

2011

Η διαχείριση του σεισμικού κινδύνου και ο ρόλος των ΜΜΕ – Ο Σεισμός της 7ης Σεπτεμβρίου 1999 στην Αθήνα



Τμήμα : Πολιτικής Προστασίας

Σπουδάστρια : Βλαχοπούλου Ειρήνη

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια : Γκουντρομίχου Χρύσα

Εθνική Σχολή Τοπικής Αυτοδιοίκησης



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	4
ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΤΜΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ	5
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	6
ABSTRACT	6
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
1.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ – ΜΕΣΑ	11
2. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΕΙΣΜΙΚΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ	13
2.1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΝΝΟΙΩΝ	13
2.1.1. ΣΕΙΣΜΙΚΗ ΔΙΑΚΙΝΔΥΝΕΥΣΗ (R)	13
2.1.2. ΣΕΙΣΜΙΚΗ ΤΡΩΤΟΤΗΤΑ (V)	14
2.1.3. ΣΕΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΙΝΔΥΝΟΤΗΤΑ (H)	14
2.3. Ο ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΙΑΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗΣ	16
3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	19
3.1. ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ	19
3.1.1. ΓΕΝΙΚΑ	19
3.1.2. ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ	24
3.2. Ο ΘΕΤΙΚΟΣ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	28
3.3. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ – ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΟΥ ΣΕΙΣΜΟΥ ΤΗΣ 7^{ης} ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 1999	31
4. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ – Ο ΣΕΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 7^{ης} ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 1999	34
4.1. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΣΕΙΣΜΟ ΤΗΣ 7^{ης} ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 1999	34
4.2. ΤΑ ΜΜΕ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΣΕΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ	35
4.2.1. ΕΘΝΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ	35
4.2.1.1. Γενικά	35
4.2.1.2. Αποτελέσματα Ανάλυσης και Σχολιασμός	36
4.2.2. ΞΕΝΟΣ ΤΥΠΟΣ	43
4.2.3. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	45

5. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΠΡΟΛΗΨΗ ΚΑΙ ΣΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΕΝΟΣ ΣΕΙΣΜΟΥ	49
5.1. ΤΑ ΜΜΕ ΣΕ ΚΑΘΕ ΦΑΣΗ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗΣ	49
5.2. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ	55
5.2.1. ΓΕΝΙΚΑ	55
5.2.2. ΣΤΑΔΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ	57
5.2.3. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΜΜΕ ΚΑΙ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ	61
5.2.4. ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΑΣΚΗΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ	64
6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	65
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	71
Πρωτογενείς Πηγές	71
Βιβλία – Μελέτες - Συνέδρια – Μεταπτυχιακές Εργασίες	71
Άρθρα	76
Διαδικτυακές πηγές	78
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	79
Παράρτημα 1	79

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Σχήμα 1: Κύκλος διαχείρισης έκτακτης ανάγκης - καταστροφής. Απεικόνιση της χρονικής αλληλουχίας των κυριότερων φάσεων. _____	15
Σχήμα 2: “Cycle de la crise” Ο κύκλος διαχείρισης κρίσεων- Εστίαση των ΜΜΕ (ΕΣΑ). _____	18
Σχήμα 3: Σεισμόγραμμα του κύριου σεισμού της Αθήνας στις 07/09/1999. Πηγή: 6 ^ο Φοιτητικό Συνέδριο «Επισκευές Κατασκευών 2000» _____	34
Σχήμα 4: Ο ρόλος των ΜΜΕ σε κάθε φάση του κύκλου διαχείρισης εκτάκτων αναγκών. Πηγή: Know disaster, Tell disaster, Risk Reduction, Training Handbook for Media Professionals, σελ. 9 _____	54
Σχήμα 5: Στάδια επικοινωνιακού σχεδιασμού. Πηγή: ΡΑΗΟ 2007. _____	58
Σχήμα 6: Συνηθισμένες ερωτήσεις δημοσιογράφων. Πηγή: ΡΑΗΟ 2007 _____	64
Γράφημα 1: Πλήθος δημοσιευμάτων σε καθημερινή βάση _____	37
Γράφημα 2: Έκταση δημοσιευμάτων _____	38
Γράφημα 3: Θεματική εικόνων _____	39
Γράφημα 4: Θεματική δημοσιευμάτων _____	41
Γράφημα 5: Θεματική δημοσιευμάτων που αφορούσαν την φάση αποκατάστασης _____	42
Εικόνα 1: Εικόνες από τον σεισμό του 1999 στην Αθήνα. Αριστερά: Εικόνα δυο γυναικών που κλαίνε στα χαλάσματα του σπιτιού τους. Κέντρο: Η κατάρρευση του εργοστασίου Ρικομέξ, Δεξιά: Η ΕΜΑΚ ερευνά για την εύρεση εγκλωβισμένων. Πηγή: Εφημερίδα «Το Βήμα» _____	39
Εικόνα 2: Παράδειγμα Κινδυνολογίας σε Αθηναϊκή Εφημερίδα. Πηγή: Εφημερίδα «Τα Νέα» _____	40
Εικόνα 3: Πάνω αριστερά: Η ΕΜΑΚ κατά τη διαδικασία διάσωσης, Πάνω δεξιά: Ο Ερυθρός Σταυρός στο χώρο προσωρινής στέγασης πληγέντων, Κάτω: Δήλωση διοικητού της ΕΜΑΚ. Πηγή: Αρχείο Ειδήσεων ΕΡΤ _____	47
Εικόνα 4: Τα ΜΜΕ καλύπτουν τα γεγονότα κατά τη φάση της απόκρισης. Πηγή: Εφημερίδα «Καθημερινή» _____	50
Εικόνα 5: Παροχή οδηγιών αυτοπροστασίας. Πηγή: Φωτογραφικό Αρχείο ΟΑΣΠ _____	51
Εικόνα 6: Αφίσα εκστρατείας κατά του σεισμού στην Καλιφόρνια. Πηγή: Earthquake protection, Coburn W. A. και Spense R., 2002. _____	53
Πίνακας 1: Προτεινόμενες και μη δεοντολογικές αρχές. Πηγή: Δημοσιογραφικός Οδηγός 2007. _____	27

ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΤΜΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

ΓΓΠΠ:	Γενική Γραμματεία Πολιτικής Προστασίας
ΕΑΚ:	Ελληνικός Αντισεισμικός Κανονισμός
ΕΜΑΚ:	Ειδική Μονάδα Αντιμετώπισης Καταστροφών
ΕΚΩΣ:	Ελληνικός Κανονισμός Ωπλισμένου Σκυροδέματος
ΕΡΤ:	Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση
ΕΣΗΕΑ:	Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών
ΜΚΟ:	Μη Κυβερνητική Οργάνωση
ΜΜΕ:	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
ΟΑΣΠ:	Οργανισμός Αντισεισμικού Σχεδιασμού και Προστασίας
ΠΟΕΣΥ:	Πανελλήνια Ομοσπονδία Ενώσεων Συντακτών
ESA:	European Space Agency
FEMA:	Federal Emergency Management Agency
PAHO:	Pan American Health Organization
U.N.:	United Nations

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Ελλάδα βρίσκεται σε μια από τις πιο σεισμογενείς ζώνες του πλανήτη και δεδομένου ότι σύμφωνα με τη διεθνή επιστημονική κοινότητα, ο σεισμός ως φυσικό φαινόμενο δεν μπορεί να προβλεφθεί, χρειάζεται να δοθεί ιδιαίτερο βάρος στην πρόληψη και στην ετοιμότητα. Ο ρόλος των ΜΜΕ προς αυτή την κατεύθυνση μπορεί να αποδειχθεί πολύτιμος, αν και μέχρι σήμερα φαίνεται πως δεν έχει αξιοποιηθεί αποτελεσματικά. Τα ΜΜΕ λόγω της ευρείας απήχησής τους, μπορούν μέσω της ενημέρωσης για τους ενδεχόμενους κινδύνους να συμβάλουν στη διαμόρφωση μιας αντισεισμικής παιδείας, η οποία δύναται να μειώσει σε σημαντικό βαθμό τη σοβαρότητα των επιπτώσεων που μπορούν να υπάρξουν.

Συμπληρωματικά, η ένταξη των ΜΜΕ στον επικοινωνιακό σχεδιασμό και στην πραγματοποίηση ασκήσεων πολιτικής προστασίας αναμφισβήτητα θα βοηθήσει αφενός τα ίδια τα ΜΜΕ να ανακαλύψουν τις αδυναμίες τους και να βελτιωθούν και αφετέρου τους επιχειρησιακούς φορείς σχετικά με τον τρόπο διαχείρισης και τον έλεγχο των ΜΜΕ. Η φάση απόκρισης είναι ήδη προτιμητέα από τα ΜΜΕ, ενώ η φάση της αποκατάστασης και ο ρόλος των ΜΜΕ ως μέσο παρακολούθησης της διαδικασίας επαναφοράς της κοινωνίας στην αρχική της κατάσταση είναι αποδυναμωμένος. Ο πρόσφατος σεισμός στην Αθήνα στις 7 Σεπτεμβρίου 1999 επιβεβαιώνει τη στάση των ΜΜΕ σχετικά με τη διαχείριση της πληροφορίας σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Η αναβάθμιση του ρόλου των ΜΜΕ στην επικοινωνιακή διαδικασία αμέσως μετά από ένα καταστροφικό σεισμό αλλά και η ένταξή τους σε κάθε φάση διαχείρισης μιας σεισμικής καταστροφής είναι επιτακτική.

ABSTRACT

Greece is situated in one of the most seismically active zones of the Earth and having in mind that earthquakes cannot be predicted, according to the international scientific community, prediction and mitigation should be given extra attention. In this case, the role of media could be in great value even though it has not been exploited suitably so far. The mass media, due to its wide appeal, through the appropriate education may contribute to the creation of a seismic-prevention culture which may decrease to a great extent the severity of the probable consequences.

Moreover, the inclusion of the mass media at the communication planning and at the civil protection exercises-drills will undoubtedly help the mass media to improve their weaknesses and the operational entities to improve their communication strategies. The response phase is already favorable to the media while the recovery phase and the role of media as a means of observation concerning the recovery of the community are quite weak. The recent earthquake in Athens in the 7th of September 1999 reassures the role of media concerning the information distribution in case of an emergency. The upgrading of the media's role in the communication procedure immediately after a disastrous earthquake is a necessity.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ελλάδα από γεωτεκτονικής πλευράς βρίσκεται σε μια από τις πλέον ενεργές ζώνες του πλανήτη και επομένως εμφανίζει συχνή εκδήλωση πολλών και μεγάλων σεισμών. Αποτέλεσμα αυτού είναι η σύγχρονη κοινωνία να πρέπει να αντιμετωπίζει όλο και πιο συχνά ζητήματα διαχείρισης σεισμικού κινδύνου υιοθετώντας μεθοδολογίες που στοχεύουν στη μείωση και την ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων του κινδύνου.

Για να είναι όμως αυτό εφικτό και αποτελεσματικό θα πρέπει να υπάρξει σχεδιασμός και οργάνωση σε κάθε φάση του κύκλου διαχείρισης καταστροφών και ειδικότερα στις φάσεις της πρόληψης και του μετριασμού των επιπτώσεων. Αν και ο σεισμός ως φυσικό φαινόμενο δεν μπορεί να προβλεφθεί, ωστόσο μέσα από τη σωστή προετοιμασία και μέσω της γνώσης και της ενημέρωσης, η πιθανότητα αυξημένων επιπτώσεων μπορεί να μειωθεί αισθητά.

Οι κυβερνήσεις οφείλουν να έχουν ολοκληρωμένα συστήματα διαχείρισης κρίσεων, ώστε να είναι προετοιμασμένες να αντιμετωπίσουν καταστροφικά συμβάντα. Ωστόσο για να μπορεί να είναι αποτελεσματική η διαχείριση καταστροφικών φαινομένων απαιτείται ένας οργανωμένος συνδυασμός τόσο επιχειρησιακών σχεδίων όσο και επικοινωνιακών, τα οποία θα είναι ενταγμένα στα πρώτα και τα οποία θα αποτρέψουν την εμφάνιση κρίσεων.

Ο ρόλος των ΜΜΕ στην κάλυψη γεγονότων, όπως οι φυσικές καταστροφές είναι εξαιρετικής σημασίας καθώς τα μέσα τίθενται να εξυπηρετήσουν μια σειρά αναγκών που προκύπτουν όπως η ενημέρωση των πολιτών σχετικά με τη στέγαση κ.α. Ο όρος Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας ή Ενημέρωσης (ΜΜΕ) χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τους Αμερικάνους και ακολούθησαν οι Γάλλοι (*Durand J. P. & Well R., 1993 σελ. 533*) ως mass media. Στην Ελλάδα για λόγους συντομίας χρησιμοποιείται ο όρος ΜΜΕ, ο οποίος περιλαμβάνει το σύνολο των τεχνητών μέσων που η λειτουργία τους εξασφαλίζει την ταυτόχρονη μετάδοση μηνυμάτων και ερεθισμάτων που απευθύνονται σε απεριόριστο αριθμό μη συγκεκριμένων προσώπων, κατά κανόνα ανεξάρτητα από την κοινωνική κατηγορία ή το κοινωνικό στρώμα που ανήκουν (*«Φιλοσοφία και Κοινωνικές Επιστήμες» - Εκπαιδευτική Ελληνική Εγκυκλοπαίδεια, Τόμος 22, 1997*). Η κάλυψη φαινομένων όπως οι φυσικές καταστροφές γίνεται τόσο από τις εφημερίδες και την τηλεόραση όσο και από το ραδιόφωνο και το διαδίκτυο.

Για να αναδειχθεί συνεπώς, η σπουδαιότητα της επικοινωνιακής παραμέτρου στην ευρύτερη διαχείριση καταστροφών, **σκοπός της παρούσας εργασίας** είναι η διερεύνηση του υφιστάμενου ρόλου των ΜΜΕ ως προς τη διαχείριση του σεισμικού κινδύνου και η εκτίμηση

της σπουδαιότητάς του σε όλες τις φάσεις διαχείρισης μιας σεισμικής καταστροφής δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην πρόληψη και την ετοιμότητα.

Επιμέρους στόχοι για την επίτευξη του σκοπού της εργασίας είναι:

- να αναλυθεί και να διερευνηθεί ο ρόλος των ΜΜΕ στη διαχείριση σεισμικών καταστροφών.
- να μελετηθεί ο ρόλος των ΜΜΕ στη διαχείριση ενός πραγματικού καταστροφικού συμβάντος στην Ελλάδα. Επιλέχθηκε να μελετηθεί εκτενώς ο πρόσφατος σεισμός της 7^{ης} Σεπτεμβρίου 1999 στην Αθήνα. Η ανάλυση του ρόλου των ΜΜΕ σε αυτό το σεισμό, δύναται να μελετηθεί και βάσει του υφιστάμενου Δημοσιογραφικού Κώδικα Δεοντολογίας για Φυσικές καταστροφές.
- να παρουσιαστεί ο ρόλος που θα μπορούσαν να επιτελέσουν τα ΜΜΕ προς τη διαμόρφωση μιας αντισεισμικής παιδείας και προς μια πολιτική μείωσης του σεισμικού κινδύνου στη χώρα.

Προκειμένου να διερευνηθεί η προσέγγιση των ΜΜΕ στη μελέτη περίπτωσης της εργασίας, πραγματοποιήθηκε διευρυμένη έρευνα και παρατήρηση των δημοσιευμάτων του Αθηναϊκού τύπου, τόσο στην άμεση μετακαταστροφική περίοδο, όσο και στην μετέπειτα φάση της αποκατάστασης, στην περίπτωση του σεισμού της Αθήνας στις 07-09-1999. Τα δημοσιεύματα που διερευνήθηκαν προέρχονται από τις εφημερίδες: Το Βήμα, Τα Νέα, Ελευθεροτυπία, Καθημερινή, Ριζοσπάστης και συνολικά, διερευνήθηκαν 894 δημοσιεύματα.

Η χρονική περίοδος διερεύνησης των δημοσιευμάτων είναι από τις 08-09-1999 έως τις 31-10-1999. Ταυτόχρονα, εξετάστηκε και η ύπαρξη άρθρων επετειακά μετά από ένα, δύο ή δέκα χρόνια. Διερευνήθηκαν όλα τα άρθρα των εφημερίδων σε καθημερινή βάση και έγινε προσπάθεια να κατανεμηθούν σε διάφορες κατηγορίες με βάση ένα σύνολο ερωτήσεων που διαμορφώθηκε (**Παράρτημα 1**). Συμπληρωματικά προς την παραπάνω έρευνα, διερευνήθηκαν και δημοσιεύματα του ξένου τύπου καθώς και αρχεία από την τηλεόραση .

Η παρούσα εργασία διαρθρώνεται σε έξι κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο αναφέρονται κάποιες εισαγωγικές παρατηρήσεις καθώς και ο σκοπός και οι στόχοι της εργασίας. Επιπροσθέτως, στο πρώτο κεφάλαιο αναφέρονται η μεθοδολογία και τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν για την συγγραφή της παρούσας εργασίας. Το δεύτερο κεφάλαιο ασχολείται με την ανάλυση κάποιων βασικών εννοιών που αφορούν στη σεισμική διακινδύνευση, τρωτότητα και επικινδυνότητα, παρουσιάζεται ο κύκλος διαχείρισης μιας καταστροφής καθώς και ο ρόλος των ΜΜΕ σε κάθε φάση του κύκλου. Το τρίτο κεφάλαιο αφορά στο ρόλο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης δίνοντας έμφαση στον υφιστάμενο Δημοσιογραφικό Κώδικα Δεοντολογίας. Επιπλέον αναφέρεται ο θετικός και αρνητικός ρόλος

των ΜΜΕ στη διαχείριση μιας καταστροφής ενώ έπειτα αναλύεται η ελληνική επικοινωνιακή πολιτική όπως αυτή είναι διαμορφωμένη μέχρι σήμερα. Η παρουσίαση μιας μελέτης περίπτωσης του σεισμού της 7^{ης} Σεπτεμβρίου 1999 στην Αθήνα, αφορά τη θεματολογία του τέταρτου κεφαλαίου. Συγκεκριμένα παρουσιάζεται συνοπτικά το περιστατικό ενώ ακολουθεί και μια έρευνα σχετικά με τη διαχείριση της πληροφορίας από τα ΜΜΕ (εθνικός τύπος, ξένος τύπος, τηλεόραση). Το πέμπτο κεφάλαιο αφορά στο ρόλο των ΜΜΕ στην πρόληψη και στη μείωση των επιπτώσεων ενός σεισμού. Συγκεκριμένα, σε πρώτο επίπεδο παρουσιάζεται ο ρόλος που τα ΜΜΕ δύνανται να διαδραματίσουν σε κάθε φάση διαχείρισης μιας καταστροφής και σε δεύτερο επίπεδο παρουσιάζεται η αναγκαιότητα ύπαρξης επικοινωνιακού σχεδιασμού με σκοπό την αποτελεσματική διαχείριση και μετάδοση της πληροφορίας τόσο από τα ΜΜΕ όσο και από τους επιχειρησιακά εμπλεκόμενους φορείς. Επίσης, στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η σημασία ύπαρξης ενός κλίματος συνεργασίας μεταξύ των ΜΜΕ και των επιχειρησιακών φορέων καθώς της ύπαρξης ασκήσεων πολιτικής προστασίας με σκοπό τον έλεγχο της αποτελεσματικότητας των επικοινωνιακών σχεδίων που αναφέρθηκαν. Τέλος, στο έκτο κεφάλαιο παρατίθενται κάποια συμπεράσματα και προτάσεις σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο τα ΜΜΕ μπορούν να συμβάλουν σε κάθε φάση διαχείρισης μιας καταστροφής δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στις φάσεις της πρόληψης και της ετοιμότητας λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες του σεισμικού κινδύνου.

1.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ – ΜΕΣΑ

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε στην παρούσα εργασία, προκειμένου να επιτευχθούν οι επιμέρους στόχοι της όπως αυτοί αναφέρονται στην εισαγωγή, περιλαμβάνει τα ακόλουθα στάδια:

- Βιβλιογραφική αναζήτηση (βιβλία, άρθρα, ανακοινώσεις σε διεθνή συνέδρια και διεθνή επιστημονικά περιοδικά, δημοσιεύματα, αναλύσεις, μελέτες, διπλωματικές ή μεταπτυχιακές εργασίες κ.α.), τόσο σε βιβλιοθήκες ελληνικών πανεπιστημίων όσο και σε διαδικτυακές βιβλιοθήκες, σχετικά με τη διαχείριση της πληροφορίας σε καταστάσεις κρίσεων από φυσικές καταστροφές και το ρόλο των ΜΜΕ καθώς και σχετικά με αναφορές για τη μελέτη περίπτωσης που θα αναλυθεί στη συνέχεια.
- Μελέτη των αναφορών, προκειμένου να αναδειχθεί ο ρόλος των ΜΜΕ στη διαχείριση της σεισμικής καταστροφής σε όλες τις φάσεις της.
- Συγκριτική ανάλυση των δημοσιευμάτων σχετικών με το σεισμό της Αθήνας στις 7 Σεπτεμβρίου του 1999.
- Αναζήτηση οπτικοακουστικού υλικού από τον κρατικό τηλεοπτικό σταθμό ΕΡΤ.
- Διεξαγωγή συμπερασμάτων και παρουσίαση προτάσεων προς βελτίωση της υφιστάμενης κατάστασης.

Η παρούσα εργασία βασίζεται τόσο σε βιβλιογραφική αναφορά όσο και σε ανάλυση και επεξεργασία δημοσιευμάτων σχετικά με μια μελέτη περίπτωσης και συγκεκριμένα το σεισμό της 7ης Σεπτεμβρίου 1999 στην Αθήνα. Η συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης επιλέχθηκε για πολλούς λόγους. Ο πρώτος λόγος ήταν το γεγονός ότι πρόκειται για ένα σεισμό ο οποίος έλαβε χώρα στο μεγαλύτερο αστικό κέντρο της Ελλάδας, την πρωτεύουσα, και επομένως παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Συμπληρωματικά, το γεγονός ότι η καταστροφή έλαβε χώρα πολύ κοντά στα κέντρα λήψης αποφάσεων αποτελεί επίσης ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του συγκεκριμένου σεισμού. Τέλος, ο σεισμός του 1999 υπήρξε ένας καταστροφικός σεισμός με πολλά θύματα, με αποτέλεσμα μια πληθώρα δημοσιευμάτων να είναι διαθέσιμη για έρευνα.

Για την αποτελεσματικότερη προσέγγιση της μελέτης περίπτωσης συγκεντρώθηκαν όλα τα άρθρα από πέντε αθηναϊκές εφημερίδες για την περίοδο από 08-09-1999 έως 31-10-1999 και τα οποία αφορούσαν στο σεισμό της Αθήνας το 1999. Επιπλέον, συγκεντρώθηκαν και κάποια ξενόγλωσσα άρθρα από σημαντικές εφημερίδες του αγγλικού, γαλλικού και ιταλικού τύπου με την ίδια θεματολογία.

Παράλληλα για τη μελέτη του συγκεκριμένου σεισμού, αναζητήθηκαν αναφορές και στην τηλεόραση. Σχετικά με την τηλεόραση εθεάθησαν κάποια τηλεοπτικά αρχεία από το ιστορικό αρχείο της ΕΡΤ με σκοπό να διερευνηθεί ο τρόπος διαχείρισης της πληροφορίας σχετικά με το σεισμό από ένα πολύ δημοφιλές Μέσο Μαζικής Ενημέρωσης όπως η τηλεόραση.

Χρησιμοποιώντας συνεπώς όλα τα παραπάνω στοιχεία προέκυψαν κάποια συμπεράσματα, τα οποία και παρατίθενται στο ανάλογο κεφάλαιο της εργασίας.

Επομένως, για την περάτωση της συγκεκριμένης εργασίας, τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν είναι τα εξής:

- Ελληνική Βιβλιογραφία
- Ξένη Βιβλιογραφία
- Άρθρα
- Διαδίκτυο
- Δημοσιογραφικά άρθρα ελληνικών εφημερίδων
- Δημοσιογραφικά άρθρα ξένων εφημερίδων
- Τηλεοπτικό αρχείο ΕΡΤ
- Σημειώσεις από σεμινάρια και συνέδρια.
- Σημειώσεις από την Εθνική Σχολή Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- Μεταπτυχιακές και διπλωματικές εργασίες

Τόσο στην ελληνική όσο και στην ξένη βιβλιογραφία υπάρχουν αξιόλογες προτάσεις, οι οποίες και λήφθηκαν υπόψη κατά την παρούσα εργασία. Ωστόσο αξίζει να αναφερθεί ότι στην περίπτωση των άρθρων που αφορούν σε θέματα στρατηγικής διαχείρισης κρίσεων και δημοσιογραφίας καθώς και σε θέματα σχετικά με την ένταξη των ΜΜΕ στην διαχείριση των καταστροφών η ξένη βιβλιογραφία παρουσιάζεται πιο πλούσια σε σχέση με την ελληνική.

2. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΕΙΣΜΙΚΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Η διακινδύνευση σεισμικής καταστροφής λαμβάνει υπόψη συνδυασμένα τόσο τη σεισμική διακινδύνευση, όσο και τις δυνατότητες μιας περιοχής να αντιμετωπίσει μια καταστροφή και να ανακάμψει από αυτή. Αποτελεί λοιπόν μια βάση για τη λήψη αποφάσεων αντισεισμικής προστασίας που επιτρέπει να ιεραρχούνται πιο ισορροπημένα στην κλίμακα προτεραιοτήτων οι προληπτικές επεμβάσεις (Δανδουλάκη Μ., 2008).

2.1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΝΝΟΙΩΝ

2.1.1. ΣΕΙΣΜΙΚΗ ΔΙΑΚΙΝΔΥΝΕΥΣΗ (R)

Αναφέρθηκε προηγουμένως, πως η εμφάνιση σεισμικής δραστηριότητας δύναται να έχει μεγάλες επιπτώσεις σε επίπεδο ανθρώπινων ζώων, αλλά και στο δομικό περιβάλλον. Ένας τρόπος ποσοτικοποίησης αυτών των συνεπειών-επιπτώσεων είναι η έννοια της σεισμικής διακινδύνευσης. Με την έννοια αυτή νοείται ο αναμενόμενος βαθμός απωλειών σε όλα τα υπό διακινδύνευση στοιχεία. Οι επιπτώσεις μιας φυσικής καταστροφής δεν έχουν μόνο οικονομική πτυχή αλλά ταυτόχρονα επηρεάζουν και το σύνολο της κοινωνικής δραστηριότητας. Η έννοια της διακινδύνευσης επικεντρώνεται στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των επιπτώσεων και όχι τόσο στα ποσοτικά. Για παράδειγμα, η διακινδύνευση μπορεί να χαρακτηρίσει δομικές βλάβες έργων υποδομής, οικονομικοκοινωνικές επιπτώσεις, ανθρώπινες και λειτουργικές απώλειες καθώς και μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες επιρροές στην ανθρώπινη δραστηριότητα.

Για να δοθεί έμφαση και στα ποσοτικά χαρακτηριστικά της διακινδύνευσης, έχουν διατυπωθεί προτάσεις οι οποίες όμως έχουν άμεση σχέση με τη σεισμική επικινδυνότητα και τη τρωτότητα. Οι δυο αυτές παράμετροι αναφέρονται στην πιθανότητα να συμβεί ένας σεισμός εντός ορισμένου χρονικού διαστήματος, και στην ευπάθεια των δομημάτων στις σεισμικές διεγέρσεις εντός της περιοχής αυτής. Ωστόσο και οι δυο αυτές παράμετροι εξαρτώνται από ένα σύνολο άλλων παραγόντων.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, προκύπτει ο εξής τύπος για τη σεισμική διακινδύνευση (Παπαζάχος, 1997):

$$R=H*V$$

2.1.2.ΣΕΙΣΜΙΚΗ ΤΡΩΤΟΤΗΤΑ (V)

Η Διεθνής Κοινότητα (*U.N. 2005*) ορίζει ως τρωτότητα τις συνθήκες εκείνες που καθορίζονται από φυσικά, κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά αίτια και αυξάνουν την ευπάθεια ενός στοιχείου έναντι των επιπτώσεων ενός κινδύνου. Ως σεισμική τρωτότητα νοείται η προδιάθεση ενός στοιχείου να υποστεί βλάβη όταν αυτό υποβάλλεται σε σεισμική ένταση.

Δεν είναι όλες οι κοινωνίες το ίδιο τρωτές σε ένα κίνδυνο. Οι διάφορες αλλαγές σε κοινωνικοοικονομικό επίπεδο δύνανται να αυξήσουν την τρωτότητα μιας περιοχής. Τα διάφορα μέτρα συνεπώς για τη μείωση της τρωτότητας μιας περιοχής οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη αυτές τις αλλαγές έτσι ώστε να μειώσουν τις ενδεχόμενες επιπτώσεις. Τέτοιου είδους μέτρα μπορούν να μειώσουν την αδυναμία μιας κοινωνίας απέναντι σε μια ενδεχόμενη καταστροφή. Για παράδειγμα η επένδυση σε αντισεισμικές υποδομές, μπορεί να μειώσει σημαντικά τις απώλειες μιας κοινωνίας από ένα σεισμό.

Η τρωτότητα μπορεί να διακριθεί σε τρεις κατηγορίες: υλική, οργανωσιακή και κοινωνικοψυχολογική τρωτότητα (*Graham A et al., 1997, σελ. 33*). Η έλλειψη πόρων και τα υψηλά επίπεδα φτώχειας αναφέρονται στην υλική τρωτότητα. Από την άλλη κοινωνίες, οι οποίες έχουν ελλείψεις σε οργανωσιακό επίπεδο (είτε σε επίπεδο κράτους, είτε σε τοπικό επίπεδο, ακόμα και σε επίπεδο οικογένειας), είναι περισσότερο τρωτές από αυτές που έχουν πιο σταθερές δομές. Τέλος, η τελευταία κατηγορία τρωτότητας, αν και είναι λιγότερο ξεκάθαρη, θεωρείται πως αφορά στη δυνατότητα αντιμετώπισης των τραυμάτων στις κοινωνικές και ατομικές δομές, αλλά και του μετατραυματικού στρες που μπορεί να προκαλέσουν οι καταστροφές στα θύματα τους.

2.1.3.ΣΕΙΣΜΙΚΗ ΕΠΙΚΙΝΔΥΝΟΤΗΤΑ (H)

Η δεύτερη παράμετρος προσέγγισης της διακινδύνευσης είναι η επικινδυνότητα. Ως κίνδυνος, νοείται οποιοδήποτε φυσικό γεγονός, φαινόμενο ή ανθρώπινη ενέργεια δύναται να προξενήσει βλάβη στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον (*U.N., 2004*). Η σεισμική επικινδυνότητα, αφορά την πιθανότητα να συμβεί ένα σεισμικό γεγονός ίσο ή μεγαλύτερο από το αναμενόμενο εντός ορισμένης χρονικής περιόδου το οποίο θα διεγείρει μια περιοχή.

2.2. ΚΥΚΛΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΩΝ

Η διαχείριση μιας καταστροφής είναι μια κυκλική διεργασία και αποτελείται από τέσσερις φάσεις: την πρόληψη, την ετοιμότητα, την αντιμετώπιση και την αποκατάσταση.

Η πρόληψη περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών - δράσεων που πρέπει να γίνουν πριν την καταστροφή, και διασφαλίζουν ότι οι καταστροφές θα αποτραπούν ή οι συνέπειές τους θα μετριαστούν σε ένα βαθμό.

Η ετοιμότητα αναφέρεται στο σύνολο των ρυθμίσεων που διασφαλίζουν ότι όλες οι υπηρεσίες και οι πόροι που είναι απαραίτητοι για την αντιμετώπιση των συνεπειών της καταστροφής θα κινητοποιηθούν αποτελεσματικά.

Η αντιμετώπιση περιλαμβάνει το σύνολο των δράσεων που υλοποιούνται κατά τη διάρκεια και αμέσως μετά την καταστροφή, για να διασφαλίσουν ότι οι επιπτώσεις της ελαχιστοποιούνται και ότι δίδονται στους πληγέντες τα απαραίτητα.

Η αποκατάσταση είναι το σύνολο των δράσεων με τις οποίες υποστηρίζονται οι πληγείσες περιοχές στην ανακατασκευή των υποδομών. Διασφαλίζεται έτσι η επαναφορά στην προ της καταστροφής κατάσταση από οικονομικής, κοινωνικής και ψυχολογικής πλευράς. (Σημειώσεις Γκουντρομίχου Χ., 2011)

Σχήμα 1: Κύκλος διαχείρισης έκτακτης ανάγκης - καταστροφής. Απεικόνιση της χρονικής αλληλουχίας των κυριότερων φάσεων.

Πηγή: Σημειώσεις, Γκουντρομίχου Χ., 2011, σελ. 2



2.3. Ο ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΙΑΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗΣ

Αναμφισβήτητα, ο ρόλος των ΜΜΕ κατά τη διαχείριση μιας καταστροφής είναι κρίσιμος. Συγκεκριμένα, τα ΜΜΕ κάποιες φορές αποτελούν τον μοναδικό τρόπο πληροφόρησης των πολιτών μετά την εκδήλωση ενός καταστροφικού φαινομένου (*Scanlon J. χ. χ.*). Ωστόσο, ενώ τα ΜΜΕ θα μπορούσαν να συμβάλουν σημαντικά σε όλες τις φάσεις διαχείρισης μιας καταστροφής, φαίνεται πως εστιάζουν μόνο στην φάση της απόκρισης και συγκεκριμένα στην άμεση μετακαταστροφική περίοδο.

Τα ΜΜΕ μπορούν να αφιερώσουν ακόμα και 24ωρα ασχολούμενα με ένα μεμονωμένο περιστατικό, επικεντρωμένα στις ανάγκες εκκένωσης περιοχών, στις περιπτώσεις διασώσεων, σε κάθε περίπτωση όπου υπάρχει θύμα ή τραυματίας, στις περιπτώσεις παροχής άμεσης βοήθειας καθώς και σε ότι αφορά την αξιολόγηση των επιπτώσεων της καταστροφής. Παρατηρείται σε αυτή τη φάση μια υπερπροσπάθεια των μέσων να πάρουν πληροφορίες από όποιον είναι δυνατό και να τις μεταδώσουν ακόμα και αν δεν έχουν ακόμη διασταυρωθεί. Αυτός είναι ουσιαστικά ο ρόλος τους, η συνεχής μετάδοση πληροφοριών. Αρκετές είναι οι περιπτώσεις αναμετάδοσης πληροφοριών που προέρχονται από ανταγωνιστικά ΜΜΕ σε περίπτωση που κριθεί ότι αξίζει να ειπωθούν. (*Scanlon J., χ. χ.*)

Επομένως, είναι εμφανές ποιός είναι ο υφιστάμενος ρόλος των ΜΜΕ σήμερα, τουλάχιστον στο μεγαλύτερο ποσοστό. Ελάχιστες είναι οι πληροφορίες που αφορούν στην φάση της πρόληψης και της ετοιμότητας ενώ ελάχιστη είναι επίσης και η ενασχόληση με τη φάση της αποκατάστασης. Αυτό βέβαια οφείλεται και στο γεγονός πως ένα μέσο μαζικής ενημέρωσης αποτελεί σε κάθε περίπτωση και μια επιχείρηση η οποία αποσκοπεί στο κέρδος για να μπορεί να επιβιώσει. Η φάση συνεπώς της απόκρισης είναι αναμφισβήτητα περισσότερο κερδοφόρα, καθώς όλοι ενδιαφέρονται να πληροφορηθούν για κάτι το οποίο έχει συμβεί και έχει σοβαρές επιπτώσεις όχι μόνο στους ίδιους αλλά πιθανώς και σε συγγενικά πρόσωπα, παρά για κάτι το οποίο δύναται να συμβεί.

Το δυνατό σημείο της φάσης της απόκρισης, το οποίο και την καθιστά προτιμητέα στα ΜΜΕ είναι η ύπαρξη ανθρώπινου πόνου. Συγκεκριμένα, πρόκειται για ένα φαινόμενο το οποίο συναντάται κυρίως στην τηλεόραση. Η κυρίαρχη εικόνα, ακόμα και όταν συνοδεύεται από λόγο, γίνεται ο μάντας μεταφοράς του μηνύματος του πόνου (*Clark D., 2007*). Στόχος του μέσου είναι να ενεργοποιηθεί η περιέργεια του τηλεθεατή ώστε να αυξήσει το ενδιαφέρον του και να εντείνει την προσοχή του. Αυτή η τυπική διαδικασία παραγωγής

τηλεοπτικού θεάματος, με προϊόν τον πόνο συνιστά και την εμπορευματοποίησή του. Ο τηλεθεατής θα ταυτιστεί, θα διαφοροποιηθεί ή θα μείνει απαθής απέναντι σε αυτό που βλέπει αλλά δεν πρόκειται να αλλάξει τηλεοπτικό σταθμό. Αυτό είναι όμως και το ζητούμενο καθώς η μέτρηση της τηλεθέασης σε αναλογική σχέση με τον διαφημιστικό χρόνο αποτελεί το κυρίαρχο οικονομικό μέγεθος από το οποίο εξαρτάται η βιωσιμότητα του μέσου (*Παναγιωταρέα Α. χ. χ., σελ. 2*).

Απαιτείται συνεπώς, η εύρεση ενός τρόπου ελέγχου των ΜΜΕ, καθώς είναι αποδεκτό το γεγονός ότι τα ΜΜΕ συχνά λειτουργούν ως καθρέφτης, παρουσιάζοντας ουσιαστικά ό,τι βλέπουν. Για να αλλάξει λοιπόν η εικόνα που μεταδίδουν τα ΜΜΕ πρέπει να αλλάξει πρώτα η εικόνα που υπάρχει προς μετάδοση, γεγονός το οποίο μπορεί να επιτευχθεί μέσα από την σωστή επικοινωνιακή διαχείριση μιας κρίσης αλλά κυρίως μέσω της ολοκληρωμένης εικόνας που πρέπει να παρουσιάζεται από τους επιχειρησιακούς φορείς κατά τη φάση της απόκρισης. Αν για παράδειγμα ο μεγάλος αριθμός αστέγων μετά από ένα σεισμό δεν μπορεί άμεσα να εξυπηρετηθεί από τις δομές της πολιτείας είναι αναμενόμενο τα ΜΜΕ να εστιάσουν σε αυτό. Σε περίπτωση όμως που η στέγαση των πληγέντων αποτελεί διαδικασία και μέρος προγενέστερου σχεδιασμού, γεγονός που έχει ως συνέπεια την άμεση ανταπόκριση της πολιτείας προς την αποκατάσταση των αστέγων με εφαρμογή προγραμμάτων άμεσης και προσωρινής στέγασης, τα ΜΜΕ δεν θα μπορούσαν να εστιάσουν σε μια άσχημη εικόνα μιας μη οργανωμένης κοινωνίας.

Επιπροσθέτως, χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο πρόσφατος καταστροφικός σεισμός στην Ιαπωνία. Παρά τις μεγάλες καταστροφές που συνέβησαν, τα ΜΜΕ δεν εστίασαν στον ανθρώπινο πόνο παρά μόνο στο μέγεθος των καταστροφών. Αυτό φυσικά συνέβη γιατί ο μηχανισμός πολιτικής προστασίας της Ιαπωνίας λειτούργησε σε τέτοιο βαθμό ώστε υπήρξε άμεσα ψυχοκοινωνική παρέμβαση αλλά και κάλυψη των αναγκών των πληγέντων σε τέτοιο βαθμό ώστε στην ουσία να μην υπάρχει κάτι που να μπορεί να σχολιαστεί αρνητικά από τα ΜΜΕ. Γίνεται συνεπώς εύκολα αντιληπτό το γεγονός πως η εικόνα που παρουσιάζουν τα ΜΜΕ εξαρτάται άμεσα από αυτό που βλέπουν στην πραγματικότητα (*Παπατριανταφύλλου Γ., 2011*).

Ωστόσο, παρατηρείται μια γενική έλλειψη ενδιαφέροντος τόσο από τους πολίτες όσο και από τα ΜΜΕ σε θέματα πολιτικής προστασίας, γεγονός που οφείλεται στην έλλειψη παιδείας στα σχετικά θέματα. Ένας ολοκληρωμένος σχεδιασμός ο οποίος θα περιλαμβάνει τα ΜΜΕ σε όλες τις φάσεις διαχείρισης μιας καταστροφής με κύριο στόχο την ενημέρωση στη φάση της πρόληψης αλλά και την πληροφόρηση αρκετά μετά την καταστροφή, στη φάση της αποκατάστασης, μπορεί να λειτουργήσει ως καταλύτης ευαισθητοποίησης του πληθυσμού σε

θέματα πολιτικής προστασίας γενικά, αλλά και να συμβάλλει στη χάραξη πολιτικής μείωσης των επιπτώσεων από ένα καταστροφικό σεισμό.

Σχήμα 2: “Cycle de la crise” Ο κύκλος διαχείρισης κρίσεων- Εστίαση των ΜΜΕ (ΕΣΑ).

Πηγή: European Space Agency (ESA)



3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1. ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ

3.1.1. ΓΕΝΙΚΑ

Ο όρος δημοσιογραφική δεοντολογία περιλαμβάνει το σύνολο των κωδικοποιημένων (ή και άγραφων) κανόνων συμπεριφοράς που ισχύουν στο πλαίσιο του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και που αντλούν τη νομιμοποίησή τους από την ηθική. Πρόκειται δηλαδή για ένα σύνολο ηθικών κανόνων που σχετίζονται ειδικά με την πρακτική του δημοσιογραφικού επαγγέλματος (*Δεληγιάννη Ε. 2004, σελ 75*).

Μια σημαντική διάκριση γίνεται μεταξύ της δεοντολογικής ή κανονιστικής ηθικής και της εμπειριοκρατικής ηθικής. Κανονιστική ηθική θεωρείται ο εκ των προτέρων καθορισμός της ιδεώδους δημοσιογραφικής πρακτικής, των καθηκόντων, ευθυνών και δικαιωμάτων που απορρέουν από το δημοσιογραφικό επάγγελμα. Η εμπειριοκρατική προσέγγιση της ηθικής ασχολείται με το σύνολο αρχών και κανόνων που εφαρμόζει ο δημοσιογράφος καθημερινά στην πράξη, με τις ηθικές επιλογές στις οποίες προβαίνει καθώς και με τα ηθικά ερωτήματα τα οποία τον απασχολούν ανεξάρτητα με τον αν οι ηθικές του επιλογές αναγνωρίζονται ως κανόνες από το ίδιο το επάγγελμα ή όχι.

Ωστόσο, οι δυο αυτές προσεγγίσεις συνθέτουν την επαγγελματική δεοντολογία του δημοσιογράφου ανεξάρτητα από το γεγονός ότι τείνουν να αλληλοσυμπληρώνονται και να συγκρούονται ταυτόχρονα.

Ο νομοθέτης του Συντάγματος του 1975 οικοδόμησε τις ρυθμίσεις του άρθρου 15 για την ραδιοτηλεόραση σύμφωνα με τις οποίες: «1. Οι προστατευτικές για τον τύπο διατάξεις του προηγούμενου άρθρου (αρ. 14 του Συντάγματος του 1952) δεν εφαρμόζονται στον κινηματογράφο, τη φωνογραφία, τη ραδιοφωνία, την τηλεόραση και κάθε άλλο παρεμφερές μέσο μετάδοσης λόγου ή παράστασης. 2. Η ραδιοφωνία και η τηλεόραση υπάγονται στον άμεσο έλεγχο του κράτους και έχουν σκοπό την αντικειμενική και με ίσους όρους μετάδοση πληροφοριών και ειδήσεων, καθώς και προϊόντων του λόγου και της τέχνης. Πρέπει πάντως να εξασφαλίζεται η ποιοτική στάθμη των εκπομπών που επιβάλλει η κοινωνική αποστολή τους και η πολιτιστική ανάπτυξη της χώρας».

Από τις διατάξεις αυτές συνεπώς απορρέουν κάποιες αρχές οι οποίες πρέπει να τηρούνται σε κάθε περίπτωση μετάδοσης πληροφοριών:

Αντικειμενικότητα: η πλήρης και ολοκληρωμένη εφαρμογή της αρχής της αντικειμενικότητας των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών εκπομπών προϋποθέτει αμεροληψία. Η αμεροληψία συνδέεται κατά κύριο λόγο με την ανεξαρτησία που πρέπει να διακρίνει το περιεχόμενο των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών εκπομπών και απαιτεί την κατά το δυνατόν ακριβέστερη και πληρέστερη πληροφόρηση.

Ισοτιμία: Η ισοτιμία συνδέεται αναπόσπαστα με τη θεμελιώδη αρχή της ισότητας που κατοχυρώνουν οι διατάξεις του άρθρου 4, παρ. 1 του Συντάγματος και αναφέρεται τόσο στο περιεχόμενο όσο και στην κατανομή του χρόνου ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών εκπομπών. Με τον όρο ισοτιμία δε νοείται η ισοπεδωτική εξίσωση των πάντων, αλλά αφενός ίση μεταχείριση των ουσιωδώς όμοιων και αφετέρου άνιση μεταχείριση των ουσιωδώς ανόμοιων καταστάσεων.

Ποιότητα: Η ποιοτική στάθμη των προγραμμάτων πρέπει να συμβαδίζει με την κοινωνική αποστολή των ΜΜΕ και να εξυπηρετεί την πολιτιστική ανάπτυξη της χώρας.

Για την προώθηση συνεπώς των αρχών αυτών, συντάχθηκαν διάφοροι κώδικες δημοσιογραφικής δεοντολογίας οι οποίοι έχουν συγκεκριμένους στόχους. Σε πρώτο επίπεδο, στόχος είναι η εξασφάλιση στον πολίτη μιας πληροφόρησης όσο γίνεται πιο αξιόπιστης, και πλήρους ώστε να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα καθώς και η προστασία του πολίτη απέναντι στις καταχρήσεις του τύπου.

Δεύτερος στόχος είναι η παροχή προστασίας στο δημοσιογράφο από κάθε μορφή πίεσης και περιορισμό που θα ήταν δυνατό να τον εμποδίσει να παράσχει στο κοινό μια πληροφόρηση αξιόπιστη, πλήρη και που να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, καθώς και η παροχή προστασίας σε όσους ασκούν το επάγγελμα από κάθε μορφή πίεσης και περιορισμό που θα τους εμπόδιζε να δράσουν σύμφωνα με τη συνείδησή τους.

Τέλος, τρίτος στόχος είναι η εξασφάλιση της καλύτερης δυνατής κυκλοφορίας της πληροφορίας σύμφωνα με την αποστολή του τύπου στις δημοκρατικές κοινωνίες.
(Δεληγιάννη Ε., 2004)

Γίνεται συνεπώς εύκολα αντιληπτό το γεγονός πως οι κανόνες δεοντολογίας εκφράζουν ιδεώδη στα οποία τείνει η συνείδηση του δημοσιογράφου μέσα από την υιοθέτηση αξιών και αρχών αποδεκτών σε παγκόσμιο επίπεδο.

Στην Ελλάδα, οι κώδικες δεοντολογίας περιέχονται στα καταστατικά των πέντε Ενώσεων Συντακτών, στη Συλλογική Σύμβαση ΕΡΤ - ΕΣΗΕΑ και στην κοινή ανακοίνωση των πέντε

ενώσεων συντακτών (ΠΟΕΣΥ). Το 1998 η ΕΣΗΕΑ ψήφισε έναν αυτοτελή Κώδικα δεοντολογικών αρχών του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

Το προοίμιο του Καταστατικού της ΕΣΗΕΑ περιέχει βασικές αρχές δεοντολογίας που αποτελούν τον «όρκο τιμής» του δημοσιογράφου και των οποίων η παραβίαση αποτελεί σοβαρό πειθαρχικό παράπτωμα. Παρόλα αυτά, η διατύπωση είναι τόσο γενική που δύσκολα θα μπορούσε να διωχθεί ένας δημοσιογράφος βάσει των αρχών αυτών.

Γενικά η ανάλυση των κανόνων οδηγεί στο συμπέρασμα ότι αποτελούν περισσότερο «ευχή» παρά συγκεκριμένο κανόνα με σαφή όρια ανάμεσα στο ηθικό και στο ανήθικο, στο νόμιμο και στο παράνομο. Ο νέος Κώδικας της ΕΣΗΕΑ-ΠΟΕΣΥ αντίθετα είναι πληρέστερος αλλά είναι γεγονός πως στην Ελλάδα ουδέποτε θεσμοθετήθηκε Κώδικας Δεοντολογίας για τον Τύπο με νόμο, δηλαδή ειδικός νόμος περί Τύπου που να περιλαμβάνει κανόνες δεοντολογικού χαρακτήρα, παρά τις σχετικές προτάσεις που έχουν γίνει και οι οποίες έχουν προσκρούσει στις αντιδράσεις των δημοσιογραφικών Ενώσεων και του επαγγέλματος γενικότερα.

Ο νέος Κώδικας Δεοντολογίας της ΕΣΗΕΑ, παρουσιάζει στο προοίμιο του το δημοσιογραφικό επάγγελμα ως λειτούργημα αναγνωρίζοντας σε αυτό καθήκοντα και υποχρεώσεις. Επιπροσθέτως, ο Κώδικας αυτός αποκαλείται «Κώδικας Επαγγελματικής Ηθικής και Κοινωνικής Ευθύνης» αναδεικνύοντας την ευθύνη του δημοσιογράφου απέναντι στο πολίτη.

Ο Κώδικας αυτός αποτελείται από οχτώ άρθρα και στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθούν κάποια σημεία, ιδιαίτερα ενδιαφέροντα τα οποία σχετίζονται με το θέμα της εργασίας. Συγκεκριμένα, στο πρώτο άρθρο του Κώδικα, αναφέρεται η δημοσιοποίηση όλης της αλήθειας ως καθήκον του δημοσιογράφου ενώ ταυτόχρονα κάθε είδους διαστρέβλωση, απόκρυψη ή αλλοίωση πραγματικών περιστατικών προσβάλλει την κοινωνία. Ο δημοσιογράφος οφείλει να μεταδίδει την πληροφορία ανεπηρέαστα αλλά και να ερευνά προκαταβολικά και με αίσθημα ευθύνης την ακρίβεια της πληροφορίας. Πρόκειται για ένα ζήτημα πολύ σημαντικό, καθώς στη σημερινή εποχή παρατηρείται το φαινόμενο της απλής επιβεβαίωσης μιας πληροφορίας από οποιοδήποτε είναι σε θέση να το κάνει και όχι της ουσιαστικής διασταύρωσής της. Σε περιπτώσεις όμως φυσικών καταστροφών μια λανθασμένη πληροφορία, η οποία απλά ειπώθηκε γιατί κάποιος την επιβεβαίωσε, είτε άθελά του είτε ηθελημένα μπορεί να έχει καταστροφικά αποτελέσματα και να οδηγήσει σε φαινόμενα πανικού.

Σημαντική είναι επίσης, η πέμπτη παράγραφος του άρθρου 3, όπου αναφέρεται πως ο δημοσιογράφος καλείται να αντιμετωπίζει με διακριτικότητα και ευαισθησία τους πολίτες,

όταν αυτοί βρίσκονται σε κατάσταση πένθους, ψυχικού κλονισμού και οδύνης. Αξίζει να αναφερθεί πως σε αρκετές περιπτώσεις, οι δημοσιογράφοι έχουν κατηγορηθεί για άκομμη συμπεριφορά και στην ουσία εισβολή στη θλίψη ενός πολίτη ο οποίος μπορεί λόγω κάποιας φυσικής καταστροφής να είχε ανθρώπινες ή υλικές απώλειες.

Πρόκειται για μερικές μόνο από τις αρχές που αναφέρει ο Κώδικας, οι οποίες όμως είναι αρκετές για να γίνει κατανοητό πως το έργο ενός δημοσιογράφου οφείλει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικό και στην περίπτωση των φυσικών καταστροφών, η πιστή εφαρμογή των κανόνων αυτών μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην αποτελεσματική λειτουργία του μηχανισμού αντιμετώπισης.

Σχετικά με την δυνατότητα ρυθμιστικών παρεμβάσεων στη λειτουργία των μέσων μαζικής ενημέρωσης παρατηρούνται τρεις τάσεις. Κάποιοι δημοσιογράφοι αλλά και κάποιες δημοσιογραφικές ενώσεις τάσσονται υπέρ των ρυθμιστικών αυτών παρεμβάσεων και προτείνουν κανονισμούς αλλά και ανεξάρτητα συμβουλευτικά όργανα. Υπάρχουν όμως και άλλοι, οι οποίοι είναι αρνητικοί σε κάθε είδους παρέμβαση, ενώ μια τρίτη ομάδα υποστηρίζει την εφαρμογή ενός γενικού κανονιστικού πλαισίου και ενός συνόλου δεοντολογικών αρχών υποστηρίζοντας ουσιαστικά τη δυνατότητα της αυτορρύθμισης.

Ανεξάρτητα από το ποιά από τις παραπάνω απόψεις είναι σωστή, συχνά προκύπτει το ζήτημα υιοθέτησης κανόνων οι οποίοι πρέπει να εφαρμόζονται σε ειδικές περιπτώσεις. Για παράδειγμα, οι περιπτώσεις φυσικών καταστροφών αποτελούν αγαπημένα θέματα των δελτίων ειδήσεων και συχνά παρατηρούνται φαινόμενα υπερβολής με σκοπό της αύξηση της ακροαματικότητας ή της τηλεθέασης. Σε αυτό το σημείο αναρωτιέται κανείς αν η υιοθέτηση συγκεκριμένων κανόνων για τη διαχείριση της πληροφορίας σε τέτοιες καταστάσεις είναι αναγκαία και επομένως αν πρέπει να υπάρξουν κάποιες αλλαγές στους υπάρχοντες δεοντολογικούς κώδικες.

Οι απόψεις των ελληνικών δημοσιογραφικών ενώσεων αναφέρονται συνοπτικά στη συνέχεια με σκοπό να γίνει αντιληπτή η πρόθεσή τους για τη βελτίωση της υφιστάμενης κατάστασης.

- Η πρώτη άποψη των δημοσιογραφικών ενώσεων αφορά την έλλειψη παροχής εξειδικευμένης γνώσης από τις αρχές της πολιτικής προστασίας ώστε να είναι σε θέση να καλύψουν σωστά τις ειδήσεις που αφορούν σε ακραία φυσικά φαινόμενα. Ταυτόχρονα όμως αναφέρουν και το γεγονός πως ακόμα και στην περίπτωση της εξειδίκευσης, η έλλειψη προσωπικού που παρατηρείται είναι πολύ πιθανό να μην επιτρέψει την κάλυψη του γεγονότος αποκλειστικά από το εξειδικευμένο προσωπικό.

- Υποστηρίζεται, πως ο Κώδικας Δεοντολογίας είναι επαρκής και πως δεν είναι αναγκαία η προσθήκη ρυθμίσεων που αφορούν τα ακραία φυσικά φαινόμενα καθώς υπάρχει το δικαίωμα της αυτορρύθμισης.
- Η άποψη πως οι πληροφορίες πρέπει να διασταυρώνονται είναι σεβαστή αλλά αναφέρεται επίσης το συχνό πρόβλημα αδυναμίας πρόσβασης του δημοσιογράφου στην πηγή πληροφόρησης.
- Ο δημοσιογράφος πρέπει να υπερασπίζεται τον κώδικα δεοντολογίας.
- Υποστηρίζεται η ανάγκη εύρεσης αλλά και αξιοποίησης ενημερωτικού υλικού σχετικού με τα ακραία φυσικά φαινόμενα από τους δημοσιογράφους. Γίνεται συνεπώς λόγος για επιμόρφωση.
- Σημαντικός παράγοντας είναι η έλλειψη τιμωρίας από τα Πειθαρχικά Συμβούλια για παράβαση των αρχών του Κώδικα σε περιπτώσεις ακραίων φυσικών φαινομένων. Συγκεκριμένα, αξίζει να αναφερθεί αυτολεξεί η άποψη της ΕΣΗΕΑ σχετικά με τα θέματα δεοντολογίας και την ευθύνη ενημέρωσης του κοινού περί σεισμών. «Τη στιγμή που εκατοντάδες χιλιάδες πολίτες προσπαθούν να αντιμετωπίσουν τις συνέπειες από το τραγικό κτύπημα του Εγκέλαδου και το σύνολο των Αθηναίων εξακολουθεί να ζει με το φόβο ενός νέου σεισμού, η στάση κυρίως ορισμένων ραδιοτηλεοπτικών μέσων αλλά και εφημερίδων θα πρέπει να χαρακτηριστεί ως απαράδεκτη. Το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΣΗΕΑ χωρίς να παρεμβαίνει στη συζήτηση που γίνεται σε επιστημονικό επίπεδο για τη δυνατότητα πρόβλεψης σεισμών, θεωρεί υποχρέωσή του να εκφράσει τον προβληματισμό του για τη στάση εκείνων των ραδιοτηλεοπτικών μέσων και εφημερίδων που κατά παραβίαση οποιασδήποτε δεοντολογικής αρχής, αντί να συμβάλουν στην υπεύθυνη ενημέρωση του κοινού, επιτείνουν τη σύγχυση και την ανησυχία του κόσμου. Η σωστή, ψύχραιμη και αντικειμενική ενημέρωση του κόσμου αυτή την κρίσιμη στιγμή, αποτελεί ύψιστο καθήκον των δημοσιογράφων» (**Δημοσιογραφικός Οδηγός, Φυσικές καταστροφές και ενεργοποίηση των πολιτών για την αντιμετώπισή τους, 2007**).

Όπως γίνεται συνεπώς αντιληπτό, στην περίπτωση των δημοσιογράφων γίνεται λόγος για κανόνες επαγγελματικής ηθικής ουσιαστικά. Οι κανόνες της ηθικής όμως έχουν ως βασικό χαρακτηριστικό ότι απευθύνονται στον εσωτερικό κόσμο του ατόμου, στη συνείδησή του. Σύμφωνα με τον John C. Merrill, η προσωπική ηθική αποτελεί τον μόνο αποδεκτό περιορισμό κα όριο της δημοσιογραφικής ελευθερίας, δηλαδή η δημοσιογραφική ηθική ταυτίζεται με την

προσωπική ηθική (*Merill J.C., 1974*). Η εμπορευματοποίηση όμως του Τύπου κατέστησε σαφή την αδυναμία του δημοσιογράφου να καθοδηγείται αποκλειστικά από την προσωπική του ηθική.

3.1.2. ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ

Μέχρι αυτό το σημείο, έχει αναφερθεί το γεγονός της έλλειψης ειδικότερης ενημέρωσης των δημοσιογράφων για κάλυψη γεγονότων που αφορούν σε φυσικές καταστροφές. Ωστόσο, το 2007 συντάχθηκε και δημοσιεύτηκε ένας δημοσιογραφικός οδηγός από το Αθηναϊκό - Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων στο πλαίσιο του Κοινοτικού προγράμματος Interreg III B Archimed, Έργο « Media Terra- Δημιουργία Παρατηρητηρίου Μέσων Ενημέρωσης για την ενδυνάμωση της πολιτικής προστασίας στην κεντρική και ανατολική Μεσόγειο». Μεταξύ των στόχων του προγράμματος Media Terra είναι και:

- Η ενεργοποίηση και συμμετοχή των πολιτών για την καλύτερη αντιμετώπιση ενδεχόμενων φυσικών καταστροφών.
- Η κατάστρωση πιλοτικών στρατηγικών και η παραγωγή υλικού για τα μέσα ενημέρωσης προκειμένου να υποβοηθήσει τη συμβολή τους στην ενεργοποίηση και συμμετοχή των πολιτών στα συστήματα πολιτικής προστασίας.
- Τελικός στόχος του προγράμματος Media Terra είναι η δημιουργία και πειραματική λειτουργία ενός Παρατηρητηρίου για τα ΜΜΕ που θα ισχυροποιήσει τα συστήματα πολιτικής προστασίας στην κεντρική και ανατολική λεκάνη της Μεσογείου.

Ο δημοσιογραφικός αυτός οδηγός περιέχει τεχνικές και πρακτικές πληροφορίες για την υποστήριξη των μέσων ενημέρωσης και προτείνει ένα σύνολο ενδεικτικών δεοντολογικών αρχών για τα ΜΜΕ σε καταστάσεις κρίσεων που προκύπτουν από φυσικές καταστροφές. Σε κάθε περίπτωση, στόχος είναι η μεγαλύτερη δυνατή συμμετοχή των πολιτών στα συστήματα πολιτικής προστασίας και η συνεργασία τους με τις κρατικές και τοπικές αρχές.

Οι δημοσιογράφοι δύνανται να βοηθήσουν τις αρχές να συμπεριλάβουν τους πολίτες στα συστήματα πολιτικής προστασίας. Ενημερώνοντας, ευαισθητοποιώντας και ενεργοποιώντας τους πολίτες μπροστά στον κίνδυνο, υπογραμμίζοντας ότι πρέπει να βρίσκονται σε ετοιμότητα για να φροντίσουν τους ίδιους αλλά και τις οικογένειές τους και επισημαίνοντας τη σημασία της πρόληψης.

Ταυτόχρονα όμως, οι δημοσιογράφοι είναι εκείνοι οι οποίοι θα πιέσουν για να λάβουν τις πληροφορίες που θέλουν ενώ την ίδια στιγμή δέχονται πιέσεις τόσο από το κοινό όσο και από τους εργοδότες τους. Ανεξάρτητα από το μέγεθος της καταστροφής, η ανάγκη για ενημέρωση

είναι πολύ μεγάλη κατά την άμεση μετακαταστροφική περίοδο. Εκείνη τη στιγμή το κοινό έχει ανάγκη από ενημέρωση και οδηγίες και οι δημοσιογράφοι είναι υπεύθυνοι για την μετάδοσή τους. Η αναγκαιότητα των δημοσιογράφων συγκεκριμένα έγκειται στις εξής λειτουργίες τους:

- Ικανοποιούν το δημόσιο αίτημα για γρήγορη, ακριβή, σωστή, σαφή και διασταυρωμένη πληροφόρηση.
- Δίνουν οδηγίες για άμεσες ενέργειες.
- Καθησυχάζουν το κοινό ότι καταβάλλεται κάθε προσπάθεια για να τεθεί υπό έλεγχο η κατάσταση.
- Περιορίζουν την αβεβαιότητα και τα ερωτηματικά, ώστε να διατηρείται κλίμα ηρεμίας και να αποφεύγονται φαινόμενα πανικού.

Ταυτόχρονα όμως, και οι δημοσιογράφοι με τη σειρά τους έχουν ένα σύνολο απαιτήσεων από το σύστημα πολιτικής προστασίας όπως:

- Τη συγκέντρωση σωστών και έγκυρων στοιχείων.
- Την τήρηση του κανόνα της ειλικρινούς και έντιμης ενημέρωσης.
- Την αποφυγή μεροληψίας υπέρ ενός μέσου ή δημοσιογράφου.
- Την παροχή λεπτομερών απαντήσεων σε όσο το δυνατόν περισσότερα ερωτήματα.
- Την οργάνωση και το συντονισμό της πληροφόρησης σχετικά με τη λειτουργία και το έργο των σωστικών συνεργείων, των υπηρεσιών, της τοπικής αυτοδιοίκησης και της κυβέρνησης.
- Την πρόβλεψη λειτουργίας μια τηλεφωνικής γραμμής αποκλειστικά για τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προς απάντηση των ερωτημάτων τους.
- Την πρόβλεψη σημείου συνάντησης με τα μέσα ενημέρωσης στην περιοχή που έχει πληγεί από την καταστροφή.

Οι δημοσιογράφοι έχουν την δυνατότητα να ευαισθητοποιήσουν και να ενεργοποιήσουν τους πολίτες, έτσι ώστε να συνεισφέρουν σε τομείς πολιτικής προστασίας. Αυτό είναι εφικτό μέσα από τη δημοσιοποίηση της χρησιμότητας της ατομικής κινητοποίησης και τις ανάγκες του συστήματος πολιτικής προστασίας περιγράφοντας το προφίλ των πολιτών που είναι αναγκαίο στις αρχές πολιτικής προστασίας.

Επιπροσθέτως, η κινητοποίηση των πολιτών μπορεί να επιτευχθεί και μέσα από την παρουσίαση του έργου κάποιων εθελοντών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο επαινώντας τις προσπάθειες και την προσφορά τους. Επίσης, η αξιοποίηση της επικαιρότητας προς

υπογράμμιση της θετικής συνεισφοράς μιας ΜΚΟ με δράση πολιτικής προστασίας μπορεί να συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση των πολιτών.

Το καθήκον των δημοσιογράφων μετά την εμφάνιση ενός καταστροφικού φαινομένου είναι αρκετά συγκεκριμένο καθώς καλούνται να παράσχουν πληροφόρηση προστατεύοντας τόσο τον εαυτό τους όσο και τη δουλειά τους. Για το λόγο αυτό πρέπει να είναι ιδιαίτερα προετοιμασμένοι για να μπορούν να αναλάβουν την κάλυψη τέτοιων γεγονότων αποτελεσματικά.

Σε περίπτωση μιας φυσικής καταστροφής οι δημοσιογράφοι πρέπει αρχικά να είναι υπεύθυνοι για την ασφάλεια τους και για την ασφάλεια του εξοπλισμού τους. Σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να επιβαρύνεται το έργο των σωμάτων πολιτικής προστασίας, το οποίο θα είναι ήδη αρκετά δύσκολο. Θα πρέπει επίσης, οι δημοσιογράφοι να σέβονται τον ανθρώπινο πόνο και την ανθρώπινη αξιοπρέπεια, ενώ δηλώσεις και ονόματα θυμάτων και τραυματιών θα πρέπει να δημοσιεύονται μόνο κατόπιν συναίνεσης των αρμόδιων φορέων που είναι υπεύθυνοι για τη διαχείριση του περιστατικού.

Μια από τις δράσεις του Media Terra, προέβλεπε την δημιουργία ενός συνόλου δεοντολογικών αρχών για τους δημοσιογράφους ως διαμεσολαβητές ανάμεσα στις αρχές πολιτικής προστασίας και τους πολίτες (**Πίνακας 1**). Το σύνολο των δεοντολογικών αυτών αρχών αφορά την πρόληψη, την φάση της απόκρισης, την αποκατάσταση αλλά σχετίζεται ταυτόχρονα και με διαδικασίες απαραίτητες για να υπάρξει μετριασμός των επιπτώσεων. Είναι συνεπώς προφανές πως οι δημοσιογράφοι εμπλέκονται σε κάθε φάση διαχείρισης μιας καταστροφής και επομένως οφείλουν να δρουν κατάλληλα σε κάθε περίπτωση.

Η πρόληψη, αφορά στη προετοιμασία του κοινού και των ίδιων των δημοσιογράφων για την αντιμετώπιση της κρίσης που δύναται να προκληθεί με την εμφάνιση ενός καταστροφικού φαινομένου. Ο σημαντικότερος παράγοντας στη φάση της πρόληψης είναι η συνεργασία των ΜΜΕ με εμπλεκόμενους φορείς που χαράσσουν στρατηγικές πρόληψης και αντισεισμικές πολιτικές με στόχο την ενημέρωση των πολιτών για τα μέτρα αυτοπροστασίας σε περίπτωση σεισμού

Οι δημοσιογράφοι οφείλουν επίσης εκ των προτέρων να γνωρίζουν την κατανομή ευθυνών μέσα στο σύστημα πολιτικής προστασίας καθώς και τις υπάρχουσες τηλεφωνικές γραμμές βοήθειας. Τέλος, η μετάδοση κοινωνικών μηνυμάτων με στόχο τη συμβολή των πολιτών στην πρόληψη και τη μείωση των συνεπειών ενός καταστροφικού φαινομένου αποτελεί επίσης μια πολύ σημαντική ενέργεια των δημοσιογράφων στην φάση της πρόληψης και δίνει ώθηση στην ευαισθητοποίηση των πολιτών.

Πίνακας 1: Προτεινόμενες και μη δεοντολογικές αρχές. Πηγή: Δημοσιογραφικός Οδηγός 2007.

ΠΡΟΤΕΙΝΟΝΤΑΙ	ΑΠΟΦΕΥΓΟΝΤΑΙ
Προάσπιση της προσωπικής ασφάλειας του δημοσιογράφου όταν πρόκειται να μεταβεί στην περιοχή που έχει πληγεί.	Παραπληροφόρηση, φήμες και υπερβολές για την έκταση της θεομηνίας που δημιουργούν πανικό.
Αίτημα να υπάρχει καλά οργανωμένο γραφείο τύπου από τις αρχές, το οποίο θα λειτουργεί σε 24ωρη βάση και θα μπορεί να επαληθεύει τις πληροφορίες και τα στοιχεία που συλλέγονται.	Άσκηση υπερβολικής πίεσης στις αρχές ή στα σωστικά συνεργεία.
Χρήση αξιόπιστων, ενημερωμένων, σωστών και λεπτομερών στοιχείων. Παρουσίαση της καταστροφής στις πραγματικές διαστάσεις της. Διόρθωση εσφαλμένων στοιχείων.	Συνωστισμός στον τόπο της καταστροφής και χρησιμοποίηση πόρων και μέσων που θα μπορούσαν να έχουν στη διάθεσή τους οι πληγέντες.
Βοήθεια στους πολίτες ώστε να διατηρήσουν την ψυχραιμία και τις ελπίδες τους. Ενθάρρυνση με οδηγίες και πληροφορίες.	Άσκηση πίεσης στα θύματα καταστροφής να δώσουν συνεντεύξεις ή να παρουσιαστούν σε τηλεοπτικά μέσα.
Λεπτομερής και αναλυτική ενημέρωση και οδηγίες για τα σημεία που προσφέρεται βοήθεια στους πληγέντες για τους αρμόδιους που εξυπηρετούν διάφορες ανάγκες, για την οικονομική υποστήριξη που παρέχεται προκειμένου να ξαναχτιστούν σπίτια και να αποκατασταθούν άλλες ζημιές κ.ο.κ.	Οι τηλεοπτικές κάμερες αποτελούν μαγνήτη για εκείνους που επιδιώκουν να αυξήσουν την επιρροή και την εξουσία τους .
Συμβολή στη διασφάλιση της διαφάνειας των επιχειρήσεων διάσωσης και της διανομής της κρατικής και ανθρωπιστικής βοήθειας στη διάρκεια της καταστροφής και μετά την καταστροφή.	Δημιουργία «τουριστικής ατραξιόν μέσα από τις καταστροφές και τον ανθρώπινο πόνο.
Συνέχιση της πληροφόρησης για τα μέτρα προστασίας ανθρώπων και περιουσιών και για την προφύλαξη από πρόσθετες ζημιές.	Άσκηση πίεσης στους υπεύθυνους για απόσπαση στοιχείων που δεν είναι σε θέση να γνωρίζουν ακόμη.
Επισήμανση των αναγκών της πληγείσας περιοχής και ενθάρρυνση πολιτών από άλλες περιοχές ή χώρες να δείξουν αλληλεγγύη και να προσφέρουν βοήθεια.	Ασαφής και πολύπλοκη γλώσσα και χρήση επιστημονικής ορολογίας που δεν είναι κατανοητή από το ευρύ κοινό.
Δημοσίευση σε εμφανές σημείο του εντύπου ή ραδιοτηλεοπτική μετάδοση σε χρόνους με μεγάλη ακροαματικότητα μηνυμάτων για αλληλεγγύη και προσφορά βοήθειας.	
Σεβασμός στα θύματα της καταστροφής και στην αξιοπρέπεια τους. Δημοσιοποίηση καταλόγων με ονόματα αυτών που σώθηκαν και αυτών που χάθηκαν.	Χρήση συναισθηματικά υπερφορτισμένης γλώσσας και χρησιμοποίηση του ανθρώπινου πόνου αντί της μετάδοσης ειδήσεων. Το κλίμα που δημιουργούν τα ρεπορτάζ επηρεάζει κατά πάσα πιθανότητα και το ηθικό της κοινότητας που έχει πληγεί.
Η κάλυψη της καταστροφής είναι ένα μακροπρόθεσμο θέμα που συνεχίζεται και κατά τη περίοδο αποκατάστασης και ανάκαμψης. Για να ευαισθητοποιηθούν και να κατανοήσουν οι πολίτες της έκτασής του θα πρέπει να περιλαμβάνει και την μεσοπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη αποτίμηση των κοινωνικοοικονομικών συνεπειών του.	
Στην κάλυψη του καταστροφικού φαινομένου περιλαμβάνεται και η αποτίμηση του τι πήγε καλά και τι όχι, καθώς και ο εντοπισμός ευθυνών.	

Σε κάθε περίπτωση, θα πρέπει να αποφεύγονται καταστροφολογικές προβλέψεις, δημιουργία πανικού και καταστροφή του κλίματος εμπιστοσύνης μεταξύ δημοσιογράφων και αρχών πολιτικής προστασίας, η οποία μπορεί να προκληθεί από τη δημοσιοποίηση αυθαίρετων συμπερασμάτων και δηλώσεων. Είναι θεμιτό λοιπόν να αποφεύγεται η δημοσιοποίηση τραγικών εικόνων καθώς και ιστοριών με έντονα δραματικά στοιχεία καθώς στην ουσία δεν αποτελούν κίνητρο ευαισθητοποίησης των πολιτών αλλά δύνανται να οδηγήσουν σε πανικό. Οφείλουν συνεπώς οι δημοσιογράφοι να είναι πολύ προσεκτικοί σε ότι αφορά τη μετάδοση πληροφοριών και εικόνων που σχετίζονται με φυσικές καταστροφές.

3.2. Ο ΘΕΤΙΚΟΣ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Τα ΜΜΕ όπως ήδη αναφέρθηκε μπορούν να διαδραματίσουν εξαιρετικά σημαντικό ρόλο στην περίπτωση των φυσικών καταστροφών. Όσο εποικοδομητικός μπορεί να είναι όμως ο ρόλος τους τόσο καταστροφικός μπορεί να γίνει ανάλογα με τον τρόπο διαχείρισης μιας καταστροφής. Στη συνέχεια αναλύεται ο τρόπος που οι υπεύθυνοι διαχείρισης μιας καταστροφής αντιμετωπίζουν τα ΜΜΕ, άλλοτε αντιμετωπίζονται ως «συνεργάτες» και άλλοτε ως «εχθροί».

Τα ΜΜΕ ως «συνεργάτες»:

Εκπαίδευση των πολιτών πριν την εμφάνιση ενός καταστροφικού φαινομένου. Τα ΜΜΕ αν χρησιμοποιηθούν σωστά μπορούν να καταστούν ένα πολύ σημαντικό εργαλείο εκπαίδευσης των πολιτών και να λειτουργήσουν αποτελεσματικά στις φάσεις της πρόληψης και της μείωσης των πιθανών επιπτώσεων. Συγκεκριμένα, τα ΜΜΕ αποτελούν τη πιο σημαντική πηγή ενημέρωσης σχετικά με τις καταστροφές ακόμα και για το κοινό εκείνο το οποίο ζει σε παραδοσιακές κοινωνίες. Παρόλα αυτά, η ενημέρωση πρέπει να στοχεύει συγκεκριμένα κοινά ώστε να μπορεί να καταστεί αποτελεσματική.

Ο ρόλος των ΜΜΕ ως σύστημα προειδοποίησης. Όταν τα ΜΜΕ χρησιμοποιούνται ως μέσο διάδοσης συγκεκριμένων, συνεχών και εξουσιοδοτημένων μηνυμάτων μπορούν αποτελέσουν ένα πολύ αποτελεσματικό μέσο για την ύπαρξη απόκρισης.

Ο ρόλος των ΜΜΕ στην **γενική διάδοση πληροφοριών.** Τα ηλεκτρονικά μέσα και κυρίως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση αποτελούν στοιχεία κλειδιά τα οποία μπορούν να ενταχθούν στο σχεδιασμό. Η FEMA για παράδειγμα έχει εξουσιοδοτήσει τους τοπικούς ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς να επεκτείνουν τις ώρες μετάδοσής τους και να προσφέρουν

συνεχή και λεπτομερή ενημέρωση κατά τη διάρκεια μια καταστροφής (*Wenger D., 1985*). Σε κοινωνίες χωρίς τοπικό δίκτυο μέσω μαζικής ενημέρωσης, η επικοινωνία με τα άτομα που έχουν πληγεί είναι αρκετά περιορισμένη και το γεγονός αυτό μπορεί να έχει πολύ σημαντικές επιπτώσεις στη διαδικασία απόκρισης.

Η κινητοποίηση εξωτερικής βοήθειας. Τα ΜΜΕ αποτελούν ένα πολύ καλό σύνδεσμο μεταξύ της πληγείσας περιοχής και του υπόλοιπου κόσμου. Συνεπώς αν τα μέσα ενημέρωσης χρησιμοποιηθούν για να μεταφέρουν συγκεκριμένα αιτήματα βοήθειας μπορούν να καταστούν ζωτική πηγή μιας αποτελεσματικής διαδικασίας απόκρισης.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί επίσης ο θετικός ρόλος των ΜΜΕ σχετικά με την ψυχοκοινωνική παρέμβαση που μπορεί έχουν σε μια φυσική καταστροφή:

- Θετική συνεισφορά των ΜΜΕ στην αντιμετώπιση μιας καταστροφής
- Ενίσχυση των προσπαθειών της Ψυχοκοινωνικής Προσέγγισης
- Ανακοινώσεις τακτικών μετεωρολογικών προβλέψεων προκειμένου να μπορούν οι πληγέντες να προετοιμαστούν έγκαιρα και να προφυλαχθούν από επικίνδυνες καιρικές συνθήκες
- Χρησιμοποίηση των ΜΜΕ για την καλύτερη ταυτοποίηση ομάδων με κοινά προβλήματα
- Εντοπισμός ομάδων με κοινά προβλήματα μετά από μια καταστροφή
- Παροχή συμβουλών για ουσιαστική κοινωνική υποστήριξη των πληγέντων
- Ενίσχυση των πληγέντων στο να διαθέτουν περισσότερο χρόνο για να πλησιάσουν ηλικιωμένους συγγενείς, φίλους, γείτονες και παιδιά
- Διαφήμιση προγραμμάτων πρόληψης και θεραπείας ψυχικών αντιδράσεων
- Ενίσχυση εκπομπών που έχουν τη δυνατότητα ειδικής ψυχοθεραπευτικής παρέμβασης
- Χρησιμοποίηση των ΜΜΕ για την παρουσίαση μιας συμπυκνωμένης έκδοσης των απαιτήσεων ή των προβλημάτων μεγάλων ομάδων μεταξύ των πληγέντων.
- Ενίσχυση για συμμετοχή στις εργασίες βοήθειας ή αποκατάστασης σε φίλους και γείτονες.
- Ανασκευή και αποτροπή επιβλαβών φημών.

Αναφέρθηκε συνεπώς ο καθοριστικός ρόλος που μπορούν να έχουν τα ΜΜΕ σε περίπτωση φυσικής καταστροφής. Ο ρόλος όμως των ΜΜΕ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τρόπο που τα ίδια τα ΜΜΕ θα επιλέξουν να διαχειριστούν την πληροφορία στη δεδομένη περίπτωση.

Τα ΜΜΕ ως «εχθροί»:

Συχνά, οι υπεύθυνοι διαχείρισης μιας καταστροφής αντιλαμβάνονται τα μέσα ως φορέα ο οποίος περιπλέκει το έργο τους στη φάση της απόκρισης. Συχνά θεωρούν πως με το να δώσουν προσοχή στα μέσα, δίνουν λιγότερη προσοχή σε πιο επείγοντα θέματα όπως η εκκένωση, η διάσωση, κ.λπ. .

Οι δημοσιογράφοι έχουν εκπαιδευτεί να ρωτούν για συγκεκριμένα λεπτομερή γεγονότα σχετικά με κάθε περιστατικό. Συχνά πιέζουν τις αρχές και τους υπευθύνους διαχείρισης της καταστροφής για ακριβείς αριθμούς απωλειών, τραυματιών, κοινωνικοοικονομικών επιπτώσεων αλλά και αναμενόμενης βοήθειας. Επιπροσθέτως, είναι αρκετά γρήγοροι στο να ρωτούν «γιατί» και «πώς» συνέβη ένα τέτοιο περιστατικό. Δυστυχώς όμως, οι ερωτήσεις αυτές τίθενται σχετικά νωρίς και στην άμεση μετακαταστροφική περίοδο με αποτέλεσμα να μην είναι δυνατό να δοθούν ακριβείς απαντήσεις. Λόγω της πίεσης που δέχονται όμως οι υπεύθυνοι συχνά κάνουν εκτιμήσεις οι οποίες όμως αποδεικνύονται ανακριβείς και έχουν ως αποτέλεσμα τη μείωση της αξιοπιστίας τους. Αποτέλεσμα όλων αυτών αποτελεί η άρνηση των υπευθύνων να ασχοληθούν με τα ΜΜΕ και η αντιμετώπισή τους ως «εχθροί».

Σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών, χιλιάδες δημοσιογράφοι από έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα συγκεντρώνονται στο χώρο καταστροφής. Οι χιλιάδες αυτοί όμως δημοσιογράφοι παρουσιάζουν ανάγκες και συχνά αναμένουν από τους υπεύθυνους πολιτικής προστασίας να τις επιλύσουν. Για παράδειγμα, μπορεί να χρειάζονται φωτισμό ή κάποιο χώρο εργασίας κ.λπ.. Αυτή η κατάσταση όμως δημιουργεί επιπρόσθετο άγχος στους υπεύθυνους διαχείρισης της καταστροφής και μπορεί να έχει καταστροφικά αποτελέσματα στη διαδικασία της απόκρισης.

Σε περίπτωση που οι απαιτήσεις των ΜΜΕ προς τους υπεύθυνους πολιτικής προστασίας είναι εξαντλητικές, στην χειρότερη των περιπτώσεων αυτό μπορεί να οδηγήσει στη μερική διάλυση του συστήματος διαχείρισης έκτακτης ανάγκης. Η περίπτωση αυτή είναι πιο πιθανή όταν δεν έχει γίνει επαρκής σχεδιασμός σχετικά με τη διαχείριση των ΜΜΕ. Συνεπώς, πριν την άσκηση κριτικής στα ΜΜΕ ίσως θα έπρεπε να ασκηθεί κριτική στην έλλειψη ένταξης των ΜΜΕ στο σχεδιασμό.

Υπάρχει γενικότερα η άποψη, πως τα ΜΜΕ έχουν την τάση να υπερβάλλουν στις περιπτώσεις απωλειών, ζημιών σε περίπτωση καταστροφής. Επιπλέον, οι ανθρώπινες ιστορίες αποτελούν επίσης σημείο ενδιαφέροντος. Υπάρχει ταυτόχρονα η άποψη, πως τα ΜΜΕ επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους σε περιπτώσεις των οποίων η μετάδοση είναι ευκολότερη, ενώ τείνουν να αγνοούν περιπτώσεις δυσκολότερες και οι οποίες απαιτούν περισσότερο χρόνο και βάθος. Συνέπεια της παραπάνω τακτικής είναι οι πολίτες να θεωρούν

ότι η σοβαρότητα του προβλήματος είναι παροδική και να αγνοούν την πιθανότητα επανεμφάνισης του και επομένως την αναγκαιότητα λήψης των κατάλληλων μέτρων.

3.3. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ – ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΟΥ ΣΕΙΣΜΟΥ ΤΗΣ 7^{ης} ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 1999

Σύμφωνα με το Γενικό Σχέδιο Πολιτικής Προστασίας «Ξενοκράτης» και συγκεκριμένα στους σκοπούς του σχεδίου προβλέπεται εκτός της παροχής κατευθυντήριων γραμμών για τη χάραξη στρατηγικών και τακτικών για τον επιχειρησιακό σχεδιασμό και η δημιουργία συστήματος επικοινωνίας και ροής πληροφοριών μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων υπηρεσιών και παραγόντων στη διαχείριση κρίσεων.

Συμπληρωματικά, στο τρίτο μέρος του σχεδίου το οποίο αναφέρεται στις βασικές απαιτήσεις σχεδίασης μεταξύ άλλων αναφέρεται η ανάγκη ενημέρωσης του πληθυσμού όπου και όταν ενδείκνυται για την αυτοπροστασία του και την υποβοήθηση του έργου του κράτους και ακόμη η ανάγκη ψυχολογικής υποστήριξης αυτού για τη διατήρηση του ηθικού του και την αποφυγή φαινομένων πανικού.

Επιπροσθέτως, σε Εγχειρίδιο σχετικό για τη Σύνταξη Εναρμονισμένων Σχεδίων ανά καταστροφή σε επίπεδο Υπουργείου ή άλλων φορέων της ΓΓΠΠ αναφέρεται ιδιαίτερα ο επικοινωνιακός σχεδιασμός, ως τρόπος προστασίας και ενημέρωσης του κοινού και ως τρόπος διαχείρισης των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Η λειτουργία της προστασίας των πολιτών συνίσταται στην εκτίμηση της κατάστασης, στην εισήγηση και λήψη απόφασης καθώς και στην υλοποίηση των απαραίτητων δράσεων για την προστασία των πολιτών από κινδύνους που είτε έχουν εκδηλωθεί είτε πρόκειται να εκδηλωθούν. Για να μπορέσουν όμως να επιτευχθούν οι παραπάνω δράσεις πρέπει να υλοποιηθούν και οι απαραίτητες δράσεις από το κοινό, οι οποίες όμως εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την ενημέρωσή του αλλά και από τον τρόπο διαχείρισης των πληροφοριών από τα ΜΜΕ.

Η λειτουργία της Ενημέρωσης του κοινού, σύμφωνα με το εν λόγω εγχειρίδιο, περιλαμβάνει το σύνολο των απαραίτητων διεργασιών, διαδικασιών, οργάνων και συστημάτων που χρησιμοποιούνται για την έγκαιρη παροχή στους πολίτες ακριβούς και χρήσιμης πληροφορίας καθώς και οδηγιών για την ενδεδειγμένη συμπεριφορά σε μία κατάσταση ετοιμότητας ή/και κατάσταση έκτακτης ανάγκης. Το σύνολο της ενημέρωσης και οι οδηγίες που δίνονται αποσκοπούν στο να έχουν οι πολίτες μια ενδεδειγμένη συμπεριφορά

η οποία δύναται να μειώσει σε μεγάλο βαθμό τις ενδεχόμενες επιπτώσεις. Στα πλαίσια φυσικά της ενημέρωσης εντάσσεται και η ενημέρωση των πολιτών σχετικά με συγγενείς και φίλους οι οποίοι ενδέχεται να έχουν εμπλακεί στο καταστροφικό γεγονός. Στη φάση της ενημέρωσης γίνεται μια διάκριση των απαραίτητων πληροφοριών ανάλογα την φάση εξέλιξης του καταστροφικού συμβάντος.

Υπάρχουν συνεπώς τρεις κατηγορίες:

- Ενημέρωση για επικείμενες καταστροφές
- Ενημέρωση για καταστροφές με περιορισμένο χρονικό διάστημα για αντίδραση
- Ενημέρωση μετά την καταστροφή.

Τέλος, σχετικά με την τρίτη διαδικασία του επικοινωνιακού σχεδιασμού η οποία αφορά στις σχέσεις με τα ΜΜΕ αναφέρονται:

- η συνεργασία των αρμόδιων οργάνων του Φορέα Σχεδίασης με τα Μ.Μ.Ε. με σκοπό την παροχή ακριβούς, χρήσιμης και έγκαιρης ενημέρωσης στο κοινό και
- η παρακολούθηση από τα αρμόδια όργανα του τρόπου με τον οποίο παρουσιάζουν τα Μ.Μ.Ε. την κατάσταση και την εκτίμηση της επίπτωσης της «εικόνας» αυτής στην λειτουργία της ενημέρωσης του κοινού σε όλες τις φάσεις κινητοποίησης του συστήματος πολιτικής προστασίας.

Στις κατευθυντήριες οδηγίες που δίνονται σε αυτή την φάση, οι αρμόδιοι φορείς για την υλοποίηση των απαραίτητων δράσεων πρέπει να ορίζονται ρητά ενώ ταυτόχρονα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ο περιορισμένος χρόνος για τις ανακοινώσεις.

Σημειώνεται ότι είναι απαραίτητο ο Φορέας Σχεδίασης να ευρίσκεται σε συνεργασία με όλους τους άλλους εμπλεκόμενους Φορείς και να μεταφέρει τις απόψεις όλων, ώστε να μπορέσει να επιτευχθεί η δημιουργία μίας και μοναδικής συνολικής εικόνας αντιμετώπισης της κατάστασης προς το κοινό.

Εκτός από τις κατευθυντήριες γραμμές που παρουσιάζει το παραπάνω εγχειρίδιο, το Γενικό Σχέδιο Πολιτικής Προστασίας «Ξενοκράτης», η Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης είναι επιφορτισμένη με την ενημέρωση του κοινού για την εμφάνιση, εξέλιξη και αντιμετώπιση φυσικών, τεχνολογικών και λοιπών καταστροφών ώστε να μην υπάρξουν ανακριβείς πληροφορίες οι οποίες δύναται να οδηγήσουν σε φαινόμενα πανικού. Είναι επίσης επιφορτισμένη με το να μεριμνά ώστε οι κρατικοί και ιδιωτικοί ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί να μεταδίδουν οδηγίες προς τους πολίτες προερχόμενες είτε από το Κεντρικό Συντονιστικό όργανο είτε από τη Γενική Γραμματεία Πολιτικής Προστασίας.

Η Γενική Γραμματεία Πολιτικής Προστασίας συγκεκριμένα, είναι ο αρμόδιος φορέας σχεδιασμού και αντιμετώπισης έκτακτων αναγκών και όπως προκύπτει από το Π.Δ. 151/2004 και τη δημιουργία Γραφείου Τύπου και Δημοσίων Σχέσεων, η ΓΓΠΠ έχει τις εξής επικοινωνιακές αρμοδιότητες:

- Ενημέρωση του κοινού για ενδεχόμενους κινδύνους και παροχή οδηγιών .
- Παρακολούθηση και συλλογή πληροφοριών για θέματα πολιτικής προστασίας καθώς και ενημέρωση του Γενικού Γραμματέα Πολιτικής Προστασίας.
- Δημιουργία συνδέσμων με τα ΜΜΕ.

Στην περίπτωση του σεισμού της Αθήνας στις 7 Σεπτεμβρίου 1999 το Κέντρο Επιχειρήσεων Πολιτικής Προστασίας της Γενικής Γραμματείας Πολιτικής Προστασίας, όπως και όλα τα επιχειρησιακά κέντρα των εμπλεκόμενων υπηρεσιών ενεργοποιήθηκαν άμεσα ενώ κινητοποιήθηκαν όλοι οι ανθρωπίνι και υλικοί πόροι που ήταν διαθέσιμοι.

Στη συνέχεια παρατίθενται οι δράσεις που έλαβαν χώρα κατά σειρά προτεραιότητας.

- Η εγκαθίδρυση επικοινωνιακών συνδέσμων και η ενημέρωση του πληθυσμού.
- Έρευνα και διάσωση παγιδευμένων ατόμων.
- Πρώτες βοήθειες και ιατρική περίθαλψη.
- Επιθεώρηση για την ασφάλεια σημαντικών υπηρεσιών (νοσοκομεία, αστυνομικά τμήματα και πυροσβεστικοί σταθμοί κ.λπ.)
- Έλεγχος κυκλοφορίας.
- Επιθεώρηση ασφάλειας δημόσιων κτιρίων.
- Διανομή πόσιμου νερού, φαγητού και άλλων ειδών πρώτης ανάγκης.
- Εγκαθίδρυση υπηρεσιών υγείας.
- Παροχή στέγασης.

Η εγκαθίδρυση επικοινωνιακών συνδέσμων καθώς και η ενημέρωση του πληθυσμού ήταν καθοριστικής σημασίας. Τα αστυνομικά τμήματα και οι πυροσβεστικοί σταθμοί, παρείχαν τις πρώτες αναγκαίες ενημερώσεις σχετικά με την κατάσταση μέσω ραδιοφώνου καθώς όλα τα τηλεφωνικά δίκτυα καθώς και τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας είχαν καταρρεύσει. Ομάδες αξιολόγησης της καταστροφής εξοπλισμένες με τρανζίστορ διαχύθηκαν σε διάφορα σημεία ενώ τα ελικόπτερα έκαναν έρευνα. Αρκετοί εθελοντές βοήθησαν στο να συσταθεί ραδιοεπικοινωνία μεταξύ των ομάδων αυτών και των κέντρων επιχειρήσεων. Τα ΜΜΕ και κυρίως η τηλεόραση, βοήθησαν σε μεγάλο βαθμό μέσω της συνεχούς παροχής πληροφοριών και ασκώντας πίεση στα επιτελικά στελέχη να λάβουν γρήγορα αποφάσεις. Ωστόσο η

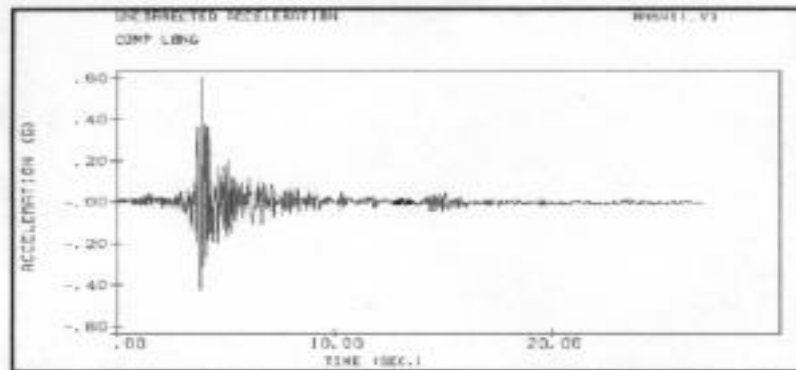
διάδοση πληροφοριών στο κοινό σχετικά με το πώς να συμπεριφερθούν ξεκίνησε περίπου μια ώρα μετά από το σεισμό.

Παρατηρείται συνεπώς το γεγονός πως η ενημέρωση του πληθυσμού και η δημιουργία επικοινωνιακών δικτύων είναι ύψιστης σημασίας στην περίπτωση μιας φυσικής καταστροφής καθώς και το γεγονός πως οι πιθανότητες αδυναμίας επικοινωνίας μετά από ένα καταστροφικό συμβάν είναι πάρα πολλές και συνεπώς απαιτείται ο κατάλληλος σχεδιασμός καθώς και η κατάλληλη προετοιμασία ώστε να μπορούν οι υπεύθυνοι διαχείρισης μιας έκτακτης ανάγκης να τη διαχειριστούν αποτελεσματικά. Γίνεται συνεπώς λόγος για μια ολοκληρωμένη εθνική επικοινωνιακή στρατηγική στην οποία θα δίνεται το ίδιο βάρος που δίνεται σήμερα στον επιχειρησιακό τομέα μιας έκτακτης ανάγκης.

4. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ – Ο ΣΕΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 7^{ης} ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 1999

4.1. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΣΕΙΣΜΟ ΤΗΣ 7^{ης} ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 1999

Σχήμα 3: Σεισμόγραμμα του κύριου σεισμού της Αθήνας στις 07/09/1999. Πηγή: 6^ο Φοιτητικό Συνέδριο «Επισκευές Κατασκευών 2000»



Στις 07 Σεπτεμβρίου 1999 και ώρα 14:57, εκδηλώθηκε ισχυρός σεισμός μεγέθους 5,9 της κλίμακας Ρίχτερ σε απόσταση 18 χλμ. από το κέντρο της Αθήνας. Το επίκεντρο εντοπίστηκε στις νοτιοδυτικές παρυφές της Πάρνηθας, σε περιοχή που δεν είχε δώσει σεισμούς τα τελευταία 200 χρόνια και για αυτό εθεωρείτο, όπως και η υπόλοιπη Αττική, χαμηλής σεισμικής επικινδυνότητας.

Η σεισμική δόνηση είχε εξαιρετικά μεγάλη ένταση και προκάλεσε εκτεταμένες καταστροφές στους Δήμους Αχαρνών, Άνω Λιοσίων, Θρακομακεδόνων, Κηφισιάς, Ζεφυρίου, Νέας Ερυθραίας, Μεταμόρφωσης και Καματερού, οι οποίοι βρίσκονται πλησιέστερα στο επίκεντρο. Σημαντικές καταστροφές παρουσιάστηκαν και στους υπόλοιπους Δήμους της Αττικής καθώς και σε όμορες περιοχές της Βοιωτίας (Ο.Α.Σ.Π., 2000).

Ο σεισμός της 7^{ης} Σεπτεμβρίου του 1999 υπήρξε ένας από τους φονικότερους σεισμούς του 20^{ου} αιώνα στην Ελλάδα, καθώς οδήγησε στο θάνατο 143 άτομα (Παπαζάχος, 2000). Συμπληρωματικά, 12 κτίρια κατέρρευσαν, 4682 κτίρια χαρακτηρίστηκαν ως κατεδαφιστέα και 38.165 ως επισκευάσιμα (Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε., 2001). Ο σεισμός επηρέασε κυρίως την παραγωγική βάση των περιοχών ενώ η συνολική ζημιά που προκλήθηκε εκτιμήθηκε σε 3% του ΑΕΠ (Πομόνης, 2002).

Το κύριο χαρακτηριστικό του σεισμού αυτού ήταν ότι έπληξε το μεγαλύτερο αστικό κέντρο της χώρας και επομένως προκάλεσε πολύ μεγάλες ζημιές. Είναι πάντως γεγονός πως οι σημαντικότερες βλάβες συγκεντρώθηκαν στις βορειοδυτικές περιοχές της Αθήνας (Δανδουλάκη Μ., 2007, σελ.170). Εξαιρετικής σημασίας γεγονός σχετικά με τη διαχείριση της καταστροφής, ήταν ότι αυτή συνέβη κοντά στα κέντρα λήψης αποφάσεων και ότι η πρωτεύουσα διέθετε μεγάλο δυναμικό και πόρους.

Ο σεισμός αποτέλεσε μια δοκιμασία για τα κτίρια που είχαν οικοδομηθεί με τον Νέο Αντισεισμικό Κανονισμό του 1995 (NEAK-1995), τα οποία και συμπεριφέρθηκαν καλά. Ωστόσο μετά το σεισμό, εκσυγχρονίστηκαν τόσο ο Αντισεισμικός Κανονισμός όσο και ο Κανονισμός Ωπλισμένου Σκυροδέματος (ΕΚΩΣ), ενώ ξεκίνησε και η διαδικασία κατάρτισης κανονισμού για μετασεισμικές και προσεισμικές επεμβάσεις σε κτίρια. Τέλος δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στην σεισμική ασφάλεια των υφιστάμενων κτιρίων.

4.2. ΤΑ ΜΜΕ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΣΕΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ

4.2.1.ΕΘΝΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ

4.2.1.1. Γενικά

Ένας ισχυρός και καταστροφικός σεισμός, οδηγεί συχνά σε φαινόμενα πανικού, δημιουργεί πρόσφορο έδαφος διασποράς φημών και επηρεάζει όλους τους τομείς της καθημερινής ζωής, όπως κοινωνικούς, ψυχολογικούς, πολιτικούς, οικονομικούς και πολιτιστικούς. Σε αυτή την περίπτωση τα ΜΜΕ καλούνται να καλύψουν την αυξημένη

ζήτηση πληροφοριών που προέρχεται από την προσπάθεια του κοινού να αντιληφθεί τι ακριβώς έχει συμβεί και πώς αυτό εξελίσσεται.

Δεν είναι όμως λίγες οι περιπτώσεις όπου παρατηρείται διαστρέβλωση της πληροφορίας ηθελημένα ή όχι. Συχνά, παρατηρείται το φαινόμενο διασποράς πανικού και φημών στους πολίτες, μετά από πληροφόρηση που δέχτηκαν από ειδικούς ή μη σχετικά με την εξέλιξη της σεισμικότητας. Τα ΜΜΕ συνηθίζουν άλλωστε να ζητούν την άποψη διάφορων ειδικών, ώστε να αυξήσουν την εγκυρότητα της πληροφορίας που προσφέρουν. Η κατάσταση αυτή, όπως περιγράφεται είναι τυπική για κάθε καταστροφικό σεισμικό συμβάν.

Έτσι λοιπόν και στο σεισμό της Αθήνας του 1999, τα ΜΜΕ διαδραμάτισαν το δικό τους ρόλο ως προς τη διαχείριση του σεισμικού αυτού συμβάντος. Στο πλαίσιο της εργασίας αυτής η διερεύνηση του ρόλου των ΜΜΕ προσεγγίστηκε με συγκριτική ανάλυση δημοσιευμάτων βάσει ερωτημάτων σχετικών με:

- ποιο το πλήθος των δημοσιευμάτων κάθε μέρα για κάθε εφημερίδα,
- πόσο ήταν το χρονικό διάστημα ενασχόλησης με το θέμα,
- πόσο εκτενή ήταν τα δημοσιεύματα,
- για πόσο χρονικό διάστημα το θέμα του σεισμού βρίσκεται στο πρωτοσέλιδο της εφημερίδας,
- ο συντάξας του άρθρου ήταν δημοσιογράφος ή κάποιος επιστήμονας,
- αν υπήρχαν εικόνες σε κάθε δημοσίευμα
- ποιο ήταν το βασικό θέμα ενασχόλησής των εικόνων (ανθρώπινος πόνος, επιπτώσεις σεισμού κ.α.),
- υπήρξε επιστημονική προσέγγιση στα άρθρα,
- υπήρξε κινδυνολογία καθώς και,
- σε τι έδινε έμφαση το άρθρο (επιπτώσεις σεισμού, συναισθηματική φόρτιση, αρωγή και αλληλεγγύη, οδηγίες αυτοπροστασίας κ.α.).

4.2.1.2. Αποτελέσματα Ανάλυσης και Σχολιασμός

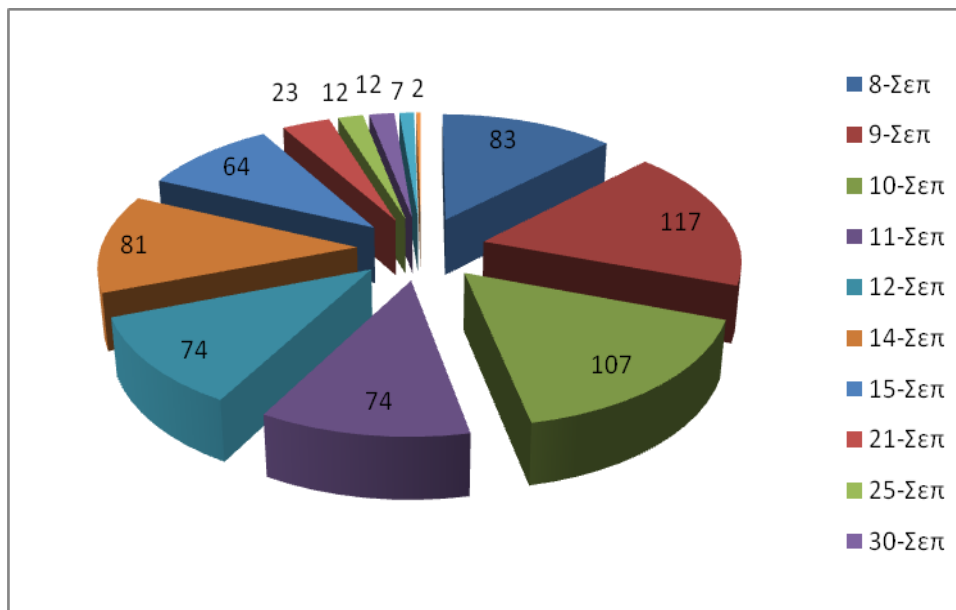
Σχετικά με το πλήθος των δημοσιευμάτων που παρατηρούνται καθημερινά, σε όλες τις εφημερίδες, παρατηρείται ένας αυξημένος αριθμός δημοσιευμάτων από τις 08-09-1999 έως τις 15-09-1999, όπου σταδιακά μειώνονται μέχρι το τέλος του Σεπτεμβρίου και τις αρχές του Οκτώβρη, όπου παρατηρούνται 1-2 άρθρα ημερησίως (**βλ. Γράφημα 1**). Γενικότερα, την περίοδο από 08-09 έως 15-09 το πλήθος των άρθρων ανά εφημερίδα είναι 15-20 άρθρα

ημερησίως. Για παράδειγμα, η Καθημερινή στις 09-09-1999 είχε 37 άρθρα ενώ ο Ριζοσπάστης είχε 30 κ.λπ..

Ο λόγος της αυξημένης εμφάνισης δημοσιευμάτων αυτή την περίοδο θεωρείται ότι είναι:

- το γεγονός πως η περίοδος αυτή αποτελεί την άμεση μετακαταστροφική περίοδο, όσο αφορά στον κύκλο διαχείρισης καταστροφών.
- είναι η περίοδος όπου οι πολίτες χρήζουν αυξημένης ενημέρωσης καθώς επιθυμούν να γνωρίζουν την γενικότερη κατάσταση της πληγείσας περιοχής,
- ιδιαίτερο ενδιαφέρον υπάρχει για την εξέλιξη της σεισμικής ακολουθίας,
- οι ομάδες διάσωσης είναι ακόμα σε δράση
- οι καταστροφικές συνέπειες του σεισμού δεν έχουν ακόμα καταμετρηθεί
- είναι η περίοδος που τα στελέχη επιτελικού χαρακτήρα καλούνται να λάβουν άμεσες αποφάσεις σχετικά με την προσωρινή ανακούφιση των πληγέντων.

Γράφημα 1: Πλήθος δημοσιευμάτων σε καθημερινή βάση

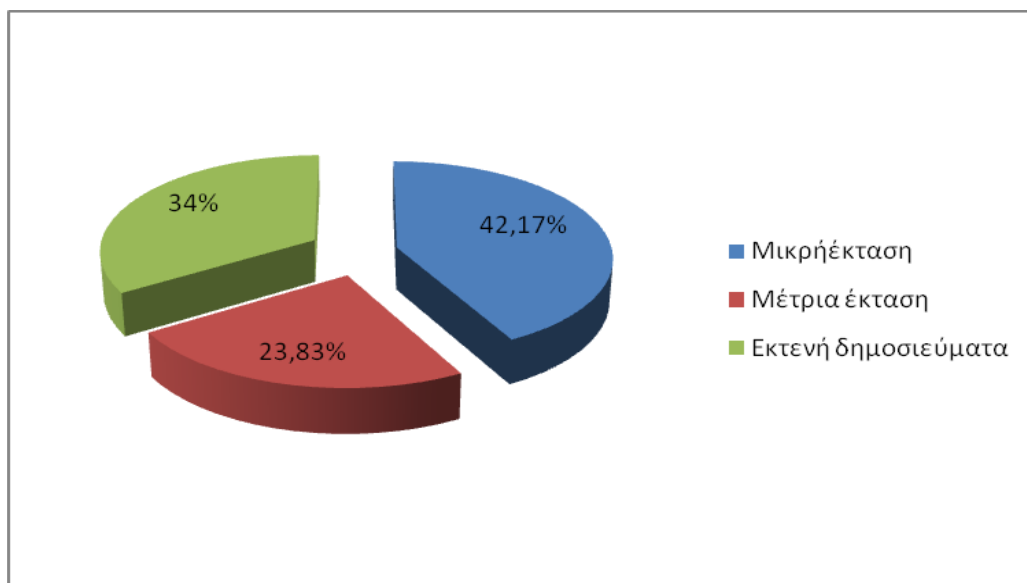


Η ενασχόληση του τύπου σχετικά με το σεισμό της Αθήνας καλύπτει την περίοδο δυο μηνών, του Σεπτεμβρίου και του Οκτωβρίου ενώ παρατηρήθηκαν και επετειακά άρθρα για το σεισμό της Αθήνα 1 χρόνο μετά. Συγκεκριμένα το 80% των υπό διερεύνηση εφημερίδων παρουσίασαν αφιέρωμα στο σεισμό του 1999 ένα χρόνο μετά στις 07-09-2000.

Η έκταση των δημοσιευμάτων ήταν κυρίως μικρή και μέτρια. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί πως μικρής έκτασης νοούνται τα άρθρα με έκταση έως 15 γραμμές, μέτριας

έκτασης θεωρούνται τα άρθρα με 15 – 30 γραμμές και τέλος μεγάλης έκτασης νοούνται αυτά που ήταν πάνω από 30 γραμμές και συνήθως κάλυπταν από 1 έως 2 σελίδες. Σε γενικές γραμμές παρατηρήθηκε ένα ποσοστό 42,17% μικρών άρθρων επί του συνόλου και ένα 23,83% μέτριων άρθρων. Το υπόλοιπο 34% επί του συνόλου των άρθρων ήταν μεγάλης έκτασης (βλ. **Γράφημα 2**). Τα εκτενή δημοσιεύματα αφορούν κυρίως συνεντεύξεις με επιστήμονες και αναφορές σχετικά με τον απολογισμό των ζημιών που προέκυψαν μετά το σεισμό.

Γράφημα 2: Έκταση δημοσιευμάτων



Ιδιαίτερης σημασίας είναι το γεγονός της εμφάνισης των δημοσιευμάτων σχετικά με το σεισμό στην πρώτη σελίδα των εφημερίδων για μεγάλο χρονικό διάστημα. Συγκεκριμένα, όλο το Σεπτέμβρη και σε όλες τις προς διερεύνηση εφημερίδες, τα δημοσιεύματα που αφορούν στο σεισμό εμφανίζονται στα πρωτοσέλιδα. Παρατηρείται επίσης ότι ενώ μέχρι τις 20-09-1999 η έκτασή τους στην πρώτη σελίδα είναι αρκετά μεγάλη, από τις 20-09-1999 και έπειτα σταδιακά η έκτασή του τείνει να μειώνεται αν και εξακολουθούν να είναι στην πρώτη σελίδα. Συγκεκριμένα την πρώτη εβδομάδα μετά την εμφάνιση του σεισμού, τα δημοσιεύματα κάλυπταν σχεδόν όλο το πρωτοσέλιδο και την επόμενη εβδομάδα τουλάχιστον τη μισή έκταση της πρώτης σελίδας. Επίσης παρατηρήθηκε και η εμφάνιση σχετικού άρθρου σε πρωτοσέλιδο ακόμα και ένα χρόνο μετά.

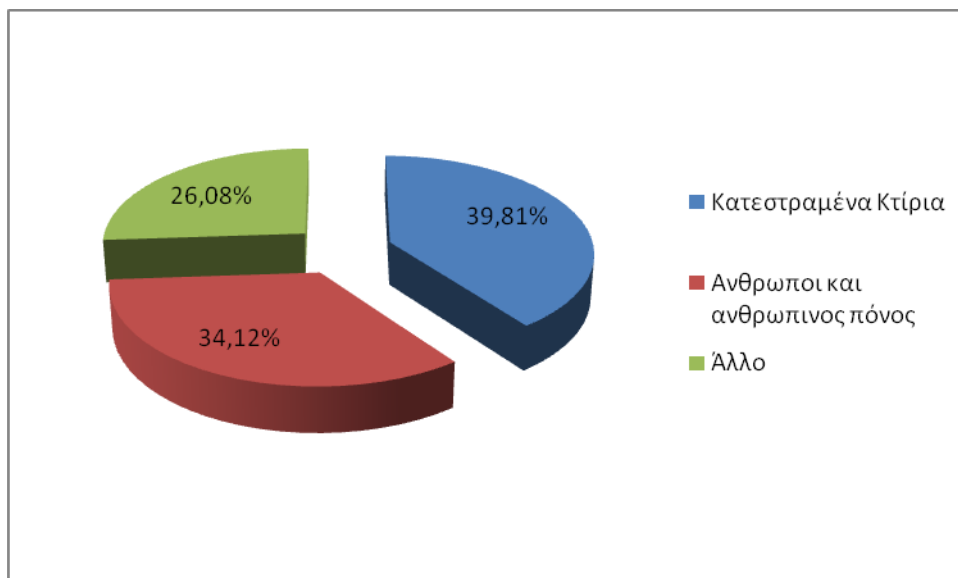
Σχετικά με τον συντάξασα του άρθρου, η δημοσίευση γινόταν κατά 92,7% από δημοσιογράφο και μόνο το 7,3% είχε συνταχθεί από κάποιο επιστήμονα. Επίσης σημαντικό

είναι το γεγονός πως στο σύνολο των 894 άρθρων, υπάρχουν 211 εικόνες. Δεν είναι ένας μεγάλος αριθμός αν αναλογιστεί κανείς τις ζημιές που υπήρξαν καθώς και το ρητό «μια εικόνα ισούται με χίλιες λέξεις». Ωστόσο αν και δεν υπήρξαν πολλές εικόνες, όταν υπήρχαν απεικόνιζαν κυρίως καταστροφές σε κτίρια κατά 39,81%, τον ανθρώπινο πόνο κατά 34,12% ή άλλες καταστάσεις όπως διαδικασίες διάσωσης, φωτογραφίες επιστημόνων, έγγραφα κ.λπ. κατά 26,08% (βλ. Γράφημα 3).

Εικόνα 1: Εικόνες από τον σεισμό του 1999 στην Αθήνα. Αριστερά: Εικόνα δυο γυναικών που κλαίνε στα χαλάσματα του σπιτιού τους. Κέντρο: Η κατάρρευση του εργοστασίου Ρικομέξ, Δεξιά: Η ΕΜΑΚ ερευνά για την εύρεση εγκλωβισμένων. Πηγή: Εφημερίδα «Το Βήμα»



Γράφημα 3: Θεματική εικόνων



Στο σύνολο των άρθρων, ιδιαίτερη εντύπωση προκάλεσε το γεγονός πως μόνο 93 άρθρα είχαν επιστημονική πληροφορία δηλαδή μόνο το 10,4%, Από αυτά τα 93 δημοσιεύματα, το 52,6% αφορούσε κάποια επιστημονική πληροφορία σχετικά με τους σεισμούς και τη σεισμικότητα στον ελλαδικό χώρο και το 47,4% σχετιζόταν με την πρόγνωση σεισμών από επιστήμονες. Παρατηρείται συνεπώς μια σοβαρή έλλειψη επιστημονικής πληροφόρησης στους πολίτες η οποία θα μπορούσε να λειτουργήσει θετικά τόσο για τους ίδιους λειτουργώντας καθησυχαστικά και αποτρέποντας πιθανά φαινόμενα πανικού αλλά και για τον τύπο καθώς η επιστημονική πληροφόρηση αυξάνει την εγκυρότητα των ειδήσεων.

Ένα ακόμα γεγονός το οποίο προκαλεί έκπληξη, αφορά την διασπορά φημών και την κινδυνολογία. Αρκετά ήταν τα δημοσιεύματα τα οποία έκαναν λόγο για επικείμενο σεισμό, ενώ υπήρξαν επίσης αρκετά τα οποία ανέφεραν πως ο σεισμός της 7ης Σεπτεμβρίου δεν ήταν ο κύριος σεισμός. Σε γενικές γραμμές ωστόσο η κινδυνολογία στο βαθμό που παρατηρήθηκε αφορούσε μόνο περιπτώσεις επικείμενων σεισμών και δεν σχετιζόταν σε καμία περίπτωση με τη διαδικασία παροχής βοήθειας οικονομικής ή υλικής. Συγκεκριμένα μόνο 37 από τα 894 άρθρα κινδυνολογούσαν και ήταν δυνατό να προκαλέσουν πανικό. Παρατηρήθηκε επίσης πως ως τις 15-09-1999 τα άρθρα που κινδυνολογούσαν ήταν εκτενή και συνεπώς είχαν άλλη βαρύτητα. Αξιοσημείωτο είναι επίσης και το γεγονός πως τα άρθρα αυτά συνοδευόταν τις περισσότερες φορές από άλλα δημοσιεύματα και συνεντεύξεις σεισμολόγων οι οποίοι είτε επιβεβαίωναν είτε διέψευδαν τις φήμες.

Εικόνα 2: Παράδειγμα Κινδυνολογίας σε Αθηναϊκή Εφημερίδα. Πηγή: Εφημερίδα «Τα Νέα»

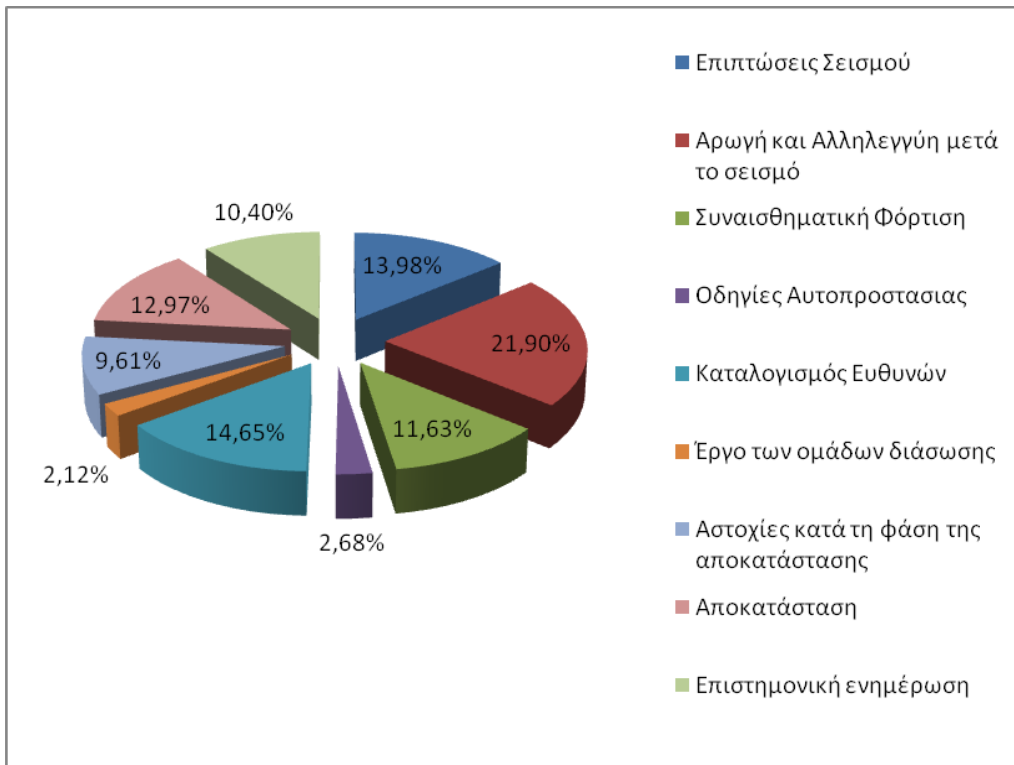


Όσον αφορά στη θεματική των δημοσιευμάτων, το 13,98% ασχολείται με τις επιπτώσεις του σεισμού, ενώ το 11,63% εστιάζεται στο να δημιουργήσει συναισθηματική φόρτιση χρησιμοποιώντας προσωπικές ιστορίες ανθρώπων που είχαν πληγεί από το σεισμό.

Επιπροσθέτως, το 2,68% μόνο των δημοσιευμάτων παρέχει οδηγίες αυτοπροστασίας προς τους πολίτες αποδεικνύοντας τον μικρό ρόλο των ΜΜΕ στην φάση της πρόληψης. Στις περιπτώσεις φυσικών καταστροφών τα ΜΜΕ οφείλουν να έχουν πρωταγωνιστικό ρόλο στο κομμάτι της ενημέρωσης των πολιτών σχετικά με την αυτοπροστασία τους έτσι ώστε να είναι προετοιμασμένοι την επόμενη φορά. Ωστόσο ο ρόλος τους αυτός δε φαίνεται να επιβεβαιώνεται από την παρούσα έρευνα.

Από τα 894 άρθρα μόνο τα 19 αναφέρονται στο δύσκολο έργο των ομάδων έρευνας-διάσωσης και κυρίως της ΕΜΑΚ ενώ το 14, 65% των άρθρων ασχολείται με την απόδοση ευθυνών σχετικά με το μέγεθος των επιπτώσεων (βλ. **Γράφημα 4**).

Γράφημα 4: Θεματική δημοσιευμάτων



Σχετικά με την φάση της αποκατάστασης, υπάρχει ένα σύνολο 312 άρθρων δηλαδή το 34.89% (βλ. **Γράφημα 5**). Ωστόσο από το σύνολο αυτών των άρθρων το 62,82% ασχολείται με την αρωγή και την αλληλεγγύη προς τους πολίτες που είχαν πληγεί, και από τα υπόλοιπα, το 11,5% ασχολείται με αυτοψίες και ελέγχους κτιρίων, το 6,41% ασχολείται με το οικονομικό μέγεθος των επιπτώσεων του σεισμού και το 19,23% ασχολείται με άλλα θέματα της αποκατάστασης. Τέλος πρέπει να αναφέρουμε ένα ποσοστό της τάξης του 9,61% των συνολικών άρθρων το οποίο αναφέρεται σε αστοχίες κατά την φάση της αποκατάστασης οι

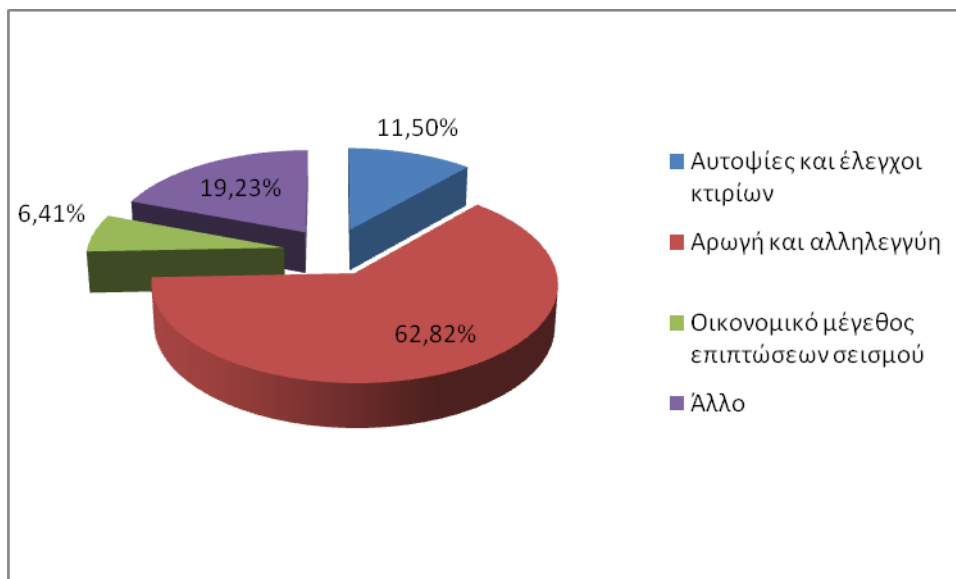
οποίες προέκυψαν από λανθασμένες πολιτικές αποφάσεις και δράσεις καθώς και δράσεις και αποφάσεις φορέων.

Στις περιπτώσεις φυσικών καταστροφών, ο ρόλος των ΜΜΕ σχετικά με την ενημέρωση του πολίτη είναι επιτακτικός. Ωστόσο όσο μεγαλύτερο βάρος δίνουν τα ίδια τα ΜΜΕ στο ρόλο τους αυτό, τόσο πιο ολοκληρωμένη και ορθή θα είναι και η ενημέρωση των πολιτών. Για να είναι συνεπώς αυτό εφικτό, θεωρείται πως το ποσοστό των επιστημονικών ενημερώσεων πρέπει να αυξηθεί.

Η επιστημονικότητα σε ένα δημοσίευμα, προσφέρει ασφάλεια στον αναγνώστη και αυξάνει ταυτόχρονα και την εμπιστοσύνη του απέναντι σε αυτό που διαβάζει. Πρέπει συνεπώς να μειωθούν οι περιπτώσεις κινδυνολογίας και θα ήταν ορθότερο να δημοσιεύονται μόνο οι επιβεβαιωμένες προβλέψεις για επικείμενους κινδύνους ώστε να αποφεύγονται φαινόμενα πανικού. Σε αυτό θα βοηθήσει ιδιαίτερα και η αύξηση άρθρων που συντάσσονται από επιστήμονες.

Ο καταλογισμός ευθυνών και η υπογράμμιση αστοχιών δεν βοηθούν ιδιαίτερα στις περιπτώσεις κρίσεων καθώς το πιθανότερο είναι να αυξήσουν το αίσθημα ανασφάλειας και να μην διευκολύνουν την κατάσταση. Αυτό που χρειάζεται είναι τα ΜΜΕ να αντιληφθούν πως πρέπει να έχουν μια υποστηρικτική δράση ως προς τους πολίτες και ότι ρόλος τους είναι η όσο το δυνατό πιο ολοκληρωμένη ενημέρωσή τους.

Γράφημα 5: Θεματική δημοσιευμάτων που αφορούσαν την φάση αποκατάστασης



Σε κάθε περίπτωση, η θεματική στην οποία πρέπει να δοθεί ιδιαίτερο βάρος είναι η φάση της αποκατάστασης και ιδιαίτερα όσον αφορά την αρωγή και την αλληλεγγύη προς τους

πληγέντες. Οι πολίτες πρέπει να είναι σε θέση να γνωρίζουν πως μπορούν να ενισχυθούν οικονομικά και να καλύψουν τις προσωπικές τους ανάγκες και αυτό είναι πολύ ευκολότερο να γίνει μέσω των ΜΜΕ όπου όλοι σχεδόν έχουν πρόσβαση. Τα ΜΜΕ, όπως και κάθε παράγοντας του οποίου η λειτουργία βασίζεται στο κέρδος, συχνά λειτουργούν λανθασμένα και αποκλίνουν από τον αρχικό τους σκοπό. Ωστόσο, ο θετικός τους ρόλος στο κομμάτι της ενημέρωσης δεν πρέπει να αμφισβητείται αλλά ούτε και τα ίδια τα ΜΜΕ να εφησυχάζονται. Υπάρχουν πολλές προτάσεις οι οποίες θα μπορούσαν να υιοθετηθούν και θεωρούμε ότι θα βελτίωναν σε μεγάλο βαθμό το ρόλο των ΜΜΕ.

4.2.2. ΞΕΝΟΣ ΤΥΠΟΣ

Στις περιπτώσεις μεγάλων σε έκταση και ένταση φυσικών καταστροφών, τα γεγονότα καλύπτονται όχι μόνο από τα εθνικά ΜΜΕ, αλλά και από τον ξένο τύπο στα πλαίσια της παγκόσμιας ενημέρωσης. Η ενημέρωση σήμερα είναι πολύ ευκολότερη και γρηγορότερη ενώ προσπερνά κάθε εμπόδιο λόγω απόστασης. Με αυτό τον τρόπο, κάθε πολίτης σε κάθε μέρος της γης δύναται να ενημερώνεται μέσω των ΜΜΕ για οτιδήποτε μπορεί να συμβαίνει όπου και αν αυτό συμβαίνει.

Έχοντας ήδη επεξεργαστεί και αναλύσει τον τρόπο με τον οποίο τα εθνικά ΜΜΕ αντιμετώπισαν τα γεγονότα του σεισμού του 1999 στην Αττική, στη συνέχεια παρουσιάζεται συνοπτικά ο τρόπος διαχείρισης των γεγονότων από τα ξένα ΜΜΕ και συγκεκριμένα από ένα μικρό δείγμα αγγλικών, γαλλικών και ιταλικών ΜΜΕ. Τα ξένα άρθρα ήταν προσιτά μέσω του Internet και οι πηγές αυτών ήταν:

- από το γαλλικό τύπο, Le Monde, Le Figaro,
- από τον ιταλικό τύπο, Italia News, La Repubblica, Corriere della Sera, Rainews24,
- από τον αγγλικό τύπο, BBC NEWS.

Στο γαλλικό τύπο, τα άρθρα προέρχονται από τις δυο μεγαλύτερες γαλλικές εφημερίδες, τη Le Monde και τη Le Figaro. Το μέγεθος των άρθρων που εξετάστηκαν ήταν σε όλες τις περιπτώσεις μέτριο και η εμφάνισή τους είναι εντονότερη από τις 08-09-1999 έως τις 15-09-1999 όπως ακριβώς συμβαίνει και στον ελληνικό τύπο. Η θεματολογία των άρθρων επικεντρώνεται στις επιπτώσεις του σεισμού και κυρίως όσον αφορά στα θύματα του σεισμού. Μεταφέρονται σε μεγάλο βαθμό, οι συνεντεύξεις και οι δηλώσεις πολιτικών αλλά και των υπευθύνων των ομάδων διάσωσης σχετικά με τον απολογισμό των καταστροφών.

Η χρήση λέξεων, όπως «θανατηφόρος σεισμός», «βίαιος σεισμός» κ.λπ. εμφανίζονται σε μεγάλη συχνότητα ενώ παρουσιάζονται επίσης και ιστορίες οι οποίες προκαλούν συναισθηματική φόρτιση. Αξιοσημείωτη είναι η συχνή αναφορά της αλληλεγγύης της Τουρκίας μέσω της αποστολής ομάδων διάσωσης. Συγκεκριμένα, ενώ αναφέρονται όλες οι χώρες που έστειλαν βοήθεια, μόνο στην Τουρκία συγκεκριμένα δίνεται κάθε φορά έμφαση. Πρόκειται για ένα γεγονός το οποίο παρατηρείται όχι μόνο στο γαλλικό τύπο αλλά και στον αγγλικό και ιταλικό.

Σε αντίθεση με τον γαλλικό τύπο, ο ιταλικός τύπος φαίνεται να αφιερώνει μεγαλύτερη έκταση σε ό,τι αφορά το σεισμό στην Ελλάδα. Αυτό μπορεί να οφείλεται και στο γεγονός ότι είναι μια γειτονική χώρα η οποία πλήττεται επίσης συχνά από σεισμούς. Χρησιμοποιήθηκαν δυο μεγάλες ιταλικές εφημερίδες όπως η *Corriere della Sera*, και η *La Repubblica* καθώς και μια μικρότερη η *Quotidiano*. Χρησιμοποιήθηκε επίσης η διαδικτυακή πύλη (portal) του τηλεοπτικού καναλιού Rai.

Η θεματολογία και σε αυτή την περίπτωση επικεντρώνεται στις επιπτώσεις του σεισμού και κυρίως στους νεκρούς και τους τραυματίες. Και σε αυτή την περίπτωση, η εγκυρότητα των όσων αναφέρονται εξαρτάται από την μεταφορά των δηλώσεων των αρμόδιων αρχών στην Ελλάδα. Ωστόσο, υπάρχουν άρθρα τα οποία ασχολούνται με τους ελέγχους, τις αυτοψίες των κτιρίων αλλά και τις καταστροφές των αρχαιολογικών χώρων. Επιπροσθέτως, παρουσιάζονται άρθρα τα οποία επικεντρώνονται στην απόδοση ευθυνών κυρίως για την χρήση λανθασμένων υλικών κατασκευής των κτιρίων που κατέρρευσαν. Σε αντίθεση με το γαλλικό τύπο, ο ιταλικός χρησιμοποιεί εικόνες συνοδευτικά με τα άρθρα τα οποία αφορούν κυρίως τη διαδικασία της διάσωσης. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε πως τα διαθέσιμα άρθρα από τα ιταλικά ΜΜΕ αφορούν την περίοδο μέχρι τρεις μέρες μετά το σεισμό και ίσως σε αυτό οφείλεται και το γεγονός της μη ύπαρξης αναφορών σχετικά με τα μέτρα αποκατάστασης. Τέλος, πρέπει να αναφερθεί πως σε πολλά άρθρα αναφέρεται και η ύπαρξη ή μη Ιταλών πληγέντων στην Ελλάδα.

Σχετικά με τον αγγλικό τύπο, η διαθέσιμη ενημέρωση προέρχεται από το BBC και συγκεκριμένα το BBC NEWS. Τα άρθρα που εμφανίζονται στο BBC είναι εκτενή και αφορούν τόσο τις επιπτώσεις του σεισμού σε ανθρώπινες απώλειες και κτίρια, όσο και την επιστημονική ενημέρωση σχετικά με τους σεισμούς και την σεισμικότητα της Ελλάδας.

Εκτενής αναφορά γίνεται και στην ξένη βοήθεια που δέχτηκε η Ελλάδα, ενώ δίνεται για ακόμη μια φορά έμφαση στη βοήθεια που λήφθηκε από την Τουρκία. Χαρακτηριστική είναι ακόμα η ύπαρξη ενός άρθρου το οποίο περιείχε αποκλειστικά εικόνες είτε πληγέντων είτε κτιρίων που είχαν καταρρεύσει.

Η παραπάνω ανάπτυξη κειμένου δεν μπορεί να θεωρηθεί έρευνα σχετικά με τον τρόπο που τα ξένα ΜΜΕ αντιμετώπισαν το σεισμό του 1999 στην Αττική, και αυτό γιατί το σύνολο των άρθρων που ήταν διαθέσιμο στο διαδίκτυο ήταν αρκετά μικρό για να μπορούν να υπάρξουν γενικεύσεις. Ωστόσο, έγινε μια προσπάθεια να δοθεί μια συνοπτική εικόνα κάποιων άρθρων από τις μεγαλύτερες εφημερίδες τριών χωρών και να γίνουν κάποιες παρατηρήσεις.

Σε γενικές γραμμές, στην προσπάθεια να γίνει μια σύγκριση μεταξύ του ξένου και του ελληνικού τύπου, είναι διακριτό ότι ο ξένος τύπος επικεντρώνεται στη μεταφορά των ειδήσεων, όπως αυτές μεταφέρονται από τους αρμόδιους για τη διαχείριση του σεισμικού συμβάντος φορείς. Φαινόμενα διάδοσης φημών δεν παρατηρούνται, ενώ ταυτόχρονα δεν γίνεται και μεγάλη χρήση εικόνων, όπως και στον ελληνικό τύπο. Ταυτόχρονα, σε αντίθεση με τον ελληνικό τύπο, στον ξένο, δεν παρατηρείται το φαινόμενο της απόδοσης ευθυνών σε τόσο μεγάλο βαθμό. Βέβαια πρέπει να αναφερθεί και πάλι πως στην περίπτωση του ξένου τύπου δεν εξετάζεται η περίοδος της αποκατάστασης, αλλά μόνο της απόκρισης και επομένως ίσως τα δεδομένα αργότερα να είναι διαφορετικά.

Αυτό που θεωρείται εξαιρετικής σημασίας σε αυτή την περίπτωση, είναι πως ο ξένος τύπος στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στις δηλώσεις αυτών που είναι υπεύθυνοι να διαχειριστούν το σεισμό. Επομένως, φαίνεται πόσο σημαντική είναι η γνώση των ανθρώπων αυτών να μεταφέρουν τα γεγονότα με το τέτοιο τρόπο ώστε να αποφεύγονται φαινόμενα παραπληροφόρησης που μπορούν να οδηγήσουν σε πανικό. Φαίνεται συνεπώς πως χρειάζεται μια γενικότερη οργάνωση και συστηματική διαχείριση του επικοινωνιακού στοιχείου μιας καταστροφής τόσο από τους αρμόδιους φορείς προς τα ΜΜΕ όσο και από τα ΜΜΕ προς τους πολίτες.

4.2.3. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

Πρόσφατη δημοσκόπηση της εταιρείας δημοσίων σχέσεων Deloitte, η οποία πραγματοποιήθηκε για το χρονικό διάστημα από τις 10-09-2010 έως τις 08-10-2010 με τίτλο “State of the media democracy” αποκαλύπτει το γεγονός πως η τηλεόραση συνεχίζει να κυριαρχεί έναντι των υπόλοιπων ΜΜΕ, σε αντίθεση με την περιρρέουσα αντίληψη πως ο κόσμος ενημερώνεται και ψυχαγωγείται πλέον σχεδόν μόνο από το διαδίκτυο.

Στα πλαίσια συνεπώς της εμπλοκής των ΜΜΕ σε περιπτώσεις καταστροφικών φαινομένων, η τηλεόραση αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ενημέρωσης. Το μεγάλο

πλεονέκτημα της τηλεόρασης είναι το γεγονός ότι δύναται να μεταφέρει εικόνα, η οποία έχει καθοριστική σημασία σε περιπτώσεις όπου η περιγραφή καθίσταται αδύνατη.

Εστιάζοντας στη μελέτη περίπτωσης της εργασίας, το σεισμό του 1999 στην Αθήνα, αναζητήθηκε το τηλεοπτικό αρχείο ειδήσεων της ΕΡΤ που αφορούσε στο συγκεκριμένο σεισμό για το χρονικό διάστημα της μιας εβδομάδας από την εμφάνιση του φαινομένου. Στόχος της διερεύνησης του τηλεοπτικού αρχείου ήταν να παρατηρηθεί ο τρόπος προσέγγισης των γεγονότων από την τηλεόραση καθώς ήδη είχε αναλυθεί το ίδιο στα έντυπα ΜΜΕ.

Το αποτέλεσμα της διερεύνησης στο επίπεδο που έγινε, επιβεβαιώνει το γεγονός της εστίασης των ΜΜΕ στην φάση της απόκρισης, όπως αναφέρθηκε σε άλλο κεφάλαιο καθώς αναζητήθηκε το αρχείο από την εμφάνιση του φαινομένου και για μια εβδομάδα, πρόκειται συγκεκριμένα για την άμεση μετακαταστροφική περίοδο. Η θεματολογία των πλάνων ωστόσο υπήρξε ένα ζήτημα προς διερεύνηση. Ύστερα από την εύρεση του αρχείου και των σχετικών πλάνων έγινε προσπάθεια να απαντηθούν περίπου οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν για την έρευνα από τα έντυπα ΜΜΕ.

Σε γενικές γραμμές, αυτό που γίνεται εύκολα αντιληπτό αν παρατηρήσει κάποιος το αρχείο ειδήσεων σχετικά με το σεισμό του 1999, είναι ένα πλήθος αρχείων που ασχολούνται με τις άμεσες επιπτώσεις του σεισμού μεταφέροντας ενημέρωση και εικόνες σχετικά με καταρρεύσεις κτιρίων, την ύπαρξη νεκρών, τραυματιών αλλά και αγνοούμενων. Τα πλάνα αρκετές φορές συνοδεύονται από ομιλίες ανθρώπων, οι οποίοι ίσως να μην είναι στο πλάνο αλλά η αγωνία και το σοκ στην τρεμάμενη φωνή τους κάνει αισθητή την παρουσία τους.

Πολύ συχνά είναι τα πλάνα που αφορούν στις ψυχοκοινωνικές επιπτώσεις, στον ανθρώπινο πόνο, σε πολίτες που περιγράφουν πως ένιωσαν την στιγμή που τα πάντα κατέρρεαν, που δεν έχουν που να μείνουν το βράδυ και σε άλλους οι οποίοι έχουν χάσει συγγενείς και φίλους ή τους αναζητούν ακόμα. Προκαλεί εντύπωση το γεγονός πως οι άνθρωποι που έχουν πληγεί φαίνονται αρκετά δεκτικοί απέναντι στους δημοσιογράφους και είναι αρκετά πρόθυμοι να παρουσιάσουν την ιστορία τους σε αντίθεση με τις απόψεις κάποιων οι οποίοι παρουσιάζουν τα ΜΜΕ ως εισβολείς στον πόνο και στις προσωπικές στιγμές των ανθρώπων.

Αρκετά σε μέγεθος και αριθμό είναι επίσης τα αρχεία που ασχολούνται με την διαδικασία της διάσωσης. Το έργο της ΕΜΑΚ παρουσιάζεται σχεδόν συνέχεια και αρκετές φορές η κάμερα ακολουθεί τους διασώστες ακόμα και μέσα στα συντρίμια. Στη φάση της απόκρισης, οι δηλώσεις των πολιτικών καταλαμβάνουν ένα πολύ μεγάλο τμήμα του αρχείου που διερευνήθηκε. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός πως οι δηλώσεις ατόμων που

εμπλέκονται άμεσα με την πολιτική προστασία όπως του αρχηγού της πυροσβεστικής, του γενικού γραμματέα πολιτικής προστασίας κ.λπ., ήταν πολύ λιγότερες σε αριθμό από αυτές των πολιτικών. Σε κάθε περίπτωση όμως η κατάσταση σε ότι αφορά τη φάση της απόκρισης παρουσιάζονταν να είναι υπό έλεγχο.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσίασε η προβολή της άμεσης παροχής βοήθειας στους πληγέντες, η οποία ξεκίνησε αρκετά νωρίς καθώς από την δεύτερη μέρα του σεισμού παρουσιάζονται πλάνα σχετικά με την παροχή σκηνών, αλλά και την τοποθέτησή τους από εθελοντές ή το στρατό. Παρουσιάζονται επίσης, πλάνα από την βοήθεια που προσέφεραν μη κυβερνητικές οργανώσεις αλλά και διάφορες εταιρείες κυρίως σχετικά με τη στέγαση αλλά και την διατροφή των πολιτών που χρήζουν βοήθειας. Παρουσιάζονται γενικά πλάνα αλλά η κάμερα εστιάζει κυρίως σε περιπτώσεις δυσσαρεστημένων πολιτών καθώς και σε περιπτώσεις αμέλειας, είτε από την κυβέρνηση είτε από οποιοδήποτε άλλο εμπλεκόμενο φορέα.

Εικόνα 3: Πάνω αριστερά: Η ΕΜΑΚ κατά τη διαδικασία διάσωσης, Πάνω δεξιά: Ο Ερυθρός Σταυρός στο χώρο προσωρινής στέγασης πληγέντων, Κάτω: Δήλωση διοικητού της ΕΜΑΚ. Πηγή: Αρχείο Ειδήσεων ΕΡΤ



Αρκετά είναι τα αρχεία που αφορούν στην άμεση παροχή οικονομικής βοήθειας. Περιπτώσεις δικαιούχων σε αναμονή είτε για την οικονομική ενίσχυση είτε για περιπτώσεις καταβολής αιτήσεων για αυτοψίες κτιρίων αποτελούν πολύ συχνές εικόνες.

Σε γενικές γραμμές, η τηλεόραση μεταφέρει την εικόνα που βλέπει η ίδια τις περισσότερες φορές. Για να υπάρξει αλλαγή στα πλάνα που βλέπουν οι τηλεθεατές θα πρέπει να αλλάξει η εικόνα που υπάρχει προς παρουσίαση. Έχει γίνει ήδη μια αναφορά σχετικά με την τάση των ΜΜΕ για εμπορευματοποίηση του πόνου. Σε περίπτωση όμως που ο πόνος αυτός είναι περιορισμένος, η τηλεόραση και κάθε ΜΜΕ δεν θα μπορεί παρά να ασχοληθεί με κάτι διαφορετικό και ίσως σε αυτή την περίπτωση να προβάλει και τους λόγους μη ύπαρξης αυτού του πόνου επιβραβεύοντας τη σωστή και αποτελεσματική λειτουργία του μηχανισμού. Σε κάθε περίπτωση τα ΜΜΕ δύνανται να βοηθήσουν με τη συμμετοχή τους σε κάθε φάση διαχείρισης του κύκλου καταστροφών από την πρόληψη μέχρι την αποκατάσταση. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη βελτίωση της επικοινωνίας τόσο πριν όσο και μετά την εκδήλωση μιας κρίσης. Αξίζει στο σημείο αυτό να αναφερθεί πως στην περίπτωση του σεισμού το 1999, και στα αρχεία που διερευνήθηκαν, δεν βρέθηκαν αρχεία που να περιέχουν οδηγίες αυτοπροστασίας ή κάποιου είδους ενημέρωση σε περίπτωση μετασεισμικής ακολουθίας. Εύλογη συνεπώς παρουσιάζεται η ανάγκη, τα ΜΜΕ να συνειδητοποιήσουν το ρόλο που μπορούν να διαδραματίσουν σε μια περίπτωση καταστροφής και επομένως να αρχίσουν να δρουν ανάλογα.

Σχετικά με το ραδιόφωνο, είναι γεγονός ότι αποτελεί μαζί με την τηλεόραση ένα από τα δημοφιλέστερα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Ταυτόχρονα όμως, το ραδιόφωνο αποτελεί και ένα εξαιρετικό εργαλείο επικοινωνίας σε περιπτώσεις εκτάκτων αναγκών. Η σημασία και χρησιμότητα του ραδιοφώνου έγκειται στο γεγονός ότι ως μέσο επικοινωνίας δύναται να παρέχει πληροφορίες τις πρώτες στιγμές της καταστροφής, την στιγμή που όλα τα υπόλοιπα επικοινωνιακά δίκτυα έχουν καταρρεύσει.

Ακόμα και στο σεισμό του 1999 στην Αθήνα, ο μόνος τρόπος παροχής πληροφοριών προς τους πολίτες τις πρώτες ώρες μετά το σεισμό ήταν το ραδιόφωνο. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε το γεγονός πως στις οδηγίες αυτοπροστασίας που δίνονται για κάθε είδος καταστροφής ένα ραδιόφωνο με μπαταρίες παρουσιάζεται πάντα ως αναγκαίο εφόδιο σε περίπτωση σεισμού. Η δυνατότητα μικρού όγκου, αλλά και λειτουργίας χωρίς ρεύμα, που παρέχει το ραδιόφωνο αποτελούν δυο από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα που το καθιστούν ως το αποτελεσματικότερο μέσο επικοινωνίας και παροχής πληροφοριών και οδηγιών προς τους πολίτες σε περιπτώσεις εκτάκτων αναγκών.

Το ραδιόφωνο, όπως και κάθε μέσο μαζικής ενημέρωσης, οφείλει να ενημερώνει τους πολίτες σε περιπτώσεις εκτάκτων αναγκών και να τους παρέχει την κατάλληλη ενημέρωση ώστε να είναι σε θέση να προστατέψουν τον εαυτό τους και τους γύρω τους αλλά και αποφευχθούν φαινόμενα πανικού.

5. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΠΡΟΛΗΨΗ ΚΑΙ ΣΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΕΝΟΣ ΣΕΙΣΜΟΥ

5.1. ΤΑ ΜΜΕ ΣΕ ΚΑΘΕ ΦΑΣΗ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗΣ

Τα ΜΜΕ έχει αποδειχθεί ότι εστιάζουν στη φάση της απόκρισης μετά από καταστροφικά γεγονότα, όπως ένας καταστροφικός σεισμός και η παρουσία τους είναι ελάχιστη στη φάση της αποκατάστασης και σχεδόν ανύπαρκτη στις φάσεις της πρόληψης και της ετοιμότητας.

Από την άλλη είναι δεδομένο ότι κατά τη διάρκεια μιας καταστροφής ή αμέσως μετά, οι άνθρωποι ψάχνουν αξιόπιστες και λεπτομερείς πληροφορίες. Σε αυτή την περίπτωση, η κύρια αρχή της παροχής πληροφοριών θα πρέπει να είναι η ηθική: κατά τη διάρκεια μιας ανάγκης, τα ΜΜΕ θα πρέπει να είναι ευαισθητοποιημένα απέναντι στις ανάγκες του κοινού που έχει πληγεί και πρέπει να αποφεύγουν την παραπληροφόρηση καθώς και τις μη επιβεβαιωμένες πληροφορίες, οι οποίες δύνανται να οδηγήσουν σε πανικό ή απόγνωση. Συναισθήματα όπως: ο φόβος, το δέος, η ανασφάλεια, η απομόνωση και η μοναξιά, συχνά βασίζονται και στην έλλειψη πληροφόρησης και γνώσης. Απαιτείται αξιόπιστη ενημέρωση και τη σωστή χρονική στιγμή ώστε να μειωθούν οι αρνητικές επιπτώσεις στην ψυχολογία των πληγέντων.

Πράγματι, η διαθεσιμότητα έγκαιρης και αξιόπιστης πληροφόρησης και γνώσης σχετικά με ένα συμβάν και τις ανάγκες που αυτό δημιουργεί, βοηθά στο να ενισχυθεί η αλληλοβοήθεια και στο να δημιουργηθεί μια ατμόσφαιρα όπου είναι πιο εύκολο να συνυπάρξουν οι πολλές αρνητικές επιπτώσεις που έχει επιφέρει η καταστροφή (*Gurhan E. & Argun Y., χ. χ.*).

Έτσι, λοιπόν η σωστή και αξιόπιστη ενημέρωση μέσω των ΜΜΕ αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο όχι μόνο για να ελαχιστοποιηθούν οι συνέπειες στην ψυχосύνθεση των πληγέντων και των κοινωνικών δομών αλλά και για να ισορροπηθούν οι πιθανές επιπτώσεις φαινομένων παραπληροφόρησης ή ηθελημένης πληροφόρησης.

Επίσης, η ανάγκη των κεντρικών και τοπικών αρχών να προσεγγίσουν τους πολίτες είναι πολύ μεγαλύτερη κατά τη διάρκεια και αμέσως μετά την εκδήλωση ενός καταστροφικού σεισμού. Τα ΜΜΕ τότε μπορούν και λειτουργούν προς την εξυπηρέτηση αυτού του σκοπού, δηλαδή την προσέγγιση, την ενημέρωση, την κινητοποίηση και τον καθησυχασμό του κοινού.

Εικόνα 4: Τα ΜΜΕ καλύπτουν τα γεγονότα κατά τη φάση της απόκρισης. Πηγή: Εφημερίδα «Καθημερινή»



Ωστόσο, ο ρόλος των ΜΜΕ όσον αφορά σε καταστροφικά συμβάντα δεν πρέπει να σταματά στη φάση της απόκρισης καθώς δύναται να προσφέρουν σε μεγάλο βαθμό σε όλες τις φάσεις μιας καταστροφής και κυρίως **στη φάση της πρόληψης και της ετοιμότητας**. Με την ένταξη των ΜΜΕ στις φάσεις αυτές ενισχύεται η πιθανότητα αποτροπής όχι των ίδιων των φαινομένων, αλλά των αρνητικών επιπτώσεων που μπορούν να έχουν. Ο μετριασμός των επιπτώσεων μιας φυσικής καταστροφής με σεβασμό στον ανθρώπινο αντίκτυπο έχει λανθασμένα συνδεθεί με την παρέμβαση μετά την κρίση, ενώ στην πραγματικότητα η πρόληψη και η ετοιμότητα σχετίζονται τόσο με την προκαταστροφική περίοδο όσο και με την άμεση μετακαταστροφική περίοδο και την αποκατάσταση.

Ο ρόλος των ΜΜΕ στις φυσικές καταστροφές έχει συζητηθεί ευρέως και ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια. Το μεγαλύτερο μέρος της συζήτησης επικεντρωνόταν στην μετά το συμβάν κάλυψη και στις ανθρώπινες συνέπειες, με τα μέσα συχνά να κατηγορούνται για άκομψη κάλυψη της ανθρώπινης τραγωδίας.

Ενώ είναι ξεκάθαρο το γεγονός ότι τα ΜΜΕ αποτελούν μια από τις πιο σημαντικές μεθόδους ενημέρωσης του κοινού, ωστόσο η θεματολογία τους σχετικά με την πρόληψη και την ετοιμότητα αναφορικά με φυσικές καταστροφές εμφανίζεται σχετικά περιορισμένη. Ο ρόλος των ΜΜΕ μπορεί να καταστεί ζωτικός όσον αφορά στην ενημέρωση του κοινού σχετικά με τις καταστροφές που το απειλούν, την προειδοποίηση για πιθανούς επαγόμενους

κινδύνους, την συγκέντρωση και διάδοση πληροφοριών σχετικά με τις πληγείσες περιοχές αλλά και την αφύπνιση των κυβερνητικών αρχών σχετικά με συγκεκριμένες ανάγκες.

Ο ρόλος των ΜΜΕ λοιπόν **στη φάση της πρόληψης** είναι πρώτον να επαγρυπνήσει και να ευαισθητοποιήσει τους πολίτες σχετικά με τους πιθανούς κινδύνους, έτσι ώστε να μειωθούν οι επιπτώσεις όπως οι θάνατοι, οι τραυματισμοί και οι υλικές απώλειες. Οι άνθρωποι που είναι εκτεθειμένοι σε κίνδυνο, είναι θεμιτό να ακούσουν τις πληροφορίες σχετικά με την έκτακτη ανάγκη και να προετοιμαστούν έτσι ώστε να είναι σε θέση να λάβουν μόνοι τους τα απαραίτητα προληπτικά μέτρα. (Mileti & Sorensen, 1990).

Στην περίπτωση των σεισμών, το γεγονός ότι η πρόβλεψη σεισμού δεν μπορεί να καταστεί ακόμη δυνατή, σύμφωνα με την επιστημονική διεθνή κοινότητα, ενδυναμώνει το ρόλο των ΜΜΕ στη φάση της πρόληψης και της ετοιμότητας τόσο του πληθυσμού, όσο των επιχειρησιακά εμπλεκόμενων φορέων για την βέλτιστη αντιμετώπιση των επαγόμενων κινδύνων καθώς και για τα μέτρα προστασίας.

Στόχος θα πρέπει να είναι η διαμόρφωση μιας αντισεισμικής παιδείας του πληθυσμού. Στο πλαίσιο της διαμόρφωσης αυτής της παιδείας, ο πολίτης θα ενδιαφέρεται και θα θέλει να γνωρίζει τι μπορεί να κάνει ο ίδιος για να βοηθήσει τον εαυτό του και τους γύρω του και δεν θα αναμένει αποκλειστικά τη βοήθεια του κράτους. Τα ΜΜΕ μπορούν να συνεισφέρουν στην δημιουργία ενός ενεργού πολίτη, ο οποίος θα μπορεί να λειτουργήσει και ως πυρήνας γνώσης για τους υπόλοιπους διαχέοντας τη γνώση που έχει αποκτήσει. Η γνώση είναι προφύλαξη και αν οι πολίτες γνωρίζουν τι να κάνουν την ώρα του κινδύνου τότε οι πιθανές επιπτώσεις θα είναι σίγουρα λιγότερες σε αριθμό και σοβαρότητα.

Εικόνα 5: Παροχή οδηγιών αυτοπροστασίας. Πηγή: Φωτογραφικό Αρχείο ΟΑΣΠ



Στην περίπτωση του σεισμικού κινδύνου, κάθε πολίτης που ζει σε σεισμική περιοχή οφείλει να έχει κάποιες γνώσεις για το σεισμό. Αν οι άνθρωποι γνωρίσουν και κατανοήσουν

την απειλή του σεισμού θα λάβουν μέτρα προστασίας. Ο βαθμός κατανόησής τους θα πρέπει να περιλαμβάνει το τι πρέπει να κάνει σε περίπτωση σεισμού καθώς και πως οι διάφορες επιλογές που κάνει όπως η τοποθέτηση της βιβλιοθήκης ή των ραφιών κ.α. σχετίζονται άμεσα με την ασφάλειά του (*Coburn W.A. & Spense R., 2002*). Η σωστή ενημέρωση προς αυτή την κατεύθυνση μπορεί να γίνει μέσω των ΜΜΕ.

Αν η ενημέρωση των πολιτών γίνει με σωστό τρόπο, στο τέλος θα αποκτήσουν μια κουλτούρα ασφάλειας, όπου οι άνθρωποι θα οδηγούνται πλέον σε αυτόματες ενέργειες για την προφύλαξή τους γιατί θα γνωρίζουν και όχι γιατί θα φοβούνται την εμφάνιση ενός σεισμού. Ένας τρόπος δημιουργίας αυτής της κουλτούρας είναι η εξοικείωση με τους σεισμούς μέσω ασκήσεων ετοιμότητας σε όλους τους χώρους. Η συχνή αναφορά και η σωστή προβολή κάθε είδους ασκήσεων ετοιμότητας σε περίπτωση σεισμού από την τηλεόραση αλλά και τα υπόλοιπα ΜΜΕ μπορεί να βοηθήσει σε μεγάλο βαθμό.

Σχετικά με **την φάση ετοιμότητας** στη διαχείριση μια έκτακτης ανάγκης από σεισμό, δεδομένου ότι ο σεισμός δεν είναι προβλέψιμος, τα ΜΜΕ καλούνται να δράσουν αμέσως μετά την εκδήλωση του καταστροφικού σεισμού. Να ενημερώσουν τους πολίτες για την παρουσία επαγόμενων του σεισμού κινδύνων και να παράσχουν πληροφορίες σε αυτούς τους πολίτες σχετικά με ζητήματα αυτοπροστασίας τόσο για μετασεισμούς όσο και για μέτρα προστασίας από άλλους κινδύνους (*Burkhart, 1991*).

Στην περίπτωση μιας καταστροφής, είναι αναμενόμενο πως οι αρμόδιοι φορείς για την αντιμετώπιση του φαινομένου θα εξαντλήσουν κάθε δυνατότητα που έχουν ώστε να έχουν τα επιθυμητά αποτελέσματα τουλάχιστον για τις πρώτες ώρες μετά το συμβάν. Είναι συνεπώς ιδιαίτερα σημαντικό οι πολίτες να είναι προετοιμασμένοι και κατάλληλα εκπαιδευμένοι ώστε να μπορούν οι ίδιοι να παρέχουν πιθανόν τις βασικές πρώτες βοήθειες ενισχύοντας κατά επέκταση και το έργο των ειδικών μονάδων αντιμετώπισης καταστροφών. Με τον όρο ετοιμότητα του κοινού νοούνται οι κινήσεις που έχουν γίνει για να ενδυναμωθούν οι πολίτες και να είναι σε θέση να βοηθήσουν τους εαυτούς τους, τις οικογένειές τους, τους γείτονες ή ακόμα και αγνώστους (*Coppola D., 2011, σελ. 269*).

Πολλοί υποστηρίζουν πως οι πολίτες θα πανικοβάλλονταν και θα ήταν ανίκανοι να δράσουν λογικά στην περίπτωση μιας καταστροφής. Ωστόσο, μελέτες σε πραγματικά μετακαταστροφικά σενάρια έδειξαν πως οι άνθρωποι αντιδρούν λογικά και αποτελεσματικά ακόμα και όταν είναι φοβισμένοι ή βρίσκονται υπό συνθήκες άγχους. Αυτές οι μελέτες αποτελούν ακόμα ένα παράγοντα ο οποίος υπογραμμίζει την ανάγκη ενημέρωσης του κοινού.

Επιστήμονες άλλωστε ισχυρίζονται το γεγονός πως οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα ΜΜΕ περισσότερο από κάθε άλλη πηγή πληροφόρησης, ώστε να ενημερωθούν για τους κινδύνους

που τους απειλούν (Walsh, 1996). Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι βλέπουν τον κίνδυνο αλλά σε περιπτώσεις καταστροφικών φαινομένων με δυσμενείς επιπτώσεις μεγάλης έκτασης τα ΜΜΕ αποτελούν την πηγή πληροφόρησης που μπορεί να επηρεάσει περισσότερο (Burkhart, 1991).

Εικόνα 6: Αφίσα εκστρατείας κατά του σεισμού στην Καλιφόρνια. Πηγή: *Earthquake protection, Coburn W. A. και Spense R., 2002.*



Έγινε ήδη λόγος για την παρουσία των ΜΜΕ στην φάση της απόκρισης όπου είναι και εντονότερη, αλλά και για τον ρόλο που θα πρέπει να έχουν στις φάσεις της πρόληψης και της ετοιμότητας. Ο ρόλος των ΜΜΕ καθώς και το έργο τους όμως θα πρέπει να συνεχίζεται και μετά την καταστροφή **στην φάση της αποκατάστασης**. Τις πρώτες ώρες, η παρουσία τους πάντα είναι πάνω από κάθε προσδοκία αλλά δυο ή τρεις εβδομάδες αργότερα, η κάλυψη τείνει να μειώνεται και η δύσκολη κατάσταση όσων επλήγησαν μπορεί να χαθεί από το πρόγραμμα των ειδήσεων.

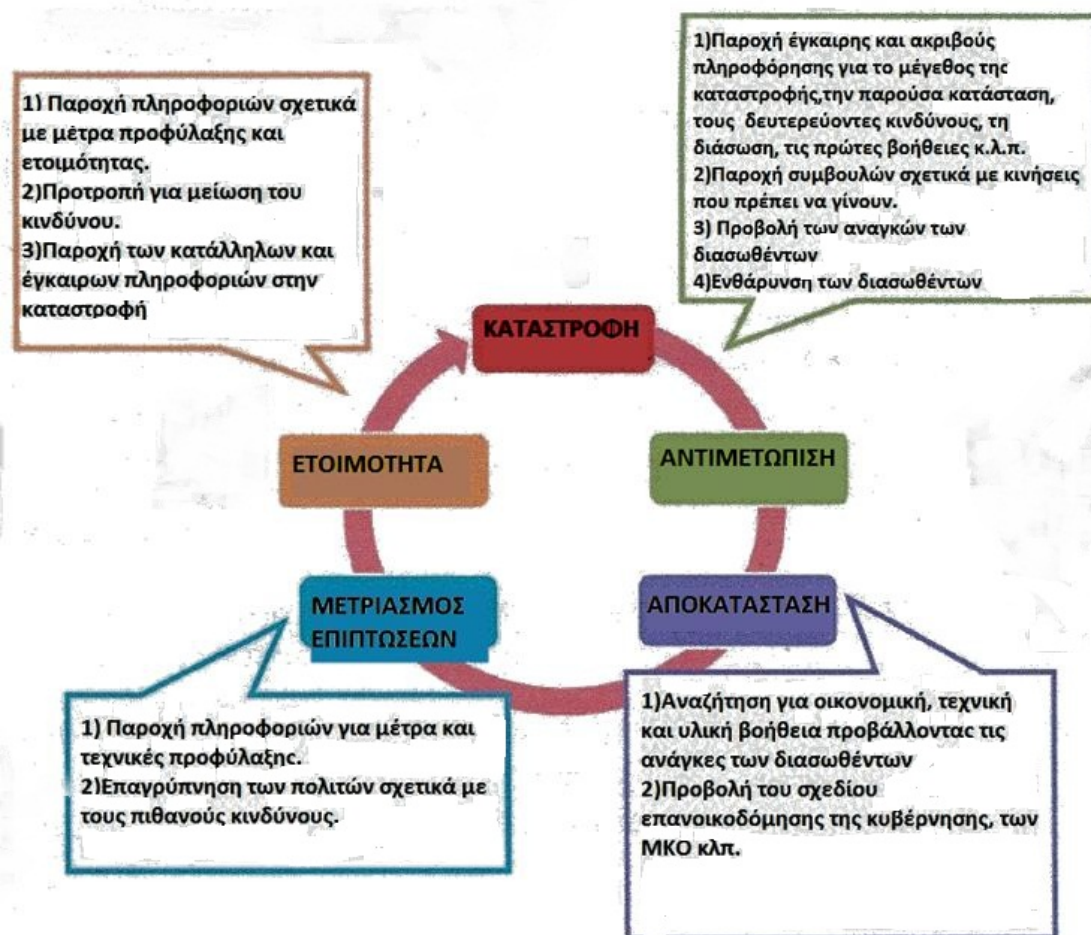
Την στιγμή αυτή όμως όπου το ενδιαφέρον των ΜΜΕ μειώνεται, η ανάγκη για κάλυψη αυξάνεται. Είναι η στιγμή όπου τα ΜΜΕ θα πρέπει να λειτουργήσουν ως μέσα προβολής των ανθρώπινων ιστοριών αλλά και των προόδων που γίνονται σχετικά με την αποκατάσταση. Με αυτό τον τρόπο οι πολίτες διατηρούν το ενδιαφέρον τους σχετικά με τα θέματα των φυσικών καταστροφών και κινητοποιούνται για την αποτροπή παρόμοιων φαινομένων.

Τα ΜΜΕ στην φάση της αποκατάστασης δρουν και ως μέσο ανακούφισης για τους πολίτες που έχουν πληγεί καθώς αποτελούν την κύρια μορφή πληροφόρησης για τα μέτρα

του κράτους. Μέσω των ΜΜΕ ενημερώνονται για την οικονομική βοήθεια που μπορούν να εισπράξουν για τα προτεινόμενα μέτρα του κράτους ενώ ταυτόχρονα μέσω των ΜΜΕ προβάλλονται ευκολότερα οι ανάγκες που προκύπτουν συνεχώς. Τέλος, στη φάση της αποκατάστασης, τα ΜΜΕ παρέχουν στους πολίτες πληροφορίες σχετικά με τα σχέδια της κυβέρνησης και άλλων φορέων και οργανισμών για την επανοικοδόμηση των κατεστραμμένων περιοχών.

Συνοπτικά, ο ρόλος των ΜΜΕ σε κάθε φάση διαχείρισης μιας καταστροφής, σεισμικής ή άλλης περιγράφεται στο παρακάτω διάγραμμα.

Σχήμα 4: Ο ρόλος των ΜΜΕ σε κάθε φάση του κύκλου διαχείρισης εκτάκτων αναγκών. Πηγή: *Know disaster, Tell disaster, Risk Reduction, Training Handbook for Media Professionals*, σελ. 9



Η ανάγκη ένταξης των ΜΜΕ σε κάθε φάση διαχείρισης μιας καταστροφής παρουσιάζεται όλο και πιο επιτακτική καθώς αν αναλογιστεί κανείς το γεγονός ότι οι κίνδυνοι της φύσης θα υπάρχουν πάντα ο μόνος τρόπος αντιμετώπισής τους είναι η γνώση, η προετοιμασία και η

προστασία από αυτούς. Τα ΜΜΕ συνεπώς μπορούν να προσφέρουν εύκολα αυτή τη γνώση στους πολίτες και θα έπρεπε να υπήρχε κάποιου είδους προτροπή προς αυτή την κατεύθυνση είτε από το κράτος, είτε από τις ΜΚΟ, είτε και από τους ίδιους τους πολίτες.

Είναι γνωστό και σεβαστό το γεγονός πως τα ΜΜΕ δρουν με γνώμονα το κέρδος, όπως και κάθε επιχείρηση άλλωστε, αυτό όμως, δεν πρέπει να επισκιάζει το σημαντικό ρόλο τους, ο οποίος αφενός μεν διέπεται από κανόνες δεοντολογίας και αφετέρου χαρακτηρίζει τα ΜΜΕ ως το σπουδαιότερο μέσο ενημέρωσης και πληροφόρησης του πληθυσμού μετά από μια φυσική καταστροφή.

5.2. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

5.2.1. ΓΕΝΙΚΑ

Στην προηγούμενη ενότητα αναφέρθηκε η αναγκαιότητα των ΜΜΕ ως βασικό εργαλείο ενημέρωσης και κατά επέκταση εκπαίδευσης για τους πολίτες σχετικά με τις φυσικές καταστροφές. Δόθηκε συνεπώς έμφαση στην δράση των ΜΜΕ αποκλειστικά σε σχέση με τους πολίτες και συνεπώς στην επικοινωνία των ΜΜΕ με τους πολίτες όπως θα έπρεπε να είναι και όχι σύμφωνα με την υφιστάμενη κατάσταση.

Τα ΜΜΕ όμως δεν αποτελούν πάντα το πομπό στην επικοινωνιακή φόρμουλα κατά τη διάρκεια μιας καταστροφής αλλά αποτελούν ταυτόχρονα και δέκτη μηνυμάτων από τις αρμόδιες αρχές πολιτικής προστασίας. Αναφέρθηκε προηγουμένως πως με την εμφάνιση ενός καταστροφικού φαινομένου, τα ΜΜΕ είναι υπεύθυνα να μεταφέρουν στους πολίτες τις απαραίτητες πληροφορίες. Οι πληροφορίες αυτές όμως προέρχονται από τους αρμόδιους φορείς πολιτικής προστασίας, οι οποίοι καλούνται να πληροφορήσουν τον κόσμο μέσω των ΜΜΕ. Επομένως, τα ΜΜΕ αποτελούν το μέσο μεταφοράς πληροφοριών από τους υπεύθυνους φορείς πολιτικής προστασίας στους πολίτες. Σε περίπτωση όμως, που ο χειρισμός των ΜΜΕ ως προς τη μετάδοση της πληροφορίας δεν είναι σωστός τότε παρουσιάζονται φαινόμενα παραπληροφόρησης, τα οποία είναι εύκολο να οδηγήσουν σε πανικό και απόγνωση όπως έχει ήδη αναφερθεί.

Θα ήταν επομένως θεμιτό κάθε φορέας ο οποίος εμπλέκεται στις διαδικασίες διαχείρισης μιας καταστροφής να έχει προβλέψει για τη δημιουργία ομάδων από επαγγελματίες, οι οποίοι κατά τη διάρκεια μιας κρίσης θα είναι υπεύθυνοι για ό,τι σχετίζεται με την πληροφόρηση. Σε αυτή την περίπτωση υπάρχουν δυο είδη ομάδων, οι οποίες θα πρέπει να είναι προετοιμασμένες:

α) η ομάδα που θα είναι υπεύθυνη για τη μεταφορά πληροφοριών μεταξύ των διάφορων φορέων που εμπλέκονται στο καταστροφικό συμβάν,

β) η επικοινωνιακή ομάδα, η οποία θα είναι υπεύθυνη για τη μεταφορά της πληροφορίας εκτός του φορέα, προς τα ΜΜΕ και τους πολίτες.

Γίνεται συνεπώς λόγος **για επικοινωνιακό σχεδιασμό** πλέον πέρα από το γνωστό επιχειρησιακό σχεδιασμό ο οποίος περιλαμβάνει ένα σύνολο σχεδίων για διάφορα καταστροφικά σενάρια με στόχο την ετοιμότητα και την καλύτερη δυνατή αντιμετώπιση μιας πιθανής καταστροφής.

Κατά τη διάρκεια μιας καταστροφής συνεπώς θα πρέπει να υπάρχουν επαγγελματίες επικοινωνιολόγοι με την κατάλληλη εμπειρία και τα απαραίτητα προσόντα. Κάποια από τα προσόντα που καλείται να έχει ένας επαγγελματίας επικοινωνιολόγος είναι:

- Να διευκολύνει το διάλογο μεταξύ των διάφορων παραγόντων.
- Να αναλύει και να οργανώνει τις πληροφορίες.
- Να προωθεί και να ενισχύει την ομαδική εργασία.
- Να μπορεί να λειτουργεί υπό πίεση.
- Να λαμβάνει αποφάσεις.
- Να μπορεί να χειρίζεται πολιτικά ευαίσθητες περιπτώσεις.
- Να έχει ευχέρεια προφορικού και γραπτού λόγου.
- Να προετοιμάζει και να χρησιμοποιεί επικοινωνιακές στρατηγικές που απαντούν στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των διάφορων παραγόντων.
- Να σχεδιάζει και να αξιολογεί επικοινωνιακά σχέδια.
- Να χειρίζεται ηλεκτρονικό εξοπλισμό και λογισμικά.
- Να γνωρίζει κάποιες βασικές επίσημες γλώσσες (αγγλικά, ισπανικά, γαλλικά κ.λπ.)

Οι επικοινωνιολόγοι φυσικά θα συνεργάζονται πάντα με επαγγελματίες άλλων ειδικοτήτων και θα έχουν την τεχνική υποστήριξη από το προσωπικό των χώρων της διοίκησης, της τεχνολογίας πληροφοριών κ.α. Επιπροσθέτως, η επικοινωνιακή διαχείριση μια κρίσης οφείλει να συνοδεύεται από κάποιες αρχές έτσι ώστε να έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Οι αρχές αυτές ή με άλλα λόγια τα πρότυπα, τα οποία θα πρέπει να ακολουθεί ένας σωστός επικοινωνιακός σχεδιασμός είναι:

Εμπιστοσύνη: Ο πιο σημαντικός στόχος ενός επικοινωνιολόγου κατά τη διαχείριση μιας καταστροφής είναι να επικοινωνεί με τέτοιο τρόπο ώστε να εμπνέει εμπιστοσύνη. Όσο λιγότερη εμπιστοσύνη έχουν οι πολίτες σε αυτούς που καλούνται να τους προστατεύσουν

τόσο περισσότερο φοβισμένοι θα αισθάνονται και θα είναι δυσκολότερο να ακολουθήσουν τις διάφορες συμβουλές και οδηγίες.

Εγκαιρη ανακοίνωση: Η ανακοίνωση πληροφοριών σε περίπτωση καταστροφικού φαινομένου πρέπει να είναι γρήγορη καθώς διαφορετικά είναι πολύ πιθανό να υπάρξουν φήμες και παραπληροφόρηση.

Διαφάνεια: Οι πολίτες πρέπει να γνωρίζουν τις διαδικασίες που γίνονται καθώς και τις αποφάσεις που λαμβάνονται κατά τη διάρκεια της κρίσης.

Κατανόηση του κοινού: Για να είναι επιτυχής η επικοινωνία, είναι πολύ σημαντικό να είναι γνωστές οι αντιλήψεις των πολιτών. Είναι εξαιρετικά δύσκολο να αλλάξουν οι ήδη υπάρχουσες αντιλήψεις αλλά αν αυτές δεν είναι γνωστές δεν είναι δυνατό να σχεδιαστούν τα κατάλληλα μηνύματα.

Σχεδιασμός: η επικοινωνία πρέπει να ενσωματώνεται στα σχέδια ετοιμότητας και να σχετίζεται με κάθε δράση στη διαδικασία αντιμετώπισης μιας καταστροφής (*PAHO 2009*).

Είναι εξαιρετικά δύσκολο να υπάρξουν επικοινωνιακά σχέδια αν δεν ληφθούν υπόψη οι υπάρχουσες στρατηγικές, αντιλήψεις και δράσεις των ΜΜΕ τα οποία θα κληθούν να παράσχουν στους πολίτες τις απαραίτητες πληροφορίες ώστε να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα αυτοπροστασίας. Στην περίπτωση των φυσικών καταστροφών η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει τη συλλογή, οργάνωση, παραγωγή και διάδοση της πληροφορίας η οποία θα επιτρέπει τη λήψη αποφάσεων αλλά και την κινητοποίηση των απαραίτητων πόρων.

Μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις στη διαχείριση της επικοινωνίας σε μια καταστροφή είναι η μετατροπή της αβεβαιότητας, η οποία προκύπτει τις πρώτες ώρες μετά την εμφάνιση του καταστροφικού φαινομένου, σε οργανωμένη πληροφόρηση και επικοινωνιακή διαδικασία μεταξύ του φορέα του κοινού και των ΜΜΕ.

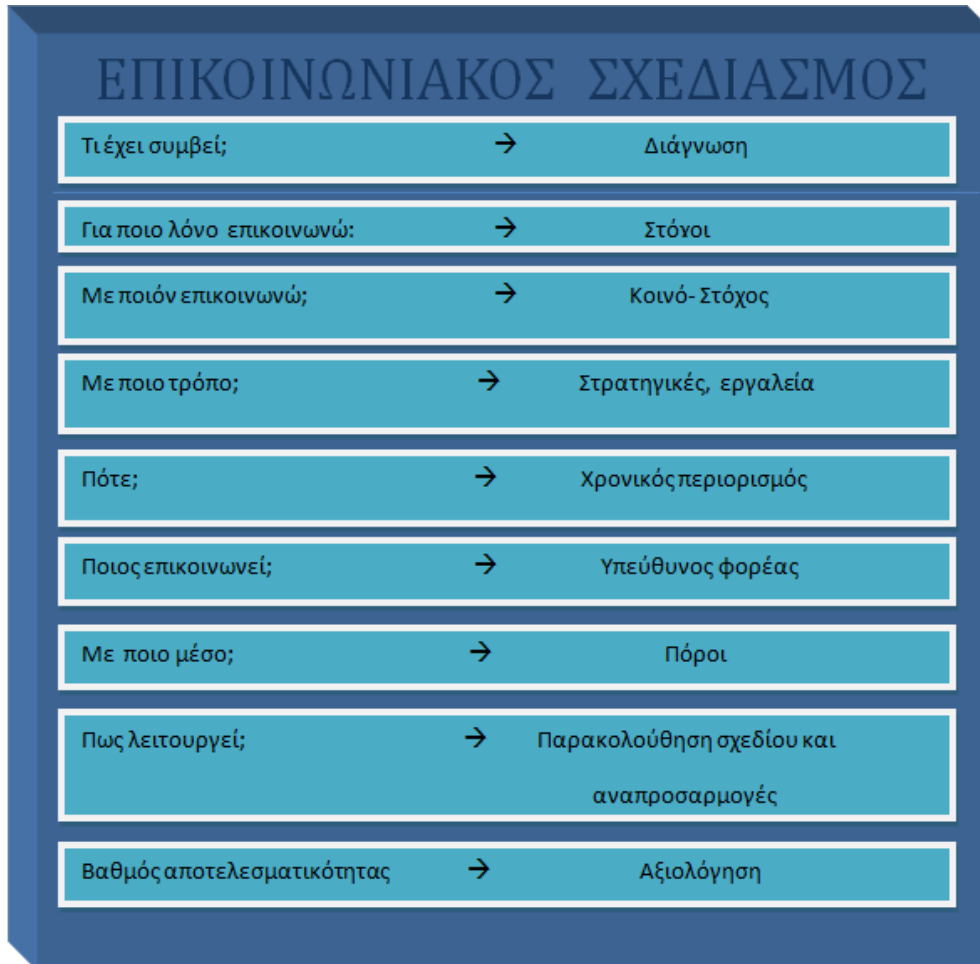
5.2.2.ΣΤΑΔΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Ο επικοινωνιακός σχεδιασμός είναι το ίδιο αναγκαίος όσο και ο επιχειρησιακός σχεδιασμός. Αποτελείται από μια σειρά ενεργειών (**Σχήμα 5**) που βοηθά στο να καθορίζονται ρόλοι και υπευθυνότητες, να τίθενται στόχοι και να χρησιμοποιούνται όλοι οι δυνατοί πόροι τόσο από άποψη χρημάτων, όσο και από άποψη προσωπικού.

Το πρώτο στάδιο του επικοινωνιακού σχεδιασμού είναι η διάγνωση της κατάστασης. Σε αυτό το στάδιο πρέπει να συλλεχθούν όλες οι απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με τις περιοχές οι οποίες είναι εκτεθειμένες σε πιθανούς κινδύνους. Σε γενικές γραμμές,

συλλέγονται πληροφορίες για τον πληθυσμό, τους πιθανούς κινδύνους, το βαθμό οργάνωσης των υπηρεσιών που θα εμπλακούν σε έκτακτη ανάγκη κ.α

Σχήμα 5: Στάδια επικοινωνιακού σχεδιασμού. Πηγή: ΡΑΗΟ 2007.



Σχετικά με το κομμάτι της επικοινωνίας, ο σωστός επαγγελματίας οφείλει να γνωρίζει τις απόψεις του πληθυσμού σχετικά με τους πιθανούς κινδύνους αλλά να γνωρίζει και τα ΜΜΕ που ο πληθυσμός αυτός προτιμά να χρησιμοποιεί για την πληροφόρησή του. Πρέπει επίσης, να γνωρίζει και τις ώρες αλλά και τα προγράμματα με την μεγαλύτερη θεαματικότητα ή ακροαματικότητα. Ο υπεύθυνος επικοινωνίας οφείλει να έχει ένα ενημερωμένο κατάλογο με τα τηλέφωνα επικοινωνίας των δημοσιογράφων, αλλά και των διευθυντών προγραμμάτων των ΜΜΕ σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Λαμβάνονται υπόψη επίσης, και οι παράγοντες αυτοί οι οποίοι είναι σεβαστοί από το κοινό και μπορούν να επηρεαστούν από αυτούς όπως η εκκλησία, πολιτικοί ηγέτες κλπ. Σε γενικές γραμμές πρέπει πριν την εμφάνιση του συμβάντος να είναι διαθέσιμος κάθε διάυλος επικοινωνίας.

Το δεύτερο στάδιο αναφέρεται στους στόχους της επικοινωνιακής ομάδας. Με τους στόχους καθορίζονται οι προτεραιότητες που πρέπει να τεθούν επικοινωνιακά. Οι στόχοι τίθενται σύμφωνα με τη διάγνωση της κατάστασης που έχει πραγματοποιηθεί στο προηγούμενο στάδιο. Το στάδιο αυτό είναι καθοριστικό για τη σωστή επιλογή επικοινωνιακών στρατηγικών αργότερα καθώς μέσω των στόχων η παρατήρηση των παραγόντων που χρειάζονται αλλαγή ανάλογα με τις ανάγκες είναι ευκολότερη.

Το τρίτο στάδιο σχετίζεται με το κοινό-στόχος, δηλαδή το δέκτη του μηνύματος που θα επιλεγεί προς αποστολή. Το κοινό αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τους πολίτες γενικά, τον πληθυσμό που έχει πληγεί, πληθυσμούς που είναι εκτεθειμένοι σε κίνδυνο, τους δημοσιογράφους αλλά και πολλούς άλλους. Για το λόγο αυτό ο καθορισμός του συγκεκριμένου κοινού κάθε φορά είναι πολύ σημαντικός έτσι ώστε να επιλεγεί και ο κατάλληλος τρόπος προσέγγισης.

Η επικοινωνιακή στρατηγική είναι το επόμενο στάδιο που πρέπει να σχεδιαστεί και η οποία πρέπει να λαμβάνει υπόψη το κοινό στο οποίο απευθύνεται και τις επικρατούσες συνθήκες. Ως στρατηγική, νοείται ένα σύνολο κριτηρίων, αποφάσεων μεθόδων και δράσεων που χρησιμοποιούνται για να επιτευχθούν οι αρχικοί στόχοι. Συχνά χρησιμοποιούνται εκστρατείες και εφαρμόζονται μεσοπρόθεσμα προγράμματα ανάλογα την περίπτωση.

Υπάρχουν διάφορες στρατηγικές οι οποίες σχετίζονται με την επικοινωνιολογία, όπως αυτές που χρησιμοποιούνται με σκοπό να προωθήσουν δημόσιες πολιτικές και να κινητοποιήσουν τους διαθέσιμους πόρους υπέρ της ετοιμότητας και της απόκρισης σε περίπτωση καταστροφής αλλά και υπέρ της μείωσης κινδύνων και της εκπαίδευσης των πολιτών σχετικά με αυτούς. Μια από τις στρατηγικές, η οποία αφορά αποκλειστικά το κομμάτι της επικοινωνίας σε περίπτωση καταστροφικού συμβάντος, είναι αυτή η οποία περιλαμβάνει εκπαιδευτικές λειτουργίες όπως την εκπαίδευση των δημοσιογράφων, τη δημιουργία συνεργασιών, την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των διαφόρων ΜΜΕ κλπ. (**ΡΑΗΟ 2009**). Πρόκειται για ένα πολύ σημαντικό στάδιο του επικοινωνιακού σχεδιασμού. Η εκπαίδευση των δημοσιογράφων για το πώς θα πρέπει να χειριστούν την πληροφορία σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης θα λειτουργήσει υπέρ ολόκληρου του μηχανισμού απόκρισης. Έγινε ήδη λόγος για την αναγκαιότητα της διάχυσης πληροφορίας από τα ΜΜΕ στην φάση της πρόληψης. Όμως η αλήθεια είναι πως η πιο κρίσιμη στιγμή είναι αμέσως μετά την εμφάνιση του καταστροφικού φαινομένου, όπου όλοι καλούνται να χειριστούν εξαιρετικά δύσκολες καταστάσεις υπό πίεση. Για αυτό το λόγο, η σωστή εκπαίδευση και προετοιμασία των δημοσιογράφων σε περιπτώσεις καταστροφών αποτελεί πλεονέκτημα και για τους ίδιους αλλά και ολόκληρο το μηχανισμό διαχείρισης της κρίσης.

Εξαιρετικής σημασίας είναι και το επόμενο στάδιο το οποίο αφορά τα επικοινωνιακά εργαλεία που θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν. Διάφοροι παράγοντες καθορίζουν το είδος του εργαλείου που θα χρησιμοποιηθεί κάθε φορά π.χ. η πολυπλοκότητα της κατάστασης, ο σκοπός και η ευαισθησία του μηνύματος καθώς και το κοινό στόχος. Τα εργαλεία αυτά μπορεί να είναι έντυπης μορφής (φυλλάδια, εγχειρίδια κ.λπ.), οπτικοακουστικής μορφής (βίντεο, ταινίες), το ραδιόφωνο (ανακοινώσεις δημοσίου ενδιαφέροντος, συνεντεύξεις), εργαλεία βασισμένα σε ηλεκτρονικό υπολογιστή (διαδίκτυο κ.λπ.) κ.α.. Σε κάθε περίπτωση πρέπει να επιλέγεται το κατάλληλο μέσο, ώστε να εξυπηρετηθεί ο επικοινωνιακός σκοπός που τίθεται κάθε φορά. Τα εργαλεία αυτά αφορούν όλες τις φάσεις διαχείρισης μιας καταστροφής καθώς αποτελούν το δίαυλο επικοινωνίας με τους πολίτες και μέσω της πληροφόρησης μειώνουν την πιθανότητα αυξημένων επιπτώσεων με την εμφάνιση φυσικού φαινομένου.

Στο επόμενο στάδιο, απαιτείται να υπάρχει ένας προγραμματισμός δραστηριοτήτων. Σε πρώτο επίπεδο καθορίζονται οι στόχοι αλλά και οι δραστηριότητες που απαιτούνται για να επιτευχθούν αυτοί. Επιπλέον τίθεται και ένας χρονικός προσδιορισμός για την επίτευξή τους, αποφασίζονται οι πόροι που απαιτούνται και καθορίζεται τέλος ποιος είναι υπεύθυνος για κάθε δραστηριότητα. Ο προγραμματισμός μειώνει τις πιθανότητες λαθών λόγω αμέλειας και επομένως αυξάνει τα επίπεδα καλής επικοινωνίας και διαχείρισης μιας κρίσης σε αντίθεση με τα συνηθισμένα δεδομένα όπου μετά την εμφάνιση ενός καταστροφικού φαινομένου τα φαινόμενα ευθυνοφοβίας είναι συχνά. Ο καθορισμός χρονοδιαγράμματος αποτελεί δείκτη επιτυχίας και γι αυτό είναι πολύ σημαντικός. Το χρονοδιάγραμμα είναι πολύ σημαντικό καθώς στις περιπτώσεις επικοινωνιακής στρατηγικής, κάποιες δράσεις πρέπει να γίνονται σε συγκεκριμένες χρονικές στιγμές για να έχουν το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Επίσης, σημαντικός παράγοντας που πρέπει να ληφθεί υπόψη σε ένα σχεδιασμό είναι ο οικονομικός προϋπολογισμός. Κάθε δράση που περιλαμβάνεται στον επικοινωνιακό σχεδιασμό θα πρέπει να ενισχύεται από οικονομικούς πόρους οι οποίοι θα διευκολύνουν την πραγματοποίησή της. Επιπροσθέτως, ένας οικονομικός προϋπολογισμός δύναται να διευκολύνει και τη χρήση συμπληρωματικών πόρων σε περίπτωση ανάγκης. Επίσης σε αυτή την περίπτωση πρέπει να ληφθεί υπόψη και το γεγονός πως τα ΜΜΕ μπορούν να παράσχουν δωρεάν χρόνο για την μετάδοση κοινωνικών μηνυμάτων και επομένως είναι πολύ σημαντικό κατά την επικοινωνιακή διαδικασία να υπάρχει δυνατότητα χειρισμού των μέσων αυτών προς όφελος του μηχανισμού διαχείρισης κρίσεων.

Το τελευταίο στάδιο του επικοινωνιακού σχεδιασμού αφορά την παρακολούθηση και αξιολόγηση του σχεδίου. Με αυτό τον τρόπο μπορεί να «μετρηθεί» η αποτελεσματικότητα

του σχεδιασμού έτσι ώστε να γίνουν αλλαγές και προσαρμογές. Χρειάζονται συνεπώς έλεγχοι για να κριθεί αν ο τρόπος μετάδοσης μηνυμάτων αλλά και τα ίδια τα μηνύματα που δόθηκαν στον πληθυσμό ήταν αποτελεσματικά. Οι επικοινωνιακές δραστηριότητες πρέπει να επαναπροσδιορίζονται ακόμα και ολοκληρωτικά ανάλογα με την αξιολόγηση που προκύπτει κάθε φορά.

5.2.3.ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΜΜΕ ΚΑΙ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ

Σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης, τα ΜΜΕ θα ζητήσουν αλλά και θα μεταδώσουν πληροφορίες. Για να μπορέσει να υπάρξει συνεργασία μεταξύ των ΜΜΕ και των φορέων πολιτικής προστασίας, θα πρέπει να γίνει κατανοητή η δομή των ΜΜΕ καθώς και τα κύρια χαρακτηριστικά τους, έτσι ώστε να είναι γνωστό από πριν αν υπάρχει πρόσβαση σε αυτά καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του καθενός.

Είναι πολύ σημαντικό, να υιοθετηθεί η άποψη ότι τα ΜΜΕ είναι «σύμμαχοι». Η αξιοπιστία που εμπνέουν καθώς και η ευρεία κάλυψη που, μπορούν να πετύχουν δίνουν τη δυνατότητα ταχείας μετάδοσης των μηνυμάτων όχι μόνο τοπικά αλλά και διεθνώς αν αυτό είναι απαραίτητο. Για να μπορέσει συνεπώς να επιτευχθεί συνεργασία, πρέπει να προϋπάρχουν κάποιοι παράγοντες όπως ο σχεδιασμός, η κατανόηση, η εμπιστοσύνη και η αξιοπιστία πριν, κατά τη διάρκεια αλλά και μετά την έκτακτη ανάγκη.

Η τηλεόραση αποτελεί ένα μέσο μαζικής επικοινωνίας ευρείας αποδοχής και κάλυψης. Βασίζεται στην εικόνα και επομένως αναμένεται ότι το πρώτο πράγμα που θα απαιτήσει να έχει σε μια καταστροφή είναι πλάνα. Σε αυτή την περίπτωση συνεπώς, η ομάδα επικοινωνίας θα πρέπει να είναι προετοιμασμένη να παράσχει στην τηλεόραση κάποια βίντεο ή απλές εικόνες και στο χρόνο που αυτό θα είναι απαιτητό. Μέσω της σωστής προετοιμασίας, ο έλεγχος των εικόνων που θα μεταδοθούν θα είναι ευκολότερος και επομένως ευκολότερος θα είναι και ο τρόπος ελέγχου των μηνυμάτων προς τον πληθυσμό. Σε αυτή την περίπτωση θα προτιμηθούν εικόνες οι οποίες θα παρουσιάζουν τις ανάγκες των κοινωνιών που έχουν πληγεί με πιθανό αποτέλεσμα την κινητοποίηση εταιρειών, οργανισμών και ιδιωτών για παροχή βοήθειας.

Η τηλεόραση είναι πολύ πιθανό να ζητήσει πλάνα και κατά τη φάση της αποκατάστασης. Επομένως, ο επικοινωνιακός μηχανισμός θα πρέπει να είναι έτοιμος, ώστε να παρουσιαστεί μια εικόνα η οποία θα δείχνει την αποτελεσματικότητα του επιχειρησιακού μηχανισμού ενισχύοντας το αίσθημα ασφάλειας των πολιτών, αλλά προβάλλοντας και τις πιθανές ανάγκες που υπάρχουν ενισχύοντας την ειλικρίνεια.

Το ραδιόφωνο χαρακτηρίζεται από την αμεσότητά του καθώς και την ευρεία απήχηση που έχει. Αποτελεί το πιο αποτελεσματικό μέσο διαχείρισης των ανθρώπινων συναισθημάτων αλλά και παροχής πληροφοριών και οδηγιών τις πρώτες ώρες μετά την εμφάνιση του καταστροφικού φαινομένου. Επομένως, η ομάδα επικοινωνίας θα πρέπει να μπορεί να απευθυνθεί άμεσα στο ραδιόφωνο για τη μετάδοση των πρώτων αναγκαίων πληροφοριών. Η συνεργασία με το ραδιόφωνο, όπως και στην περίπτωση της τηλεόρασης είναι πολύ σημαντική και κατά τη φάση της αποκατάστασης κυρίως σε ότι αφορά πληροφορίες για την πορεία της επαναφοράς της κοινωνίας στην προηγούμενη κατάσταση.

Τα ΜΜΕ σε έντυπη μορφή, υποστηρίζουν κυρίως αναφορές και αναλύσεις με μεγαλύτερο βάθος σχετικά με τους παράγοντες που οδήγησαν στην καταστροφή αλλά και με ό,τι σχετίζεται με την αποκατάσταση. Απευθύνεται σε διαφορετικά κοινά ταυτόχρονα ενώ ο πληθυσμός μπορεί να διαβάσει ξανά και ξανά μια πληροφορία. Ο ρόλος τους είναι καθοριστικός καθώς παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τα σχέδια και τις αποφάσεις που λαμβάνονται προς ανακούφιση όσων έχουν πληγεί. Επίσης, ασχολούνται σε μεγαλύτερο βαθμό με την αποκατάσταση σε σχέση με τα υπόλοιπα ΜΜΕ και αρέσκονται στα επετειακά άρθρα επαναφέροντας στη μνήμη δυσάρεστες καταστάσεις αλλά και κρατώντας τον πληθυσμό σε επαγρύπνηση παρέχοντας οδηγίες αυτοπροστασίας.

Σε αυτές τις περιπτώσεις, η διενέργεια ερευνών και η δημοσίευσή τους σε έντυπα μέσα μαζικής επικοινωνίας ενισχύει την πρόληψη έναντι φυσικών καταστροφών. Οδηγίες αυτοπροστασίας και πρόληψης έναντι φαινομένων όπως ο σεισμός μπορούν να δημοσιεύονται συχνά προς ενημέρωση του πληθυσμού. Η καλή συνεργασία των φορέων πολιτικής προστασίας με τα ΜΜΕ διευκολύνει την δυνατότητα χρήσης των δευτέρων προς εκπαίδευση και ενημέρωση των πολιτών.

Το διαδίκτυο αποτελεί το πιο αποτελεσματικό μέσο επικοινωνίας με τη διεθνή κοινότητα και επομένως με παράγοντες οι οποίοι μπορούν να προσφέρουν οικονομική και ανθρωπιστική βοήθεια σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης. Μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα χρήσιμο για το προσωπικό της επικοινωνιακής ομάδας να έχει μια λίστα με τις πιο δημοφιλείς ιστοσελίδες τις οποίες ο κόσμος χρησιμοποιεί για την πληροφόρησή του. Με τη βοήθεια αυτών των ιστοσελίδων θα είναι πολύ ευκολότερη η ενημέρωση των πολιτών σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται συνοπτικά κάποιες από τις ανάγκες των ΜΜΕ μετά την εμφάνιση ενός έντονου φυσικού φαινομένου:

- Πληροφορίες ακριβείς, έγκαιρες, διαφανείς και που επικαιροποιούνται συχνά.
- Επιθυμούν να γνωρίζουν την επίσημη άποψη για το γεγονός.

- Ζητούν να μάθουν τα πάντα για την έκτακτη ανάγκη.
- Προτιμούν τα μηνύματα που γίνονται εύκολα κατανοητά.
- Εικόνες, αριθμοί και δηλώσεις από παράγοντες κλειδιά είναι πάντα στις προτιμήσεις.
- Αναζητούν διάφορες πηγές για να κατανοήσουν καλύτερα την έκτακτη ανάγκη.
- Ζητούν διευκρινίσεις για τις φημολογίες προς αποφυγή δημοσίευσης πληροφοριών που βασίζονται σε υποθέσεις.
- Αναγνώριση και διόρθωση των πιθανών λαθών αν είναι αναγκαίο.

Έχοντας συνεπώς αναπτύξει σχέσεις με τα ΜΜΕ πριν την εμφάνιση ενός καταστροφικού φαινομένου, η επικοινωνιακή ομάδα θα είναι σε θέση να γνωρίζει ποιες είναι οι απαιτήσεις των μέσων και με ποιό τρόπο θα είναι καλύτερα να παράσχει τις απαιτούμενες αυτές πληροφορίες. Ανάλογα με το σκοπό του μηνύματος αλλά και το κοινό στο οποίο απευθύνεται θα επιλεγούν κάθε φορά διαφορετικοί τρόποι επικοινωνίας με τα ΜΜΕ. Πρόκειται για ακόμα ένα σημαντικό λόγο για τον οποίο ο σχεδιασμός είναι απαραίτητος έτσι ώστε να υπάρχει δυνατότητα επιλογής ανάλογα την περίπτωση.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται συνοπτικά κάποιες από τις πιο συνηθισμένες επικοινωνιακές επιλογές που προτείνονται.

Δελτία τύπου: Πρόκειται για τον πιο κοινό τρόπο επικοινωνίας με τα ΜΜΕ. Είναι εξαιρετικά χρήσιμες όταν πρέπει να ανακοινωθούν συγκεκριμένες πληροφορίες δημόσια και χωρίς χρονική δέσμευση. Σε αυτή την περίπτωση, το μήνυμα, ο σκοπός του μηνύματος, το κοινό – στόχος, ο τόπος και ο χρόνος μετάδοσης του μηνύματος αλλά και οι επαφές που πρέπει να γίνουν πρέπει να είναι από την αρχή προκαθορισμένοι.

Συνεντεύξεις τύπου: Σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει να υπάρχουν επαγγελματίες επικοινωνίας οι οποίοι θα είναι σε θέση να απαντήσουν στις ερωτήσεις των δημοσιογράφων. Επίσης σε αυτή την περίπτωση πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι αρκετές φορές γίνεται απευθείας μετάδοση από την τηλεόραση ή το ραδιόφωνο και επομένως οι ομιλητές θα πρέπει φαίνονται ήρεμοι και ότι είναι καλοί γνώστες του θέματος που κλήθηκαν να χειριστούν.

Συνεντεύξεις: Οι συνεντεύξεις παρέχουν το πλεονέκτημα της αμεσότητας αλλά και του γεγονότος ότι μπορεί να υπάρξει μεγαλύτερη ανάλυση συγκεκριμένων θεμάτων από ειδικούς. Συμπληρωματικά, μέσω των συνεντεύξεων είναι ευκολότερο να παρουσιαστεί ο ρόλος των ΜΜΕ κατά τη διάρκεια μια καταστροφής. Φυσικά, και σε αυτή την περίπτωση πρέπει να υπάρξει κάποια προετοιμασία ενώ είναι δεδομένο πως επαγγελματίες επικοινωνίας μπορούν σε κάθε περίπτωση να προετοιμάσουν και να υποβοηθήσουν το άτομο που θα δώσει συνέντευξη.

Σε κάθε περίπτωση ανεξάρτητα από την επιλογή συνέντευξης τύπου ή δελτίου τύπου κ.λπ., θα υπάρχουν πάντα κάποιες συγκεκριμένες ερωτήσεις (**Σχήμα 6**), οι οποίες θα πρέπει να απαντηθούν και γι αυτό ο υπεύθυνος επικοινωνίας θα πρέπει να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένος ώστε να μπορεί να δώσει τις κατάλληλες απαντήσεις.

Σχήμα 6: Συνηθισμένες ερωτήσεις δημοσιογράφων. Πηγή: ΡΑΗΟ 2007

Τι έγινε; Που και πότε έγινε;
 Τι το προκάλεσε και γιατί;
 Πόσοι άνθρωποι είναι νεκροί, τραυματισμένοι ή αγνοούνται;
 Ποιο είναι το μέγεθος των καταστροφών;
 Τι είδους βοήθεια χρήζουν τα θύματα;
 Τι πρέπει να κάνει ο πληγέντας πληθυσμός;
 Ποιος είναι υπεύθυνος για την διαχείριση της έκτακτης ανάγκης και ποιές είναι οι κινήσεις του;
 Ποιες είναι οι αναμενόμενες συνέπειες βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα;
 Ποια είναι τα υπάρχοντα σχέδια για παροχή βοήθειας στον πληγέντα πληθυσμό;
 Ποιος μπορεί να παράσχει συμπληρωματικές πληροφορίες;

Αυτός είναι άλλωστε και ο λόγος που θα πρέπει να υπάρχει σχεδιασμός και κατάλληλη εκπαίδευση έτσι ώστε, ο ομιλητής να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις πιέσεις των δημοσιογράφων για πληροφόρηση.

5.2.4. ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΑΣΚΗΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Έγινε ήδη εκτενής συζήτηση σχετικά με την ανάγκη επικοινωνιακού σχεδιασμού με σκοπό την αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων από επικοινωνιακής πλευράς τουλάχιστον. Ένα σχέδιο όμως θα πρέπει να εφαρμόζεται τουλάχιστον δοκιμαστικά για να μπορεί να αξιολογηθεί ως εφικτό σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης. Απαιτείται λοιπόν, όπως και σε κάθε μορφή σχεδιασμού να υπάρχουν ασκήσεις και στην περίπτωση των επικοινωνιακών σχεδίων.

Μέσω των ασκήσεων μπορούν να αποκτηθούν σημαντικές πληροφορίες και εμπειρίες σύμφωνα με το σενάριο καταστροφής κάθε φορά ενώ μπορούν να σημειωθούν τα πλεονεκτήματα του σχεδίου αλλά και τα μειονεκτήματά του οπότε να υπάρξουν αλλαγές.

Σε καμία περίπτωση δεν υποστηρίζεται η άποψη ότι σε ένα σχέδιο μπορούν να προβλεφθούν τα πάντα. Σίγουρα θα υπάρξουν μη αναμενόμενες εξελίξεις μια και κάθε καταστροφή χαρακτηρίζεται ως μοναδική και θα χρειαστεί αυτοσχεδιασμός. Παρόλα αυτά, η ύπαρξη μιας «συνταγής» την στιγμή όπου όλοι καλούνται να λειτουργήσουν γρήγορα και υπό πίεση διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό το έργο όλων (*Grant S. E. & Powell D., 1999*).

Τα ΜΜΕ θα έπρεπε να αποτελούν ένα πολύ σημαντικό τμήμα του σχεδιασμού και επομένως θα έπρεπε να συμμετέχουν και στις ασκήσεις. Με αυτό τον τρόπο τα ΜΜΕ εντάσσονται πλέον και στις άλλες φάσεις διαχείρισης μιας κρίσης, όπως η ετοιμότητα. Μέσω των ασκήσεων θα εκπαιδευτούν τόσο τα ΜΜΕ όσο και οι επιχειρησιακοί παράγοντες για το πώς πρέπει να γίνει η επικοινωνιακή διαχείριση μιας έκτακτης ανάγκης.

Οι ασκήσεις είναι απαραίτητες για να γίνει κατανοητό και από τις δυο πλευρές ότι απαιτείται συνεργασία και ότι εκείνη τη στιγμή είναι σύμμαχοι. Θα κατανοήσουν τότε μπορούν να επεμβαίνουν στο έργο του άλλου και τότε πρέπει να αφήνεται κενός χώρος ώστε να διευκολύνεται το επιχειρησιακό έργο. Μέσω της σωστής εκπαίδευσης, οι δημοσιογράφοι θα αντιληφθούν το πώς πρέπει να λειτουργούν σε περιπτώσεις έκτακτων αναγκών αλλά ταυτόχρονα θα είναι σε θέση να αποσπάσουν ευκολότερα τις πληροφορίες που χρειάζονται χωρίς να δυσχεραίνουν το έργο της διάσωσης καθώς θα γνωρίζουν σε ποιόν και πότε μπορούν να απευθυνθούν.

Μέσω των ασκήσεων, θα διευκολυνθεί σε μεγάλο βαθμό η επικοινωνία μεταξύ των ΜΜΕ και του υπεύθυνου επικοινωνίας των επιχειρησιακών παραγόντων. Με αυτό τον τρόπο συνεπώς θα είναι ευκολότερη, γρηγορότερη και ακριβέστερη και η πληροφόρηση του κοινού σε περίπτωση πραγματικού περιστατικού και θα αποφευχθούν περιστατικά φημολογίας λόγω ελλιπούς πληροφόρησης τα οποία όμως μπορούν να οδηγήσουν σε φαινόμενα πανικού.

Η παραπάνω ανάλυση, παρουσιάζει ξεκάθαρα την αναγκαιότητα ένταξης των ΜΜΕ σε κάθε φάση διαχείρισης μιας καταστροφής με την μορφή της εκπαίδευσης στην φάση της πρόληψης, με την μορφή της ένταξης σε ασκήσεις πολιτικής προστασίας στη φάση της ετοιμότητας και με την μορφή της ενημέρωσης και της κάλυψης των γεγονότων στις φάσεις της απόκρισης και της αποκατάστασης.

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Το μέγεθος ενός σεισμού δεν αποτελεί τον μοναδικό υπαίτιο παράγοντα για την ύπαρξη μεγάλων καταστροφών και θυμάτων. Εξαιρετικά μεγάλο ρόλο διαδραματίζει και η γειτνίαση

της εστίας του σεισμού με το δομημένο περιβάλλον, καθώς και το μικρό εστιακό βάθος. Επομένως, ακόμη και σεισμοί ενδιάμεσου μεγέθους με αυτά τα χαρακτηριστικά, όπως ο σεισμός της Αθήνας το 1999, μπορούν να προκαλέσουν εξίσου ολέθρια αποτελέσματα. Ο σεισμός αποτελεί ένα φυσικό φαινόμενο, το οποίο δεν είναι δυνατό να προβλεφθεί με αποτέλεσμα ο μόνος παράγοντας, ο οποίος μπορεί να μειώσει τις πιθανές επιπτώσεις είναι η μείωση της τρωτότητας τόσο του δομημένου περιβάλλοντος όσο και του κοινωνικού ιστού μέσω ενημέρωσης και εκπαίδευσης σε όλα τα επίπεδα, επιτελικό, επιχειρησιακό αλλά και σε επίπεδο πολιτών.

Η μείωση των καταστροφικών επιπτώσεων των σεισμών και η ενίσχυση της αντισεισμικής άμυνας της χώρας αποτελούν μια από τις βασικές προτεραιότητες κάθε κράτους με αντισεισμική πολιτική. Σαφώς η ενίσχυση των κτιριακών εγκαταστάσεων λαμβάνοντας μέτρα αντισεισμικής προστασίας θα συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην αποτροπή σοβαρών ανθρώπινων και υλικών απωλειών λόγω καταρρεύσεων. Ωστόσο λαμβάνοντας υπόψη την ύπαρξη πολλών κτιρίων τα οποία δεν έχουν ακολουθήσει τους κατάλληλους κανονισμούς δόμησης, αλλά και το γεγονός πως οι επιπτώσεις ενός σεισμού μπορεί να μην προέλθουν αποκλειστικά από κάποια κατάρρευση κτιρίου, η σωστή ενημέρωση των πολιτών αποκτά ιδιαίτερη σημασία. Η ενημέρωση των πολιτών ενισχύεται καθοριστικά με τη θετική συμβολή των ΜΜΕ.

Η έρευνα που διεξήχθη έδειξε ότι ακόμα και μετά την εμφάνιση του καταστροφικού σεισμού της Αθήνας το 1999, η μετάδοση μηνυμάτων με οδηγίες αυτοπροστασίας ήταν περιορισμένη. Στην Ελλάδα όμως, μια χώρα με έντονο σεισμικό παρελθόν, η ανάγκη σωστής ενημέρωσης των πολιτών για θέματα αντισεισμικής προστασίας είναι επιτακτική.

Σχετικά με την διαχείριση μιας σεισμικής καταστροφής τα ΜΜΕ συμβάλλουν στη διαμόρφωση μιας αντισεισμικής παιδείας όταν εντάσσονται ενεργά **στην φάση της πρόληψης**. Η προβολή οδηγιών για τη λήψη των κατάλληλων αντισεισμικών μέτρων σε κάθε μορφή έντυπη ή μέσω ραδιοτηλεοπτικών προγραμμάτων, αλλά και οδηγιών θα δώσει στους πολίτες την αίσθηση πως ο σεισμός αποτελεί ένα κίνδυνο, ο οποίος δεν πρέπει να αγνοείται, αλλά και ο οποίος μπορεί να αντιμετωπιστεί.

Η συνεργασία των ΜΜΕ με τους επιχειρησιακά εμπλεκόμενους φορείς μπορεί να καταστεί εξαιρετικά χρήσιμη και αποτελεσματική ως προς την διαχείριση των συνεπειών ενός καταστροφικού σεισμού και την εξάλειψη φαινομένων πανικού και κρίσης. Τα ίδια τα ΜΜΕ οφείλουν να αντιληφθούν τον θετικό ρόλο τους σε περιπτώσεις έκτακτων αναγκών μέσω της προβολής μηνυμάτων με ενημερωτικό χαρακτήρα. Παράλληλα όμως και η σωστή

προσέγγιση των ΜΜΕ τόσο από τους επιτελικούς φορείς όσο και από τους επιχειρησιακούς είναι ουσιαστική.

Η ενημέρωση ωστόσο δεν πρέπει να σταματά στην φάση της πρόληψης. Αντίθετα, η ενημέρωση μετά την εμφάνιση ενός καταστροφικού φαινομένου είναι επίσης αναγκαία. Ειδικότερα, όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενα κεφάλαια, αμέσως μετά την εμφάνιση ενός ισχυρού σεισμικού φαινομένου με δυσμενείς συνέπειες, η πίεση που ασκούν οι πολίτες για πληροφόρηση είναι πολύ μεγάλη. Σε αυτές τις περιπτώσεις τα ΜΜΕ αποτελούν το δίαυλο επικοινωνίας μεταξύ των αρμόδιων φορέων πολιτικής προστασίας και των πολιτών και αυτός είναι ο λόγος που οι πιέσεις που ασκούνται και από τα ίδια είναι μεγάλες. Ωστόσο, σε αυτή την περίπτωση, τα ΜΜΕ πρέπει να λειτουργούν συνεργατικά με αυτούς τους φορείς.

Για να μπορέσει να επιτευχθεί όμως αυτό απαιτείται η κατάλληλη εκπαίδευση τόσο των επιχειρησιακών φορέων όσο και των ΜΜΕ.

Όσον αφορά τους επιχειρησιακούς φορείς, πρέπει να αντιληφθούν πως τα ΜΜΕ μέσω της σωστής διαχείρισης μπορούν να αποδειχθούν σημαντικά εργαλεία διαχείρισης των πολιτών αλλά και αποφυγής φαινομένων πανικού. Θα πρέπει συνεπώς να επενδύσουν στον επικοινωνιακό σχεδιασμό όπως αναφέρθηκε και σε ξεχωριστό κεφάλαιο της εργασίας. Μέσω του επικοινωνιακού σχεδιασμού θα είναι δυνατή η σωστή διαχείριση της πληροφορίας ενώ οι χρονικές απαιτήσεις θα είναι πλέον δεδομένες με αποτέλεσμα να αποφεύγεται η πίεση που ασκείται από τα ΜΜΕ για άμεση και ακριβή πληροφόρηση. Συμπληρωματικά, μέσω του επικοινωνιακού σχεδιασμού, θα παρουσιάζεται μια γενική εικόνα της κατάστασης η οποία θα εκφράζει τις απόψεις όλων των επιχειρησιακών φορέων και έτσι θα αποφεύγονται και φαινόμενα παραπληροφόρησης τα οποία δύνανται να μειώσουν τα επίπεδα αξιοπιστίας που έχουν οι πολίτες στον κρατικό μηχανισμό.

Όσον αφορά στα ΜΜΕ απαιτείται επίσης η κατάλληλη εκπαίδευση. Σε αυτή την περίπτωση γίνεται λόγος για τους δημοσιογράφους και τις ανάγκες εκμάθησης στρατηγικών διαχείρισης κρίσεων. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να εκπαιδευτούν και ίσως να υπάρχει και κάποια εξειδίκευση σε αυτό τον τομέα όπως για παράδειγμα υπάρχει για το αθλητικό ρεπορτάζ. Ο δημοσιογράφος θα πρέπει να γνωρίζει πολύ καλά το φαινόμενο για το οποίο καλείται να ενημερώσει το κοινό καθώς δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν λεξιλόγιο το οποίο στην πραγματικότητα δεν γνωρίζουν τι ακριβώς σημαίνει με αποτέλεσμα να το χειρίζονται λανθασμένα. Θα πρέπει λοιπόν να είναι σε θέση να χρησιμοποιούν την επιστημονική ορολογία αλλά με τέτοιο τρόπο που να γίνεται κατανοητή από το ευρύ κοινό και αυτό μπορεί να γίνει αποκλειστικά μέσω της εκπαίδευσης.

Μερικές Ευρωπαϊκές κυβερνήσεις προσπάθησαν να θεσπίσουν εκπαιδευτικά σεμινάρια για δημοσιογράφους που να αφορούν στον τρόπο προσέγγισης και μετάδοσης της μετακαταστροφικής πληροφορίας και επέτρεπαν πρόσβαση στην κάλυψη τέτοιων συμβάντων μόνο σε αυτούς που είχαν λάβει μέρος στα σεμινάρια. Αυτή η μέθοδος μπορεί να έχει κάποια χρηστικότητα σε περιφερειακές καταστροφές και σίγουρα θα μπορούσε να αποτελέσει ένα πολύ καλό πλεονέκτημα διαχείρισης της πληροφορίας στη χώρα μας σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης.

Μέσω της εκπαίδευσης, θα μπορεί να επιτευχθεί αποτελεσματική συνεργασία μεταξύ των ΜΜΕ και των φορέων πολιτικής προστασίας καθώς ο καθένας θα είναι σε θέση να γνωρίζει τις απαιτήσεις του άλλου και να τις σέβεται. Τέλος, μέσω της αποτελεσματικής αυτής συνεργασίας θα παρουσιάζεται και η καλύτερη δυνατή εικόνα προς το κοινό, η οποία θα ενισχύει το αίσθημα ασφάλειας και εμπιστοσύνης.

Έγινε ήδη λόγος τόσο για επιχειρησιακό όσο και για επικοινωνιακό σχεδιασμό ως απαραίτητα συστατικά διαχείρισης μιας σεισμικής καταστροφής. Βασικό στάδιο του σχεδιασμού αποτελεί το σχέδιο αλλά και οι ασκήσεις μέσω των οποίων ελέγχεται μέρος ή ολόκληρο το σχέδιο. Μέσω των ασκήσεων, γίνονται παρατηρήσεις μέσω διαδικασιών αξιολόγησης και επικαιροποιούνται ή και αναθεωρούνται τα σχέδια σε μεγάλο βαθμό. Μια πρόταση συνεπώς θα ήταν τα ΜΜΕ να ενταχθούν στο σχεδιασμό των ασκήσεων πολιτικής προστασίας. Με αυτό τον τρόπο θα είναι δυνατή η αντιμετώπιση προβλημάτων που θα προέκυπταν σε ένα πραγματικό περιστατικό. Μέσω των ασκήσεων τα ΜΜΕ θα είναι σε θέση να ανακαλύψουν τα δικά τους τρωτά σημεία και τις αδυναμίες τους και επομένως να βελτιωθούν σημαντικά με αποτέλεσμα τη καλύτερη δυνατή διαχείριση της πληροφορίας, αλλά και την καλύτερη δυνατή συνεργασία με τους επιχειρησιακά εμπλεκόμενους φορείς σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης. Ταυτόχρονα, όσο τα ΜΜΕ θα γνωρίζουν τις επιχειρησιακές διαδικασίες, οι επιχειρησιακοί φορείς από την πλευρά τους θα μάθουν να αναγνωρίζουν τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των μέσων μαζικής ενημέρωσης και επομένως η συνεργασία μεταξύ τους θα είναι πιο αποτελεσματική.

Σε κάθε περίπτωση, η ένταξη των ΜΜΕ **στην φάση της ετοιμότητας** στον κύκλο διαχείρισης μιας καταστροφής μπορεί να έχει πολύ θετικά αποτελέσματα. Με τη έγκυρη και συνεχή ενημέρωση αλλά και την προβολή θετικών ενεργειών τα ΜΜΕ συμβάλλουν στην επαγρύπνηση και την ευαισθητοποίηση του κοινού για τα μέτρα αυτοπροστασίας, τις ασκήσεις ετοιμότητας, καθώς και για τους πιθανούς κινδύνους που τους απειλούν. Δημιουργούν ενεργούς πολίτες, προετοιμασμένους να αντιμετωπίσουν ένα καταστροφικό σεισμικό γεγονός με τις λιγότερες δυνατές συνέπειες στους ίδιους και στο περιβάλλον τους.

Από την άλλη, ο ρόλος των ΜΜΕ στην φάση της ετοιμότητας μπορεί να προσδιοριστεί και ως την ενεργή συμμετοχή τους ως «παίκτες» σε ασκήσεις πολιτικής προστασίας όπως προαναφέρθηκε. Θα μπορούν έτσι και οι δύο πλευρές (ΜΜΕ – εμπλεκόμενοι φορείς πολιτικής προστασίας) να συνεργαστούν ώστε να αυξηθεί η αποτελεσματικότητα σε πραγματικά γεγονότα. Σχετικά με το ρόλο των ΜΜΕ **στη φάση της απόκρισης**, όπου εκ των πραγμάτων παρατηρείται μεγάλη εστίαση του ενδιαφέροντος και πληθώρα πληροφόρησης, θα πρέπει να επισημανθούν τα ακόλουθα:

- Η πληροφορία θα πρέπει να διακατέχεται από δεοντολογικές αρχές.
- Τα ΜΜΕ θα πρέπει να παρέχουν οδηγίες αυτοπροστασίας αλλά και κατευθυντήριες γραμμές δράσης τις πρώτες ώρες μετά το συμβάν.
- Η πληροφορία θα πρέπει να μεταδίδεται στους πολίτες κατόπιν διασταύρωσης της,
- Θα πρέπει να αποφεύγεται η διάδοση κινδυνολογιών και σε κάθε περίπτωση τα μέσα ενημέωσης θα πρέπει να δρουν καθησυχαστικά προς τους πολίτες.
- Οι δημοσιογράφοι θα πρέπει να σέβονται το έργο των επιχειρησιακά εμπλεκόμενων φορέων και να επιδιώκουν τη συνεργασία μαζί τους.
- Η ανθρώπινη τραγωδία θα πρέπει να είναι σεβαστή και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να οδηγεί σε φαινόμενα πανικού.

Τα ΜΜΕ εστιάζουν κυρίως στον καταλογισμό ευθυνών **στην φάση της αποκατάστασης** και λιγότερο στην ανάδειξη των βελτιώσεων που έγιναν ή στα προβλήματα που συνέχιζαν να υπάρχουν ακόμα και πολύ μετά από ένα καταστροφικό σεισμό. Το γεγονός όμως, ότι η έξαρση του φαινομένου αποτελεί πλέον παρελθόν δεν σημαίνει σε καμία περίπτωση πως οι επιπτώσεις που επέφερε έχουν ξεπεραστεί. Τα ΜΜΕ στη φάση αυτή της καταστροφής καλούνται να επιτελέσουν διττό ρόλο. Οφείλουν από τη μια, να αναδείξουν τις βελτιώσεις και τις προσπάθειες που γίνονται για την επαναφορά της κοινωνίας στην αρχική της κατάσταση βελτιώνοντας ταυτόχρονα την εικόνα του κρατικού μηχανισμού και αυξάνοντας την εμπιστοσύνη και την αξιοπιστία των πολιτών προς την πολιτεία. Από την άλλη πρέπει να αναδεικνύουν και προβλήματα που δεν έχουν επιλυθεί σε εύλογα χρονικά διαστήματα. Με αυτό τον τρόπο κινητοποιούν έμμεσα τους αρμόδιους φορείς για την επίλυση τους.

Εν κατακλείδι, γίνεται αντιληπτή η ουσιαστική και καθοριστική παρουσία των μέσων μαζικής ενημέρωσης σε κάθε φάση διαχείρισης μιας σεισμικής καταστροφής και όχι μόνο στη φάση της απόκρισης - αντιμετώπισης. Η ισχυρή θέληση και από τους επιχειρησιακούς φορείς και από τα ΜΜΕ, είναι ίσως το σημαντικότερο στοιχείο τόσο για την επίτευξη της

αποτελεσματικής συνεργασίας, όσο και για την καλύτερη διαχείριση της πληροφορίας σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Πρωτογενείς Πηγές

ΥΑ 1299/2003, **ΦΕΚ (423/τΒ'10.4.2003)** Έγκριση του από 7.4.2003 Γενικού Σχεδίου Πολιτικής Προστασίας με τη συνθηματική λέξη "ΞΕΝΟΚΡΑΤΗΣ".

Γενική Γραμματεία Πολιτικής Προστασίας – Υπουργείο Προστασίας του Πολίτη
Εγχειρίδιο Σύνταξης Εναρμονισμένων Ειδικών Σχεδίων ανά καταστροφή σε επίπεδο Υπουργείου ή άλλου Κεντρικού Φορέα.

Προεδρικό Διάταγμα 151/2004.

Ελληνικό Σύνταγμα 1952.

Ελληνικό Σύνταγμα 1975.

Κοινοτικό Πρόγραμμα Media Terra - Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων- Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων, (2007), Δημοσιογραφικός Οδηγός – Φυσικές καταστροφές και ενεργοποίηση των πολιτών για την αντιμετώπισή τους.

Pan American Health Organization, (2009), Information management and communication in emergencies and disasters: manual for disaster response teams, Washington.

United Nations, (2005), International Strategy for Disaster Reduction “Hyogo Framework for Action 2005-2015”, World Conference on Disaster Reduction, Japan.

Βιβλία – Μελέτες - Συνέδρια – Μεταπτυχιακές Εργασίες

Βιτάλης Γ. και Γαιτάνης Θ., (2000), Ο Σεισμός της 7/9/99 και οι επιπτώσεις του στα κτίρια της περιοχής Άνω Λιοσίων, 6ο Φοιτητικό Συνέδριο «Επισκευές Κατασκευών 2000», Πάτρα, στο: <http://www.episkeves.civil.upatras.gr/ergasies%202000/10.pdf> τελευταία επίσκεψη 21-05-2011.

Εργαστήριο Σεισμολογίας του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, Ευρωπαϊκό Κέντρο Πρόληψης και Πρόγνωσης των Σεισμών και Γεωδυναμικό Ινστιτούτο του Εθνικού Αστεροσκοπείου Αθηνών, (2009), Ημερίδα: 10 χρόνια από το Σεισμό της Αθήνας: εμπειρίες και διδάγματα, Αθήνα στο:

<http://www.geol.uoa.gr/attachments/article/285/earthquake1999.pdf> τελευταία επίσκεψη 21-05-2011.

Ελευθερόγλου Ν. & Χατζής Α., (1999), ΜΜΕ: τύπος, δεοντολογία, σύνταγμα: η μεγάλη πρόκληση 2000, Αθήνα, Μασσιφ.

Δανδουλάκη Μ., (2008), Η Διακινδύνευση Σεισμικής Καταστροφής ως Βάση Λήψης Αποφάσεων Αντισεισμικής Προστασίας: Κόνιτσα 1996, 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αντισεισμικής Μηχανικής & Τεχνικής Σεισμολογίας, στο:

http://library.tee.gr/digital/m2368/m2368_dandoulaki.pdf τελευταία επίσκεψη 22-05-2011.

Δεληγιάννη Ε., (2004), Ηθική των ΜΜΕ: Δημοσιογραφική Δεοντολογία, Αθήνα, Σιδέρης Ι.

Δημητρίου Π., Καρακώστας Σ., Λεκίδης Β., (χ.χ.), Institute of Engineering Seismology and Earthquake Engineering (ITSAK), The Athens (Greece) earthquake of 7 September 1999: The event, its effects and the response

από <http://www.iiasa.ac.at/Research/RMS/july2000/Papers/dimitriu2807.pdf>

τελευταία επίσκεψη 25-05-2011

Καπογιανόπουλος Δ., (2008), 14^ο Φοιτητικό Συνέδριο: Επισκευές Κατασκευών, Συμπεράσματα από Στατιστική Επεξεργασία Δεδομένων Σεισμών του Παρελθόντος, Πάτρα στο

<http://www.episkeves.civil.upatras.gr/ergasies%202008/3%20%CE%9A%CE%91%CE%A0%CE%9F%CE%93%CE%99%CE%91%CE%9D%CE%9D%CE%9F%CE%A0%CE%9F%CE%A5%CE%9B%CE%9F%CE%A3.pdf> τελευταία επίσκεψη 20-05-2011.

Κέρπελης Π., Κόγια Α., Μεταξάς Χ., Παπαδάκης Π., Φρίγκας Χ., (2009), Σεισμός – Η γνώση είναι προστασία, Αθήνα, Οργανισμός Αντισεισμικού Σχεδιασμού και Προστασίας (ΟΑΣΠ).

Κουτσογιάννης Δ., Σαπουντζάκη Κ., Cantos J. O., Ξανθόπουλος Γ., Caballero D., Δανδουλάκη Μ, Cozzi S, Menoni S., Pergalani F., Petrini V., Balamir M, Καρύμπαλης Ε., Γάκη - Παπαναστασίου Ε., Μαρουκιάν Χ., Fleischhauer M., Χριστόλης Μ. Ν., Μαρκάτος Ν. Χ., (2007), Το αύριο εν κινδύνω- Φυσικές και Τεχνολογικές Καταστροφές στην Ευρώπη και την Ελλάδα, Αθήνα, Gutenberg.

Μασούρα Β., (2009), ΕΛΕΤΟ – 7ο Συνέδριο «Ελληνική Γλώσσα και Ορολογία», Η διεπιστημονική ορολογία του τομέα διαχείρισης φυσικών κινδύνων– Το παράδειγμα του σεισμικού κινδύνου στο:

http://www.eleto.gr/download/Conferences/7th%20Conference/7th_12-13-

[MasouraVasiliki_Paper_V03.pdf](http://www.eleto.gr/download/Conferences/7th%20Conference/7th_12-13-MasouraVasiliki_Paper_V03.pdf) τελευταία επίσκεψη 08-07-2011.

Μπεργιαννάκη Ι.Δ., (χ.χ.), Τραυματικά Γεγονότα και Ψυχολογία, Σημειώσεις στο:

<http://www.samarites.gr/?section=1064&language=el> τελευταία επίσκεψη 14-06-2011.

Μπεργιαννάκη Ι.Δ., (2003), Πρόληψη & Αντιμετώπιση των Ψυχοκοινωνικών Επιπτώσεων των Σεισμών, Αθήνα, Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας & Δημοσίων Έργων.

Μπίμπη Μ., (2008), ΜΜΕ και δημοσιογραφική δεοντολογία σε κρίση: ο ρόλος της ψηφιακής πραγματικότητας, Πάντειο Πανεπιστήμιο κοινωνικών και πολιτικών επιστημών, Βιβλιοθήκη Παντείου Πανεπιστημίου.

Ντάβου Μ., Αρμενάκης Α., Βασιλάκη Α., Καραγιώργη Ε., Λίμουρας Δ., Παπαιακώβου Α., Λουτακίδου Μ., Τσαγκαράκη Σ., (2008), Εισήγηση στην 6^η διημερίδα φοιτητών Πανεπιστημιακών Τμημάτων Επικοινωνίας & ΜΜΕ, Συναισθηματική Ατζέντα Τηλεοπτικών Ειδήσεων, Αθήνα στο:

http://old.media.uoa.gr/psylab/imageup/Sinaisthimatiki_Agenda_Eidiseon.pdf

τελευταία

επίσκεψη 22-05-2011.

Παναγιωταρέα Άννα, (χ.χ.), *Η τηλεοπτική εμπορευματοποίηση του πόνου*, στο: <http://www.contemporaryjournalism.gr/wpcontent/uploads/2011/02/%CE%A4%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CE%BF%CF%80%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B5%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%AF%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%80%CF%8C%CE%BD%CE%BF%CF%85.pdf>
τελευταία επίσκεψη 21-05-2011.

Παπαδόπουλος Γ., (2000), *Η πολιτική προστασία στην Ελλάδα: αντιμετώπιση φυσικών και τεχνολογικών καταστροφών*, Αθήνα Παρίκου Σ.& ΣΙΑ ΟΕ.

Παράσχη Τ., (2007), *Μεταπτυχιακή Διατριβή, Σεισμοί στον Εθνικό και Επαρχιακό Τύπο, Πάτρα*, στη ψηφιακή βιβλιοθήκη:
<http://nemertes.lis.upatras.gr/dspace/handle/123456789/673>
τελευταία επίσκεψη 23-05-2011

Bertrand Claude Jean, (2003), *Η δεοντολογία των ΜΜΕ*, Αθήνα, Δαίδαλος Ι. Ζαχαρόπουλος.

Burkhart F. N., (1991), *Media, emergency warnings and citizen response*, Boulder, CO Westview Press.

Coburn W. A. & Spense R., (2002), *Earthquake protection*, England, John Willey and Sons, LTD στο:
http://books.google.com/books?id=fk3Ayu6vckMC&pg=PA96&dq=media+coverage+of+an+earthquake&hl=el&ei=uyUUTvxridWyBv-WyflO&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=7&ved=0CEYQ6AEwBjgK#v=onepage&q=media%20coverage%20of%20an%20earthquake&f=false τελευταία επίσκεψη 09/07/2011.

Committee on Risk Perception and Communication, (1989), *Improving Risk Communication*, USA ,National Academy Press, στο:
<http://www.nap.edu/openbook.php?isbn=0309039436> τελευταία επίσκεψη 08-07-2011.

Damon P. Coppola, (2011), *Introduction to International Disaster Management*, China, Elsevier BH στο:

http://books.google.com/books?id=m2KP3qbY1aUC&pg=PA282&dq=media+and+prevention+of+disasters&hl=el&ei=RCEUTv7FF8besga227zVBg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=9&ved=0CFcQ6AEwCA#v=onepage&q=media%20and%20prevention%20of%20disasters&f=false τελευταία επίσκεψη 07-07-2011.

David E. Alexander, (1993), *Natural Disasters*, Netherlands, UCL Press από:

http://books.google.com/books?id=gWHsuGTcF34C&printsec=frontcover&hl=el&source=gs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false τελευταία επίσκεψη 08-07-2011.

Graham A. Tobin & Burrell E. Montz, (1997), *Natural Hazards- explanation and integration*, USA, The Guilford Press. Από:

<http://books.google.com/books?id=RUGSoNvbMSEC&printsec=frontcover&dq=related:ISBN0521537436&hl=el#v=onepage&q&f=false> τελευταία επίσκεψη 08-07-2011.

Haddow George D. & Kim Haddow, (2009), *Disaster Communications in a Changing Media World*, USA, Elsevier BH στο:

http://books.google.com/books?id=2YBRQHplrYgC&printsec=frontcover&dq=the+role+of+media+in+natural+disasters&hl=el&ei=0CIUTrmFJsbesga227zVBg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=10&ved=0CGAQ6AEwCQ#v=onepage&q=the%20role%20of%20media%20in%20natural%20disasters&f=false τελευταία επίσκεψη 08-07-2011.

Lagadec P., (1993), *Preventing Chaos in a Crisis – strategies for prevention, control and damage limitation*, McGraw Hill Europe.

Merill John C., (1974), *The imperative of freedom: a philosophy of journalistic autonomy*, Hastings House, New York.

Mileti, D.S. & Sorensen J. H., (1990), *Communication of emergency public warnings. A social science perspective and state of the art assessment*, Oak Ridge, TN: Oak Ridge National Laboratory.

Simon Ross, (2002), *Natural hazards*, UK, Neison Thomes Ltd από <http://books.google.com/books?id=JKTDenQB5nAC&printsec=frontcover&dq=related:ISBN1559636025&lr=&hl=el#v=onepage&q&f=false> τελευταία επίσκεψη 08-07-2011.

Brock S. E., Sandoval J., Sharon L., (2005), *Διαχείριση κρίσεων στο σχολείο: εγχειρίδιο για τη δημιουργία ομάδων διαχείρισης κρίσεων στο σχολείο*, Αθήνα, Τυπωθήτω.

Stoltman J., Lidstone J., DeChano L. M., (2004), *International perspectives on natural disasters: occurrence, mitigation, and consequences*, Netherlands, Kluwer Academic Publishers στο: http://books.google.com/books?id=1NjIHI7JFH8C&pg=PA374&dq=the+role+of+media+in+natural+disasters&hl=el&ei=0CIUTrmFJsbsesga227zVBg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=6&ved=0CEgQ6AEwBQ#v=onepage&q=the%20role%20of%20media%20in%20natural%20disasters&f=false τελευταία επίσκεψη 07-07-2011.

Spence R., So E., Scawthorn C., (2011), *Human Casualties in Earthquakes: Progress in Modelling and Mitigation*, London, Springer στο: http://books.google.com/books?id=XjHLN4J_uh4C&pg=PA19&dq=media+coverage+of+an+earthquake&hl=el&ei=uyUUTvxridWyBv-WyflO&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CC0Q6AEwATgK#v=onepage&q=media%20coverage%20of%20an%20earthquake&f=false τελευταία επίσκεψη 08-07-2011.

Άρθρα

ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ, Καθημερινή Εφημερίδα, Ιστορικό Αρχείο 08-09-1999 έως 31-10-1999

ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, Καθημερινή Εφημερίδα Ιστορικό Αρχείο 08-09-1999 έως 31-10-1999

ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΗΣ, Καθημερινή Εφημερίδα Ιστορικό Αρχείο 08-09-1999 έως 31-10-1999

ΤΑ ΝΕΑ, Καθημερινή Εφημερίδα, Ιστορικό Αρχείο 08-09-1999 έως 31-10-1999

ΤΟ ΒΗΜΑ, Καθημερινή Εφημερίδα Ιστορικό Αρχείο 08-09-1999 έως 31-10-1999

Le Monde, Γαλλική καθημερινή εφημερίδα.

Le Figaro, Γαλλική καθημερινή εφημερίδα.

La Republica, Ιταλική καθημερινή εφημερίδα.

Corriere della Sera, Ιταλική καθημερινή εφημερίδα.

Italia News, Ιταλική καθημερινή εφημερίδα.

Quotidiano, Ιταλική καθημερινή εφημερίδα.

Γεώργιος Ι. Παπατριανταφύλλου, (2011), Δημόσιες Σχέσεις Και Επικοινωνιακή Διαχείριση Κρίσεων .*Crisis Communication Management* στο:

<http://georgepatriantafillou.wordpress.com/2011/06/26/2272/> τελευταία επίσκεψη 05-07-2011.

Γκαμαλέτσου Μ., Υπεύθυνη εταιρικής επικοινωνίας ΕΥΔΑΠ, Επικοινωνιακή Διαχείριση Κρίσεων: Η καλύτερη θεραπεία είναι η πρόληψη από:

http://www.iekxini.edu.gr/UserFiles_Published/91ee7245-db65-4076-950c-714fd86ad99c/CRISIS%20MANAGEMENT%20%CE%91%CE%A1%CE%98%CE%A1%CE%9F.pdf τελευταία επίσκεψη 05-07-2011.

Fereniki Vatavali, (2003), Earthquakes in Europe National, international and European policy for the prevention and mitigation of seismic disaster, *European Commission Directorate General Environment* , Unit D3: Civil Protection

Gürhan Ertur & Argun Yum, Risk mitigation and the role of the media στο <http://info.worldbank.org/etools/docs/library/114715/istanbul03/docs/istanbul03/18ertur3-n.pdf> τελευταία επίσκεψη 06-07-2011

Jintae Lee, Tung Bui, (2000), "A Template-Based Methodology for Disaster Management Information Systems," *hicss*, Τόμος 1, σελ.1050, 33^ο Διεθνές Επιστημονικό Συνέδριο Χαβάης

Sarah E. Grant & Douglas Powell, (1999), Crisis Response & Communication Planning MANUAL, Guelph, από: <http://infoagro.net/shared/docs/a3/crisis-manual.htm> τελευταία επίσκεψη 06- 07-2011.

PH Longstaff & Sung-Ung Yang, (2008), "Communication Management and Trust: Their Role in Building Resilience to "Surprises" Such as Natural Disasters, Pandemic Flu, and Terrorism", *Economy and Society*, vol 13, iss. 1, article 3 Resilience Alliance.

Διαδικτυακές πηγές

<http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/10/st17/st17833.en10.pdf> (European Commission, Commission Staff Working Paper: Risk Assessment and Mapping Guidelines for Disaster Management 21-12-2010 Brussels).

<http://www.earthquakenet.gr/tieinaiseismos.htm> (Σύστημα συνεχούς παρατήρησης σεισμικών δονήσεων).

<http://www.rainews24.rai.it/it/> (Διαδικτυακή Πύλη Ιταλικού Καναλιού Rainews 24).

<http://www.bbc.co.uk/news/> (Ιστοσελίδα ειδήσεων του BBC)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα 1

Ερωτηματολόγιο διεξαγωγής έρευνας δημοσιευμάτων για το σεισμό της Αθήνας στις 07/09/1999:

- Ποιο είναι το πλήθος των δημοσιευμάτων για κάθε μέρα ανά εφημερίδα;
 - A) λιγότερο από 10
 - B) 15-20
 - Γ) περισσότερα από 20

- Για πόσο χρονικό διάστημα υπάρχει ενασχόληση με το θέμα του σεισμού στην Αττική;
 - A) μόνο το Σεπτέμβρη
 - B) Σεπτέμβρη- Οκτώβρη
 - Γ) Σεπτέμβρη - Οκτώβρη και επετειακά

- Ποια είναι η έκταση του δημοσιεύματος;
 - A) μικρό μέγεθος
 - B) μεσαίο μέγεθος
 - Γ) εκτενές δημοσίευμα

- Για πόσο χρονικό διάστημα το θέμα εμφανίζεται στο πρωτοσέλιδο;
 - A) όλο το Σεπτέμβρη
 - B) Σεπτέμβρη και Οκτώβρη
 - Γ) και μετά τον Οκτώβρη

- Τι ειδικότητας ήταν ο αρθρογράφος του δημοσιεύματος;
 - A) δημοσιογράφος
 - B) επιστήμονας

- Υπήρχε προβολή εικόνας στο δημοσίευμα; Εάν ναι τι αφορούσε;
 - A) καθόλου εικόνα
 - B) κατεστραμμένα κτίρια
 - Γ) άνθρωποι και ανθρώπινος πόνος
 - Δ) άλλο (διάσωση, μέτρα αυτοπροστασίας κλπ.)

- Υπήρχε επιστημονική ενημέρωση στο δημοσίευμα; Εάν ναι, τι αφορούσε;
 - A) καθόλου επιστημονική ενημέρωση
 - B) επιστημονική ενημέρωση
 - Γ) αναφορές για προβλέψεις σεισμών

- Υπήρξε κινδυνολογία – διάδοση φημών με βάση τον τίτλο του δημοσιεύματος;
 - A) Ναι
 - B) Όχι

- Το δημοσίευμα αναφερόταν στις επιπτώσεις του σεισμού;
 - A) Ναι
 - B) Όχι

- Το δημοσίευμα αναφέρεται στην Αρωγή και στην Αλληλεγγύη μετά το σεισμό;
 - A) Ναι
 - B) Όχι

- Το δημοσίευμα επικεντρώνεται στη συναισθηματική φόρτιση με ανθρώπινες ιστορίες;
- Στο δημοσίευμα δίνονται Οδηγίες αυτοπροστασίας πριν-κατά και μετά το σεισμό;
- Το δημοσίευμα επικεντρώνεται στην απόδοση ευθυνών;
- Το δημοσίευμα επικεντρώνεται στο έργο των ομάδων διάσωσης;
- Το δημοσίευμα επικεντρώνεται σε αστοχίες της κυβερνητικής πολιτικής κατά τη φάση της αποκατάστασης;

- Οι αναφορές του δημοσιεύματος για αποκατάσταση , τι θεματολογία έχουν;
- A) Αυτοψίες- έλεγχοι κτιρίων
- B) Αρωγή προς τους πληγέντες
- Γ) Οικονομικά μεγέθη της καταστροφής
- Δ) Άλλο