

Τα μέτρα σταθεροποίησης της οικονομίας απαιτούν για την κατανόηση και αποδοχή - αν όχι υποστήριξή τους - μιά εξοικείωση του κοινού τόσο με ορισμένους βασικούς οικονομικούς όρους όσο - και κυριώτερα - με την πολιτική και κοινωνική, σε πρακτικό καθημερινό επίπεδο, σημασία σύνδεσης των οικονομικών μέτρων με τα θέματα προοπτικής της χώρας.

Από αυτή τη γενικού χαρακτήρα διαπίστωση - πλαίσιο, είναι δυνατό να προκύψουν επιμέρους κατευθύνσεις με τις οποίες θα ασχοληθούμε αναλυτικότερα στο σημείωμα αυτό.

Πιό συγκεκριμένα λοιπόν, χρειάζεται η απτή ανάλυση αφηρημένων και σχετικά φθαρμένων εννοιών όπως ανάπτυξη, μέλλον, πρόοδος, ώστε να δημιουργηθεί η γλώσσα της ανάπτυξης.

Στην κατεύθυνση αυτή θα συμβάλλει επικοινωνιακά η αναβάθμιση των δελτίων ειδήσεων των 9.00, κύρια της ΕΡΤ 1 που έχει τη μεγαλύτερη ακροαματικότητα.

Το δελτίο ειδήσεων, που αποτελεί βασικό φορέα τηλεοπτικής προβολής της κυβερνητικής πολιτικής πρέπει:

- να υπερβεί τον εξαγγελτικό τρόπο προβολής των οικονομικών επιτευγμάτων και να δώσει, για τη δημιουργία κλίματος, υπό μορφή ρεπορτάζ τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων, Δημοσίου και Ιδιωτικού τομέα, που κινούνται στην κατεύθυνση του εκσυγχρονισμού.
- Να χρησιμοποιεί παραδείγματα από δυναμικές επιχειρήσεις για την αιτιολόγηση της κάθε κυβερνητικής εξαγγελίας, ώστε να υποστηρίζεται και ενισχύεται η λογική των μέτρων.
- Να προβάλλει πέρα από τα θέματα εκσυγχρονισμού, τόσο στις μεθόδους οργάνωσης, όσο και στον εξοπλισμό των επιχειρήσεων, τα επιτεύγματα των εξαγωγών (κατάκτηση νέων αγορών) τονίζοντας μόνιμα τη συμβολή στον αγώνα για μείωση των ελλειμάτων του εξωτερικού εμπορίου.
- Να αναδείξει τις περιπτώσεις εκείνες - case studies - όπου ξένα προϊόντα αποκλείσθηκαν στην ελληνική αγορά όχι λόγω προστατευτισμού, αλλά λόγω της καλύτερης ποιότητας και marketing των ελληνικών.

- Να δώσει βάρος, επιλεκτικά, στην, ανά υπουργείο, προβολή εκείνων των μέτρων που οδηγούν στην απογραφειοκρατικοποίηση, ή στην οργάνωση και μακροπρόθεσμο προγραμματισμό των αναγκών κλάδων της οικονομίας.
- Να παρουσιάζει σαν γεγονός - είδηση, που σημαίνει και προτεραιότητα αλλά και προετοιμασία στις προηγούμενες μέρες, τα μηνιαία αποτελέσματα πληθωρισμού, ισοζυγίου εξωτερικού εμπορίου, τιμής δολαρίου και πετρελαίου ή και όποιου άλλου δείκτη κριθεί σκόπιμο.

Οι Έλληνες πρέπει να κατανοήσουν τις βασικές αυτές έννοιες όχι τεχνοκρατικά, αλλά πολιτικά. Αυτό συνεπάγεται επικοινωνιακά την καλλιέργεια κλίματος μάχης και κινητοποίησης, που κρίνεται και από την πορεία αυτών των δεικτών.

Δώσαμε ορισμένες συγκεκριμένες κατευθύνσεις και ιδέες για την αποτελεσματική επικοινωνία, μέσω των δελτίων ειδήσεων, της Κυβέρνησης με το κοινό.

Είναι προφανές ότι οι ιδέες αυτές μπορούν να αξιοποιηθούν και πέρα από τα δελτία ειδήσεων στα πλαίσια ενός γενικότερου προγραμματισμού τόσο της τηλεοπτικής όσο και της συνολικής αξιοποίησης όλων των μέσων μαζικής επικοινωνίας.

Ειδικότερα όμως για την τηλεόραση μιά σκέψη που φαίνεται γόνιμη είναι η δημιουργία εκπομπών με παράδειγμα τη γαλλική: *L'avenir du futur* (το άμεσο μέλλον του μέλλοντος) που να οργανώνουν επικοινωνιακά το ιδεολογικό υπόστρωμα της ανάπτυξης: νέες τεχνολογίες, επιτεύγματα βιοφυσικής, ιατρικής, αστροφυσικής κ.λπ.

Ο στόχος μιάς τέτοιας εκπομπής δεν είναι μόνο να δείξει εντυπωσιακά επιτεύγματα, που πολλές φορές δημιουργούν δέος και αίσθημα αδυναμίας ή μοιρολατρίας αλλά να αποδείξει, την πρακτική χρησιμότητα στην οργάνωση και καλυτέρευση της καθημερινής ζωής τόσο των πολιτών όσο και της κοινωνίας. Για παράδειγμα, η αναδιοργάνωση της Στατιστικής Υπηρεσίας, όχι μόνο από άποψη εξοπλισμού και μεθόδων αλλά και δομών ώστε να καλύψει τις σημερινές και αυριανές ανάγκες, θα μπορούσε να αποτελέσει θέμα δημιουργικής προσέγγισης για την εκπομπή.