



# ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΗΣ ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Οπτική ανάλυση αναφορών των ελληνικών μέσων ενημέρωσης για  
τον ρόλο της Γερμανίας στην ελληνική κρίση

Γιώργος Τζογόπουλος  
Αθήνα, Απρίλιος 2015



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Ταμείο  
Περιφερειακής Ανάπτυξης



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ,  
ΥΠΟΔΟΜΩΝ, ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ & ΔΙΚΤΥΩΝ



ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ  
ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ



ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΤΗΤΑ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΕΠΑΝ II  
2007-2013  
www.oprf.gov.gr



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
Πρόγραμμα για την ανάπτυξη

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης- Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης

## Περίληψη

Η μελέτη αυτή επιχειρεί να αναλύσει τον τρόπο με τον οποίο αναπαρίσταται η Γερμανία στον ελληνικό Τύπο κατά τη διάρκεια της συνεχιζόμενης κρίσης καλύπτοντας την περίοδο 2010-2013. Ξεκινά με μια συζήτηση για τις κύριες θεωρητικές απόψεις που εξηγούν τη σχέση μεταξύ μέσων ενημέρωσης και πολιτικής στη σχετική βιβλιογραφία της πολιτικής επικοινωνίας. Επικεντρώνεται ακολούθως στο ζήτημα της ευρωπαϊκής δημόσιας σφαίρας που αφορά τα ενδεχόμενα «ευρωπαϊκά πλαίσια» στον τρόπο με τον οποίο ο λόγος των ελληνικών μέσων ενημέρωσης απεικονίζει τη Γερμανία. Κατόπιν η μελέτη διερευνά το τοπίο των ελληνικών ΜΜΕ και χρησιμοποιεί ποιοτικές τεχνικές για να προβεί σε παρατηρήσεις για το πώς οι έλληνες δημοσιογράφοι έχουν ερμηνεύσει την πολιτική του Βερολίνου κατά τη διάρκεια της κρίσης. Για τον σκοπό αυτόν περιλαμβάνεται στην ανάλυση μια μελέτη περίπτωσης σχετικά με την επίσκεψη της καγκελαρίου Merkel στην Ελλάδα τον Οκτώβριο του 2012. Τέλος το άρθρο παρουσιάζει τα κύρια ευρήματα για την κάλυψη που παρείχαν τα μέσα ενημέρωσης καθώς και πιθανές αιτίες για τη στάση τους.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Αποτίμηση της εικόνας της Γερμανίας στα ελληνικά μέσα ενημέρωσης.....	1
Περίληψη.....	2
1. Εισαγωγή.....	4
2. Υπάρχει αντικειμενικότητα στα μέσα ενημέρωσης; .....	5
3. Οι υποθέσεις του «καθορισμού της ατζέντας» και της «πλαisiώσης» .....	8
4. Η σχέση με την ευρωπαϊκή δημόσια σφαίρα .....	10
5. Η σκηνή των ελληνικών ΜΜΕ .....	14
6. Μια οπτική ανάλυση της ελληνικής κρίσης.....	15
6.1 Η αρχική παρεξήγηση: Ιανουάριος 2010-Ιούνιος 2012.....	16
6.2 Μετά τις διπλές εκλογές .....	20
6.3 Η επίσκεψη της Merkel στην Αθήνα τον Οκτώβριο του 2012.....	23
6.4 Μετά την επίσκεψη της Merkel .....	26
7. Αποτίμηση.....	29
8. Η ελληνική πολιτική σκηνή .....	30
9. Η κύρια ευθύνη .....	31

## 1. Εισαγωγή

Η σχέση μεταξύ μέσων ενημέρωσης και πολιτικής συνιστά *sine qua non* παράμετρο για μία μελέτη που αναφέρεται στην εικόνα της Γερμανίας στα ελληνικά ΜΜΕ. Στα θέματα μείζονος ενδιαφέροντος συγκαταλέγονται ο τρόπος με τον οποίο τα μέσα ενημέρωσης αντιλαμβάνονται τον κόσμο καθώς και η επιρροή την οποία ασκούν στην κοινή γνώμη. Ειδήσεις, συμβάντα, γεγονότα και εξελίξεις δεν έχουν φωνή για να μιλήσουν τα ίδια· μεταφέρονται από έναν εξωτερικό παράγοντα: τον δημοσιογράφο. Έτσι μια έρευνα που ασχολείται με την κάλυψη που παρέχουν τα ΜΜΕ είναι σαφώς αλληλένδετη με τον ρόλο των δημοσιογράφων που παράγουν τις ειδήσεις.

Η ερμηνεία και ο τρόπος με τον οποίο οι δημοσιογράφοι απεικονίζουν τον κόσμο μπορεί είτε να αντικατοπτρίζει τον πραγματικό κόσμο είτε να είναι προϊόν μιας διαδικασίας κατασκευής των ειδήσεων. Σε ένα ευρύτερο πλαίσιο το δίλημμα αυτό συνιστά μια εν δυνάμει σύγκρουση μεταξύ δύο θεωριών περί γνώσης: τον εμπειρισμό και τον κονστρουκτιβισμό. Από τη μία πλευρά οι εμπειριστές επικεντρώνονται στη σημασία που έχει η εμπειρία. Βάσει των παρατηρήσεων του John Locke τον 17<sup>ο</sup> αιώνα πιστεύουν ότι ο πραγματικός κόσμος υπάρχει και θεωρούν το ανθρώπινο μυαλό ως *tabula rasa*. Σύμφωνα με τους εμπειριστές επομένως τα δεδομένα του ανθρώπινου μυαλού μπορούν να διαμορφωθούν μόνο μέσω των αισθήσεων και από την εμπειρία. Από την άλλη πλευρά οι κονστρουκτιβιστές πιστεύουν στην υποκειμενικότητα και στην κατανόηση του κόσμου μέσω μιας γνωσιακής διαδικασίας και δίνουν έμφαση στον καίριο ρόλο του ανθρώπινου μυαλού. Το επιχείρημά τους είναι ότι η γνώση είναι προϊόν των ανθρώπων που ερμηνεύουν τον κόσμο. Χωρίς να υιοθετεί οιαδήποτε από τις μεταμοντέρνες απόψεις ότι η πραγματικότητα δεν υπάρχει, αυτή η έκθεση θα στηριχθεί στην έννοια του κονστρουκτιβισμού και επομένως στην κατασκευή των ειδήσεων από τους δημοσιογράφους.<sup>1</sup>

Στοχασζόμενος για τον κονστρουκτιβισμό ο Eric Louw υπενθυμίζει τη χρησιμότητα μιας παραπομπής στην *Πολιτεία* του Πλάτωνα.<sup>2</sup> Στην αλληγορία του για

---

<sup>1</sup> G. Tuchman, *Making the News: A study in the Construction of Reality*, Free Press, New York & Collier Macmillan, London, 1978.

<sup>2</sup> E. Louw, *The Media and Political Process*, Sage Publications, London- Thousand Oaks- New Delhi, 2005.

το υπόγειο σπήλαιο ο Πλάτων περιγράφει μια σκηνή όπου μια ομάδα αλυσοδεμένων ανθρώπων, πίσω από τους οποίους υπάρχει μια αναμμένη φωτιά, βλέπουν στον τοίχο απέναντί τους τις σκιές των αντικειμένων που μετακινούνται σε ένα τοιχίο. Οι αλυσοδεμένοι μπορούν να δουν μόνο τις σκιές των διαφόρων αντικειμένων και να ακούσουν την ηχώ τους και εκλαμβάνουν τις σκιές ως αληθινά αντικείμενα. Ένας από αυτούς διαφεύγει, εξακολουθεί όμως να πιστεύει ότι οι σκιές είναι πιο αληθινές από τα ίδια τα αντικείμενα, επειδή τυφλώνεται αρχικά από το φως της φωτιάς και ακολούθως από το φως του ήλιου. Όταν κατορθώνει τελικά να διαφωτιστεί και συνειδητοποιεί ότι οι σκιές δεν ήταν τα πραγματικά αντικείμενα, αποφασίζει να επιστρέψει και να απελευθερώσει και τους άλλους αλυσοδεμένους. Επιστρέφοντας όμως στο σπήλαιο δυσκολεύεται να δει λόγω του σκότους και μάλιστα διακρίνει λιγότερο από τους άλλους. Τότε εκείνοι αποφασίζουν να μείνουν στο σπήλαιο και να σκοτώσουν όποιον επιχειρήσει να τους οδηγήσει στην επιφάνεια.<sup>3</sup>

Είναι προφανές πως ό,τι περιγράφει ο Πλάτων στην *Πολιτεία* δεν αναφέρεται στις σύγχρονες σπουδές των μέσων ενημέρωσης. Η αλληγορία του όμως έχει μια απτή απήχηση σήμερα. Αυτό καθίσταται προφανές εάν «τοποθετήσουμε» τα μέσα ενημέρωσης στη σκηνή του σπηλαίου. Τα μηνύματα που αυτά μεταδίδουν μπορούν να προβληματίσουν το κοινό, όπως συνέβη με τις σκιές και τους αλυσοδεμένους στην αλληγορία του Πλάτωνα.<sup>4</sup> Με άλλα λόγια το κοινό μπορεί να θεωρήσει ως αληθινά μόνο τα μηνύματα που κατασκευάζουν οι δημοσιογράφοι και μεταδίδονται από τα ΜΜΕ, όπως οι αλυσοδεμένοι θεωρούσαν αληθινά αντικείμενα τις σκιές.<sup>5</sup>

## **2. Υπάρχει αντικειμενικότητα στα μέσα ενημέρωσης;**

Οι προηγηθείσες αναφορές στην αλληγορία του Πλάτωνα και στην έννοια του κονστρουκτιβισμού συνολικά εγείρουν ερωτήματα αναφορικά με την ποιότητα των πληροφοριών που παρέχουν τα ΜΜΕ στο κοινό και κατά συνέπεια για την αντικειμενικότητά των τελευταίων. Η επίκληση της έννοιας του κονστρουκτιβισμού και το γεγονός ότι αυτή θεωρείται κεντρική για την εφαρμογή της μελέτης υποδηλώνει ότι το εύρος της αντικειμενικότητας στα μέσα ενημέρωσης είναι

<sup>3</sup> Πλάτων, *Πολιτεία (περί δικαίου)*, Βιβλία VII, IIX, Κάκτος, Αθήνα, 1992.

<sup>4</sup> E. Louw, *ό.π.*, σ. 7.

<sup>5</sup> G. Tzogopoulos, *US Foreign Policy in the European Media: Framing the Rise and Fall of Neoconservatism*, IB TAURIS, London-New York, 2012.

περιορισμένο, εάν δεν έχει εξαλειφθεί τελείως. Η συζήτηση επομένως για τα όρια της αντικειμενικότητας απαιτεί να περιγραφούν και να διακριθούν οι διαφορετικές θεωρήσεις για τη λειτουργία των ΜΜΕ. Αυτές κυμαίνονται από το να χαρακτηρίζονται τα μέσα ενημέρωσης ως «θεματοφύλακες» μέχρι του να εκλαμβάνονται ως υπηρέτες των συμφερόντων των κυρίαρχων ελίτ.

Κατά πρώτον η θεώρηση των ΜΜΕ ως θεματοφυλάκων στις δυτικές φιλελεύθερες δημοκρατίες σχετίζεται με τους ιδεατούς κανόνες της επαγγελματικής δημοσιογραφίας. Η θεωρητική ελευθερία και η ανεξαρτησία των μέσων ενημέρωσης ανοίγουν τον δρόμο για μια αντικειμενική κάλυψη. Τα κύρια χαρακτηριστικά της έννοιας της αντικειμενικότητας αναφέρονται στην αποστασιοποίηση και στην ουδετερότητα του δημοσιογράφου απέναντι στο αντικείμενο για το οποίο μεταδίδει, στην απουσία στράτευσης, στην προσήλωση στην ακρίβεια και την απουσία άλλων κινήτρων.<sup>6</sup> Ωστόσο, ακόμη και εάν οι δημοσιογράφοι ακολουθούν τους επαγγελματικούς κανόνες της δημοσιογραφίας, είναι πολύ δύσκολο να είναι αντικειμενικοί στην εργασία τους. Αυτό οφείλεται στο ότι έρχονται αντιμέτωποι με πλήθος πληροφοριών από τις οποίες πρέπει να επιλέξουν τις ειδήσεις. Η επιλογή των ειδήσεων από τους δημοσιογράφους είναι αναγκαία, διότι οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και τα τηλεοπτικά κανάλια έχουν συγκεκριμένο χώρο ή χρόνο και συγκεκριμένο προϋπολογισμό. Για τον λόγο αυτόν οι δημοσιογράφοι καλούνται να δώσουν περισσότερη ή λιγότερη έμφαση σε συγκεκριμένες ιστορίες. Η επιλογή αυτή την ειδήσεων περιορίζει σαφώς τις πιθανότητες αντικειμενικής κάλυψης.

Έχει υποστηριχθεί ότι η επιλογή των ειδήσεων είναι μια αναπόφευκτη παράμετρος της εργασίας του δημοσιογράφου. Επειδή η επιλογή αυτή δεν μπορεί εύκολα να περιγραφεί ως τυχαία αντίδραση σε τυχαία γεγονότα,<sup>7</sup> το λογικό επακόλουθο ερώτημα αφορά τους ειδικούς παράγοντες που οδηγούν ή συμβάλλουν στην πρόκριση συγκεκριμένων ειδήσεων. Σε μια αίθουσα σύνταξης λειτουργούν πολλές δημοσιογραφικές πρακτικές και εντάσεις. Σημασία έχουν επίσης τα ειδησεογραφικά πρακτορεία που παρέχουν ειδήσεις στα ΜΜΕ. Πρέπει τέλος να συνυπολογιστεί η τεράστια ανάπτυξη της βιομηχανίας των δημοσίων σχέσεων.

Αντιθέτως οι κριτικές προσεγγίσεις στις σπουδές ΜΜΕ αποδίδουν σε βαθύτερες αιτίες –σε μεγάλο βαθμό σε οικονομικές και πολιτικές– τη συγκεκριμένη

<sup>6</sup> D. McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage, Thousand Oaks, 1994.

<sup>7</sup> P. Golding & P. Elliott, *Making the News*, Longman, London and New York, 1979.

επιλογή ειδήσεων από τους δημοσιογράφους. Πολλές εταιρείες μέσων ενημέρωσης είναι επιχειρήσεις που έχουν σκοπό την αύξηση των κερδών τους. Αυτό καθιστά τη σχέση μεταξύ των εταιρειών και των διαφημιστών καίρια για την οικονομική επιβίωση και την επέκταση των πρώτων. Πρέπει παραλλήλως να σημειωθεί πως, παρότι οι περισσότεροι ραδιοφωνικοί σταθμοί και τα τηλεοπτικά κανάλια ισχυρίζονται ότι είναι ακομμάτιστα, σπάνια αποφεύγουν είτε μια συντηρητική είτε μια φιλελεύθερη μεροληψία. Σε αυτό το πλαίσιο οι δημοσιογράφοι πρέπει να θεωρούνται υπάλληλοι των εταιρειών MME, οι οποίες ελέγχουν την πρόσληψη και την απόλυσή τους καθώς και τη συνολική διαχείριση των ειδήσεων.<sup>8</sup> Παρότι αναμένεται από αυτούς να ακολουθούν τους επαγγελματικούς κανόνες της δημοσιογραφίας και να είναι αντικειμενικοί, εργαζόμενοι υπό περιορισμούς οι ρεπόρτερ και οι συντάκτες μπορεί να βρεθούν υπό πίεση να συμπεριλάβουν συγκεκριμένες ειδήσεις ή να δώσουν συγκεκριμένη πολιτική χροιά στην εργασία τους. Αντλώντας από τα παραπάνω οι Peter Golding & Graham Murdock έχουν επεξεργαστεί ένα μοντέλο πολιτικής οικονομίας και έχουν προβεί σε μια σημαντική επισήμανση για να εξηγήσουν την παραγωγή των ειδήσεων: αναγνωρίζουν δομημένες σχέσεις μεταξύ των ιδιοκτητών και των δημοσιογράφων.<sup>9</sup> Οι δύο συγγραφείς αναλύουν περαιτέρω την αλληλεπίδραση μεταξύ οικονομικού οργανισμού και της πολιτισμικής, πολιτικής και κοινωνικής ζωής.

Σημειώνεται ότι άλλα μοντέλα πολιτικής επικοινωνίας απορρίπτουν την ιδέα της αντικειμενικότητας στα MME, καθώς τα θεωρούν αποκλειστικούς υπηρέτες των κυρίαρχων ελίτ. Σε αυτή την περίπτωση η συζήτηση περιστρέφεται κυρίως γύρω από την «κατασκευή της συναίνεσης».<sup>10</sup> Σύμφωνα με αυτή τα μέσα ενημέρωσης παράγουν φιλοκυβερνητική προπαγάνδα, ενώ εμποδίζεται η ανεξάρτητη ροή πληροφοριών. Σχετική είναι επίσης η «προσέγγιση αντιστοίχισης» της πολιτικής επικοινωνίας με συγκεκριμένη έμφαση στην επιρροή των MME στην εξωτερική πολιτική. Βάσει αυτής τα μέσα ενημέρωσης παραμένουν ένα όχημα της κυβέρνησης, σε περίπτωση όμως διαφωνίας της ελίτ θα μπορούσαν να πάρουν θέσεις οι οποίες θα

<sup>8</sup> B.H. Bagdikian, 'The Media Monopoly' στο H. Tumber (επιμ.), *News: A Reader*, Oxford University Press, Oxford, 1999, σ. 151.

<sup>9</sup> P. Golding & G. Murdock, 'Culture, Communications and Political Economy' στο J. Curran & M. Gurevitch (επιμ.) *Mass Media and Society*, Arnold, London-New York, 1991.

<sup>10</sup> E.S. Herman & N. Chomsky, *Manufacturing consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon, New York, 1988.

ήταν δυνατό να επηρεάσουν την εξωτερική πολιτική.<sup>11</sup> Σε τελική ανάλυση μπορεί να υποστηριχθεί ότι οι δημοσιογράφοι «μετέχουν εκόντες-άκοντες στη μεροληψία των ειδήσεων».<sup>12</sup> Για αυτόν τον λόγο υιοθετείται η έννοια του κονστρουκτιβισμού.

### 3. Οι υποθέσεις του «καθορισμού της ατζέντας» και της «πλαισίωσης»

Η θεωρία του κονστρουκτιβισμού και τα όρια της αντικειμενικότητας παρέχουν ένα αρχικό πλαίσιο για την κατανόηση του ρόλου των δημοσιογράφων. Εφόσον συνειδητοποιούμε ότι η παρουσίαση ζητημάτων από τα ΜΜΕ μπορεί να παίξει έναν ρόλο στη διαμόρφωση των στάσεων του κοινού και εφόσον λαμβάνουμε υπ' όψιν τη σχετική βιβλιογραφία των σπουδών ΜΜΕ και την έρευνα της πολιτικής επικοινωνίας, η έννοια του «καθορισμού της ημερήσιας διάταξης» φαίνεται να προσλαμβάνει αυξημένη σημασία για την εφαρμογή της μελέτης.

Προτού ορίσουμε την έννοια αυτή, είναι ενδιαφέρον να προβούμε σε μια προσπάθεια ιστορικής εξέτασης της σχετικής διερεύνησης της πολιτικής επικοινωνίας. Ο πρώτος που επιχειρηματολόγησε ότι ο Τύπος πρέπει να συνδέει τα γεγονότα που συμβαίνουν στον κόσμο με την εικόνα αυτών των γεγονότων στο μυαλό του κοινού ήταν ο Walter Lipmann το 1922, χωρίς βεβαίως να χρησιμοποιήσει τον όρο «καθορισμός της ημερήσιας διάταξης».<sup>13</sup> Μερικές δεκαετίες αργότερα ο Bernard Cohen επισήμανε: «[ο Τύπος] μπορεί να μην κατορθώνει τις περισσότερες φορές να πει στους ανθρώπους τι πρέπει να σκέφτονται, είναι όμως εξαιρετικά επιτυχής στο να λέει στους αναγνώστες του για ποιο πράγμα πρέπει να σκέφτονται».<sup>14</sup> Ο όρος «καθορισμός της ημερήσιας διάταξης» χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τους Maxwell E. McCombs & Donald L. Shaw σε ένα άρθρο τους τη δεκαετία του 1970.<sup>15</sup> Οι δύο συγγραφείς αναφέρονταν στην προεκλογική εκστρατεία της προεδρικής εκλογής του 1968 και είχαν ερευνήσει ένα δείγμα 100 αναποφάσιστων ψηφοφόρων

<sup>11</sup> W.L. Bennett & R.M. Entman (επιμ.), *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001 και J. Mermin, *Debating War and Peace*, Princeton University Press, Princeton-NJ, 1999.

<sup>12</sup> R.M. Entman, *Democracy without Citizens: Media and the Decay of American Politics*, Oxford University Press, New York-Oxford, 1989, σ. 37.

<sup>13</sup> W. Lipmann, *Public Opinion*, Harcourt Brace, New York, 1922.

<sup>14</sup> B.C. Cohen, *The Press and Foreign Policy*, Princeton University Press, Princeton-NJ, 1963, σ. 13.

<sup>15</sup> M.E. McCombs & D.L. Shaw, 'The agenda-setting function of mass media', *Public Opinion Quarterly*, 36, 1972, σ. 176-187.



στο Chapel Hill της Βόρειας Καρολίνας βάσει της υπόθεσης ότι τα μέσα ενημέρωσης είχαν ορίσει την ημερήσια διάταξη για κάθε πολιτική εκστρατεία. Το συμπέρασμά τους ήταν ότι τα ΜΜΕ επηρέαζαν το κοινό αναφορικά με το ποια ζητήματα έπρεπε να το απασχολούν σε σχέση με τις προεκλογικές εκστρατείες. Έκτοτε εμπειρικά στοιχεία καταδεικνύουν ότι, όταν οι ειδήσεις επικεντρώνονται περισσότερο σε ένα συγκεκριμένο ζήτημα, είναι πιο πιθανό οι άνθρωποι να θεωρήσουν το ζήτημα σημαντικότερο.<sup>16</sup>

Κατ' αυτόν τον τρόπο το παραδοσιακό ή το πρώτο επίπεδο «καθορισμού της ημερήσιας διάταξης» αναφέρεται στην ικανότητα των μέσων ενημέρωσης να καθορίσουν τη σειρά σπουδαιότητας συγκεκριμένων ζητημάτων και έτσι να τονίσουν τη σημασία τους στο μυαλό των ανθρώπων καθοδηγώντας την κοινή γνώμη. Όπως το θέτει ο McCombs «ο “καθορισμός της ημερήσιας διάταξης” είναι μια θεωρία για τη μεταβίβαση της ιδιότητας του προεξάρχοντος από τις εικόνες των ΜΜΕ για τον κόσμο μας στις εικόνες που έχουμε στο μυαλό μας». Με άλλα λόγια βάσει της υπόθεσης περί καθορισμού της ημερήσιας διάταξης τα ζητήματα που αναπαράγονται από τα μέσα ενημέρωσης γίνονται μέρος της δημόσιας συζήτησης, σε αντίθεση με εκείνα που δεν μεταδίδονται.

Σε κάθε περίπτωση πάντως το πρώτο επίπεδο «καθορισμού της ημερήσιας διάταξης» δεν επικεντρώνεται στη χροιά της κάλυψης από τα μέσα ενημέρωσης. Παρότι η έννοια του παραδοσιακού «καθορισμού της ημερήσιας διάταξης» μπορεί να εξηγήσει γιατί ένα αντικείμενο γίνεται προεξάρχον σε σχέση με άλλα αντικείμενα στο μυαλό των ανθρώπων, δεν εστιάζει «σε γνωρίσματα, σε εκείνα τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που συμπληρώνουν την εικόνα κάθε αντικειμένου». Έτσι αναπτύχθηκε ένα δεύτερο επίπεδο στον «καθορισμό της ημερήσιας διάταξης», το οποίο αναφέρεται σε συγκεκριμένες πλευρές του περιεχομένου των μέσων ενημέρωσης και έχει στόχο την περιγραφή του πώς η ημερήσια διάταξη των χαρακτηριστικών των ειδήσεων μπορεί να επηρεάσει τη δημόσια ημερήσια διάταξη.<sup>17</sup> Αυτό το δεύτερο επίπεδο «καθορισμού της ημερήσιας διάταξης» σχετίζεται με την έννοια της «πλαισίωσης». «Η πλαισίωση στην ουσία περιλαμβάνει επιλογή και την

<sup>16</sup> S. Iyengar et al., 'Experimental demonstrations of the not-so minimal consequences of mass media', *American Political Science Review*, 76, 1982, σ. 848-58.

<sup>17</sup> Στο ίδιο, σ. 71 και 85.

ιδιότητα του προεξάρχοντος.<sup>18</sup> Πλαισίωση είναι το να επιλέξει κάποιος ορισμένες πλευρές μιας αντιληπτής πραγματικότητας και να τις καταστήσει περισσότερο προεξάρχουσες σε ένα επικοινωνιακό κείμενο, με τρόπο ώστε να προωθεί τον συγκεκριμένο ορισμό ενός προβλήματος, μια συγκεκριμένη αιτιακή ερμηνεία, ηθική αξιολόγηση και/ή σύσταση μεταχείρισης του περιγραφόμενου αντικειμένου». Πρέπει να σημειωθεί η ιδιαίτερη χρησιμότητα της θεωρίας του κονστρουκτιβισμού κατά τη συζήτηση περί «πλαισίωσης». Η κατασκευή των ειδήσεων συνεπάγεται την τοποθέτηση εκ μέρους των μέσων ενημέρωσης της πραγματικότητας σε ένα πλαίσιο. Με απλά λόγια ό,τι δεν εμφανίζεται στις σελίδες μιας εφημερίδας θεωρείται ότι βρίσκεται εκτός πλαισίου.

#### **4. Η σχέση με την ευρωπαϊκή δημόσια σφαίρα**

Μια μελέτη ωστόσο που αναφέρεται στον τρόπο αναπαράστασης της Γερμανίας στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια της συνεχιζόμενης κρίσης είναι σχετική και με την έννοια της ευρωπαϊκής δημόσιας σφαίρας. Αυτό διότι πραγματεύεται επικοινωνιακά ζητήματα που αφορούν ένα κράτος-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την Ελλάδα, τα οποία έχουν αυξανόμενη σημασία για την περαιτέρω ευρωπαϊκή ολοκλήρωση και την ισχυρότερη οικονομική διακυβέρνηση. Πιο συγκεκριμένα αναφορές στη Γερμανία στα ελληνικά ΜΜΕ θα μπορούσαν ενδεχομένως να υποδηλώνουν κατά πόσον είναι προφανές ή όχι στον λόγο ένα ευρωπαϊκό πλαίσιο. Συνολικά η συζήτηση αναφέρεται στη βιβλιογραφία για το έλλειμμα δημοκρατίας από το οποίο πάσχει η Ε.Ε. και στη διερεύνηση τρόπων θεραπείας του.

Μια σύντομη ματιά στη διάρθρωση και στα κύρια όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης δείχνει ότι οι πολίτες της εκπροσωπούνται μόνο από τα μέλη του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, τα οποία εκλέγονται άμεσα ανά πενταετία. Δεν εκπροσωπούνται όμως από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο και το Συμβούλιο Υπουργών. Μια πρώτη εξήγηση επομένως για το δημοκρατικό έλλειμμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης αφορά το θεσμικό της πλαίσιο.

Η δυναμική και η ανάπτυξη της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης έχουν ως αποτέλεσμα τα κράτη-μέλη να μεταφέρουν σταδιακά την κυριαρχία τους στην

---

<sup>18</sup> R.M. Entman, 'Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm,' *Journal of Communication*, 43(4), 1993, σ. 51-58.

Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι λειτουργίες τους μειώνονται και η πολιτική ευθύνη μεταφέρεται σε υπερεθνικά όργανα. Βάσει της «ορθόδοξης θεώρησης» μπορεί επομένως να υποστηριχθεί ότι: «το δημοκρατικό έλλειμμα της Ένωσης πηγάζει από το γεγονός ότι η μεταβίβαση των ευθυνών των εθνικών κοινοβουλίων στην κυβερνητικά διορισμένη Επιτροπή και το διακυβερνητικό συμβούλιο δεν έχει αντιστοιχηθεί με μια ισοδύναμη αύξηση στις δικαιοδοσίες και αρμοδιότητες του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου».<sup>19</sup>

Βάσει της «ορθόδοξης θεώρησης» η έλλειψη δημοκρατίας στην Ε.Ε. εξαρτάται μόνο από τον ρόλο του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου. Με άλλα λόγια η δημοκρατική λογοδοσία της Ε.Ε. μπορεί θεωρητικά να ενισχυθεί, εάν αυξηθούν οι αρμοδιότητες του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου. Είναι αλήθεια ότι οι λειτουργίες του τελευταίου έχουν διευρυνθεί τα τελευταία χρόνια. Παρ' όλα αυτά η σταθερή επέκταση των εξουσιών του υπήρξε μερικώς μόνο επιτυχής στην αντιμετώπιση του δημοκρατικού ελλείματος της Ένωσης.

Λαμβάνοντας υπ' όψιν ότι αυτό το έλλειμμα μπορεί να αντιμετωπιστεί μόνο με θεσμικό τρόπο, πολλοί μελετητές έχουν διατυπώσει διάφορες προτάσεις.<sup>20</sup> Όπως εξηγεί ο Λουκάς Τσούκαλης: «Οι άμεσες εκλογές για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο δεν προκάλεσαν πανευρωπαϊκές συζητήσεις για τα ζητήματα τα οποία χειρίζονται οι θεσμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης· και όσες τέτοιες συζητήσεις πραγματοποιήθηκαν περιορίστηκαν σε μικρά τμήματα της πολιτικής ελίτ, σε ειδικούς και στη διάνοξη. Η ευρωπαϊκή οικοδόμηση παραμένει μια υπόθεση για τους *cognoscenti* και από τον λαό αναμένεται να ακολουθεί».<sup>21</sup> Πιο συγκεκριμένα ο Λουκάς Τσούκαλης προχωρά πέρα από την ανάγκη για θεσμική μεταρρύθμιση της Ευρωπαϊκής Ένωσης και υπονοεί ότι ένα φόρουμ αλληλεπίδρασης και διαμεσολάβησης μεταξύ των δημόσιων αρχών και του λαού θα ήταν ευεργετικό.

Η εν δυνάμει δημιουργία μιας δημόσιας σφαίρας συνδέεται με τη διαμόρφωση μιας ευρωπαϊκής υπηκοότητας και ενδεχομένως ταυτότητας εντός μιας ευρωπαϊκής

<sup>19</sup> D.N. Chrysochoou, *Democracy in the European Union*, Tauris Academic Studies, London-New York, 1998.

<sup>20</sup> C. Closa, 'European Union Citizenship and Supranational Democracy' στο A. Weale & M. Nentwich (επιμ.) *Political Theory and the European Union: Legitimacy, Constitutional Choice and Citizenship*, Routledge, London, 1998 και C. Kantner, 'Öffentliche Politische Kommunikation in der EU. Eine Hermeneutisch-Pragmatische Perspektive' στο A. Klein, R. Koopmans, H.J. Trenz, L. Klein, C. Lahusen & D. Rucht (επιμ.) *Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa*, Opladen, Leske & Budrich, 2003, σ. 213-229.

<sup>21</sup> L. Tsoukalis, *What Kind of Europe?*, Oxford University Press, Oxford, 2003.

πολιτείας. Η Ε.Ε. έχει προχωρήσει προς τη διαμόρφωση μιας ευρωπαϊκής υπηκοότητας: η Συνθήκη του Μάαστριχτ εισήγαγε αυτή την έννοια η οποία *inter alia* περιλαμβάνει το δικαίωμα των ευρωπαίων πολιτών να μετέχουν στην πολιτική ζωή κρατών-μελών της Ένωσης άλλων από το δικό τους, να εγκαθίστανται ελεύθερα οπουδήποτε στην Ένωση και να απολαμβάνουν προξενική προστασία στην πρεσβεία οιαδήποτε κράτους-μέλους όταν βρίσκονται σε τρίτη χώρα.<sup>22</sup> Παρά τις προβλέψεις αυτές ωστόσο οι ευκαιρίες για λαϊκή συμμετοχή των πολιτών της Ε.Ε. παραμένουν λιγοστές. Η αυξημένη βαρύτητα της δημιουργίας μιας ευρωπαϊκής δημόσιας σφαίρας σε αυτή την περίπτωση είναι ότι θεωρητικά θα μπορούσε να υπερβεί απόπειρες, όπως τις προαναφερθείσες, προκειμένου να αντιμετωπίσει το δημοκρατικό έλλειμμα της Ένωσης. Διότι μια ευρωπαϊκή δημόσια σφαίρα μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία ενός διεθνικού δήμου εντός της Ε.Ε. Αυτός θα είχε ως μέλη σώματα πολιτών που δεν θα ήταν κατακερματισμένα και αμοιβαία αποξενωμένα, αλλά θα είχαν έναν νέο τύπο συλλογικής ταυτότητας. Με τον τρόπο αυτόν ένας πολιτικά συνειδητοποιημένος διεθνικός δήμος θα μπορούσε να απευθύνει τις δημοκρατικές διεκδικήσεις του προς αλλά και μέσω των κεντρικών φορέων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.<sup>23</sup>

Η δημιουργία ωστόσο μιας ευρωπαϊκής δημόσιας σφαίρας και ενός διεθνικού δήμου δεν είναι εύκολη.<sup>24</sup> Σε αυτό το σημείο έρχεται στο προσκήνιο ο ρόλος των ευρωπαϊκών ΜΜΕ. Τα μέσα ενημέρωσης έχουν συμβάλει στην κατασκευή εθνικών ταυτοτήτων μαζί βεβαίως με τους πολιτισμικούς θεσμούς και διάφορα συμβάντα, τελετουργίες και αφηγήσεις.<sup>25</sup> Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με τον B. Anderson το έθνος είναι μια «φαντασιακή πολιτική κοινότητα» και η ανάπτυξη της ταυτότητας ενός τέτοιου έθνους συνδέεται με τη διάδοση των συστημάτων επικοινωνίας. Θεωρητικά επομένως τα μέσα ενημέρωσης θα μπορούσαν εντός του πλαισίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης να παίζουν έναν ρόλο αντίστοιχο και ανάλογο με εκείνον που έχουν παίξει στα κράτη-έθνη.

Η καλλιέργεια μιας ευρωπαϊκής ταυτότητας από τα ΜΜΕ μπορεί να γίνει απτή πραγματικότητα, όπως συνέβη με τα κράτη-έθνη, εάν λάβουμε υπ' όψιν μας τους

<sup>22</sup> F. Dell'Olio, *The Europeanization of Citizenship*, Ashgate, Aldershot, 2005, σ. 69 και L. Tsoukalis, *ό.π.*, σ. 37.

<sup>23</sup> D.N. Chrysochoou, *ό.π.*, σ. 87 και 91.

<sup>24</sup> Βλ. τα ερευνητικά ευρήματα του MEDIADEM, ενός ευρωπαϊκού προγράμματος του ΕΛΙΑΜΕΠ, στο <http://www.mediadem.eliamep.gr/>.

<sup>25</sup> B. Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*, Verso, London, 1983 και E. Gellner, *Nations and Nationalism*, Blackwell, Oxford, 1983.

ακόλουθους παράγοντες. Πρώτον η έννοια της ταυτότητας δεν θεωρείται παγιωμένη αλλά αντιμετωπίζεται ως ένα εν εξελίξει έργο.<sup>26</sup> Και δεύτερον η δημόσια σφαίρα δεν περιορίζεται κατ' ανάγκη στο κράτος-έθνος. Με αυτόν τον τρόπο σε ένα αλλαγμένο οικονομικό, πολιτικό και μηντιακό περιβάλλον, το οποίο σημαδεύεται από την παγκοσμιοποίηση, η δημιουργία μιας διεθνικής δημόσιας σφαίρας θα συνέβαλε στη δημιουργία διεθνικών πολιτικών ταυτοτήτων.<sup>27</sup>

Εντός αυτού του πλαισίου η δυσκολία να επιτευχθεί το ιδανικό της δημόσιας σφαίρας έχει προκαλέσει ζωνρή συζήτηση αναφορικά με την ύπαρξή της, ιδιαίτερα στις ημέρες μας. Από τη μία πλευρά υπάρχουν μελετητές που αποδέχονται την ύπαρξη μιας δημόσιας σφαίρας. Επί παραδείγματι ο Peter Dahlgren γράφει: «Έχει νόημα να μιλήσουμε για μια δημόσια σφαίρα, υπαρκτή σήμερα, αυτή όμως βάσει οιαδήποτε κριτηρίου αξιολόγησης βρίσκεται σε απελπιστική κατάσταση».<sup>28</sup> Από την άλλη πλευρά άλλοι, όπως οι James Curran και Nancy Fraser, αμφισβητούν την εμπειρική ιδιότητα της εν λόγω δημόσιας σφαίρας και της αναγνωρίζουν μόνον μια κανονιστική ιδιότητα. Ο Colin Sparks λόγω χάρη, που επίσης αντιμετωπίζει με σκεπτικισμό την ύπαρξη μιας δημόσιας σφαίρας, υποστηρίζει ότι τα μέσα ενημέρωσης είναι ανεπαρκείς εκπρόσωποι της.

Προφανώς ένας σημαντικός περιοριστικός παράγοντας για την ύπαρξη μιας δημόσιας σφαίρας είναι η παραμόρφωση της ποιότητας της πληροφορίας που παρέχεται στα διάφορα είδη κοινού από τα ΜΜΕ. Οι αιτίες του γεγονότος αυτού έχουν αναλυθεί πιο πάνω. Σε αυτό το στάδιο ωστόσο πρέπει να δοθεί μια ακόμη διάσταση στη μη ύπαρξη της δημόσιας σφαίρας, η οποία πηγαινει πέραν του προβλήματος της λογοκρισίας που επιβάλλεται στα μέσα ενημέρωσης είτε από το κράτος είτε από την αγορά. Η εν λόγω διάσταση σχετίζεται με τις πραγματικές ευκαιρίες των πολιτών για εκπροσώπηση και πολιτική συμμετοχή μέσω των ΜΜΕ, ευκαιρίες που δεν φαίνεται να είναι επαρκείς για ικανοποιητική συμμετοχή στην πολιτική ζωή σήμερα. Αυτό οφείλεται στο ότι το περιθώριο δημόσιας πρόσβασης στα κυρίαρχα ΜΜΕ είναι περιορισμένο: εξαντλείται σε ειδικευμένους διαύλους ή στις

<sup>26</sup> A. Giddens, *Modernity and Self-Identity*, Polity Press, Oxford, 1991.

<sup>27</sup> J. Downey & P. Koenig, 'Is There a European Public Sphere? The Berlusconi-Schultz Case', *European Journal of Communication*, 21 (2), 2006, σ. 165-187.

<sup>28</sup> J. Curran, 'Rethinking the Media as a Public Sphere' στο P. Dahlgren & C. Sparks (επιμ.) *Communication and Citizenship*, Routledge, 1991.

σελίδες των επιστολών.<sup>29</sup> Το εμπόδιο αυτό μπορεί εν μέρει να υπερκεραστεί στη σύγχρονη εποχή των τεχνολογιών της επικοινωνίας και της ανόδου του διαδικτύου, η επικοινωνιακή έρευνα όμως σε αυτό το ζήτημα δεν είναι ακόμη εκτεταμένη.

## 5. Η σκηνή των ελληνικών MME

Ο πρώην αρχισυντάκτης των *Financial Times* Richard Lambert υποστήριξε το 2003 στο περιοδικό *Foreign Affairs* ότι «οι εφημερίδες και τα περιοδικά έχουν την τάση να αντικατοπτρίζουν και να ενισχύουν τις απόψεις των αναγνωστών τους».<sup>30</sup> Αυτή η παρατήρηση ηχεί εξαιρετικά αληθής κατά τη διάρκεια της τρέχουσας οικονομικής κρίσης και της συνεχιζόμενης διαφωνίας μεταξύ Γερμανίας και Ελλάδας. Στη σημερινή αβεβαιότητα η κάλυψη των MME σαφώς διαμορφώνει αρνητικές στάσεις –όπως εύκολα διαπιστώνεται από την ανάλυση των σφυγμομετρήσεων που έχουν διεξαχθεί και στις δύο χώρες. Τα αποτελέσματα προβληματίζουν, εάν δεν προκαλούν ανησυχία· επιπλέον επηρεάζουν και τις δύο χώρες και όχι μόνο αυτές.

Ξεκινώντας με την εικόνα της Γερμανίας στην Ελλάδα μια σφυγμομέτρηση που οργανώθηκε από την εταιρεία VPRC, η οποία εδρεύει στην Αθήνα, τον Φεβρουάριο του 2012 και δημοσιεύθηκε στο περιοδικό *Επίκαιρα* παρέχει μια χρήσιμη πηγή για υλικό προς συζήτηση. Συγκεκριμένα το 32,4% των ερωτηθέντων Ελλήνων συσχετίζουν τη Γερμανία με τον Hitler, τον ναζισμό και το Τρίτο Ράιχ ενώ το 41% αισθάνονται θυμό και δυσφορία. Περαιτέρω το 79% θεωρεί τον ρόλο του Βερολίνου αρνητικό ή αρκετά αρνητικό και το 76% τον χαρακτηρίζει εχθρικό, ενώ το 81% των ερωτηθέντων έχουν αρνητική άποψη για την καγκελάρια Angela Merkel. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι το 91% όσων μετείχαν στη σφυγμομέτρηση θεωρούν τη διεκδίκηση για την αποπληρωμή των πολεμικών αποζημιώσεων από τη Γερμανία δίκαιη και το 77% συμφωνεί ότι η χώρα αυτή ασκεί «πολιτική Δ' Ράιχ».<sup>31</sup>

Για την εικόνα της Ελλάδας στη Γερμανία ενδιαφέροντα ευρήματα έδωσε μια δημοσκόπηση που διενεργήθηκε από την εταιρεία Harris Interactive τον Αύγουστο

<sup>29</sup> C. Sparks, 'The Internet and the Global Public Sphere' στο L.W. Bennett & R.M. Entman (επιμ.), *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001.

<sup>30</sup> R. Lambert, 'Misunderstanding Each Other', *Foreign Affairs*, Μάρτιος/Απρίλιος 2003.

<sup>31</sup> G. Tzogopoulos, 'It's Germany stupid! The Greek German Misunderstanding', EPIN Paper, No 33, Ιούνιος 2012, σ. 6-9.

του 2012 και δημοσιεύθηκε στους *Financial Times* τον επόμενο μήνα. Συγκεκριμένα το 54% των ερωτηθέντων στη Γερμανία δεν πίστευαν τότε ότι η Ελλάδα έπρεπε να παραμείνει στη ζώνη του κοινού νομίσματος ενώ το 19% δεν ήταν βέβαιοι. Επιπροσθέτως μόνο το 26% συμφωνούσε απόλυτα ή συμφωνούσε κάπως ότι τα μέλη της ευρωζώνης έπρεπε να κάνουν περισσότερα για να βοηθήσουν την Ελλάδα και το 74% δεν ήταν σίγουρο ότι η χώρα θα αποπλήρωνε ποτέ τα δάνεια για τη διάσωσή της.

Είναι προφανές ότι τις ελληνογερμανικές σχέσεις χαρακτηρίζει μια παρεξήγηση. Από τη μία πλευρά η πλειοψηφία των Ελλήνων θεωρούν τους Γερμανούς υπεύθυνους για το αδιέξοδο στο οποίο βρίσκεται η εθνική οικονομία τους και για την επιβολή αλλεπάλληλων μέτρων λιτότητας. Από την άλλη πλευρά πολλοί Γερμανοί βλέπουν την Ελλάδα ως ιδιαίτερη περίπτωση στην Ευρώπη, μια χώρα της οποίας οι επιδόσεις είναι σημαντικά χειρότερες σε σύγκριση με άλλα περιφερειακά κράτη, όπως την Ιρλανδία, την Ιταλία, την Πορτογαλία και την Ισπανία, και ως απειλή για την ίδια την ύπαρξη του ευρωσυστήματος. Η αντίφαση αυτή είναι ιδιαίτερα επώδυνη για την Ευρώπη.

Η κύρια λογική της ευρωπαϊκής αρχιτεκτονικής είναι ότι τα διάφορα κράτη συνεργάζονται για να επιτύχουν κοινούς στόχους. Στη θεωρία θα πρέπει να επικρατεί η αρχή της συνεργασίας. Αυτή όμως η «παράμετρος της συνεργασίας» έχει προσλάβει μια αντιφατική διάσταση στη διάρκεια της κρίσης. Είναι οι Έλληνες ευγνώμονες για την οικονομική βοήθεια που προσφέρεται από τη Γερμανία; Η απάντηση, όπως διείσδυσε στον μηνιακό λόγο, είναι αρνητική. Οι Έλληνες πιστεύουν ότι η Γερμανία επιδιώκει να εγκαθιδρύσει μια σφαίρα οικονομικής επιρροής στη χώρα τους. Υπάρχουν βεβαίως εξαιρέσεις, αλλά η γενική τάση παραμένει προβληματική.

## **6. Μια οπτική ανάλυση της ελληνικής κρίσης**

Πολλοί οργανισμοί MME στην Ελλάδα και στη Γερμανία μετείχαν ενεργά στην αύξηση της έντασης μεταξύ των δύο χωρών. Παρότι σκοπός αυτής της έκθεσης της FRAGMEX είναι να αναλύσει τη στάση των ελληνικών μέσων ενημέρωσης, αυτό δεν

μπορεί να γίνει χωρίς αναφορά στα γερμανικά μέσα.<sup>32</sup> Και τούτο διότι έλληνες δημοσιογράφοι επιχείρησαν συχνά να αναπαραγάγουν το αρνητικό περιεχόμενο των γερμανών συναδέλφων τους, σε μια προσπάθεια όχι μόνο να προσελκύσουν την προσοχή των αναγνωστών τους αλλά και να επικρίνουν έντονα το Βερολίνο για την πολιτική του έναντι της Ελλάδας σε μια κρίσιμη περίοδο για την οικονομική επιβίωση της χώρας. Αυτό βεβαίως δεν ισχύει για τα δημοσιεύματα με θετική χροιά, που προφανώς δεν εξυπηρετούν τον ίδιο δημοσιογραφικό στόχο.

Προκειμένου να αναλύσουμε καλύτερα την εικόνα της Γερμανίας στον λόγο των ελληνικών μέσων ενημέρωσης, μια ποιοτική ανάλυση των κύριων ελληνικών εφημερίδων βασισμένη στην τυπικότητα μπορεί να προσφέρει χρήσιμες ερευνητικές τεχνικές. Οι εφημερίδες αυτές είναι *Η Καθημερινή*, *Το Βήμα*, η *Ελευθεροτυπία*, το *Πρώτο Θέμα*, *Τα Νέα*, ο *Ελεύθερος Τύπος*, *Η Αυγή*, το *Έθνος*, η *Ημερησία* και η *Δημοκρατία*. Πέραν των κύριων αυτών πηγών διερευνώνται και ορισμένα άλλα αξιοσημείωτα παραδείγματα της κάλυψης περί Γερμανίας στην Ελλάδα, ακόμη και εάν δεν αφορούν τις προαναφερθείσες πηγές, προκειμένου να διευκολυνθεί μια ευρύτερη συζήτηση. Πιο συγκεκριμένα πραγματοποιήθηκε μια διαδικτυακή αναζήτηση για το λήμμα «Γερμανία», ενώ εξετάστηκαν και εξώφυλλα διαφόρων εντύπων.

### 6.1 Η αρχική παρεξήγηση: Ιανουάριος 2010-Ιούνιος 2012

Μετά την κυκλοφορία του περιοδικού *Focus* στο εξώφυλλο του οποίου εικονιζόταν η Αφροδίτη της Μήλου να πραγματοποιεί άσεμνη χειρονομία, η ελληνική συντηρητική εφημερίδα *Ελεύθερος Τύπος* αποφάσισε να απαντήσει με έναν ανάλογα προσβλητικό τρόπο: δημοσίευσε την εικόνα της θεάς Νίκης να κρατά μια σβάστικα, επιλογή ιδιαίτερα συμβολική.<sup>33</sup> Παράλληλα πρέπει να σημειωθεί ότι το εξώφυλλο του περιοδικού *Focus* χρησιμοποιείται συχνά στην Ελλάδα ως ένδειξη για την υποτιθέμενη εχθρότητα των Γερμανών προς τη χώρα. Το εξώφυλλο του περιοδικού και η πρώτη σελίδα της ελληνικής εφημερίδας, που κυκλοφόρησαν το 2010, σηματοδοτούν την έναρξη του ελληνογερμανικού «μηντιακού πολέμου» στη διάρκεια της τρέχουσας κρίσης.

<sup>32</sup> G. Tzogopoulos, *The Greek Crisis in the Media: Stereotyping in the International Press*, Ashgate, 2013.

<sup>33</sup> G. Tzogopoulos, 'It's Germany stupid! The Greek German Misunderstanding', ό.π.



Περιοδικό *Focus*, Φεβρουάριος 2010



Εφημερίδα *Ελεύθερος Τύπος*, 23 Φεβρουαρίου 2010



Πέραν των παράδοξων πρωτοσέλιδων το κύριο πλαίσιο για την ελληνική μηνιακή κάλυψη της Γερμανίας τους πρώτους μήνες του 2010 ήταν ότι το Βερολίνο εμφανιζόταν συγκρατημένο για την παροχή οικονομικής βοήθειας προς την Ελλάδα.

Ως αιτία θεωρούνταν οι περιφερειακές εκλογές του Μαΐου εκείνου του έτους που έκαναν τη γερμανική κυβέρνηση να καθυστερεί κρίσιμες αποφάσεις για το πρόγραμμα σωτηρίας της Ελλάδας και για τη φυσική υποστήριξη της ευρωζώνης. Στις 24 Μαρτίου 2010 για παράδειγμα η εφημερίδα *Τα Νέα* υποστήριζε ότι η στάση της Καγκελαρίου της Γερμανίας δεν θα μπορούσε να είναι άλλη από στάση αναμονής.<sup>34</sup> Περίπου έναν μήνα αργότερα, στις 22 Απριλίου 2010, η εφημερίδα *Η Καθημερινή* υποστήριζε ότι η ενεργοποίηση του μηχανισμού διάσωσης ήταν ενδεχόμενο να καθυστερήσει περαιτέρω λόγω εσωτερικών περιορισμών στη Γερμανία.<sup>35</sup>

Παράλληλα με το πρόγραμμα διάσωσης τα ελληνικά μέσα δεν φείδονταν διαπιστώσεων περί ηγεμονικής πολιτικής από την πλευρά της Γερμανίας στις διαπραγματεύσεις για το μέλλον της Ελλάδας και της ευρωζώνης. Με άλλα λόγια διέκριναν μια σημαντική γερμανική επιρροή στην ευρωπαϊκή οικονομική πολιτική έναντι της Αθήνας. Όπως ανέφερε η *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία* στις 28 Φεβρουαρίου 2010, το νέο δημοσιονομικό σύμφωνο χαρακτηρίζεται από «μια γερμανική ομπρέλα και πειθαρχία. Εκείνη την ημέρα ο κύριος τίτλος της εφημερίδας ήταν «Χάιλ... μέτρα».<sup>36</sup> Αυτή η αναπαράσταση της Γερμανίας δεν ήταν εμφανής μόνο κατά τους πρώτους μήνες της ελληνικής κρίσης, αλλά κατέστη διαρκής. Μερικούς μήνες αργότερα για παράδειγμα ο διευθυντής της εφημερίδας *Το Βήμα* Αντώνης Καρακούσης θεώρησε ότι «οι Γερμανοί αποσταθεροποιούν την Ελλάδα».<sup>37</sup> Περαιτέρω η *Ελευθεροτυπία* ισχυριζόταν ότι γερμανικά τανκς θα «εισέβαλλαν» στη χώρα, καθώς ο κύριος τίτλος της μετά τη Σύνοδο Κορυφής του Οκτωβρίου 2011 ήταν «Γερμανικό τανκς φέρνει νέο μνημόνιο».<sup>38</sup>

Σε συμβολικό επίπεδο η ελληνογερμανική παρεξήγηση είχε διαχυθεί στον λόγο των μέσων ενημέρωσης σε βαθμό που και οι αθλητικές εφημερίδες ανακάλυψαν μια «μάχη» μεταξύ των δύο κρατών με αφορμή τον ποδοσφαιρικό αγώνα του Ολυμπιακού με την Borussia Dortmund για τη φάση ομίλων του Champions League. Στις 17 Οκτωβρίου 2011 η αθλητική εφημερίδα *Γάρος* παρακινούσε τους παίκτες

<sup>34</sup> *Τα Νέα*, 24 Μαρτίου 2010.

<sup>35</sup> Κ. Καρκαγιάννης, «Η Γερμανία μπορεί να καθυστερήσει την ενεργοποίηση του σχεδίου διάσωσης», <http://www.kathimerini.gr/391209/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/h-germania-mporei-na-ka8ysterhsei-thn-energopoihsh-toy-sxedioy-diaswshs>, 22 Απριλίου 2010

<sup>36</sup> *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 28 Φεβρουαρίου 2010.

<sup>37</sup> Α. Καρακούσης, «Οι Γερμανοί με τη στάση τους αποσταθεροποιούν την Ελλάδα», <http://www.tovima.gr/politics/article/?aid=398126>, 30 Απριλίου 2011.

<sup>38</sup> *Ελευθεροτυπία*, 27 Οκτωβρίου 2011.

του Ολυμπιακού «να πατήσουμε τους Γερμανούς για να χαμογελάσει η Ελλάδα και να ταπεινωθεί το οικονομικό Δ΄ Ράιχ». Η κύρια εικόνα στην πρώτη σελίδα της εφημερίδας είναι η καγκελάρια Merkel με ναζιστική στολή. Η εχθρική κάλυψη ήταν προφανής και για τον ποδοσφαιρικό αγώνα μεταξύ των εθνικών ομάδων της Ελλάδας και της Γερμανίας για τους ημιτελικούς του ευρωπαϊκού πρωταθλήματος τον Ιούνιο του 2012. Οι ελληνικοί τίτλοι αναφέρονταν στο παιχνίδι σχεδόν αποκλειστικά με πολιτική οπτική,<sup>39</sup> ενώ οι γερμανικοί τίτλοι σχολίαζαν με ειρωνεία αυτή τη διάσταση.<sup>40</sup>

### Εφημερίδα *Γαύρος*, 17 Οκτωβρίου 2011



Ορισμένα ελληνικά μέσα λόγω της οργής τους για την πολιτική του Βερολίνου, που πρότεινε μέτρα λιτότητας, και ιδιαίτερα λόγω των κινήτρων της γερμανίδας καγκελάρια Angela Merkel έσπευδαν να εντοπίζουν κρυφές προθέσεις. Σε αυτές περιλαμβάνονταν και η θεωρούμενη ως πρόθεση του Βερολίνου να δημιουργήσει σφαίρες οικονομικής επιρροής στην Ελλάδα και να αγοράσει περιουσία του ελληνικού δημοσίου σε πολύ χαμηλή τιμή, για να κυριαρχήσει στη χώρα. Έτσι, σε περίοδο κατά την οποία το ελληνικό κοινοβούλιο καλείτο να ψηφίσει για νέα μέτρα,

<sup>39</sup> Στις 22 Ιουνίου 2012, την ημέρα του αγώνα, η πλέον έγκυρη αθλητική εφημερίδα της Ελλάδας, η *SportDay*, παρακινούσε τους παίκτες της εθνικής ομάδας με τον τίτλο «Χρεοκοπήστε τους!».

<sup>40</sup> *Bild*, 'Griechen giften gegen Deutschland', <http://www.bild.de/sport/fussball-em-2012-polen-ukraine/em-2012/griechen-giften-gegen-deutschland-24700614.bild.html>, 17 Ιουνίου 2012.

η εφημερίδα *Δημοκρατία* ακολούθησε το παράδειγμα του *Γάυρου* και παρουσίασε και εκείνη την Καγκελάρια με ναζιστική στολή.

### Εφημερίδα *Δημοκρατία*, 12 Φεβρουαρίου 2012



#### 6.2 Μετά τις διπλές εκλογές

Η κάλυψη για τη Γερμανία στα ελληνικά μέσα ενημέρωσης ήταν εξαιρετικά αρνητική από την αρχή της οικονομικής κρίσης ως τις διπλές εκλογές τον Μάιο και τον Ιούνιο του 2012. Παρότι ο τόνος των εφημερίδων δεν ήταν εξίσου επιθετικός, το κύριο συμπέρασμα για το αναγνωστικό κοινό θα μπορούσε να είναι ότι «η Γερμανία ήταν σε μεγάλο βαθμό υπεύθυνη για το ελληνικό δράμα και την έμφαση της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε πολιτικές λιτότητας». Παρόλα αυτά μετά τον σχηματισμό της νέας κυβέρνησης συνεργασίας από τη Νέα Δημοκρατία, το ΠΑΣΟΚ και τη Δημοκρατική Αριστερά και ιδιαίτερα από τα μέσα Σεπτεμβρίου 2012 και πέρα ορισμένα ΜΜΕ όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και στη Γερμανία άρχισαν να υιοθετούν ηπιότερη προσέγγιση.

Η συνέντευξη την οποία παραχώρησε ο έλληνας πρωθυπουργός, Αντώνης Σαμαράς, στην εφημερίδα *Bild*,<sup>41</sup> η οποία δημοσιεύθηκε στις 22 Αυγούστου 2012, οδήγησε σε ένα πρώτο «σπάσιμο του πάγου» μεταξύ των δύο πλευρών. Μιλώντας

<sup>41</sup> P. Ronzheimer, 'Die Drachme wäre eine Katastrophe für uns', <http://www.bild.de/politik/ausland/antonis-samaras/griechenlands-premier-ueber-schulden-sparen-undeuroausstieg-25779000.bild.html>, 22 Αυγούστου 2012.

στη *Bild*, η οποία είχε εμφανώς διαφωνήσει με το σχέδιο διάσωσης τους πρώτους μήνες του 2010, ο Σαμαράς επιχείρησε να επενδύσει σε μια νέα επικοινωνιακή στρατηγική και να αναφερθεί στον κοινό αγώνα Ελλάδας και Γερμανίας για το μέλλον της Ευρώπης. Μερικές ημέρες αργότερα, κατά τη διάρκεια επίσκεψής του στο Βερολίνο για συνομιλίες με την καγκελάρια Angela Merkel, συναντήθηκε με τους εκδότες της *Bild*, μεταξύ των οποίων οι Kai Diekmann, Nikolaus Blome και Paul Ronzheimer.<sup>42</sup> Ο Σαμαράς έδωσε συνέντευξη και στην εφημερίδα *Süddeutsche Zeitung* μεταφέροντας τις ελληνικές θέσεις στο γερμανικό κοινό.<sup>43</sup>

Κάποια ελληνικά μέσα ανταποκρίθηκαν θετικά στην πρώτη αυτή πολιτική προσπάθεια για βελτίωση των διμερών ελληνογερμανικών σχέσεων. Πιο συγκεκριμένα, μετά από μερικές δηλώσεις γερμανών αξιωματούχων που στήριζαν την Ελλάδα –συμπεριλαμβανομένης και της συναισθηματικής αντίδρασης της καγκελάριας Merkel ότι «μάτωσε [πάλι] για τη χώρα»–, η εφημερίδα *Ta Nea* είδε μια αλλαγή στην προσέγγιση του Βερολίνου. Δημοσίευσε δε δύο ενδιαφέροντα σκίτσα της Merkel (στις 10 και στις 18 Σεπτεμβρίου 2012): στο ένα η Καγκελάριας φοράει ελληνική παραδοσιακή φορεσιά και κρατά την ελληνική σημαία και στο άλλο εικονίζεται να κλαίει για την Ελλάδα. Στη δεύτερη περίπτωση μάλιστα το κύριο άρθρο της εφημερίδας είχε τίτλο «Κάν' το όπως η Καγκελάριας».<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> P. Ronzheimer & D. Biskup, 'Sie wollte ich treffen, sagte Samaras zu Bild', <http://www.bild.de/politik/inland/antonis-samaras/griechenland-premier-zu-besuch-bei-bild-25862838 bild.html>, 25 Αυγούστου 2012.

<sup>43</sup> A. Hagelüken & C. Schlötzer, 'Die Deutschen bekommen ihr Geld zurück', <http://www.sueddeutsche.de/politik/griechenlands-premier-samaras-die-deutschenbekommen-ihr-geld-zurueck-1.1447818>, 22 Αυγούστου 2012.

<sup>44</sup> *Ta Nea*, «Κάν' το όπως η Καγκελάριας», <http://www.tanea.gr/kyriarthro/?aid=4752876>, 18 Σεπτεμβρίου 2012.



Εφημερίδα Τα Νέα, 10 Σεπτεμβρίου 2012

Εφημερίδα Τα Νέα, 18 Σεπτεμβρίου 2012

Όσο θετικές και εάν είναι οι ενδείξεις αλλαγής στην κάλυψη από τα μέσα Αυγούστου 2012, δεν επαρκούν για να δικαιολογήσουν ισχυρισμούς περί αναστροφής. Αυτό διότι η πλειοψηφία των ελλήνων δημοσιογράφων, που ήταν συνηθισμένοι σε ένα βολικό περιβάλλον αμοιβαίας εχθρότητας μεταξύ Ελλάδας και Γερμανίας, δεν ήταν πιθανότατα προετοιμασμένοι να ακολουθήσουν διαφορετική στάση και να εγκαταλείψουν την προηγούμενη λογική τους. Με άλλα λόγια συνέχισαν να χρησιμοποιούν τη βολική θεωρία που είχε συντεθεί γύρω από την υποτιθέμενη οικονομική ανωτερότητα και κυριαρχία των Γερμανών στην πολιτική που ασκούσε το Βερολίνο έναντι της Ελλάδας. Ο αρθρογράφος Γιώργος Δελαστίκ για παράδειγμα υποβάθμισε τη σημασία της πρώτης επίσημης συνάντησης του Σαμαρά στο Βερολίνο χαρακτηρίζοντας «προπαγανδιστικό θόρυβο» τα σχόλια περί της σημασίας της.<sup>45</sup> Αντιστοίχως το τεύχος Σεπτεμβρίου 2012 του περιοδικού που εκδίδει ο Γιώργος Τράγκας, *Crash*, παρουσίαζε τη Merkel ως «τη Νονά».<sup>46</sup>

### 6.3 Η επίσκεψη της Merkel στην Αθήνα τον Οκτώβριο του 2012

Η διχασμένη προσέγγιση των ελληνικών μέσων ενημέρωσης αναφορικά με τη Γερμανία μετά τις διπλές εκλογές ήταν εμφανής, όταν η Καγκελάριος αποφάσισε να επισκεφθεί την Ελλάδα τον Οκτώβριο του 2012, επίσκεψη που μπορεί να αντιμετωπιστεί ως ενδιαφέρουσα μελέτη περίπτωσης. Στον λόγο των ΜΜΕ διαπιστώνουμε δύο κύριες προσεγγίσεις: από τη μία πλευρά η επίσκεψη παρουσιάστηκε ως ευκαιρία για την Ελλάδα να βελτιώσει τις σχέσεις της με τη Γερμανία και να επενδύσει σε πολιτική στήριξη για να παραμείνει στην ευρωζώνη και πιθανώς να πετύχει μια περίοδο παράτασης· από την άλλη ορισμένοι δημοσιογράφοι θεώρησαν την επίσκεψη ως ένδειξη –εάν όχι επιβεβαίωση– της βούλησης της Merkel να ασκήσει έλεγχο στην Ελλάδα και να προωθήσει τα εθνικά συμφέροντα της Γερμανίας.

Μια ανάλυση των πρωτοσέλιδων του Τύπου της 9<sup>ης</sup> Οκτωβρίου και της 10<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 2012 καταδεικνύει την προαναφερθείσα διαφοροποίηση στην κάλυψη. Οι εφημερίδες *Τα Νέα* και *Η Καθημερινή* τόνιζαν τη σημασία της επίσκεψης, ενώ άλλα φύλλα όπως η *Δημοκρατία* και η *Αυγή* δεν διαπίστωναν πραγματική και απτή βοήθεια

<sup>45</sup> Γ. Δελαστίκ, «Πώς διαπραγματεύονται οι Γερμανοί», *Έθνος*, <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22792&subid=2&pubid=63703951>, 28 Αυγούστου 2012.

<sup>46</sup> Βλ. το εξώφυλλο του περιοδικού *Crash*, τχ. 16, Σεπτέμβριος 2012.

από την πλευρά της Γερμανίας. Την ίδια διάσταση απόψεων διακρίνουμε και στην αρθρογραφία. Η οικονομική εφημερίδα *Ημερησία* για παράδειγμα ισχυριζόταν στο κύριο άρθρο της ότι «η επίσκεψη της Μέρκελ σηματοδοτεί την αλλαγή σελίδας», ενώ ο Γιώργος Δελαστίκ έγραψε στο άρθρο του για την εφημερίδα *Έθνος*: «Τίποτα δεν έδωσε η Μέρκελ στον Σαμαρά».<sup>47</sup>

Η αντιφατική αυτή κάλυψη της επίσκεψης της Μέρκελ αντικατοπτρίζει την έντονη διαμάχη που ξέσπασε στους κόλπους της ελληνικής πολιτικής ελίτ μετά την ανακοίνωση, στις 5 Οκτωβρίου 2012, της απόφασης της Καγκελαρίου να επισκεφθεί την Ελλάδα. Παρότι οι ηγέτες των τριών κομμάτων του κυβερνητικού συνασπισμού θεωρούσαν την επίσκεψη θετική εξέλιξη, μέλη των κομμάτων της αντιπολίτευσης εξέφραζαν σκεπτικισμό, ακόμη και θυμό. Πιο συγκεκριμένα ο ηγέτης του Σύριζα, Αλέξης Τσίπρας, ενθάρρυνε τους πολίτες να μετέχουν σε διαδηλώσεις εναντίον της Merkel και το κόμμα των Ανεξάρτητων Ελλήνων ήθελε να οργανώσει μια διαμαρτυρία έξω από τη γερμανική πρεσβεία –τελικά επιχείρησε απλώς να επιδώσει μια δήλωση εναντίον της λιτότητας στον γερμανό πρέσβη. Από την πλευρά της η Χρυσή Αυγή θεώρησε ότι η επίσκεψη συμβόλιζε την υποδούλωση του ελληνικού λαού, ενώ το Κομμουνιστικό Κόμμα την είδε ως προσπάθεια της Καγκελαρίου να σκορπίσει τον φόβο και τη σιωπή στη χώρα.

Παρά τη διαφωνία για τους σκοπούς και τα αποτελέσματα της επίσκεψης της Merkel όλοι οι έλληνες δημοσιογράφοι φαίνονταν να συναινούν ως προς τον σημαντικό ρόλο που μπορούσε να παίξει η Γερμανία στη σωτηρία της Ελλάδας. Η κάλυψη ωστόσο φαινόταν να υπονοεί ότι είναι αποκλειστική ευθύνη του Βερολίνου να δώσει μια ώθηση στην ελληνική οικονομία και να διασώσει τη χώρα. Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης Τύπου για παράδειγμα η Καγκελάριος ερωτήθηκε από έναν δημοσιογράφο της κρατικής τηλεόρασης (ΕΡΤ) εάν ο ασθενής (δηλαδή η Ελλάδα) θα ανέκαμπτε, θα μπορούσε να σταθεί στα πόδια του και ενδεχομένως να μπορέσει ακόμη και να τρέξει –ερώτημα που, εάν το κοιτάξουμε με κάποια αποστασιοποίηση, φαίνεται μάλλον παράδοξο να τεθεί στον ηγέτη άλλης χώρας. Η κάλυψη της επίσκεψης της Μέρκελ ενισχύει την άποψη ότι πέραν των ελλήνων πολιτικών ούτε οι έλληνες δημοσιογράφοι είχαν συνειδητοποιήσει την ανάγκη για την «εθνική οικειοποίηση των μεταρρυθμίσεων» προκειμένου να ξεπεραστεί η κρίση.

<sup>47</sup> Γ. Δελαστίκ, «Τίποτα δεν έδωσε η Μέρκελ στον Σαμαρά», *Έθνος*, <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22792&subid=2&pubid=63722451>, 10 Οκτωβρίου 2012.



Εκτός από τα διάφορα πλαίσια βάσει των οποίων καλύφθηκε η επίσκεψη της Μέρκελ από τα ελληνικά ΜΜΕ έντονα εμφανής ήταν και ένας λαϊκιστικός και «σκανδαλοθηρικός» τόνος. Στο πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα η εφημερίδα *Πρώτο Θέμα*, η οποία έχει τη μεγαλύτερη κυκλοφορία στα κυριακάτικα φύλλα, υποδέχθηκε τη Μέρκελ με τον χαιρετισμό «Heil» στην έκδοση της 7<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 2012. Επίσης πολλοί δημοσιογράφοι σχολίασαν ειρωνικά την πράσινη ζακέτα της Καγκελαρίου επισημαίνοντας ότι τη φορούσε και κατά τη διάρκεια του ποδοσφαιρικού αγώνα Ελλάδας-Γερμανίας για τα ημιτελικά του ευρωπαϊκού πρωταθλήματος. Επιπροσθέτως ο δημοσιογράφος Γιώργος Τράγκας, στον οποίο είχε ήδη επιβληθεί πρόστιμο για δημόσια προσβολή της Καγκελαρίου, μίλησε και πάλι για «στρατηγική γερμανικής κυριαρχίας/Δ' Ράιχ» στο καθημερινό του ταγκ-σόου στο τηλεοπτικό κανάλι *Κόντρα*. Πρέπει τέλος να σημειώσουμε ότι οι αντιγερμανικές διαδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα την ημέρα της επίσκεψης της Καγκελαρίου καλύφθηκαν εκτενώς από όλα τα μέσα ενημέρωσης.

#### Εφημερίδα *Πρώτο Θέμα*, 7 Οκτωβρίου 2012



#### 6.4 Μετά την επίσκεψη της Merkel

Η κάλυψη της επίσκεψης της Angela Merkel στην Ελλάδα τον Οκτώβριο του 2012 είναι ενδεικτική για την αναπαράσταση της Γερμανίας ως τα τέλη του 2014, όταν προκηρύχθηκαν πρόωρες εκλογές που άνοιξαν τον δρόμο για τη νίκη του Σύριζα στις 26.01.2015. Η σχετική βελτίωση στις πολιτικές σχέσεις των δύο χωρών είχε αντίκτυπο στον λόγο των μέσων ενημέρωσης. Αυτό βεβαίως δεν σημαίνει ότι εξαφανίστηκαν τελείως τα προκλητικά σχόλια ή πρωτοσέλιδα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το εξώφυλλο του περιοδικού *Crash* τον Απρίλιο του 2013, όταν ο εκδότης του Γιώργος Τράγκας παρουσίασε την καγκελάρια Angela Merkel και τον υπουργό Οικονομικών της Γερμανίας Wolfgang Schäuble ως κρατούμενους στη φυλακή του Γκουαντάναμο με την επιγραφή «Wanted».

Εξάλλου η αντιγερμανική μηντιακή κάλυψη μετά την επίσκεψη της Merkel στην Ελλάδα εξακολούθησε να συντίθεται γύρω από τον αντίκτυπο των πολιτικών λιτότητας. Ο αρθρογράφος του *Βήματος* Γιώργος Μαλούχος προχώρησε ακόμη περισσότερο, όταν κατηγόρησε τη Γερμανία ότι αποκομίζει σημαντικά κέρδη με την επιβολή της πολιτικής λιτότητας υποδυόμενη ότι σώζει τη χώρα.<sup>48</sup> Η *Αυγή*, που εκφράζει τις απόψεις του Σύριζα, απευθύνθηκε στον γερμανό υπουργό Οικονομικών με τη φράση: «Χαίρε Σόιμπλε: οι μελλοθάνατοι σε χαιρετούν». Η *Ελευθεροτυπία* από την πλευρά της τον κατηγόρησε για το ελληνικό δράμα και τον παρακίνησε να κοιτάξει συγκεκριμένα στοιχεία για τη μείωση του ΑΕΠ, την αύξηση της ανεργίας και τις αρνητικές εξελίξεις σε τομείς όπως τη βιομηχανία και τον τουρισμό. Χαρακτήρισε επίσης τον γερμανό υπουργό «δυνάστη».

---

<sup>48</sup> Γ. Μαλούχος, «Ελληνική “σωτηρία”: η πιο προσοδοφόρα γερμανική επένδυση», *Το Βήμα*, <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=527569>, 27 Αυγούστου 2013.

Περιοδικό *Crash*, Απρίλιος 2013



Εφημερίδα *Η Αυγή*, 18 Ιουλίου 2013



## Εφημερίδα *Ελευθεροτυπία*, 18 Ιουλίου 2013

**ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ**  
 Η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ που άρραχνει, βλάπτει και απολύει!

ΠΕΜΠΤΗ 18 ΙΟΥΛΙΟΥ 2013  
 Απογευματινή Έκδοση της Εφημερίδας  
 www.elpot.gr

**Η Ε-Υ ΠΡΟΔΕΧΕΤΑΙ ΤΟΝ ΕΤΑΙΡΟ ΚΑΙ -ΔΥΝΑΣΤΗ- ΜΑΣ**  
**Κύριε Σόιμπλε**  
**ιδού το έργο σας**

**ΔΕΛΤΑ ΕΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
 Η ΕΛΛΑΔΑ... Δοκίμη μείωση του ΦΠΑ εστίασης με τρισετάκι όσου

**ΚΑΙ ΕΓΚΟΣΕ Η ΝΕΕΣ ΜΕΤΡΕΣ ΔΟΣΩ ΣΤΗ ΔΟΦΟΛΟΜΕΝΑ**  
 Πιστοίωσις... Και εγκοσε η νέες μετρες δοσω στη δοφολομενα

**Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΑΓΓΕΛΙΚΗ ΠΟΥ ΚΑΘΛΙΝΕΙ...**  
 Η καθημερινη... Η καθημερινη αγγελικη που καθλινει

**ΕΠΙΣΕΣ Η ΑΠΕΙΛΗ ΤΩΝ ΚΑΛΩΝ, ΠΕΡΕΣ ΤΟ ΠΟΛΥΠΡΟΣΕΧΙΔΙΟ**  
 Επίσεσ η απειλη των κωνων, περεσ το πολυπροσεχιδιο

**ΤΟΙΣΡΟΣ - ΓΙΛΕΟΣ ΣΤΟΝ ΠΙΠΟΛΙΟΝ ΓΙΑ ΝΑ ΘΕΣΕΙ ΘΕΜΑ ΟΠΟΙΩΣΟΙΣΕΩΝ**  
 Τοιςρος - Γίλεος στον πιπολιον για να θεσει θεμα οποιωσοισεων

**ΝΕΑ ΣΠΡΟΜΠΗ ΓΙΑ ΑΚΟΝΗ ΤΗΣ ΘΕΡΗΣ ΚΑΡΑΤΑΙ ΑΚΙΝΗΤΩΝ**  
 Νέα σπρομπη για ακονη της θερης καραται ακινητων

Ωστόσο, όπως προαναφέρθηκε, κάποιες ελληνικές εφημερίδες είχαν ήδη αρχίσει να υιοθετούν διαφορετική προσέγγιση αναφορικά με τη Γερμανία. Η εφημερίδα *Τα Νέα* για παράδειγμα δημοσίευσε ένα σκίτσο με τον Schäuble να επισημαίνει ότι είναι έτοιμος να «φέρει δώρα στους Έλληνες». Πέρα από τη βελτίωση της πολιτικής ατμόσφαιρας *Τα Νέα* όπως και άλλες εφημερίδες, μεταξύ των οποίων και *Η Καθημερινή*, εμφανίζονταν σχετικά αισιόδοξες για το μέλλον. Αυτό οφείλεται στο ότι η ενασχόληση με την Ελλάδα μειωνόταν σταθερά στα διεθνή ΜΜΕ καθώς η χώρα κατόρθωνε όχι μόνο να δημιουργήσει πλεονάσματα αλλά και να ανακτήσει την εμπιστοσύνη των διεθνών εταιρών της. Δεν είναι σύμπτωση ότι, όταν η Καγκελάρια Merkel επισκέφθηκε και πάλι την Αθήνα στις 11 Απριλίου 2014, εφημερίδες όπως *Η Καθημερινή* εστίασαν στο συγχαρητήριο μήνυμά της.<sup>49</sup>

<sup>49</sup> *Καθημερινή*, 12 Απριλίου 2014.

## Τα Νέα, 18 Ιουλίου 2013



### 7. Αποτίμηση

Τα μέσα ενημέρωσης είναι το κύριο μέτωπο στο οποίο εξελίσσεται η τρέχουσα κρίση. Η όλη συζήτηση για τον ρόλο τους ωστόσο δεν μπορεί να μην έχει όρια. Παρότι οι δημοσιογράφοι υποκίνησαν συχνά αντιπαλότητα μεταξύ Ελλάδας και Γερμανίας, εγείρεται το καίριο ερώτημα για το ποιος θέτει την ημερήσια διάταξη. Σε περιόδους κρίσης τα μέσα ενημέρωσης ακολουθούν συνήθως τις πολιτικές ελίτ, δεν τείνουν να τις αμφισβητούν. Αυτό συνέβη και στο συνεχιζόμενο δράμα της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Εάν εξετάσουμε στις εξελίξεις από τον Οκτώβριο του 2009 και εξής, εύκολα θα αντιληφθούμε ότι το πρόβλημα ξεκινά από τους πολιτικούς –που δεν στάθηκαν ικανοί να αποτρέψουν την αντίδραση των αγορών– και όχι από τους δημοσιογράφους. Οι έλληνες πολιτικοί ήταν εκείνοι που επέρριψαν ευθύνες στη Γερμανία και οι γερμανοί συνάδελφοί τους συχνά κατηγόρησαν την Ελλάδα απειλώντας τη με εκδίωξη από την ευρωζώνη. Μπορούν οι δημοσιογράφοι να αγνοήσουν αυτή τη συζήτηση; Είναι δυνατόν να μη χρησιμοποιήσουν τους πολιτικούς της χώρας τους ως πηγή πληροφόρησης;

Κύριο έργο των δημοσιογράφων είναι η μετάδοση των ειδήσεων. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι έχουν πολλές φορές υπερβάλει στην κάλυψή τους δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση σε προκλητικά και παράδοξα σχόλια. Ωστόσο παρότι τα μηνύματα που μεταφέρουν τα ΜΜΕ προέρχονται από τη ρητορεία των πολιτικών ελίτ στην Ελλάδα και στη Γερμανία, αυτά είναι μόνο εν μέρει υπεύθυνα για το πρόβλημα. Πολλοί οργανισμοί ΜΜΕ τόσο στην Ελλάδα όσο και στη Γερμανία επωφελήθηκαν από τον

λαϊκισμό των πολιτικών για δικούς τους σκοπούς και ενίσχυσαν συστηματικά αυτό το είδος των απόψεων. Σε τελική ανάλυση οι οργανισμοί των μέσων ενημέρωσης είναι επιχειρήσεις και η εμπορευματοποίηση δεν μπορεί παρά να επηρεάζει την κάλυψή τους. Ειδικά στην περίπτωση της Ελλάδας όπου σχεδόν όλα τα ΜΜΕ αγωνίζονται για την οικονομική τους επιβίωση, η επιμονή τους στον λαϊκισμό δεν εκπλήσσει. Περαιτέρω το θεωρητικό υπόβαθρο και η εκπαίδευση διάφορων δημοσιογράφων δεν εγγυώνται απαραίτητως διεξοδική και σε βάθος κάλυψη ή ανάλυση της κρίσης. Οι δημοσιογράφοι επέλεξαν κάποιες φορές την εύκολη λύση όπως την ανταλλαγή κατηγοριών μεταξύ των δύο χωρών και τη δημοσίευση άρθρων που περιείχαν παράδοξα στοιχεία.

## 8. Η ελληνική πολιτική σκηνή

Στο πλαίσιο της ελληνικής κρίσης έλληνες πολιτικοί έχουν συχνά επικρίνει τη Γερμανία: ο αριθμός των σχετικών παραδειγμάτων είναι μεγάλος. Χαρακτηριστική είναι μια φράση που χρησιμοποίησε ο Πρόεδρος της χώρας, Κάρολος Παπούλιας, στις 15 Φεβρουαρίου 2012. Αναφερόμενος στον γερμανό υπουργό Οικονομικών είπε: «Δεν ανέχομαι να λοιδορείται η πατρίδα μου από τον κύριο Σόιμπλε. Δεν το δέχομαι σαν Έλληνας. Ποιος είναι ο κύριος Σόιμπλε που μπορεί να λοιδορεί την Ελλάδα;». Σε αντίστοιχες περιπτώσεις ο ηγέτης του δεξιού κόμματος ΛΑΟΣ, Γιώργος Καρατζαφέρης, επικεντρώθηκε στη «γερμανική κυριαρχία» ενώ ο αρχηγός του αριστερού Σύριζα, Αλέξης Τσίπρας, εστίασε στον «οικονομικό σοβινισμό της κυρίας Μέρκελ». Ένα ακόμη παράδειγμα είναι η επιθετική επιστολή, την οποία έστειλε ο πρώην βουλευτής του ΠΑΣΟΚ και αργότερα ανεξάρτητος Γιώργος Δημαράς στον επικεφαλής της Νομικής Επιτροπής του γερμανικού κοινοβουλίου Siegfried Kauder στις 30 Ιανουαρίου 2012, όπου inter alia έγραφε: «στη χώρα μου οφείλετε το γεγονός ότι από άγριοι και απολίτιστοι Γότθοι μετατραπήκατε σε συντεταγμένο έθνος».

Διάφοροι έλληνες πολιτικοί στην προσπάθειά τους να επικρίνουν το Βερολίνο έχουν επενδύσει και στον συναισθηματισμό. Έχουν αναφερθεί συχνά στο ζήτημα των επανορθώσεων του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, υποστηρίζοντας ότι η Γερμανία δεν έχει τηρήσει τις οικονομικές της υποχρεώσεις. Σε μια συνέντευξη στο BBC στις 25 Φεβρουαρίου 2010 ο αντιπρόεδρος της κυβέρνησης Θεόδωρος Πάγκαλος σχολίασε: «[οι ναζί] πήραν τον ελληνικό χρυσό που υπήρχε στην Τράπεζα της Ελλάδος, πήραν

ελληνικά χρήματα, τα οποία ποτέ δεν επέστρεψαν». Και κατέληξε: «Δεν ισχυρίζομαι πως πρέπει υποχρεωτικά να επιστρέψουν τα χρήματα. Μας οφείλουν ωστόσο ένα ευχαριστώ. Και δεν θα έπρεπε να παραπονιούνται τόσο πολύ πως κλέβουμε και πως δεν είμαστε αρκετά συγκεκριμένοι στις οικονομικές μας συμφωνίες». Σε αυτή τη βάση το συναισθηματικό μήνυμα που έστειλαν οι ελληνικές πολιτικές ελίτ ήταν ότι η Ελλάδα εγκλωβιζόταν σε έναν λαβύρινθο από μια χώρα με καταστροφικό και ασυγχώρητο παρελθόν.

## 9. Η κύρια ευθύνη

Η ευθύνη για την τρέχουσα ελληνογερμανική παρεξήγηση έγκειται κυρίως στους πολιτικούς. Σε ό,τι αφορά την ελληνική πλευρά, οι Έλληνες καταδικάζουν διαρκώς την καγκελάρια Merkel και τον υπουργό Οικονομικών Schäuble για τον αργό θάνατο της ελληνικής οικονομίας. Η δαιμονοποίηση του Μνημονίου Κατανόησης, που συντάχθηκε τον Μάιο του 2010, αλλά και της Γερμανίας έχει καλλιεργήσει στο εσωτερικό της χώρας την ψευδαίσθηση ότι υπάρχει εναλλακτική πέραν των δανείων από την Ευρωπαϊκή Ένωση και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο. Η ψευδαίσθηση αυτή έχει δημιουργήσει στους Έλληνες ελπίδες για λιγότερη λιτότητα και έχει προκαλέσει έντονες αντιδράσεις απέναντι στο Βερολίνο.

Οι έλληνες πολιτικοί, στην προσπάθειά τους να βρουν έναν αποδιοπομπαίο τράγο, έχουν κατηγορήσει σε μεγάλο βαθμό τους ξένους και κυρίως τη Γερμανία. Παραλλήλως επιχείρησαν να καταδείξουν στους Έλληνες πολίτες –και επομένως στην εκλογική τους πελατεία– ότι αγωνίζονται να προστατεύσουν μισθούς και συντάξεις από την επιθετική και επίμονη τρόικα. Σε αυτή τη βάση οι διαπραγματεύσεις μεταξύ του ελληνικού κράτους και των διεθνών πιστωτών του έγιναν αντιληπτές ως ένα παίγνιο «μηδενικού αθροίσματος» και όχι ως παίγνιο όπου κερδίζουν και οι δύο. Η κύρια πρόθεση του ελληνικού πολιτικού προσωπικού ήταν να χρησιμοποιήσει τη μανιχαϊστική λογική αναλαμβάνοντας το ίδιο τον ρόλο του «καλού» και αποδίδοντας στους ξένους –κυρίως τους Γερμανούς– τον ρόλο των «κακών».<sup>50</sup>

Σε ένα τέτοιο αντιγερμανικό κλίμα, που τροφοδοτήθηκε από την πολιτική ρητορεία των ελλήνων πολιτικών, τα εγχώρια ΜΜΕ υιοθέτησαν φυσικά ανάλογη στάση. Ιδιαίτερα πολιτικοποιημένα στην πλειοψηφία τους και συχνά εξαρτώμενα από

---

<sup>50</sup> Στο ίδιο.

κρατική οικονομική στήριξη ήταν αναμενόμενο να ακολουθήσουν την ημερήσια διάταξη που έθεσε το εθνικό πολιτικό προσωπικό και να επιρρίψουν τις ευθύνες στο σημαντικότερο κράτος της ευρωζώνης. Συνολικά φαίνεται ότι κατά τη διάρκεια της τρέχουσας κρίσης ο αντιγερμανισμός έχει πάρει τη θέση του αντιαμερικανισμού στον λόγο των ΜΜΕ. Αυτός ο αντιγερμανισμός στην κάλυψη της ειδησεογραφίας προσλαμβάνει ακόμη μεγαλύτερες διαστάσεις, όταν λάβουμε υπ' όψιν ότι σημαντικό μέρος της ελληνικής κοινωνίας υποφέρει πράγματι από ανεργία και φτώχεια και χρειάζεται να κατασκευάσει έναν εχθρό στον οποίο μπορεί εύκολα να επιτεθεί και να κατηγορήσει δημοσίως.

Τέλος εξίσου σημαντική είναι η παρατήρηση ότι η δαιμονοποίηση της Γερμανίας στον ελληνικό λόγο –παρά τις διαφορετικές αποχρώσεις της κάλυψης μετά τον Σεπτέμβριο του 2012– συνεπάγεται τη σχεδόν ολοκληρωτική απουσία της ευρωπαϊκής δημόσιας σφαίρας. Η δημιουργία μιας ευρωπαϊκής ταυτότητας με έναν εποικοδομητικό ρόλο για τους δημοσιογράφους φαίνεται να είναι μάλλον ουτοπία. Ενώ για την πλειοψηφία των ελλήνων δημοσιογράφων η Γερμανία είναι υπεύθυνη για την κρίση στην ευρωζώνη, για τους γερμανούς συναδέλφους τους εκείνη που τροφοδοτεί το πρόβλημα είναι η Ελλάδα. Από την άποψη αυτή φαίνεται πως ένα ευρωπαϊκό φαινόμενο έχει ερμηνευτεί σε μεγάλο βαθμό ως διμερές πρόβλημα.