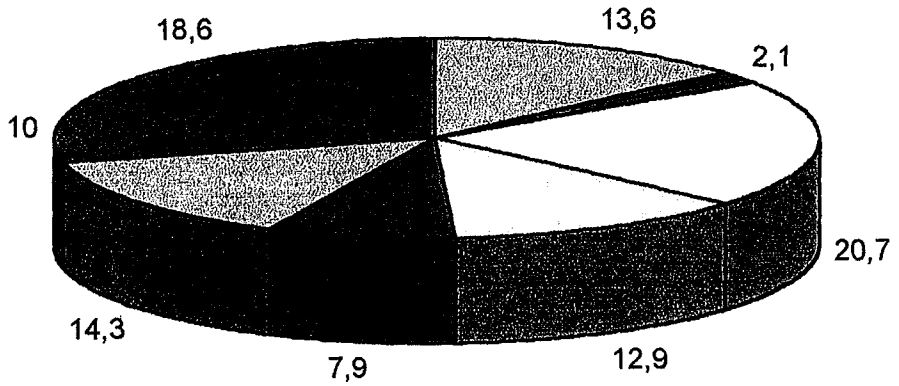
Οι έννοιες και τα εξ αυτών απορρέοντα **μηνύματα στηρίζονται σε στερεότυπα σχήματα**, που κατευθύνουν προσωπικές εκτιμήσεις των αναγνωστών για τη δομή και τον τρόπο ζωής των πολιτών στα ολοκληρωτικού προσανατολισμού κράτη (πρώην κράτη ανατολικής Ευρώπης), **μέσα από αμερικανικές θέσεις**, που καλλιεργήθηκαν κυρίως κατά την περίοδο του Ψυχρού πολέμου.

Το γράφημα που ακολουθεί παρουσιάζει τα στερεότυπα της ε/φ μεμονωμένα ή σε συνδυασμό.

Οι έννοιες :

- **της υπανάπτυξης (underdeveloped country),**
- **της έλλειψης εσωτερικής ειρήνης και ηρεμίας (tranquility),**
- **της δραπέτευσης-φυγής των πολιτών για καλλίτερη τύχη στο Εξωτερικό (escape of citizens),** προσφέρουν ανάλογες αναπαραστάσεις και ερμηνείες για τις συνθήκες ζωής στην Αλβανία.
- **καλλίτερη τύχη στο Εξωτερικό (escape of citizens),** προσφέρουν ανάλογες αναπαραστάσεις και ερμηνείες για τις συνθήκες ζωής στην Αλβανία.

Τα στερεότυπα που χρησιμοποιεί η ε/φ στα δημοσιεύματά της

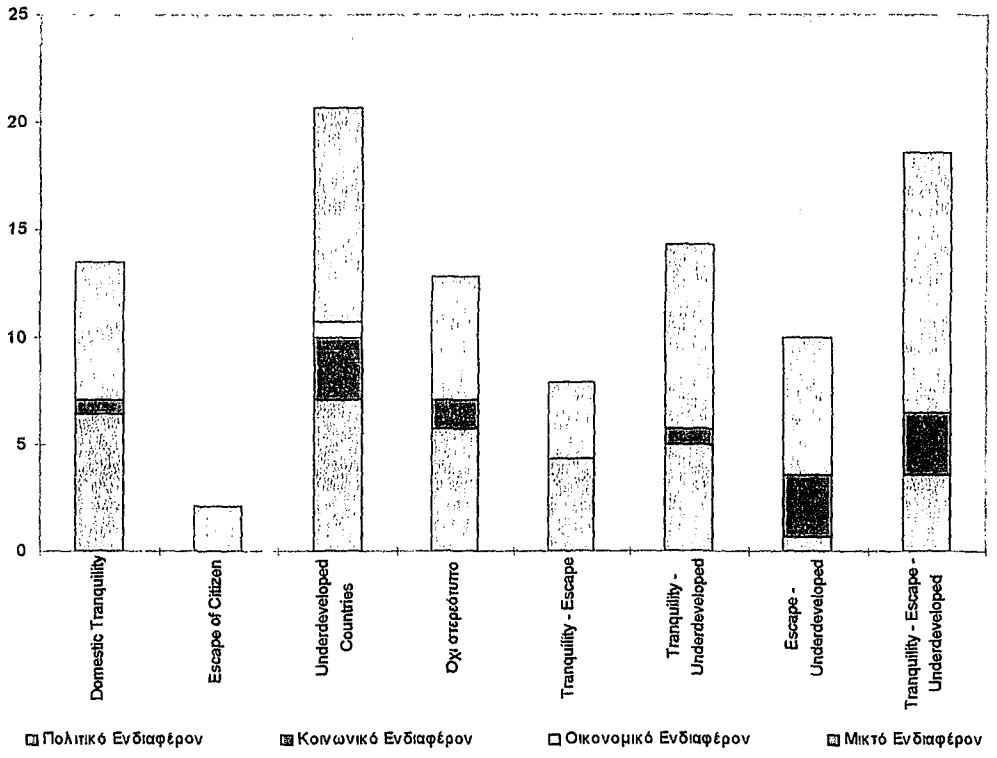



- Domestic Tranquility
- Underdeveloped Countries
- Tranquility - Escape
- Escape - Underdeveloped
- Escape of Citizen
- Όχι στερεότυπο
- Tranquility - Underdeveloped
- Tranquility - Escape - Underdeveloped

Το γράφημα παρουσιάζει τα στερεότυπα της ε/φ μεμονωμένα ή σε συνδυασμό.

Η έννοιας της **υπανάπτυξης (underdeveloped country), της έλλειψης εσωτερικής ειρήνης και ηρεμίας (tranquility), της δραπέτευσης-φυγής των πολιτών για καλλίτερη τύχη στο Εξωτερικό (escape of citizens),** προσφέρουν ανάλογες αναπαραστάσεις και ερμηνείες για τις συνθήκες ζωής στην Αλβανία.

## Στερεότυπα με βάση τα Κίνητρα




Domestic Tranquility=**εσωτερική ηρεμία.**

Escape of citizens= **φυγή πολιτών.**

Underdeveloped country=**υπανάπτυκτη χώρα.**

Η γραφική παράσταση παρουσιάζει έννοιες, που ενισχύονται από στερεότυπα και καλύπτουν τις διάφορες μορφές κινήτρων.

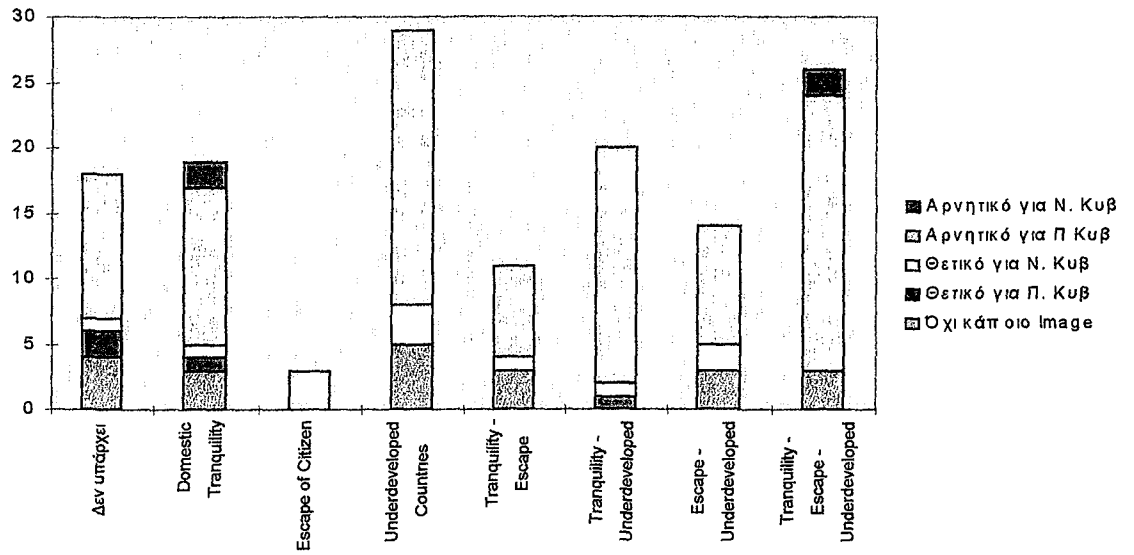
## Στερεότυπα-Εικόνα Πίνακας Νο 12

| ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ | Όχι κάποια εικόνα (Image) | Θετική εικόνα για Παλαιά Κυβέρν | Θετική για Νέα Κυβέρν. | Αρνητική για Π.Κυβ | Αρνητική για Ν. Κυβ | Row Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Δεν υπάρχει | 4 | 2 | 1 | 11 | | **18**<br>**12,9** |
| **Εσωτερική ηρεμία** Domestic Tranquility | 3 | 1 | 1 | 12 | **2** | **19**<br>**13,6** |
| **φυγή πολιτών** Escape of Citizen | | | | 3 | | **3**<br>**2,1** |
| **Υπανάπτυκτη χώρα** Underdeveloped Country | 5 | | 3 | 21 | | **29**<br>**20,7** |
| **Ηρεμία + φυγή** Tranquility+ Escape | 3 | | 1 | 7 | | **11**<br>**7,9** |
| **Ηρεμία + Υπανάπτυκτη χώρα** Tranquility+ Underdeveloped | | 1 | 1 | 18 | | **20**<br>**14,3** |
| **φυγή**+ Υπανάπτυκτη Χώρα Escape+ Underdeveloped | 3 | | 2 | 9 | | **14**<br>**10,0** |
| **Ηρεμία + φυγή +Υπανάπτυκτη χώρα** Tranquility + Escape + Underdeveloped | 3 | | | 21 | 2 | **26**<br>**18,6** |
| **Column Total** | **21**<br>**15,0** | **4**<br>**2,9** | **9**<br>**6,4** | **102**<br>**72,9** | **4**<br>**2,9** | **140**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: 1

Με τον μηχανισμό των στερεοτύπων που συνδέονται με συγκεκριμένες έννοιες στα κείμενα των ανταποκρίσεων των Times αυξάνεται η αρνητική/θετική αντίληψη (image) για ζητήματα που αφορούν την Αλβανία.

## Στερεότυπα και Εικόνα (Image)




Domestic Tranquility=**εσωτερική ηρεμία**,

Escape of citizens=**φυγή πολιτών**

Underdeveloped country=**υπανάπτυκτη χώρα**,

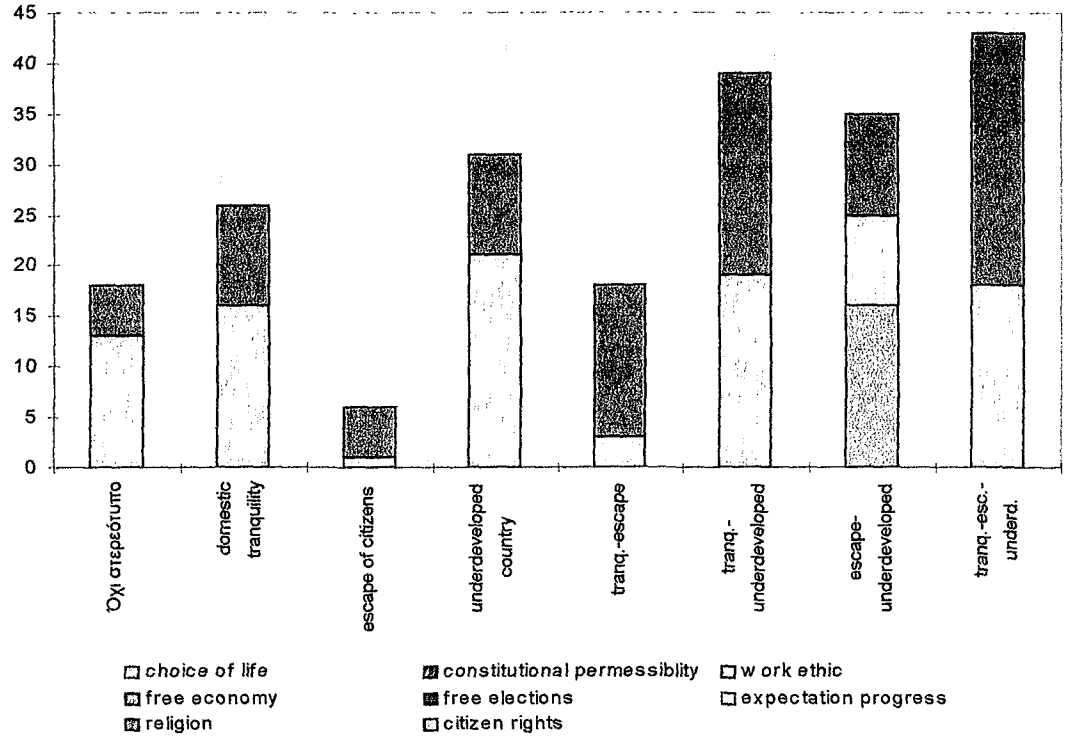
Tranquility=**εσωτερική ηρεμία.**

## Αξίες - Στερεότυπα. Πίνακας Νο 13

| | choice of life | Constitutional permessiblity | work ethic | Free economy | Free elections | expectation progress | religion | citizen rights |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Όχι στερεότυπο | 1.2 | 12.1 | 2.1 | 3.3 | 10.1 | 13 | 5 | 7.3 |
| **Εσωτερική ηρεμία** Domestic tranquility | 7 4 | 17 6 | 8 3 | 3 3 | 14.5 | 16 | 10 | 12 5 |
| **φυγή πολιτών** escape of citizens | 3 7 | 1 1 | | | 1.4 | 1 | 5 | 2 1 |
| **Υπανάπτυκτη χώρα** underdeveloped country | 17.3 | 17.6 | | 43 3 | 17 4 | 21 | 10 | 20 8 |
| **Ηρεμία+φυγή** tranq.+-escape | 12 3 | 8 8 | 8 3 | | 5 8 | 3 | 15 | 8 3 |
| **Ηρεμία+Υπανά -πτυκτη** χώρα Tranq.+under-developed | 14 8 | 17 6 | 14 6 | 13 3 | 26.1 | 19 | 20 | 17 7 |
| **Διαφυγή+-Υπανάπτυκτη** Escape+under-developed | 16 | 6 6 | 18 8 | 13 3 | 5 8 | 9 | 10 | 9 4 |
| **Ηρεμία+φυγή-** Υπανάπτυκτη Tranq -esc.- underd. | 27 2 | 18 7 | 27 1 | 23 3 | 18.8 | 18 | 25 | 21 9 |

Ο πίνακας παρουσιάζει τις αξίες (Σχετ. Κεφάλαιο Ιδεολογία) με βάση τις οποίες οι ανταποκριτές των Times «βλέπουν» και θεωρούν τα πράγματα, από προσδιορισμένα ήδη στερεότυπα.

# Γραφική παράσταση αναφορών σε στερεότυπους κατά Γράφοντα




**Επιλογή Ζωής=Choice of Life**
**Συνταγ/τική νομιμότητα-Constitutional Permissibility**
**Δικαίωμα εργασίας=Work Ethic**
**Ελεύθερη Οικονομία=Free Economy**
**Ελεύθερες Εκλογές=Free Elections**
**Προσδόκιμο προς Ευημερία=Expectation for Progress**
**Θρησκεία=Religion**
**Πολιτικά και Ανθρώπινα Δικαιώματα=Citizens and Human Rights**

# 4. Η ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ ΚΑΙ ΟΙ ΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΝΑΓΝΩΣΤΗ

## • *ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ*

**Το σύνολο ατόμων ως βασικός επιλεγμένος σχηματισμός αποτελεί *το Κοινό.***

Ο τρόπος, που το Κοινό αντιμετωπίζει την πραγματικότητα και η προσπάθεια του να την κατανοήσει αποτελεί ένα ενδιαφέρον αντικείμενο έρευνας, που περιλαμβάνει μια μεγάλη ποικιλία από αρχές φιλοσοφίας, ψυχολογίας και γλωσσολογίας σε μια διαδικασία που συμμετέχουν **η πολιτική Ηγεσία, τα πολιτικά κόμματα, οι ομάδες πίεσης (pressure groups), τα ΜΜΕ** και μια ενδιάμεση διαδικασία ζύμωσης με την συμμετοχή παραγόντων, πριν από τη δημιουργία του τελικού «προϊόντος» **(intermediation).**[78].

Το χαρακτηριστικό του Κοινού να ανταλλάσσει γνώμες για ό,τι είναι δυνατόν να συμβεί αποτελεί την **Κοινή Γνώμη** και συνεπάγεται ότι τα άτομα μοιράζονται μεταξύ τους τις εμπειρίες και την επιθυμία τους να κάνουν συμβιβασμούς-παραχωρήσεις προκειμένου να φθάσουν στην δράση με μια σχετική ομοφωνία.

Ο Τύπος όπως και τα λοιπά ΜΜΕ παρέχουν διάφορες ουσιαστικές πολιτικές πληροφορίες στο άτομο σε όλα τα σημαντικά στάδια της ζωής του, που επιδρούν στη δημιουργία αντίληψης γύρο από την πολιτική πραγματικότητα της τεχνολογικής κοινωνίας μέσα στις οποίες ζει διαμορφώνοντας έτσι την **Κοινή Γνώμη** Οι ε/φ αποτελούν και αυτές για τους πολίτες τη μοναδική ζωντανή πηγή πληροφόρησης, η ουσία της οποίας έγκειται στο αποτέλεσμα μετασχηματισμού των πολυαρίθμων πιέσεων που ασκούνται (τεχνολογικές, οικονομικές και πολιτικές), που διαμορφώνουν ένα λειτουργικά συμφωνημένο περιεχόμενο με την αλληλεπίδραση και των τριών αυτών μορφών. Εξαιτίας δε του κοινού ενδιαφέροντος τους οι τρεις αυτές μορφές πίεσης στοχεύουν στη διαφύλαξη των ισχυρότερων κατά το δυνατόν θέσεων τους δρώντας μέσα σε ένα διατηρημένο σύστημα αξιών, που καθαρά τις ευνοεί [79]

**Η διαδικασία σχηματισμού της Κοινής Γνώμης είναι μια φάση συγκέντρωσης επηρεασμένων, των οποίων η εξέταση προϋποθέτει γνώση για τα κανάλια επικοινωνίας, για τη δύναμη των δομών της κοινωνίας, τον χαρακτήρα των ΜΜΕ, για τις σχέσεις τους με την elite, για τον ρόλο και τη μορφή των leaders, για τη θεσμοθετημένη προσέγγιση των αρχών, στοιχεία από τα οποία απορρέει η Κοινή**

**Γνώμη και τα οποία οδηγούν στη μελέτη της στάσης των ατόμων είτε ως οπαδών είτε ως αρχηγών.**[80]

Μεγάλη προσοχή πρέπει να δίδεται στον προσδιορισμό των στάσεων του ατόμου, ως αναγνώστη ή τηλεθεατή, από τις οποίες προκύπτει η Κοινή Γνώμη και στον ρόλο που κατέχει -εάν είναι **αρχηγικός ρόλος ή ρόλος οπαδού,** πρέπει να δίδεται στον προσδιορισμό των στάσεων του ατόμου, ως αναγνώστη ή τηλεθεατή, από τις οποίες προκύπτει η Κοινή Γνώμη και στον ρόλο που κατέχει -εάν είναι αρχηγικός ρόλος ή ρόλος οπαδού στο πλαίσιο της ομάδας. Στις αναλύσεις που έχουν πραγματοποιηθεί για τον τρόπο διαμόρφωσης της Κοινής Γνώμης γύρο από τα γεγονότα τα οποία διαδραματίζονται , φαίνεται ότι το «κλειδί» στη δημιουργία γνώσης και κατανόησης των προβλημάτων που εκθέτονται, είναι οι προσωπικές εμπειρίες του Κοινού σε σχέση με όσα μαθαίνει από τα reports των media. Οι αναγνώστες κατανοούν καλλίτερα αλλά και συμμετέχουν σε όσα πραγματοποιούνται, εάν αυτά συνδέονται περισσότερο με τις ανάγκες και τις εμπειρίες που ήδη έχουν, άλλως δημιουργούν κάποιες αντιλήψεις από τις μοναδικές αποκλειστικές πληροφορίες, που τα ΜΜΕ και μόνο προσφέρουν [81] Εάν λ. χ δίδονται πληροφορίες για το Ιράν (εκεί η πλειοψηφία του αμερικανικού λαού δεν έχει ταξιδέψει) είναι δεδομένο ότι το Κοινό θα αρκεστεί στις πληροφορίες, που του δίδονται για την συγκεκριμένη χώρα, ελλείψει προσωπικών εμπειριών.

Επομένως, η έλλειψη προσωπικών εμπειριών **μπορεί να παύσει να αποτελεί έναν κανόνα ελέγχου σε περίπτωση χρησιμοποίησης μορφών προπαγάνδας από τον Τύπο για φλέγοντα ζητήματα.**

Ο αριθμός των στάσεων, η διάταξη τους για κάθε προσωπικότητα, αποτελούν ένα σημαντικό κομμάτι ανάλυσης της Κοινής Γνώμης, που σε σχέση με τα ΜΜΕ στηρίζεται στην βασική αρχή ότι **το Κοινό μαθαίνει για τα εξωτερικά γεγονότα με δύο βασικούς τρόπους, με τις προσωπικές του εμπειρίες και τις αναφορές των ΜΜΕ.**

Ο προσεταιρισμός της Κοινής Γνώμης είναι ένα ζήτημα, που απασχολεί τους αμερικανούς πολιτικούς, οι οποίοι μέσω των ΜΜΕ εντείνουν καθημερινά τις προσπάθειες ανάλυσης και θετικού επηρεασμού της. Οι Page και Shapiro ασχολήθηκαν με πολυετή έρευνα σχετικά με την επίδραση της Κοινής Γνώμης στην πολιτική σκηνή και τα ΜΜΕ (1982, 1983, 1987).

**Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν, ότι υπάρχει μια στροφή προτίμησης που αφορά τα ανθρώπινα δικαιώματα, τις ατομικές ελευθερίες, τα κοινωνικά προγράμματα Πρόνοιας.**

Ο Pritchard υποστηρίζει ότι οι πολιτικοί άνδρες παίρνουν συχνά αποφάσεις μετρώντας την Κοινή Γνώμη, πριν κάνουν τις προτάσεις τους, έχοντας ως βάση τα αντιπροσωπευτικά δείγματα περιεχομένων των ΜΜΕ, που αποκαλύπτουν τα θετικά αισθήματα και τις προτιμήσεις των ψηφοφόρων.[82]

Η Κοινή Γνώμη αποδίδεται ως κάτι που αυθόρμητα έρχεται στο μυαλό και κυλά στα χείλη του μέσου ατόμου, από όσα βλέπει ή ακούει, κάτι που έχει γίνει ή ειπωθεί. Αυτό έχει διατυπωθεί και στην Ιλιάδα του Ομήρου με την έννοια πως το αποτέλεσμα-επακόλουθο παραγόμενο από τον λόγο ή από το γεγονός, πρέπει να μεταφέρεται[83]

Ο Walter Lippmann (θεωρείται από τους ικανότερους και πλέον άξιους πολιτικούς αναλυτές-ανταποκριτές του αιώνα μας για την επιρροή που άσκησε στη δουλειά των ανθρώπων του Τύπου) επικεντρώνει την προσοχή του όχι μόνο στα στελέχη των επιχειρήσεων του Τύπου αλλά και στους αμερικανικούς κυβερνητικούς κύκλους της Washington και προσφέρει σημαντικές πληροφορίες για την δύναμη της Κοινής Γνώμης ήδη από το 1922 με το έργο του «Public Opinion». Μέσα από τις αναλύσεις του προκύπτει ότι **η εικόνα που αντικρίζουμε τον κόσμο είναι συμβατή με αυτήν, που κουβαλάμε μέσα μας.** Κατά τον Lippmann το σημαντικότερο πρόβλημα μιας ελεύθερης δημοκρατίας σε σχέση με την Κοινή Γνώμη είναι αυτό που προέρχεται από την σχέση αυτών που γνωρίζουν λίγα για την κυβέρνηση των «*outsiders*» και αυτών που παίρνουν τις αποφάσεις, των «*insiders*»

Αλλά στοιχεία έρευνας επιβεβαιώνουν ότι τα άτομα μπορούν να αποδεχθούν μια ιδέα ή να την απορρίψουν ανάλογα με το αν αυτή προέρχεται από πηγές με κύρος (prestige sources) [84] Από μια τεχνολογικά σύγχρονη και με κυρος (prestige) ε/φ **οι αναγνώστες περιμένουν να πάρουν πολλά περισσότερα εκτός από την απλή ειδησεογραφία μέσα από συμβολισμούς και μηνύματα που αφορούν αυτούς και τις αξίες τους κρίνοντας με αυστηρά ηθικά standards την ε/φ τους σε σχέση με αυτούς τους ίδιους**

Για την επιρροή της Κοινής Γνώμης και οι ίδιοι οι αμερικανοί Πρόεδροι χρησιμοποίησαν παρόμοιως σύμβολα και μοτίβα (themes) για να προσδιορίσουν ένα συνολο πολιτικών πράξεων ή ζητημάτων με έναν όρο («*Great Society*», Roosevelt,

*«New Deal»*, Johnson, «από MX missile» σε «Peacekeeper», Reagan). Η χρήση αυτών των γλωσσικών πολιτικών συμβόλων αποτελεί ένα προσωπείο πραγματικών εννοιών, που μεγαλώνει τη συγκίνηση ή μειώνει τη συναισθηματική σύγκρουση του Κοινού.[85]

Σημαντικά για τον σχηματισμό και τη επιρροή επέκταση της Κοινής Γνώμης υπήρξαν τα αποτελέσματα, τα οποία συμπεριλήφθηκαν στο εγχειρίδιο με τίτλο «The People's Choice», το οποίο θεωρείται ακόμα και σήμερα επίκαιρο. Μεταξύ του 1940 και του 1960 ο Paul Lazarsfeld και οι συνεργάτες του εξετάζοντας την επίδραση που μπορεί να έχει μια πολιτική καμπάνια από τα ΜΜΕ διαπίστωσαν ότι **συγκεκριμένα άτομα, κεντρικοί πυρήνες και με μεγάλη επιρροή μέσα σε ομάδες (opinion leaders), συχνά δρουν σαν ενδιάμεσοι μεσολαβητές μέσα από τους οποίους περνούν τα πειστικά μηνύματα των media, αφού προηγουμένως τα «μαγειρέψουν» και τα περιβάλλουν με το δικό τους προσωπικό κύρος τα διοχετεύουν ενισχύοντας τα, εάν δεν τα αποδυναμώσουν ή εμποδίσουν το πέρασμα τους.)**[86]

- *Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΣΤΑΣΗΣ*

Για την κατανόηση της σημασίας της πολιτικής στάσης καλόν είναι να γίνει μια αναφορά στην έννοια της στάσης γενικότερα

***Η Γνώμη*** είναι η λεκτική έκφραση μιας στάσης Αλλά οι στάσεις μπορούν να εκφραστούν και χωρίς λεκτική έκφραση. Οι στάσεις περιέχουν τόσο αμφότερα την προσποιούμενη ή συναισθηματική ουσία της αρέσκειας ή της δυσαρέσκειας καθώς και την γνώση ή την άποψη, τα στοιχεία που προσδιορίζουν το αντικείμενο της στάσης, τα χαρακτηριστικά του και οι σχέσεις του με άλλα αντικείμενα. Όλες οι στάσεις περιλαμβάνουν απόψεις αλλά οι απόψεις δεν περιλαμβάνουν και στάσεις

Στάση εννοείται η προδιάθεση του ατόμου να αξιολογήσει σύμβολα ή αντικείμενα του δικού του κόσμου με έναν ιδιοτελή ή ανιδιοτελή τρόπο.

Ο Gordon Allport[87] ορίζει τις στάσεις *σαν (νοητική) κατάσταση ετοιμότητας και εκμάθησης, που οργανώνεται δια της εμπειρίας, ασκώντας μια κατευθυντήρια και δυναμική επιρροή στην αντίδραση και ανταπόκριση του ατόμου προς όλα τα αντικείμενα και τις καταστάσεις, με τα οποία συνδέεται.*

Οι στάσεις μαθαίνονται και οργανώνονται από τις εμπειρίες, αποκτώνται με τους ίδιους τρόπους που αποκτώνται και οι λοιπές γνωσεις Βέβαια οι στάσεις δεν είναι το αποτέλεσμα της άμεσης και προσωπικής εμπειρίας, αλλά μεταβιβάζονται και

εξαρτώνται από τις μορφές πολιτισμού, ομάδων, υποομάδων, ατόμων ή ΜΜΕ με τα οποία ένα πρόσωπο επικοινωνεί. Οι στάσεις αποκτώνται προς τα αντικείμενα και τα είδη για τα οποία έχουν υπάρξει **αποκλειστικές ή έμμεσες εμπειρίες**. Οι κανόνες και τα standards της ομάδας (elite) συχνά υιοθετούνται από το άτομο (αναγνώστης των Times), που θα ήθελε να συνεργαστεί μαζί της και τότε η συγκεκριμένη ομάδα παρέχει έναν κανόνα ή μια τυπική θέση, που πιθανόν να ενδυναμώνει μια προϋπάρχουσα στάση. Οι στάσεις μπορούν [και συχνά το κάνουν] να εμπλέκουν συναισθηματικές συνισταμένες.

*«Δεδομένου ότι μια στάση εκδηλώνεται στην συμπεριφορά, η συμπεριφορά υπολογίζεται στο μέτρημα της στάσης. Η έκφραση μιας γνώμης αποτελεί μια επίσημη αναφορά για κάτι. Με αυτήν τη βάση έχοντας έναν αριθμό επίσημων δηλώσεων μπορούμε να υπολογίσουμε την στάση.»*[88]

Με βάση τις δοξασίες που κατέχουν τα μέλη των ομάδων, επιζητούν να κατανοήσουν τον κόσμο γύρο τους και με τις δυνάμεις διάκρισης και εξήγησης, να επιβεβαιώσουν τους εαυτούς τους συνεχώς με αυτοκριτική και αυτεπίγνωση Αυτό όμως εξαρτάται και από την παροχή επαρκών πληροφοριών **από οργανωμένα κανάλια αμφίδρομης επικοινωνίας**, που φέρνουν τα άτομα κοντά για να ανταλλάξουν απόψεις και να διαμορφώσουν στάσεις. Και ενώ το σύστημα των στάσεων είναι πολυσύνθετο και δεν έχει προσδιοριστεί επακριβώς ο τρόπος σύνδεσης των στάσεων μεταξύ τους, είναι σίγουρο ότι η ενημέρωση, που προσφέρει νέα πρόσθετα στοιχεία δρα καταλυτικά στη διαμόρφωση τους.*

---

* Επισημαίνεται η διαφορά της στάσης με την πεποίθηση, η οποία δεν είναι τίποτα άλλο παρά «ένα αποδεκτό δεδομένο για τον Κόσμο Η πεποίθηση είναι περισσότερο συγκεκριμένη και περιορισμένη σε σχέση με την στάση Μια στάση πιθανότατα συνδέεται και στηρίζεται σε ένα σύνολο συνειρμών από πεποιθήσεις γύρο από ένα αντικείμενο ή μια κατηγορία Σαφώς μια πεποίθηση μπορεί να είναι αληθινή ή εσφαλμένη σε σχέση με ένα περιστατικό στον πραγματικό κόσμο Μερικές πεποιθήσεις σχετίζονται με την αντίληψη αξιών

Στην ουσία η πεποίθηση είναι αποδεκτή από το άτομο, που την έχει σαν ένα αποδεκτό δεδομένο για την πραγματικότητα, για τον Κόσμο.

Οι πεποιθήσεις, όπως και οι στάσεις, μπορεί να είναι αντιφατικές και ασύμβατες η μια προς την άλλη. Αυτή όμως η ασυμβατότητα ενώ είναι λανθάνουσα φαίνεται να μη

*Υπάρχουν* επιπρόσθετες διαστάσεις, ***όπως η εξειδίκευση ή η γενικότητα της στάσης και ο βαθμός της διαφοροποίησης της άποψης*** όπως η εξειδίκευση ή η γενικότητα της **στάσης και ο βαθμός της διαφοροποίησης της άποψης.**

Η διαφοροποίηση αναφέρεται σε ένα βαθμό απόψεων και γνώσεων, που περιλαμβάνονται στη στάση με την γενική θεώρηση πως η απλουστευμένη στάση στη δομή του συλλογισμού, συνεπάγεται ευκολότερη πιθανότητα για αλλαγή. Σε απλουστευμένες περιπτώσεις δεν υπάρχει βαθύτερη αντίδραση και έτσι όταν ένα στοιχείο της άποψης έχει υποστεί αλλαγή, τότε αλλάζει και η στάση

Μια διαφορετική διάσταση της στάσης είναι ο αριθμός και η ισχύς των δεσμών της με το σύστημα αξιών [89]

Όταν το άτομο δέχεται επιρροή από ένα άλλο άτομο ή μια ομάδα, είναι πιθανόν να δείξει ενδιαφέρον να επιτύχει συγκεκριμένη και καθορισμένη επιβράβευση και να αποφύγει τυχόν κακή αντιμετώπιση του. (αναγνώστες των Times, μέλη της elite)
Με τον τρόπο αυτόν το άτομο μαθαίνει να «λέγει» ή να «κάνει» πράγματα σε σχέση με τις δικές του αξίες μέσα σε ένα κλίμα «υποταγής και υποχωρητικότητας», που εκφράζεται μόνο, όταν η συμπεριφορά του ελέγχεται και παρατηρείται από τον φορέα επιρροής. Όταν το άτομο υιοθετεί μια συμπεριφορά που προέρχεται από ένα άλλο άτομο ή ένα group -εξαιτίας της ικανοποίησης που συνοδεύει αυτήν την συμπεριφορά και το συναίσθημα της σχέσης **«αυτοπροσδιορισμού»** και ταύτισης με το άλλο πρόσωπο ή group- παρατηρείται πράγματι η αντίληψη της ταυτότητας-ταύτισης που έχει το άτομο για τον εαυτό του, υποκείμενο της επιρροής δια της ταύτισης, που καθιερώνει ή διατηρεί την επιθυμητή σχέση με το άλλο

*«Η ταύτιση εξυπηρετεί στη διατήρηση της σχέσης του ατόμου με την ομάδα με την οποία ο αυτοπροσδιορισμός και η ταύτιση του στηρίζονται. Τέτοια σχέση μπορεί να έχει στοιχεία κλασσικού προσδιορισμού και ταυτότητας καθώς και αμοιβαίων ρόλων».* [90]

---

δημιουργεί πρόβλημα στον κατέχοντα την πεποίθηση Όταν οι πεποιθήσεις συγκρούονται μεταξύ τους ή φαίνονται ασύμβατες με μια στάση, με την οποία συνδέονται, τότε παρουσιάζεται μια λανθάνουσα πίεση για προσαρμογή

Η αποδεκτή στάση εκδηλώνεται δημόσια ή όχι και η εκδήλωση της δεν εξαρτάται από την παρατήρηση αλλά από τον φορέα επιρροής.

Επομένως οι γνώμες υιοθετούνται και δια μέσου της ταύτισης παραμένουν δεμένες με εξωτερικές πηγές και εξαρτώνται από την κοινωνική υποστήριξη. Δεν συγχωνεύονται με το σύστημα αξιών του ατόμου αλλά μάλλον τείνουν να απομονωθούν από τις υπόλοιπες αξίες και να παραμείνουν μέσα σε θύλακα.

**Ο ενστερνισμός πεποιθήσεων-αξιών συμβαίνει όταν ένα άτομο αποδέχεται επιρροή επειδή η προκαλούμενη συμπεριφορά βρίσκεται σε συμφωνία με το σύστημα αξιών του και το περιεχόμενο της προκαλούμενης συμπεριφοράς του δημιουργεί ουσιαστική επιβράβευση.**

**Το άτομο υιοθετεί κάποια θέση γιατί τη βρίσκει χρήσιμη στη λύση ενός προβλήματος ή σύμφωνη με τον δικό του προσανατολισμό ή ακόμα γιατί αυτή είναι η απαίτηση των δικών του αξιών ή την θεωρεί ότι αποτελεί ουσιαστικό έμφυτο παράγοντα, για την μεγιστοποίηση των αξιών του.**

**Επισημαίνεται ότι μια σοβαρή παράμετρος για τον ρόλο του φορέα επιρροής, είναι η αξιοπιστία του. (λ. χ. ε/φ prestige, ειδήμονες ανταποκριτές με τεκμηριωμένες πηγές). (Σχετ. Κεφάλαιο Ιδεολογία).**

Η διαδικασία της επικοινωνίας, που πραγματοποιείται μέσω των άρθρων της ε/φ The New York Times και εφαρμόζει μεθόδους πειθούς, έχει αναφορά σε αξίες που αποτελούν σημαντικά στοιχεία στο πλαίσιο της σχέσης πηγής-αναγνώστη αναφορικά με τις παραμέτρους της αντίληψης και της γνώσης. Το πρώτο μέρος της διαδικασίας είναι αυτό **της καταγραφής** σκηνών υπό την επίδραση διαφόρων ερεθισμάτων (perception) που είναι πιθανόν και όταν λέμε πιθανόν εννοούμε ότι μπορεί να μην υπερνικηθεί από το περιβάλλον αλλά κρίνοντας διάφορες παραστάσεις να κρατήσει όσες από αυτές φρονεί ότι είναι πιστευτές (selective perception). Το δεύτερο μέρος της διαδικασίας είναι αυτό που αρχίζει αμέσως μετά το πέρας λήψης μιας πληροφορίας, η οποία παραλαμβάνεται μέσα από την αίσθηση που υπάρχει για τον κόσμο γύρω. Είναι δηλαδή **η περίπτωση της κατηγοριοποίησης και κατάταξης-ταξινόμησης**, (στερεότυπα, frame of reference), που συντελεί άμεσα στη μάθηση και δίνει τη δυνατότητα να μπουν σε μια σειρά όλες οι παραστάσεις, που ο παραλήπτης μηνυμάτων έχει μέσα από ένα χαοτικό κόσμο εικόνων. **Ο αναγνώστης μιας είδησης για ένα θέμα**

**την εντυπώνει, την αποκωδικοποιεί, την κατατάσσει σε κατηγορία. Εν συνεχεία ακολουθεί το στάδιο της αξιολόγησης και φθάνει στο στάδιο της στάσης αφού όμως κάνει συγκρίσεις με τις μέχρι τότε παραστάσεις που αναλόγως είναι θετικές ή αρνητικές. Η κατεύθυνση λοιπόν της στάσης θετικής-αρνητικής είναι ένα βασικό στοιχείο που προέρχεται από την κατάταξη-ταξινόμηση (valence cognition).**

Το ενδεχόμενο κάποιο ποσοστό μεμονωμένων αναγνωστών να προσπαθήσει να ερμηνεύσει με καινούργια δεδομένα το περιεχόμενο των ειδήσεων της δικής του ε/φ πέραν από την καθιερωμένη πρόβλεψη, που έχουν αναπτύξει οι υπεύθυνοι της ε/φ Times, περιορίζεται όμως σύμφωνα με την θεωρία της *Γνωστικής Ασυμφωνίας* του Leon Festinger (1957). **«Μεμονωμένα άτομα με διαφορετικές θέσεις δεν είναι πάντοτε πρόθυμα να εκφραστούν αντίθετα με την πλειοψηφία των άλλων μελών της ομάδας, στην οποία ανήκουν». (elite).**

Η θεωρία αυτή υποστηρίζει ότι το πρόσωπο που έχει δύο ή περισσότερες ασύμφωνες ιδέες, θα προσπαθήσει να μειώσει την αίσθηση της ασυμφωνίας και να επιτύχει ομοφωνία και ταυτότητα μεταξύ των ιδεών και θα αποφύγει πληροφορίες, που συντελούν στην ασυμφωνία αυτή [91]

***«Το άτομο έχει την τάση να μειώνει την ασυμφωνία που μπορεί να δημιουργηθεί μεταξύ δύο γνωστικών στοιχείων αντιφατικών το ένα με το άλλο».***[92]

Υπάρχουν τρεις τρόποι για να μειώσει κανείς αυτή την ασυμφωνία, που θεωρείται όχι λογική αλλά κοινωνιο-ψυχολογική για να αλλάξει κανείς την ασύμφωνη συμπεριφορά, να αλλάξει το περιβάλλον ή να ξητήσει βοήθεια, να προσθέσει νέα γνωστικά στοιχεία Είναι πολλοί οι παράγοντες προσέλκυσης των αναγνωστων, τους οποίους συχνά διερευνουν και προσπαθούν να σταθμισουν τουλάχιστον οι υπεύθυνοι κάθε τμήματος της ε/φ, ιδιαίτερα της σελίδας της Σύνταξης μέσα από την οποία γίνεται ακόμα σημαντική προσπάθεια προσέγγισης τους

Μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε στη δεκαετία το '70 από τους Ruth Clark, Skelly, White επιμένει για τις στατικές απαιτήσεις των αναγνωστών, που οι ε/φ υψηλών προδιαγραφών λαμβάνουν υπόψη [93]

Από την θεωρία του Heider, φαίνεται ότι «το άτομο είναι ευχαριστημένο και ικανοποιημένο από τις στάσεις του, όταν συμφωνεί με όσους μπορεί να είναι φίλοι του (ή να εκλαμβάνονται σαν φίλοι) και διαφωνεί με όσους θεωρεί «εχθρούς» του.

Στο σημείο αυτό πρέπει να γίνει μια σχετική αναφορά και στη λειτουργική θεωρία των στάσεων του D. Katz, που αντιμετωπίζει το άτομο σαν ένα ενεργητικό οργανισμό με συνειδητές και ασυνείδητες στάσεις συνυφασμένες με την προσωπικότητα του.[94] Με βάση τον γνωστικό λειτουργικό ρόλο εξηγείται πως μέσα από την παροχή πληροφοριών συντελείται μια οργανωμένη, σταθερή και νοερή αντίληψη του ατόμου για το περιβάλλον του και διαμορφώνονται στάσεις με άμεση ή έμμεση εφαρμογή στη ζωή του.

Οι κυριότερες λειτουργίες, που αφορούν τις στάσεις της προσωπικότητας, μπορούν να καταταγούν ανάλογα με την βάση των κινήτρων τους σε διάφορους τύπους. Γνωστή κατηγορία είναι *η ενόργανη, προσαρμόσιμη, λειτουργική.* Σύμφωνα με αυτήν οι άνθρωποι τείνουν να μεγεθύνουν την επιβράβευση στο εξωτερικό τους περιβάλλον και να μειώσουν τις επιπλήξεις Τα παιδιά λ. χ. ανακαλύπτουν ευνοϊκές στάσεις προς τα αντικείμενα του δικού τους κόσμου σε συνεργασία με την ικανοποίηση των αναγκών τους και εμποδίζουν ή τιμωρούν αντικείμενα ανεπιθύμητα

Οι λειτουργίες που εμφανίζονται σε κάθε προσωπικότητα με βάση τα διάφορα κίνητρα που έχει, μπορούν να ομαδοποιηθούν σε αυτήν **της προσαρμογής (instrumental, adjustment, utilitarian function).** Σύμφωνα με αυτήν οι άνθρωποι τείνουν να μεγιστοποιούν τις επιβραβεύσεις στο εξωτερικό περιβάλλον και να ελαχιστοποιήσουν τις ποινές-επιπλήξεις. Στην υπηρεσία αυτής της λειτουργίας προσαρμογής αναπτύσσεται η έννοια της προσέγγισης ενός ευχάριστου στόχου και της αποφυγής ενός άλλου δυσάρεστου με κίνητρο την ικανοποίηση [95]

Οι Newcomb, Turner και Converse υποστηρίζουν, ότι *πράγματι η κατεύθυνση της στάσης είναι συνώνυμη με την αξία θετικών ή αρνητικών σημείων-σχημάτων που συνδέονται με την κατάταξη-ταξινόμηση (valence cognition).*

**Θετικές στάσεις προδιαθέτουν το άτομο να αγγίξει κάποιο αντικείμενο, αρνητικές, θετικές στάσεις το προδιαθέτουν να το αποφεύγει. Ο βαθμός της έντασης (intensity of feelings), της κατεύθυνσης που εμπεριέχεται σε μια στάση είναι μια άλλη παράμετρος, που λαμβάνεται υπόψη από τους κοινωνικούς ψυχολόγους και έχει καταγραφεί.**

Στάσεις αποκτημένες από την ενόργανη λειτουργία προορίζονται να φθάσουν στον επιθυμητό στόχο ή να αποφύγουν τον ανεπιθύμητο. Γενικά, ο σχηματισμός τέτοιων λειτουργιών εξαρτάται από παρούσες ή παρελθούσες αισθήσεις της χρησιμότητας κάποιου αντικειμένου για τον άνθρωπο. Οι στάσεις όσο και οι συνήθειες σχηματίζονται και διαμορφώνονται σε σχέση με συγκεκριμένα αντικείμενα, άτομα και σύμβολα, που ικανοποιούν συγκεκριμένες ανάγκες. Οσο πιθανότερο είναι κάποια αντικείμενα να ικανοποιούν εν ισχύει ανάγκες, τόσο μεγαλύτερες είναι οι δυνατότητες να δημιουργηθεί θετική στάση. Υπάρχουν μηχανισμοί με τους οποίους ο άνθρωπος προστατεύει το «εγώ» του από τις δικές του μη αποδεκτές παρορμήσεις και από τη γνώση-κατανόηση των υπό απειλή δυνάμεων, μέθοδοι με τις οποίες ο ίδιος μειώνει τις ανησυχίες, που καλλιεργούνται σε μια προβληματική περίπτωση Αυτοί οι μηχανισμοί χαρακτηρίζονται ως μηχανισμοί «υπεράσπισης του εγώ» Κατά τον Sarnoff υπάρχουν πράγματι μηχανισμοί-τεχνάσματα με τους οποίους το άτομο αποφεύγει να έλθει κατά μέτωπο είτε με την εσωτερική πραγματικότητα για το είδος, που είναι, είτε με την εξωτερική πραγματικότητα των κινδύνων, που ο κόσμος περικλείει Αυτοί οι μηχανισμοί πηγάζουν βασικά από μια εσωτερική σύγκρουση με τις προκύπτουσες ανασφάλειες του

Με αυτή την έννοια οι αμυντικοί μηχανισμοί είναι προσωρινά προσαρμοστικοί, απομακρύνουν τις «κοφτερές» αιχμές της σύγκρουσης και σώζουν το άτομο από μια ολοκληρωμένη καταστροφή, δεδομένου ότι δεν αποδέχεται ό,τι το εμποδίζει στις κοινωνικές προσαρμογές και ικανοποιείται υπέρτατα γι' αυτό, που του διατίθεται από τον κόσμο μέσα στον οποίο ζει

Οι αμυντικοί μηχανισμοί κατά τους Miller και Swanson υπογραμμίζουν πώς μπορούν να ταξινομηθούν σε δύο οικογένειες από πλευράς φυσικών παρορμήσεων. Η πρώτη οικογένεια αφορά στις περισσότερο κοινωνικές δυσχέρειες και συνίσταται στην άρνηση ή την παντελή αποφυγή. Η δεύτερη κατηγορία είναι λιγότερο απωθητική και έχει να κάνει με διαστρέβλωση-παραποίηση παρά άρνηση περιλαμβάνοντας εκλογίκευση, προέκταση και μετατόπιση-αντικατάσταση.[96]

Πολλές από τις στάσεις λειτουργούν ως *υπερασπιστής του εαυτού μας* από την αυτογνωσία μας. Οι αναγνώστες που δεν μπορούν να αποδεχθούν τους εαυτούς τους, που έχουν βαθιά αισθήματα κατωτερότητας, ίσως προβάλλουν αυτά τα συναισθήματα σε κάποια προσιτή μειοψηφία και ενισχύουν το «εγώ» τους από στάσεις [ανωτερότητας] σε σχέση με τη στερούμενη προνομιίων ομάδα. Ο σχηματισμός αμυντικών στάσεων διαφέρει από τον σχηματισμό στάσεων για την εξυπηρέτηση της προσαρμοστικής λειτουργίας Αυτές προέρχονται από το εσωτερικό το ατόμου και τα αντικείμενα και οι καταστάσεις με τα οποία έρχονται σε επαφή είναι απλώς βολικά για την έκφραση τους. Ολοι οι στόχοι δεν είναι ισότιμα ικανοποιητικοί από τον αμυντικό σχηματισμό αλλά η ουσία είναι πως η στάση δεν δημιουργείται από τον στόχο αλλά από τις ατομικές συναισθηματικές συγκρούσεις. Και όταν βολικές ομάδες δεν υπάρχουν ο αναγνώστης παράγει τέτοιες Από την άλλη πλευρά ωφελιμιστικές προσαρμοστικές στάσεις σχηματίζονται με συγκεκριμένη αναφορά στον κοινωνικό κόσμο, στον οποίο αυτές είναι προσαρμοσμένες

Ολοι οι άνθρωποι θέτουν σε λειτουργία αμυντικούς μηχανισμούς αλλα διαφέρουν ως προς την εκτίμηση της έκτασης που χρησιμοποιούνται αφού άλλες είναι περισσοτερο αμυντικές και άλλες λιγότερο. Σε μερικές περιπτώσεις τα άτομα γνωρίζουν πως έχουν προστατεύσει το «εγώ» τους, χωρίς να κατανοούν το γιατί Σε άλλες πάλι περιπτώσεις ίσως ακόμα δεν είναι ενημερωμένα για τις παρορμήσεις τους, που έχουν χρησιμοποιηθεί για να παραπλανήσουν αυτά τα ίδια

*Η περιεκτικότητα της αντιτιθέμενης στάσης* αποδεικνυει εάν αυτή ανήκει σε ομάδα θεμάτων που συνδέονται μεταξύ τους, στοιχείο που λαμβάνεται υπόψη σε μεγάλο βαθμό αναφορικά με την Κοινή Γνωμη (περίοδος προεκλογικής εκστρατειας προεδρικών εκλογών στις ΗΠΑ)

*Η αντικειμενικά κεντρική σημασία της αντιτιθέμενης στάσης (centrality)*, που αναφέρεται σε ένα περισσότερο αυθεντικό κυρίαρχο διαχρονικά θέμα (π χ πόλεμος) υποστηρίζεται ότι είναι μια άλλη σημαντική παράμετρος που μαζί με την περιεκτικότητα και τις άλλες παραμέτρους εξαρτώνται από το ποσοστό των πληροφοριών, που ο αναγνώστης έχει δεχθεί γύρω από κάποια ενδιαφεροντα ζητήματα, από τις προθέσεις του καθώς και από την θέση του περιβάλλοντος του Αξίζει να υπογραμμιστεί πως αντιτιθέμενες στάσεις με υψηλό βαθμό αντικειμενικά κεντρικης

σημασίας, αποτελούν και τον πυρήνα άλλων περιφερειακών ή παραγώγων στάσεων και ιδρύουν τα θεμέλεια ενός συστήματος στάσεων, [παρουσιάζεται μια νεκ μέρους του ατόμου. Από την στιγμή που εδραιώνεται μια στάση και εντάσσεται σε ένα σύνθετο σύστημα παρουσιάζεται μια ανθεκτικότητα-αντίσταση σε αλλαγή. Τα συστήματα αυτά έχουν έναν τρόπο συντήρησης με την εκ νέου αναφορά τους, όσο το δυνατόν περισσότερο σε προηγούμενες θέσεις ισορροπίας.

Η ατομική στάση του αναγνώστη είναι ανθεκτική σε αλλαγές και το ίδιο ισχύει κατ΄ επέκταση και για την Κοινή Γνώμη, που αλλάζει μόνο κάτω από δραματικές διαδικασίες (λ χ. Vietnam) Οι κοινωνικοί ψυχολόγοι, που έχουν ασχοληθεί με την έρευνα για την αλλαγή των στάσεων, επισημαίνουν ως βασικό στοιχείο επίδρασης στην αντίσταση τους, **τον παράγοντα «*εξισορρόπηση*», που φαίνεται ιδιαίτερα χρήσιμος, όταν νέες άλλες πληροφορίες προστίθενται στο ήδη υπάρχον σταθερό σύστημα στάσεων και ασκείται μια μορφή πίεσης προς το άτομο υπό μορφή συμβιβασμού** (το παράδειγμα των φυλετικών διακρίσεων για το πολιτιστικό επίπεδο των μαύρων στις ΗΠΑ)

- *ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΑΣΗ*

Μπορούμε να θεωρήσουμε ως πολιτική στάση, εκείνη τη στάση που προσδιορίζεται μέσα σε μια πολιτική κοινότητα και εκδηλώνεται κατά την λειτουργία του πολιτικού συστήματος.

Το πολιτικό σύστημα νοείται ως πολιτική ομάδα αριθμού ατόμων, που μοιράζονται το αίσθημα της κατοχής κοινού πολιτισμού και ακολουθούν έναν συγκεκριμένο τρόπο ζωής. Τα άτομα της ομάδος ορίζουν τους εαυτούς τους ως μέλη συγκεκριμένου πολιτικού χώρου, ξεχωρίζουν από άλλους και διακατέχονται από ένα συναίσθημα δυνατό γι' αυτή την ιδιότητα τους.

Κάθε στάση ή ιδέα που βρίσκεται μέσα σε αυτό το πολιτικό σύστημα, που διαμορφώνει ιδέες και συμπεριφορά λειτουργεί σύμφωνα με κεντρικό σημείο, που προσδιορίζει την σημαντικότητα του συνόλου και τοποθετεί τα καθοριστικά στοιχεία στο κέντρο, με αποτέλεσμα η κάθε διαφοροποίηση τους να επιφέρει αλλαγές στο σύστημα

**Τα άτομα υψηλής εκπαίδευσης, οι πνευματικοί άνθρωποι και οι δραστήριοι πολίτες έχουν σε ένα μεγάλο βαθμό συγκρατημένες αντιλήψεις. Έτσι και η πολιτική elite που διαθέτει αυτά τα χαρακτηριστικά είναι φυσικό να διαθέτει σταθερές ανθεκτικές πεποιθήσεις στο σύστημα , σε σχέση με τις πεποιθήσεις των μαζών.**

Μέσα στο σύστημα πεποιθήσεων υπάρχει και μια ουσιαστική ψυχολογική βάση, που τις συγκρατεί το σύστημα φαίνεται επίσης να στηρίζεται σε μια σταθερή κοινωνική βάση. και τα στοιχεία μιας συγκεκριμένης ιδέας να έχουν συνάρτηση σε μεγάλο βαθμό με το κοινωνικό status κάθε ατόμου. Στην τελευταία αυτή περίπτωση πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι το ιδεολογικό περιεχόμενο του πολίτη υφίσταται διακυμάνσεις και ο ίδιος αμφιταλαντεύεται μεταξύ λογικών σκέψεων και αξιολογήσεων ή συναισθηματικών απαιτήσεων

Πολλά αποδεικτικά στοιχεία οδηγούν στη διαπίστωση ότι ο βαθμός του ιδεολογικού περιεχομένου πολιτικής συμπεριφοράς μπορεί να ανταποκρίνεται περισσότερο στα πολιτικά ερεθίσματα και λιγότερο σε κάποιες κατευθυνόμενες εσωτερικές δυνάμεις

**Η επιβράβευση του ατόμου εμφανίζεται πάλι εδώ να παίζει σημαίνοντα ρόλο, δεδομένου ότι αποτελεί ένα από τα πλέον σημαντικά κίνητρα για πολιτική συμμετοχή.**[97]

Ο πολίτης πολλές φορές επιδιώκει την κοινωνική επιβράβευση στην διαδικασία της πολιτικής συμμετοχής, μέσα από την οποία κερδίζει νέους φίλους που μαζί τους μοιράζεται εκτός από τις πολιτικές αντιλήψεις και κοινωνικά και πολιτιστικά ενδιαφέροντα

**Η αντίληψη της πολιτικής συμμετοχής συνδέεται και με την κάλυψη του Τύπου, που μέσα από τις στήλες του ενδυναμώνει και ενισχύει κοινές σχετικά απόψεις με τον αναγνώστη και έτσι προσφέρει ικανοποίηση, που προέρχεται και παράγεται μέσα από την καλλιέργεια της κοινής έννοιας έκφρασης και δράσης.**

Τέτοιες μορφές ικανοποίησης δεν πρέπει να εκλαμβάνονται ως ήσσονος αξίας αφού συνδέονται με την ανάμειξη των πολιτών στα πολιτικά δρώμενα

Η ενημέρωση γύρο από ένα ζήτημα ή ένα πρόβλημα της οποίας πηγές μπορεί να είναι αρκετές και ποικίλες, θεωρείται αναγκαία για την πολιτική συμμετοχή των πολιτών. Η πλέον σημαντική όμως πηγή είναι η εμπειρία, που προσφέρει μέσα από τα γεγονότα την «πραγματικότητα» **Η συμμετοχή στα πολιτικά δρώμενα** έχει αφετηρία την

επιδίωξη προσωπικής ιδιοτέλειας και την εσωτερική ανταμοιβή-επιβράβευση. Η πολιτική συμμετοχή συνδέεται με το κίνητρο του ενδιαφέροντος και της επιβράβευσης του συμμετέχοντος πολίτη προς επίτευξη άμεσα ή έμμεσα ενός κερδοφόρου στόχου.

Η τήρηση κάποιων αξιών αποτελεί όμως ένα ακόμα κίνητρο για πολιτική συμμετοχή αφού περιλαμβάνουν έναν ιδεολογικό ή ηθικό κρίκο με τα ζητήματα πολιτικής.

Ο προσανατολισμός αξιών αποτελεί μια έκφραση δυναμική ενός αριθμού ενδιαφερόντων γι' όποιον θέλει να δράσει πολιτικά και οι αξίες αυτές χρησιμοποιούνται για να δικαιολογήσουν τη στάση του. Γενικά η αφύπνιση του αναγνώστη για τα πολιτικά ζητήματα με κοινωνικές και οικονομικές προεκτάσεις τους, μπορεί να προκληθεί με αρκετούς τρόπους μέσα από την ενημέρωση των ΜΜΕ.

**Όταν ο αναγνώστης συμπεριφέρεται πολιτικά άλλοτε έχει ως γνώμονα την ανάγκη να αισθανθεί τίμιος και ειλικρινής, να νοιώσει ότι διατηρεί μια σοβαρή σχέση με τις προσωπικότητες της εξουσίας, να αισθανθεί ότι ενεργεί σύμφωνα με στάσεις του, κάτι που ξεκινά από εσωτερικές ανάγκες.**

Αν πάλι ανταποκρίνεται πολιτικά προκειμένου να επηρεάσει υπέρ της δικής του θέσης έναντι της θέσης κάποιου άλλου πολίτη ή συγκεκριμένης ομάδας σε σχέση με άλλους μέσα στο κοινωνικό σύστημα, τότε τα κίνητρα κρίνονται ως εξωρετικά

Βασικό στοιχείο της πολιτικής συμπεριφοράς είναι η διαπίστωση για το είδος των κινήτρων του πολίτη, εάν αυτά είναι αποτέλεσμα εξωτερικών ή εσωτερικών αναγκών με *επιλογή αυτού του ίδιου* ή έχει κινητοποιηθεί η πολιτική συμπεριφορά *από την άσκηση επιρροής τρίτων*, που συνδέονται με αυτόν Εάν η επιλογή του οφείλεται στην δική του πρωτοβουλία (self-initiation) για μια πολιτική συμπεριφορά, αναμένεται να ενδιαφέρεται περισσότερο για την εφαρμογή των πράξεων του και των συνεπειών τους Εάν οι προσωπικές του επιλογές (self-election) στηρίζονται σε προθέσεις για τις οποίες ο ίδιος ο αναγνώστης δύναται ή όχι να δώσει κάποια εξήγηση τότε τα κίνητρα θεωρούνται ως *λανθάνοντα και όχι ως έκδηλα.*

Η πολιτική συμπεριφορά του αναγνώστη έχει το δικό της style και εκδηλώνεται άλλοτε *μειωνωμένα* από μέρους του με τη μορφή υποστήριξης των θέσεων ενός κόμματος και τη σχετική δραστηριοποίηση του στο πλαίσιο αυτό και άλλοτε με τη συλλογική συμμετοχή του όταν σαν μέλος μιας ομάδας καλείται να δράσει (partisanship-nonpartisanship)

Εάν η μορφή δράσης του αναγνώστη γίνεται αποδεκτή από το μεγαλύτερο μέρος της κοινωνίας μέσα στην οποία κινείται ή όχι, είναι ένα άλλο ζήτημα, που χαρακτηρίζει αυτή τη δράση *επιτρεπόμενη και νόμιμη* (licit) λ. χ. συμμετοχή στις εκλογικές αναμετρήσεις *ή απαγορευμένη*, με εμπόδια (illicit) συμμετοχή σε παράνομες ομάδες, sabotage.

Για την παρατήρηση της πολιτικής δράσης πρέπει να ληφθούν υπόψη τρία βασικά στοιχεία, που επικαλούνται οι ειδικοί:

α) οι στάσεις δεν παρατηρούνται ευθέως αλλά **συμπεραίνονται.**

β) μπορεί να είναι **παραπλανητικές,** οι άνθρωποι ισχυρίζονται ότι πιστεύουν κάτι αλλά οι πράξεις τους το ανατρέπουν.

γ) **δεν κληρονομούνται αλλά μαθαίνονται**, είναι στοιχεία που δημιουργούνται σαν σύνθεση ιδέας, εμπειρίας και πολιτικής συμπεριφοράς [98]

Η πολιτική στάση μέσα σε ένα κοινωνικο-πολιτικό σύστημα είναι η διαδικασία κατά την οποία τα άτομα μαθαίνουν να αποδέχονται αξίες, κανόνες, να υιοθετούν στάσεις και συμπεριφορά, με τα οποία προσπαθούν να εφαρμόσουν πολιτική κοινωνικοποίηση μέσα στο σύστημα που ζουν Οι πολιτικές στάσεις σχηματοποιούνται και επηρεάζονται.

Ο Harold Lasswell[99]ίναι ο πρώτος, που συστηματοποιεί, κατά τα μέσα του 20ου αιώνα τις έρευνες, αναφορικά με την σχέση *«προσωπικότητα και πολιτική συμπεριφορά»*«προσωπικότητα και πολιτική συμπεριφορά» τα μέσα του 20ου αιώνα τις έρευνες, αναφορικά με την σχέση σε σχέση με τον απλό πολίτη από άποψη προσωπικότητας

Σύμφωνα με τον Robert Dahl [100]πάρχει ο διαχωρισμός του *«ατόμου-πολίτη»* (civic man) και του *«πολιτικού ατόμου»* «πολιτικού ατόμου» (homo politicus) Οι θεωρίες της προσωπικότητας εξετάζουν τις επιρροές στην πολιτική συμπεριφορά από τις προηγούμενες εμπειρίες της παιδικής ηλικίας ακόμα και για τα μέλη της eliteην σχέση προσωπικότητας και πολιτικών θέσεων-ιδεολογίας και αντλεί στοιχεία με την παρατήρηση μεταξύ προσωπικότητας και πολιτικού φιλελευθερισμού/συντηρητισμού

*Η κατηγορία των φιλελεύθερων αποτελείται από άτομα λιγότερο εχθρικά, χωρίς καχυποψία και καταπίεση αλλά με υπομονή και ανοχή.»*[101]

Το συναίσθημα αυτό του *«ανήκειν»*, είναι φυσικά το πρώτο βήμα για την ένταξη στο πολιτικό σύστημα, φαίνεται δε να αρχίζει με την αναγνώριση και την αφοσίωση σε εθνικά σύμβολα, στοιχείο που αναπτύσσεται έντονα στην παιδική ηλικία, όπως υποστηρίζουν οι Hammer και Sickle.[102]

Οι βασικοί παράγοντες που διαμορφώνουν την πολιτική κοινωνικοποίηση του ατόμου είναι πρώτα από όλα η οικογένεια (οικονομικό-πολιτικό status, πολιτιστική και θρησκευτική παράδοση, τόπος καταγωγής), που επιδρά στον πολιτικό προσανατολισμό του πολίτη Παρόλο που η αμερικανική οικογένεια δεν εξασφαλίζει στα παιδιά της εργασία, εφόδια και ικανότητες προς εργασία, εν τούτοις είναι σημαντική στην εμφύτευση πολιτικών ιδεών στα μέλη της Τα αποτελέσματα της μελέτης των Almond και Verba σε πέντε διαφορετικά κράτη με κυρίαρχα τις ΗΠΑ και το Ην Βασίλειο έδειξαν ότι η συμμετοχή ατόμων σε εμπειρίες εντός της οικογένειας, αναπτύσσουν την δυνατότητα να επιτυχουν την πολιτική δραστηριότητα και συμμετοχή Η μοντέρνα αμερικανική οικογένεια έχει ως επίκεντρο το παιδί και τείνει να καθίσταται υπεύθυνη για τις επιθυμίες του, γεγονός που επιβεβαιώνεται από τον τρόπο ανάμειξης των παιδιών στην διαδικασία λήψεως οικογενειακών αποφάσεων.

Αλλά και το σχολείο αποτελεί ένα βασικό παραγόντα μετά την οικογένεια διαμόρφωσης πολιτικού προσανατολισμού (κυρίως το οικοτροφείο) Αυτό μπορεί να λειτουργήσει στη βαση υποκατάστασης της οικογένειας της οποίας ο ρόλος σιγά-σιγά περιορίζεται σε σχεση με το σχολειο που αποτελεί ενα μικροκοσμο της κοινωνίας μεσα στη, οποίε το παιδί μαθαινει τους ρόλους που θα κληθει αργοτερα να παίξει στην μετέπειτα ζωή του Οι ίδιοι οι επιστήμονες παραδέχονται πως κατά τον χρόνο της ολοκλήρωσης της βασικής εκπαίδευσης το παιδί έχει ήδη σχηματισει σταθερές απόψεις σε ό,τι αφορά τη βασική πολιτική του στάση με ανάλογες αξίες, που σταθερά εδραιώνονται

Υπάρχουν αρκετά μοντέλα που έχουν χρησιμοποιηθεί για τα ευρήματά τους σχετικά με την πολιτική κοινωνικοποίηση (social stratification) Ενα είναι αυτό *«της σταδιακής-εξελικτικής γνώσης»*, όπου ο Piaget θεωρεί ότι συγκεκριμένα θέματα δεν μαθαίνονται από τα παιδιά μέχρι αυτά να πλησιάσουν το επίπεδο της ωρίμανσης, όπου τότε

μπορούν να σχηματίσουν κάποιες αντιλήψεις και να προβούν σε λογικούς σχηματισμούς

***Ο Cartwright αναφέρει:*** **Η εκπαίδευση στα σχολεία, στο σπίτι στην εργασία, στην γειτονιά και μέσα από τα ΜΜΕ μεταφέρεται με την μορφή πληροφόρησης και την άσκηση ελεγχου κυρίως με την χρήση-μεσολάβηση του γραπτού και προφορικού λόγου.**

Το σχολείο αποτελεί έναν χώρο, όπου πραγματοποιείται η κοινωνική και πολιτική προσαρμογή των ατόμων, για την πολιτική Η διάρκεια και της εκπαίδευσης και ο τύπος της παράγει διάφορα επίπεδα πολιτικής ενημέρωσης

Η πολιτική συμμετοχή δεν ενεργοποιείται όμως μόνο από τις διοχετευμένες πληροφορίες, που διαμορφώνουν απόψεις για τα πιθανά οφέλη και την επιβράβευση του συμμετέχοντος πολίτη αλλά κυρίαρχα από την έγκαιρη πολιτική παιδεία με έμφαση στις υψηλότερες βαθμίδες της καθιερωμένης εκπαίδευσης

Ο φοιτητής έχει μεγαλυτερη δυνατότητα να δημιουργεί παραστασεις σε διεθνές επίπεδο (πολιτική, οικονομία) και να συνδέει την πολιτική με την εξέλιξη της καθημερινής ζωής Δύο είναι οι κυριότεροι τρόποι με τους οποίους το σχολείο συντελεί στην πολιτική κοινωνικοποίηση του μαθητού Ο πρώτος συνδέεται με την κατανόηση της διαδικασίας του **μοντέλου της συσσώρευσης,** ενώ ο δεύτερος είναι με τη διαδικασία **της παρότρυνσης** του ατόμου να συμμετέχει σε συγκεκριμένα είδη συμπεριφορας και παρότρυνσης και να αποφεύγει άλλα δια του μοντέλλου των συνθηκων-ορων Ξαν μεταξύ της οικονένειας και των δασκάλων δημιουργείται μια μορφη ασυμβίβαστου ο δευτεροι κερδίσουν Την επιδήμανση για τον εξέχοντα ρόλο του σχολείου ως βασικη εκπαίδευση στην πολιτική κοινωνικοποίηση του ατόμου κανει και ο Wikinson, όταν αναφέρεται στο ρόλο του σχολείου στην Αγγλία, όπου καλλιεργείται μια είδη που αργοτερα εκπληρώνει σημαίνοντες δημόσιους, πολιτικούς ρόλους

Με μια σαφή διδασκαλία παρέχονται ευκαιρίες στους μαθητές να μάθουν από νωρίς τη σημασία συγκεκριμένων ρόλων Στην Αμερική συμβαίνει και εφαρμόζεται η μέθοδος της παρότρυνσης με τα δύο μοντέλα accumulation και conditioning και επιτυχώς μεταφέρεται η ουσιαστική γνωση-αντίληψη περί πολιτικής στο μυαλό του μαθητου, ο οποίος πληροφορείται για τη δομή του πολιτικου συστήματος με την επανάληψη συγκεκριμένων ρόλων που παίζουν οι πολίτες

Συνεχείς έρευνες ασχολούνται με το ρόλο του σχολείου στην πολιτική κοινωνικοποίηση (Almond, και Verba, Hess και Torney). Οι Jennings και Langton ενισχύουν τη θέση ότι οι **μαθητές από οικονομικά ανθηρές οικογένειες έχουν δεχθεί υψηλού βαθμού επιρροή σε σχέση με χαμηλά κοινωνικό-οικονομικές.** [103]

[Σύμφωνα με το μοντέλο της *«συσσώρευσης» (accumulation),* Hess και Torney, **τα παιδιά δύνανται να κατανοούν συστήματα εννοιών, αν αυτά δίδονται απλουστευμένα, συμβατά με την γλώσσα τους και την νοημοσύνη τους.**

Το μοντέλο *«της διαπροσωπικής μεταφοράς-μεταβίβασης» (interpersonal tranfer model)* **τα παιδιά σε μεγάλο βαθμό φυσικά και είναι ευάλωτα εξαρτώμενα από τους γονείς τους, με κυρίαρχη επιρροή αυτήν του πατέρα που φαντάζει τέλειος, καλλιεργώντας έτσι ένα image για την φιγούρα της** εξουσίας-αρχής, όπως αυτό του Προέδρου.

Το μοντέλο *της ταυτότητας (identification)* κατά τον Badura στηρίζεται στην άποψη *πως* **το παιδί μιμείται ό,τι και οι γονείς του πιστεύουν για τα πολιτικά parties και τα μέλη τους, τα οποία υποστηρίζει όταν έχει διαμορφώσει αργότερα κάποια άποψη και τοποθετείται ευνοϊκά απέναντι στις απόψεις που έχει κληρονομήσει.**

Το μοντέλο *των συνθηκών-όρων (conditioning model)* στηρίζεται στη θεωρία του γνωστού πειράματος του Pavlov, σύμφωνα με το οποίο **δεν εξετάζεται η γνώση και οι σκέψεις αλλά οι συνθήκες κάτω από τις οποίες η διαδικασία, με βάση το ερέθισμα, εκτελέστηκε.**][104]

Οι Αμερικανοί προσδιορίζουν τους εαυτούς τους ως άτομα ξεχωριστά από τα άλλα στον κόσμο, που συμφωνούν πάνω σε κανόνες πολιτικού σχηματισμού καθώς εκφράζουν την ανάγκη να έχουν ξεκάθαρες λειτουργικές διαδικασίες, για την διακυβέρνηση τους

Στις ΗΠΑ μερικές βασικές αρχές που φαίνεται ότι λειτουργούν μέσα στο πολιτικό καθεστώς είναι αυτή του Συντάγματος, της αρχής της πλειοψηφίας, των κανόνων δικαίου, των δικαιωμάτων των μειονοτήτων, της περιορισμένης άσκησης εξουσίας της κυβέρνησης, της ελευθερίας και της ισότητας των πολιτών. Με τη διάκριση των εθνικών συμβόλων στη δεύτερη διαδικασία (Hess και Torney), το παιδί χρησιμοποιεί έννοιες, όπως της ελευθερίας και του δικαιώματος της ψήφου Και κατά τη διάρκεια της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, όταν μαθαίνει τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα του στο πλαίσιο του «καλού» πολίτη Η έννοια της κυβέρνησης ξεκαθαρίζει επίσης στα νεαρά παιδιά μέσα από τον θεσμό αλλά και το πρόσωπο του Προέδρου, που τον

βλέπουν ότι μπορεί να τα επηρεάσει θετικά για τον πολιτικό σύστημα και να τους δημιουργήσει την αντίληψη της δομής της εξουσίας Καθώς αναπτύσσονται αποκτούν περισσότερο ενδιαφέρον και αποζητούν μέσα από τη γνώση, την ενημέρωση για τα μέλη που αποτελούν την κυβέρνηση, για τις δημοκρατικές διαδικασίες των εκλογών, για τις πολιτικές εκστρατείες, με ενδεχόμενο κάποια στιγμή την επαφή τους με κάποιες ομάδες πίεσης, πολιτικά κόμματα κ. λ. π.

Αργότερα ενώ μπορούν ακόμα και να διαχωρίσουν το κομμάτι που αφορά την ιδιωτική πρωτοβουλία από τη δημόσια, εν τούτοις παραμένουν μάλλον θετικά διακείμενα και ***ενθουσιώδη για την κυβέρνηση.*** Οι δε αξιωματούχοι, που σε επίπεδο κυβέρνησης ασκούν εξουσία, έχουν μια συμπεριφορά που εξαρτάται από την ιδεολογία και την εικόνα του πολιτικού κόμματος, που κληρονόμησαν από τους γονείς τους κυρίως

**Ο,τι νωρίς τα παιδιά στις ΗΠΑ μαθαίνουν για την πολιτική, αποτελεί την βάση για την μετέπειτα *πολιτική τους στάση.***

Από τη μελέτη του Robert E Lane φαίνεται πως ο αμερικανικός πολιτισμός σχηματίζεται από την φύση της σχέσης πατέρα-υιού, που φαντάζει μέσα στο αμερικανικό πολιτικό style την ομοφωνία πατέρα-υιού.[105]

**Η πολιτική κοινωνικοποίηση στις ΗΠΑ είναι απλά μια μακρά, συνεχής διαδικασία που δέχεται και ενστερνίζεται πολιτικές πεποιθήσεις, όπως αυτές που μεταφέρονται από διάφορους παράγοντες επιρροής. Είναι πιθανόν όμως κάποτε το άτομο να πιεστεί για να επαναξιολογήσει τις απόψεις του σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους που οι υιοθετούμενες μέχρι τότε ιδέες φαντάζουν ανεφάρμοστες, κάτω από νέες εμπειρίες.**

Αλλοτε πάλι είναι πιθανόν να διακοπεί αυτή η διαδικασία όταν το άτομο πεισθεί μόνο του για καθαρά προσωπικούς λόγους να αναζητήσει νέες συμπεριφορές ή να επανεξετάσει τις ήδη υπάρχουσες, κάτι όμως πολύ περιορισμένο σε πιθανότητες παρά την τάση του να αντιγράφει σιγά-σιγά κάποιες καινοτομίες, που συνδέονται με το φαινόμενο **της αναμενόμενης-προσδοκώμενης κοινωνικοποίησης (anticipatory socialization).**

Στις ΗΠΑ, μια χώρα καθαρά πλουραλιστική και ετερογενής παρουσιάζεται το φαινόμενο των στάσεων μεταξύ των παιδιών των ανώτερων κοινωνικών τάξεων σε

σχέση με τις λοιπές, όπως δείχνει η έρευνα του Litt σύμφωνα με την οποία τα παιδιά της ανώτερης κοινωνικά τάξης έχουν μια τάση συμμετοχής στα πολιτικά δρώμενα και γενικότερα στην πολιτική με την πεποίθηση της ανταπόδοσης ωφελειών. Ο παράγοντας του φύλου έχει επίσης τις επιρροές του στη διαδικασία της πολιτικής κοινωνικοποίηση, όπως υποστηρίζει ο Greenstein αφού μεταξύ των αγοριών υπάρχει μεγαλύτερη τάση πολιτικοποίησης σε σχέση με τα κορίτσια σε συγκεκριμένα ποσοστά και ότι τα αγόρια περισσότερο από τα κορίτσια ζητούν την άποψη του πατέρα προκειμένου να έχουν κάποια προτίμηση κατά την άσκηση του εκλογικού τους δικαιώματος.[106]

Στον ρόλο που παίζει το φύλο έχουν στραφεί άλλες έρευνες των Hess και Torney, που συμπεραίνουν *Στον ρόλο που παίζει το φύλο έχουν στραφεί άλλες έρευνες των Hess και Torney, που συμπεραίνουν ότι ενώ τα αγόρια εκλαμβάνουν την πολιτική ως χώρο απρόσωπο, τα κορίτσια τον εκλαμβάνουν ως προσωπικό και εκφραστικό και εφαρμόζουν την προσωπική τους ηθική στις πολιτικές πράξεις, ότι σίγουρα όλα τα ψεύδη είναι κακά σε αντίθεση με τα αγόρια, που με βάση την πολιτική σκοπιμότητα. Τέλος, τέτοιες διαφορές μεγαλώνουν με την αύξηση της ηλικίας.*[107]

Οι Easton και Dennis σωστά επισημαίνουν ότι ***«ο όψιμος προσανατολισμός παρέχει μια συμπαγή υποστηρικτική βάση για το καθεστώς τέτοια που κι' αν ακόμα αργότερα κάποια γεγονότα δημιουργήσουν απογοήτευση ο βαθμός απόκλισης εξαρτάται από τον παιδικό συναισθηματισμό, που ανασύρεται»*** [108]

Η αξιολόγηση των κινήτρων πολιτικής συμπεριφοράς σε *ορθολογιστικά και συναισθηματικό* είναι αναγκαία. Πολλές από τις πολιτικές δράσεις, ενδέχεται να αποτελούν επακόλουθο ρύθμισης και ελέγχου, που επιβάλλει η λογική αλλά η ψυχολογική υποστήριξη. Το τελευταίο συνδέεται με την περίπτωση, που το άτομο καθίσταται συναισθηματικά υποχρεωμένο και δεσμευμένο να ακολουθήσει συγκεκριμένη πορεία δράσης ή να υιοθετήσει την άποψη λ χ μιας ε/φ επανατοποθετώντας και επαναπροσδιορίζοντας κατάλοιπα στάσεων, πεποιθήσεων και αντιλήψεων, έτσι ώστε να φαίνονται πως υποστηρίζουν και ανταναικλούν την νέα του δέσμευση

Οταν το άτομο δεχθεί συναισθηματικές πιέσεις να προβεί σε μια συγκεκριμένη πολιτική δράση, αργότερα πιθανότατα να «επινοήσει» μια διευρυμένη λογική

επιχειρηματολογία για τη στάση αυτή. Παρομοίως, κάποιος δύναται να αναπτύξει έναν συναισθηματικό δεσμό με μια χαρισματική προσωπικότητα και μεταγενέστερα να οικοδομήσει ένα σύνολο στάσεων στο οποίο διαμορφώνει μια καταστρεπτική ουσία να φαντάζει δίκαιη και λογική.

**Συναισθήματα τέτοια όπως της αγάπης, σεβασμού και δέους, εμπιστοσύνης, πίστης, φόβου, μίσους και προσβολής συχνά παρέχουν παράλογη και άνευ δικαιολογίας πολιτική συμπεριφορά.**

Οι παράμετροι *ψυχολογική ανάγκη και κοινωνική ανάγκη* δεν θα πρέπει να αγνοηθούν, αλλά τουναντίον να συγκεντρώσουν το ενδιαφέρον και τον προβληματισμό στην διαδικασία αξιολόγησης και κατανόησης της ορμής, που γεννά η πολιτική συμπεριφορά με κύριο μέλημα την προέλευση αυτών των αναγκών, εάν δηλαδή είναι αποτελέσματα *εσωτερικών ή εξωτερικών πιέσεων*, μεταξύ των οποίων όμως υπάρχει ένα κοινό επικαλυπτόμενο κομμάτι

Το ουσιαστικό μέρος και η σταθερότητα της πολιτικής συμπεριφοράς στηρίζεται ευρέως στην *κοινωνική εμπειρία και κοινωνική υποστήριξη* αντίστοιχα. Εάν αυτό κρατηθεί στο μυαλό, υπάρχει η πιθανότητα να διαχωριστούν οι πρωταρχικές ανάγκες προερχόμενες από εσωτερικά ερεθίσματα ( προσωπικότητα, διακριτικά γνωρίσματα ή αντιλήψεις της γνωστικής ανισορροπίας) και από εξωτερικά πιθανότατα κοινωνικά ερεθίσματα.

**Όταν ο αναγνώστης εκτίθεται σε μορφές προπαγάνδας, στις οποίες ο καθένας εκτίθεται, δεν επιτρέπει στον εαυτό του ελεύθερα να αποδεχθεί μηνύματα παρά μόνο εκείνα, που συμφωνούν ήδη με τις θέσεις του.**

**Η διατήρηση αυτής της σταθερότητας στις στάσεις του δεν αποδίδεται σε αδράνεια ή επιμονή του αλλά σε κάποιες ψυχολογικές διεργασίες. Η σταθερότητα των στάσεων αποτελεί ένα όργανο στην διατήρηση αισθημάτων ατομικής ασφάλειας, προσφέροντας τη μεγαλύτερη ικανοποίηση με την αποφυγή ή ελαχιστοποίηση πιθανοτήτων εκδήλωσης διαφωνιών σε σχέση με την ομάδα, στην οποία θεωρεί ότι ανήκει.**

Ο αναγνώστης ως μέλος μιας ομάδας επικυρώνει αυτήν την ασφάλεια αποφεύγοντας την προπαγάνδα εκείνη, που νοιώθει ότι τον απειλεί και τον τρομάζει, νοιώθοντας *παράλληλα τις στάσεις του να ενδυναμώνουν στις επαφές του με τα άλλα μέλη.* Έτσι

μπορεί να έχει και να διατηρεί τις δικές του προσωπικές εμπειρίες και ατομικές πληροφορίες μέσα από τις επιλεγμένα και αξιολογημένα κοινά standards
Σε ένα πλαίσιο αμοιβαίας αλληλεπίδρασης τα μέλη των ομάδων κάνουν γνωστές στο Κοινό κάποιες ιδιωτικές πληροφορίες και εμπειρίες, που στηρίζουν κοινές στάσεις και με αυτόν τον τρόπο όλα τα μέλη μιας κοινότητας γίνονται αντικείμενα μιας ευρύτερης ακτίνας επιλεγμένων επιρροών. Η υιοθέτηση μηνυμάτων από τα μέλη μιας κοινωνικής ομάδας συνδέεται άμεσα με τον βαθμό σταθερότητας των κοινών στάσεων των μελών αυτής. Εκφυλιστικές και «εν ύπνω» ατομικές εμπειρίες του αναγνώστη -δεν εκδηλώθηκαν ελλείψει συναινετικού κλίματος- κάτω από άλλες συνθήκες, περιόδους κρίσεων ή με την εφαρμογή εντατικής προπαγάνδας εκδηλώνουν συγκεκριμένες στάσεις με ενδεχόμενο να κερδίσουν το κοινό ενδιαφέρον της ομάδας που ανήκει, να συμβάλουν στην αναδιάρθρωση, στην αναδημιουργία και σταθεροποίηση τους, απειλώντας να πλήξουν και να αμφισβητήσουν κάποιες άλλες

Από την έρευνα του Lazarsfeld σε σχέση με τις στάσεις των αμερικανών ψηφοφόρων παρουσιάζονται τα ακόλουθα ενδεχόμενα

- Οι πρωταρχικές κυρίαρχες ομάδες με την **πολιτική ομοιογένεια**, που τις διακρίνει να δημιουργούν μια αλληλεπίδραση μεταξύ των μελών τους, αυτών που συνήθως μοιράζονταν τις ίδιες στάσεις, προτιμήσεις και προδιαθέσεις

- Τα ίδια μέλη να δίνουν μεγάλη προσοχή σε πληροφορίες, που ενισχύουν τις πραγματικές προθέσεις τους και ***παρατηρούν γεγονότα και θέσεις επιλεκτικά***, έτσι ώστε να ταιριάζουν με προϋπάρχουσες αναπαραστάσεις και προτιμήσεις

- Τα περισσότερα από αυτά να επηρεάζονται από **προσωπικές πηγές** και κυρίως ***από ισχυρής επιρροής πρόσωπα***, που ενδέχεται να **παραλείψουν ή να τροποποιήσουν** τις πληροφορίες εκείνες, που είναι αντίθετες και ανακόλουθες με την πολιτική προδιάθεση και τις προκαταλήψεις των μελών της ομάδας

- *Οι φορείς που αναμειγνύονται (ε/φ, opinion leaders) αφιερώνουν τις περισσότερες από τις προσπάθειες τους στην επιστράτευση της πίστης και πεποίθησης των μελών στη μετατροπή της στοιχειώδους μύηση τους.*

Αλλη έρευνα της πολιτικής συμπεριφοράς των Αμερικανών ψηφοφόρων από τον Beck το 1988, υπογράμμισε ότι ***«Για τους περισσότερους Αμερικανούς αυτοί 'οι ενδιάμεσοι' αποτελούν ουσιαστικές πηγές πληροφοριών δια την πολιτική και τις πολιτικές εκτιμήσεις, κάτι που πάντοτε αποτελούσαν.»*** [109]

Με γνώμονα τις θεωρητικές και αποδεδειγμένες θέσεις για το ρόλο των στάσεων στη διαδικασία της επικοινωνίας μελετήθηκαν προσεκτικά τα άρθρα των Times αναφορικά με την Αλβανία.

Από μέρους της ε/φ απέναντι στα γεγονότα της περιόδου 1991-94, αναπτύσσεται μια στάση κυρίως **επικριτικού χαρακτήρα** και κατά περίπτωση σε μικρότερα ποσοστά συναινετικού για τις «πρωτοβουλίες» των Αλβανών πολιτικών προς εκτόνωση της κατάστασης

Τα τρέχοντα, δηλαδή, **γεγονότα συνήθως αποδοκιμάζονται** ενώ κάποιες μεμονωμένες **πολιτικές απόπειρες επιδοκιμάζονται και μόνο ένας περιορισμένου ποσοστού ουδέτερος τόνος παρατηρείται στην περιγραφή τους.**

**Στάση του Γράφοντος/Ανταπόκρισης το 1991. Πίνακας Νο 1.**

| **Γράφων-Writer** | **Στάση** | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **Επικριτι-κή 1** | **Συναινετι-κή 2** | **Ουδέτερη 5** | **Row Total %** |
| Πρακτορείο Reuters 1 | 4 | 5 | 4 | 13 22,0 |
| Πρακτορείο AP 2 | 10 | 6 | 2 | 18 30,5 |
| Ανταποκριτής Binder 5 | 17 | 5 | 5 | 27 45,8 |
| Ανταποκριτής Kamm 6 | 1 | | | 1 1,7 |
| **Column Total %** | **32 54,2** | **16 27,1** | **11 18,6** | **59 100,0** |

Number of Missing Observations. 0

Το 1991 η επικριτική στάση ορίζεται κατακόρυφα και σχετίζεται με την αποδοκιμασία των επιλογών των κομουνιστικών κυβερνήσεων Με την δρομολόγηση όμως κάποιων αλλαγών (σχηματισμός κυβέρνησης, πολιτικά κόμματα), το 1992, παρατηρείται μείωση της αποδοκιμασίας εκ μέρους της ε/φ και παράλληλα μια αύξηση της συναίνεσης για μεμονωμένες πράξεις

**Στάση του Γράφοντος/Ανταπόκρισης το 1992. Πίνακας Νο 2.**

| Γράφων-Writer | Στάση | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Επικριτική 1 | Συναινετική 2 | Ουδέτερη 5 | Row Total % |
| Πρακτορείο Reuters 1 | 1 | 4 | 2 | 7 38,9 |
| Πρακτορείο AP 2 | | 1 | 1 | 2 11,1 |
| Ανταποκριτής Binder 5 | | 2 | | 2 11,1 |
| Ανταποκριτής Kamm 6 | 4 | 3 | | 7 38,9 |
| Column Total % | 5 27,8 | 10 55,6 | 3 16,7 | 18 100,0 |

Number of Missing Observations 0

Στάση τού Γράφοντος/Ανταπόκρισης το διάστημα 1993-94. Πίνακας Νο 3.

| Γράφων-Writer | Στάση | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **Επικριτική 1** | **Συναινετική 2** | **Ουδέτερη 5** | **Row Total %** |
| Πρακτορείο Reuters 1 | 2 | 1 | 3 | 6 28,6 |
| Πρακτορείο AP 2 | 1 | 1 | 3 | 5 23,8 |
| Ανταποκριτής Binder 5 | 1 | 1 | | 2 9,5 |
| Ανταποκριτής Kamm 6 | 5 | 3 | | 8 38,1 |
| **Column Total %** | 9 42,9 | 6 28,6 | 6 28,6 | 21 100,0 |

Number of Missing Observations 0

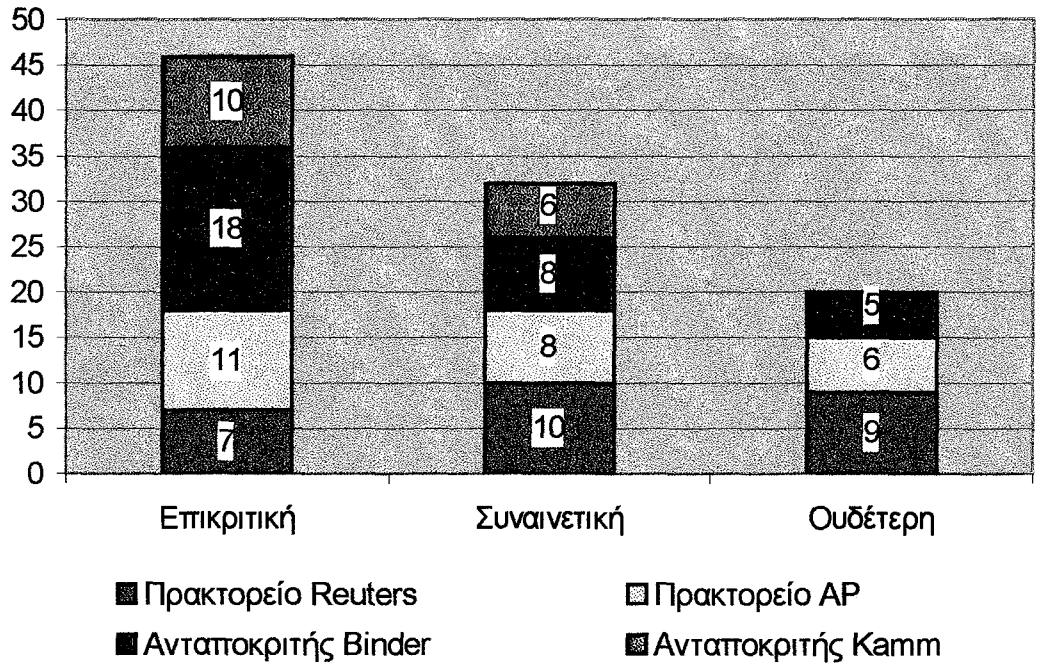
Τη διετία 1993-94 **ο επικριτικός χαρακτήρας των Times κάμπτεται** με την δρομολόγηση και έναρξη υλοποίησης σχεδίου συνεργασίας του αμερικανικού παράγοντα με τους ισχυρούς πολιτικούς κύκλους των Τιράνων (Δημοκρατικό Κόμμα). Οι ίδιοι κύκλοι εκφράζουν την αποδοχή τους να παίξουν οι ΗΠΑ έναν **κυρίαρχο «ρυθμιστικό» ρόλο προωθώντας και στηρίζοντας τον πολιτικό αρχηγό τους, του οποίου τα σχέδια δυναμικά υποστηρίζουν παρέχοντας συμβουλευτική νομική και οικονομική υποστήριξη.** Είναι η εποχή που η ε/φ θίγει έντονα το ενδεχόμενο **οι ικανότητες του Berisha να δώσουν λύση στην άρση των αδιεξόδων της χώρας**, σε αντίθεση με τον ευρωπαϊκό Τύπο, που στέκεται περισσότερο κοντά στην πραγματικότητα και προσφέρει μια αντικειμενική θεώρηση των δεδομένων «*..Στροφή του Berisha στον αυταρχισμό. Κατηγορείται ότι αντιγράφει τον Χότζα, τη στιγμή που η Αλβανία καταρρέει οικονομικά. Ο άνθρωπος, που επέλεξε ο λαός να οδηγήσει τη Χώρα μακριά από το αποτρόπαιο παρελθόν, εξελέγη πρόεδρος αφού προηγουμένως ήρε την υποστήριξη του προς την τότε κυβέρνηση συνασπισμού και κατηγόρησε τους κομουνιστές εταίρους του για αντιδημοκρατικές δραστηριότητες, καταπάτηση κάθε έννοιας ευνομίας και χρήση βίας. Αυτός ο άνθρωπος των Αμερικανών, προσδιόρισε μετά την εκλογή του το πλαίσιο των προεδρικών εξουσιών προς την κατεύθυνση «η εξουσία να ασκείται από μια ομάδα «πιστών» και ένα στενό κύκλο συμβούλων, που εκτός εξαιρέσεων στερούνται πείρας.*» «Guardian», 21-2-93

**Στάση σε όλη την περίοδο της παρατήρησης. Πίνακας Attit. No 4.**

| Writer | Στάση | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Επικριτική 1 | Συναινετική 2 | Ουδέτερη 5 | Row Total % |
| Πρακτορείο Reuters 1 | 7 | 10 | 9 | 26 26,5 |
| Πρακτορείο AP 2 | 11 | 8 | 6 | 25 25,5 |
| Ανταποκριτής Binder 5 | 18 | 8 | 5 | 31 31,6 |
| Ανταποκριτής Kamm 6 | 10 | 6 | | 16 31,6 |
| **Column Total %** | **46 46,9** | **32 32,7** | **20 20,4** | **98 100,0** |

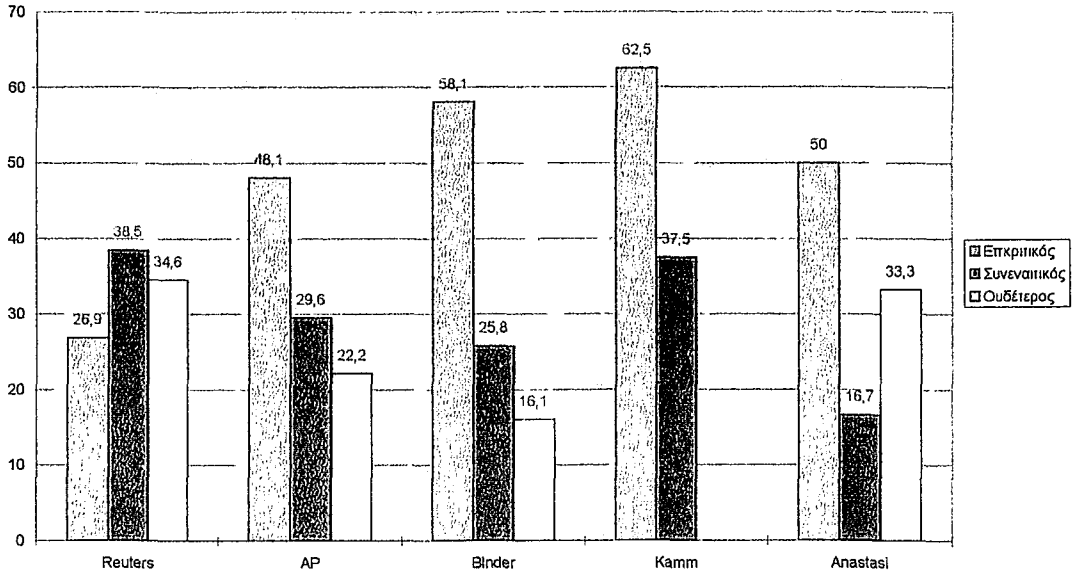
Number of Missing Observations: 0

**Στάση γράφοντος 1991-94**

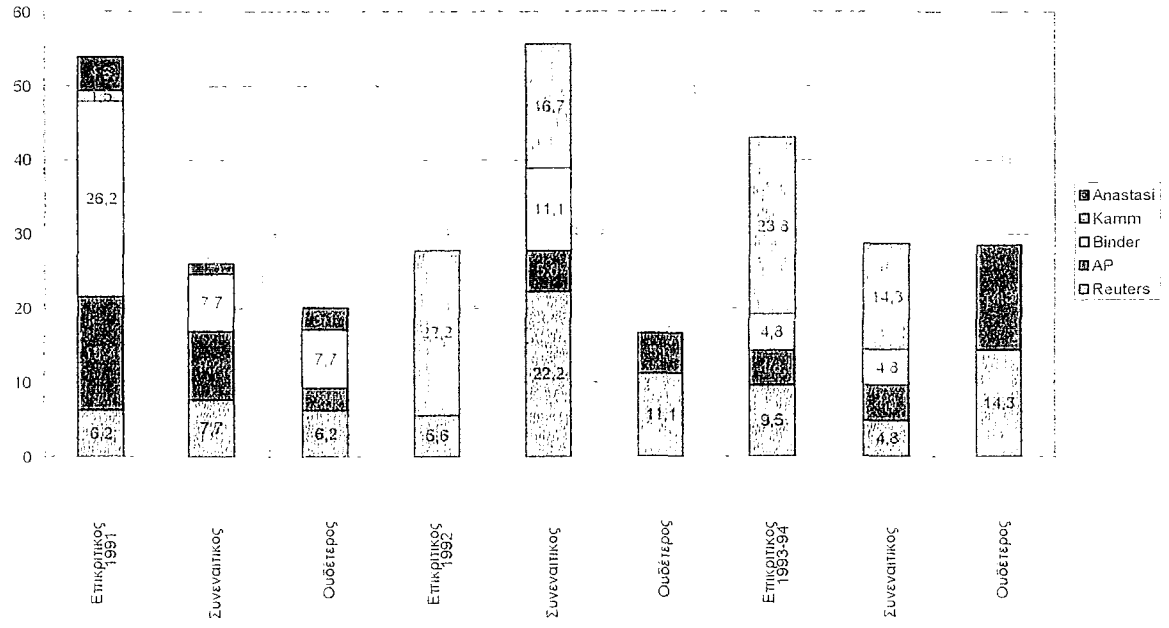



Κατά την διάρκεια της τετραετίας 1991-1994 από τις απόλυτες τιμές φαίνεται ότι ο Binder είναι περισσότερο επικριτικός από τους υπόλοιπους, με δεύτερο το AP και τρίτο τον Kamm. Αντίθετα, το πρακτορείο Reuters φέρεται περισσότερο ουδέτερο μέσα από τις ανταποκρίσεις που προσφέρει.

Στάση του Γράφοντος σε όλη την διάρκεια των Ετών

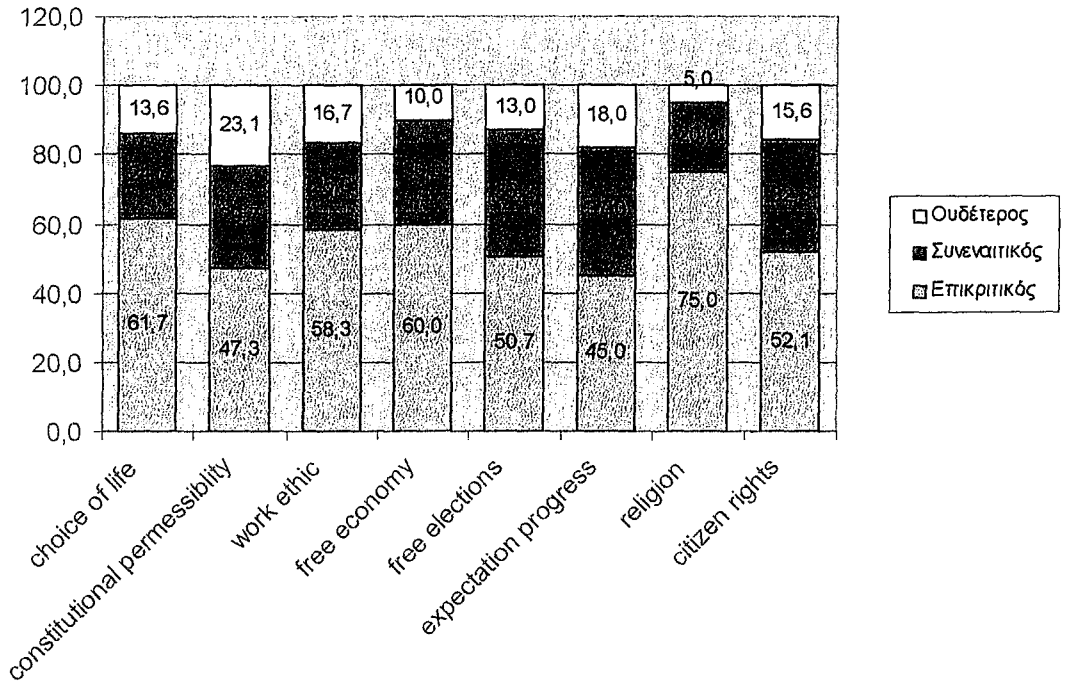



Το 58.1% των άρθρων του Binder έχουν επικριτικό χαρακτήρα, το 25.8% συναινετικό και το 16.1% ουδέτερο.
Παρόμοια ερμηνεύονται και οι υπόλοιποι ανταποκριτές.




Το παραπάνω διάγραμμα μας δείχνει τη στάση του γράφοντος ανά έτος, καθώς επίσης και τον χαρακτήρα των άρθρων ανα έτος ανεξάρτητα από τον ανταποκριτή.
Π.χ για το 1991 το 53.9% (=6.2+15,4+26,2+1,5+4,6) των άρθρων έχει επικριτικό χαρακτήρα. Όπου 6.2 % το μερίδιο του Anastasi ,15,4% του AP κ.ο.κ.
Παρόμοια ερμηνεύονται και τα υπόλοιπα.

## Αξίες / κατά στάση γράφοντα




Choice of life=**επιλογή ζωής**

free economy=**ελεύθερη οικονομία**

religion=**θρησκεία**

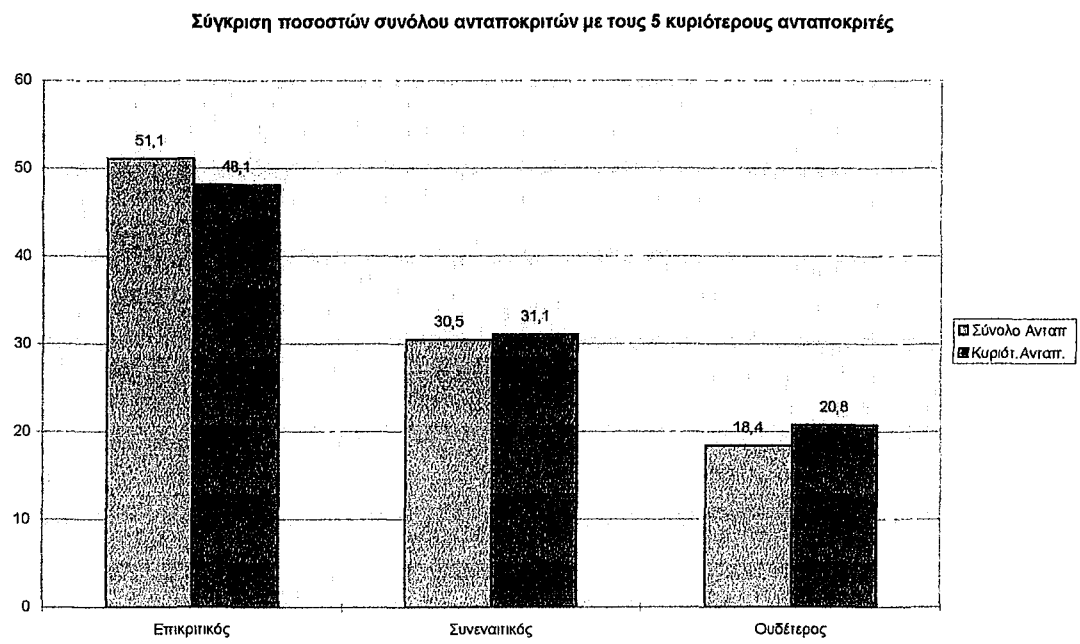
free economy=**ελεύθερη οικονομία**

Constitutional permissibility=**Συνταγματική νομιμότητα**

work ethic=**δικαίωμα για εργασία**

citizens rights=**πολιτικά-ανθρωπινα δικαιώματα**

expectation progress=το προσδοκώμενο προς ευημερία




Όπως φαίνεται οι διαφορές είναι ελάχιστες μεταξύ του συνόλου των ανταποκριτών σε σχέση με τους 5 κυριότερους ανταποκριτές, αναφορικά με τη στάση τους.

## Αξίες - Στάση γράφοντος. Πίνακας No 5.

| | Επιλογή ζωής choice of life | Συνταγματική κατοχύρωση θεσμοθέτηση Constitutional permissiblity | Δικαίωμα εργασίας work ethic | Ελεύθερη οικονομία Free economy | Ελεύθερ-/ρες εκλογές Free elections | Προσδοκόμενο ευημερίας expectation progress | θρησκεία religion | Πολιτικά και ανθρώπινα δικαιώματα citizen rights |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Επικριτική | 61,7 | 47,3 | 58,3 | 60 | 50,7 | 45 | 75 | 52,1 |
| Συναινετική | 24,7 | 29,7 | 25 | 30 | 36,2 | 37 | 20 | 32,3 |
| Ουδέτερη | 13,6 | 23,1 | 16,7 | 10 | 13 | 18 | 5 | 15,6 |

Ο πίνακας παρουσιάζει ποιες αξίες οδηγούν στη διαμόρφωση επικριτικής ή μη στάσης απέναντι στις εξελίξεις και τους πολιτικούς χειρισμούς προς εξομάλυνση της έκρυθμης κατάστασης στην Αλβανία.

## 5. Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ, Η ΕΙΚΟΝΑ (IMAGE), ΤΟ ΚΙΝΗΤΡΟ.

♦ *ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ*

Η επικοινωνία *«συνίσταται σε πράξεις με πρόθεση να παράγουν συγκεκριμένα αποτελέσματα επί προσώπου ή προσώπων.»* (Harrisson). [110]

Οι βασικές αρχές της ανθρώπινης επικοινωνίας στηρίζονται στην Ρητορική του Αριστοτέλη, οι θέσεις του οποίου εφαρμόζονται ακόμα και στην εποχή των ΜΜΕ. Πρώτος ο φιλόσοφος καθόρισε τα συστατικά της επικοινωνίας: **τον ομιλητή, το κείμενο του λόγου, την προσωπικότητα του ομιλούντος, τον ακροατή.**

*«Εφόσον η ρητορική υφίσταται για να επηρεάζει αποφάσεις, ο ομιλητής πρέπει όχι μόνο να προσπαθεί να κάνει το επιχείρημα του αξιόλογο και πιστευτό αλλά επίσης να δώσει την δική του χροιά και να βάλει τους ακροατές του στο σωστό πλαίσιο σκέψης.»* [111]

Από την πρώτη αυτή επιστημονική θέση ξεκίνησαν στον αιώνα μας οι κοινωνικοί επιστήμονες προκειμένου να προχωρήσουν τις αναλύσεις τους, σε ό,τι αφορά τα μοντέλα της σύγχρονης κοινωνίας

Ο Schramm, πρωτοπόρος στα θέματα της επικοινωνίας, προσδιόρισε τα τρία βασικά στοιχεία της επικοινωνίας · ***την πηγή, το μήνυμα και τον προορισμό του.***

***Το μήνυμα*** κωδικοποιείται από τον αποστολέα με την επίδραση διαφόρων παραγόντων και αποκωδικοποιείται από τον αποδέκτη σύμφωνα με το μορφωτικό επίπεδο, τις εμπειρίες και την συμπεριφορά του, τόσο ως προς το περιεχόμενο του μηνύματος, όσο και ως προς τον ίδιο τον αποστολέα. Ο καθένας μπορεί να αποτελέσει σε δεδομένη στιγμή τον αποστολέα, τον ερμηνευτή-ενδιάμεσο και τον παραλήπτη ενός μηνύματος.

***«Είμαστε αδιάκοπα αποκωδικοποιητές μηνυμάτων από το περιβάλλον μας και τα μεταφράζουμε, ενώ άλλα τα κωδικοποιούμε. Στην πραγματικότητα η διαδικασία της επικοινωνίας αρχίζει από κάπου και δεν τελειώνει πουθενά. Είναι πράγματι χωρίς τέλος.»*** [112]

Κατά τον Andersen υπάρχουν έξι βασικές, αλληλένδετες μεταβλητές στη διαδικασία της σωστής και αποτελεσματικής επικοινωνίας ***η πηγή, το μήνυμα, το κανάλι, η διάταξη, ο παραλήπτης και το περιεχόμενο.***

**Το μήνυμα** τροφοδοτείται με ερεθίσματα από την πηγή, η οποία πλαισιώνει μια ιδέα με έναν σίγουρο τρόπο Είναι σύνολο συνειρμών από ερεθίσματα, που η πηγή

διοχετεύει στο κανάλι, ώστε να υπάρξει σε αυτό, ένα κρίσιμο σύνολο στην θεμελιώδη μάζα της επικοινωνίας.

Το μήνυμα πράγματι «υπάρχει» αλλά δεν «σημαίνει». Η έννοια «σημαίνει» ανήκει στον ανθρώπινο νου και τα στοιχεία ή τα ερεθίσματα που συγκροτούν το μήνυμα, έχουν έννοια για το πρόσωπο, το οποίο το τοποθετεί εκεί.

Ο τρίτος παρατηρητής θα ιδεί ίσως διαφορετικές έννοιες σε ένα μήνυμα από ότι βλέπουν η πηγή και ο παραλήπτης.

***Το κανάλι επικοινωνίας*** είναι το μέσον μέσα στο οποίο το μήνυμα ζει μια συγκεκριμένη λειτουργία. ***Η θέση, ευκαιρία, περιβάλλον*** αναφέρεται στο περιεχόμενο εκείνο, που παρουσιάζει όχι μόνο ό,τι γίνεται στον κόσμο αλλά και σε συγκεκριμένη κατάσταση. Περιλαμβάνει τα γεγονότα τα οποία συνέβησαν πριν και μετά την αποστολή του μηνύματος καθώς και τον χρόνο και τον τόπο, που συνδέονται με την πραγματοποιούμενη επικοινωνία Βέβαια το μήνυμα είναι αυτό, που βοηθά να σχηματιστεί το κύριο μέρος της όλης διαδικασίας.

***Ο παραλήπτης*** είναι το πρόσωπο για το οποίο η επικοινωνία λειτουργεί σαν ερέθισμα.

***Το περιεχόμενο της επικοινωνίας*** είναι συνδυασμός λέξεων, σχεδιασμένος για να προκαλέσει την προσοχή του παραλήπτη σε όλη την διάρκεια της επικοινωνίας. (μοντέλο Επικοινωνίας, Appendix No 2) [113]

**Η επικοινωνία δεν είναι μόνο μια μηχανική ή τεχνική διαδικασία αλλά μια δυναμική και λειτουργική, με την οποία η αλληλοεπίδραση ατόμων περνά από το ένα στο άλλο, από τη μια δεκαετία στην άλλη.**

**Η επικοινωνία είναι μια διαδικασία συμπεριφοράς, η οποία εμπλέκει αμφότερους τους κώδικες λεκτικούς και μη και έχει να κάνει όχι μόνο με γεγονότα αλλά και με ιδέες, όχι μόνο με την κατεύθυνση των πληροφοριών αλλά και με συναισθήματα στη βασική διάταξη *«ποιος λέει, τι λέει, με ποιο κανάλι, σε ποιόν και με τι αποτέλεσμα.»***

Μια θεωρία χαρακτηρίζει την επικοινωνία **υπερβολικά δυναμική** διαδικασία ***(exceedingly powerful)***,[114] όταν πείθει το Κοινό και το καθοδηγεί προς συγκεκριμένες θέσεις ενώ μια δεύτερη την χαρακτηρίζει διαδικασία **μη δυναμική και συντηρητική *(natural conservative)***, όταν αντιστρατεύεται κάθε αιφνίδια αλλαγή.

Για ***τον αποστολέα*** του μηνύματος (οι Δημοσιογράφοι-Ανταποκριτές, ε/φ New York Times) πραγματοποιήθηκαν πολλαπλές έρευνες γύρο από την προσωπικότητα του, το κύρος, την κοινωνική θέση και άλλα χαρακτηριστικά του, που συνδέονται όχι μόνο με

τη συμπεριφορά του αλλά κυρίως με την μέθοδο που επικοινωνεί, δεδομένου ότι τα ΜΜΕ επιδιώκουν την συνεργασία με τους επαγγελματίες εκείνους, που γνωρίζουν να χειρίζονται και να εφαρμόζουν άριστα τους κανόνες της επικοινωνίας.

Στη διαδικασία της επικοινωνίας το βάρος και η ανάλυση αφορούν περισσότερο στις ***προαπαιτούμενες γνώσεις γύρο από τις προτιμήσεις, τις απόψεις, την συμπεριφορά*** και το μέγεθος του Κοινού, έτσι ώστε το μήνυμα να καταστεί αποτελεσματικό αναφορικά με την άσκηση επιρροής Ο τρόπος με τον οποίο θα χρησιμοποιηθεί στην συνέχεια το περιεχόμενο του προϊόντος της επικοινωνίας εξαρτάται από ***τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα***, που θα κατευθύνουν την αντίδραση του παραλήπτη.

***Η προδιάθεση του αναγνώστη*** έχει μεγάλη βαρύτητα και είναι αυτή, που θα λειτουργήσει έτσι ώστε να εμποδίσει ή να προσδιορίσει το αναμενόμενο αποτέλεσμα ή ακόμα να το βάλει σε μια άλλη αντίθετη προοπτική, σαν αποτέλεσμα Το Κοινό πρέπει να πιστέψει στις πληροφορίες της ε/φ που πρέπει να φαίνεται ότι προσφέρει την «αληθινή» διάσταση

**Το κυρίαρχο ζήτημα, που τίθεται στην διαδικασία επικοινωνίας είναι, ότι ο αποστολέας του μηνύματος και το Κοινό πρέπει να ανήκουν στην ίδια κοινότητα και όταν η «αλήθεια» διατυπώνεται σαν πηγή έμπνευσης, να υποδεικνύεται στο Κοινό η «κατάλληλη» στάση για τα γεγονότα, που παρουσιάζονται.**

Ο ίδιος δεν μπορεί να απευθύνεται σε ένα μέρος του Κοινού, αλλά πρέπει να επιδιώκει να φθάσει στο μεγαλύτερο κατά το δυνατόν αριθμό μελών του. Για τον σκοπό αυτό βασίζεται σε επίσημες γνώμες, μύθους, επίκαιρες κοινωνικές ανάγκες και ενδιαφέροντα

**Οι απαιτήσεις του Κοινού για πληροφόρηση και ψυχαγωγία συναντούνται στη διαδικασία της επικοινωνίας, μέσα από λέξεις για τα γεγονότα, ιστορίες, μυθιστορήματα με περιεχόμενο μέσα από την καθημερινή πραγματικότητα, την φαντασία, τα συναισθήματα και τις κοινωνικές πηγές.**[115]

Ο αποστολέας που αποστέλλει μηνύματα για τα γεγονότα που λαμβάνουν χώρα χρειάζεται δεξιοτεχνία για να παρουσιάζει μέσα από ποικίλες παραμέτρους μια τέχνη στην διαδικασία της επικοινωνίας, που βρίσκεται συνεχώς κάτω από την δελεαστική πρόσκληση του χρόνου και του χώρου, που κάθε φορά διατίθενται για συγκεκριμένο γεγονός

Ο πολιτικός άνδρας ή ο Τύπος ως αποστολείς μηνυμάτων για να επιτύχουν τον στόχο τους, πρέπει να ανταποκριθούν στις ανάγκες της συγκεκριμένης ομάδας, που τα απευθύνουν και στις αξίες εκείνες, που έχουν γίνει ορατές και αποδεκτές μέσα από το περιεχόμενο των μηνυμάτων τους **Τα μηνύματα δίνουν άλλωστε μια εικόνα ποιότητας του Κοινού, στην οποία και ο ίδιος ο αποστολέας ανήκει και εκπροσωπεί ο παραλήπτης του μηνύματος.**

Μέσα στην κοινότητα δημιουργούνται φορείς όπως και τα ΜΜΕ για να διαχέουν τις αξίες της που αποκτούν εξουσία και οπαδούς, σε ένα πλαίσιο εδραιωμένης εξουσίας και κοινωνίας, που περιβάλλεται από απαιτήσεις του Κοινού και συντελούν στην επιβίωση του. Για να επηρεαστεί η Κοινή Γνώμη και για να γίνουν κατανοητά τα μηνύματα του αποστολέα, πρέπει ο ίδιος να επιλέξει **τα κοινά χαρακτηριστικά στοιχεία της δικής του προδιάθεσης και αυτής του Κοινού του.**

**Ο αποστολέας ανακαλύπτει τις μόνιμες απαιτήσεις του Κοινού, προκειμένου να διαπιστώσει τα πιθανά εμπόδια, που θα συναντήσει. Δεν παραλείπει να συνδέσει τις απαιτήσεις του Κοινού με τις πλέον γνωστές, ισχυρές, διάσημες αξίες της ομάδας του, με τις οποίες έχει ήδη προκαλέσει την προσοχή του Κοινού, σαν μέρος της ιδεολογικής βασικής δομής της κοινότητας από το πρώτο κιόλας στάδιο της επικοινωνίας, χρωματίζοντας το αντικείμενο που παρουσιάζει με τη γνωστή ιδεολογία.** (Κεφάλαιο Ιδεολογία)

Η μελέτη της ομάδας (elite) στην οποία ανήκουν οι αναγνώστες των Times είναι μέσα στον σχεδιασμό επικοινωνίας της ε/φ, την οποία προσεγγίζει ενισχύοντας στην πράξη και τη θέση του Asch ότι ***«το άτομο συμμορφώνεται άμεσα ή έμμεσα με τις πιέσεις της ομάδας και συνεργάζεται ή ανταγωνίζεται για την επίτευξη κάποιου κοινού στόχου. Η δύναμη της ομάδας συμβάλλει στην συμμόρφωση του ατόμου προς τη γνώμη της ομάδος. (conformity).***[116]

Τα μηνύματα καταλαμβάνουν την κεντρική θέση στην διαδικασία της πειθούς και στην διάρκεια της επικοινωνίας βρίσκονται κάτω από τον μεγαλύτερο έλεγχο του αποστολέα Επομένως, το μήνυμα ως σημαντικό σημείο της επικοινωνίας επικεντρώνεται μέσα στον ουσιαστικό εκείνο χώρο της δράσης του αποστολέα και μέσα στα φώτα αντίδρασης του Κοινού προς τη διαδικασία της μαζικής επικοινωνίας.

*«[Η πειθώ] σαν μοντέλο βρίσκεται στο χαρτί αλλά η αποτελεσματικότητα της στο μυαλό και συνεπάγεται αλληλεπίδραση. Η πειθώ είναι δυναμική, στοχεύει να πείσει τον παραλήπτη, που με τη σειρά του θα πείσει κάποιον άλλο παραλήπτη.»*[117]

Πρέπει να γίνει αντιληπτό ποιος είναι ο ρόλος του αποστολέα, που θέλει να πείσει τον παραλήπτη, ποια είναι η έννοια και η δύναμη της πειθούς στις σχέσεις αποστολέα με διάφορες ομάδες, που έχουν δημιουργηθεί εθελοντικά, χωρίς να υποτιμηθεί καθόλου πως ο σύνδεσμος με αυτές τις ομάδες και τα μέλη τους στηρίζεται κυρίως στην ***επιβράβευση,*** που τα μέλη παίρνουν.

[Τα Κεφάλαια, που αναφέρονται στην Ιδεολογία και την Μορφή των δημοσιευμάτων της έρευνας μας δεν αφήνουν αμφιβολία, πως οι τεχνικές μιας επιτυχημένης-αποτελεσματικής επικοινωνίας, που στηρίζεται σε κανόνες πειθούς ελήφθησαν σοβαρά υπόψη από τους δημοσιογράφους-ανταποκριτές των Times.]

Οι τεχνικές **προσπάθειες επιβολής κάποιας μορφής πειθούς εκ μέρους του αποστολέα μηνυμάτων, αντανακλούν σε κάποιο βαθμό την αντίληψη του για την φύση του παραλήπτη** Στον βαθμό που η ψυχολογία ακολουθείται, τα επιθυμητά αποτελέσματα είναι περισσότερο πιθανά Για να οδηγήσει η πειθώ σε αποφάσεις είναι απαραίτητη η διάχυση πληροφοριών, που δεν περιλαμβάνουν μόνο μια data δεδομένων αλλά επίσης κριτήριο, ερμηνεία πρόβλεψη συναισθηματικής αντίδρασης ανθρώπινης ανταπόκρισης Η πειθώ, που χρησιμοποιείται από τον αποστολέα τον διευκολύνει με ποικίλους τρόπους

- Αρχικά λειτουργεί σαν ***σήμα συναγερμού και αφυπνίζει*** για την αντιμετώπιση κάποιου υπάρχοντος προβλήματος. (Απειλή πολέμου στα Βαλκάνια).
- Προσφέρει πληροφορίες για ***τις αιτίες και για τις λύσεις και για τους λόγους***, που ο παραλήπτης πρέπει να δράσει (Εκδημοκρατισμός στην Αλβανία, Status quo).
- Οδηγεί σε πιθανή ***δοκιμασία των συνηθειών και ανακάλυψης*** ενός άλλου κόσμου, μέσα από τον οποίο βλέπουν άλλοι και ο παραλήπτης υποκινείται να ιδεί και ο ίδιος. (Παροχή ανθρωπιστικής και επιστημονικής βοήθειας).
- ***Μεταφέρει τα στοιχεία*** εκείνα, που ο ίδιος ο παραλήπτης δεν διαθέτει με όλες τις πιθανές πληροφορίες, γνώμες, γεγονότα (ιστορικά στοιχεία, μεγέθη και εικόνες από τη ζωή των πολιτών..) και τις συνέπειες τους.

Κατά καιρούς η προσπάθεια χρήσης πειθούς μπορεί να αποτύχει, όταν ο παραλήπτης είτε τυχαία είτε από δική του επιλογή δεν επιλέγει το κατάλληλο μήνυμα. Ο ίδιος

λειτουργεί μέσα από την δική του αίσθηση για να επιλέξει το μήνυμα από το συγκεκριμένο κανάλι, να του δώσει έννοια, να γίνει αποδεκτό.

**Για να παραμείνει μια κοινωνία βιώσιμη πρέπει σε κάποια επίπεδα να παρέχει μηχανισμούς, οι οποίοι να επιτρέπουν μέσα από την επικοινωνία (μηνύματα, αποδοχή) την κάλυψη των αναγκών των μελών που την αποτελούν, διαφορετικών σε είδος και τύπο, αναγκών οικονομικών, πολιτικών, κοινωνικών. Τα μέλη της elite μεταξύ τους διευκολύνονται για να καταλήξουν σε αποφάσεις. Η πειθώς αποτελεί κατά κάποιον τρόπο την μήτρα της αλληλεπίδρασης.**

Για να πεισθεί το Κοινό για συγκεκριμένες θέσεις μέσα από τα μηνύματα της ε/φ πριν ακόμα οργανωθεί ο σχηματισμός τους, μελετώνται με προσοχή στοιχεία και χαρακτηριστικά του Κοινού, στο οποίο απευθύνονται·

**Δημογραφικοί παράγοντες** (ηλικία, φύλο, φυλή, θρησκεία, εθνικότητα, γεωγραφικές ιδιαιτερότητες), **παράγοντες επιλογής** (μορφωτικό επίπεδο, επάγγελμα, εισόδημα, ενδιαφέροντα, συμμετοχή σε οργανώσεις, εμπειρία, κοινωνικό-πολιτιστική βάση) και **ιδιαίτεροι παράγοντες** (μέγεθος αναγνωστικού Κοινού, λόγοι σχηματισμού Κοινού, συγκεκριμένοι στόχοι, αξίες, επιθυμίες, συναφή groups, διαπροσωπικές σχέσεις των μελών

Σύνθετο ή απλό το περιεχόμενο ενός μηνύματος δείχνει την επιρροή που έχει δεχθεί από την συχνότητα με την οποία η αξία ή οι αξίες που αναφέρεται εμφανίζονται. Η έλλειψη χρόνου για την αξιολόγηση του μηνύματος, η έλλειψη εκπαίδευσης, εμπειρίας και πάνω από όλα η έλλειψη διορατικότητας καθιστούν τον αναγνώστη υποκείμενο ιδεολογικής καθοδήγησης εκ μέρους του αποστολέα της ε/φ

**Η πρόκληση γενικά του ενδιαφέροντος μέσα από ένα δημοσίευμα προϋποθέτει τη γνώση της πολιτικής δομής της κοινωνικής ομάδας, στην οποία η ε/φ απευθύνεται καθώς επίσης και των κανόνων διατύπωσης αντιλήψεων και ιδεών μέσα από ένα κείμενο με έμφαση συγκεκριμένου προσανατολισμού για την δημιουργία μιας εικόνας, που μπορεί να γίνει αποδεκτή.**

**Στη διαδικασία της επικοινωνίας λαμβάνει χώρα μια αλληλεπίδραση γνώσεων, στάσεων και ικανοτήτων του αποστολέα (χρησιμοποίηση κατάλληλου λεκτικού υλικού) αλλά και του παραλήπτη, που όμως αδυνατεί να εκτιμήσει πάντοτε την προσωπική δυνατότητα για την κατανόηση ενός μηνύματος.**

Όπως η χειρονομία, ο τόνος της φωνής, η στάση του σώματος και η έκφραση του προσώπου έχουν συμβολική σημασία, έτσι και οι λέξεις χρησιμοποιούνται σαν σύμβολα τη διαδικασία επικοινωνίας. Οι λέξεις αναφέρονται σε πράγματα αλλά υποδεικνύουν στάσεις και προθέσεις. Οι βασικές έννοιες των συμβόλων ανήκουν στον αποστολέα των μηνυμάτων και η αποτελεσματικότητα τους εξαρτάται από την πρόθεση του πρώτου να χρησιμοποιήσει **λέξεις με συγκεκριμένο νόημα**, αλλά και από τον παραλήπτη να τις **συλλάβει** με την ίδια ακριβώς έννοια ερμηνείας.

Ο κατασκευαστής του μηνύματος μπορεί να χρησιμοποιήσει εγκεφαλικές παραστάσεις μέσα από την γλώσσα ή μόνο σύμβολα με την έννοια της δικής του προσωπικής εμπειρίας. Η επιδεξιότητα του στην παρουσίαση των γεγονότων συντελεί στο να προσέξει ο αναγνώστης αυτό που θεωρείται κατανοητό και ενδιαφέρον.

Στις περιπτώσεις, που η έκθεση των γεγονότων μπορεί να συντελέσει στην εμφάνιση διαφωνιών και συγκρούσεων, ο ίδιος προσπαθεί να επηρεάσει τις στάσεις και τις αποφάσεις του Κοινού για τα συγκεκριμένα συμβάντα.

Ο αποδέκτης μπορεί να μετατρέψει τα σύμβολα μέσα από νοητικές δικές του παραστάσεις ανάλογα με τις εμπειρίες του Όπου υπάρχουν σε κοινή βάση εμπειρίες για αλληλεπίδραση, εκεί μπορεί να συντελεστεί η επικοινωνία (Κεφάλαιο Μορφή των Δημοσιευμάτων, Σημειολογία)

Για ένα επιτυχές αποτέλεσμα εξετάζεται η βελτίωση του style της διατύπωσης του μηνύματος μέσα από ένα περιεχόμενο που θα προκαλέσει και θα δημιουργήσει την ανάδρομη επικοινωνία ( feedback) για να "μονταριστεί "το επόμενο που θα ταιριάζει στο Κοινό με το οποίο επιδιώκεται η επικοινωνία (Οι Berelson και Salter[118] έδειξαν ως δημοφιλείς ιστορίες, όσες αναφέρονται σε φυλετικές και θρησκευτικές διαφορές που τείνουν να παρουσιάσουν τα σύγχρονα στερεότυπα των μειονοτήτων.)

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των μελών του Κοινού παίζουν τελικά τον δικό τους σημαντικό ρόλο Η πειστικότητα, η αυτοεκτίμηση, ο δογματισμός αποτελούν μερικά παραδείγματα.

*«Ο αποστολέας γίνεται ένας ανήσυχος προπαγανδιστής, όταν παρουσιάζει τα γεγονότα με έναν τρόπο που συνδέει το δικό του ενδιαφέρον με το ενδιαφέρον του Κοινού προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση, αναμένοντας από το Κοινό την συγκεκριμένη ανταπόκριση και απόφαση την οποία ο ίδιος επιθυμεί.»*[119]

Στην έρευνα μας εξετάζονται με προσοχή τα μηνύματα, που οι Times αποστέλλουν για τις εξελίξεις στην Αλβανία, την περίοδο 1991-94 και διαπιστώνεται πως τα σημαντικότερα από αυτά κατατάσσονται σε δύο κύριες κατηγορίες (Αμεσα, Εμμεσα) και έξι υποκατηγορίες (ανάλογα με τον αριθμό τους ανά ανταπόκριση, (1-3 σε αριθμό, 45, περισσότερα από 5).

**Αμεσα Μηνύματα. Πίνακας Νο 1**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Άμεσα>5 | 1 | 10 | 7,1 | 7,1 | 7,1 |
| Άμεσα 4-5 | 2 | 44 | 31,2 | 31,2 | 38,3 |
| Άμεσα 1-3 | 3 | 87 | 61,7 | 61,7 | 100,0 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | 1 | 0,7 | Missing | |
| | **Total** | **141** | **100,0** | | **100,0** |

Valid Cases 141 Number of Missing Observations · 0

**Εμμεσα Μηνύματα Πίνακας Νο 2**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Έμμεσα>5 | 1 | 5 | 3,5 | 3,6 | 3,6 |
| Έμμεσα 4-5 | 2 | 31 | 22,0 | 2,5 | 26,1 |
| Έμμεσα 1-3 | 3 | 101 | 71,6 | 73,2 | 99,3 |
| Έμμεσα Κανένα | 4 | 1 | ,7 | ,7 | 100,0 |
| | | 3 | 2,1 | Missing | |
| | **Total** | **141** | **100,0** | | **100,0** |

Valid cases 138 Missing cases 3

Στο σύνολο των περιεχομένων των άρθρων (141) η ε/φ πρωτίστως προτιμά να χρησιμοποιεί **έμμεσα μηνύματα της κατηγορίας 1-3**, ενώ δεύτερα στην προτίμηση της έρχονται με μικρή διαφορά **άμεσα μηνύματα** ίδιου αριθμού **(1-3)**

Υπάρχει επομένως η τάση έμμεσης και άμεσης τοποθέτησης ανάλογα με το θέμα απέναντι στα γεγονότα χωρίς όμως να επιδιώκεται η αποστολή υπερβολικού αριθμού μηνυμάτων, που προφανώς εάν «βομβαρδίσει» τον αναγνώστη ενδέχεται να δημιουργήσει κίνδυνο παράβλεψης κάποιου ποσοστού εξ αυτών.

Τα μηνύματα που εκφράζονται τις περισσότερες φορές έμμεσα και άμεσα έχουν συγκεκριμένες· θέσεις και είναι σταθερού προσανατολισμού. Ετσι στοχεύουν στην αφύπνιση του αναγνώστη, στην αύξηση της δυνατότητας αποδοχής του περιεχομένου τους με την καταγραφή και απομνημόνευση των κυριοτέρων εννοιών, που αναφέρονται μέσα από μια *συνεχή επανάληψη.* (Κεφάλαιο Ιδεολογία, Κεφάλαιο, Αμερικανική Κυβέρνηση και Τύπος).

- ***Η ΕΙΚΟΝΑ (IMAGE)***

Όπως όλα τα ΜΜΕ έτσι και η ε/φ δημιουργεί δυνατές έλξεις και μέσα από τα μηνύματα, που αποστέλλει παρουσιάζοντας δυναμικά εικόνες (*images)* στα άτομα, που ζητούν να αναπτύξουν και να διατηρήσουν την αίσθηση του τόπου και τη σημασία του κόσμου σήμερα

Αρκετοί αναγνώστες είναι εύκολο να υποκαταστήσουν την εμπειρία τους για την καθημερινή ζωή από τα περιεχόμενα των ε/φ και να εμπλακούν σ' αυτά, που δημιουργούν κοινωνικούς κόσμους Είναι αναμενόμενο να τα χρησιμοποιήσουν όχι μόνο για τα προσωπικά τους ενδιαφέροντα αλλά και για να προσδιορίσουν την δική τους εμπειρία μέσα από κάποια από αυτά και να τα αποδεχθούν ως standards για αξιολόγηση και σύγκριση Από τις παραγόμενες εικόνες περιγραφές δραματικών γεγονότων (images) ενεργοποιούνται συναισθήματα και αναβιώνουν παλαιότερες εμπειρίες

Η έρευνα του Burleigh B Gardner[120] έδειξε ποια είναι η σημασία της δημιουργίας «εικόνας για τον άλλο» (το image του άλλου) στη διαδικασία της επικοινωνίας είτε από μέρους του αποστολέα είτε από μέρους του παραλήπτη για τον αποστολέα.

**Η εικόνα (image) που καλλιεργεί ο αποστολέας αποκαλύπτει και την πρόθεση του προκειμένου να επικοινωνήσει επιτυχώς με τον αναγνώστη, με αποτέλεσμα να προσφέρεται η δυνατότητα ακόμα και διαστρέβλωσης του μηνύματος τόσο κατά την διάρκεια της δημιουργίας του, όσο και κατά την αποδοχή του.**

Εάν η αντίληψη για την επιρροή των ε/φ δεν περιορισθεί μόνο σε ακραίες περιπτώσεις, θα μπορούσε να θεωρηθεί, ότι ενημερώνουν για πολύπλοκες καταστάσεις προσφέροντας πληροφορίες με κατάλληλες λεκτικές και επικοινωνιακές μεθόδους, σχήματα και τρόπους περιεχομένων προς διευθέτηση προβλημάτων, που ανακύπτουν καθημερινά στις κοινωνικές σχέσεις.

Οι Times από τα προσφερόμενα δημοσιεύματα τους προσφέρουν έναν ικανό αριθμό πληροφοριών περιγράφοντας πολιτικά, οικονομικά και κοινωνικά θέματα για προβληματικές καταστάσεις που έχουν άμεση αναφορά στην προσωπική ζωή των αναγνωστών. Για τον βαθμό της «αυθεντικής» παρουσίασης της καθημερινής ζωής καταβάλλεται προσπάθεια να περιοριστεί ο προβληματισμός που αφορά στο ερώτημα εάν οι πληροφορίες που προσφέρονται χρησιμεύουν για «τη διευθέτηση» καταστάσεων ή όχι, εάν πράγματι συμβαίνει να μεταφέρουν απόλυτα την πραγματικότητα ή εάν μέρος τους «επινοούνται» από το περιβάλλον των επιτελικών στελεχών της ε/φ. (Κεφάλαιο, Αμερικανική Κυβέρνηση και Τύπος).

**Από τα άρθρα της ε/φ Times στην συγκεκριμένη τετραετία 1991-94 διαπιστώνεται, ότι οι δημοσιεύσεις αποστέλλουν μηνύματα, που πλάθουν κυρίως εικόνες (images) για το profile της αλβανικής ηγεσίας μέσα από τις αποφάσεις της και την προσπάθεια υλοποίησης τους.**

**Εικόνα για την Αλβανία Πίνακας Νο 3**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Όχι κάποια εικόνα (Image) | 0 | 21 | 14,9 | 14,9 | 14,9 |
| Θετική για Παλαιά * Κυβ Αλβ | 1 | 4 | 2,8 | 2,8 | 17,7 |
| Θετική για Νέα* Κυβ Αλβ | 2 | 9 | 6,4 | 6,4 | 24,1 |
| Αρνητική για Π.Κυβ | 3 | 103 | 73,0 | 73,0 | 97,2 |
| Αρνητική για Ν.Κυβ.. | 4 | 4 | 2,8 | 2,8 | 100,0 |
| | 0 | 3 | 2,1 | Missing | |
| | **Total** | **141** | **100,0** | | **100,0** |

Valid cases 141 Missing cases 0

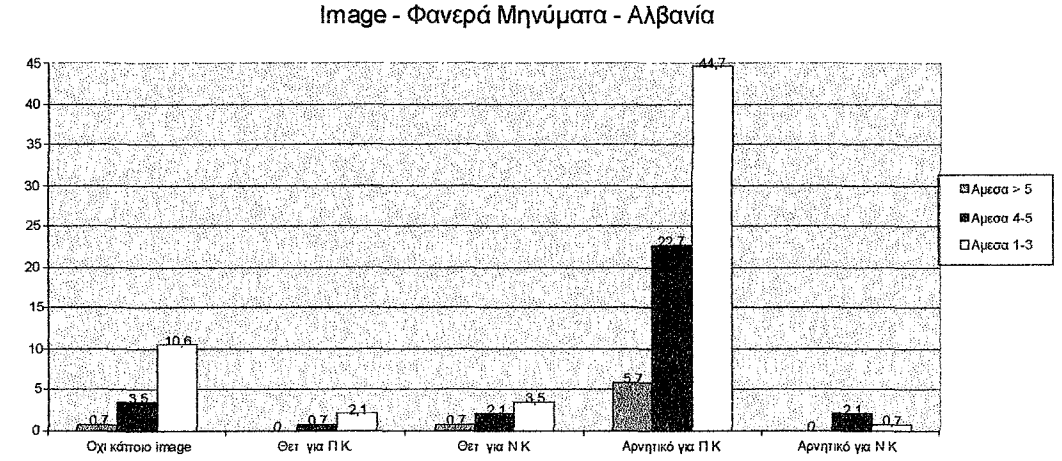
* (Π Κ Παλαιά, κομουνιστική κυβέρνηση, Ν.Κ Νέα κυβέρνηση με την επιβολή του Berisha)

Στο μεγαλύτερο ποσοστό από τις ανταποκρίσεις δομείται ένα αρνητικό image για τους κομουνιστές ηγέτες μέσα από έμμεσα και άμεσα μηνύματα. Σε ποσοστό 14.9% τα μηνύματα δεν κτίζουν καμιά εικόνα (image) Στο μικρό ποσοστό 2 8% καλλιεργούν ένα θετικό image, που είναι σχετικό με τις περιπτώσεις εκείνες των θετικών εξαγγελιών της κομουνιστικής-παλαιάς κυβέρνησης (Π.Κ) για τον δήθεν αγώνα της προς «εκδημοκρατισμό» της Χώρας-κατά το πρώτο χρόνο της παρατήρησης μας- κάτι που ουδέποτε πραγματοποιήθηκε.

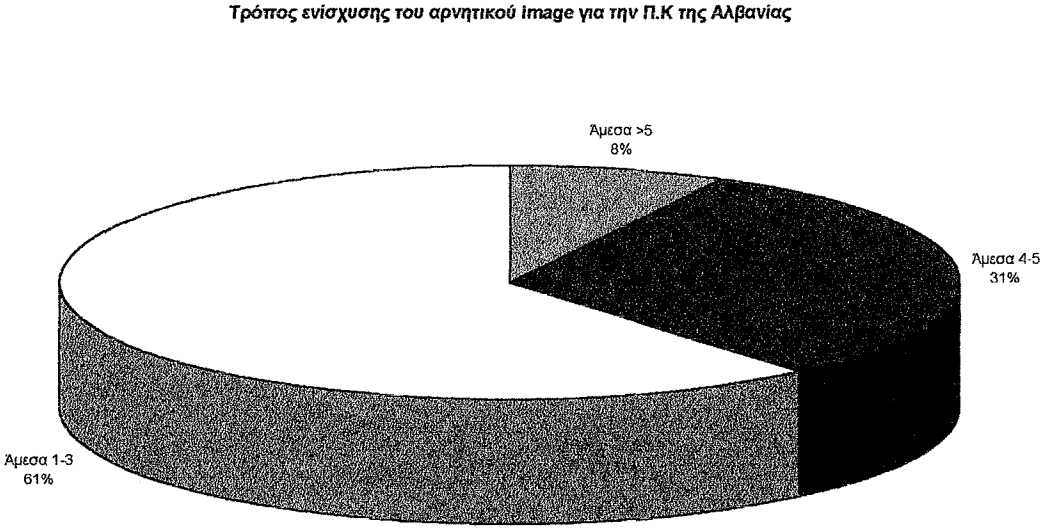
**Εικόνα (Image) Αμεσα/Φανερά μηνύματα. Πίνακας Νο 4**

| | **Αμεσα>5**<br>**1** | **Αμεσα 4-5**<br>**2** | **Αμεσα 0**<br>**3** | **Total**<br>**%** |
|---|---|---|---|---|
| Όχι κάποια εικόνα (Image)<br>0 | 1 | 5 | **15** | **21**<br>**14,9** |
| Θετική για Π Κυβ<br>1 | | 1 | **3** | **4**<br>**2,8** |
| Θετική για Ν Κυβ<br>2<br>2 | 1 | 3 | **5** | **9**<br>**6,4** |
| Αρνητική για Π.Κ<br>3 | 8 | 32 | **63** | **103**<br>**73,0** |
| Αρνητική για Ν Κ<br>4 | | 3 | **1** | **4**<br>**2,8** |
| **Column Total** | **10**<br>**7,1** | **44**<br>**31,2** | **87**<br>**61,7** | **141**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: 0




Το διάγραμμα δείχνει την κατηγορία των άμεσων μηνυμάτων, που διαμορφώνουν το αρνητικό ή θετικό κατά περίπτωση image για την Αλβανία.

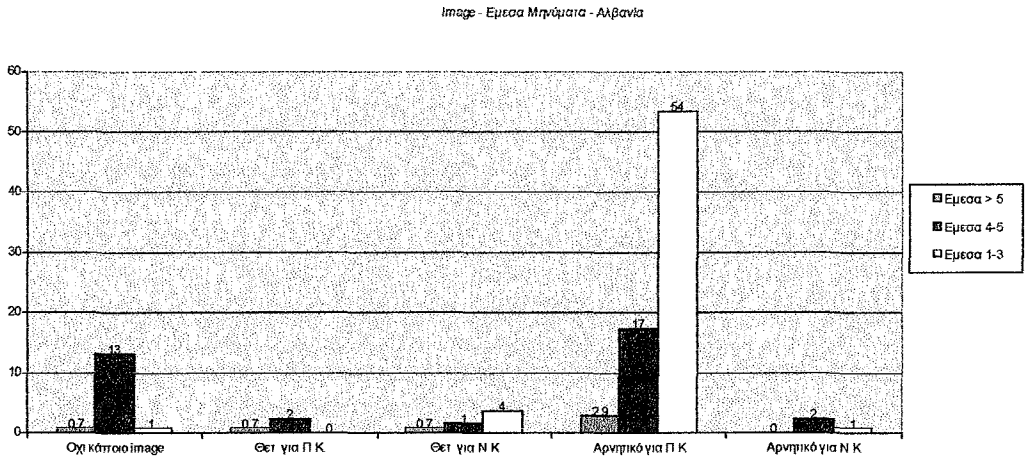



Τα **Αμεσα μηνύματα, 1-3** κατά δημοσίευμα, συντελούν στην διαμόρφωση αρνητικού image για την κομουνιστική κυβέρνηση της Αλβανίας.

**Image -Εμμεσα Μηνύματα. Πίνακας Νο 5**

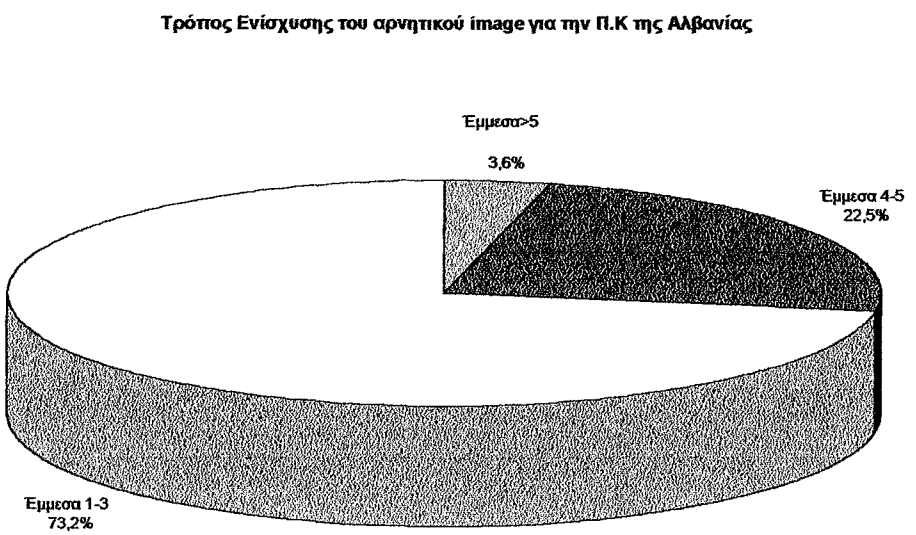
| | Έμμεσα>5<br>1 | Έμμεσα 4-5<br>2 | Έμμεσα 1-3<br>3 | Έμμεσα 0<br>4 | Total<br>% |
|---|---|---|---|---|---|
| Όχι κάποιο Image<br>0 | | 1 | 18 | **1** | **20**<br>**14,5** |
| Θετικό για Π.Κυβ<br>1 | | 1 | 3 | | **4**<br>**2,9** |
| Θετικό για Ν.Κυβ<br>2 | 1 | 2 | 5 | | **8**<br>**5,8** |
| Αρνητικό για Π.Κ<br>3 | 4 | 24 | 74 | | **102**<br>**73,9** |
| Αρνητικό για Ν.Κ<br>4 | | 3 | 1 | | **4**<br>**2,9** |
| **Column Total** | **5**<br>**3,6** | **31**<br>**22,5** | **101**<br>**73,2** | **1**<br>**0,7** | **138**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: 3




Το διάγραμμα παρουσιάζει την κατηγορία τν εμμέσων μηνυμάτων, που διαμορφώνουν το αρνητικό ή το θετικό image κατά περίπτωση για την Αλβανία.

## Αρνητική εικόνα (image)/Εμμεσα μηνύματα για Αλβανία




Η πλειοψηφία των **Εμμέσων μηνυμάτων 1-3** κατά δημοσίευμα χρησιμοποιούνται επίσης για την αρνητική ζύμωση γύρο από την δράση της κομουνιστικής, αλβανικής κυβέρνησης σε βάρος του λαού. Το μεγαλύτερο ποσοστό των εμμέσων μηνυμάτων παράλληλα με τα άμεσα συντελεί στην δημιουργία αρνητικών εντυπώσεων για τον απολυταρχισμό που το σταλινικό κυβερνητικό σχήμα επέβαλε.

**Καλλιέργεια Εικόνας (Image) για την Αλβανία κατά τη διάρκεια όλης της παρατήρησης.**

**Πίνακας No. 6**

| | 1991<br>1 | 1992<br>2 | 1993-94<br>3 | Total<br>% |
|---|---|---|---|---|
| Όχι κάποια εικόνα<br>0 | 9 | 5 | 7 | **21**<br>**14,9** |
| Θετική για Π.Κυβ<br>1 | 4 | | | **4**<br>**2,8** |
| Θετική για Ν.Κυβ<br>2 | | 3 | 6 | **9**<br>**6,4** |
| Αρνητική για Π.Κ<br>3 | 76 | 16 | 11 | **103**<br>**73,0** |
| Αρνητική για Ν.Κ<br>4 | | | 4 | **4**<br>**2,8** |
| **Column Total** | **89**<br>**63,1** | **24**<br>**17,0** | **28**<br>**19,9** | **141**<br>**100,0** |

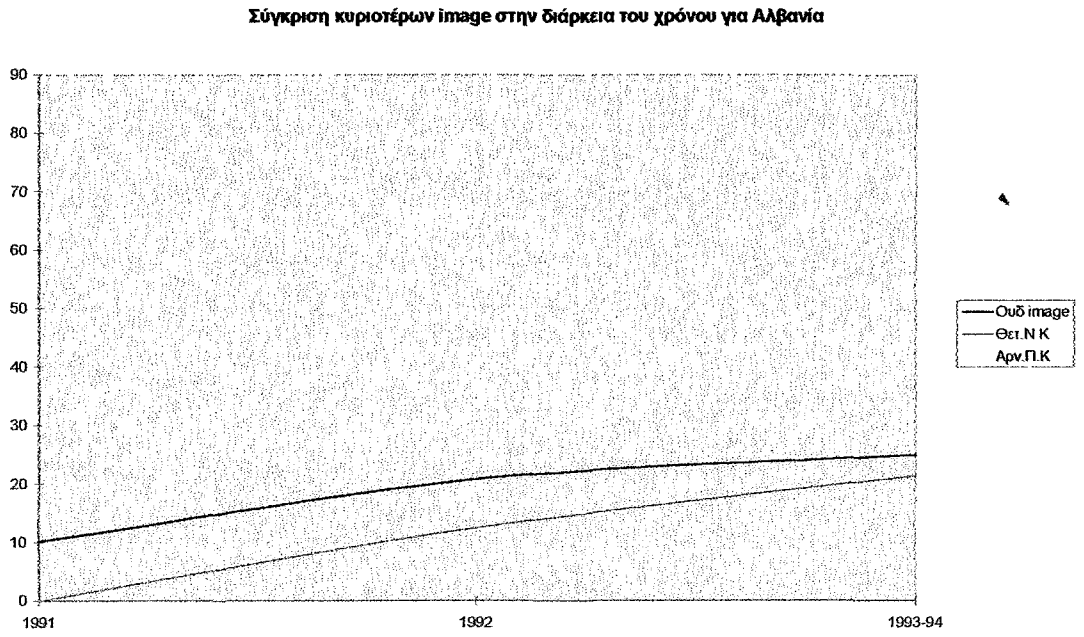
Number of Missing Observations: 0

Κατά τη διάρκεια ιδιαίτερα του πρώτου χρόνου της έρευνας, 1991, οι αναγνώστες της ε/φ βομβαρδίζονται από μηνύματα που καλλιεργούν αρνητική εικόνα για την παλαιά κομουνιστική διακυβέρνηση στην Αλβανία.

**Το αρνητικό κλίμα κατά το μεγαλύτερο ποσοστό καταβάλλεται προσπάθεια να δημιουργηθεί κατά την διάρκεια του 1991 τότε που αλλάζει η πολιτική σκηνή στην μέχρι τότε κομουνιστική Αλβανία**

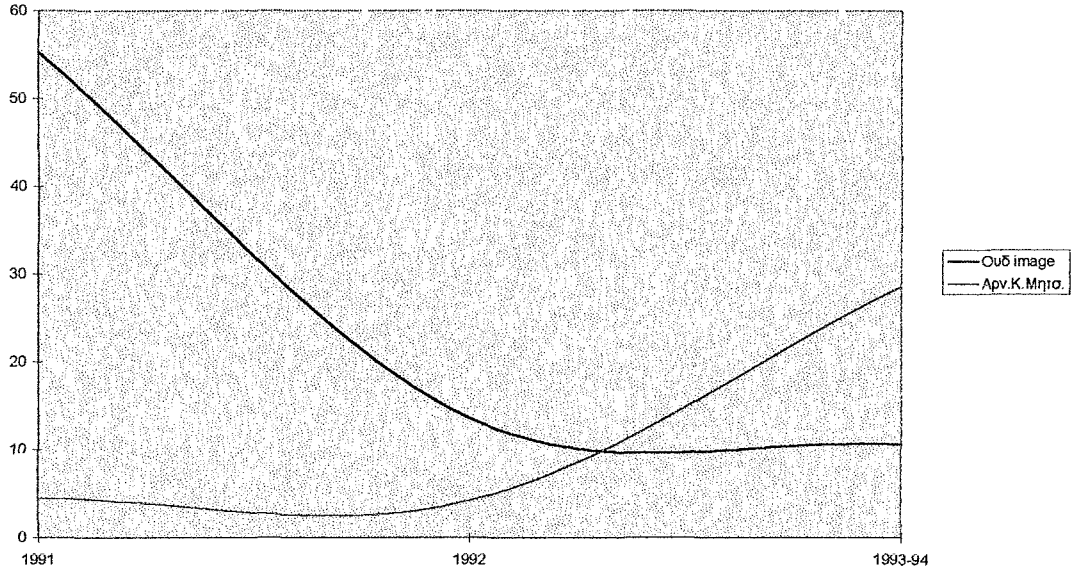
**και οι πολίτες της αρχίζουν δυναμικά να διεκδικούν την αλλαγή και τις καλλίτερες συνθήκες ζωής, απορρίπτοντας το κομουνιστικό κατεστημένο.**

Στο 1992 η αρνητική εικόνα (image) παρουσιάζεται σε μικρότερα ποσοστά, αφού ήδη έχει εδραιωθεί στον αναγνώστη μια ισχυρή αρνητική βάση με τα μηνύματα για την κομουνιστική διακυβέρνηση από τον προηγούμενο χρόνο.




Το διάγραμμα παρουσιάζει ποια είναι η τάση της ε/φ αναφορικά με την καλλιέργεια της εικόνας (image) για τις κυβερνήσεις στην Αλβανία.

Πορεία των κυριοτέρων image για την Ελλάδα στην διάρκεια του χρόνου




Στο διάγραμμα φαίνεται η ανοδική τάση για τη δημιουργία αρνητικού image για την κυβέρνηση Μητσοτάκη.

**Κατά την διάρκεια ολόκληρης της περιόδου της παρατήρησης η πάγια απορριπτική θέση της ε/φ για τα ολοκληρωτικά καθεστώτα είναι φανερή μέσα από περιγραφές γεγονότων, που ενισχύουν το αντικομουνιστικό μένος. Με το πέρασμα του χρόνου, που τρέχει υπέρ των αμερικανικών παρεμβάσεων ενισχύονται οι προσπάθειες του Berisha να εφαρμόσει στην Χώρα του πρότυπα Δυτικού τύπου και οι τόνοι των αντιθέσεων αρχίζουν να πέφτουν.**

(Η επιβεβαίωση αυτής της άποψης έρχεται μετέπειτα μέσα από τις δηλώσεις της Ολμπραιτ κατά την επίσκεψη της στην Αλβανία 14-1-94).

**Image για την Ελλάδα. Πίνακας No 7**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| 'Οχι κάποιο Image | 0 | 15 | 81,6 | 81,6 | 81,6 |
| Θετ.Κυβ.Μητσοτάκη | 1 | 10 | 7,1 | 7,1 | 88,7 |
| Αρν.για ελληνικό λαό | 2 | 1 | ,7 | ,7 | 89,4 |
| Αρν.Κυβ.Μητσοτάκη | 3 | 13 | 9,2 | 9,2 | 98,6 |
| Αρν.Κυβ.Παπανδρέου | 4 | 2 | 1,4 | 1,4 | 100,0 |
| | | | | Missing | |
| | **Total** | **141** | **100,0** | | **100,0** |

Valid cases 141 Missing cases 0

**Εικόνα (Image)- Αμεσα/ Φανερά Μηνύματα. Πίνακας Νο 8**

| | **Άμεσα>5**<br>**1** | **Άμεσα 4-5**<br>**2** | **Άμεσα 1-3**<br>**3** | **Total**<br>**%** |
|---|---|---|---|---|
| Όχι κάποια εικόνα Image<br>0 | 5 | 34 | 76 | **115**<br>**81,6** |
| Θετ. Κυβ. Μητσοτάκη<br>1 | 2 | 3 | 5 | **10**<br>**7,1** |
| Αρν. για τον ελληνικό λαό<br>2 | | 1 | | **1**<br>**0,7** |
| Αρν. Κυβ. Μητσοτάκη<br>3 | 3 | 4 | 6 | **13**<br>**9,2** |
| Αρν.Κυβ. Παπανδρέου<br>4 | | 2 | | **2**<br>**1,4** |
| **Column Total** | **10**<br>**7,1** | **44**<br>**31,2** | **87**<br>**61,7** | **141**<br>**100,0** |

**Εικόνα (Image) - Έμμεσα μηνύματα. Πίνακας No 9**

| | Έμμεσα>5<br>1 | Έμμεσα 4-5<br>2 | Έμμεσα 1-3<br>3 | Έμμεσα 0 | Total<br>% |
|---|---|---|---|---|---|
| Όχι κάποια εικόνα Image<br>0 | 3 | 22 | 86 | 1 | 112<br>81,2 |
| Θετ Κυβ Μητσοτάκ<br>1 | | 3 | 7 | | 10<br>7,2 |
| Αρν.για ελληνικό<br>2 λαό | | | 1 | | 1<br>0,7 |
| Αρν.Κυβ.Μητσοτάκ<br>3 | 2 | 4 | 7 | | 13<br>9,4 |
| Αρν.Κυβ.Παπανδρ.<br>4 | | 2 | | | 2<br>1,4 |
| **Column Total** | 5<br>3,6 | 31<br>22,5 | 101<br>73,2 | 1<br>0,7 | 138<br>100,0 |

Number of Missing Observations 3

**Καλλιέργεια Εικόνας για την Ελλάδα κατά την διάρκεια όλης της παρατήρησης**

**Πίνακας No 10**

| | 1991<br>1 | 1992<br>2 | 1993-94<br>3 | Total<br>% |
|---|---|---|---|---|
| Όχι κάποια εικόνα Image<br>0 | 78 | 22 | 15 | 1 15<br>81,6 |
| Θετική για Κυβ. Μητσοτάκη.<br>1 | 7 | 1 | 2 | 10<br>7,1 |
| Αρνητ για Ελλην Λαό<br>2 | | | 1 | 1<br>0,7 |
| Αρνητική για Κυβ Μητσοτάκη<br>3 | 4 | 1 | 8 | 13<br>9,2 |
| Αρνητική για Κυβερν.Παπανδρέου<br>4 | | | 2 | 2<br>1,4 |
| **Column Total** | 89<br>63,1 | 24<br>17,0 | 28<br>19,9 | 141<br>100,0 |

Number of Missing Observations 0

**Πίνακας No 10**

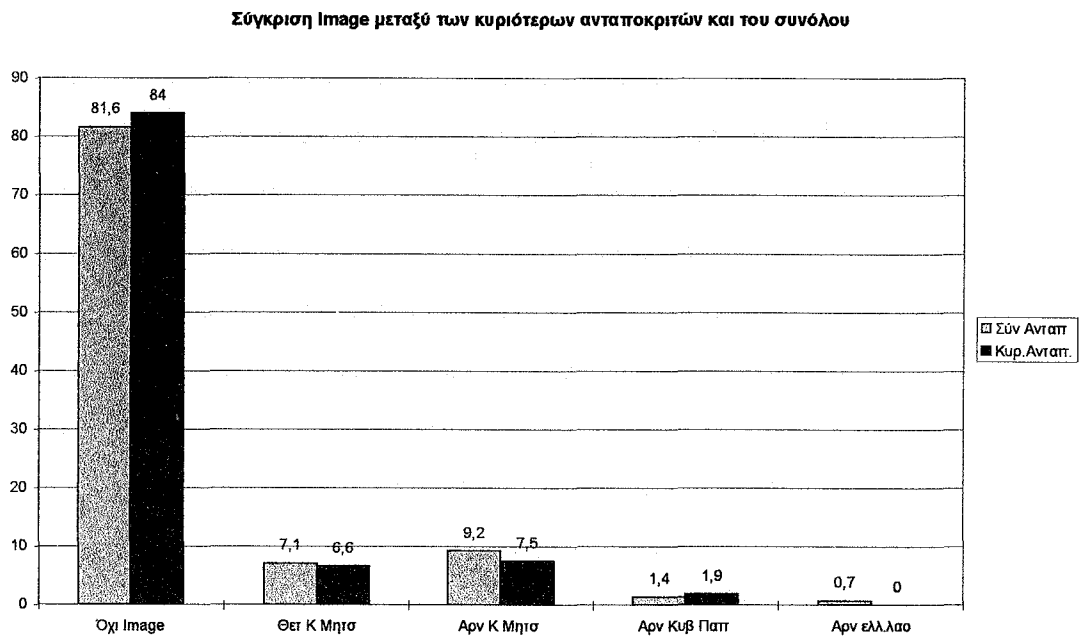
| | 1991<br>1 | 1992<br>2 | 1993-94<br>3 | Total<br>% |
|---|---|---|---|---|
| Όχι κάποια εικόνα Image<br>0 | 78 | 22 | 15 | **1 15**<br>**81,6** |
| Θετική για Κυβ. Μητσοτάκη.<br>1 | 7 | 1 | 2 | **10**<br>**7,1** |
| Αρνητ. για Ελλην Λαό<br>2 | | | 1 | **1**<br>**0,7** |
| Αρνητική για Κυβ. Μητσοτάκη<br>3 | 4 | 1 | 8 | **13**<br>**9,2** |
| Αρνητική για Κυβερν Παπανδρέου<br>4 | | | 2 | **2**<br>**1,4** |
| **Column Total** | **89**<br>**63,1** | **24**<br>**17,0** | **28**<br>**19,9** | **141**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations· 0

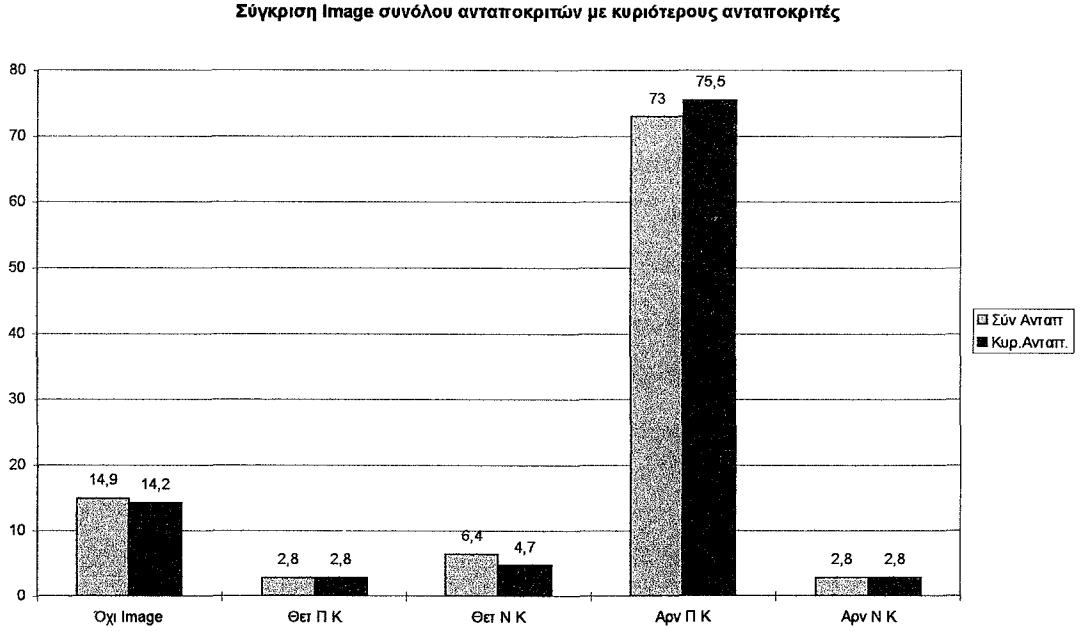
Θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς ότι η τάση της ε/φ να μην καλλιεργεί μια συγκεκριμένη εικόνα (image) για την Ελλάδα οφείλεται στην επιλογή της να δείξει την ***αποστασιοποίηση του αμερικανικού παράγοντα*** από τις ελληνικές πολιτικές πρακτικές και την αποφυγή ενεργούς ανάμειξης (προτάσεις, λύσεις και χαρακτηρισμοί προβλημάτων) στις διαφορές μεταξύ Ελλάδας και Αλβανίας Κύριος στόχος η αποφυγή πρόκλησης δυσαρέσκειας από μέρους της ήδη παλαιάς συμμάχου-χώρας των ΗΠΑ, που διατηρεί ήδη ισχυρούς πολιτικούς και στρατιωτικούς δεσμούς (ελληνο/αμερικανικό Lobby, Nato), όσο και της άλλης, νέας φίλης και μελλοντικού δορυφόρου επιρροής των ΗΠΑ στα Βαλκάνια

***"Η Αμερική τηρεί ίδια απόσταση μεταξύ Ελλάδος και Αλβανίας αναφορικά με τις σημερινές διαφορές τους"*** "Πόπουλι Πο", 19-6-94)

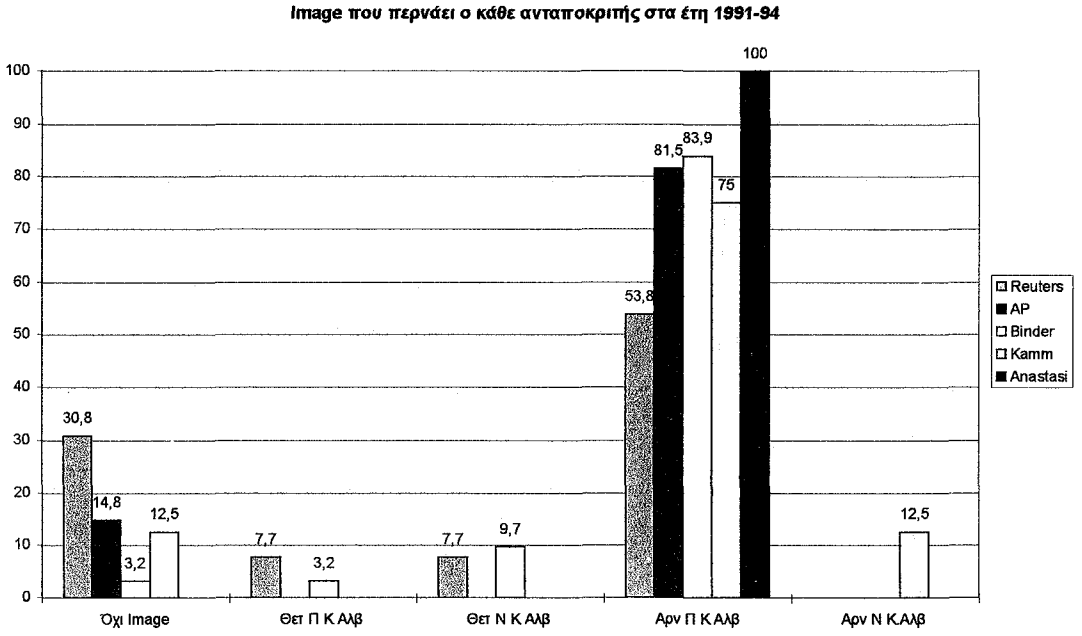
## Εικόνα(image) που καλλιεργείται από ανταποκριτές: κυριότεροι/σύνολο




Η γραφική παράσταση δείχνει ότι στο μεγαλύτερο ποσοστό η ε/φ έχει την τάση αποφυγής καλλιέργειας εικόνας (image) για την Ελλάδα. Τόσο οι πέντε κυριότεροι ανταποκριτές, όσο και το σύνολο όλων των άλλων όσων αναφέρονται στην συγκεκριμένη περίοδο της έρευνας μας, ακολουθούν την ίδια πρακτική.



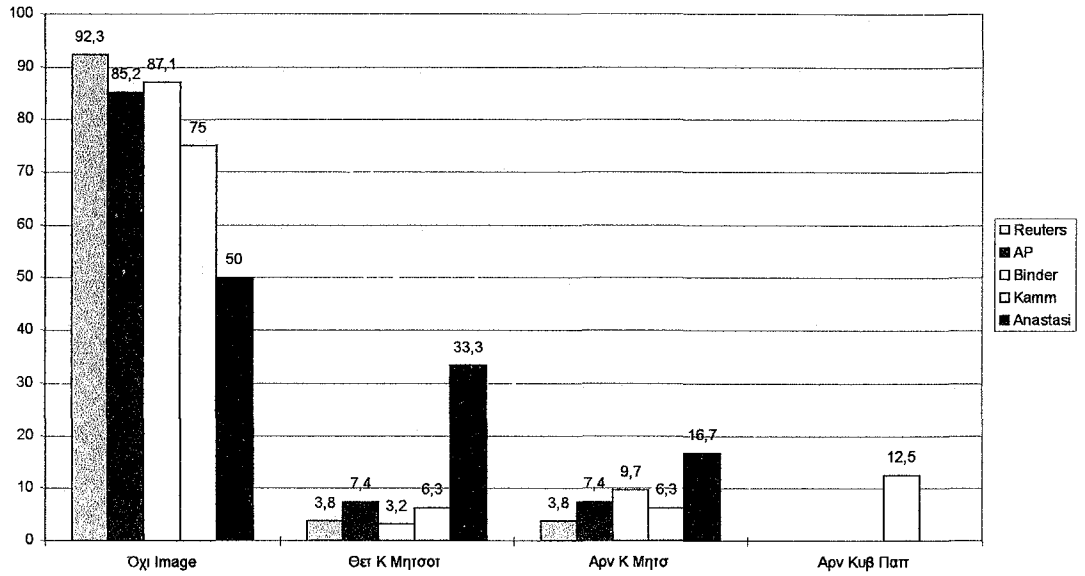

Η γραφική παράσταση παρουσιάζει την τάση των Times να **καλλιεργούν αρνητική εικόνα** (image) για την αυταρχική διακυβέρνηση της κομουνιστικής ηγεσίας της Αλβανίας περισσότερο μέσα από τις πέντε βασικές πηγές ανταπόκρισης. Παρόμοια αλλά κατά περίπτωση και σχετικά μικρότερη είναι η ροπή του συνόλου των ανταποκρίσεων.




Από την ανωτέρω γραφική παράσταση διαπιστώνεται ποια είναι και η προσωπική τάση από τον κάθε ένα από τους πέντε κυριότερους ανταποκριτές στη διαμόρφωση της **εικόνας (image)** για τις αλβανικές κυβερνήσεις.

Από τις πέντε (5) κυριότερες πηγές ανταπόκρισης των Times φαίνεται ότι στο 30.8% των άρθρων του το Reuters **δεν διαμορφώνει κάποια εικόνα (image)**, στο 53.8% των άρθρων **διαμορφώνει αρνητική εικόνα (image) για την κομουνιστική κυβέρνηση** της Αλβανίας (παλαιά κυβέρνηση, Π. Κ.). Μόνο στο 7.7% το ίδιο πρακτορείο καλλιεργεί μια θετική εικόνα (θετικό image) για την παλαιά κομουνιστική κυβέρνηση (Π. Κ.) της Αλβανίας υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις ενώ στο ίδιο **ποσοστό 7.7% δημιουργεί θετική εικόνα (θετικό image) για τη Νέα κυβέρνηση (Ν. Κ.) της Αλβανίας**. Ανάλογα μπορούν να ερμηνευτούν και τα υπόλοιπα ποσοστά των λοιπών ανταποκριτών.

**Image που περνάνε οι ανταποκριτές στα έτη 1991-94**




Η γραφική παράσταση επιβεβαιώνει την αποφυγή γενικά από μέρους της ε/φ καλλιέργειας ισχυρής εικόνας (image) για την Ελλάδα. Από τις πέντε (5) κύριες ανταποκρίσεις **ο Anastasi και το AP διαμορφώνουν την θετικότερη εικόνα (image) για τους πολιτικούς χειρισμούς του Μητσοτάκη** [αλλά και αρνητική κατά περίπτωση]. **Ο Kamm είναι αρνητικός για την κυβέρνηση Παπανδρέου.**

- *ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ*

Η έννοια των κινήτρων αποτελεί σημαντικό τομέα στην ψυχολογία και έχει τύχει πολλών ερευνών από επιστήμονες διαφορετικών κλάδων

Ενας γενικός ορισμός προσδιορίζει **το κίνητρο σαν «τη διαδικασία εκείνη, που διεγείρει, συντηρεί ή αλλάζει την συμπεριφορά περιλαμβάνοντας την συνειδητή αλλά και την ασυνείδητη δύναμη».**[121]

**Τα κίνητρα κατευθύνονται από τις επιθυμίες και τις ευχές του ατόμου και ήδη υπάρχουν ή δημιουργούνται. Ο αποστολέας ενός μηνύματος, που προσπαθεί να πείσει μέσα από τα κείμενα της ε/φ εκτός από τα προσωπικά του κίνητρα λειτουργεί ακόμα κυρίως με την κατεύθυνση των «εν ύπνω» κινήτρων του αναγνωστικού Κοινού, παρά δημιουργεί νέα, γιατί συνήθως τα λανθάνοντα κίνητρα συντηρούνται σε μεγαλύτερη διάρκεια ζωής και χαρίζουν εκτεταμένους τρόπους προσέγγισης.**

Ερευνα, που πραγματοποιήθηκε το 1987 σε εθνικό επίπεδο στις ΗΠΑ προσδιόρισε τα κίνητρα για τα οποία το αμερικανικό Κοινό διαβάζει μια ε/φ, σε ένδεκα (11) βασικούς λόγους, οκτώ (8) από τους οποίους επιβεβαιώνονται και από άλλη νεώτερη έρευνα.

Στα ερωτήματα οι αναγνώστες επιλέγουν μια από τις τρεις απαντήσεις **Ισχυρώς** (strongly), **Λίγο** (somewhat), **καθόλου** (not at all). Η τέταρτη *κατά σειρά κατηγορία ενδιαφέροντος για την ανάγνωση της ε/φ στον ανωτέρω πίνακα βρίσκει σύμφωνο μεγάλο ποσοστό αναγνωστών. Οι προχωρημένης ηλικίας αναγνώστες φαίνεται ότι έχουν μεγαλύτερη τάση να ενδιαφέρονται αναλύσεις ή γνώμες **που προσφέρει η ε/φ.**

Το κίνητρο κατά την διαδικασία της εκδήλωσης του κατευθύνει την συμπεριφορά, περιλαμβάνει δε **ερεθίσματα, τα οποία μπορεί να είναι εσωτερικά ή εξωτερικά** η δε ανταπόκριση του από μέρους του αναγνώστη συνδέεται με εξωτερικά και εσωτερικά στοιχεία.

Με βάση την απόλυτη γνώση των αξιών του Κοινού της κάθε κοινότητας, στην οποία οι άνθρωποι του Τύπου απευθύνονται και τον κατάλληλο ποιοτικό τρόπο με τον οποίο αυτές οι αξίες χρησιμοποιούνται, επιτυγχάνεται μια επικοινωνία με τους αναγνώστες με απώτερο σκοπό την κάλυψη μεταξύ άλλων και του κινήτρου της ενημέρωσης-μάθησης με πιθανή αποδοχή συγκεκριμένων θέσεων.

Η εκδήλωση ***ενδιαφέροντος*** για την μάθηση είναι ένα δυνατό, συνεχές κίνητρο, που επιβάλλει **την παρατήρηση, την ανάμειξη, την αναζήτηση γνώσης** για ένα αντικείμενο. Είναι ένας βασικός παράγοντας-κλειδί που όχι μόνο αφυπνίζει τον αναγνώστη αλλά και συντελεί στην εδραίωση της συμπεριφοράς του σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή Η εκδήλωση ενδιαφέροντος που οδηγεί στην επιλογή των μηνυμάτων από το Κοινό προκαλείται από τον τρόπο μετάδοσης του μηνύματος και ακόμα από τη δυνατότητα παροχής «υπόσχεσης προσωπικού «κέρδους» μέσα από την είδηση.

**Οι αναγνώστες προσπαθούν να πάρουν από την ε/φ τα μηνύματα από τα οποία θα υπάρξει κάποιο «κέρδος», αναζητώντας ακόμα και ασυνείδητα τα μηνύματα, που ενισχύουν την γνώμη τους, τις προκαταλήψεις τους, τις τάσεις του, μηνύματα δηλαδή, που αρμόζουν στη διανοητική και ψυχολογική τους προδιάθεση, που δεν τους προκαλούν δυσαρέσκεια, πόνο αλλά στηρίζουν τις θέσεις τους. Οι προηγούμενες εμπειρίες τους, η προσωπική αίσθηση για τη ζωή, είναι στοιχεία που καθορίζουν την επιλογή των ΜΜΕ αλλά και των ειδικότερων μηνυμάτων, που κάθε ένα προσφέρει. *(selective perception).***

## Λόγοι ανάγνωσης μιας ε/φ μεταξύ τακτικών και έκτακτων αναγνωστών το 1987

| % σημαίνει ισχυρή εφαρμογή (it applies «strongly») | Όλοι οι αναγνώστες All Readers | Συχνοί αναγνώστες Frequent readers | Σπάνιοι αναγνώστες Infrequent Readers |
|---|---|---|---|
| **Παρακολουθώντας γεγονότα που συμβαίνουν αλλού Follow up on news gotten elsewhere** | 50% | 58% | 38 |
| **Ποικιλία σε ειδήσεις για απλά- ελαφρά θέματα Variety of News and Featuresε** | 48 | 59 | 33 |
| **Ατυχήματα, εγκλήματα, τραγωδίες Accidents, crimes, tragedies** | 46 | 51 | 39 |
| **Αρθρα που βοηθούν στη διαμόρφωση άποψης Help in Forming opinion*** | 41 | 49 | 29 |
| **Συζητούμενα χαρακτηριστικά θέματα Conversational Topics** | 38 | 48 | 23 |
| **Που να ψωνίσουν Where to Shop** | 35 | 35 | 36 |
| **Πως να ψηφίσουν How to Vote** | 26 | 31 | 19 |
| **Επαφή με την ε/φ αν όχι μελέτη της Feel out of touch if dont' read** | 25 | 37 | 8 |
| **Κοινωνικά, για διασημότητες Celebrities, interesting people** | 24 | 28 | 18 |
| **Για την κάλυψη ελεύθερου χρόνου Something to do to pass the time** | 21 | 24 | 16 |
| **Ιδέες για το πρόγραμμα της ημέρας Decide on what t o do, plan day** | 6 | 6 | 4 |
| **N** | (866) | (511) | (355) |

Πηγή «Press and Public», Who Reads What, When, Where and Why in American Newspapers, Second Edition, Leo Bogart.

Κίνητρο για τον αναγνώστη της ε/φ αποτελεί και η ύπαρξη ευκαιρίας επιλογής ειδικών θεμάτων, που συνδέεται όμως και με τον ελεύθερο χρόνο, τους οικονομικούς πόρους, την πολιτική τοποθέτηση του, τη δυνατότητα εύρεσης και αγοράς της ε/φ, τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα του Επισημαίνεται ο κύκλος συγγενείας μεταξύ της επιθυμίας, προσπάθειας απόκτησης γνώσης και των κινήτρων.

**Το κίνητρο βοηθά για να αποκτήσει ο αναγνώστης γνώση αλλά και η γνώση επιδρά στο κίνητρο. Μέσα από την απόπειρα και το λάθος, μέσα από την επίδραση των πιέσεων του περιβάλλοντος το άτομο επιχειρεί να μάθει πως να λειτουργεί στα όρια του κόσμου του, με επιτυχία ή και χωρίς αυτήν. Η ευφυία, που διαθέτει αλλά και η αλληλεπίδραση δυνάμεων κινήτρων συνδέονται με την ωρίμανση, την ενστικτώδη δυναμική ενέργεια και την απόκτηση σπάνιων εμπειριών μέσα από την οικογένεια, τον πολιτισμό του, τους φίλους του.**

Η λειτουργία της γνώσης είναι αυτή που στηρίζει την ανάγκη για μάθηση, μια ανάγκη του ατόμου να δώσει νόημα στην έννοια του χαοτικού και μη οργανωμένου σύμπαντος γύρω του, δεδομένου ότι χρειάζεται πλαίσιο αναφοράς και standards για την κατανόηση του κόσμου

Το πρόβλημα της κατανόησης, όπως το προσδιόρισε ο John Dewey,[122] συνίσταται στον καθορισμό και διαχωρισμό, που μετρώνται από κανόνες πολιτισμού, συνέπεια και σταθερότητα. Η ανάγκη να γνωρίζει κανείς δεν σημαίνει οπωσδήποτε πως έχει μεγάλη δίψα για να πληροφορηθεί ό,τι συμβαίνει διεθνώς

Τα άτομα δεν είναι πάντοτε άπληστοι ερευνητές και την τεκμηριωμένη γνώση δεν την επιδιώκουν (αλλωστε οι Αμερικανοί παρουσιάζουν μια τρομακτική έλλειψη πολιτικής πληροφόρησης, που πολλές φορές έχει αποδειχθεί), όμως πολλοί είναι εκείνοι, που επιθυμούν να πληροφορηθούν και να κατανοήσουν τα γεγονότα, τα οποία προσβάλλουν ευθέως την προσωπική του ζωή ενώ οι επιπλέον αποκτηθείσες στάσεις τους προσφέρουν την θεμελιώδη βάση για ερμηνεία των περισσοτέρων από όσα σημαντικά θέματα αντιλαμβάνονται

Αριθμοί μελετών γύρω από τη γνώση και τη μάθηση έχουν οδηγήσει στη διαπίστωση, πως **καθε εμπειρια που το άτομο ζει, έχει επηρεαστεί από τις εμπειρίες εκείνες, οι οποίες έχουν προηγηθεί. Η καινούργια γνώση ταυτίζεται και αφομοιώνεται με τις παλαιές. Τα νέα γεγονότα προσλαμβάνουν χρώμα και έννοια από τις ήδη εδραιωμένες προσδοκίες και πεποιθήσεις βοηθώντας στην γνωριμία του ατόμου με**

**όσα το περιβάλλουν, στην εδραίωση των αξιών και στάσεων του, στην διεκδίκηση του μεριδίου του.**

(Σχετ Κεφάλαιο Ιδεολογία, Κεφάλαιο Αμερικανική Κυβέρνηση-Τύπος Ανταγωνισμός και Συνεργασία, Frame of Reference.)

Ο βαθμός των έμφυτων ή επίκτητων αναγκών, οι μέθοδοι με τις οποίες οι ανάγκες μετασχηματίζονται σε τεχνικές συμπεριφοράς δια της ωρίμανσης, γνώσης και κοινωνικοποίησης, είναι αντικείμενα συνεχούς προβληματισμού.

Υπάρχουν καθορισμένα κρίσιμα στοιχεία, που πρέπει να ληφθούν υπόψη στο πλαίσιο εξέτασης των κινήτρων και της «χρήσης» αυτών από τον αποστολέα μηνυμάτων

- ***Η σκέψη και ο σχεδιασμός*** του δεν περιορίζονται μόνο στις δυνάμεις κινήτρων αλλά και στους ειδικούς παράγοντες, που ενεργοποιούν αυτά. .
- ***Η συμπεριφορά του παραλήπτη*** των μηνυμάτων μέσα από την ενημέρωση βρίσκεται σε εξέλιξη από πλευράς κινήτρων, σε συνεχή ανταπόκριση μέσα στον χρόνο
- ***Ο χαρακτηρισμός της συμπεριφοράς*** του παραλήπτη ή της αιτίας, που την προκαλεί δεν είναι κάτι, που πάντοτε έχει μιαν εξήγηση, ούτε είναι σίγουρο ότι, εάν πάρει ένα όνομα μια συμπεριφορά, μπορεί πάντοτε να λάβει και την ανάλογη εξήγηση.
- ***Ζωτικής και κεφαλαιώδους σημασίας περιστατικά*** είναι αυτά που συνδέονται με σημαντικά στοιχεία και σταθμούς της ζωής (**ειρήνη, θάνατος, παιδί, υγεία**)
- ***Χειροπιαστά και καθορισμένα στοιχεία για πραγματικά περιστατικά*** ενισχύουν δοκιμασμένα αποτελέσματα μέσα από τη ζωή
- ***Προσμονή και αγωνία*** αυξάνουν την αναγνωσιμότητα
- ***Συγκρούσεις και συμπλοκές***, που θίγουν τα αγαθά της **ελευθερίας**, της **δικαιοσύνης** των παρεχομένων προνομίων, κινούν το ενδιαφέρον.
- ***Σχέση και εξοικείωση*** του αναγνωστικού Κοινού με το θέμα που διατυπώνεται, αποτελεί πρόκληση καθώς και τα πρωτότυπα, απρόσμενα και απροσδόκητα περιστατικά με ορθή διατύπωση γλώσσας
- ***Συμβάντα εξέχουσας συμπεριφοράς συγκινούν*** τον αναγνώστη
- ***Γεωγραφική γειτνίαση*** με τον χώρο που πραγματοποιείται το συμβάν γεννά κίνητρα. [123]

Οι περιγραφές των γεγονότων έτσι όπως διατυπώνονται από τους Times στηρίζονται έντονα σε τέσσερα κρίσιμα στοιχεία χρήσης κινήτρων. Το ζήτημα λ χ. της ειρήνης και

οι κακές συνθήκες ζωή, τα αλλεπάλληλα περιστατικά βίας, η έλλειψη ελευθερίας και δικαιοσύνης για τον πολίτη, είναι στοιχεία οικεία στον αμερικανό αναγνώστη που έχει συγκεκριμένη άποψη για τα ολοκληρωτικά καθεστώτα και τις καταστροφικές συνέπειες στη ζωή των ατόμων που εξουσιάζουν.

Ο Klapper ισχυρίζεται ότι τα ΜΜΕ ενισχύουν υπάρχουσες στάσεις, αντιλήψεις και συμπεριφορές. Με άλλα λόγια ο αναγνώστης μιας ε/φ αναζητά με βάση τα κίνητρα του τα μηνύματα εκείνα, που θα τον ευχαριστήσουν και θα είναι σύμφωνα με τις υπάρχουσες στάσεις και τη φιλοσοφία του για τη ζωή, όπως διατυπώνεται και μέσα από την θεωρία της γνωστικής ασυμφωνίας (Cognitive Dissonance- Festinger)

**Οταν κάποιος για ένα θέμα δεν συμφωνεί με την άποψη άλλου τότε αποφεύγει να το συζητήσει και να διαβάσει σχετικά. Εχει ενδιαφέρον για ό,τι τον ενδιαφέρει και συμπίπτει με τις θέσεις του. Η συμπεριφορά του προσδιορίζεται έτσι ώστε να αποφεύγει το ενδεχόμενο να αντιμετωπίσει ασύμφωνο και διιστάμενο στοιχείο. Ο αναγνώστης είναι επιρρεπής στην επιλογή στοιχείων, που ταιριάζουν με τις εμπειρίες, αξίες και ενδιαφέροντα του.** [124]

Επομένως, ο κυρίαρχος στόχος εκ μέρους του αποστολέα μηνυμάτων είναι η προσέλκυση της προσοχής του παραλήπτη με αυτόματο τρόπο, με ερεθίσματα που προκαλούν ευαισθησία. Φωτογραφίες με αντιθέσεις, αξιομνημόνευτη και εντυπωσιακή διατύπωση περιεχομένου, μοναδικότητα και σπανιότητα της είδησης, ποικιλία και παραλλαγή του θέματος, συνέχεια και διάρκεια, επανάληψη και μεγάλη σημαντική αναφορά αποτελούν δυναμικά ερεθίσματα σε συνδυασμό με τα ενδιαφέροντα, τις εμπειρίες, τον ενθουσιασμό, τις ανάγκες, τις αξίες και τις επιθυμίες του παραλήπτη.

- *ΘΕΩΡΙΕΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ (MOTIVATIONAL THEORIES).*

Από τις βασικές θεωρίες κινήτρων είναι και αυτή που συνδέεται με την εξέταση των κινήτρων σαν στοιχείο ανακάλυψης των φυσιολογικών-ψυχολογικών προσταγών των ανθρώπου **(Drive Motive Theory)**[125] Οι προσταγές είναι πιθανότατα εγγενείς, γεννημένες στην φύση του αλλά προσδιορισμένες από την εμπειρία του. Γεννημένος μέσα σε ένα κοινωνικό περιβάλλον κληρονομεί δεδομένα και δυνατότητες, που προσδιορίζονται από τις συνθήκες του περιβάλλοντος και από τις εμπειρίες. Από την

αρχή μέχρι το τέλος της ύπαρξης του ενεργεί με βάση τις ψυχολογικές επιταγές, τις **παροτρύνσεις, (drives).** Αυτές οι επιταγές συνεπάγονται εσωτερικά ερεθίσματα (πείνα, δίψα, κούραση, συναισθηματική ανταπόκριση στο περιβάλλον). Εφόσον η συμπεριφορά είναι κάτι συνεχές, η δύναμη της παρότρυνσης μπορεί να δείξει τον βαθμό, την πηγή και την κατεύθυνση της δράσης. Οι παροτρύνσεις χαρακτηρίζονται πρωταρχικές ή δευτερεύουσες με ποικιλία στην δύναμη και το σθένος, που διαθέτουν. Οι παροτρύνσεις παράγουν συμπεριφορά.

Μέσω μιας εκπαιδευτικής διαδικασίας, που περιλαμβάνει δοκιμή και σφάλμα ο άνθρωπος αναπτύσσει κίνητρα και τεχνικές, ώστε οι συγκεκριμένες παροτρύνσεις να έχουν την δυνατότητα ικανοποίησης Το άτομο στην ζωή του, όπως και κατά την γέννηση του εξαρτάται από άλλους στην κάλυψη των βασικών έμφυτων αναγκών του. Η κοινωνία μέσα στην οποία ζει τον διδάσκει ποιες από τις τεχνικές αυτές είναι αποδεκτές και έτσι αναπτύσσει τεχνικές κοινωνικό-ψυχολογικών αναγκών (λέξεις, χαμόγελο, ευγένεια, έπαινο), που συνδέονται με την **ανταμοιβή (rewards)**

Πολλές προσεγγίσεις έχουν γίνει στον προσδιορισμό των εγγενών επιταγών σε σχέση με την πολυπλοκότητα των κινήτρων Μια προσέγγιση αναφέρεται στην θεωρία του Freud για την δύναμη του κινήτρου libido Άλλη προσέγγιση αναφέρεται στον Maslow και στις δύο γενικές δυνάμεις κινήτρων *της ανεπάρκειας και της ανάπτυξης.*

Η προσέγγιση αυτή συναντά τις επισημάνσεις άλλων ψυχολόγων ότι ο άνθρωπος γεννιέται με συγκεκριμένες ανάγκες που υπάρχουν κατά ιεράρχηση. Όταν κατά μεγάλο μέρος καλύψει τα κίνητρα της ανεπάρκειας (ασφάλεια, αγάπη, αυτοεκτίμηση) παρακινείται μετά από τα κίνητρα της εξέλιξης-ανάπτυξης, της αυτοδημιουργίας, της αυτοπραγμάτωσης

***«Η έννοια του πνεύματος σαν σχηματισμός και κάτοχος της εμπειρίας στο σχήμα την θύμησης της εμπειρίας, της πεποίθησης, των αξιών, των στάσεων και των συνηθειών έχει καταστεί για πολλούς στοιχείο-κλειδί στην προσέγγιση της έννοιας και του ρόλου της εφαρμογής πειθούς.»***[126]

Γενικά, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι **το κυρίαρχο σημείο που λαμβάνεται υπόψη εκ μέρους του αποστολέα ενός μηνύματος είναι αυτό που το συνδέει άμεσα με την προσπάθεια να γίνουν αποδεκτές οι απόψεις του με την θεμελιωμένη αρχή «πως όλα τα μοντέλα γνωστικής συμφωνίας (σκέψεις, νέες αντιλήψεις και γενικά ό,τι έχει κρατηθεί στο μυαλό του αναγνώστη από το παρελθόν) τείνουν να οργανώνονται κατά ένα σημαντικό και εξυπηρετικό τρόπο. Εφόσον μια νέα**

**αντίληψη δεν διαταράσσει την παρούσα ισορροπία καμία αλλαγή στάσης δεν προβλέπεται.**

Επιπλέον εάν η νέα αντίληψη και γνώση είναι αντιφατική και ασύμφωνη κατά κάποιον τρόπο με την 'πραγματικότητα' που από προηγούμενα έχει διαμορφωθεί, καλλιεργείται μια πίεση προς προσαρμογή. Οι αντιλήψεις είναι οργανωμένες μέσα σε ένα πλαίσιο σχετικής λογικής συμφωνίας για αυτόν που τις κατέχει και αν κάτι συμβεί, όπως μια νέα πληροφορία ή ένας άλλος παράγοντας, τότε εμφανίζεται μια διαταραχή στην υπάρχουσα ισορροπία.

Συγκρουόμενοι προσανατολισμοί, νέες προσεγγίσεις, πληροφορίες, μπορούν να προσφερθούν από φίλους, συγγενικές ομάδες, αρχές εξουσίας. Στον βαθμό που αυτές οι πηγές θεωρούνται ελκυστικές, καλά πληροφορημένες ή αποδεκτές τότε δύνανται να προξενήσουν ανατροπή ισορροπίας Το κίνητρο της ε/φ είναι να διατηρήσει τις παλαιές συνθήκες ή με την χρήση μηχανισμών ελιγμών για την δημιουργία περιβάλλοντος ισορροπίας μεταξύ της ε/φ και του αναγνωστικού Κοινού μπορεί να συσχετιστεί με διάφορες προσεγγίσεις λαμβανομένων υπόψη των προσεγγίσεων των Heider, Newcomb, Osgood, που επικεντρώνεται στην επιθυμία των ανθρώπων να έχουν συμβατές πεποιθήσεις και αισθήματα για ένα αντικείμενο ή ένα γεγονός. Μια στάση είναι πιθανόν να περιλαμβάνει στοιχεία συναισθηματικά και γνωστικά Όταν αυτά τα στοιχεία λογικής είναι συμβατά τότε η στάση παραμένει σταθερή.

Εάν δύο άνθρωποι έλκονται θετικά ο ένας προς τον άλλο και μοιράζονται παρόμοιες στάσεις προς ένα αντικείμενο, τότε η σχέση είναι σε ισορροπία. Η τρίτη προσέγγιση είναι αυτή των των Osgood, Suci και Tannenbaum, οι οποίοι χρησιμοποίησαν μια παραλλαγή του μοντέλου της ισορροπίας Όταν δύο ιδέες (άνθρωποι ή και αντικείμενα) συνεργάζονται, τότε ασκείται και εφαρμόζεται επιρροή η μια στην άλλη και υπάρχει η τάση για περισσότερη συμφωνία (Osgood) [127]

Στην περίπτωση της ε/φ το βάρος δίδεται στην προσέγγιση της θεωρίας του Festinger, ειδικά στους όρους που λειτουργούν, μετά το άγγιγμα μιας απόφασης με έμφαση όχι μόνο στην επαφή αλλά στα επακόλουθα αυτής της επαφής.

**Ενώ το άτομο επιλέγει μιαν απόφαση από όσες του προσφέρονται εναλλακτικά κάθε μια περιέχει ένα βαθμό έλξης. Όταν ληφθεί μια απόφαση τα απορριπτόμενα στοιχεία ακόμα ασκούν μια λανθάνουσα πρόκληση για το άτομο. Αυτό το γεγονός δημιουργεί ένα κλίμα γνωστικής ασυμφωνίας και οι τάσεις ενεργοποιούν εκείνα τα**

**κίνητρα δράσης μέχρι να λυθεί η ασυμφωνία. Το κλειδί του μηχανισμού είναι να καταπραϋνθεί αυτή η ασυμφωνία με την αλλαγή των στάσεων. Έτσι οι απορριπτόμενες εναλλακτικές γίνονται λιγότερο επιθυμητές και λιγότερο ελκυστικές ενώ οι αποδεκτές εναλλακτικές γίνονται περισσότερο ελκυστικές και περισσότερο επιθυμητές.**

Τα κίνητρα που ενεργοποιούν οι ανταποκρίσεις των Times για τις εξελίξεις στην Αλβανία την περίοδο της έρευνας μας, στηρίζονται στην επιθυμία για πληροφόρηση γύρο από συγκεκριμένα αντικείμενα, που αφορούν κυρίως μια «άγνωστη» για τους περισσότερους αναγνώστες χώρα, που απετέλεσε το τελευταίο προπύργιο του κομουνισμού Ο πολιτικός κόσμος ή σπανιότερα ο πολιτικοποιημένος πολίτης των ΗΠΑ ζητά να μάθει το πολιτικό μέλλον της Αλβανίας στο πλαίσιο ένταξης της στον δυτικό κόσμο και τις μεταβατικές διαδικασίες, που θα δρομολογηθούν με την ενεργό συμμετοχή των ΗΠΑ, όπως και κατά το παρελθόν συνέβη με άλλες «παρεμβάσεις» σε περιπτώσεις προσπάθειας πολιτικής και οικονομικής «ανόρθωσης» τρίτων κρατών. Παράλληλα, οι κοινωνικές συνέπειες στη ζωή των Αλβανών κάτω από απελπιστικά κακούς παράγοντες υγείας, ασφάλειας και εργασίας ευαισθητοποιούν τον αμερικανό πολίτη, αλλά συγχρόνως τον ικανοποιούν έχοντας την αίσθηση της εύνοιας να ζει ως πολίτης των ΗΠΑ κάτω από την φροντίδα του κράτους του.

Οι αναγνώστες των Times κινούνται από κίνητρο πολιτικής δράσης και συμμετοχής, ένα κίνητρο που αναπτύσσει μια ανάγκη και μια επιθυμία προσφέροντας την ορμή και το ψυχολογικό σθένος για την εμπλοκή σε όλα τα είδη πολιτικής αλληλεπίδρασης με το κοινωνικό περιβάλλον. Το κίνητρο, που σπάνια μπορεί να είναι *τυχαίο*, στην συγκεκριμένη περίπτωση έρχεται ως αποτέλεσμα *της στάσης του αναγνώστη να αναμειχθεί πολιτικά με πρόθεση την υλική ή ηθική ανταμοιβή, δεδομένου ότι* το πολιτικό κίνητρο άμεσο ή έμμεσο έχει σαν βάση κάποιους αξιόλογους στόχους, που αποζητούν κοινωνικά, πολιτικά, οικονομικά και ψυχολογικά οφέλη.[128] Δημοσιεύσεις από έγκριτη και δοκιμασμένη ε/φ, όπως είναι οι Times και από καταξιωμένους δημοσιογράφους όπως το επιτελείο τους καλύπτουν τις περισσότερες φορές **όλο το φάσμα του πολιτικού και του οικονομικού κόσμου** και δεν παρουσιάζονται μέσα στην ρουτίνα από τους δημοσιογράφους, οι οποίοι προτιμούν μεν να αναφέρονται στα πολιτικά αλλά δεν καταφρονούν τα οικονομικά δεδομένα, που αφορούν ενδιαφέροντες τομείς για τους περισσότερους αναγνώστες. **Οι οικονομικοί αμερικανικοί κύκλοι στρέφουν το**

**ενδιαφέρον τους και στην Αλβανία και επιδιώκουν μια πλήρη ενημέρωση που θα τους επιτρέψει να προγραμματίσουν τυχόν επιχειρησιακές δραστηριότητες στην περιοχή αυτή των Βαλκανίων, εκμεταλλευόμενοι υπάρχουσες φυσικές πηγές και εργατικά χέρια**

Δεν παρατηρείται όμως μια στείρα αναφορά στις οικονομικές πληροφορίες, αλλά **γίνεται προσπάθεια οι reporters να εμβαθύνουν περισσότερο και να εκθέτουν ό,τι βρίσκεται και «κρύβεται ακόμα βαθύτερα»** εξαιτίας του γεγονότος ότι η διεθνής αγορά όχι μόνο από μέρους των επιχειρηματιών αλλά ακόμα και των άλλων εργαζομένων για τις τιμές των αγαθών, τους παράγοντες, που τις προσδιορίζουν, τις τιμές του χρυσού αλλά και την αξία του δολαρίου. Οι ειδήσεις, που καλύπτουν το πολιτικό ενδιαφέρον των αναγνωστών και με οικονομικές προεκτάσεις δεν εγγυώνται μια βέβαιη πρόληψη από την καταστροφή, ούτε παράγουν μεγάλο πλούτο. Ομως σίγουρα με τις αναλύσεις στις οποίες αναφέρονται, αναπτύσσουν την επιχειρηματική κρίση κάποιες κρίσεις και εμφανίζουν κάποιες προοπτικές για οικονομική πρόοδο τόσο σε μεμονωμένα άτομα όσο και σε ομάδες γενικότερα. Η χρησιμότητα τέτοιων αναφορών φάνηκε και στις εκλογές του 1992 στις ΗΠΑ, που έδειξαν ότι το αμερικανικό Κοινό ενδιαφέρεται και για την μελλοντική οικονομική πολιτική, μια τάση που άρχισε πριν από τον Reagan και μέχρι τον Clinton με αίτημα την συνεχή ενημέρωση για τις αποφάσεις του Λευκού Οίκου, που επιδρούν στην οικονομία καθώς και για τις δημόσιες ανακοινώσεις του Κογκρέσου γύρο από θέματα φορολογίας και εμπορίου [129]

Με βάση όλα τα ανωτέρω δεδομένα η έρευνα μας στράφηκε στα κίνητρα που καλύπτονται πίσω από τους Times Την περίοδο 1991-94 φαίνεται ότι το βάρος της ε/φ δίδεται στην κάλυψη ενδιαφερόντων που καλύπτουν **κίνητρα πολιτικού, κοινωνικού, οικονομικού και μικτού χαρακτήρα** μέσα από πληροφορίες και ειδήσεις για τους αναγνώστες της

**Κίνητρα Πίνακας Νο 11**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Πολιτικό Ενδιαφέρον | 1 | 46 | 32,6 | 32,6 | 32,6 |
| Κοινωνικό Ενδιαφέρον | 2 | 16 | 11,3 | 11,3 | 44,0 |
| Οικονομικό Ενδιαφέρον | 3 | 1 | ,7 | ,7 | 44,7 |
| Μικτό | 4 | 78 | 55,3 | 55,3 | 100,0 |
| | **Total** | **141** | **100,0** | **100,0** | |

Valid cases 141 Missing cases 0

Στα εκατόν σαράντα ένα (141) άρθρα της ε/φ **τα μικτού χαρακτήρα κίνητρα** καλύπτονται σε ποσοστό 55.3%, ακολουθούν τα αμιγή **πολιτικά,** 32.6%, τα οποία συμπεριλαμβάνονται και μέσα στα μικτά, που φαίνεται τελικά ότι κυριαρχούν.

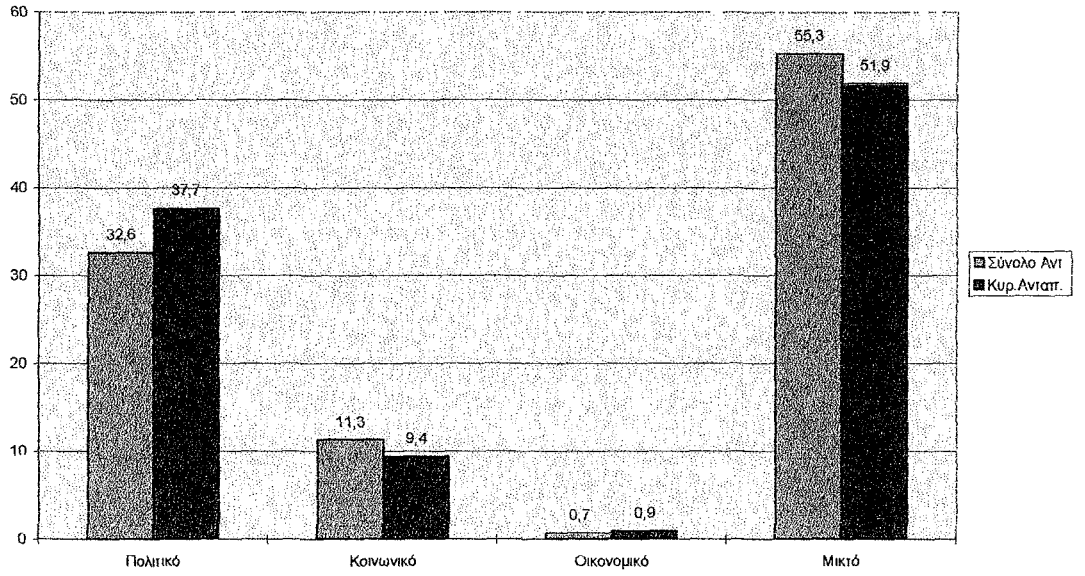
**Κίνητρα ανά Ανταποκριτή στην διάρκεια του 1991 Πίνακας Νο 12**

| | **Πολιτικό Ενδιαφ.** | **Κοινωνικό Ενδιαφ.** | **Μικτό** | **Total %** |
|---|---|---|---|---|
| 1. Πρακτορείο Reuters | 8 | 1 | 4 | 13<br>22,0 |
| 2. Πρακτορείο AP | 5 | 2 | 11 | 18<br>30,5 |
| 5. Ανταποκριτής Binder | 11 | 2 | 14 | 27<br>45.8 |
| 6 Ανταποκριτής Kamm | | 1 | | 1<br>1.7 |
| Total<br>% | 24<br>40,7 | 6<br>10.2 | 29<br>49.2 | 59<br>100.0 |

Το 1991 είναι η περίοδος των μεγάλων ανακατατάξεων σε όλα τα επίπεδα, που καλλιεργεί μια ποικιλία ενδιαφερόντων από μέρους των ανταποκριτών.

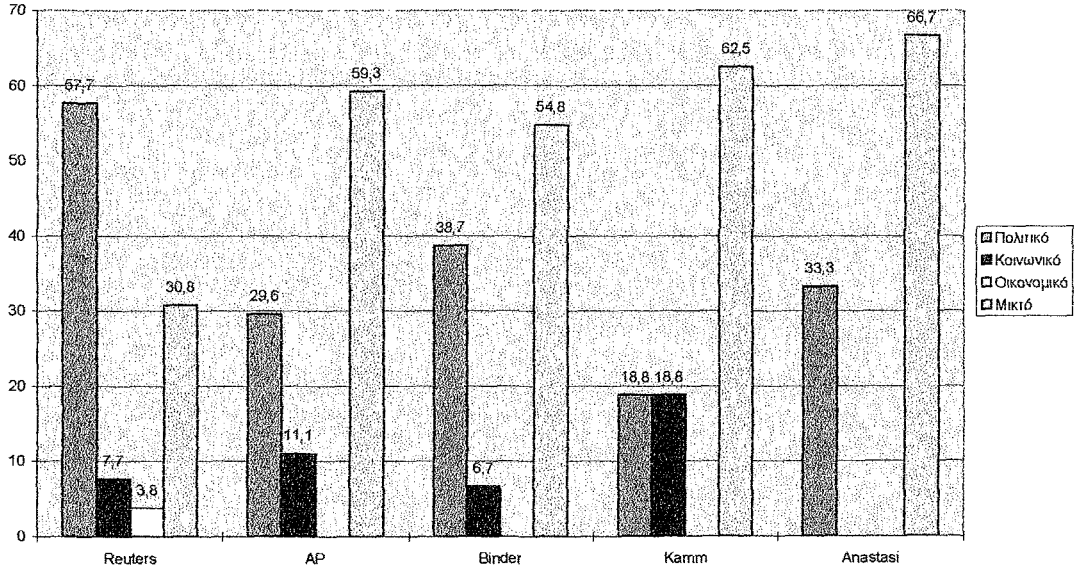
Τα κίνητρα των ανταποκριτών με βάση τα ενδιαφέροντα και την κάλυψη του αναγνωστικού τους Κοινού για ενημέρωση κατά το 1991 είναι μικτά. Ο ανταποκριτής **David Binder φαίνεται, ότι έχει ανάμικτο ενδιαφέρον** για τα τεκταινόμενα στην Αλβανία και προσδιορίζει σαφώς την πρόθεση του να καλύψει πολιτική θεώρηση των πραγμάτων σε μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με τους υπόλοιπους τρεις (3) αντιπροσωπευτικές πηγές ανταπόκρισης.

**Σύγκριση Κινήτρων μεταξύ των κυριοτέρων ανταποκριτών και του συνόλου**




Το γράφημα παρουσιάζει το είδος και το ποσοστό κινήτρων όλων των ανταποκριτών που αναφέρθηκαν στην Αλβανία αλλά και των πέντε (5) κυριοτέρων της ε/φ που ασχολήθηκαν ιδιαίτερα.

**Κίνητρα Ανταποκριτών στα έτη 1991-94**




Το είδος και το ποσοστό των κινήτρων, όπως εμφανίζεται στο γράφημα, προσδιορίζει και την θεματολογία από μέρους των ανταποκριτών της ε/φ για την "κάλυψη" των αναγνωστών. (Σχετ. Πίνακας στο κεφάλαιο Αμερικανική κοινωνία-Οι αναγνώστες των Times).

**Κίνητρα ανά ανταποκριτή στην διάρκεια του 1992. Πίνακας Νο 13**

| | Πολιτικό Ενδιαφ. | Κοινωνικό Ενδιαφ. | Οικονομικό Ενδιαφ. | Μικτό | Total % |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. Πρακτορείο Reuters | 5 | | 1 | 1 | 7<br>38.9 |
| 2. Πρακτορείο AP | 1 | | | 1 | 2<br>11.1 |
| 5. Ανταποκριτής Binder | | | | 2 | 2<br>11.1 |
| 6. Ανταποκριτής Kamm | 2 | 1 | | 4 | 7<br>38.9 |
| **Total**<br>**%** | **8**<br>44.4 | **1**<br>5.6 | **1**<br>5.6 | **8**<br>44.4 | **18**<br>100.0 |

Number of missing observations: 0

Το 1992 παρατηρείται μια τάση των ανταποκριτών να αναφέρουν περιορισμένο αριθμό οικονομικών δεδομένων, ενώ αντίθετα το ποσοστό των πολιτικών ενδιαφερόντων τους ανέρχεται στο 44.4% και συμβαδίζει με το πόσοστό των μικτού χαρακτήρα κινήτρων

**Κίνητρα για τον Ανταποκριτή το διάστημα 1993-94 Νο 14**

| | Πολιτικό Ενδιαφ. | Κοινωνικό Ενδιαφ. | Μικτό | Total % |
|---|---|---|---|---|
| 1. Πρακτορείο Reuters | 2 | 1 | 3 | 6<br>28.6 |
| 2. Πρακτορείο AP | 2 | 1 | 2 | 5<br>23.8 |
| 5. Ανταποκριτής Binder | 1 | | 1 | 2<br>9.5 |
| 6 Ανταποκριτής Kamm | 1 | 1 | 6 | 8<br>38.1 |
| **Total**<br>**%** | **6**<br>28.6 | **3**<br>14.3 | **12**<br>57.1 | **21**<br>100.0 |

Number of Missing Observations 0

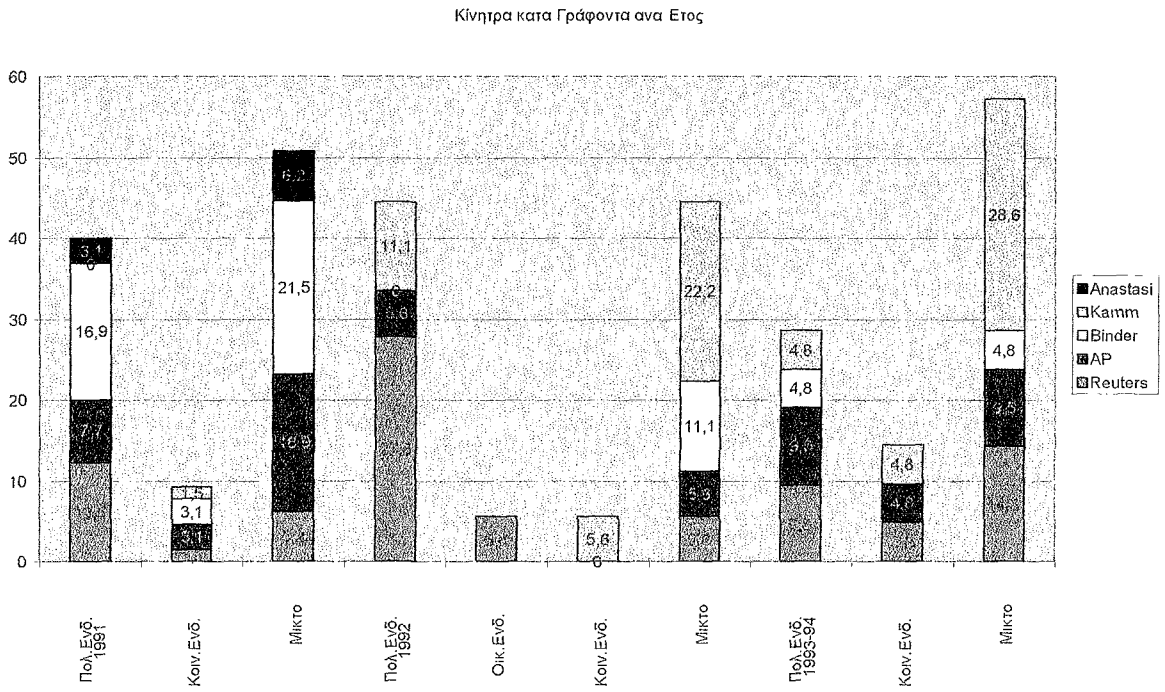
Κατά την διετία 1993-94 **δεν εμφανίζεται οικονομικό ενδιαφέρον** στα περιεχόμενα των άρθρων αλλά μικτό και αμιγώς πολιτικό

## Κίνητρα σε όλη τη διάρκεια της παρατήρησης No 15

| | **Πολιτικό Ενδιαφ.** | **Κοινωνικό Ενδιαφ.** | **Οικονομικό ενδιαφ.** | **Μικτό** | **Total %** |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. Πρακτορείο Reuters | 15 | 2 | 1 | 8 | **26**<br>**26,5** |
| 2 Πρακτορείο AP | 8 | 3 | | 14 | **25**<br>**25,5** |
| 5. Ανταποκριτής Binder | 12 | 2 | | 17 | **31**<br>**31,6** |
| 6 Ανταποκριτής Kamm | 3 | 3 | | 10 | **16**<br>**16,3** |
| **Total**<br>**%** | **38**<br>**38,8** | **10**<br>**10,2** | **1**<br>**1,0** | **49**<br>**50,0** | **98**<br>**100,0** |

Number of missing observations 0

Ο συνοπτικός πίνακας κινήτρων φανερώνει ότι για 4 χρόνια το υψηλό ποσοστό **πολιτικού ενδιαφέροντος** παρουσιάζεται εκ μέρους του **πρακτορείου Reuters** και του **ανταποκριτή Binder** -όπως προκύπτει από την ανάλογη στήλη- **ενώ το μικτό εκ μέρους κατά σειρά των Binder, Kamm και των Πρακτορείων Reuters και Associated Press** αντίστοιχα




Η ερμηνεία αυτής της γραφικής παράστασης αναφέρεται σε όλη την διάρκεια της παρατήρησης κατά γράφοντα. Το διάγραμμα δείχνει τα κίνητρα, που καλύπτει κάθε ανταποκριτής σε όλη την διάρκεια των ετών.

**Αλλά και η αναζήτηση ικανοποίησης και επιβράβευσης αποτελεί ένα ισχυρό κίνητρο διερεύνησης των γεγονότων και επισήμανσης όσων εξ αυτών την προσφέρουν με στόχο την επιδίωξη αύξησης της δυνατότητας αποδοχής εκείνων των μηνυμάτων, που θεωρούνται "συμβατά" με τον προσανατολισμό αποστολέα και παραλήπτη. (αναταποκριτές, αναγνώστες).**

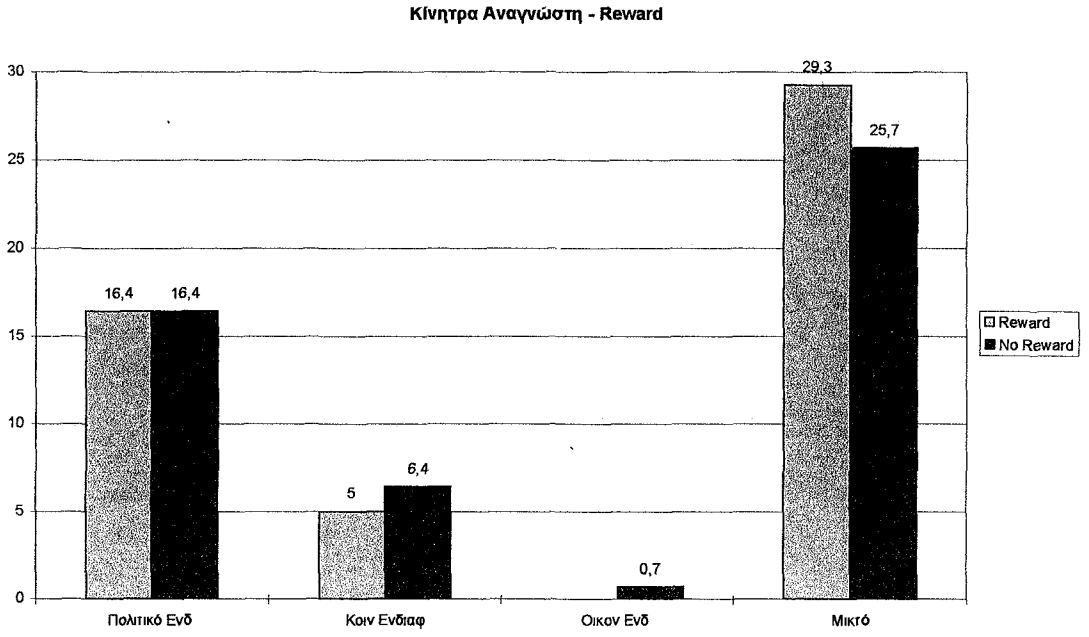
**Η επιβράβευση αυτή πηγάζει τόσο από την ενημέρωση που οδηγεί στην αξιολόγηση των πολιτικών καταστάσεων και στις ενδεχόμενες συγκρίσεις. (πολιτικό-οικονομικό σύστημα δυτικού τύπου, κοινωνικές δομές κ.λ.π.).** (Σχετ. Κεφάλαιο Αμερικανική Κοινωνία-Οι Αναγνώστες των Times).

Επισημαίνεται ότι τα θέματα που προκαλούν αυτήν την ικανοποίηση και επιβράβευση αφορούν στάσεις ζωής (αξίες, ιδεολογικών θέσεις, παράδοση, πολιτισμός) Ποσοστό 50 7%, όπως δείχνουν οι ακόλουθοι πίνακες.

**Reader's motives - Reward (επιβράβευση) Πίνακας Comm. No 16**

| | Πολιτικό Ενδιαφ. | Κοινωνικό Ενδιαφ. | Οικονομικό ενδιαφ. | Μικτό | Total % |
|---|---|---|---|---|---|
| Reward | 23 | 7 | | 41 | 71<br>50,7 |
| No Reward | 23 | 9 | 1 | 36 | 69<br>49,3 |
| **Total**<br>**%** | **46**<br>**32,9** | **16**<br>**11,4** | **1**<br>**0,7** | **77**<br>**55,0** | **140**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations 1




Το παραπάνω διάγραμμα δείχνει την κατανομή των άρθρων σύμφωνα με τα κίνητρα του αναγνώστη και το αν υπάρχει reward ή όχι.

- *ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ*

Η παρουσίαση γεγονότων με έμφαση στον συναισθηματικό χαρακτήρα τους οδηγεί σε καταστάσεις έντονες, που αναμοχλεύουν ανεξιχνίαστες διαρκείς απόψεις προερχόμενες από τις εμπειρίες των αναγνωστών.

Ο αναγνώστης βιώνει αισθήματα, τα οποία έρχονται στην επιφάνεια ενώ ήδη έχει ξεχάσει τις επιδράσεις, που τα έχουν προκαλέσει. «Μαθαίνει» για συναισθήματα πριν μάθει για έννοιες και εναρμονίζεται με συγκεκριμένες καθολικές αντιδράσεις συμπάθειας ή αντιπάθειας, υιοθετώντας ή απορρίπτοντας θέσεις κατευθυνόμενες από λέξεις, πριν ακόμα μάθει το συμβολισμό τους. Οταν ανακαλύψει τη σχέση μεταξύ των λέξεων και των πραγμάτων, που αντιπροσωπεύουν, ενδεχόμενα μεταφέρει τις αντιδράσεις που οι λέξεις προκάλεσαν στο αντικείμενο το οποίο αυτές συμβολίζουν.

Ενώ όμως οι δραματικές ειδήσεις συγκεντρώνουν συνήθως την σοβαρή προσοχή των αναγνωστών, με την προϋπόθεση ότι περιέχουν και στοιχεία ρεαλισμού

**Οταν δραματικά συμβάντα εμπλέκουν πραγματικούς ανθρώπους -αυτούς τους ανθρώπους που αισθάνονται, υποφέρουν, σκέπτονται και πεθαίνουν- δημιουργείται μια απ' ευθείας συνάφεια της ανθρώπινης ευαισθησίας με το αναγνωστικό Κοινό. Δεδομένου ότι οι συγγραφείς των ιστοριών αγωνίζονται να δημιουργήσουν τέτοιες συνάφειες μέσα από λέξεις και φανταστικές ενέργειες, οι ειδήσεις γενικεύουν αυτές με έναν στερεότυπο τρόπο απλά με την συγγραφή-περιγραφή δραματικών αποσπασμάτων από την πραγματική ζωή.**

**Στον κόσμο του πολιτικού δράματος-αφήγησης η παρουσίαση μετρά περισσότερο από την επιτυχία αναφορικά με το Κοινό.**

Παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση του προέδρου Reagan, που παρά την δραματική -για τον αμερικανό- οικονομική αποτυχία του τα δύο πρώτα χρόνια της προεδρίας του, αργότερα κέρδισε μεγάλη λαϊκή υποστήριξη για την σοβαρότητα και την καλή πρόθεση που επέδειξε [130]

Από την έρευνα, που πραγματοποιήθηκε στα δημοσιεύματα της ε/φ New York Times βρέθηκε ότι τα μηνύματα, που στέλλονται προς στους αναγνώστες της την περίοδο 1991-94, δεν έχουν ως στόχο μόνο την διοχέτευση πληροφοριών με την απλή

παράθεση των γεγονότων αλλά κυρίως στοχεύουν στην συναισθηματική φόρτιση του αναγνωστικού Κοινού με ποσοστά καταμέτρησης 42.1% και 57.9% αντίστοιχα.

**Απλή Παράθεση Ειδήσεων/ Παράθεση με Συναίσθημα. Πίνακας Νο 17**

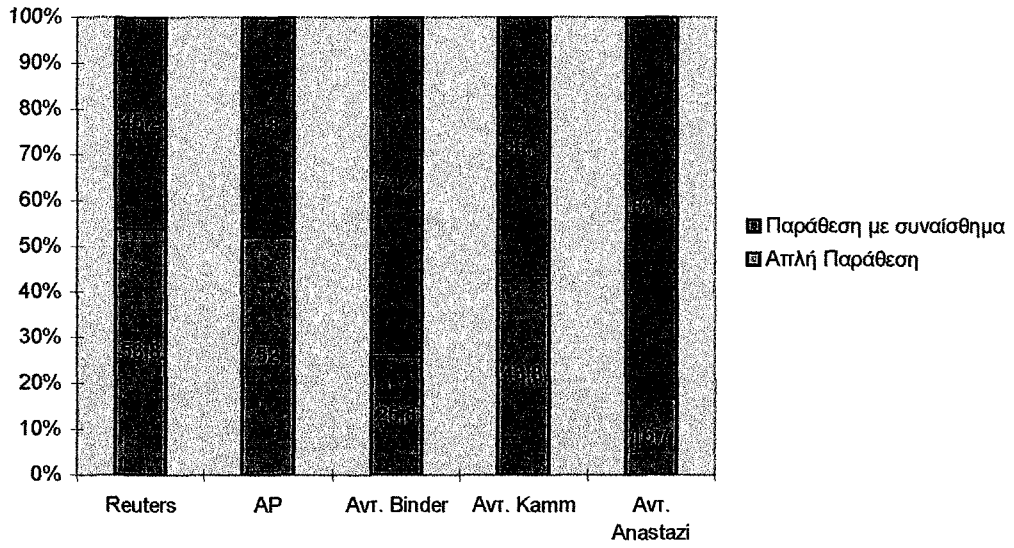
| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| **Απλή Παράθεση** | 1 | 59 | 41,8 | 42,1 | **42,1** |
| **Παράθεση-Συναίσθημα** | 2 | 81 | 57,4 | 57,9 | **100,0** |
| | | 1 | ,7 | | **Missing** |
| | | | | | |
| | **Total** | **141** | **100,0** | **100,0** | |

Valid cases: 140 Missing cases: 1

**Τρόπος Παράθεσης ανά Ανταποκριτή. Πίνακας Νο 18**

| | Απλή Παράθεση | Παράθεση με συναίσθημα |
|---|---|---|
| **Reuters** | 53,8 | 46,2 |
| **AP** | 52,0 | 48,0 |
| **Αντ. Binder** | 25,8 | 74,2 |
| **Αντ. Kamm** | 43,8 | 56,3 |
| **Αντ. Anastasi** | 16,7 | 83,3 |

Το 53, 8% των άρθρων που έχει παρουσιάσει το πρακτορείο Reuters παρατίθεται με στόχο την ενημέρωση των αναγνωστών, ενώ το 46,2% παρατίθεται με στόχο την συναισθηματική φόρτιση. Ερμηνεία παρομοίως δίδεται και για τους υπόλοιπους ανταποκριτές.

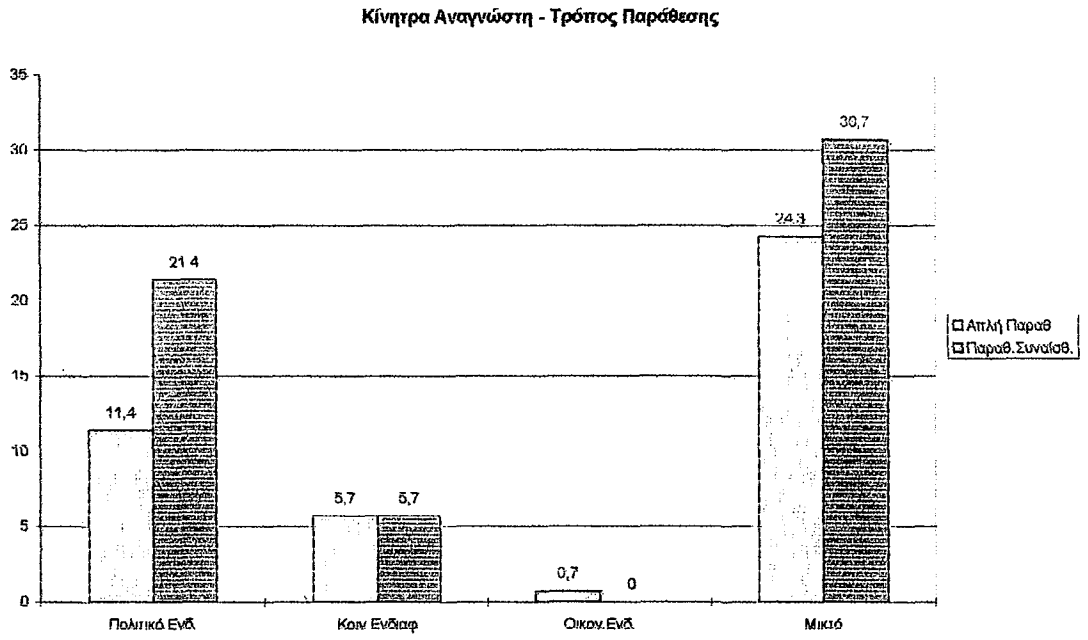



Το γράφημα παρουσιάζει τα υψηλά ποσοστά παράθεσης των ειδήσεων με συναίσθημα κατά ανταποκριτή.

**Παρουσίαση της είδησης με / χωρίς συναίσθημα. Πίνακας No 19**

| MOTIVES | Απλή Παράθεση | Παράθεση Συναίσθημα | Row Total % |
|---|---|---|---|
| Πολιτικό Ενδιαφέρον | 34 | 12 | 46<br>32,9 |
| Κοινωνικό Ενδιαφέρον | 8 | 8 | 16<br>11,4 |
| Οικονομικό Ενδιαφέρον | 1 | | 1<br>0,7 |
| Μικτό | 37 | 40 | 77<br>55,0 |
| **Column** | **80**<br>**57,1** | **60**<br>**42,9** | **140**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: 1




Το γράφημα παρουσιάζει το ρόλο των κινήτρων στην απλή ή συναισθηματική παράθεση της είδησης.

## Συναισθηματικές Επιδράσεις. Πίνακας Νο 20

| Value Label | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|
| **Ανησυχία** | 84 | 59,6 | 59,6 | 59,6 |
| **Εφησυχασμός** | 39 | 27,7 | 27,7 | 87,2 |
| **Ουδετερότητα** | 17 | 12,1 | 12,1 | 99,3 |
| | 1 | ,7 | ,7 | 100,0 |
| **Total** | 141 | 100,0 | 100,0 | |

Valid cases 141 Missing cases 0

**Σε ποσοστό 59.6% μεταδίδεται μια έκδηλη ανησυχία** για όσα καθημερινά λαμβάνουν χώρα στο αλβανικό κράτος, μια βαθιά ανησυχία για τη διαδικασία μετάβασης στη δημοκρατική οδό της νομιμότητας, για την βελτίωση των πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών εκεί. **Το 27.7% προσφέρει μια εναλλαγή, ένα κλίμα εφησυχασμού κάποτε-κάποτε, όταν κάποια πρωτοβουλία ανατρέπει το δυσοίωνο κλίμα**, όταν κάποιες πολιτικές προσπάθειες επιδοκιμάζονται και συναντούν την αποδοχή των Times και αυτών, που εκφράζει-αντιπροσωπεύει.

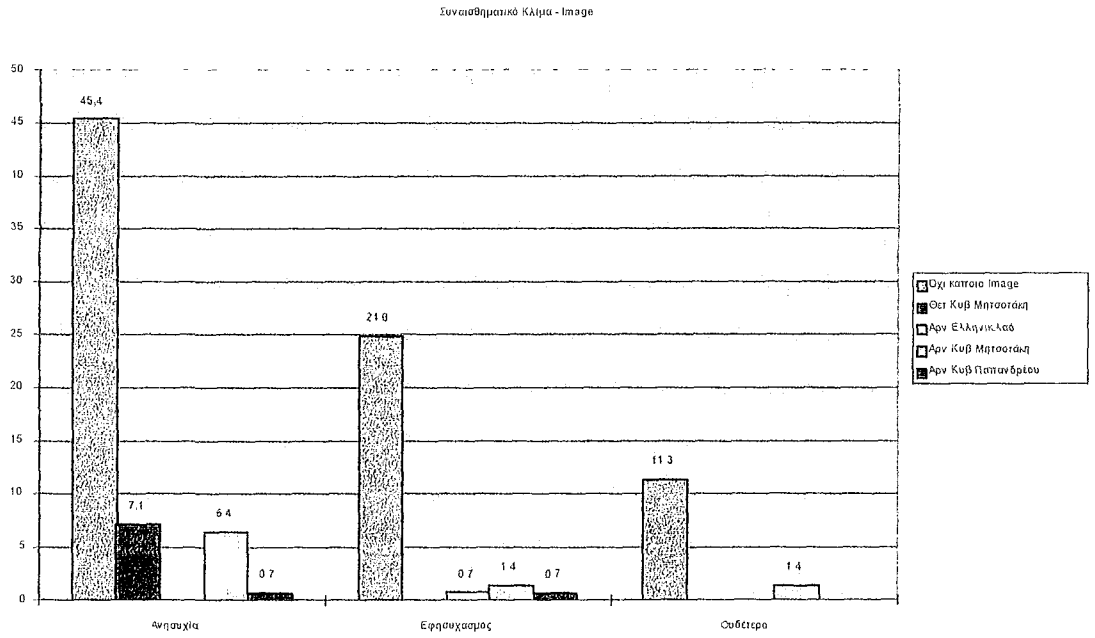
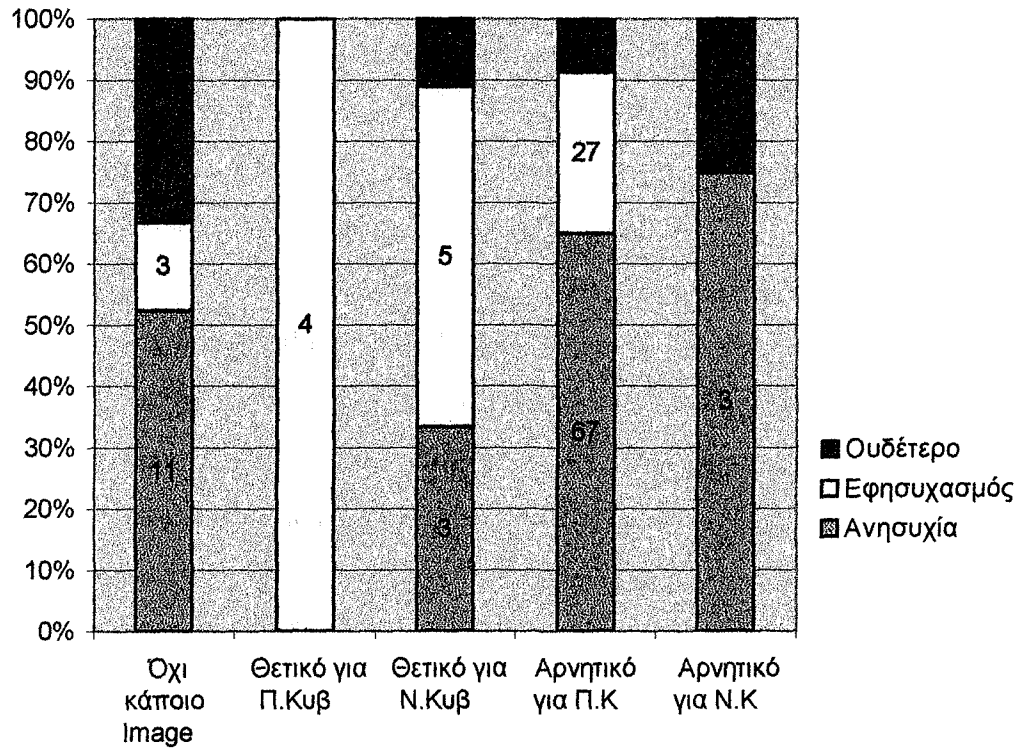


**Image - Συναισθηματικό Κλίμα για την Αλβανία. Πίνακας Νο 21**

| | **Ανησυχία** | **Εφησυχασμός** | **Ουδέτερο** | **Row Total** |
|---|---|---|---|---|
| Όχι κάποιο Image | 11 | 3 | 7 | 21<br>14,9 |
| Θετικό για Π.Κυβ | | 4 | | 4<br>2,8 |
| Θετικό για Ν.Κυβ | 3 | 5 | 1 | 9<br>6,4 |
| Αρνητικό για Π.Κ | 67 | 27 | 9 | 103<br>73,0 |
| Αρνητικό για Ν.Κ | 3 | | 1 | 4<br>2,8 |
| **Column Total** | **84**<br>**59,6** | **39**<br>**27,7** | **18**<br>**12,8** | **141**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: *0*




Το κλίμα ανησυχίας, που διαμορφώνεται, είναι αποτέλεσμα των αναφορών στην κομουνιστική παλαιά κυβέρνηση (Π.Κ.) της Αλβανίας και στις συνέπειες του ολοκληρωτικού τρόπου διακυβέρνησης της Χώρας. Κλίμα αναστρέψιμο-εφησυχασμού .

## 6. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ: «ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΣ»

- *ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ-ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ*

Οι δημοσιογράφοι προέρχονται από διάφορα κοινωνικά και οικονομικά στρώματα και δεν είναι «άτρωτοι» στις επιρροές.

Είναι αλήθεια, ότι ο κλάδος των δημοσιογράφων στις ΗΠΑ έχει καταστεί ένα επάγγελμα, πού έλκει πολλούς από τους νέους, μια εποχή που η κοινωνία τους έχει μεγάλα ποσοστά ηλικιωμένων. Η εισροή νέων ταλέντων στους χώρους της ενημέρωσης έχει διαφοροποιηθεί αφού σε σχέση με το παρελθόν το συγκεκριμένο επάγγελμα έχει τύχει σεβασμού και εκτίμησης, την οποία επέβαλαν οι μεγάλοι, εύποροι επιχειρηματίες των ΜΜΕ.

Οι ισχυρές καθημερινές ε/φ των αστικών κέντρων απασχολούν δημοσιογράφους εξειδικευμένους σε διάφορους τομείς: όπως της εκπαίδευσης, της πολιτικής και της οικονομίας, στους οποίους ανατίθενται καθορισμένο αντικείμενο δράσης μετά από γενικής απασχόλησης αντικείμενα.

**Ο δημοσιογράφος εκτός από την γενική και ειδική εκπαίδευση, που πρέπει να διαθέτει, είναι απαραίτητο να είναι κοινωνικός, αφού συναλλάσσεται με πολλούς και ποικίλους ανθρώπους και το κυριότερο να έχει την εμπειρία, που θα τον κατευθύνει και θα τον οδηγεί να επιδιώκει καθημερινή επιμόρφωση σε τομείς, που ο ίδιος θα κρίνει σημαντικούς.**

*«Οι δημοσιογράφοι είναι μορφωμένοι κατά τον έναν ή τον άλλο τρόπο και μαθαίνουν από πολύ νωρίς να σέβονται τους ανθρώπους όλων των βαθμίδων από απλούς πολιτικούς μέχρι ανώτατους εκπροσώπους της Washington χωρίς όμως να εμπιστεύονται απόλυτα τις διαβεβαιώσεις των τελευταίων ους και χωρίς να στέκουν μακριά από κόμματα και προτιμήσεις.»*[133]

Το επάγγελμα του δημοσιογράφου έχει εντυπωσιακά αναπτυχθεί στις ΗΠΑ την τελευταία εικοσαετία ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά τις γυναίκες εργαζόμενες. Νέοι επαγγελματίες καταλαμβάνουν επιτελικές θέσεις σε σχέση με τον παρελθόν και τα περισσότερα μέλη Ενώσεων θεωρούν τον ρόλο τους πλουραλιστικό μέσα στην κοινωνία, επιθυμούν λιγότερο να υποστηρίξουν αμφισβητούμενες πρακτικές και σκέπτονται τον ιδεατό ρόλο τους σε σχέση με την αμερικανική Κοινή Γνώμη και την επίδραση της στις αποφάσεις της αμερικανικής Κυβέρνησης

Οι εργαζόμενοι στον Τύπο, αν διαθέτουν ταλέντο και επιμονή, έχουν την ευκαιρία να κατακτήσουν τα ανώτερα επίπεδα αντικειμένου εργασίας και αμοιβής. Ανδρες και γυναίκες δημοσιογράφοι ανταγωνίζονται μεταξύ τους σε μόρφωση για την κατάκτηση ισχυρής επαγγελματικής θέσης. Οσοι απασχολούνται στο τμήμα σύνταξης (editorial) επιβάλλεται εκτός των άλλων να διαθέτουν και περιέργεια, να δείχνουν συμπάθεια για τους συνεργάτες τους, να γνωρίζουν άριστα την αγγλική γλώσσα, να έχουν ενδιαφέρον για τα κυβερνητικά προγράμματα και την υλοποίηση τους, να επιθυμούν διερεύνηση για «ό,τι συμβαίνει και γιατί», να δείχνουν σεβασμό για την ακρίβεια της περιγραφής των γεγονότων, να διαθέτουν το ταλέντο της επικοινωνίας.

**Οι αμερικανοί δημοσιογράφοι είναι υψηλού επιπέδου μόρφωσης σε σχέση με το παρελθόν, φανατικότεροι χρήστες άλλων μέσων ενημέρωσης σε σύγκριση με το ευρύτερο Κοινό.**

Στη δεκαετία το '70 σχεδόν τα 3/5 όλων των αμερικανών δημοσιογράφων είναι απόφοιτοι πανεπιστημίων και το 34% από αυτούς σπουδάζει ενώ στη δεκαετία του '80 σχεδόν τα 3/4 από όλους τους αμερικανούς δημοσιογράφους έχουν ολοκληρώσει ανάλογες πανεπιστημιακές σπουδές και το 40% από αυτούς σπουδάζει αποκλειστικά στον κλάδο αυτό.[134]

Στη διάρκεια αυτής της δεκαετίας παρατηρείται μια αύξηση του ποσοστού των πανεπιστημιακής εκπαίδευσης διπλωματούχων αμερικανών δημοσιογράφων. Στα τέλη του 1982 τα 304 σχολεία των ΗΠΑ διαθέτουν προγράμματα δημοσιογραφίας και από αυτά τα 216 (συμμετείχαν σε συγκεκριμένη ετήσια έρευνα του Peterson), δηλώνουν εγγεγραμμένα μέλη στον τομέα των επικοινωνιών με 91.016 δημοσιογράφους. Ο Peterson βρίσκει ότι οι 25.290 φοιτητές από τα 54 σχολεία και τμήματα δημοσιογραφίας αποτελούν τους μελλοντικούς επαγγελματίες δημοσιογράφους με το 11% από όλους τους τομείς της δημοσιογραφίας να ενδιαφέρεται για τις ε\φ, το 18% για τις δημόσιες σχέσεις και το 16% για την διαφήμιση.[135]

**Ποσοστά Δημοσιογράφων κατά Ηλικία**

| Age | 1971 επί % | 1982-83 επί % |
|---|---|---|
| 20-24 | 11.3 | 1.7 |
| 25-34 | 33.3 | 44.9 |
| 35-44 | 22.2 | 21.0 |
| 45-54 | 18.8 | 10.9 |
| 55-64 | 11.3 | 14.1 |
| Middle Age | 36.5 | 32.4 |

Πηγή: «The American Journalist», A Portrait of U.S. News People and their Work, David H. Weaver, G. Cleveland Wilhoil, 1986.

Ο πίνακας δείχνει την εντυπωσιακή αύξηση στις αναλογίες των δημοσιογράφων, που είναι τελειόφοιτοι πανεπιστημίων, γεγονός που δεν συνέβαινε πριν από το 1982-83. Αυτή η αύξηση ποσοστών είναι σημαντική στις ηλικίες μεταξύ τριάντα πέντε έως σαράντα τεσσάρων ετών ιδιαίτερα αυτών που βρίσκονται στην ηλικία κάτω των τριάντα πέντε ετών Το σύνολο δε των δημοσιογράφων συγκρινόμενο με το σύνολο του γενικού πληθυσμού δείχνει ότι οι δημοσιογράφοι τείνουν περισσότερο να φοιτούν σε πανεπιστήμια συγκριτικά με τα μέλη του γενικού πληθυσμού.

**Απορρόφηση Δημοσιογράφων αποφοίτων πανεπιστημιακής εκπαίδευσης Από τα ΜΜΕ. Συγκριτικά Στοιχεία δύο χρονικών περιόδων.**

| | Απρίλιος 1971 | Νοέμβριος 1982 |
|---|---|---|
| Καθημ/νές ε/φ* Daily Newspapers | 55 .8% | 46 1% |
| Εβδομαδιαίες Weekly | 16. 5% | 20.5% |
| Περιοδικά ειδήσεων News Magazines | 2. 7% | 1 1% |
| Σύνολο έντυπων ΜΜΕ Total Print Media | 75.1 | 67.1 |
| | | |
| Σύνολο Ηλεκτ/κών. ΜΜΕ Total Broadcast | 20.2 | 31.1 |
| Πρακτορεία News Services | 4.7 | 1.2 |

Πηγή: «The American Journalist», A Portrait of U.S. News People and their Work, David H. Weaver, G. Cleveland Wilhoil, 1986.

Ο πίνακας παρουσιάζει τις διαφορές που υπάρχουν στους ποικίλους οργανισμούς ειδήσεων αναφορικά με την απορρόφηση δημοσιογράφων αποφοίτων πανεπιστημιακής εκπαίδευσης.

**Χαρακτηριστικό των ΗΠΑ είναι ότι το κύριο σώμα των δημοσιογράφων με αποκλειστική απασχόληση παραμένει ακόμα συγκεντρωμένο στα έντυπα ΜΜΕ και ιδιαίτερα στις καθημερινές ε/φ, που φαίνεται να παίζουν και τον κυριαρχο ρόλο στην ενημέρωση της αμερικανικής Κοινής Γνώμης. Μέσα από τον έντυπα επικρατούν εκείνοι οι δημοσιογράφοι που έχουν μακρά πείρα και παράδοση, τους οποίους απορροφούν οι μεγάλες ε/φ με κύρος (prestige), όπως τις ε/φ The New York Times, The Wall Street Journal, Washington Post....**

**Δημοσιογράφοι αποκλειστικής απασχόλησης στη σύνταξη ειδήσεων των αμερικανικών ΜΜΕ κατά περιοχή**

| Πληθυσμός/περιοχή Region Populat. | Δημοσιογ/φοι Journalists 1971 | Δημοσιογ/φοι Journalists΄82-83 | Σύνολο Πληθυσμού Total Populat. | Σύνολο Total |
|---|---|---|---|---|
| Νέα Αγγλία N. England | 7.5 % | 9.7 % | 5.8 % | 5.4 % |
| Middle Atlantic | 28.8 | 11.2 | 18.3 | 16.1 |
| Νοτιο/ανατολικό κέντρο East North Cent. | 15.3 | 19.2 | 19.8 | 18.2 |
| Νότος South | 24.7 | 32.9 | 30.9 | 33.5 |
| Βορειοανατολικά * Northeast | 36.3 | 20.9 | 24.1 | 21.5 |
| Βορειοκεντρικά* North Central | 22.7 | 30.7 | 27.8 | 25.7 |
| | | | | |
| Δυτικά West | 16.3 | 15.6 | 17.2 | 19.3 |

Πηγή: «The American Journalist», A Portrait of U.S News People and their Work, David H Weaver, G. Cleveland Wilhoil, 1986.

Τα στοιχεία του πίνακα δείχνουν τα ποσοστά αύξησης των εργαζομένων αποφοίτων κολεγίων δημοσιογράφων κατά γεωγραφικές περιοχές των ΗΠΑ από το 1971 μέχρι το

1983 σε σχέση με όλο τον πληθυσμό (μεγαλύτερη αύξηση στις περιοχές της Νέας Αγγλίας και στις Δυτικές περιοχές).

Η εκπαίδευση των αμερικανών δημοσιογράφων δεν έχει επιδράσει όμοια σε όλα τα ΜΜΕ της χώρας. Το επάγγελμα του δημοσιογράφου σύμφωνα με την μελέτη του Johnstone είναι ένας εργασιακός τομέας με περισσότερη συμμετοχή στα μεγάλα media των βορειοδυτικών περιοχών σε σχέση με τους άλλους οργανισμούς ΜΜΕ ολοκλήρου της Χώρας.[136]

**Διανομή των δημοσιογράφων κατά περιοχή και ΜΜΕ 1982-83**

| | Βορειοκεντρικά Northcentral | Βορειοαν/λικά Northeast |
|---|---|---|
| Καθημ/νές ε/φ | 26.8 % | 23.5% |
| Περιοδικά | 71.4 % | 4.8% |
| πρακτορεία | 29.8% | 27.7% |
| τηλεόραση | 5.8 % | 40.3% |

Πηγή· «The American Journalist», A Portrait of U.S. News People and their Work, David H. Weaver, G Cleveland Wilhoil, 1986.

Μεγαλύτερο ποσοστό, 26.8 %, καθημερινές εφημερίδες στις κεντρικές περιοχές του Βορρά και στις βορειοκεντρικές 23.5% .

Από την συγκεκριμένη έρευνα φαίνεται ότι οι δημοσιογράφοι προέρχονται από εδραιωμένους και κυρίαρχους πολιτισμούς σαν groups της κοινωνίας. Από το 1971 υποστηρίζεται ότι σε κάθε είδους κοινωνία, αυτοί που κατέχουν τα ΜΜΕ προέρχονται από το ίδιο κοινωνικό επίπεδο, εκείνο που έχει τον έλεγχο του οικονομικού και πολιτικού συστήματος. Οι δημοσιογράφοι είναι ένα "ιστορικό" επάγγελμα, το οποίο έχει δυνατή την αίσθηση της «ταυτότητας» και της «συνέχειας».

**Εθνικά χαρακτηριστικά των αμερικανών δημοσιογράφων σε σχέση με τον πληθυσμό.**

| Εθνότητα | Δημοσ/φοι Journalists 1971 | Δημοσ/φοι Journalists 1982-83 | Ολος ο πληθυσμός Total Population | Ολος ο πληθυσμός Total Population |
|---|---|---|---|---|
| Μαύροι Black | 3.9 % | 2.9% | 11.1% | 11.8% |
| Ισπανοί Hispanic | 1.1% | 0.6% | 4.4% | 6.5% |
| Ιάπωνες, Κινέζοι Japan. Chinese | not reported | 0 4% | 0.5% | 0.7% |
| *Εβραίοι Jewish | 6.4% | 5.8% | 2.6% | 2.6% |
| Αλλοι Other | 89.7% | 90.3 % | 81.4% | 78.4 % |

Πηγή «The American Journalist», A Portrait of U.S. News People and their Work, David H Weaver, G Cleveland Wilhoil, 1986.

**Φύλο αμερικανών Δημοσιογράφων**

Πλήρους απασχόλησης (Fulltime) 20 και άνω

| | Δημ/φοι Journalists 1971 | 1982-83 | 1971 | 1981 |
|---|---|---|---|---|
| *Ανδρες Male | 79.7 % | 6.2 % | 66 4 % | 57.5 % |
| Γυναίκες Female | 20.3 | 33.8 | 33 6 | 42.5 |

Πηγή. «The American Journalist», A Portrait of U S. News People and their Work, David H. Weaver, G. Cleveland Wilhoil, 1986

Περισσότερο οι άνδρες προτιμούν να εργάζονται ως δημοσιογράφοι.

**Αντιπροσώπευση γυναικών δημ/γράφων κατά ηλικία σε σχέση με την εργασιακή ηλικία.**

| Ηλικία Age | Δημ/φοι Journalists σε% 1971 | Δημοσ/φοι Journalists 1982-83 | Γενική εργασία Total labor | Γενική εργασία Total Labor |
|---|---|---|---|---|
| | | | Δυναμικό Force 1970 | Δυναμικό Force 1981 |
| 25-34 | 17.9 | 35.1 | 32.3 | 42.5 |
| 35-44 | 15.5 | 28.6 | 35.6 | 42.6 |
| 45-54 | 22.5 | 33.0 | 38.4 | 41.8 |
| 55-64 | 25.5 | 24.7 | 36.8 | 40.1 |
| 62 and older | 9.1 | 31.2 | 32.8 | 38.7 |

Πηγή: «The American Journalist», A Portrait of U.S. News People and their Work, David H. Weaver, G. Cleveland Wilhoil, 1986.

**Αντιπροσώπευση γυναικών Δημοσιογράφων κατά ΜΜΕ**

| | 1971 σε % | 1982-83 | case base 1971 | 1982-83 |
|---|---|---|---|---|
| Καθημερινές ε/φ Daily News/pers | 22.4 | 34 4 | 920 | 462 |
| Εβδ/αίες Weekly | 27.1 | 42 1 | 78 | 183 |
| Περιοδικά News Magazine | 30.4 | 31.7 | 33 | 63 |
| Πρακτορεία Wire Services | 13.4 | 19.1 | 46 | 47 |
| Τηλεόραση | 10.7 | 33.1 | 162 | 121 |
| ΡαδιόφωνοRadio | 4.8 | 26.3 | 89 | 118 |

Πηγή. «The American Journalist», A Portrait of U.S News People and their Work, David H Weaver, G Cleveland Wilhoil, 1986.

Αμφότεροι άνδρες και γυναίκες δεν διαφέρουν σημαντικά στην μόρφωση, φυλή, θρησκεία και την προτίμηση τους για συγκεκριμένο πολιτικό κόμμα.

Η έμφαση στην επιστράτευση δημοσιογράφων για εργασία από αντίστοιχες σχολές δημοσιογραφίας ή επικοινωνίας, λειτουργεί κατά μεγάλο μέρος σε βάρος των αποφοίτων από τους κλάδους της ιστορίας, πολιτικής επιστήμης, αγγλικής γλώσσας και άλλων, όπως έδειξε η έρευνα του Johnstone.

**Οι αμερικανοί δημοσιογράφοι είναι πανεπιστημιακής εκπαίδευσης αμείβονται καλλίτερα από τους κρατικούς λειτουργούς. Εξαιτίας δε του ισχυρού επαγγελματικού τους status ο χώρος δράσης τους έχει προσελκύσει έναν σημαντικό αριθμό ανθρώπων πνευματικά ισχυρών, κοινωνικά ευαισθητοποιημένων και επαγγελματικά ανεξάρτητων, με κανόνες και υψηλά standards παραγωγής έργου προσώπων, που παραμένουν όμως υποστηρικτές των φορέων εξουσίας και έχουν αναφορές σε μεγάλο αριθμό στερεότυπων σε σχέση με τις ηγετικές πολιτικές φυσιογνωμίες της χώρας όσο και άλλες ισχυρές προσωπικότητες.**[137]

- *ΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ*

Η πολιτική κατάτμηση, που μερικοί παρατηρούν μεταξύ των δημοσιογράφων και της ευρύτερης κοινωνίας δεν φαίνεται να είναι τόσο σημαντική, όση οι κριτικοί συντηρούν.

Η έρευνα έχει δείξει μια αξιόλογη στροφή των δημοσιογράφων προς το Κέντρο των πολιτικών απόψεων, κάτι που όμως δεν είναι πάντοτε αμετάβλητο. Οσοι εργάζονται στα επώνυμα ΜΜΕ θέλουν να φαίνεται περισσότερο ότι στρέφονται αριστερότερα από το Κέντρο σε σχέση με αυτό, που δείχνει η δημοτικότητα τους Οι αμερικανοί δημοσιογράφοι έχουν χαρακτηριστεί περισσότερο κοινωνικοί, νεωτεριστές προς τα αριστερά παρά προς τα δεξιά στην πολιτική κλίμακα.

**Οι Lichter και Rothman στην έρευνα τους βρήκαν, ότι μεταξύ της elite των δημοσιογράφων το 54% τοποθετεί τον εαυτό του προς τα αριστερά του κέντρου της πολιτικής κλίμακας, σε σχέση με το 19% που τοποθετείται προς τα δεξιά.**[138]

Το χρονικό διάστημα 1982-83 η τάση των δημοσιογράφων έδειξε ότι βρίσκονται στο Κέντρο της πολιτικής κλίμακας σε σχέση με τους δημοσιογράφους που μελετήθηκαν το 1971 από τον Johnstone και τους συνεργάτες του. Επίσης το 1982-83 η ίδια αναλογία των δημοσιογράφων, όπως φάνηκε και το 1971 έχει την τάση να βρίσκεται προς τα αριστερά (κάτι που συνέβη στις ΗΠΑ και με τον ενήλικο πληθυσμό το 1982 σύμφωνα με την έρευνα του Gallup). Το συμπέρασμα του είναι ότι οι αμερικανοί δημοσιογράφοι ως σύνολο τοποθετούν τους εαυτούς τους λιγότερο προς την πλευρά των συντηρητικών και περισσότερο προς την πλευρά του Κέντρου, όπου βρίσκονται οι αμερικανοί ενήλικες, σε αντίθεση όμως με την θέση των Lichter και Rothman, που υποστηρίζουν ότι το 54% της elite ισχυρίζεται ότι ανήκει στην πλευρά της αριστεράς προς το Κέντρο. Οι εργαζόμενοι δημοσιογράφοι σε διακεκριμένους οργανισμούς

ειδήσεων -οι περισσότεροι των οποίων βρίσκονται στις βορειοανατολικές Πολιτείες των ΗΠΑ -κατά μεγαλύτερη αναλογία τοποθετούν τους εαυτούς τους πολιτικά αριστερά προς το κέντρο και σε μικρότερη αριστερότερα.

**Ο Johnstone βρήκε πως ενώ οι manangers μη επώνυμων οργανισμών ειδήσεων επιμένουν ότι είναι πολιτικά συντηρητικοί οι περισσότεροι υφιστάμενοι τους και το λοιπό προσωπικό αμφοτέρων επωνύμων και μη επωνύμων θέλουν να τοποθετούνται στο Κέντρο της πολιτικής κλίμακας (λιγότεροι από το 30% περίπου).**[139]

**Αναφορικά με τις πολιτικές κατευθύνσεις των δημοσιογράφων ο Badgikian θεωρεί ότι οι διαφορές μεταξύ των επωνύμων και μη οργανισμών ειδήσεων είναι μικρότερες απ' ότι βρήκε ο Johnstone το 1971 και υπάρχει εντυπωσιακή στροφή από αριστερά προς το Κέντρο ιδιαίτερα των πλέων επωνύμων οργανισμών ειδήσεων.**

Στην τοποθέτηση του Johnstone και των συνεργατών του (1971) ότι οι αμερικανοί δημοσιογράφοι είναι υποστηρικτές των Δημοκρατικών ή των Ανεξάρτητων, ο Badgikian δηλώνει ότι το 1982-83 βρίσκει τα ίδια στοιχεία αλλά με μεγαλύτερη κλίση σε ποσοστό 7% από τους Δημοκρατικούς προς τους Ανεξάρτητους καθώς και διαπιστώνει ότι **λιγότεροι δημοσιογράφοι σε σχέση με το Γενικό αμερικανικό Κοινό είναι Δημοκρατικοί ή Ανεξάρτητοι.**

**Εάν θέλουμε να κάνουμε συγκρίσεις με τον αμερικανικό ενήλικα πληθυσμό οι μόνοι δημοσιογράφοι που ενδεχόμενα είναι Δημοκρατικοί είναι το προσωπικό των εργαζομένων στα επώνυμα ΜΜΕ των βόρειο-ανατολικών περιοχών και από αυτούς μόνο το 6% είναι περισσότερο Δημοκρατικοί από ότι το αμερικανικό Κοινό.**[140]

Η έρευνα των David Weaver και Cleveland Wilhoit, το 1983 έδειξε ότι σε εθνικό επίπεδο *οι αμερικανοί δημοσιογράφοι αντιπροσωπεύουν τέσσερα σημεία της πολιτικής σφαίρας από το ποιο αριστερό μέχρι το ποιο δεξιό. Επίσης το μισό δείγμα από αυτούς που απαντούν στην έρευνα (57%), τοποθέτησαν τους εαυτούς τους στο Κέντρο.*

*Στην έρευνα Lichter, Rothman και Lichter, το 1986, βρέθηκε ότι περίπου το μισό των δημοσιογράφων έχουν κλίση προς το κέντρο ή την Δεξιά με δείγμα από τις πλέον γνωστές αμερικανικές ε/φ, τους New York Times και Washington Post.»*[141]

Για την πολιτική χροιά των ε/φ ο εκδότη της ε/φ «Daily Oklahoma Edward L. Gaylord, το 1983 επιμένει:

*«Υπάρχει μια απίμωση στο σύστημα των εταιριών. Οι New York Times και η Washington Post είναι αριστερών αποκλίσεων, αντιδραστικές ε/φ προπαγάνδας. Οι δημοσιογράφοι των ανατολικών περιοχών, που δεν ενδιαφέρονται για τον πατριωτισμό και θα τους αποκαλούσα προδότες, θέλουν να αναλάβουν την εξουσία της Χώρας».*[142]

- *ΘΡΗΣΚΕΙΑ*

Αναφορικά με την θρησκεία, οι αμερικανοί δημοσιογράφοι δεν φαίνεται να αντιπροσωπεύουν παρά ότι η πλειονότητα της αμερικανικής κοινωνίας δείχνει.

**Μεταξύ των εθνικών και των θρησκευτικών ομάδων οι δημοσιογράφοι αντιπροσωπεύουν τις πλέον κυριαρχες στην κοινωνία τους. Παλαιότερες έρευνες έδειχναν ότι οι μισοί από τους ερωτηθέντες δεν έχουν θρησκευτική βάση.**

**Το 14% από αυτούς είναι Εβραίοι και το 23% ανήκει σε εβραϊκή οικογένεια και μόνο το 20% ορίζεται ως Διαμαρτυρόμενοι, το 12% ως Καθολικοί ανάμεσα σε 95% λευκούς και 79% άρρενες.**

**Οι περισσότεροι από τους αμερικανούς δημοσιογράφους είναι Διαμαρτυρόμενοι και Καθολικοί. (έρευνα Lichter και Rothman).** [143].

Από την έρευνα των Lichter και Rothman στις ε/φ New York Times, Washington Post και Wall Street Journal και άλλα σημαντικά εβδομαδιαία περιοδικά και τρεις τηλεοπτικούς σταθμούς, διαμορφώνεται ο ακόλουθος πίνακας.

**Θρησκευτική βάση των αμερικανών δημοσιογράφων**

| **Θρησκευτικές Πεποιθήσεις Religious** | **Δημοσιογράφοι Journalists** | **Δημοσιογράφοι Journalists** | **Αμερικανοί Ενήλικες U.S. Adults** | **Αμερικανοί ενήλικες U.S Adults Πληθυσμός Population** |
|---|---|---|---|---|
| | **1971** | **1982-83** | **1974** | **1981** |
| **Διαμαρτ/μενοί Protestants** | 61.5 % | 60.5 % | 60 % | 59 % |
| **Καθολικοί Catholic** | 24.5 | 26.9 | 27 | 28 |
| **Εβραίοι Jewish** | 6.4 | 5.8 | 2 | 2 |
| **Αλλοι Other or None** | 7.7 | 6.8 | 11 | 11 |

* Πηγή «The American Journalist», A Portrait of U.S. News People and their Work, David H. Weaver, G Cleveland Wilhoil, 1986.

- *ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ*

Αναφορικά με την επίδραση της νέας τεχνολογίας στην διαδικασία συλλογής και παρουσίασης των ειδήσεων σχετική έρευνα δείχνει ότι όσοι δημοσιογράφοι εργάζονται σε μεγάλα συγκροτήματα γενικά έχουν την τάση να χρησιμοποιούν την τεχνολογία ιδιαίτερα οι νεαρότεροι εξ αυτών απόφοιτοι πανεπιστημίων, που θεωρούν ότι τα σύγχρονα μέσα βελτιώνουν την ποιότητα της δουλειάς τους

Οι δημοσιογράφοι των καθημερινών ε/φ και πρακτορείων ειδήσεων πιστεύουν ότι με την νέα τεχνολογία κερδίζουν χρόνο, ενώ οι ηλικιωμένοι εκδότες έχουν την άποψη ότι η χρήση σύγχρονων μέσων τους κλέβει χρόνο και παράλληλα αυξάνει την εργασία τους και επιδρά σε βάρος της ποιότητας της Υπάρχουν κάποιες διαφορές μεταξύ των reporters, των διευθυντών έκδοσης με τους εργαζόμενους στον Τύπο και τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ εξαιτίας της άμεσης επίδρασης της τεχνολογίας στην καθημερινή τους εργασία. Η χρήση computers και συναφών μέσων τεχνολογίας, έχει παρατηρηθεί ως φθίνουσα τάση στους διακεκριμένους δημοσιογράφους, που αρνούνται να εξαρτηθούν από αυτά διατηρώντας περιθώρια ελευθερίας και ρίχνοντας το βάρος στην έμφαση των περιγραφών τους

Ο Hess δηλώνει σχετικά «*πως η νέα τεχνολογία είναι υπεύθυνη για μια επανάσταση στην μετάδοση ειδήσεων, στην επικοινωνία. Η δυνατότητα των ξένων ανταποκριτών να αποστέλλουν τα αντίγραφα τους μέσω δορυφόρου, τους οδήγησε να γράφουν*

***περισσότερο πολυάριθμες, περιληπτικές αναφορές σχετικά με επίκαιρα γεγονότα παρά εκτεταμένα, αναλυτικά κομμάτια, που είναι λιγότερο δεσμευμένα στον χρόνο, μια ανακάλυψη που δεν ωφελεί τους αναγνώστες άλλων χωρών, που ζητούν να καταλάβουν τι γίνεται στην πρωτεύουσα-κέντρο του έθνους μας».*** [144]

Το γεγονός όμως ότι ένας αριθμός αμερικανών δημοσιογράφων αντιλαμβάνεται ότι ίσως τα νέα τεχνολογικά μέσα βελτιώνουν την ποιότητα της δουλειάς τους και τους προσφέρουν περισσότερο χρόνο δεν σημαίνει ότι η επί μακρόν χρήση τους δεν αποκλείει την αλλοίωση της φύσης των μηνυμάτων, που δεν ωφελεί συνολικά την κοινωνία. [145]

- *ΕΠΙΡΡΟΕΣ*

Οι ειδήσεις που δημοσιεύονται στα φύλλα των ε/φ είναι προϊόντα επιρροών και πιέσεων κατά τη διάρκεια της διαμόρφωσης τους Οι ερευνητές με μια συγκριτική μελέτη μεταξύ Μ Βρετανίας, Γαλλίας και ΗΠΑ έδωσαν αρκετά στοιχεία για τους σημαντικούς παράγοντες, που επιδρούν στην διαδικασία παραγωγής ειδήσεων.

Ενα από τα στοιχεία της έρευνας δείχνει ότι- **οι δημοσιογράφοι των ΗΠΑ, σε σχέση με τους συναδέλφους των δύο άλλων χωρών, είναι περισσότερο εξαρτώμενοι και υπάκουοι σε ό,τι αφορά τις διεθνείς ειδήσεις. Οι δημοσιογράφοι κάτω από το φάσμα του ανταγωνισμού ανατρέχουν σε ειδήσεις, που προσφέρουν μοναδικές πηγές, που έχουν διάρκεια και βρίσκονται κάτω από τον έλεγχο του management**

Το γεγονός αυτό υποχρεώνει τις αλυσίδες των εκδοτικών επιχειρήσεων να προσφέρουν μια εξειδικευμένη εκπαίδευση των στελεχών με στόχο τον ανασχηματισμό των ειδήσεων (νέα κριτήρια, νέες επαγγελματικές αξίες) για την αύξηση των κερδών της επιχείρησης

**Σήμερα η δύναμη εξουσίας των επιχειρήσεων των ε/φ ασκείται περισσότερο διακριτικά σε σχέση με τα προηγούμενα εβδομήντα χρόνια. Κατά παράλληλο τρόπο διάφορα τεχνάσματα υποστηρίζουν ότι πρέπει να απαλείφονται οι ειδήσεις εκείνες, που έχουν ως ενδεχόμενο να δημιουργήσουν κάποια δυσαρέσκεια.** [146]

Οι περιπτώσεις σύγκρουσης μεταξύ ανεξάρτητης δημοσιογραφίας και αμερικανικών οικονομικών φορέων φαίνεται κάποτε ότι διαμορφώνεται αναπόφευκτα Η μόνη διαφορά που υπάρχει ίσως στην διένεξη αυτή είναι ότι έχει εμφανή και «νόμιμη» μορφή σε σχέση με το παρελθόν, αφού οι συγκεκριμένες αμερικανικές επιχειρήσεις κατέχουν στην ιδιοκτησία τους τα περισσότερα ΜΜΕ.

**Υποστηρίζεται ότι εντός του πλαισίου μέσα στο οποίο κινείται ο αμερικανικός Τύπος (αποτελείται από νόμους, πολιτισμό και τεχνολογία), τη βασική επιρροή στο έντυπο ασκεί ο ιδιοκτήτης και οι χρηματοδότες του με έναν επιδέξιο τρόπο management.** [147]

Ο εκδότης μιας ε/φ διαθέτει μεγάλη δύναμη. Αυτός προσλαμβάνει και απολύει τους δημοσιογράφους, θεωρείται ο υπεύθυνος για να δώσει εξηγήσεις σε επιχειρηματίες, κυβερνητικά στελέχη και άλλες προσωπικότητες, όταν κάποιο δημοσίευμα τους δυσαρεστεί.. Οταν μάλιστα πρόκειται για τον εκδότη ενός φύλλου με εθνική εμβέλεια, τότε η δύναμη του φαντάζει συμβολική και ουσιαστική. Αυτός αντιπροσωπεύει την τέταρτη εξουσία !

Το πρώτο βήμα για τον εκδότη είναι να βρίσκεται σε συνεχή επικοινωνία με τον υπεύθυνο σύνταξης, να διατηρεί στενή επαφή μαζί του καθώς και με τους δημοσιογράφους με τους οποίους για πρακτικούς λόγους διατηρεί φιλικές σχέσεις, προκειμένου να προβλέψει και να εμποδίσει τυχόν «ατίθασες» κινήσεις, που θα προκαλέσουν σύγκρουση στην κοινωνική ζωή. Ταυτόχρονα ο ίδιος θέλει να έχει την ευθύνη για όλες τις «αδεξιότητες» του εντύπου του

Παλαιότερα όταν ο εκδότης ή ο ιδιοκτήτης έλεγχαν το περιεχόμενο της ε/φ, αυτοί οι ίδιοι θεωρούντο και οι αποκλειστικά υπεύθυνοι για την αξιοπιστία των ειδήσεων που προσέφεραν. Στην εποχή μας όμως το βάρος της ευθύνης κατά μια άποψη έχει μετατοπιστεί και στον δημοσιογράφο. Η ε/φ δεν έχει τον μοναδικό έλεγχο πάνω στις αναλύσεις των syndicated columnists (ειδική συνεργασία) που καταλαμβάνουν ανάλογο χώρο για να αναλύσουν θέματα εθνικού ή διεθνούς ενδιαφέροντος αφού τα γεγονότα των ειδήσεων ανακαλύπτονται και περιγράφονται από τους δημοσιογράφους, οι οποίοι πολλές φορές είναι υποχρεωμένοι να δώσουν **ακτινοβολία** και **κύρος** ακόμα και σε θέματα περιορισμένου ενδιαφέροντος ελλείψει σοβαρών γεγονότων. **Είναι αυτοί που πρέπει να βρουν, να κατανοήσουν, να γράψουν και να μεταφέρουν στην Κοινή Γνώμη ειδήσεις και απόψεις.**

Η πρώτη δύναμη του δημοσιογράφου να ανακαλύπτει τις ειδήσεις συνδέεται με τα ταλέντα του και την αποτελεσματικότητα του Η δεύτερη δύναμη του συνδέεται με την επιλογή του, την πρόταση για δημοσίευση ενός θέματος. Επιλέγει το θέμα και αφήνει

την «τελική» απόφαση στον διευθυντή του, να το διαβάσει, να το αξιολογήσει, να το διορθώσει ή να το στείλει στο «καλάθι των αχρήστων».

**Τόσο ο managing editor όσο και οι λοιποί editors γνωρίζουν τον κάθε ένα από τους reporters και τους ανταποκριτές από κάθε άποψη εξαιτίας της διαχρονικής επαφής μαζί τους. Οι ίδιοι γνωρίζουν τις ιδιαιτερότητες τους στην επεξεργασία των ειδήσεων τις τυχόν προκαταλήψεις τους και τον τρόπο δουλειάς τους. Επίσης γνωρίζουν τις δυσκολίες που ο καθένας έχει να αντιμετωπίσει στην συλλογή και αποστολή ειδήσεων και στις καταστάσεις μέσα από τις οποίες αναδύονται οι υποθέσεις. Με τη σειρά τους οι δημοσιογράφοι αντιλαμβάνονται τα πλεονεκτήματα και τις δυνατότητες του συντάκτη, ο οποίος «διασκευάζει» την υπόθεση στο γραφείο.**

***«Οι New York Times [κάθε μέρα] μπορούν με το μεγάλο αριθμό στελεχών τους εύκολα να τυπώσουν ένα δεύτερο αντίτυπο ε/φ με άρθρα, τα οποία δεν εμφανίζονται στην κανονική πρωινή έκδοση.»***[148]

Σε μια επιτυχημένη, επικερδή, ισχυρή επιχείρηση οι εργαζόμενοι της στις ειδήσεις έχουν αρκετά κίνητρα για να ανταλλάξουν με αυτήν όσα προσφέρουν, οφέλη επαγγελματικής επιτυχίας αλλά και προσωπικής ικανοποίησης

*«Στην μεγαλύτερη πλειοψηφία των περιπτώσεων ο δημοσιογράφος εργάζεται σε συμφωνία με τις γνώσεις του εργοδότη του. Υπάρχει περιορισμένη δυνατότητα σύγκρουσης συμφερόντων στην εργασία του προσωπικού των ε/φ. Αρκετές είναι οι περιπτώσεις κάλυψης θεμάτων εξωτερικής πολιτικής από ανθρώπους του Τύπου, με βάση την προκατάληψη. Και ενώ αναμένεται οι δημοσιογράφοι και οι διευθυντές τους να αποφεύγουν πρακτικές, που οδηγούν σε συμβιβασμούς για την εντιμότητα της ε/φ, παρατηρείται εύνοια και συμπάθεια των ε/φ προς τις θέσεις των επιχειρηματιών και διαφημιζομένων και κάθε ε/φ διαμορφώνει τις δικές της πρακτικές για να 'διαστρεβλώνει τις ειδήσεις.»*[149]

Υπάρχει ένας αριθμός παραδοσιακών λειτουργιών που οι δημοσιογράφοι αγωνίζονται να συνδέσουν με τη στάση τους. Η θέση ότι μια από μια από τις βασικές λειτουργίες του αμερικανικού Τύπου είναι να παρουσιάζει όλες τις ειδήσεις αποτέλεσε αίτημα σε όλη την ιστορία του Τύπου των ΗΠΑ και είχε υποστηρικτές και τους ίδιους τους

δημοσιογράφους ως πρώτη λειτουργία. Δεύτερη είναι η αμεροληψία αφού οι περισσότεροι δημοσιογράφοι εμφανίζονται ως δίκαιοι και αμερόληπτοι.

**Το ζήτημα όμως της αμεροληψίας γεννά διλήμματα σε σχέση με τα δύο πολιτικά κόμματα. Γιατί αν η αμεροληψία είναι υπέρ ενός κόμματος, αυτό οδηγεί αυτόματα στην αμεροληψία κατά του άλλου. Για να αποφευχθεί αυτό το ενδεχόμενο, συνήθως οι αμερικανοί δημοσιογράφοι τηρώντας την αμεροληψία εφαρμόζουν την έννοια της ισορροπίας το "ίσου χρόνου," της ασάφειας και των συγκεχυμένων ιδεών.**

Τρίτη παραδοσιακή λειτουργία του αμερικανικού Τύπου είναι αυτή που συνδέθηκε με την κοινωνική ομάδα και την αρχηγία της (leadership). Υπάρχει ευρεία αντίληψη πως ένα μέσον επικοινωνίας επηρεάζει βασικά την γνώμη και τις πράξεις των μελών της ομάδας. Τα περισσότερα media μπορούν να εγκωμιάζουν και να επαινούν τις πράξεις ατόμων ανεπιφύλακτα όταν αυτά αποδεικνύουν ότι ακολουθούν γενικές οδούς και δεν κατευθύνονται πάνω και πέρα από τα όρια της κοινωνικής ομάδος. Οι περισσότερο επώνυμοι δημοσιογράφοι, που εργάζονται με μεγάλη δημιουργική φαντασία θεωρούνται ότι αποτελούν μια ομάδα group elite, που παράγει το μεγαλύτερο μέρος της εργασίας του σε ολόκληρο το φάσμα των επιχειρήσεων του Τύπου, που καθορίζει τις κύριες κατευθύνσεις Στο πλαίσιο της τέταρτης λειτουργίας ο Τύπος κινείται με την αρχή της ελευθερίας και υπεράσπισης, που θέλει τους δημοσιογράφους φιλελεύθερους που υπερασπίζονται την ελεύθερη διακίνηση ιδεών και πληροφοριών. Ωστόσο, η αντίληψη δεν θεωρήθηκε ρεαλιστική από όλους αφού η ε/φ ως μέσον με την μορφή του ινστιτούτου, επιβάλλει περιορισμούς στα μέλη της που χάνουν την ελευθερία τους στο πλαίσιο του κοινωνικού τους ρόλου

Πολλά παραδοσιακά συγγράμματα στην Αμερική αποφαίνονται ότι ο Τύπος πρέπει να υπηρετεί το Κοινό, να είναι κριτής της Κυβέρνησης, υπερασπιστής του δικαιώματος των ανθρώπων να γνωρίζουν «το τέταρτο κομμάτι» της κυβέρνησης και ένας μεγάλος αριθμός προσώπων που βρίσκεται πίσω από την αυτοαποκαλούμενη πρόοδο του ελεύθερου Τύπου, πιστεύει ότι αυτή η ελευθερία του ελέγχου είναι τόσο αποφασιστικής σημασίας, όσο η ίδια του η ελευθερία

Τα πορίσματα μελέτης των Shoemaker, Chang και Brendlinger (1987) καταδεικνύουν ότι *«τα αμερικανικά ΜΜΕ λειτουργούν σαν αντιπρόσωποι του κοινωνικού ελέγχου όχι δια της παροχής δημοσιεύσεων, μέσα από τις οποίες παρουσιάζονται νέες και*

*διαφορετικές ιδέες αλλά δια της προσφοράς ποικίλης κάλυψης ό,τι αφορά τις πολιτικές ομάδες με έμφαση στις διαφορές τους από το status quo.*[150]

Βέβαια είναι απαραίτητο να υπογραμμιστεί ότι οι προσωπικές αξίες των δημοσιογράφων-ανταποκριτών επιδρούν σημαντικά στον τρόπο που θα δοθεί ένα μήνυμα που θα επιλεγεί μια είδηση. Σαν παρένθεση αναφέρεται η ενδιαφέρουσα κατηγοριοποίηση του κοινωνιολόγου Herbert J. Gans,[151] (Πανεπιστήμιο της Columbia), που κατατάσσει τους αναγνώστες (εκεί εντάσσονται και οι δημοσιογράφοι της αρεσκείας τους) ανάλογα με τις αξίες τους, στοιχείο που συνδέεται και με τον προσανατολισμό και τη δράση των δημοσιογράφων και των αναγνωστών που τους διαβάζουν και τους εμπιστεύονται.

**Από τις ακόλουθες κατηγορίες που εκθέτονται κρίνεται ότι οι δημοσιογράφοι των Times εντάσσονται στους τύπους κυρίως του εγωκεντρικού, του υπολόγου στον καπιταλισμό, της τάξης και πειθαρχίας και αρχηγίας-ηγεσίας.**

1 **Ο τύπος του εγωκεντρικού**. Για το αμερικανικό έθνος ένα είναι το συναίσθημα πως οι αξίες και το κυβερνητικό του σύστημα είναι τα ανώτερα σε σχέση με οποιοδήποτε άλλο έθνος Τέτοιες αξίες μπορούν να αναγνωριστούν περισσότερο σε αφηγήσεις γύρο από ξένες χώρες, στις οποίες οι αξίες που κρίνονται έχουν πλαφόν τις αμερικανικές αξίες και τα αμερικανικά standards. Το στοιχείο του εγωκεντρισμού προκύπτει όταν κατά κύριο λόγο οι αμερικανικές ε/φ μόνο 5% έως 10% των διεθνών ειδήσεων σε σχέση με τις ειδήσεις εσωτερικής πολιτικής που οι εκδότες περισσότερο προβάλλουν, αφού διαβάζονται άλλωστε από μεγαλύτερο αριθμό αναγνωστών.

2 **Ο τύπος της αλτρουιστική δημοκρατίας** παρατηρείται σε περίπτωση που τα αμερικανικά media νοιώθουν ότι οι αξίες και τα standards τους ανώτερα σε σχέση με των άλλων χωρών, τότε που νοιώθουν ότι η αλτρουιστική δημοκρατία των ανθρώπων, είναι η προσφερόμενη από τους ανθρώπους, για τους ανθρώπους, ανώτερη από την ιδιοτέλεια και το προσωπικό συμφέρον της κυβέρνησης Οι πολιτικοί δημοσιογράφοι που ευδοκιμούν αναζητώντας και ανακαλύπτοντας τη βεβήλωση αυτής της ανθεκτικής αξίας στο κυνήγι ιστοριών ειδήσεων βιαστικά, πιθανότατα να προκαλέσουν τόσο ζημιά όσο και όφελος για την κοινωνία.

**3.Ο τύπος του υπόλογου στον καπιταλισμό**. Στην δεκαετία το '80 συγκεκριμένες έρευνες έδειξαν ότι οι υπεύθυνοι των οικονομικών ειδήσεων στις ε/φ δείχνουν προτίμηση και ίσως περισσότερη συμπάθεια και υποστήριξη στον καπιταλισμό σε

σχέση με το γενικό Κοινό. Ο ίδιος ο Gans βρήκε έναν αριθμό ιστοριών που αφορούσαν ανθρώπους ή οργανισμούς, που ή υποστηρίζουν αυτήν την ανθεκτική και διαρκή αξία ή την καταπατούν. Τα περισσότερα αμερικανικά media φαίνεται να αισθάνονται πως το σύστημα της ελεύθερης αγοράς είναι το καλλίτερο στον κόσμο μολονότι έχει μερικά σοβαρά προβλήματα. Ετσι όταν μια εταιρία αποφασίζει να ρισκάρει και να θέσει σε κίνδυνο τους πελάτες της, την κοινωνία και γενικά το Κοινό, αυτό είναι μεγάλη είδηση. (λ. χ. μια εταιρία πετρελαίου προκαλεί μια κηλίδα που τρομοκρατεί και απειλεί τις ακτές και την άγρια φύση, κάτι που φαντάζει σαν βιαιοπραγία-καταστροφή στην ευθύνη του καπιταλισμού «responsible capitalism»).

4. **Ο τύπος των μικρών πόλεων**, της ήσυχης, αγροτικής, φυσικής και απλής ζωής. (pastoralism) Μια ακόμα συνεχής αξία για τον Gans υπονοεί ότι το απλό προτιμάται από το σύνθετο, πως η φύση, η ζωή στην μικρή πόλη και οι αξίες είναι ανώτερα από τα προβλήματα που ενοχλούν τις μεγάλες πόλεις

Ετσι λοιπόν όταν μια ιστορία αναφέρεται σε γεγονός που εξελίσσεται σε μια μικρή παραδοσιακή πόλη που χρησιμοποιεί χειροστρόφαλο τηλέφωνο, κάτι που όλοι το γνωρίζουν, αυτή η ιστορία εγείρει μια ευαίσθητη και νοσταλγική χορδή και τελικά καταλήγει στους New York Times.

5.**Ο τύπος της ατομικότητας**. Αυτή ίσως είναι η πλέον συνεχής και ανθεκτική έννοια, που αντιπροσωπεύεται με γραπτές αφηγήσεις στο πλαίσιο της αναγνωσιμότητας. Οποιαδήποτε στιγμή ο δημοσιογράφος μπορεί να παρουσιάσει μια ιστορία για έναν άνθρωπο, που κολυμπά αντίθετα στο δυνατό ρεύμα της εποχής, που επικρατεί, αυτή θα γίνει ανάρπαστη ακόμα και αν έχει σαν κύριο θέμα όχι μόνο έναν άνθρωπο αλλά και ένα αντικείμενο

6 Ο **τύπος της μετριότητας-διαλλακτικότητας**. Ιστορίες με επίκεντρο αυτό το περιεχόμενο φυσικά έχουν να κάνουν με παράβαση. Οι περισσότεροι δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν αυτήν την αρχή φτιάχνουν ιστορίες με παραβίαση του μέτρου της μετριοπάθειας και διαλλακτικότητας (οι Ku Klux Klan, το αμερικανικό κόμμα των Nazi κ.λ π ).

7. **Ο τύπος της τάξης-πειθαρχίας.** Υπάρχουν πάρα πολλές ιστορίες που έχουν να κάνουν με την καταπάτηση της τάξης. Ο,τιδήποτε εγκληματικό, δείχνει παραβίαση της τάξης

8. Ο τύπος **αρχηγίας-ηγεσίας**. Αυτή η αξία αναφέρεται σε επιτεύγματα ηγεσίας αλλά βρίσκεται και σε δημοσιεύματα που αφορούν απόκλιση από μια σωστή αρχηγία με λαθεμένες αναποτελεσματικές αποφάσεις-επιλογές εκ μέρους των αξιωματούχων.

"Οι ανωτέρω έννοιες-αξίες μας δείχνουν τον τρόπο που χρησιμοποιεί ο δημοσιογράφος σαν η πηγή ενός μηνύματος για τον τρόπο που αποφασίζει ότι το μήνυμα θα σταλεί στο αναγνωστικό Κοινό με το σκεπτικό ο δημοσιογράφος έχει συγκεκριμένες προσωπικές αξίες, που θεωρεί ότι αξίζουν να διατηρηθούν. Ο Gans πιστεύει ότι η συγκεκριμένη λίστα των αξιών-εννοιών δεν συνιστά μια φιλελεύθερη αντίληψη αλλά μάλλον μια ανασχηματιζόμενη-αναμορφούμενη και επαναπροσδιοριζόμενη θέση. Αυτές οι αξίες έτσι ή αλλιώς οριστικά επηρεάζουν τον δημοσιογράφο σε ό,τι αναφέρει σχετικά και οι απορρέουσες αναφορές ειδήσεων αποτελούν τα μηνύματα που στέλλονται στον καταναλωτή ειδήσεων. (Σχετ. Κεφάλαιο Ιδεολογία).]

Το σίγουρο είναι ότι τα πάντα επικεντρώνονται πρωτίστως στην αύξηση του κέρδους των ε/φ Με αυτόν τον στόχο οι ιδιοκτήτες πιέζουν για την κάλυψη της αγοράς και εισβάλλουν στον χώρο των διαφημίσεων, των οποίων το κόστος μοιράζεται στο αναγνωστικό Κοινό. Αποτέλεσμα, να στέκονται οικονομικά εκείνα τα media, που μπορούν να διαθέσουν χρήμα.

**Μέσα σε αυτό το γενικό κλίμα αναγνωρίζεται όμως ότι και κάποιες από τις ε/φ αυτές που προσπαθούν να δώσουν μια καλλίτερη ποιότητα ειδήσεων με μεγαλύτερη προσέγγιση στα δημοσιογραφικά standards, όπως η «Christian Science Monitor», και οι «New York Times».** [152]

Η μεγαλύτερη δύναμη των ΜΜΕ, που ενισχύεται και διαχρονικά είναι εκείνη που παράγει ιδέες και μηχανισμούς τέτοιους, οι οποίοι μπορούν και να αντανακλούν τις αυστηρές επιθυμίες του ιδιοκτήτη του medium.

**Η παρέμβαση των ιδιοκτητών είναι άμεση και ξαφνική. Μερικές φορές αυτό γίνεται επιδέξια κάποιες άλλες από συνήθεια, όταν οι υφιστάμενοι μαθαίνουν να συμβιβάζονται με τις ιδέες των ιδιοκτητών, με ύστατο αποτέλεσμα όλη την διαστρέβλωση της πραγματικότητας και την πενιχρότητα παραγωγής ιδεών.** [153]

**Όμως υπάρχουν και άλλες επιρροές προς τα ΜΜΕ, που συνίστανται όχι μόνο σε ανοικτές απειλές προς τους δημοσιογράφους και τους ιδιοκτήτες τους από μέρους μεγάλων οικονομικών οργανισμών, αλλά και σε κυβερνητική παρέμβαση με την μορφή των φόρων και επιδοτήσεων, δεδομένου ότι έχει καλλιεργηθεί αρκετή ασάφεια εάν αυτό συντελείται για την υποστήριξη του ελεύθερου Τύπου και τον**

**πλουραλισμό υπέρ του Κοινού ή εάν συντελείται για το συμφέρον των ιδιοκτητών των επιχειρήσεων.**

Εντός του συστήματος εξουσίας η ύπαρξη του ελεύθερου Τύπου βάζει τους δημοσιογράφους σε ανταγωνισμό μεταξύ τους για αποκλειστικές συνεντεύξεις, press conference παράλληλα με το παιγνίδι του ελέγχου των πηγών.

Ο ανταγωνισμός όμως πέρα από τις ανταμοιβές τους οδηγεί στο λεγόμενο «prisoner`s dilemma".[154] Σε αυτή την κατάσταση όλοι οι παίκτες γνωρίζουν, ότι μοιράζονται κοινά συμφέροντα και κοινές αξίες και αναπτύσσουν από μέρους τους το ενδιαφέρον να παραμείνουν πιστοί σε αυτό. Όμως οι εξωτερικές επιρροές μπορούν να εισέλθουν στο πεδίο του παιγνιδιού και να παραχωρήσουν υπερβολικές ανταμοιβές σε μεμονωμένα άτομα, που διατηρούν μια υποχρέωση για το κοινό καλό. Εάν όλοι οι συμμετέχοντες απορρίψουν το κοινό καλό, οι εναλλακτικές ανταμοιβές ελαττώνονται, διότι όλοι αυτοί πρέπει να τις μοιραστούν, με αποτέλεσμα, αυτά τα μεμονωμένα άτομα, να εγκαταλείψουν την θέση της ομάδας και να χάσουν τις ανταμοιβές λόγω της αποστασίας για τις αξίες της που αφήνουν πίσω τους Οι δημοσιογράφοι γνωρίζουν πως είναι στο ηθικό κοινό ενδιαφέρον ο καθένας μόνος και όλοι μαζί να υποστηρίξουν κοινές δεσμεύσεις, να λένε την αλήθεια, να ανθίστανται στην πολιτική εξαπάτηση και να την εκθέτουν οποτεδήποτε το γνωρίζουν. Επομένως, οι δημοσιογράφοι ενώ συμπεριφέρονται σαν να είναι «prisoners" των πηγών ειδήσεων, πλανώνται ως προς τις συνειδησιακές τους θέσεις και πολλές φορές χάνουν ακόμα και τη δυνατότητα να διατηρήσουν τις υψηλότερες αξίες Με άλλα λόγια ως παίκτες στο παιγνίδι των ειδήσεων «παγιδεύονται» μέσα σε ένα πλαίσιο σταθερής σχέσης, που υπονομεύει την ποιότητα των πληροφοριών, την οποία λίγοι άνθρωποι φαίνεται να την εκλαμβάνουν ως κατάσταση υπονομευτική ή τουλάχιστον κάποιοι επιθυμούν ως τέτοια

**Η εικόνα (image) των δημοσιογράφων που παρουσιάζεται από τους περισσότερους κριτές είναι ότι αποτελούν την elite, είναι ανταγωνιστικοί και meterialistics. Το μορφωτικό επίπεδο, που ανήκουν, τους κατατάσσει στην elite της κοινωνίας και το επάγγελμα τους μπορεί να θεωρηθεί ως μια πνευματική απασχόληση, που απαιτεί συνεχή έρευνα και ανάλυση.**

Εκτός από τις ε/φ που εργάζονται οι δημοσιογράφοι και τα οποία μελετούν μπορούν να ασκήσουν τις δικές τους επιρροές σε αυτούς. Από την έρευνα έχει επιβεβαιωθεί, ότι οι δημοσιογράφοι που εργάζονται για τα πλέον διαδεδομένα ΜΜΕ, αυτά που

χαρακτηρίζονται «φημισμένα και με κύρος», είναι εκείνοι οι οποίοι διαβάζουν πρόσθετες άλλες ε\φ και περιοδικά ειδήσεων περισσότερο συχνά. Δεν εκπλήσσει το γεγονός, ότι η ανάγνωση αυτών των elite ε\φ ποικίλει και οι δημοσιογράφοι είναι αυτοί που χαρακτηρίζονται περισσότερο ως χρήστες τέτοιων ε\φ σε σχέση με το υπόλοιπο Κοινό, ως «άπληστου» αναγνώστες πανεπιστημιακής μόρφωσης και ως μέλη επαγγελματικών οργανώσεων, ως διευθυντές έκδοσης και ως στελέχη των μεγαλυτέρων εκδοτικών οργανισμών της βορειοανατολικής ακτής της Χώρας.

**Οι ε\φ που διαβάζονται συστηματικά σε ποσοστό περισσότερο από τους δημοσιογράφους βρίσκονται στην ανατολική πλευρά των ΗΠΑ και είναι οι ε/φ New York Times, Washington Post, Wall Street Journal.**

Οι αμερικανοί δημοσιογράφοι πράγματι, φαίνεται να είναι σημαντικοί καταναλωτές όχι μόνο των ΜΜΕ όπου εργάζονται αλλά επίσης και των υπολοίπων, όπως προκύπτει από τον σχετικό πίνακα Λιγότερο από το 25% του Κοινού διαβάζει δύο ή περισσότερες ε\φ, ενώ το 92% των δημοσιογράφων διαβάζει δύο ή περισσότερες διαφορετικές εβδομαδιαίες ε\φ και πιθανόν ενισχύονται αριθμητικά (έρευνα του Bugoons για το 1981-82 από το σύνολο 91 καθημερινών ε\φ).[155]

Ο αριθμός διαφορετικών ε\φ που διαβάζονται κάθε βδομάδα από τους δημοσιογράφους είναι σημαντικός ιδιαίτερα από αυτούς που βρίσκονται στις ανώτερες βαθμίδες της ιεραρχίας απόφοιτοι κολεγίων και ανωτάτων πανεπιστημιακών σχολών. Ο Bernard Cohen (1963) αποκαλύπτει τη βαρύτητα επιρροής των σημαντικών αμερικανικών εντύπων στο πολιτικό σκηνικό από μια δήλωση ενός κυβερνητικού στελέχους, που επισημαίνει. *«Διαβάζοντας όλοι εμείς προσεκτικά τις ε/φ Washington Post και New York Times γνωρίζουμε πολύ καλά, τι σκέπτεται η Χώρα μας»*[156]

Εχει δημιουργηθεί η αντίληψη, πως οι δημοσιογράφοι έχουν την έφεση να αναδιπλώνονται και να ακρωτηριάζονται μεταξύ των κυβερνητικών αξιωματούχων από τη μια πλευρά και των εργοδοτών τους από την άλλη, αντίληψη που όταν διατυπώνεται φαίνεται να αγνοεί την δυναμικότερη μορφή επιρροής, που απλώνεται από αυτούς στο Κοινό Οι δημοσιογράφοι με τις ιδιορρυθμίες, τις προκαταλήψεις και την ιδιοσυγκρασία τους αισθάνονται **ότι είναι μεταξύ αυτών, που στέκουν υψηλότερα στην Washington.** Ο ρόλος των πολιτικών δημοσιογράφων έχει συνεργό την προσπάθεια τους να ενισχύσουν την άποψη, ότι η Κυβέρνηση έρχεται πλησιέστερα στο Κοινό.

Ο διακεκριμένος δημοσιογράφος-ανταποκριτής έχει εξειδίκευση και κινείται συνεχώς στο πλαίσιο ενός ανταγωνισμού μεταξύ Κογκρέσου και Διοίκησης, μεταξύ της μιας κρατικής υπηρεσίας και της άλλης, μεταξύ του πολιτικού που κατέχει την εξουσία και εκείνου που την επιδιώκει. Σε γενικό όμως πλαίσιο αναπτύσσουν μια συνεργάσιμη σχέση με τους καλά εδραιωμένους φορείς και τις πηγές τους, πιθανόν σαν αποτέλεσμα εξίσωσης με πρώτο σκέλος τον έλεγχο των πληροφοριών και δεύτερο την προσπάθεια γνωστοποίησής τους, παρόλο που η αποστολή των συνεργαζομένων μερών είναι διαφορετική. Όμως όταν αμφότεροι λησμονούν τις διαφορετικές υποχρεώσεις τους τότε εξαφανίζουν την ουσιαστική διάκριση που υπάρχει σε κάθε υγιή κοινωνία. Ομως οι εργαζόμενοι στον Τύπο βλέπουν και κρίνουν τον κόσμο και τα γεγονότα με διαφορετικά κριτήρια από τον καθημερινό άνθρωπο. Άνθρωποι και γεγονότα αντιμετωπίζονται με ένα ασυμβίβαστο, εντυπωσιακό, υποκειμενικό και συχνά «διανθισμένο» τρόπο, εξαιτίας της ίδιας της προσωπικότητας του δημοσιογράφου. Οι ίδιοι οι υπεύθυνοι σύνταξης πολλές φορές έχουν ερωτήματα για το περιεχόμενο δημοσιογραφικών αναφορών και κάνουν προσπάθειες να βεβαιωθούν για την ακρίβεια των περιστατικών, που περιγράφονται . Υπάρχει μια διαφορετική προοπτική αναγνώρισης των ειδήσεων μεταξύ δημοσιογράφου και αναγνώστη Ο καθημερινός πολίτης πιστεύει αυτό που θέλει να πιστεύει για τα δημόσια πράγματα. Ο δημοσιογράφος πιστεύει αυτά που βλέπει και είναι σε θέση να αξιολογήσει, όσα του μεταφέρουν.

***«Οι δημοσιογράφοι υπάρχουν για να πληροφορούν και για να ασκούν επίδραση στις ομάδες στις οποίες απευθύνονται. Οι άνθρωποι που γράφουν γι' αυτές μοιράζονται μια κοινή παρόρμηση να λάβουν τις ειδήσεις και να τις τυπώσουν.***

***Στις σελίδες τους τρέχουν προϊόντα ουσιαστικά αλλά και άυλα, η σκέψη, το πνεύμα αυτών που τα δημιουργούν»*** [157]

Οσοι εργάζονται σε ε/φ αποκτούν απρόσμενες εμπειρίες και καθημερινά αναμένουν νέες εξελίξεις για την επόμενη ημέρα αφού τα όσα μπορούν να συμβούν είναι άπειρα, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται ποικίλα ερεθίσματα για την παρακολούθηση των νέων δεδομένων, τη διαδρομή της ιστορίας καθώς και τις ανθρώπινες μηχανορραφίες. Εχουν μια ανοιχτή πρόσκληση να γεννούν ιδέες και να τις υλοποιούν με κύριο στόχο την επιτυχία ως τακτική στον σχολαστικό χειρισμό με μια παραγωγική διαδικασία σκέψεων με βάση συγκεκριμένες πάγιες λειτουργίες, όπως η παροχή αντικειμενικής πληροφόρησης για όσα συμβαίνουν σε μια χώρα αλλά και στον έξω κόσμο.

Παράλληλα τα σχόλια από τη σελίδα editorial (σελίδα σύνταξης) να έλθουν στο προσκήνιο επίκαιρα θέματα

***«Όταν οι ειδήσεις σχεδιάζονται για να αφαιρείται από αυτές το 1/3 ή το 1/2 σε βάρος του Κοινού τότε θυσιάζεται ένα μεγάλο μέρος των αρχών που το υπηρετούν ως δημοκρατικός μηχανισμός. Εχει γίνει σαφές ότι εάν απελευθερωθεί ένας αριθμός ειδήσεων χωρίς να έχουν αυτές συνδεθεί με την πραγματικότητα, τότε αρχίζει να εξασθενεί μια από τις σημαντικές δυνάμεις της κοινωνίας.»*** [158]

- *ΞΕΝΟΙ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΤΕΣ*

Οι ξένοι ανταποκριτές είναι τα «λαμπρά παιδιά» της δημοσιογραφίας Περιφέρονται ανά τον Κόσμο και βλέπουν με ένα βλέμμα τα σημαντικά γεγονότα και όσα θα εξελιχθούν σε σημαντικά. Κατέχουν τις καλλίτερες θέσεις και τα πλέον σοβαρά «πόστα», εκεί όπου λαμβάνουν χώρα ιστορικά γεγονότα (πόλεμοι, επαναστατικά κινήματα, συναρπαστικά θεάματα)

Το όνειρο κάθε νέου δημοσιογράφου είναι να εξελιχθεί σε ξένο ανταποκριτή για να ανακαλύψει αργότερα τις σοβαρές προϋποθέσεις, που απαιτούνται γι' αυτό, (εμπειρία, άριστη γνώση της γλώσσας, δυνατότητες προσαρμογής στον τρόπο ζωής της συγκεκριμένης χώρας, τους κινδύνους και το ταλέντο πρόβλεψης και ανακάλυψης ειδήσεων).

Μια δυσκολία που συναντούν οι ξένοι ανταποκριτές είναι πως η ζωή τους θα είναι μεταξύ του σπιτιού τους και του γραφείου τους, όπου περιμένουν σε περιόδους αιχμής αναμένεται να ενταθεί η δράσης τους νύχτα και ημέρα χωρίς δικαίωμα πάντοτε προτεραιοτήτων ακόμα και για τις προσωπικές, ζωικές τους ανάγκες

**Ενδεχόμενη τοποθέτηση των ξένων ανταποκριτών στο γραφείο της Washington αποτελεί επαγγελματική και κοινωνική «ευκαιρία» για να καλλιεργήσουν το ταλέντο τους στην επαφή και αξιολόγηση των επισήμων πηγών, τις οποίες οφείλουν να διευρύνουν ανακαλύπτοντας νέες ιστορίες.** [159]

Το style της γραφής, ο «**χρωματισμός**» των κειμένων, η **ακρίβεια, σαφήνεια** και οι **πηγές** αποτελούν μερικές από τις παραμέτρους καλής απόδοσης του ξένου ανταποκριτή, που μετά την επιστροφή στη χώρα του αναμένει συνήθως την τοποθέτηση του σε περίοπτο πόστο Από την άλλη πλευρά απολαμβάνει μια ελευθερία και εμπιστοσύνη από μέρους του προϊστάμενου σύνταξης στο πλαίσιο των απαιτήσεων

του «πότε» και «τι», του ενδιαφέροντος, της σκοπιμότητας και της **αποτελεσματικότητας**, που περιμένει. Οι «μάχιμοι» ανταποκριτές απολάμβαναν μια ελευθερία σε όσα "κάλυπταν", που δεν υπάρχει απόλυτα σήμερα αφού κάθε ενέργεια τους τότε είχε σαν βάση την προσπάθεια να χρησιμοποιηθούν ως **«υποστηρικτές»** για να επηρεαστεί η Κοινή Γνώμη με τον κλασσικό τρόπο και πολλές φορές οι επιτυχημένοι **επηρέαζαν ακόμα και στρατιωτικές αποφάσεις**. Υπάρχει η άποψη ότι οι πολιτικοί και οι στρατιωτικοί αρκετές φορές βρέθηκαν να μάχονται αναξιοπρεπώς υπέρ του Τύπου (!) εξαιτίας του φόβου της ενδεχόμενης δυσμένειας του. Με δεδομένο αυτό όταν οι διευθυντές σύνταξης των ε/φ είχαν να αντιμετωπίσουν την περίπτωση σύγκρουσης μεταξύ reporters και στρατιωτικών, η απαίτηση των τελευταίων ήταν να τιμωρηθούν οι reporters.[160]

Από τον πόλεμο του 1812 είχαν αρχίσει να δημιουργούνται ερωτηματικά για τις σχέσεις δημοσιογράφων και κυβερνητικών, ένα συνεχές πρόβλημα συνδεδεμένο με την Washington και τους διευθυντές έκδοσης των ε/φ για τον τρόπο ισορροπίας μεταξύ του ζητήματος εθνικής ασφάλειας και του δικαιώματος του Κοινού να ενημερώνεται

**Οι εκδότες πριν αποφασίσουν τι θα γραφεί στα σχόλια της ε/φ τους, συνηθίζεται να προσπαθούν να πληροφορηθούν τις προτιμήσεις και τις προκαταλήψεις ακόμα και τα λάθη των ανταποκριτών τους, για να αποφύγουν δυσάρεστες συνέπειες, τακτική που χρησιμοποιούν τα μεγάλης εμβέλειας φύλλα, όπως The New York Times, The Economist, Le Monde...**

Ο έλεγχος αυτός στοχεύει στην προσπάθεια περιορισμού της ***διαστρέβλωσης των ειδήσεων εξαιτίας των συνθηκών εργασίας των ανταποκριτών***. Ενώ οι ανταποκριτές υποχρεώνονται εκ των πραγμάτων να γράφουν τις αναφορές τους μέσα στα καθορισμένα χρονικά περιθώρια, που τους δίνονται με στόχο την ακρίβεια και την έμφαση στην λεπτομέρεια της είδησης, για κάθε φύλλο, αυτές οι δεσμεύσεις δεν παρέχουν πάντοτε τη δυνατότητα επαλήθευσης για κάθε πληροφορία.

Το άρθρο προς δημοσίευση επιδιώκουν να περιλαμβάνει δραματικές λεπτομέρειες, να είναι παράλληλα απλό και κατανοητό στη δομή του και να συνεχίζεται συνδυασμένο με κατάλληλα «χρωματισμένους», σαφείς τίτλους, που θα ανταποκρίνονται στον μεγαλύτερο αριθμό των επιστολών, οι οποίες καθημερινά κατακλύζουν τα γραφεία της ε/φ

Τα αμερικανικά ΜΜΕ ήδη μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο αρχίζουν να δείχνουν ενδιαφέρον για τις χώρες της δυτικής Ευρώπης σε σχέση με άλλες περιοχές και η αποστολή ξένων ανταποκριτών εκεί καλύπτει το 75% επί του συνόλου των ξένων ανταποκριτών όλων των άλλων χωρών. Οι διεθνείς ειδήσεις αποσπούν συνεχώς την προσοχή και το ενδιαφέρον των ανταποκριτών, που αποστέλλουν στο αμερικανικό Κοινό μια επιμελημένη δουλειά, κατανοητή και αναλυτική, κατάλληλα διαμορφωμένη, χάριν της ικανότητας, των γνώσεων και της εμπειρίας τους. Από την έρευνα, που πραγματοποίησε κατά την διάρκεια της εικοσαετίας 1950-1970 ο Anderson, φαίνεται ότι ο αριθμός των ανταποκριτών του εξωτερικού ανήλθε από 500 σε 1339. Περισσότεροι από τους μισούς ανταποκριτές απασχολούνται στην Ευρώπη, ένδειξη πολιτικού και οικονομικού ενδιαφέροντος των αμερικανικών ΜΜΕ για την πολιτική των χωρών πέραν του Ατλαντικού. [16]

Αν και στο σύνολο τους οι ξένοι ανταποκριτές συγκριτικά με τους διπλωματικούς υπαλλήλους που υπηρετούν την αμερικανική κυβέρνηση στο εξωτερικό φαίνονται λιγότεροι από το ήμισυ των διπλωματών, η επίδραση και επιρροή που ασκούν αλλά και η άμεση πρόσβαση τους στην Κοινή Γνώμη είναι αντίστροφα περισσότερη και ισχυρότερη από αυτήν των διπλωματών. Στην δεκαετία του '70 η αμερικανική Κυβέρνηση ξοδεύει πάνω από $5 δις το χρόνο για την απασχόληση πλέον των 200.000 ατόμων περίπου για να συγκεντρώσει διεθνείς πληροφορίες, ενώ το αμερικανικό Κοινό στηρίζεται σε 600 περίπου ανταποκριτές συνεχούς απασχόλησης και άλλους εργαζόμενους ξένους υπηκόους

Στη πραγματικότητα λοιπόν ένα έθνος με περισσότερους από 200 εκατομμύρια πολίτες εξαρτάται από το μικρό σώμα των ξένων ανταποκριτών για την ενημέρωση γύρο από σημαντικά γεγονότα της διεθνούς σκηνής, μεταξύ των οποίων και τον έλεγχο των κυβερνητικών πράξεων σε αυτό το πλαίσιο

Το θέμα της εθνικής ασφάλειας γεννά πολλά εμπόδια για τη διάθεση πολλών πληροφοριών από μέρους της Κυβέρνησης.

Ετσι στον πόλεμο στο Vietnam, παρά την κυβερνητική συμφωνία οι ανταποκριτές αναφέρονται στις συχνές προσπάθειες των στρατιωτικών να δώσουν ψευδείς πληροφορίες χάριν «υψηλότερων αξιών» από την αλήθεια Άλλοτε πάλι έστω και σπανιότερα εμφανίζεται το μέτρο της λογοκρισίας από μέρους τους υποστηρίζοντας ότι: ***«Το καθήκον του επαγγελματία δημοσιογράφου είναι ξεκάθαρο. Λειτουργεί σαν***

*ανταγωνιστής της γραφειοκρατίας. Ο στόχος αν όχι το καθήκον του είναι να γνωστοποιεί αυτό, που η γραφειοκρατία θεωρεί εμπιστευτικό.»*[162]

Σε ειδική έκδοση των Times γίνεται αναφορά στις δεινές δυνατότητες των ανταποκριτών, οι οποίοι εκτός από την αναζήτηση της ακρίβειας και του σεβασμού, οφείλουν να ψάχνουν για «χρυσό» και να τον αναγνωρίζουν εύκολα, όταν τον αντικρίσουν.

**Η δύναμη και το κύρος των ανταποκριτών αυτών δεν συνεπάγεται πάντοτε την αμεροληψία και την προσεκτική διερεύνηση και διασταύρωση των πληροφοριών που κατέχουν.**

Μέχρι πρόσφατα πολλές από τις ε/φ συμβαίνει να απασχολούν στο εξωτερικό ως ξένους ανταποκριτές υπηκόους των χωρών, όπου έχουν τα γραφεία ανταποκρίσεων τους, εκτός από τα κράτη των ολοκληρωτικών καθεστώτων, όπου δεν διασφαλίζουν οι ανταποκριτές κάποια μορφή ασυλίας Ομως και αυτές οι περιορισμένες σε αριθμό ε/φ σε παγκόσμια κλίμακα διαθέτουν έναν αριθμό ανταποκριτών σε μεγαλύτερο ποσοστό εγκατεστημένους στη Νέα Υόρκη, την Washington, το Λονδίνο

Ο μεγάλος αριθμός ξένων ανταποκριτών αποτελεί μεγάλο έξοδο για τις ε/φ που δεν καλύπτουν το κόστος σε επίπεδο άλλων κερδών. Όταν κάποτε επιστρέφουν στην χώρα τους οι ξένοι ανταποκριτές δέχονται να αναλάβουν υπηρεσιακά καθήκοντα σε επίπεδο εθνικό, αποτέλεσμα όμως της καλής τους φήμη και της κοινωνικότητα τους (π.χ. Binder].

Παράλληλα με τον διορισμό ανταποκριτών στις πρωτεύουσες των χωρών του εξωτερικού, οι έγκριτες αμερικανικές ε/φ διαθέτουν και οργανωμένα γραφεία στην Washington, όπου τα τελευταία χρόνια χαρακτηρίζεται ως « πρωτεύουσα των διεθνών ειδήσεων», τίτλο που κάποιες δεκαετίες πριν κατείχε το Λονδίνο

Στην δεκαετία του '60 οι Times διαθέτουν 19 ανταποκριτές στην αμερικανική πρωτεύουσα μέσα στις αρμοδιότητες των οποίων περιλαμβάνονταν η παρακολούθηση των συνεδριάσεων του Κογκρέσου, η παραλαβή των επισήμων ανακοινώσεων αλλά κυρίως η ανακάλυψη «φρέσκων» ειδήσεων και η ερμηνεία τους, καθώς και η καλλιέργεια σχέσεων με προσωπικότητες για την εξασφάλιση πληροφοριών.

**Οι ανταποκριτές στην Washington είναι ένα αλλά όχι το μοναδικό κύριο κανάλι δια του οποίου οι αξιωματούχοι της Κυβέρνησης επικοινωνούν με τον Τύπο.**

**Ο Πρόεδρος φέρεται ότι έχει την μεγαλύτερη υπομονή και επιείκεια απέναντι στον αγώνα υπέρ της αντικειμενικότητας (σύγκρουση ενδιαφερόντων) και συχνά δείχνει να χρησιμοποιεί τις ε/φ σαν ένα έγκυρο όργανο, να μιλά συχνά σε reporters, όταν αυτοί έχουν από "πρώτο χέρι" πληροφορίες να του δώσουν, τις οποίες εκείνος δεν μπορεί από αλλού να πάρει και να οργανώνει έτσι την προεδρική press conference, που καθιερώθηκε σιγά-σιγά ως επίσημη διαδικασία. Παράλληλα όμως ο ίδιος και οι συνεργάτες του επικοινωνούν από καιρού σε καιρό με τους εκδότες και τους διευθυντές σύνταξης των εταιριών εκδόσεων.**

*«...οι ανταποκριτές στην Washington είναι ο κύριος σύνδεσμος με τον Τύπο και οι διοικητικές διευθετήσεις περιστρέφονται γύρο τους. Για πολλούς λόγους οι κυβερνητικές σχέσεις με τον Τύπο αναφέρονται σε επαφές μεταξύ στελεχών του Προέδρου προς τα νέα και ειδικευμένα πρόσωπα του Τύπου.»* [163]

**Τα σημαντικά σημεία, που πρέπει ο ανταποκριτής της Washington να κρατά στη μνήμη του είναι: ότι οι κυβερνητικοί παράγοντες επιθυμούν συγκεκριμένες ειδήσεις να φθάνουν στο Κοινό και χρησιμοποιούν όλες τις δυνατότητες για την διάθεση αυτών, -ότι η συγκέντρωση και ερμηνεία των πληροφοριών δέχεται τις επιρροές του ανθρώπινου χαρακτήρα (προσωπικά ενδιαφέροντα, πεποιθήσεις, προκαταλήψεις).**

**Σχεδόν όλοι από αυτούς καθημερινά μελετούν οπωσδήποτε τους New York Times, την Washington Post και πιθανότατα την Wall Street Journal**

**Η αλαζονεία για την παροχή αντικειμενικών πάντοτε πληροφοριών, δεν εξαίρεσε διαχρονικά τα στελέχη από την αδυναμία ελέγχου της εγκυρότητας τους, με αποτέλεσμα να παρατηρηθούν ανακρίβειες, που έθιγαν κατά καιρούς την προσωπικότητα των πολιτών.**

[Ένα περιστατικό παρουσιάστηκε το 1977 σε βάρος έλληνα πολίτη από δημοσίευμα του ανταποκριτή των Times, David Binder, που αποτελεί και τον κυριότερο συντάκτη άρθρων της έρευνας μας για τις εξελίξεις στην Αλβανία την περίοδο 1991-94. (Appendix No 1).]

Ο δεύτερος σημαντικός συντάκτης άρθρων της έρευνας μας για την Αλβανία Henry Kamm, ήταν γνωστός για την τόλμη του να δίνει από μίλια μακριά στη Μόσχα τη δική του μάχη για την κάλυψη των γεγονότων από εκεί, όταν η πρώην Σοβιετική Ένωση αποτελούσε απειλή για τον δυτικό κόσμο. Παρευρισκόμενος σε κάθε πολιτικό γεγονός

έστελλε την ανταπόκριση για ό,τι ήθελε ο ίδιος να εξετάσει και να αναλύσει. (ζήτησε άδεια να επισκεφθεί την Ουκρανία, προκειμένου να διαπιστώσει το πολιτιστικό επίπεδο της χώρας.[164] (Appendix No 1).

Ο τρίτος ανταποκριτής των Times, ο Paul Anastasi, απέστειλε έναν αριθμό άρθρων για τα γεγονότα περί την Αλβανία την συγκεκριμένη περίοδο. Ο αριθμός όμως των ανταποκρίσεων του υπήρξε περιορισμένος. (Appendix.No 1)

[Η εκτενής αναφορά μας στην προσωπικότητα, στις στάσεις και γενικά στο background των αμερικανών δημοσιογράφων-ανταποκριτών κρίνεται απαραίτητη, προκειμένου να συνεκτιμηθούν τα στοιχεία εκείνα, που τους καθοδηγούν στην επιλογή και την διατύπωση της είδησης (μορφωτικό επίπεδο, πολιτικός προσανατολισμός, επιρροές, κίνητρα].

- *ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΙΔΗΣΕΩΝ*

Από τα σημαντικότερα Πρακτορεία Ειδήσεων, επισημαίνουμε το Reuters και το Associated Press, οι ανταποκρίσεις των οποίων χρησιμοποιούνται από τις στήλες της ε/φ New York Times, την περίοδο της έρευνας. Δεν υπάρχει δε αμφιβολία, ότι ο κύριος όγκος των διεθνών ειδήσεων μεταφέρεται από τα πρακτορεία αυτά και τους New York Times στο τον δυτικό κόσμο. Ακόμα και ένας αριθμός ε/φ αλλά και οργανισμών ειδήσεων μη κομουνιστικών κυβερνήσεων, που διαθέτουν ξένους ανταποκριτές, χρησιμοποιούν τις πηγές των πρακτορείων αυτών για την βασική κάλυψη των ειδήσεων, που παρουσιάζουν Αλλά και οι χιλιάδες μικρότερες ε/φ, τα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά κανάλια του δυτικού κόσμου δεν έχουν άλλη επιλογή παρά να χρησιμοποιήσουν και αυτά τα προαναφερόμενα πρακτορεία για τις διεθνείς ειδήσεις τους.*

---

Οι δραστηριότητες του Reuters ξεκινούν ήδη από το 1870 . Μαζί με το γαλλικό Havas μοιράζονται την υφήλιο και το πρώτο κρατά «την μερίδα του λέοντος».

Αμφότερα παρέχουν πληροφορίες και για οικονομικά και επιχειρησιακά θέματα ξεκινώντας από μια δυναμική βάση δράσης

Η κυριαρχία του Reuters αντισταθμίστηκε από το Associated Press, το οποίο απετέλεσε μάλλον ένα άλλο είδος πρακτορείου, που άρχισε να τροφοδοτεί αρχικά τις αμερικανικές ε/φ με ειδήσεις μεγάλου βεληνεκούς, που αφορούσαν όμως και θέματα -εκτός από διπλωματικά, οικονομικά και εθνικά – για αθλήματα, ανθρώπινες ιστορίες, γυναικεία επιτεύγματα.

Τα περιεχόμενα των καθημερινών ε/φ στηρίζονται κατά το μεγαλύτερο ποσοστό στις ειδήσεις που διοχετεύουν τα πρακτορεία ειδήσεων Associated Press (A P ) και United Press International (UPI) καθώς και σε άλλες υπηρεσίες ειδήσεων, που διοχετεύουν μεγάλα συγκροτήματα ε/φ. Έρευνες, που πραγματοποιήθηκαν για τα πρακτορεία αυτά έδωσαν στοιχεία προερχόμενα από τους υπεύθυνους σύνταξης από τους οποίους φαίνεται ότι το AP είναι περισσότερο αναγνώσιμο αλλά το UPI προσφέρει κείμενα μεγαλοπρεπή και διακεκριμένα (Liebs, 1966) και επειδή το πρώτο χαρακτηρίζεται συντηρητικό ενώ το δεύτερο παρέχει γρηγορότερα τις υπηρεσίες του, παρατηρείται μια σταθερή τάση των ε/φ στην αποφυγή χρήσης υπηρεσιών ποικίλων πρακτορείων ειδήσεων (Schwarzlose, 1966) [165*]

Στα μέσα της δεκαετίας του '80 το UPI προσπαθεί από μόνο του οικονομικά και αποδεικνύοντας με πολλές προσπάθειες, ότι προσφέρει αποτελεσματικές πληροφορίες κέρδισε περίπου το ½ των υπολοίπων ε/φ που κέρδισε το AP (2 στις 3), ενώ ένα άλλο μικρό υπόλοιπο κάλυπταν οι υπηρεσίες των Times, Reuters κ.λ.π Άλλη όμως περισσότερο σύγχρονη μελέτη (Littlewood & DeLong, 1981) θεωρεί ότι σε συμπληρωματικές υπηρεσίες ειδήσεων τον κυρίαρχο ρόλο έχουν οι Times, όπως φαίνεται από τον αριθμό των συνδρομητών και έπονται 4-5 άλλες

Οι Whitney & Becker (1982) ερεύνησαν 46 συντάκτες της περιοχής του Ohio και διαπίστωσαν, ότι το κριτήριο δημοσίευσης από τις αποστολές των πρακτορείων ήταν ανύπαρκτο και δημοσίευαν ειδήσεις κατ' αναλογία του ποσοστού αποστολής. (Τηρούσαν μια ισορροπία στο menu των όλων ιστοριών των πρακτορείων με το menu των ιστοριών, που αναλογικά τα πρακτορεία είχαν αποστείλει την συγκεκριμένη στιγμή.)

---

* Το 1900 περίπου το αμερικανικό αυτό πρακτορείο ειδήσεων είχε αρχίσει να καθιερώνεται ως εγχώριο αμερικανικό κανάλι ειδήσεων με την συμμετοχή 725 μελών, μεγάλες ε/φ των ΗΠΑ.

Μετά τον πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο αρχίζει να γίνεται ανταγωνιστικό για τα δύο μεγάλα ευρωπαϊκά πρακτορεία, που χαρακτηρίζονται μονοπωλιακά κυβερνητικά.. Από τα μέσα της δεκαετίας του '70 το Reuters αρχίζει να προσκολλάται στις οικονομικές περισσότερο ειδήσεις με μέλη κυρίως Τράπεζες και όχι ΜΜΕ, σε αντίθεση με τα αμερικανικά πρακτορεία, που χαρακτηρίζονται από μια έντονη αίσθηση αμερικανικής «γεύσης» και απευθύνονται στα media.[167]

Οι ειδήσεις των ε/φ είχαν διαφορές με αυτές της τηλεόρασης αναφορικά με τις μεθόδους, που χρησιμοποιούν.

Οι αποστελλόμενες ειδήσεις για το Κογκρέσο από την Washington με τα πρακτορεία ειδήσεων έχουν τύχει ειδικής έρευνας και προσοχής και θεωρούνται ειδήσεις ρουτίνας και όχι ειδήσεις για τις οποίες το ενδιαφέρον του Κοινού είναι απεριόριστο.[166] *

Με βάση όλα αυτά τα ενδιαφέροντα δεδομένα που αφορούν το μορφωτικό, πολιτικό background των αμερικανών δημοσιογράφων και το πλαίσιο μέσα στο οποίο είναι υποχρεωμένοι ή θέλουν να υπηρετούν καθώς και τις διαδικασίες, που μεσολαβούν για να φθάσει μια ανταπόκριση στην μορφή του τελικού άρθρου, πραγματοποιήσαμε ανάλογες παρατηρήσεις για την περίοδο 1991-94

---

* Από το 1950 ο White, έδειξε ότι η επιλογή του υπεύθυνου σύνταξης των πρακτορείων ειδήσεων ήταν συνάρτηση του διαστήματος, που διέθετε, της αντίληψης του για την αξία μιας είδησης, αλλά και των προσωπικών του επιρροών και σύγχρονα δεδομένα σε σχέση με τον υπεύθυνο σύνταξης καταδεικνύουν ότι οι περιορισμοί του είναι συνάρτηση της τεχνολογίας και του χρόνου και όχι της κριτικής για την αξία μιας είδησης. Ο Shaw, το 1969, διετύπωσε τη θέση ότι η σχέση μεταξύ των επερχομένων ειδήσεων των πρακτορείων και των ειδήσεων ε/φ που χρησιμοποιούσαν πρακτορεία είναι τόσο μεγάλη, που οι υπεύθυνοι σύνταξης του AP και του UPI θεωρούνται αυτοί που καθορίζουν τι θα αποτελέσει είδηση στο Κοινό καθημερινά

Παρατηρήσεις από την αποστολή του AP και UPI του ξεσηκωμού στην Κούβα έδειξαν ότι ενώ και τα δύο αυτά πρακτορεία έστειλαν ολοκληρωμένες πληροφορίες για το γεγονός, οι επιμελητές σύνταξης τεσσάρων καθημερινών ε/φ δεν χρησιμοποίησαν αρκετό υλικό από την ουσιαστική αυτή κάλυψη.

Μια συγκεκριμένη έρευνα για το AP στις καθημερινές ε/φ της Minnesota (Casey, 1958) υποστήριξε από τα ευρήματα της ότι το 59% των αποστελλομένων κειμένων των πρακτορείων χρησιμοποιούνται σε μια ημέρα κυρίως όμως από μεγάλες ε/φ και όχι από μικρές. Ο ισχυρισμός όσων απορρίπτουν ποσοστό στηρίζεται στην έλλειψη χώρου, στο περιορισμένο ενδιαφέρον του αναγνώστη, στην μικρή αξία της είδησης, στην καθυστερημένη άφιξη της είδησης και σε προβλήματα στην διαδικασία της επεξεργασίας της είδησης.

Αρθρα για την Αλβανία. Πίνακας Νο 1

| Value Label | | Value | Frequency | % | Valid % | Cum% |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | |
| 1991 | | 1,00 | 89 | 63,1 | 63,1 | 63,1 |
| 1992 | | 2,00 | 24 | 17,0 | 17,0 | 80,1 |
| 1993-94 | | 3,00 | 28 | 19,9 | 19,9 | 100,0 |
| | | | | | | |
| | **Total** | | **141** | **100,0** | **100,0** | |
| | | | | | | |
| **Valid cases :141** | | **Missing cases : 0** | | | | |

Ο πίνακας παρουσιάζει τον αριθμό των άρθρων, που δημοσιεύθηκαν στην ε/φ New York Times την τετραετία 1991-94. Τα περισσότερα από αυτά προήλθαν από τις ανταποκρίσεις του πρώτου χρόνου των εξελίξεων, όταν το πολιτικό αλλά και το μικτό ενδιαφέρον της ε/φ άρχισε να αναπτύσσεται για την ενημέρωση των αναγνωστών της και όσων εκπροσωπεί

Ενας μεγάλος αριθμός ανταποκρίσεων αναφέρεται στα γεγονότα της Αλβανίας, από τις οποίες κρίνουμε **πέντε (5) ως τις αντιπροσωπευτικότερες πηγές ανταπόκρισης: Τα Πρακτορεία Reuters και Associated Press, τους τρεις κύριους ανταποκριτές της ε/φ New York Times, Binder, Kamm, Anastasi.**

Το 1991 είναι η χρονιά, που τα γεγονότα τρέχουν, οι δραματικές συνθήκες των πολιτών αυτής της Χώρας γίνονται γνωστές κυρίως με την φυγή τους, είναι η χρονιά, που αρχίζει να **δρομολογείται ο πολιτικός σχεδιασμός των ΗΠΑ σύμφωνα με τα σύγχρονα δεδομένα του χώρου της Βαλκανικής.**

Το αίτημα του αλβανικού λαού για πολιτική μεταρρύθμιση και οικονομική ανάπτυξη, οι προσπάθειες των κομμάτων για την επικράτηση της μιας ή της άλλης ιδεολογικής γραμμής αποτελούν εξαιρετικού ενδιαφέροντος θέματα

Το 1991 είναι ο χρόνος που οι ΗΠΑ αρχίζουν να διαμορφώνουν το **σχέδιο πολιτικής και οικονομικής συνεργασίας με την συγκεκριμένη Χώρα, για να εξασφαλίσουν έναν νέο πόλο επιρροής στα Βαλκάνια (μετά την επιρροή της Γερμανίας). Αλλωστε ο ίδιος ο αλβανικός λαός, οι προοδευτικές πολιτικές δυνάμεις και το αμερικανο-αλβανικό Lobby ζητούν επίμονα και προσβλέπουν στο ενδεχόμενο της αμερικανικής ανάμειξης στην περιοχή (στρατιωτική και οικονομική συνεργασία,** Nato, επενδύσεις, περιορισμός της σερβικής δύναμης-Kosovo).

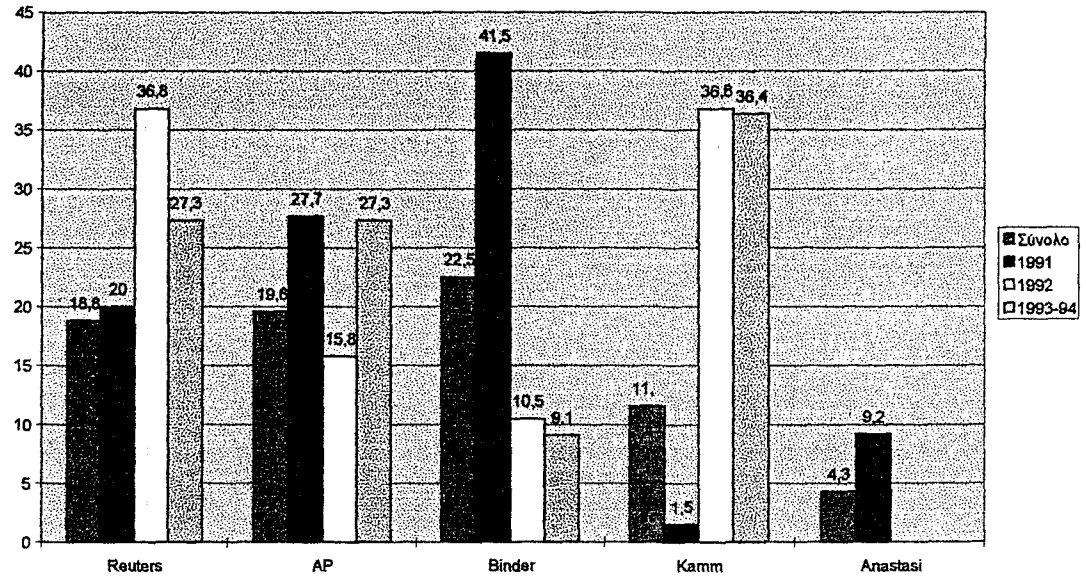
*«Οι εκπρόσωποι των ΗΠΑ κατέβαλαν ιδιαίτερες προσπάθειες για την 'ανάδειξη' του αλβανικού παράγοντα σε αποφασιστικό στοιχείο της βαλκανικής σκηνής κατά την διάρκεια της τετραήμερης συνάντησης στο Βερολίνο.»* [168]

Το 1992 και περισσότερο η διετία 1993-94 χαρακτηρίζονται από την δυναμική **παρέμβαση των ΗΠΑ (επίσκεψη αμερικανών νομικών και οικονομικών συμβούλων, εγκατάσταση διπλωματικών αρχών, στρατιωτική εκπαίδευση Αλβανών) και προώθηση πολιτικού ελέγχου με την υποστήριξη πολιτικών προσώπων δυτικών προτύπων (Berisha).**

**Επακολουθεί κάποια τάση προσπάθειας ομαλοποίησης και εκτόνωσης της κατάστασης στο εσωτερικό της Αλβανίας, ενώ εν τω μεταξύ επιδιώκεται η αφύπνιση του πολιτικού και επιχειρηματικού Κοινού των Times να ζητήσει μια συνεχή ενημέρωση για τα θέματα της συγκεκριμένης Χώρας μέσα από ιδιοτελή και ρεαλιστικά πλαίσια αλλά και συναισθηματική κάποτε φόρτιση.**

*«Η Αλβανία γίνεται το μάτι των Αμερικανών για τη Βοσνία αφού τον προσεχή Φεβρουάριο δέχεται κατασκοπευτικά αεροπλάνα 2 Gmat 750, που έχουν τη δυνατότητα να πετούν σε ύψους 800 μέτρων και να μεταδίδουν στην Washington φωτογραφίες και πληροφορίες από μαρτυρία του John Maroko, που δεν διέψευσε η αλβανική κυβέρνηση.»* [169].

Μερίδιο Ανταποκριτή στα Άρθρα-Αναλυτική Παρουσίαση ανά Έτος




Στο διάγραμμα η πρώτη μπάρα δείχνει το ποσοστό των άρθρων, που οι ανταποκριτές έγραψαν στην διάρκεια των ετών 1991-94, (δηλαδή το μερίδιο ενός εκάστου).
Το Reuters έχει το 18.8% στο σύνολο των άρθρων, ο Binder το 22.5% κλπ. Οι υπόλοιπες μπάρες δείχνουν την κατανομή των άρθρων για κάθε έτος.
Κατά το 1991 το 20% των άρθρων στηρίζεται σε ανταποκρίσεις του Reuters, το 27.7% του AP, το 41.5 % του Binder. Δηλαδή έχουμε τη δυνατότητα να συγκρίνουμε ποιος έχει κάνει τις περισσότερες ανταποκρίσεις στην ε/φ. Για το 1991 υπερισχύει ο Binder, για το 1992 ο Kamm μαζί με το Reuters, για την διετία 1993-94 ο Kamm.

Οι ανταποκριτές, πλην του Binder, ζουν στον ρυθμό των γεγονότων κοντά στις καθημερινές και απρόβλεπτες αντίξοες καταστάσεις του αλβανικού λαού που αντικατοπτρίζουν την οικονομική δυσπραγία και την πολιτική και συνταγματική αστάθεια. Προσεγγίζοντας ποικίλες πηγές χρησιμοποιούν την εμπειρία και την γνώση τους στοχεύουν σε μια υψηλής αποδοχής ενημέρωση (experts-αναγνώριση της αυθεντίας).

Ο David Binder είναι ο μόνος που εκφράζει τις θέσεις του δημιουργώντας παραστάσεις με γνώμονα κυρίως την γνώση και μακρόχρονη ενασχόληση-εμπειρία του (Βαλκάνια, μειονότητες) σε συνδυασμό με τις επαφές του με **αξιόπιστες, επίσημες πηγές των πολιτικών κύκλων της Washington, από τις οποίες κυρίως αντλεί τις επιρροές του**

**με την τεχνική της επανάληψης, της σύγκρισης, της ανάλυσης, επισημαίνοντας ουσιαστικά σημεία χωρίς όμως να έχει την προσωπική -καθημερινή προσέγγιση των εξελίξεων.**

**Χώρα Ανταπόκρισης και Αποστολής. Πίνακας Νο 2.**

| Value Label | | Value | Frequency | % | Valid % | Cum % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | |
| **U.S.A** | | 1 | 33 | 23,4 | 23,4 | 23,4 |
| **Ελλάδα** | | 2 | 86 | 61,0 | 61,0 | 84,4 |
| **Αλβανία-Ιταλία** | | 5 | 22 | 15,6 | 15,6 | 100,0 |
| | | | | | | |
| | **Total** | | **141** | **100,0** | **100,0** | |
| | | | | | | |
| **Valid cases :141** | | **Missing cases : 0** | | | | |

Οι χώρες από τις οποίες κυρίως πραγματοποιήθηκαν οι ανταποκρίσεις είναι η Ελλάδα, η Αλβανία, η Ιταλία και οι ΗΠΑ (Γραφείο των Times στην Washington).

Μεταξύ των χωρών από τις οποίες εστάλησαν οι ανταποκρίσεις (από τους 5 κυριότερους ανταποκριτές) **η Ελλάδα κατέχει την πρώτη θέση, δεδομένου ότι - διαδραματίζοντας πρωταρχικό ρόλο στις εξελίξεις λόγω των σχέσεων της με την Αλβανία- προσφέρει αρκετές δυνατότητες και διευκολύνσεις στους ανταποκριτές μεταξύ των οποίων: η αμεσότητα τους με ελληνικές πηγές άντλησης πληροφόρησης (βοήθεια προς την Αλβανία, εκπροσώπηση Ε.Ε., αναζωπύρωση σχέσεων με ελληνική μειονότητα), με τις αλβανικές επίσημες πηγές αλλά και με τους απλούς πολίτες-λαθρομετανάστες (δηλώσεις αλβανικών φορέων, απόψεις φυγάδων-Κέντρα Υποδοχής).**

Επιπλέον η Αθήνα παρέχει μεγαλύτερη ασφάλεια, καλλίτερες συνθήκες διαβίωσης και επαγγελματικής λειτουργίας, καθιερωμένο ήδη αμερικανικό περιβάλλον (διπλωμάτες, στρατιωτικοί, εταιρίες), δοκιμασμένη επικοινωνία με ΜΜΕ και ελληνικούς φορείς

Οι ανταποκρίσεις περιλαμβάνουν ποικιλία θεμάτων κυρίως πολιτικής και κοινωνικής χροιάς στο εσωτερικό, ανάπτυξης πρωτοβουλιών για σχέσεις με ευρωπαϊκά κράτη,

υποβολής αιτημάτων για αμερικανική βοήθεια σε πολλαπλά επίπεδα, αθρόας φυγής λαθρομεταναστών για καλλίτερη ζωή.

Υπογραμμίζεται ότι ιδιαίτερα μέσα στο 1991 ξεκίνησε μια μαζική προσέλευση Αλβανών στην Ελλάδα, ένα ζωτικό θέμα που απασχόλησε και απασχολεί τις δύο Χώρες και για το οποίο δεν υπήρξε ολοκληρωμένη κάλυψη ενημέρωσης από τους Times, όπως αναμενόταν αλλά αντίθετα υποβάθμιση παρά τις ελληνικές παρεμβάσεις στην Ε.Ε και την πρωτοβουλία διάθεσης ιδίων κρατικών κονδυλίων. (Κεφάλαιο Αμερικανική Κυβέρνηση και Τύπος- Παραλείψεις).

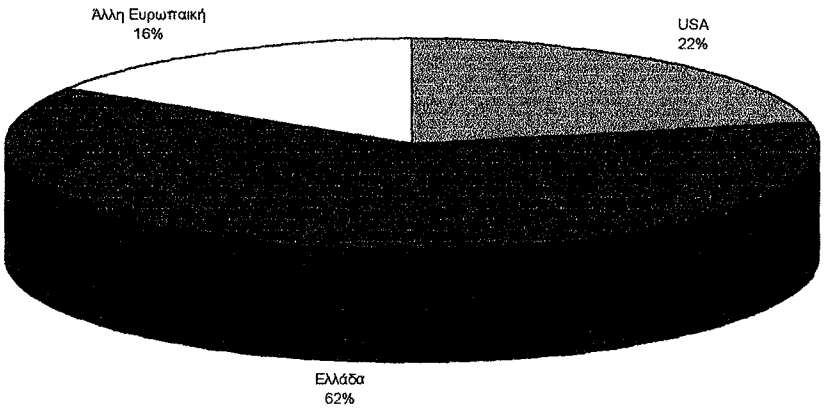
Σημειώνεται ότι το ζήτημα της αθρόας προσέλευσης Αλβανών στην Ελλάδα, το οποίο απετέλεσε ένα από τα ζωτικότερα ζητήματα τριβής στις σχέσεις των δύο χωρών μέχρι και σήμερα, θίγεται κατά περιορισμένο ποσοστό και για τον λόγο αυτό **δημιουργείται η εντύπωση πως οι Times έχουν την τάση να υποβαθμίσουν ένα μεγάλο θέμα για το οποίο η Ελλάδα έδειξε και δείχνει όχι μόνο συμπαράσταση και ανοχή σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, αλλά και παίρνει πρωτοβουλία σαν μέλος της Ε.Ε. να μεσολαβήσει για διάθεση κοινοτικών κονδυλίων μέσω της κυβέρνησης της με την εμπιστοσύνη που έχει ήδη κερδίσει.**

Γράφων/Χώρα Συγγραφής. Πίνακας Νο 3.

| Γράφων/ανταποκριτής | ΧΩΡΑ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | USA | Ελλάδα | Αλβανία Ιταλία | Total | % |
| 1. Πρακτορείο Reuters | 1 | 21 | 4 | **26** | **19,5** |
| 2. Πρακτορείο AP | 2 | 15 | 7 | **24** | **18,0** |
| 3. Πρακτορείο AFP | | | 1 | **1** | **0,8** |
| 4. Ανταποκριτής Sudetic | | 1 | | **1** | **0,8** |
| 5. Ανταποκριτής Binder | 18 | 12 | | **30** | **22,6** |
| 6. Ανταποκριτής Kamm | | 13 | 1 | **14** | **10,5** |
| 7. Ανταποκριτής Fowler | | 4 | 1 | **5** | **3,8** |
| 8. Ανταποκριτής Cowell | | 3 | | **3** | **2,3** |
| 9 Ανταποκριτής Darnton | | | 1 | **1** | **0,8** |
| 10 Ανταποκριτής Gonzalez | 1 | | | **1** | **0,8** |
| 11. Ανταποκριτής Haberman | | 2 | | **2** | **1,5** |
| 12. Ανταποκριτής Anastasi | | 4 | 1 | **5** | **3,8** |
| 13. Ανταποκριτής ΑΛΛΟΣ | | 4 | 1 | **5** | **3,8** |
| 14. Ανώνυμη Ανταπόκριση | 1 | 3 | 2 | **6** | **4,5** |
| 15. Column/st | 4 | 1 | | **5** | **3,8** |
| 16. Άλλος | 2 | 2 | | **4** | **3,0** |
| **Total**<br>**%** | **29**<br>**21,8** | **85**<br>**63,9** | **19**<br>**14,3** | **133**<br>**100,0** | **100,0** |

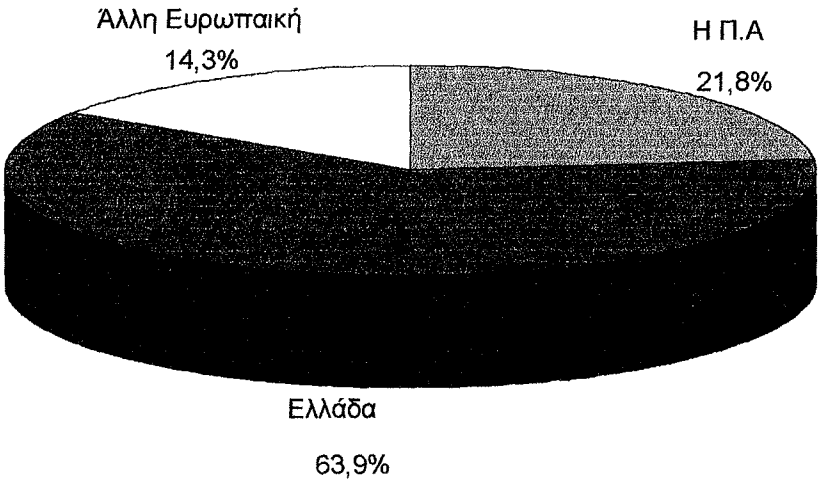
Number of Missing Observations: 8

**Χώρες από τις οποίες έχουν γίνει ανταποκρίσεις στα έτη 1991-94**




Ανταποκρίσεις που έγιναν από τους **5 κυριότερους** ανταποκριτές.

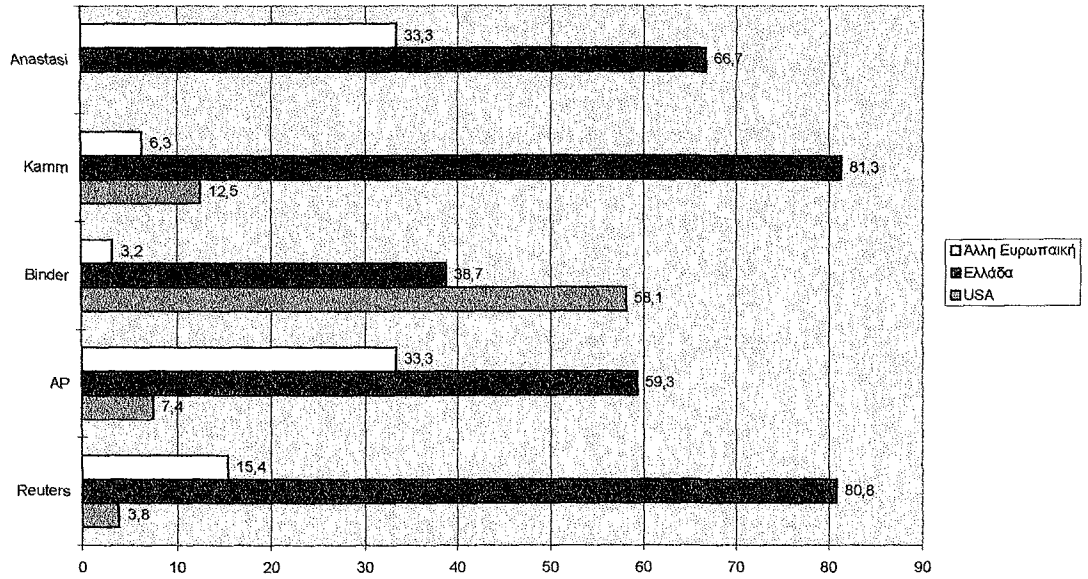
**Χώρα από την οποία έγιναν ανταποκρίσεις στο σύνολο των ανταποκριτών στα έτη 1991-94**



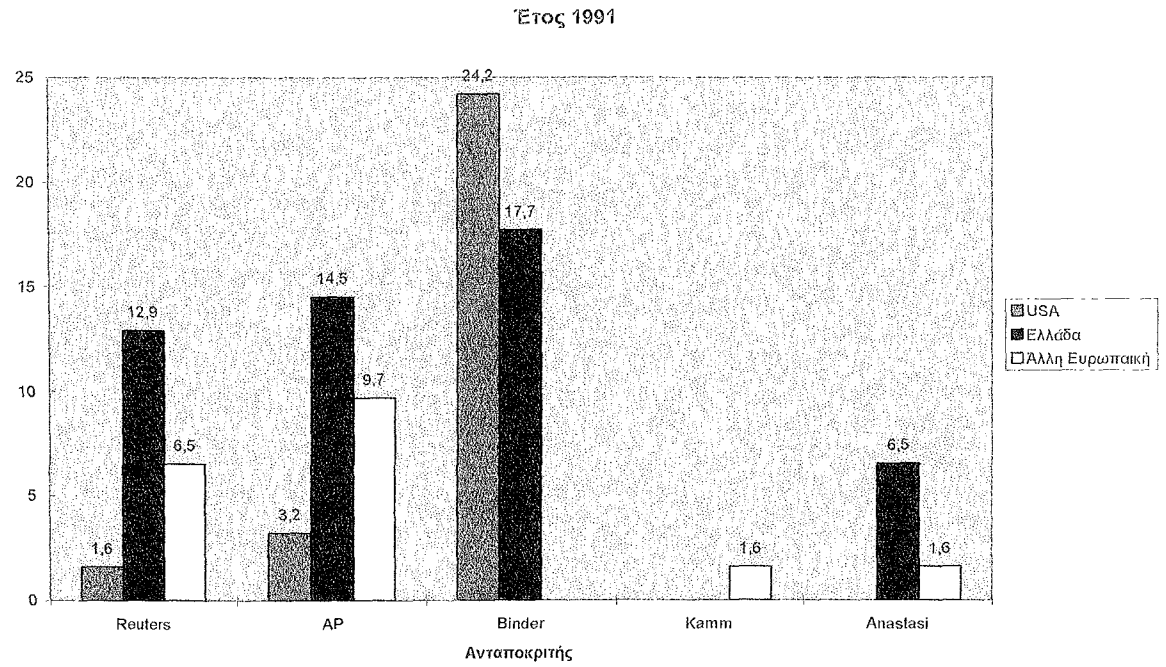

Ανταποκρίσεις που έγιναν στο **σύνολο** των ανταποκριτών.

Συγκρίνοντας τα δύο διαγράμματα διαπιστώνεται ότι διαφέρουν ελάχιστα.

**Χώρα από την οποία έγιναν ανταποκρίσεις στην διάρκεια των ετών 1991-1994**



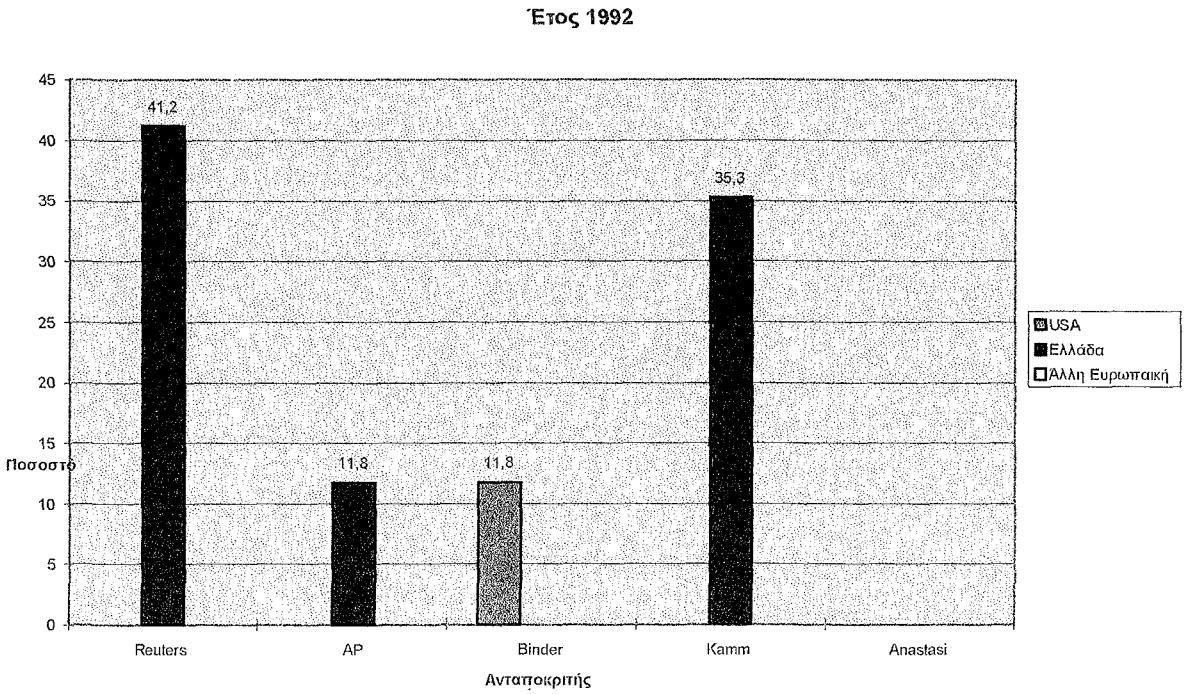

Το 58.1% των άρθρων του Binder προέρχεται από πηγές των Η.Π.Α, το 38.7% από την Ελλάδα, ενώ το 3.2 % από Αλβανία ή Ιταλία. Ανάλογα και για τους υπόλοιπους ανταποκριτές.



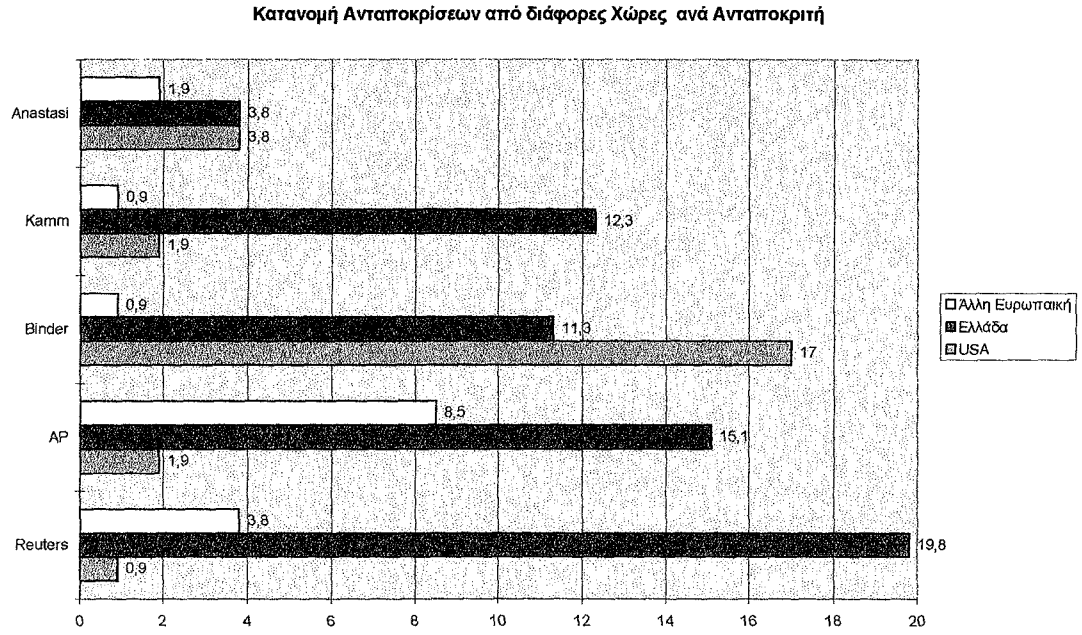

Το έτος 1991 και για τους 5 κυριότερους ανταποκριτές το 51.4% των άρθρων προέρχεται από την Ελλάδα.(υπογραμμίζεται ότι το ποσοστό αυτό δεν αφορά το σύνολο των ανταποκριτών αλλά μόνο τους 5 κυριότερους ανταποκριτές).

Στον ίδιο χρόνο το 24.2 % των άρθρων του Binder προέρχεται από την Washington,

ενώ ο Kamm δεν έχει να παρουσιάσει κάποιο σημαντικό αριθμό άρθρων το συγκεκριμένο έτος.



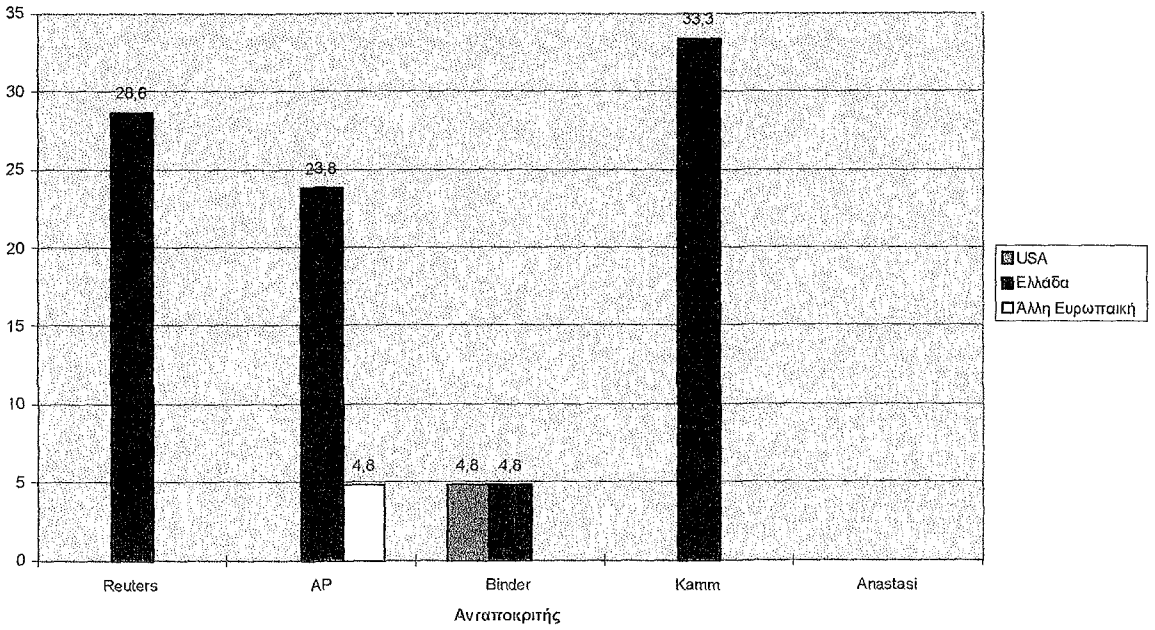

Το 1992 τα άρθρα που έχουμε προέρχονται από την Ελλάδα (το 88.3% των άρθρων των 5 ανταποκριτών). Μόνο ο Binder εξακολουθεί να γράφει περισσότερα άρθρα με πηγές από τις Η.Π.Α.




Το παραπάνω διάγραμμα δείχνει πως κατανέμονται οι ανταποκρίσεις από διάφορες χώρες μεταξύ των Πρακτορείων και των ανταποκριτών της ε/φ επιτρέποντας να δίνονται ανάλογες συγκρίσεις. Για την Ελλάδα το ποσοστό είναι 62.3% και αυτό κατανέμεται μεταξύ των ανταποκριτών, 3.8+12,3+11,3+15,1+19,8=62.3% .

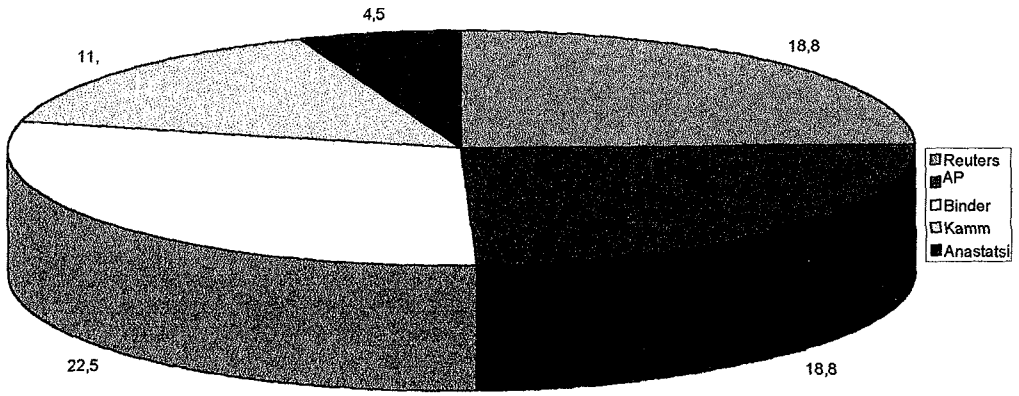
Επίσης μας δίνει την δυνατότητα να προβούμε σε διάφορες συγκρίσεις.
π.χ το Reuters έχει τις περισσότερες ανταποκρίσεις του από την Ελλάδα (19.8%). Αντίθετα ο Binder έχει κάνει τις περισσότερες ανταποκρίσεις από τις Η.Π.Α.

Έτη 1993-94




Και για την διετία 1993-94 το Reuters, το AP και ο Kamm εξακολουθούν να έχουν αρκετά σημαντικό αριθμό ανταποκρίσεων από την Ελλάδα. Ο Binder παρουσιάζει μικρό αριθμό ανταποκρίσεων για τα δυο αυτά χρόνια.

**Κατανομή άρθρων σε όλη την διάρκεια των ετών από τους κυριότερους ανταποκριτές**



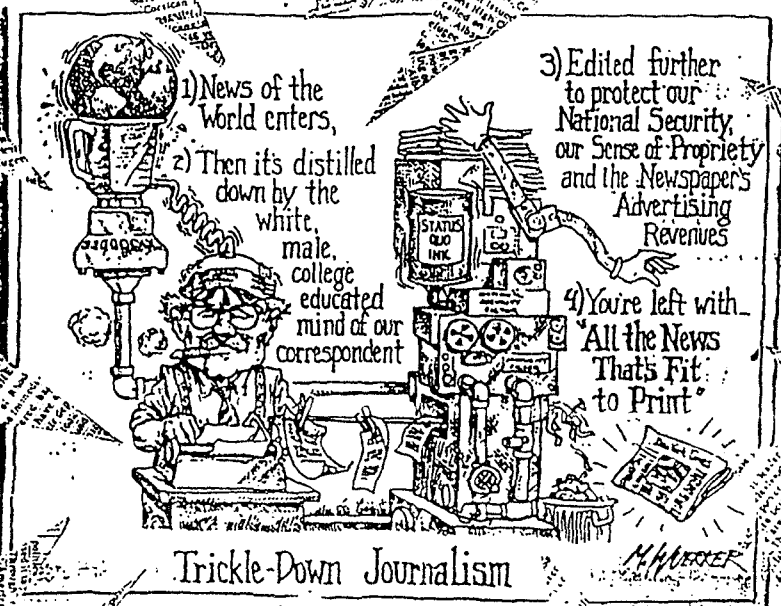

Στο διάγραμμα, φαίνεται το ποσοστό ανταποκρίσεων, που έχουν να παρουσιάσουν και οι 5 ανταποκριτές στην διάρκεια του χρόνου παρατήρησης.

ΑΛΒΑΝΙΑ-ΕΛΛΑΔΑ 1991-1994

ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ-ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΡΡΟΗ

Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ « THE NEW YORK TIMES»

# The New York Times




Albanian-Refugees Taken to Shelters

II

Albanians Still Stream Into Greece Though Athens Asks Them to Stop

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ της Στ. Ιωαννίδου

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ, ΤΜΗΜΑ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ: Επιβλέπων Καθηγητής Στ. Παπαστάμ

ΑΘΗΝΑ, 1999.

ΝΔ 11987
ΚΟΕ: 11858

2 9 ΝΟΕ. 2000
ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

## 7. ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΞΙΕΣ

***Η ιδεολογία*** είναι μια γενική και πολύ εκτεταμένη έννοια.

Κατά έναν ορισμο ***«αποτελεί το σύνολο πεποιθήσεων ή αξιών, που παίρνουν την εξήγηση τους σύμφωνα με τα ενδιαφέροντα ή την κοινωνική θέση κάποιας κοινωνικής ομάδας»***[168]

Για το άτομο οι αξίες αποτελούν το σημείο αναφοράς στον τρόπο λειτουργίας του, στη φιλοσοφία του για τη ζωή και είναι σημαντικές, διότι επηρεάζουν σχεδόν όλες τις πλευρές συμπεριφοράς του με την έννοια ότι και οι στόχοι του είναι συνδεδεμένοι με αυτές.[169] Με την έκφραση αξιών συνδέεται η λειτουργία των στάσεων, που όχι μόνο δίνουν διαύγεια στην αντίληψη για τον εαυτό μας αλλά επίσης διαπλάθουν και φέρνουν την αυτογνωσία πλησιέστερα στην από καρδιάς επιθυμία. Υπάρχουν στάσεις, που εκφράζονται θετικά για τις κεντρικές αξίες και τον τύπο του ατόμου, που εμείς οι ίδιοι δεν πιστεύουμε ότι είμαστε

Οι ανθρώπινες ανάγκες ικανοποιούνται μέσα από αξίες διαφόρων ειδών, αφού λόγω της αντίστασης της φύσης να καλύπτει τις απαιτήσεις με τις πηγές της, οι αξίες εκτιμώνται με διαφορετική εκτίμηση.

**Οι αξίες είναι σχηματισμοί, που έχουν ολοκληρωθεί, έχουν συμπεριληφθεί και κυριαρχήσει πάνω από άλλες στάσεις, έτσι ώστε να συνιστούν βασικούς πυρήνες, που παραπέμπουν στις πράξεις του ατόμου τις ιδιαίτερα συνειδητοποιημένες με κριτήριο.**

Η ικανοποίηση των πρωταρχικών αναγκών υπήρξε παράγοντας πνευματικής δράσης των ατόμων, οδήγησε στην επινόηση της ομάδας, η οποία για να διατηρηθεί και η ίδια με την σειρά της προχώρησε στην δημιουργία πλήθους μεμονωμένων-ατομικών παρατηρήσεων σε σχέση με *το τι είναι το καλλίτερο για το κάθε τι.*

Το τι είναι όμως το καλλίτερο συνδέεται με την έννοια της κλίσης και προτίμησης, ως αποτέλεσμα διαφόρων γνωμών Οι γνώμες απειλούν την επιβίωση της ομάδας-κοινότητας και η ανάγκη για μια πειθαρχημένη κοινωνία εκτοπίζει έτσι τις άλλες ανάγκες

Η ανάγκη για πειθαρχία δεν μπορεί όμως να εδραιωθεί χωρίς να υπάρξει επικοινωνία μεταξύ όλων των μελών της ομάδας και αυτός είναι ο λόγος που μελετήθηκε η παιδεία

των μελών της ομάδας. Επειδή έπρεπε να υπάρξει μια επιλογή αξιών μεταξύ αυτών που θα επικρατήσουν, για να καλυφθεί η ανάγκη διασποράς τους στα μεμονωμένα μέλη με βάση την κάλυψη των απαιτήσεων για την εδραίωση της πειθαρχίας, δημιουργήθηκε **η ιδεολογία.**

***«Τα ιδεολογικά φαινόμενα αποτελούνται από συστήματα με παραστάσεις και στάσεις (προκαταλήψεις-στερεότυποι) με κοινό χαρακτηριστικό την έκφραση μιας κοινωνικής αναπαράστασης ατόμων και ομάδων στην προσπάθεια τους να επικοινωνήσουν και να ενεργήσουν».*** [170]

Σε ιδεολογικό πλαίσιο η επίδραση που δέχονται οι πολίτες-αναγνώστες στον τρόπο που σκέπτονται για θέματα εξωτερικής πολιτικής και πολιτικής γενικότερα, ξεκινά από την ημέρα σχεδόν της γέννησης τους, αφού περιβάλλονται από άτομα και οργανισμούς, που ασκούν επιρροή στη διαμόρφωση απόψεων για όσα πραγματοποιούνται γύρο τους, όπως η οικογένεια, οι φίλοι, οι γείτονες, το σχολείο, η εκκλησία και πλήθος άλλων ινστιτούτων και ομάδων.

Η διαδικασία, που περιλαμβάνει στάδια επιρροής από ομάδες, φορείς και ινστιτούτα για τον σχηματισμό απόψεων, ονομάζεται ***πολιτική κοινωνικοποίηση*** (political socialization) και έχει απασχολήσει ευρύτατα τους ερευνητές [171].

Αυτή η έννοια γεννά συναισθήματα αυτοθυσίας στα άτομα που δείχνουν πως υποτάσσονται στις αρχές της. Το συναισθηματικό περιεχόμενο της είναι συνυφασμένο με όλα τα σημεία αναφοράς, με τα οποία η προσωπικότητα του πολίτη ολοκληρώνεται. Η ολοκλήρωση αυτή της προσωπικότητας αναπτύσσει την «ταυτότητα», που στην πραγματικότητα είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία της πολιτικής κοινωνικοποίησης.

Από τους κυριότερους παράγοντες επιρροής του πολίτη θεωρείται ο πολιτισμός μέσα στον οποίο ανατράφηκε και το εθνικό σύστημα αξιών και τάσεων

Σε παλαιότερες εποχές επικρατεί ο πολιτισμός και η παράδοση της φυλής, ο οικισμός ή το χωριό σαν πολιτιστική ενότητα Αργότερα διαμορφώνεται η Πολιτεία-Κράτος μέσα στην οποία κυριαρχούν η κοινή γλώσσα, η ιστορία, το κοινό εκπαιδευτικό σύστημα και η εκκλησία με αποτέλεσμα την ανάπτυξη της έννοιας του έθνους. Πολλά από τα σημεία αναφοράς (αξίες, τάσεις και τρόποι θεώρησης των πραγμάτων) προέρχονται από ένα ευρύ πολιτιστικό πλαίσιο Η εθνικότητα γίνεται τμήμα του εαυτού μας,

κομμάτι της ατομικής μας ταυτότητας. Είναι η ευρεία ταυτότητα, που επιτρέπει σε κάθε άτομο να συνδέεται με άλλα άτομα αποτελεσματικά. Με την έννοια αυτή η πολιτική κοινωνικοποίηση δεν αποδίδεται ακριβώς μόνον έτσι αλλά επεκτείνεται και σε αυτό που αποκαλείται πολιτιστική κοινωνικοποίηση.

**Το πολιτικό σύστημα και η πολιτιστική παράδοση δεν είναι τίποτα άλλο παρά ένα σύνολο τάσεων και πεποιθήσεων που δίνει στον πολίτη ενός κράτους μια ειδοποιό διαφορά σε σχέση με τον πολίτη μιας άλλης Χώρας.**

Από πολύ νωρίς στην πορεία ανάπτυξης της προσωπικότητας, η ανάγκη της αυτογνωσίας είναι σημαντική Αργότερα καθίσταται σημαντικότερο να γνωρίζουμε σε τι μέγεθος ανήκουμε και τι τύπο ατόμου επιθυμούμε να αποτελούμε. Ακόμα και σαν ενήλικες η διαύγεια και η σταθερότητα της γνώσης για τον εαυτό μας είναι καθοριστική.

Η σχέση του συστήματος αξιών με την προσωπικότητα, είναι ένας προβληματισμός υψηλής σημασίας Εάν μια στάση είναι συνδεμένη με ένα σύστημα αξιών, με το οποίο είναι πολύ σχετική, ή μέρος του οποίου αποτελεί, τότε η αρμόζουσα διαδικασία αλλαγής είναι ποιο περίπλοκη Το κεντρικό σημείο μιας στάσης αναφέρεται στον ρόλο της σαν μέρος του συστήματος αξιών, το οποίο είναι στενά συνδεδεμένο με την ατομική αυτοαντίληψη

Μια πρόσθετη άποψη των στάσεων, που δεν περιγράφεται ευκρινώς, είναι η σχέση με την δράση ή με μια υπερβολική συμπεριφορά Έχουμε μερικές στάσεις, που από μόνες τους έχουν περισσότερες *δομές δράσης* -απ' ότι κάνουν άλλες- όπως ο Cartwright αναφέρει Ο λόγος που είναι δύσκολο να αλλάξει λ χ ένας ενήλικας αναγνώστης των Times είναι το γεγονός, ότι αυτός δεν νοιώθει άνεση με τον «καινούργιο εαυτό του» αφού ήδη στη διαδικασία των διαμορφωτικών χρόνων θέτει το βασικό της περίγραμμα στην αυτοαντίληψη Και όπως τα παιδιά μέσα από μια ταινία αναζητούν το μοντέλο του «καλού» ή του «κακού» χαρακτήρα, έτσι και οι ενήλικες έχουν μια εμμονή στο να μπαίνουν «ταμπέλες» σε σχέση με την εικόνα (image) κάθε χαρακτήρα, μια σχετική αλλά λίγο διαφορετική διαδικασία από την κοινωνικοποίηση της παιδικής ηλικίας, που λαμβάνει χώρα, όταν το άτομο έχει ήδη εισέλθει σε μια νέα ομάδα ή έναν οργανισμό. Το άτομο συχνά αναλαμβάνει και ενστερνίζεται τις αξίες μιας ομάδας.

Τέσσερις είναι οι παράγοντες, που πιθανότατα λειτουργούν και μερικοί ακόμα συνδυασμοί τους για τον ενστερνισμό των αξιών:[172]

1. ***Οι αξίες της ομάδος***, που είναι πιθανόν σύμφωνες σε μεγάλο ποσοστό με τις υφιστάμενες βασικές αξίες της προσωπικότητας.
2. ***Η ιδεολογία της νέας ομάδας***, που προφανώς περιλαμβάνει ένα ξεκάθαρο μοντέλο, αυτό το οποίο καθορίζει τι πρέπει να αρέσει στο νέο μέλος και καθοδηγεί τα μέλη της με σχετικούς κανόνες.
3. ***Οι δραστηριότητες της ομάδος προς την κατεύθυνση στόχων.*** Οι δραστηριότητες της ομάδος προς την κατεύθυνση στόχων, που επιτρέπουν στο μέλος μια αυθεντική ευκαιρία για συμμετοχή. Για να έχει γίνει το μέλος συνειδητά ενεργό και να μπορεί να ενστερνίζεται τις αξίες της ομάδας, πρέπει να ανακαλύψει ένα ή δύο τέτοιους κανόνες. Οι ανοικτές για το μέλος δραστηριότητες της ομάδας πρέπει να αντλήσουν το ταλέντο του και τις ικανότητες του, έτσι ώστε να έχει την ευκαιρία να επιδείξει ότι αξίζει και ότι είναι δεμένο με την συνολική προσπάθεια ολόκληρης της ομάδας συμμετέχοντας στις αποφάσεις της Με αυτόν τον τρόπο ικανοποιείται η ανάγκη του για αυτοδιάθεση, ευκαιρία που μαζί με την αυτοέκφραση αποτελούν στοιχεία μεγάλης σπουδαιότητας, για την ψυχολογική αποταμίευση του μέλους.
4. ***Το μέλος μπορεί να θεωρήσει τον εαυτό του μονάδα του group***, εάν μπορεί να μοιράζεται τις επιβραβεύσεις των δραστηριοτήτων αυτού του group, οι οποίες περιλαμβάνουν και τις προσωπικές του προσπάθειες (Τα μέλη της πολιτικής και οικονομικής elite των ΗΠΑ)

Στις ΗΠΑ το σύστημα αξιών ουσιαστικά αποτελείται στην πλειοψηφία του από την μεσαία και ανωτέρα τάξη που με τις γλωσσικές μεθόδους τον τρόπο (style) της ζωής διαρκώς ενισχύει τους κυρίαρχους κανόνες της αμερικανικής κουλτούρας με τον κατ΄ουσίαν αποκλεισμό άλλων εναλλακτικών σε μειοψηφία προσανατολισμών Το φαινόμενο αυτό οδηγεί στην ευρεία διάχυση και ενδυνάμωση αυτών των αξιών και την σταθεροποίηση της πολιτικής δομής.

**Το περιεχόμενο της ζωής έτσι όπως αντικατοπτρίζεται μόνο μέσα από τη συγκεκριμένη ε/φ αλλά και τα άλλα ΜΜΕ είναι αποτέλεσμα αποφάσεων μεαυζόντων, που στην πλειοψηφία τους προέρχονται από την μεσαία ή ανωτέρα μέση τάξη και τις αξίες, που οι προσανατολισμοί τους κυριαρχούν.**

Με την εκτίμηση ότι τα ΜΜΕ αποτελούν αποτελεσματικούς παράγοντες κοινωνικής προσαρμογής η επίδραση αυτού του κόσμου επιρροής τους στις ΗΠΑ μπορεί να είναι

προβλέψιμη. Ο μέσος πολίτης από παιδί ανατρέφεται με την νοοτροπία της τάξης του, που αντανακλά εικόνες ζωής, όπως αυτές διαμορφώνονται από τα ΜΜΕ ή τα κείμενα των σχολικών βιβλίων του αλλά και από τον ενεργό ρόλο άλλων παραγόντων κοινωνικής προσαρμογής, που προσφέρουν έναν προσανατολισμό προς την *ιδιοκτησία, την ασφάλεια* και τα άλλα κεντρικά σημεία κυρίως της μεσαίας τάξης.
Ενδιαφέρουσες θέσεις γύρο από τις αξίες της αμερικανικής κοινωνίας έχει καταγράψει σε έκδοση του ο David L. Bender
***«Η χώρα μας έχει επιτύχει γιατί οι αξίες μας είναι βαθιά ριζωμένες στον χαρακτήρα μας. Είναι μέρος αυτού που σημαίνει Αμερική. Η χώρα μας έχει επιτύχει γιατί ο τρόπος με τον οποίο εμείς παρουσιαζόμαστε σαν ξεχωριστά μεμονωμένα άτομα ορίζει και πως εμείς θα εμφανιστούμε σαν έθνος. Ζούμε σε μια Χώρα, όπου οι άνθρωποι έχουν την μεγαλύτερη που δύναται ελευθερία για να εγκωμιάσουν, να ασκήσουν κριτική, να συζητήσουν και να διαφωνήσουν δημόσια, όπως ταιριάζει. Η κοινωνία μας έχει κτιστεί πάνω στην ελευθερία της θρησκείας, του Τύπου, του λόγου, της αποδεδειγμένης δικαιοσύνης. Αυτές οι μορφές ελευθερίας μας επιτρέπουν να έχουμε φαντασιώσεις, που ανθίζουν.»***[173]

Ο Alexis de Tocqueville, Γάλλος αριστοκράτης, που ασχολήθηκε με την αμερικανική δημοκρατία και τους Αμερικανούς, αλλά και άλλοι νεώτεροι ερευνητές προσδιόρισαν τις κυριότερες παραδοσιακές αξίες αυτού του λαού, μεταξύ των οποίων συμπεριλαμβάνονται

*-**Η προκατάληψη*** ενάντια σε μειονότητες που μετανάστευσαν, ***η ατομικότητα***, που ολοκληρώνεται εκτός της οικογένειας ή της κοινωνικής τάξης, ***οι ιδιωτικές αξίες***, που αναπτύσσονται στο πλαίσιο του ανταγωνισμού, ***η εφαρμογή «καλής» πολιτικής*** με την έννοια της ηθικής, που συνεπάγεται «καλές» επιχειρήσεις [174]

Το σχέδιο Marshall λ χ για οικονομική ανάκαμψη της Ευρώπης μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, που παρουσιάστηκε σαν έκφραση ανθρωπισμού και περιείχε τα χαρακτηριστικά των αμερικανικών αξιών είχε απώτερο στόχο το οικονομικό όφελος

από το αμερικανικό εμπόριο. Η αισιοδοξία και η προσήλωση στο «αμερικανικό» όνειρο της επιτυχίας και της προσδοκίας έρχονται να προστεθούν στην ομάδα των πάγιων αμερικανικών αξιών συμπεριλαμβανομένων και αυτών των κανόνων δικαίου, της περιστολής της κυβερνητικής αυθαιρεσίας και της υποταγής στα επιβεβλημένα καθήκοντα των πολιτών.

Οι Allport και Hobbes υποστηρίζουν, **ότι οι κρατούντες με κίνητρο τη διάβρωση της επικοινωνίας ανέπτυξαν μια ιδεολογία προς χάριν των συμφερόντων τους.**[175]

**Η αμερικανική κυβέρνηση προκειμένου να περάσει στην Κοινή Γνώμη μια συγκεκριμένη πολιτική θέση χωρίς την αντίδραση της, λαμβάνει σοβαρά υπόψη τα συμπεράσματα εκείνων των ερευνών, που αναφέρονται στην ιδεολογία του αμερικανικού λαού με βάση την κοινωνικο-οικονομική θέση, την εθνότητα, την θρησκεία, την γεωγραφική περιοχή τόπου καταγωγής, την ηλικία.**

*« Η ιδεολογία αποτελεί μια ανεξιχνίαστη πραγματικότητα στην εξέλιξη του αμερικανικού συστήματος. Σε έναν απρόσωπο και αδέσμευτο κόσμο στον οποίο οι κυβερνήσεις και οι επιχειρήσεις εξασκούν γενικό και διάχυτο έλεγχο της οικονομικής δραστηριότητας, συνεχίζεται να επιβεβαιώνεται η ατομική ελευθερία και η εθελοντική συνεργασία σαν βάσεις του οικονομικού συστήματος.»*[176]

Η σφοδρή επιθυμία να εφαρμόσουμε ***στρατηγική προώθησης ιδεών «Promotion Instinct»,***[177] που θα τις υιοθετήσουν όχι μεμονωμένα άτομα αλλά κυρίως ομάδες ατόμων, χαρακτηρίστηκε ως δυναμική τάση από τον Samstag Ο ίδιος ισχυρίζεται πως αποτελεί μια στρατηγική διαδικασία με συγκεκριμένο στόχο, η ουσία του οποίου μπορεί να διαγνωστεί από την ετυμολογία της λέξης «strategos», που δεν είναι άλλη από την ελληνική λέξη «στρατηγός» και υποδηλώνει τον σχεδιασμό και την καθοδήγηση μέσα από ένα κανάλι, που απαιτεί ροπή προς μελέτη και ικανότητα για μελέτη στο πλαίσιο ενός συγκεκριμένου προβλήματος, που θα περιλαμβάνει την μελλοντική του πορεία μετά από την κατάκτηση μιας νίκης

Η στρατηγική αυτή συνδέεται με την **αλήθεια που πρέπει να φαίνεται** αλλά και την **ερμηνεία** που της δίδεται από τους διάφορους χαρακτήρες. Και πράγματι η ερμηνεία της αλήθειας που προσφέρεται μπορεί να ερμηνευθεί ανάλογα με τις στάσεις και τον

τρόπο που σκέπτονται οι αποστολείς μηνυμάτων. Ο Ιταλός κοινωνιολόγος Vilfredo Pareto αναφέρει σχετικά

*«Οι άνθρωποι πρέπει να χρησιμοποιούνται με βάση τα ένστικτα και τα συναισθήματα τους μάλλον παρά την αλλαγή της λογικής τους. Είναι γεγονός ότι οι πολιτικοί πάντοτε κάνουν τη χρήση αυτή, όταν πείθουν τους εκλογείς τους, που ανταποκρίνονται περισσότερο στα συναισθήματα τους παρά στον τρόπο που σκέπτονται.»* [178]

Ποια είναι η πολιτική συμπεριφορά των Αμερικανών και ποια είναι η γνώμη τους γύρω από το πολιτικό γίγνεσθαι, είναι ένα ζήτημα που ενδιαφέρει άμεσα όσους έχουν την πολιτική δύναμη και την υπευθυνότητα αναφορικά με την άσκηση της κυβερνητικής πολιτικής (the President, the members of Congress, cabinet members, Suprime Court).

Η άποψη πως σε μια δημοκρατική κοινωνία οι πολιτικοί αρχηγοί οφείλουν να γνωρίζουν τι σκέπτεται ο πολίτης, για τον τρόπο που αυτοί ασκούν εξουσία, είναι κυρίαρχη Ωστόσο, αυτοί οι λίγοι, (η elite) που παίρνουν τις σημαντικές αποφάσεις και ασκούν πολιτική δύναμη και απέναντι στους πολλούς, (τις μάζες, που ασκούν περιορισμένο έλεγχο στις πολιτικές αποφάσεις) οδηγούνται στην ανάγκη να δώσουν προσοχή με βάση την θεωρία της δημοκρατικής λειτουργίας στη γνώμη των πολλών στο τι σκέπτονται και το πως αντιδρούν, κάτι που έχει και άμεση σχέση λ. χ. με την εικόνα και με τα αποτελέσματα ακόμα και των προεδρικών εκλογών. Αν το Κοινό ασκεί ουσιαστική επίδραση απευθείας στους πολιτικούς αρχηγούς και τους καθοδηγεί, ή αν αυτή η επίδραση περνά μέσα από τους μαζικούς φορείς και τις ποικίλες οργανώσεις-οργανισμούς είναι ένα θέμα, που δεν έχει σε μεγάλο βαθμό ερμηνευθεί με τον ίδιο τρόπο από όλους τους αναλυτές Υπάρχει για παράδειγμα ένας ισχυρισμός ότι οι ψηφοφόροι είναι αυτοί που σε μεγάλο ποσοστό αναδεικνύουν τον πολιτικό αρχηγό, τους πολιτικούς εκπροσώπους, όλους όσους ασκούν την πολιτική και επομένως διαμορφώνουν την εθνική πολιτική

**Μια αντίθετη, επικρατέστερη άποψη όμως υποστηρίζει ότι η elite και όχι οι μάζες «διοικούν» τις ΗΠΑ, που όμως είναι υποχρεωμένη να αφουγκράζεται τις επιθυμίες του Κοινού, να του παρέχει μέσα από τα ΜΜΕ που διαθέτει κατάλληλη πληροφόρηση σύμφωνα με την επίδραση που ασκούν οι πολίτες δια της ψήφου και στην οποία οφείλουν την εκλογή τους.**

Υπάρχουν πολλά μοντέλα τρόπου άσκησης της επιρροής του Κοινού. Το μοντέλο της ***άμεσης επίδρασης*** στους εκπροσώπους (ψήφοι, συμμετοχή σε πολιτικές καμπάνιες, άσκηση μορφών πίεσης), το μοντέλο της ***καταστατικής κατοχύρωσης*** που περνά μέσα από την ιδιότητα του μέλους (group επιρροής, πολιτικό κόμμα) του ψηφοφόρου προς τον εκπρόσωπο του. Τέλος το μοντέλο της *έμμεσης-**καταστατικής επιρροής,*** που φαίνεται από τις καταστατικές επιλογές των εκπροσώπων.[179]

Γενικά φαίνεται πως η αμερικανική πολιτική δεν κατατάσσεται σε ένα συγκεκριμένο μοντέλο επιρροής αλλά αποτελεί μια σύνθεση όλων αυτών που περιλαμβάνονται με διαφορετικές προϋποθέσεις αναφορικά με τις σχέσεις και την υφή της elite και των μαζών. Σίγουρα στα μοντέλα που προαναφέρθηκαν υπάρχουν και θεωρητικά και πρακτικά όρια περιορισμών, που κατά περίπτωση αποτελούν το αποτέλεσμα της ύπαρξης αυτών των προϋποθέσεων.

Γενικά, φαίνεται πως η αμερικανική πολιτική δεν κατατάσσεται σε ένα συγκεκριμένο μοντέλο επιρροής αλλά αποτελεί μια σύνθεση όλων αυτών που περιλαμβάνονται με διαφορετικές προϋποθέσεις αναφορικά με τις σχέσεις και την υφή της elite και των μαζών. Σίγουρα στα μοντέλα που προαναφέρθηκαν υπάρχουν και θεωρητικά και πρακτικά όρια περιορισμών, που κατά περίπτωση αποτελούν το αποτέλεσμα της ύπαρξης αυτών των προϋποθέσεων. **Οι πολιτικές ιδέες που διέπουν την αμερικανική κοινωνία με έμφαση στο ατομικό εισόδημα και ιδιαίτερα στην οικονομική πλευρά της ζωής σε μια ελεύθερη δημοκρατία, στην πολιτική ισότητα, στην υλική ευημερία και στην ελεύθερη κοινωνία, περιλαμβάνονται στο αμερικανικό σύστημα διακυβέρνησης ανέκαθεν. Το σύστημα αυτό είναι ένα κράμα Ρεπουμπλικανικών και Δημοκρατικών αρχών χωρίς όμως ουδέποτε να έχει επικρατήσει ένα καθαρό σχήμα της μιας ή της άλλης μορφής.**

Πρώτα εμφανίζεται η ρεπουμπλικανική γραμμή από τον επαναστατικό αγώνα και εδραιώνεται με τη Διακήρυξης της Ανεξαρτησίας Σε δεύτερη φάση παρουσιάζεται η δημοκρατική πλευρά στη διάρκεια της δημιουργίας πολυμερών ενδιαφερόντων του αναμορφωμένου έθνους και γίνεται συγκεκριμένη με την ψήφιση του Συντάγματος Παρά το ότι είναι ξεκάθαρες αυτές οι δύο πολιτικές τάσεις υπάρχουν δημοκρατικά στοιχεία στη Διακήρυξης της Ανεξαρτησίας και ρεπουμπλικανικά στοιχεία στο Σύνταγμα, γεγονός που υποδηλώνει από την αρχή μια εξισορρόπηση, που ποτέ δεν υπήρξε σταθερή, ομοιόμορφη και εύκολη Με άξονα τις θέσεις των Δημοκρατικών και

Ρεπουμπλικάνων έχουν γίνει πλείστες όσες αναλύσεις για τη στάση του αμερικανού πολίτη αναφορικά με τις πολιτικές του πεποιθήσεις, τα ανθρώπινα δικαιώματα, τις σχέσεις του με την φυλή του, τις προτιμήσεις του στην εξωτερική πολιτική. Οι αναλύσεις έδειξαν ότι δεν είναι παγιωμένες οι διαφορετικές πλευρές των δύο αυτών πολιτικών τάσεων στο τομέα της διάθεσης κονδυλίων (εκπαίδευση, ιατρική περίθαλψη, επιβολή φόρων), των ανθρωπίνων ελευθεριών, της ελευθερίας του λόγου, της παροχής ίσων ευκαιριών εργασίας και κυρίως των διαπραγματεύσεων με άλλες χώρες για θέματα διεθνούς πολιτικής. Οι διαφορές τους βρίσκονται όχι τόσο στην αντιμετώπιση αυτών των ζητημάτων αλλά στην ιεράρχηση των θεμάτων σε σχέση με τον χρόνο κατά τον οποίο κρίνεται ότι πρέπει να ληφθούν κάποια μέτρα. Εχει επίσης φανεί ότι υπάρχουν πολίτες, οι οποίοι διαθέτουν μια φιλελεύθερη πολιτική για ένα συγκεκριμένο θέμα και μια συντηρητική θέση για ένα άλλο καθώς η ιεράρχηση ζητημάτων πολιτικής δεν παραμένει σταθερή σε κριτήρια αλλά μεταβάλλεται ανάλογα με τις επικρατούσες συνθήκες. Παράλληλα εμφανίζεται μια ανεξάρτητη τάση των μορφωμένων και οικονομικά εύρωστων ατόμων που κατέχουν την ανώτερη κοινωνική βαθμίδα όχι λόγω του πλούτου τους αλά της επαγγελματικής τους εκπαίδευσης και της τεχνικής κατάρτισης. Η κατηγορία αυτή που τα τελευταία χρόνια ενισχύεται, χαρακτηρίζεται ως «Νέα Τάξη» και έχει διάφορα κριτήρια αποδοχής φιλελεύθερων ή (και /ή) συντηρητικών τάσεων.[180]

Ο γενικός στόχος των Αμερικανών με υψηλή θέση (status) είναι η επιδίωξη τους για περισσότερη εκπαίδευση και απόκτηση γνώσης, κάτι που αυξάνει το ενδιαφέρον, ενθαρρύνει την ενεργητική ενασχόληση τους αναφορικά με τους τομείς της ασφάλειας της χώρας τους αλλά και της εξωτερικής πολιτικής Η έλλειψη ισορροπίας όμως στην εκπαίδευση και στον πολιτισμό συνετέλεσε και συντελεί στην εμφάνιση προβλημάτων επικοινωνίας μεταξύ εδραιωμένης εξουσίας (πολιτικοί, κυβέρνηση) και των «αντιφρονούντων» του ευρύτερου Κοινού, με αποτέλεσμα την ανάπτυξη σκληρού ανταγωνισμού επικράτησης αξιών ανάμεσα στο πλαίσιο της εγκαθίδρυσης μιας αποδεκτής κοινωνικής εξουσίας, που θα καθοδηγεί τους πολίτες που επιθυμούν βάση την ανάγκη τους να απευθύνουν προς αυτή με θέσεις (συναίσθημα και λογική)

**Σήμερα, παρά την διατήρηση ενός μέρους του παραδοσιακού απομονωτισμού, που είχε απομακρύνει απόλυτα τις ΗΠΑ από το διεθνές πολιτικό παιγνίδι,**

**παρατηρείται η υποστήριξη της αμερικανικής πολιτικής από τους πολίτες σε βαθμό που κάποτε θα θεωρείτο υπερβολικός.**

Ο Herbert H. Hyman και Paul B. Sheatsley σε έρευνα μέτρησης της Κοινής Γνώμης, (λήψη δείγματος ηλικιωμένων Αμερικανών και αποκλεισμό των νέων κάτω του 21 έτους) με πρωτοβουλία συγκεκριμένων φορέων (American Institute of Public Opinion, National Opinion Research Center, Elmo Roper, American Jewish Committee και Bureau of Applied Social Research at Columbia University), διαπιστώνουν ότι «ένα **μεγάλο ποσοστό του αμερικανικού λαού τάσσεται υπερ της συνεργασίας των ΗΠΑ με τα Ηνωμένα Εθνη, της διάθεσης κονδυλίων για την ανακούφιση και βελτίωση των λαών και της κυβερνητικής επιτυχίας σε τομείς σημαντικούς, που έχουν αντίκτυπο στη ζωή του μέσου Αμερικανού. Η πλειοψηφία ρίχνει το βάρος στα εσωτερικά αλλά και διεθνή θέματα *και ενδιαφέρεται για ζητήματα εξωτερικής πολιτικής, που συνδέονται με την παγκόσμια ειρήνη.»*** [181]

Ο ιδανικός πολίτης δεν παύει να επιδιώκει την μόρφωση ως μέσον καλλιέργειας-ανάπτυξης της κριτικής σκέψης και της κοινωνικής του διάκρισης, να προβαίνει στην έκφραση των συναισθημάτων και αποφεύγει την απάθεια και την εναντίωση σε κάθε μορφή στάσης αδράνειας και μηδενισμού. Μεγάλα ποσοστά του αμερικανικού πληθυσμού δείχνουν την προτίμηση τους για τους πολιτικούς εκείνους, που θεωρούνται «έμπειροι», «τίμιου», «αποτελεσματικοί», «αποφασιστικοί», «δραστήριου», «ειλικρινείς»

Οι Αμερικανοί θεωρούν ότι το κράτος τους λειτουργεί δημοκρατικά και είναι υπερήφανοι γι' αυτό. Αντιδρούν έντονα σε κάθε μορφή 'σοσιαλισμού, 'δικτατορίας' 'κομουνισμού' και 'φασισμού' σαν κάτι εντελώς αντιπαθητικό. Δημοκρατία γι' αυτούς (απαντούν τέσσερις στους πέντε Αμερικανούς) είναι το πολίτευμα που προσφέρει ελευθερία στη θρησκεία, στην πολιτική, στην οικονομία, με ελεύθερες εκλογές και ισότητα.

Ένας μεγάλος αριθμός βασικών και ουσιαστικών αξιών πηγάζει από τις ιδιότητες μιας ενημερωμένης και παραδοσιακής Κοινής Γνώμης Οι Αμερικανοί απορρίπτουν τη βαρβαρότητα την άνευ λόγου χρήση βίας, αποφεύγουν τον κυνισμό και την αυταρέσκεια και σέβονται την αφοσίωση, την εμπιστοσύνη και την προθυμία για βοήθεια Ερευνες ανακάλυψαν ότι η επιτυχία και αποδοχή λ χ. του Σχεδίου Marshall

είχε σαν βάση την συμπάθεια αλλά και την επιθυμία των Αμερικανών για την κάλυψη των αναγκών των απόρων λαών.

Μελετώντας την πολιτική ιστορία των ΗΠΑ διαπιστώνεται ότι η διαχρονική βάση σε θέματα πολιτικής προτίμησης και προώθησης, συνδέεται με τις ιδεολογικές τάσεις των Αμερικανών, στις οποίες δεν παρατηρείται μεγάλη απόκλιση από κυβέρνηση σε κυβέρνηση και από γενεά πολιτών σε γενεά. (π. χ. **προσφορά» και στόχοι της Νότιας Ατλαντικής Συμμαχίας από το 1950, πολιτικός και οικονομικός ανταγωνισμός για τα κράτη της Ασίας, της Λατινικής Αμερικής και του Τρίτου Κόσμου.)**

Το κύριο πρόβλημα της εξωτερικής πολιτικής των ΗΠΑ, το δεύτερο ήμισυ του εικοστού αιώνα είναι ο ανταγωνισμός του με την άλλοτε υπερδύναμη της Σοβιετικής Ενωσης και τις ισορροπίες που πρέπει να τηρηθούν για την ειρήνη στον κόσμο. Ουσιαστικά οι διαφορές μεταξύ τους δεν είναι παρά ένα ιδεολογικό χάσμα στις οικονομικές κατευθύνσεις και στην γενικότερη πολιτική των κυβερνήσεων τους. Η κάθε μια από τις Υπερδυνάμεις αυτές διαθέτει ένα δίκτυο συμμαχικών χωρών, στο πλαίσιο των κοινών πολιτικών και οικονομικών ενδιαφερόντων με αποτέλεσμα τη δημιουργία εντάσεων στον τομέα του πολιτικού, οικονομικού, διπλωματικού και στρατιωτικού πεδίου.

**Ο φόβος για τυχόν εξάπλωση του κομουνισμού στα κράτη του Τρίτου Κόσμου, που αναζητούν ανάπτυξη στην οικονομία, εκπαίδευση και άλλες μορφές κοινωνικής ζωής, έχει σαν συνέπεια την γέννηση απειλών προς το αμερικανικό Κράτος στους τομείς ενδιαφερόντων του (στρατιωτικών, οικονομικών, πολιτικών).** [182]

Βασικά σημεία της αμερικανικής ιδεολογίας επισημαίνει και ο Andrew J Reck, [183] που συνδέονται με την έννοια του νόμου και της δημοκρατίας, άξονες στους οποίους θεωρεί ότι στηρίζεται η αμερικανική κυβέρνηση Από τις θέσεις αυτές ενισχύεται ότι ο αμερικανός πολίτης πιστεύει στη δημοκρατική κυβέρνηση, αυτή που βασίζεται στους νόμους, φυσικούς και συνταγματικούς, που υποτάσσουν όλους τους πολίτες ισότιμα. Το περιεχόμενο της δημοκρατίας το συνδέεται με μια «ελεύθερη κυβέρνηση», που κυριαρχεί στις εξωτερικές δυνάμεις αλλά και στα ίδια τα μέλη της, παρέχοντας σε αυτά ελευθερίες και ασφάλεια μέσα από νομικό πλαίσιο

**Η δημοκρατία δεν είναι τίποτα άλλο παρά η πολιτειακή δημοκρατία με την έννοια της κρατικής και ιδιωτικής ιδιοκτησίας και τον διαχωρισμό ενδιαφερόντων του**

**κράτους και του ιδιώτη. Αυτή η μορφή δημοκρατίας αφορά μια δημοφιλή κυβέρνηση με πλήρη κυριαρχική εξουσία, που αναγνωρίζει τους πολίτες ως μια αρμονική κοινότητα με ηθικές βάσεις έχοντας όμως την ανάγκη η αρετή και η χρηστότητα να αποτελέσουν την πηγή της. Το πολίτευμα της θεσπίζει την άμιλλα της πειθαρχίας και της εύρυθμης λειτουργίας των πολιτών μέσα από τα διάφορα ενδιαφέροντα τους, που επιβάλουν μια ισορροπία νομικού πλαισίου.**

Ο εκλεγμένος Πρόεδρος στον τομέα της εξωτερικής πολιτικής διατηρεί τη σχετική δύναμη άσκησης εξουσίας κατοχυρωμένης συνταγματικά με βάση την νομοθετική αρχή και το δικαίωμα σε περιπτώσεις «διαφύλαξης του έθνους» από εξωτερικές απειλές να προβεί σε σύντομες αποφασιστικές διαδικασίες, που απαιτούν καθιερωμένη νομοθετική επικύρωση.

***«Η πολιτειακή ιδεολογία αποτελεί έκφραση της αμερικανικής πολιτικής κοινωνίας. Η διευκρίνιση και αποσαφήνιση της ιδεολογίας αυτής της μορφής πραγματοποιείται ιδιαίτερα σε ύψιστες κρίσιμες στιγμές. Η εμπλοκή των ΗΠΑ με την [πρώην] Σοβιετική Ενωση [αφορά] σε ένα επικίνδυνο ανταγωνισμό [για τη διεκδίκηση] της σκέψης και της αφοσίωσης και πίστης των πολιτών όλου του κόσμου. Ενώ Δε η στρατιωτική και οικονομική ισχύς παίζει τον κυρίαρχο ρόλο [δεν υποτιμάται ο ρόλος των ιδεών και αξιών.»*** [184]

Οι βασικές ιδεολογικές αρχές της αμερικανικής κοινωνίας λαμβάνονται ιδιαίτερα υπόψη από τα κέντρα λήψης πολιτικών αποφάσεων, τους συγκεκριμένους φορείς και τα πρόσωπα που επιδεικνύουν κοινωνική, πολιτική και οικονομική δράση Δεν παύει να αιωρείται το ερώτημα, εάν οι Αμερικανοί είναι ιδεολόγοι Το τελευταίο ξεκινά από το γεγονός ότι πολλές φορές δεν συμβαίνει οι ίδιοι να αξιολογούν μια συμπεριφορά και κάποιες προτάσεις με βάση την ουσιαστική τους αξία, τα υπέρ και τα κατά όπως ο καθένας μεμονωμένα τίθεται σε ισχύ και διατηρείται μέχρις ότου υπάρξει η ευκαιρία πλήρους κατανόησης της διαδικασίας λειτουργίας της Από την άλλη πλευρά όμως είναι ακατόρθωτο να αποδείξει κανείς ότι οι Αμερικανοί δεν είναι ιδεολόγοι, αφού κατά καιρούς έχει παρατηρηθεί μια πολιτική μετακίνηση από το κέντρο προς τα δεξιά ή προς τα αριστερά και αυτή η μετακίνηση από το κέντρο και παίρνει κλίση μακριά από αυτό Οι παραδοσιακές αξίες τους παραμένουν από τους περισσότερους πέρα από το ατομικό συμφέρον ή τον συμβιβασμό, ενώ επιχειρείται μια προσπάθεια εξισορρόπησης

ηθικής και ιδιοτέλειας ή μεταξύ αμεροληψίας και «οικειοποίησης», μια τάση για διόρθωση, μια τοποθέτηση μεταξύ ιδεολογίας και ρεαλιστικής αντιμετώπισης.[185]

Η αμερικανική κοινωνία έχει χαρακτηριστεί ως αυτοτελής-ατομιστική κοινωνία και στο σημείο αυτό επικεντρώνονται όλες οι πολιτικές της αξίες με έμφαση στα ατομικά δικαιώματα και τις ελευθερίες. Ο ατομικισμός στο πλαίσιο της αμερικανικής ιδεολογίας δεν αποτελεί μια βαθιά φιλοσοφική έννοια αλλά μια έκφραση στην υπηρεσία της εκλογίκευσης του status quo και της ενσάρκωσης των ατομικών αρχών αλλά και άσκηση της πολιτικής προς αυτήν την κατεύθυνση στο πλαίσιο της κοινωνίας.

**Επομένως, οι κύριες γραμμές σχεδιασμού για τους επικεφαλής των Times μπορεί να θεωρηθούν ότι στηρίζουν αμερικανικές αποδεκτές αξίες και από αυτές κατευθύνονται για την οργάνωση των τμημάτων της, στη «γραμμή» των ειδήσεων, τις επιλογές των τίτλων και υποτίτλων. Η γενική φιλοσοφία του σχεδιασμού αυτού αφορά όχι μόνο το οικονομικό σκέλος αλλά την ικανοποίηση των εθνικών φιλοδοξιών με βάση τον προσανατολισμό και τα κίνητρα της elite.**

- *ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ*

*«Τα χρήματα αποτελούν τον κοινό κυρίαρχο παράγοντα της ανθρώπινης ζωής.*

***Αποκτώνται με μια υπερβολική κινητοποίηση και ο καθένας έχει τον διακαή πόθο για να τα αποκτήσει. Η αγάπη για το κέρδος σύντομα γίνεται αγάπη για την επαγγελματική καριέρα, η επιθυμία να γίνεις πλούσιος με οποιοδήποτε κόστος γρήγορα γίνεται κυρίαρχο πάθος.»*** [186]

Οι σύγχρονοι Αμερικανοί θεωρούν, ότι η σημερινή μορφή της κοινωνίας τους επιτρέπει στα μέλη της να λειτουργούν με βάση την προσφορά υπηρεσίας Η υποχρέωση, συνέπεια και η προστασία και βοήθεια προς τρίτους προϋποθέτουν ή επικαλούνται την νομισματική ανταλλαγή και την άμεση πληρωμή Σήμερα παρά τη διατήρηση κάποιων μορφών εμπιστοσύνης και αφοσίωσης η εμπορική συναλλαγή έχει αρχίσει να κυριαρχεί και να αποτελεί ένα σύνολο από επαφές και πλήρεις αντιθέσεις

Ο Otto Bremer (Fellow in Business History at the University of Southern California, pastor at the Lutheran Campus Ministry) αναφέρει σχετικά ότι ***«οι οικονομικές δραστηριότητες [στην αμερικανική κοινωνία] είναι σήμερα η πλέον σημαντική***

***δύναμη, που μορφοποιεί την αμερικανική ζωή και είναι ακόμα η δυνατότερη επιρροή, που καθορίζει τις καθημερινές αξίες του μέσου πολίτη.»***[187]

Οι λειτουργικές αξίες της διοίκησης (management) μιας επιχείρησης τείνουν να γίνουν οι λειτουργικές αξίες της καθημερινής ζωής μέσα στην κοινωνία καθώς παρατηρείται μια ανοδική τάση οι φορείς να υιοθετούν επιχειρησιακές μεθόδους προς ενίσχυση της αποτελεσματικότητας, της προσόδου, της παραγωγικότητας και των ποιοτικών κριτηρίων. Οι ΗΠΑ εξαρτώνται παραδοσιακά από την αλληλοεπίδραση των συντελεστών παραγωγής αξιών (αγροτική ζωή, κοινότητες, εκκλησίες, επιχειρήσεις, εκπαίδευση ....).

Κάθε φορέας («value input source») επιχειρεί να κάνει συνεργασίες αλλά η κοινωνία ατομικά και συλλογικά παίρνει τις τελικές αποφάσεις για το ποιες από αυτές θα επικρατήσουν [188] Τα οικονομικά ενδιαφέροντα του αμερικανικού Κοινού κατά καιρούς επηρεάζουν την πολιτική της κυβέρνησης για να ασκήσει δύναμη εξουσίας προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση Η περίπτωση της εταιρίας ITT είναι χαρακτηριστική, όταν πείθει την κυβέρνηση να δεχθεί ως δίκαια τους οικονομικούς της στόχους και την «παρασύρει» σε ανάλογη παρέμβαση της προς την κυβέρνηση του Allende. Η κυβερνητική στήριξη των αμερικανικών οικονομικών κύκλων για οικονομικές παροχές προς την Ινδονησία «ανταλλάσσονται» με την αποδοχή τους, προκειμένου ο Sukarno να δεχθεί συμφέροντες οικονομικούς όρους αμερικανών εταιριών πετρελαίου. Οι ΗΠΑ δείχνουν διεθνώς να διατηρούν ένα σταθερό αμερικανικό οικονομικό ενδιαφέρον προκειμένου να επιτύχουν ή να διατηρήσουν τα οφέλη των επιχειρήσεων τους σε τρίτες χώρες [189] Εταιρείες στις ΗΠΑ κατασκευής αεροπλάνων και αυτοκινήτων επιζητούν «την κυβερνητική συμπαράσταση» στην προσπάθεια να προωθηθούν στις διεθνείς αγορές τα προϊόντα τους με παράλληλο αποκλεισμό εισαγωγής ανταγωνιστικών αγαθών από χώρες άλλες στις ΗΠΑ Αμερικανικές εταιρείες διακίνησης πετρελαίου, βωξίτη, χρωμίου, αλουμινίου και καουτσούκ πιέζουν την Κυβέρνηση να ακολουθήσει μια οικονομική πολιτική σε διεθνές επίπεδο, που θα καλύψει κερδοφόρους στόχους και θα επεκτείνει τις εμπορικό-οικονομικές δραστηριοτήτων τους

Συγκρούσεις και αντιδικίες ανάμεσα σε κράτη της Μέσης Ανατολής προσελκύουν την προσοχή των ΗΠΑ, που προσπαθούν να διατηρήσουν την ειρήνη στην περιοχή και να έχουν μια μορφή εποπτείας στον ανταγωνισμό στην διεθνή αγορά πετρελαίου »

*«Η αμερικανική κυβέρνηση σαν σύνολο, ο Πρόεδρος, ο Λευκός Οίκος και ο κρατικός μηχανισμός του Υπουργείου Εξωτερικών απασχολούνται σε βάθος με τα αμερικανικά οικονομικά συμφέροντα στο Εξωτερικό.»*

*Προς το συμφέρον των ομάδων αυτών [εξαγωγείς, εισαγωγείς και κατασκευαστές] οι αμερικανοί πολιτικοί έχουν κατ' επανάληψη μεσολαβήσει με διπλωματική επιρροή και στρατιωτική πίεση. Έχουν υπερασπίσει την προσέγγιση με τη Μ. Ανατολή και έχουν αγωνιστεί να προωθήσουν το εμπόριο και τις επενδύσεις προβάλλοντας ως απαίτηση, όταν είναι αναγκαίο, να προστατευθούν οι ζωές και οι περιουσίες των αμερικανών πολιτών... Κάποτε η εδαφική επέκταση αποτελούσε το επίκεντρο της πίεσης της πολιτικής αλλά τώρα αυτό το θέμα έχει σιγάσει. Σε διαφορετικές εποχές μια ποικιλία φιλανθρωπικών και ανθρωπιστικών ενδιαφερόντων πιέζει τους ανθρώπους της κυβέρνησης για να προωθήσουν δημοκρατικές κυβερνήσεις και στοιχεία πολιτισμού στις καθυστερημένες χώρες του κόσμου.»*[190]

**Επομένως, τα οικονομικά ενδιαφέροντα διαφόρων εταιριών καθορίζουν μια κυβερνητική κατεύθυνση, η οποία συνδέεται με την πολιτική, στρατηγική και ιδεολογική συμπεριφορά των αμερικανών πολιτικών (Vietnam, Afghanistan, Χιλή).**

Τα αμερικανικά ΜΜΕ προσαρμόζονται και προσπαθούν κατά καιρούς να περιορίσουν ιδεολογικές αρχές χάριν των προσωπικών συμφερόντων,,προσαρμόζονται και προσπαθούν κατά καιρούς να περιορίσουν ιδεολογικές αρχές χάριν των προσωπικών συμφερόντων, ενώ στρέφονται σε επιλογές που αναδεικνύουν πολιτικούς πρωταγωνιστές παράλληλα με τις πολιτικές γραμμές τους. Την τελευταία δεκαετία κρατείται στις ΗΠΑ μια σταθερή οικονομική επαγρύπνηση για την περιγραφή διαφόρων γεγονότων (εμπορικά σκάνδαλα, ανταγωνισμός πολυεθνικών εταιριών, πολιτικές αλλαγές σε τρίτα κράτη), γεννούν εμπιστοσύνη και στρέφουν την προσοχή πολλών διεθνών καταναλωτών στην αγορά αποκλειστικών αμερικανικών αγαθών.

Σε όλο αυτό το πολιτικό-οικονομικό παιγνίδι είναι προφανές, ότι ο Τύπος εξακολουθεί να ασκεί μια από τις πλέον δυναμικές επιρροές λόγω του τρόπου που παρουσιάζει τις ειδήσεις (τεχνική πληροφόρησης) και οδηγεί στη διαμόρφωση μιας πολιτικής agenda

Για τους περισσότερους Αμερικανούς η εποχή λ. χ. της προεδρίας του Ronald Reagan ήταν η μεγάλη εκείνη εποχή στη διάρκεια της οποίας παρατηρήθηκε πολιτική και κοινωνική συνειδητοποίηση, γεγονός που θεωρείται από πολλούς μοναδικό μετά από την προεδρία του Franklin Rooseveltranklin Roosevelt για το όραμα μιας συνισταμένης οικονομικής αλλά και ηθικής δυναμικής. Στις δύο αυτές περιόδους επικρατεί ιδεολογία με πολιτική πρακτική, που αφορά την «ελεύθερη οικονομία» με τον καθορισμό της συνισταμένης μεταξύ οικονομικών και παραδοσιακών ηθικών αξιών.

Η ε/φ New York Times ασχολείται σοβαρά με την οικονομική διεθνή κατάσταση και μένει πιστή σε αυτήν την γραμμή, όταν γράφει πως « ***η έκταση την οποία έχει λάβει ο έλεγχος μιας χούφτας ανθρώπων στο μεγαλύτερο μέρος του πλούτου μιας χώρας είναι εκπληκτικό γεγονός και ακόμα περισσότερο εντυπωσιακό αλλά δίπλα από το προηγούμενο πρέπει επίσης να τοποθετηθεί επίσης το γεγονός της ευημερίας του μέσου πολίτη, όπως αυτό δεν είχε γίνει μέχρι σήμερα γνωστό.»***[191]

**Φαίνεται λοιπόν πως το αμερικανικό οικονομικό σύστημα χαρακτηρίζει και ορίζει κυρίως την ουσία του αμερικανικού πολιτισμού από τον οποίο πηγάζουν συγκεκριμένες κοινωνικές αξίες, παρά τους κάποιους αντίθετους ισχυρισμούς, ότι το αμερικανικό έθνος στηρίζεται περισσότερο σε ηθική και όχι σε οικονομική παραδοσιακή βάση. Δεδομένου όμως ότι το προσωπικό συμφέρον συνήθως** θεωρείται ότι **βρίσκεται** σε αντίθεση με το «δέον γενέσθαι», είναι ενδεχόμενο να **αναπτυχθεί μια σχέση** εκμετάλλευσης μεταξύ της ιδιοτέλειας και της ηθικής, **που αφιερώνεται στο θέμα της κεντρικής** ιδέας *«της αμερικανικής ιδεολογίας»*.

Αξίζει να αναφερθούμε στην θεωρία του Adam Smith με το **«σύστημα φυσικής ελευθερίας» (system of natural liberty)**, που παρά κάποιες διατυπωμένες αντιρρήσεις φαίνεται να έχει γίνει αποδεκτή ως θεωρητικό υπόβαθρο υπεράσπισης του αμερικανικού οικονομικού συστήματος και των αξιών, που το στηρίζουν

Η κατά τους αντιπάλους του Smith **«οικονομική πλεονεξία»** ερμηνεύεται ως επιθυμία να χρησιμοποιηθούν καταναγκαστικές δυνάμεις της πολιτείας, προκειμένου να εξασφαλιστούν τα προσωπικά οικονομικά οφέλη σε βάρος κάποιων άλλων. Παραδοσιακά οι Αμερικανοί αντιλαμβάνονται το ατομικό συμφέρον εν μέρει ως ένα στοιχείο της ανθρώπινης φύσης και εν μέρει ως αξία, η οποία διαμορφωμένη με το

δίκαιο δεν αποτελεί απληστία ή αντικοινωνικό πάθος. Το ατομικό συμφέρον εκλαμβάνεται ως η κεντρική ουσία του οικονομικού συστήματος και με τον τρόπο αυτό προσεγγίζει τις θέσεις του Smith για την φυσική ελευθερία συμπεριλαμβανομένου και του ατομικού συμφέροντος-ιδιοτέλειας, που στηρίζεται στην αποκαλούμενη «ηθική δυαρχία (moral dualism)», η οποία ενισχύει τις ιδεολογικές απόψεις.

Με τις όποιες φιλοσοφικές και πρακτικές επιδράσεις της θεωρίας του Marx αλλά και του Smith η αμερικανική ιδεολογία διαμορφώνεται ως αντι-Μαρξιστική υπέρ της **ιδιοκτησίας**, υποστηρίζοντας ότι ***«τα ανθρώπινα όντα έχουν μια μοναδικότητα, που εκφράζεται από το προσωπικό κίνητρο(self-motivating) και επομένως την αυτό-διαφοροποίηση(self-differentiating), τον αυτό-προσδιορισμό (self-defining)».*** [192]

Τα δικαιώματα της ιδιωτικής ιδιοκτησίας υπενθυμίζουν τις θέσεις του John Lock ότι **η ιδιοκτησία αφορά το κάθε πρόσωπο ξεχωριστά με την έννοια, ότι μόνο αυτό και όχι οι άλλο μπορεί να αποτελέσει την τελική εξουσία στον τρόπο με τον οποίο το ίδιο θα κατευθύνει που και τι ο κάθε ένας επιθυμεί να κάνει».**

Η ιδιοκτησία μπορεί να είναι «γη» ή άλλα υλικά και πνευματικά αποκτήματα μιας αξίας που ανταλλάσσονται. Η ιδιοκτησία αποτελεί το αποτέλεσμα μιας σχέσης δίκαιης κτήσης, μεμονωμένων αποκτημάτων, ικανοτήτων και άλλων αγαθών κάποιας αξίας, η οποία ανήκει στο κάθε ένα. Η ατομική ιδιοκτησία Η ατομική ιδιοκτησία (πράγμα ή υπηρεσία πολύτιμη) διαχωρίζεται από την δημόσια ή κρατική ιδιοκτησία και διευθύνεται ή ελέγχεται από τον πολίτη μεμονωμένα

Η ασφάλεια, η προσαρμοστικότητα και η δυνατότητα μεταβίβασης της ιδιοκτησίας σε γη, κεφάλαιο ακόμα και ιδέες συμβάλλει σημαντικά στην έκφραση του αμερικανικού οικονομικού συστήματος.

**Η ιδεολογική βάση του αμερικανικού καπιταλισμού δεν είναι τίποτε άλλο παρά η πεποίθηση, ότι η ατομική ιδιοκτησία των παραγωγικών περιουσιακών στοιχείων είναι αυτό ακριβώς που η συναλλαγή της αγοράς χρειάζεται με μοναδικό έλεγχο, αυτόν που διασφαλίζει το ατομικό συμφέρον. Εδώ βρίσκεται και η ειδοποιός διαφορά, που επικαλούνται οι Αμερικανοί μεταξύ του καπιταλιστικού και του σοσιαλιστικού συστήματος. Το δικαίωμα της ατομικής ιδιοκτησίας όμως προϋποθέτει και μια ηθική άποψη για την δικαίωση της ατομικής εξουσίας εντός**

**του κοινωνικού πλαισίου, με βάση το οποίο θα αποφασίζεται η διάταξη και ο κανονισμός ενός συγκεκριμένου πεδίου πολυτίμων αγαθών.**

Τα φυσικά δικαιώματα με αφετηρία την ανθρώπινη φύση μπορούν να προσδιορίσουν και μια σχετική πολιτική τάξη και πειθαρχία δυνάμενη να προγραμματιστεί σύμφωνα με το Σύνταγμα του αμερικανικού λαού, που θεωρείται ένα αρμονικό και κατάλληλα οργανωμένο μοντέλο. Ο σεβασμός και η ισότητα αποτελούν τους ηθικούς συντελεστές μιας διαδικασίας, που συνεπάγεται, ότι τα άτομα οφείλουν να κατανοούν και να αναζητούν την απόκτηση ανθρώπινης και κοινωνικής ηθικής , που η πολιτική δεν πρέπει να παραβλέπει. Μέσα σε αυτούς τους κανόνες ηθικής συμπεριλαμβάνεται και η υποχρέωση του πολίτη να επιτύχει στην προσωπική του ζωή και να δεχθεί προοδευτικές επιρροές από την επιστήμη, την τεχνολογία και τα υπόλοιπα ανθρώπινα επιτεύγματα. Συμφέροντα ζητούν την κυβερνητική βοήθεια σε επίπεδο εθνικό και αποκτούν συναισθηματική συμπαράσταση με βάση την αυτοεκτίμηση και την υπερηφάνεια που στηρίζονται στη βαθιά προκατάληψη και στον παραδοσιακό συντηρητισμό του αμερικανικού λαού Παράδειγμα αποτελεί το «κομουνιστικό μίσος».

**Οι αμερικανοί προπαγανδιστές ικανοί προπαγανδιστές χρησιμοποιώντας slogans και νοηματικές κατάλληλες λέξεις (π. χ. «Ελευθερία των θαλασσών», «Αμερική για τους Αμερικανούς»), προσπαθούν πάντοτε να φαίνονται ότι εξασφαλίζουν την νίκη και όχι την συντριβή, επιδιώκοντας την άμεση και θετική ανταπόκριση του Κοινού στην χάραξη συγκεκριμένης πολιτικής.**

Στην ιστορία του αμερικανικού λαού η έννοια της **συντριβής-ήττας** δεν αποτελεί μέρος των εμπειριών του, δεδομένου ότι όλη η πορεία του έχει κριθεί ως πορεία «επιτυχίας»[1].

Τα γεγονός αυτό αποτελεί μέχρις ένα σημείο μια πραγματικότητα, που όμως έχει παγιδεύσει τον μέσο Αμερικανό, που φοβάται να αντιμετωπίσει αντίθετο ενδεχόμενο και διώχνει κάθε αρνητική σκέψη στηριζόμενος συνεχώς στο μοτίβο (theme) της *αυτοπεποίθησης* και της *νίκης*.

Κατά τη διάρκεια του 20ου αιώνα η αλλαγή των πολιτικών δεδομένων διαφοροποίησε βέβαια την έννοια της επιτυχίας με αποτέλεσμα να διατηρείται αυτή η έννοια σαν μια σκιά στο μυαλό Κάποιες αποτυχίες στην εξωτερική πολιτική έκαναν το κόστος της

«νίκης» αβάσταχτο. Η ψευδαίσθηση πως το αμερικανικό έθνος μπορεί να παίζει το ρόλο του **παγκόσμιου φύλακα** διατηρείται ακόμα με αποτέλεσμα η πλειοψηφία να μην δέχεται την πραγματικότητα αφού η αντίληψη της συνεχούς *επιτυχίας* δύσκολα αντικαθίσταται. Κατά τον συγγραφέα Robert N. Bellah κάτω από τις νέες συνθήκες ζωής του αμερικανικού λαού επιβάλλεται η εκ νέου διεκδίκηση βασικών συνταγματικών αρχών για την ανανέωση της πολιτείας και την απομάκρυνση κάθε μορφής δεσποτισμού.

*«Δίνοντας [το βάρος] στις τεχνικές πλουτοπαραγωγικές πηγές του σύγχρονου κόσμου η συντριβή της πρόκλησης του δεσποτισμού είναι πολύ δύσκολη.*

*Αντί να λύσουμε προβλήματα τα έχουμε δημιουργήσει και για μια ακόμα φορά ανακαλύπτουμε ότι η αυτονομία των τεχνικών συνεπειών, ως βάση της 'επιτυχίας' μας μεταφέρει τη μοίρα του θανάτου.»*[192]

Το περιεχόμενο αυτής της κριτικής στην αμερικανική κοινωνία συνδέεται με την υπερβολική ικανοποίηση του *«ματεριαλισμού»*, που έχει ως βάση την **ισχύ** και το **εγώ** καθώς και την **κυριαρχία των «τεχνικών αντιλήψεων», του ιδεατού της «επιτυχίας» και τον έλεγχο της «ανεύθυνης γραφειοκρατίας».**

***«Καλής ποιότητας ζωή** είναι απλά η ζωή στην οποία οι αξιώσεις των φυσικών τάσεων ικανοποιούνται με την κατάλληλη ρύθμιση και στον κατά το δυνατόν υψηλότερο βαθμό. Η πολιτική ελευθερία που δικαιώνεται από μόνη της μέσα από την αναζήτηση της ανθρώπινης τελειότητας είναι ένα δώρο εξ ουρανού αλλά προσφέρεται μόνο μέσα από τις προσπάθειες πολλών γενεών, που τις διαφυλάσσουν απαιτώντας την μεγαλύτερη κατά το δυνατόν επαγρύπνηση και ετοιμότητα.»*[193]

Η οικονομική ανάπτυξη των ΗΠΑ όμως ενισχύεται και από τους άλλους παράγοντες, που συμβάλλουν με τον μετασχηματισμό τους στη διαρκή διατήρηση της και έχουν επηρεαστεί έντονα από τα συστήματα ιδεών και αξιών των Ευρωπαίων μεταναστών, που μετέφεραν στη νέα γη Ενδεικτικά αναφέρεται η εκπαίδευση ως μέσον κινητοποίησης του εργατικού δυναμικού, απαραίτητη και για τους αγρότες, οι οποίοι οφείλουν να γνωρίζουν τις εξελίξεις της αγοράς και τις προσφερόμενες ευκαιρίες.

Η εκπαίδευση των βιομηχανικών εργατών και των τεχνικών για τον χειρισμό νέων μηχανημάτων επιβάλλεται για την εφαρμογή της νέας τεχνολογίας στους τομείς της εργασίας τους για άμεσα, ολοκληρωμένα αποτελέσματα. Οι εφαρμογές της έρευνας

στη Χημεία, στη Βιοχημεία αλλά και στις Ανθρωπιστικές-Κοινωνικές επιστήμες (εργασιακές σχέσεις, επικοινωνία, Υγιεινή και παραγωγικότητα) θεωρούνται βασικές παράμετροι απόδοσης και κέρδους.

- ***ΑΝΤΙ-ΚΟΜΟΥΝΙΣΜΟΣ***

Οι πολιτικές πεποιθήσεις της αμερικανικής κοινωνίας επηρεάζουν τους στόχους και τις σχέσεις, που χαράσσει η εξωτερική πολιτική της κυβέρνησης. Είναι εκείνες, που διαπλάθουν και διαιωνίζουν και διατηρούν τις αξίες, τους θεσμούς, την πρακτική του Εθνους. Πεποιθήσεις στις οποίες υπάρχει και μια μορφή προοπτικών και προβλέψεων σε σχέση με τα αναφαίρετα ατομικά δικαιώματα, την αντιπροσωπευτική μορφή δημοκρατίας, την περιορισμένη και αποκεντρωμένη κυβέρνηση, την πολιτική κυριαρχία και ισχύ έναντι των παραγόντων του στρατού και τη διάκριση των εξουσιών, αποτελούν την τροφή του αμερικανικού έθνους, που ευνοεί τη διαφύλαξη της ελευθερίας περισσότερο από την κυβερνητική αποτελεσματικότητα

**Πεποιθήσεις και πολιτικές θέσεις επιβεβαιώνουν μια συνεχή πρακτική εφαρμογή της σύγχρονης εξωτερικής πολιτικής και διπλωματίας στηριζόμενη στον *αντι-κομουνισμό*, που θεωρείται ότι υποθάλπει και καλλιεργεί μια εκτεταμένη στάση, που προκύπτει από συγκεκριμένες ανάγκες και από τη δράση των πολιτικών.**

Τουλάχιστον δύο φορές στον αιώνα μας η αμερικανική εξωτερική πολιτική στέκεται αντιμέτωπη στην «πρόκληση», που απειλεί την ασφάλεια των ΗΠΑ από τους ιδεολογικούς της εχθρούς Στον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο ενάντια στο ναζισμό της Γερμανίας, τον φασισμό της Ιταλίας και τον μιλιταρισμό της Ιαπωνίας και αργότερα ενάντια στον κομουνισμό της [πρώην] Σοβιετικής Ενωσης και Κίνας Οι ΗΠΑ αντιτάσσονται στις απειλές επιστρατεύοντας την πολιτική τους δύναμη, τη διπλωματία, τους οικονομικούς πόρους και τις στρατιωτικές δυνάμεις Από τον Truman και τον Eisenhower έως τον Kennedy και τον Reagan οι χειρισμοί της αμερικανικής εξωτερικής πολιτικής έχουν κίνητρο το αντι-κομουνιστικό μένος σε μια προσπάθεια περιορισμού τους που έχει επίδραση στον γενικό προσανατολισμό των Αμερικανών Η αμερικανική κυβέρνηση ρυθμίζει τον τρόπο δράσης της, ώστε να είναι ορατή τόσο η προσπάθεια παροχής ασφάλειας στους πολίτες, η επιρροή της για τις πολιτικές επιλογές στο διεθνές

επίπεδο και η τήρηση σεβασμού προς την δικαιοσύνη και τις αρχές του έθνους σε εθνικό επίπεδο.

***«Η εχθρότητα που οι Αμερικανοί αισθάνονται προς τον κομουνισμό δεν καθορίζει μια συγκεκριμένη πολιτική αλλά μάλλον συνέβαλε στη εκτεταμένη και λαοφιλή προετοιμασία καταπολέμησης και αντιστράτευσης των κομουνιστικών κυβερνήσεων γενικότερα. Επειδή ο κομουνισμός κατατάσσεται στις μεγάλες εχθρικές στρατιωτικές δυνάμεις των ΗΠΑ, οι Αμερικανοί αποφασίζουν ότι πρέπει να «στήσουν» μια από τις μεγαλύτερες στρατιωτικές και διπλωματικές προσπάθειες ενάντια στα κράτη που τον αποδέχονται και στους συμμάχους τους.»*** [194].

Η «υποχρέωση» του αμερικανού πολίτη να επιδιώκει την εξέλιξη, τη διατήρηση των **πολιτικών και νομικών του δικαιωμάτων, την προστασία του αντιπροσωπευτικού δημοκρατικού πολιτεύματος** και την στήριξη μιας οροθετημένα αποκεντρωμένης κυβέρνησης τον καθιστά υποστηρικτή «διευθέτησης» εξωτερικών αναγκών και διατήρησης εσωτερικών αξιών, μια διαδικασία εξαιρετικά δύσκολη και επίμαχη κατά την αντίληψη του. Κατ΄ αυτόν **είναι αδικαιολόγητη η επέμβαση των ΗΠΑ στα εσωτερικά ενός άλλου κράτους και όταν αυτό συμβαίνει ο ίδιος το δικαιολογεί ως μοναδικό μέτρο ενίσχυσης της θέλησης του λαού για αυτοδιάθεση και της ανάγκης επιβολής δημοκρατικών μέτρων για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.**

Το ιδεολογικό πλαίσιο, που επηρεάζει τα κέντρα λήψεως αποφάσεων στην εφαρμογή της αμερικανικής εξωτερικής πολιτικής αναφέρεται στην πορεία της αμερικανικής ιστορίας στην προοδευτικά εφαρμογή ενός ρεαλισμού, του ιδανικού του Jefferson με τα γνωστά αμερικανικά επιτεύγματα (δημιουργία του Συντάγματος, κατάργηση της δουλείας, αύξηση των προνομίων, προστασία των πολιτικών δικαιωμάτων).

Αυτός ο ρεαλισμός βλέπει έναν κόσμο κατά το ήμισυ δημοκρατικό και κατά το άλλο ήμισυ ολοκληρωτικό Ένα κόσμο που επιβάλλεται στην πορεία του προς τη μια ή την άλλη κατεύθυνση είτε να περιορίσει τον κομουνισμό είτε να τον αφήσει να ελέγχει την υφήλιο Οι δημοκράτες είτε θα αγωνιστούν για τις δημοκρατικές ιδέες είτε θα αποτύχουν Η Αμερική επιθυμεί να διασφαλίσει τα ανθρώπινα δικαιώματα διεθνώς για να μην αφανιστεί ως ελεύθερη χώρα και να μη διακινδυνεύσει να χάσει την οικονομική ευρωστία της και την συρρίκνωση της υπεροχής της. Η Αμερική επιλέγει να «προωθεί»

**την ελευθερία, την ίση ευκαιρία, την παράδοση της αυτοδυναμίας, την ανεξαρτησία και την συνεργασία.**

***«Αλλα έθνη μπορούν να σωθούν γιατί απλά αντέχουν. Αλλά αυτό το έθνος [η Αμερική], συλλαμβάνει την ιδέα της περιπέτειας και είναι αφιερωμένο στην πρόοδο του ανθρώπου. Είναι ανάγκη στο πλήρωμα του χρόνου να ξεπηδήσουν ιδέες που διαδίδονται σε όλο τον κόσμο. Αξίζει να πραγματοποιηθεί μια διεθνοποίηση των ανθρώπων από τους ανθρώπους, για τους ανθρώπους!»***[195]

Στο πλαίσιο αυτό στηρίζεται και το συνταγματικό αμερικανικό σύστημα με την ισορροπία των δυνάμεων. Η διατήρηση μιας πλουραλιστικής κοινωνίας είναι προτιμότερη από την καταστροφή της. Η ειρηνική και πειθαρχημένη αλλαγή είναι περισσότερο επιθυμητή από αυτήν «προς τα αριστερά», ριζική και καταστροφική. Οι ίδιοι οι πολιτικοί αναλυτές και οι υπερασπιστές της εξωτερικής πολιτικής μιλούν για ηθικούς σκοπούς πέρα και υπεράνω της πολιτείας για «δημοκρατία ή κομουνισμό», για «ελευθερία ή ισότητα», για «τάξη και πειθαρχία», για «απελευθέρωση και δικαιοσύνη»

Στην αμερικανική πολιτική και διπλωματία η αποτελεσματικότητα στηρίζεται στον ευκρινή διαχωρισμό των εξουσιών και στην ισορροπία των δυνάμεων, που με επιδεξιότητα το κυβερνητικό στέλεχος σε κρίσιμες στιγμές θα εφαρμόσει Η διπλωματία έχει σαν στόχο την «υπεράσπιση» των αγαθών της ηθικής και της νομιμότητας με πρακτική παρά με θεωρία

**Ηδη από το τέλος του Α΄ Παγκόσμιου Πολέμου η διπλωματία προχωρεί στη** διαίρεση της υφηλίου σε **ειρηνικά και επιθετικά κράτη, σε ελεύθερα και** κομουνιστικά, σε **αναπτυγμένα και υπανάπτυκτα χωρίς όμως να κατορθώνει πάντοτε να εφαρμόζει την πρακτική στα ιδεώδη των συνταγματικών** δημοκρατικών αρχών της. **Στην πολιτική και διπλωματία η αποτελεσματικότητα** εξαρτάται από τον **ευδιάκριτο διαχωρισμό και την πρόβλεψη, με βάση τα οποία το κυβερνητικό στέλεχος θα διακρίνει κρίσιμες αλλαγές στην ισορροπία των δυνάμεων.**

Από την δεκαετία του '50 μέχρι τις ημέρες μας το βάρος της αμερικανικής πολιτικής πέφτει στην ενδυνάμωση και ενίσχυση της ***«εθνικής ασφάλειας»*** ως απαίτηση της κοινωνίας, μερικές φορές σε βάρος των ατομικών ελευθεριών, της οικονομικής ευημερίας και της διατήρησης του αποτελεσματικού συνταγματικού συστήματος, που

δίνει στον Πρόεδρο και το Κογκρέσο την υπευθυνότητα για την άσκηση της εξωτερικής πολιτικής. Στα τέλη της δεκαετίας του ΄60 και στις αρχές της δεκαετίας του ΄70 η διάθεση του αμερικανικού λαού χαρακτηρίζεται από «το σύνδρομο του Vietnam». Αποτέλεσμα ο τραυματισμός του λαού, η αποκήρυξη πολλών αξιωμάτων της εξωτερικής πολιτικής και της ενεργούς ανάμειξης των ΗΠΑ, η γέννηση της καχυποψίας για στρατιωτική ενίσχυση και παροχή βοήθειας, τάση που αναπτύχθηκε μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, για να αναχαιτίσει τον κομουνισμό. Η δοκιμή του Vietnam στηρίχθηκε στον ενστερνισμό των «αντικομουνιστικών ιδεών», που για ένα μεγάλο μέρος του αμερικανικού λαού εκτιμήθηκε ως «φαρισαϊσμός» και ως «μανιχαϊσμός» (ερμηνεία του κόσμου βάσει δύο ισοδύναμων και ανταγωνιστικών δυνάμεων, καλού και κακού).[196]

Ομως περίπου στο τέλος της δεκαετίας του '70 οι τάσεις των Αμερικανών χαρακτηρίζονται περισσότερο από την παλαιά συντηρητική άποψη. Με το φόβο να χάσουν τον σεβασμό και την ισχυρή και τεράστια δύναμη τους παγκόσμια (π. χ. η εισβολή της [πρώην] Σοβιετικής Ένωσης στο Afghanistan) βάζουν τις εμπειρίες του Vietnam σε δεύτερη μοίρα Με την είσοδο της δεκαετίας του '80 γεννιέται ένας ενθουσιασμός για ισχυρότερη άμυνα και περισσότερη διεκδικητική εξωτερική πολιτική, κατεύθυνση που διαφοροποιείται λίγο το 1988 και θεωρείται περισσότερο φιλελεύθερη.

Οι ΗΠΑ, ως ένα «δημοκρατικό» κράτος τείνουν να έχουν την αντίληψη ότι οι πράξεις τους κινούνται μέσα σε ένα πλαίσιο ηθικής Από τη μια πλευρά βλέπουν τον εαυτό τους υποκείμενο ηθικών περιορισμών και δικαιοσύνης και από την άλλη ανατρέχουν και στηρίζονται στην παράδοση, τους εθνικούς στόχους και την ηθική δικαίωση για να εξηγήσουν την πορεία των ενεργειών τους Οι αναλυτές και υπερασπιστές της εξωτερικής πολιτικής ομιλούν για ηθικούς σκοπούς και επιλογές πέρα και υπεράνω της πολιτείας, όπως είναι **«η δημοκρατία ή ο κομουνισμός», «η ελευθερία ή η ισότητα», «η τάξη ή το δίκαιο», «η ιστορική αναγκαιότητα» «η ελευθερία», «η πειθαρχία-τάξη», «η απελευθέρωση και η δικαιοσύνη», «η οικονομική ανάπτυξη και η κοινωνική ισότητα», «το εθνικό ενδιαφέρον και η ευημερία του ανθρώπου».**

Η διπλωματία έχει ως στόχο την υπεράσπιση αυτών των αγαθών της ηθικής και της νομιμότητας στο πλαίσιο της πρακτικής παρά της θεωρίας με τον περιορισμό της ανθρώπινης δυστυχίας και την προώθηση αρχών κράτους πρόνοιας.

Η σύγχρονη πολιτική σκέψη εμφανίζεται ότι προσφέρει μια εναλλακτική εκλογή στη παρακμή των αρχαίων παραδόσεων. Αναφορικά με την περισσότερο φιλελεύθερη κατεύθυνση φαίνεται να προσφέρει στις μεγάλες μάζες την ανθρώπινη βελτίωση, σε εθνικό επίπεδο με την λειτουργία της «ελεύθερης οικονομίας», που εγγυάται την Πρόνοια και σε διεθνές επίπεδο με την εθνική αυτοδιάθεση, που -όπως και ο Wilson εξήγγειλε, οδηγεί σε έναν ειρηνικό κόσμο .

***«Κάθε απόφαση που αφορά την εξωτερική πολιτική έχει την στρατιωτική, πολιτική και περιφερειακού χαρακτήρα διάσταση (Αμερικανό-Σοβιετική, Αμερικανό-Ευρωπαϊκή και Αμερικανό-Ιαπωνική.) Πολύ συχνά οι πολιτικοί επιλέγουν τις αποφάσεις εκείνες, που εφαρμόζονται αποκλειστικά στη μια ή στην άλλη διάσταση.***

***Οι αποφάσεις σύνθετων διαστάσεων απαιτούν σύνεση και προσοχή για να βρεθεί η κατάλληλη λύση με την εξέταση του βάρους πολλών διαφορετικών παραγόντων.»***[197]

- *ΘΡΗΣΚΕΙΑ*

Οι περισσότερες από τις μεγάλες παραδοσιακές αρχές για τις ανθρώπινες αξίες και τον σωστό τρόπο ζωής στηρίζονται στην χριστιανική θεωρία. Η σύγχρονη όμως εξέλιξη του κράτους επιβάλλει μια μεταστροφή από **«τον καλό άνθρωπο» και «την χρήσιμη πολιτεία» στην «πολιτική δύναμη» και την «πολιτική τακτική»**.

Ενώ ο χριστιανισμός και η κλασσική σκέψη γέννησαν την μεγάλη πίστη στις παραδοσιακές αξίες, η σύγχρονη πολιτική θεωρία υμνεί το κράτος και ιδιαίτερα τα μέλη

της κυβέρνησης, που το ένα μετά το άλλο ακολουθούν έναν συνεχή κύκλο που η κυβέρνηση ευνοεί και σε διεθνές πεδίο διακηρύσσεται η υπέρμετρη εμπιστοσύνη στους νέους και πρότυπους φορείς ως όργανα μετασχηματισμού της διεθνούς πολιτικής

Η Αμερική δεν είναι η μόνη χώρα που δέχεται τις περισσότερες θρησκείες όμως στις ΗΠΑ όσο πουθενά αλλού δεν παρατηρείται μια μεγάλη ποικιλία θρησκευτικών εμπειριών και τόσο ευρεία αποδοχή τους Ο πλουραλισμός που παρουσιάζεται στηρίζεται στην ιδέα ότι ένας «οικοδεσπότης» πολιτισμός θα δέχεται άλλους, μια αρχή, με επίσημη και νόμιμη καθιέρωση που θα την ακολουθούν οι άλλοι με κάποιους όρους. Το αμερικανικό Σύνταγμα απαγορεύει μεν την εδραίωση μιας θρησκείας αλλά προστατεύει την **«ελεύθερη τήρηση των θρησκευτικών καθηκόντων»**..

Η διάταξη «θρησκευτική ελευθερία» σημαίνει απλά το δικαίωμα να λατρεύει κανείς οποιοδήποτε θεό, που επιθυμεί ή κανένα θεό με την έννοια ότι η θρησκεία είναι καθαρά για τον καθένα μια προσωπική υπόθεση και δεν έχει στενή σχέση με αυτό που αποκαλείται πολιτική κοινωνία. Η Διακήρυξη της Ανεξαρτησίας περιλαμβάνει αρκετές κεντρικές αναφορές στο Θεό αντίθετα με το Σύνταγμα. Για το λόγο αυτό πολλοί υποστηρίζουν ότι η θρησκεία αποτελεί με μια έννοια *τον διαμεσολαβητή* ανάμεσα στις εντάσεις του αμερικανικού κοινωνικού συστήματος. Η Αμερική είναι ένα πράγματι θρησκευτικό κράτος αλλά δεν έχει μια συγκεκριμένη θρησκεία παρά ένα σύστημα με σπάνια και μοναδική πίστη, που αποκαλείται «αμερικανισμός».[198]

Αλλά και η σχέση της θρησκευτικής σκέψης στην οικονομική και κοινωνική πρακτική υπήρξε πάντοτε χαρακτηριστική. Παράδειγμα αποτελούν οι καθολικοί μετανάστες, που με την καθοδήγηση της Εκκλησίας τους υιοθετούν τρόπους προσαρμογής και αφομοίωσης στο οικονομικό σύστημα και υποταγής στην ιδεολογία του καπιταλισμού.

Αξίζει να υπογραμμιστεί ότι οι βρετανοί μετανάστες που αποτέλεσαν μια ξεχωριστή εργασιακή ομάδα των ΗΠΑ δεν έφθασαν εκεί μόνο για τις προαναφερόμενες οικονομικές ευκαιρίες, αλλά και για την θρησκευτική τους ελευθερία. Το ίδιο ίσχυε αλλά και σε μικρότερο ποσοστό και για τους Γερμανούς και Σκανδιναβούς μετανάστες αλλά και τους Εβραίους. Η θρησκευτική πίστη των αντικομφορμιστών προτεσταντών μεταναστών έδωσε έμφαση στην ατομική υποχρέωση για μια θεϊκή αρχή σε μια αρχή των εκκλησιαστικών εκπροσώπων αλλά και σε μια παγκόσμια αρχή Αυτή η θρησκευτική έμφαση για ατομική υποχρέωση μεταφέρθηκε σύντομα στους πολιτικούς οικονομικούς θεσμούς Η πολιτεία σαν μια άλλη θρησκευτική εξουσία άρχισε να

όσο και των θρησκευόμενων συμφωνούν στην άποψη, ότι η εικόνα (image) της σημερινής Αμερικής είναι αρνητικό με την έννοια της «**πλήρους επίγνωσης**» και του «**βαθμού ευαισθησίας**».[199]

Σήμερα οι περισσότεροι Αμερικανοί με τον περιορισμό της πίστης χάριν των αντιλήψεων για την τεχνολογία έχουν αρχίσει να αισθάνονται πως τα εμφανιζόμενα προβλήματα δεν προέρχονται μόνο από λανθασμένες επιλογές αλλά κυρίως από την ανεπάρκεια και εξασθένηση του κεντρικού τους οράματος και έτσι επιζητούν μια στροφή προς τους μεγάλους μύθους και πολλές φορές τα σύμβολα στον κόσμο των θρησκειών. Η διαδικασία ανανέωσης προέρχεται από την παράδοση του

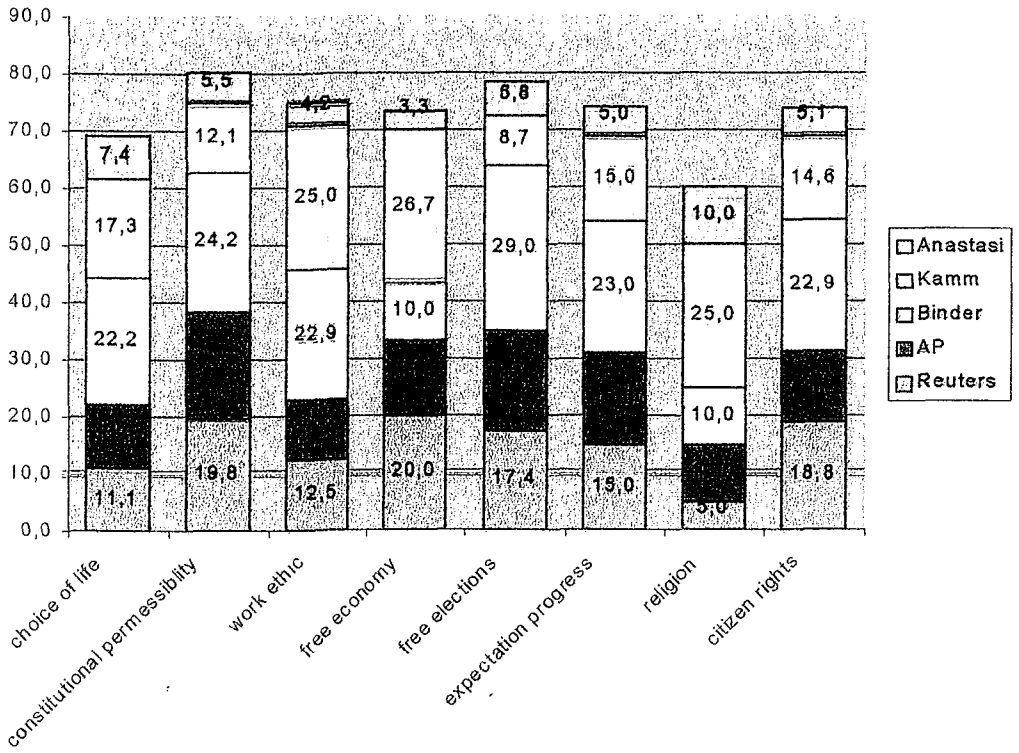
**Αξίες - Ανταποκριτές (κυριότεροι)**

| | choice of life | constitutional permessibility | work ethic | free economy | free elections | expectation progress | religion | citizen rights |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Reuters | 11.1 | 19.8 | 12.5 | 20 | 17.4 | 15 | 5 | 18.8 |
| AP | 11.1 | 18.7 | 10.4 | 13.3 | 17.4 | 16 | 10 | 12.5 |
| Binder | 22.2 | 24.2 | 22.9 | 10 | 29 | 23 | 10 | 22.9 |
| Kamm | 17.3 | 12.1 | 25 | 26.7 | 8.7 | 15 | 25 | 14.6 |
| Anastasi | 7.4 | 5.5 | 4.2 | 3.3 | 5.8 | 5 | 10 | 5.1 |

**Η αξία της ζωής (choice of life)** προβάλλεται κατά 11.1 % από το Reuters, κατά 22.2 % από τον Binder κ .λ. π. Κάθε στήλη =αξία θα πρέπει να δίνει άθροισμα 100.

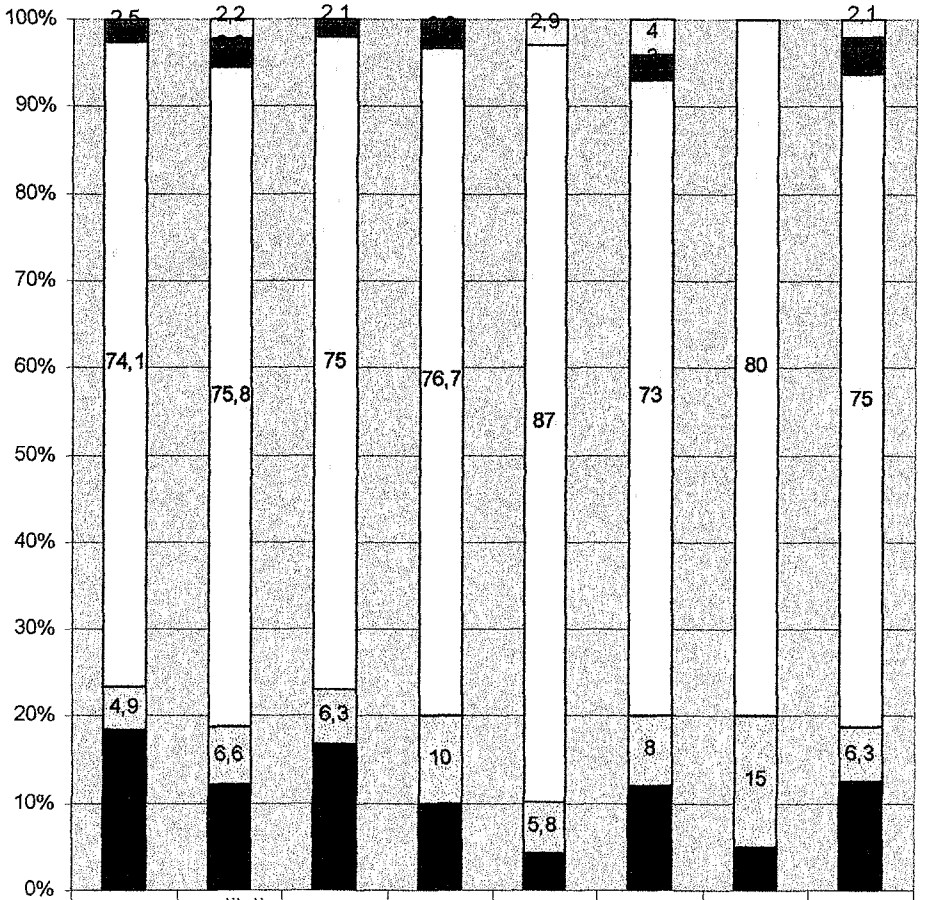
Στον πιο πάνω πίνακα συμπεριλαμβάνονται μόνο οι κυριότεροι πέντε (5). Εκπρόσωποι των ανταποκρίσεων.

**Προβολή αξιών κατά Γράφοντα**




Το AP επισημαίνει κυρίως τις δημοκρατικές αξίες ενός πολιτεύματος μέσα από μια συνταγματική νομιμότητα και δυνατότητα διεξαγωγής ελεύθερων εκλογών, αναμονή και προσδοκία προόδου και ανάπτυξης. Ο Binder ρίχνει το βάρος σε παρόμοια μηνύματα που συνδέονται με τις ανάγκες κάλυψης νεωτεριστικών διαδικασιών, όπως τις ελεύθερες εκλογές, την συνταγματική κατοχύρωση των πολιτών, το δικαίωμα επιλογών ζωής. Ο Kamm επισημαίνει την ελεύθερη αγορά δυτικού τύπου, το δικαίωμα εργασίας και η ελευθερία των θρησκευτικών πεποιθήσεων, προϋποθέσεις για την ύπαρξη δημοκρατικού πολιτεύματος.

**Αξίες / Image**




| | choice of life | constitutional permissibl | Work ethic | free economy | free elections | expectation progress | religion | citizen rights |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Θετικό για Π.Κ Αλβ | | 2,2 | | | 2,9 | 4 | | 2,1 |
| Αρνητικό για Ν Κ Αλβ | 2,5 | 3,3 | 2,1 | 3,3 | | 3 | | 4,2 |
| Αρνητικό για Π Κ Αλβ | 74,1 | 75,8 | 75 | 76,7 | 87 | 73 | 80 | 75 |
| Θετικό για Ν Κ Αλβ | 4,9 | 6,6 | 6,3 | 10 | 5,8 | 8 | 15 | 6,3 |
| Όχι κάποιο Image | 18,5 | 12,1 | 16,7 | 10 | 4,3 | 12 | 5 | 12,5 |

Η συμβολή της αναφοράς των αξιών στη διαμόρφωση κυρίως αρνητικού image για την Παλιά Κομμουνιστική Κυβέρνηση της Αλβανίας.

## Αξίες - Χρονολογίες

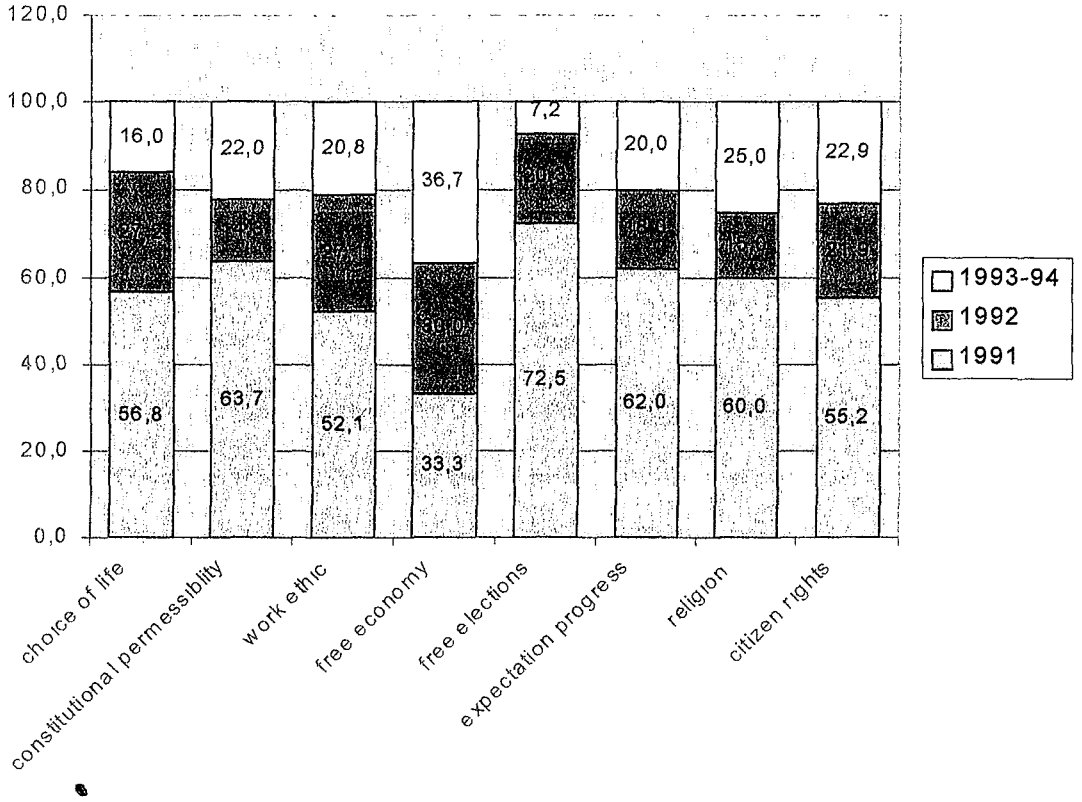
| | choice of life | constitutional permessiblity | work ethic | free economy | free elections | expectation progress | religion | citizen rights |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1991 | 56.8 | 63.7 | 52.1 | 33.3 | 72.5 | 62 | 60 | 55.2 |
| 1992 | 27.2 | 14.3 | 27.1 | 30 | 20.3 | 18 | 15 | 21.9 |
| 1993-94 | 16 | 22 | 20.8 | 36.7 | 7.2 | 20 | 25 | 22.9 |

Στην έρευνα των μηνυμάτων, που χρησιμοποίησαν οι Times με αναφορές σε διάφορες αξίες του αμερικανικού αναγνωστικού Κοινού, παρατηρούνται ακριβώς τέτοιες επαναλήψεις

Στο 1993 και 1994 επίκεντρο των άρθρων αποτελεί η **ελεύθερη οικονομία** με πλεονεκτήματα, που προσφέρει στους επενδυτές αλλά και τους εργαζόμενους μέσο την συγκεκριμένη διαδικασία παραγωγής

Επιλογή Ζωής=Choice of Life
Συνταγματική νομιμότητα-Constitutional Permissibility
Δικαίωμα εργασίας=Work Ethic
Ελεύθερη Οικονομία=Free Economy
Ελεύθερες Εκλογές=Free Elections
Προσδοκία προόδου=Expectation for Progres
Θρησκεία=Religion
Πολιτικά και ανθρώπινα δικαιώματα=Citizens and Human Rights

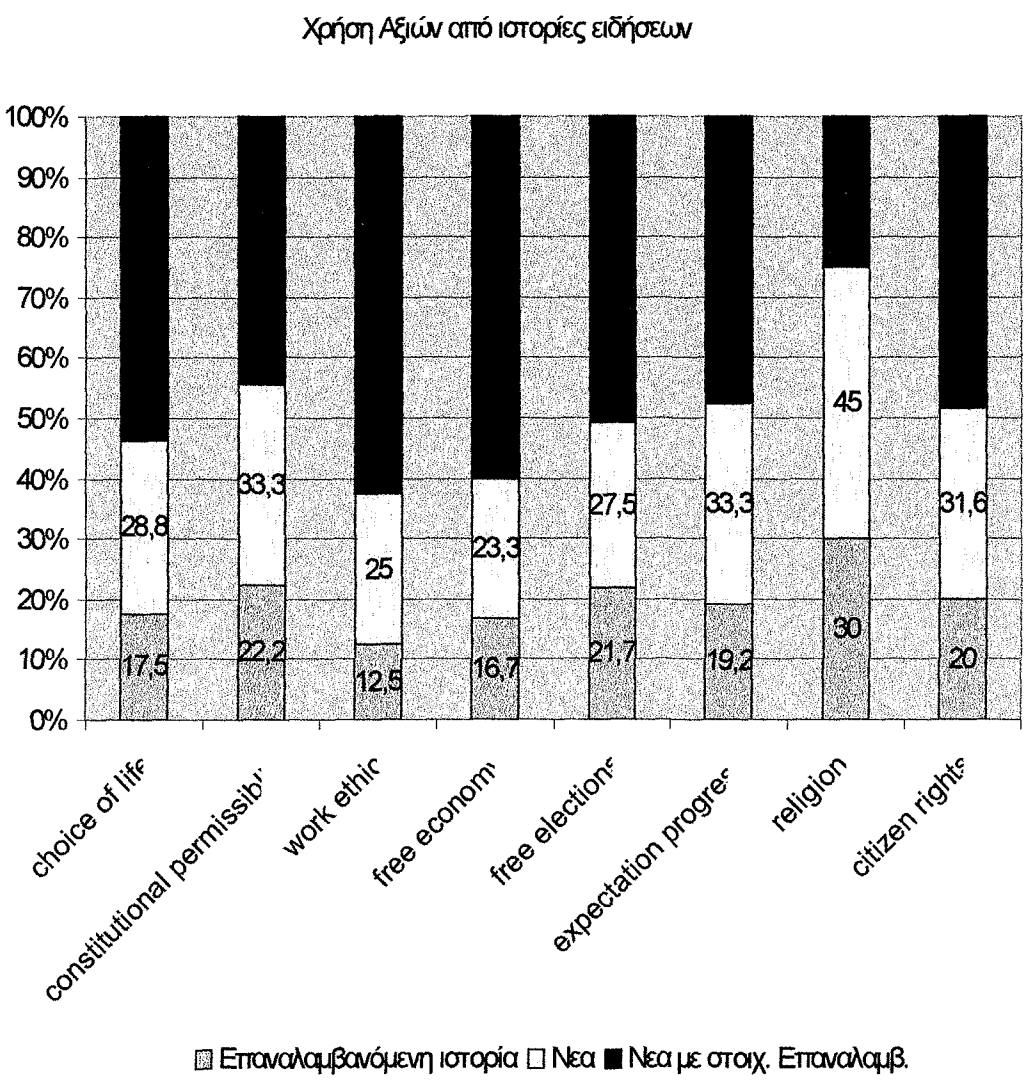
**Χρήση αναφοράς των αξιών κατ΄έτος**




Από το ανωτέρω γράφημα διαπιστώνεται ότι οι ανταποκρίσεις θίγουν περισσότερο **τα δικαιώματα του πολίτου, την συνταγματική νομιμότητα, την ελεύθερη διακίνηση των αγαθών**. Κάθε ανταποκριτής έχει βέβαια τις δικές του επιλογές, τις οποίες προβάλλει. (Binder, ελεύθερες εκλογές, Kamm θρησκευτική ελευθερία, Reuters ελεύθερη οικονομία δυτικού τύπου κ.λ.π.).

Τον πρώτο χρόνο της παρατήρησης μας τα δημοσιεύματα αναφέρονται κατ΄επανάληψη στην αξία των **ελεύθερων εκλογών** μεταξύ των νέων κομμάτων και στην εφαρμογή της **συνταγματικής νομιμότητας, απαραίτητες προϋποθέσεις** για τον εκδημοκρατισμό της Χώρας. Το 1992 οι Times αρχίζουν να επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους στο δικαίωμα των πολιτών να επιλέξουν τον τρόπο ζωής τους μετά από την ολοκληρωτική καταπίεση και να διεκδικήσουν εργασία και ανταμοιβή, παράγοντες ανάπτυξης και προόδου.

Οι αξίες που ενισχύονται μέσα από τις Νέες ιστορίες ειδήσεων με επαναλαμβανόμενα




γνώριμα στοιχεία, όπως δείχνει το γράφημα εμφανίζονται με συνεχείς αναφορές στο **δικαίωμα της εργασίας, στην υιοθέτηση καθεστώτος ελεύθερης αγοράς και των θετικών της αποτελεσμάτων, στην ελεύθερη επιλογή τρόπου ζωής των πολιτών χωρίς περιοριστικούς, αναχρονιστικούς κανόνες για μια κοινωνία ελεύθερη με προοπτικές προόδου.**

## 8. ΟΙ ΠΗΓΕΣ ΤΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Στη διαδικασία της επικοινωνίας η ε/φ παίζει ένα διπλό ρόλο, **του μέσου** και **της πηγής** του μηνύματος προς τον αναγνώστη και προς την ομάδα του, μεταδίδοντας σε συγκεκριμένη περίπτωση μια στάση.

**Η ε/φ ως πηγή μηνύματος** αποτελεί τον δημιουργό και επινοητή της διαδικασίας της πειθούς, που επιχειρείται. Στόχος η προσπάθεια να ανταποκριθεί στην ενημέρωση και στη δράση του παραλήπτη, ο οποίος ενεργεί με βάση σύνολο συνειρμών ως αποτέλεσμα της «πίεσης» , που δέχεται.

Η πηγή έχει κάποια λογική και νοητικότητα, η οποία διατίθεται ολοκληρωτικά (γνώσεις, πληροφορίες, στάσεις πεποιθήσεις) μέσα από ένα κανάλι και ο αναγνώστης μπορεί με την σειρά του να την αξιολογήσει και ύστερα να την αποδεχθεί ως πηγή ή να την απορρίψει λαμβανομένης υπόψη της σειράς των μηνυμάτων. Ο,τι, μεταφέρει κάθε φορά η πηγή σε σχέση με το γεγονός στο οποίο αναφέρεται, είναι περιορισμένου πλαισίου.

Κατά τη διαδικασία της πειθούς η πηγή μπορεί να ανταποκριθεί στην πληροφορία κατά το πέρας της διαδικασίας, ενώ κατά την διαδικασία της επικοινωνίας η πηγή συχνά λαμβάνει το feedback, το οποίο μπορεί συνεχώς να αξιολογεί και έτσι να εξασφαλίζει μια πρόσθετη βάση αλλαγής της δομής της προσπάθειας επιρροής.

Το ζήτημα των πηγών πληροφόρησης στην διαδικασία της επικοινωνίας αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο.[203]

- *ΕΠΙΣΗΜΕΣ ΠΗΓΕΣ*

Οι οργανισμοί ειδήσεων επιδιώκουν έγκυρες και αξιόπιστες ειδήσεις σε κανονική ροή, που έχουν σύνδεση μεταξύ τους. Οι περισσότερο έγκυρες πηγές, είναι ευκολότερα αποδεκτές, χωρίς οπωσδήποτε να ελέγχονται πάντοτε και θεωρούνται μεγάλης αξίας αφού παράγουν ανέξοδα ειδήσεις.

**Η σοβαρότερη πηγή ειδήσεων είναι η Κυβέρνηση. Τα επίσημα ντοκουμέντα και οι επίσημοι λόγοι είναι περισσότερο προσιτά και οι πληροφορίες, που προμηθεύουν φαίνονται περισσότερο νόμιμες και αξιόπιστες!**

Η αξιοπιστία, που αποτελεί έναν ισχυρότατο παράγοντα επιρροής του αναγνώστη κερδίζεται μέσα από τις διατυπωμένες επίσημες, πολιτικές θέσεις και συντελεί στην ερμηνεία κάποιων γεγονότων με τις μελλοντικές προεκτάσεις.

Η αξιοπιστία των επισήμων πηγών ερμηνεύεται με την θεωρία της ***κοινωνικής [νόμιμης] δύναμης(legitimate power).*** [204] Οι Page, Shapiro και Dempsey στην έρευνα τους (1987) χρησιμοποιούν 80 ζεύγη ερωτήσεων για την εσωτερική και εξωτερική πολιτική από το 1969 έως 1982. Τα συμπεράσματα τους δείχνουν ότι υπάρχουν θετικές επιρροές των ΜΜΕ στην αμερικανική Κοινή Γνώμη κυρίως μέσα από τις ***επίσημες δηλώσεις*** διασήμων Προέδρων, experts και σχολίων της σελίδας editorial.

Οι French και Raven[205] αναφέρουν ότι σύμφωνα με την θεωρία της κοινωνικής δύναμης πραγματοποιείται μια αλληλεπίδραση τουλάχιστον μεταξύ δύο ατόμων η λεγόμενη νόμιμη δύναμη. Αυτή αντιπροσωπεύει τους ενσωματωμένους θεσμούς της κοινωνίας, αποδεκτούς αξιολογικά από τον αναγνώστη, κοινούς θεσμούς με τις ηγετικές προσωπικότητες, που καθοδηγούν αυτόν, προκειμένου να αποφύγει ο ίδιος την δυσαρέσκεια τρίτων σε περίπτωση, που τους αθετήσει

Μια άλλη μορφή ερμηνείας προέρχεται από την ***δύναμη εμπειρίας και γνώσης*** (expert power) που ο αναγνώστης σαν οπαδός αναγνωρίζει ως επίσημη πηγή ενός μηνύματος προερχομένου από επίσημους πολιτικούς εκπροσώπους και εξειδικευμένους επιστήμονες και την παραδέχεται από τη δυνατότητα της να του προτείνει λύσεις παραπέμποντας τον σε συγκεκριμένα περιστατικά..

Γενικά η δύναμη των επισήμων πηγών αποκαλύπτεται και επιβεβαιώνεται από την τάση του Κοινού να τις αναζητεί και από τα ΜΜΕ που ακολουθώντας αυτή την τάση τις προτιμούν. Η αιτιολογία βρίσκεται στο γεγονός ότι η κυβέρνηση αποτελεί τον νομοθέτη, τον φορέα που παραχωρεί τις άδειες στα ΜΜΕ και το εκτελεστικό όργανο, που επιβάλλει τους νόμους στις Αρχές, στη δικαιοσύνη, στα σώματα ασφαλείας, στο στρατό. **Η κυβέρνηση είναι ο κυριότερος παράγοντας, που πρωτοστατεί και βρίσκεται στο επίκεντρο της παραγωγής και διάδοσης των ειδήσεων με την νομοθετική, την ελεγκτική, την δανειοδοτική-διαχειριστική της ιδιότητα και αυτήν της διεύθυνσης των εξωτερικών υποθέσεων ως πρωταρχική πηγή ειδήσεων.**

Ο Leon Sigal [206] αναφέρεται, ότι οι ιστορίες των ειδήσεων κατά 75% στηρίζονται στα κυβερνητικά στελέχη και λιγότερο από το 1% των ιστοριών στις αναλύσεις των ίδιων

των δημοσιογράφων. Το 90% των ιστοριών των κυβερνητικών στελεχών στηρίζονται στα μηνύματα των πρωταγωνιστών, που αποτελούν το πρόσωπο «κλειδί».[207] .

***Σε 2.850 ιστορίες στους New York Times και στην Washington Post σχεδόν το 80% σε αμφότερες στηρίχθηκε σε δηλώσεις κυβερνητικών επισήμων. Άλλη έρευνα υποστηρίζει ότι για τις ίδιες ε/φ το 75% [των ίδιων ε/φ] βασίζεται σε επίσημα κείμενα που αναφέρονται στο γεγονός χωρίς να περιλαμβάνεται καμιά κριτική επισημαίνοντας μόνο μια μοναδική και συγκεκριμένη «πολιτική» θέση.***[208]

Οι Aronnof (1975), Baxer (1981), Berkowitz & Adams (1990) με τα ευρήματα τους διαπιστώνουν πως οι πολιτικοί άνδρες καλύπτουν αναλογικά τα περισσότερα θέματα, που έχουν επιλεγεί να παρουσιαστούν από τα ΜΜΕ.

**Οι αμερικανοί δημοσιογράφοι τους θεωρούν πηγές ειδήσεων που επιδρούν στην κοινωνία και για τον λόγο αυτό η βασική τάση τους είναι να συλλέγουν πληροφορίες από την κυβέρνηση, γεγονός που εκμεταλλεύονται τα μέλη της για να συμμετέχουν στη διαμόρφωση των ειδήσεων (agenda).**

Κατά ενώ κατά καιρούς οι δημοσιογράφοι δείχνουν να προβληματίζονται για τον καθορισμό της αντικειμενικότητας στην κάλυψη των ειδήσεων, που σχετίζεται με την πηγή τους, εξακολουθούν να ρίχνουν το βάρος σε πηγές με κάποιο πολιτικό status και σε πηγές επίσημων ανακοινώσεων, που ασκούν μεγάλη επιρροή δεδομένου ότι το αναγνωστικό Κοινό τις έχει συνδέσει με την «αντικειμενικότητα».

Οι Gans (1979), Atwater & Fico (1986), Brown, Bybee, Wearden & Straughan(1982), Schwantes & Lemert(1978) ισχυρίζονται ότι *«οι επιρροές των επισήμων πηγών στις ειδήσεις φαίνονται περισσότερο μέσα από την ανάλυση του περιεχομένου τους.»*[209]

Οταν η πρακτική χρήση επισήμων πηγών τοποθετείται σε πλαίσιο προσέγγισης ενός επίκαιρου γεγονότος, εμφανίζεται μια διαδικασία αντικειμενική, που δημιουργεί στον «αθώο» αναγνώστη την εντύπωση πως ο δημοσιογραφικός Τύπος είναι συνήθως αντικειμενικός και ανεπηρέαστος Ετσι ο λόγος που οι δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν τις επίσημες πηγές είναι η ευκολία ανεύρεσης τους και ακόμα η νομιμότητα και υπευθυνότητα του περιεχομένου, που τους αποδίδει

Οι πολιτικοί αρχηγοί εμφανίζονται στις ειδήσεις για να εξασφαλίσουν την λαϊκή υποστήριξη και κατανόηση επιδιώκοντας την εμπλοκή του Κοινού στην υλοποίηση των αποφάσεων τους με την έννοια, ότι ενώ αυτοί αποφασίζουν θα φαίνεται ότι το Κοινό έχει θέση και επιλογή ως ενδιάμεσος ρυθμιστής στις δραστηριότητες τους.

Είναι γνωστό άλλωστε ότι σε περίπτωση που παρουσιαστεί αντίθεση, το Κοινό μεταξύ της επιλογής να ικανοποιηθεί-επιβραβευθεί καταφεύγοντας σε ιδεατά σχήματα δημοκρατίας ή να έλθει αντιμέτωπο με μια δυσάρεστη πολιτική πραγματικότητα, θα προτιμήσει την πρώτη επιλογή.

**Η μοναδικότητα της κυβέρνησης να αποτελεί ως πηγή πληροφόρησης ιδιαίτερα αναφορικά με την εξωτερική πολιτική και η υποστήριξη της από τα media της προσδίδει υπέρμετρη προπαγανδιστική δύναμη, έτσι ώστε η συγκεντρωτική της εξουσία στη χρήση των ειδήσεων να αποτελεί ένα αποτελεσματικό μονοπώλιο στην σφαίρα των συμβολισμών εκεί όπου ο εθνικισμός και η άγνοια διευκολύνουν στην εφαρμογή του.**

Ο,τι όμως οι αξιωματούχοι της κυβέρνησης αφήνουν να διαρρεύσει στους δημοσιογράφους ίσως δεν είναι πάντοτε ολόκληρη η ιστορία. Υπάρχουν περιπτώσεις κατά τις οποίες ο Τύπος γίνεται **συμπαραστάτης της κυβέρνησης και δεν δημοσιεύει πληροφορίες που αφορούν την σφαίρα της διεθνούς και εσωτερικής πολιτικής, εάν κριθεί ότι θέτουν σε κίνδυνο την εθνική ασφάλεια**. Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο σε σχέση με τις επίσημες πηγές είναι ότι συνήθως αυτές παρουσιάζουν την μια μόνο άποψη, όπως κάποιοι ισχυρίζονται. Σύμφωνα με τον Joseph Alsop ***«Ολα τα κυβερνητικά δελτία Τύπου ψεύδονται. Μερικά ψεύδονται περισσότερο από τα άλλα.»***[210] (Σχετ. Κεφάλαιο Αμερικανική Κυβέρνηση-Τύπος ανταγωνισμός και Συνεργασία).

Αναπτύσσονται επομένως κάποιοι ενδοιασμοί και ενστάσεις στην αντικειμενικότητα των πληροφοριών με το επιχείρημα ότι το κοινωνικό περιεχόμενο των πηγών πληροφόρησης ορίζει πολιτικά και κοινωνικά την πληροφορία μέσα από το πλαίσιο που κωδικοποιεί την κατά προτίμηση ανάγνωση. Επισημαίνεται η γνωστή θέση του Max Weber ότι ***«κάθε περιστατικό ακόμα και το ποιο απλό στην περιγραφή εξαρτάται κατά μεγάλο βαθμό από τις συνεχείς, μεγάλες και ουσιαστικές αναλυτικές παραδοχές, που συνήθως εννοούνται»***.

Το ερώτημα που διατυπώνεται είναι «εάν υπάρχει η δυνατότητα να συγκρατούνται ή να παραλείπονται τα «ασύμφορα», προβληματικά γεγονότα και οι σχετικές αναλύσεις τους και να ενορχηστρώνεται η διάδοση τους μέσα από τις επίσημες πηγές.

Η σχέση μεταξύ δημοσιογράφων και κυβέρνησης των ΗΠΑ φαίνεται να είναι σύνθετη. Από τη μια πλευρά οι πολιτικοί που προσπαθούν να διαμορφώσουν τους τίτλους των ειδήσεων και να σχηματοποιούν τις ειδήσεις με αυτά που δίνουν σαν ειδήσεις στους

δημοσιογράφους (έμφαση ή παράλειψη ενός γεγονότος εν γνώσει των υπευθύνων των ΜΜΕ) και από την άλλη κάποιοι δημοσιογράφοι που αναπτύσσουν και διατηρούν έναν από τους μεγαλύτερους φόβους τους, μήπως θεωρηθούν όργανα της κυβέρνησης. Οι σχέσεις δημοσιογράφων και κυβερνητικών πηγών έχουν απεικονιστεί με αντίθετες απόψεις. Μια από αυτές θεωρίες υποστηρίζει ότι **«αμφότερα τα μέρη είναι αντίπαλα»**, σύμφωνα με την κλασσική δημοκρατική θεωρία, που παρουσιάζει τους δημοσιογράφους **φύλακες του πολίτη απέναντι στην κυβέρνηση** και στον επιχειρηματικό κόσμο, ρόλο που τους προσδίδει τον χαρακτηρισμό «του τέταρτου τμήματος της κυβέρνησης» (Graber 1984). Μια δεύτερη προοπτική θέλει τα δύο μέρη να λειτουργούν κάτω από μια αμοιβαία ωφελιμιστική και ανταποδοτική βάση, η συμμετοχή δε κάθε ενός να επιβάλει την σχέση παροχής-αντιπαροχής. (Blumber & Gurevitch 1981). Μια ενδιάμεση άποψη υποστηρίζει τη διανομή των ρόλων, κάτι που δεν γίνεται επίσημα από τα δύο μέρη αλλά μάλλον στηρίζεται στις εσωτερικές και εξωτερικές κοινωνικές προσδοκίες. Ανεξάρτητα από την επικράτηση της μιας ή της άλλης προοπτικής είναι σίγουρο, ότι **αμφότεροι δημοσιογράφοι και πολιτικοί συνεχώς επιδιώκουν εντυπωσιακές περιγραφές μέσα από τον Τύπο και οι περισσότερες ιστορίες, που προσφέρουν σαν report στο Κοινό με τη μια επιλογή ή την άλλη με το ένα ή το άλλο πρόβλημα αυτό είναι που τους εκφράζει.**

Οι δημοσιογράφοι της Washington εξαρτώνται αποκλειστικά από τις επίσημες πηγές τους, τις οποίες πολλές φορές γνωρίζουν πολύ καλά και από κοντά. Οι πολιτικοί σχολιαστές εκτός μερικών εξαιρέσεων είναι πολύ δεμένοι μαζί με τους πολιτικούς της αμερικανικής πρωτεύουσας, έτσι ώστε ό,τι γράφουν πρέπει να έχει εξεταστεί κάτω από συγκεκριμένες προοπτικές, τις οποίες δυστυχώς οι αναγνώστες δεν θα μάθουν ποτέ.
Ο Neil Shine, συντάκτης του « Detroit Free Press» είχε δηλώσει δημόσια το 1970:
*«Ενα από τα σημαντικότερα πράγματα που έμαθα είναι ότι δεν μπορούμε επί μακρόν να στηριζόμαστε σε επίσημα reports από επίσημες πηγές, όταν οι πηγές από μόνες τους αποτελούν μέρος μιας αντιδικίας-σύγκρουσης. Σε κανονικές εποχές οι επίσημες δηλώσεις της κυβερνητικής γραφειοκρατίας μπορούν αυτόματα να είναι ειδήσεις, αναφερόμενες απλά στο γεγονός που συνέβη. Αλλά όταν η εδραιωμένη γραφειοκρατία βρίσκεται κάτω από επίθεση και το σύστημα από μόνο του αμφισβητείται, η αλήθεια απαιτεί αμφότερες τις ερμηνείες, οι οποίες πρέπει να εξετάζονται και να κρίνονται στην ουσία τους.»*[211]

- *ΑΝΩΝΥΜΕΣ ΠΗΓΕΣ*

Με τις ανώνυμες πηγές, οι δημοσιογράφοι δεν φαίνεται ότι έχουν να δώσουν εξηγήσεις αφού κανείς δεν γνωρίζει ποιες είναι. Μπορούν έτσι να πουν ο,τιδήποτε θελήσουν ακόμα και να κατηγορήσουν κάποιους και η μόνη προστασία έναντι αυτών είναι; ότι ο δημοσιογράφος πρέπει με κάποιον τρόπο να εντοπίσει εάν η πηγή ψεύδεται και να την «εξωραίσει». Εάν ο ίδιος θεωρεί ότι η πηγή είναι ειλικρινής, τότε δεχόμενος την ανωνυμία, πραγματικά εγγυάται για την εμπιστοσύνη και την καταλληλότητα της. Αλλά αυτό είναι κάτι που δεν κατανοούν όλοι οι δημοσιογράφοι. Ο δημοσιογράφος μπορεί να μη χρησιμοποιεί μια επώνυμη πηγή την οποία ο ίδιος εκλαμβάνει ως αναξιόπιστη ή κακά πληροφορημένη για να μιλήσει πάνω για ένα θέμα. Όμως σε αντίθεση με την ανώνυμη πηγή μέσα από την επώνυμη πηγή ο αναγνώστης μπορεί να σχηματίσει γνώμη και να ιδεί μόνος του για την ικανότητα να κρίνει ως καταναλωτής. **Λίγοι είναι οι δημοσιογράφοι που πιστεύουν, ότι μπορούν να αποφύγουν την χρήση ανώνυμων πηγών. Στον τομέα του ερευνητικού reporting η χρήση ανώνυμων πηγών είναι σχεδόν αναγκαία και οι δημοσιογράφοι της Washington έμπειροι και οξυδερκείς εντοπίζουν τα ποικίλα κίνητρα τους και προσφεύγουν στις ανώνυμες πηγές, την πληροφόρηση των οποίων μπορούν να «εξωραίσουν».**

Αρκετοί για να διασφαλιστούν υιοθετούν την τεχνική της τριγωνομέτρησης λαμβάνοντας υπόψη σε σημαντικές ιστορίες τρεις πηγές (ανώνυμες, προσωπική μαρτυρία, επίσημες πηγές, ανώνυμες πηγές). Η δύναμη της πληροφόρησης των ανωνύμων πηγών φάνηκε από έρευνα σύμφωνα με την οποία το 33% των ιστοριών στην ε/φ New York Times και Wasington Post στηρίζεται σε αυτές Η πρακτική της τήρησης ανωνυμίας, που ενισχύεται από την έλλειψη φόβου. Ενας δημοσιογράφος που ενεργεί με αυτόν τον τρόπο συνεργαζόμενος με τον επίσημο που θέλει να «κρυφτεί», προστατεύει αυτόν από τυχόν δυσάρεστες αντιδράσεις. Οι Dasker, Wilcox, & Van Tubergen, 1980 κατατάσσουν τους δημοσιογράφους με βάση τη διαίσθηση που διαθέτουν για την αξιοπιστία της πηγής σε αυτούς που είναι ουδέτεροι ως προς τη διαίσθηση και αυτούς που την θεωρούν σημαντικό οδηγό.[212]

- *ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΛΑΘΗ*

Ο δημοσιογράφος, που γράφει μια είδηση προσπαθεί να βάλει σε σειρά τα γεγονότα και με σαφή τρόπο να τα διηγηθεί. Υποτίθεται ότι η σαφήνεια που χρησιμοποιεί είναι συνάρτηση των ικανοτήτων αυτού αλλά και του copyeditor που συντάσσει και

μορφοποιεί το περιεχόμενο ενός άρθρου. **Η ακρίβεια** είναι ο πρώτος κανόνας για τα δημοσιεύματα των δημοσιογράφων σε συνδυασμό με τις ικανότητες και τις πηγές του. Τίποτα δεν υπονομεύει περισσότερο την αξιοπιστία του Τύπου από ένα πρόχειρα γραμμένο δημοσίευμα.

Η ακρίβεια των γεγονότων εκτός από τις προσωπικές δυνατότητες του δημοσιογράφου συνδέεται άμεσα και με τις πηγές του. Στην περιγραφή θεμάτων πολιτικού περιεχομένου, εάν είναι συνειδητοποιημένος επαγγελματίας, θα προσπαθήσει να διασταυρώσει αυτό που πληροφορήθηκε από μια μοναδική πηγή και θα είναι πολύ προσεκτικός στην απόδοση επίσημων ανακοινώσεων μέσα στους περιορισμούς των κανόνων συμπεριφοράς. (λ.χ. τα λόγια του Προέδρου δεν θα γραφούν εντός εισαγωγικών, εάν δεν έχουν τύχει έγκρισης).[213]

Σε περίπτωση έκρηξης γεγονότων, που προκαλούν συγκίνηση όμως καμία ε/φ δεν είναι σίγουρο ότι μπορεί να ξεφύγει από τις **επιρροές ή τις ανακρίβειες** οποιασδήποτε μορφής για τον απλούστερο λόγο ότι οι εμπλεκόμενοι σε αυτές αναφέρονται με τον τρόπο που εκφράζει την γνώμη τους, τις επιρροές τους, τις προκαταλήψεις και τα πάθη τους. Οι δημοσιογράφοι εξαιτίας των δικών τους παραδόσεων και των αυτοπροσδιορισμένων (self-defined) λειτουργιών τους έχουν δημιουργήσει ένα διευρυμένο σύνολο ελέγχων και ισορροπιών αναφορικά με τις πληροφορίες, που εισρέουν μέσα από την σχέση πολιτικών και ειδικών ομάδων. Οι ίδιοι παίρνουν μια αντίπαλη θέση και τάσσονται υπέρ εκείνων των ομάδων που φιλτράρουν τις απόψεις τους μέσα από τους δικούς τους στόχους ακρίβειας και αντικειμενικότητας Ακόμα έχουν θεσμοθετήσει ανάλογα κωλύματα και ισορροπίες για τις πληροφορίες από το Κοινό μάλλον παρά προς το Κοινό

Τόσο η εκπαίδευση όσο και η επαγγελματική ενασχόληση ενδυναμώνουν το ενδιαφέρον των δημοσιογράφων για θέματα μέσα από τα οποία αποδεικνύονται άτομα καλά πληροφορημένα, που τρέφουν μεγάλο σεβασμό γενικά στην ενημέρωση. Οι περισσότεροι από αυτούς έχουν πλήρη συνείδηση της επίδρασης που ασκούν όσα γράφουν και για τον λόγο αυτόν δεν επιθυμούν να δημιουργούν περισσότερη φασαρία από όση υπάρχει [στην εξωτερική πολιτική].

Από έρευνα του Carter (1958) προκύπτει ότι η σχέση δημοσιογράφου και πηγής δέχεται την επίδραση **των εικόνων (images) του εαυτού μας και των άλλων, των επαγγελματικών στερεότυπων, στην συμφωνία και προσαρμογή με τους κανόνες της ομάδας και τις προσδοκίες της, στις ευκαιρίες επιλογής μάλλον νέων πηγών**

**παρά στην συνήθη αλληλεπίδραση μεταξύ δημοσιογράφων και πηγών. Το ποσοστό της ακρίβειας των πληροφοριών αυξάνει, όταν ο δημοσιογράφος αναπαράγει εκ νέου τις ειδήσεις και ελέγχει την πληρότητα τους και όταν αυτός και η πηγή έχουν κοινά τεχνικά στοιχεία στη γλώσσα.** [214]

Οι τάσεις και τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των δημοσιογράφων καθώς και η διανοητική λειτουργία τους μπορούν να επηρεάσουν την ακρίβεια και σαφήνεια μιας ιστορίας ειδήσεων. Η μανία του ανταγωνισμού, ο φόβος της αποτυχίας, η έλλειψη εμπιστοσύνης για τους άλλους μπορούν να οδηγήσουν σε διαστρέβλωση των ειδήσεων, σε σκόπιμη μείωση ή υπερβολική αύξηση της σημασίας τους με το ίδιο ποσοστό.

Τα άτομα στενών αντιλήψεων (περισσότερο αυταρχικά ή δογματικά) βρέθηκε ότι παράγουν ειδήσεις, που εκλαμβάνονται ανακριβείς και χρειάζονται περισσότερο χρόνο για να προσπαθήσουν να επιτύχουν την ολοκλήρωση της διαδικασίας ασυμφωνίας και αντίφασης με τα προσωπικά τους ιδεώδη Για τις αντιλήψεις που διατηρούν για το Κοινό κατατάσσονται στην κατηγορία αυτών που γράφουν με ευχαρίστηση και απευθύνονται σε ένα φιλικό Κοινό και σε αυτούς που ανταγωνίζονται και βρίσκονται σε διαμάχη με το Κοινό. Όταν ο δημοσιογράφος καλών ή κακών ειδήσεων νοιώθει ότι βρίσκεται σε δυσαρμονία και αντίθεση με το Κοινό στο οποίο απευθύνεται, τότε οι πιθανότητες να πέσει σε ανακρίβειες είναι πολύ μεγάλες σε κακές ειδήσεις, περισσότερο διαστρεβλωμένες και παραποιημένες. Οσες ταιριάζουν με τις προσδοκίες του Κοινού παρουσιάζονται «διανθισμένες» ξεκινώντας από μια περισσότερη θετική προδιάθεση για το μήνυμα που αποστέλλεται προς το Κοινό

Η ανησυχία για το ενδεχόμενο τα μηνύματα να απορριφθούν οπλίζει τον δημοσιογράφο για να τα διατυπώσει ασαφώς.

Οι Crouse και Tuchman προσδιορίζουν μια διαδικασία κατά την οποία οι δημοσιογράφοι μερικές φορές δημιουργούν αυταπάτη της αντικειμενικότητας αποδίδοντας τις δικές τους προσωπικές απόψεις στις πηγές με τις οποίες μοιράζονται αυτές τις απόψεις. Σύμφωνα με το μοντέλο των Molotch και Lester «***το πλαίσιο το οποίο σχηματίζει ειδήσεις στηρίζεται σε εκείνες τις πηγές, οι οποίες έχουν μεγαλύτερη προσέγγιση στους δημοσιογράφους και διαθέτουν μια κοινωνικά δομημένη ερμηνεία από ένα προσφερόμενο σύνολο γεγονότων ή περιστάσεων. Αυτού του είδους οι πηγές καθιστούν τη δημοσιογραφική εργασία ευκολότερη και προσφέρουν μια αποδεκτή δομή εξασφαλισμένων ιστοριών ειδήσεων και ακόμα***

***μια πολιτική και κοινωνική δύναμη που ασκείται από καθοδηγούμενους δημοσιογράφους προς ένα συγκεκριμένο αυτοεξυπηρετούμενο τρόπο διαμόρφωσης*** *της είδησης».*[215]

Ο δημοσιογράφος είτε με την αντίληψη ότι συνδέεται με τους πολίτες στη χάραξη της εθνικής πολιτικής, είτε με τους αξιωματούχους, που τη διαμορφώνουν, αντανακλά τον ρόλο αυτού που αποτυπώνει ό, τι διαδραματίζεται.

Η πρώτη πλευρά συνδέεται με αντιλήψεις ρόλου που τον συνδέει ουσιαστικά με τους συμμετέχοντες πολίτες σε αυτήν την διαδικασία, ενώ η δεύτερη τον συνδέει με το επίπεδο του αξιωματούχου που λαμβάνει τις αποφάσεις για την διαμόρφωση εξωτερικής πολιτικής. Εκείνο που φαίνεται σημαντικό από αυτές τις πλευρές του επαγγελματία δημοσιογράφου είναι πως σε ό,τι αφορά τις αντιλήψεις του, αυτές δεν εκτιμώνται το ίδιο σε σχέση με την τυπική ή φανερή ιδεολογία του.

Η επίσημη εικόνα του δημοσιογράφου-ανταποκριτή στη διαδικασία της διαμόρφωσης της εξωτερικής πολιτικής υπογραμμίζει τον ρόλο του ως «υπηρέτη» και για όσα συμμετέχει σχεδόν αποκλειστικά τον ρόλο του ως «συνεργό». Μια παγίδα για πολλούς πρωτάρηδες δημοσιογράφους ειδικά για τις πηγές που χρησιμοποιούν είναι να γράφουν την ιστορία για το πρόσωπο παρά για τον αναγνώστη. Αντίθετα μια παγίδα για πολλούς παλαίμαχους δημοσιογράφους και περισσότερο κυνικούς είναι, σύμφωνα με την Sara Davidson, ***να γράφουν περισσότερο σκωπτικά, δημιουργώντας την αίσθηση πως είναι υπεράνω αντικειμένου.*** Αμφότερες οι παγίδες παράγουν μια παραποιημένη και διαστρεβλωμένη άποψη της πραγματικότητας.

Η ύπαρξη λαθών και παραλήψεων στα δημοσιεύματα εφημερίδων ακόμα και αυτών με την μεγαλύτερη κυκλοφορία έχει διερευνηθεί κατ' επανάληψη με έμφαση στην ποιότητα και ακρίβεια των πληροφοριών σε σχέση με τις πηγές των δημοσιογράφων

Σύγχρονες μελέτες αλλά και πολύ παλαιότερες ασχολούνται με τη σημασία της ακρίβειας και πληρότητας των ειδήσεων αποδίδοντας ευθύνες στις πηγές ειδήσεων, στις οποίες στηρίζονται οι δημοσιογράφοι.

Οι Singletary και Lipkly αναφέρονται στην ύπαρξη άνευ σημασίας τυπογραφικών λαθών, που δεν τα θεωρούν ουσιαστικά αίτια γέννησης προβλημάτων για την ακρίβεια των ειδήσεων. Οι Barkin και Levy ανακαλύπτουν πως 88% των λαθών, που δημοσιεύθηκαν στους Times και την Washington Post είναι **αντικειμενικά λάθη**, όπως λανθασμένα ονόματα και διευθύνσεις παρά παραλήψεις ή **λάθη έμφασης.**

Γενικά, οι παλαιότεροι δημοσιογράφοι ηλικίας πάνω από 35 χρόνων και αυτοί που έχουν επαγγελματική εμπειρία 10 και πλέον χρόνια, δέχονται ότι έχουν διαπράξει περισσότερα λάθη σε σχέση με τους νεώτερους σε ηλικία και εμπειρία, που ισχυρίζονται ότι τα λάθη που έχουν διαπράξει σχετίζονται με τις πηγές σε ποσοστό 15%. Υπάρχει επίσης στενή σχέση μεταξύ της ηλικίας του δημοσιογράφου και της δημιουργίας λαθών του προερχόμενα από πηγές. Ο Tillinghast υπογραμμίζει ότι συνήθως τα λάθη από πηγές παρατηρούνται σε ιστορίες ειδήσεων, που αφορούν τοπικές στα όρια της πολιτείας γενικές ειδήσεις και ακόμα όχι ειδήσεις με μακρά συνέχεια. Η πίεση των χρονικών περιθωρίων παρουσίασης της είδησης δημιουργεί αντίθετο αποτέλεσμα παρά από την ακρίβεια που επιδιώκεται στις ειδήσεις.[216]

Ο Tillinghast, το 1983, επιβεβαιώνει ότι το 40%-60% των ομαλών και ανεμπόδιστων ειδήσεων προέρχεται από πηγές, που περιλαμβάνουν τουλάχιστον ένα λάθος. Τα 2/3 των λαθών αυτών κρίνονται ως υποκειμενικά και το 1/3 ως αντικειμενικά. Αναφορικά με τις ιστορίες με λάθη αναφέρει **ότι οι εσφαλμένες πηγές έχουν ένα ποσοστό λαθών κατά μέσον όρο 2.5%. Οι δημοσιογράφοι συμφωνούν κατά το 1/2 στον προσδιορισμό των πραγματικών λαθών αλλά ισχυρίζονται ότι μόνο το 5% των λαθών των πηγών στηρίζονται σε αντικειμενικά στοιχεία.**[217]

Οι πηγές υποστηρίζουν ότι οι δημοσιογράφοι εξαιτίας του ***δραματικού τόνου***, ***της υπερβολής***, ***της μεγάλης έμφασης*** και των περιορισμένων επαφών με τις πηγές οδηγούνται σε λάθη. Οι ίδιοι όμως οι δημοσιογράφοι ισχυρίζονται ότι οι αιτίες των λαθών οφείλονται στον περιορισμένο χρόνο που έχουν στη διάθεση τους αλλά και στο περιεχόμενο των ανακοινώσεων που διοχετεύονται Όσο περισσότερο στενό είναι το χρονικό περιθώριο για μια είδηση, τόσο οι πιθανότητες ανακρίβειας είναι μεγαλύτερες!

Οι ιστορίες κοινωνικού περιεχομένου παρουσιάζουν μεγαλύτερο ποσοστό αντικειμενικών λαθών Σε 193 τέτοιες ιστορίες βρέθηκε ότι μόνο το 31% ήταν ελεύθερο λαθών και παρουσίασε ακρίβεια. Αυτή η ακρίβεια της περιγραφής των γεγονότων μιας είδησης κοινωνικού περιεχομένου συνδέεται άμεσα και με τις επιρροές του ίδιου του δημοσιογράφου.

**«Δημοσιογράφοι με ισχυρές, αντίθετες θέσεις για ένα συγκεκριμένο ζήτημα κάνουν περισσότερα αντικειμενικά λάθη. Εάν είναι αντίθετοι με ένα γεγονός που καλύπτουν, οι αναφορές τους κινούνται αργά με μικρότερη σαφήνεια και αυτό που προσφέρουν δεν είναι εύκολα αναγνώσιμο. Αλλά και όταν αυτοί βρίσκονται σε**

διάσταση με τις πηγές **και αισθάνονται ως αντικείμενα εκμετάλλευσης, αναζητούν άλλους τρόπους για να γράψουν «εκ του ασφαλούς.»**[218]

Ειδήσεις για σημαντικά γεγονότα είναι ενδεχόμενο να περιέχουν λάθη. Καταστροφές και περιστατικά κρίσιμων φάσεων τείνουν να παρουσιάσουν λάθη αφού οι ανταποκριτές ειδήσεων βρίσκονται σε μεγαλύτερο stress, που αναπόφευκτα συντελεί στη δημιουργία μη ολοκληρωμένων ειδήσεων. Αυτό επιβεβαιώνουν και άλλες σχετικές έρευνες που υπογραμμίζουν ότι η **εκτεταμένη κάλυψη κρίσιμων γεγονότων από τις ε/φ οδηγεί συχνά σε παρερμηνείες και διαστρέβλωση**. Ιστορίες από press conferences και meetings είναι περισσότερο ακριβείς σε σχέση με ξαφνικά γεγονότα. Όμως τόσο οι δημοσιογράφοι όσο και οι πηγές τους διατυπώνουν την άποψη ότι η ανακρίβεια των ειδήσεων εξαρτάται κυρίως είτε από τυχόν περιορισμένο μορφωτικό επίπεδο των δημοσιογράφων είτε από προβλήματα των υπεύθυνων σύνταξης της ε/φ κατά την διαδικασία της επεξεργασίας των ειδήσεων.

**Τα λάθη των πηγών εντοπίζονται στις περιπτώσεις που ο δημοσιογράφος και το medium έχουν χαλαρή επαφή με την πηγή. Όταν υπάρχει ποικιλία πηγών σε μια ιστορία και όταν οι ίδιες οι πηγές δεν είναι ικανοποιημένες με τις πληροφορίες οι πηγές φαντάζουν ατελείς και έχουν τον τόνο μιας αρνητικής εικόνας (image).**

Μια παλαιότερη έρευνα των Griggs & Carter, το 1954, [219] έδειξε ότι τα λάθη των πηγών του προσωπικού των ε/φ οφείλονται στην αδιαφορία και απερισκεψία των δημοσιογράφων, στα λανθασμένα γραπτά στοιχεία που χρησιμοποιούνται, σε παρερμηνεία των πηγών από τους δημοσιογράφους, σε ουσιαστικές εννοιολογικές διαφορές δημοσιογράφων και πηγών.

*«Οι δημοσιογράφοι των ε/φ, ενώ έχουν εκπαιδευτεί σαν παρατηρητές και προμηθευτές πληροφοριών, είναι αντικείμενα των ίδιων των αδυναμιών τους, όπως συμβαίνει σε κάθε άτομο προκειμένου να αυξήσουν την πιθανότητα να προσεγγίζουν με ακρίβεια κάθε κατάσταση.»*[220]

Τα 1983 ο Shoemaker[221] ασχολήθηκε κυρίως με το κοινωνικό και πολιτικό περιεχόμενο των ειδήσεων και κατέληξε ότι **εάν αυτές αναφέρονται σε παρεκκλίνοντα κοινωνικά και πολιτικά groups, τότε πράγματι περιέχουν αρνητικά και ασαφή χαρακτηριστικά, συμβολισμούς, ονόματα και επίθετα, ενώ εάν αναφέρονται σε αντίθετες ομάδες διατηρούν μια αντικειμενικότητα.**

• *ΧΡΟΝΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ*

Και ο παράγοντας ***χρόνος*** δυσχεραίνει και περιπλέκει τα πράγματα όσον αφορά στην υιοθέτηση της αλήθειας εκ μέρους του δημοσιογράφου, ο οποίος αποστέλλοντας γρήγορα την είδηση του δεν έχει την δυνατότητα πάντοτε να την επιβεβαιώσει και να την ερευνήσει περαιτέρω, με ενδεχόμενο να προδώσει κάποτε την αλήθεια χάριν της "πρώτης" είδησης, υιοθετώντας την άποψη «***άφησε την αλήθεια και το λάθος να είναι γραπωμένα μεταξύ τους***.» (Milton)"[222]

Ενας σοβαρός δημοσιογράφος όμως που έχει την αίσθηση ότι υπηρετεί την αλήθεια για το Κοινό πρέπει να προσφέρει στον αναγνώστη "με καλή πίστη" αξιόπιστες ειδήσεις μέσα από ένα πρίσμα ακριβείας και αλήθειας, θέση που υποστήριξε ένθερμα το 1960 ο Clifton Daniel διευθυντής σύνταξης των Times «***η υποχρέωση των δημοσιογράφων να λένε τα γεγονότα ευθέως με το όνομα τους και των ιδιοκτητών [των ε/φ] εάν αυτό δεν συμβαίνει. Αμφότερα τα μέρη πρέπει να υπηρετούν τους πολίτες όχι το επάγγελμα τους ή τα συμφέροντα της ε/φ, του ενός ή του άλλου κόμματος αλλά του Κοινού αποκλειστικά***».[223]

Οι ανταποκρίσεις της ε/φ New York Times την περίοδο της ανατροπής των ισορροπιών στην Αλβανία, το διάστημα 1991-94, στηρίζονται σε ποικιλία πηγών στην προσπάθεια όχι μόνο να περιγραφούν με ακρίβεια όλα τα αίτια των αιματηρών αναταραχών αλλά και να δοθούν τεκμηριωμένα στοιχεία, που **θα αφυπνίσουν τον αναγνώστη και θα τον προετοιμάσουν για το νέο πρόβλημα των Βαλκανίων, στην περιοχή των οποίων απειλείται η ειρήνη του Κόσμου.**

Η μετάδοση των ειδήσεων ξεκινά από έναν μεγάλο αριθμό πηγών πληροφόρησης μεταξύ των οποίων **επικρατούν οι επίσημες πηγές και οι ανώνυμες**. Ακολουθούν πηγές προερχόμενες από τους απλούς πολίτες αλλά και μικρό αριθμό ατόμων με κάποια κοινωνική θέση (status) αλλά και πολλές μορφές πηγών σε συνδυασμό.

Τα υψηλότερα ποσοστά αναφέρονται σε μεμονωμένες **επίσημες πηγές ή σε συνδυασμό με άλλες κατηγορίες** (ανώνυμες, δηλώσεις απλών πολιτών, δηλώσεις κάποιων προσωπικοτήτων) επιλεγμένες για την τεκμηρίωση των θέσεων, που προβάλλονται κατά δημοσίευμα. Κυρίαρχος στόχος της ε/φ φαίνεται να είναι η προσπάθεια **να δείξει κάθε φορά την επίσημη άποψη και παράλληλα κατά περίπτωση την πλευρά των γεγονότων, όπως την βιώνουν οι πολίτες αυτής της**

χώρας, **που μεταφέρουν παραστατικά τις συνθήκες ζωής στην προσπάθεια αναζήτησης λύσεων προς άρση του πολιτικού αδιεξόδου**. Και αυτό γιατί η λεπτομερής περιγραφή από τους ίδιους τους «πάσχοντες» φορτίζει συναισθηματικά τον αναγνώστη που προσφέρει μια αμεσότητα την οποία οι επίσημες πηγές δεν προσφέρουν πάντοτε.

**Είδη Πηγών Ειδήσεων των Ανταποκρίσεων των Times**

| Value | Label |
|---|---|
| 1 | Επίσημες δηλώσεις |
| 3 | Επίσημες & Ανώνυμες Πληροφορίες |
| 4 | Επίσημες & Ανώνυμες & Πολίτες |
| 5 | Επίσημες & Elite |
| 6 | Επίσημες & Πολίτες |
| 15 | Επίσημες &Ανώνυμες & Elite |
| 21 | Ανώνυμες Πληροφορίες |
| 28 | Ανώνυμες & Elite |
| 29 | Ανώνυμες & Πολίτες |
| 33 | Elite |
| 34 | Elite & Πολίτες |
| 36 | Πολίτες |

Ο πίνακας παρουσιάζει τα είδη των πηγών που χρησιμοποιούνται από τους ανταποκριτές στη διάρκεια της παρατήρησης.

**Πηγές Τεκμηρίωσης το 1991. Πίνακας Νο 1.**

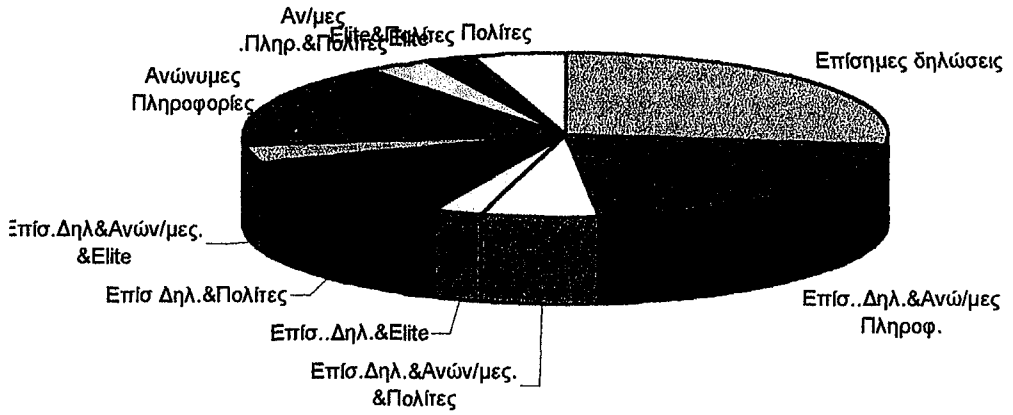
| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Επίσημες δηλώσεις | 1 | 23 | 25,8 | 27,1 | 27,1 |
| Επίσ..Δηλ.&Ανώ/μες Πληροφ. | 3 | 18 | 20,2 | 21,2 | 48,2 |
| Επίσ.Δηλ.&Ανώ/μες.&Πολίτες | 4 | 5 | 5,6 | 5,9 | 54,1 |
| Επίσ..Δηλ.&Elite | 5 | 2 | 2,2 | 2,4 | 56,5 |
| Επίσ.Δηλ.&Πολίτες | 6 | 11 | 12,4 | 12,9 | 69,4 |
| Επίσ.Δηλ&Ανών/μες.&Elite | 15 | 3 | 3,4 | 3,5 | 72,9 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες | 21 | 14 | 15,7 | 16,5 | 89,4 |
| Αν/μες .Πληρ.&Πολίτες | 29 | 3 | 3,4 | 3,5 | 92,9 |
| Elite | 33 | 1 | 1,1 | 1,2 | 94,1 |
| Elite&Πολίτες | 34 | 1 | 1,1 | 1,2 | 95,3 |
| Πολίτες | 36 | 4 | 4,5 | 4,7 | 100,0 |
| | | 1 | 1,1 | Missing | |
| | | 3 | 3,4 | Missing | |
| | **Total** | **89** | **100,0** | | **100,0** |

Το 1991 το ποσοστό **χρησιμοποίησης επισήμων δηλώσεων** ανέρχεται σε 27.1%, ο **συνδυασμός τους με ανώνυμες** σε 21.2% και με απλούς πολίτες σε 12.9%.

Η χρήση **ανωνύμων πηγών** φθάνει το 16.5% ενώ καταγράφονται και άλλα μικρά ποσοστά διαφόρων συνδυασμών πηγών πληροφόρησης.

Το 1991 το ποσοστό **χρησιμοποίησης επισήμων δηλώσεων** ανέρχεται σε 27.1%, ο **συνδυασμός τους με ανώνυμες** σε 21.2% και με απλούς πολίτες σε 12.9%.
Η χρήση **ανωνύμων πηγών** φθάνει το 16.5% ενώ καταγράφονται και άλλα μικρά ποσοστά διαφόρων συνδυασμών πηγών πληροφόρησης.

**Γραφική παράσταση με τα ποσοστά χρήσης πηγών ειδήσεων το 1991**




Οι πηγές πληροφόρησης που χρησιμοποιούν οι Times στην τεκμηρίωση των ειδήσεων το 1991 μοιάζουν με ψηφιδωτό.

**Πηγές Τεκμηρίωσης το 1992. Πίνακας Νο 2.**

| **Value Label** | **Valu e** | **Frequency** | **Percent** | **Valid Percent** | **Cum Percent** |
|---|---|---|---|---|---|
| Επίσημες δηλώσεις | 1 | 7 | 29,2 | 31,8 | 31,8 |
| Επίσ..Δηλ.&Ανώ/μες Πληροφ. | 3 | 3 | 12,5 | 13,6 | 45,5 |
| Επίσ.Δηλ.&Ανών/μες.&Πολίτες | 4 | 1 | 4,2 | 4,5 | 50,0 |
| Επίσ..Δηλ.&Elite | 5 | 1 | 4,2 | 4,5 | 54,5 |
| Επίσ Δηλ.&Πολίτες | 6 | 5 | 20,8 | 22,7 | 77,3 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες | 21 | 2 | 8,3 | 9,1 | 86,4 |
| Αν/μες .Πληρ.&Πολίτες | 29 | 2 | 8,3 | 9,1 | 95,5 |
| Πολίτες | 36 | 1 | 4,2 | 4,5 | 100,0 |
| | | 1 | 4,2 | Missing | |
| | | 1 | 4,2 | Missing | |
| | **Total** | **24** | **100,0** | | **100,0** |

Valid cases 22 Missing cases 2

Κατά την διάρκεια του πρώτου κρίσιμου χρόνου σε 62 άρθρα ανιχνεύοντα οι προτιμήσεις των πέντε (5) αντιπροσωπευτικότερων πηγών ανταπόκρισης στις οποίες στηρίζονται τα συμπεράσματά μας.

Το πρακτορείο Reuters αντλεί πληροφορίες από 4 είδη πηγών, το AP από 7 κατηγορίες, ο Binder από 10, ο Kamm από 1 είδος και ο Anastasi από 4 είδη.

Το 1991 κυριαρχούν οι επίσημες πηγές αλλά παράλληλα χρησιμοποιούνται και όλα τα άλλα είδη– χαρακτηριστική η επιλογή σε συνδυασμό επισήμων και ανωνύμων από μέρους του Binder– για να δοθούν όλες οι παράμετροι και να εκτεθούν όλα τα πιθανά σενάρια. Οι επίσημες πηγές **προέρχονται από κρατικούς φορείς και εκπροσώπους** των κυβερνήσεων Αλβανίας, Ελλάδας, Ιταλίας και ΗΠΑ. Χωρών δηλαδή που πρωταγωνιστούν στην προσπάθεια άρσης των χωρών που πρωταγωνιστούν στην προσπάθεια βελτίωσης της αλβανικής κρίσης αλλά και ανάπτυξης προς τούτο των σχέσεων (οικονομικών, διπλωματικών, πολιτιστικών) με αυτήν τη χώρα.

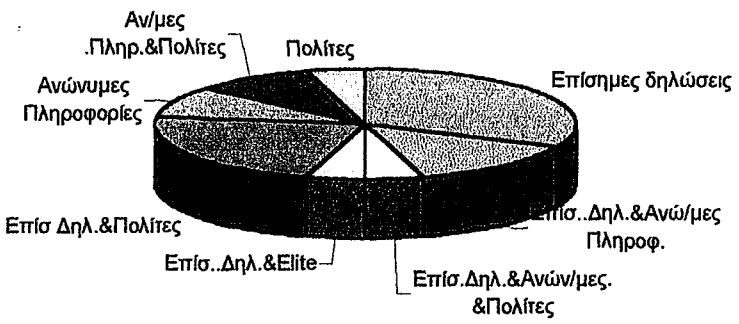
Το 1992 το ποσοστό αναφοράς ειδήσεων από **επίσημες πηγές** ανέρχεται σε 31.8%. **Ο συνδυασμός επισήμων πηγών και ανωνύμων** φθάνει το 13.6%, ο **συνδυασμός επισήμων πηγών και απλών πολιτών αυξάνεται και φθάνει το 22.7%**, ενώ οι ειδήσεις με βάση τις καθαρά ανώνυμες πηγές μειώνονται αρκετά και φθάνουν το 9.1%. Είναι η χρονιά που οι πόρτες για πολιτικές προσεγγίσεις ανοίγουν μεταξύ Αλβανίας, ΗΠΑ, Ε.Ε και Διεθνών Οργανισμών.

Η χρήση επισήμων πηγών (μεγαλύτερο ποσοστό σε σχέση με το 1991), δείχνει την ευκολότερη **προσέγγιση των ανταποκριτών με εκπροσώπους κομμάτων** αλλά και άλλους φορείς καθώς και ανθρώπους των **αλβανικών ΜΜΕ**. Παράλληλα φαίνεται ότι οι κυβερνητικοί κύκλοι της Washington αρχίζουν να εκθέτουν μέσα από τις στήλες δείχνουν τις προτιμήσεις τους και να εκφράζουν σαφέστερα **τα πολιτικά τους σχέδια** σε σχέση με την Αλβανία και την ευρύτερη περιοχή.

Οι ανώνυμες πηγές την χρονιά αυτή εξακολουθούν να παίζουν σημαντικό ρόλο στην ενημέρωση με στόχο να υπάρξει πολυφωνία στην διατύπωση απόψεων γύρο από την τραγική κατάσταση στην οποία καθημερινά ζει ολόκληρη η Χώρα.

Οι ανταποκρίσεις χρησιμοποιούν κάποτε-κάποτε μαρτυρίες ατόμων με κάποιο status, που σίγουρα ενδιαφέρουν το αναγνωστικό Κοινό των Times, που αρέσκεται να έχει και τις απόψεις και τις εμπειρίες των λίγων που εντάσσονται στο χώρο των προσωπικοτήτων.

**Γραφική Παράσταση των Πηγών ειδήσεων το 1992**



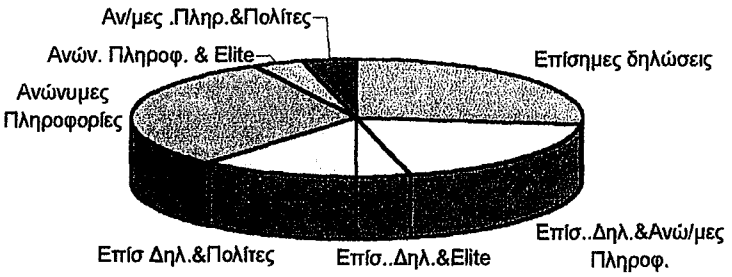
**Πηγές Τεκμηρίωσης τα έτη 1993-94. Πίνακας Νο 3.**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Επίσημες δηλώσεις | 1 | 7 | 25,0 | 26,9 | 26,9 |
| Επίσ..Δηλ.&Ανώ/μες Πληροφ. | 3 | 5 | 17,9 | 19,2 | 46,2 |
| Επίσ..Δηλ.&Elite | 5 | 1 | 3,6 | 3,8 | 50,0 |
| Επίσ Δηλ.&Πολίτες | 6 | 3 | 10,7 | 11,5 | 61,5 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες | 21 | 8 | 28,6 | 30,8 | 92,3 |
| Ανών. Πληροφ. & Elite | 28 | 1 | 3,6 | 3,8 | 96,2 |
| Αν/μες .Πληρ.&Πολίτες | 29 | 1 | 3,6 | 3,8 | 100,0 |
| | | 2 | 7,1 | Missing | |
| | **Total** | **28** | **100,0** | | **100,0** |

Valid cases 26 Missing cases 2

Τα δύο τελευταία έτη, 1993-94, εξακολουθούν να κατέχουν την πρώτη θέση οι επίσημες πηγές αλλά μπορεί κανείς να διακρίνει μια τάση όλων των κειμένων της ε/φ για αναφορές σε ανώνυμες πηγές συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη.

**Γραφική Παράσταση των Πηγών Τεκμηρίωσης το διάστημα 1993-94**




Ολα τα δεδομένα αποδεικνύουν ότι οι ανταποκρίσεις των Times χρησιμοποιούν κυρίως επίσημες πηγές, που δίνουν το στίγμα της σοβαρότητας και αξιοπιστίας των πληροφοριών τους. Οι ανταποκρίσεις αυτές αναφέρονται συνήθως σε δηλώσεις κυβερνητικών εκπροσώπων ή άλλων κρατικών φορέων, παρουσιάζουν με ακρίβεια
Η μετάδοση των ειδήσεων ξεκινά από ένα μεγάλο αριθμό πηγών πληροφόρησης μεταξύ των οποίων επικρατούν **οι επίσημες πηγές και οι ανώνυμες** και ακολουθούν οι πηγές

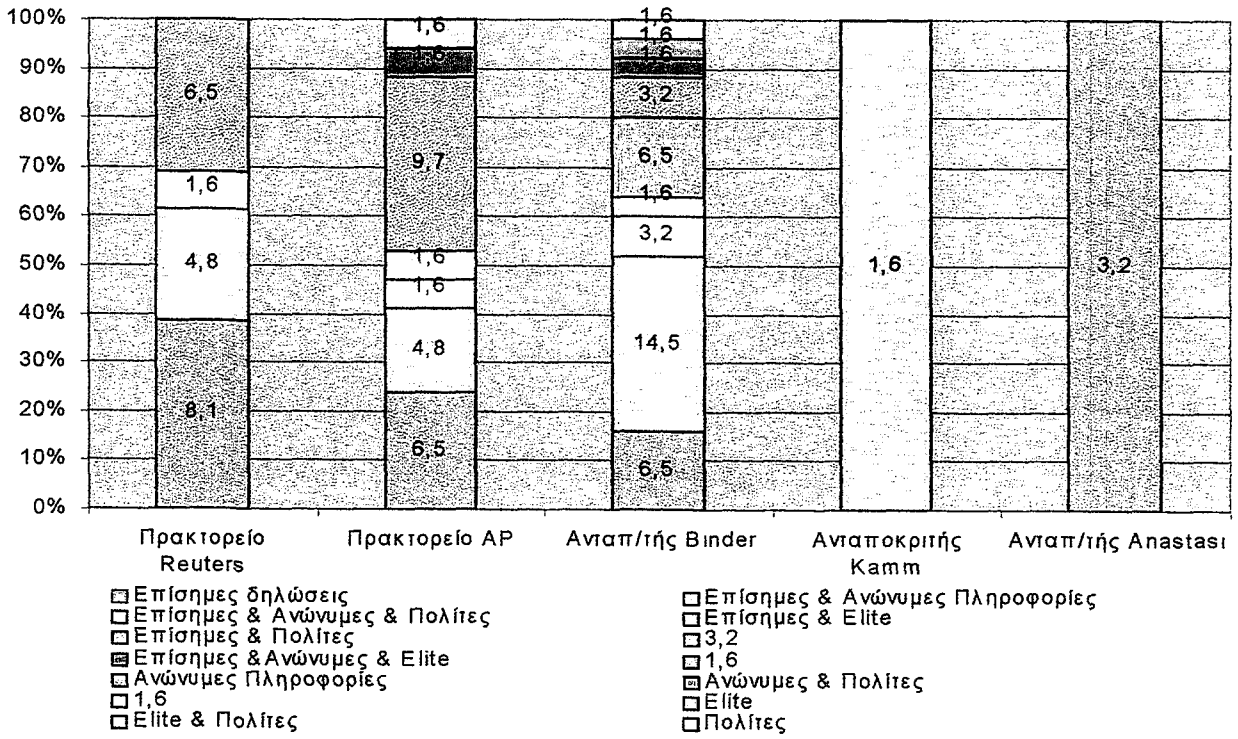
από τους **απλούς πολίτες**, από ένα μικρό αριθμό ατόμων της elite αλλά παρατηρείται και η χρήση πολλών μορφών πηγών σε συνδυασμό. Οι επίσημες πηγές -σε υψηλότερα ποσοστά- μεμονωμένες ή σε συνδυασμό με άλλες κατηγορίες, (ανώνυμες, δηλώσεις απλών πολιτών, δηλώσεις elite) κατέχουν κυρίαρχη θέση στην τεκμηρίωση των θέσεων, που διατυπώνονται αλλά και οι ανώνυμες πηγές κατέχουν παράλληλα ένα σημαντικό επίπεδο αναφοράς. Το τελευταίο αυτό στοιχείο συνδέεται με τον στόχο των ανταποκρίσεων να δείξουν και άλλες σοβαρές παραμέτρους προερχόμενες ατόφια από τις πραγματικές «απελπισμένες κραυγές» των αλβανών πολιτών, μεταφέροντας περισσότερο παραστατικά τις συνθήκες ζωής και τις προσπάθειες αναζήτησης λύσεων του αδιεξόδου. Κι' αυτό γιατί **η μετάδοση περιγραφικών λεπτομερειών από τους** ίδιους τους πάσχοντες **αποτελεί στοιχείο που σίγουρα φορτίζει συναισθηματικά, προβληματίζει και αναστατώνει τον αναγνώστη., μέσα από μια αμεσότητα με τα γεγονότα, που οι σοβαρές και τεκμηριωμένες επίσημες πηγές δεν προσφέρουν πάντοτε.**

**Πηγές Τεκμηρίωσης ανά Γράφοντα το 1991. Πίνακας Νο 4.**

| | **Πρακτορείο Reuters** | **Πρακτορείο AP** | **Ανταπ/τής Binder** | **Ανταποκριτής Kamm** | **Ανταπ/τής Anastasi** | **% Row Total** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Επίσημες δηλώσεις<br>1 | 8,1 | 6,5 | 6,5 | | 3,2 | 15<br>24,2 |
| Επίσημες & Ανώνυμες Πληροφορίες<br>3 | 4,8 | 4,8 | 14,5 | | | 15<br>24,2 |
| Επίσημες & Ανώνυμες & Πολίτες<br>4 | 1,6 | 1,6 | 3,2 | | | 4<br>6,5 |
| Επίσημες & Elite<br>5 | | 1,6 | 1,6 | | | 2<br>3,2 |
| Επίσημες & Πολίτες<br>6 | | | 6,5 | | 3,2 | 6<br>9,7 |
| Επίσημες &Ανώνυμες & Elite<br>15 | | | | | 1,6 | 1<br>1,6 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες<br>21 | 6,5 | 9,7 | 3,2 | | | 12<br>19,4 |
| Ανώνυμες & Πολίτες<br>29 | | 1,6 | 1,6 | | 1,6 | 3<br>4,8 |
| Elite<br>33 | | | 1,6 | | | 1<br>1,6 |
| Elite & Πολίτες<br>34 | | | 1,6 | | | 1<br>1,6 |
| Πολίτες<br>36 | | 1,6 | | 1,6 | | 2<br>3,2 |
| **Column Total** | **13**<br>**21,0** | **17**<br>**27,4** | **25**<br>**40,3** | **1**<br>**1,6** | **6**<br>**9,7** | **62**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: 3

**Πηγές τεκμηρίωσης κατά γράφοντα το 1991**




Το γράφημα δείχνει τα ποσοστά και το είδος πηγών που χρησιμοποιούνται ανά γράφοντα.

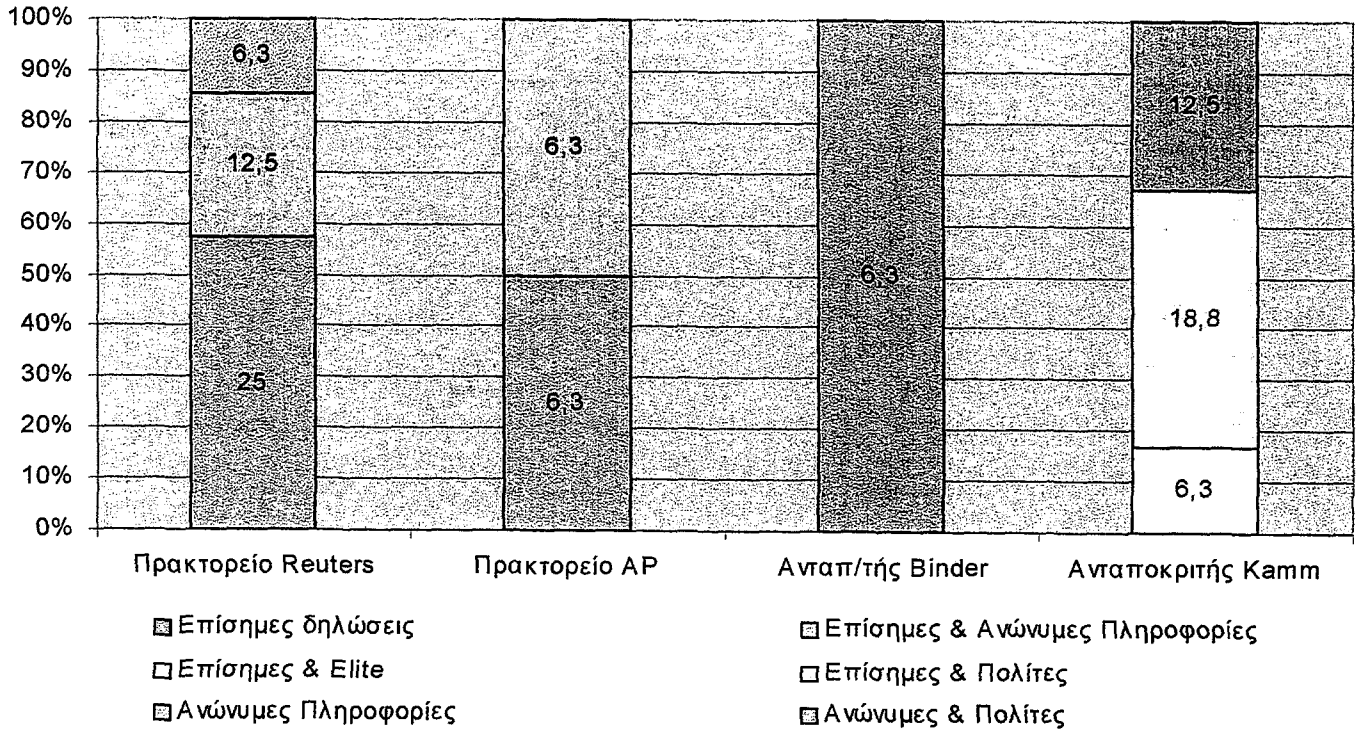
Οι επίσημες θεμελιώνουν έγκυρες θέσεις και πρωτοβουλίες σε επίπεδο κορυφής και λόγω της ιδιότητας τους κερδίζουν την προσοχή του αναγνώστη και την συνεχή παρακολούθηση των εξελίξεων.

**Πηγές Τεκμηρίωσης κατά γράφοντα το 1992. Πίνακας Νο 5.**

| | Πρακτορείο Reuters | Πρακτορείο AP | Ανταπ/τής Binder | Ανταποκριτής Kamm | Row Total % |
|---|---|---|---|---|---|
| Επίσημες δηλώσεις<br>1 | 25,0 | 6,3 | 6,3 | | 6<br>37,5 |
| Επίσημες & Ανώνυμες Πληροφορίες<br>3 | 12,5 | 6,3 | | | 3<br>18,8 |
| Επίσημες & Elite<br>5 | | | | 6,3 | 1<br>6,3 |
| Επίσημες & Πολίτες<br>6 | | | | 18,8 | 3<br>18,8 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες<br>21 | 6,3 | | | | 1<br>6,3 |
| Ανώνυμες & Πολίτες<br>29 | | | | 12,5 | 2<br>12,5 |
| **Column Total** | 7<br>**43,8** | **2**<br>**12,5** | **1**<br>**6,3** | **6**<br>**37,5** | **16**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: 2

## Πηγές Τεκμηρίωσης κατά Γράφοντα το 1992

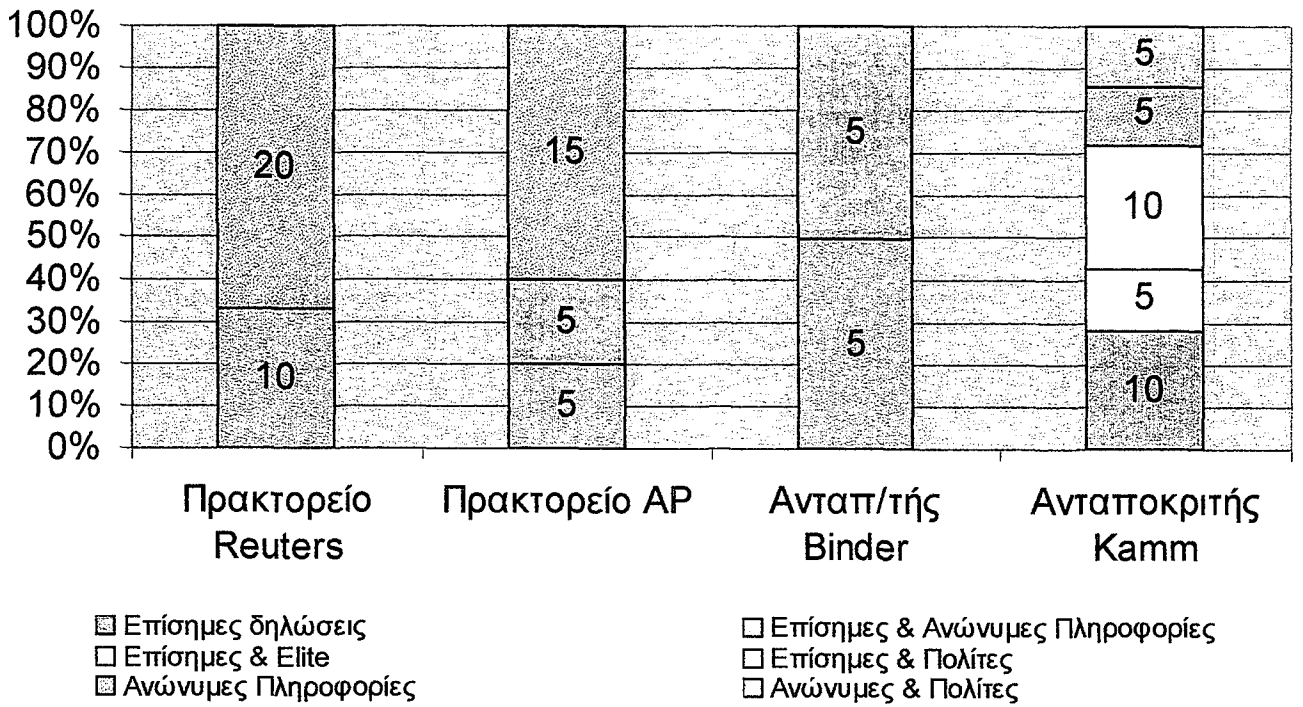


**Πηγές Τεκμηρίωσης κατά Γράφοντα. Ετος 1993-94. Πίνακας Νο 6.**

| | **Πρακτορείο Reuters** | **Πρακτορείο AP** | **Ανταπ/τής Binder** | **Ανταποκριτής Kamm** | **Row Total %** |
|---|---|---|---|---|---|
| Επίσημες διηλώσεις<br>1 | 10,0 | 5,0 | 5,0 | | 4<br>20,0 |
| Επίσημες & Ανώνυμες Πληροφορίες<br>3 | | 5,0 | 5,0 | 10,0 | 4<br>20,0 |
| Επίσημες & Elite<br>5 | | | | 5,0 | 1<br>5,0 |
| Επίσημες & Πολίτες<br>6 | | | | 10,0 | 2<br>10,0 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες<br>21 | 20,0 | 15,0 | | 5,0 | 8<br>40,0 |
| Ανώνυμες & Πολίτες<br>29 | | | | 5,0 | 1<br>5,0 |
| **Column Total** | **6**<br>**30,0** | **5**<br>**25,0** | **2**<br>**10,0** | **7**<br>**35,0** | **20**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: 1

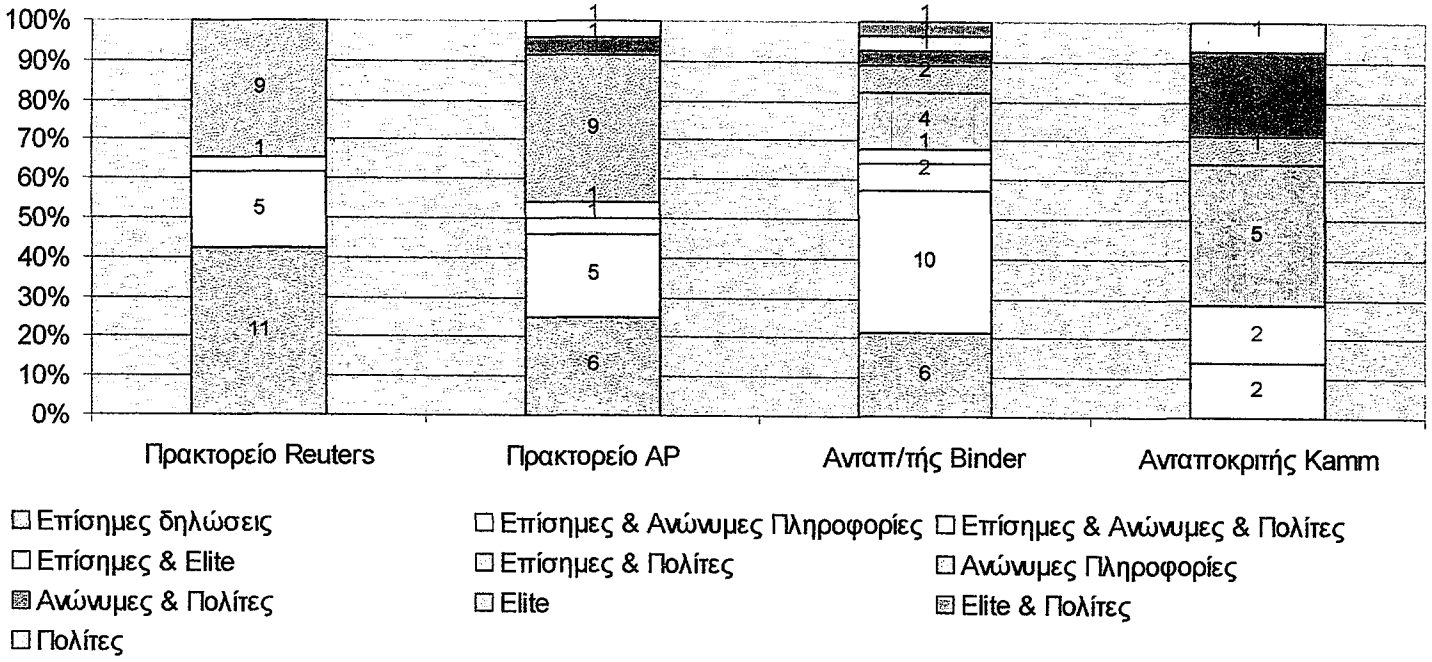
**Πηγές Τεκμηρίωσης κατά γράφοντα 1993-994**



**Πηγές Τεκμηρίωσης κατά Γράφοντες σε όλη την περίοδο της παρατήρησης. Πίνακας Νο 7.**

| | **Πρακτορείο Reuters** | **Πρακτορείο AP** | **Ανταπ/τής Binder** | **Ανταποκριτής Kamm** | **% Row Total** |
|---|---|---|---|---|---|
| Επίσημες δηλώσεις<br>1 | 11 | 6 | 6 | | 23<br>25,0 |
| Επίσημες & Ανώνυμες Πληροφορίες<br>3 | 5 | 5 | 10 | 2 | 22<br>23,9 |
| Επίσημες & Ανώνυμες & Πολίτες<br>4 | 1 | 1 | 2 | | 4<br>4,3 |
| Επίσημες & Elite<br>5 | | 1 | 1 | 2 | 4<br>4,3 |
| Επίσημες & Πολίτες<br>6 | | | 4 | 5 | 9<br>9,8 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες<br>21 | 9 | 9 | 2 | 1 | 21<br>22,8 |
| Ανώνυμες & Πολίτες<br>29 | | 1 | 1 | 3 | 5<br>5,4 |
| Elite<br>33 | | | 1 | | 1<br>1,1 |
| Elite & Πολίτες<br>34 | | | 1 | | 1<br>1,1 |
| Πολίτες<br>36 | | 1 | | 1 | 2<br>2,2 |
| **Column Total** | **26**<br>**28,3** | **24**<br>**26,1** | **28**<br>**30,4** | **14**<br>**15,2** | **92**<br>**100,0** |

**Πηγές Τεκμηρίωσης κατά γράφοντα σε όλη την διάρκεια της παρατήρησης 1991-1994**




Το 1992 το βάρος πέφτει πάλι στις επίσημες πηγές αλλά με αύξηση των ποσοστών των αναφορών απλών πολιτών, βασική προτίμηση του ανταποκριτή Kamm. Τα δύο τελευταία έτη της παρατήρησης, 1993-94, εξακολουθούν να κατέχουν την πρώτη θέση οι επίσημες πηγές αλλά μπορεί κανείς να διακρίνει μια τάση όλων των κειμένων της ε/φ να επικαλούνται ανώνυμες πηγές συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη.

Οι ανώνυμες πηγές χρησιμοποιούνται συχνά, προκειμένου **να προστατευθούν** κάποια πρόσωπα με υπεύθυνη και βαρύνουσα γνώμη, τα οποία δίνουν όλες τις πιθανές ερμηνείες για τα αίτια της τροπής των γεγονότων και τα πιθανά σενάρια, που θα εκτυλιχθούν σε όλα τα επίπεδα. Μια άλλη εξήγηση είναι ότι κάτω από την ανωνυμία προσφέρεται η δυνατότητα **παρουσίασης της αθέατης πλευράς των πολιτικών και κοινωνικών συμβάντων**, που παράγουν πολλές εικόνες με προοπτικές, ποικιλία θεμάτων για τη δράση των πολιτικών παραγόντων.

Οι πληροφορίες απλών πολιτών που τολμούν ακόμα και επώνυμα να κάνουν δηλώσεις και να εκφράσουν προσωπικές εκτιμήσεις για τα πεπραγμένα αλλά και τις πραγματικές ανάγκες της συγκεκριμένης χώρας, τις αξίες που χάθηκαν και τις ελπίδες και προσδοκίες, που γεννήθηκαν χρησιμοποιούνται για να **ευαισθητοποιηθεί ο αναγνώστης, να σχηματίσει πρόσθετες απόψεις, διαφορετικές από αυτές που οι επίσημες δηλώσεις στο πλαίσιο της μυστικότητας και του ρεαλισμού που κινούνται.**

Η αξιοπιστία της περιγραφής και της ανάλυσης των γεγονότων αυξάνεται όταν η διατήρηση της εκάστοτε επίσημης θέσης μεταφέρεται αυτούσια μέσα σε εισαγωγικά, όπως ακριβώς διατυπώθηκε.

**Ο κόσμος των γεγονότων, από τα παρατηρούμενα περιστατικά, οι εκδηλωμένοι μηχανισμοί και τάσεις, οι σε εισαγωγικά δηλώσεις αποτελούν βασικά και κλασσικά υλικά, που περιλαμβάνονται στις στήλες κάτω από το όνομα της «αντικειμενικότητας.**

Ο ακόλουθος πίνακας δείχνει τα υψηλά ποσοστά των «***ακεραίων***» επισήμων θέσεων, που μεταφέρονται έτσι όπως ακριβώς έχουν διατυπωθεί.

**Πίνακας Νο 9**

| **Εισαγωγικά (Quotations) θέσεις σε ΕισαγωγικάValue Label** | **Value** | **Frequency** | **Percent** | **Valid Percent** | **Cum Percent** |
|---|---|---|---|---|---|
| Ναι | 1 | 77 | 54,6 | 55,8 | 55,8 |
| Όχι | 2 | 61 | 43,3 | 44,2 | 100,0 |
| | | 1 | 0,7 | Missing | |
| | 12 | 2 | 1,4 | Missing | |
| | **Total** | **28** | **100,0** | | **100.0** |

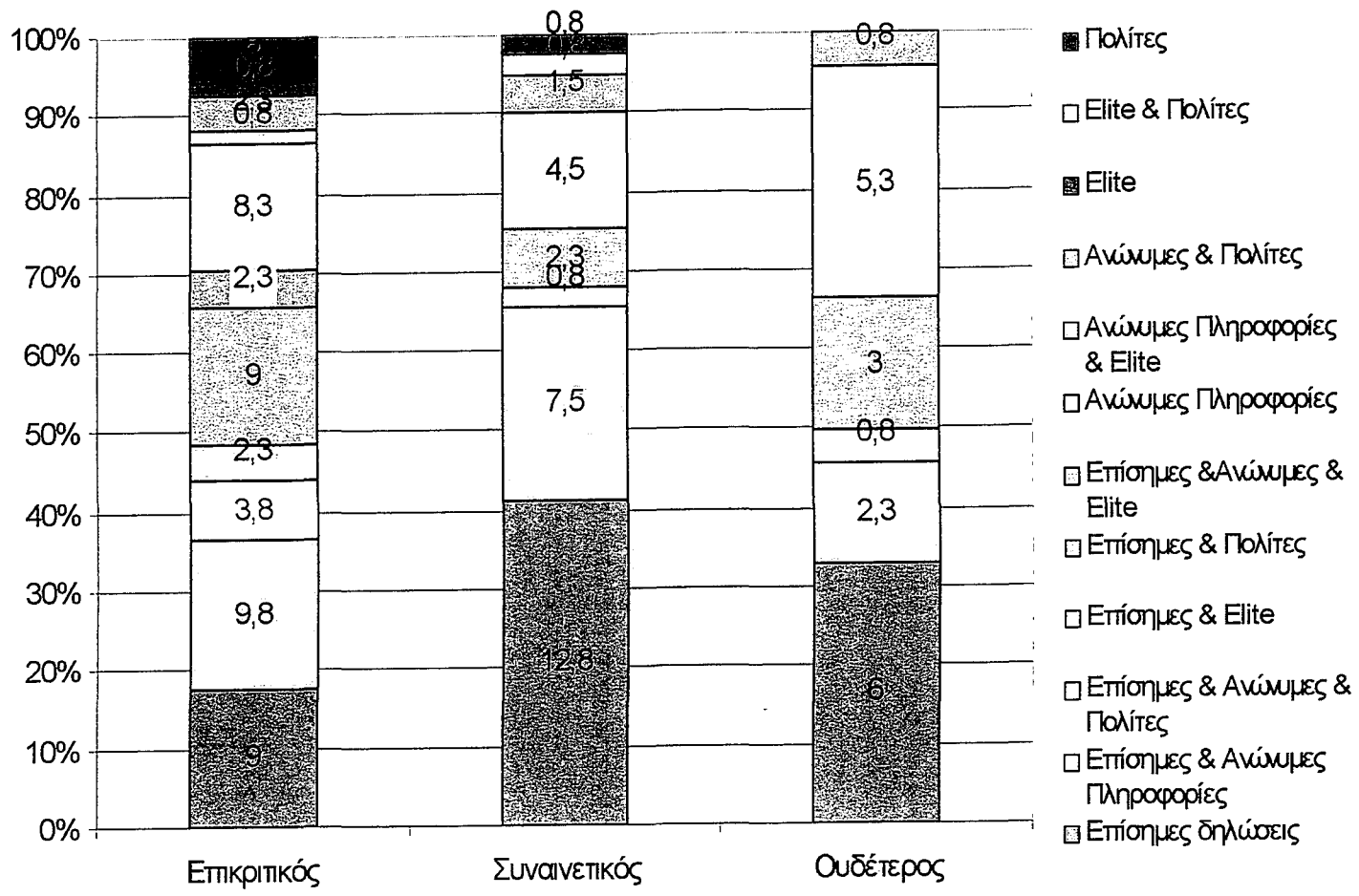
Valid cases 138 Missing cases 3

**Πηγές-Στάση Γράφοντος. Πίνακας Νο 10.**

| | Επικριτική | Συναινετική | Ουδέτερη | Row Tota |
|---|---|---|---|---|
| Επίσημες δηλώσεις<br>1 | 9,0 | 12,8 | 6,0 | 37<br>27,8 |
| Επίσημες & Ανώνυμες Πληροφορίες<br>3 | 9,8 | 7,5 | 2,3 | 26<br>19,5 |
| Επίσημες & Ανώνυμες & Πολίτες<br>4 | 3,8 | | 0,8 | 6<br>4,5 |
| Επίσημες & Elite<br>5 | 2,3 | 0,8 | | 4<br>3,0 |
| Επίσημες & Πολίτες<br>6 | 9,0 | 2,3 | 3,0 | 19<br>14,3 |
| Επίσημες &Ανώνυμες & Elite<br>15 | 2,3 | | | 3<br>2,3 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες<br>21 | 8,3 | 4,5 | 5,3 | 24<br>18,0 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες & Elite<br>28 | 0,8 | | | 1<br>0,8 |
| Ανώνυμες & Πολίτες<br>29 | 2,3 | 1,5 | 0,8 | 6<br>4,5 |
| Elite<br>33 | 0,8 | | | 1<br>0,8 |
| Elite & Πολίτες<br>34 | | 0,8 | | 1<br>0,8 |
| Πολίτες<br>36 | 3,0 | 0,8 | | 5<br>3,8 |
| **Column Total** | **68**<br>**51,1** | **41**<br>**30,8** | **24**<br>**18,0** | **133**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations 8

Στο Κεφάλαιο Κοινή Γνώμη και Στάσεις του αναγνώστη αναλύθηκε η σπουδαιότητα των πολιτικών στάσεων και η σημασία τους στη διαδικασία της ενημέρωσης μέσα από τα άρθρα των Times. Ο ανωτέρω πίνακας παρουσιάζει τις στάσεις, που τηρούν οι ανταποκριτές κατά την διάρκεια 1991-94 σε σχέση με τις πηγές, που χρησιμοποιούν


100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
0,8
1,5
4,5
2,3
0,8
7,5
12,8
0,8
5,3
3
0,8
2,3
6
6,8
8,3
2,3
9
2,3
3,8
9,8
9
Επικριτικός
Συναινετικός
Ουδέτερος
Πολίτες
Elite & Πολίτες
Elite
Ανώνυμες & Πολίτες
Ανώνυμες Πληροφορίες & Elite
Ανώνυμες Πληροφορίες
Επίσημες &Ανώνυμες & Elite
Επίσημες & Πολίτες
Επίσημες & Elite
Επίσημες & Ανώνυμες & Πολίτες
Επίσημες & Ανώνυμες Πληροφορίες
Επίσημες δηλώσεις

## Χώρα Συγγραφής- Πηγές. Πίνακας Νο 11

| | USA | Ελλάδα | Αλβανία Ιταλία | Row Total % |
|---|---|---|---|---|
| Επίσημες δηλώσεις 1 | 10 | 18 | 8 | 36 28,1 |
| Επίσημες & Ανώνυμες Πληροφορίες 3 | 6 | 18 | 1 | 25 19,5 |
| Επίσημες & Ανώνυμες & Πολίτες 4 | 1 | 5 | | 6 4,7 |
| Επίσημες & Elite 5 | 1 | 2 | 1 | 4 3,1 |
| Επίσημες & Πολίτες 6 | 2 | 12 | 3 | 17 13,3 |
| Επίσημες &Ανωνυμες & Elite 15 | | 3 | | 3 2,3 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες 21 | 2 | 18 | 3 | 23 18,0 |
| Ανώνυμες Πληροφορίες & Elite 28 | 1 | | | 1 0,8 |
| Ανώνυμες & Πολίτες 29 | 1 | 5 | | 6 4,7 |
| Elite 33 | | 1 | | 1 0,8 |
| Elite & Πολίτες 34 | 1 | | | 1 0,8 |
| Πολίτες 36 | 2 | | 3 | 5 3,9 |
| **Column Total** | **27 21,2** | **82 64,1** | **19 14,8** | **128 100,0** |

Number of Missing Observations 13

Στο Κεφάλαιο «Επάγγελμα Δημοσιογράφος» επισημαίνεται ότι η Ελλάδα μέσα στη δύνη των εξελίξεων στη Βαλκανική προσφέρεται περισσότερο για ανταποκρίσεις γύρο από τα προβλήματα της Αλβανίας σε εθνικό και διεθνές πεδίο. Ο πίνακας που παρατίθεται εδώ δείχνει τη χρήση και το είδος των πηγών, που στηρίζουν τις ανταποκρίσεις από τις κυριότερες εμπλεκόμενες Χώρες.

**Συμπερασματικά, όλα τα δεδομένα αποδεικνύουν ότι οι ανταποκρίσεις των Times χρησιμοποιούν κυρίως επίσημες πηγές, που δίνουν το στίγμα της σοβαρότητας και αξιοπιστίας των πληροφοριών τους. Οι ανταποκρίσεις αυτές αναφέρονται συνήθως σε δηλώσεις κυβερνητικών εκπροσώπων ή άλλων κρατικών φορέων,**

**παρουσιάζουν με ακρίβεια την εικόνα της πολιτικής αναταραχής στην Αλβανία με τις ευρύτερες πιθανές προεκτάσεις της κυρίως στο χώρο της Βαλκανικής.**

Από τα ανωτέρω στοιχεία διαπιστώνεται ότι το 1991 κυριαρχούν οι επίσημες πηγές αλλά παράλληλα χρησιμοποιούνται και όλα τα άλλα είδη-- χαρακτηριστική η επιλογή σε συνδυασμό επισήμων και ανωνύμων από μέρους του Binder--για να δοθούν όλες οι παράμετροι και να εκτεθούν όλα τα πιθανά σενάρια. Το 1992 το βάρος πέφτει πάλι στις επίσημες αλλά με αύξηση των ποσοστών σε αναφορές απλών πολιτών, βασική προτίμηση του ανταποκριτή Kamm.
Η Ελλάδα είναι η χώρα, λόγω συνόρων αλλά και λόγω ιστορικών, πολιτιστικών δεσμών (ελληνική μειονότητα), που δέχεται τον αντίκτυπο των εξελίξεων στην Αλβανία. Τα κύματα λαθρομεταναστών, οι εκκλήσεις των Ελλήνων της μειονότητας και οι πιέσεις των εταίρων στην Ε.Ε. για υιοθέτηση λύσεων οδηγούν στην αναθέρμανση των σχέσεων Ελλάδας-Αλβανίας με κορύφωμα την εκδήλωση έντονου ενδιαφέροντος και δραστηριοποίησης της ελληνικής κυβέρνησης, έκφραση της οποίας αποτελεί η πρώτη επίσκεψη του έλληνα πρωθυπουργού, η αποστολή ανθρωπιστικής βοήθειας μεγάλου μεγέθους (Σχέδιο Σκεντέρμπεης, Σχέδιο Πύρρος), η υποδοχή Αλβανών νομίμων και λαθρομεταναστών με τρομερές κοινωνικές συνέπειες, η ευαισθητοποίηση και συμμετοχή των ελληνικών μαζικών φορέων αλλά και ολόκληρου του ελληνικού λαού προς την συγκεκριμένη γείτονα χώρα.
Όλα αυτά εκφράζονται και κοινοποιούνται μέσα από επίσημα ανακοινωθέντα αλλά και άλλες ανεπίσημες πηγές πληροφόρησης.

Παράλληλα οι αμερικανικές αρχές μπαίνουν στο παιγνίδι επιρροής για μια ακόμα φορά στην Βαλκανική εξαιτίας της γεωπολιτικής θέσης της και προσφέρουν υλικό επίσημων πηγών πληροφόρησης με κύριο περιεχόμενο την παροχή βοήθειας για την ειρήνη και ανάπτυξη της Αλβανίας.

Οι συνεχείς δηλώσεις της αλβανικής επίσημης πλευράς αφορούν την πρόθεση εφαρμογής μέτρων εξυγίανσης και τα αιτήματα βοήθειας προς όλες τις κατευθύνσεις (Ευρώπη, Αμερική, Ελλάδα, Ιταλία, Τουρκία)

Οι επίσημες πηγές καταδικάζουν την αποσταθεροποιητική κατάσταση στην Αλβανία και κρίνουν αυστηρά το παλαιό κομουνιστικό σύστημα, που οδήγησε σε τρομερά αδιέξοδα την χώρα.

Με την ανατροπή του ολοκληρωτικού καθεστώτος δρομολογείται μια νέα πορεία που μέσα από τις ανυπέρβλητες δυσκολίες προσφέρει κάποιες ελπίδες από τις πρωτοβουλίες της αλβανικής Ηγεσίας και τις υποσχέσεις της για εκδημοκρατισμό, σημείο που βρίσκει την συναίνεση και επιδοκιμάζεται μέσα από επίσημες, ανώνυμες αλλά και σε μικρότερα ποσοστά άλλες μορφές πηγών πληροφόρησης.

## 9. Η ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

- *ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΜΕ ΚΩΔΙΚΕΣ*

Στις μέρες μας είναι δεδομένο το αυξανόμενο ενδιαφέρον του Κοινού προς τα ΜΜΕ και παρά την παράλληλη άσκηση κριτικής για τον τρόπο που παραθέτουν να θέματα σε σχέση με την πραγματικότητα, πολλοί είναι αυτοί που τα χρησιμοποιούν επιλεκτικά από προσωπικό ενδιαφέρον (self-interest) χωρίς να μπορούν να διακρίνουν πάντοτε την *πελώρια επιρροή τους μέσα από την εφαρμογή τεχνικών μεθόδων, που εφαρμόζουν.* Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι για την κατανόηση του ρόλου των ΜΜΕ αλλά κυρίως για τους τρόπους επιρροής τους απαιτούνται ειδικές γνώσεις για την ανάλυση της σπουδαιότητας, η οποία εξελικτικά εδραιώνεται στην διαδικασία της αλληλεπίδρασης.

Ο Hebb υποστηρίζει ότι **αποτελεσματική επικοινωνία είναι εκείνη κατά την οποία ο αποστολέας παραμένει ευαισθητοποιημένος στην ανταπόκριση του παραλήπτη κατά την διάρκεια της αποστολής [του μηνύματος], έτσι ώστε να φαίνεται ότι η συμπεριφορά του πρώτου κατευθύνεται στην πράξη από την πρόθεση να επιτευχθεί ένα αποτέλεσμα μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς του δεύτερου.**[223]

Κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας γεννάται θέμα κωδικοποίησης και αποκωδικοποίησης του περιεχομένου των μηνυμάτων ως προς τη σημασία τους, ώστε ο παραλήπτης να είναι συντονισμένος στον ίδιο κώδικα με τον αποστολέα για να τον κατανοεί επακριβώς

Για τον Harrison[224a] υπάρχουν κώδικες, που συνδέονται με α) *την παρουσίαση,* β) *την κατασκευή* γ) την *μετάδοση,* δ) την *σύνδεση-αναφορά*

Οι κώδικες είναι συστήματα συμβόλων που μαθαίνονται με την έννοια ότι μπορούν να μοιραστούν μεταξύ των μελών μιας ομάδος, που έχουν την ίδια στάση- συμπεριφορά την ίδια γλώσσα και τις ίδιες πολιτιστικές καταβολές. (Σχετ. Κεφάλαιο Αμερικανική Κοινωνία, Κεφάλαιο Αμερικανική Κοινωνία- Οι Αναγνώστες των Times)

Οι πολιτικές ομάδες, που δραστηριοποιούνται στο πλαίσιο της κυβέρνησης, τα ΜΜΕ αλλά και κάποια μεμονωμένα άτομα, που υποστηρίζουν την πολιτική των ομάδων, χρησιμοποιούν τα *σύμβολα* για να διαβεβαιώσουν το Κοινό ότι κάποια σημαντικά προβλήματα βρίσκονται σε διαδικασία επίλυσης ακόμα και αν φαίνεται κάποτε ότι οι πολιτικοί δεν έχουν δραστηριοποιηθεί σημαντικά σε συγκεκριμένες περιπτώσεις

**Τα πολιτικά σύμβολα διαθέτουν με την ευρύτερη έννοια μια δυναμική που μοιράζεται μεταξύ των πολιτών, αλλά προκαλούν και σφοδρά συναισθήματα με συνέπεια την**

δημιουργία ζωτικών αντιλήψεων για το πολιτικό σύστημα. Ως στοιχεία δε της πολιτικής παράδοσης αποτελούν ερεθίσματα για την πολιτική δράση και λειτουργούν σαν σύνδεσμος της μαζικής πολιτικής συμπεριφοράς και της ατομικής, χρήσιμα όργανα στην λειτουργία πολίτου και κοινωνίας.

[Ο Ekman[225] και η ομάδα του ανακάλυψαν τον "παν-πολιτισμό" στους κώδικες (pancultural codes), μέσα από την μελέτη ομάδων διαφορετικής πολιτιστικής παράδοσης, καταγράφοντας βασικά συναισθηματικά, εκφραστικά σήματα κωδίκων, που εξάγονται με κατάλληλα ερεθίσματα και τα μέλη διαφορετικής κουλτούρας μπορούν με πλήρη ακρίβεια να προσδιορίσουν. Η θεωρία του Ekman neurocultural theory," εξέτασε και την έκφραση του προσώπου (σε δείγμα ατόμων διαφορετικών ομάδων), που παρουσιάζει εκφραστικές συναισθηματικές όψεις, όπως είναι η ευτυχία, η λύπη, η δυσφορία. Η αποκωδικοποίηση εδώ αφορά την σχέση των μηνυμάτων με την ψυχολογική διαδικασία κατά την οποία ο αποστολέας κατασκευάζει το μήνυμα με την εμπλοκή μεγάλου αριθμού μεταβλητών. Οι Exline και Thurstone αξιολογώντας κατά κλίμακα τις τεχνικές για την επιβολή ελέγχου σε άλλους μέσα από κώδικες διαπιστώνουν ότι οι υψηλού βαθμού υιοθέτησης παραλήπτες επιλέγουν τα λιγότερο σημαντικά.] [226]

- *ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ Ε/Φ (SECTION)*

Η σύγχρονη έγκριτη αμερικανική καθημερινή ε/φ περιλαμβάνει περισσότερες από 30 εκατομμύρια πληροφορίες, χειρίζεται κείμενα και παραστάσεις, είναι άμεσης προσέγγισης, λειτουργεί 24 ώρες το 24ωρο, είναι εκσυγχρονισμένη κάθε μέρα, ζυγίζει λιγότερο από τρεις pounds (περίπου 1 500 gr.) μεταφέρεται εύκολα, στοιχίζει 25 ή λιγότερα cents, είναι εύκολη στην χρήση.

Παλαιότερη έρευνα για τις αμερικανικές ε/φ στις ε/φ έφερε στο φως ότι 230.000 πρόσωπα εργάζονται σε καθημερινά φύλλα και από αυτά τουλάχιστον 36.000 εργάζονται στον τομέα των ειδήσεων, 26.000 στη διαφήμιση, 19.000 σε άλλα εμπορικά τμήματα, 31.000 στη διανομή και κυκλοφορία και 9.000 σε τεχνικά τμήματα. [227]

Οι ιδιοκτησιακές μέθοδοι έντυπης ενημέρωσης των ε/φ, ευνοούν τις διαδικασίες αποστολής ενός πακέτου περιεχομένων, για την εξυπηρέτηση των λειτουργικών αναγκών του παραδοσιακού αναγνωστικού Κοινού και περιλαμβάνουν κυρίως τα στοιχεία του περιεχομένου με τη φύλαξη της πληροφορίας και την επιλογή του σχήματος, που θα διοχετευθεί στον χρήστη της.

*«Μεταξύ των ΜΜΕ που συνδέουν το άτομο με τον έξω κόσμο, οι ε/φ έχουν μια μοναδική ικανότητα να απεικονίζουν, να αφυπνίζουν, να προσφέρουν άποψη για ό,τι μπορεί να*

*γίνει αποδεκτό με ικανοποίηση, να δημιουργούν ζητήματα και να προσφέρουν σχέδια για θετική δράση.....Η πολιτική επιρροή των ε/φ παραμένει μεγάλη και υπάρχουν αποδείξεις ότι είναι ακόμα μεγαλύτερης αποτελεσματικότητας από την τηλεόραση στις εκλογικές αναμετρήσεις.»*[228]

**Οι επιρροές των ε/φ ορίζουν και οδηγούν στην τελική απόφαση που θα δημοσιευθούν οι ειδήσεις, σε ποιο σημείο του φύλλου θα εμφανιστούν, πόσο διάστημα θα τους παραχωρηθεί, σε ποια γεγονότα θα δοθεί έμφαση, τι θα αποτελέσει το background πληροφοριών, ποια θα είναι η ποιότητα και το είδος των πηγών, ποιοι θα είναι οι τίτλοι, οι λέξεις, ο τόνος, το σχόλιο της σύνταξης, η ενίσχυση με φωτογραφικό υλικό, η δομή, το βάθος, το κλισέ, οι απαιτήσεις του σχεδιασμού.**

Τα Τμήματα των Ειδήσεων στις αμερικανικές ε/φ συνήθως περιλαμβάνουν διάφορα θέματα που καλύπτουν όλα τα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες των αναγνωστών σύμφωνα με τον ακόλουθο διαχωρισμό:

**Τοπικές ειδήσεις (Local) : Πληροφορίες για την χώρα, την πόλη και την γειτονική περιοχή, όπου ο αναγνώστης ζει.**

**Ειδήσεις που αφορούν την Πολιτεία στην οποία ο αναγνώστης ζει και συναλλάσσεται. (State).**

Ειδήσεις για την ευρύτερη Διοικητική περιφέρεια (Regional)

Εθνικού ενδιαφέροντος Ειδήσεις (National): Πληροφορίες για την κυβέρνηση των ΗΠΑ και άλλα γενικά γεγονότα, που έχουν επίδραση στη χώρα ή σε τμήμα αυτής .

*Διεθνούς ενδιαφέροντος Ειδήσεις (International) : Πληροφορίες για άλλες χώρες εκτός ΗΠΑ.

Γενικά θέματα Ειδήσεων (Non-specific): Πληροφορίες που δεν έχουν γεωγραφική σχέση, όπως και προσωπικές συμβουλές και γνώμες.

*Χαρακτηρισμός των Ειδήσεων.*

1. Σημαντικές με βαρύτητα Ειδήσεις (Hard News). Πληροφορίες που αφορούν καταστροφές και ιδεολογικές ή φυσικές συγκρούσεις. Εμφαση δίδεται σε ένα συγκεκριμένο γεγονός ή σε γεγονότα με συνέχεια.
2. Κύρια άρθρα (Features). Πληροφορίες που δεν συνδέονται με συγκρούσεις ή καταστροφές. Εμφαση δίδεται στον άνθρωπο και στην αλληλεπίδραση των ανθρώπων.

3. **Αναλύσεις (Analysis). Πληροφορίες για την περαιτέρω κατανόηση ενός γεγονότος.**
4. **Γνώμη-Θέση (Opinion). Πληροφορίες μέσα από τη θέση και τη στάση φορέων για γεγονότα και ζητήματα συμπεριλαμβανομένων και των επιστολών και των άρθρων σύνταξης.**

Τα περιεχόμενα των ειδήσεων περιλαμβάνουν όχι μόνο κείμενα αλλά και άλλες πρόσθετες πληροφορίες, που τα συνοδεύουν (φωτογραφίες πίνακες, χάρτες, γραφήματα).

1. **Πληροφορίες που αποδίδονται με λέξεις-με κείμενα (Written-Information).**
2. **Πληροφορίες που αποδίδονται με σχήματα-πίνακες (Visual-Information).**

Οι παραδοσιακοί εκδότες ουσιαστικά στρέφονται προς μια νέα μορφή σύνθεσης ε/φ με ποικίλο περιεχόμενο (ειδήσεις, sports, απόψεις, διαφημίσεις), που αγοράζονται από αναγνώστες για διάφορους σκοπούς όπως είναι η στενή παρακολούθηση, οι κοινωνικές σχέσεις, η δημιουργία άποψης, η απόδραση από την ρουτίνα.

*«Οι αποφάσεις για τις δημοσιεύσεις, μπορεί να είναι αποτέλεσμα των προκαταλήψεων των δημοσιογράφων, της ρουτίνας συγκέντρωσης και σύνταξης, των επιχειρησιακών δεδομένων και των οικονομικών κινήτρων του εκδοτικού φορέα»* [229]

Ο make-up editor, αυτός που εκτελεί την **καλλιτεχνική εργασία** διαθέτει ειδικό ταλέντο και μακρά εμπειρία. Είναι ικανός που μπορεί να κάνει θαύματα, με ειδήσεις σελίδων, με την τοποθέτηση εικόνων, με τις επικεφαλίδες στις σύντομες και εκτεταμένες αφηγήσεις κάτω από μια αρμονική συνύπαρξη και δέλεαρ, που βλέπει την είδηση εύκολα και τη διαβάζει.

Ο προϊστάμενος των make-up editors συμβουλεύει για την σημασία των ιστοριών κάθε ξεχωριστού γραφείου ειδήσεων, παίρνει μια λίστα από τις ουσιαστικότερες εξ αυτών, γνωρίζει τα πάντα, κάνει τις ειδικές διευθετήσεις για κατηγοριοποιήσεις των ειδήσεων, συμπληρώνει όλη την data πριν να μηχανογραφηθεί **Ο ίδιος αποφασίζει που θα τοποθετηθεί κάθε είδηση εξωτερικών θεμάτων, τοπικών θεμάτων, οικονομικών.**

Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση εμφάνισης μεγάλου αριθμού σημαντικών ιστοριών, γεγονός που δημιουργεί προβλήματα ιεράρχησης στην αξιολόγηση αφού πολλές φορές ο καθένας έχει τη δική του προσωπική άποψη

Μια άλλη υποχρέωση του make-up editor είναι να φροντίζει ο ίδιος να ενημερώνεται για κάθε διάσταση των ειδήσεων της ημέρας και να μπορεί να βάλει κάθε γεγονός στην κατάλληλη **ιστορική ή δημοσιογραφική προοπτική** Μετά από την αρμοδιότητα του copyreader και του ανώτερου διευθυντου (superior editor), η ιστορία είναι έτοιμη για την **αίθουσα σύνθεσης (composing room)** αλλά στις ε\φ των μεγάλων αστικών κέντρων η

ιστορία θα σταματήσει για λίγο στο γραφείο του υπεύθυνου για τον τελικό έλεγχο πριν την εκτύπωση (copy-control).

Η ύπαρξη αναλογικά με τον πληθυσμό δύο μόνο κομμάτων στις ΗΠΑ, που περιλαμβάνουν στους κόλπους τους ετερογενείς ομάδες ως προς τα τοπικά και ιδεολογικά ενδιαφέροντα, έχει σαν αποτέλεσμα κάποτε-κάποτε οι ε/φ να μην επιθυμούν να δεσμευθούν με κανένα από αυτά τα κόμματα χρησιμοποιώντας την "λύση" της αγοράς ειδικών άρθρων (syndicated column), που συντάσσονται αποκλειστικά από συγκεκριμένους οργανισμούς ή ομάδες ειδικών για να προσελκύσουν το μεγαλύτερο κατά το δυνατόν αναγνωστικό Κοινό.

Επισημαίνεται ότι οι ε/φ υιοθετώντας τις ελάχιστες δεσμεύσεις για τον οικονομικό ανταγωνισμό, ακολουθούν τη διαδικασία της λειτουργίας εκείνης της ιδιωτικής επιχείρησης. (σχήματα αλυσίδων μονοπωλιακών εταιριών). Διαφορετικές ε\φ έχουν διαφορετικούς make-up editors. Στους Times ο προϊστάμενος των make-up editors συνήθως παίρνει την χρέωση της πρώτης σελίδας και των εσωτερικών σελίδων που οι ιστορίες μεταπηδούν Ο Carr V Van Anda,[230] ο οποίος διηύθυνε την συλλογή των ειδήσεων στους New York Times για είκοσι πέντε χρόνια ήταν ο "καλλιτέχνης" μόνο και μόνο για την δεξιοτεχνία του να προβλέπει ειδήσεις και να διατηρεί μια επιφύλαξη βασισμένη στην λογική των γεγονότων.

**Ο τίτλος του manging editor αναφέρεται στον άνθρωπο εκείνο, που έχει την δυνατότητα να προνοεί-προλαμβάνει-επισπεύδει τις ειδήσεις. Αυτός που έχει όχι μόνο σαν στόχο την παροχή επαρκών-επιβεβαιωμένων ειδήσεων αλλά βλέπει τα γεγονότα να έρχονται και επιχειρεί να διαβάσει το μέλλον. Για τον σκοπό αυτό χρησιμοποιεί reporters και ανταποκριτές σε διάφορα πόστα προκειμένου να παρατηρούν και να αναφέρουν κάθε φάση από όσα γεγονότα προκύπτουν στη χώρα αρμοδιότητας τους, τους οποίους μετακινεί ανάλογα με τις εξελίξεις της πολιτικής-κοινωνικής ζωής.**

Τυπικά τα περιεχόμενα των ειδήσεων κατατάσσονται σύμφωνα με την *γεωγραφική τους* διάσταση, *τη φύση των πληροφοριών, την μορφή των πληροφοριών και το θέμα.*

**Ο αναγνώστης μπορεί να αγοράσει μιαν ε/φ επειδή ενδιαφέρεται για το συγκεκριμένο τμήμα της, προκειμένου να καλύψει τα ενδιαφέροντα του και επομένως τις απαιτήσεις του για διάφορους τύπους πληροφοριών, μια λειτουργία στάσεων και συμπεριφοράς του.[231] Οι Αμερικανοί προτιμούν κυρίως τα τοπικά νέα και κατά δεύτερο λόγο τα διεθνή.)**

Σύμφωνα με τον πίνακα που ακολουθεί οι αναγνώστες των ε/φ επιλέγουν τα θέματα ανάλογα με τη βαρύτητα του περιεχομένου τους, το φύλο και την ηλικία τους που οι ίδιοι ανήκουν Τα εθνικά και τα διεθνή θέματα είναι σταθερά σε υψηλό ποσοστό προτίμησης.

Επιλογή σελίδων από τον αναγνώστη με βάση την βαρύτητα του Περιεχομένου

| | Ηλικιωμένοι | Ανδρες | Γυναίκες |
|---|---|---|---|
| Γνώμη της Σύνταξης | 83% | 83% | 83% |
| Εθνικά και Διεθνή Θέματα. | 80 | 80 | 81 |
| Απόψεις-Συμβουλές | 79 | 81 | 77 |
| Τοπικά θέματα και της ευρύτερης περιοχής | 74 | 70 | 78 |
| Σχέδια-Comics | 74 | 68 | 80 |
| Απρόοπτα φαινόμενα | 73 | 73 | 73 |
| Κοινωνικά | 78 | 67 | 88 |
| Μόδα | 75 | 55 | 94 |
| Επικαιρότητα | 75 | 64 | 85 |
| Κινημ/φος | 69 | 62 | 77 |
| Διασκέδαση | 61 | 61 | 60 |
| Sports | 60 | 72 | 46 |
| οικονομικά | 57 | 61 | 52 |
| Κουζίνα | 56 | 37 | 71 |
| TV/Radio | 55 | 46 | 64 |

- Στατιστική βάση πολύ μικρή, 1987.

Πηγή «Press and Public», Who Reads What, When, Where and Why in American Newspapers, Second Edition, Leo Bogart, Lawrence Erlbaum, Associates Publishers, Hillsdale, New Jersey, 1989

**Προτιμήσεις ανάγνωσης κατά ηλικία/φύλο**

**Σελίδες και τμήματα ε/φ που συνήθως διαβάζονται (1986)**

| | Ηλικιωμένοι αναγνώστες | Ανδρες | Γυναίκες |
|---|---|---|---|
| **Ανάγνωση συνήθως κάθε σελίδας.** | 63% | 63% | 62 |
| **Ανάγνωση συγκεκριμένων σελίδων** | 37 | 37 | 38 |
| **Business, φορολογικά** | 76 | 78 | 74 |
| **Αγγελίες, καταχωρήσεις Cla ssified** | 76 | 76 | 76 |
| **Γελοιογραφίες, χιουμοριστικά Comics** | 76 | 76 | 77 |
| **Σελίδα Σύνταξης** | 78 | 77 | 79 |
| **Ψυχαγωγία** | 80 | 77 | 84 |
| **Μαγειρική, τρόφιμα** | 77 | 71 | 82 |
| **Γενικές ειδήσεις** | 92 | 92 | 93 |
| **Σπίτι** | 74 | 71 | 78 |
| **Σπορ** | 80 | 88 | 72 |
| **Τηλεόραση, Radio T.V.** | 76 | 75 | 78 |

Πηγή: «Press and Public»,Who Reads What, When, Where and Why in American Newspapers, Second Edition, Leo Bogart.

Όταν πολλές αξιοσημείωτες ιστορίες κυριαρχούν στις ειδήσεις ή όταν προκύψει κάποιο ξαφνικό και ιδιαίτερα δύσκολο πρόβλημα, ο προϊστάμενος (make up editor) αναλαμβάνει να το διευθετήσει. Εδώ μπαίνει ζήτημα πολιτικής της ε/φ γιατί **είναι σχεδόν αδύνατο να ακουμπήσεις μια είδηση χωρίς να της δώσεις μια συντακτική ερμηνεία. Ο τίτλος που την συνοδεύει, η σελίδα και η θέση στην σελίδα που καταλαμβάνει, ο τρόπος που είναι γραμμένη εμπλέκονται στην επιμέλεια της σύνταξης. Οι ιστορίες των ειδήσεων δεν είναι όλες παρόμοιες σε μέγεθος, σχήμα και "χρώμα", ούτε εκτοξεύονται άτακτα μέσα στις στήλες των ειδήσεων.** (Σχετ. Κεφάλαιο Επικοινωνία). Γενικότερα, θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί ότι στη διαμόρφωση των ειδήσεων υπάρχουν πολλές επιρροές και πιέσεις στον editor (υπεύθυνο σύνταξης), ο οποίος προκειμένου να κρατήσει τις ισορροπίες, που του επιβάλλει ο επαγγελματισμός του, είναι υποχρεωμένος να κατασκευάζει πάντοτε δικαιολογίες για επιλογές των ειδήσεων, για τις πηγές του, για τις τυχόν παραλήψεις για τη διατήρηση της καλής φήμης του φύλλου. Από τους διαφημιζόμενους, την κυβέρνηση, τους εκδότες αλλά και τους ίδιους τους αναγνώστες οι πιέσεις που ασκούνται στην επιλογή των ειδήσεων είναι δεδομένες ιδιαίτερα στις μεγάλες ε/φ από ποικίλες προτιμήσεις για θέματα πολιτικής, οικονομίας, επιστήμης, Τέχνης, εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας (Σχετ. Κεφάλαιο Επάγγελμα Δημοσιογράφος, Κεφάλαιο Αμερικανική Κυβέρνηση και Τύπος). **Ο σεβασμός στις επιθυμίες του αναγνώστη και η κατανόηση της ανησυχίας και του φόβου του, βοηθούν την ε/φ να παράγει προιόντα από την ανάλυση και την κρίση του editor. Οι στάσεις του αναγνωστικού Κοινού είναι το βασικό κριτήριο για να αποφασίσει εάν θα δώσει την ρεαλιστική εικόνα των πραγμάτων, εάν θα προσφέρει επιμόρφωση, εάν θα στηριχθεί στις δικές του προκαταλήψεις ή αυτές των αναγνωστών του**[232]

Κάθε θέμα που εκτίθεται αντιπροσωπεύει την αξιολόγηση του υπεύθυνου συντάκτη καθώς ο ίδιος κρίνει ποια θα είναι η δεσπόζουσα θέση που θα το φιλοξενήσει η πρώτη σελίδα ή άλλο "κρυφό" μέρος μιας στήλης, ανάμεσα στις διαφημίσεις μιας άλλης σελίδας.

**Οι άνθρωποι του Τύπου θεωρούν τις *πρώτες [και δεξιά του αναγνώστη] σελίδες* της ε/φ, ισχυρές για να «παγιδεύουν» το βλέμμα του αναγνώστη γι' αυτό και χαρακτηρίζονται περιζήτητες.** Όταν οι ειδήσεις έχουν πάρει την μορφή στην καταλληλη σελίδα τότε η ε/φ παίρνει την αρίθμηση των σελίδων, από τις οποίες εξαρτάται η εμφάνιση της.

Εξετάζοντας τα 141 άρθρα των Times αναφορικά με τις εξελίξεις στην Αλβανία, καταγράφεται η σελίδα αλλά και το τμήμα (section) της ε/φ, που συνήθως τα φιλοξενεί, όπως υποδεικνύει και ο ακόλουθος πίνακας

**Τμήμα και Σελίδα Δημοσιευμάτων Πίνακας Νο 1.**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| 1η Σελίδα | 1 | 3 | 2.1 | 2.2 | 2.2 |
| 1η Σελ.&Διεθν.Στήλη | 2 | 2 | 1.4 | 1.5 | 3.7 |
| 1η Σελ.& Άλλο | 3 | 2 | 1.4 | 1.5 | 5.1 |
| Διεθνής α1 | 5 | 2 | 1.4 | 1.5 | 6.6 |
| Διεθνής α10 | 6 | 10 | 7.1 | 7.4 | 14.0 |
| Διεθνής α11 | 7 | 6 | 4.3 | 4.4 | 18.4 |
| Διεθνής α12 | 8 | 6 | 4.3 | 4.4 | 22.8 |
| Διεθνής α13 | 9 | 8 | 5.7 | 5.9 | 28.7 |
| Διεθνής α14 | 10 | 2 | 1.4 | 1.5 | 30.1 |
| Διεθνής α15 | 11 | 2 | 1.4 | 1.5 | 31.6 |
| Διεθνής α18 | 12 | 1 | .7 | .7 | 32.4 |
| Διεθνής α2 | 13 | 3 | 2.1 | 2.2 | 34.6 |
| Διεθνής α21 | 14 | 2 | 1.4 | 1.5 | 36.0 |
| Διεθνής α22 | 15 | 1 | .7 | .7 | 36.8 |
| Διεθνής α23 | 16 | 1 | .7 | .7 | 37.5 |
| Διεθνής α24 | 17 | 1 | .7 | .7 | 38.2 |
| Διεθνής α3 | 18 | 30 | 21.3 | 22.1 | 60.3 |
| Διεθνής α4 | 19 | 9 | 6.4 | 6.6 | 66.9 |
| Διεθνής α5 | 20 | 8 | 5.7 | 5.9 | 72.8 |
| Διεθνής α6 | 21 | 9 | 6.4 | 6.6 | 79.4 |
| Διεθνής α7 | 22 | 6 | 4.3 | 4.4 | 83.8 |
| Διεθνής α8 | 23 | 4 | 2.8 | 2.9 | 86.8 |
| Διεθνής α9 | 24 | 4 | 2.8 | 2.9 | 89.7 |
| Editorial | 25 | 3 | 2.1 | 2.2 | 91.9 |
| Op.Editorial | 26 | 4 | 2.8 | 2.9 | 94.9 |
| Άλλο | 28 | 2 | 1.4 | 1.5 | 96.3 |
| Άλλο b10 | 29 | 3 | 2.1 | 2.2 | 98.5 |
| Άλλο e20 | 30 | 1 | .7 | .7 | 99.3 |
| | 31 | 1 | .7 | .7 | 100.0 |
| | . | 3 | 2.1 | Missing | Missing |
| | 0 | 2 | 1.4 | Missing | Missing |
| Total | | 141 | 100.0 | 100.0 | |

Valid cases 136 Missing cases 5

Από τον πίνακα φαίνεται ο αριθμός της σελίδας αλλά και το 1μημα της ε/φ, που εμφανίζονται τα δημοσιεύματα των Times την περίοδο 1991-94

**Η σελίδα τρία (3) του Πρώτου Τμήματος (Διεθνές, Section A) χρησιμοποιείται σε ποσοστό 22.1%, ακολουθούν και άλλες του ίδιου Τμήματος με διάφορά σε ποσοστά κατά σελίδα. Η Δέκατη 7.4%, η έκτη και τέταρτη 6.6%, η πέμπτη και δέκατη τρίτη 5.9%.**

Οι σελίδες του Πρώτου Τμήματος προσελκύουν περισσότερο τον αναγνώστη. Η δημοσίευσή άρθρων στην πρώτη σελίδα με εσωτερική συνέχεια, αν και εμφανίζεται σε χαμηλά ποσοστά, επισημαίνεται λόγω της σπουδαιότητας της επιρροής της.

Το διάγραμμα, που ακολουθεί απεικονίζει παραστατικά την χρήση σελίδων του Τμήματος διεθνών ειδήσεων αναφορικά με την Αλβανία την περίοδο 1991-94.

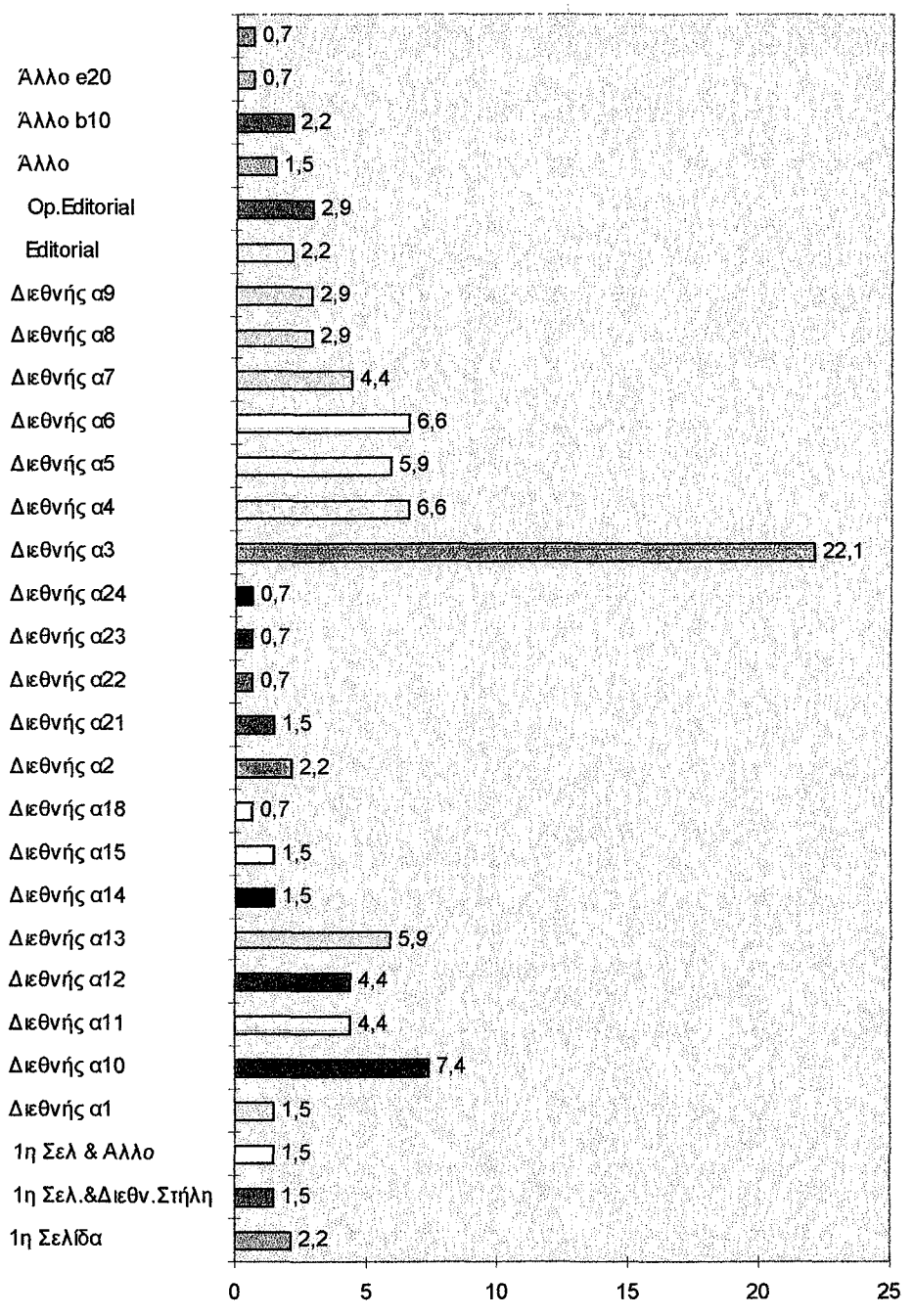
Ο make up editor θα ρίξει την τελευταία του ματιά και θα σημειώσει το διάστημα που θα καταλαμβάνει η είδηση. Η εργασία είναι πολύ σημαντική και ακριβείας. Πρέπει να έχει κρίση των ειδήσεων και να παίρνει άμεσες αποφάσεις, να προνοεί για τη διευθέτηση του μη αξιοποιήσιμου και άκαρπου τύπου σε συνάρτηση με τον χρόνο και το χρήμα. Από τη δράση αναπόφευκτα δεν καλύπτονται όλα τα ανθρώπινα ενδιαφέροντα αλλά και οι ιστορίες, που θεωρούνται τετριμμένες. Είναι ο περισσότερο μη δημοφιλής υπεύθυνος, δέχεται πολλές διαμαρτυρίες και παίρνει λίγους επαίνους για τη δουλειά του.

Οι διαμορφωμένες στήλες των αμερικανικών ε/φ και ο χώρος, που καταλαμβάνουν κατά θέμα σε αντίθεση με τις ευρωπαικές ε/φ δεν περιλαμβάνουν έμφαση στην λογοτεχνική έκφραση και διατύπωση έντονης προσωπικής γνώμης —οι αμερικανικές στήλες συνήθως είναι ένα μίγμα γνωμών και γενικών γνώσεων ειδήσεων [233] Αυτό το χαρακτηριστικό όμως δεν παρατηρείται πάντοτε στην περίπτωση των Times.

**Ο make up editor διαμορφώνει ελεύθερο-κενό διάστημα για τις σημαντικές ειδήσεις που επιβάλλεται να συμπεριληφθούν στην ε\φ και αποφασίζει τι πρέπει οπωσδήποτε να συμπεριληφθεί και τι να παραληφθεί, προσπαθώντας να συμπεριλάβει ακόμα και την ιστορία-αντίδρασης της κύριας ιστορίας.**

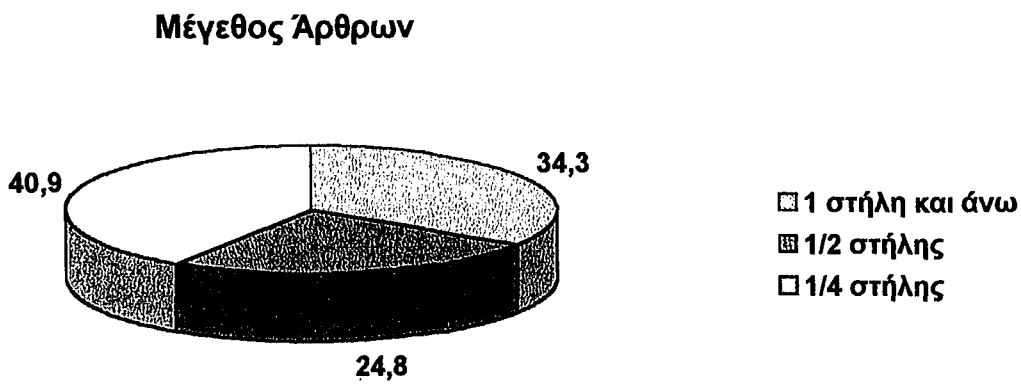
**Οι επιτελικοί της ε/φ κατανοούν τους περιορισμούς για το διάστημα πρόθυμα υπολογίζουν την αξία των αναλογικών ειδήσεων κάθε ιστορίας στο γενικό σύνολο της ημέρας συλλαμβάνουν νοερά την τελική μορφή της ε/φ δύο ώρες, πριν από την κυκλοφορία της.**

**Δημοσιεύματα/ Τμήμα και αριθμός σελίδας.**



## Στήλες Αρθρων. Πίνακας Νο 2

| Value Label | | Value | Frequency | Percent % | Valid % | Cum% |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | |
| 1 στήλη και άνω | | 1 | 47 | 33,3 | 34,3 | 34,3 |
| 1/2 στήλης | | 2 | 34 | 24,1 | 24,8 | 59,1 |
| 1/4 στήλης | | 3 | 56 | 39,7 | 40,9 | 100,0 |
| | | 5 | 4 | | 2,8 | Missing |
| | **Total** | | **141** | **100,0** | **100,0** | |
| | | | | | | |
| **Valid cases :137** | | **Missing cases : 4** | | | | |




Τα δημοσιεύματα της έρευνας μας για την συγκεκριμένη περίοδο 1991-94 δεν είναι μεγάλα. Τα περισσότερα από αυτά καταλαμβάνουν το ήμισυ της γνωστής στήλης των Times (ε/φ κλασσικού σχήματος). Ο make-up editor μέσα από αυτό τον χώρο του φύλλου, που διατίθεται, κρίνει ότι μπορούν να δοθούν οι σημαντικότερες ειδήσεις για την Αλβανία.

Ετσι το ένα τέταρτο (1/4) της σελίδας «φιλοξενεί» την σοβαρή ειδησεογραφία των ανταποκρίσεων σε ποσοστό 40% με περιγραφές από τα καθημερινά δρώμενα. Σημαντικά όμως ζητήματα που σηματοδοτούν νέες εξελίξεις τόσο για την ίδια την Χώρα όσο και την μελλοντική στάση των ΗΠΑ αλλά και των ευρωπαικών κρατών απέναντι της παρατίθενται μέσα από ανάλυση και ερμηνεία. Αυτά τα θέματα καταλαμβάνουν μεγαλύτερο διάστημα σελίδας, συνήθως ½ αυτής σε ποσοστό 34. 3%.

Κατά την δεκαετία του '80 η σχέση κυκλοφορίας των ε/φ με τους αναγνώστες παρουσιάζει γενικά κάποια κάμψη. Οι καθημερινές ε/φ στις ΗΠΑ που σιγά-σιγά αρχίζουν να προχωρούν είναι αυτές που κατά κάποιον τρόπο χαρακτηρίζονται ως εθνικές ε/φ, οι New York Times, η Wall Street Journal, που φαίνεται ότι έχουν μεγαλύτερο

## ▪ *Η ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑ ΤΩΝ Ε/Φ*

Κατά την δεκαετία του '80 η κυκλοφορία των ε/φ σε σχέση με τους αναγνώστες παρουσιάζει κάποια κάμψη Οι καθημερινές ε/φ των ΗΠΑ που προχωρούν είναι αυτές που έχουν μεγάλο κύρος για τους αναγνώστες και κατά κάποιον τρόπο χαρακτηρίζονται ως εθνικές ε/φ, οι New York Times, η Wall Street Journal.
Στοιχεία από το αμερικανικό Υπουργείο Εμπορίου, δείχνουν ότι για το 1980 οι επιχειρήσεις των ε/φ είναι οικονομικά εύρωστες και απασχολούν έναν μεγάλο αριθμό εργαζομένων Μεταξύ των πρώτων δέκα σε κυκλοφορία συμπεριλαμβάνεται και η "New York Times Co" (πηγές Thomson Newspaper (U S ), Cowles Newspaper, Capital Cities Communications, Inc and News America Publishing, Inc.).

Οι καθημερινές πρωινές ε/φ φαίνεται να καλύπτουν σχεδόν το 40% της καθημερινής κυκλοφορίας ενώ σε πλεονεκτικότερη θέση βρίσκονται οι πρωινές των αστικών κέντρων, οι οποίες ευκολότερα φθάνουν στο πρωινό τραπέζι και ταυτόχρονα με τις τοπικές, που μπορούν να τις ανταγωνιστούν, ταξιδεύοντας όλη την νύχτα, για να διατεθούν εγκαίρως στους κατοίκους των γειτονικών με το άστυ περιοχών.

Οι ε/φ της Κυριακής έχουν την μεγαλύτερη κυκλοφορία, κάτι που διαπιστώθηκε από το ποσοστό των διαφημίσεων (38% σε σχέση με την δεκαετία του '70, που είχε 32%). Η αύξηση του ποσοστού της κυκλοφορίας των κυριακάτικων ε/φ αποτέλεσμα της εμφάνισης και του ποικίλου περιεχομένου τους δεδομένου ότι και να μοιραστούν κατά τμήμα καλύπτοντας τα ενδιαφέροντα των μελών ακόμα και μιας ολόκληρης οικογένειας. Η σύνταξη και η διάταξη μιας ιστορίας γίνεται με τον συνήθη αυτόν τρόπο που όλες οι ε/φ χρησιμοποιούν σε ολόκληρη τη Χώρα ως στρατηγική με σπάνιες διαφορές. Επομένως οι τακτικοί αναγνώστες γνωρίζουν τη διάταξη αυτή και επιλέγουν το τμήμα που τους ενδιαφέρει με μια ματιά που ρίχνουν στους τους τίτλους του Η προτεραιότητα επιλογής συνήθως εμφανίζεται για τα θέματα εσωτερικής αλλά και διεθνούς πολιτικής Οι προτιμήσεις των αναγνωστών σε θέματα αλλά και στον χρόνο, που τους διαθέτουν δεν φαίνεται να έχει αλλάξει

Με την πολύ μικρή σταδιακά αύξηση της τιμής αγοράς, με την έμφαση στις στήλες editorial, με την χρησιμοποίηση όλων των σύγχρονων τεχνικών μεθόδων αλλά και με την αλλαγή τρόπων διανομής οι εθνικές ε/φ, όπως είναι οι Times επιδιώκουν να «κρατήσουν» τους αναγνώστες προσφέροντας περισσότερο ειδήσεις παρά ψυχαγωγία.

Ημέρα Κυκλοφορία ε/φ. Πίνακας Νο 3

| Value Label | Value | Frequency | Percent % | Valid % | Cum% |
|---|---|---|---|---|---|
| Καθημερινή | 1 | 37 | 73,8 | 73,8 | 73,8 |
| Σαββατοκύριακο | 2 | 104 | 26,2 | 26,2 | 100,0 |
| | | 141 | 100 | 100 | |
| Valid cases :141 | | Missing cases :0 | | | |

Από την έρευνα μας φαίνεται ότι έρχονται στη δημοσιότητα τα συγκεκριμένα δημοσιεύματα για την Αλβανία, στο μεγαλύτερο ποσοστό τους **μέσα από φύλλα καθημερινής κυκλοφορίας** σε ποσοστό 73.8% και σε μικρότερο 26.2% μέσα από τα φύλλα των ημερών της «ανάπαυλας» των αναγνωστών, («αμερικανικό weekend»). Η εξήγηση που δίδεται συνδέεται με τον χρόνο και την ετοιμότητα των ανταποκριτών και λοιπών στελεχών της ε/φ να καλύψουν την ροή των ειδήσεων για να επιτύχουν άμεση, έγκυρη και αποκλειστική είδηση.

Τα φύλλα του Σαββατοκύριακου (λαμβανομένου υπόψη πάντοτε και του παράγοντα της «στιγμής έκρηξης» ενός γεγονότος) **δίνουν προτεραιότητα σε θέματα εθνικού ενδιαφέροντος και εσωτερικής πολιτικής για την ανεργία, την φορολογία, την Πρόνοια και την κίνηση των οικονομικών κεφαλαίων.** Διαφημίσεις με ένθετα, που αναφέρουν ειδικές καταναλωτικές προσφορές προιόντων προσφέρονται στους αμερικανούς αναγνώστες συνδυάζοντας «το τερπνόν μετά του ωφελίμου»

Δεν παραλείπεται η εξέλιξη της τεχνολογίας επηρεάζει την σύνταξη και την διανομή ειδήσεων των ε/φ. Η χρήση των computers στην γραφή των κειμένων και η δορυφορική μεταβίβαση επιτρέπουν στις μεγάλες, εθνικές ε/φ να επιβιώσουν, όπως η New York Times, με την άμεση λήψη ειδήσεων και την αποστολή τους από έναν μεγάλο αριθμό φύλλων σε γεωγραφικές περιοχές μεγάλων αποστάσεων

Τα φύλλα του Σαββατοκύριακου (λαμβανομένου υπόψη πάντοτε και του παράγοντα της «στιγμής έκρηξης» ενός γεγονότος) **δίνουν προτεραιότητα σε θέματα εθνικού ενδιαφέροντος και εσωτερικής πολιτικής για την ανεργία, την φορολογία, την Πρόνοια και την κίνηση των οικονομικών κεφαλαίων.**

Διαφημίσεις με ένθετα, που αναφέρουν ειδικές καταναλωτικές προσφορές προιόντων προσφέρονται στους αμερικανούς αναγνώστες συνδυάζοντας «το τερπνόν μετά του ωφελίμου».

Δεν παραλείπεται η εξέλιξη της τεχνολογίας επηρεάζει την σύνταξη και την διανομή ειδήσεων των ε/φ. Η χρήση των computers στην γραφή των κειμένων και η δορυφορική μεταβίβαση επιτρέπουν στις μεγάλες, εθνικές ε/φ να επιβιώσουν, όπως η New York Times, με την άμεση λήψη ειδήσεων και την αποστολή τους από έναν μεγάλο αριθμό φύλλων σε γεωγραφικές περιοχές μεγάλων αποστάσεων.

- *ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ*

*«Μια εικόνα αξίζει όσο χίλιες λέξεις.»*

Ο φωτογράφος είναι ένα σημαντικό στέλεχος μεταξύ αυτών, που εργάζονται για το τμήμα των ειδήσεων της εφημερίδας.

Το βασικό του καθήκον είναι να απεικονίσει σε μια φωτογραφία ή σε μια ακολουθία από φωτογραφίες, γρήγορα και σωστά, ειδήσεις και το κύριο θέμα της ημέρας.

Καλοπληρωμένος ο φωτογράφος και με μεγάλο κύρος (prestige), εάν διαθέτει σπουδές και εμπειρία, συμβάλλει σημαντικά στην ολοκληρωμένη μετάδοση μιας είδησης. Υπάρχουν και ελεύθεροι συνεργάτες (free-lance photographers), που πληρώνονται αδρά ανάλογα με την ποιότητα της φωτογραφίας, που προσφέρουν.

Οι μεγάλες ε/φ απασχολούν συντάκτες-φωτογράφους, που συνεργάζονται στενά με τους υπεύθυνους σύνταξης και προτείνουν τις καταλληλότερες για δημοσίευση φωτογραφίας συμπεριλαμβανομένων και αυτών, που καταλαμβάνουν ακόμα και μια ολόκληρη σελίδα. [233]

Ο φωτογράφος με την τέχνη του έχει αναδειχθεί σε καθημερινό, απαραίτητο βοηθό για την κάλυψη των ειδήσεων, ιδιαίτερα όταν η δουλειά του έχει χαρακτηριστεί αξιόλογη.

Οι επαγγελματίες εκείνοι που μαζί με την προετοιμασία των κειμένων οι ίδιοι τραβούν τις κατάλληλες φωτογραφίες για τα πλαισιώσουν, επισημαίνουν με προσοχή τα κυριότερα σημεία αυτών και ανάλογα αναζητούν την φωτογραφία εκείνη που θα τα συμπληρώσει και θα τους δώσει την έμφαση, που επιζητούν

> Οι φωτογραφίες των ε/φ ακολουθούν κάποιους συγκεκριμένους κανόνες για καλλίτερα αποτελέσματα. Συνήθως οι φωτογραφίες του Τύπου περιλαμβάνουν ανθρώπινα πρόσωπα κοντά το ένα στο άλλο και που με την κατάλληλη μεγέθυνση αποτυπώνονται σημαντικές λεπτομέρειες που προκαλούν μεγαλύτερο ενδιαφέρον.
>
> Τα πρόσωπα της φωτογραφίας συνήθως βρίσκονται συνήθως σε δημιουργία για να δώσουν στο όλο σκηνικό ένα αποτέλεσμα φυσικό και ζεστό. [234]

Οι ε/φ αφού απευθύνονται στο Κοινό είναι υποχρεωμένες για να επιτύχουν μια αμφίδρομη επικοινωνία να λάβουν υπόψη τους τις βασικές αρχές που το χαρακτηρίζουν λαμβανομένου υπόψη και του πάθους του, που αποτελεί μια από τις ουσιώδεις ανθρώπινες επιθυμίες. Το σύγχρονο Κοινό έχει παιδεία και γνωρίζει την τεχνολογία της εποχής Για να το κερδίσει λοιπόν κανείς εκτός από τις ικανότητες σχεδιασμού του επιβάλλεται να διαθέτει και την γνώση για το εξειδικευμένο αντικείμενο και να γνωρίζει επικοινωνιακές αρχές για να προετοιμαστεί στην αναμονή της δράσης και αντίδρασης του παραλήπτη

Οι αναγνώστες έχουν τη μοναδικότητα τους και πρέπει αυτή να προσδιορίζεται επακριβώς. Ο κάθε τύπος του Κοινού πάνω από όλα πρέπει να προσδιορίζεται από τον προσανατολισμό του πριν από την αποστολή κάθε μηνύματος.

Ο συνδυασμός λέξεων με πίνακες, γραφήματα και κυρίως εικόνες καθιστά την επικοινωνία ευκολότερη και περισσότερο αποτελεσματική. Η χρήση αυτών των βοηθητικών μέσων εξαρτάται όμως και από τον βαθμό εκπαίδευσης του Κοινού, που οι αναγνώστες των Times διαθέτουν.

**Μεταξύ αυτών οι φωτογραφίες έχουν αποκτήσει ένα είδος εξουσίας αφού ενισχύουν την φαντασίωση κάθε μέρας σε συσχετισμό με «χθεσινή έντυπη λέξη». Οι φωτογραφίες έρχονται στον αναγνώστη άμεσα και χωρίς να παρεμβάλλεται ανθρώπινο στοιχείο τον βοηθούν να φαντάζεται. Αποτελούν επομένως την πλέον εύκολη τροφή για μια εγκεφαλική σύλληψη, δεδομένου ότι κάθε περιγραφή με λέξεις ή ακόμα κάθε ακίνητη εικόνα απαιτεί μια προσπάθεια λειτουργίας της μνήμης, πριν η εικόνα εγκατασταθεί στο νου.**

**Ο«μηχανισμός» του τόνου είναι αυτός που οι επιλεγμένες φωτογραφίες προσφέρουν υποστηρίζοντας μέσα από μια ματιά την συναισθηματική άποψη που υποστηρίζουν με ματιά την συναισθηματική άποψη που εμφανίζεται. Οι αναγνώστες δηλαδή, κοιτάζοντας μια φωτογραφία πριν διαβάσουν το κείμενο, μαθαίνουν από την λεζάντα πως να ερμηνεύουν τα *«συνθήματα»* της εικόνας.**

Οι μεγάλες, συντηρητικές ε/φ χρησιμοποιούν φωτογραφίες για να συμπληρώσουν τα κείμενα τους και για το σκοπό αυτό οι φωτοδημοσιογράφοι σκέπτονται γύρο από μια δυναμική τεχνική για το πώς και που θα δοθεί η έμφαση προς προσέλκυση της προσοχής του αναγνώστη και αναγνωρίζοντας την σημασία της τεχνικής της έμφασης αποφασίζουν για το σημείο που θα εμφανίσουν την φωτογραφία. Για παράδειγμα η έμφαση σε ένα συμβάν δραματικού χαρακτήρα, μια μικρού σχήματος ε/φ επιβάλλει χρησιμοποιεί ειλικρινείς φωτογραφίες, καυτό λεξιλόγιο, έντονα σημεία στίξεως και ξεχωριστές ιστορίες με πηχυαίους τίτλους ή μαύρα διακριτικά χωρίσματα. Αντίθετα στην ίδια περίπτωση μια μεγάλου μεγέθους ε/φ χρησιμοποιεί περισσότερες πολύπλοκες και ραφιναρισμένες τεχνικές για το ίδιο αποτέλεσμα, αποφεύγει κοινότυπες καταστάσεις και αναζητεί πάντοτε κάτι χαρακτηριστικό και πρωτότυπο εξασφαλίζοντας ένα φυσικό αποτέλεσμα, εφόσον οι περιστάσεις δεν απαιτούν το αντίθετο.

**Η διάθεση που καλλιεργεί η φωτογραφία επιβάλλει να συμπίπτει το κειμένο και να υπογραμμίζεται το κεντρικό νόημα της είδησης. Οι μικρές λεπτομέρειες της συνθέτουν ένα επιτυχέστερο αποτέλεσμα, όταν είναι προσεγμένες και οδηγούν σε σαφείς διαπιστώσεις.**

Παρά το γεγονός ότι η ενημέρωση για την Αλβανία προέρχεται σε μεγαλύτερο ποσοστό μέσα από απλά κείμενα το φωτογραφικό υλικό που ενίοτε τα συνοδεύει, ενισχύει την άποψη ότι η ε/φ καλλιεργεί **αρνητική εικόνα κυρίως για τις κομουνιστικές κυβερνήσεις**.

Οι φωτογραφίες συνήθως συνοδεύουν πολλά από **τα μεγαλύτερα δημοσιεύματα** όπως και οι λοιπές γραφικές απεικονίσεις για να προσδιοριστούν συγκεκριμένες θέσεις και καταστάσεις, που θα ευαισθητοποιήσουν και θα διατηρηθούν για μεγάλο χρονικό διάστημα στη μνήμη ο νου των αναγνωστών. Από τους σχετικούς πίνακες φαίνεται ότι το περιεχόμενο των φωτογραφιών για την Αλβανία **καλλιεργεί μια αρνητική εικόνα (image) για την κομουνιστική κυβέρνηση σε αντίθεση με τις κυβερνήσεις της Ελλάδας**.

Οι φωτογραφίες αποτελούν την στήριξη τίτλων κυρίως πολιτικού περιεχομένου στα άρθρα που χρησιμοποιούνται.

**Ο ανταποκριτής Kamm συνοδεύει τα αναλυτικά κείμενα του με φωτογραφικό υλικό συχνότερα από τον Binder,** του οποίου τα ποσοστά χρήσης φωτογραφιών κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με τα κείμενα των ανταποκρίσεων των Πρακτορείων Ειδήσεων

**Συμπερασματικά, διαπιστώνεται και από τους πίνακες στην αρθρογραφία των Times ότι η χρήση φωτογραφιών μέσα στα κείμενα αποτελεί το 12.4%.**

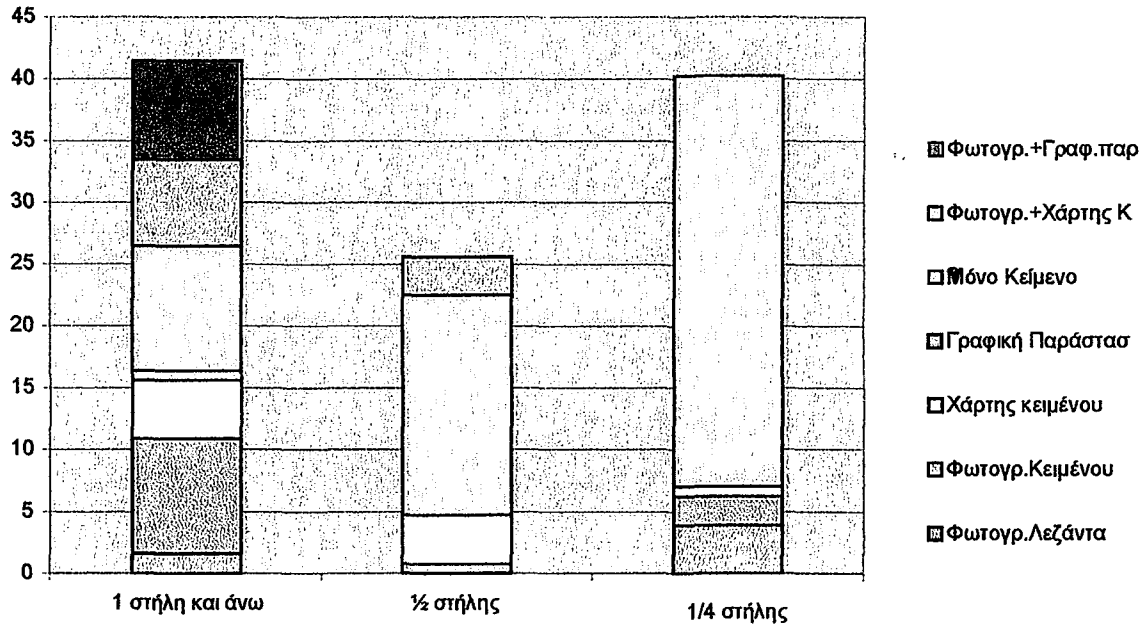
**Αποκλειστικές μεγάλες φωτογραφίες αντικαθιστούν άρθρα σε ποσοστό 5.4%, ενώ ο συνδυασμός φωτογραφιών και χαρτών ανέρχεται σε 10.1%.**

Στην έρευνα των άρθρων των Times της περιόδου 1991-94 εξετάζεται το ενδεχόμενο της χρήσης κατηγοριών οπτικών βοηθημάτων μεμονωμένα ή σε συνδυασμό, όπως φωτογραφίες, χάρτες, πίνακες για την ενίσχυση του περιεχομένου και την στήριξη εννοιων συγκεκριμένων μηνυμάτων.

Διαπιστώνεται λοιπόν ότι και στις περιγραφές των γεγονότων στην Αλβανία χρησιμοποιείται ένας αριθμός φωτογραφιών αλλά και άλλων γραφικών απεικονίσεων από τους συντάκτες της ε/φ, όπου απαιτείται έμφαση.

**Φωτογραφία-Μέγεθος Αρθρου. Πίνακας No. 4**

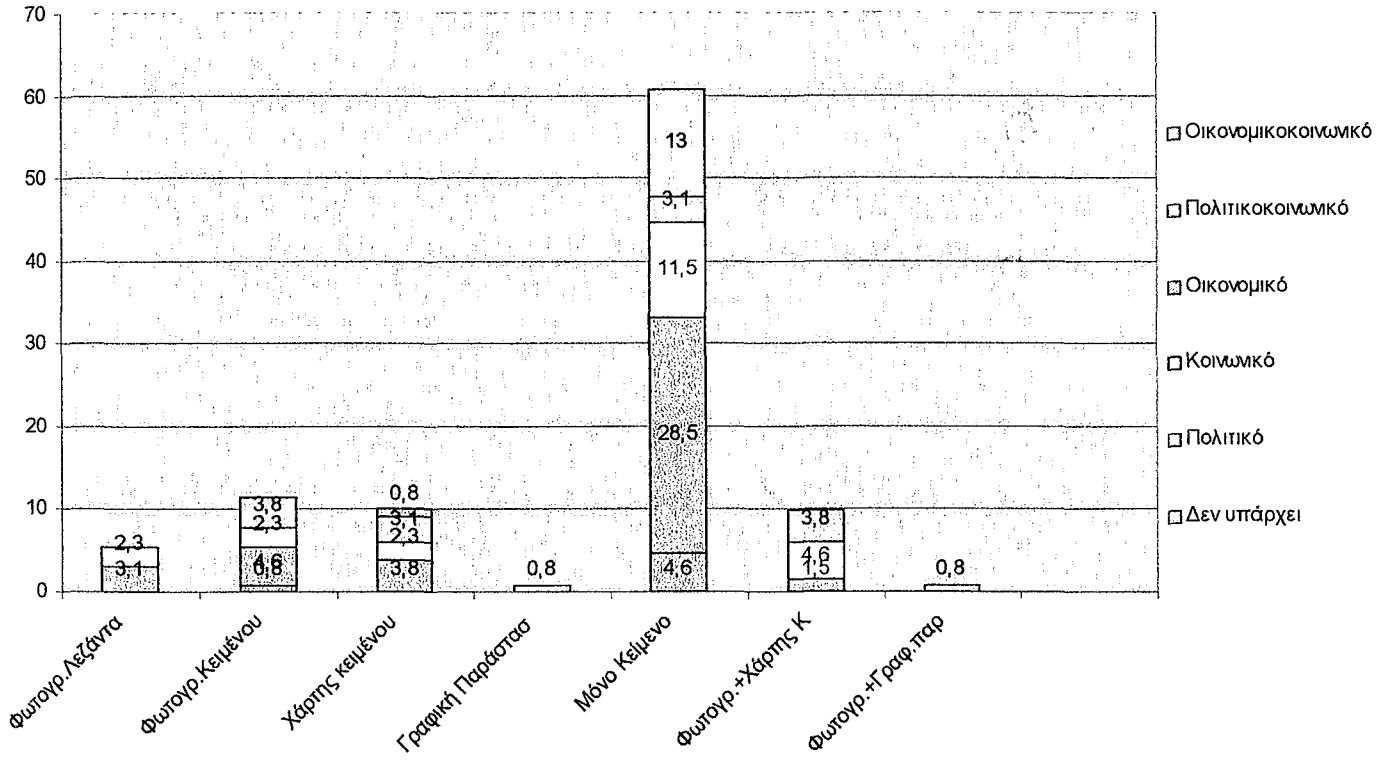
| | 1 στήλη και άνω | ½ στήλης | 1/4 στήλης | Row Total |
|---|---|---|---|---|
| **Φωτογρ.Λεζάντα** | 1,6 | | 3,9 | **5,4** |
| **Φωτογρ.Κειμένου** | 9,3 | 0,8 | 2,3 | **12,4** |
| **Χάρτης κειμένου** | 4,7 | 3,9 | 0,8 | **9,3** |
| **Γραφική Παράστασ** | 0,8 | | | **0,8** |
| **Μόνο Κείμενο** | 10,1 | 17,8 | 33,3 | **61,2** |
| **Φωτογρ.+Χάρτης Κ** | 7,0 | 3,1 | | **10,1** |
| **Φωτογρ.+Γραφ.παρ** | 08 | | | **0,8** |
| Column | 34.1 | 25,6 | 40,3 | 100,0 |




Η γραφική παράσταση δείχνει τον βαθμό χρήσης και τον συνδυασμό οπτικού υλικού για την υποστήριξη των κειμένων από την ε/φ.

## Φωτογραφία – Τόνος Headline. Πίνακας No 5

| | Δεν υπάρχει | Πολι-τικό | Κοινω-νικό | Οικονο-μικό | Πολιτικο-κοινωνικό | Οικονομι-κοκοινωνικό | Row Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Φωτογρ.Λεζάντα** | | 3,1 | 2,3 | | | | **5,4** |
| **Φωτογρ.Κειμένου** | 0,8 | 4,6 | 2,3 | | 3,8 | | **11,5** |
| **Χάρτης κειμένου** | | 3,8 | 2,3 | | 3,1 | 0,8 | **10,0** |
| **Γραφική Παράστασ** | | | 0,8 | | | | **0,8** |
| **Μόνο Κείμενο** | 4,6 | 28,5 | 11,5 | 3,1 | 13, | | **61,5** |
| **Φωτογρ.+Χάρτης Κ** | | 1,5 | 4,6 | | 3,8 | | **10,0** |
| **Φωτογρ.+Γραφ.παρ** | | | | 0,8 | | | **0,8** |
| **Column** | **5,4** | **41,5** | **23,8** | **3,8** | **24,65** | **0,8** | **100,0** |



## Φωτογραφία Image. Πίνακας No 6

| | Όχι κάποιο Image | Θετικό για Π. Κυβέρνηση | Θετικό για Ν. Κυβέρνηση | Αρνητικό για Π. Κυβέρνηση | Αρνητικό για Ν. Κυβέρνηση | Row Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Φωτογρ.Λεζάντα | 0,8 | 0,8 | | 3,8 | | 7<br>5,3 |
| Φωτογρ.Κειμένου | 0,8 | 0,8 | | 9,9 | 0,8 | 16<br>12,2 |
| Χάρτης κειμένου | 1,5 | | 0,8 | 6,9 | 0,8 | 13<br>9,9 |
| Γραφική Παράστασ | | | | 0,8 | | 1<br>0,8 |
| Μόνο Κείμενο | 7,6 | 1,5 | 3,1 | 47,3 | 1,5 | 80<br>61,1 |
| Φωτογρ.+Χάρτης Κ | 1,5 | | | 8,4 | | 13<br>9,9 |
| Φωτογρ.+Γραφ.παρ | 0,8 | | | | | 1<br>0,8 |
| Column | 17<br>13,0 | 4<br>3,1 | 5<br>3,8 | 101<br>77,1 | 4<br>3,1 | 131<br>100,0 |

## Φωτογραφία Image. Πίνακας No 7

| | Όχι κάποιο Image | Θετ. Κυβ. Μητσοτάκη | Αρν. Κυβ. Μητσοτάκη | Αρν Κυβ Παπανδρέου | Row Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Φωτογρ.Λεζάντα | 3,8 | 1,5 | | | 5,3 |
| Φωτογρ.Κειμένου | 10,7 | 0,8 | 0,8 | | 12,2 |
| Χάρτης κειμένου | 6,1 | 3,1 | | 0,8 | 9,9 |
| Γραφική Παράστασ | 0,8 | | | | 0,8 |
| Μόνο Κείμενο | 55,7 | 0,8 | 3,8 | 0,8 | 61,1 |
| Φωτογρ.+Χάρτης Κ | 6,1 | 0,8 | 3,1 | | 9,9 |
| Φωτογρ.+Γραφ.παρ | | 0,8 | | | 0,8 |
| Column | 83,2 | 7,6 | 7,6 | 1,5 | 100,0 |

- *ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΙΣΤΟΡΙΑΣ*

Στην δομή της ιστορίας η χρησιμότητα της παρουσίασης γεγονότων σε σύγκρουση με μορφή εισαγωγής εναλλασσόμενη ως **«ανατρεπόμενη πυραμίδα»**, είναι γνωστή ακόμα και στον σπουδαστή δημοσιογραφίας.

**Στη βασική της φόρμα η ανατρεπόμενη πυραμίδα αποζητά μια ή δύο σύντομες παραγράφους μέσα από τις οποίες οι περισσότερες ερωτήσεις απαντώνται από τον τρόπο που τοποθετείται η ιστορία.**

Η γνησιότητα αυτού του τύπου της πυραμίδας ξεκινά ήδη από την εποχή του εμφυλίου πολέμου στις ΗΠΑ, όταν Βόρειοι ανταποκριτές γράφουν πίσω από τις γραμμές των εχθρών τους, βλέποντας την ανάγκη να συσσωρεύσουν όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες μέσα από εναρκτήριες παραγράφους, πριν να τις στείλουν με τηλεγραφικές γραμμές, που θα κινδύνευαν να κοπούν από τα Νότια στρατεύματα από στιγμή σε στιγμή.

Ο παραδοσιακός κανόνας γραφής μιας αναφοράς ειδήσεων είναι αυτός που αρχίζει με μια περιληπτική επικεφαλίδα δίνοντας ξεκάθαρα τα ουσιώδη σημεία σε μια μορφή σχεδόν τηλεγραφήματος. Αρχίζει με τα μεγαλύτερα και σημαντικότερα γεγονότα για να συνεχίσει με τα μικρότερα και γενικά με τις μικρές λεπτομέρειες, που προσφέρουν τη δυνατότητα στον συντάκτη να τεμαχίζει σε κομμάτια το άρθρο, να κερδίζει χώρο χωρίς όμως να χαθούν οι ουσιώδεις πληροφορίες.

Ο τύπος της πυραμίδας είναι μια standard πρακτική των ε/φ για πάνω από εκατό χρόνια και υποστηρίζεται από την πρακτική σκεψη, που για περισσότερο από εκατό χρόνια ακολουθείται από τις ε/φ, επειδή οι ανθρωποι σπάνια διαβάζουν μια φορα την ε/φ από την αρχή εως το τέλος. Το γεγονος αυτο αναγκάζει τους συντάκτες να παραθέτουν τα θέματα των ειδήσεων κατα τέτοιο τροπο ωστε οι αναγνώστες να μπορούν να τα προσδιορίζουν εύκολα, όταν αποφασίσουν να επανέλθουν.

Αυτή η πρακτική ενισχύει την άποψη πως «στήνει» το σκηνικό και τον συναισθηματικό τόνο της ιστορίας που και τα δύο αυτά είναι κατατοπιστικά και «συμφέροντα».

Η ανατρεπόμενη πυραμίδα, παραδοσιακός τρόπος εισαγωγής-γραφής του άρθρου, θέτει το πρόβλημα, που το προβάλλει μπροστά στην ιστορία και ακολούθως **παρουσιάζει το κτύπημα, την καθοριστική σύγκρουση**

Παραδοσιακή Μορφή Εισαγωγής στη διάρκεια του έτους 1991. Πίνακας Νο 9

| Ανταποκρίσεις | Παραδοσιακός τρόπος εισαγωγής | 'Οχι παραδοσιακός τρόπος εισαγωγής | Row Total |
|---|---|---|---|
| Reuters | 3 | 10 | 13<br>22,0 |
| AP | 8 | 10 | 18<br>30,5 |
| Binder | 23 | 4 | 27<br>45,8 |
| Kamm | 1 | | 1<br>1,7 |
| Column Total | 35<br>59,3 | 24<br>40,7 | 59<br>100,0 |

Number of Missing Observations: 0

Στην διάρκεια του 1992. Πίνακας Νο 10

| Ανταποκρίσεις | Παραδοσιακός τρόπος εισαγωγής | 'Οχι Παραδοσιακός τρόπος εισαγωγής | Row Total |
|---|---|---|---|
| Reuters | 1 | 3 | 4<br>28,6 |
| AP | | 1 | 1<br>7,1 |
| Binder | 2 | | 2<br>14,3 |
| Kamm | 6 | 1 | 7<br>50,0 |
| Column Total | 9<br>64,3 | 5<br>35,7 | 14<br>100,0 |

Παραδοσιακή μορφή 1993-94. Πίνακας Νο 11

| Ανταποκρίσεις | Παραδοσιακός Τρόπος εισαγωγής | 'Οχι Παραδοσιακός τρόπος εισαγωγής | Row Total |
|---|---|---|---|
| Reuters | | 5 | 5<br>26,3 |
| AP | 1 | 4 | 5<br>26,3 |
| Binder | 1 | | 1<br>5,3 |
| | | | |
| Kamm | 7 | 1 | 8<br>42,1 |
| Column Total | 9<br>47,4 | 10<br>52,6 | 19<br>100,0 |

**Παραδοσιακή μορφή σε όλη την διάρκεια της παρατήρησης. Πίνακας Νο 12**

| Ανταποκρίσεις | Παραδοσιακός Τρόπος εισαγωγής | 'Οχι Παραδοσιακός τρόπος εισαγωγής | Row Total |
|---|---|---|---|
| Reuters | 4 | 18 | 22<br>23,9 |
| AP | 9 | 15 | 24<br>26,1 |
| Binder | 26 | 4 | 30<br>32,6 |
| Kamm | 14 | 2 | 16<br>17,4 |
| Column Total | 53<br>57,6 | 39<br>42,4 | 92<br>100,0 |

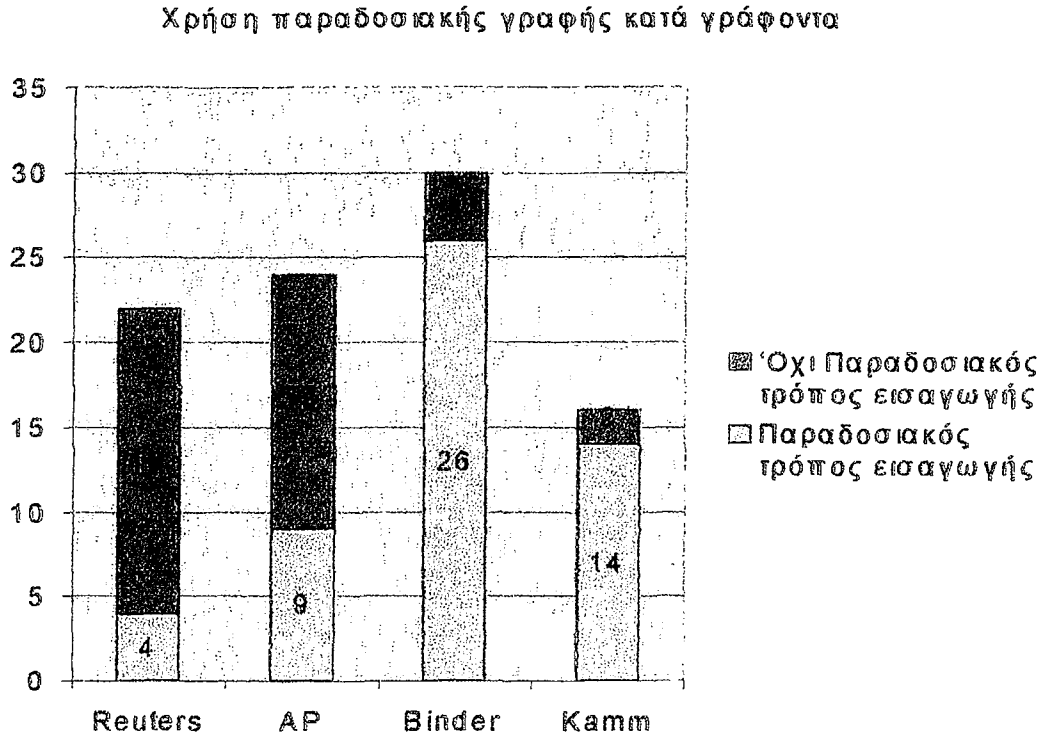
Number of Missing Observations: 6

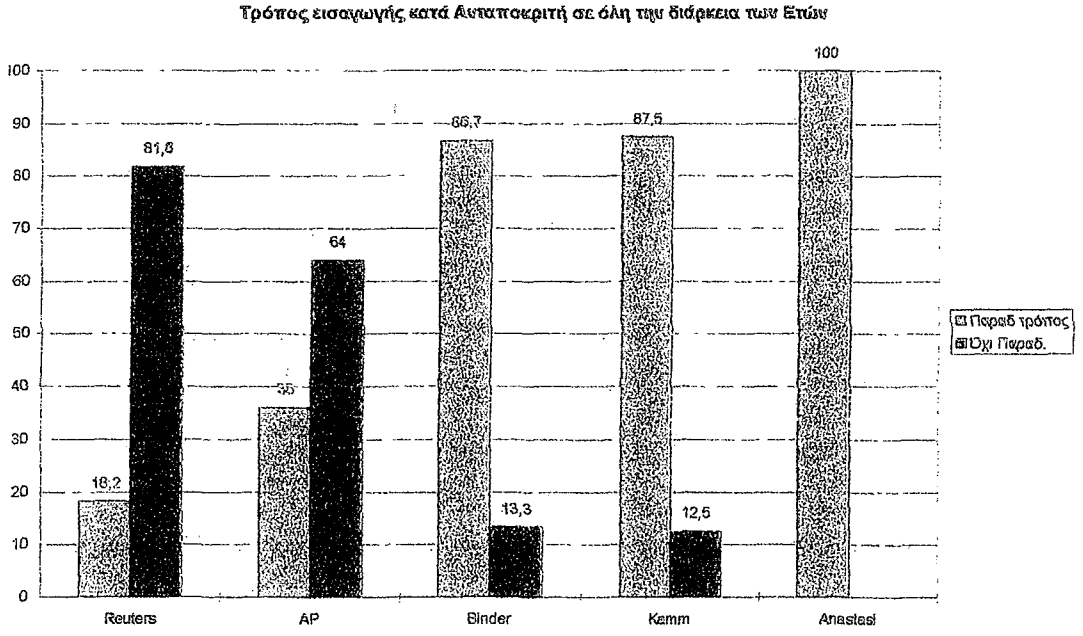
Από τις πέντε (5) κυριότερες πηγές ανταπόκρισης της έρευνας, τα Πρακτορεία ειδήσεων **Reuters και Associated Press δεν ακολουθούν την παραδοσιακή γραφή αλλά προσφέρουν περιεκτικά την είδηση.**

Αντίθετα οι **Binder και Kamm μέσα από τις εκτενείς αναφορές τους γεγονότα της περιόδου δείχνουν την προτίμηση τους για τον παραδοσιακό τρόπο διατύπωσης** μέσα από ένα δυναμικό πλαίσιο ενημέρωσης στην πρώτη παράγραφο και μια αναλυτική περιγραφή της ιστορίας, που ακολουθεί στην συνέχεια.

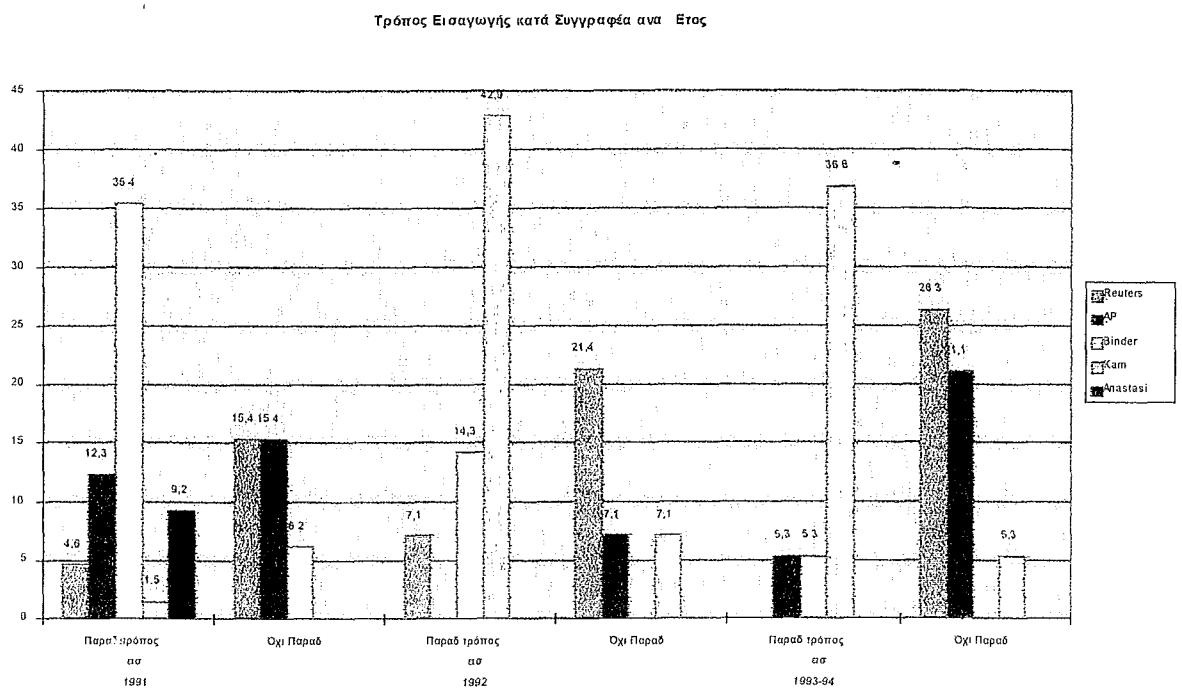
Όπως διαπιστώνεται από τα δημοσιεύματα της έρευνας μας στα άρθρα της περιόδου 1991-94, **τα περισσότερα από αυτά διατυπώνονται με την παραδοσιακή γραφή, της αντιστραμμένης πυραμίδας κυρίως όσα έχουν εκτενές περιεχόμενο.**

Ενας μικρότερος αριθμός άρθρων εκθέτει απλά και σύντομα το κείμενο είδησης, όταν δεν υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης και ανάλυσης

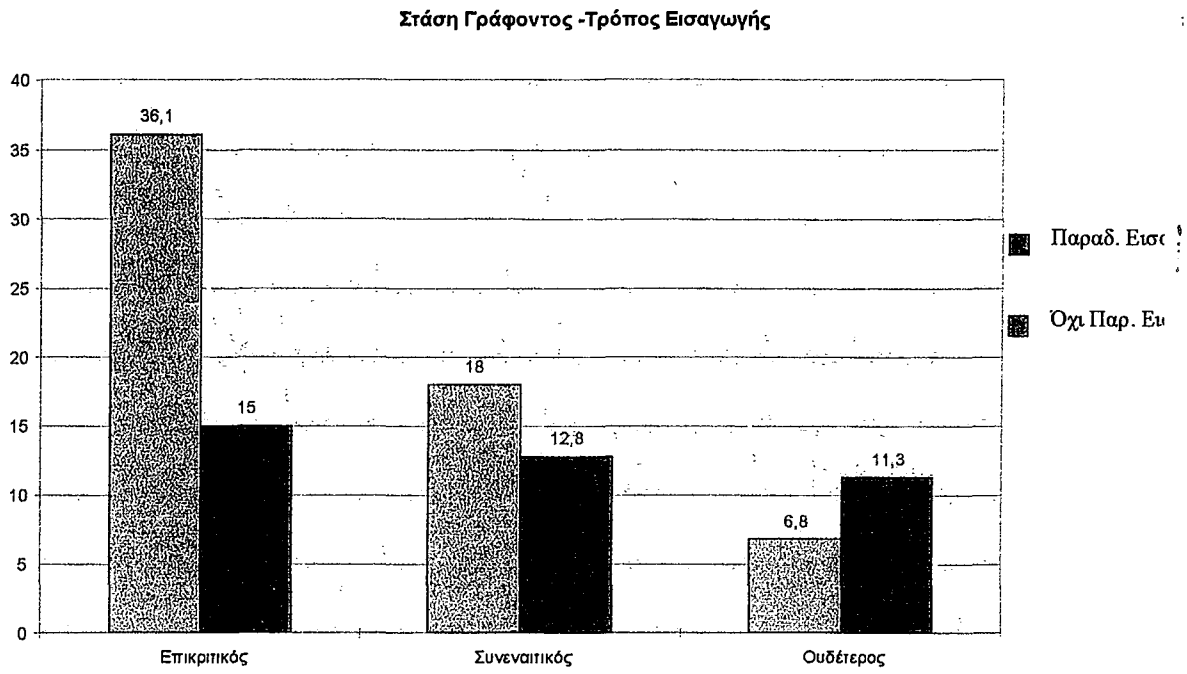



Το διάγραμμα δείχνει τον τρόπο εισαγωγής που επιλέγουν οι ανταποκριτές για τα άρθρα τους. Το Reuters στο 81.8% των ανταποκρίσεων που έχει κάνει επιλέγει μη παραδοσιακό τρόπο εισαγωγής, ενώ μόνο στο 18.2 % των άρθρων που έχει επιλέξει προσπαθεί να τον τηρήσει.




Το διάγραμμα, δείχνει τον τρόπο εισαγωγής που χρησιμοποιούν οι διάφοροι ανταποκριτές κάθε έτος. Γι'α το έτος 1991 το ποσοστό των ανταποκριτών που χρησιμοποιούν παραδοσιακό τρόπο εισαγωγής, είναι 63.6% =4,6+12,9+35,4+1,5+9,2. Ανάλογα και τα υπόλοιπα.




Ανεξάρτητα από τη στάση που τηρούν οι ανταποκριτές απέναντι στα γεγονότα της περιόδου 1991-94 η δομή των δημοσιευμάτων που στηρίζεται στα στοιχεία τους έχει κατά το μεγαλύτερο ποσοστό την μορφή αντιστραμμένης πυραμίδας. Η ε/φ δηλαδή δεν ξεφεύγει από τα παραδοσιακά πρότυπα γραφής, σύμφωνα με τις συνήθειες των αναγνωστών της.

Η συνήθης επικριτική και σπανιότερα συναινετική στάση συνοδεύεται πάντοτε από την μορφή αντιστραμμένης πυραμίδας ακόμα και η ουδέτερη τοποθέτηση με τον περιορισμένο αριθμό εμφάνισης και καταγραφής της.

- *ΣΕΛΙΔΑ ΤΗΣ ΣΥΝΤΑΞΗΣ (EDITORIAL PAGE).*

Η σελίδα αυτή είναι δημιούργημα του εκδότη, από τις αρχές του 19ου αιώνα, που επιθυμεί να επικοινωνήσει ο ίδιος με τον αναγνώστη του. Η επινόηση αυτού του τμήματος της ε/φ συναντά μεγάλη επιτυχία λόγω της απήχηση της στο Κοινό, που οφείλεται στη φήμη της για την συμμετοχή διασήμων reporters (Gordon Bennett, William Hearst, Joseph Pulitzer, Frank I. Cobb και Walter Lippmann).

**Σήμερα η απήχηση αυτής της στήλης δεν είναι τόσο μεγάλη, δεν συντάσσεται πλέον μόνο από επώνυμους και πολλές φορές καλύπτει τις απόψεις κάποιου ανώνυμου. Η σημερινή editorial είναι περισσότερο ήπια σε σχέση με την παλαιά μαχητικότητα της αλλά παρά την ηπιότερη έκφραση του τόνου των περιεχομένων της διατηρεί ένα μεστό από νοήματα λόγο**. Σε αντίθεση με τις μικρές ε/φ η σελίδα editorial στις μεγάλες και ισχυρές δεν ακολουθεί πάντοτε τις επιταγές του εκδότη .Το συγκεκριμένο τμήμα της ε/φ εξακολουθεί να ασκεί μεγάλη επιρροή σε περιόδους εκλογικών αναμετρήσεων και παρουσιάζει θέσεις για σημαντικά εθνικού χαρακτήρα θέματα, τα οποία σε απλό κείμενο ειδήσεων κινδυνεύουν να περάσουν απαρατήρητα. Γενικά, προσφέρει με την ανάλυση και τα σχόλια μια υπηρεσία πολύτιμη και σημαντική για τον αναγνώστη αφού αυτό είναι ανύπαρκτο στα άλλα ΜΜΕ.

*«Οι αναγνώστες συνηθίζουν να αναζητούν τα σχόλια της editorial και των 'Letters to the Editor' σαν τα πλέον δημοφιλή, 'αποκαλυπτικά', κύρια θέματα της ε/φ τους αγνοώντας, ότι έχουν επιλεγεί με πολύ προσοχή από τον εκδότη ως τα πλέον προκλητικά και επίκαιρα μεταξύ πολλών άλλων.»*[235]

Η έρευνα, που πραγματοποίησε ο Stempel (1979) δείχνει ότι το 20% όλων των κειμένων των editorial σελίδων των ε/φ έχουν κύριο στόχο να *πείσουν*.

Οι ε/φ επιδιώκουν να ασχοληθούν με αυτό το τμήμα συντάκτες με πανεπιστημιακή μόρφωση και άτομα με κατάρτιση αλλά και ενασχόληση σε τομείς σχετικούς με την αγγλική γλώσσα, τις καλές τέχνες και τις πολιτικές επιστήμες, που θεωρούνται περιζήτητα.

Σε μια γενική θεώρηση του ρόλου των δημοσιογράφων πολιτικών στηλών ο Hynds (1980) υπογραμμίζει ότι όλες οι καθημερινές ε/φ χρησιμοποιούν την editorial σελίδα ή την op-ed σελίδα. Τα ευρήματα του δείχνουν ότι το 93% των ε/φ χρησιμοποιούν στήλες editorial για πολιτική ανάλυση, 75% για πολιτικό reportage, 63% για humor, 33% για επιχειρήσεις, 20% για θρησκεία, 13% για συμβουλές και 1% για κουτσομπολιό.

Ο Bagdikian (1964, 1966) αναφέρεται στην σταθερή τάση των ε/φ να χρησιμοποιούν πολιτικούς αρθρογράφους (sydicated) συγκεκριμένων στηλών για να δημιουργήσουν ισορροπία με τις απορρέουσες απόψεις της σελίδας editorial και ο Hyds βρίσκει ότι το 61% των ερωτηθέντων υπεύθυνων σύνταξης επιλέγει αυτούς τους σχολιαστές για να εξισορροπήσουν συντηρητικές και φιλελεύθερες απόψεις. [236]

Οι αναγνώστες περιμένουν από την ε/φ να τους παρέχει ιδέες και γνώμες που θα απαντήσουν στα διάφορα πολιτικά και κοινωνικά ερωτήματα τους. Μετρήσεις έδειξαν ότι οι αναγνώστες πράγματι απαιτούν πληροφορίες που αναφέρονται σε επίκαιρα πολιτικά θέματα δίνοντας έτσι το στίγμα της αγοράς πολιτικά σκεπτόμενων **(intellectual market)** που οι ίδιοι συνιστούν.

Οι managers του Τύπου επιδιώκοντας την αποκλειστική παροχή τέτοιων πληροφοριών για να καλύψουν τις απαιτήσεις των εξειδικευμένων πληροφοριών μέσα από τις στήλες των ειδήσεων, των editorial, των Op-Ed και των επιστολών προς την Σύνταξη

Η editorial διαβάζεται εξίσου με τις στήλες των ειδήσεων αλλά εξυπηρετεί περισσότερο τους αναγνώστες που συνιστούν την αγορά των ανθρώπων του πνεύματος. Και ενώ οι δημοσιογράφοι και αναλυτές μονίμων στηλών ασκούν επιρροή στους αναγνώστες, η θέση της Σύνταξης μέσα από τη στήλη editorial βρέθηκε ότι ασκεί μεγάλη επίδραση στη

**συμπεριφορά των αναγνωστών** της ε/φ, αν και ο βαθμός αυτής της επίδρασης εξαρτάται από το αντικείμενο στο οποίο αναφέρεται καθώς και στο επίπεδο του αναγνώστη.

Η σημαντική δουλειά της ε/φ στη σελίδα «editorial» πραγματοποιείται από μια ομάδα περίπου δέκα ατόμων, που υπερηφανεύονται για την ποιότητα της γνώμης, που προσφέρουν.

Εξειδικευμένοι στα διεθνή θέματα, στα οικονομικά, στα τοπικά θέματα συνιστούν παράγοντες προσέλκυσης των αναγνωστών. Βασικές πηγές για τον συντάκτη της συγκεκριμένης σελίδας είναι τα άρθρα της ίδιας της ε/φ, που του προσφέρουν ειδικές υπηρεσίες καθώς και το αρχείο που είναι μέρος της βιβλιοθήκης. Τα τελευταία χρόνια προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών βοήθησαν τους βιβλιοθηκονόμους να φυλάξουν χιλιάδες σελίδες. Πρωτοπόρος **η ε/φ New York Times, που χρησιμοποιεί ηλεκτρονικό υπολογιστή για να καλύψει ένα πελώριο αρχείο περίπου 20 εκατομμυρίων συντμήσεων κειμένων.**

Στη δεκαετία του '70 οι Ruth Clark, Skelly, White προσδιορίζουν τις στατικές απαιτήσεις των αναγνωστών, που οι ε/φ υψηλών στόχων λαμβάνουν υπόψη. [237] .

Από συνέδριο, που πραγματοποιήθηκε με την ευκαιρία του εορτασμού των 200 χρόνων Ανεξαρτησίας των ΗΠΑ, οι συντάκτες αυτής της σελίδας είχαν την ευκαιρία να ακούσουν τις σημαντικές απόψεις για την επιρροή της editorial Ο έμπειρος σχολιαστής των Times, John B Oaks, χαρακτήρισε το ρόλο της editorial ως βασική λειτουργία κριτικής κοινωνικής, πολιτικής, οικονομικής ζωής και κάποτε-κάποτε των ηθικών διλημμάτων

*«...φαίνεται ότι πραγματικά δεν έχει άλλο σκοπό από το να προμηθεύει τους αναγνώστες με υπεύθυνη κριτική για κάθε ζήτημα. Σε αυτήν την φανταστικά πολυσύνθετη κοινωνία που ζούμε, μπορεί να μην είμαστε ειδικοί για όλα, αλλά ο καθένας από μας μπορεί να έχει κάποια επίδραση στην πολιτική.»* [238]

**Από πολλές απόψεις που έχουν διατυπωθεί για τη σκοπιμότητα της συγκεκριμένης σελίδας συμπεραίνεται ότι εξυπηρετεί τους αναγνώστες προσφέροντας μια γνώμη, ενώ συγχρόνως πληροφορεί καλλίτερα, επιμορφώνει και προβάλλει κεντρικές ειδήσεις, τις οποίες τοποθετεί σε ένα καλλίτερο πλαίσιο κατανοητό για τους αναγνώστες.**

Οι διάφορες ε/φ προκειμένου να αποφευχθεί η παρεξήγηση για το ρόλο της σελίδας **editorial**, μεταχειρίζονται διάφορες προσεγγίσεις, όπως είναι η χρήση των **Letters From the Editor** (Γράμματα από τη Σύνταξη), **Letters to the Editor** (Γράμματα στην Σύνταξη), **Editorials-Our Opinions** (Σύνταξη-Οι Γνώμες μας).

Το 1970 η ε/φ New York Times ανοίγει μια στήλη απέναντι από την editorial, την **Op-Ed Page** με κύριο στόχο να δοθεί στους αναγνώστες μια άλλη διάσταση της εκφρασμένης ήδη γνώμης από φιλελεύθερους υπεύθυνους σύνταξης. Οι συντάκτες άτομα του ευρύτερου κοινωνικού και πνευματικού χώρου (μέλη του αμερικανικού Κογκρέσου, βραβευμένοι με το βραβείο Pulitzer, ποιητές, ξένοι διπλωμάτες, επιχειρηματίες, καθηγητές πανεπιστημίου αλλά και εργάτες, οικοκυρές και άνεργοι) μέσα από αυτήν την στήλη κερδίζουν την προσοχή των αναγνωστών και συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον τους καθιερώνοντας τη σελίδα αυτή ως την πλέον διάσημη για το έθνος!

Η ε/φ The New York Times λαμβάνει περίπου 40 000 γράμματα κάθε χρόνο και δημοσιεύει το 6% από αυτά Από έναν υπολογισμό που έγινε δηλώθηκε ότι η δημοσίευση όλων των γραμμάτων θα απαιτούσε τη χρησιμοποίηση όλων των φύλλων της ε/φ από Ιανουάριο μέχρι Απρίλιο χωρίς δημοσίευση άλλης είδησης [239]

Από την συγκεκριμένη έρευνα, που πραγματοποιήθηκε κατά την τετραετία 1991-94 η σελίδα editorial των Times φιλοξένησε μόνο ένα πολύ μικρό αριθμό θεμάτων αναφερομένων στις εξελίξεις στην Αλβανία. Επισημαίνουμε την σημαντική επιστολή του Nicholas Gages,

παλαιού συνεργάτη της ίδιας ε/φ, που κατάφερε να πείσει για τη δημοσίευση της επιστολής του, ως παλαιός συνεργάτης της ε/φ αυτής, κατάφερε να φιλοξενηθεί η επιστολή του στις στήλες Op-Ed με τις επικριτικές θέσεις του κατά της αλβανικής πολιτικής προς την ελληνική μειονότητα και την σκοπιμότητα της «δίκης-παρωδίας» των Ελλήνων μειονοτικών το Αύγουστο του 1994. Όμως η «ισορροπία» αλλά και η υποχρέωση της ε/φ προς το Κοινό επέβαλε στην ίδια στήλη τη δημοσίευση απάντησης-ανασκευής του Αλβανού Υπουργού Προεδρίας Polo, με τα επιχειρήματα της αλβανικής πλευράς. Το γεγονός επιβεβαιώνει την πρόθεση της Σύνταξης να τηρήσει ίσες αποστάσεις για τα προβλήματα μεταξύ των δύο χωρών. Ο λόγος αυτός ενισχύεται και από την παντελή απουσία αναλύσεων και γνωμών του Συντάκτη στη σελίδα editorial κατά την διάρκεια της τετραετίας αναφορικά με την στάση και τους πολιτικούς χειρισμούς της αλβανικής πλευράς σε εθνικό και διεθνές πεδίο.

› *ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΕΣ- ΤΙΤΛΟΙ (Headlines)*

Ο διευθυντής Εξωτερικών Ειδήσεων κατευθύνει τον σχολιασμό για τις διάφορες φάσεις των γεγονότων. Αυτός έχει την ευθύνη της δημιουργίας των σπουδαιότερων τίτλων της πρώτης σελίδας, που μπορούν να είναι από τέσσερις έως οκτώ στήλες. Αυτός ο άνθρωπος μπορεί να «γραπώσει» την εξέχουσα ιστορία, να έχει μια ευρύτερη άποψη για ολόκληρο το συμβάν, να είναι αντικειμενικός σε σχέση με τα προσωπικά του συναισθήματα, να τηρεί τις ισορροπίες αρκετά υποφερτά και να δίνει την αληθινή εικόνα των ειδήσεων. Συνήθως χρησιμοποιεί δέκα έως δεκαπέντε λέξεις ρίχνει το βάρος της προσοχής του σε βασικά θέματα, σε επίκαιρα θέματα και αφήνει τις λεπτομέρειες για τους υποβοηθητικούς, μικρότερους υπότιτλους.

Οι επικεφαλίδες ποικίλουν ανάλογα με τον εντυπωσιασμό των εκδοτών και των ιδιοκτητών τους που επιθυμούν να τον μεταφέρουν στους αναγνώστες τους.

**Σύμφωνα με τον κώδικα της αμερικανικής δημοσιογραφίας οι επικεφαλίδες των άρθρων πρέπει να αντιπροσωπεύουν το περιεχόμενο, να μην το υπερβαίνουν και να αποτελούν τις περιλήψεις τους. Αυτό γιατί η διατύπωση αντίθετων απόψεων έχει καθιερωθεί με την στήλη editorial. Μια σοβαρή ε/φ όπως οι Times αποφασίζει συστηματικά να παρουσιάζει ανακρίβειες, που θα προκύψουν από τίτλους «κατασκευασμένους» από προκατάληψη αλλά τέτοιους που θα βοηθήσουν στην σωστή και με ακρίβεια ενημέρωση του αναγνώστη αποφεύγοντας τη διατύπωση και παγίωση μιας μόνο άποψης.**[240]

**Οι τίτλοι της ε/φ επιβάλλεται να περιλαμβάνουν «έντονες» και χαρακτηριστικές στην ερμηνεία τους λέξεις, έτσι ώστε να αποφεύγεται η παρερμηνεία.**

Στην έρευνα μας οι λέξεις, (ρήματα και ουσιαστικά) επιλέγονται πολύ προσεκτικά για να πλαισιώσουν τους χαρακτηριστικούς τίτλους των άρθρων, τους οποίους καθιστούν κατά το μεγαλύτερο ποσοστό, 87,1%, κατανοητούς, προκειμένου να «περάσουν» ένα σημαντικό μήνυμα (όλο ή μέρος αυτού) ακόμα και στον «βιαστικό» αναγνώστη.

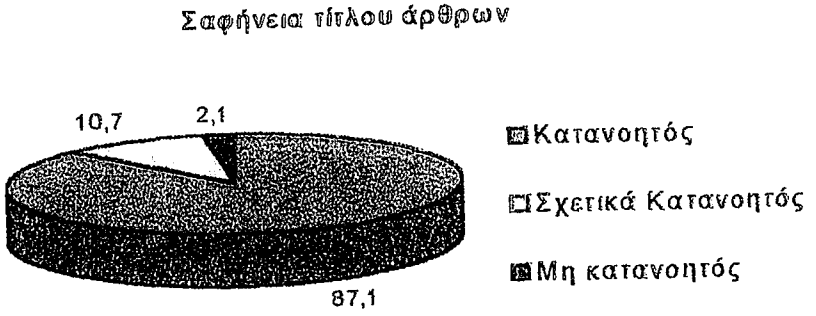
**Οι τίτλοι επιδιώκεται να είναι σαφείς, να φαίνονται αξιόπιστοι και κατατοπιστικοί για όλους τους αναγνώστες, στοχεύοντας κύρια να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του αναγνώστη για να παρασυρθεί και να αναγνώσει τουλάχιστο το μεγαλύτερο-αν όχι όλο το περιεχόμενο-του άρθρου.**

Από τον τόνο των τίτλων-επιγραφών όλων των υπό εξέταση άρθρων αναπτύσσονται κατά σειρά κίνητρα περισσότερο **καθαρά πολιτικά ή μικτά και ακολουθούν κοινωνικά και οικονομικά.** Ο τόνος και το μήνυμα των τίτλων του άρθρου έχει ουσιαστικό ρόλο στην ενημέρωση, στην περίπτωση που ένας αριθμός αναγνωστών ίσως αρκεστεί στους τίτλους και δεν προχωρήσει στην ανάγνωση ολόκληρου του άρθρου. Ο τόνος των δημοσιευμάτων έχει κατά βάση **καθαρά πολιτική χροιά και δευτερευόντως κοινωνική αλλά περιλαμβάνει και συνδυασμό αμφοτέρων.** Αν ανατρέξει κανείς στις κατηγορίες των κινήτρων ( Κεφάλαιο Επικοινωνία), θα διαπιστώσει μια συμφωνία τόνου τίτλων και κινήτρων (ανταποκριτών και αναγνωστικού Κοινού) που καλύπτουν ενδιαφέροντα πολιτικής υφής αναπτυσσόμενα και διατηρούμενα σε όλη την διάρκεια της τετραετίας. *(Linguistic relativlity*[241]

**Τίτλοι Δημοσιευμάτων. Πίνακας No 8**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Κατανοητός | 1 | 122 | 86,5 | 87,1 | 87,1 |
| Σχετικά Κατανοητός | 2 | 15 | 10,6 | 10,7 | 97,9 |
| Μη κατανοητός | 3 | 3 | 2,1 | 2,1 | 100,0 |
| | 0 | 1 | ,7 | Missing | |
| **Total** | | **141** | **100,0** | | **100,0** |

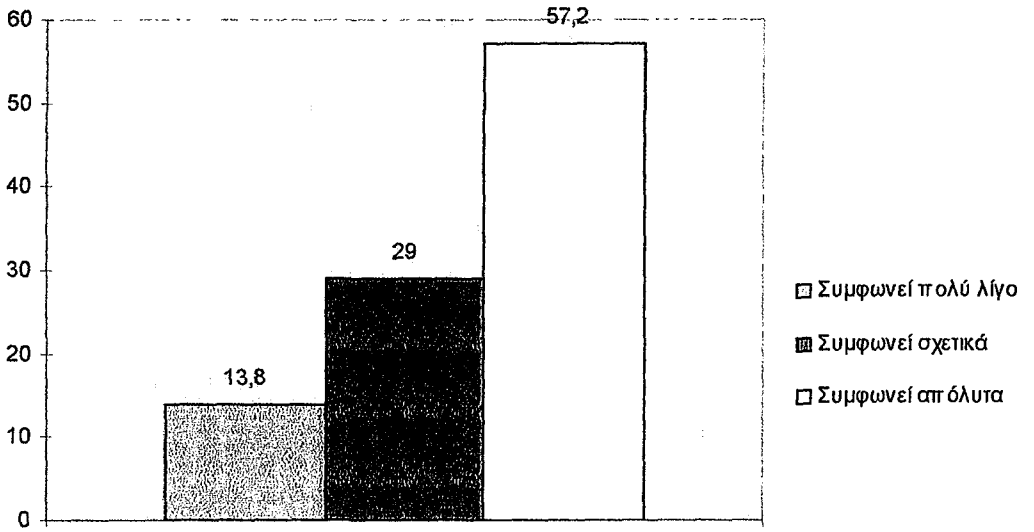
Valid cases 140 Missing cases 1



Συμφωνία Τίτλου και περιεχομένου ανταπόκρισης No 13

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Συμφωνεί πολύ λίγο | 1 | 19 | 13,5 | 13,8 | 13,8 |
| Συμφωνεί σχετικά | 2 | 40 | 28,4 | 29,0 | 42,8 |
| Συμφωνεί απόλυτα | 3 | 79 | 56,0 | 57,2 | 100,0 |
| | 0 | 3 | 2,1 | | Missing |
| **Total** | | **141** | **100,0** | **100,0** | |

Valid cases 138 Missing cases 3




Από τα στοιχεία της έρευνας μας στα 141 άρθρα της ε/φ διαπιστώνεται, ότι υπάρχει στο μεγαλύτερο ποσοστό συμφωνία τίτλων και περιεχομένου των άρθρων.

# 10. ΣΗΜΕΙΟΛΟΓΙΑ (SEMANTICS)

» *ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΓΛΩΣΣΑ*

Η γλώσσα αποτελεί ένα αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό του ανθρώπου.

Για εκατομμύρια χρόνια οι άνθρωποι μιλούσαν τις λέξεις, κατόπιν ήλθαν τα γραπτά κείμενα, που αποτέλεσαν και ένα ιστορικό μέσον της ανθρωπότητας. Οι ανθρώπινες σχέσεις εξαρτώνται αποκλειστικά από την λεπτότητα και οξύνοια της επινόησης χρήσης των συμβόλων επικοινωνίας δια μέσου των λέξεων. Μέσα από τον γραπτό και προφορικό λόγο οι άνθρωποι έχουν τη δυνατότητα να μάθουν, να πληροφορηθούν από τις χιλιάδες λέξεις, που η πολιτιστική κληρονομιά του χάρισε μέσα από την πορεία της ιστορίας.[243]

Η χρήση της γλώσσας είναι μια ζωντανή μετάδοση της παράδοσης στην λειτουργία της κοινωνίας και αποτελεί ένα χρήσιμο όργανο, με το οποίο το άτομο τοποθετείται στο περιβάλλον του μαζί με άλλους με τους οποίους είναι συνδεδεμένο με τη μορφή κοινωνικής αλληλεπίδρασης.[244]

***«Η γλώσσα είναι μια καθαρά εκούσια μέθοδος επικοινωνίας ιδεών, συναισθημάτων και επιθυμιών με έννοιες ενός συστήματος, που προαιρετικά παράγει σύμβολα».***[245]

**Με τα μηνύματα που μεταδίδονται δια μέσου της γλώσσας επηρεάζεται η σκέψη και αναπτύσσονται κίνητρα ανάλογα με την ανταπόκριση που προσφέρεται στα γεγονότα.**

**Η επικοινωνία του λόγου ως διαδικασία είναι η βάση για όλα όσα πραγματοποιούνται σε κοινωνικό πλαίσιο στη λειτουργία κάθε ζώντος οργανισμού στην ανθρωπότητα, είναι ουσιαστικό στοιχείο για την ανάπτυξη κάθε ατόμου για τον σχηματισμό, την ύπαρξη και τη συνέχεια ύπαρξης των ομάδων και την αλληλεπίδραση μεταξύ τους.**

Σε όλη την διαδικασία της επικοινωνίας συγκεκριμένες, καθιερωμένες λέξεις χρησιμοποιούνται «σαν λάδι στη μηχανή», λέξεις που μεταδίδουν στο πλαίσιο της επιθυμίας και της οικειότητας μάλλον μια στάση παρά μια πληροφορία (για την άσκηση κοινωνικής επιρροής με τη χρήση γλωσσικών μηνυμάτων) ανάμεσα σε άτομα και ομάδες (κοινωνική επικοινωνία) Και ενώ οι κοινωνικοί επιστήμονες διαφωνούν για τον ακριβή ορισμό της επικοινωνίας όλοι συμφωνούν και αποδέχονται την σημασία της

για την αλληλεπίδραση των συντελεστών της επικοινωνίας και τα αποτελέσματα της στην περαιτέρω καθοδήγηση του παραλήπτη.

**Η σημασία της χρήσης κατάλληλων λέξεων στην επικοινωνία συνδέεται με την πλήρη κατανόηση τους από τον παραλήπτη. Η έννοια των λέξεων πρέπει στον μεγαλύτερο βαθμό να απεικονίζει την σκέψη και την εμπειρία του αποστολέα προσφέροντας μια εικόνα (image) αποδοχής από τον παραλήπτη.**

Ο αποστολέας μηνυμάτων σε μια διαδικασία επικοινωνίας έχει ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα, να προσελκύσει την προσοχή του Κοινού σε ό,τι έχει σχέση με την κάλυψη των απαιτήσεων του και την αναγνώριση συγκεκριμένων αξιών Η προσοχή αυτή κερδίζεται, όταν χρησιμοποιούνται ολοκληρωμένα σύμβολα, τα οποία έχουν αποκτήσει ήδη την εύνοια του και αποτελούν και μέρος στην περιγραφή του χαρακτήρα του.

Ο Jean Piaget υπογραμμίζει την σημασία του λόγου ως λόγου κοινωνικής προσαρμογής, που απαιτεί την κατανόηση και την αποδοχή του από μέρους του παραλήπτη των συμβόλων-λέξεων με στόχο την επικοινωνιακή προσαρμογή του με τον αποστολέα. Είναι ουσιώδες για τον παραλήπτη ενός μηνύματος να γνωρίζει εάν το ίδιο το μήνυμα έχει μια δυναμική ή αποτελεί απλά μια έκφραση ενός συγκεκριμένου προσανατολισμού. Η ανάγκη του αποστολέα ως προσδοκία να τύχει ανταπόκρισης από τον παραλήπτη στο πλαίσιο επικοινωνίας, του καλύπτει και την πρόθεση να γίνει σαφής για να τον κατανοήσει πλήρως.

*«Ανάμεσα σε πολλές ομάδες η γλώσσα, που κατανοείται σε μια επικοινωνία, είναι αυτή που εδραιώνει δεσμούς εκτός από την ανταλλαγή ιδεών ή την προτροπή για δράση»*[246]

Οι λέξεις πρέπει να είναι κοινωνικού περιεχομένου, κοινής χρήσης και συνήθεις για να αφομοιωθούν σαν έννοιες. Βέβαια υπάρχει και η εξαίρεση, που αναφέρεται στις περιπτώσεις εκείνες, που οι εμπειρίες δεν εκφράζονται με λέξεις. Πρόκειται για τις εμπειρίες τη; παιδικής ηλικίας, που το άτομο βιώνει συναισθήματα και δεν μπορεί να εκφράσει έννοιες με λέξεις. Πολλές από τις λέξεις έχουν απλά πληροφοριακό χαρακτήρα ενώ άλλες χρησιμοποιούνται με πρόθεση να εκφράσουν ή να εγείρουν αισθήματα που μπορούν να ονομαστούν **«συναισθηματικές λέξεις, σύμβολα (affective).** Αυτές είναι εκείνες που στη διαδικασία της επικοινωνίας παράλληλα έχουν την ιδιότητα των **«υπαινικτικών (connotative)» και «εντατικών (intentional)»** λέξεων.[247]

Οι λέξεις ως προς την ποιότητα τους διακρίνονται για την **χαρακτηριστική έννοια**, που περιέχουν ή **τους υπαινιγμούς**, που υπονοούν, **την έκταση και την ένταση**, που υποδηλώνουν. Στην πρώτη περίπτωση η χαρακτηριστική ιδιότητα αναφέρεται σε αντικειμενικές εκτιμήσεις ενώ ο υπαινιγμός αναφέρεται τις περισσότερες φορές σε υποκειμενική κρίση. Στη δεύτερη περίπτωση η έκταση μιας έννοιας είναι συνάρτηση της ερμηνείας όχι από πολλές λέξεις αλλά από τις ιδιότητες ή τα αντικείμενα, στα οποία οι λέξεις αναφέρονται (και ακόμα στην εικόνα (image) που έχει προσδώσει σε αυτές ο αποστολέας). Τέλος η ένταση είναι συνάρτηση ερμηνείας από πολλές λέξεις.

**Οι έννοιες των λέξεων συνδέονται με συμβολισμούς, συσχετισμούς και υπονοούμενα**. Ακόμα και η ίδια λέξη κάτω από διαφορετικές περιστάσεις για διαφορετικούς ανθρώπους υπονοεί διαφορετικές έννοιες. Η επιρροή που ασκούν οι συγκεκριμένες λέξεις δεν έχει μόνο ως στόχο την ενδυνάμωση ή την εξασθένηση του γνήσιου χαρακτήρα του συμβολισμού αλλά την αύξηση και ενίσχυση ολόκληρης της ομάδος συμβόλων για την πραγματοποίηση του τελικού στόχου του μηνύματος. Δεδομένου δε ότι όλοι οι συμβολισμοί σε ένα μήνυμα δεν προσδιορίζονται κατά την διάρκεια της λειτουργίας, διαφορετικές λειτουργίες αναπτύσσουν και δημιουργούν διαφορετικές ομάδες συμβόλων, που η κάθε μια έχει διαφορετικές επιδράσεις ή στόχους.

**Στην περίπτωση της ε/φ τελικός στόχος του αποστολέα είναι μέσα από τις επιρροές της να κατευθύνει τις αποφάσεις του αναγνώστη κατανοώντας και αποδεχόμενος τις κατηγορίες αξιών που προβάλλονται και μέσα από** λέξεις οι συχνά έχουν **αποδειχθεί, ότι αποτελούν έννοιες και άλλου group συμβόλων.**

Για να μετρήσουν την σημαντικότητα των υπαινιγμών οι Osgood, Suci και Tannenbaum (1957), χρησιμοποιούν αριθμό κλιμάκων διαμορφωμένων με διπολικά επίθετα, «**semantic deferential**[248] που καλύπτουν τρεις συντελεστές: **την αποτελεσματικότητα, την ζωτικότητα-δραστηριότητα και την αξιολόγηση.**

**Η γλώσσα ως εργαλείο δημιουργεί εντυπώσεις και γίνεται «επιδέξιος χειρισμός» συμβόλων πολλές φορές όργανο προπαγανδιστών, που παρουσιάζουν επιλεγμένες πληροφορίες προς όφελος τους για να επηρεάσουν στάσεις και συμπεριφορά.**

Αριθμοί μελετών γύρο από τη γνώση και τη μάθηση έχουν οδηγήσει στη διαπίστωση, πως κάθε **νέα εμπειρία που το άτομο ζει, έχει επηρεαστεί από τις εμπειρίες εκείνες, οι οποίες έχουν προηγηθεί. Η καινούργια γνώση ταυτίζεται και αφομοιώνεται με**

**τις παλαιές. Τα νέα γεγονότα προσλαμβάνουν χρώμα και έννοια από τις ήδη εδραιωμένες προσδοκίες και πεποιθήσεις. Επιπλέον οι στάσεις με συναισθηματικό χαρακτήρα είναι οι πλέον έντονες και αποτελούν ανεξιχνίαστες και διαρκείς απόψεις των εμπειριών κάθε ατόμου.**

Ο Borchers βρήκε διαφορές μεταξύ των στοιχείων των προφορικού και γραπτού λόγου στο μέγεθος των προτάσεων, στην χρήση του αριθμού των ρημάτων.

Παράλληλα ο De Vito στο έργο του «Levels of Abstraction in Spoken and Written Language», αναφέρει, ότι τα γραπτά κείμενα περιέχουν μεγαλύτερο αριθμό διαφορετικών λέξεων, δύσκολων λέξεων, απλών προτάσεων, **μεγαλύτερη αφθονία και πυκνότητα ιδεών**. Οι λέξεις είναι πλέον βασικές ενώσεις της γλώσσας, που περιέχουν κάποιες έννοιες και αποτελούν σημαντικές σημασιολογικές μονάδες της γλώσσας. Σε κάθε γλώσσα υπάρχουν οι λέξεις που είναι γραμμένες σύμφωνα με το αλφαβητάριο της και εκφράζουν-συμβολίζουν σκέψεις αντιπροσωπεύοντας πράγματα και πράξεις [249]

Το μέγεθος του λεξιλογίου της αγγλικής γλώσσας είναι πολύ μεγαλύτερο από αυτό, που χρησιμοποιείται. Ευρύ λεξιλόγιο προσφέρει μεγαλύτερες ευκαιρίες επιλογής χειρισμών και μεγαλύτερη πειστική επιρροή.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις ειδικών η αγγλική γλώσσα περιέχει από 50.000 έως 100.000 λέξεις. Ο μέσος αμερικανός γνωρίζει περίπου 35.000 λέξεις αλλά σε κάθε δέκα λέξεις, που την έννοια τους αναγνωρίζει μόνο μία από αυτές χρησιμοποιεί λειτουργικά στο δικό του λεξιλόγιο.[250]

Στην αγγλική γλώσσα υπάρχουν ιδιωματικές εκφράσεις, όροι της καθομιλουμένης και σχήματα λόγου που παρουσιάζονται και υποβοηθούν τον γραπτό και προφορικό λόγο, που από την απλή ενημέρωση μέχρι την επίδραση στην σκέψη.

Ο Rudolph Flesch[251] στο έργο του «The Art of Readable Writing», αναφέρεται στην πολυπλοκότητα των λέξεων, στο μέγεθος των προτάσεων που τις περιλαμβάνουν αλλά και στο είδος των ανθρωπίνων ενδιαφερόντων έτσι όπως προσδιορίζονται από την χρήση προσωπικών αντωνυμιών και άλλων στοιχείων του λόγου

***Οι λέξεις αποτελούν την υψηλότερη μορφή επικοινωνίας. Λέξεις είναι ήχοι, που έχουν συγκεκριμένη έννοια, σχήματα φυσικών γεγονότων.»***[252]

- ***ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ Η ΜΟΡΦΗ (STYLE)***

Δεν υπάρχει οπωσδήποτε σχέση μεταξύ του συμβόλου και του πράγματος που το εκπροσωπεί. Η ισχύς και εγκυρότητα ενός συμβολαίου έγκειται μόνο στην συμφωνία των ατόμων, τα οποία επικοινωνούν μεταξύ τους και το χρησιμοποιούν. Αυτό δεν είναι πάντοτε εύκολο να κατανοηθεί, δεδομένου ότι οι περισσότεροι άνθρωποι έχουν αποκτήσει εμπειρίες για ένα περιορισμένο αριθμό προσφερομένων συμβόλων σε σχέση με ένα συγκεκριμένο πράγμα στη διαδρομή της κοινωνικοποίησης τους. Εξαιτίας δε των περιορισμένων αυτών εμπειριών τα άτομα τείνουν να πιστέψουν ότι προσωπικές εμπειρίες έχουν είναι αναγκαίες και σωστές.

**Η αναφορά σε σύμβολα συμπεριλαμβάνει την ουσιαστική έννοια των στάσεων, αξιών και άλλων κύριων συστατικών του χώρου της ψυχολογίας. Ο συμβολισμός μαζί με την παράδοση, την ένταξη και ενσωμάτωση αποτελεί ένα από τα κύρια και ουσιώδη χαρακτηριστικά του πολιτισμού, η μορφή του οποίου μπορεί να είναι σαφής, όταν αναφέρεται απευθείας στην παρατηρούμενη συμπεριφορά και γενικά στα εκτεταμένα μοντέλα της ζωής αλλά και τα υπονοούμενα και ανέκφραστα επίπεδα των στάσεων.**

Σχετική έρευνα της Marian Radke, που αναφέρεται στην επίδραση των λέξεων στις στάσεις,[253] δείχνει ότι μικροί μαθητές κάτω από την επιρροή συγκεκριμένων λέξεων είχαν κάποτε διαμορφώσει μια στάση απέναντι στους Εβραίους και τους Μαύρους χωρίς οι ίδιοι να γνωρίζουν τις ομάδες αυτών των ανθρώπων.

***Η γλώσσα και η μορφή (style), η στενή σχέση των οποίων είναι δεδομένη, παίζουν σημαντικό ρόλο για την αποδοχή και αποτελεσματικότητα των μηνυμάτων εκ μέρους του παραλήπτη.*** Μια αλλαγή στο style θα επιφέρει αλλαγή στην έννοια του περιεχομένου, ενώ μια αλλαγή στην διάταξη των λέξεων, αύξηση ή ελάττωση στοιχείων της γλώσσας, θα είναι αλλαγή περισσότερο στο style παρά στο περιεχόμενο.

Η μελέτη του S. S. Sargen[254] δείχνει αντικειμενικά την χρήση λέξεων, που η επιλογή τους φανερώνει επιρροές στις ε/φ Chicago Tribune και N. Y. Times (radical αριστερός-progressive προοδευτικός, regimentation αυστηρή πειθαρχία-regulation έλεγχος, alien διαφορετικός περιθωριακός-foreigner αλλοδαπός).

**Η γλώσσα και το style, όπως θα διαπιστώσει ο αποστολέας ενός μηνύματος, αποτελούν δύναμη μέσα σε ένα κείμενο και επιλέγονται κατά περίπτωση τους ανάλογα με το είδος του medium.**

Η χρήση κατάλληλων λέξεων στην επικοινωνία συνδέεται με την πλήρη κατανόηση τους από μέρους του παραλήπτη. Η έννοια των λέξεων πρέπει στον μεγαλύτερο βαθμό να απεικονίζει την σκέψη και την εμπειρία του αποστολέα προσφέροντας ένα image για αποδοχή στον παραλήπτη. Ο κατάλληλος σχεδιασμός στην διαμόρφωση της επικοινωνίας κατά στάδια που ικανοποιούν τον αποδέκτη συντελεί στην απόκρυψη πραγματικών γεγονότων και στην πιθανή διαστρέβλωση της αλήθειας. [255]

Η πρόθεση και η εικόνα που καλλιεργείται (image) από μέρους του αποστολέα κατά περίπτωση καθορίζουν τι αυτός επιλέγει για να επικοινωνήσει με αποτέλεσμα να αναπτύσσεται και η δυνατότητα διαστρέβλωσης κατά την αποδοχή. Ο τρόπος με τον οποίο θα αξιολογηθεί στην συνέχεια το περιεχόμενο του προϊόντος της επικοινωνίας εξαρτάται από τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα, που κατευθύνουν την αντίδραση του παραλήπτη. Εάν αυτός επιθυμεί, θα αξιολογήσει την ακρίβεια και την εγκυρότητα της είδησης.

Η τεχνική των εξειδικευμένων (experts) της επικοινωνίας πρέπει να παίρνει την απόχρωση της ιδεολογίας της ομάδας που συμμετέχει με τα κατάλληλα σύμβολα, πριν από την εμφάνιση του κύριου γεγονότος, αφού η ιδεολογία αποτελεί αναγκαία γέφυρα επικοινωνίας.

Όταν χρησιμοποιούνται συγκεκριμένες λέξεις κατ΄επανάληψη που έχουν ταυτότητα και είναι γνωστές στο Κοινό, τότε οι λέξεις αυτές γίνονται slogans, γίνονται λέξεις «κλειδιά». Η επιρροή της γλώσσας στην σκέψη απασχόλησε τον ανθρωπολόγο Sapir (1912, 1921) και στην συνέχεια τον Whorf (1956), που κατέληξαν στην διατύπωση του όρου **«γλωσσολογική σχετικότητα» (linguistic relativity)**, έννοια σχετική με την ύπαρξη πνευματικής-πολιτιστικής επίδρασης στις ψυχολογικές διαδικασίες μέσω της γλώσσας. Κατά τον Sapir οι διαφορετικές γλώσσες που χρησιμοποιούν διαφορετικές κατηγορίες σύνταξης ερμηνεύονται από άτομα-μέλη διαφόρων ομάδων με διαφορετικό πλαίσιο λέξεων σύμφωνα με τους κανόνες της δικής τους γλώσσας.

Οι Brown και Lenneberg (1958) υπογραμμίζουν ότι η χροιά της λέξης πολύ ευκολότερα διαφοροποιείται και φυλάσσεται στη μνήμη, όταν ο χρωματισμός μπορεί να κωδικοποιηθεί. Οι ίδιοι οι ερευνητές μαζί με τους Carroll Casagrade (1958), Doob (1960), Flavell (1958), Johnson (1962), Maclay (1956) αποκαλύπτουν ότι οι «γλωσσολογικές μεταβλητές» έχουν έναν ενεργό ρόλο στις ψυχολογικές διαδικασίες, όπως είναι η διάκριση και διαφοροποίηση της χροιάς αλλά και στον σχηματισμό

εννοιών. Οι πληροφορίες που παρέχουν οι δημοσιογράφοι μέσα από τις στήλες των ε/φ στηρίζονται στη χρήση λέξεων που πλαισιώνουν επιλεγμένα φαινόμενα, γεγονότα με κατάλληλο τρόπο για να επηρεάσουν την στάση των αναγνωστών σχετικά με αυτά. Ο Stick (1973)[256] αναφέρεται στις ομοιότητες και διαφορές στο style των δημοσιεύσεων του Τύπου των χωρών της ανατολικής Ευρώπης και δίνει έμφαση στην εικόνα (image) γύρο από τον κόσμο που παρουσιάζεται μέσα από την είδηση και εντυπώνεται στον αναγνώστη. Αυτό το image που διαπιστώνεται, επηρεάζει την στάση του απέναντι στην πραγματικότητα, μέσα από λέξεις και αποτελεί και βασικό παράγοντα του εκπαιδευτικού ρόλου, που προσφέρει ο Τύπος.

- ***ΟΙ ΛΕΞΕΙΣ «ΚΛΕΙΔΙΑ»***

Λαμβανομένης υπόψη της σημασίας που παίζουν οι λέξεις και οι έννοιες που περικλείουν στην ανάγνωση και κατανόηση του κειμένου μιας ε/φ, κατά τη διάρκεια της έρευνας μας στα άρθρα των Times την περίοδο 1991-94 προσπαθήσαμε να αναγνωρίσουμε τις περισσότερες από αυτές μέσα από τις ειδήσεις, αφού η χρήση τους είχε στόχο κυρίως να ευαισθητοποιήσουν αλλά και να πληροφορήσουν τους αναγνώστες για τις σχετικές εξελίξεις (εσωτερική και εξωτερική πολιτική) στην Αλβανία.

Τις λέξεις αυτές τις κατατάξαμε σε τρεις κατηγορίες ανάλογα με την υφή τους: ***Ιδεολογικού-πολιτικού περιεχομένου, οικονομικού περιεχομένου*** και ***κοινωνικού περιεχομένου.***

Οι περισσότερες από τις λέξεις εμφανίζονται με τη μορφή κλισέ αλλά και με πολλά συνώνυμα, που αποδίδουν και επαναλαμβάνουν ακριβώς τις ίδιες έννοιες μέσα από ουσιαστικά, επίθετα, ρήματα

Η σημασία των λέξεων είναι καταλυτική για τους αναγνώστες των Times βάσει των παραδοσιακών αξιών και των ιδεολογικών θέσεων, που χαρακτηρίζουν τους Αμερικανούς, όπως διαπιστώνεται από τις επισημάνσεις μας στο Κεφάλαιο «Ιδεολογία και Αξίες»

Στην κατάταξη ελήφθησαν υπόψη και άλλα άρθρα της ε/φ Times, που αναφερόμενα κατά καιρούς σε θέματα χειρισμών της εξωτερικής πολιτικής της αμερικανικής κυβέρνησης χρησιμοποίησαν τέτοιες λέξεις. Παράλληλα οδηγός για την κατάταξη απετέλεσε και η ερμηνεία των λέξεων με βάση το αμερικανικό λεξικό **Webster's (New**

**World Dictionary».of the American Language Second College Edition, David B. Guralnik, Editor in Chief, World Publishing, Times Mirror, New York, 1968)** και η ανάλυση του ειδικού πολιτικού λεξιλογίου (που στην κατάταξη δίδουν ερμηνεία που χαρακτηρίζεται με το *), το οποίο επιμελήθηκε στο βιβλίο του ο «ριζοσπαστικός» συγγραφέας **Edward S. Herman,** με τίτλο **«Beyond Hypocrisy», (doublespeak Dictionary, Decoding the News in an Age of Propaganda, Matt Wuerker (illustrations), South End Press, Boston, 1992).** Επίσης στην κατάταξη χρησιμοποιήθηκε και το λεξικό της ελληνικής έκδοσης **«Hyper Lexicon» (English-Greek, Greek-English, Εκδόσεις Σταφυλίδη, Αθήνα).**

Η αναφορά μας και σε ξενόγλωσσους ερμηνευτικούς όρους (στην Αγγλική) κρίθηκε σκόπιμη, προκειμένου να φανεί η επίδραση που ασκείται από τις συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά, στον αναγνώστη, όταν αυτός επιχειρεί να αποκωδικοποιήσει τα μηνύματα που του αποστέλλουν.

**Κατάταξη και ερμηνεία λέξεων «κλειδιών» στα κείμενα των Times 1991-94**

**Λέξεις Ιδεολογικού-Πολιτικού περιεχομένου:**

**-Communism, communist** κομμουνιστικός. (Supporter, advocate of communism).

The form of government in the USSR, a one-party political structure, an emphasis on the requirements of the state rather than on individual liberties, state planning and control of the economy, classless and stateless society and the equal distribution of economic goods, to be achieved by revolutionary and dictatorial rather than gradualistic

***The totalitarianism of the countries outside the Free World, Junta.***

**-Marxist-Leninist**

***Designation of a government. (Marxist indicating its dogmatic left tendency, Leninist pointing to a Moscow link)***

**-Fascist, fascism** ολοκληρωτικός, αυταρχικός. (A person who believes and practices fascism).

-**Dictator** δικτάτωρ. (Ruler of absolute power, (or authority), who exercises it tyrannically).

-**Stalinist, stalinism** σταλινικός. (Stalin) general secretary of Communist party of USSR.

-**Omnipotent regime** παντοδύναμο καθεστώς. (Having unlimited power or authority).

-**Tyranny** τυραννία. (Despotism, rigor, very cruel and unjust).

-**Rigid regime** άκαμπτο, αλύγιστο καθεστώς.( Strict, hard, metal).

-**Despotic rule** δεσποτική κυβέρνηση. (Autocratic, tyrannical to have supreme authority)

-**Parties** κόμματα. (Organized political groups.)
***Businesses serving investors in Legislation***

-**Defense (self-Defense)** υπεράσπιση. (The act or power of defending). ***US closest allies.***

Συνώνυμα
***Military units,***
***hard-line communist,***
***stalinist rule,***
***communist seize,***
***communist government,***
***communist control,***
***ruled by Envert Holxa,***
***stalinist majority,***
***entrenched communist party,***
***monopoly power,***

*security forces,*

*communist docrine,*

*Marxist-Leninist,*

*monolithic, totalitarian party,*

*militant regime,*

*communist strength,*

*stalinist legacy,*

*bastion of communism,*

*communist control,*

*orthodox communism,*

*loyalty of Holxa,*

*stalinist fashion,*

*socialist realism,*

*communist overwhelming,*

*stalinist stronghold,*

*marxist endorsement,*

*stalinist founder,*

*stalinist majority,*

*Russian personnel,*

*communist incumber,*

*communist dominoes,*

*ruling communist elite,*

*stalinist control,*

*soviet power,*

*socialist order,*

*Marxist dogma,*

*stalinist repression,*

*brutal rule,*

*outlaw party.*

Λέξεις Οικονομικού περιεχομένου

**-Poor country** φτωχή χώρα. (Having little, lacking material, impoverished, needy, lacking productivity, characterized by poverty). ***Lacking in get up-and-go***

**-Jobless** χωρίς εργασία. (Unemployed, without a job, not action of doing a task).

**-No-bread-no milk** στερήσεις. (No money, no goods, (the means of living).

**-Free World** μη-κομμουνιστικές χώρες. (Governments that do not impose arbitrary restrictions, having liberty).
**** The group of countries that maintain a door open to private foreign investment.***

**-(No farmer) supplies** προμήθειες. (To meet the needs or requirements, an amount or quality available for use).

**-Foreign aid** ξένη βοήθεια. (Having to do with the (economic) relations of one country to another.)
****Welfare payments made to Third World leaders to help them bail out their sinking economies, fund the level of repression needed for their survival, and to arrange for their possible retirements [under better conditions of life].***

**-Aid** βοήθεια, υποστήριξη. (Payment in money.)
**Help in selling ] US] goods abroad.*

**-[Low] standard of living** χαμηλό επίπεδο ζωής. (Inadequacy of necessities and comforts in daily life.)

**-[verge of] Collapse** χείλος κατάρρευσης. [Edge of] falling down to pieces, breaking down suddenly

**-Backward economy**, υπανάπτυκτη, οπιστοδρομική οικονομία. (Retarded, late in developing or growing, slow.)

**-Financial change**, χρηματοοικονομική αλλαγή.(Change of the financial affairs (money resources, income).

**-Chaos** χάος. (Extreme confusion or disorder.)

**-Suppression** καταστολή. (The mechanism by which unacceptable ideas are suppressed.)

**-Grim [ picture]** αποτρόπαιη, τρομαχτική. (Savage, cruel.)

**-Privatization** μεταφορά από το δημόσιο τομέα στον ιδιωτικό. (The lost or absence of some quality or condition.)

**** Disposing of public sector assets at low prices and high sales commissions to powerful groups and individuals who generously supported the ruling party's last election campaign. It provides short-run cash windfalls to the government, while weakening its power and its cash flows in the years to come. In the Third World, a means of making valuable assets available to First World creditors and investors at fire prices in a situation of virtual state bankruptcy***

**-Land reform** αναμόρφωση της γης. (The redistribution of agricultural land by breaking up large landholdings and apportioning shares to small farmers, peasants )

**** Generally, redistributing the land of inactive and absentee landlords to those working the soil.***

**-Market**, αγορά, διαδικασία προώθησης προϊόντων. (To send or take to market )

**** A western totem, according to which life is best and perhaps exclusively organized around the private search for gain.***

**-Modernization** εκσυγχρονισμός. (Design methods )

**** The replacement to old, the need to keep production lines rolling.***

**-Need** ανάγκη (urgent requirement of something essential or desirable).

**** A good service offered for sale.***

-**Development** ανάπτυξη, αξιοποίηση. (A step or stage in growth.)

**Putting to profitable use, exploration.*

Συνώνυμα

***Poverty of the people,***

***economic initiatives,***

***poorest in Europe,***

***assistance in investments,***

***barring foreign loans,***

***Albanian hunger,***

***free market reforms,***

***economic tragedy,***

***lack of work,***

***no paid,***

***ruin economy,***

***no land, inequalities,***

***wretchedly poor,***

***peasants destitution,***

***Mass migration,***

***badly shaken economy,***

***needs,***

***turbulence,***

***financial change,***

***no property,***

***ameliorate food shortage,***

***lack of housing,***

***hunger strikes,***

***no sources,***

***squalor,***

***economic aid,***

***bad economic conditions,***

***no money-no hope,***

***joint world economy,***

***economic stability.***

**Λέξεις Κοινωνικού περιεχομένου.**

**-Human rights** ανθρώπινα δικαιώματα. (Having or showing qualities of life.)

**-Gunfire** πυροβολισμός. (The firing of a gun or guns.)

**-Clashes** συγκρούσεις. (To come into conflict.)

**-Uprising** εξέγερση. (An outbreak against a government, rebellion.)

**-Threat** απειλή. (Intimidation, painful pressure, an indication of imminent danger.)

**-Wound** τραυματισμός. (An injury to the body.)

**-Demand** απαίτηση, διεκδίκηση (To ask for as a right, the act of demanding, to ask to know to be informed.)

**-Progress** πρόοδος.( Improvement, to a higher or better state.)

**** Displacement, also movement toward reform.***

**-Democracy** δημοκρατία. (The principle of equality of rights, government in which the people hold the ruling power.)

**** A system that allows the people to vote for their leaders from among a set cleared by the political investment community. In application to the Third World, it means rule by an elite that understands our interests and needs.***

**-Multiparty elections** πολυκομματικές, ελεύθερες εκλογές. (A choosing or being chosen for office by vote.)

****A circus held in a client state to assure the population of the home country that their intrusion is well-received. The results are guaranteed by an adequate supply of bullets, provided in advance..A post-pacification election .in which the «hearts and minds» of the survivors are shown to have been won over by the force of pure reason.***

**-Freedom** ελευθερία. (The state or quality of being free, exemption or liberation from the control of some other persons, civil or political liberty.)

** Non-communist, good.*

-**Refugees** φυγάδες. (Persons who flee from their home or country to seek refuge elsewhere in a time of war, political persecution )

-**Violence** βία. (Physical force used so as to injure, damage, or destroy, extreme roughness of action.)
***Force employed ineffectually, on a small scale, and without official sanction.***

-**Prison** φυλακή. (A place where persons are confined.)

-**Fear** φόβος. (Pain, peril, evil, feeling of anxiety.)

-**Religion** θρησκεία. (Holiness, a system of religious belief, worship, any system of beliefs, practices, ethical values.)

-**Pluralism** πλουραλισμός. (The quality or condition of being plural, or existing in more than one, policy of favoring the preservation of ethnic origin.)

-**Harass** ταλαιπωρώ. (To trouble, to worry.)

-**Young punishment** τιμωρία νέων. (To treat harshly, a penalty imposed on an offender of wrong-doing.)

-**Constitution** Σύνταγμα, συνταγματική επιταγή. (The way in which a government, state, society is organized, make up, authorization.)

-**Anarchy** αναρχία. (Complete absence of government, political disorder.) ***Protest again established authority clearly beneficial to [US] interest.***

-**Peace process**, διαδικασία προς ειρηνική διευθέτηση. (Freedom from public disturbance or disorder.)

** Whatever the US government happens to be doing or supporting in an area of conflict at the moment*

-**Stability**, σταθερότητα. (# Resistance to change, the state of being stable.)
**Political and economic conditions that satisfy the US interest*

-**Security forces**, δυνάμεις ασφαλείας. (Forces to provide security or defense against attack.)
** Armed forces under government command whose function is to provide the popular with security.*

-**Independent**, ανεξάρτητος. (Free from the rule of another.)
** Allies with us (USA).*

-**Isolationism**, απομόνωση. (One who opposes the involvement of his country in international alliances.)
** Internal opposition to a country's unprovoked assault on another country*

-**Protest**, διαμαρτυρία. (Objection, to express disapproval.)
**A public appeal to ones' fellow citizens to alter a line of policy.*

-**Shelter**, καταφύγιο (A place of safety that one flees to..)
**Civilians seeking protection from attacks.*

Συνώνυμα
*Strikes, migration,*
*better life,*
*horrify,*
*democratic*
*transformation,*
*offense,*
*political opponets,*
*public order,*

*victory of moderation,*

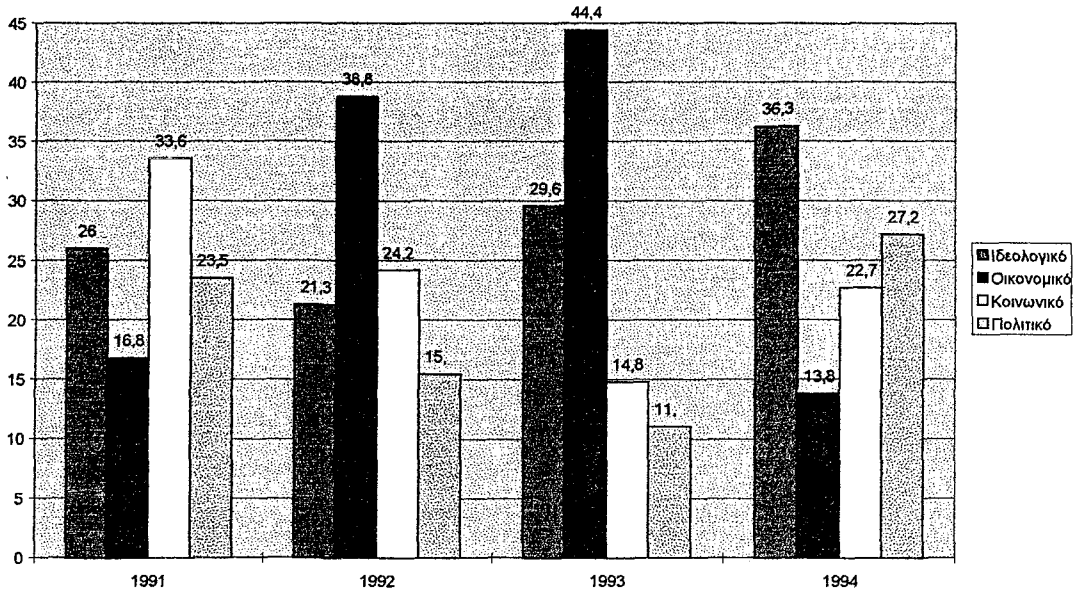
*better life,*

*national unity,*

*intimidation,*

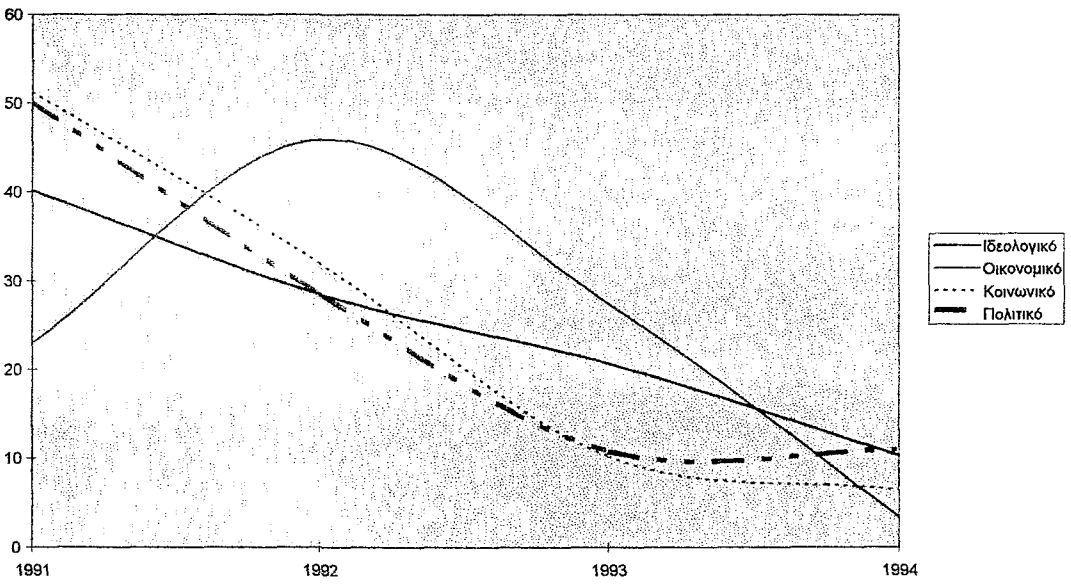
*stem.*

Ποσοστό Χρησιμοποίησης Λέξεων-Κλειδιών ανά Έτος




Γραφική παράσταση της χρήσης των λέξεων-κλειδιών την τετραετία 1991-94 από τους Times. Η στήλη που αναφέρεται σε λέξεις οικονομικού περιεχομένου, στην γραφική παράσταση, δεν περιλαμβάνει λέξεις τετριμμένων-καθημερινών οικονομικών με την στενή έννοια αλλά λέξεις ιδεολογικής σημασίας και υπόβαθρου.

Συχνότητα Λέξεων-Κλειδιών στην διάρκεια του χρόνου




Κοινή διαπίστωση, ότι οι ανταποκριτές με το πέρασμα των ετών χρησιμοποιούν όλο και λιγότερες λέξεις -κλειδιά.

• *ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ*

Η χρησιμοποίηση ευφημισμών, στόμφου και λογοτεχνικών σχημάτων αναπτύσσει μια ζωντανή και ουσιώδη αίσθηση **διαβεβαίωσης και εγγύησης**. Οι πολιτικοί δημοσιογράφοι και σχολιαστές χρησιμοποιούν με μεγάλη προσοχή συγκεκριμένες λέξεις και αποφεύγουν κάποιες άλλες ανάλογα με την εικόνα (image), που θέλουν να περάσουν στον αναγνώστη.

[Κατά τη διάρκεια της προεδρίας του Ford, όταν η λέξη *«detente (εκτόνωση-ύφεση)»* δεν χρησιμοποιείται λόγω του πιθανού συνδυασμού της -από τον αναγνώστη- με μια έννοια διαφιλονικούμενης και αμφιλεγόμενης πολιτικής, ενώ κατά την περίοδο του προέδρου Carter υπάρχουν συνεχείς αναφορές στην λέξη *«terrorists (τρομοκράτες)»* σχετικά με το Ιράν (κατάληψη της αμερικανικής πρεσβείας) Επί διοικήσεως Reagan επίσης οι [πρώην] Σοβιετικοί παίρνουν τον χαρακτηρισμό των *«murderers (δολοφόνων)»* (κατάρριψη κορεατικού αεροσκάφους) ]

**Οι ευφημισμοί** συντελούν στον καθορισμό καταστάσεων και στην παρουσίαση και αξιολόγηση γεγονότων. **Στομφώδεις λέξεις** επιχειρούν να μεγαλοποιήσουν και να δώσουν μια υπερβολή σε μια υποκειμενική εμπειρία.

[Κατά την περίοδο προεκλογικών αναμετρήσεων οι αμερικανοί δημοσιογράφοι αναφέρονται σε *«war on crime (καταπολέμηση του εγκλήματος)»* και *«war poverty (*καταπολέμηση *της φτώχειας)»* προσδίδοντας έναν βαθμό σοβαρότητας, προτεραιότητας και πρόθεσης εκ μέρους κάποιου υποψηφίου [257]

**Η ετικέτα σε κρίσιμα προβλήματα επιστρατεύει την υποστήριξη των πολιτών, η αναφορά στα εθνικά αγαθά και την αυτοθυσία προκαλεί συνεργασία-συμπαράσταση, περιορίζει την ελεύθερη επιλογή και γενικότερα επηρεάζει την συμπεριφορά των αναγνωστών.**

Οι δημοσιογράφοι αφηγούνται και ερμηνεύουν κατ' εκτίμηση τα κίνητρα ή τις συνέπειες των πολιτικών πρωταγωνιστών των γεγονότων στην προσπάθεια τους να ανταποκριθούν σε ανάλογες απαιτήσεις, που πολλές φορές ικανοποιούνται με το «μελόδραμα» (στομφώδης έκφραση). Οι μελοδραματικές παραστάσεις που συνδέονται με ανοησία, αχρειότητα, ή ήρωες δεν συνηθίζονται τόσο συχνά.

Τα μοτίβα (themes), που χρησιμοποιούνται για να σκιαγραφήσουν τις περισσότερες ιστορίες έχουν σταθερά τα στοιχεία: ***«του θριάμβου του ατόμου απέναντι στην ατυχία», «της νίκης του δικαίου απέναντι στην κακία», «την απελευθέρωση του***

***ατόμου μέσα από την ανανέωση και βελτίωση» και « την επιβράβευση της ανδρείας και του ηρωισμού».***

Το κυρίαρχο στοιχείο στην διάχυση πολιτικών ειδήσεων είναι πως η ενημέρωση φαίνεται σημαντικότερη από την κατανόηση και το «πως σκέπτεται κανείς» σπουδαιότερο από το « τι σκέπτεται».

Παρόλο λοιπόν ότι οι New York Times διακηρύσσουν ***«All the News that's Fit to Print»***, δεν φαίνεται να υπάρχουν πολλά περιθώρια να πραγματοποιήσουν ακριβώς αυτό. Το ζήτημα δεν τίθεται μόνο για το είδος του γεγονότος που αναφέρεται αλλά εάν αυτό ικανοποιεί τον εκδότη. Η κατεύθυνση του (προς ποιους απευθύνεται) είναι το κριτήριο **«της καταλληλότητας»** αναφοράς του.

Κατά τον Bathes [16] η εξιστόρηση ενός γεγονότος είναι μια παρουσίαση, με την οποία σύμβολα (λέξεις) έχουν ως προς την κουλτούρα και ως προ τη δομή συνάφεια. Είναι προσπάθεια περιγραφής ενός πολιτιστικού πλαισίου συγκεκριμένων ανθρωπίνων πράξεων, ή περιστατικών, που η δομική τους προοπτική συνδέεται με την γλώσσα.

Στην αρθρογραφία της ε/φ New York Times στο χρονικό διάστημα της έρευνας μας εξετάστηκε και το ενδεχόμενο χρησιμοποίησης λογοτεχνικών σχημάτων (λογοτεχνική επιρροή) μέσα από ένα σχεδιασμό ύφους γραφής διατυπωμένο μέσα σε κείμενα μηνυμάτων, που στοχεύουν στην πληροφόρηση του αναγνωστικού Κοινού και στην τελική ευαισθητοποίηση του.

Όπως διαπιστώνεται από το Κεφάλαιο Ιδεολογία για κάθε αξία που αναφέρει ο αποστολέας χρησιμοποιείται ένας τύπος γραφής για να πληροφορήσει όχι μόνο απλά τον αναγνώστη, αλλά και να τον αφυπνίσει ή να του μεταδώσει μια δραματική γεύση των γεγονότων.

**Λογοτεχνική επιρροή. Πίνακας Νο 1**

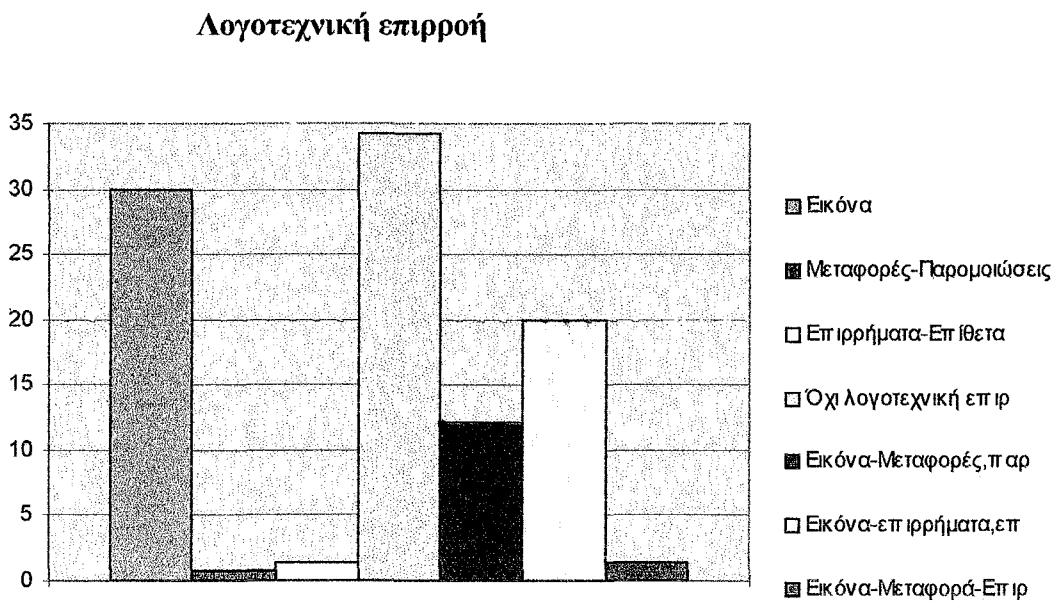
| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Perce |
|---|---|---|---|---|---|
| Εικόνες | 1 | 42 | 29,8 | 30,0 | 3( |
| Μεταφορές-Παρομοιώσεις | 2 | 1 | 0,7 | 0,7 | 3( |
| Επίθετα-Επιρρήματα | 3 | 2 | 1,4 | 1,4 | 3: |
| Μη λογοτεχνική επιρροή | 4 | 48 | 34,0 | 34,3 | 6( |
| Εικόνες-Μεταφορές-Παρομοιώσεις | 5 | 17 | 12,1 | 12,1 | 7{ |
| Εικόνες-Επίθετα-Επιρ/τα | 6 | 28 | 19,9 | 20,0 | 9{ |
| Εικόνες-Μεταφορές-Επιρ/τα | 7 | 2 | 1,4 | 1,4 | 10( |
| | | 1 | 0,7 | Missing | |
| | **Total** | **141** | | **100,0** | **10( |

Valid cases 140 Missing cases 1

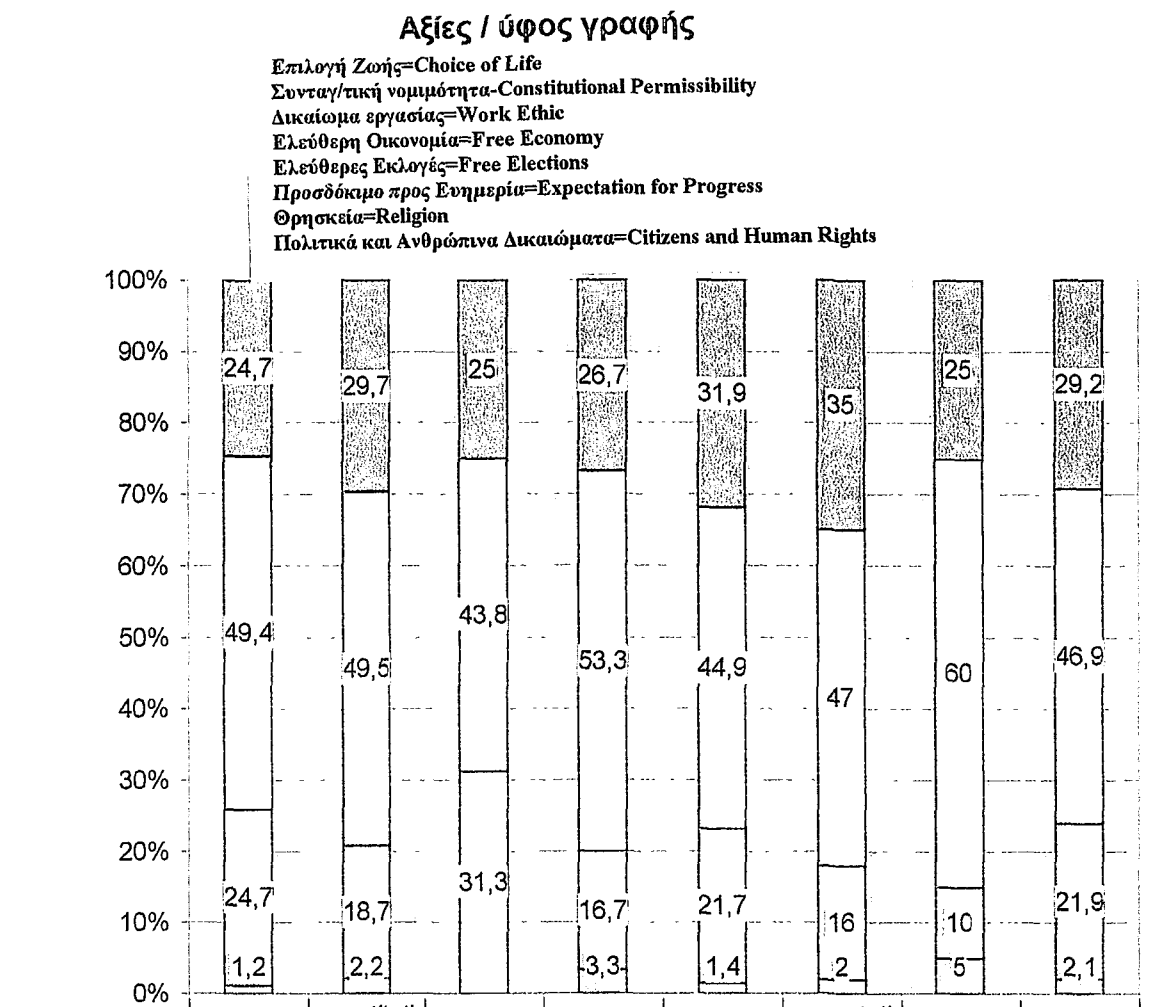
Στην περιγραφή των γεγονότων της συγκεκριμένης χρονικής περιόδου οι ανταποκρίσεις σε ποσοστό **34.3% παραθέτουν στείρα τα γεγονότα χωρίς λογοτεχνικές μορφές και γλωσσικούς σχηματισμούς**.

Μέσα από κατάλληλα διαμορφωμένες ή σε συνδυασμό με άλλα καλολογικά στοιχεία επιχειρείται **με μέτρο η αναδρομή σε κοινωνικές αναπαραστάσεις**, που πλαισιώνουν την είδηση με πολιτικές ερμηνείες και μελλοντικές προβλέψεις Τηρούμενης της παραδοσιακής γραμμής του συγκεκριμένου εντύπου με ακρίβεια, δεν υιοθετούνται **πρακτικές υπερβολικών λογοτεχνικών μορφών και «παρατεταμένων» περιγραφικών διατυπώσεων και για τον πρόσθετο λόγο, ότι το είδος των ειδήσεων δεν αφήνει περιθώρια για παρεκκλίσεις, όπως καθορίζει το μορφωτικό επίπεδο του αναγνώστη, στον οποίο απευθύνονται οι διεθνείς ειδήσεις**.

Εκεί όπου εικόνες, παρομοιώσεις και μεταφορές χρησιμοποιούνται το βάρος πέφτει σε εννοιολογικά **δυνατά επίθετα και επιρρήματα**, που δίνουν στο σύνολο του περιεχομένου **ανησυχία και προβληματισμό**. Είναι εμφανές ότι ο αποστολέας χρησιμοποιεί περισσότερο **τις εικόνες** μεμονωμένες ή σε συνδυασμό με επιρρήματα και επίθετα για να μεταφέρει τον αναγνώστη στην περιοχή της Βαλκανικής, που διαδραματίζονται τα φοβερά γεγονότα!




Το γράφημα παρουσιάζει το είδος των επιρροών, που χρησιμοποιούνται για να δώσουν τον «κατάλληλο» τόνο.




| | choice of life | constitutional permissi | work ethic | free economy | free elections | expectation progress | religion | citizen rights |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| □ Απλό-ψυχρό | 24,7 | 29,7 | 25 | 26,7 | 31,9 | 35 | 25 | 29,2 |
| □ Αφύπνισης | 49,4 | 49,5 | 43,8 | 53,3 | 44,9 | 47 | 60 | 46,9 |
| □ Δραματικό | 24,7 | 18,7 | 31,3 | 16,7 | 21,7 | 16 | 10 | 21,9 |
| □ Δεν υπάρχει | 1,2 | 2,2 | | 3,3 | 1,4 | 2 | 5 | 2,1 |

Η αναφορά συγκεκριμένων αξιών «στηρίζει» κάποιο ύφος γραφής. Στην τεχνική αυτή υπάρχουν ελάχιστες εξαιρέσεις.

Από τα ποσοστά που ο **Πίνακας** , εκθέτει, διαπιστώνεται ποιο είναι το ύφος γραφής της ε/φ, όταν αναφέρεται σε συγκεκριμένες αμερικανικές αξίες.

Κύριος στόχος της εφημερίδας είναι κυρίως η εγρήγορση και η αφύπνιση του αναγνώστη σχετικά με την έλλειψη των παραδοσιακών αξιών και δικαιωμάτων.

Η χρήση λέξεων δραματικού χαρακτήρα εμφανίζεται στην ίδια συχνότητα με την χρήση απλών λέξεων (απλές-ψυχρές), που συνοδεύουν μια απλή, σύντομη και μεστή ενημέρωση. Κι' αυτό γιατί η μετάδοση περιγραφικών λεπτομερειών από τους ίδιους τους πάσχοντες αποτελεί στοιχείο που σίγουρα φορτίζει συναισθηματικά, προβληματίζει και ενεργοποιεί τον αναγνώστη, μέσα από μια αμεσότητα με τα γεγονότα, που οι σοβαρές και τεκμηριωμένες επίσημες πηγές δεν προσφέρουν.

Σε σύνολο 141 άρθρων η ε/φ New York Times χρησιμοποιεί μια μικτή μορφή περιεχομένου, αυτήν που ενημερώνει απλά αλλά περιλαμβάνει και αριθμό υπαινιγμών στο υψηλό ποσοστό του 53 9%

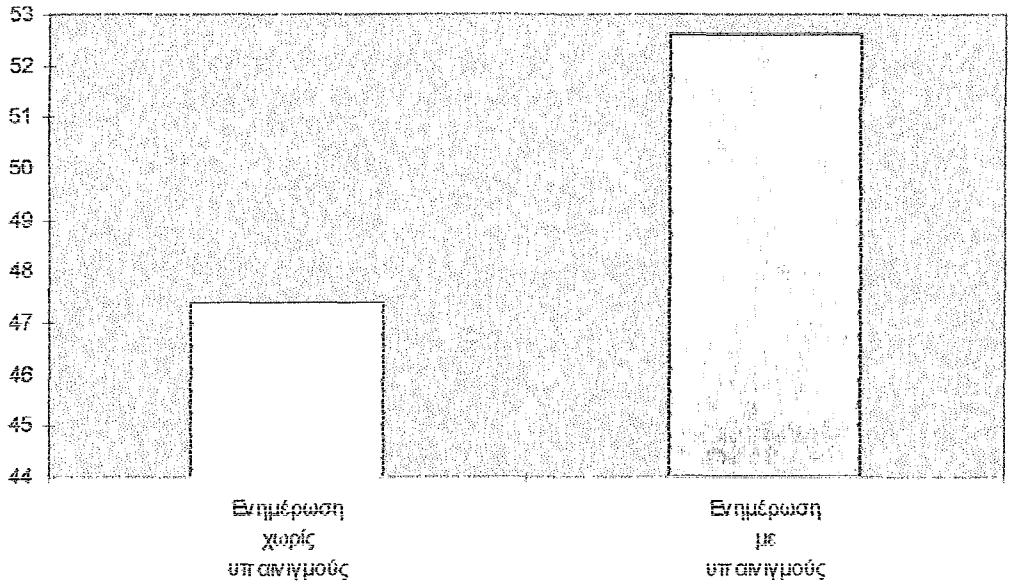
Η συγκεκριμένη μορφή εξυπηρετεί τον αποστολέα να περάσει έντεχνα επιλεγμένα μηνύματα, όπως διαπιστώσαμε και στο Κεφάλαιο Επικοινωνία, όπου η χρήση εμμέσων μηνυμάτων υπήρξε πραγματικά σημαντική

Οι υπαινικτικές λέξεις, που κοσμούν μια είδηση, υποδηλώνουν την υποκειμενική κρίση του γράφοντος, ως προς την ερμηνεία των γεγονότων (connotative).

**Πηγές -Απλή Ενημέρωση/Υπαινιγμοί. Πίνακας Νο 3**

| Ενημέρωση χωρίς υπαινιγμούς | Ενημέρωση με υπαινιγμούς |
|---|---|
| 47,4 | 52,6 |

**Γραφική παράσταση Απλής Ενημέρωσης/Υπαινιγμών.**




Το ύφος της γραφής που επιλέγει η ε/φ για να εντυπωσιάσει τον αναγνώστη και να του περάσει τα μηνύματα της εποχής γύρο από τις εξελίξεις στη Βαλκανική δεν περιέχει ένα απλό style ενημέρωσης αλλά αντίθετα ένα πλήθος υπαινιγμών. Μέσα από αυτούς ο συντάκτης επιδιώκει να προσφέρει την είδηση δίνοντας τη δική του προσωπική διάσταση των πραγμάτων.

## Πηγές-Στερεότυπα,Υπαινιγμοί Πίνακας Νο 4

| | Απλή Ενημέρωση | Ενημέρωση με Υπαινιγμούς | Row Total % |
|---|---|---|---|
| **Πηγές (Sources)** | 1 | 2 | |
| 1 Επίσημες δηλώσεις | 14,3 | 13,5 | 37 27,8 |
| 2 Επίσημες δηλώσεις & Ανώνυμες | 9,0 | 10,5 | 26 19,5 |
| 4 Επίσημες Δηλ-Ανώνυμ. Πληροφ.- & Πολίτες | 2,3 | 2,3 | 6 4,5 |
| 5 Επίσημες Δηλώσεις & Elite | 0,8 | 2,3 | 4 3,0 |
| 6 Επίσημες Δηλ. & Πολίτες | 5,3 | 9,0 | 19 14,3 |
| 15 Επίσημες Δηλ. & Ανών. & Elite | 1,5 | 0,8 | 3 2,3 |
| 21 Ανώνυμες Πληροφορίες | 12,8 | 5,3 | 24 18,0 |
| 28 Ανώνυμες Πληροφορίες & Elite | | 0,8 | 1 0,8 |
| 29 Ανώνυμες Πληροφ. & Πολίτες | 0,8 | 3,8 | 6 4,5 |
| 33 Elite | | 0,8 | 1 0,8 |
| 34 Elite & Πολίτες | | 0,8 | 1 0,8 |
| 36 Πολίτες | 0,8 | 3,0 | 5 3,8 |
| **Σύνολο Στήλης %** | **63 47,4** | **70 52,6** | **133 100,0** |

Number of Missing Observations: 8

Ο πίνακας δείχνει ότι σε 133 άρθρα-από τα 141- επιλεγμένα για τον σημαντικό αριθμό πηγών πληροφόρησης που περιέχουν- η χρήση υπαινικτικών λέξεων φθάνει στο ποσοστό του 52.6% που στηρίζεται βασικά στη **χρήση αξιόπιστων, επίσημων πηγών** που χρησιμοποιούνται και στην απλή ενημέρωση.

**Στα άρθρα με τους υπαινιγμούς κυριαρχούν κατά σειράν οι επίσημες πηγές**, ο συνδυασμός επισήμων με δηλώσεις πολιτών και οι ανώνυμες.

Στην άλλη στήλη της απλής ενημέρωσης κυριαρχούν επίσης οι επίσημες, οι ανώνυμες και ο συνδυασμός αμφοτέρων.

Ο σημερινός εκδότης των Times εξακολουθεί να διατηρεί την παράδοση των προκατόχων του, για να αντιμετωπίζει ένα υψηλού μορφωτικού επιπέδου αναγνωστικό Κοινό (intellectuals-elite), που δεν θέλει μόνο να διαβάσει το συγκεκριμένο έντυπο, αλλά αισθάνεται πως οφείλει να το κάνει αυτό.

## 11. ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΚΑΙ ΤΥΠΟΣ: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ.

### • *ΤΥΠΟΣ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ.*

Η κλασσική ιδεολογία του ελεύθερου Τύπου στις ΗΠΑ στηρίζεται στην ιδέα, ότι σε μια δημοκρατική κοινωνία οι πολίτες είναι αυτοί που αποφασίζουν και επομένως θεωρείται ουσιαστικό και ο Τύπος να συμβάλει στην λήψη των αποφάσεων τους. Όσο καλλίτερα ο Τύπος τους ενημερώνει, τόσο μεγαλύτερη δυνατότητα τους παρέχει για να οδηγηθούν με σωστή κρίση στην απόφαση τους για υποστήριξη ή όχι των επιλογών της κυβέρνησης αναφορικά με ζωτικά ζητήματα, όπως είναι η εξωτερική πολιτική.

Ο Thomas Jefferson αναφέρει σχετικά: *«Οι πολίτες είναι οι μόνοι που λογοκρίνουν τους κυβερνήτες τους και πρέπει να έχουν ολοκληρωμένες πληροφορίες για τις υποθέσεις τους από τις εφημερίδες. Εάν είχα να επιλέξω να έχουμε κυβέρνηση χωρίς εφ ή εφ χωρίς κυβέρνηση, δεν θα μπορούσα να διστάσω για μια στιγμή να προτιμήσω το δεύτερο.»*

*["The people are the only censors of their governors [and they must have full] information of their affairs thought the channel of the public papers.[Were] it left to me to decide whether we should have a government without newspapers or newspapers without government, I should not hesitate a moment to prefer the latter."]*[2591]

Οι ιδέες αυτές υπάρχει η άποψη ότι είναι διάχυτες σε κάθε γενεά δημοσιογράφων, πανεπιστημιακών, πολιτικών σε όλη την διαδρομή της αμερικανικής ιστορίας. Τέτοιες αρχές περνούν από γενεά σε γενεά, αντιπροσωπεύοντας το πνεύμα του αμερικανικού έθνους ενισχύουν ηθικά τους πολίτες, που νοιώθουν την ιστορία τους σημαντική και διάφανη

Στη διαδικασία πληροφόρησης της Κοινής Γνώμης είναι επιθυμητό η αμερικανική Κυβέρνηση και ο Τύπος να προχωρούν πιασμένοι χέρι-χέρι

Δυναμικοί πολιτικοί άνδρες έχουν εκφράσει κατά καιρούς απόψεις -όπως ο Patrick Henry- ότι πρέπει να αποτελεί ρουτίνα η ενημέρωση του Κοινό για τη δράση της κυβέρνησης συμφωνώντας απόλυτα με τον Jefferson για τον οποίο «η επιβίωση του Νέου Εθνους εξαρτάται από την ενημέρωση που διεισδύει στις μάζες του λαού.» [260]

**Για τους περισσότερους [Αμερικανούς] πολίτες ο Τύπος καλύπτει τον ρόλο του «φρουρού» των υψηλότερων σε αξία αμερικανικών αξιών, (ισότητα, δικαιοσύνη,**

**εθνική κυριαρχία, ζωή και ιδιοκτησία) και κατά τις περιόδους των «εθνικών κρίσεων» χάριν του εθνικού συμφέροντος βοηθά στην αναστολή όλων των ενδοιασμών και πολιτικών φόβων.**

Ιστορικά το δημοκρατικό ***φιλελεύθερο ιδεώδες*** για την προσφορά και την σημασία του Τύπου συναντάται ως κυρίαρχος, καθοριστικός, πολιτικός παράγοντας στη Βόρειο Αμερική, όπου ο Τύπος καταβάλλεται προσπάθεια να προστατευθεί από την εκλεγμένη κυβέρνηση και να παίξει το ρόλο του πολιτικού παιδαγωγού-εκπαιδευτή κατά την έκφραση του Κοινού.

Μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, που ο αριθμός των ε/φ γενικά μειώνεται στον δυτικό κόσμο αλλά σε μικρότερο ποσοστό στη Μ. Βρετανία και ΗΠΑ, η εξουσία του Τύπου αρχίζει να συγκεντρώνεται στα χέρια των ιδιοκτητών. Ο Patrick Parsons, καθηγητής δημοσιογραφίας του κρατικού Πανεπιστημίου της Pennsylvania, ισχυρίζεται ότι η ανάπτυξη και η διατήρηση της οικονομίας στην κλίμακα των επιχειρήσεων Τύπου στις ΗΠΑ, αποτελεί την πρωταρχική αιτία της πτώσεως των καθημερινών ε/φ και της ανάπτυξης του ανταγωνισμού εξουσίας μεταξύ τους.[261] Ο ίδιος υπογραμμίζει ότι οι ε/φ λειτουργούν στο πλαίσιο του καπιταλιστικού συστήματος της ελεύθερης αγοράς αναφορικά με την βασική λειτουργία, τα κίνητρα και τους στόχους τους και ότι οι αλλαγές, που υιοθετούν, **δεν αποβλέπουν στην εξυπηρέτηση του Κοινού αλλά στην διάθεση τους να γίνουν περισσότερο εμπορεύσιμες.**

Κοινωνικοί επιστήμονες, πολιτικοί και δημοσιογράφοι άρχισαν να παρατηρούν την σύγχρονη δράση των ε/φ, να την καταγράφουν και να προσπαθούν να προσδιορίσουν την συμβολή τους στην πολιτική και κοινωνική διαδικασία, που πραγματοποιείται στον κοινωνικό χώρο. Σύμφωνα με τον Bernard Cohen (1963), «*τα ΜΜΕ αποτελούν ένα από τα τεχνάσματα που κρατούν διάφορα μέρη του πολιτικού συστήματος σε επαφή το ένα με το άλλο*».[262]

Τις λειτουργίες των ε/φ όπως και των λοιπών ΜΜΕ σε σχέση με την κοινωνία ο Dominick (1990)[263]τις θεωρεί ως σύστημα σύνδεσης που καλλιεργεί τη δυνατότητα των ΜΜΕ να δημιουργούν δεσμούς μεταξύ ΜΜΕ και μεμονωμένων ατόμων, ομάδων, οργανισμών (**linkage**), που σε άλλη περίπτωση θα απέκλειαν τη δυνατότητα να γνωρίζει ο ένας τις εμπειρίες του άλλου. Οι πολιτικοί επιστήμονες χρησιμοποιούν τον ίδιο όρο, όταν θέλουν να υποδηλώσουν τη δράση των πολιτικών αρχηγών σε αρμονία με τις

ανάγκες, επιθυμίες και απαιτήσεις του Κοινού στην διαμόρφωση της κυβερνητικής πολιτικής.

Οι Cobb και Elder (1981)[264] θεωρούν ότι **«η επικοινωνία αποτελεί την essence της πολιτικής» και η εθνική πολιτική είναι μέρος της συνεχούς διαδικασίας της επικοινωνίας και του αποτελέσματος.***

Από την πλευρά τους οι αναγνώστες προτιμούν τον συνεπή Τύπο από τον ασυνεπή. Ωστόσο, η συνέπεια εκλαμβάνεται με την υποκειμενική αντίληψη. Ο Τύπος οφείλει να είναι συνεπής για τον καθένα και για όλους ταυτόχρονα. Όμως αυτό είναι αδύνατον.

---

* [Για ένα τέταρτο του αιώνα μας το κυρίαρχο υπόδειγμα για τον ορισμό και τη μελέτη της σχέσης μεταξύ Πολιτείας και Τύπου συνοψίζεται μέσα στις «**Τέσσερις Θεωρίες του Τύπου**», **την Φιλελεύθερη, την Αυταρχική, την Σοβιετική-Κομουνιστική** και αυτήν της **Κοινωνικής Υποχρέωσης**]

Κατά την **Φιλελεύθερη θεωρία (Libertarian theory)** ο Τυπος χωρίς πίεση από την ιδιωτική ιδιοκτησία λειτουργεί απέναντι στην Κυβέρνηση (**προσιδιάζει σε γενικές γραμμές με αυτήν της Κοινωνικής Υποχρέωσης μόνο που στην δεύτερη επιβάλλεται μια μορφή αυτοελέγχου από μέρους των ανθρώπων του Τύπου** αναφορικά με την κάλυψη του Κοινού σε ιδεολογική βάση που έχουν οι χώρες του δυτικού πολιτισμού). [265]

Η κρώτη, φιλελεύθερη, είναι η παραδοσιακή που ενημερώνει με βάση τη φιλοσοφία της καπιταλιστικής άποψης για την ελεύθερη αγορά ενώ η δεύτερη, αυτή της κοινωνικής υποχρέωσης είναι κοινωνικού προσανατολισμού με έμφαση στη διάσωση της ποικιλίας των ιδεών και στην παροχή αδείας της κυβέρνησης για την διατήρηση και προώθηση του ρόλου του Τύπου μέσα από μια δημοκρατική διαδικασία

Ανεξάρτητα όμως από την επικράτηση της μιας ή της άλλης άποψης κατά καιρους έχει δημιουργηθεί ένα γενικότερο κλίμα δυσπιστίας από τους ανθρώπους του πνευματος για τυχόν σφετερισμό της διαφώτισης

Σε έναν κόσμο, όπου κυριαρχούν τα καλλιεργημένα τμήματα της κοινωνίας υπάρχει η δυνατότητα να επηρεαστεί ο τρόπος σκέψης σε τομείς που εφαρμόζονται κανόνες ηθικής, θρησκείας, επιστήμης μέσα από την ανάπτυξη ενός πνεύματος επαγγελματισμού της δημοσιογραφίας εκείνης, που επιδιώκει και την προσέλκυση ατόμων του πνεύματος που θα ανταποκριθουν στην αύξηση της αίσθησης της κοινωνικής υπευθυνότητας και υποχρέωσης;

Ανεξάρτητα από τις ιδανικές περιπτώσεις προώθησης της μιας ή της άλλης κατεύθυνσης που προσδιορίζει την εκάστοτε μορφή του ρόλου του Τύπου στη μορφή ενημέρωσης συμβαίνει να υπάρχουν αποκλίσεις και ποικιλίες αποκλίσεις ανάλογα με τις επιρροές που ασκουνται για τον σχηματισμό του ρόλου αυτού, που οι δημοσιογράφοι επιθυμούν ή καλουνται να παίξουν σήμερα στις ΗΠΑ

Συγκρουόμενα ενδιαφέροντα, ποικιλία στις δημοσιογραφικές απόψεις, πιέσεις και επιρροές των εκδοτών με διαφορετικές κατευθύνσεις διαφορετικές αντιλήψεις και απόψεις του Κοινού συντελούν ώστε ό,τι για ένα πρόσωπο σημαίνει συνέπεια στην δημοσιογραφία για το άλλο δεν ισχύει. Ο ελεύθερος Τύπος είναι συνεπής για κάποιους ανθρώπους και για κάποιες περιστάσεις και σε κάποιο βαθμό. Ορισμένα συγκροτήματα Τύπου θεωρούνται συνεπή από κάποιους και ασυνεπή από κάποιους άλλους. Μερικά μέρη ενός δημοσιογραφικού συγκροτήματος μπορούν να εκληφθούν ως συνεπή και ασυνεπή από έναν αριθμό προσώπων και ομάδων της κοινωνίας.[266]

Τα media όμως κατά τα τελευταία εκατό χρόνια έχουν καταστεί όργανα της δημόσιας επικοινωνίας, που ιστορικά διαφοροποιείται από άλλες μορφές επικοινωνίας εξ αιτίας συγκεκριμένων χαρακτηριστικών στοιχείων, όπως η αποστολή και η άμεση αναφορά τους σε σχετικά μεγάλο, συγκεκριμένο, ετερογενές και ανώνυμο Κοινό, στο πλαίσιο λειτουργίας των media ως επιχείρηση, που υιοθετεί την εξέλιξη των τεχνολογικών μέσων στην οικονομική αγορά, (computers, video, τηλέφωνα, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο) και διαμορφώνει ένα περιβάλλον παροχής ενημέρωσης εκτεταμένο αλλά θαμπό, που και οι κυβερνητικοί φορείς ζητούν να προσδιορίσουν.

Είναι βέβαιο ότι η ανάπτυξη της τεχνολογίας των σύγχρονων επιχειρήσεων των ΜΜΕ έναντι των παλαιοτέρων παρουσιάζει πλεονεκτήματα όχι μόνο οικονομικά και κοινωνικά αλλά και πολιτικά. Οι ισχυρές εταιρείες των αμερικανικών ε/φ συνεργάζονται προκειμένου να μεθοδεύσουν αύξηση των κερδών τους, αλλά δρουν και μεμονωμένα προς ίδιον πολιτικό όφελος

**Όσο μεγαλύτερη είναι μια τέτοια εταιρεία τόσο και μεγαλύτερους μηχανισμούς ανακαλύπτει για να προωθήσει τα συμφέροντα της. Τέτοιος μηχανισμός θεωρείται η παράλειψη των ειδήσεων αυτών, που μπορούν να κοστίσουν την μείωση των κερδών τους και να τους φέρουν σε δύσκολη θέση.**

Τα νήματα των μηχανισμών κινούνται από τους επικεφαλής των εταιριών με αποτέλεσμα την συντριβή της σχετικά στενής ιδεολογίας με την ανάπτυξη ενός ευρέως φάσματος οικονομικών και πολιτικών ψευδαισθήσεων στις ΗΠΑ μέσα από μια στρατηγική επικοινωνίας, στην οποία η πλειοψηφία του πληθυσμού εκτίθεται αποκλειστικά.* [267]

---

* [Παράδειγμα η περίπτωση του ιδιοκτήτη της «Philadelphia Inquirer», Walter Annenberg, ο οποίος αφαίρεσε από τις ειδήσεις ονόματα ατόμων, που αντιπαθούσε τα οποία όμως έπρεπε να

- *ΤΥΠΟΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ*

Το αμερικανικό Σύνταγμα εγγυάται την ελευθερία του Τύπου, για να περιορίσει κατά κάποιο τρόπο την πολιτική δύναμη, που οι πολιτικοί άνδρες ασκούν.

Και ενώ έχει γίνει σαφές, ότι ο ίδιος ο Τύπος είναι ένα μέσον επιβολής δύναμης πολλοί αισθάνονται ότι συμβαίνει το αντίθετο από αυτό που ο νομοθέτης είχε κατά νου, όταν ζητούσε να προστατευθεί ο Τύπος. Πράγματι ο αμερικανικός Τύπος διαθέτει μια ανυπέρβλητη δύναμη επιρροής στη διαμόρφωση της εικόνας του πλέον ισχυρού και σεβαστού πολιτικού προσώπου της Χώρας, του Προέδρου! Η φήμη και το κύρος του Προέδρου στην Washington, στους πολιτικούς κύκλους αλλά και στο Κοινό καθορίζουν την επιρροή και την αποτελεσματικότητα, που του αποδίδεται.

Το προσωπικό του Λευκού **Οίκου έχει ήδη πειστεί, ότι ο Τύπος αποτελεί τον πλέον κρίσιμο παράγοντα επιρροής τόσο για το επαγγελματικό κύρος του Προέδρου, όσο και για την δημόσια φήμη του. Ετσι λοιπόν αφού έχει γίνει πεποίθηση πως οι ε/φ και τα λοιπά media κατέχουν την κεντρική θέση στην παρουσίαση της ικανότητας του Προέδρου ή της αδυναμίας του προς την πολιτική elite αλλά και το Γενικό Κοινό, δεν αποτελεί έκπληξη πως τόσο ο Πρόεδρος όσο και οι επιτελείς του έχουν αναπτύξει ένα υπερβολικό ενδιαφέρον και συχνά προκαταλαμβάνονται για όποια διάσταση δίνει ο Τύπος σε θέματα, που τους αφορούν.**

Από πρόσφατες έρευνες προκύπτει ότι υπάρχει επίδραση του Τύπου στη διαμόρφωση της Κοινής Γνώμης και ιδιαίτερα της πολιτικής elite. Ο ίδιος ο Πρόεδρος καταβάλει προσπάθειες για την αποφυγή τυχόν δημοσιεύσεων, που θα καλλιεργήσουν μια

---

αναφέρονται σε συγκεκριμένα reportages. Ο ίδιος χρησιμοποίησε την ε/φ για να επιτεθεί σε κάποιο υποψήφιο κυβερνήτη γιατί ήταν αντίθετος με τα συμφέροντα της εταιρείας Pennsylvania Railroad στην οποία ο ίδιος διέθετε μετοχές, γεγονός που οι αναγνώστες του αγνοουσαν

- Στο πλαίσιο της συνεργασίας χρησιμότητας (ιδιωτικών συμφερόντων και κυβέρνησης) πραγματοποιείται καταστρατήγησης στη διάχυση των ειδήσεων, όπως στη περίπτωση του Rupert Murdoch, ιδιοκτήτη φύλλων ε/φ (Αυστραλία, Αγγλία, Ηνωμένες Πολιτείες) και εκδότη της ε/φ «Post». Το 1980 μετά την απόρριψη του αιτήματος δανειοδότησης της αεροπορικής εταιρείας του, ο ίδιος επέτυχε να γευματίσει με τον Πρόεδρο Carter, γεγονός που τον ώθησε δύο ημέρες αργότερα να πλέξει το εγκώμιο του αμερικανού Προέδρου μέσα από άρθρα στην διάρκεια των προκαταρτικών προεκλογικών κρίσεων (Presidential Primary) Αποτέλεσμα η νίκη του προέδρου και η αύξηση των κερδών των επιχειρήσεων του Rupert Murdoch με δάνειο που του χορηγήθηκε (ύψους $ 290 εκατομμυρίων σε 8.1 % τόκο.)[268]

αρνητική εικόνα (image) σε σχέση με τις ικανότητες του και τις επιλογές του. Ετσι κατά τη διάρκεια της πορείας του αμερικανικού Τύπου διατυπώθηκαν πολλά παράπονα από τους πολιτικούς και τους Προέδρους των ΗΠΑ (Washington, Roosevelt, Truman, Nixon, Reagan) για την επιρροή που ασκεί ο Τύπος.

**Ακόμα και σήμερα διατηρείται η διαμάχη μεταξύ Τύπου και μελών της αμερικανικής Κυβέρνησης για θέματα, που αφορούν αποφάσεις σε επίπεδο εσωτερικής και εξωτερικής πολιτικής.** [269]

[Οι προσπάθειες της κυβέρνησης Nixon να εμποδίσει τη δημοσίευση των Pentagon Papers, (μια συλλογή από ντοκουμέντα ιστορικής σημασίας για την ανάμειξη των ΗΠΑ στο Vietnam), τον φέρνει αντιμέτωπο με την ε/φ New York Times και διχάζει τους αναγνώστες της.[270] Η τελική απόφαση του δικαστηρίου στηρίζει τελικά την «γενναιότητα» της ε/φ και δεν την καταδικάζει γιατί η δημοσίευση στοιχείων ανεπίκαιρα δεν κρίθηκε ότι έβλαψε την εθνική ασφάλεια της χώρας. ]

Από την πλευρά τους όμως τα μεγάλα και ισχυρά ΜΜΕ προπαγανδίζουν μια σειρά από μύθους, όπως την υψηλή φορολόγηση τους (στην πραγματικότητα από το 1950 έως το 1980 η φορολογία τους έχει μειωθεί σχεδόν κατά το ήμισυ), χωρίς να αναφέρεται η **«βαθύτερη κοινωνική απώλεια από την αύξηση των ΜΜΕ, που είναι αποτέλεσμα του υπερβολικού κέρδους και της εξουσία τους»**. Ένας δεύτερος μύθος αφορά στις δήθεν «ουδέτερες» σχέσεις Τύπου εκπροσώπων της αμερικανικής κυβέρνησης, που στην πραγματικότητα είναι καλές ή κακές, χαλαρές ή τεταμένες, λειτουργικές ή όχι ήπιες ή έντονες, που κατά τη διαδικασία της διάχυσης των ειδήσεων οδηγούν σε σύγκρουση πολιτικών και Τύπου, όταν ο ανταγωνισμός της εξουσίας κυριαρχεί. [271]

Ο Τύπος εξακολουθεί να διακηρύσσει ότι αγωνίζεται για την ελευθεροτυπία και για την παροχή των περισσοτέρων κατά το δυνατόν πληροφοριών, που αφορούν και κυβερνητικές αποφάσεις, που τηρούνται ακόμα και μυστικές στο πλαίσιο της προστασίας «**της εθνικής ασφάλειας**». Στο επιχείρημα των υποστηρικτών ότι «**χωρίς δημοσιότητα σίγουρα δεν διασφαλίζονται οι πολίτες μιας σύγχρονης δημοκρατικής κοινωνίας, που επιθυμούν συμμετοχή στις πολιτικές αποφάσεις, από τις οποίες εξαρτώνται οι συνθήκες ζωής τους**» αντιτάσσεται το αντεπιχείρημα ότι στη διαδικασία διαμόρφωσης εξωτερικής πολιτικής απαιτείται ένας βαθμός μυστικότητας, όπως το αμερικανικό Σύνταγμα καθορίζει. Επομένως, καλλιεργείται η δικαιολογία των εμποδίων στη διάδοση των ειδήσεων που αφορούν τα «ασύμφορα» και προβληματικά για την κυβέρνηση γεγονότα και τις σχετικές αναλύσεις τους και να «ενορχηστρώνεται»

η τεχνική διατύπωσης τους. **Αποτέλεσμα να παρατηρούνται στις ε/φ περιπτώσεις παράλειψης γεγονότων που πραγματοποιούνται σε εχθρικά με τις ΗΠΑ χώρες ενώ αντίθετα αρνητικά θέματα με αίτια τον κακό χειρισμό των φιλικών με τις ΗΠΑ κρατών να μην εμφανίζονται συστηματικά στις στήλες.**

Παρά τη διατυπωμένη έκφραση του Τύπου να «σπάσει κάποτε τα τείχη της μυστικότητας», που υψώνονται γύρο από τις επιχειρήσεις της Κυβέρνησης στην εξωτερική πολιτική, στη πραγματικότητα οι περισσότεροι δημοσιογράφοι γνωρίζουν έναν συνοπτικό-αφαιρετικό τρόπο για να καλύψουν την ανάγκη της μυστικότητας στις επαφές με τη διεθνή διπλωματία για τα θέματα εθνικής ασφάλειας. Ο George Gerbner από το πανεπιστήμιο της Πενσυλβανίας **ασχολήθηκε με την αποκάλυψη του σκιώδους κόσμου του reporting** πάνω σε ένα μοντέλο, που σπάει και διαιρεί τη διαδικασία της επικοινωνίας σε φάσεις και επιρροές με βάση το μήνυμα. Η διαδικασία επικοινωνίας κατά τη γνώμη του ξεκινά όταν κάποιος αρχίζει να αντιλαμβάνεται ένα γεγονός και να αντιδρά σε μια κατάσταση. Μέσα από τα μέτρα διάθεσης στοιχείων, που έχουν συγκεκριμένη φόρμα και περιεχόμενο διαβιβάζεται η ουσία κάποιας συνέπειας. Ο αριθμός των στοιχείων που περιγράφονται σε μια τέτοια διαδικασία δείχνει πόσο περιθώριο υπάρχει για **πραγματική διαστρέβλωση και για παροχή ανακριβών πληροφοριών σε μια επικοινωνία.**[272]

Η άποψη ότι η μυστικότητα συνδέεται με την προστασία της εθνικής ασφάλειας είναι μια δικαιολογία και αρκετοί ισχυρίζονται ότι ***«το επιχείρημα της μυστικότητας για την εθνική ασφάλεια είναι κατά μεγάλο ποσοστό γελοίο αλλά είναι δελεαστικό μόνο γιατί αγγίζει την χορδή του φόβου.»***[273] Οσο πιο δημοκρατική και οικονομικά εύρωστη είναι μια χώρα, τόσο ανοικτή στην πληροφόρηση πρέπει να είναι χωρίς να καλύπτονται τα κυβερνητικά και επιχειρησιακά συμφέροντα και χωρίς να περιορίζεται η διάδοση των ειδήσεων με το πρόσχημα της εθνικής ασφάλειας ιδιαίτερα για τις ΗΠΑ, που δείχνουν ότι παραδοσιακά έχουν βαθιές πολιτιστικές ρίζες, που ευνοούν τις πολιτικές ελευθερίες.

Ο David S. Broder, πολιτικός αναλυτής-δημοσιογράφος και ανταποκριτής εργάστηκε στους New York Times ως πολιτικός παρατηρητής στην Washington και επικέντρωσε το ενδιαφέρον του στην **επιλογή των ειδήσεων (selectivity)**. Ο ίδιος θεωρεί ότι είναι πράγματι μύθος η εντύπωση της αντικειμενικής κάλυψης των ειδήσεων για όλα τα σημαντικά γεγονότα, που έχουν διεθνή ανταπόκριση. Ο ίδιος ισχυρίζεται: ***«Συνήθιζα να εργάζομαι για τους New York Times, που κάθε μέρα έχουν στην πρώτη σελίδα το καταπληκτικό slogan 'all the news that's fit to print' αλλά ενώ το θεωρώ σπουδαίο***

***το θεωρώ συγχρόνως και απάτη, δεδομένου ότι ακόμα και αυτή η ε/φ με τον μεγάλο χώρο που διαθέτει και τον μεγάλο αριθμό πηγών και προσωπικού, δεν μπορεί να αναφέρει όλα τα σημαντικά γεγονότα και όλα τα λεχθέντα που έρχονται κάθε ημέρα από την Washington. Η επιλογή είναι η ουσία όλων των σύγχρονων δημοσιογράφων, αν μιλάμε για τους Times, την Post....»*** [274]

Ο Broder υπογραμμίζει ότι οι θέσεις του δεν έχουν στόχο να βλάψουν τους Times αλλά να επισημάνει την σταθερή, επιτυχή πορεία τους από τον Adolph S. Ochs και τον Arthur H. Sulzberger, που τους ανέδειξαν σε *ε/φ αρχηγό* μεταξύ των αμερικανικών αλλά και των διεθνών φύλλων.

Στις απόψεις του Broder έρχονται να προστεθούν κάποιοι άλλοι θεωρητικοί που πιστεύουν ότι ο επίπεδο πληροφόρησης για τα θέματα εξωτερικής πολιτικής είναι περιορισμένο, όπως επιβεβαιώνεται από έρευνα του 1982 που έδειξε ότι «**οι περισσότεροι αμερικανοί πολίτες αγνοούσαν, «ποιους υπεστήριζαν οι ΗΠΑ στο El Salvador και στη Nicaragua!»**. [275]

Η αιτία εντοπίζεται στην έλλειψη γνώσεων με αποτέλεσμα την μειωμένη απαίτηση πληροφόρησης εκ μέρους του Κοινού για σημαντικά θέματα αυτά που η κυβέρνηση χειρίζεται με μυστικότητα. Φαίνεται ότι η φύση των ΜΜΕ και η σχέση τους με την πολιτική οδηγεί δήθεν στη **«μη ανάμειξη στα τρέχοντα πολιτικά θέματα!»**. Η ουσία του βρίσκεται στη σχέση της πληροφόρησης και της πολιτικής κινητοποίησης, γιατί η πληροφόρηση χωρίς κινητοποίηση δεν παράγει καμιά μορφή δύναμης. Ο Chomsky ισχυρίζεται ότι **«στα reportages για τις εξωτερικές υποθέσεις στις ΗΠΑ, παρατηρείται ένας συνεχής αποκλεισμός γεγονότων μη αρεστών στους επικεφαλής αμερικανούς επισήμους, που προβαίνουν γι' αυτό σε συνεχείς προσπάθειες επιρροής.»**[276] Από την άλλη όμως πλευρά δεν μπορεί να παραγνωρίσει κανείς ότι είναι πράγματι δύσκολος ο τομέας πληροφόρησης για θέματα εξωτερικής πολιτικής εκ μέρους των ΜΜΕ, που συνδέεται με την εθνική ασφάλεια των ΗΠΑ και την ακολουθούμενη στρατηγική, ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά τα πυρηνικά όπλα. Η **περίπτωση των Times, που υπήρξαν το μοναδικό μέσον πληροφόρησης, που προσέφερε στο αμερικανικό Κοινό μέσα από ευνοϊκά άρθρα με 5.000 λέξεις για τον προϋπολογισμό τέτοιων όπλων είναι γνωστή για την ενίσχυση της ασφάλειας της Χώρας στο διεθνές στερέωμα και την αύξηση της κυβερνητικής «αξιοπιστίας».**[277]

Ο Herman Dismore καθηγητής δημοσιογραφίας του Long Island University, είχε πολύ παλαιότερα διαβεβαιώσει ότι ***«Οι Times άρχισαν να υποστηρίζουν την ισορροπία των δυνάμεων και να πιέζουν προς αυτήν την κατεύθυνση, ενώ τα πραγματικά γεγονότα της περιόδου [1945-1950 ο πόλεμος στην Κορέα] δεν έγιναν γνωστά στον λαό από τους Times ούτε από άλλη ε/φ. Αντίθετα η αλήθεια θυσιάστηκε στο όνομα της ισορροπίας αυτής»*** εξαιτίας των αντικομουνιστικών τάσεων και της υποστήριξης μιας επεκτατικής πολιτικής, που μέσα από κείμενα αποκαλύπτονται..[278]

Σίγουρα όποιος ελέγχει τον Τύπο, διατηρεί μεγάλη δύναμη!

Οι μεγάλες, ισχυρές αμερικανικές ε/φ δίνουν έμφαση στη διατήρηση τους ως επιχειρήσεις οικονομικά αποδοτικές και στοχεύουν στο χαμηλό κόστος κυκλοφορίας τους μέσα από έναν ανταγωνισμό. ***«...Για να έχουν κέρδος [οι ε/φ] πρέπει να έχουν μεγάλη κυκλοφορία φύλλων και [αρκετά πακέτα] διαφήμιση. Η προσοχή των αναγνωστών επιτυγχάνεται με έμφαση σε ιστορίες ανθρώπινου ενδιαφέροντος (εγκληματικότητα, sports, ζωή διασήμων προσώπων) και ακολουθούν σε προτίμηση οι πολιτικές ειδήσεις, γιατί οι περισσότεροι αναγνώστες ενδιαφέρονται περισσότερο με ό,τι τους συγκινεί.»***[279]

Η δυνατότητα του Τύπου να στρέφει τα φώτα της δημοσιότητας πάνω σε ένα πρόβλημα ή ένα γεγονός του εξασφαλίζει τεράστια δύναμη. Για τον Roger Hilsman, όταν ο Τύπος έχει τη δύναμη να πιέσει για την προώθηση ενός ζητήματος σχεδόν μέχρι να συμπεριληφθεί στην **agenda** των εθνικών θεμάτων της κυβέρνησης Δημοσιογράφοι και διευθυντές ειδήσεων σημαντικών ε/φ, όπως οι Times, μπορούν χωρίς αμφιβολία να **πιέσουν για ανακατανομή** και αλλαγές στην agenda αυτή. Μια ακόμα σημαντική πίεση του Τύπου είναι ο τρόπος με τον οποίο αποφασίζει να «**παρουσιάζει**» τις **ειδήσεις και να τις ερμηνεύσει. κάτι που θα καθορίσει και τη στάση του Κοινού.** Η ερμηνεία των ειδήσεων αναφορικά με ένα θέμα σημαντικής πολιτικής σημασίας, επηρεάζει αποφασιστικά τα κέντρα λήψεως αποφάσεων. [Αναλύσεις λ χ. από την σελίδα editorial της ε/φ Times συνετέλεσαν στη νίκη του Jimmy Carter, την οποία δημιούργησε **κυρίως** ο Τύπος, το 1976.]

Η θέση του Hilsman υποστηρίζει, ότι δεν ευθύνονται για τις επιλογές των ειδήσεων οι άνθρωποι των ε/φ αλλά σε πρώτο βαθμό οι πολιτικοί άνδρες **που καθορίζουν ποια θέματα θα ανακοινωθούν, διοχετεύοντας πληροφορίες σε συμπαθούντες**

**δημοσιογράφους ή ερμηνεύοντας τις ειδήσεις με στόχο να επιτύχουν την υιοθέτηση μιας συγκεκριμένης πολιτικής που θα τύχει κάποιας υπεράσπισης.**[280]

Αλλά οι πάσης φύσεως διαφωνίες, υπέρ ή όχι της ισχύος και της επιρροής που ασκεί ο Τύπος στην επιλογή των ειδήσεων, συνεχίζουν να εμφανίζονται και σε ιδεολογικό επίπεδο μεταξύ συντηρητικών και αριστερών οπαδών. **Οι συντηρητικοί επιμένουν ότι ο Τύπος είναι αμερόληπτος, ενώ οι αντίθετοι πιστεύουν ότι συνεργάζεται με τους οικονομικά ισχυρότερους. Πολιτικοί παρατηρητές θέλουν να πιστεύουν, ότι ο** Τύπος και γενικότερα **όλα τα ΜΜΕ δέχονται πολιτικές επιρροές και συνήθως** υποστηρίζονται από τους **Δημοκρατικούς, ενώ άλλες κριτικές αναφέρουν τους** Ρεπουμπλικάνους σαν τη **δύναμη που προσδιορίζει την στάση του Τύπου ως προς** τα ισχύοντα πολιτικά, **κοινωνικά και οικονομικά δρώμενα μέσα από μια πρόθεση υποστήριξης του.**[281] Οι Δημοκρατικοί αποδέχονται την μορφή της ελεύθερης οικονομικής δράσης, αλλά είναι αφοσιωμένοι στην κοινωνική πρόνοια. Πάνω από το 65% από αυτούς πιστεύει, ότι η Κυβέρνηση πρέπει να μειώσει ουσιαστικά το χάσμα ανάμεσα στους εύπορους και φτωχούς, ενώ το 45% θεωρεί ότι η Κυβέρνηση πρέπει να εγγυηθεί εργασία στον κάθε πολίτη, που την επιθυμεί.

**Οι ασκούντες την μεγαλύτερη επιρροή οργανισμοί των ΗΠΑ (σύμφωνα και με τα αποτελέσματα της έρευνας Lichter & Rothman)* είναι οι Times, Post και Wall Street Journal.**

- *ΤΥΠΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚ(ΟΙ)Η*

Η στενή σχέση των ανθρώπων του Τύπου με την πολιτική εξουσία είναι δεδομένη, με αποτέλεσμα την εδραίωση ενός φυσικού αγώνα μεταξύ ανθρώπων του Τύπου και της επίσημης κυβέρνησης. Δεν είναι καθόλου τυχαίο ότι και οι δυναμικότεροι Πρόεδροι των ΗΠΑ είχαν επιδέξια και άμεσα προσπαθήσει να εκμεταλλευθούν και να μηχανορραφήσουν στην κατασκευή πληροφοριών, χωρίς κανείς τρίτος να αμφισβητεί ότι και μέρος της αμερικανικής ιστορίας των κυβερνήσεων αφιερώνεται στη χρήση του Τύπου θεωρώντας τον όργανο πολιτικής δύναμης.

Σε όλη τη διάρκεια της εξέλιξης της αμερικανικής ιστορίας η επιδίωξη των δημόσιων λειτουργών να σχηματοποιούν τις ειδήσεις, να τις διευθύνουν και να τις

* Σχετ. Κεφάλαιο Επάγγελμα Δημοσιογράφος

«διαμορφώνουν» προς όφελος τους, αποτέλεσε μέθοδο, εφόσον αυτές συνδέονται με τα προγράμματα και τους στόχους τους.[282]

Στις μέρες μας καθημερινά διάφοροι **μηχανισμοί ασκούν πίεση στους δημοσιογράφους να κατασκευάζουν ειδήσεις προσπαθώντας να δώσουν έμφαση στην απλοποίηση και στη δραματική παρουσίαση γεγονότων και αντίθετα να μην δώσουν έμφαση σε γεγονότα με ακριβείς ερμηνείες και διεξοδικές αναλύσεις.**

**Ετσι διαχρονικά παρατηρείται μια τάση να υπεραπλουστεύονται γεγονότα και να αναλύονται ή ερμηνεύονται ιστορίες ειδήσεων, που αναφέρονται στα Κοινά και περιλαμβάνουν το χαρακτηριστικό στοιχείο του «δράματος». Το δράμα είναι στοιχείο σύγκρουσης, το δράμα δεν χάνει ούτε κερδίζει!**

Οι διαφορετικοί στόχοι των κέντρων λήψης πολιτικών αποφάσεων και του Τύπου, καθώς και η προσπάθεια αμφοτέρων των δύο μερών να δραματοποιήσουν και να υπεραπλουστεύσουν ένα γεγονός, όπως το προτιμούν, αναπόφευκτα τους οδηγεί σε μια ένταση με ενδεχόμενη σύγκρουση. Αλλά το είδος αυτό της σύγκρουσης δείχνει μόνο την επιφάνεια. Βαθύτερα βρίσκεται μια μεγαλύτερη σε σπουδαιότητα σύγκρουση, που δημιουργεί διλήμματα σε μια ελεύθερη κοινωνία. Αυτοί που επιβάλλεται να πάρουν κάποιες αποφάσεις είναι υποχρεωμένοι να εξασφαλίσουν μια συνεργασία και έναν συνασπισμό με τα διάφορα κέντρα εξουσίας. Πρόεδροι, μέλη του Κογκρέσου, κρατικός μηχανισμός και ομάδες επιρροής διαπραγματεύονται για να κάνουν συμμαχίες, να συμβιβαστούν μέσα από κατάλληλες διαδικασίες- που ενισχύονται από τις ερμηνείες του Τύπου- για να επιτύχουν **νομοθετική κάλυψη και αποδοχή** μιας πολιτικής

**Η σύγχρονη σχέση μεταξύ Τύπου και Κυβέρνησης έχει εισέλθει σε μια νέα φάση, που από αρκετούς μπορεί να χαρακτηριστεί εδραιωμένη τουλάχιστον σε θέματα που αφορούν την εξωτερική πολιτική των ΗΠΑ.**[283]

**Ο Τύπος διαθέτει τη δύναμη της διείσδυσης στη λήψη πολιτικών αποφάσεων. Εκείνο που γράφεται και ο τρόπος που είναι διατυπωμένο έχει τεράστια επίδραση στους ανθρώπους, στις διαδικασίες και στην πολιτική της κυβέρνησης.**

Το τελευταίο αυτό στοιχείο αποτελεί ένα από τα ευρήματα σχετικής έρευνας, που πραγματοποίησε ο Martin Linsky διευθύνοντας το Ινστιτούτο Πολιτικής του Πανεπιστημίου του Harvard με επίκεντρο την επίδραση του Τύπου στις πολιτικές αποφάσεις της Washington. Κατά την άποψη του **ο Τύπος και η κυβέρνηση συνδέονται με έναν συνεχή ανταγωνισμό για τον έλεγχο της παρουσίασης της**

**πραγματικότητας στον αμερικανικό λαό. Στη διαδικασία του ανταγωνισμού αυτού είτε οι απόψεις των δύο μερών διίστανται είτε προσιδιάζουν, το γεγονός της αλληλεπίδρασης αμφοτέρων είναι σημαντικό, γιατί και οι δυο πιστεύουν ότι τα «στοιχήματα», που αναφέρονται στους στόχους της διακυβέρνησης και των δημοσιογραφικών ιδεωδών είναι πολύ υψηλά !**

Τα στοιχεία της έρευνας αυτής (1965-1985), έδειξαν, ότι **πλέον του 96% των ανώτερων ομοσπονδιακών πολιτικών εκπροσώπων υποστηρίζει ότι «ο Τύπος έχει μια επίδραση στην πολιτική και περισσότερο από το 50% αυτών θεωρεί ότι η επίδραση αυτή είναι ουσιώδης».** [284]

Ένα μέρος του φαινομένου αυτού οφείλεται στο γεγονός ότι οι πολιτικοί της αμερικανικής Κυβέρνησης όποτε επιστρέφουν στην αμερικανική πρωτεύουσα συναντώνται με δημοσιογράφους, που στο πλαίσιο της αναζήτησης ειδήσεων υποβάλλουν ερωτήσεις και απαιτούν κάποιες εξηγήσεις. Η δραματική δε αύξηση των εδραιωμένων στην πρωτεύουσα ανταποκριτών συντελεί στην επέκταση της δράσης τους μέσα στο γραφειοκρατικό σύστημα έτσι ώστε οι πολιτικοί όχι μόνο δεν μπορούν να αποφύγουν τις ε/φ αλλά λόγω της δυναμικής παρουσίας τους ξοδεύουν αρκετό χρόνο για να **επινοήσουν τρόπους συνεργασίας μαζί τους**. Φέρονται δε πεπεισμένοι ότι ο Τύπος δημοσιεύει θέματα επιλογής του με έναν τρόπο που δείχνει ότι επιδιώκει την άσκηση επιρροής στην πολιτική τους, στο πλαίσιο που εργάζονται, στην καριέρα τους γενικότερα. Έτσι για πολλούς πολιτικούς η αντιμετώπιση του Τύπου έχει αρχίσει να γίνεται **αναπόσπαστο μέρος ρουτίνας στην καθημερινή άσκηση** του επαγγέλματος τους. Εκείνο που πρέπει να επισημανθεί είναι ότι οι δημοσιογράφοι σε σχέση με τους πολιτικούς έχουν διαφορετική επαγγελματική βάση, διαφορετικά ενδιαφέροντα και περισσότερο μοιάζουν με κατόχους μετοχών, που ενδιαφέρονται λιγότερο για το εάν η αγορά κινείται προς τα επάνω ή προς τα κάτω.

Βέβαια στο κλίμα της σχέσης αυτής έχουν παρατηρηθεί και αλλαγές εξαιτίας του περιορισμού του αριθμού κάποιων εκδοτικών επιχειρήσεων παρά τη διατήρηση των ε/φ εθνικής εμβέλειας όπως είναι οι Times και η Wall Street Journal. Δημιουργούνται νέοι τηλεοπτικοί οργανισμοί ειδήσεων, η έννοια της προστασίας των εθνικών ενδιαφερόντων διαφοροποιείται σε σχέση με ανταγωνιστικές χώρες, τα πολιτικά κόμματα έχουν χάσει την «πρωτιά» στην επικοινωνία και η τεχνολογία έχει καταστήσει τη διαδικασία επικοινωνίας στιγμιαία. Οι ερευνητές διαβεβαιώνουν ότι παρά τις αλλαγές στις σχέσεις

Τύπου-πολιτικών και τις άλλες αλλαγές στη στάση των δημοσιογράφων η ουσία παραμένει η ίδια :

- Ο Τύπος **επισπεύδει τη διαδικασία στη λήψη αποφάσεων.**
- Η αρνητική κάλυψη του Τύπου **κατευθύνεται στη λήψη συγκεκριμένης απόφασης προς το μέρος της γραφειοκρατίας.** [285]
- Το δόγμα της ισορροπίας των δυνάμεων **ασκεί πιέσεις για την αποσιώπηση πολλές φορές της αλήθειας και για τη διαμόρφωση από την αρχή ενός νέου σχήματος** με ταιριαστά προς το δόγμα στοιχεία. Ο κόσμος φαίνεται κάποτε να αποτελείται από χωρίς αξία, ανήθικες πρακτικές ολοκληρωτικής μορφής ακόμα και για δημοκρατικές χώρες!

Δεν υπάρχει όμως περίπτωση να αγνοηθεί η άποψη ότι η διάχυση των ειδήσεων **εξαρτάται και από τους πολιτικούς με την επιλεκτική τους αποκάλυψη** (selective disclosure) με στόχο να αποφευχθεί η δράση ή να προκληθεί η δράση, για να γίνει μια προσπάθεια ελέγχου στα ΜΜΕ. [286]

Αλλά ο έλεγχος των ΜΜΕ σημαίνει και έλεγχο των επαφών και προσέγγιση με τους ανθρώπους τους. Ο εκδότης των Times, Arthur Ochs Sulzberger (Yale Daily News, 1984) καυτηριάζε ι τέτοιες προσπάθειες, όταν δηλώνει *«...Φαίνεται πολύ σημαντικό ότι ο Τύπος μόνος του διεκπεραιώνει τα θέματα του αλλά φοβούμαι πως υπάρχει μια συνεχής προσχεδιασμένη κίνηση να περιχαρακωθεί ο αμερικανικός Τύπος. Παρατηρείται ένα αυξανόμενο συναίσθημα σχετικά με το ότι ο δικός μας ελεύθερος Τύπος δεν είναι αρκετά συνεπής και αμφότεροι κανονισμοί και ποινές δίνουν οδηγίες γι' αυτό.»* [287]

Στο πλαίσιο της επιδίωξης των στενών σχέσεων ε/φ και κυβέρνησης αναπτύσσονται **κατά καιρούς «προσωπικοί δεσμοί μεταξύ τους με μιαν μορφή αγεφύρωτης έντασης**. Απειλές, πίεση για εκμετάλλευση γεγονότων, κομπασμός, κολακεία, ευνοιοκρατία είναι μερικοί από τους χαρακτηρισμούς, που μπορούν να δοθούν στη δράση του Προέδρου Johnson προς τους Times, για τη θέση τους στους χειρισμούς του στο θέμα του Panama. Ο ίδιος χαρακτηρίζει τους δημοσιογράφους «μαριονέτες, που προσελκύονται και ανταποκρίνονται στους ισχυρούς με στόχο κάθε ιστορία να κερδίζει πάντοτε την εύνοια τους, στερούμενη αντικειμενικότητας και κρύβοντας πίσω από το δήθεν δημόσιο συμφέρον το ιδιωτικό

*«Δεν μπαίνει μόνο το ζήτημα της έκρηξης των πηχυαίων τίτλων και της πώλησης φύλλων...Είναι βέβαιο, ότι οι Πρόεδροι εκλέγονται για να ασκούν αυτοί την εξωτερική πολιτική και όχι οι Times. Κανείς όμως δεν συμφωνεί, ότι η εξωτερική πολιτική είναι μονοπώλιο των Προέδρων.»*[288]

Κατά καιρούς η αμερικανική Κυβέρνηση προσπάθησε να ασκήσει έλεγχο στις ειδήσεις με διάφορους τρόπους για να περιορίσει την δύναμη τους στη διαμόρφωση της Κοινής Γνώμης. Μερικοί από αυτούς είναι **άμεσοι, απλοί και αναμενόμενοι ενώ μερικοί άλλοι έμμεσοι και αντιδεοντολογικοί**

- Ο πλέον απλός τρόπος ελέγχου εφαρμόζεται με **την απόκρυψη και αποσιώπηση** κάποιων ειδήσεων. (Επί προεδρίας Nixon απέκρυψαν τις πραγματικές δαπάνες και την πραγματική στρατιωτική κατάσταση στο Vietnam)

Με την απαγόρευση δημοσίευσης ειδήσεων και παράλειψη αποδεικτικών στοιχείων, η πολιτική της κυβέρνησης έχει τη δυνατότητα να παρέχει εξηγήσεις σύμφωνα με τις επιθυμίες της.

- Ένας άλλος τρόπος ελέγχου αποτελεί **η διοχέτευση προς τον Τύπο μόνο ευνοϊκών ειδήσεων** και η **υποβάθμιση μη ευνοϊκών με την παρουσίαση άλλων δεδομένων.** Βέβαια υπάρχει το ενδεχόμενο οι δημοσιογράφοι να ανακαλύψουν όλη την αλήθεια μη εμπιστευόμενοι μόνο τις κυβερνητικές πηγές και να αναζητήσουν, εάν το επιθυμούν-και πρόσθετες τρέχουσες πληροφορίες. (Η αύξηση του δείκτη ανεργίας στις ΗΠΑ το 1982, οδήγησε τον πρόεδρο Reagan να αποπροσανατολίσει το ενδιαφέρον του Κοινού στρέφοντας τα ΜΜΕ σε άλλη κατεύθυνση σε αυτήν της εξωτερικής πολιτικής με συνέντευξη που δικαιολογούσε την ανάκληση του τίτλου «ευνοουμένου κράτους» από την Πολωνία!).
- Μια άλλη τεχνική ελέγχου της διάχυσης των ειδήσεων αποτελεί αυτή, που δεν συλλέγει απλά τα εξακριβωμένα, αξιόπιστα στοιχεία αλλά τείνει **να υποστηρίζει το status quo και να αλλάζει την μέθοδο και τα κριτήρια συλλογής** εξακριβωμένων πληροφοριών. (Επί προεδρίας Reagan δίδονται στοιχεία υψηλής μηνιαίας απασχόλησης με τον συνυπολογισμό και των εργαζομένων στον Στρατό )
- **Η διοχέτευση ανεπίκαιρα ειδήσεων μειώνει την επίδραση,** που ασκούν. (Αυτό αποτέλεσε μια άλλη τεχνική του Προέδρου Carter, όταν ανακοίνωνε την στιγμή, που έκρινε, την απελευθέρωση των αμερικανών ομήρων στο Ιράν)
- Τέλος, μια **ακραία τεχνική ελέγχου αποτελεί το ψέμα.** (Επίσημα ψεύδη για μη εμπλοκή των ΗΠΑ, Eisenhower-Guatemala, Kennedy-the Bay of Pigs, Nixon- Watergate) [32]

Πίσω από την παρουσίαση της εξωτερικής πολιτικής προς όφελος των λαών και της δημοκρατίας, γίνεται φανερό, για τους ευρύτερα πολιτικά σκεπτόμενους αναλυτές, ότι **υπάρχει ένα οργανωμένο σχέδιο εκμετάλλευσης των πολιτικών αξιών του αμερικανικού λαού**. Υστερα από έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 1987 σχετικά με τα άρθρα του Τύπου τα οποία κάλυψαν την «ανάμειξη» των ΗΠΑ στο El Salvador και την Nicaragua, αποκαλύφθηκε ότι η κυβέρνηση Reagan παρουσίασε το γεγονός σαν διαμάχη «πλουσίων και φτωχών», στην οποία διαμάχη οι αμερικανικές πολιτιστικές αξίες κυριάρχησαν σε ένα «καθαρό παιγνίδι» και υποστήριξαν τους «καταδυναστευόμενους». [Το όλο ζήτημα παρουσιάστηκε στο Κοινό σαν μέρος μιας διεθνούς «σταυροφορίας» της Αμερικής ενάντια στον κομουνισμό στηριζόμενη στους πολιτιστικούς κανόνες του «εθνικισμού» και της «ατομικής ελευθερίας». Η Κοινή Γνώμη προβληματίστηκε, εάν οι ΗΠΑ «έπρεπε να βοηθήσουν» στην συντριβή του σοσιαλισμού στα δύο συγκεκριμένα κράτη ή κάθε ένα από αυτά «έπρεπε να αφεθεί να καθορίσει το ίδιο μόνο του την τύχη του»]. Η απόφαση να καλυφθούν οι δύο αυτές παρεμβάσεις θεωρήθηκε ως κίνητρο οικονομικού οφέλους. Η αμερικανική παρέμβαση στις δύο χώρες θεωρήθηκε σημαντικό θέμα! Ακολούθησε διαφωνία μεταξύ των εκπροσώπων του δημοσιογραφικού και οικονομικού κόσμου με αποτέλεσμα οι διευθυντές σύνταξης να επιβάλουν δημοσιογραφικά κριτήρια και να δημιουργήσουν μια **σύνθεση συναισθήματος και τραγωδίας, απαραίτητη για να παρουσιάσει στο αναγνωστικό Κοινό μια σύγκρουση με τις κοινωνικές, πολιτιστικές αξίες, τον εθνικισμό, αντικομουνισμό ως αιτία της «ρυθμιστικής παρέμβασης»**.[289]

**Παρατηρείται λοιπόν μια προσπάθεια αποπροσανατολισμού του αμερικανικού Κοινού από τη φύση των κοινωνικών προβλημάτων και των πολιτικών δρωμένων σε τρίτη χώρα από την κυβέρνηση των ΗΠΑ, με την συνεργασία των δύο μεγάλων κομμάτων και του Τύπου. Η συνεργασία όμως αυτή με την μετάδοση «κατάλληλων» πληροφοριών γέννησε έναν προβληματισμό για τη γνησιότητα τους, θέμα που αρκετές φορές θίγεται σε επίσημες συζητήσεις σχετικά με τη διαστρέβλωση-παραποίηση των ειδήσεων.**

Σε περιόδους κρίσης όταν οι πολιτικοί επιζητούν τις άμεσες αποφάσεις ή όταν η υποστήριξη του Κοινού ή η δυσαρέσκεια του προς μια πολιτική κατεύθυνση είναι κρίσιμη, αυτοί περιμένουν από τον Τύπο να ασκήσει την *«γιγαντιαία επιρροή»* στη παρουσίαση των γεγονότων. Υπό τέτοιες συνθήκες οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι όμως και οι οργανισμοί ειδήσεων οφείλουν να λειτουργούν όχι απλά ως επικερδείς εταιρίες ή ως

συλλέκτες ειδήσεων αλλά μάλλον ως φορείς-αντιπρόσωποι των πολιτών με δημόσια εξουσία και συνακόλουθη δημόσια υπευθυνότητα.

Το φαινόμενο της **«συνεργασίας» για την αλλοίωση** δεν είναι πρόσφατο, όπως φαίνεται από τη δημόσια συζήτηση της 26ης Ιανουαρίου 1946 με τις τοποθετήσεις του Assistant Secretary, Benton και του Federal Communications Commissioner, Porter.

***-Porter «...Εάν κοιτάξεις μπορείς να βρεις ένα ποσοστό διαστρέβλωσης και καλλωπισμού των ειδήσεων, περισσότερο σε μερικές ε/φ από άλλες.***
***-Benton. «...Μέρος του Τύπου διαστρεβλώνει τις ειδήσεις, αυτό είναι αληθές!»*** [290]

Είναι λοιπόν ακόμα απίστευτη η ιδέα ότι ζούμε σε έναν απλό κόσμο, όπου μπορεί να υπάρξει αλήθεια, εάν οι πολιτικοί δεν επιθυμούν να την πουν. Στον σύγχρονο κόσμο της πολιτικής, η εξουσία εξαρτάται τόσο πολύ από τον ολοκληρωτικό έλεγχο των πληροφοριών, που οι πληροφορίες **είναι συχνά κατασκευασμένες για να "ταιριάζουν"** με τα πολιτικά σχέδια των χρηστών, παρά τον ισχυρισμό ότι ***«Το ιδανικό της αντικειμενικότητας συνδέεται με ειδήσεις ακριβείς κατανοητές, ουδέτερες, που χωρίς εξαρτήσεις και δεσμεύσεις από συγκεκριμένες γνώμες και αξίες, επικυρώνουν γεγονότα.»*** [291]

- *ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ*

Η άποψη ότι οι ξένοι ανταποκριτές-δημοσιογράφοι, διευθυντές έκδοσης και συντάκτες της σελίδας της Σύνταξης (editorial page) εμπλέκονται πολύ στη πολιτική, δεν είναι κάτι που εκπλήσσει. Οι περισσότεροι από αυτούς μπορεί να παραδεχθούν ότι οι ίδιοι ή οι συνεργάτες τους έχουν επαφές με πολιτικούς και αξιωματούχους της κυβέρνησης ότι ανταλλάσσουν πληροφορίες με αυτούς, ότι εξαρτώνται οι μεν από τους δε για χιλιάδες οφέλη (παζαρέματα πολιτικών μυστικών για ευεργετική κάλυψη κάποιου θέματος ή προσώπου, εκμετάλλευση αφανών πληροφοριών για δημοσιότητα).

Σε ότι αφορά τη σχέση πολιτικής και επαγγελματιών του Τύπου ο Jack Raymond, μέλος της μεγάλης Ενωσης (Overseas Press Club) έγραφε το 1975: «Υ*ποπτεύομαι ότι εάν*

*εμείς δώσουμε επαγγελματική υπόσταση στους δημοσιογράφους με ειδική εκπαίδευση και γνώσεις, θα μειώσουμε το επιχείρημα ότι στην πραγματικότητα η δημοσιογραφία μπορεί να είναι απλά ένα επάγγελμα. Ο Τύπος στην Αμερική ποτέ δεν θεωρήθηκε επαγγελματικός χώρος όπως η Ιατρική, η Θεολογία, η Νομική, περιχαρακωμένος από standards, κανονισμούς με άδεια από ανώτατη αρχή. Ο Τύπος πρέπει να ενθαρρύνεται να θέτει υπό αμφισβήτηση την εξουσία, να είναι απειθάρχητος και ακόμα κάπως ανεύθυνος. Ο επαγγελματισμός των ανθρώπων των ειδήσεων στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στον αντί-επαγγελματισμό των standards εξαίρετων και τίμιων μάλλον παρά στους τυπικά εδραιωμένους κωδικούς και τις μεθόδους πρακτικής, οι οποίοι συχνά κατατάσσονται σε γραφειοκρατικό σεβασμό για την υψηλή εξουσία.»*[292]

Η σχέση "επαγγελματισμού" γραφειοκρατίας, ο έλεγχος από την εξωτερική δεσποτική εξουσία και η μείωση της ελευθερίας μπορεί να αποτελέσουν τα στοιχεία που επικρατούν μεταξύ των reporters των εξωτερικών θεμάτων (ανταποκριτές, εκδότες και συντάκτες των editorials), όμως η αγνή αυτοτέλεια ατομικότητα, όπως την εκθέτει ο Jack Raymond με την απουσία ενός **κώδικα επαγγελματικών οδηγιών**, μπορεί από μόνη της να επιτρέψει την "εξωτερική" παρέμβαση σε θέματα εξωτερικής πολιτικής.

Η ανεξαρτησία από επίσημους περιορισμούς δεν συνεπάγεται και ανεξαρτησία από επίσημες εξωτερικές επιρροές και επιδράσεις, ιδιαίτερα όταν αυτού του είδους οι επιρροές στοχεύουν από επιλεγμένα άτομα σε φορείς ειδήσεων.

[Από τις αφηγήσεις του άλλοτε ανταποκριτή των Times, William. S. White, όταν κάλυπτε το 1945 τα γεγονότα στη Βενεζουέλα, προσφέρεται ένα ακόμα παράδειγμα επίσημης παρέμβασης της αμερικανικής Κυβέρνησης και σύνδεσης της με την βαρύτητα που οι δημοσιεύσεις της ε/φ Times μπορούν να προσλάβουν μέσα από τις στήλες της. Συγκεκριμένα, η δράση (υλοποίηση συγκεκριμένου πολιτικού προγράμματος των ΗΠΑ) του αμερικανού πρεσβευτή A. A. Berle στόχευε εκτός από την πιστή τήρηση του προγράμματος αμερικανικής πολιτικής στην επιτυχία εξασφάλισης θετικής κριτικής για το έργο του μέσα από τα περιεχόμενα των Times και την ερμηνεία που προσέφεραν για τους αναγνώστες της αλλά κυρίως για τους ανθρώπους της **Washington** αφού όλοι εκεί τους διάβαζαν. *Στον ενδεχόμενο αντίκρουσης της κατηγορίας ότι υπήρξε πράγματι αμερικανική ανάμειξη στις υποθέσεις της Λατινικής Αμερικής οι αμερικανοί διπλωμάτες αντέδρασαν με το επιχείρημα της παρέμβασης μόνο σε πνευματικό-μορφωτικό επίπεδο!»*[293] ]

Οι ίδιοι οι New York Times στις 28-Δεκεμβρίου 1977 και 3 Ιανουαρίου 1978) αποκαλύπτουν αναπτύσσονται «συνεργασίες **χρησιμότητας**» έχουν ταράξει τουλάχιστον μερικούς από τους διακεκριμένους δημοσιογράφους των ΗΠΑ. Στο πλαίσιο αυτό αναπτύσσεται η δυνατότητα από την CIA να κατασκευάζει ή να παρακινεί την κατασκευή πληροφοριών με στόχο την παραπληροφόρηση που παράγεται στο εξωτερικό και εισάγεται στις ΗΠΑ συνεπικουρούμενες από τους αμερικανικούς εκδοτικούς οργανισμούς. Σύμφωνα με έγκυρες πηγές της αμερικανικής δημοσιογραφικής κοινότητας στρατολογήθηκαν τότε και απασχολήθηκαν συγκεκριμένοι ξένοι δημοσιογράφοι για τις **συνεργασίες σκοπιμότητας**, γεγονός που δέχθηκε μεγάλη κριτική από τους Eugene Patterson και ο Clayton Kirkpatrick, που καταδίκασαν με καυστικές δηλώσεις την CIA και την άρνηση της να διακόψει την απασχόληση τέτοιου είδους δημοσιογράφων του εξωτερικού.[294]
Παράδειγμα «συνεργασίας χρησιμότητας» αποτελεί και η περίπτωση κατά την οποία το 1956 ο αμερικανός πολίτης πολύ λίγα γνώριζε για την Ουγγαρία και την στάση της προς τον Hitler. Η επανάσταση εκεί εκδηλώθηκε παράλληλα με την κρίση του Suez τον Φεβρουάριο του 1956 για την οποία ο ανταποκριτής και πράκτορας της CIA, Edgar Clark, έστειλε από την Βιέννη σχετικό report, το οποίο όμως η Σύνταξη των Times έκρινε ότι δεν έπρεπε να γίνει γνωστό σε αντίθεση με το δεύτερο γεγονός το οποίο έσπευσε να «αρπάξει» σαν θέμα στην agenda των Ηνωμένων Εθνών. Και ενώ η επανάσταση στην Ουγγαρία άρχισε για τα καλά να ακουμπά το Ευρωπαϊκό Κοινό μερικά από τα αμερικανικά ΜΜΕ συμπεριλαμβανομένων των Times, συνέχιζαν τις αναφορές για τα σοβιετικά στρατεύματα και την καταστολή των επαναστατών Τέλος, όταν η αμερικανική κυβέρνηση πληροφορήθηκε πως η ισραηλινή κινητοποίηση για το Suez υπήρξε ολοκληρωτική τότε «συνέπεσε» να γίνει γνωστή από όλα τα ΜΜΕ η πλήρης κλιμάκωση της ουγγρικής επανάστασης![295]

Αλλά οι συνεργασίες χρησιμότητας έχουν να μας δώσουν και μερικά ακόμα παραδείγματα μεροληπτικής αντιμετώπισης σημαντικών γεγονότων από μέρους των Times, παραδείγματα που τεκμηριώνουν το ρόλο της συγκεκριμένης ε/φ να στηρίξει την κυβερνητική εξωτερική πολιτική!
Μεταξύ αυτών συμπεριλαμβάνεται η υπόθεση, που αφορούσε την Cuba και τη δράση του Castro. Παρατηρήθηκε τότε από τους αντικειμενικούς αναγνώστες στους Times ότι ενώ τα περισσότερα ΜΜΕ υιοθέτησαν την πληροφορία, ότι «στην διάρκεια 22 μηνών της δράσης του πολιτικού κομουνιστή αρχηγού αυτής της χώρας καταγράφηκαν 20.000 θάνατοι στις πόλεις», η

ανταποκρίτρια των Times Ruby Hart Phillips **αύξησε τον αριθμό κατά 5.000**. Τον Ιούλιο του 1960 τόσο τα σοβιετικά ΜΜΕ, όσο και τα κουβανέζικα παρακολούθησαν με ενδιαφέρον τα δημοσιεύματα των Times **ανοίγοντας σχετικό διάλογο μαζί τους, ως να ήταν μια άλλη κυβέρνηση** ενώ τον ίδιο μήνα η Izvestia αναδημοσίευε **σε εισαγωγικά ένα editorial κείμενο της σημαντικής αυτής αμερικανικής ε/φ με τη σύμφωνη γνώμη της.** [296]

Ο ίδιος ο διάσημος και αδιαμφισβήτητος για την επαγγελματική του συνέπεια James Reston[297] έγραφε στις **στήλες των Times, ότι ήδη η ε/φ του γνώριζε εκ των προτέρων πως η αμερικανική κυβέρνηση είχε αποστείλει αναγνωριστικό αεροπλάνο** για να φωτογραφίσει σοβιετικούς πυραύλους, κατά την περίοδο της προεδρίας του Eisenhower αλλά διαφύλαξε την πληροφορία εν ονόματι του συμφέροντος των ΗΠΑ στον ανταγωνισμό θεμάτων εξοπλισμού και δεν τη δημοσίευσε! Το ίδιο συνέβη και επί προεδρίας Kennedy, όταν **κράτησε μυστική την κυβερνητική δράση για την ματαίωση της εγκατάστασης πυρηνικού εξοπλισμού σοβιετικού τύπου στην Κούβα.**[298]

Στην περίπτωση του Vietnam **η παρουσίαση μειωμένου αριθμού εχθρικών δυνάμεων** και η αντίστοιχη αύξηση των αμερικανικών δυνάμεων καθώς και **η πλημμελής ενημέρωση του Κοινού** πραγματοποιήθηκε σε μια σειρά δελτίων ειδήσεων που **στόχευαν στην ενδυνάμωση της στήριξης των πολιτών** σε αυτή την πολεμική πολιτική της αμερικανικής κυβέρνησης. Η επικοινωνιακή αυτή τακτική τηρήθηκε από το δίκτυο CBS που αποκαλύφθηκε ύστερα από 14 χρόνια.

Αλλά και η αφιέρωση σειράς άρθρων για τον Andrei Sakharov από τους Times μεταξύ Ιανουαρίου 1976 και Ιουνίου 1981, 228 σε αριθμό, ερμηνεύθηκε σαν μια **«καλοστημένη» προπαγανδιστική προσπάθεια** μη παρόμοια για άλλο θύμα του «ελεύθερου κόσμου»

Το περιστατικό της κατάρριψης του κορεατικού αεροσκάφους KAL 007 από τους [πρώην] Σοβιετικούς το 1983 έγινε αντικείμενο μεγάλης προπαγάνδας και μονόπλευρης εκμετάλλευσης από τους New York Times, αλλά και άλλα αμερικανικά έντυπα, που άσκησαν σκληρή κριτική, χωρίς να παρουσιάσουν όμως όλα τα ενδεχόμενα για τα πραγματικά αίτια του συμβάντος σύμφωνα με τις θέσεις του ICAO.»[299]

Τα «υψηλά σε ποιότητα αμερικανικά πολιτιστικά προϊόντα» γίνονται γρήγορα και με ενθουσιασμό αποδεκτά από το Κοινό των ΜΜΕ και ιδιαίτερα από την elite. Η εξάπλωση του αμερικανικού κόσμου των media σε παρθένες αγορές δεν παρουσίασε ιδιαίτερες δυσκολίες αλλά και εκεί που παρουσιάστηκαν κάποια εμπόδια οι ΗΠΑ με τον κατάλληλο σχεδιασμό κατόρθωναν να υπερισχύουν. Ετσι ενδεικτικά αναφέρεται η περίπτωση που οι ΗΠΑ στέρησαν την UNESCO από ένα σημαντικό κονδύλι επιδότησης, το 1983, με αφορμή την συζήτηση

επιβολής ειδικών μέτρων αναφορικά με την έκδοση άδειας στην άσκήση του δημοσιογραφικού έργου.[300]

Η κατάρριψη αεροσκάφους της Angola από την Savimbi's Unita, δεν αντιμετωπίστηκε με την ίδια ευαισθησία, προφανώς γιατί η δράση προήρχετο από «σύμμαχο» της Νότιας Αφρικής και του «Ελεύθερου Κόσμου»![301]

Τέλος, στη διάρκεια του πολέμου στον Κόλπο (1991) οι Times κυριάρχησαν πάλι στον τομέα της πληροφόρησης αφού έσπευσαν να «καλύψουν» τα γεγονότα με έναν αριθμό «έμπειρων» ανταποκριτών, το έργο των οποίων εξήρε με αναφορά του ο συντάκτης, Max Frankel.
***«Οι άνδρες και γυναίκες με τη δουλειά τους κατέστησαν για μια φορά ακόμα την ε/φ αναγκαία για μελέτη, την ώρα της κρίσης, για τη Χώρα και τον Κόσμο, δεν μπορούν να καταταγούν σε εκείνους, που έκαναν οφθαλμοφανείς παραλήψεις και διαστρεβλώσεις, μέσα από τις περικοπές τους...»***[302]

Η διασπασμένη φύση της επαγγελματικής δημοσιογραφίας επιτρέπει επομένως **επαφές χρησιμότητας μεταξύ της κυβέρνησης και μιας ποικιλίας οικονομικών ομάδων από την μια μεριά και δημοσιογράφων και οργανισμών ειδήσεων από την άλλη, που κλιμακώνονται από την ανταλλαγή περιστασιακών, παρασκηνιακών πληροφοριών** με συγκεκριμένες συμφωνίες της CIA. Για τους ενεχόμενους δημοσιογράφους αυτές οι ταξινομήσεις εγείρουν σοβαρά ερωτήματα σχετικά με την επαγγελματική αυτονομία και αρτιότητα. Εδώ υπάρχει η κλασσική περίπτωση της κυβερνητικής εξουσίας, που ασκεί μια ελεγχόμενη και εξαρτημένη πληροφόρηση ακόμα και μετά το τέλος της άσκησης της κυβερνητικής πολιτικής χωρίς την συμμετοχή του αμερικανικού Κοινού.
Παρατηρούνται περιπτώσεις **απομόνωσης θετικών γεγονότων, που πραγματοποιούνται σε εχθρικά αντίθετες χώρες, δόθηκε έμφαση σε αυτά, ενώ αντίθετα άλλα αρνητικά περιστατικά, φιλικών με τις ΗΠΑ κρατών,** που συμπεριλαμβάνονται στις στήλες των ειδήσεων

Οι τρόποι συνεχούς στήριξης της αμερικανικής κυβέρνησης από τους Times έχουν γίνει αποτελέσει θέμα έρευνας, πριν από αρκετές δεκαετίες στις ΗΠΑ από τον Edward L. Bernays[303] στηριζόμενος στις απόψεις των ιδιοκτητών των ε/φ αλλά και των επικεφαλής ομάδων για να διαπιστωθεί εάν τηρούνται οι ιδεατές θέσεις και το περιεχόμενο των μηνυμάτων των Pulitzer* (αγώνας του Τύπου για πρόοδο και ανανέωση, μη ανοχή της διαφθοράς και αδικίας), Ochs* (προσφορά σαφών και λιτών κειμένων σε μια ελκυστική

μορφή, εγκαίρως με αμεροληψία, τόλμη) και Gibson* (υπεράσπιση του δικαίου και καταγγελία των λαθών μέσα από την ελεύθερη έκφραση απόψεων). Τα αποτελέσματα της έρευνας ενισχύουν την θέση για άσκηση επιρροής της ε/φ Times. Σύμφωνα με τους ακόλουθους πίνακες ε/φ Times κατέχει μεταξύ των δέκα ε/φ την πρώτη θέση επιλογής και προτίμησης των αναγνωστών με ποσοστό 93.0%, γεγονός που επιβεβαιώνει το κύρος και την εκτίμηση, που εμπνέει με αποτέλεσμα την επιρροή και τις επιδράσεις της στο αμερικανικό αναγνωστικό Κοινό.

**Δέκα αμερικανικές ε/φ, που πληρούν τις ιδεατές προϋποθέσεις (Pulitzer-Ochs-Gibson), όπως καθορίζονται από τους ιδιοκτήτες και τις αρχηγικές ομάδες.**

| Εφημερίδες | Ποσοστά% |
|---|---|
| **New York Times*** | 93.0 |
| **St. Louis Post-Dispatch** | 64.0 |
| **New York Herald-Tribune** | 50.0 |
| **Christian Science Monitor** | 49.5 |
| **Washington Post** | 35.0 |
| **Louisville Courier-Journal** | 30.5 |
| **Kansas City Star** | 29.5 |
| **Baltimore Sun** | 23.5 |

Πηγή: «The Social Responsibility of the Press», J Edward Gerald, The University Press of Minnesota, Minneapolis, 1963.

**Σύγχρονες Εφημερίδες με απόκλιση από τα ανωτέρω ιδεώδη λόγω παραγόντων προσδιορισμένων από τους ιδιοκτήτες και τις αρχηγικές ομάδες.**

| Απόκλιση με αίτιο: | Ιδιοκτήτες εφημερίδων | Αρχηγικά Groups |
|---|---|---|
| **Πολιτικές επιρροές** | 22% | 18% |
| **Αποτυχία να προσφέρουν κοινωνική υπηρεσία** | 20 | 8 |
| **Παραποίηση ειδήσεων** | 20 | 33 |
| **Ανταπόκριση σε οικονομικές πιέσεις** | 17 | 8 |
| **Επιρροές προσωπικού Ενδιαφέροντος ιδιοκτήτη** | 7 | 6 |
| **Ομάδες Πίεσης** | 4 | 2 |
| **Συναίσθημα** | 0 | 12 |
| **Αλλα διάφορα** | 10 | 13 |

Πηγή : «The Social Responsibility of the Press», J Edward Gerald, The University Press of Minnesota, Minneapolis, 1963.

Το θέμα της πολιτικής πληροφόρησης από οποιαδήποτε άποψη είναι ένα τεράστιο ζήτημα και ενώ το καθήκον επιβάλλει μια ουσιαστική παρουσίαση και ανάλυση των πολιτικών ζητημάτων, οι βασικές αρχές δεν τηρούνται πάντοτε. Το αμερικανικό ιδεώδες αναφέρεται στην πληροφόρηση των πολιτών, που όμως ποτέ δεν θα πραγματοποιηθεί στο βαθμό που αρμόζει, εφόσον η πολιτική δεν επιτρέπει την προσέγγιση σε όλες τις πληροφορίες και την ανάπτυξη ενός συστήματος ευρείας διασποράς τους. Και ενώ οι πολίτες πρέπει να γίνονται κοινωνοί της Ομοσπονδιακής πολιτικής που τηρείται, μέσα από ένα αποτελεσματικό πληροφοριακό σύστημα –μέσω των επαγγελματιών των ΜΜΕ συντακτών ή πολιτικών αναλυτών που οφείλουν να είναι περισσότερο ευπρόσιτοι και κατανοητοί για το Κοινό- τις περισσότερες φορές η πληροφόρηση δεν πραγματοποιείται εγκαίρως τηρούμενης μιας μυστικότητας κατά περίπτωση.[304]

- ***ΡΟΛΟΙ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΜΟΡΦΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ***

Η λίστα κανόνων του Τύπου, που επιτάσσουν να παίζεται ένας ιδανικής μορφής ρόλος στο πλαίσιο της καθιερωμένης ενημέρωσης συμπεριλαμβάνει μεταξύ άλλων την **ανάλυση-ερμηνεία** πολύπλοκων γεγονότων, την **ανακάλυψη** ισχυρισμών και δηλώσεων της κυβέρνησης, την **παροχή** έγκαιρης πληροφόρηση προς το Κοινό, την **επικέντρωση** του ενδιαφέροντος σε ειδήσεις μεγάλης προτίμησης του ευρύτερου Κοινού, την **αποστασιοποίηση** από ιστορίες, που αδυνατούν δεν δύνανται να επαληθευτούν, την **άσκηση κριτικής** στις κυβερνητικές πράξεις [305] *

Διακεκριμένα συγγράμματα («A Free and Responsible Press, Zechariah Chafee, Jr., «Government and Mass Communications», William E. Hocking, «Freedom of Press») για τη διεθνή επικοινωνία

---

* Η Επιτροπή για την Ελευθερία του Τύπου (Commission on Freedom of the Press) επιπλέον προσδιορίζει και κάποια άλλα standards, που μια σύγχρονη κοινωνία απαιτεί να αποδεχθεί ο Τυπος μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται η πλήρης αλήθεια, η ακρίβεια, η δυνατότητα πλήρους κατανόησης και η περιγραφή των γεγονότων με ένα πνευμα υψηλής αντίληψης

Συγκεκριμένα απαιτείται οι δημοσιογράφοι να λειτουργήσουν στο πλαίσιο ενός Forum για την **ανταλλαγή σχολίων και κριτικής καθώς** και ως **πρεσβευτές των ΜΜΕ**, μεταφέροντας **απόψεις του Κοινού, που δεν θα συμφωνούν απαραίτητα με τους «γίγαντες» του Τύπου και ως εκπρόσωποι ομάδων της κοινωνίας, που θα υπηρετούν πιστά τις αξίες της.**[306]

προσδιορίζουν τα standards, των κανόνων του Τύπου στην υπηρεσία της κοινωνίας. Συγκεκριμένα:

- ***η κοινωνία χρειάζεται μια ειλικρινή, κατανοητή και έξυπνη ερμηνεία των καθημερινών γεγονότων μέσα από περιεχόμενα που δίνουν νόημα και συντελούν στην ανταλλαγή σχολίων και κριτικής.***
- ***χρειάζεται η μελέτη γνωμών και στάσεων των ομάδων της κοινωνίας, που προκύπτουν από τις μεταξύ τους σχέσεις διευκολύνοντας με κατάλληλες μεθόδους την παρουσίαση και αποσαφήνιση στόχων και αξιών τους καθώς και η προσφορά επίκαιρων πληροφοριών, ιδεών και συναισθημάτων από τον Τύπο.»***[307]

Η εφαρμογή μιας εκ των δύο επικρατέστερων θεωριών Τύπου (αναφέρθηκαν πριν στο 3° Κεφάλαιο) αφού έχει τελικά περιοριστεί σήμερα, όπως και η αντίσταση στον αυξανόμενο έλεγχο των οικονομικών δυνάμεων και της elite στην αγορά των ιδεών, διαμορφώνονται δύο κατευθύνσεις που προσδιορίζουν τους ρόλους τους οποίους κατά καιρούς « παίζει» ο Τύπος. Ενας δείκτης στην εμφάνιση του ρόλου του αμερικανικού Τύπου είναι αυτός που του επιτρέπει να κινείται σε **ατομικό επίπεδο *(individual level)***, να δίνει δικές του ερμηνείες (ερμηνευτής, αποστολέας ειδήσεων, αντίπαλος της κυβέρνησης). Αυτός όμως ο ρόλος δεν έχει μεγάλη ισχύ, γιατί περιορίζεται από τις κοινωνικές δυνάμεις του εκδοτικού οργανισμού. Άλλος δείκτης είναι αυτός που κατευθύνει τον ρόλο του δημοσιογράφου και εμφανίζεται σε **επίπεδο οργανισμού *(organizational-level)***. Ο ρόλος αυτός είναι ισχυρότερος εξαιτίας της σχέσεως του δημοσιογράφου με το περιβάλλον και τις επιρροές των χρηματοδοτών του οργανισμού Στη περίπτωση αυτή δεύτερη αυτή περίπτωση επιχειρείται η **επιλογή των ιστοριών**, η **παραγωγή αξιόπιστων δηλώσεων** και η εφαρμογή κάποιων **ποιοτικών standards** από τους εργαζόμενους στον συγκεκριμένο οργανισμό σε ότι αφορά στις ειδήσεις που προσφέρονται στο Κοινό Παράλληλα οι κοινωνικές επιταγές προς τον δημοσιογράφο θα πρέπει να τον σπρώχνουν προς την κατεύθυνση των συμμάχων του σε συνελεύσεις, στην ανάμειξη του σε reports και editorial και στη συνδιαλλαγή με τους άλλους συναδέλφους του, εξασθενούν. Σε πολλά όμως επίπεδα παραγωγής και δημιουργίας του καταναλωτικού αγαθού των ειδήσεων παύει να εμφανίζεται η αποδοχή της κουλτούρας και των κανόνων, που δεν επιτρέπουν ρήξεις αλλά αποτελεσματικότητα. Ενας ακόμα δείκτης ρόλου είναι αυτός που υπαγορεύει μόνο την εφαρμογή κανόνων επαγγελματισμού σε βάρος των κανόνων κοινωνικής δεοντολογίας, αυτών που υποχωρούν χάριν των απαιτήσεων και των **προτεραιοτήτων του οργανισμού**

***(professional level).*** Καθώς οι οικονομικές πιέσεις αυξάνονται προς τον οργανισμό ο επαγγελματίας δημοσιογράφος χάνει την αποτελεσματικότητα του λόγω της αλληλεπίδρασης, που ξεκινά από υψηλότερα επίπεδα η επιρροή των οποίων δεν είναι πάντοτε εύκολο να ανιχνευτεί.

Στην καθημερινή πρακτική οι πολιτικές ειδήσεις που αφορούν τα τοπικά αλλά και τα εθνικά ζητήματα μέσα από μηνύματα μιας επικείμενης αναστάτωσης ή ενός κινδύνου στο πλαίσιο συγκεκριμένου κλίματος επικοινωνίας του Τύπου πολλές φορές συντελούν στη γένεση **ενός «αβοήθητου» αναγνώστη, που προσπαθεί να επισημάνει την άκρη του παγόβουνου, το μεγαλύτερο μέρος του οποίου παραμένει αθέατο χωρίς επισήμανση κάτω από την επιφάνεια.** Οι πολιτικές ειδήσεις οι οποίες άλλοτε χρειαζόταν να ερμηνευθούν για ένα περιορισμένο σύνολο αναγνωστών στις μέρες μας ιδιαίτερα για αιφνίδιες ενέργειες χρειάζεται να ερμηνευθούν, να αναλυθούν και να αξιολογηθούν, όταν απευθύνονται σε ευρύ Κοινό έχοντας έτσι άμεσο αντίκτυπο γρήγορο και ευρείας κλίμακας.
Η γρήγορη εξέλιξη και η αποτελεσματική επικοινωνιακή επαφή μεταξύ των μελών διαφορετικών ομάδων στην σύγχρονη κοινωνία, σημαίνει ότι καμία οικονομική, πολιτική ή άλλη πολιτιστική αλλαγή δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί οπουδήποτε χωρίς να θεωρηθεί ότι επηρεάζει το πεπρωμένο και των πλέον απομακρυσμένων ομάδων.

Ιστορικά ακόμα και κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου οι εξωτερικές υποθέσεις των ΗΠΑ ήσαν πολύπλοκες με αποτέλεσμα να δίδεται αφορμή στους πολιτικούς συντάκτες να προβαίνουν σε μια μορφή δικής τους ***ερμηνείας*** στον καθορισμό των ειδήσεων Έτσι αρχίζει να κτίζεται ***το ερμηνευτικό reporting*** με έμφαση στην **επεξήγηση** και στην **επισήμανση** στο **γιατί** το γεγονός συνέβη και **τι** σημαίνει
Η υιοθέτηση της ερμηνείας ακολούθησε μια σταδιακή εξέλιξη με τον ισχυρισμό *«ότι η ανάγκη για ερμηνεία γίνεται όλο και περισσότερο επιτακτική»* παρά τις αντίθετες απόψεις των δημοσιογράφων οπαδών της αντικειμενικότητας *«ότι εξ ορισμού η ερμηνεία είναι υποκειμενική και σημαίνει 'να μεταφράζεις, να διευκρινίζεις, να εξηγείς' κάτω από τα φώτα των ατομικών ενδιαφερόντων και πεποιθήσεων. Η ερμηνεία είναι το λαμπερό όνειρο ευσεβών οραματισμών, που αναπτύσσεται και μεταφράζεται μεταξύ των ειδήσεων.»*[308]

Ωστόσο, υπέρ της ερμηνείας τάσσεται μεταξύ άλλων ο Lester Markel των Times με το επιχείρημα ότι στη συλλογή και παρουσίαση των ειδήσεων κυριαρχεί αναπόφευκτα ο υποκειμενισμός. «***Ο πλέον αντικειμενικός δημοσιογράφος συγκεντρώνει περίπου 50 γεγονότα από τα οποία—λόγω το χώρου [εκτύπωσης] που του διατίθεται [στην ε/φ] —είναι υποχρεωμένος να κρατήσει περίπου τα 12. Έτσι με την διαδικασία της αξιολόγησης απορρίπτει τα 28. Κατόπιν ο ίδιος δημοσιογράφος ή ο υπεύθυνος σύνταξης αποφασίζει για την πρώτη παράγραφο της ιστορίας δίνοντας έμφαση σε ένα γεγονός. Αυτή είναι η δεύτερη διαδικασία της αξιολόγησης. Στην συνέχεια αποφασίζεται ποιο θέμα θα μπει στην πρώτη ή σε άλλες σελίδες με στόχο την προσέλκυση κολύ ή λίγο του αναγνώστη. Αυτή είναι η τρίτη κατά σειρά αξιολόγηση. Επομένως η αποκαλούμενη πραγματική και τεκμηριωμένη παρουσίαση υπόκειται σε τρεις αξιολογήσεις, αποτέλεσμα της ανθρώπινης και 'αμαρτωλής'[ιδιοσυγκρασίας] κρίσης.***»[309]

Σήμερα οι ανταποκριτές της ε/φ συνδέουν άμεσα το πολιτικό reporting με την ερμηνεία. Ο ανταποκριτής ζητά να μάθει, να «ξεθάψει» πληροφορίες, τις αξιολογεί και στη συνέχεια τις ερμηνεύει. Στο επιχείρημα ότι η ερμηνεία *διαβρώνει* το πολιτικό reporting οι εκπρόσωποι των μεγάλων πρακτορείων ειδήσεων AP και UPI αναφέρουν ότι είναι το προπύργιο για την επιδίωξη μετάδοσης *γνησίων* ειδήσεων. Οι οπαδοί της ερμηνείας ή έφρασης γνώμης και ανάλυσης επιμένουν ότι δεν αποτελεί *γνώμη, αφού η γνώμη μεταδίδεται μέσα από τη στήλη editorial και άλλες σταθερές στήλες, που παίζουν το ρόλο των συνηγόρων-υπερασπιστών. Δημοσιογράφοι ερμηνευτικών αναφορών υπάρχουν στις ε φ New York Times και Washington Post.*»[310]

Ωστόσο, η καλή ερμηνεία απαιτεί υπερβολικές διεκδικήσεις, ενέργεια αλλά και ιδιαίτερα μεγάλο ταλέντο για προσέγγιση με τα πολιτικά στελέχη στην «ανακάλυψη» κρυμμένων θησαυρών και ταυτόχρονα στην αποφυγή περιορισμού των προοπτικών, που τα στελέχη αυτά δίδουν.

***«Η δημοσιογραφία πάντοτε επισιτίζεται από μόνη της. Ποτέ άλλοτε δεν έγινε αυτό τόσο έντεχνα αλλά και με τόσους πολλούς τρόπους, όπως γίνεται στην εποχή μας με το ερμηνευτικό reporting.***»[311]

Παρά την τάση πολλών δημοσιογράφων για την ερμηνεία των γεγονότων και παρά την αντίθετη θέση άλλων θεωρητικών γύρω από το θέμα της ερμηνείας η πεποίθηση του Κοινού για την προσφορά πολλών ανταποκριτών ε/φ στην ενημέρωση είναι θετική και

δεν επικρίνεται. Για ένα μεγάλο ποσοστό αναγνωστικού Κοινού ο δημοσιογράφος προσφέρει τη δική του ερμηνεία στη διαμόρφωση της εξωτερικής πολιτικής και την εκφράζει με το ατομικό του style. Η εξωτερική πολιτική σχηματοποιείται από το διοικητικό τμήμα της Κυβέρνησης, τον Λευκό Οίκο, το Υπουργείο Εξωτερικών ή το Υπουργείο Αμυνας και σε δεύτερο στάδιο κοινοποιείται προς τον Τύπο, ο οποίος ενημερώνει το Κοινό, ερμηνεύοντας την πολιτική αυτή. Στη συνέχεια το Κοινό μετά από αρκετή σκέψη διαμορφώνει τη γνώμη του την οποία μεταβιβάζει στο Κογκρέσο, που με την σειρά του ενεργεί (δράση ή αντίδραση) σε επαφή με το Υπουργείο Αμυνας. Η μόνη σημαντική αλλαγή που μπορεί να συμβεί σε αυτή τη διαδικασία είναι η περίπτωση παράλειψης καταγραφής στοιχείων γύρω από την γνώμης του Κοινού και ο ίδιος ο Τύπος να ενημερώσει απευθείας το Κογκρέσο.

**Αμφότερες οι περιπτώσεις ανάγουν τον Τύπο σε στρατηγικό κόμβο από τον οποίο μεταφέρονται τα γεγονότα, που αφορούν την εξωτερική πολιτική από το ένα μέρος του πολιτικού συστήματος στο άλλο.**

Σε έρευνα του 1971 διαπιστώθηκε ότι οι δημοσιογράφοι είναι άκρως πλουραλιστικοί στις απόψεις τους για τον ρόλο τους μέσα από τα ΜΜΕ. Το 1/3 εξ αυτών έχει ασπασθεί αμφότερους τους ρόλους του **ερμηνευτή** και του **αποστολέα** πληροφόρησης Περίπου το 2% είναι προσανατολισμένο σε έναν αποκλειστικά ρόλο απορρίπτοντας τον άλλο ενώ το 18% αναγνωρίζει με θέρμη μόνο τον ένα ρόλο. Ετσι ενισχύοντας το συμπέρασμα ότι οι δημοσιογράφοι συνηθίζουν να διατηρούν μοντέλα στάσεων με πολλές απόψεις

Αλλά ενώ η ιδιότητα του ανταποκριτή ως ερμηνευτή, υπονοεί την ύπαρξη κριτηρίου για την σημαντικότητα των γεγονότων, εμφανίζεται και ο όρος *του συδέτερου ερμηνευτή σε πολύ σοβαρές ειδήσεις* και αποκαλύπτει τη διάκριση μεταξύ ερμηνείας-εξήγησης που εκφράζεται σε ένα άρθρο από την μια πλευρά και στην έκδοση ειδικού άρθρου από την άλλη. Οι περισσότεροι δηλαδή δημοσιογράφοι αισθάνονται ότι η ερμηνεία είναι μέρος της δουλειάς τους αλλά οι ίδιοι δεν την συσχετίζουν με την έκδοση ειδικού άρθρου (editorialize), που βρίσκεται υπό την κρίση του» καλού ή «κακού» Με άλλα λόγια, παρόλο που τα ιδιαίτερα , σοβαρά γεγονότα απαιτούν μιαν ερμηνεία-εξήγηση μέσα από τις ειδήσεις παρατηρούνται περιπτώσεις που ο δημοσιογράφος δεν

εμφανίζεται να εκφράσει τα γεγονότα καλά ή κακά, τηρώντας μια ισορροπία και ουδετερότητα.

***«Η εξωτερική πολιτική είναι δαιδαλώδης! Παίρνουμε τις ειδήσεις από τα Πρακτορεία και το πραγματικό πρόβλημα είναι τι ακριβώς αυτές λένε. Η δουλειά μας είναι να αντιληφθούμε εμείς [οι δημοσιογράφοι] και να υπογραμμίσουμε τις βασικές κατευθύνσεις της πολιτικής ή ακόμα τα σφάλματα.»***[312]

Αυτή ακριβώς η φράση αφήνει να εννοηθεί γιατί ο ρόλος του ερμηνευτή πρέπει να του επιτρέπει να διατυπώνει κριτήρια σημαντικότητας και να τον καθιστά «κριτή» της κυβέρνησης.

Κυρίως οι ε/φ και το ραδιόφωνο που έχασαν με την τηλεόραση ένα μέρος από την προμήθεια ειδήσεων με την έγκαιρη άφιξη των ειδήσεων από τα ηλεκτρονικά media, αναγκάστηκαν να ασχοληθούν ανταγωνιστικά και να λειτουργήσουν με πολλούς τρόπους ερμηνείας για την εξέλιξη της πολιτικής διεθνώς.

Ο ρόλος του δημοσιογράφου ως **παιδαγωγού-εκπαιδευτή** του αναγνωστικού Κοινού αφορά στην παρουσίαση πληροφοριών αλλά και ενός γενικότερου background, που συνδέεται με τις ειδήσεις. Εχει όμως διαπιστωθεί ότι ο τρόπος μεταφοράς πληροφοριών δεν είναι πλήρης και επομένως υπάρχει πλημμελής εκτέλεση του ρόλου του εκπαιδευτή. [Υποστηρίζεται ότι μόνο το 40% του αμερικανικού αναγνωστικού Κοινού γνώριζε την εποχή τριβών στην εξωτερική πολιτική των ΗΠΑ με την πρώην Σοβιετική Ενωση, ότι ο Malenkov ήταν ο σοβιετικός πρωθυπουργός] [313]

Όταν βεβαίως οι συντάκτες κρίνουν ότι επιβάλλεται να παίξουν αυτόν τον ρόλο του παιδαγωγού-εκπαιδευτή για συγκεκριμένα γεγονότα, τότε **συντάσσουν άρθρα με κατάλληλη τεχνική ώστε εκτός από την είδηση να προσφέρουν σαφείς διευκρινίσεις** για την εξωτερική πολιτική σε οροθετημένο χρόνο

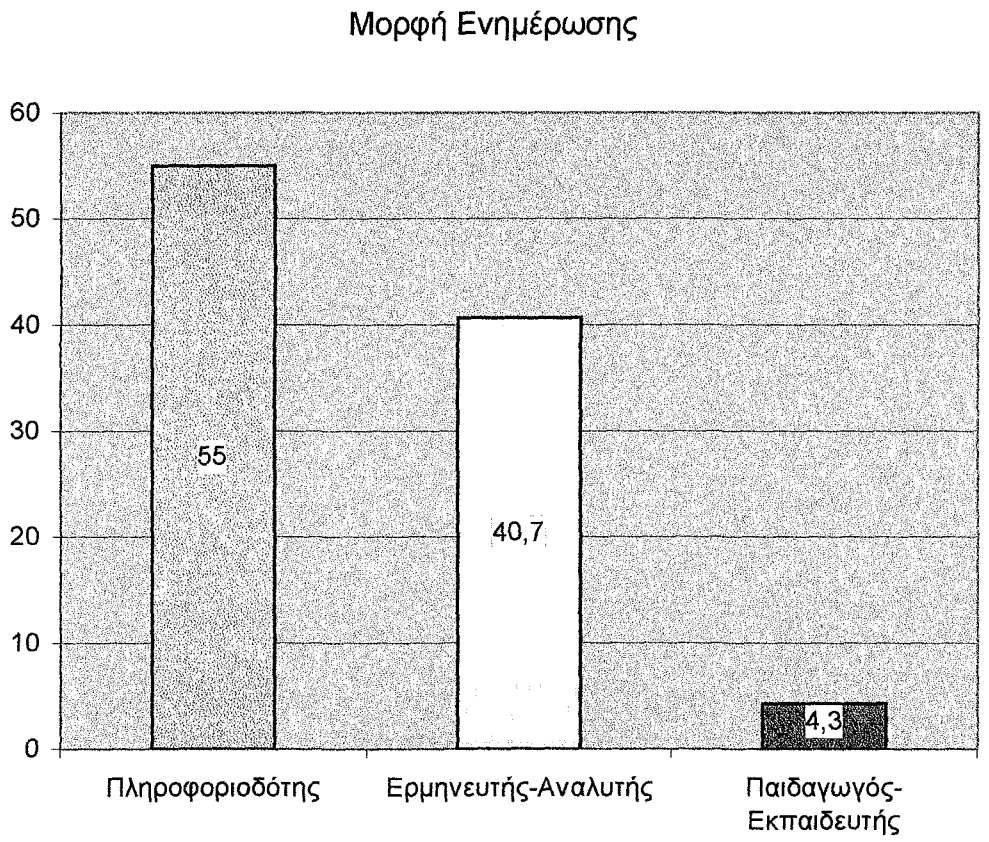
**Σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας η προσφορά background για τις επίκαιρες ιστορίες ειδήσεων συντελεί στην επιμόρφωση και πληρέστερη ενημέρωση του αναγνώστη σε μια ολοκληρωμένη παρουσίαση του κεντρικού θέματος, ιδιαίτερα όταν τα άρθρα συνοδεύονται από χάρτες, στατιστικούς πίνακες και γραφικές παραστάσεις.** (Σχετ. Κεφάλαιο Παρουσίαση των Ειδήσεων).

Παρόλο ότι σήμερα οι αναγνώστες σε μεγάλο ποσοστό έχουν καλλίτερη εκπαίδευση και μεγαλύτερη επαφή με τα διεθνή ζητήματα δείχνουν ενδιαφέρον για κάθε πρόσθετη

**Ο Ρόλος της ε/φ Times στη Μορφή Ενημέρωσης. Πίνακας Νο 1.**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Πληροφοριοδότης | 1 | 77 | 54,6 | 55,0 | 55,0 |
| Ερμηνευτής-Αναλυτής | 2 | 57 | 40,4 | 40,7 | 95,7 |
| Παιδαγωγός-Εκπαιδευτής | 3 | 6 | 4,3 | 4,3 | 100,0 |
| | 5 | 1 | 0,7 | Missing | |
| | **Total** | **141** | **100,0** | | **100,0** |

Valid cases 140 Missing cases 1



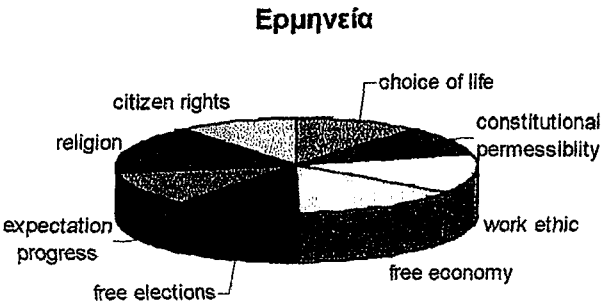

Η μορφή ενημέρωσης που χαρακτηρίζει και τον ρόλο της ε/φ στο κοινωνικό σύστημα-σύμφωνα με τις θέσεις του Lasswell,[315] ανιχνεύτηκε και στην έρευνα μας.

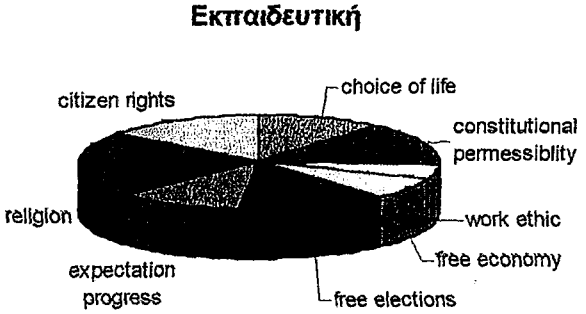
Όπως και τα στοιχεία του σχετικού πίνακα αποδεικνύουν αλλά και το γράφημα παριστά στο μεγαλύτερο ποσοστό ο ρόλος της ε/φ περιλαμβάνει την **απλή ενημέρωση** με στόχο την επαγρύπνηση του Κοινού για τις αξίες που «δοκιμάζονται» μέσα από περιγραφές δραματικών γεγονότων (55.0%).

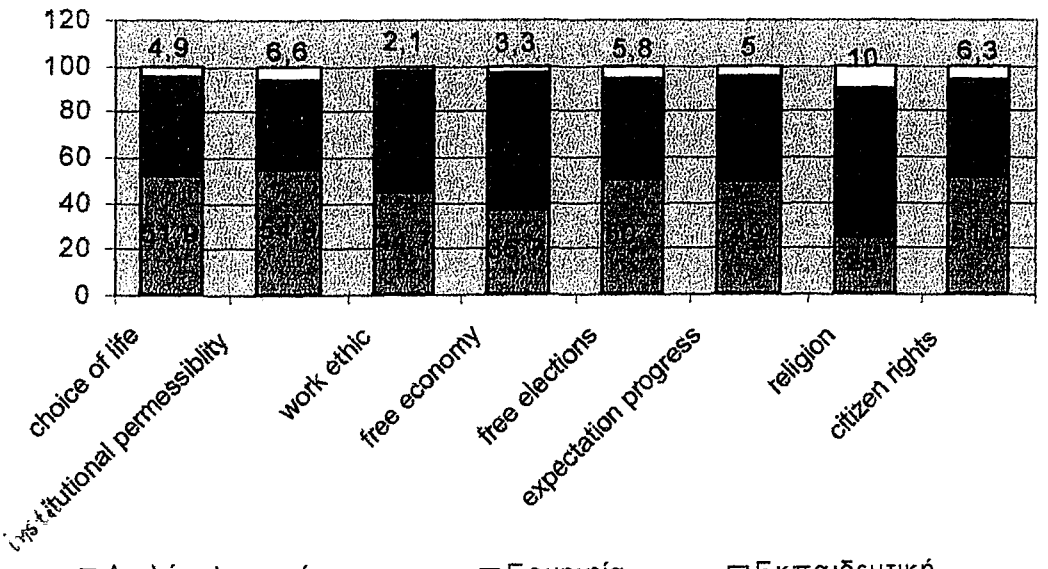
Μεγάλο ποσοστό καταλαμβάνει επίσης μια άλλη μορφή ρόλου, αυτή που αφορά στις ερμηνείες των γεγονότων (ιστορικών, πολιτικών και κοινωνικών) και δημιουργεί σχέση περιβάλλοντος με την αναγνωστικό Κοινό των Times (40.7%).

**Αξίες - Ρόλος της ε/φ στη Μορφή Ενημέρωσης. No 2.**

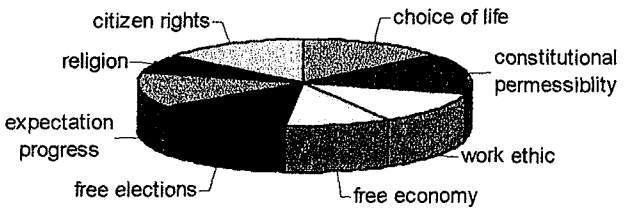
| | choice of life | Constitutional permessiblity | Work ethic | free economy | Free elections | expectation progress | religion | Citizen rights |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Απλή πληροφόρηση | 51,9 | 54,9 | 44,7 | 36,7 | 50,7 | 49 | 25 | 51,6 |
| Ερμηνεία | 43,2 | 38,5 | 53,2 | 60 | 43,5 | 46 | 65 | 42,1 |
| Εκπαιδευτική | 4,9 | 6,6 | 2,1 | 3,3 | 5,8 | 5 | 10 | 6,3 |



**Απλή πληροφόρηση**




*Η «ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΤΗΣ Ε/Φ*

Στα προηγούμενα Κεφάλαια αναφέρεται η επιχειρηματολογία του αποστολέα πλαισιωμένη με ισχυρά μηνύματα, κυρίαρχα όπλα του για την σωστή παρουσίαση ενός θέματος και την αύξηση πιθανοτήτων αποδοχής-αφομοίωσης τους από μέρους του +παραλήπτη Ο Hovland [316] έχει ασχοληθεί σχετικά με την αποτελεσματικότητα της παράθεσης αμφοτέρων των απόψεων, που ερμηνεύουν ένα ζήτημα (θετική και αρνητική πλευρά) και ιδιαιτέρως με το εάν τα μονόπλευρα ή διευρυμένα επιχειρήματα έχουν τη δύναμη να επηρεάσουν τις στάσεις συγκεκριμένων παραληπτών προς τους οποίους διατυπώνονται και εάν μια συγκεκριμένη επιλογή αυξάνει την αξιοπιστία του αποστολέα και εμπνέει την εμπιστοσύνη του παραλήπτη. Τα συμπεράσματα της έρευνας κατευθύνθηκαν στη διαπίστωση, ότι (σημαντική είναι και η παράμετρος των χαρακτηριστικών του παραλήπτη) σε περιπτώσεις που ο αποστολέας ήδη έχει κερδίσει τον χαρακτηρισμό του αξιόπιστου, τα μονόπλευρα επιχειρήματα και η παρουσίαση μιας μοναδικής διάστασης ενός θέματος είναι περισσότερο αποτελεσματικά.

Σε περιπτώσεις αντιπαλότητας αμφοτέρων μερών της επικοινωνίας η χρήση των αντιθέτων επιχειρημάτων είναι η πλέον αποτελεσματική. Το δίλημμα της παρουσίασης επιχειρηματολογίας συνδεόμενης μόνο με την ευνοϊκή προς τον αποστολέα πλευρά, απασχόλησε ήδη από το 1945 πολλούς άλλους ερευνητές των ΗΠΑ. [317]

Σήμερα μεγάλος αριθμός εκδοτών υποστηρίζει ότι πρέπει να χρησιμοποιείται ο «δύο-αξιών» προσανατολισμός για πολλές ιστορίες, οι οποίες αντιμάχονται σε αντι-επιχειρήματα, συγκρούσεις και αυτός γίνεται κατά το δυνατόν κατανοητός από τους αναγνώστες. Ωστόσο, υπάρχουν πολλές ευκαιρίες για τους δημοσιογράφους να εγκαταλείψουν την αρχή του προσανατολισμού των «δύο-αξιών» και να προβούν σε σοβαρές ερμηνείες, που δίνουν την ευχέρεια στην παρουσίαση τρίτων απόψεων.σε διαζευκτικές απόψεις.

Κατά την ανάλυση των άρθρων της ε/φ New York Times παρατηρήθηκαν περιπτώσεις παράθεσης μεμονωμένων γεγονότων και θέσεων μιας συγκεκριμένης κατεύθυνσης. Μέσα από μια υποκειμενική διάθεση προσφέρεται **«η μια όψη του νομίσματος»** και παραλείπονται στοιχεία που κρίνονται «επιβλαβή» για τη δημιουργία εντυπώσεων του αναγνώστη, γύρο από τις αληθείς προθέσεις της αμερικανικής κυβέρνησης για την Αλβανία («ενίσχυση» των πολιτικών επιλογών του Berisha). Αυτές τις προθέσεις θίγει και το έντυπο «Freedom Reviews», Δεκέμβριος 1993, όταν αναφέρει την στήριξη του αμερικανού εκπροσώπου της πρεσβείας στα Τίρανα προς τον Berisha.

**Οι διαπιστώσεις μονομερούς πληροφόρησης, παραλείψεων ή παράθεσης μόνο μέρους των γεγονότων γίνονται εμφανέστερες και κατά την κορύφωση των πολιτικών εξελίξεων με επίκεντρο την Αλβανία αφού οι στόχοι Ευρώπης και ΗΠΑ αρχίζουν να διαγράφονται καθαρά και οι φιλοδοξίες και η αδιαλλαξία των Αλβανών κυβερνώντων βγαίνουν στο προσκήνιο.**

[Ένα παράδειγμα παράλειψης σχετίζεται με το περιεχόμενο της αμερικανικής έκθεσης Political Risk Services, (1993) μέσα στο οποίο ενισχύονται κάποιες προθέσεις πιθανών σεναρίων. Η διακυβέρνηση της Αλβανίας, η δράση των κομμάτων της και οι περιορισμένες δυνατότητες δημιουργίας κλίματος γαλήνης για τα επόμενα πέντε χρόνια. Οι ξένες επενδύσεις στη χώρα σύμφωνα με την έκθεση θεωρείται δύσκολο να πραγματοποιηθούν λόγω αποδιοργάνωσης, που θα τις θέσει σε κίνδυνο σε περίπτωση δικτατορίας και ως λύση περιορισμού των οικονομικών ελλειμμάτων προτείνεται η ξένη βοήθεια, κάτι για το οποίο δείχνουν η Ε. Ε. και οι ΗΠΑ να ενδιαφέρονται περισσότερο!!!]

Χαρακτηριστικά στοιχεία που έρχονται στην επιφάνεια τόσο μέσα από επίσημα σοβαρά έγγραφα όσο και από τεκμηριωμένες αναφορές των ευρωπαϊκών και αλβανικων ε/φ δείχνουν ότι οι Times κατά τη διάρκεια της τετραετίας 1991-94 **«παρακάμπτουν» σημαντικά περιστατικά** , όπως αποδεικνύει και η καταγραφή, που ακολουθεί.

Τα ευρήματα μας επιβεβαιώνουν την υποστήριξη συγκεκριμένων στάσεων (Πλαίσιο Αναφοράς Frame of Reference) της ε/φ Times, των αναγνωστών της (πολιτική elite) και της αμερικανικής κυβέρνησης απέναντι σε συγκεκριμένα ζητήματα με στόχο να ενισχυθεί η πιθανότητα αποδοχής των μηνυμάτων μέσα από ένα **σχέδιο παράλειψης** ενός περιστατικού ή ακόμα μιας **μονόπλευρης παράθεσης** ενός γεγονότος

**Επιδιωκόμενος σκοπός η εξασφάλιση της σύμφωνης γνώμης και ικανοποίησης-επιβράβευσης του αναγνώστη από την «προσφερόμενη» είδηση που συσχετίζονται**

**με τις πάγιες θέσεις πολιτικών και οικονομικών δεδομένων, πολλά από τα οποία επαναλαμβάνονται.**

Περιστατικά τα οποία **δεν αναφέρονται καθόλου ή αναφέρονται εν μέρει στους Times** μπορεί να έχουν μεγάλη βαρύτητα και να συνδέονται με πολλά άλλα πολιτικά δεδομένα.

(*Τα θέματα που θίγονται το 1991 και 1992 έχουν μια σχετικότητα, ανακυκλώνονται και εκθέτονται επαναληπτικά. Αριθμητικά τα δημοσιεύματα, που τα περιλαμβάνουν είναι πολύ περισσότερα από αυτά του 1994).

*ΠΑΡΑΛΕΙΨΕΙΣ*

*1991*

- Εκδοση αμερικανικής Κεντρικής Υπηρεσίας Πληροφοριών (Επετηρίδα «The World Factbook», 1991) με ενδιαφέροντα στοιχεία αναφορικά με το δήθεν χαμηλό ποσοστό των μελών της ελληνικής μειονότητας στην Αλβανία, (8% επί του συνολικού πληθυσμού).
- Δημιουργία σταθμών υποδοχής Αλβανών προσφύγων στο ελληνικό έδαφος (ιατρική και κοινωνική υποστήριξη). (Briefing Ελληνα Κυβερνητικού Εκπροσώπου 2-1-91).
- Επίσκεψη Ελληνα πρωθυπουργού στα Τίρανα. (14-1-91). Το BBC αναφέρει τον αριθμό των Ελλήνων της Αλβανίας ως 350 000. Κοινή ανακοίνωση αμφοτέρων των χωρών για εμπορική συμφωνία και ενίσχυση της παραδοσιακής φιλίας.
- Συνάντηση Ελληνα ΥΠΕΞ με αλβανό εκπρόσωπο, Μαλίλε για εμπορική συμφωνία (14-1-91)
- Κυκλοφορία ετήσιας Εκθεσης Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων State Department, (για 1990 που δημοσιεύθηκε την 1-2-91.) σχετικά με Κύπρο, Τουρκία, Αλβανία
- Περιεχόμενο απάντησης σε ερώτηση που υπεβλήθη προς το State Department, το οποίο καταδικάζει τις βιαιότητες στην Αλβανία και ελπίζει στις δημοκρατικές πολυκομματικές εκλογές (4-3-91)
- Αποστολή εκπροσώπων της Helsinki Watch για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα στην Αλβανία και συνάντηση με τον Αλία και τα κόμματα. (28-3-91).
- Περιεχόμενο ανακοίνωσης-διάψευσης Ελληνα Κυβερνητικού Εκπροσώπου για τον ισχυρισμό των Αλβανών «περί Τσάμηδων». (11-5-91).

- Περιεχόμενο δηλώσεων Σελάμι (τρίτου στην ιεραρχία του Δημοκρατικού κόμματος) προς επισκέπτες αντιπροσώπους του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου στο Αργυρόκαστρο και τους Αγιους Σαράντα περί ισχυρισμού ύπαρξης αλβανικής μειονότητας στην περιοχή της Θεσπρωτίας. (12-5-91).
- **Κείμενα με **διατυπωμένες προβλέψεων του State Department περί επέκτασης του πολέμου στο Kosovo** (Wall Street Journal, NBC, αναδημοσίευση «Εθνικός Κήρυξ» (28-6-91).
- Πρόσκληση Ελληνα υφυπουργού εθνικής οικονομίας προς τον Αλβανό υπουργό Τσεμπέρι στην Ελλάδα με στόχο την προοπτική ανάπτυξης διμερών σχέσεων.(28-8-91).
- Συνάντηση Ελληνα ΥΠΕΞ με Αλβανό υπουργό, Καπλάνι στην Κέρκυρα παρουσία Υπατου Αρμοστή Samb και διατύπωση συμφωνιών για τους πρόσφυγες και την παροχή τεχνικής βοήθεια, Interreg. (27-6-91).
- Αναφορά του State Department για δήθεν ξέσπασμα «κινήματος στην Βόρειο Ηπειρο. («Εθνικός Κήρυξ», 29-6-91).
- Εισήγηση Ελληνα ευρωβουλευτή Σταύρου στο Ευρωπαικό Κοινοβούλιο περί προσαρμογής της παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας στην Αλβανία και διπλασιασμό των χρηματικών ποσών της αρχικής πρότασης για βοήθεια. Καθιέρωση μόνιμου θεσμικού πλαισίου εμπορίου και συνεργασίας μεταξύ της Κοινότητας και της Αλβανίας. (13-9-91)
- Θετική δήλωση Πάγκαλου στο Συμβούλιο της Ευρώπης, και διαβεβαίωση για συμπαράσταση προς την Αλβανία. (Υπαρξη 40.000-50.000 προσφύγων στην Ελλάδα 23-9-91).
- Ομιλία Ελληνα ΥΠΕΞ στον ΟΗΕ και παρέμβαση Ελληνα πρέσβεως για τον αλβανικό ισχυρισμό της δήθεν «ύπαρξης Τσάμηδων» στην Ελλάδα (30-9-91).
- **Επίσκεψη Αλβανού πρωθυπουργού Μπούφι στην Washington και κείμενα δηλώσεων του προς τους δημοσιογράφους μέσα από τα οποία «παροτρύνει τις ΗΠΑ να αναμιχθούν στον τερματισμό εμφυλίου πολέμου στην [πρώην] Γιουγκοσλαβία **υποστηρίζοντας την αυτοδιάθεση των Αλβανών**». (21-11-91)

- Κείμενο ανακοίνωσης-κοινής δήλωσης της έδρας του Παγκοσμίου Συμβουλίου Εκκλησιών και της αντιπροσωπείας της Ορθοδόξου Αυτοκέφαλης Εκκλησίας της Αλβανίας, για αποστολή βοήθειας. (27-11-91).
- Επίσκεψη κλιμακίου της Υπατης Αρμοστείας του ΟΗΕ στους πρόσφυγες στην Ηπειρο και δηλώσεις ικανοποίησης του για τις δραστηριότητες της ελληνικής Κυβέρνησης στα Κέντρα Προσωρινής Διαμονής. (παροχή στέγασης, ένδυσης, συσσιτίων, υγειονομικής περίθαλψης των Αλβανών προσφύγων 1991).

*1992*

- Δηλώσεις αμερικανού πολιτειακού βουλευτή David A. Young για την βοήθεια, που προσέφερε ως εργαζόμενος στο διάστημα των τεσσάρων μηνών εκτελώντας χρέη οργανωτικού υπεύθυνου της αλβανικής κυβέρνησης.( 8-92).
- Πρακτικά συνεδριάσεως της αμερικανικής Βουλής από τα οποία προκύπτει ότι τα προϊόντα της Αλβανίας εισάγονται στις ΗΠΑ με καθεστώς «ευνοούμενης χώρας» (11-8-92).
- **Κυκλοφορία δελτίων Europe: «Economic Review/Eastern Europe» και «Orbis» που αναφέρονται στα πολύ αργά βήματα της Αλβανίας για δημοκρατική πρόοδο και **διατύπωση φόβου εξάπλωσης σύρραξης στο Kosovo**. (10-11-92).

*1993*

- Ανακοίνωση ελληνικού ΥΠΕΞ για το εκκλησιαστικό νομοσχέδιο του Berisha που προβλέπει περιορισμό της άσκησης των θρησκευτικών ελευθεριών. Διαβήματα σε ΔΑΣΕ και Συμβούλιο της Ευρώπης (20-1-93)
- Σύσφιξη σχέσεων Αλβανίας με άλλα ισλαμικά κράτη, συμμετοχή της στην Ισλαμική Διάσκεψη. (12-2-93).
- Εκθεση για τις παραβιάσεις Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων στην Αλβανία από την Πανηπειρωτική Ομοσπονδία ΗΠΑ, Καναδά, Αυστραλία Εκκλήσεις της σε αμερικανικές αρχές, ΜΜΕ, Επιτροπές Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων (1-5-93)
- Συνάντηση εκπροσώπων του αλβανικού κόμματος της Δημοκρατικής Συμμαχίας με το ελληνικό κόμμα της Νέας Δημοκρατίας και συζήτηση για την ανάγκη διευθέτησης

του ζητήματος των μεταναστών και της σύσφιξης των σχέσεων των δύο χωρών. (2-6-93).

- Συνάντηση ΥΦΥΠΕΞ Τσουδερού με Πρόεδρο αλβανικής Βουλής, Αρμπνόρι που της διαβιβάζει ευχαριστίες του αλβανικού λαού για την ελληνική βοήθεια. (26-1-93).
- Δηλώσεις αμερικανού πρέσβεως Rayerson στην ελληνική πρεσβεία στα Τίρανα: «η θέση των Τσάμηδων είναι σωστή και πρέπει να τους αποδοθούν οι περιουσίες τους». (25-3-93).
- Αισιόδοξες δηλώσεις Μητσοτάκη κατά την επιστροφή του από την Αγκυρα και αναφορά στην συνάντηση του με Berisha.(21-4-93).
- Επίσκεψη Τσουδερού στους Αγίους Σαράντα, συζήτηση με αλβανό ομόλογο της, υπογραφή Πρωτοκόλλου για σύσταση επιτροπών και προώθηση διμερών θεμάτων (δικαστική αρωγή, ίδρυση ελληνό/αλβανικής Τραπέζης), αναφορά στην αύξηση παροχής βοήθειας (περισσότερα από 12.5 δις δρχ., 9-4-93).
- Κείμενο του Research Report του Radio Free Europe, που αναλύει τις σκοπιμότητες ανάπτυξης των τουρκο-αλβανικών σχέσεων και δηλώσεις Berisha για στρατιωτική συνεργασία, εκπαίδευση και αποδοχή χορήγηση βοήθειας. (4-5-93).
- Επίδοση ψηφίσματος του κόμματος «Ομόνοιας» στον αλβανό Πρόεδρο, Πρόεδρο Βουλής και Πρωθυπουργό για την εκπαίδευση της ελληνικής μειονότητας και αίτημα για εγγύηση και προστασία πολιτιστικής κληρονομιάς.(7-5-93).
- Δηλώσεις Berisha στην Συνδιάσκεψη για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα (Βιέννη) για δήθεν «παροχή» δικαιωμάτων στους Ελληνες μειονοτικούς και διευκόλυνση επαφής τους με τον πνευματικό πολιτισμό τους, ελεύθερης άσκησης των θρησκευτικών τους καθηκόντων (17-6-93)
- Κριτικές θέσεις της International Helsinki Federation από Βιέννη για παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων στην Αλβανία (22-6-93)
- Ανακοίνωση ελληνικού ΥΠΕΞ για απέλαση Ελληνα Αρχιμανδρίτη Μαυδώνη (28-6-93)
- Αποστασιοποίηση του εκπροσώπου του State Department, McCurry για το θέμα απελάσεων αλβανών λαθρομεταναστών από την Ελλάδα (29-6-93)
- Επίσκεψη ναυάρχου Borda, Διοικητού Συμμαχικών δυνάμεων Ν. Ευρώπης στην Αλβανία (29-6-93).

- Δήλωση Αρχιεπισκόπου Αναστασίου περί παύσης βίαιων ενεργειών και απελάσεων. (1-7-93).
- Διατύπωση δηλώσεων με ανησυχία για τις συνέπειες της απέλασης του Αρχιμανδρίτη Μαυδώνη από των μελών της Επιτροπής του Κογκρέσου για την Ασφάλεια και Συνεργασία στην Ευρώπη, του αμερικανού βουλευτή Stenny Hoyer και γερουσιαστή Dennis DeConcini. (2-7-93).
- Επιστολή Berisha προς τον Γ. Γ. ΟΗΕ και πρόεδρο της Commission, με τις γνωστές ανθελληνικές θέσεις του. (1-7-93).
- Υποδοχή από Berisha του αμερικανού πρέσβη στη ΔΑΣΕ και δήλωση προς αυτόν αρνητικών σχολίων για την Ελλάδα μεταξύ των οποίων ότι δήθεν «παραβιάζει» το άρθρο 4 της Ευρωπαϊκής Συνθήκης για ανθρώπινα δικαιώματα. (2-7-93).
- Επιστολές διαμαρτυρίας προς Berisha, του Προέδρου Clinton, αμερικανικού ΥΠΕΞ, Προέδρου της αλβανικής Βουλής, της Ομοσπονδίας Ελληνικών Σωματείων Ν. Υόρκης για απέλαση από την Αλβανία του αρχιμανδρίτη (7-7-93).
- Ανακοίνωση συμπαράστασης Οικουμενικού Πατριαρχείου προς την Εκκλησία της Αλβανίας. Καταγγελία προέδρου του παραρτήματος «Ομόνοια» στην Κορυτσάς για κράτηση και εκφοβισμό μελών της μειονότητας για δήθεν συμμετοχής τους σε συλλαλητήριο. (9-7-93).
- Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου που καταδικάζει την απέλαση του αρχιμανδρίτη και επικροτεί το έργο του Αναστασίου. (14-7-93)
- Δήλωση Έλληνα Πρωθυπουργού, Μητσοτάκη για την ανάπτυξη καλών σχέσεων με την Αλβανία για συνεργασία και επίλυση των προβλημάτων μεταξύ των δύο χωρών Προτροπή του State Department προς τις δύο χώρες να δώσουν μόνες τους λύσεις στα προβλήματα τους (τήρηση ίσων αποστάσεων από ΗΠΑ, δελτίο ειδήσεων ΕΤ2 14-7-93)
- Ψήφισμα Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και καταδίκη απέλασης από την Αλβανία του Έλληνα Αρχιμανδρίτη. (15-7-93)
- Ψήφισμα Κοινοβουλευτικής Συνέλευσης του Συμβουλίου της Ευρώπης για παροχή οικονομικής βοήθειας προς την Αλβανία με όρους την προστασία των μειονοτήτων και τη θέσπιση νομοθεσίας. Ψήφισμα Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για θρησκευτική αυτονομία της ελληνόφωνης μειονότητας της Αλβανίας. Κάλεσμα αλβανικής

κυβέρνησης να δεσμευθεί για παροχή πλήρους θρησκευτικής και πολιτισμικής αυτονομίας. (17-7-93).

- **Εκπομπή γερμανικού Ρ/Σ WDR3 του Eberhard Rondholz με τίτλο «το **Ονειρο των Τιράνων για μια Μεγάλη Αλβανία».** (17-7-93).
- Συνάντηση του Προέδρου Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, Klepsh με τον Αρχιεπίσκοπο Αναστάσιο, τον Berisha, τον Μέξη. (22-7-93).
- Ιδρυση τουρκικού κολεγίου στα Τίρανα, της «τουρκικής νησίδας», σύμφωνα με την «Αλεάνσα», που ευγνωμονεί την Τουρκία και αναφέρεται και σε «λάθη» αλβανικής πολιτικής προς την Ελλάδα. (23-7-93).
- **Αναφορά της εκπομπής «Φωνή της Αμερικής» της Αλβανίας στην επίσκεψη Carter και διατύπωση της υποστήριξης του προς το Αλβανικό Ζήτημα **με εκδήλωση ενδιαφέροντος του για το Κοσοvο,** καθώς και στη δέσμευση του να ενθαρρύνει τους αμερικανούς επιχειρηματίες να δείξουν ενδιαφέρον για την Αλβανία (31-8-93)
- Μετάβαση επιτροπής της Ευρωπαϊκής Δημοκρατικής Ενωσης στην Αλβανία προς εξέταση των δεδομένων σχετικά με την τήρηση κανόνων αναφορικά με την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Διαμαρτυρία Επιτροπής Helsinki στα Τίρανα για έξαρση Ισλαμισμού στην Αλβανία. (4-9-93).
- Επεισόδιο στην «Κακαβιά». (7-9-93).
- Απόρριψη αιτήματος ένταξης του Δημοκρατικού Κόμματος της Αλβανίας στην Ευρωπαϊκή Δημοκρατική Ένωση εξαιτίας της κακής στάσης της Αλβανίας και της φυλάκισης του Νάνο. (8-9-93)
- Ανακοίνωση του ελληνικού ΥΠΕΞ για προπηλακισμούς ελλήνων μειονοτικών μαθητών, γονέων και διδασκάλων στην Αλβανία και απαγόρευση από τις αλβανικές αρχές της λειτουργίας μειονοτικών σχολείων με εμμονή των αλβανικών αρχών για δημιουργία μειονοτικών ζωνών (19-9-93)
- Επίσκεψη Οζάλ στην Αλβανία, που ακολούθησε τουρκική καμπάνια σε ιδρύματα και σχολεία (3-9-93).
- Απελευθέρωση ελλήνων δημοσιογράφων (του τηλεοπτικού σταθμού Mega) μετά από την 2ωρη ανάκριση τους από τις αλβανικές αρχές (22-9-93).
- **Συνέντευξη Berisha στην αυστριακή τηλεόραση με θέσεις **για δήθεν «άξονα»** Ελλάδας-Σερβίας (3-10-93).

- Παρέμβαση Τσουδερού στην Σύνοδο Κορυφής Κρατών-Μελών Συμβουλίου της Ευρώπης σχετικά με τις δηλώσεις Berisha για δήθεν καλές συνθήκες ζωής της ελληνικής μειονότητας. (9-10-93).
- Υπογραφή Μνημονίου μεταξύ Aspin-Zoulali αντί συμφωνίας, για στρατιωτική συνεργασία. (14-10-93).
- Ακραίες αλβανικές θέσεις στη ΔΑΣΕ Βαρσοβίας, για την ελληνική μειονότητα από το δελτίο Τύπου. (21-10-93).
- **Συμπόσιο από Αλβανούς των ΗΠΑ στο Salem από το State College με θέμα τα προβλήματα των μειονοτήτων στα Βαλκάνια. Ομιλία του Οελίζ Μπιμπέρα (μεταφραστή του αμερικανού ΥΠΕΞ στο ταξίδι του στην Αλβανία) που υποστήριξε την ύπαρξη κινδύνου οικονομικής, εμπορικής και πολιτιστικής διείσδυσης στην Αλβανία. (21-10-93).
- Διάβημα του Έλληνα εκπροσώπου ΥΠΕΞ Ζαχαράκη προς Γ.Γ. ΟΗΕ για παραβίαση θρησκευτικών ελευθεριών στην Αλβανία. (28-10-93)
- Ψήφισμα Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για αλβανικές επιθέσεις κατά μελών ελληνικής μειονότητας με προτροπή προς την αλβανική πολιτική ηγεσία για ανάκληση απόφασης παύσης λειτουργίας των ελληνικών σχολείων και δέσμευση της για πολιτισμική και θρησκευτική αυτονομία της ελληνικής μειονότητας. (29-10-93).
- Εκθεση Διεθνούς Αμνηστίας με αναλυτική καταγραφή και θεμελίωση καταγγελιών για θανατηφόρες κακοποιήσεις πολιτών από τα αστυνομικά όργανα στην Αλβανία. (10-93)
- Επίσκεψη Έλληνα ΥΠΕΞ, Παπούλια στην Αλβανία (12-11-93)
- **Δηλώσεις Berisha για προοπτικές προόδου σε σχέση του με την κυβέρνηση Παπανδρέου **Ταύτιση θέσεων του με θέσεις Rugova** (31-12-93)

## *1994*

- Λόγοι προφυλάκισης και δίωξης Αλβανών δημοσιογράφων Λέκα και Φράνγκαη Αναφορά του Αντιπροέδρου του Σοσιαλιστικού Κόμματος Αλβανίας στην καταπάτηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, στην πολιτική έντασης, στον κίνδυνο

ανατροπής πολιτικής σταθερότητας, στην περιθωριοποίηση άλλων πολιτικών κομμάτων. (11-1-94).

- Τελική έγκριση μακροοικονομικής βοήθειας προς Αλβανία, ύψους 15 εκατ. ECUS με όρο την πλήρη κατοχύρωση των δικαιωμάτων της ελληνικής μειονότητας και βελτίωση των Ελληνο/Αλβανικών σχέσεων. (28-1-94).
- Εκθεση Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για τις σχέσεις Ελλάδος-Αλβανίας και προτροπή για σεβασμό ανθρωπίνων δικαιωμάτων και θρησκευτικών ελευθεριών σύμφωνα με αρχές ΔΑΣΕ. Αναφορά στην γενναιόδωρη βοήθεια των μελών της Ε.Ε. Ιταλίας και Ελλάδος προς την Αλβανία. (31-1-94).
- Εκθεση του State Department για τα ανθρώπινα Δικαιώματα στην Αλβανία. (Παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων, περιορισμένη ελευθερία του Τύπου, απέλαση Αρχιμανδρίτη Χρυσοστόμου. (1-2-94).
- Αίτημα είκοσι έξι (26) βουλευτών από εννέα (9) κόμματα δώδεκα (12) Χωρών για το θέμα Νάνο. («Κόχα Γιον», «Ζέρι ι Πόπουλι», 3-2-94 )
- Ψήφισμα Ευρωπαικού Κοινοβουλίου με διατύπωση συγχαρητηρίων για γενναιοδωρία και αποτελεσματικότητα των σχεδίων «Πελεκάνο» και «Πύρρος» σχετικά με τη βοήθεια της Ελλάδας και Ιταλίας προς την Αλβανία. (9-2-94).
- Συνάντηση Προέδρου Δημοκρατικού Κόμματος Αλβανίας, Σελάμι, με το προεδρείο της «Ομόνοιας» και υπόσχεση του για στήριξη των αιτημάτων της ελληνικής μειονότητας [(Εκπαίδευση, λειτουργία επτά μειονοτικών σχολείων). (9-2-94)]
- **Πρόταση της αμερικανικής CIA για την εγκατάσταση δύο αμερικανικών κατασκοπευτικών αεροπλάνων στην τοποθεσία Γκιάντρι στην Αλβανία με στόχο την παρακολούθηση των πεδίων μαχών στη Βοσνία. (ε/φ «Ζέρι ι Πόπουλι», 3-2-1994).
- Παραίτηση από τη θέση τους των Αλβανων εισαγγελέων Ντότσι και Κοκόβα εξαιτίας της διαφωνίας τους με την ποινική διαδικασία στη δίκη Νάνο. (10-2-94)
- Παροχή μικρής βοήθειας προς την Αλβανία από μέρους των ΗΠΑ σε σχέση με την Ευρώπη (ούτε το 1/100 της ευρωπαϊκής), εκλογική εκστρατεία Berisha με την επίσημη συνδρομή του αμερικανού πρέσβεως.

- Συνέντευξη του πρώην αμερικανού γερουσιαστού και αργότερα προέδρου της αμερικανο/αλβανικής ένωσης με έδρα τις ΗΠΑ, Joseph Dioguardi, με ανθελληνικές θέσεις για το αλβανικό εθνικό ζήτημα στο μέγαρο συνεδρίων των Τιράνων.
- **Δελτίο αλβανικής τηλεόρασης για την αμερικανική εταιρεία Oxygental Petroleum και τον **προγραμματισμό γεωτρήσεων στον θαλάσσιο τομέα #3 της Αδριατικής**. (17-2-93).
- Διατύπωση θέσεων για δήθεν ύπαρξη μικρού αριθμού Ελλήνων μειονοτικών στην Αλβανία από τους γερουσιαστές Dole και Presler καθώς και του μέλους της Βουλής Lantos (ε/φ «Ζέρι ι Πόπουλι και «Κόχα Γιον, 23-2-1994).
- Τοποθέτηση Berisha στο Ευρωπαικό Κοινοβούλιο για δήθεν παροχή ελευθεριών προς την ελληνική μειονότητα χωρίς όμως να δώσει απάντηση στο ερώτημα περί δημιουργίας μειονοτικών ζωνών. (23-2-94).
- Προσπάθεια διευθέτησης διαδικασίας παροχής άδειας εισόδου σε Αλβανούς μετανάστες από τις ελληνικές αρχές μετά την επίσκεψη του Έλληνα ΥΠΕΞ, Παπούλια, στην Αλβανία. (11-3-94).
- Συζήτηση στην αλβανική Βουλή για ψήφιση Νομοσχεδίου περί αμνηστίας, μείωσης ποινής.
- Καταγγελία του προεδρείου της Ενωσης Επαγγελματιών Αλβανών δημοσιογράφων για την αντιδημοκρατική στάση της κυβέρνησης και καταγγελία για σειρά περιστατικών της αλβανικής κυβέρνησης κατά του Τύπου (15-3-94).
- Επεισόδιο Επισκοπής, απέλαση Ελληνα διπλωμάτη, Ιακώβου, παράθεση απόψεων για το συμβάν (10, 13-4-94)
- Απεργίες, συγκρούσεις και εκατοντάδες συλλήψεις πολιτών στην Β.Α. Αλβανία από αλβανικές αρχές (7-5-94)
- Επιστολή Clinton προς Berisha με υπόδειξη για κατοχυρωση ανθρωπίνων δικαιωμάτων ελληνικής μειονότητας και συνεργασία και βελτίωση σχέσεων με Ελλάδα. (19-6-94)
- Συγκεκριμένα περιστατικά για την καταπίεση των μελών της ελληνικής μειονότητας και συλλήψεις της (Ολλανδική ε/φ «Het Parrol», 23-6-94)
- Επιστολή αμερικανών βουλευτών προς Berisha για την αποφυλάκιση των πέντε Ελλήνων μειονοτικών και αντίστοιχη απάντηση Berisha. (24-6-94, 5-7-94)

- Ψήφιση νόμου της αλβανικής Βουλής για καθιέρωση της 27/6 ως «Ημέρα Γενοκτονίας Τσάμηδων» (1-7-94).
- Υπόμνημα Ρωσίδη (εκπροσώπου ελληνικής ομογένειας στην Υποεπιτροπή Ευρώπης και Μ. Ασίας) για κακή συμπεριφορά Berisha και ύπαρξη παρατυπιών στη δίκη των πέντε μειονοτικών. (6-7-94).
- **[Μονόπλευρη ερμηνεία από Times για Ελληνο/Αλβανική συμπλοκή.** (9-7-94)].
- Αίτημα αμερικανών βουλευτών Bilirakis και Maloney προς Berisha για αποφυλάκιση των πέντε και παύση παραβίασης ανθρωπίνων δικαιωμάτων (συλλήψεις χωρίς εντάλματα). (21-7-94
- Απεργία πείνας πρώην πολιτικών κρατουμένων με κατηγορίες προς την αλβανική κυβέρνηση ότι «μιλά την γλώσσα του Χότζα και του Αλία. (Δελτίο αλβανικής τηλεόρασης και Κυριακάτικες ε/φ 29-7-94).
- Δηλώσεις ευγνωμοσύνης Berisha προς την φτωχή Τουρκία, που βοηθά τη Χώρα του (Turkish Daily News, 3-8-94).
- Δηλώσεις ελληνικής πλευράς για αβάσιμο κατηγοριών και απολογίες Ελλήνων κατηγορουμένων. (6-8-94).
- Εκθεση του φορέα Unrepresented Nations and Peoples Organization με έδρα την Χάγη με στοιχεία για τον πολιτικό χαρακτήρας της δίκης των πέντε. (11/16-8-94).
- Κυκλοφορία έκδοσης του International Commission of Justice Center for the Independence & Judges and Lawyers στην Γενεύη για παραβιάσεις κανόνων Δικαίου στην Αλβανία το διάστημα Ιουνίου1992-Ιουνίου 1993 (11-8-94)
- Αποστολή υπομνήματος του άγγλου βουλευτή του Εργατικού κόμματος, Meale στον βρετανό ΥΠΕΞ Hogg περί «καταπάτησης ανθρωπίνων δικαιωμάτων της ελληνικής μειονότητας στην Αλβανία». (12-8-94)
- Ανάληψη από αμερικανική εταιρία (επικεφαλής consortium εταιριών) διεξαγωγής ερευνών για πετρέλαιο σε αμφισβητούμενη θαλάσσια περιοχή της Αλβανίας (13-8-94).
- Επιστολή Ελληνα πρωθυπουργού προς ηγέτες μονίμων μελών Συμβουλίου Ασφαλείας και Ε.Ε. για δίκη μειονοτικών (15-8-94).
- Δήλωση εκπροσώπου του State Department, Mike McCurry, ότι παρακολουθεί την δίκη των πέντε και διατύπωση της άποψης ότι η δίκη διεξάγεται με βάση τη

δημοκρατική αντίληψη και την σοφία δικαίου. Διατύπωση αίτηματος του για απόσυρση μιας εκ των κατηγοριών. (16-8-94).

- **Συνέντευξη Berisha στο BBC και διατύπωση της έκφρασης « **Η Ελλάδα να Ξεχάσει τον όρο Β. Ηπειρος**». (28-8-94).
- Δήλωση προέδρου Δημοκρατικής Συμμαχίας, Τσέκα, «η δίκη θυμίζει εποχή Χότζα». (ε/φ «Αλεάνσα», 29-8-94).
- Προειδοποίηση Ελληνα πρωθυπουργού, Παπανδρέου προς αλβανική ηγεσία για την αδιαλλαξία της και παρότρυνση παύσης της δίκης σε βάρος των ελλήνων μειονοτικών. (31-8-94).
- Συνέντευξη ελλήνων παραγόντων σχετικά με τη δίκη στα AFP, Deutche Welle, Ass. Press, Reuters, BBC. (15-8-94).
- Επιστολή αμερικανών επιχειρηματιών προς τον Πρόεδρο Clinton με αίτημα την παρέμβαση του στο ζήτημα της ελληνικής μειονότητας στην Αλβανία, μήνυμα αμερικανού Αντιπροέδρου για επίλυση των προβλημάτων της Αθήνας με γείτονες της. (1-9-94).
- Επιστολή Clinton προς Παπανδρέου και Berisha (για αδιάλλακτη στάση) (5-9-94).
- Επαφή Παπούλια με αμερικανό εκπρόσωπο Shifter. (5-9-94).
- Τουρκικές δηλώσεις υπέρ της Αλβανίας και κατά της Ελλάδος. (5-9-94).
- Απάντηση του State Department σε επιστολή αλβανό-αμερικανικού συλλόγου και διατύπωση άποψης για δήθεν ύπαρξη καταπιεσμένης «αλβανικής» (!) μειονότητας στην Ελλάδα (18-9-94)
- Δημοσίευση στοιχείων της οργάνωσης «Πολιτική Αμυνα και Διεθνείς Σχέσεις» του Λονδίνου περί διακίνησης ναρκωτικών από Αλβανία σε χώρες της Ευρώπης και έλλειψη περιοριστικών μέτρων από την πλευρά της αλβανικής κυβέρνησης («Κόχο Γιον» 23-9-94 )
- Επιστολή του διευθυντού της Οργάνωσης Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, Human Rights Watch/Helsinki (πρώην Helsinki Watch), Laber προς τον Berisha και διατύπωση ανησυχίας για την στέρηση βασικών διαδικασιών και δικαιωμάτων πριν και κατά την διάρκεια της δίκης των πέντε μειονοτικών. Ισχυρισμός για την έλλειψη αποδείξεων, που συνδέουν τους κατηγορούμενους με τις κατηγορίες.

- Καταδικαστικό ψήφισμα Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και αίτημα προς τις αλβανικές αρχές για απελευθέρωση των Ελλήνων μειονοτικών . (29-9-94).
- Συνάντηση Ελληνα ΥΠΕΞ με αμερικανό ομόλογο του και διαβουλεύσεις για το πρόβλημα των πέντε. (29-9-94).
- Αναφορά στο εμπόριο όπλων στις περιοχές της Β. Αλβανίας και Μαυροβουνίου, που **δικαιολογεί τα περιοριστικά μέτρα ελληνικής κυβέρνησης** για λαθρομετανάστες. («Κόχα Γιον», 1-10-94).
- Αντιδράσεις αλβανικών κομμάτων για το προβλεπόμενο, νέο Σύνταγμα και τις διατάξεις του. (4-10-94).
- Αρνητικοί χαρακτηρισμοί για Αλβανία (διακίνηση ναρκωτικών και συναλλάγματος από ομάδες) και ενίσχυση των ελληνικών θέσεων για απόφαση απελάσεων λαθρομεταναστών. («Le Monde», 6-10-94).
- Αναστολή της ένταξης της Αλβανίας στο Συμβούλιο της Ευρώπης, δημοσίευση με αρνητικούς χαρακτηρισμούς για τον Berisha [«δημαγωγός», «ρουσφετολόγος» («Le Monde», 6-10-94)]
- Επιστολή-υπόμνημα των κατηγορουμένων Ελλήνων μειονοτικών προς τον πρόεδρο Κοινοβουλευτικής Συνέλευσης, Martinez, για να τη διαβιβάσει στο Συμβούλιο της Ευρώπης (6-10-94).
- Προκήρυξη ΜΑΒΗ (9-10-94).
- Δήλωση Γιαννουλάτου στα ΜΜΕ (11-10-94)
- Απαγόρευση ίδρυσης στην Αλβανία αλβανικού συλλόγου για τον ελληνικό πολιτισμό και την φιλοσοφία (13-10-94)
- Επιστολή της Committee to Protect Journalists προς την Μόνιμη Ελληνική Αντιπροσωπεία στον ΟΗΕ για τις κατσγγελλόμενες περιπτώσεις κακής αντιμετωπισης των δημοσιογράφων στα Τίρανα κατά την διάρκεια της δίκης των πέντε μειονοτικών Ελλήνων. (13-10-94)
- Διαμαρτυρία του συλλόγου Cameria (Τσαμουριά) στον ΟΗΕ και του Αλβανού ΥΠΕΞ Σερέκι, για το Τσάμικο (δήθεν εκδίωξη 20.000 Αλβανών από Ελληνες). Παράλειψη αναφοράς στο σχετικό επιχείρημα του Ελληνα ΥΠΕΞ («εγκληματίες πολέμου»).(17-10-94)

- Συνάντηση Berisha με Γιαννουλάτο (17-10-94). Συνέντευξη Γιαννουλάτου («Κόχα Γιον» 18-10-94).
- Εκθεση Δικηγόρων Minnesota για παρατυπίες στη δίκη των Ελλήνων μειονοτικών και παραβίαση διεθνών προτύπων. (19-10-94).
- Συνέντευξη αντιπροέδρου σοσιαλιστικού κόμματος, Πελούμι, για παραβίαση συνταγματικού νόμου. Διατύπωση της άποψης για ανάγκη ψήφιση 2/3 μελών της Βουλής και αποδοχή του status quo της Ορθόδοξης Εκκλησίας. (19-10-94).
- Υπόμνημα προεδρείου «Ομόνοιας» προς Υπατο Αρμοστή Van der Stoel. (20-10-9 4)
- Παρεμπόδιση Αναστασίου να θεμελιώσει ναό στο Μπεράτι. (21-10-94).
- Συνέντευξη αλβανικού κόμματος δημοκρατικής συμμαχίας για περιοδεία Berisha και διατύπωση αντίθεσης του για παραβίαση των άρθρων 15 και 16 και νομικών διατάξεων –και χρήση απεριόριστης χρήσης προσωπικής εξουσίας από τον ίδιο. (24-10-94).
- Συνάντηση Berisha με αμερικανό γερουσιαστή και προέδρο Επιτροπής Helsinki, Dates και De Concini και διαπίστωση ύπαρξης κάποιας προόδου στον σεβασμό ανθρωπίνων δικαιωμάτων αλλά και διατύπωση ανησυχίας τους για κακή δικαστική πρακτική και έλλειψη αμεροληψίας. (25-10-94).
- Προεκλογική εκστρατεία Berisha για το Σύνταγμα στο Νότο. (Δελτίο αλβανικής τηλεόρασης 30-10-94).
- Επιστολή αλβανικής Επιτροπής Helsinki στο Ανώτερο Δικαστήριο Αναφορά σε διαδικαστικές παρατυπίες (προανάκριση και δίκη) στους Ελληνες μειονοτικούς
- Αρθρο μέλους δικηγορικού συλλόγου Washington, Bruce Zagaris, που ισχυροποιεί την έκθεση Human Advocates της Minnesota, (International Human Rights and Criminal Justice, 4-11-94)
- Αρθρο της «Frankfurte Rundschau» που αναλύει την έξαρση των σχέσεων των δύο χωρών Ελλάδος-Αλβανίας εξαιτίας του άρθρου 7 του Συντάγματος, που προβλέπει απομάκρυνση Αναστασίου (4-11-94)
- Δήλωση διευθυντή της Νότιας και Κεντρικής Ευρώπης του State Department, Fear, περί μη διάθεσης από το αμερικανικό ΥΠΕΞ συγκεκριμένων αποδείξεων ότι η αλβανική κυβέρνηση υποβάλει σε διακρίσεις την ελληνική μειονότητα». (BBC, 7-11-94).

- Εκθεση παρατηρητή ΔΑΣΕ στη δίκη των πέντε ελλήνων μειονοτικών, Rzeplinski, που **ανατρέπει επιχειρήματα αλβανικής πλευράς .για τήρηση δικονομικής δεοντολογίας**. (11-11-94).
- Διατύπωση αμερικανικής θέσης για δήθεν ύπαρξη αλβανικής και σλαβικής μειονότητας στην Ελλάδα («Liberation», AFP, 18-11-94).

[Ιδιαίτερα για την καταψήφιση του Συντάγματος οι Times δεν αναφέρονται αναλυτικά σε ένα τόσο χαρακτηριστικά σημαντικό θέμα, που ο διεθνής Τύπος και κυρίως ο ευρωπαϊκός, αφιερώνει πλείστα όσα άρθρα. Αντίθετα η συγκεκριμένη ε/φ στέκεται μόνο στο γεγονός χωρίς ανάλυση και ερμηνείες. π.χ. «Le Monde» προσωπική αποτυχία του Berisha, που θέτει το κύρος του. (12-11-94). «Economist» αμφιλεγόμενος ο χαρακτήρας του Συντάγματος. (12-11-94). «La Croix» αντιμετώπιση υπεροπτικής συμπεριφοράς, απώλεια ευκαιρίας για φιλελεύθερη οικονομία. (8-11-94). «Suddeutsche Zeitung» μεγάλος ο ρόλος των σοσιαλιστών.(9-11-94).

- Συνέντευξη Berisha και προσωπική του ερμηνεία για τα ποσοστά ψηφοφορίας του Συντάγματος. (15-11-94).
- Δήλωση προέδρου κυβερνώντος κόμματος, Σαλάμι, για τα αίτια των «όχι» στο δημοψήφισμα για το σύνταγμα (αδυναμίες σχεδίου, αδυναμίες διακυβέρνησης της χώρας, διαδικασία ψήφισης συντάγματος, διαφθορά). (17-11-94)
- Αίτημα τεσσάρων βουλευτών διαφορετικών κομμάτων για απελευθέρωση Ελλήνων μειονοτικών και έκφραση διαφωνιών τους για το άρθρο #4 του αλβανικού Συντάγματος (ε/φ «Ριλίντια Ντεμοκράτικα», «Κόχα Γιον» 22-11-94, 25-11-94.)
- Τελική έγκριση μακροοικονομικής βοήθειας Ε.Ε προς Αλβανία με όρο την πλήρη κατοχύρωση δικαιωμάτων ελληνικής μειονότητας και έκκληση για απελευθέρωση ελλήνων μειονοτικών. (15 εκατ. Ecus με θετική παρέμβαση Ελληνα ΥΦΥΠΕΞ Κρανιδιώτη 28-11-94)
- **Δηλώσεις Rugova στο National Club της Washington για ανεξάρτητο Kosovo και δημιουργία ομοσπονδίας με Αλβανία (συμμετοχή και Αλβανών Σκοπίων). (5-12-94).
- Υπόσχεση Berisha στη ΔΑΣΕ (Βουδαπέστη) για απελευθέρωση των πέντε Ελλήνων μειονοτικών. (7-12-94)

- Απόρριψη ένταξης Αλβανίας από Επιτροπή Νομικών Υποθέσεων και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του Συμβουλίου της Ευρώπης (έλλειψη συντάγματος, θρησκευτικών ελευθεριών), (12-12-94).
- Εισήγηση Ελβετού χριστιανοδημοκράτη βουλευτού Columberg στην Επιτροπή Νομικών Υποθέσεων και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του Συμβουλίου της Ευρώπης, για μετριοπαθή στάση Ανάστασίου. (12-12-94).
- Συνάντηση Berisha με εκπρόσωπο «Αρβανιτών» Ελλάδος. (16-12-94).
- Συνέντευξη Berisha με ισχυρισμό, ότι η αστυνομία δεν εγγυάται την άσκηση λειτουργίας Ορθοδόξων-μη Ορθοδόξων (περίοδος Πάσχα).
- Προμήθεια ηλεκτρικής ενέργειας από την Ελλάδα στην Αλβανία (ΑΤΑ)
- **Συνάντηση Γερμανού ΥΠΕΞ με Rugova και υπόσχεση του πρώτου για **οικονομική βοήθεια και συμπαράσταση για αυτονομία Αλβανών στο Kosovo**. (ε/φ «Frankfurter Run/nau 17-12-94)
- Επίσκεψη Γκατζογιάννη και αμερικανών διπλωματών στα Τίρανα και εκδήλωση ενδιαφέροντος προς την ελληνική μειονότητα. (23-12-94).
- Αμερικανική στάση για την δίκη των πέντε Ελλήνων μειονοτικών και συνέντευξη Προέδρου Clinton στην ε/φ «Η Καθημερινή» (ε/φ «Κόχα Γιον», 11-1-95)

[ ΑΛΒΑΝΙΚΕΣ Ε/Φ «Κόχα Γιόν», ανεξάρτητη ε/φ- «Ριλίντια του Κοσσυφοπεδίου», εκδίδεται στα Τίρανα- «Ζέρι ι Πόπουλι», του Σοσιαλιστικου Κόμματος- «Ριλίντια Ντεμοκράτικε» του Δημοκρατικού κόμματος- «Αλτερνατίβα S D.», του Σοσιαλδημοκρατικού κόμματος ]

**«Σφάλματα» στις αναφορές των Times. Πίνακας Νο 3.**

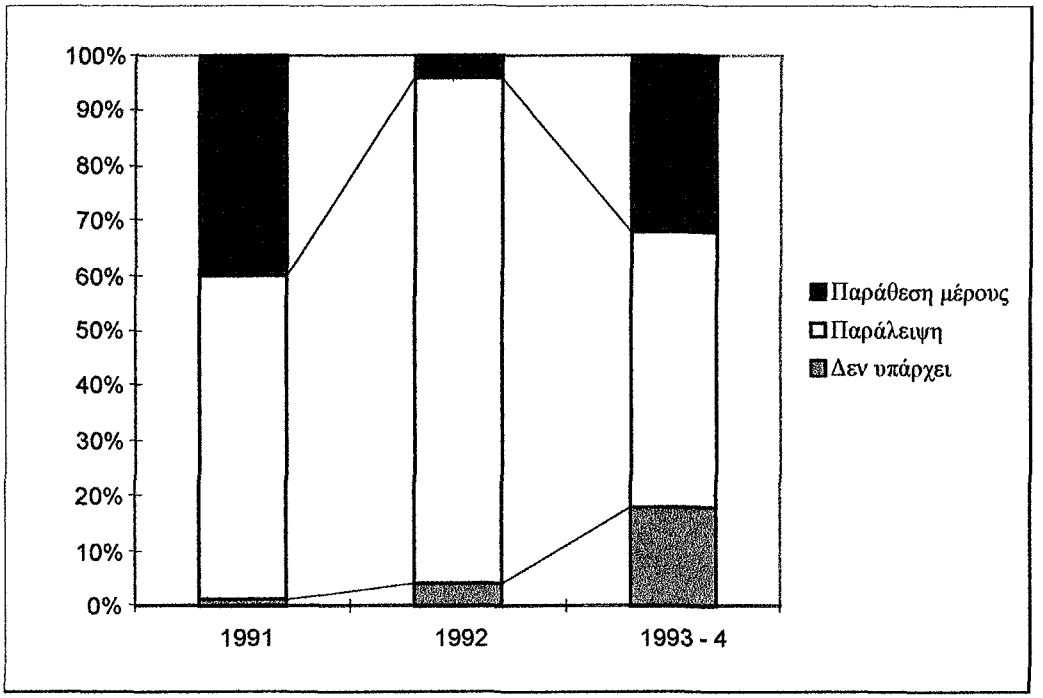
| | Δεν υπάρχει | Παράλειψη | Παράθεση μέρους | Row Total |
|---|---|---|---|---|
| 1991 | 1 | 51 | 35 | 87<br>62,6 |
| 1992 | 1 | 22 | 1 | 24<br>17,3 |
| 1993 - 4 | 5 | 14 | 9 | 28<br>20,1 |
| **Total** | 7<br>5,0 | **87**<br>**62,6** | **45**<br>**32,4** | **139**<br>**100,0** |

Number of Missing Observations: 2

Ο πίνακας παρουσιάζει τις **ελλείψεις στην ενημέρωση,** που καταγράφηκαν στην ε/φ Times κατά την διάρκεια του χρόνου της παρατήρησης μας σε σχέση με τον αριθμό των ανταποκρίσεων, που χρησιμοποιεί

Οι παραλήψεις **είναι περισσότερες** σε ποσοστό 62,6% από τις περιπτώσεις που παρατίθεται ένα μόνο μέρος των γεγονότων 32,4%, όπως προκύπτει από συγκρίσεις με τις προσφερόμενες ειδήσεις άλλων πηγών ευρωπαϊκών ΜΜΕ την ίδια χρονική περίοδο.

**Παράθεση μέρους / Παράλειψη Είδησης**




Το γράφημα δείχνει παραστατικά τη στρατηγική ενημέρωσης που ακολουθεί η ε/φ κατά τη διάρκεια της τετραετίας.

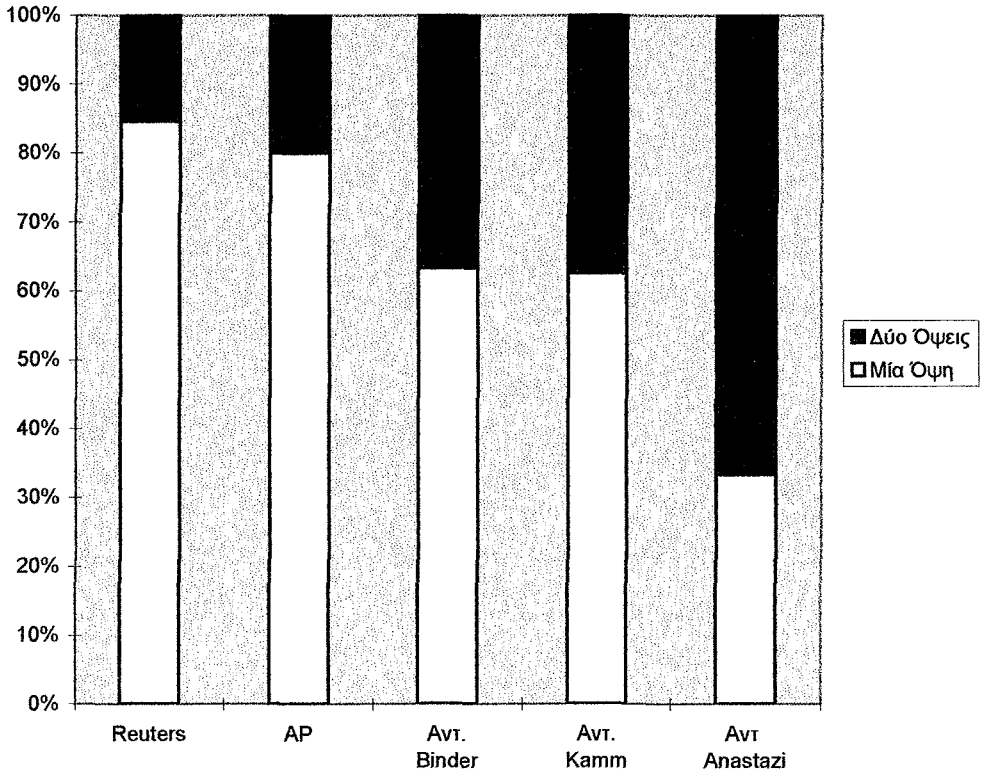
Από την καταγραφή γεγονότων και «σταθμών» στην πορεία των εξελίξεων κατά την τετραετία της έρευνας μας, διαπιστώνεται ότι η ε/φ παρουσιάζει ακόμα μια χαρακτηριστική τάση να προσφέρει μονομερώς άποψη για κάθε υπόθεση σχετικά με την Αλβανία παραγνωρίζοντας άλλες παραμέτρους.

**Όψεις ιστορίας ανά Ανταποκριτή. Πίνακας Νο 4**

| | **Μία Όψη** | **Δύο Όψεις** |
|---|---|---|
| **Reuters** | 84,6 | 15,4 |
| **AP** | 80 | 20 |
| **Αντ. Binder** | 63,3 | 36,7 |
| **Αντ. Kamm** | 62,5 | 37,5 |
| **Αντ. Anastasi** | 33,3 | 66,7 |

Από τον πίνακα προκύπτει ότι τα Πρακτορεία Ειδήσεων καθώς και οι ανταποκριτές των Times παραθέτουν σε μεγαλύτερο ποσοστό τη «μια όψη του νομίσματος», αυτή που ενδεχόμενα ικανοποιεί και καλύπτει το αναγνωστικό τους Κοινό.

**Γραφική Παράσταση παρουσίασης μιας/πολλών απόψεων των εξελίξεων στην Αλβανία.**




**Κίνητρα - Όψεις ιστορίας ανά Ανταποκριτή. Πίνακας Νο 5.**

Πρακτορείο Reuters

| **MOTIVES** | **Μια Όψη** | **Δύο Όψεις** | **Row Total** |
|---|---|---|---|
| Πολιτικό | 46,2 | 11,5 | **15**<br>**57,5** |
| Κοινωνικό | 7,7 | | **2**<br>**7,7** |
| Οικονομικό | 3,8 | | **1**<br>**3,8** |
| Μικτό | 26,9 | 3,8 | **8**<br>**30,8** |
| **Σύνολο**<br>**%** | **22**<br>**84,6** | **4**<br>**15,4** | **26**<br>**100** |

Πρακτορείο AP

| **Κίνητρα MOTIVES** | **Μια Όψη** | **Δύο Όψεις** | **Row Total** |
|---|---|---|---|
| Πολιτικό | 28,0 | 4,0 | **8**<br>**32,0** |
| Κοινωνικό | 12,0 | | **3**<br>**12,0** |
| Μικτό | 40,0 | 16,0 | **14**<br>**56,0** |
| **Σύνολο**<br>**%** | **20**<br>**80,0** | **5**<br>**20,0** | **25**<br>**100,0** |

Ανταποκριτής Binder

| **Κίνητρα MOTIVES** | **Δεν υπάρχει** | **Μια Όψη** | **Δύο Όψεις** | **Row Total** |
|---|---|---|---|---|
| Πολιτικό | | 16,1 | 22,6 | 12<br>38,7 |
| Κοινωνικό | | 3,2 | 3,2 | 2<br>6,5 |
| Μικτό | 3,2 | 41,9 | 9,7 | 17<br>54,8 |
| **Σύνολο**<br>**%** | **1**<br>**3,2** | **19**<br>**61,3** | **11**<br>**35,5** | **31**<br>**100,0** |

Ανταποκριτής Kamm

| **Κίνητρα MOTIVES** | **Μια Όψη** | **Δύο Όψεις** | **Row Total** |
|---|---|---|---|
| Πολιτικό | 6,3 | 12,5 | 3<br>18,8 |
| Κοινωνικό | 12,5 | 6,3 | 3<br>18,8 |
| Μικτό | 43,8 | 18,8 | **10**<br>**62,5** |
| **Σύνολο**<br>**%** | **10**<br>**62,5** | **6**<br>**37,5** | 16<br>100,0 |

Ανταποκριτής Anastasi

| **Κίνητρα MOTIVES** | **Μια Όψη** | **Δύο Όψεις** | **Row Total** |
|---|---|---|---|
| Πολιτικό | | 33,3 | **2**<br>**33,3** |
| Μικτό | 33,3 | 33, | **4**<br>**66,7** |
| **Σύνολο**<br>**%** | **2**<br>**33,3** | **4**<br>**66,7** | **6**<br>**100,0** |

Οι προηγούμενοι πίνακες μας δίνουν τη δυνατότητα να παρατηρήσουμε ποια είναι τα κίνητρα, τα οποία ενεργοποιούν τους ανταποκριτές για να επιλέξουν την παρουσίαση μιας μόνο ή πολλών απόψεων γύρω από συγκεκριμένα ζητήματα.

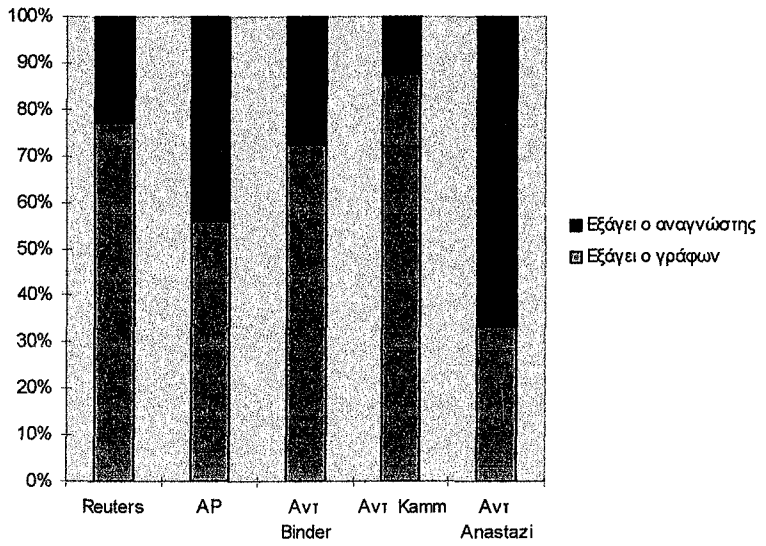
Το Πρακτορείο Reuters κινείται με γνώμονα καθαρά **τις πολιτικές προεκτάσεις** των θεμάτων, ενώ το AP και οι τρεις άλλοι ανταποκριτές έχουν **μικτό ενδιαφέρον,** που καθοδηγεί τη σκοπιμότητα τους της παρουσίασης μιας ή πολλών απόψεων κατά περίπτωση.

**Συμπεράσματα εξαγόμενα από Δημοσιεύματα. Πίνακας Νο 6**

| | **Εξάγει ο γράφων** | **Εξάγει ο αναγνώστης** |
|---|---|---|
| Reuters | 76,9 | 23,1 |
| AP | 56,0 | 44,0 |
| Αντ. Binder | 74,0 | 26,0 |
| Αντ. Kamm | 87,5 | 12,5 |
| Αντ Anastasi | 33,3 | 66,7 |

Ο σχετικός πίνακας δείχνει ότι οι ανταποκριτές παραθέτουν τα συμπεράσματα τους ζώντας καθημερινά τα γεγονότα της Αλβανίας Τα υψηλά ποσοστά της πρωτης στήλης γεννούν έναν ευρύτερο προβληματισμό για την αντικειμενικότητα των ειδήσεων, που οι πηγές ανταπόκρισης προσφέρουν Ιδιαίτερα επισημαίνεται η στάση του Binder ο οποίος δεν βιώνει από κοντά τις καταστάσεις, που διαδραματίζονται στα Βαλκάνια αλλά χρησιμοποιεί «τα ακούσματα» των επισήμων πηγών της Washington στον κύκλο των οποίων κινείται.

**Γραφική παράσταση προσφοράς/μη προσφοράς συμπερασμάτων για τα τεκταινόμενα.**




**Κίνητρα Αναγνώστη - Συμπεράσματα ανά Ανταποκριτή**
**Πίνακες Νο 7.**

Πρακτορείο Reuters

| **Κίνητρα MOTIVES** | **Εξάγει ο γράφων** | **Εξάγει ο αναγνώστης** | **Row Total** |
|---|---|---|---|
| Πολιτικό | 42,3 | 15,4 | **15**<br>**57,5** |
| Κοινωνικό | 7,7 | | **2**<br>**7,7** |
| Οικονομικό | 3,8 | | **1**<br>**3,8** |
| Μικτό | 23,1 | 7,7 | **8**<br>**30,8** |
| **Σύνολο**<br>**%** | **20**<br>**76,9** | **6**<br>**23,1** | **26**<br>**100** |

Πρακτορείο AP

| **Κίνητρα MOTIVES** | **Εξάγει ο γράφων** | **Εξάγει ο αναγνώστης** | **Row Total** |
|---|---|---|---|
| Πολιτικό | 24,0 | 8,0 | **8**<br>**32,0** |
| Κοινωνικό | 12,0 | | **3**<br>**12,0** |
| Μικτό | 20,0 | 36,0 | **14**<br>**56,0** |
| Σύνολο<br>**%** | **14**<br>**56,0** | **11**<br>**44,0** | **25**<br>**100,0** |

Ανταποκριτής Binder

| **Κίνητρα MOTIVES** | **Δεν υπάρχει** | **Μια Όψη** | **Δύο Όψεις** | **Row Total** |
|---|---|---|---|---|
| Πολιτικό | 3,2 | 22,6 | 12,9 | **12**<br>**38,7** |
| Κοινωνικό | | 3,2 | 3,2 | **2**<br>**6,5** |
| Μικτό | 3,2 | 41,9 | 9,7 | **17**<br>**54,8** |
| **Σύνολο**<br>**%** | **2**<br>**6,5** | **21**<br>**67,7** | **8**<br>**25,8** | **31**<br>**100,0** |

Ανταποκριτής Kamm

| **Κίνητρα MOTIVES** | **Εξάγει ο γράφων** | **Εξάγει ο αναγνώστης** | **Row Total** |
|---|---|---|---|
| Πολιτικό | 12,5 | 6,3 | **3**<br>**18,8** |
| Κοινωνικό | 12,5 | 6,3 | **3**<br>**18,8** |
| Μικτό | 62,5 | | **10**<br>**62,5** |
| **Σύνολο**<br>**%** | **14**<br>**87,5** | **2**<br>**12,5** | **16**<br>**100,0** |

Ανταποκριτής Anastasi

| Κίνητρα | Εξάγει ο γράφων | Εξάγει ο αναγνώστης | Row Total |
|---|---|---|---|
| Πολιτικό | 16,7 | 16,7 | 2<br>33,3 |
| Μικτό | 16,7 | 50,0 | 4<br>66,7 |
| Σύνολο<br>% | 2<br>33,3 | 4<br>66,7 | 6<br>100,0 |

Από τους προηγούμενους πίνακες παρατηρείται ότι τα κίνητρα των ανταποκρίσεων οδηγούν στη διατύπωση μέσα από τις στήλες των ειδήσεων για τις εξελίξεις στην Αλβανία. Τα Πρακτορεία κινούνται με γνώμονα καθαρά το **πολιτικό κίνητρο για την έκφραση συμπερασμάτων,** ενώ **οι τρεις άλλοι ανταποκριτές έχουν μικτό ενδιαφέρον.**

**Αλλαγές στην Κοινή Γνώμη μεταξύ 1981-1988**

| **Ζητήματα για τα οποία η Κοινή Γνώμη παρέμεινε συντηρητική.** | **Ζητήματα για τα οποία εκφράστηκε λίγο.** | **Ζητήματα για τα οπία έγινε περισσότερο ανεξάρτητη ή δεν άλλαξε.** |
|---|---|---|
| Φυλετική ισότητα | Ελεγχος όπλων | Εγκλημα και Ποινή |
| Busing | Θρησκευτικές πεποιθήσεις και πρακτική. | Νομιμοποίηση της μαριχουάνας. |
| Ανιση μεταχείριση απέναντι στους ομοφυλόφιλους. | Σχολική προσευχή | Διαζύγια. |
| Ρόλος και θέση γυναικών. | Σεξουαλικά ήθη | Αμβλώσεις. |
| Απόψεις για τη Σοβιετική Ενωση. | Νόμοι για σεξουαλική συμπεριφορά. | Οικονομικά δικαιώματα και προνόμοια. |
| Δαπάνες για τον Στρατό. | * **Ξένη Βοήθεια** | Οφέλη από επιχειρήσεις |
| Σχέσεις με κομουνιστική Κίνα. | United Nations | |
| Μέγεθος και δύναμη της κυβέρνησης. | ***Στρατιωτική Παρέμβαση.** | |
| Φόροι | ***CIA** | |
| Εσωτερικές δαπάνες. | Φεντεραλισμός. | |
| Προστασία περιβάλλοντος. | ***Κυβερνητική βοήθεια προς τους φτωχούς.** | |
| Πυρηνική Ενέργεια. | Προϋπολογισμός για νομοθετικές τροποποιήσεις. | |
| | ***Business** | |

Πηγή «The Changing American Mind» How and Why American Public Opinion Change Between 1960-1988

Εάν κοιτάξει κανείς προσεκτικά την μεσαία στήλη του πίνακα θα παρατηρήσει, ότι η αμερικανική Κοινή Γνώμη για συγκεκριμένα θέματα **δεν εκφράζει σαφώς τις απόψεις της αλλά θεωρεί ότι αυτά είναι ζητήματα διαχείρησης και διευθέτησης από τους αρμόδιους φορείς**.

Τέτοια ζητήματα φέρονται ότι είναι **η στρατιωτική παρέμβαση**, η δράση της CIA, οι **επιχειρησιακές δραστηριότητες, η οικονομική ενίσχυση των απόρων**, η παροχή **ξένης βοήθειας**, που πηγάζουν και από την ιδεολογική βάση στη οποία έχουν πλαίσιο αναφοράς οι αμερικανοί πολίτες.

Εάν κοιτάξει κανείς προσεκτικά την μεσαία στήλη του πίνακα θα παρατηρήσει, ότι η αμερικανική Κοινή Γνώμη για συγκεκριμένα θέματα **δεν εκφράζει σαφώς τις απόψεις της αλλά θεωρεί ότι αυτά είναι ζητήματα που διαχειρίζονται και διευθετούν αρμόδιοι φορείς.**

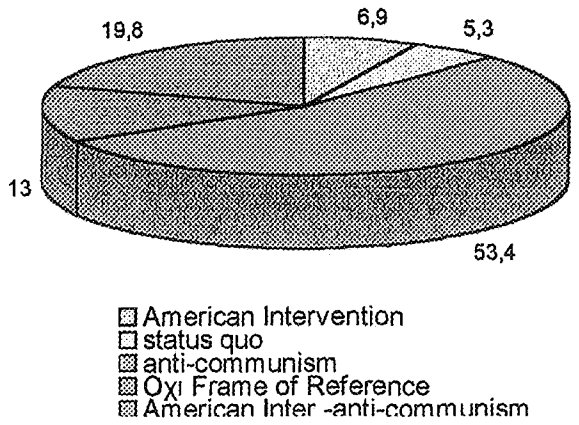
Τέτοια ζητήματα φέρονται ότι είναι **η στρατιωτική παρέμβαση, η δράση της CIA, οι επιχειρησιακές δραστηριότητες, η οικονομική ενίσχυση των απόρων, η παροχή ξένης βοήθειας**, που πηγάζουν και από την ιδεολογική βάση στη οποία έχουν πλαίσιο αναφοράς οι αμερικανοί πολίτες.

**Πλαίσιο Αναφοράς. Πίνακας Νο 8.**

| Value Label | Value | Frequency | Percent | Valid Percent | Cum Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Αμερικανική παρέμβαση | 1 | 9 | 6,4 | 6,9 | 6,9 |
| Status quo | 2 | 7 | 5,0 | 5,3 | 12,2 |
| Αντικομουνισμός | 5 | 70 | 49,6 | 53,4 | 65,6 |
| Οχι πλαίσιο αναφοράς | 6 | 17 | 12,1 | 13,0 | 78,6 |
| Αμερικανική παρέμβαση και αντικομουνισμός. | 7 | 26 | 18,4 | 19,8 | 98,5 |
| | 245 | 1 | 0,7 | 0,8 | 99,2 |
| | 1234 | 1 | 0,7 | 0,8 | 100,0 |
| | 0 | 2 | 1,4 | Missing | |
| | 0 | 8 | 5,7 | Missing | |
| | Total | 141 | 100,0 | | 100,0 |

Valid cases 131 Missing cases 10

**American Intervention=Αμερικανική Παρέμβαση**
**Anti-communism=Αντικομουνισμός**
**Status Quo=Σταθερότητα**
**No Frame of Reference=Οχι Πλαίσιο Αναφοράς**




Μέσα από τα δημοσιεύματα της έρευνας μας, την περίοδο 1991-94, επισημαίνονται τα πολιτικά και ιδεολογικά παγιωμένα πλαίσια αναφοράς, που στην πορεία της εξωτερικής πολιτικής των ΗΠΑ έχουν χρησιμοποιηθεί (referent power). Οι αναφορές αφορούν την προσπάθεια ερμηνείας των αμερικανικών παρεμβάσεων στην Αλβανία, όπως οι πολιτικές συνθήκες και οι ανάγκες επιτάσσουν για την ευαισθητοποίηση των αναγνωστών και την αποδοχή των επιλογών της Κυβέρνησης. Από τις γενικές συγκεκριμένες, σταθερές και μόνιμες θέσεις που η ε/φ Times κάθε τόσο επαναλαμβάνει **αποδεικνύει τις συμβατές γραμμές της με τους βασικούς άξονες διεθνών σχέσεων, που η αμερικανική κυβέρνηση θέλει να εδραιώσει στην περιοχή της Βαλκανικής.**

Η αναφορά στις ολέθριες συνέπειες ενός ολοκληρωτικού συστήματος που εφαρμόστηκε στην Αλβανία, καλλιεργεί τον **αντικομουνισμό** (anticommunism) και δημιουργεί παραστάσεις (Πρώην Σοβιετική Ενωση, Κίνα, Κούβα.), με αποτέλεσμα την εξασφάλιση της σύμφωνης γνώμης του αναγνωστικού Κοινού για παροχή οικονομικής και τεχνικής βοήθειας καθώς και πολιτικής ενίσχυσης σε ένα πρώην κομουνιστικό κράτος, που «επιστρέφει» στην δημοκρατία.

**Σύμφωνα με τον Raven (1965), η δύναμη της αναφοράς πραγματοποιείται, όταν χρησιμοποιούνται πρόσωπα ή ομάδες (frame of reference) ως bachground ή ως μέτρο σύγκρισης, απέναντι στα οποία είναι σίγουρη μια αξιολόγηση και μια δεδομένη τάση συμπεριφοράς. (Kelman, identification process).** [318]

Ο αναγνώστης παίρνοντας τις πληροφορίες αυτές, που φαίνονται ακριβείς (accurate information) και που μέσα από υιοθετημένες αξίες φαντάζουν χρήσιμες στη «λύση» των προβλημάτων του κόσμου, μέσα στον οποίο ζει, αποδέχεται ή απορρίπτει τον παραλήπτη με δύο τρόπους (Campbell). Ο πρώτος αφορά την σύγκριση στην οποία προβαίνει για τις καινούργιες πληροφορίες με αυτές που ήδη έχει. Εάν θεωρήσει ότι τα νέα γεγονότα **ταιριάζουν με τις γνώσεις του τότε παραδέχεται ότι είναι αληθή (consistency test)**. Επομένως, **η συμβατότητα και η σχέση παλαιού και νέου πλαισίου αναφοράς** (Κεφάλαιο, Η Αμερικανική Κοινωνία-Οι Αναγνώστες των Times, επαναλαμβανόμενες Ιστορίες), **αποτελεί για την ε/φ μια σημαντική τεχνική.** Ο δεύτερος τρόπος με τον οποίο ο αναγνώστης ελέγχει την βαρύτητα της προσφερόμενης ενημέρωσης αποτελεί η **προσπάθεια ενίσχυσης και επιβεβαίωσης της πληροφορίας (corroboration test), χρησιμοποιώντας την κρίση του αλλά και την γνώμη των φίλων ή των experts** (ήδη οι δημοσιογράφοι των Times έχουν αυτό το χαρακτηριστικό). Στην πρώτη περίπτωση χρησιμοποιεί τις γνώσεις, που ήδη έχει (ανωτάτη μόρφωση και προσωπική εμπειρία από τα πολιτικά ή οικονομικά δεδομένα του) και στην δεύτερη αναζητά νέες πληροφορίες από το περιβάλλον του (ομάδα elite) Οι αμερικανικές θέσεις επιβεβαιώνονται από διάφορες αναφορές σε γεγονότα που σχολιάστηκαν σε προηγούμενα Κεφάλαια της έρευνας μας καθώς και από άλλες πηγές όπως οι κάτωθι:

- (Κατάθεση ενώπιον της Επιτροπής Εξωτερικών Σχέσεων της Γερουσίας του πρέσβεως Λέικ, πριν από τον διορισμό του στα Τίρανα 24-6-94)
- (Δηλώσεις Ολμπραίτ κατά την επίσκεψη της στα Τίρανα. 14-1-94).
- (Δηλώσεις Μπερίσα και πρώην αμερικανού Προέδρου Μπους με την ευκαιρία της επίσκεψης του δευτέρου στα Τίρανα 13-11-94).

Παράλληλα με τον αντικομουνισμό παρατηρείται εκ μέρους της ε/φ αναφορά σε θέσεις σχετικές με την ανάγκη **αμερικανικής παρέμβασης** [(american intervention) με

οικονομικού χαρακτήρα-εγκατάσταση εταιριών αμερικανικών συμφερόντων, επέκταση και στρατιωτικής επιρροής με δημιουργία στρατιωτικών δορυφόρων στην περιοχή] για ενίσχυση των δημοκρατικών θεσμών και προστασία των δικαιωμάτων των πολιτών στο εσωτερικό, την οικονομική ανόρθωση και την πολιτική ενότητα και στρατιωτική ισχυροποίηση της χώρας στον διεθνή χώρο.

- (Τοποθέτηση του State Department και υποστήριξη της αποκατάστασης της δημοκρατίας και της ελευθερίας στην Αλβανία. 4-3-91).
- (Υποσχέσεις Αμερικανού ΥΠΕΞ, Μπαικερ, για υποστήριξη των ΗΠΑ και χορήγηση οικονομικής και ανθρωπιστικής βοήθειας προς την Αλβανία, κατά την επίσκεψη του εκεί. (Αυστριακή ε/φ «Wiener Zeitung», 24-6-91).
- (Δηλώσεις Αλβανού πρωθυπουργού Μπούφι στην Washington για ανάγκη αμερικανικής παρέμβασης στα Βαλκάνια και ανάπτυξη οικονομικών σχέσεων της Χώρας του με τις ΗΠΑ. 21-11-91).
- (Πρόταση για ενδεχόμενη εγκατάσταση αμερικανικών κατασκοπευτικών αεροπλάνων για παρακολούθηση πεδίων μαχών στην Βοσνία. Αποστολή στρατιωτικής αντιπροσωπείας. (2-94).
- (Δημοσίευμα αλβανικής ε/φ για ανακοίνωση Προέδρου Clinton σχετικά με παροχή αμερικανικής στρατιωτικής βοήθειας προς [τρεις Βαλτικές χώρες, την Ρουμανία, την Βουλγαρία και] Αλβανία («Ριλίντια του Κοσσυφοπεδίου, 28-3-94)
- (Δηλώσεις Αλβανού υπουργού άμυνας Ζιουλιάλι κατά την επίσκεψη του στα Σκόπια, περί φιλίας της χώρας του με τις ΗΠΑ, που υποστηρίζουν την ειρήνη και την συνεργασία σε αμυντικό επίπεδο. (26-9-94)
- (Δημοσίευμα αλβανικού Τύπου για πιθανές επισκευές στο λιμάνι της Αυλώνας με σκοπό την εγκατάσταση αμερικανικών βάσεων («Ριλίντια» του Κοσσυφοπεδίου, 23-3-94).
- (Δηλώσεις πρώην βουλευτή αλβανικής καταγωγής και προέδρου Αμερικανό-Αλβανικής Ενωσης με έδρα τις ΗΠΑ, για συμπαράσταση προς την Αλβανία των γερουσιαστών Ντόουλ, Μπόμπ, Πρέσλερ και του μέλους της βουλής Λάντος 1-94)
- (Δημοσίευμα αλβανικού Τύπου για εγκατάσταση εταιριών Ντεμινέξ, Αγκίπ, Σιεβρόν, Οξιντεντάλ, Χάμιλτον -τρεις από τις οποίες είναι αμερικανικών συμφερόντων- που

δαπάνησαν 67 εκατ. $ για γεωτρήσεις και έρευνες για πετρέλαιο στην περιοχή της Αδριατικής. («Κόχα Γιόν», 28-10-94).

- (Συνέντευξη πρώην Αμερικανού γερουσιαστή Ντιογκουάρντι για επαφές του με οικονομικούς παράγοντες των ΗΠΑ για αξιοποίηση αλβανικών φρεάτων πετρελαίου. (Ριλίντια» του Κοσσυφοπεδίου, 24-3-94).

Οι προσπάθειες της αμερικανικής ηγεσίας να παρεμβαίνει σε περιοχές συγκρούσεων για να επιβάλει την ειρήνη και την διασφάλιση του **Status quo** αποτελούν πλέον πεποίθηση για τον αναγνώστη των Times. Το γεγονός ότι η ισχυρή χώρα του ανταποκρίνεται σε εκκλήσεις τρίτων χωρών για την αποφυγή πολέμου και επιβολή σταθερότητας και ισορροπίας και διευθέτηση πολιτικών διαφορών, εξακολουθεί να θεωρείται θετικό στοιχείο αναφοράς, που έντεχνα και έμμεσα η ε/φ συντηρεί (Βοσνία, Ισραήλ, Λίβανος, Ταυλάνδη, Νικαράγκουα.).

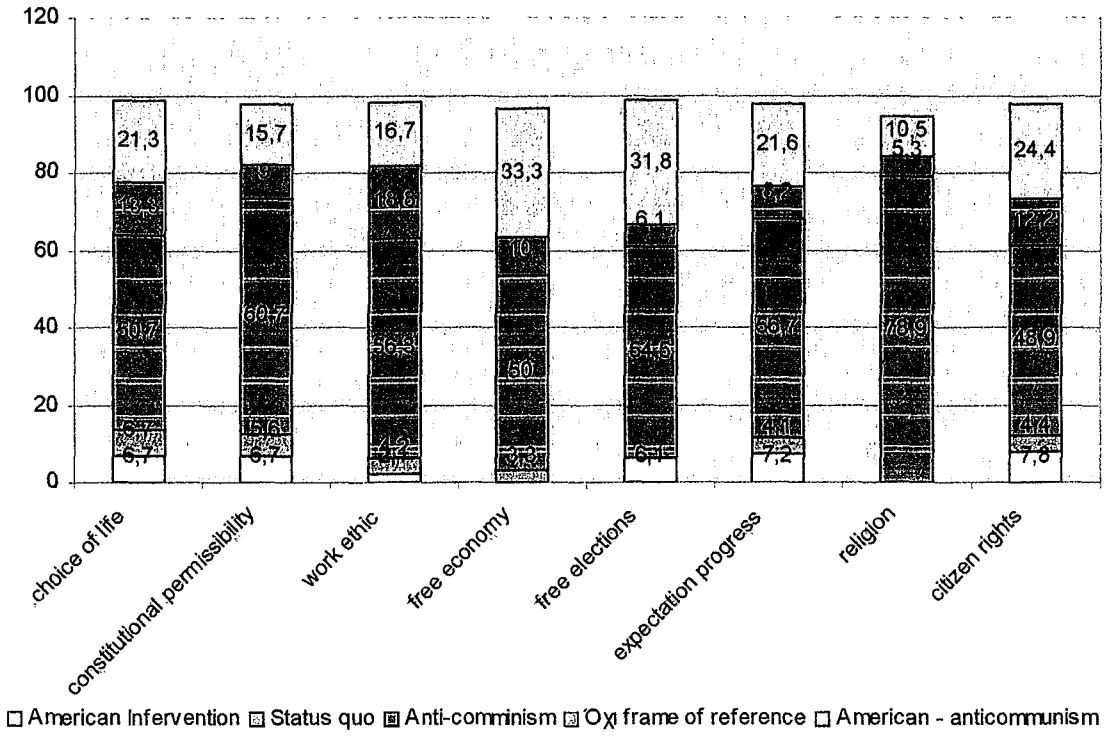
- (Φόβοι του State Department για ξέσπασμα Κινημάτων στην Πρώην Γιουγκοσλαβία και Αλβανία, ανάγκη προστασίας της ειρήνης στην περιοχή. NBC, 6-91)

## Αξίες - Πλαίσιο Αναφοράς (Frame of Reference)

| | επιλογή ζωής choice of life | Συντ/κή νομιμότητα constitutional permissibility | δικαίωμα προς εργασία work ethic | Ελεύθερη οικονομία Free economy | Ελεύθερες εκλογές Free elections | Προσδόκιμο προς ευημερία expectation progress | θρησκεία religion | Πολιτικά και ανθρώπινα δικαιώματα citizen rights |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| αμερικανική παρέμβαση American Infervention | 6.7 | 6.7 | 2.1 | | 6.1 | 7.2 | | 7.8 |
| Status quo | 6.7 | 5.6 | 4.2 | 3.3 | | 4.1 | | 4.4 |
| Αντικομουνισμός Anti-comminism | 50.7 | 60.7 | 56.3 | 50 | 54.5 | 56.7 | 78.9 | 48.9 |
| όχι πλαίσιο αναφοράς no frame of reference | 13.3 | 9 | 18.8 | 10 | 61 | 8.2 | 5.3 | 12.2 |
| Αμερικανική Παρέμβαση και αντικομουνισμός American intervention and anti-communism | 21.3 | 15.7 | 16.7 | 33.3 | 31.8 | 21.6 | 10.5 | 24.4 |

Στον πίνακα μπορεί κανείς να παρατηρήσει τις αξίες της αμερικανικής ζωής των οποίων η επίκληση διευκολύνει την σύνδεση με το **πλαίσιο αναφοράς (frame of reference)**.

## Διαγραμματική παρουσίαση

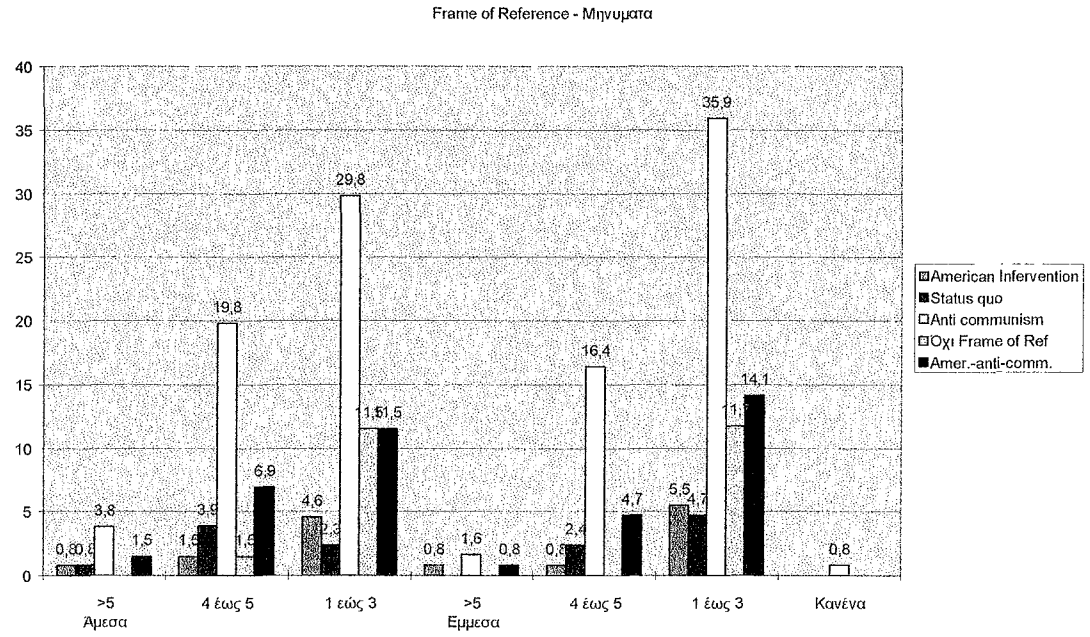



**expectation for progress=προσδόκιμο προς ευημερία, relegion=θρησκεία**

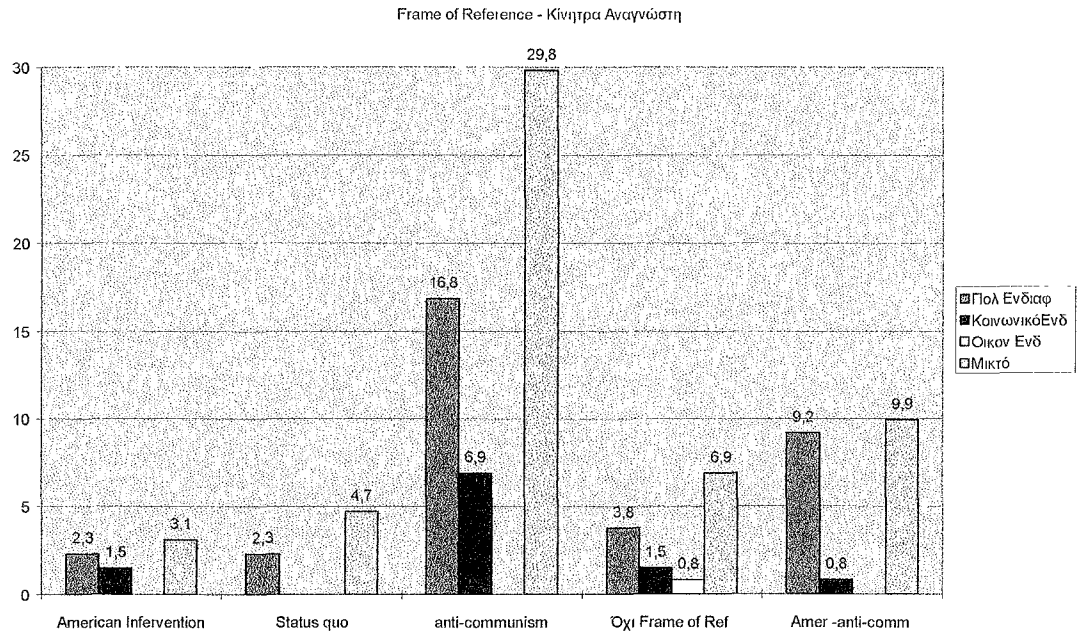
**citizens rights=πολιτικά και ανθρώπινα δικαιώματα.**

Η **αντικομουνιστική θέση** ενισχύεται εξαιτίας της **ανυπαρξίας θρησκείας-πίστης, Συνταγματικής ελευθερίας, επιλογής ζωής** και σχεδόν από την κατάργηση των παραδοσιακών αξιών του αναγνώστη..

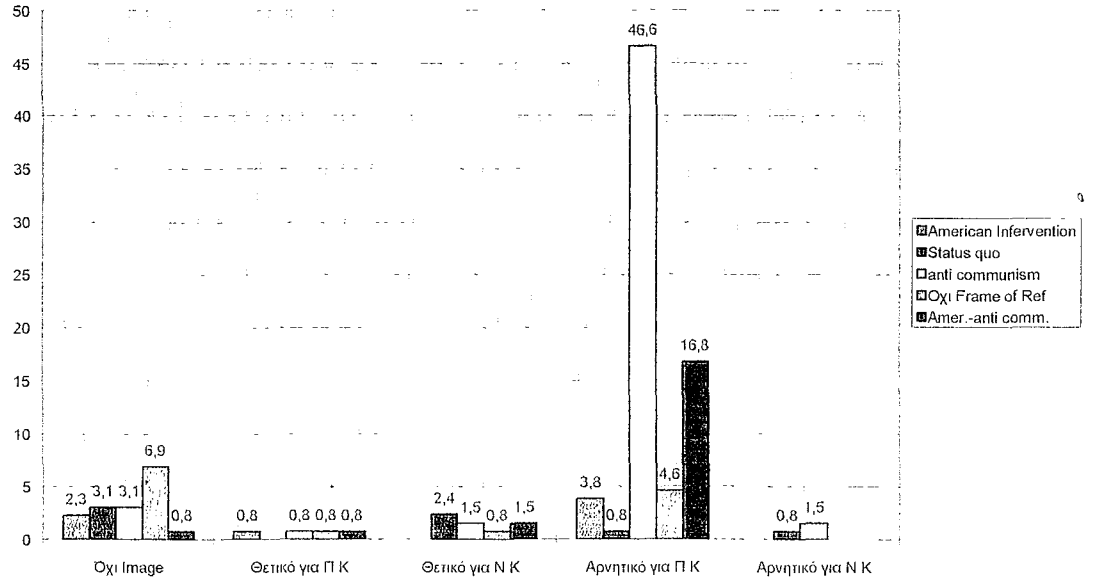
Ακολουθεί ο συνδυασμός αντικομουνισμού και αμερικανικής παρέμβασης σε ό,τι αφορά την Αλβανία.κ.λ.π.




Το διάγραμμα, πιστοποιεί τον τρόπο με τον οποίο οι ανταποκριτές στο σύνολό τους περνάνε τις αναφορές τους σε παγιωμένες θέσεις (frame of reference). Κυρίαρχη από όλες φέρεται ο **αντικομουνισμός,** που θίγεται κυρίως μέσα από έμμεσα μηνύματα τουλάχιστον 1-3 σε αριθμό ανά δημοσίευμα με τη συχνότητα χρησιμοποίησης σχετικών λέξεων. (Κεφάλαιο Semantics-Σημειολογία.)



**Πλαίσιο Αναφοράς-Εικόνα(image)/Αλβανία**



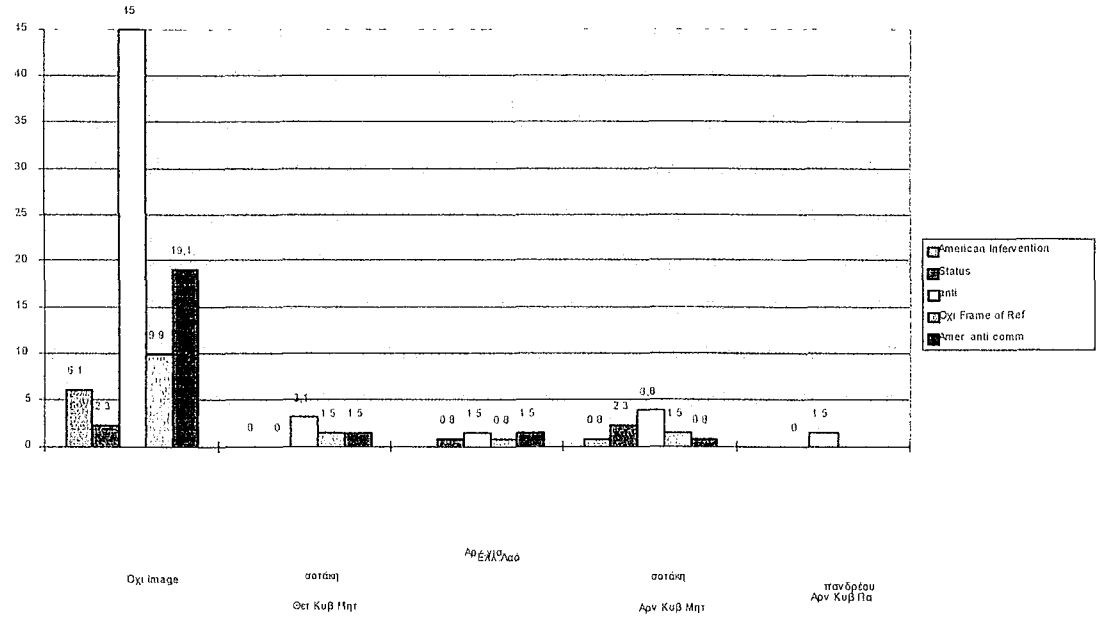

Ο Πίνακας δείχνει πως η έννοια του αντικομουνισμού καλλιεργεί και συντηρεί το αρνητικό image για την κομουνιστική κυβέρνηση της Αλβανίας.

American Intervention=**Αμερικανική Παρέμβαση**

Anti-communism=**Αντικομουνισμός**

Status Quo=**Παγίωση υπάρχουσας κατάστασης**

**Πλαίσιο Αναφοράς-Εικόνα(image)/Ελλάδα**



# APPENDIX No 1

Η «παρεκτροπή του David Binder, γίνεται φανερή το 1977, όταν καλεί σε συνέντευξη τον αριστερής ιδεολογίας Έλληνα Δημητρακόπουλο, ο οποίος διέφυγε στο Εξωτερικό την περίοδο της δικτατορίας στην Ελλάδα και ερχόμενος στις ΗΠΑ άρχισε να δραστηριοποιείται έχοντας επαφές με τα δύο κύρια πολιτικά κόμματα.

Ο Δημητρακόπουλος προσπαθούσε να ματαιώσει τον διορισμό φιλοχουντικού πρέσβη στην Αθήνα, ενώ είχε κατανοήσει τον ρόλο του Binder--τον γνώριζε ήδη, όταν αμφότεροι σαν δημοσιογράφοι εργάζονταν στην Ελλάδα και είχε πληροφορίες για τη στενή σχέση του αμερικανού ανταποκριτή των New York Times, με την CIA. «πράγματι ο Binder ήταν προετοιμασμένος να τον συκοφαντήσει χρησιμοποιώντας στοιχεία της CIA».* (σελ. 292). **«A. M. Rosenthal and His Times», Joseph C. Goulden, Lyle Stuart Inc., Secaucus, N. Jersey, 1988.**

Όλα αυτά δεν τον εμπόδισαν για να δώσει την συγκεκριμένη συνέντευξη (1977) και να διαπιστώσει ακόμα μια φορά τη θέση του Binder απέναντι του, όταν αυτός παραποίησε πολλές από τις δηλώσεις του Δημητρακόπουλου και παράλληλα παρουσίασε δικούς του ισχυρισμούς σαν γεγονότα, όπως «ο Δημητρακόπουλος προσπάθησε να συνεργαστεί με πράκτορες του Ισραήλ και της [πρώην] Γιουγκοσλαβίας». * (σελ. 293) Ακολούθησε μια νομική διαμάχη, που στο τέλος δικαίωσε τον Δημητρακόπουλο.

Ο Binder «παρεκτράπηκε, ενώ θεωρείται παλαίμαχος δημοσιογράφος!!

Ολοι θυμούνται πως στην πρώτη επίσκεψη του Nixon στην Γερμανία κατέφθασε από τη Βόννη την κύρια περιοχή αρμοδιότητας του και παρέμεινε εκεί για να καλύψει τις επερχόμενες εκλογές της δυτικής Γερμανίας.

Ο Binder είχε κερδίσει την εκτίμηση του έμπειρου και διορατικού ανταποκριτή από τη σοβαρή δουλειά του προς την ε/φ που εκπροσωπούσε, όπως οι σημαντικές προβλέψεις του για τις κομουνιστικές θέσεις από την εποχή, που είχε αρχίσει τις ανταποκρίσεις του από την γεωγραφική περιφέρεια της Γερμανίας, μερικά χρόνια πριν. Ήταν ο ίδιος που έστειλε τα δικά του μηνύματα και έδωσε την δική του ερμηνεία στην περίπτωση της διπλωματικής διακοίνωσης της[πρώην] Σοβιετικής Ένωσης προς τη δυτική Γερμανία για την ενίσχυση του στρατού και την παραγωγή

στρατιωτικού εξοπλισμού στο δυτικό Βερολίνο. * (σελ 105) **«A Day in the Life of The New York Times», Ruth Adler, The New York Times Company, N.Y., 1971.**

**David Binder, 1931.**

***Personal:*** Born February 22, 1931, in London, England, son of Carroll (a newspaperman) and Dorothy (Walton) Binder; married Helga Wagner (a physician), October 9, 1959; children: Julia, Andrea, Alena

***Education:*** Harvard University, A. B. (cum laude), 1953; University of Cologne, graduate study, 1953-54.

***Politics:*** «Center-left»

***Religion:*** Society of Friends.

***Residence:*** Chevy Chase, Md. *Office:*New York Times, 1920 L st. Washington, D C. 20036.

***Career:*** Louisville Times, Louisville, Ky., reporter, 1954-56. Institute of Current World Affairs, New York, N.Y., fellow in Germany, 1957-59: Daily Mail, London, England, reporter in Berlin, 1959-60: Minneapolis Tribune, Minneapolis, Minn., copy editor, 1960-61: New York Times, New York City, reporter, 1961-. Member: Foreign Press Association (Bonn, Germany: chairman, 1969-70).

***Writings:*** Berlin East and West, Sterling, 1962; *The Other German,* New Republic Books, 1975 Contributor to magazines in the United States and Germany, including *Reporter, Nation,* and *New Republic.*

*Work in progress:* Research on **Vlachs * (θεωρείται ένα από τα σοβαρά ζητήματα από την πλευρά της Ελλάδος).**

***Sidelights:*** Binder notes that he is motivated by «death, misery, guilt, spite, lust, contempt, and thirst «His main professional interest iis in small nations.*

**«Contemporary Authors», Volumes 65-68. A Bio-Bibliographical Guide to Current Writers in Fiction Journalism. Jane A. Bowder Editor, Gale Research Company, Book Tower Detroit Michigan, 48226, 1977.**

**Henry Kamm**

Τον Ιούνιο του 1987 έδειξε όμως και αυτός την προκατάληψη του.

Συγκεκριμένα, αρχικά γράφοντας από την Αθήνα: «για τους περισσότερους Έλληνες οι εκλογές είναι ένα δημοψήφισμα, το πρώτο πείραμα του κράτους για τον

σοσιαλισμό» με τον τίτλο «Η Ελληνική Ψήφος Σήμερα Φαίνεται σαν Δοκιμή του Σοσιαλισμού»

Την επόμενη ημέρα του δημοσιεύματος αυτού, «διαισθανόμενος» όμως τις πολιτικές εξελίξεις, ο ίδιος πραγματοποίησε μια «περίεργη στροφή»! .και έγραψε· «. ..στην πραγματικότητα ήταν κάτι περισσότερο από δοκιμή της προσωπικής δημοτικότητας του Παπανδρέου και του Μητσοτάκη παρά μια διάσταση στα προγράμματα του κόμματος και μια εκτροπή των προτάσεων σε ύψιστα ζητήματα».

Ο τίτλος «Η Σοσιαλιστική Νίκη Φαίνεται Σίγουρη στις Ελληνικές Εκλογές» * (σελ 325).Η προκατάληψη του φάνηκε επίσης από κάποιες προσπάθειες να ταχθεί σε άρθρα του με τις απόψεις του διευθυντή των Times, Rosenthal,-ο οποίος μισούσε τη Γερμανία για τις ακρότητες ενάντια στους Εβραίους, 1930-1940, αφού έγραφε υποτιμητικά για τους Γερμανούς αρνούμενος ότι .πιέστηκε» να τοποθετηθεί στην [Δυτική] Γερμανία....για ειδικούς λόγους !. * (σελ 326).

**Henry Kamm 1925**

Correspondent; b. Breslau, Germany, June 3, 1925; s. Rudolf and Paula (Wischnewski) K, came to U.S., 1941, naturalized, 1943. B. A. . N Y. University, 1949

Children -Alison,. Thomas, Nicholas.-New York Times, Rome, 1982-85, chief Athens Greece, 1985-87 Central Europe, Budapest, Hungary, 1987-89, corresp, , 1989- Recipient award for fgn. Corresp. Sigma Delta Chi, 1969, Meml award L.I.U., 1970, Pulitzer prize, 1978. Mailing Address Fgn Desk 229 w 43 d st, New York 10036] * **«Who is Who in America»**

**Paul Anastasi**

Πολιτικός και διπλωματικός επίσης ανταποκριτής και της Daily Telegraph. Ο ίδιος με τη σειρά του αποκαλύπτει τις θέσεις του γράφοντας: «οι ΗΠΑ και η Ευρώπη βλέπουν την Ελλάδα να έχει εγκλωβιστεί σε υπερεθνικά ζητήματα των Βαλκανίων, οι εκκλήσεις της προς τις ΗΠΑ και την Ευρώπη αγνοούνται. (Περιοδικό στην Αγγλική **Athenian**, 26.10. 94.).

# APPENDIX No 2

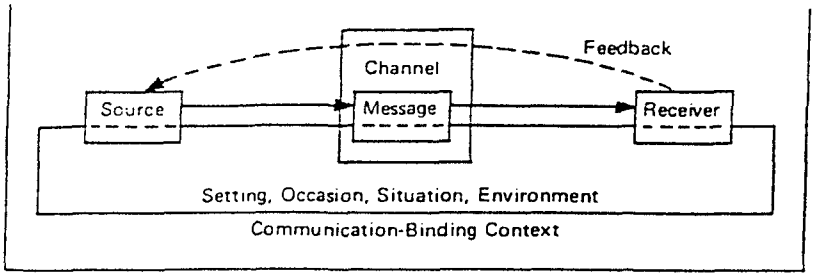



FIGURE 1 A Communication Elements Model.

Source Elements
1 Knowledge and Ideas
2 Experiences
3 Attitudes, Beliefs, Values, Goals
4 Needs
5 Interests
6 Group Memberships
7 Communication Abilities
8 Perception of other Factors

Message Elements
1 Ideas and Material
2 Organizational Form
3 Language and Style
4 Delivery Elements (Message into channel)
   a Spoken
   b Written
   c Others

Communication-Binding Context
1 Process Nature of Communication
2 Interactive Effects
3 Impact of Time
4 Complexities Due to Nature of Communication Process
   a Multiple or Institutional Sources
   b Translated Works
   c Mass Media—A Communication is the Result of Multiple, Interrelated Previous Communications

Receiver Elements
1 Knowledge and Ideas
2 Experiences
3. Attitudes, Beliefs, Values, Goals
4 Needs
5 Interests
6. Group Memberships
7 Communication Abilities
8 Perception of other Factors

Channel Elements (Medium)
1 Nature of Transmission Media
2. Audience Reachable
   a. Specific Target Audience
   b. Mass Medium
3. Selectivity in Transmission of Stimuli
   a. Sound
   b Sight
   c. Touch
   d Smell
   e Taste
   f Combination
4 Availability and Accessibility
5 Noise and Interference

Setting, Occasion, Situation Environment
1 State of the World
2 State of the Problem
3 Immediate Environment
4 Audience Size
5 Public or Private
6 Availability of Media Channels
7 Interaction of Audience and Source and of Audience Members

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ


1. «Media Audience and Social Structure», Edited be Sandra J. Ball Rokeach, Muriel G. Cantor, 1986.
2. «Introduction to Mass Communication», Edwin Emery, PhilipH. Ault, Warren K. Agee, Dodd, Mead & Company, N. Y. 1960.
3. Αρχείο, American Newspaper Publishers Association.
4. Αρχείο, American Newspaper Publishers Association.
5. «Reader in Public Opinion and Communication», Trends in Newspaper Ownership, Raymond B. Nixon, Bernard Berelson.
6. «Reader in Public Opinion and Communication», Trends in Newspaper Ownership, Raymond B. Nixon, Bernard Berelson.
7. «The Social Responsibility of the Press», J. Edward Gerald, The University of Minnesota Press, Minneapolis, 1963.
8. «The Power to Inform», Media: The Information Business, Jean-Louis Servan-Schreiber, MacGraw-Hill Book company, N. York, 1974.
9. σελ. 18, «The Economics & Regulations of U.S. Newspapers», Stephen Lacy, Todd F. Simon, Ablex Publishing Corporation, Norwood, N. Jersey, 1993.
10. σελ. 53, «The Media are American», Jeremy Tunstall, N. York Columbia University Press, 1977.
11. σελ. 173, «The Power to Inform», Media: The Information Business, Jean-Louis Servan-Schreiber, MacGraw-Hill Book Company, N. Y. 1974.
12. «Responsible Journalism», Deni Elliott Editor, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1986.
13. «Responsible Journalism», Deni Elliott Editor, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1986.
14. «The Power to Inform», Media: The Information Business, Jean-Louis Servan-Schreiber, MacGraw-Hill Book Company, N. Y. 1974.
15. σελ. 173, .«The Power to Inform» Media: The Information Business, Jean-Louis Servan-Schreiber, 1974.
16. σελ. 203, «The Media Monopoly», Ben H. Badgikian, Beacon Press, Boston Mass., 1983
17. σελ. 170, «Indtroduction to Mass Communication», Edwin Emery, Philip H. Ault, Warren K. Agee, Dodd, Mead & Company,N. York, 1960.

18. «Responsible Journalism», Deni Elliott Editor, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1986.

19. «The Powers that Be», David Halberstam, Alfred A. Knopf, N. Y., 1979.

20. «Behind the Times. Inside the New York Times», Edwin Diamond, Villard Books, New York, 1994

21. σελ. 115, «Beyond Pluralism-Ethnic Politics in America», Edgar Litt Scott, Foresman and Company, N. Jersey, 1970.

22. «The Powers that Be», David Halberstam,. Alfred A. Knopf, N. Y., 1979.

23. σελ. 25, «Behind the Times» Inside the New York Times», Edwin Diamond, Villard Books, New York, 1994.

24. σελ. 25, «Behind the Times» Inside the New York Times», Edwin Diamond, Villard Books, New York, 1994.

25. «The Making of a Journalist», William S. White, The University of Kentucky, Kentucky, 1986.

26. «The Power that Be», David Halberstam, Alfred A. Knorf, N. York, 1979.

27. σελ. 165, «The Kingdom and the Power», Gay Talese, An NAL Book, The World Publishing Company, N. York and Cleveland, 1969.

28. σελ. 291, 353, «The Foreign Correspondents», A study of the men and women reporting for the American Information Media in West Europe, Theodore Edward Kruglak, Librairie E. DROZ, Geneve, 1955.

29. «Fit to Print, A. M. Rosenthal and His Times», Joseph C. Goulden, Lyle Stuart Inc., Secaucus, N. Jersey, 1988. Και «The Media Are American», Jeremy Tunstall,«Fit to Print, A. M. Rosenthal and His Times», Joseph C. Goulden, Lyle Stuart Inc., Secaucus, N. Jersey, 1988.

30. σελ. 10, 23, «Behind the Times», Inside The New York Times, Edwin Diamond, Villard Books, N. York, 1994.

31. σελ. 165, 246, «The Kingdom and the Power», Gay Talese, An NAL Book, The World Publishing Company, N. York and Cleveland, 1969.

32. «Readers in Public Opinion and Communication», Trends in Newspaper Ownership, Raymond B. Nixon, Bernard Berelson.

33. 34. «Race, Class and Conservatism», Thomas D. Boston, Unnin Hyman, London-Boston, 1988.

35. σελ. 12, 13, 14, «The Managerial Revolution», Burnham1941, Gouldner, 1979).

36. «The Functional Approach to the Study of Attitudes», Daniel Katz.

37. 38. « Media, Messages, and Men»: New Perspectives in Communications, John C. Merrill, Ralf l. Lowenstein, David MacKay Company Inc., N. York, 1971.

39. σελ. 39, Neuman 1986; Price & Zaller 1990.

40. «Media, Messages and Men», : New Perspectives in Communications, John C. Merrill, Ralph l. Lowenstein, David Mackay Company Inc., N. York, 1971.

41. «Public Opinion», Vincent Price, Sage Publications, Newbury Park, London, 1992.

42. «American Foreign Policy», Pattern and Process, Charles W. Kegley, Jr., Eugene R. Wittkorf, Fourth Edition, St. Martin's Press, New York, 1991.

43. σελ. 7, «Race, Class and Conservatism», Thomas D. Boston, Unnin Hyman, London & Boston, 1998.

44. σελ. 3, «The Intellectuals and the Power», Chicago University, 1972.

45. «The American Intellectual Elite», Charles Kadushin, Little Brown and Company, Boston, 1974.

46. 47. σελ. 4 «The Influentials- People Who Influence People», Gabril Weimann, State University of New York Press, N. York , 1994.

48. 49. «Press and the American Politics»: The Mediator», Richard Davis, N. York 1992.

50. σελ. 56, «Race, Class and Conservatism», Thomas D. Boston, Unnin Hyman, London-Boston, 1988.

51. «The Shadow World», Life Between the News Media and Reality, Jim Willis, Praeger, N. York, 1991.

52. σελ. 243, « The Influentials, People who Influence People», Gabril Weimann, State University of new York Press, N. York, 1994.

53. «Press and Public», Who Reads What, When, Where and Why in American Newspaper», second edition, Leo Bogart, Lawrence Erlabaum, Associates Publishers Hillsdale, N. Jersey, 1989.

54. "News: The Politics of Illusion". W. Lance Benett, N.Y. 1983.

55. «Introduction to Mass Communications», Edwin Emery. «The Politics Within», Jarol B. Manheim, prentice-Hall Inc., Englwood Cliffs, N. J. 1975.

55a. «Examing Newspapers», What Research Reveals about American Newspapers, Gerald Stone, Sage CommtextSeries, Sage Publications, Inc., 1987.

56. σελ. 114, 34. σελ. 117, «Examing Newspapers», What Research Reveals about American Newspapers, Gerald Stone, Sage CommtextSeries, Sage Publications, Inc., 1987.

57. «Press and Public», Who Reads What, When, Where and Why in American Newspaper», second edition, Leo Bogart, Lawrence Erlabaum, Associates Publishers Hillsdale, N. Jersey, 1989.

58. «News: The Politics of Illusion», W. Lance Benett, N.Y. 1983.

59. «News: The Politics of Illusion», W. Lance Benett, N.Y. 1983.

60. «Advances in Applied Social Psychology», Robert F. Kidd, Michael J. Saks, Erlbaum Associates Publications, Hillsdale, N. Jersey, 1980.

61. σελ. 107, «The Psychology of Audience», American Psychology Series, Henry E. Garrett, General Editor H. L. Hollngworth (professor of Psychology, Columbia University), American Book Company, N. York, 1935.

62. σελ. 104, «Attitude and Attitude Change», Harry C. Triandis, John Wiley & Sons Inc., N. York, 1971.

63. σελ. 104, «Attitude and Attitude Change», Harry C. Triandis, John Wiley & Sons Inc., N. York, 1971.

65. «Reader in Public Opinion and Communication», Bernard Berelson.

66. «Reader in Public Opinion and Communication», Bernard Berelson.

67. «Social Psychology», Robert Brown, The Free Press, Collier-Macmillan Limited, N. York, 1965.

68. «Social Psychology», Robert Brown, The Free Press, Collier-Macmillan Limited, N. York, 1965.

69. σελ. 31, «Reader in Public Opinion and Mass Communication», Third Edition Morris Janowitz, Paul Hirsch, The Free Press. A Division of Macmillan Publishing Co. Inc., N.Y., 1981.

70. «Social Psychology», Robert Brown, The Free Press, Collier-Macmillan Limited, N. York, 1965.

71. «Social Psychology», Robert Brown, The Free Press, Collier-Macmillan Limited, N. York, 1965.

72. «Social Psychology», Robert Brown, The Free Press, Collier-Macmillan Limited, N. York, 1965.

73. σελ. 30, 186, «The Shadow World», Life Between the News Media and Reality, Jim Willis, Praeger, N. York, 1991.

74. σελ. 186, «The Shadow World», Life Between the News Media and Reality, Jim Willis, Praeger, N. York, 1991.

75. σελ. 186, «Greeks in America», Thomas Burgess, Boston Sherman, French & Company, 1913.

76. «Introduction to Psychology», Tenth Edition, Rita L. Atkinson, Richard C. Atkinson, Edward E. Smith, Daryl J. Bem, Ernest R. Hilgard, HBJ, N. York., 1990.

77. σελ. 186, «Greeks in America», Thomas Burgess, Boston Sherman, French & Company, 1913 – σελ. 176, 207 «Εγχειρίδιο Κοινωνικής Ψυχολογίας», Δ΄Έκδοση, Στάμος Παπαστάμου, Οδυσσέας, Αθήνα, 1993.– «Social Learning Theory», Eagly 1987, Eagly- Kite 1987, Eagly-Steffen 1984.

78. σελ. 281, «The Changing American Mind, How and Why American Public Opinion Changed between 1960 and 1980», William G. Mayer, The university of Michigan Press, Michigan, 1992.

79. «The Politics Within», Jarol B. Manheim, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N. J., 1975.

80. «The Functional Approach to the Study of Attitudes», Daniel Katz.

81. «Reader in Public Opinion and Mass Communication», Third Edition, Morris Janowitz, Paul Hirsch, The FreePress,A division of MacMillan Publishing Co Inc., N.Y., 1981..

82. «Government and Mass Communication», William E. Hoching.

83. «The Nature of Public Opinion», James Bruce

84. σελ.. 39, «The Fuctional Approach to the Study of Attitudes», Daniel Katz.

85. σελ. 60, «Presidential Communication», Robert E. Denton. Jr., Dan F. Hahn, Praeger, N. York, 1986..

86. σελ. 13, «The People's Choice», Third Edition, How the voter makes up his mind in a Presidential Campaign, Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet, Columbia University Press, N. York, 1969.

87. «Social Psychology», Asch S. E. Englewood Cliffs, Prentice Hall, N. J. 1952.

88. . σελ. 52,. «Road of Propaganda», The Semantics of Biased Communication, Karin Dovring, Philosophical Library N. Y., 1959.

89. «Road of Propaganda», The Semantics of Biased Communication, Karin Dovring, Philosophical Library N. Y., 1959.

90. «Social Psychology», Asch S. E. Englewood Cliffs, Prentice Hall, N. J. 1952.

91. σελ.79, «Social Psychological Theories», A Comparative Handbook of Students Carl J. Slawski, Scott, Foresman and Company, Glenview Ill., 1981). & «The Enaluation of Public Opinion», George Carslake Thompson. .

92. «Εγχειρίδιο Κοινωνικής Ψυχολογίας», Στάμος Παπαστάμου, Δ΄ Εκδοση, Οδυσσέας, 1993.

93. 94. 95. «Reader in Public Opinion and Mass Communication», Morris Janowitz, Paul Hirsch, The Free Press, A Division of Macmillan Publishing &Inc. N. Y. 1981.

96. σελ. 132, «The Politics Within», Jarol B. Manheim, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N. J., 1975.

97. «Politics and the Class Divide», David Groteau, Temple University Press, Philadelphia, 1995.

98. 99. 100. «Public Opinion», Vincent Price, Sage Publication, Newbury

101. 102. «The Politics Within», Jarol B. Manheim, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N. J., 1975.

103. 104. 105. 106. 107. 108. «Politics and the Class Divide», David Groteau, Temple University Press, Philadelphia, 1995.

109. «Social Psychology» Approaches to Human Communication, Ralph V. Exline.. Spartans Books, N. York, 1972.

110. «Approaches to Human Communication.», Edited by Richard W. Budd, Brent D. Rubens, Spartan Books, N. Y., 1972.

111. «Fundamental of Social Psychology», Eugene L. Hartley, Alfrend A. Knopf Inc., N. Y., 1961.

112. «Media, Messages, and Men», New Perspectives in Communication, John C. Merrill, Ralph L. Lownstein, David MacKay Inc., N. Y., 1971.

113. σελ. 24, «Persuasion Theory and Practice», Kenneth E. Andersen, Allyn and Bacon Inc., Boston Mass., 1971.

114. «Media, Messages, and Men», New Perspectives in Communication, John C. Merrill, Ralph L. Lownstein, David MacKay Inc., N. Y., 1971.

115. σελ. 15, «Road of Propaganda», The Semantics of Biased Communication, Karin Dovring, Philosophical Library, N. York, 1959.

116. «Social Psychology», Asch S. E., Englewood Cliffs, N. J., Prentice Hall, 1952.

117. 118. (σελ. 23, 35), «Persuasion Theory and Practice», Kenneth E. Andersen, Allyn and Beacon Inc., Boston Mass., 1971.

119. σελ. 13, «Fact and Context in Journalism», Tom Koch, Green wood Press, N. Y. 1990.

120. «Fundamental of Social Psychology», Eugene L. Hartley, Alfrend A. Knopf Inc., N. Y., 1961.

121. σελ. 44, «The Functional Approach to the Study of Attitudes», Daniel Katz

122. «Press and Public», Who Reads, What, When and Why in American Newspapers, Leo Bogart, Second Edition, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Hillsdale, New Jersey, 1989

123. «Reader in Public Opinion and Mass Communication», Third Edition Morris Janowitz, Paul Hirsch, The Free press, A division of macmillan Publishing Co., Inc., N.York, 1981.

124. σελ. 102, «The Psychology of Audience American Psychology Series», Henry E. Garrett, General editor H. L. Hollngworth (professor of Psychology, Columbia University), American Company, N. York, 1935

125. «Media Effects». Advances in theory and research. Social Cognitive Theory by Albert Bandura, Edited by Jennings Bryant, Dolf Zillmann, Lawrence Erlbaum Ass. Publishers, Hillsdalle, N. Jersey, 1994.

126. «Media Effects». Advances in theory and research. Social Cognitive Theory by Albert Bandura, Edited by Jennings Bryant, Dolf Zillmann, Lawrence Erlbaum Ass. Publishers, Hillsdalle, N. Jersey, 1994.

127. 128. 19. «Media Effects.". Advances in theory and research. Social Cognitive theory. Albert Bandura, Lawrence Erlbaum Ass. Publishers, Hillsdalle, N. Jersey, 1994.

128. 130. «Press and Public», Who Reads, What, When and Why in American Newspapers, Leo Bogart, Second Edition, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Hillsdale, New Jersey, 1989 .

129. «Press and Public», Who Reads, What, When and Why in American Newspapers, Leo Bogart, Second Edition, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Hillsdale, New Jersey, 1989 .

130. «Press and Public», Who Reads, What, When and Why in American Newspapers, Leo Bogart, Second Edition, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Hillsdale, New Jersey, 1989 .

131. σελ. 6, «The Press and the World of Money», John Quirt, Anton California Courier, 1993.

132. «News: The Politics of Illusion», W. Lance Benett, N.Y.1985.

133. σελ. 400, «The Media in America», John Tebbel, Thomas Y. Crewell Company, N. York, 1974.

134. «The Media Monopoly», Ben H. Bagdikian, Beacon Press, Boston Mass, 1983.

135. «Introduction to Mass Communication», Edwin Emery, Philip H. Ault, Warren K. Agee, Dodd, Mead & Company, N. Y., 1960.

136. «The Media Monopoly», Ben H. Bagdikian, Beacon Press, Boston Mass, 1983.

137. «Who Becomes a Reporter», and that's the Way it is (n't): A Reference Guide to Media Bias, Edited by L. Brent Bozell, Brent H. Baker, Media Research Center, Alexandria, Virginia, 1990.

138. 139. 140. «Who Becomes a Reporter», and that's the Way it is (n't): A Reference Guide to Media Bias, Edited by L. Brent Bozell, Brent H. Baker, Media Research Center, Alexandria, Virginia, 1990.

141. «The Shadow World», Life Between the News Media and Reality, Jim Willis, N.Y., 1991.

142. «Press and the American Politics: The Mediator, Richard Davis, N. Y., 1992

143. «Who Becomes a Reporter», and that's the Way it is (n't): A Reference Guide to Media Bias, Edited by L. Brent Bozell, Brent H. Baker, Media Research Center, Alexandria, Virginia, 1990.

144. «The American Journalist», The Portrait of U. S. News People and their Work . David H. Weaver, G. Cleveland Wilhoit , 1986.

145. «The Media Monopoly», Ben H. Badgikian, Beacon Press, Boston Mass., 1983.

146. «Choosing the News», The Profit Factor in News Selection, Philip Gaunt, Greenwood Press, N. Y., 1990.

147. «Market-Driven Journalism», John McManus, Sage Publications, Thousand Oaks, London, 1994.

148. σελ. 115, «The Power to Inform», Media: The Information Business, Jean-Louis Servan-Schreider, MacGraw-Hill Book company, N. Y., 1974.

149. «The Press», A Critical Look from Inside, Kent MacDougall Editor, Dow Jones Books, Princeton, N. Jersey, 1972.

150. «The Power to Inform», Media: the Information Business, Jean-Louis Servan-Schreider, MacGraw-Hill Book company, N. Y., 1974.

151. «The Shadow World», Life Between the News Media and Reality, Jim Willis, N.Y., 1991.

152. «Politics and the Press», Edited by Richard W. Lee, Acropolis Books, Washington D. C. , 1970.

153. σελ. 47, ««The Media Monopoly», Ben H. Badgikian, Beacon Press, Boston Mass., 1983.

154. «Market-Driven Journalism», John McManus, Sage Publications, Thousand Oaks, London, 1994.

155. «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Preager Publishers, Westport Connecticut, 1992.

156. «The Media Monopoly», Ben H. Bagdikian, Beacon Press, Boston Mass, 1983.

157. First Amendment.

158. σελ. 49, «A Day in the Life of The New York Times», Ruth Adler, The new York Times Company, N. York, 1971.

159. «The Media in America», John Tebbel, Thomas Y. Crewell Company, N. York, 1974.

160. «The Power to Inform», Media: the Information Business, Jean-Louis Servan-Schreider, MacGraw-Hill Book company, N. Y., 1974.

161. «Who Controls the Mass Media? Popular Myth and Economic Realities», Martin H. Seiden, Basic Books, Inc. Publications, N. York, 1974.

162. σελ. 144, «Public Relations and American Democracy», J.A.R. Pimlott, Princeton University, N. J., 1951.

163. «A. M. Rosenthal and his Times», Joseph C. Goulden, Lyle Stuart Inc., Secaucus, N. Jersey, 1988.

164. «Examing Newspapers»: What Research Reveals About America's Newspapers, Gerald Stone, Sage Commtext Series, Sage Publications, Inc., 1987.

165. «The Media are American», John Tebbel, Thomas Y. Crewell Company, N. York, 1974.

166. «Η Καθημερινή», 25-5-93.

167. «Γκαζέτα Σκιπτάρε», Αλβανο-Ιταλική ε/φ, αναδημοσίευση από αλβανική «Κόχα Γιον», 26-10-94.

189. «Ideology and American Experience», Essays on the theory and practice in the United States, Edited by John K. Roth, Robert C. Whitemore, A Washington Institute Press, Washington D.C., 1986

190. σελ. 152-5, «The Broken Covenant», Robert N. Bellah, The University of Chicago Press, Chicago & London, 1975.

191. (σελ. 126) «Ideology and American Experience», Essays on the theory and practice in the United States, Edited by John K. Roth, Robert C. Whittemore, A Washington Institute Press, Washington D.C., 1986

192. σελ. 8, «Springer Series in Social Psychology», Stereotyping and Prejudice, Daniel Bartal, Carl F. Grauman, Arie W. Kruglanski, Wolfgang Stroebe, editors, Springer-Verlag, N. York, 1989.

193. «Ideology and American Experience», Essays on the theory and practice in the United States, Edited by John K. Roth, Robert C. Whitemore, A Washington Institute Press, Washington D.C., 1986

194. σελ. 8, «Springer Series in Social Psychology», stereotyping and Prejudice, Daniel Bartal, Carl F. Grauman, Arie W. Kruglanski, Wolfgang Stroebe, Editors, Springer-Verlag, N. Y. 1989.

195. «Ideology and American Experience», Essays on the theory and practice in the United States, Edited by John K. Roth, Robert C. Whitemore, A Washington Institute Press, Washington D.C., 1986

196. σελ. 178 «Democratic Imperative», Gregore A. Fossedal, Basic Books Inc., N. York, 1989. & σελ. 152-5 «Traditions and Values in Politics and Diplomacy», Kenneth W. Thompson, Louisiana State University Press, Baton Rouge and London, 1992.

197. «Broken Covenant», Robert N. Bellah, The University of Chicago Press, Chicago & London, 1975.

198. «Traditions and Values in Politics and Diplomacy», Kenneth W. Thompson, Louisiana State University Press, Baton Rouge and London, 1992.

199. «The Changing American Mind», How and Why American Public Opinion Changed between 1960 and 1980, William G. Mayer, The University of Michigan Press, Michigan, 1992.

200. σελ. 151 «Ideology and American Values», Gordon C. Bjork.

201. σελ.130, «Advanced in Applied Social Psychology», Robert F. Kidd, Michael J. Saks, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Hillsdale, N. Jersey, 1980.

202. «Propaganda and Persuasion», Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell, Sage Publications, Newbury Park, Beverly Hills, 1986.

203. «Persuasion Theory and Practice», Kenneth E. Andersen, Allyn and Bacon Inc., Boston Mass, 1971.

204. «Government and Mass Communication», William E. Hoching.

205. «Social Psychology», Barry E. Collins, Addison-Wesley Publishing Company Reading, Mass., 1970

206. «Reporters and Officials», The Organization and Politics of Newsmaking»,Leon Sigal, Mass. 1973.

207. «Persuasion Theory and Practice», Kenneth E. Andersen, Allyn and Bacon Inc., Boston Mass, 1971.

208. «Fact and Context in Journalism», Tom Koch, Green wood Press, N. York, 1990.

209. «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Praeger Publishers, Westport Connecticut, 1992.

210. «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Praeger Publishers, Westport Connecticut, 1992.

211. σελ. 55, «The Politics of Policy Making in Defense and Foreign Affairs», Roger Hilsman, Prentice-Hall, Inc Englewood Cliffs, N. Jersey, 1987.10.

212. σελ. 16, «Fact and Context in Journalism», Tom Koch, Green wood Press, N. York, 1990.

213. σελ. 49, Krieghbaum, 1973.

214. «Examining Newspapers», What Research Reveals About American Newspapers, Gerald Stone, Sage Commtext Series, Sage Publications, Inc., 1987.

215. σελ. 49, «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Praeger Publishers, Westport Connecticut, 1992. «Open Letter to Newspaper Readers», John Tebbel, Heineman paperback, N. York, 1968.

216. «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Praeger Publishers, Westport Connecticut, 1992.

217. «Examining Newspapers», What Research Reveals About American Newspapers, Gerald Stone, Sage Commtext Series, Sage Publications, Inc., 1987.

218. σελ. 18, «Media and Apocalypse», Conrad Smith, Greenwood Press, Westport, Connecticut, 1992.

219. σελ. 28, «Media and Apocalypse», Conrad Smith, Greenwood Press, Westport, Connecticut, 1992

220. σελ. 23, «Examining Newspapers», What Research Reveals About American Newspapers, Gerald Stone, Sage Commtext Series, Sage Publications, Inc., 1987.

221. σελ.24, «Examining Newspapers», What Research Reveals About American Newspapers, Gerald Stone, Sage Commtext Series, Sage Publications, Inc., 1987.

222. σελ. 192, «Approaches to Human Communications», Journalist Behavior, Budd, Spartan Books, N. Y. 1972.

223. «Examining Newspapers», What Research Reveals About American Newspapers, Gerald Stone, Sage Commtext Series, Sage Publications, Inc., 1987. & «Approaches to Human Communications», Journalist Behavior, Budd, Spartan Books, N. Y. 1972.

224. 224a. 225. 226. σελ. 341, «Social Psychology. Approaches to Human Communication», Ralph V. Exline, Budd, Spartan Books, N. Y., 1975.

226a. «The Changing American Mind, How and Why American Public Opinion Changed between 1960 and 1980», William G. Mayer, The University of Michigan Press, Michigan, 1992.

227. "Mass Communication" An Introduction, John R. Bittner, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, N. J., 1993

228. «The Economic & Regulations, Stephen Lacy, Todd F. Simon, Ablex Publishing Corporation, Norwood, N. Jersey, 1993.

229. σελ. 283, «The Changing American Mind», How and Why American Public Opinion Changed between 1960 and 1980», William G. Mayer, The University of Michigan Press, Michigan, 1992

230. «The Economic & Regulations, Stephen Lacy, Todd F. Simon, Ablex Publishing Corporation, Norwood, N. Jersey, 1993.

231. σελ. 130, «Modern News Paper» Gene Golmore editor, Iowa State University Press, Berkeley California, 1990.

232. 233. «Press and Public», Who Reads what, when, where and why in American Newspapers, Leo Bogart, second edition, Lawrence Erlbaum, Associates, Publishers Hillsdale, New Jersey, 1989.

234.«The Economics & Regulations of U.S. Newspapers», Stephen Lacy, Todd F. Simon, Ablex Publishing Corporation, Norwood, N. Jersey, 1993.

235. «Introduction to Mass Communications», Edwin Emery, Philip H. Ault, Warren K. Agee, Dodd, Mead & company, N. York, 1960.

236. «Handbook of Practical Public Relations», Alexander B. Adams, Thomas Y. Crowell Company, N. Jersey, 1965.

237. «The Psychology of Audience-American Psychology Series», Henry E. Garrett, General editor H. L. Hollngworth (professor of Psychology, Columbia University), American Book Company, N. York, 1935.

238. σελ. 22, «How to Read a Newspaper», Edgar Dale, Scott, Foreman and Company, Chicago, 1937.

239. «Principles and Methods of Social Psychology», Edwin P. Hollands & (σελ. 74), «Open Letter to Newspaper»,

240. 241. σελ. 35, σελ. 244, «Examining Newspapers»: What Research Reveals About America's Newspapers, Gerald Stone, Sage Commtext Series, Sage Publications, Inc., 1987. & σελ. 22, «Editorial and Persuasive Writing», Harry W. Stonecipher, Hastings House Publishers, N. York, 1979 & σελ. 224, «The Kingdom and the Power", Gay Talese, An NAL Book, The World Publishing Company, N. Y. and Cleveland, 1969.

243. «Principles and Methods of Social Psychology», Edwin P. Hollander, Oxford University Press, N. Y., 1967.

244. «Print Culture», Common Culture and the Great Tradition, Marshall W. Fishwick, Greewood Press, Westport, Connecticut, 1982.

245. «Principles and Methods of Social Psychology», Edwin P. Hollander, Oxford University Press, N. Y., 1967.

246. σελ. 71, «Fundamental of Social Psychology», Eugene L. Hartley-Ruth E. Hartley, Alfred A. Knopf Inc., N. York, 1961.

247.«Principles and Methods of Social Psychology», Edwin P. Hollander, Oxford University Press, N. York , 1967.

248. σελ. 102, «Print Culture», Common Culture and the Great Tradition, Marshall W. Fishwick, Greewood Press, Westport, Connecticut, 1982.

249. «Print Culture», Common Culture and the Great Tradition, Marshall W. Fishwick, Greewood Press, Westport, Connecticut, 1982.

250. «Principles and Methods of Social Psychology», Edwin P. Hollander, Oxford University Press, N. Y., 1967.

251. «Print Culture», Common Culture and the Great Tradition, Marshall W. Fishwick, Greewood Press, Westport, Connecticut, 1982..

252. σελ. 78, «Fundamental of Social Psychology», Eugene L. Hartley-Ruth E. Hartley, Alfred A. Knopf Inc., N. York, 1961.

253. σελ. 83, «Fundamental of Social Psychology», Eugene L. Hartley-Ruth E. Hartley, Alfred A. Knopf Inc., N. York, 1961.

254. σελ. 85, «Print Culture», Common Culture and the Great Tradition, Marshall W. Fishwick, Greewood Press, Westport, Connecticut, 1982.

255. σελ. 259, «Principles and Methods of Social Psychology», Edwin P. Hollander, Oxford University Press, N. Y., 1967.

256. «Language, Image, Media», Howard Davis, Paul Walton, St' Martin's Press, N. York, 1983.

257. σελ. 59, «Presidential Communication», Robert E. Denton. Jr., Dan F. Hahn, Praeger, N. York, 1986.

258. «Fact and Context in Journalism», Tom Koch, Greenwood Press, N. York, 1990.

259. «The Media Monopoly», Ben H. Bagdikian, σελ. 43, σελ. 46 «The Media Monopoly», Ben H. Bagdikian, Beacon Press, Boston, 1983.

260. σελ. 2, «The Opinion Makers», William L. Rivers, Beacon Press, Boston, 1965.

261. σελ. 58, «Subsidies and the Press in Europe, Anthony Smith, 1977.«The Politics of Policy Making in Defense and Foreign Affairs», Roger Hilsman, Prentice-Hall, Inc Englewood Cliffs, N. Jersey, 1987.

262. σελ. 2, «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Praeger Publishers, Westport Connecticut, 1992.

263. «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Praeger Publishers, Westport Connecticut, 1992.

264. «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Praeger Publishers, Westport Connecticut, 1992.

265. «Four Theories of the Press», Fred S. Siebert, Theodore Peterson, Wilbur Schramm, Urbana III University Press, 1956

266. σελ. 43, σελ. 46 «The Media Monopoly», Ben H. Bagdikian, Beacon Press, Boston, 1983.

267. σελ. 46 «The Media Monopoly», Ben H. Bagdikian, Beacon Press, Boston, 1983.

268. σελ. 43, σελ. 46 «The Media Monopoly», Ben H. Bagdikian, Beacon Press, Boston, 1983.

269. «The Press, Presidents and Crises», Brigitte Lebens Nacos, Columbia University Press, N. York, 1990.

270. «On Press», Tom Wicker, The Viking Press, N. Y., 1978.

271. «The CIA and the Cult of Intelligence», Victor Marchetti-John D. Marks, Dell Publishing Co., N. Y., 1974.

272. «The Shadow World», Life Between the News media and Reality, Jim Willis, N. York, 1991.

273. «Communicating Politics Mass Communications and the Political Process», Peter Golding, Graham Murdock, Philip Schlesinger, Leicester University Press, Holmes & Meier, N. Y., 1986.

274. σελ. 62, «Politics and the Press», Edited by Richard W. Lee, Acropolis Book,s, Washington D. C., 1970.

275. «Fact and Context in Journalism», Tom Koch, Green wood press, N. York, 1990.

276. σελ. 16, «Fact and Context in Journalism», Tom Koch, Green wood press, N. York, 1990.

276[α]. «Bad News: The Foreign Policy of the New York Times:, Russ Braley, Regnery Gateway, Chicago, 1984.

277. σελ. 32, 339, «Al the News That Fits»»: A Critical Analysis of the News and Editorial Contents of the New York Times, Herman H. Dismore, Arlington House New Rochelle, N. York, 1969. Editorial in the New York Times, July 16, 1967.

278. «Fact and Context in Journalism», Tom Koch, Green wood press, N. York, 1990.

279. «The Press, Presidents and Crises», Brigitte Lebens Nacos, Columbia University Press, N. York, 1990.

280. σελ. 62, «Politics and the Press», Edited by Richard W. Lee, Acropolis Book,s, Washington D. C., 1970.

281. «American Foreign Policy», Pattern and Process, Charles W. Kegley, Jr. Eugene R. Wittkopf, Fourth Edition, St. Martin´s Press, New York, 1991.

282. «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Praeger Publishers, Westport Connecticut, 1992.

283. σελ. 141, 147, «Responsible Journalism», Denis Elliott, editor, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1986.

284. «Politics and the Press», Edited by Richard W. Lee, Acropolis Books, Washington D.C., 1970.

285. σελ. 51, «Responsible Journalism», Denis Elliott, editor, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1986.

286. σελ. 224, «The Politics of Policy Making in Defense and Foreign Affairs», Roger Hilsman, Prentice-Hall, Inc Englewood Cliffs, N. Jersey, 1987.

287. σελ. 36. «Presidential Communication», Robert E. Denton Jr. Dan F. Hahn, Praeger, N. York, 1986.

288. «Market-Driven Journalism», John H. McManus, Sage Publications, Thousand Oaks, London, 1994.

289. «American Foreign Policy», Pattern and Process, Charles W. Kegley, Jr. Eugene R. Wittkopf, Fourth Edition, St. Martin's Press, New York, 1991.

290. «Fact and Context in Journalism», Tom Koch, Green wood press, N. York, 1990.

291. «Foreign Affairs Journalism»,

292. «Bad News: The Foreign Policy of the New York Times:, Russ Braley, Regnery Gateway, Chicago, 1984.

293. «Bad News: The Foreign Policy of the New York Times:, Russ Braley, Regnery Gateway, Chicago, 1984.

294. σελ. 12, «The Press and Foreign Policy», Bernard C. Cohen, N. Jersey.,1970.

295. 296. «Bad News: The Foreign Policy of the New York Times:, Russ Braley, Regnery Gateway, Chicago, 1984.

297. Ο James Reston των Times, διάσημος δημοσιογράφος αγγλικής καταγωγής, φίλος και σύμβουλος του προέδρου John Kennedy. Ασχολήθηκε επί μακρόν με την προοδευτική σταθεροποίηση των πολιτικών θέσεων και την προοδευτική μείωση της μανούβρας καθώς μια πολιτική κινείται δια μέσου εδραιωμένων διόδων.

298. «The Press and Foreign Policy», Bernard C. Cohen, N. Jersey.,1970.

299. σελ. 224, «The Politics of Policy Making in Defense and Foreign Affairs», Roger Hilsman, Prentice-Hall, Inc Englewood Cliffs, N. Jersey, 1987.

300. «Mass Communications and the American Empire»,

301. Herman 1982, σελ. 197, κεφάλαιο 4.

302. «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Praeger Publishers, Westport Connecticut, 1992.

303. The Social Responsibility of the Press», J. Edward Gerald, The University Press of Minnesota, Minneapolis, 1963.

304. σελ. 136, «United States Government Policies: Views and Perspectives», Peter Hernon, Charles R. McClure, Harold C. Relyea, Ablex Publishing Corporation, Norwood, N. Jersey, 1989.

305. «The American Society of Newspapers» 1989.

306. «The Social Responsibility of the Press», J. Edward Gerald, The University Press of Minnesota, Minneapolis, 1963.

307. σελ. 91, «The Press and the Decline of Democracy», Robert G. Greenwood Press, Westport, Connecticut, 1985.

308. «Framing the News», Culture and Social Operation of the Journalists, David Kennamer, Praeger Publishers, Westport Connecticut, 1992.

309. σελ. 2, «The Opinion Makers», William L. Rivers, Beacon Press, Boston, 1965.

«And That 's the Way it is», A Reference Guide To Media Bias, Edited by L. Brent Boze, Brwent H. Baker, Media Research Center, Alexandria Virginia, 1990.

310. «And That 's the Way it is», A Reference Guide To Media Bias, Edited by L. Brent Boze, Brwent H. Baker, Media Research Center, Alexandria Virginia, 1990.

311. σελ. 465, «Public Opinion and Propaganda», edited by Daniel Katz, Dorwin Cartwright, Smuel Eldersveld, Alfred McClung Lee, Holt Rinchart and Winston, N. York, 1962.

312. «Press and Public» Who Reads, What, When and Why in American

313. «Press and Public» Leo Bogart, Second Edition, Lawrence Erlbaum

314. «Public Opinion and Propaganda», edited by Daniel Katz, Dorwin Cartwright, Smuel Eldersveld, Alfred McClung Lee, Holt Rinchart and Winston, N. York, 1962.

315. σελ. 176, «Κονωνική Ψυχολογία», Δ. Γεώργας, Τόμος Α. Δ. Γεώργας, Αθήνα, 1986.

316. σελ. 748, «Introduction to Psychology»

317. 318. «Social Psychology», Social Influence, Attitude Change, Group Processes and Prejudice, Barry E. Collins Addison Wesley Publishing Company, Reading Mass., 1970.

Άλλες Πηγές:

1. «The Power to Inform Media Information Business»

2. σελ. 4, «Behind the Times, Inside the New York Times», Edwin Diamond,

3. «Taking Sides», Crashing Views on Controversial Social Issues, Edited by Kurt Finstebusch & George McKenna, The Dushkin Publishing groups Inc., Connecticut, 1990.

ISER LAZARUS OCHS and BETTY WEIZLER — PARENTS OF







JULIUS OCHS
married

# THE OCHS FAMILY



BERTHA LEVY

PARENTS OF





ADOLPH S. OCHS

married

ETTIE WISE





*Printer's devil. 1871*



*Cadet*

*Printer's apprentice. 1875*



## THE EARLY YEARS AS PUBLISHER





*Publisher of*
THE NEW YORK TIMES
*1896*



Adolph S. Ochs *with his five year old grandson* Arthur Ochs ("Punch") Sulzberger *1931*



George W. Ochs Oakes, *John Oakes's father*



igene and Julius Ochs Adler
*edding of Mattie Ochs*
*Bernard Talimey.*

IPHIGENE OCHS



1901



*1915*



Iphigene Ochs Sulzberger



phigene Ochs Sulzberger *1961*




Arthur Hays Sulzberger *publisher* **1953**



Orville Dryfoos, *publisher, 1961*



Arthur Ochs Sulzberger, *publisher 1963*

## ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η Διδάκτωρ Σταματίνα Ιωαννίδου γεννήθηκε στον Πειραιά, φοίτησε στο Ράλλειο Γυμνάσιο και έλαβε το πτυχίο Πολιτικών Επιστημών από το ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ. Στη συνέχεια παρακολούθησε μαθήματα Επικοινωνίας και Προπαγάνδας στο Boston University, ολοκλήρωσε τη διατριβή της με τίτλο «Reaching the farmers of Greece: Communication for Progress» και έλαβε το δίπλωμα Masters of Science.

Ασχολήθηκε με διάφορες μελέτες, κάποιες από τις οποίες είναι:

«Η προπολεμική χούντα του Ι. Μεταξά και οι επιπτώσεις της», «Μελίνα Μερκούρη: Η προπαγανδίστρια», «Διαχωρισμός Θέσεων Στάλιν και Τίτο».

Διετέλεσε Σύμβουλος Τύπου και Δημοσίων Σχέσεων [ΟΤΕ Α.Ε., Υπουργείο Γεωργίας (θέματα Τύπου, επιμόρφωση στελεχών, οργάνωση εκθέσεων)].

Σήμερα εργάζεται ως Ακόλουθος Τύπου.