



ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ

**ΣΧΟΛΗ
ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ»**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

**«Η διεθνής εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου
και ο βαθμός αλληλεπίδρασης της
με τη συνολική εικόνα της Κύπρου, σε περίοδο κρίσης»**

ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΜΗΝΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Δρ. Αθανάσιος Ν. Σαμαράς

ΛΕΥΚΩΣΙΑ, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2015

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ τη συνάδελφο Μυρσίνη Δογάνη για το χρήσιμο υλικό που παραχώρησε καθώς και για τη συνολική βοήθεια της κατά την εκπόνηση της παρούσας μελέτης.

Ευχαριστώ θερμά την ερευνήτρια Μαριλένα Δημητρίου για την έμπρακτη συνεισφορά της στην κωδικοποίηση, για την εκπαίδευση στο πρωτόκολλο κωδικοποίησης καθώς και για τις πολύτιμες συμβουλές της καθ' όλη τη διάρκεια του ερευνητικού έργου αυτής της μελέτης.

Ευχαριστώ τον κ. Λεωνίδα Χατζηθωμά για τη συνολική συμβολή του στην ακαδημαϊκή μου πορεία, καθώς και για τις χρήσιμες συμβουλές του στην εκπόνηση της παρούσας διατριβής.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ οφείλω στην ακαδημαϊκή υπεύθυνη του Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Επικοινωνία και νέα Δημοσιογραφία» του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου κα. Σοφία Ιορδανίδου, τόσο για την καθοδήγηση που μου πρόσφερε όλα τα χρόνια φοίτησης μου στο ΑΠΚΥ, αλλά και για την ευκαιρία μου έδωσε να συνεργαστώ μαζί της.

Τέλος, θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου, στον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Αθανάσιο Ν. Σαμαρά για την επιστημονική και πνευματική στήριξη του σ' αυτό το υπέροχο και καθοριστικό ταξίδι, που χωρίς τη βοήθεια του δεν θα ήταν ποτέ εφικτό.

Περίληψη

Στην παρούσα μελέτη διερευνάται η διεθνής εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου και η αλληλεπίδραση της με την συνολική εικόνα της Κύπρου σε περίοδο κρίσης, με τη μέθοδο της ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης περιεχομένου.

Η έρευνα αναλύει με συστηματικό τρόπο το δευτερογενές υλικό τεσσάρων ειδησεογραφικών οργανισμών (BBC, CNN, FOX και Al Jazeera) το οποίο αφορά την Κύπρο από την 01.01.2012 μέχρι την 31.12.2013. Για της ανάγκες της έρευνας δημιουργήθηκε ένα ερευνητικό εργαλείο που συγκροτήθηκε από τυπολογικά συστήματα, τα οποία είτε προήλθαν από άλλες προγενέστερες μελέτες, είτε δημιουργήθηκαν από τα ίδια τα προς ανάλυση εμπειρικά δεδομένα.

Η παρούσα έρευνα, αντλεί στοιχεία από άλλες έρευνες, αλλά και συνεισφέρει συμπληρωματικά με νέα ερμηνευτικά πλαίσια, τα οποία προκύπτουν από την ποιοτική ανάλυση των υπό εξέταση κειμένων, σχετικά με την απεικόνιση της οικονομικής κρίσης. Η περίοδος της έρευνας χωρίζεται σε τρία μέρη, πριν από την κορύφωση της κρίσης, κατά τη διάρκεια κορύφωσης της, αλλά και μετά από το τέλος της κορύφωσης της τραπεζικής κρίσης στην Κύπρο. Μελετά τόσο τα χαρακτηριστικά της εικόνας της Κύπρου, όσο και τα χαρακτηριστικά της εικόνας τριών ακόμα υποκειμένων της ξεχωριστά, της Μεμονωμένης Κυπριακής Τράπεζας, του Τραπεζικού Τομέα και της Κυπριακής Οικονομίας.

Γίνεται προσπάθεια να ελεγχθεί αποτελεσματικά η διάσταση της Επίδρασης της Χώρας Προέλευσης, ώστε να διερευνηθεί η διαδικασία μεταφοράς εικόνας από ένα πολιτικό υποκείμενο σε ένα άλλο, όπως προκύπτει από την αναγνώριση της επίδρασης της εταιρικής εικόνας πάνω στη συνολική εικόνα ενός κράτους. Για τον λόγο αυτό, κρίθηκε αναγκαίο, αφού εντοπίστηκαν τα χαρακτηριστικά της εταιρικής εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου, να διερευνηθεί ποια από αυτά μεταβιβάστηκαν στη συνολική εικόνα της χώρας και σε πιο βαθμό την επηρεάζουν.

Μέσω της στατιστικής ανάλυσης των ευρημάτων εντοπίζεται η εικόνα της χώρας στα διεθνή μέσα, καθώς και των άλλων τριών πολιτικών υποκειμένων της και εξακριβώνεται η μεταφορά εικόνας από ένα πολιτικό υποκείμενο σε άλλο.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες	2
Περίληψη	3
Εισαγωγή	6
Κεφάλαιο 1: Θεωρητικό πλαίσιο	10
Εισαγωγή	10
1.1.1 Εικόνα (Image)	11
1.1.2 Εταιρική εικόνα (Corporate image)	12
1.1.3 Εικόνες κρατών	14
1.2.1 Μεταφορά Εικόνας (Image Transfer)	20
1.2.2 Επίδραση της Χώρας Προέλευσης (Country Of Origin Effect)	22
1.3 Διαχείριση Εθνικής Ταυτότητας (Nation Branding)	30
Κεφάλαιο 2: Ιστορικό πλαίσιο	
Εισαγωγή	37
2.1.1 Το τραπεζικό σύστημα	39
2.1.2 Εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου πριν από την κρίση	41
2.1.3 Η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου σε σχέση με την παγκόσμια οικονομική κρίση	45
2.1.4 Η κρίση στον κυπριακό τραπεζικό τομέα	48
2.2 Ερευνητικά Ερωτήματα	63
Κεφάλαιο 3: Η Μεθοδολογία της έρευνας	
Εισαγωγή	65
3.1 Η Έρευνα	66
3.2.1 Πλάνο Έρευνας: Χρονική Περίοδος και Πεδίο Εφαρμογής	68

3.2.2 Πλάνο Έρευνας: Διαδικασία διαμόρφωσης πρωτοκόλλου Κωδικοποίησης	70
3.3 Πρωτόκολλο Κωδικοποίησης	74
3.4 Έλεγχος αξιοπιστίας	93
3.5 Περιορισμοί της έρευνας	93

Κεφάλαιο 4: Παρουσίαση ερευνητικών αποτελεσμάτων

Εισαγωγή	94
4.1 Γενικά χαρακτηριστικά πληθυσμού κειμένων	94
4.2 Ορατότητα και αξιολόγηση	102
4.3 Ερμηνευτική πλαισίωση	115
4.4 Απόδοση υπαιτιότητας	126
4.5 Διαλεκτική των εικόνων	131

Κεφάλαιο 5: Συμπεράσματα και αξιολόγηση

Βιβλιογραφία	147
---------------------	-----

Εισαγωγή

Στόχος της παρούσας έρευνας είναι να εξετάσει τη διαμεσολαβούμενη από τα διεθνή ΜΜΕ εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου αλλά και την εικόνα της χώρας, πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την κορύφωση της τραπεζικής κρίσης, που οδήγησε στο ‘κούρεμα’ καταθέσεων. Θα ερευνηθεί ακόμα εάν και σε ποιο βαθμό υπήρξε μεταφορά εικόνας από τον τραπεζικό τομέα πάνω στη συνολική εικόνα της Κύπρου.

Στο πρώτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται το ευρύτερο θεωρητικό πλαίσιο της εικόνας και η διαδικασία σχηματισμού τόσο της εταιρικής εικόνας (corporate image), όσο και των εικόνων κρατών (nation image). Η εταιρική εικόνα, που είναι εκ φύσεως πολυδιάστατη, σχηματίζεται μέσα από τη συνολική εμπειρία που έχει ο καταναλωτής με τη συγκεκριμένη εταιρεία (Dowling 1986:109, 112). Η κάθε εταιρεία προβάλλει την προσωπικότητα της μέσα από συνειδητές πράξεις, οι οποίες αποτελούν και την ταυτότητα του οργανισμού (Spector 1961:47). Το σύνολο των αντιλήψεων στο μυαλό των καταναλωτών που σχηματίζεται από τις πράξεις αυτές είναι η εταιρική εικόνα. Η εικόνα αυτή δεν μπορεί να βελτιωθεί ούτε εύκολα, αλλά ούτε και γρήγορα (Boulding 1956:8), αφού για να επιτευχθεί η αλλαγή της χρειάζεται χρόνος, αλλά και μια συνεχής προσπάθεια (Dowling 1986:115).

Οι εικόνες κρατών, ευθύνονται για τον τρόπο κατά τον οποίο τα αντιμετωπίζουν τόσο οι κάτοικοι, όσο και οι επισκέπτες τους. Παρόλα αυτά οι αντιληπτές εικόνες, δεν ανταποκρίνονται απαραίτητα και στην πραγματικότητα (Anholt 2004:7). Εξετάζεται έτσι ο τρόπος σχηματισμού των πεποιθήσεων, που έχουν ως έναυσμα τις προβαλλόμενες εικόνες των κρατών.

Στη συνέχεια αναλύεται η Επίδραση της Χώρας Προέλευσης (Country of Origin Effect) κατά την αξιολόγηση ενός προϊόντος από τον καταναλωτή, γιατί ο καταναλωτής εξάγει συμπεράσματα για την ποιότητα ενός προϊόντος και από την εικόνα της χώρας προέλευσής του (Bilkey και Nes 1982:89, Han 1989:223, Sun και Paswan 2011:155). Μελετάται ο τρόπος με τον οποίο κατευθύνονται οι αγοραστικές αποφάσεις του καταναλωτή, με βάση τις αντιλήψεις που έχει για τη χώρα από την οποία προέρχονται τα διάφορα προϊόντα. Η χώρα προέλευσης είτε αποτελεί μια επιβεβαίωση για την ποιότητα του προϊόντος, είτε η στάση του καταναλωτή απέναντι στα εισαγόμενα προϊόντα καθορίζεται με βάση τον ‘Εθνοκεντρισμό’ (Shimp και Sharma 1987) ή την ‘Εχθρότητα’ του (Klein, Ettenson και Morris 1998) απέναντι στη χώρα προέλευσης. Η Επίδραση της Χώρας Προέλευσης

οφείλεται στις πεποιθήσεις του καταναλωτή για τη χώρα από την οποία προέρχονται τα προϊόντα και όχι κατ' ανάγκη στα φυσικά χαρακτηριστικά τους. Παρόλα αυτά η στάση του απέναντι σε ορισμένα προϊόντα είναι πιθανόν να αλλάξει σταδιακά, καθώς μεταβάλλονται οι πεποιθήσεις του απέναντι στη χώρας προέλευσης (Bilkey και Nes 1982:90, Sun και Paswan 2011:146).

Αμέσως μετά διερευνάται η μεταφορά εικόνας (image transfer) από την εικόνα μιας εμπορικής ταυτότητας ή μιας εταιρικής εικόνας, πάνω στην εικόνα της χώρας προέλευσης, η αμφίδρομη σχέση τους, καθώς και η σημαντική επιρροή που ασκεί η εταιρική εικόνα πάνω στην συνολική εικόνα του κράτους (Anholt 2003:107).

Όταν η εταιρική εικόνα συνδέεται με τη χώρα προέλευσης της τότε οι συσχετισμοί που αφορούν την εταιρεία μεταφέρονται πάνω στη χώρα (Gotsi, Lopez και Andriopoulos 2011:258). Εάν η αντιληπτή ποιότητα των προϊόντων είναι κακή τότε η εικόνα της χώρας προέλευσης θα επηρεαστεί αρνητικά, ενώ όσο πιο θετική είναι η αντιληπτή ποιότητα των προϊόντων τόσο πιο θετική και η εικόνα της χώρας προέλευσης (Sun και Paswan 2011:154). Λόγω της ενιαίας αντίληψης που επικρατεί στο μυαλό των καταναλωτών (van Ham 2008:129), σχετικά με τα προϊόντα και τις χώρες προέλευσης τους, η αντιληπτή εικόνα ενός κράτους μεταβάλλεται στο μυαλό του κοινού. Χαρακτηριστικά των προϊόντων, αποδίδονται πάνω στις χώρες προέλευσης τους, τα οποία κοινοποιούνται μέσα από τις εμπορικές ταυτότητες/σήματα (Anholt 2003:107).

Τέλος αναλύονται οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να επιτευχθεί μια δίκαιη φήμη για τη χώρα και οι πρακτικές με τις οποίες ενδέχεται να κερδηθεί πιο βελτιωμένη εικόνα, με τη διαχείριση εθνικής ταυτότητας (Nation Branding).

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται το τραπεζικό σύστημα της Κύπρου, που χρονολογείται από το 1899¹. Μέχρι το 1980 η οικονομία της χώρας είχε μετατοπιστεί από μια αγροτική οικονομία, σε μια οικονομία βασιζόμενη σε υπηρεσίες, όπως ο τουρισμός, οι χρηματοοικονομικές και οι επιχειρηματικές υπηρεσίες (Athanassiou 2006:61). Η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση όμως και η μετέπειτα ελληνική κρίση δημόσιου χρέους, αποκάλυψαν την ευπάθεια της κυπριακής οικονομίας (Pashardes και Pashourtidou

¹ http://www.bankofcyprus.com/el-GR/--/About_gr/-1/

2013:19), που οδήγησε στον αποκλεισμό της Κύπρου από τις διεθνείς αγορές χρηματοδότησης τον Μάιο του 2011.

Στο τελευταίο μέρος του δεύτερου κεφαλαίου γίνεται εκτενής αναφορά στα γεγονότα που οδήγησαν την Κύπρο σε μια πρωτοφανή οικονομική κρίση, μέχρι και το τέλος επί των καταθέσεων που επιβλήθηκε στις δύο μεγαλύτερες τράπεζες του νησιού τον Μάρτιο του 2013.

Το τρίτο κεφάλαιο αφορά τη μεθοδολογία της παρούσας έρευνας. Μελετά τη δημοσιογραφικά διαμεσολαβούμενη εικόνα, τόσο του τραπεζικού τομέα της Κύπρου όσο και της ίδιας της χώρας πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την κορύφωση της τραπεζικής κρίσης στην Κύπρο, με τη μέθοδο της ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης περιεχομένου. Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών δημοσιευμάτων από τέσσερα διεθνή ειδησεογραφικά πρακτορεία (BBC, CNN, FOX και Al Jazeera) που αφορούν την Κύπρο, από την 01.01.2012 μέχρι τις 31.12.2013, μετατρέπονται σε αριθμητικά στοιχεία, με τη βοήθεια ενός πρωτόκολλου κωδικοποίησης και γίνεται στατιστική ανάλυσή τους.

Παρουσιάζεται το πρωτόκολλο κωδικοποίησης αναλυτικά, με επεξηγήσεις σχετικά με την κάθε μεταβλητή, καθώς και παραδείγματα όπως παρουσιάστηκαν στο δείγμα, με βάση το οποίο διενεργήθηκε η έρευνα. Ακόμα γίνεται αναφορά στον τρόπο με τον οποίο διασφαλίστηκε η εγκυρότητα των αποτελεσμάτων της έρευνας και η μέγιστη δυνατή αξιοπιστία μεταξύ των κωδικοποιητών, καθώς και οι περιορισμοί της έρευνας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο δίνονται τα αποτελέσματα της έρευνας. Αρχικά καταγράφονται τα γενικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού των κειμένων τα οποία εξετάστηκαν και τα χαρακτηριστικά της εικόνας των τεσσάρων υποκειμένων ως προς την ορατότητα και την αξιολόγησή τους. Στη συνέχεια αναλύονται τα ερμηνευτικά σχήματα που συγκροτούν την εικόνα των πολιτικών υποκειμένων, καθώς και ο τρόπος με τον οποίο επηρεάστηκαν από την περίοδο της κορύφωσης της κρίσης. Ακόμα, μελετάται η διαδικασία απόδοσης ευθυνών για το φαινόμενο παθογένειας που σχετίζεται με την Κύπρο και ο βαθμός διασύνδεσης της εικόνας της Κύπρου με την εικόνα του τραπεζικού τομέα της.

Στο τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας και απαντώνται τα επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας. Απαντάται επίσης και το κεντρικό ερώτημα της έρευνας: Πως η εικόνα του τραπεζικού

τομέα της Κύπρου αλληλεπιδρά με τη διεθνή εικόνα της Κύπρου εξαιτίας της οικονομικής κρίσης;

Η παρούσα μελέτη συνεισφέρει συμπληρωματικά με νέα ερμηνευτικά πλαίσια τα οποία προκύπτουν από την ποιοτική ανάλυση των υπό εξέταση κειμένων, σχετικά με την απεικόνιση της οικονομικής κρίσης ενώ τα αποτελέσματα της έρευνας κρίνονται πολύ χρήσιμα αφού παρουσιάζουν επακριβώς την εικόνα της Κύπρου στα διεθνή μέσα και κατ' επέκταση την αντίληψη που έχει ο υπόλοιπος κόσμος για τη χώρα. Έτσι ανοίγεται ο δρόμος ως προς την ανάπτυξη μιας στρατηγικής διαχείρισης της εικόνας της.

Κεφάλαιο 1: Θεωρητικό πλαίσιο

Εισαγωγή

Κάθε προϊόν, εταιρεία ή χώρα, κάθε υποκείμενο της πολιτικής και κάθε οντότητα, προβάλλει εικόνες, τις οποίες το κοινό προσλαμβάνει και επεξεργάζεται. Με βάση τις εικόνες αυτές διαμορφώνεται η αντίληψη του δέκτη, σχετικά με τη συγκεκριμένη οντότητα και σχηματίζονται οι προκαταλήψεις, με τις οποίες θα ανταποκριθεί απέναντι της. Η προσλαμβανόμενη εικόνα κάθε οντότητας έχει μεγάλη σημασία, αφού με αυτή συναρτάται η ευημερία της. Γι' αυτό και οι εικόνες κάθε εταιρείας ή χώρας, αποτελούν τα άυλα περιουσιακά της στοιχεία, χωρίς όμως να της ανήκουν πραγματικά, αφού βρίσκονται εδραιωμένες στο μυαλό του κοινού. Οι ίδιες οι οντότητες, είτε είναι εταιρείες, είτε είναι χώρες έχουν τη δύναμη μέσω της διαχείρισης της ταυτότητας τους, να μεταβάλουν την αντίληψη του κοινού και να κερδίσουν τον ανταγωνισμό στο διεθνοποιημένο περιβάλλον όπου βρίσκονται και λειτουργούν.

Η εικόνα, εξετάζεται σε τρία επίπεδα, της στρατηγικά προβαλλόμενης εικόνας, της δημοσιογραφικά διαμεσολαβούμενης εικόνας και της προσλαμβανόμενης εικόνας. Στόχος της παρούσας έρευνας είναι να εξετάσει τη διαμεσολαβούμενη διεθνή εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου και πώς αλληλεπιδρά με την εικόνα της χώρας, πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την κορύφωση της τραπεζικής κρίσης.

Κατ' αρχήν ακολουθεί μια σύντομη ανάλυση της έννοιας της εικόνας, στο ρόλο που διαδραματίζει στο μάρκετινγκ και στη διαδικασία σχηματισμού εταιρικής εικόνας και εικόνας κρατών. Μετά αναλύεται η Επίδραση της Χώρας Προέλευσης κατά την αξιολόγηση ενός προϊόντος, αφού ο καταναλωτής εξάγει συμπεράσματα για την ποιότητα ενός προϊόντος από την εικόνα της χώρας προέλευσής του (Bilkey και Nes 1982:89, Han 1989:223, Sun και Paswan 2011:155).

Ακολούθως διερευνάται η μεταφορά εικόνας από την εικόνα μιας εμπορικής ταυτότητας ή μιας εταιρικής εικόνας, πάνω στην εικόνα της χώρας προέλευσης και η αμφίδρομη σχέση τους. Τέλος αναλύονται οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να επιτευχθεί μια δίκαιη φήμη για τη χώρα και οι πρακτικές με τις οποίες ενδέχεται να κερδηθεί πιο βελτιωμένη εικόνα, με τη διαχείριση εθνικής ταυτότητας.

1.1.1 Εικόνα (Image)

Η έννοια της εικόνας περιγράφει την συνολική εντύπωση μιας οντότητας (π.χ. ενός ατόμου, ενός προϊόντος, μιας εταιρείας, μιας χώρας) στο μυαλό των άλλων (Dicher 1985:75). Σύμφωνα με τον Boulding (1959:121) η εικόνα είναι υπό μια έννοια αποτέλεσμα των μηνυμάτων που δεχθήκαμε σε προγενέστερο στάδιο και που καθορίζει τη συμπεριφορά μας απέναντι σε ένα υποκείμενο (1956:6). Η εικόνα δεν είναι στατική, αλλά είναι μια «συνεχή διαλεκτική ανάμεσα στα εισερχόμενα μηνύματα και στην ήδη διαμορφωμένη, προϋπάρχουσα εικόνα» (Σαμαράς 2009:456). Είναι περισσότερο μια προσωπική αντίληψη για κάτι και τείνει να διαφέρει από άτομο σε άτομο, αφού διαφορετικά άτομα είναι πιθανόν να διατηρούν μια πολύ διαφορετική εικόνα για την ίδια οντότητα.

Κάθε φορά που ένα μήνυμα φτάνει στον δέκτη, ενδέχεται να συμβεί ένα από τα ακόλουθα: α) να μην επηρεάσει καθόλου την εικόνα που διαθέτει για την οντότητα, β) να επηρεάσει την εικόνα προσθέτοντας κάτι σ' αυτήν, γ) να ωθήσει τον δέκτη σε μια ριζική αναθεώρηση της εικόνας που είχε, δ) να βοηθήσει στην αποσαφήνιση της εικόνας ή ε) το αντίθετο, να εισάγει αμφιβολία ή αβεβαιότητα στην εικόνα (Boulding 1956:7).

Η εικόνα, διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στο μάρκετινγκ. Ο όρος 'εικόνα' χρησιμοποιείται για να αποδώσει το σύνολο των αντιλήψεων και πεποιθήσεων που έχουν οι καταναλωτές για μια εμπορική ταυτότητα/σήμα (brand), όπως αντικατοπτρίζονται στη μνήμη του καταναλωτή (Kotler και Keller 2006:286). Άλλοι αναφέρουν ότι είναι «το σύνολο των σκέψεων, των συναισθημάτων, των συσχετισμών και των προσδοκιών που έρχονται στο μυαλό όταν ένας καταναλωτής εκτίθεται στο όνομα, στο λογότυπο, στις υπηρεσίες, στις εκδηλώσεις ή σε οποιοδήποτε σχέδιο ή σύμβολο που αντιπροσωπεύει μια οντότητα» (Lindsay 2000, όπως βρίσκεται στο van Ham 2008:127).

Ουσιαστικά, η εικόνα εμπορικής ταυτότητας (brand image) περικλείει μια σειρά από συσχετισμούς, αναμνήσεις, προσδοκίες και άλλα συναισθήματα που είναι συνδεδεμένα με το προϊόν, την υπηρεσία ή την εταιρεία και μπορεί να ανταποκρίνεται ή όχι στην ταυτότητα του εμπορικού σήματος (brand identity). Η εικόνα είναι αυτό που προσλαμβάνεται από τους δέκτες, ενώ η ταυτότητα αναφέρεται σε αυτό που είναι κάτι πραγματικά και που μπορεί να διαχειριστεί, με διάφορες στρατηγικές και πρακτικές (Bernstein 1984:15, Μακρής 2010:54, Dinnie 2014:49).

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο και αφού αναγνωρίζεται η σπουδαιότητα της εικόνας (εταιρικής εικόνας και εικόνας κράτους), ο σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να καθορίσει την εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου, ως ενιαίας εταιρικής εικόνας, καθώς και τη συνολική εικόνα του κράτους όπως προβαλλόταν από τα διεθνή ΜΜΕ, πριν από την εξαγγελία του ‘κουρέματος’ καταθέσεων που έγινε από τον πρόεδρο της χώρας Νίκο Αναστασιάδη στις 17 Μαρτίου 2013, κατά τη διάρκεια κορύφωσης της τραπεζικής κρίσης, αλλά και μετά από το ξέσπασμα της κρίσης. Αφού εξακριβωθούν τα πιο πάνω, θα εξετασθεί εάν υπήρξε μεταφορά εικόνας (image transfer) από την αρνητική εικόνα του τραπεζικού τομέα πάνω στην συνολική εικόνα του κράτους.

1.1.2 Εταιρική εικόνα (Corporate image)

Η έννοια της εταιρικής εικόνας αναπτύχθηκε τη δεκαετία του '50 (Kennedy 1977:128) και βασίζεται στην παρατήρηση ότι οι καταναλωτές αγοράζουν εμπορικές ταυτότητες (brand products) όχι μόνο εξαιτίας των φυσικών χαρακτηριστικών τους, αλλά και λόγω μιας προκατάληψης, μιας προδιάθεσης απέναντι στα προϊόντα συγκεκριμένων εταιρειών (Spector 1961:47).

Η εταιρική εικόνα είναι το αποτέλεσμα μιας συνολικής διαδικασίας κατά την οποία το κοινό συγκρίνει και αντιπαραβάλλει τα διάφορα χαρακτηριστικά της εταιρείας (Nguyen και Leblanc 2001:228). Σχηματίζεται μέσα από τη συνολική εμπειρία που έχει ο καταναλωτής με τη συγκεκριμένη εταιρεία και συγκεκριμένα μέσα από παράγοντες όπως η άμεση επαφή με την εταιρεία, με τις διαφημίσεις της εταιρείας στα ΜΜΕ (Dowling 1986:109), με την έμμεση επαφή με τα προϊόντα της, από τα λεγόμενα άλλων ατόμων που ήρθαν σε επαφή με την συγκεκριμένη εταιρεία, αλλά και από την επαφή με το ανθρώπινο δυναμικό της (Kennedy 1977:121). Είναι εκ φύσεως πολυδιάστατη, αφού δεν αποτελείται από ένα μόνο στοιχείο, ενώ κάθε ομάδα ατόμων που έρχεται σε επαφή με τον οργανισμό ενδέχεται να σχηματίσει και διαφορετική εικόνα για αυτόν (Dowling 1986:112).

Πρώτος ο Newman (1953:211), σύγκρινε την εταιρική εικόνα με την ανθρώπινη προσωπικότητα, προσδίδοντας έτσι ανθρώπινα χαρακτηριστικά στις εταιρείες. Αναφέρει ότι κάθε εταιρεία αναπτύσσει τις δικές της παραδόσεις και συνήθειες, που δημιουργούν τη φήμη της, η οποία τη διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό. Το σύνολο των χαρακτηριστικών αυτών, αποτελεί τον χαρακτήρα και την προσωπικότητά της εταιρείας.

Ο Abratt (1989:67) αναφέρει ότι κάθε εταιρεία διαθέτει μια προσωπικότητα (corporate personality), που ορίζεται ως το σύνολο όλων των χαρακτηριστικών του οργανισμού, τα οποία χρησιμεύουν στο διαχωρισμό του ενός οργανισμού από τον άλλο. Η προσωπικότητα της εταιρείας, προβάλλεται μέσα από συνειδητές πράξεις οι οποίες αποτελούν και την ταυτότητα του οργανισμού (corporate identity), ενώ το σύνολο των αντιλήψεων στο μυαλό των καταναλωτών, που σχηματίζεται από τις πράξεις αυτές θεωρείται η εταιρική εικόνα (corporate image) (Spector 1961:47).

Κάθε εταιρεία, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τη φύση των προϊόντων που παράγει και των υπηρεσιών που προσφέρει, διαθέτει εταιρική εικόνα (Olins 2010:25). Η εικόνα αυτή αποτελείται από όλα τα σχεδιασμένα ή απρογραμματίσιμα λεκτικά ή οπτικά στοιχεία που προέρχονται από την εταιρεία και αφήνουν κάποια εντύπωση στον παρατηρητή (Selame και Selame 1975:1). Μπορεί να είναι: α) θετική, δυνατή και χρήσιμη, β) αρνητική και επιβλαβής, ή γ) θολή, συγκεχυμένη και μερικές φορές χωρίς κανένα νόημα (Christian 1959:80). Σύμφωνα με τον Bernstein (1984:13) η εικόνα καθορίζεται από την απόδοση, γι' αυτό και τα πιστεύω και οι ενέργειες μιας εταιρείας καθορίζουν το πώς προσλαμβάνεται η εικόνα αυτή.

Η εταιρική εικόνα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως περιουσιακό στοιχείο κάθε εταιρείας, που εάν δεν διαχειριστεί σωστά καταλήγει ως υποχρέωση της, και που καμιά εταιρεία δεν έχει τη πολυτέλεια να πληρώσει (Kennedy 1977:120). Επειδή όμως η εταιρική εικόνα καθορίζει και τη στάση των καταναλωτών απέναντι στην εταιρεία (Bernstein 1984:11), η εικόνα αυτή δεν μπορεί να βελτιωθεί ούτε εύκολα, αλλά ούτε και γρήγορα, αφού οι άνθρωποι διαθέτουν συναισθηματικά στοιχεία ανθεκτικά στην αλλαγή (Boulding 1956:8, Spector 1961:51). Για να επιτευχθεί η αλλαγή της εταιρικής εικόνας χρειάζεται χρόνος (Dowling 1986:115), αλλά και μια συνεχή προσπάθεια, που θα λαμβάνει υπόψη και τα συναισθήματα των ατόμων που έρχονται σε επαφή με την εταιρεία, αφού η εταιρική εικόνα βρίσκεται εδραιωμένη στο μυαλό τους (Spector 1961:51).

Αφού όπως είδαμε πιο πάνω, ο κάθε οργανισμός ανεξάρτητα από τη φύση των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρει, διαθέτει εταιρική εικόνα η οποία καθορίζει και τη στάση του κοινού απέναντι της, κρίνεται αναγκαίο να εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά που αποδίδονται στον κεντρικό οικονομικό τομέα μιας χώρας από τα διεθνή ΜΜΕ πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την κορύφωση της κρίσης.

***Ερευνητικό Ερώτημα 1:** Ποία είναι η συνολική εικόνα του βαλλόμενου οικονομικού κλάδου πριν από την κρίση;*

***Ερευνητικό Ερώτημα 2:** Πως εξελίσσεται η εικόνα του συγκεκριμένου οικονομικού κλάδου σε σχέση με την τραπεζική κρίση;*

Μετά από την καταγραφή του ιστορικού πλαισίου τα ερωτήματα αυτά θα εξειδικευθούν και θα αναδιατυπωθούν σε σχέση με την συγκεκριμένη υπό διερεύνηση περιπτώσιολογία.

1.1.3 Εικόνες Κρατών (Nation Image)

Είναι αποδεκτό ότι κάθε κράτος μπορεί να έχει εικόνα εμπορικής ταυτότητας (Anholt 2008:2), εφόσον θεωρείται σύνθεση σύγχρονων και ιστορικών συσχετισμών, που έχουν σημασία για το μάρκετινγκ (O'Shaughnessy και O'Shaughnessy 2000:56).

Οι εικόνες που προβάλλει ένα κράτος ευθύνονται για τον τρόπο που το αντιμετωπίζουν οι κάτοικοι αλλά και οι επισκέπτες του. Οι άνθρωποι σχηματίζουν διάφορες πεποιθήσεις για ένα κράτος σύμφωνα με αυτές τις εικόνες, και ανταποκρίνονται απέναντι του ανάλογα. Οι πεποιθήσεις σχηματίζονται με κάθε πιθανό τρόπο που κάποιος έρχεται σε επαφή με το κράτος. Με μια επίσκεψη, από τα προϊόντα που παράγονται εκεί, από τις πολιτικές αποφάσεις που παίρνει το κράτος, από το πόσο απασχολεί τα διεθνή μέσα ενημέρωσης και για ποιο λόγο. Οι αντιληπτές εικόνες όμως δεν ανταποκρίνονται απαραίτητα και στην πραγματικότητα. Βασίζονται πολλές φορές πάνω σε προκαταλήψεις ή άγνοια. Γι' αυτό και η εικόνα των περισσότερων Αφρικανικών κρατών συνδέεται με τη φτώχεια, η εικόνα της Γαλλίας με το κρασί, της Ιαπωνίας με την τεχνολογία, της Βραζιλίας με το καρναβάλι ή το ποδόσφαιρο. Οι προβαλλόμενες εικόνες των κρατών όμως, παρόλο που είναι πολύ δύσκολο, εντούτοις μπορούν να αλλάξουν.

Ένα κράτος, είτε διαχειρίζεται την εθνική ταυτότητα του είτε όχι, προβάλλει εικόνες (Fan 2006:5), «θετικές ή αρνητικές, εστιασμένες ή διάχυτες, στο μυαλό πολλών ή λίγων, που αναπτύχθηκαν εκ προθέσεως ή εξ ορισμού, οι οποίες σχηματίστηκαν από την εκπαίδευση, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα ταξίδια, την μετανάστευση, την αγορά προϊόντων, τις εμπειρίες επιχειρήσεων, ή συνδυασμό των πιο πάνω» (Papadopoulos και Heslop 2002:295). Οι Gertner και Kotler (2004:50) υποστηρίζουν ότι η κάθε εικόνα

αντιπροσωπεύει μια απλοποίηση ενός μεγάλου αριθμού συσχετισμών και πληροφοριών για ένα μέρος.

Εν συντομία, η εικόνα ενός κράτους, θεωρείται το σύνολο των πεποιθήσεων, ιδεών και εντυπώσεων που έχουν οι άνθρωποι για το κράτος αυτό (Gertner και Kotler 2004:50), γι' αυτό και η εικόνα του είναι ένα από τα πολυτιμότερα περιουσιακά στοιχεία του. Ένα κράτος όμως, δεν προβάλλει μια μόνο εικόνα αλλά παράγει πολλαπλές απεικονίσεις (Fan 2006:8), που εναλλάσσονται κατά καιρούς στο διεθνές προσκήνιο και που διαμορφώνονται από μια σωρεία παραγόντων όπως τα τρέχοντα πολιτικά γεγονότα, ή ακόμα από την τελευταία ταινία ή τα δελτία ειδήσεων (O'Shaughnessy και O'Shaughnessy 2000:58).

Η εικόνα ενός κράτους είναι πολύπλοκη, διότι συγκροτείται σε διαφορετικά πνευματικά και πολιτιστικά επίπεδα, για διαφορετικά ακροατήρια, που προσδίδουν διαφορετικό νόημα ανάλογα με την κοινωνική τάξη, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά κτλ (O'Shaughnessy και O'Shaughnessy 2000:58). Ο Fan (2006:8) υποστηρίζει ότι ανάλογα με το ποιο είναι το ακροατήριο αλλά και το γενικό πλαίσιο, ανακτάται και η κατάλληλη εικόνα.

Σύμφωνα με τον Anholt (2007:8) εάν η αντιληπτή εικόνα μιας χώρας είναι η ίδια για τα περισσότερα άτομα που τη γνωρίζουν, τότε η φήμη της είναι δυνατή. Εάν σημαίνει πολύ λίγα ή πολύ διαφορετικά πράγματα, στα περισσότερα άτομα που τη γνωρίζουν, τότε έχει μια αδύνατη φήμη. Και εάν τη γνωρίζει πολύς κόσμος τότε είναι μια διάσημη περιοχή. Μια περιοχή διάσημη και με δυνατή φήμη, δεν σημαίνει ότι είναι και κατ' ανάγκη θετική (π.χ. Συρία, Αφγανιστάν, Ιράκ).

Ακριβώς όπως συμβαίνει για τα προϊόντα και για τους οργανισμούς, ένα κράτος βασίζεται στις εικόνες αυτές για την ευημερία του, αφού αποτελούν πανίσχυρα στερεότυπα που επηρεάζουν την συμπεριφορά όλων των ενδιαφερομένων μερών, όπως είναι οι καταναλωτές, οι τουρίστες, οι αγοραστές βιομηχανικού και λιανικού εμπορίου και οι ξένοι επενδυτές (Papadopoulos και Heslop 2002:298).

Είναι όμως πολύ δύσκολο να ξεχωρίσουμε την αντίληψη από την πραγματικότητα, γι' αυτό και η αντίληψη που έχουμε για μια περιοχή, τις περισσότερες φορές δεν είναι δίκαιη και δεν βασίζεται στην πραγματικότητα. Σύμφωνα με τον Anholt (2004:7), «η εικόνα που

έχουμε για ένα προορισμό είναι μια σύνθεση από κλισέ, μισές αλήθειες, ξεπερασμένες κοινοτοπίες, προκαταλήψεις και άγνοια».

Οι εικόνες που έχουν οι άνθρωποι για τα περισσότερα κράτη είναι ασαφείς, διότι υπάρχει ένα γενικό επίπεδο άγνοιας για τις υπόλοιπες χώρες (O'Shaughnessy και O'Shaughnessy 2000:57), και εκτός από μια πολύ περιορισμένη σφαίρα, κανείς δεν νοιάζεται ή ενδιαφέρεται για άλλη χώρα με εξαίρεση τη δική του (Olins 1999:3).

Υπάρχουν διάφορες πολιτικές που επιτρέπουν στις χώρες να βελτιώσουν την εικόνα τους (Anholt 2007:15) και για τον σκοπό αυτό υιοθετούν πρακτικές του μάρκετινγκ, όπως συμβαίνει και με κάθε άλλη εμπορική ταυτότητα/brand (Kotler και Keller 2006:686). Παρόλα αυτά η βελτιωμένη εικόνα θα πρέπει να κερδηθεί και σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να κατασκευαστεί (Anholt 2007:39), με σλόγκαν και διαφημιστικές καμπάνιες (Μακρής 2010:56).

Οι μελέτες, για την προέλευση των πεποιθήσεων, που οδηγούν στον σχηματισμό της εικόνας ενός κράτους (nation image), αρχικά είχαν επικεντρωθεί στο ρόλο που διαδραματίζει η εικόνα ενός κράτους στο μυαλό των καταναλωτών, ως προς την αξιολόγηση των προϊόντων που παράγονται σ' αυτό (country of origin). Αρχική υπόθεση ήταν ότι οι καταναλωτές θεωρούν τη χώρα προέλευσης ως μια διευκόλυνση για την αγορά ενός άγνωστου και ξένου προϊόντος (Han 1989:222). Στη συνέχεια, οι έρευνες έδειξαν ότι η εικόνα της χώρας προέλευσης, επηρεάζει την αξιολόγηση των καταναλωτών ως προς τα χαρακτηριστικά κάποιων προϊόντων και όχι ως προς τη συνολική αξιολόγηση όλων των προϊόντων που παράγονται στη συγκεκριμένη χώρα, ενισχύοντας έτσι τον ρόλο που διαδραματίζει η χώρα προέλευσης στις αγοραστικές αποφάσεις των καταναλωτών.

Οι Papadopoulos και Heslop (2002:298) αναφέρουν ακόμα ότι οι εικόνες από την χώρα προέλευσης ενός προϊόντος επηρεάζουν τις προσδοκίες που έχει ο καταναλωτής για την τιμή του προϊόντος. Όσο πιο αδύναμη είναι η εικόνα ενός κράτους, τόσο μεγαλύτερη έκπτωση περιμένει ο καταναλωτής, συγκρίνοντας ένα ίδιο προϊόν από μια χώρα με δυνατή εικόνα.

Ο Dinnie (2003) αναφέρει επιπρόσθετους παράγοντες που επηρεάζουν με εξίσου σημαντικό τρόπο τον σχηματισμό των πεποιθήσεων για την εικόνα μιας χώρας, πέραν από τη 'χώρα προέλευσης' καταναλωτικών αγαθών. Για παράδειγμα η προσωπική εμπειρία,

από την επίσκεψη μιας χώρας για τουρισμό, μπορεί να συμβάλει πιο αποτελεσματικά στις πεποιθήσεις του καταναλωτή (Jaffe και Nebenzahl 2001, όπως αναφέρεται στο Dinnie 2003:4). Αυτή η προσωπική εμπειρία μπορεί να έχει επίδραση στις μελλοντικές αγοραστικές αποφάσεις του τουρίστα/καταναλωτή, για προϊόντα από την συγκεκριμένη χώρα.

Επίσης, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι αθλητικές διοργανώσεις διεθνούς φήμης που διεξάγονται σε μια χώρα (π.χ. οι ολυμπιακοί αγώνες), καθώς και οι επιδώσεις αθλητών της συγκεκριμένης χώρας, ενδέχεται να προβάλουν μια δυνατή εικόνα, πάνω στην οποία μπορεί να κτίσει η χώρα (Anholt 2007:108). Ακόμα προϊόντα πολιτισμού, όπως ο κινηματογράφος, οι εκδόσεις και η μουσική, μπορούν να καθορίσουν την φήμη και την εικόνα μιας χώρας (Dinnie 2003:4).

Σύμφωνα με τον van Ham (2008:128), όπως συμβαίνει με τις εμπορικές ταυτότητες καταναλωτικών αγαθών (έτσι και με τις εθνικές ταυτότητες κρατών), η εικόνα και η φήμη χτίζονται πάνω σε παράγοντες όπως η εμπιστοσύνη και η ικανοποίηση των καταναλωτών. Η εμπορική ταυτότητα μιας χώρας καθορίζεται από τον πολιτισμό, τις πολιτικές ιδέες και πολιτικές που εφαρμόζει.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι απόψεις του Anholt στο βιβλίο του 'Competitive Identity' (2007). Στα πιο πάνω προσθέτει, πως ο σχηματισμός της εικόνας για ένα κράτος – εσκεμμένα ή συμπτωματικά – οφείλεται σε έξι παράγοντες (Anholt 2007:25). Πρώτον, στην προσωπική εμπειρία του ατόμου με τη χώρα την οποία επισκέφθηκε, είτε για σκοπούς αναψυχής ή επαγγελματικούς λόγους. Δεύτερον, στα προϊόντα που εξάγει η χώρα, αλλά μόνο εάν η χώρα προέλευσης δηλώνεται σαφώς. Τρίτον, στις πολιτικές αποφάσεις που παίρνει η χώρα, είτε εξωτερικής πολιτικής που επηρεάζουν άλλες χώρες, είτε εσωτερικές αποφάσεις που τυγχάνουν προβολής των διεθνών μέσων ενημέρωσης. Τέταρτον, στον τρόπο που η χώρα επιζητά ξένες επενδύσεις (επιχειρήσεις, ταλέντα, φοιτητές). Πέμπτον, μέσω πολιτιστικών ανταλλαγών και διοργανώσεων (συγγραφικά έργα, κινηματογραφικές ταινίες, μουσική, αθλητές). Και τέλος στους ίδιους τους κατοίκους μιας χώρας, στα άτομα με υψηλό προφίλ αλλά και στον γενικό πληθυσμό, πως συμπεριφέρονται όταν βρίσκονται στο εξωτερικό, και πως συμπεριφέρονται στους ξένους που βρίσκονται στη χώρα τους.

Ο van Ham (2008:133) με δεδομένο ότι ο κόσμος είναι ένα τεράστιο και πολύπλοκο δίκτυο επικοινωνίας, θεωρεί ότι οποιαδήποτε προσπάθεια για να επηρεαστεί η εικόνα και η φήμη ενός προορισμού είναι εξαιρετικά δύσκολο να επιτευχθεί και σχεδόν αδύνατον να μετρηθεί, είναι όμως εφικτό.

Πριν επιχειρήσει να αλλάξει την εικόνα του ένα κράτος, θα πρέπει πρώτα να εξακριβώσει ποιά είναι η παρούσα εικόνα της χώρας, και δεύτερο να αποφασίσει ποια θέλει να είναι η εικόνα (Dicher 1985:79). Η κυβέρνηση, πρέπει να ανακαλύψει τι αντίληψη έχει ο υπόλοιπος κόσμος για τη χώρα της, και να αναπτύξει μια στρατηγική διαχείρισης της εικόνας της. Είναι πολύ σημαντικό να βρεθεί η εικόνα που επικρατεί γι' αυτήν, ώστε να χρησιμοποιηθεί αυτή η γνώση σαν το αρχικό βήμα προς την ενίσχυση και βελτίωση της (Papadopoulos και Heslop 2002:309). Η προσπάθεια αυτή θα πρέπει να εστιάζεται στο «κτίσιμο μιας φήμης δίκαιης, αληθινής, δυνατής, ελκυστικής, πραγματικά χρήσιμης για τους οικονομικούς, πολιτικούς και κοινωνικούς σκοπούς της, και που πραγματικά αντανάκλα το πνεύμα, τη μεγαλοφυΐα και τη θέληση των κατοίκων της» (Anholt 2007:2). Μια εικόνα για να είναι αποτελεσματική πρέπει να είναι έγκυρη, αληθοφανή, ελκυστική και ξεχωριστή (Kotler, Haider και Rein 1993:149).

Έρευνες έχουν δείξει ότι οι εικόνες των χωρών είναι κατά κύριο μέρος η 'πραγματικότητα με καθυστέρηση', αφού αυτές οι εικόνες έχουν εδραιωθεί εδώ και πολλές δεκαετίες (Anholt 2010:31). Η άποψη που διατηρούν οι άνθρωποι για τις άλλες χώρες είναι σε γενικές γραμμές καθορισμένη και σταθερή. Απαιτείται κάτι πολύ σοβαρό για να αναθεωρήσουν την άποψη αυτή. Η εικόνα μιας χώρας μπορεί να αλλάξει, είτε σταδιακά επειδή η ίδια η χώρα αλλάζει, είτε ξαφνικά επειδή η χώρα επιδρά με κάποιο τρόπο πάνω στην ζωή των ανθρώπων.

Το πρώτο είδος αλλαγής, είναι μια βαθμιαία διαδικασία, όπου η αλλαγή της εικόνας ξεκινά μέσω των πράξεων και συμπεριφορών της χώρας. Το κράτος υιοθετεί πολιτικές, ώστε η πραγματικότητα να πλησιάζει την επιθυμητή εικόνα της χώρας, διότι η διαφήμιση και το μάρκετινγκ δεν μπορούν να συγκαλύψουν ή να ωραιοποιήσουν 'κακές πολιτικές' (Καπετανάκης 2009:43). Οι διαφημιστικές καμπάνιες βοηθούν ελάχιστα έως καθόλου, στη μείωση της διαφοράς μεταξύ πραγματικότητας και αντίληψης που επικρατεί για τη χώρα, σε παγκόσμιο επίπεδο. Η επικοινωνία δεν μπορεί να αντικαταστήσει την αλλαγή, μπορεί όμως να την παρουσιάσει, να βοηθήσει στην εδραίωση της και μέχρι ενός βαθμού να επιταχύνει την πορεία της (Anholt 2006:1).

Το δεύτερο είδος της αλλαγής συμβαίνει όταν οι ίδιοι άνθρωποι επηρεάζονται προσωπικά με κάποιο τρόπο από τη χώρα. Σε αυτή την περίπτωση η εικόνα μιας χώρας, μπορεί να αλλάξει ξαφνικά, είτε θετικά είτε αρνητικά στο μυαλό ορισμένων ατόμων.

Ο Anholt (2005:118, 2010:61, 2010:9) υποστηρίζει ότι οι χώρες κρίνονται από το τι φτιάχνουν και από το πώς συμπεριφέρονται, όχι από το τι λένε για τον εαυτό τους. Γι' αυτό και προτείνει τρία βασικά στοιχεία που πρέπει να ακολουθηθούν από το κράτος (Anholt 2010:13). Πρώτο, πρέπει να καθοριστεί μια στρατηγική, όπου να αναφέρεται ξεκάθαρα, ποία είναι η χώρα, τι αντιπροσωπεύει, σε ποιο επίπεδο προσπαθεί να φτάσει, και με ποιο τρόπο θα το πετύχει. Δεύτερο, πρέπει να υπάρχει ουσία/περιεχόμενο. Εάν η χώρα επιθυμεί μια συγκεκριμένη φήμη, θα πρέπει να την κερδίσει και να γίνει αυτό που επιθυμεί να είναι. Και τέλος πρέπει να προβάλλει με πράξεις (π.χ. επενδύσεις, πολιτικές, καινοτομίες) και όχι με λόγια την εικόνα της. Η επικοινωνία της εικόνας του κράτους στο κοινό, γίνεται με ένα σύνθημα (slogan), με οπτικά σύμβολα (visual symbols), αλλά κυρίως με γεγονότα και πράξεις (Kotler, Haider και Rein 1993:151).

Οι εικόνες των κρατών υπάρχουν και θα συνεχίσουν να εξελίσσονται με ή χωρίς διαχείριση εθνικής ταυτότητας. Εάν όμως οι ίδιες οι χώρες δεν δώσουν την κατάλληλη προσοχή σε ότι αφορά την εικόνα τους, ώστε να αναπτύξουν κανάλια που θα οδηγήσουν σε μια ελκυστική εικόνα, τότε η εικόνα αυτή θα βασίζεται σε λανθασμένη αντίληψη με πιθανή αρνητική έκβαση βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα, αφού με τον τρόπο αυτό θα αφήσουν το κοινό ελεύθερο να δημιουργήσει ότι στερεότυπο επιθυμεί (Papadopoulos και Heslop 2002:309).

Κάθε κράτος, είτε διαχειρίζεται την εθνική ταυτότητα του είτε όχι, προβάλλει εικόνες και βασίζεται στις εικόνες αυτές για την ευημερία του. Οι προσλαμβανόμενες από το κοινό εικόνες δημιουργούνται με βάση τις προκαταλήψεις του καθενός και τα στερεότυπα που επικρατούν για τον προορισμό αυτό, γι' αυτό και τις πιο πολλές φορές δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Είναι πολύ δύσκολο να επιτευχθεί μια αλλαγή στην αντίληψη που επικρατεί, ώστε να επηρεαστεί η εικόνα και η φήμη ενός προορισμού, είναι όμως εφικτό.

Η εικόνα και η φήμη μιας χώρας, χτίζεται πάνω στην εμπιστοσύνη και την ικανοποίηση του κοινού, ακριβώς όπως συμβαίνει και στις εμπορικές ταυτότητες/brands. Για τον σκοπό αυτό χρησιμοποιούνται πλέον και από τα κράτη πολιτικές και πρακτικές (που έχουν

εδραιωθεί στο μάρκετινγκ και ιδιαίτερα στο branding) που τους επιτρέπουν να βελτιώσουν την αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα τους, ώστε να επιτύχουν μια καλύτερη εικόνα. Προαπαιτούμενο στοιχείο είναι η επικοινωνία με τον υπόλοιπο κόσμο, με ένα ξεκάθαρο, συντονισμένο μήνυμα, και αυτό θα το πετύχουν μέσα από τη διαχείριση εθνικής ταυτότητας.

***Ερευνητικό Ερώτημα 3:** Ποια είναι η συνολική εικόνα μιας χώρας της οποίας ο σημαντικός οικονομικός κλάδος υφίσταται κρίση, πριν από την κρίση;*

***Ερευνητικό Ερώτημα 4:** Πως εξελίσσεται η εικόνα μιας χώρας σε σχέση με την εξέλιξη της κρίσης του οικονομικού κλάδου;*

Μετά από την καταγραφή του ιστορικού πλαισίου τα ερωτήματα αυτά θα εξειδικευθούν και θα αναδιατυπωθούν σε σχέση με την συγκεκριμένη υπό διερεύνηση περιπτώσιολογία.

1.2.1 Μεταφορά Εικόνας (Image Transfer)

Υπάρχουν αρκετές βιβλιογραφικές αναφορές που υποστηρίζουν ότι η εικόνα εμπορικής ταυτότητας και η εταιρική εικόνα έχουν μια αμφίδρομη σχέση με την εικόνα της χώρας προέλευσης του προϊόντος και της εταιρείας. Μεταξύ άλλων έχει αναγνωριστεί η εναλλαγή στους ρόλους κράτους και εταιρείας (Olins 1999), η επιρροή της εταιρικής εικόνας πάνω στην συνολική εικόνα της χώρας προέλευσης της εταιρείας (Anholt 2003), η ενιαία αντίληψη που επικρατεί στο μυαλό των καταναλωτών σχετικά με τα προϊόντα και τις χώρες προέλευσης τους (van Ham 2008), η μεταφορά των συσχετισμών που αφορούν την εικόνα μιας εταιρείας πάνω στη χώρα προέλευσης της (Gotsi, Lopez και Andriopoulos 2011), αλλά και η επιρροή της αντιληπτής ποιότητας των προϊόντων πάνω στην συνολική εντύπωση για τη χώρα προέλευσης ως τουριστικό προορισμό (Lee και Lockshin 2011).

Σύμφωνα με τον Olins (1999:3) οι εταιρείες και οι χώρες αλλάζουν με ταχύτατους ρυθμούς, και οι ρόλοι τους εναλλάσσονται όλο και περισσότερο. Όσο οι χώρες διαχειρίζονται την ‘εμπορική’ ταυτότητα τους για να συναγωνιστούν με άλλες χώρες για επενδύσεις, εμπόριο και τουρισμό, τόσο και οι διεθνείς εταιρείες χρησιμοποιούν τεχνικές οικοδόμησης του κράτους για να πετύχουν εσωτερική συνοχή μεταξύ των πολιτισμών.

Ο Anholt (2003:107) αναγνωρίζει την επίδραση της εταιρικής εικόνας πάνω στη συνολική εικόνα ενός κράτους. Συγκεκριμένα, υποστηρίζει ότι η διεθνής αντίληψη που επικρατεί για παράδειγμα για τη Νότια Κορέα, μεταβάλλεται αφού τώρα περιλαμβάνει σύγχρονα χαρακτηριστικά, τεχνική επάρκεια, κατασκευαστική τελειότητα, μοντέρνο σχεδιασμό και φιλοδοξία, τα οποία κοινοποιούνται μέσα από τις εμπορικές ταυτότητες/σήματα όπως η Samsung, η Daewoo, η Kia και η LG.

Ο van Ham (2008:129) αναφέρει ότι ενόσω πολλές εταιρείες μένουν συνδεδεμένες με τη χώρα προέλευσης τους, η εικόνα και φήμη των προϊόντων και των κρατών, τείνουν να γίνονται ένα στο μυαλό του παγκόσμιου καταναλωτή, αφού για παράδειγμα για πολλούς Sony σημαίνει Ιαπωνία, και Ιαπωνία σημαίνει Sony (Olins 1999:13). Επίσης οι Gotsi, Lopez και Andriopoulos (2011:258) ισχυρίζονται ότι εάν μια εταιρεία συνδεθεί με τη χώρα προέλευσης της στο μυαλό του καταναλωτή, τότε οι συσχετισμοί που αφορούν την εταιρεία ενδέχεται να μεταφερθούν και στη χώρα.

Οι Sun και Paswan (2011:154) υποστηρίζουν ότι η εικόνα μιας χώρας, μπορεί να αλλάξει εφόσον αλλάξει και η αντιληπτή ποιότητα των προϊόντων που προέρχονται από αυτή. Αντίθετα, όσο πιο κακή είναι η αντιληπτή ποιότητα των προϊόντων από μια χώρα, τόσο πιο αρνητικά επηρεάζει την εικόνα της χώρας προέλευσης τους. Ενώ οι Lee και Lockshin (2011:508) αποδεικνύουν πως η ευνοϊκή ή δυσμενής στάση του καταναλωτή απέναντι σε ένα συγκεκριμένο εισαγόμενο προϊόν, επηρεάζει τις προκαταλήψεις του σχετικά με τη χώρα προέλευσης του προϊόντος και τις εκτιμήσεις του κατά πόσον θεωρείται η χώρα κατάλληλος τουριστικός προορισμός.

Με βάση τα πιο πάνω, και αφού καθοριστεί η εικόνα τόσο του τραπεζικού τομέα της Κύπρου, όσο και η συνολική εικόνα της χώρας, θα ερευνηθεί εάν η εταιρική εικόνα του τραπεζικού τομέα έχει μεταφερθεί πάνω στην συνολική εικόνα του κράτους και σε ποιο βαθμό την έχει επηρεάσει.

***Ερευνητικό Ερώτημα 5:** Κατά τη διάρκεια της κρίσης, η εικόνα ενός οικονομικού κλάδου που πλήττεται από την κρίση, επηρεάζει τη διεθνή εικόνα της χώρας και σε ποιο βαθμό;*

***Ερευνητικό Ερώτημα 6:** Εάν η εικόνα του οικονομικού κλάδου μιας χώρας επηρεάζει τη διεθνή εικόνα της χώρας, ποια είναι τα στοιχεία της εικόνας που μεταβιβάζονται από το ένα πολιτικό υποκείμενο στο άλλο;*

***Ερευνητικό Ερώτημα 7:** Με ποιο τρόπο γίνεται η μεταφορά αρνητικής εικόνας από ένα οικονομικό κλάδο που πλήττεται από την κρίση στην συνολική εικόνα της χώρας;*

Μετά από την καταγραφή του ιστορικού πλαισίου τα ερωτήματα αυτά θα εξειδικευθούν και θα αναδιατυπωθούν σε σχέση με την συγκεκριμένη υπό διερεύνηση περιπτώσιολογία.

1.2.2 Επίδραση της Χώρας Προέλευσης (Country Of Origin Effect)

Η ‘Χώρα Προέλευσης’ (Country Of Origin) η οποία απεικονίζεται πάνω σε ένα προϊόν με την φράση «Κατασκευάζεται στη...» (Made in...), διαδραματίζει σημαντικό ρόλο κατά την αξιολόγηση του προϊόντος από τον καταναλωτή (Schooler 1965:396, Hong και Wyer 1989:183), με αποτέλεσμα να επηρεάζει την αγοραστική του απόφαση (O’Shaughnessy και O’Shaughnessy 2000:56, Papadopoulos και Heslop 2002:311). Ο καταναλωτής κατευθύνεται είτε θετικά, είτε αρνητικά από τις γνώσεις και αντιλήψεις που έχει ο ίδιος, για τη χώρα από την οποία προέρχεται το προϊόν. Από την μια πλευρά, η ‘Χώρα Προέλευσης’ αποτελεί την αναγκαία επιβεβαίωση για την ποιότητα του προϊόντος την οποία χρειάζεται ο καταναλωτής πριν το αγοράσει (Bilkey και Nes 1982:89, Han 1989:223, Sun και Paswan 2011:155). Ο καταναλωτής βλέπει ένα γερμανικό αυτοκίνητο ως υψηλής ποιότητας ή αξιόπιστο, αφού έχει στο μυαλό την εικόνα της Γερμανίας ως χώρα τεχνολογικά ανεπτυγμένη με εργατικούς και σχολαστικούς εργαζομένους.

Από την άλλη πλευρά όμως, παράγοντες πέραν και πάνω από την αντιληπτή ποιότητα των ξένων προϊόντων, καθορίζουν την αγοραστική συμπεριφορά. Η στάση του καταναλωτή απέναντι στις άλλες χώρες γενικά, που λόγω του ‘Εθνοκεντρισμού’ του βλέπει τα εγχώρια προϊόντα ανώτερα από τα εισαγόμενα (Shimp και Sharma, 1987) ή λόγω της ‘Εχθρότητας’ του απέναντι σε μια συγκεκριμένη χώρα (Klein, Ettenson και Morris, 1998). Για παράδειγμα ο Κινέζος καταναλωτής είναι πιθανόν να απορρίψει ένα ιαπωνικό προϊόν, παρόλο που το θεωρεί ανώτερης ποιότητας, λόγω της αντιπάθειας που τρέφει προς την Ιαπωνία, από την ανάμνηση της ιαπωνικής κατοχής στην Κίνα κατά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Βέβαια, η στάση των καταναλωτών απέναντι σε ορισμένα προϊόντα

ενδέχεται να αλλάξει σταδιακά, και αντίστοιχα να αλλάξουν και οι πεποιθήσεις τους απέναντι στη χώρα προέλευσης.

Για αρκετές δεκαετίες διεξάγονται έρευνες για την Επίδραση της Χώρας Προέλευσης (Country Of Origin Effect) ενός προϊόντος, στην αξιολόγηση του από τον καταναλωτή, τις πεποιθήσεις του γι' αυτό και τέλος πάνω στις αγοραστικές του αποφάσεις (Schooler 1965, Nagashima 1970, Hong και Wyer 1989, Lampert και Jaffe 1998, O'Shaughnessy και O'Shaughnessy 2000, Papadopoulos και Heslop 2002, Beverland και Lindgreen 2002, Peterson και Jolibert 2005, Sun και Paswan 2011, κ.α.).

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η 'Χώρα Προέλευσης' διαδραματίζει σημαντικό ρόλο κατά την αξιολόγηση του προϊόντος από τον καταναλωτή (Schooler 1965:396, Hong και Wyer 1989:183) αλλά και στη διαμόρφωση των αγοραστικών του αποφάσεων (O'Shaughnessy και O'Shaughnessy 2000:56, Papadopoulos και Heslop 2002:311), αφού ο καταναλωτής εξάγει συμπεράσματα για την ποιότητα ενός προϊόντος από την εικόνα της χώρας προέλευσης του (Bilkey και Nes 1982:89, Han 1989:223, Sun και Paswan 2011:155).

Οι καταναλωτές έχουν διαφορετικές αντιλήψεις σχετικά με τις εικόνες των χωρών, και διαφορετικές πεποιθήσεις σχετικά με τα προϊόντα που παράγονται στις χώρες αυτές (Han 1989:222), με αποτέλεσμα η εικόνα κάθε χώρας να αποτελεί ένα ισχυρό στερεότυπο που επηρεάζει την συμπεριφορά του κοινού (Papadopoulos και Heslop 2002:298).

Επομένως, η ετικέτα «Κατασκευάζεται στην (όνομα της χώρας)» μετατρέπεται σε ένα άυλο χαρακτηριστικό, που δεν ευθύνεται άμεσα για την απόδοση του προϊόντος, όπως η τιμή, η εμπορική ταυτότητα/brand, η συσκευασία ή η εγγύηση, και που διαφοροποιείται από τα φυσικά χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως τον σχεδιασμό, τη γεύση ή την απόδοση (Peterson και Jolibert 1995:884). Αφού ο καταναλωτής είναι πολύ δύσκολο να ερμηνεύσει τα φυσικά χαρακτηριστικά του προϊόντος πριν από την αγορά, πολύ συχνά καταφεύγει στα εξωτερικά του χαρακτηριστικά για να εξάγει συμπεράσματα σχετικά με το προϊόν (Elliott και Cameron 1994:51). Οι Hong και Wyer (1989:183-184) αναφέρουν ότι όταν η 'Χώρα Προέλευσης' αναγράφεται στις πληροφορίες σχετικά με τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, τότε επηρεάζει άμεσα την αξιολόγηση του από τον καταναλωτή, και ακολούθως επηρεάζει την προσοχή που δίνει και στα άλλα χαρακτηριστικά του προϊόντος.

Παράλληλα οι Kotler και Keller (2006:687), έχουν καταλήξει στο συμπέρασμα πως όσο πιο ευνοϊκή είναι η εικόνα μιας χώρας, τόσο σε πιο περίοπτη θέση θα πρέπει να εμφανίζεται η ετικέτα «Made in...».

Παρόλο που είναι δύσκολο να απομονωθεί η επιρροή της χώρας προέλευσης από τα άλλα εξωτερικά χαρακτηριστικά του προϊόντος, μελέτες υποδεικνύουν ότι ο καταναλωτής κατά την αξιολόγηση ενός προϊόντος, επηρεάζεται – είτε θετικά, είτε αρνητικά – από τις γνώσεις και αντιλήψεις που έχει ο ίδιος, για τη χώρα από την οποία προέρχεται το προϊόν, και που μπορεί να κατευθύνει ή όχι την αγοραστική του απόφαση (Han 1989, Papadopoulos και Heslop 2002, Anholt 2007, Sun και Paswan 2011). Βέβαια, οι καταναλωτές προτιμούν να αγοράσουν ένα προϊόν αφού πρώτα ενημερωθούν γι' αυτό. Τις περισσότερες φορές όμως δεν διαθέτουν τον χρόνο γι' αυτή την ενημέρωση (Anholt 2007:10), άρα δεν είναι σε θέση να γνωρίζουν την πραγματική ποιότητα του προϊόντος (Han 1989:223). Έτσι η εικόνα που έχουν στο μυαλό τους για τη χώρα προέλευσης του προϊόντος (όπως ισχύει και για την εμπορική ταυτότητα/brand) είναι μια συντόμευση για την ενημέρωση που θα μπορούσαν να έχουν, για το συγκεκριμένο προϊόν. Στην πραγματικότητα όμως, η καθυσύχαση που παίρνει ο καταναλωτής από την ετικέτα «Made in...» θεωρείται συμβολική, αφού οι κυβερνήσεις δεν μπορούν να επιβάλλουν τα ίδια πρότυπα ποιότητας σε ολόκληρο τον μεταποιητικό τους τομέα (Anholt 2007:10).

Η εθνική προέλευση ενός προϊόντος είναι ένας από τους πολλούς παράγοντες που διαδραματίζει κάποιο ρόλο στην αγοραστική απόφαση του καταναλωτή και επιτελεί διαφορετικούς ρόλους σε αυτήν του την απόφαση ή και καθόλου. Σύμφωνα με τον Han (1989:227-228), όταν ο καταναλωτής δεν γνωρίζει καθόλου άλλες πληροφορίες σχετικές με ένα προϊόν που προέρχεται από μια συγκεκριμένη χώρα, τότε η εικόνα της χώρας βοηθά στην εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τα χαρακτηριστικά του προϊόντος.

Ακόμα σε μερικές περιπτώσεις η χώρα προέλευσης έχει περισσότερη επιρροή και από την τιμή, την φήμη του πωλητή και την εμπορική ταυτότητα/brand (Papadopoulos και Heslop 2002:298), ιδιαίτερα όταν πρόκειται για νεοεισαχθέντα προϊόντα στη διεθνή αγορά (Lampert και Jaffe 1998:64). Όσο πιο πολύ όμως ο καταναλωτής έρχεται σε επαφή με τα προϊόντα και τα γνωρίζει, τότε η εικόνα της χώρας προέλευσης γίνεται μια σύνοψη των αντιλήψεων του καταναλωτή για τη συγκεκριμένη χώρα, βασισμένη στα χαρακτηριστικά του προϊόντος (Han 1989:228).

Από την μια πλευρά, η γενική εικόνα του κράτους, δεν σχετίζεται συνήθως με ένα συγκεκριμένο προϊόν (Elliot και Cameron 1994:52), από την άλλη όμως, η εικόνα ενός κράτους μπορεί να αποτελέσει το έναυσμα για την ερμηνεία των χαρακτηριστικών του προϊόντος (Hong και Wyer 1989:184). Οι πεποιθήσεις του καταναλωτή για μια χώρα, (π.χ. σχετικά με την ποιότητα των προϊόντων που παράγονται σε αυτή) παρόλο που αποτελούν υποκειμενικές υποθέσεις, μπορεί να αποτελέσουν και την αναγκαία επιβεβαίωση του καταναλωτή πριν αγοράσει το συγκεκριμένο προϊόν. Και οι πεποιθήσεις αυτές μπορεί να περιοριστούν σε συγκεκριμένα προϊόντα μιας χώρας (π.χ. γαλλικά αρώματα και κρασιά, ιαπωνικά αυτοκίνητα και ηλεκτρικές συσκευές, ιταλικά ρούχα, αμερικάνικα αναψυκτικά και τζιν), και όχι κατ' ανάγκη σε όλα τα προϊόντα που παράγονται στη χώρα (Kaynak και Cavusgil 1983, στο O'Shaughnessy και O'Shaughnessy 2000:58). Εξάλλου ο αντίκτυπος της 'Χώρας Προέλευσης' ποικίλει ανάλογα με το προϊόν, με χαρακτηριστικό παράδειγμα να δίνεται από τους Kotler και Keller (2006:687), πως ο καταναλωτής ενδιαφέρεται να μάθει που έχει κατασκευαστεί ένα αυτοκίνητο, όχι όμως κατ' ανάγκη και το λιπαντικό που χρησιμοποιείται στην μηχανή του.

Σε αντίθεση με τα πιο πάνω, ο Han (1989:223) υποστηρίζει ότι ο καταναλωτής μπορεί να γενικεύει πληροφορίες για ένα είδος προϊόντων που προέρχονται από την ίδια χώρα, επειδή διαφορετικές εταιρείες από την ίδια χώρα προβάλλουν παρόμοια χαρακτηριστικά προϊόντων. Ωστόσο οι Kotler και Keller (2006:687), αναφέρουν ότι ορισμένες χώρες απολαμβάνουν τη φήμη από συγκεκριμένα προϊόντα όπως είδαμε πιο πάνω, ενώ μερικές φορές η αντίληψη που επικρατεί για την 'Χώρα Προέλευσης' μπορεί να αντικατοπτρίζεται σε όλα τα προϊόντα που παράγονται στη συγκεκριμένη χώρα, ενισχύοντας έτσι και τη θέση του Han (1989).

Βέβαια, η στάση των καταναλωτών απέναντι σε ορισμένα προϊόντα ενδέχεται να αλλάξει σταδιακά, και αντίστοιχα αλλάζουν και οι πεποιθήσεις τους απέναντι στη χώρας προέλευσης (Bilkey και Nes 1982:90, Sun και Paswan 2011:146). Για παράδειγμα, στην Αμερική τη δεκαετία του '50, η ετικέτα «Made in Japan» προέτρεπε σε μια φτηνή απομίμηση ενός προϊόντος κατασκευασμένο σε μια βιομηχανοποιημένη χώρα. Αργότερα οι Ιάπωνες κατασκευαστές μετατόπισαν την παραγωγή προϊόντων σε υψηλότερα ποιοτικά επίπεδα σε μια προσπάθεια βελτίωσης της εικόνας τους. Σήμερα η ετικέτα «Made in Japan» σημαίνει εξαιρετικής ποιότητας καινοτόμα προϊόντα (Lampert και Jaffe 1998:62).

Ο Nagashima (1970:68) αναφέρει πως προϊόντα όπως η Coca Cola, Chevrolet, Ford, IBM και Sunkist διαμόρφωσαν την εικόνα που είχαν οι Ιάπωνες για την ετικέτα «Made in U.S.A.». Αντίστοιχα διακεκριμένα ιαπωνικά προϊόντα όπως η Sony, Nikon, Toyota και Honda αποτέλεσαν την κινητήρια δύναμη για την αλλαγή της εικόνας που είχαν οι Αμερικάνοι για την ετικέτα «Made in Japan». Η προκατάληψη απέναντι στα ιαπωνικά προϊόντα στην αμερικάνικη αγορά εξασθένησε, ως αποτέλεσμα της ικανοποιητικής εμπειρίας που είχαν οι Αμερικάνοι καταναλωτές με τα ιαπωνικά προϊόντα.

Έτσι λοιπόν, όταν ο καταναλωτής αντιλαμβάνεται με θετικό τρόπο την ποιότητα του προϊόντος, θα έχει κατ' επέκταση και μια ευνοϊκότερη στάση απέναντι στη χώρα προέλευσης του προϊόντος. Αντιθέτως, εάν ο καταναλωτής έχει μια κακή πεποίθηση για την ποιότητα του προϊόντος, τότε η χώρα προέλευσης θα επιβαρυνθεί με τη μη ευνοϊκή στάση του καταναλωτή απέναντι της (Sun και Paswan 2011:147).

Όταν υπάρχει μία δυνατή, κυρίαρχη εικόνα για μια χώρα, τα προϊόντα που παράγονται σ' αυτήν αντιμετωπίζονται ως προεκτάσεις της 'μητρικής' μάρκας-χώρας, με τις εικόνες όλων των προϊόντων της χώρας ενδεχομένως να επηρεάζονται από την εικόνα της χώρας προέλευσης τους (O'Shaughnessy και O'Shaughnessy 2000:59). Κατά τη διαχείριση της εμπορικής ταυτότητας ενός προϊόντος (product branding), η προέκταση ενός προϊόντος (extension) μπορεί να 'μειώσει' την εικόνα της μητρικής εμπορικής ταυτότητας ή να 'προσθέσει' σ' αυτήν, αλλά στην περίπτωση της διαχείρισης εθνικής ταυτότητας, η εικόνα του προϊόντος μπορεί να 'μειωθεί' εάν συσχετιστεί με την εικόνα της χώρας προέλευσης ή το αντίθετο. Όταν δηλαδή η εικόνα της χώρας προέλευσης είναι θετική, θεωρείται πλεονέκτημα για το προϊόν, ενώ αντίθετα όταν η εικόνα της χώρας προέλευσης είναι αρνητική, τότε θεωρείται μειονέκτημα (Lampert και Jaffe 1998:64).

Όσον αφορά την προτίμηση που δείχνουν οι καταναλωτές σε σύγκριση εγχώριων και εισαγόμενων προϊόντων, οι Kotler και Keller (2006:687) αναφέρονται στην εύνοια του καταναλωτή απέναντι σε ένα εγχώριο προϊόν, εκτός και εάν προέρχονται από μια λιγότερο αναπτυγμένη χώρα. Στην εγχώρια αγορά οι αντιλήψεις για τη 'Χώρα Προέλευσης' μπορεί να αναδεύσει το πατριωτικό αίσθημα του καταναλωτή, ή να του θυμίσει το παρελθόν του. Καθώς αυξάνεται το διεθνές εμπόριο οι καταναλωτές μπορεί να βλέπουν ορισμένες εμπορικές ταυτότητες/brands με συμβολική σημασία για την δική τους πολιτιστική κληρονομιά και ταυτότητα.

Αντίθετα οι Papadopoulos και Heslop (2002:300) υποστηρίζουν ότι παρόλο που η έκκληση στον πατριωτισμό των καταναλωτών ενδέχεται να δημιουργήσει θετικά αισθήματα απέναντι στα εγχώρια προϊόντα, εντούτοις δεν θα οδηγήσει και κατ' ανάγκη στην αγορά τους, εάν υπάρχει διαθέσιμο ξένο προϊόν ανώτερης ποιότητας. Παρόλα αυτά, όταν η τιμή και η ποιότητα των ντόπιων προϊόντων είναι ισοδύναμη ή καλύτερη από τα εισαγόμενα, οι καταναλωτές δείχνουν προτίμηση στα εγχώρια (Elliott και Cameron 1994:58). Εξάλλου, τόσο οι Bilkey και Nes (1982:90) όσο και οι Kotler και Keller (2006:687) συμφωνούν στο ότι οι καταναλωτές είναι συχνά εθνοκεντρικοί και με ευνοϊκή προδιάθεση προς τα προϊόντα της δικής τους χώρας.

Με βάση τις έρευνες που εξετάζουν τους παράγοντες που επηρεάζουν τη στάση των καταναλωτών απέναντι στα εισαγόμενα προϊόντα, προκύπτουν δύο προσεγγίσεις. Η πρώτη εστιάζει στην Επίδραση της Χώρας Προέλευσης πάνω στην αντιληπτή ποιότητα του προϊόντος (Nagashima 1970:74, Bilkey και Nes 1982:89, Han 1989:223, Sun και Paswan 2011:155).

Η δεύτερη προσέγγιση προτείνει ότι η στάση και οι πεποιθήσεις του καταναλωτή απέναντι σε ξένες χώρες επηρεάζει τις αγοραστικές του αποφάσεις σε προϊόντα που προέρχονται από αυτές (Schooler 1965:396, Shimp και Sharma 1987:280, Klein και Ettenson 1999:6). Η συμπεριφορά του καταναλωτή επηρεάζεται από πολιτικά και οικονομικά γεγονότα στα οποία εμπλέκεται η χώρα προέλευσης των προϊόντων. Πολλές φορές οι αντιλήψεις για τη 'Χώρα Προέλευσης' είναι οι συνειρμοί και οι πεποιθήσεις που ενεργοποιούνται από την ίδια τη χώρα. Εντοπίζεται για πρώτη φορά από τον Schooler (1965) πως η στάση των καταναλωτών απέναντι στον λαό μιας χώρας, αποτελεί άτυπα εμπόδια για την αύξηση του εμπορίου, ενισχύοντας τις προκαταλήψεις σχετικά με τα προϊόντα που εισάγονται από αυτή. Παρατηρεί ακόμη ότι οι αντιζηλίες, καχυποψίες και φόβοι που προϋπήρχαν ανάμεσα σε δύο χώρες κατά την πολιτική τους συνεργασία, επιδρούν και στα οικονομικά θέματα των δύο χωρών.

Σε μεταγενέστερο στάδιο κατά τη δεύτερη προσέγγιση εντοπίζονται δύο υποθέσεις. Η πρώτη αφορά τον 'Εθνοκεντρισμό του Καταναλωτή' (Consumer Ethnocentrism) όπως αναπτύχθηκε από τους Shimp και Sharma (1987) και η δεύτερη από την 'Εχθρότητα του Καταναλωτή' (Consumer Animosity) όπως αρχικά διατυπώθηκε από τους Klein, Ettenson και Morris (1998).

Ο όρος εθνοκεντρισμός χρησιμοποιήθηκε από τον Sumner το 1907, για να προσδιορίσει τη διάκριση μεταξύ ένδο-ομάδας (in-group), δηλαδή την ομάδα με την οποία μπορεί κάποιος να ταυτιστεί, και έξω-ομάδας (out-group), στην οποία βρίσκονται όσοι είναι διαφορετικοί ή αντίθετοι με τα μέλη της ένδο-ομάδας (Sumner 2002:13). Εθνοκεντρισμός ορίζεται η αντίληψη ότι η ομάδα στην οποία ανήκει κάποιος είναι το κέντρο των πάντων, και όλοι οι άλλοι τοποθετούνται και αξιολογούνται με βάση την ομάδα αυτή. Η ένδο-ομάδα κατέχει τα κατάλληλα πρότυπα συμπεριφοράς και προφέρει προστασία απέναντι προφανών απειλών από έξω-ομάδες (Klein, Ettenson και Morris 1998:90). Οι άλλες κοινωνικές ομάδες ερμηνεύονται με βάση τη δική τους ομάδα, απορρίπτονται από την ένδο-ομάδα τα άτομα που έχουν διαφορές, ενώ γίνονται αποδεκτοί σε αυτήν όσοι έχουν ομοιότητες με τα υπόλοιπα μέλη (Sumner 2002:13).

Οι Shimp και Sharma (1987:280), χρησιμοποιούν τον όρο 'Εθνοκεντρισμός του Καταναλωτή' για να περιγράψουν τις αντιλήψεις των καταναλωτών σχετικά με την καταλληλότητα και ηθικότητα της αγοράς εισαγόμενων προϊόντων. Ο 'Εθνοκεντρισμός του Καταναλωτή' ορίζεται ως η πεποίθηση μεταξύ των καταναλωτών ότι είναι ανάρμοστο, ή ακόμα και ανήθικο να προβούν στην αγορά εισαγόμενων προϊόντων, επειδή είναι επιβλαβές για την εγχώρια οικονομία, κοστίζει στον ντόπιο πληθυσμό τις δουλειές του και είναι αντιπατριωτικό (Klein και Ettenson 1999:6).

Ο όρος 'Εχθρότητα του Καταναλωτή' ορίζεται ως τα κατάλοιπα της αντιπάθειας που σχετίζονται με προγενέστερα ή σε εξέλιξη στρατιωτικά, πολιτικά ή οικονομικά συμβάντα και που επηρεάζει την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών στη διεθνή αγορά (Klein, Ettenson και Morris 1998:90). Οι καταναλωτές αποφεύγουν προϊόντα από συγκεκριμένα κράτη, παρόλο που αποδέχονται την υψηλή τους ποιότητα, λόγω της εμπλοκής της ξένης χώρας σε στρατιωτική, πολιτική ή οικονομική πράξη που ο καταναλωτής θεωρεί θλιβερή και που δύσκολα θα συγχωρέσει. Χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα που δίνονται από τους Klein, Ettenson και Morris (1998:90) για αναφορές Εβραίων καταναλωτών που δεν αγοράζουν προϊόντα γερμανικής προέλευσης, και των Αυστραλών και Νεοζηλανδών καταναλωτών που μποϊκοτάρουν προϊόντα γαλλικής προέλευσης, λόγω των πυρηνικών δοκιμών της Γαλλίας στον Νότιο Ειρηνικό Ωκεανό το 1995.

Οι Klein και Ettenson (1999:19) τονίζουν τη διαφορά μεταξύ 'Εχθρότητα του Καταναλωτή' και 'Εθνοκεντρισμού του Καταναλωτή' αφού ο 'Εθνοκεντρισμός' επηρεάζει

γενικά τις αγοραστικές αποφάσεις, ενώ η ‘Εχθρότητα’ στοχεύει μια συγκεκριμένη χώρα, όπου ο καταναλωτής ενδέχεται να αγοράζει εισαγόμενα προϊόντα, εκτός από αυτά που προέρχονται από τη συγκεκριμένη χώρα-στόχο (Klein, Ettenson και Morris 1998:91).

Από τη μια πλευρά, οι κυβερνητικές αρχές θέλουν να δυναμώσουν την εικόνα της χώρας τους, ώστε να βοηθήσουν την εγχώρια αγορά και να προσελκύσουν ξένες εταιρείες και επενδυτές. Οι κυβερνήσεις αναγνωρίζουν πλέον ότι η εικόνα της χώρας τους, αφορά περισσότερους τομείς από τον τουρισμό και έχει σημαντική αξία και για το εμπόριο. Προσελκύνοντας ξένες επιχειρήσεις μπορεί να βελτιώσουν την τοπική οικονομία, να προσφέρει θέσεις εργασίας και να βελτιώσουν τις υποδομές της χώρας (Kotler και Keller 2006:686), γι’ αυτό και χώρες σε όλο τον κόσμο υιοθετούν πρακτικές του μάρκετινγκ για τη διαχείριση της εθνικής τους ταυτότητας, όπως σε κάθε άλλη εμπορική ταυτότητα/brand.

Από την άλλη πλευρά στον ιδιωτικό τομέα, οι επιχειρηματίες θέλουν να χρησιμοποιήσουν τις πεποιθήσεις για τη ‘Χώρα Προέλευσης’ με τον πιο επικερδή τρόπο για να πουλήσουν τις υπηρεσίες και τα προϊόντα τους. Η ‘Χώρα Προέλευσης’ χρησιμοποιείται σαν στρατηγική διαφοροποίησης του προϊόντος στη διεθνή αγορά (Beverland και Lindgreen 2002:161) και φέρνει θετικά αποτελέσματα εφόσον η εικόνα της χώρας είναι πιο ισχυρή από άλλες χώρες που διαθέτουν παρόμοιο προϊόν.

Σύμφωνα πάντα με τον Anholt (2007:11), το καλό όνομα μιας χώρας, δεν βοηθά μόνο τους καταναλωτές στις αγοραστικές τους αποφάσεις, αλλά επηρεάζει και πολύ μεγαλύτερες αποφάσεις. Επιχειρήσεις αποφασίζουν για το πού θα επενδύσουν, πού θα κτίσουν τα εργοστάσια τους, πού θα στήσουν τις επιχειρήσεις τους, σε ποια περιοχή θα προωθήσουν τα προϊόντα τους και πού θα αναθέσουν τις βιομηχανικές τους ανάγκες. Ακόμα, κυβερνήσεις αποφασίζουν για το πού θα διαθέσουν τον προϋπολογισμό εξωτερικής βοήθειας τους, οι διεθνείς αθλητικοί φορείς ή ψυχαγωγίας, σε ποια χώρα θα φιλοξενήσει την επόμενη διοργάνωση τους, θεατρικοί οργανισμοί αποφασίζουν σε ποια χώρα θα περιοδεύσουν, εταιρείες παραγωγής ταινιών πού θα κάνουν τα γυρίσματα και άλλες πολλές αποφάσεις. Γι’ αυτό και η φήμη μιας χώρας, έχει άμεσες και μετρήσιμες επιπτώσεις σε όλες σχεδόν τις σχέσεις της με τις άλλες χώρες, και παίζει ένα σημαντικό ρόλο στην οικονομική, κοινωνική, πολιτική και πολιτιστική της πρόοδο (Anholt 2007:9).

Έχει καταβληθεί μεγάλη προσπάθεια για να εξακριβωθεί κατά πόσο η ‘Χώρα Προέλευσης’ ενός προϊόντος διαδραματίζει κάποιο ρόλο κατά την αξιολόγηση του από τον

καταναλωτή. Έχει πλέον αποδειχθεί ότι η ‘Χώρα Προέλευσης’ επιδρά με διάφορους τρόπους στην αξιολόγηση αυτή, είτε βοηθώντας τον καταναλωτή στην εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικών με την ποιότητα του προϊόντος, είτε επηρεάζοντας την προσοχή που δίνει στα υπόλοιπα χαρακτηριστικά του προϊόντος. Επομένως η ‘Χώρα Προέλευσης’ διαμορφώνει τις αγοραστικές και επιχειρηματικές αποφάσεις του κοινού, αλλά και συνολικά τη στάση του καταναλωτή τόσο απέναντι στα εισαγόμενα προϊόντα, όσο και απέναντι στην ίδια τη χώρα απ’ όπου κατασκευάζονται.

Η Επίδραση της Χώρας Προέλευσης οφείλεται στην εικόνα που έχει ο καταναλωτής για τη συγκεκριμένη χώρα, δηλαδή στις πεποιθήσεις του για τη χώρα αυτή και όχι κατ’ ανάγκη στην πραγματικότητα. Όταν η προσλαμβανόμενη εικόνα της ‘Χώρας Προέλευσης’ είναι θετική, θεωρείται πλεονέκτημα για το προϊόν, ενώ αντίθετα όταν η εικόνα της ‘Χώρας Προέλευσης’ είναι αρνητική, τότε θεωρείται μειονέκτημα γι’ αυτό. Η σχέση όμως είναι αμφίδρομη, αφού όσο πιο ικανοποιημένος μένει ο καταναλωτής από το προϊόν, τόσο πιο θετική αντίληψη θα έχει και για τη χώρα.

1.3 Διαχείριση Εθνικής Ταυτότητας (Nation Branding)

Τα προϊόντα, οι υπηρεσίες και οι προορισμοί έχουν γίνει παρόμοιοι, και δεν μπορούν πλέον να διαφοροποιηθούν για την ποιότητα, αξιοπιστία, και άλλα βασικά γνωρίσματα (van Ham 2008:129). Μία χώρα, πόλη ή περιοχή πρέπει να συναγωνίζεται με κάθε άλλη, ώστε να διεκδικήσει το μερίδιο προϊόντων, κεφαλαίου και κοινού που της αναλογεί, από τους καταναλωτές, τους τουρίστες, τους επενδυτές, τους φοιτητές, τους επιχειρηματίες, τις διεθνείς αθλητικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, της προσοχής και του σεβασμού των διεθνών ΜΜΕ, των άλλων κυβερνήσεων και των πολιτών άλλων χωρών (Anholt 2007:1, 2010:3).

Ο έντονος αυτός διεθνής ανταγωνισμός, το διαρκώς αυξανόμενο διεθνοποιημένο περιβάλλον, οι τεχνολογικές εξελίξεις και η αυξημένη σύγκλιση των αγορών, αναγκάζει τόσο τα κράτη όσο και τις εταιρείες, σε αναζήτηση τρόπων διαφοροποίησης, μέσω της διαχείρισης της ταυτότητας τους, ώστε να είναι σε θέση να συναγωνιστούν στις εξαγωγές, στην προσέλκυση ανθρώπινου δυναμικού, τουρισμού και ξένων επενδύσεων (Hansen 2010:268). Η διαχείριση εθνική ταυτότητας δεν αφορά μόνο την προσπάθεια βελτίωσης της εικόνας ενός κράτους, αλλά και τη δημιουργία, την ενίσχυση, την προστασία, την αλλαγή της ταυτότητας του, καθώς και τη συνεπαγόμενη προβολή του (Μακρής 2010:53).

Για τη διαφοροποίηση τους οι χώρες θα πρέπει να δώσουν έμφαση στη τέχνη, τον πολιτισμό, το φαγητό, την αρχιτεκτονική, τα τοπία τους και σε άλλα μοναδικά χαρακτηριστικά, ώστε να επιτύχουν μια εκλεπτυσμένη απεικόνιση (Olins 1999:5).

Για τον λόγο αυτό η διαχείριση ταυτότητας (branding) γίνεται όλο και πιο χρήσιμη όχι μόνο για τις εταιρείες αλλά και για τα κράτη (Hansen 2010:268) αφού κανένα μέρος δεν μπορεί να επιβιώσει σήμερα, πόσο μάλλον να ευημερήσει, εκτός και αν γνωρίζει πώς να λειτουργήσει με πρακτικές των επιχειρήσεων (Anholt 2010:3). Η πρόκληση της διαχείρισης είναι να ενδυναμώσει την ικανότητα των κοινοτήτων, ώστε να προσαρμοστούν στη συνεχώς μεταβαλλόμενη αγορά, να αδράξουν ευκαιρίες και να διατηρήσουν τη ζωτικότητα τους (Kotler, Haider και Rein 1993:18).

Ο όρος εμπορική ταυτότητα/μάρκα (brand) χρησιμοποιείται στο μάρκετινγκ από το 1922 (Stern 2006:217) και αναφέρεται σε κάποιο άτομο, προϊόν, υπηρεσία ή οργανισμό, σε συνδυασμό με το όνομα, την ταυτότητα και τη φήμη του. Είναι «ένα σύνολο αντιλήψεων, εντυπώσεων, συναισθημάτων και απόψεων το οποίο ενυπάρχει στο μυαλό του πελάτη» (Ναλμπαντής 2013:19). Η εμπορική ταυτότητα/μάρκα είναι συναισθηματικό στοιχείο με προσωπικότητα που βρίσκεται στην καρδιά και το μυαλό των καταναλωτών του (Kotler και Pfoertsch 2012:18).

Η διαχείριση της εμπορικής ταυτότητας/μάρκας (branding) είναι η διαδικασία σχεδιασμού, προγραμματισμού και επικοινωνίας του ονόματος και της ταυτότητας, ώστε να κτίσει ή να διαχειριστεί τη φήμη της (Anholt 2007:4). Η διαχείριση εμπορικής ταυτότητας/μάρκας συνδέεται με το μάρκετινγκ, τον σχεδιασμό, την εσωτερική και εξωτερική επικοινωνία και το ανθρώπινο δυναμικό. Γίνεται το κανάλι μέσω του οποίου ο ίδιος ο οργανισμός παρουσιάζεται σε διάφορους εξωτερικούς κόσμους και επηρεάζει κάθε μέρος του οργανισμού και κάθε κοινό που έρχεται σε επαφή μαζί του (Olins 2010:25). Όπως αναφέρει ο Bedbury (2002:14) η διαχείριση εμπορικής ταυτότητας/μάρκας είναι το να πάρει κανείς κάτι κοινό και να το βελτιώσει σε τέτοιο βαθμό ώστε να γίνει πιο πολύτιμο και ουσιαστικό. Ενώ ο Yan (2003:452) υποστηρίζει ότι η επιτυχημένη στρατηγική branding βασίζεται στην κατανόηση των επιθυμιών του πελάτη, δημιουργώντας ένα μακροπρόθεσμο οργανωτικό όραμα, ώστε να παραχθεί μια εικόνα βασισμένη στην πραγματικότητα.

Ο van Ham (2008:129) υποστηρίζει ότι η διαχείριση της εμπορικής ταυτότητας, κρίνεται αναγκαία και ευεργετική τόσο για τους εμπορικούς όσο και για τους πολιτικούς φορείς. Η διαχείριση της εμπορικής ταυτότητας προσδίδει συναίσθημα και εμπιστοσύνη στα προϊόντα, διευκολύνοντας την επιλογή, ενώ δημιουργείται μια συναισθηματική σχέση μεταξύ εμπορικής ταυτότητας και καταναλωτή, που διασφαλίζει την αφοσίωση του στην εμπορική ταυτότητα.

Αρκετοί αναγνωρίζουν ότι μια χώρα μπορεί να θεωρηθεί brand, και ότι οι χώρες μπορούν να αλλάξουν και να ενισχύσουν την εικόνα τους μέσω του branding (Anholt 1998, O'Shaughnessy και O'Shaughnessy 2000, Papadopoulos and Heslop 2002, Dinnie 2014). Η διαχείριση εθνικής ταυτότητας όμως (nation branding) είναι κάτι πολύ διαφορετικό από την εθνική ταυτότητα (nation brand). Η εθνική ταυτότητα υπάρχει με ή χωρίς κάποια συνειδητή προσπάθεια διαχείρισης, αφού κάθε κράτος προβάλλει κάποια εικόνα στο διεθνή κοινό, που μπορεί να είναι δυνατή ή αδύνατη, ξεκάθαρη ή ακαθόριστη (Fan 2006:12).

Πρώτοι οι Kotler, Haider και Rein το 1993, στο βιβλίο τους 'Marketing Places', αναφέρουν ότι οι γεωγραφικές περιοχές (πόλεις, πολιτείες και κράτη) πρέπει να λειτουργούν ως μια επιχείρηση ώστε να ανταποκριθούν επαρκώς στις απειλές του διεθνή ανταγωνισμού και της τεχνολογικής αλλαγής. Συγκεκριμένα, αναφέρουν πως κάθε περιοχή, και κατ' επέκταση κάθε χώρα, αποτελεί προϊόν, του οποίου η ταυτότητα και η αξία πρέπει να σχεδιαστεί και να διαχειριστεί, ενώ όσες περιοχές αποτύχουν σε αυτό αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο της οικονομικής στασιμότητας και παρακμής (Kotler, Haider και Rein 1993:10).

Ο Anholt (2010:2) αναγνωρίζοντας τη σπουδαιότητα της πρωτοποριακής πιο πάνω τοποθέτησης των Kotler, Haider και Rein, εντούτοις διαφωνεί αφού το στρατηγικό μάρκετινγκ γεωγραφικών περιοχών δεν παύει να είναι ένα εργαλείο που βοηθά στην αποτελεσματική πώληση προϊόντων, υπηρεσιών και αξιοθέατων μιας περιοχής και όχι να κατευθύνει τη συνολική εικόνα και φήμη ενός προορισμού προς τη σωστή κατεύθυνση. Γίνεται ένας σαφής διαχωρισμός, αφού το μάρκετινγκ σχεδιάζεται και υλοποιείται σε τακτικό ή επιχειρησιακό επίπεδο, ενώ το branding σε στρατηγικό ή επιχειρηματικό που παραμένει αναλλοίωτο για χρόνια (Ναλμπαντής 2013:63).

Ο Anholt σε μια προσπάθεια να ενισχύσει τη σπουδαιότητα της διαχείρισης εθνικής ταυτότητας και να αναδείξει πόσο σημαντικό είναι για τα κράτη να υιοθετήσουν πολιτικές με στόχο τη βελτίωση της εικόνας τους, αλλά να τη διαχωρίσει εντελώς από το μάρκετινγκ και το branding, απορρίπτει τον όρο Nation Branding και εισάγει τον όρο Ανταγωνιστική Ταυτότητα (Competitive Identity). Είναι ο όρος που χρησιμοποιεί για να περιγράψει τη σύνθεση της διαχείρισης εμπορικής ταυτότητας (brand management), με την δημόσια διπλωματία (public diplomacy) και τη προώθηση εμπορίου, επενδύσεων, τουρισμού και εξαγωγών. Αποτελεί ένα νέο μοντέλο για την ενίσχυση της εθνικής ανταγωνιστικότητας σε ένα διεθνοποιημένο περιβάλλον (Anholt 2007:3). Παρόλα αυτά, ο όρος Nation Branding έχει καθιερωθεί και συνεχίζει να χρησιμοποιείται από όσους ασχολούνται με τη διαχείριση εθνικής ταυτότητας, σε θεωρητικό αλλά και πρακτικό επίπεδο.

Οι παραλληλισμοί μεταξύ γεωγραφικών περιοχών και προϊόντων, γίνονταν ανέκαθεν. Οι περιοχές προωθούν τα αξιοθέατα και τις εικόνες τους καθ' όλη τη διάρκεια της ιστορίας αφού πάντα είχαν την ανάγκη να προσελκύσουν αποίκους, πελάτες, επισκέπτες, εμπόρους, επενδυτές και άτομα με επιρροή (Anholt 2010:1). Παρόλο όμως που τα κράτη, οι περιοχές και οι πόλεις διαθέτουν εικόνα εμπορικής ταυτότητας, η διαχείριση της δεν μπορεί να γίνει με τον ίδιο τρόπο που γίνεται για τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και επιχειρήσεις (Anholt 2007:5).

Ακόμα και αν δεχτούμε ότι η έννοια του brand, έχει εφαρμογή σε ένα κράτος, εντούτοις το κράτος δεν είναι προϊόν και η εθνική εικόνα είναι συνδεδεμένη με την κοινωνική έννοια του κράτους. Η έννοια του κράτους συνεπάγεται με ανθρώπους που κατοικούν μια συγκεκριμένη περιοχή, μοιράζονται βασικά στοιχεία μιας κοινής κουλτούρας, (αξίες, πεποιθήσεις, κανόνες, θεσμούς) και κατέχουν αίσθηση κοινών συμφερόντων (O'Shaughnessy J και O'Shaughnessy 2000:56). Ένα κράτος δεν είναι προϊόν με τη συμβατική έννοια του όρου, αφού δεν προσφέρει κανένα από προϊόν ή υπηρεσία, δεν καθορίζονται με σαφήνεια τα χαρακτηριστικά του, τα ωφέληματα είναι καθαρά συναισθηματικά, διαθέτει πολλαπλές και πολύπλοκες εικόνες, δεν έχει ιδιοκτησιακό καθεστώς, ούτε συγκεκριμένο κοινό-στόχος (Fan 2006:6).

Ο όρος branding συνήθως αναφέρεται σε μια ευρεία σειρά προσπαθειών από τις αρχές ενός κράτος, μιας περιοχής ή μιας πόλης και από επιχειρηματικές ομάδες, με σκοπό το μάρκετινγκ των περιοχών και τομέων που αντιπροσωπεύουν (Papadopoulos 2004:36).

Μπορεί ακόμα να θεωρηθεί ως η προσπάθεια να χρησιμοποιηθούν οι στρατηγικές που αναπτύχθηκαν στον εμπορικό τομέα, για τη διαχείριση με ήπια ισχύ μιας γεωγραφικής περιοχής (van Ham 2008:127). Άλλοι αναφέρουν ότι είναι το πολιτικό μάρκετινγκ των κρατών (Μακρής 2010:55), η εφαρμογή δηλαδή των τεχνικών διαχείρισης μιας εμπορικής ταυτότητας/μάρκας (branding) σε συνδυασμό με την επικοινωνία μάρκετινγκ, με σκοπό την προώθηση της εικόνας ενός κράτους (Fan 2006:6).

Κεντρικός άξονας της διαχείρισης εθνικής ταυτότητας είναι ο εντοπισμός και η ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων μιας χώρας και η κατάλληλη διαχείριση τους. Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται μια επωφελέστερη εικόνα, με άυλα και υλικά κέρδη για τη χώρα. Η διαχείριση εθνικής ταυτότητας, μπορεί να οδηγήσει στον εντοπισμό νέων συγκριτικών πλεονεκτημάτων, αλλά και σε διαφορετική, επωφελέστερη διαχείριση των ήδη γνωστών (Μακρής 2010:54).

Για το μάρκετινγκ, η διαχείριση εθνικής ταυτότητας έχει ως στόχο να βοηθήσει το κράτος να 'πωλήσει' καλύτερα τα προϊόντα που προέρχονται από αυτό και να προωθήσει τις διάφορες τοποθεσίες του. Πέρα από αυτό, η διαχείριση εθνικής ταυτότητας βοηθά τα κράτη στην ανάπτυξη μιας αμοιβαίας κατανόησης και να βελτιώσουν τις διεθνείς τους σχέσεις (Fan 2006:12).

Η διαχείριση της εμπορικής ταυτότητας γίνεται για τη δύναμη και την ταυτότητα (van Ham 2008:131). Ο Μακρής (2010:55) υποστηρίζει ότι αφορά τη διαχείριση επτά βασικών τομέων πολιτικής, την εσωτερική πολιτική, την εξωτερική πολιτική, τις εξαγωγές των εγχώριων προϊόντων, τις εσωτερικές υποδομές, την παιδεία και τον πολιτισμό, τον αθλητισμό και τον τουρισμό.

Τα οφέλη από τη διαχείριση εθνικής ταυτότητας διακρίνονται σε εξωτερικό και εσωτερικό επίπεδο. Στο εξωτερικό, στοχεύουν στην προσέλκυση περισσότερων τουριστών (Fan 2006:6, van Ham 2008:131), οι επιχειρήσεις της χώρας ενδέχεται να χρεώνουν περισσότερο για τα προϊόντα και υπηρεσίες τους (van Ham 2008:131), παράγεται οικονομικό και πολιτικό πλεονέκτημα (Papadopoulos 2004:37, van Ham 2008:131) και ενισχύονται οι εξαγωγές των προϊόντων που παράγονται σε αυτή (Papadopoulos 2004:37, Fan 2006:6).

Σε εσωτερικό επίπεδο, δίνεται στους κάτοικους η αίσθηση του ανήκειν και έχουν σαφή αυτοαντίληψη (van Ham 2008:131), προστατεύονται οι τοπικές επιχειρήσεις από τον ‘ξένο’ ανταγωνισμό, προσελκύνονται ή διατηρούνται οι παράγοντες ανάπτυξης και η περιοχή τοποθετείται σε πιο πλεονεκτική θέση σε θέματα οικονομικά, πολιτικά και κοινωνικά (Papadopoulos 2004:37).

Επομένως η διαχείριση εμπορικής ταυτότητας δεν γίνεται μόνο για προώθηση προϊόντων, υπηρεσιών και ιδεών, ώστε να κερδίσει το κράτος την προσοχή και ένα μερίδιο από την αγορά, αλλά και για να κερδίσει όλα όσο σχετίζονται με τη διαχείριση της ταυτότητας, την αφοσίωση και τη φήμη (van Ham 2008:132).

Οι κρατικές αρχές που ασχολούνται με τη διαχείριση εθνικής ταυτότητας, αρκετές φορές ολοκληρώνουν τη προσπάθεια είτε σε μια διαφημιστική εκστρατεία, είτε με τη δημιουργία εντυπωσιακών οπτικών συμβόλων, που θα λειτουργήσουν ως έλξη επισκεπτών. Ελάχιστες είναι οι αποδείξεις όμως ότι γίνεται ακριβής εκτίμηση της επίδρασης των εκστρατειών αυτών (Dinnie 2014:45), γι’ αυτό και οι περισσότερες καμπάνιες διαχείρισης χάνονται πολύ σύντομα (van Ham 2008:133). Το branding δεν μπορεί να περιοριστεί μόνο στη διαφήμιση και το μάρκετινγκ, αλλά συμπεριλαμβάνει όλους τους τρόπους επικοινωνίας και επιτυχούς μετάδοσης της ουσίας του brand προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (Ναλμπαντής 2013:67).

Ο Anholt (2004:9, 2010:11) υποστηρίζει ότι πολύ λίγα πετυχαίνει μια χώρα μέσω της διαφήμισης, και ότι η πραγματική αξία της στρατηγικής στη διαχείριση της εθνικής ταυτότητας, είναι ότι παρέχει στις κυβερνήσεις ισχυρά κριτήρια για να επιλέξουν τις πράξεις και συμπεριφορές που ταιριάζουν καλύτερα στους σκοπούς και οράματα της χώρας. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί όταν γίνουν αντιληπτές οι ανάγκες, οι πεποιθήσεις, οι προτιμήσεις και οι πόροι του κοινού-στόχος (επισκέπτες, κάτοικοι και εργαζόμενοι, επιχειρήσεις και βιομηχανίες, εξαγωγές) πριν από την ανάπτυξη του στρατηγικού επιχειρησιακού πλάνου (Kotler, Haider και Rein 1993:45) και να γίνουν οι απαραίτητες εσωτερικές αλλαγές. Διότι δεν υπάρχει θέση για τη διαχείριση εθνικής ταυτότητας, πριν επιτευχθεί πολιτική μεταρρύθμιση (Fan 2006:11).

Οι εκτιμήσεις του κοινού σχετικά με μια χώρα βασίζονται στην προσωπική εμπειρία που είχαν όταν επισκέφτηκαν τη χώρα, στις γνώσεις που έχουν για αυτή, από τη χρήση των προϊόντων που παράγονται σε αυτή, στα στερεότυπα που επικρατούν, αλλά και από την

απεικόνιση της χώρας μέσω των ΜΜΕ (Fan 2006:11). Ένα κράτος δεν αποτελείται μόνο από εικόνες λαϊκής κουλτούρας και ιστορίας, αλλά και η σύγχρονη απεικόνιση του γίνεται μέσα από τα ΜΜΕ, προσφέροντας ένα συμπυκνωμένο στιγμιότυπο (O'Shaughnessy J και O'Shaughnessy 2000:58).

Και ενώ η εξέλιξη της εικόνας ενός κράτους χρειάζεται δεκαετίες για να κτιστεί, εντούτοις η ζημιά ενδέχεται να γίνει μέσα σε μία νύκτα και από ένα μεμονωμένο γεγονός (Fan 2006:10). Για τον λόγο αυτό οι χώρες που δεν διαχειρίζονται την εμπορική τους ταυτότητα, δυσκολεύονται να προσελκύσουν προσοχή σε οικονομικό και πολιτικό επίπεδο (van Ham 2008:130). Παρόλα αυτά η διαχείριση εθνικής ταυτότητας δεν θα λύσει τα προβλήματα κάποιου κράτους αλλά θα εξυπηρετήσει ως τελική πινελιά, αφού η στρατηγική της διαχείρισης εθνικής ταυτότητας βασίζεται πάνω σε πολιτικές μεταρρυθμίσεις, και αυτό παίρνει χρόνο (Fan 2006:12-13). Η διαχείριση εθνικής ταυτότητας πιο αποτελεσματικά μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο για την ευρεία στρατηγική της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας, που μεταξύ άλλων περιλαμβάνει τη δημόσια και ιδιωτική ανάπτυξη κατάλληλης υποδομής (Allen 2007:64).

Κεφάλαιο 2: Ιστορικό πλαίσιο

Εισαγωγή

Το τραπεζικό σύστημα της Κύπρου, που χρονολογείται από το 1899², αποτελείται από τρεις κατηγορίες χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, τις εγχώριες εμπορικές τράπεζες, τα συνεργατικά πιστωτικά ιδρύματα και τις διεθνείς τράπεζες (Roussakis και Bisha 2006:22). Η οικονομία της Κύπρου, μέχρι τη δεκαετία του '80 είχε μετατοπιστεί από μια αγροτική οικονομία, σε μια οικονομία βασιζόμενη σε υπηρεσίες, όπως ο τουρισμός, οι χρηματοοικονομικές και οι επιχειρηματικές υπηρεσίες (Athanassiou 2006:61). Η Κύπρος συγκριτικά με την οικονομία της, διέθετε ένα μεγάλο, καλά αναπτυγμένο και σταθερό τραπεζικό σύστημα, ενώ εξαιτίας του η χώρα παρουσιαζόταν ως ιδανικός προορισμός για ξένες επενδύσεις (Stephanou 2011:7).

Παρά τις ανησυχίες διάφορων ερευνητών ότι οι δύο μεγάλες τράπεζες της χώρας πληρούσαν τα κριτήρια ώστε να θεωρούνται συστημικά σημαντικές (Clerides και Stephanou 2009), αλλά και τις προειδοποιήσεις των οίκων πιστοληπτικής αξιολόγησης με τις συνεχείς υποβαθμίσεις της πιστοληπτικής ικανότητας στις Κυπριακής Δημοκρατίας, η κυβέρνηση με κάθε ευκαιρία δήλωνε τις αντιθέσεις της. Μέσω του Υπουργείου Οικονομικών, απαντούσε πως το τραπεζικό σύστημα ήταν εύρωστο και έτοιμο να αντιμετωπίσει κάθε πρόκληση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης.

Η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση όμως και η μετέπειτα ελληνική κρίση δημόσιου χρέους, αποκάλυψαν την ευπάθεια της κυπριακής οικονομίας (Pashardes και Pashourtidou 2013:19), που οδήγησε στον αποκλεισμό της Κύπρου από τις διεθνείς αγορές χρηματοδότησης τον Μάιο του 2011. Το αποτέλεσμα ήταν στις αρχές του 2013, η κυπριακή οικονομία να κατατάσσεται σε επίπεδο 'σκουπιδιών', εξαιτίας του μεγάλου μεγέθους του χρηματοπιστωτικού τομέα της χώρας σε σχέση με το ΑΕΠ της χώρας, καθώς και για την σημαντική έκθεση του στην ελληνική αγορά.

Στις 16 Μαρτίου 2013 επιτεύχθηκε συμφωνία από τα κράτη μέλη της Ευρωζώνης για την παραχώρηση οικονομικής βοήθειας στην Κυπριακή Δημοκρατία, που θα ανερχόταν σε οικονομική ενίσχυση ύψους 10 δις ευρώ, για την κάλυψη των δημοσιονομικών αναγκών,

² http://www.bankofcyprus.com/el-GR/--/About_gr/-1/

την αναδιάρθρωση του τραπεζικού συστήματος και τη στήριξη της οικονομίας στο σύνολο. Προϋπόθεση όμως ήταν ‘ένα τέλος επί των καταθέσεων’ που αφορούσε την έκτακτη επιβολή σε όλες τις καταθέσεις πέραν των €100.000 στη Λαϊκή Τράπεζα και κούρεμα ύψους 47,5% για τις ανασφάλιστες καταθέσεις πέραν των €100.000 στην Τράπεζα Κύπρου, ώστε να εξασφαλιστεί η ρευστότητα των τραπεζών και να διασωθεί το τραπεζικό σύστημα μέσα από την ανακεφαλαιοποίησή τους.

Σ’ αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται κατ’ αρχήν το τραπεζικό σύστημα που λειτουργεί στην Κύπρο, το οποίο αποτελείται από τις εμπορικές τράπεζες, τα συνεργατικά πιστωτικά ιδρύματα και τις διεθνείς τράπεζες. Στην συνέχεια γίνεται μια σύντομη αναδρομή στην ιστορία του τραπεζικού τομέα της Κύπρου, που ξεκινά από το 1899 όταν ιδρύθηκε η πρώτη τράπεζα, μέχρι και το 2011 πριν ακόμα αρχίσουν να διαφαίνονται τα προβλήματα στον οικονομικό κλάδο της χώρας. Μέσα από έρευνες και βιβλιογραφικές αναφορές παρουσιάζεται η επιτυχημένη και συνεχή οικονομική ανάπτυξη που απολάμβανε η Κύπρος, κυρίως από την ανεξαρτησία της μέχρι και τα τέλη της δεκαετίας του ’90.

Η Κύπρος, που παρουσιάζόταν ως ο πρώτος προορισμός προτίμησης για ξένες επενδύσεις, διέθετε ένα καλά αναπτυγμένο και σταθερό τραπεζικό σύστημα, ενώ οι τράπεζες της είχαν επεκταθεί και στο εξωτερικό. Η ίδια η χώρα, είχε τη φήμη ενός αξιόπιστου διεθνούς επιχειρηματικού κέντρου, ενώ σήμερα βιώνει τη μεγαλύτερη κρίση της σύγχρονης ιστορίας της, μετά το 1974.

Ακολουθεί μια αναφορά στην εικόνα του τραπεζικού τομέα, σε σχέση με την παγκόσμια κρίση, όπου αναλυτές (Clerides και Stephanou 2009) ισχυρίζονταν ότι η οικονομική κρίση βρίσκεται προ των πυλών, ενώ άλλοι (Besim και Mullen 2009) θεωρούσαν ήπιες τις επιπτώσεις της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης πάνω στην Κυπριακή Δημοκρατία.

Στο τελευταίο μέρος του κεφαλαίου δίνεται μια εκτενής αναφορά στα γεγονότα που οδήγησαν την Κύπρο σε μια πρωτοφανή οικονομική κρίση, μέχρι και το ‘κούρεμα’ καταθέσεων στις 25 Μαρτίου 2013. Παρουσιάζονται οι συνεχείς υποβαθμίσεις της κυπριακής οικονομίας από τους διεθνείς οίκους αξιολόγησης, εξαιτίας της έκθεσης του κυπριακού τραπεζικού τομέα στην ελληνική οικονομία, αλλά και της καθυστέρησης της κυβέρνησης στη λήψη των απαραίτητων δημοσιονομικών μέτρων.

Σκοπός λοιπόν είναι να εξεταστούν τα χαρακτηριστικά της εικόνας του τραπεζικού συστήματος της Κύπρου, πως εξελίχθηκαν κατά τη διάρκεια της τραπεζικής κρίσης και κατά πόσο υπήρξε μεταφορά των χαρακτηριστικών αυτών πάνω στη συνολική εικόνα της Κύπρου, όπως αυτή προβαλλόταν από τα διεθνή πρακτορεία.

2.1.1 Το τραπεζικό σύστημα

Το τραπεζικό σύστημα της Κύπρου, λειτουργεί υπό την εποπτεία της Κεντρικής Τράπεζας Κύπρου, και αποτελείται από τρεις κατηγορίες χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, τις εγχώριες εμπορικές τράπεζες, τα συνεργατικά πιστωτικά ιδρύματα και τις διεθνείς τράπεζες (Roussakis και Bisha 2006:22). Το κυπριακό εγχώριο τραπεζικό σύστημα μπορεί να χωριστεί σε δύο ομάδες πιστωτικών ιδρυμάτων (εμπορικές τράπεζες και ειδικευμένα πιστωτικά ιδρύματα), ενώ η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου είναι η αρμόδια αρχή για τη νομισματική πολιτική και για τη ρύθμιση και εποπτεία των τραπεζών (Grigoroudis και Siskos 2010:249).

Οι τραπεζικές δραστηριότητες στην Κύπρο είχαν αναπτυχθεί σχεδόν εξολοκλήρου μέσω ιδιωτικών πρωτοβουλιών, με εξαίρεση ορισμένα ειδικευμένα πιστωτικά ιδρύματα, ο τραπεζικός τομέας συνέχιζε να είναι ιδιωτικός. Πιο συγκεκριμένα οι ιδιωτικές τράπεζες αντιπροσώπευαν το 96% των τραπεζικών περιουσιακών στοιχείων, ενώ μόνο το υπόλοιπο 4% άνηκε σε κρατικά ελεγχόμενα ιδρύματα (Grigoroudis και Siskos 2010:249).

Σύμφωνα με το μητρώο τραπεζών (23/03/2014), λειτουργούν στην Κύπρο 6 εγχώριες τράπεζες, 8 θυγατρικές ξένων τραπεζών, 16 υποκαταστήματα ξένων τραπεζών και ένα γραφείο αντιπροσωπείας, οι οποίες βρίσκονται κάτω από την εποπτεία της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου³.

Οι διεθνείς τραπεζικές μονάδες (international banking units) αποτελούν τον υπεράκτιο τραπεζικό τομέα και το 2004 απαριθμούσαν 26 ιδρύματα. Παρόλο που οι τράπεζες αυτές έχουν το δικαίωμα να παραχωρούν δάνεια σε ξένο νόμισμα σε εγχώριες εταιρείες, εντούτοις το επίκεντρο των δραστηριοτήτων τους είναι να αντιμετωπίζουν οικονομικές ανάγκες ξένων αγορών στην Ανατολική Ευρώπη, τη Ρωσία και τη Μέση Ανατολή (Roussakis και Bisha 2006:22).

³ <http://www.centralbank.gov.cy>

Εξαιτίας του κοινωνικού και ιστορικού τους ρόλου, τα Συνεργατικά Πιστωτικά Ιδρύματα και Ταμειυτήρια, παραμένουν ένα σημαντικό κομμάτι του τραπεζικού τομέα της Κύπρου (Athanassiou 2006:58). Στο τέλος του 2004 λειτουργούσαν 361 τέτοια ιδρύματα, μεταξύ των οποίων πιστωτικά ιδρύματα, ταμειυτήρια και άλλα συνεργατικά ιδρύματα. Είναι μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, που λειτουργούν σύμφωνα με τους νόμους και τους κανονισμούς των συνεργατικών εταιρειών (Roussakis και Bisha 2006:22). Αυτή τη στιγμή τα ΣΠΙ έχουν συγχωνευτεί⁴ και έχουν δημιουργηθεί 18 οντότητες⁵, ώστε να διασφαλιστεί «η ενίσχυση της εσωτερικής διαχείρισης και η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών τους» (Athanassiou 2006:59).

Την 1^η Αυγούστου 2013, σε ανακοίνωση της η Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα ανέφερε ότι η ανακεφαλαιοποίηση του Συνεργατισμού ανερχόταν στα 1,5 δις ευρώ, ενώ με την ανακεφαλαιοποίηση το κράτος καθίσταται ο κύριος μέτοχος του, μέχρι την επαναγορά των μετοχών. Συμφωνήθηκε επίσης η Στρατηγική Αναδιάρθρωσης του Συνεργατικού Πιστωτικού Τομέα, η οποία προϋποθέτει τη συγχώνευση των 93 συνεργατικών σε 18 οντότητες, των οποίων την εποπτεία αναλαμβάνει η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου⁶.

Με την έγκριση νομοσχεδίων, στις 6 Σεπτεμβρίου 2013 από τη Βουλή των Αντιπροσώπων, τροποποιήθηκε η υφιστάμενη νομοθεσία περί Συνεργατικών Εταιρειών με στόχο τη μεταφορά των αρμοδιοτήτων αδειοδότησης, ρύθμισης, εποπτείας και λήψης εποπτικών μέτρων στα Συνεργατικά Πιστωτικά Ιδρύματα από την υπηρεσία εποπτείας συνεργατικών εταιρειών στην Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου⁷. Τα αποτελέσματα ήταν να κρατικοποιηθεί ο Συνεργατισμός, αφού εισήχθησαν ρυθμίσεις για σκοπούς ανακεφαλαιοποίησης του μέσω της απόκτησης μετοχικού κεφαλαίου ύψους 99% από την Κυπριακή Δημοκρατία, και η άμεση συρρίκνωση του σε 18 εταιρείες⁸ που ολοκληρώθηκε στις 23 Μαρτίου 2014⁹.

⁴ <http://www.antliwo.com/oikonomia/2014/03/24/oloklhrwuhkan-me-epityxia-oi-sygxwneysei>

⁵ <http://www.sigmalive.com/inbusiness/news/business/59517>

⁶ <http://www.speetrovolou.com.cy/userfiles/93df4f45-33a6-4e45-9c09-c01795656b98/%CE%94%CE%B5%CE%BB%CF%84%CE%AF%CE%BF%20%CE%A4%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%85%20%CE%A3%CE%9A%CE%A4%2001%2008%2013.pdf>

⁷ <http://www.sigmalive.com/news/local/63664>

⁸ <http://www.philenews.com/el-gr/oikonomia-kypros/146/161034/ti-allazei-sto-thesimo-tou-synergatismou>

⁹ <http://www.antliwo.com/oikonomia/2014/03/24/oloklhrwuhkan-me-epityxia-oi-sygxwneysei>

2.1.2 Ο τραπεζικός τομέας της Κύπρου πριν από την κρίση

Ο τραπεζικός τομέας στην Κύπρο χρονολογείται από το 1899, με την ίδρυση και λειτουργία του ‘Ταμειυτηρίου η Λευκωσία’ που το 1912 μετονομάστηκε σε ‘Τράπεζα Κύπρου’¹⁰. Το 1901 ιδρύθηκε το ‘Λαϊκό Ταμειυτήριο Λεμεσού’ το οποίο μετατράπηκε σε τράπεζα και εγγράφηκε σε δημόσια εταιρεία με την ονομασία ‘Λαϊκή Τράπεζα Λεμεσού Λτδ’ το 1924, ενώ το 1967 μετονομάστηκε σε ‘Λαϊκή Κυπριακή Τράπεζα’¹¹. Το 1909 ιδρύθηκε η ‘Χωρική Τράπεζα Λευκονοίκου’ η πρώτη Συνεργατική Πιστωτική Εταιρεία, και μέχρι το 1935 λειτουργούσαν 273 Συνεργατικές Πιστωτικές Εταιρείες σε διάφορες κοινότητες της Κύπρου. Το 1937 ιδρύθηκε η Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα, που δεχόταν καταθέσεις τα πλεονάσματα των εύπορων ΣΠΕ και παραχωρούσε δάνεια με ευνοϊκούς όρους στις πιο αδύναμες¹².

Η Κύπρος κατάφερε να πετύχει μια συνεχή οικονομική ανάπτυξη, σε όλη τη περίοδο κυρίως από την ανεξαρτησία της μέχρι και τα τέλη της δεκαετίας του ’90. Με την πάροδο του χρόνου οι βασικές κινητήριες δυνάμεις ανάπτυξης είχαν αλλάξει και η Κύπρος από μια αγροτική οικονομία μετατοπίστηκε σε μια οικονομία βασιζόμενη σε υπηρεσίες (Athanassiou 2006:61). Ήδη από τη δεκαετία του ’80, οι υπηρεσίες όπως ο τουρισμός, οι χρηματοοικονομικές και επιχειρηματικές υπηρεσίες, έγιναν οι κύριες πηγές στις οποίες οφειλόταν η ανάπτυξη της.

Το 1996 δημοσιεύεται η έρευνα του Stiblar, που αναλύει τις οικονομικές διαφορές που υπήρχαν ανάμεσα σε 14 ευρωπαϊκές χώρες και περιγράφει την κατάσταση που επικρατούσε στον τραπεζικό τομέα της περιοχής. Η μελέτη περιλάμβανε τις πιο κάτω χώρες: Αλβανία, Βουλγαρία, Κροατία, Κύπρος, Τσεχία, Ελλάδα, Ουγγαρία, Σκόπια, Πολωνία, Ρουμανία, Σερβία, Σλοβακία, Σλοβενία και Τουρκία. Αναφέρει συγκεκριμένα ότι ο τραπεζικός τομέας στην Κύπρο άκμαζε, κατατάσσοντας τη χώρα στη δεύτερη θέση της συνολικής κατάταξης με βάση οικονομικούς παράγοντες. Η Κύπρος βρισκόταν στην πρώτη θέση σχετικά με την πυκνότητα τραπεζών σε αναλογία πληθυσμού, με 43 τράπεζες και υψηλά επιτόκια καταθέσεων. Διέθεται το μικρότερο ποσοστό κατοίκων ανά τράπεζα και το μεγαλύτερο ποσοστό ξένων κεφαλαίων στο τραπεζικό κεφάλαιο κατά την περίοδο

¹⁰ http://www.bankofcyprus.com/el-GR/--/About_gr/-1/

¹¹ <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=504448>

¹² http://www.cssda.gov.cy/cssda/cssda02.nsf/page11_gr/page11_gr?OpenDocument

1993-94, που οφειλόταν μερικώς στη νομοθεσία που ίσχυε για τις υπεράκτιες τράπεζες (Stiblar 1996:84).

Η Κύπρος, παρουσιάζεται ως ο πρώτος προορισμός προτίμησης για ξένες επενδύσεις (Stiblar 1996:81) εξαιτίας της χαλαρής ρύθμισης αναφορικά με τις υπεράκτιες τράπεζες, γι' αυτό και έγινε το κέντρο τραπεζικών εργασιών για αρκετές πρώην κομμουνιστικές χώρες (Ρωσία), αλλά και για χώρες που περιλαμβάνονταν στην συγκεκριμένη μελέτη (Σερβία) (Stiblar 1996:86).

Με βάση τα αποτελέσματα που αναλύονται από τον Stiblar (1996:82), η οικονομική απόδοση της Κύπρου ήταν η καλύτερη ανάμεσα στις υπόλοιπες χώρες κατά το 1993, ενώ βρισκόταν ανάμεσα στις τέσσερις χώρες με πλεόνασμα ισοζυγίου πληρωμών. Καταλήγει ο Stiblar (1996:81) ότι οι μεγαλύτερες χώρες της περιοχής (Τουρκία, Πολωνία, Ρουμανία) σίγουρα δεν ήταν και οι πιο ανεπτυγμένες, αλλά ως πιο ανεπτυγμένες χώρες της περιοχής παρουσιάζονται η Κύπρος, η Ελλάδα και η Σλοβενία.

Το 2002 οι τραπεζικές εργασίες διαδραματίζουν τον κυρίαρχο ρόλο στο χρηματοπιστωτικό τομέα της Κύπρου, με τον τραπεζικό τομέα να υπερισχύει (Georgiadou 2002:51). Ακόμα και το 2006 αναφορές δείχνουν ότι οι τράπεζες συνεχίζουν να αντιπροσωπεύουν τα θεμέλια του εγχώριου χρηματοπιστωτικού συστήματος, και κυρίως μετά από το σκάσιμο της φούσκας του χρηματιστηρίου (Athanassiou 2006:62). Το 2010 η Κύπρος συγκριτικά με την οικονομία της, διέθετε ένα μεγάλο τραπεζικό σύστημα (με συνολικό ενεργητικό 896% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος το 2010) σε σχέση με τον μέσο όρο της Ε.Ε. και της Ευρωζώνης (357% και 334% αντίστοιχα το 2009) (Stephanou 2011:123).

Το τραπεζικό σύστημα της Κύπρου χαρακτηριζόταν ως καλά αναπτυγμένο και σταθερό, ενώ οι τράπεζες διέθεταν επαρκή κεφάλαια με ένα καλό ιστορικό κερδοφορίας (Georgiadou 2002:51). Ο τραπεζικός τομέας στην Κύπρο αναπτύχθηκε σχεδόν εξολοκλήρου μέσω ιδιωτικών πρωτοβουλιών και με εξαίρεση μερικά εξειδικευμένα πιστωτικά ιδρύματα, εξακολούθησε να είναι ιδιωτικός, με τις ιδιωτικές τράπεζες να αριθμούν το 96%, ενώ το υπόλοιπο 4% άνηκε στην κυβέρνηση μέσω ελεγχόμενων ιδρυμάτων (Grigoroudis, Politis και Siskos 2002:601).

Σύμφωνα με τους γενικούς προσανατολισμούς των οικονομικών πολιτικών των κρατών μελών της Ε.Ε. και της Κοινότητας, το Συμβούλιο της Επιτροπής των Ευρωπαϊκών

Κοινοτήτων, εξέδωσε σύσταση στις 26 Ιουνίου 2003, για την περίοδο 2003-2005. Για την περίπτωση της Κύπρου η σύσταση αναφέρει ότι οι σχετικά καλές επιδόσεις ανάπτυξης οφείλονται στην οικονομία της αγοράς, η οποία κυριαρχείται από τον ιδιωτικό τομέα, και μεταξύ άλλων στο εξαιρετικά ανεπτυγμένο χρηματοπιστωτικό και νομικό σύστημα, στις «εν γένει συνετές οικονομικές πολιτικές και στην ευέλικτη αγορά εργασίας που προσεγγίζει την πλήρη απασχόληση και με υψηλά ποσοστά συμμετοχής» (Commission of European Communities 2004:19).

Κατά τη διάρκεια των ενταξιακών διαπραγματεύσεων με την Ε.Ε. (31 Μαρτίου 1998 - 13 Δεκεμβρίου 2002), αποδείχθηκε ότι η Κυπριακή Δημοκρατία, διέθετε από τις πιο ισχυρές οικονομικές καταστάσεις ανάμεσα στις 10 υποψήφιες χώρες, ενώ το 2007 κρίθηκε κατάλληλη για να υιοθετήσει το ευρώ την 1^η Ιανουαρίου 2008 (Stajano 2009:319).

Με ένα σχετικά μεγάλο αριθμό εγχώριων και ξένων τραπεζών να λειτουργούν μέσω υποκαταστημάτων στην Κύπρο και αρκετών ιδρυμάτων να προσφέρουν εξειδικευμένες τραπεζικές εργασίες, η εμπορική τραπεζική αντιπροσώπευε το πιο σημαντικό στοιχείο του εγχώριου χρηματοπιστωτικού κλάδου (Athanassiou 2006:58). Η σημαντική επέκταση του κυπριακού τραπεζικού τομέα, και των μεγάλων εγχώριων τραπεζών ειδικότερα, αποτέλεσαν μέρος της ευρύτερης ώθησης για την προώθηση του νησιού ως διεθνούς επιχειρηματικού κέντρου (Stephanou 2011:7).

Η Κύπρος είχε μια καλά ανεπτυγμένη οικονομία και ο χρηματοπιστωτικός τομέας είχε επιδείξει συνεχή ανάπτυξη, ενώ παράλληλα με την μεγάλη οικονομική ανάπτυξη, η Κύπρος είχε αναδειχθεί και σε διεθνές επιχειρηματικό κέντρο (Georgiadou 2002:51). Η ανάπτυξη της Κύπρου σε διεθνές επιχειρηματικό και οικονομικό κέντρο έπαιξε σημαντικό ρόλο στην μεταμόρφωση της χώρας, από μια οικονομία που βασιζόταν στη γεωργία, σε μια οικονομία υπηρεσιών (Roussakis και Bisha 2006:22).

Παρόλο που οι τράπεζες ήταν μικρές με βάση τα διεθνή πρότυπα, εντούτοις ανάλογα με το μέγεθος της οικονομίας της Κύπρου, ο τραπεζικός τομέας ήταν καλά ανεπτυγμένος και οι τράπεζες προσέφεραν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών, το οποίο μπορούσε να συγκριθεί με τα ευρωπαϊκά πρότυπα. Το σύνολο του ενεργητικού των εγχώριων τραπεζών είχε επεκταθεί με ετήσιο ρυθμό 16% κατά την περίοδο 1996-2001 και αντιστοιχούσε στα €25,5 δις ή περίπου στο 250% του ΑΕΠ κατά το τέλος του 2001 (Georgiadou 2002:54).

Οι τραπεζικές εργασίες σε ξένο νόμισμα είχαν επεκταθεί ραγδαία, γεγονός που οφειλόταν κυρίως στην ταχεία αύξηση των καταθέσεων σε ξένο νόμισμα από πελάτες και ξένες τράπεζες (Georgiadiou 2002:56). Αφού μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '80, η Κύπρος είχε ήδη επιτυχημένες υπεράκτιες συναλλαγές, επενδυτικές, ασφαλιστικές και ναυτιλιακές επιχειρήσεις και προβαλλόταν ως ένα σημαντικό διεθνές επιχειρηματικό κέντρο (Roussakis και Bisha 2006:24). Στο τέλος του 2001 οι καταθέσεις σε ξένο νόμισμα έφταναν γύρω στα €7,1 δις, αντιπροσωπεύοντας το 36% των συνολικών καταθέσεων (Georgiadiou 2002:56).

Οι τράπεζες στην Κύπρο είχαν επεκταθεί σε σημαντικό βαθμό και διαφοροποιηθεί πέρα από τα όρια των παραδοσιακών τραπεζικών εργασιών (Grigoroudis, Politis και Siskos 2002:601, Athanassiou 2006:62). Οι περισσότερες τράπεζες δημιούργησαν θυγατρικές εταιρείες, μέσω των οποίων παρείχαν ένα ευρύ φάσμα εξειδικευμένων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, που περιλάμβανε χρηματιστηριακές υπηρεσίες, συμβουλευτικές υπηρεσίες επενδύσεων, διαχείριση χαρτοφυλακίου και περιουσιακών στοιχείων, χρηματοδότηση επιχειρηματικών κεφαλαίων και ενοικιαγορές (Grigoroudis, Politis και Siskos 2002:601), αλλά και μεσιτεία ασφαλίσσεων, διαχείριση αμοιβαίων και συνταξιοδοτικών σχεδίων (Athanassiou 2006:62).

Παρόλα αυτά, οι τράπεζες αναγνωρίζοντας το ότι η εγχώρια αγορά προσέφερε περιορισμένη δυνατότητα για περαιτέρω επέκταση, είχαν στρέψει το ενδιαφέρον τους και στη γεωγραφική διαφοροποίηση, μέσω της επέκτασης των εργασιών τους στο εξωτερικό. Τρεις από τις τοπικές τράπεζες ίδρυσαν υποκαταστήματα ή θυγατρικές σε χώρες της Ε.Ε. και δύο από αυτές στην Αυστραλία, κάτι που αναμενόταν ότι θα είχε θετικό αντίκτυπο, σε ανάπτυξη και κερδοφορία (Georgiadiou 2002:63).

Ο Athanassiou (2006:61) αναφέρει επίσης ότι στο βαθμό που η ομαλή λειτουργία των χρηματοπιστωτικών αγορών και της οικονομικής ευημερίας, επηρεάζεται από τη χρηματοπιστωτική εποπτεία, το σωστά ελεγχόμενο χρηματοπιστωτικό σύστημα ήταν ένα πλεονέκτημα για την κυπριακή οικονομία. Και επειδή η κυπριακή οικονομία βασιζόταν στην παροχή υπηρεσιών, μια προϋπόθεση για την άσκηση της φιλοδοξίας της Κύπρου να εξάγει οικονομικές υπηρεσίες, ήταν η μέχρι πρόσφατα φήμη της ως ένα αξιόπιστο υπεράκτιο επιχειρηματικό κέντρο (Athanassiou 2006:61).

Η κυπριακή οικονομία ήταν ανοικτή και ελάχιστα διαφοροποιημένη, η οποία παραδοσιακά βασιζόταν στον τουρισμό και στις διεθνείς επιχειρηματικές υπηρεσίες. Οι διεθνείς επιχειρηματικές υπηρεσίες οφείλονταν σε διάφορους παράγοντες (οικονομική και θεσμική σταθερότητα, ευνοϊκό φορολογικό περιβάλλον, σχετικά χαμηλά επίπεδα διαφθοράς και γραφειοκρατίας, υψηλή εκπαίδευση και χαμηλό κόστος εργατικού δυναμικού, ένα καλά εδραιωμένο νομικό σύστημα βασισμένο στα βρετανικά πρότυπα, καλή γεωγραφική θέση και υποδομή επικοινωνιών και ένα σχετικά υγιή πλαίσιο προληπτικής εποπτείας για της τράπεζες) που δικαιολογούσαν επίσης και το μέγεθος του τραπεζικού τομέα (Stephanou 2011:7).

Ο μεγάλος τραπεζικός τομέας είχε εξυπηρετήσει καλά την Κύπρο, ενισχύοντας το οικονομικό μοντέλο της χώρας, που προσανατολιζόταν στην παροχή υπηρεσιών προς το εξωτερικό, και συνέβαλε σημαντικά στην παραγωγή και την απασχόληση (Stephanou 2011:17). Το ερώτημα όμως που παρέμενε ήταν «κατά πόσο η ανάπτυξη του τραπεζικού συστήματος μπορούσε να συνεχιστεί επ' αόριστο και με πιο κόστος – ιδίως όσον αφορά τη δημιουργία συστημικών κινδύνων, οι οποίοι μπορούν να διαταράξουν όχι μόνο την παροχή χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, αλλά ενδέχεται να επιφέρουν σοβαρές αρνητικές συνέπειες για τους κύριους φορολογούμενους και σε ολόκληρη την οικονομία» (Stephanou 2011:17-18).

2.1.3 Ο τραπεζικός τομέας της Κύπρου και η παγκόσμια οικονομική κρίση

Το 2009 οι Clerides και Stephanou ισχυρίζονταν ότι η οικονομική κρίση βρίσκεται προ των πυλών και η διάρκεια της ήταν ακόμη άγνωστη, ενώ σε αντίθεση με προηγούμενες κρίσεις, αυτή ήταν βαθύτερη και ευρύτερη, αντικατοπτρίζοντας την αύξηση της χρηματοοικονομικής διείσδυσης και της παγκοσμιοποίησης. Για τον λόγο αυτό ήταν αναπόφευκτο να επηρεαστεί η Κύπρος και το τραπεζικό της σύστημα (Clerides και Stephanou 2009:27).

Άλλες αναλύσεις θεωρούσαν ήπιες τις επιπτώσεις της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης πάνω στην Κυπριακή Δημοκρατία, αφού καμιά τράπεζα δεν έχει καταρρεύσει ή αναγκάστηκε να ζητήσει κρατική ενίσχυση, ενώ η ανάπτυξη του ρυθμού χορηγήσεων παρέμεινε εξαιρετικά ισχυρή με τις τράπεζες να παραμένουν κερδοφόρες και καλά κεφαλαιοποιημένες (Besim και Mullen 2009:90).

Μια σειρά παραγόντων επέδρασαν καθοριστικά στο κυπριακό τραπεζικό σύστημα την παραμονή της κρίσης. Πρώτος παράγοντας ήταν η πιστωτική έκρηξη των κυπρίων, όπου ο δανεισμός αυξανόταν κατά 20% τον χρόνο, την περίοδο 2007-2008. Δεύτερος παράγοντας ήταν η εισαγωγή του ευρώ την 1η Ιανουαρίου 2008, που οδήγησε σε μια πρόσθετη μεγάλη ένεση ρευστότητας στο σύστημα. Πριν από την εισαγωγή του ευρώ η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου απαιτούσε υψηλά ποσοστά ρευστότητας (70%) εξαιτίας της αστάθειας του ξένου νομίσματος, αφού οι καταθέσεις σε ευρώ γίνονταν από μη κάτοικους. Με την εισαγωγή του ευρώ ως τοπικού νομίσματος οι απαιτήσεις του ποσοστού ρευστότητας έπεσαν (25%) σύμφωνα με τις πρόνοιες του τοπικού νομίσματος (Clerides και Stephanou 2009:38-39).

Τρίτος παράγοντας ήταν η ‘φούσκα’ των ακινήτων που αντιμετώπιζε η χώρα, εξαιτίας της χαλαρής νομισματικής πολιτικής και της ταχείας πιστωτικής επέκτασης, ενώ άλλοι παράγοντες ήταν η επέκταση των κυπριακών τραπεζών στο εξωτερικό (Ελλάδα, Ρουμανία, Βουλγαρία, Σερβία, Ρωσία και Ουκρανία), η άφιξη των δύο νέων ελληνικών τραπεζών στην Κύπρο το 2008, εκτός από τις τρεις ελληνικές τράπεζες που ήδη λειτουργούσαν στη χώρα, με αποτέλεσμα να αυξηθεί η πίεση του ανταγωνισμού στο τραπεζικό σύστημα (Clerides και Stephanou 2009:38-39).

Επίσης, με το τέλος του 2007, ολοκληρώθηκε και η μετάβαση των Συνεργατικών Πιστωτικών Ιδρυμάτων σε μια εναρμονισμένη πρακτική προληπτικής εποπτείας με το ευρωπαϊκό κεκτημένο. Τέλος, ακριβώς πριν από την παγκόσμια οικονομική κρίση η Κύπρος υιοθέτησε μαζί με την υπόλοιπη Ευρώπη το Πλαίσιο Κεφαλαιακής Επάρκειας, γνωστό ως Βασιλεία II, που συνδέει το ποσό του κεφαλαίου που κατέχουν οι τράπεζες με τους κινδύνους που αντιμετωπίζουν και τους υποχρεώνει να εισάγουν πολιτικές διαχείρισης κινδύνων.

Σύμφωνα με αναλυτές όπως οι Besim και Mullen (2009:90), ήταν σαφές ότι οι τράπεζες στην Κυπριακή Δημοκρατία μπορούσαν κάλλιστα να σωθούν εξαιτίας της έλλειψης εξειδίκευσής τους, η οποία ήταν αποτέλεσμα της νομισματικής πολιτικής που μέχρι πρόσφατα περιόριζε τις δραστηριότητες των τραπεζών στις παραδοσιακές λειτουργίες αποδοχής καταθέσεων και χορήγησης δανείων. Οι νομισματικές αρχές προστάτευαν την μικρή, ανοικτή οικονομία μέσα από μια σειρά ελέγχων, ενώ η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου, επέβαλε ανώτατο όριο 60% για τα στεγαστικά δάνεια και 70% δείκτη κεφαλαιακής επάρκειας για τις καταθέσεις μη κάτοικων (Besim και Mullen 2009:90).

Άλλοι ερευνητές αναφέρουν ότι μέχρι το 2008 στην Κύπρο είχε συσσωρευτεί «ανησυχητικά ψηλό χρέος νοικοκυριών, επιχειρήσεων και δημοσίου» ενώ η οικονομία έχασε την ανταγωνιστικότητά της (Ζένιος 2013:3).

Οι Clerides και Stephanou (2009:48) συνέχισαν να προειδοποιούν, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι το κυπριακό τραπεζικό σύστημα, είναι πολύ πιθανόν να μην έχει δει ακόμα το χειρότερο της κρίσης, αφού τα προβλήματα του κατασκευαστικού κλάδου και των ακινήτων δεν είχαν επηρεάσει ακόμα πλήρως τις τράπεζες, εξαιτίας του μεγάλου μέρους του δανεισμού που χορηγήθηκε με περιόδους χάρητος.

Ωστόσο, συνέχιζαν οι αναφορές που έβλεπαν τις τοπικές τράπεζες να εμφανίζονται υγιείς, χωρίς να παρουσιάζουν σημάδια κρίσης. «Ο χρηματοπιστωτικός τομέας, μπορεί να ισχυριστεί κανείς ότι έχει ξεφύγει από την διεθνή οικονομική κρίση, τα κέρδη θα μειωθούν αναμφίβολα αλλά αυτό είναι κυρίως αποτέλεσμα της πτώσης των μετοχών και σίγουρα η Κύπρος δεν θα είναι η πηγή αστάθειας στη ζώνη του ευρώ» (Besim και Mullen 2009:91).

Οι προφητικές αναφορές του Stephanou (2011:126) ασχολήθηκαν εκτεταμένα με τους δύο μεγάλους τραπεζικούς ομίλους εγχώριας ιδιοκτησίας, αφού πληρούσαν τα κριτήρια ώστε να θεωρούνται συστημικά σημαντικοί. Δηλαδή, ο ρόλος τους ως διαμεσολαβητές ξένων χρηματοπιστωτικών κεφαλαίων και ως φορείς παροχής εγχώριων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, σήμαινε ότι η κατάρρευση ενός από αυτούς, θα επέφερε σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις τόσο στην οικονομία της χώρας, όσο και επιβλαβείς επιπτώσεις στη φήμη της χώρας, ως διεθνές επιχειρηματικό κέντρο (Stephanou 2011:126).

Τέλος, ισχυριζόταν ότι το τεράστιο μέγεθός τους, θα μπορούσε να ξεπεράσει την ικανότητα της κυβέρνησης να τα συντηρήσει (ή να αποζημιώσει τους καταθέτες) αν χρειαστεί, και η κυριαρχία τους στους περισσότερους τομείς χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών ήταν πιθανόν να θέσει σε κίνδυνο την παροχή βασικών χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών σε περίπτωση αποτυχίας, με ενδεχόμενο να οδηγήσει σε αρνητικά επακόλουθα στα άλλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Οι μεγάλες αυτές τράπεζες, εκτίθονταν ακόμα και σε συγκυριακά ευπαθή σημεία, όπως σε ένα σημαντικό ποσοστό βραχυπρόθεσμων καταθέσεων από μη κάτοικους, σε υψηλά επίπεδα έκθεσης στην Ελλάδα (Stephanou 2011:126) και στον προβληματικό εγχώριο τομέα των ακινήτων και κατασκευαστικό τομέα (Stephanou 2011:11).

2.1.4 Η κρίση στον κυπριακό τραπεζικό τομέα

Στην Κύπρο, μετά το 1974 η οικονομία ανάκαμψε σταδιακά φτάνοντας σε υψηλά επίπεδα. Οι τράπεζες επέκτειναν τις εργασίες στο εξωτερικό, πραγματοποιώντας μεγάλα κέρδη (Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:154).

Τον Μάρτιο του 2012 δημοσιεύεται η Ετήσια Έκθεση Διαχείρισης Δημόσιου Χρέους από το Υπουργείο Οικονομικών. Με μια σύντομη αναδρομή (2012:7) αναφέρει ότι η μικρή ανοικτή οικονομία υπηρεσιών στην οποία βασίζεται η Κύπρος, διαθέτει ένα τραπεζικό τομέα που ισοδυναμεί με 6 φορές το ΑΕΠ της χώρας, εξαιρουμένων των ξένων τραπεζών. Μετά από την ένταξη της χώρας στην ΟΝΕ, η Κύπρος πέτυχε θετικές αξιολογήσεις για την πιστοληπτική ικανότητα της. Με την ένταξη της στην Ε.Ε. την 1^η Μαΐου 2004 η κυπριακή οικονομία «κυρίως μέσω του ευέλικτου και εξωστρεφούς χρηματοοικονομικού τομέα, άρχισε να επεκτείνεται στο εξωτερικό, πρώτιστα στην ελληνική οικονομία μέσα στα πλαίσια της ολοκλήρωσής της με την ευρωπαϊκή ενιαία αγορά». Γεγονός που διευκόλυνε και η υιοθέτηση του ευρώ την 1^η Ιανουαρίου 2008 από την Κυπριακή Δημοκρατία.

Στις 28 Μαρτίου 2013, το Υπουργικό Συμβούλιο με απόφαση του διόρισε τριμελής Ερευνητική Επιτροπή (Πικής, Κραμβής και Νικολάου) για να εξετάσει θέματα ευθυνών για την κατάσταση στην οποία περιήλθε το τραπεζικό σύστημα και γενικά η οικονομία της Κυπριακής Δημοκρατίας. Στα συμπεράσματα της έκθεσης (2013:154) αναφέρεται συγκεκριμένα ότι «κατά την ένταξη της Κύπρου στη ζώνη του ευρώ την 1η Ιανουαρίου 2008 η χώρα πληρούσε όλα τα κριτήρια του Μάαστριχτ» με το δημόσιο χρέος να βρίσκεται κάτω από το 60% του ΑΕΠ, το δημοσιονομικό έλλειμμα στο 3% του ΑΕΠ και την οικονομία να βρίσκεται σε θετικό ρυθμό ανάπτυξης, που το 2007 άφησε πλεόνασμα 3,6%.

Η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση και η μετέπειτα ελληνική κρίση δημόσιου χρέους όμως, αποκάλυψε την ευπάθεια της κυπριακής οικονομίας, και την επιτακτική ανάγκη για διόρθωση των ανισορροπιών που προέκυψαν (Pashardes και Pashourtidou 2013:19).

Σύμφωνα με τον Κατρούγκαλο (2012:25-26) η κρίση εκδηλώθηκε στις ΗΠΑ το 2007, με ένα κύμα χρεωκοπιών στον κλάδο χορήγησης στεγαστικών δανείων μειωμένης εξασφάλισης (sub-prime loans), ενώ στις αρχές του 2008, οι τιμές των μετοχών κατακρημνίστηκαν, με αποτέλεσμα το Σεπτέμβριο η κρίση στο αμερικανικό τραπεζικό

σύστημα να κορυφωθεί και να επεκταθεί στην Ευρώπη (Κατρούγκαλος 2012:26), «πλήττοντας χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και την πραγματική οικονομία χωρών της Ευρωζώνης» (Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:155).

Η κρίση, σε γενικές γραμμές προήλθε από ένα συνδυασμό μη βιώσιμων παγκόσμιων μακροοικονομικών ανισοροπιών και των διαρθρωτικών αδυναμιών του χρηματοπιστωτικού συστήματος (Clerides και Stephanou 2009:27).

Τη διεθνή χρηματοοικονομική κρίση που ξεκίνησε από τις ΗΠΑ, ακολούθησε η τραπεζική κρίση στην Ισλανδία (οι τρεις μεγαλύτερες τράπεζες της με περιουσιακά στοιχεία 11 φορές του ΑΕΠ της χώρας χρεωκόπησαν), η τραπεζική κρίση στην Ιρλανδία και η κρίση δημόσιου χρέους στην Ελλάδα. Τον Απρίλιο του 2010 έγινε η πρώτη δανειακή σύμβαση της Ελλάδας με την Ε.Ε. και τον Νοέμβριο η δανειακή σύμβαση της Ιρλανδίας. Το 2011 η Πορτογαλία ζήτησε επίσημη χρηματοοικονομική στήριξη από την Ε.Ε. και το ΔΝΤ για να αντιμετωπίσει τις οικονομικές της ανάγκες (Γραφείο Διαχείρισης Δημόσιου Χρέους Υπουργείο Οικονομικών 2012:8).

Στην Κύπρο, η πιστωτική έκρηξη οδήγησε σε αυξήσεις των τιμών των ακινήτων, κατά την περίοδο πριν από 2009, και τα παροδικά κρατικά έσοδα από τη φορολογία των ακινήτων αυτών, χρηματοδότησαν μια επεκτατική δημοσιονομική πολιτική. Οι ρυθμοί ανάπτυξης ωστόσο που καταγράφηκαν για την περίοδο 2004-2008 δεν ήταν διατηρήσιμοι, δεδομένου ότι δεν αντιπροσώπευαν πλήρως βελτιώσεις στην παραγωγική ικανότητα της κυπριακής οικονομίας, αλλά μάλλον προέρχονταν από τον υπερβολικό δανεισμό του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, τη δημιουργία μη βιώσιμων τρεχουσών συναλλαγών και δημοσιονομικά ελλείμματα (Pashardes και Pashourtidou 2013:19). Παράλληλα, οι δημόσιες δαπάνες αυξάνονταν καθώς η ερχόταν η κρίση (Ζένιος 2013:4).

Έτσι, στις αρχές του 2013, η κυπριακή οικονομία κατατάσσεται από τους διεθνείς οίκους αξιολόγησης σε σκουπίδια, αφού το δημόσιο χρέος αυξήθηκε από 58,3% το 2007 στο 85,8% το 2012. Το δημοσιονομικό έλλειμμα από το πλεόνασμα του 3,4% το 2007 σε -5,2% το 2012 και ο ρυθμός ανάπτυξης από 5,1% το 2007 έπεσε στο -2,4% το 2012 (Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:154-156).

«Ο αποκλεισμός της Κύπρου από τις διεθνείς χρηματαγορές τον Μάιο του 2011 και η συνακόλουθη αδυναμία του κράτους για δανεισμό από εξωτερικές πηγές, έθεσε την

οικονομία σε εξαιρετικά δυσμενή θέση» (Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:157). Η Κύπρος δεν έχει βιώσει ξανά οικονομική κρίση αυτών των διαστάσεων (Pashardes και Pashourtidou 2013:1), με τον κύριο λόγο της πτώσης της κυπριακής οικονομίας, να είναι η «ανισορροπία μεταξύ εσόδων και δαπανών του κράτους» (Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:156). Ενώ τα συσσωρευμένα υπερβολικά δημόσια ελλείμματα επιδείνωσαν το πρόβλημα, υπονομεύοντας τον ρόλο της κυβέρνησης ως εγγυητή του τραπεζικού συστήματος. Ακόμα, οι μακροχρόνιες διαρθρωτικές αδυναμίες της κυπριακής οικονομίας συνέβαλαν στο πρόβλημα περιορίζοντας την ικανότητα της οικονομίας να αντιδρά γρήγορα, ώστε να μετριάσει το αρνητικό αντίκτυπο της κρίσης (Pashardes και Pashourtidou 2013:16).

Στις 15 Φεβρουαρίου 2011, το Συμβούλιο Υπουργών Οικονομικών της Ε.Ε. ενέκρινε την Έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Κύπρο. Στην έκθεση αναφέρεται ότι η Κύπρος έχει εκπληρώσει τους δημοσιονομικούς στόχους της και «ως εκ τούτου η Ε.Ε. δεν θα λάβει περαιτέρω μέτρα στα πλαίσια της διαδικασίας επιτήρησης». Παράλληλα, το κλιμάκιο του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου που βρισκόταν στην Κύπρο για ανεπίσημη επίσκεψη επισήμανε ότι τα μέτρα που έλαβε η Κυβέρνηση για δημοσιονομική εξυγίανση, ήταν προς τη σωστή κατεύθυνση. Και τα δύο όργανα όμως τόνισαν «την ανάγκη επίλυσης των συσσωρευμένων για δεκαετίες διαρθρωτικών προβλημάτων της κυπριακής οικονομίας, που έφερε στην επιφάνεια η παγκόσμια οικονομική κρίση¹³.

Παρόλα αυτά, στις 24 Φεβρουαρίου 2011 ο οίκος πιστοληπτικής αξιολόγησης Moody's υποβάθμισε την πιστοληπτική ικανότητα της Κυπριακής Δημοκρατίας, εξαιτίας του μεγάλου μεγέθους του χρηματοπιστωτικού τομέα της χώρας, καθώς και για την σημαντική έκθεση του στην ελληνική αγορά¹⁴. Σε ανακοίνωση του το Υπουργείο Οικονομικών απάντησε πως «το τραπεζικό σύστημα της Κύπρου παραμένει εύρωστο και ότι η πρόσφατη επιτυχής αύξηση του κεφαλαίου από τα δύο μεγαλύτερα τραπεζικά ιδρύματα, θα ενισχύσει σε μεγάλο βαθμό την κεφαλαιουχική τους επάρκεια».

¹³[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/FDADBA687EE7FBFAC225783900250D74/\\$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%95%CE%BA%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7%20%CE%95%CE%95%20&%20%CE%9A%CE%BB%CE%B9%CE%BC%CE%B1%CE%BA%CE%B9%CE%BF%CF%85%20%CE%94%CE%9D%CE%A4%20150211.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/FDADBA687EE7FBFAC225783900250D74/$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%95%CE%BA%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7%20%CE%95%CE%95%20&%20%CE%9A%CE%BB%CE%B9%CE%BC%CE%B1%CE%BA%CE%B9%CE%BF%CF%85%20%CE%94%CE%9D%CE%A4%20150211.pdf?OpenElement)

¹⁴[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/FE883A244C720381C2257842001FE61D/\\$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%95%CE%BA%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7%20Moods%20240211.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/FE883A244C720381C2257842001FE61D/$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%95%CE%BA%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7%20Moods%20240211.pdf?OpenElement)

Την υποβάθμιση του Moody's, ακολουθεί στις 30 Μαρτίου 2011 η υποβάθμιση του διεθνούς οίκου αξιολόγησης Standard and Poor's¹⁵ και στις 31 Μαρτίου 2011 η υποβάθμιση από τον οίκο Fitch¹⁶, επίσης εξαιτίας της έκθεσης των κυπριακών τραπεζών σε ελληνικά χρεόγραφα, αλλά και εξαιτίας του μεγάλου μεγέθους του τραπεζικού συστήματος σε σχέση με το ΑΕΠ της χώρας. Πιο αναλυτικά ο οίκος Fitch αναφέρει ότι «υπάρχει αυξημένη πιθανότητα αναδιάρθρωσης του ελληνικού χρέους που μπορεί να προκαλέσει προβλήματα χρηματοδότησης στις κυπριακές τράπεζες και να έχει δυσμενείς επιπτώσεις στα δημόσια οικονομικά και στο ρυθμό ανάπτυξης» της χώρας.

Η κυβέρνηση ανακοίνωσε τη διαφωνία της με τα πιο πάνω και απάντησε πως «η εποπτεία του τραπεζικού συστήματος δεν είναι ευθύνη της κυβέρνησης, αλλά η κύρια δραστηριότητα της Κεντρικής Τράπεζας, η οποία είναι ανεξάρτητη αρχή». Η θέση της κυβέρνησης παρέμεινε σταθερή, ότι δηλαδή το τραπεζικό σύστημα στην Κύπρο είναι εύρωστο, με υψηλή κεφαλαιουχική βάση και πολύ υψηλούς δείκτες ρευστότητας, που μπορούσε να ανταπεξέλθει σε οποιοδήποτε θεωρητικό σενάριο αναδιάρθρωσης του ελληνικού χρέους, ενώ η αυξημένη ροή ξένων καταθέσεων στην Κύπρο κατά τους τελευταίους 12 μήνες αποτελούσε ψήφο εμπιστοσύνης από την αγορά στο κυπριακό τραπεζικό σύστημα.

Στις 31 Μαΐου 2011 ο οίκος Fitch υποβάθμισε τη μακροπρόθεσμη και βραχυπρόθεσμη πιστοληπτική ικανότητα των κυπριακών χρεογράφων με αρνητικό ορίζοντα, εξαιτίας της αναδιάρθρωσης του ελληνικού χρέους που ενδεχομένως να επηρέαζε το κυπριακό τραπεζικό σύστημα και τα δημόσια οικονομικά. Σε ανακοίνωση του το Υπουργείο Οικονομικών ανέφερε ότι η κυβέρνηση δεν συμφωνεί με την υποβάθμιση αυτή και ότι «το κυπριακό τραπεζικό σύστημα είναι ιδιαίτερα εύρωστο με υψηλή κεφαλαιουχική βάση και

¹⁵[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/6A92319C5A6CD110C2257863004F466A/\\$file/%CE%94%CE%B7%CE%BB%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%91%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B7%CF%83%CE%B7%20S&P%20300311.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/6A92319C5A6CD110C2257863004F466A/$file/%CE%94%CE%B7%CE%BB%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%91%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B7%CF%83%CE%B7%20S&P%20300311.pdf?OpenElement)

¹⁶[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/A62964BC05A2281CC22578A100428B28/\\$file/%CE%91%CE%9D%CE%91%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%A9%CE%A3%CE%97%20%20%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%93%CE%95%CE%99%CE%9F%CE%A5%20%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%A9%CE%9D-110531.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/A62964BC05A2281CC22578A100428B28/$file/%CE%91%CE%9D%CE%91%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%A9%CE%A3%CE%97%20%20%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%93%CE%95%CE%99%CE%9F%CE%A5%20%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%A9%CE%9D-110531.pdf?OpenElement)

πολύ ψηλούς δείκτες ρευστότητας και μπορεί να αντεπεξέλθει σε οποιοδήποτε θεωρητικό σενάριο αναδιάρθρωσης του ελληνικού χρέους»¹⁷.

Σύμφωνα με την μαρτυρία του κ. Πατσαλίδη, Διευθυντή του Υπουργείου Οικονομικών, η οποία περιλαμβάνεται στην έκθεση της τριμελούς επιτροπής, μετά τον αποκλεισμό της Κύπρου από τις διεθνείς αγορές στις 31 Μαΐου 2011, ήταν πλέον ανέφικτη η σύναψη δανείων από την Κυπριακή Δημοκρατία με αποτέλεσμα να επιδεινωθεί η κατάσταση που επικρατούσε. Σε συνδυασμό με την ζημιά από την έκθεση στην ελληνική οικονομία, η Κυπριακή Δημοκρατία αδυνατούσε να αντιμετωπίσει τις ανάγκες της οικονομίας (Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:123). «Ο αποκλεισμός της Κυπριακής Δημοκρατίας από τις διεθνείς αγορές κεφαλαίων, οδήγησε σε μια σειρά από αρνητικές εξελίξεις σε ότι αφορά τους δείκτες διαχείρισης του δημόσιου χρέους» (Γραφείο Διαχείρισης Δημόσιου Χρέους Υπουργείο Οικονομικών 2012:8).

Στις 11 Ιουλίου 2011¹⁸, σημειώθηκε η φονική έκρηξη στη ναυτική βάση 'Ευάγγελος Φλωράκης' στο Μαρί¹⁹, όπου έχασαν τη ζωή τους 13 άτομα και τραυματίστηκαν άλλοι 60²⁰. Από την έκρηξη καταστράφηκε μέρος του μεγαλύτερου ηλεκτροπαραγωγού σταθμού της Κύπρου στο Βασιλικό, με αποτέλεσμα η Αρχή Ηλεκτρισμού Κύπρου να απολέσει μεγάλο μέρος της δυνατότητας παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας²¹. Το τραγικό αυτό γεγονός και οι ενδεχόμενες συνέπειες του στη κυπριακή οικονομία, αποτέλεσαν ένα από τους λόγους με βάση τους οποίους ο οίκος πιστοληπτικής αξιολόγησης Moody's προέβη σε νέα υποβάθμιση της Κυπριακής Δημοκρατίας στις 27 Ιουλίου 2011²². Συγκεκριμένα οι λόγοι που οδήγησαν στη νέα υποβάθμιση ήταν α) η δημοσιονομική κατάσταση της χώρας «η οποία έχει επιδεινωθεί από τις επιπτώσεις λόγω της φονικής έκρηξης στο Μαρί και την καταστροφή του ηλεκτροπαραγωγού σταθμού του Βασιλικού», β) η χειροτέρευση του

¹⁷[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/A62964BC05A2281CC22578A100428B28/\\$file/%CE%91%CE%9D%CE%91%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%A9%CE%A3%CE%97%20%20%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%93%CE%95%CE%99%CE%9F%CE%A5%20%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%A9%CE%9D-110531.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/A62964BC05A2281CC22578A100428B28/$file/%CE%91%CE%9D%CE%91%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%A9%CE%A3%CE%97%20%20%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%93%CE%95%CE%99%CE%9F%CE%A5%20%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%A9%CE%9D-110531.pdf?OpenElement)

¹⁸ <http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-14115103>

¹⁹ <http://edition.cnn.com/2011/WORLD/europe/07/11/cyprus.explosion/index.html?iref=allsearch>

²⁰ <http://www.sigmalive.com/news/local/54264>

²¹ <http://www.enet.gr/?i=news.el.kosmos&id=292175>

²²[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/ED00A034B4AE64ABC22578DB001CE979/\\$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20Moody%20270711.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/ED00A034B4AE64ABC22578DB001CE979/$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20Moody%20270711.pdf?OpenElement)

γενικού πολιτικού περιβάλλοντος στην Κύπρο και γ) η ενδεχόμενη ανάγκη για κρατική ενίσχυση των κυπριακών τραπεζών εξαιτίας της έκθεσης τους στην Ελλάδα.

Στις 12 Αυγούστου 2011, ο διεθνής οίκος αξιολόγησης Standard and Poor's έθεσε υπό αρνητική αναθεώρηση τον δείκτη πιστοληπτικής αξιολόγησης της Κυπριακής Δημοκρατίας²³, ενώ ο Οίκος Πιστοληπτικής Αξιολόγησης Fitch²⁴ που προέβη σε νέα αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας της Κυπριακής Δημοκρατίας, αποφάσισε να προβεί σε νέα υποβάθμιση της με αρνητικές προοπτικές.

Πραγματοποιήθηκε στις 27 Οκτωβρίου 2011, η Σύνοδος Κορυφής, με επίκεντρο την αναδιάρθρωση του ελληνικού χρέους και το ύψος του κουρέματος, καταλήγοντας στην απόφαση για κούρεμα 50% του ελληνικού χρέους²⁵. Την ίδια μέρα ο διεθνής οίκος αξιολόγησης Standard and Poor's²⁶ υποβάθμισε εκ νέου τόσο τη μακροπρόθεσμη όσο και τη βραχυπρόθεσμη πιστοληπτική ικανότητα της Κυπριακής Δημοκρατίας, διατηρώντας την υπό αρνητική παρακολούθηση.

Ο Ζένιος (2013:3) αναφέρει ότι οι αρνητικές επιπτώσεις στον τραπεζικό τομέα από την απομείωση των ομολόγων ελληνικού δημοσίου καθώς και η επιδείνωση των δημόσιων οικονομικών της χώρας «ενεργοποίησαν ένα φαύλο κύκλο αλληλεξάρτησης τραπεζών-δημόσιων οικονομικών».

Ακολούθησε στις 4 Νοεμβρίου 2011²⁷ η ανακοίνωση του οίκου πιστοληπτικής αξιολόγησης Moody's όπου υποβάθμισε και πάλι τη μακροπρόθεσμη και βραχυπρόθεσμη αξιολόγηση της Κυπριακής Δημοκρατίας. Συγκεκριμένα ο οίκος αιτιολογεί την απόφασή του με βάση τις πιο κάτω παραμέτρους: α) τη μεγάλη πιθανότητα ο τραπεζικός τομέας να χρειαστεί κρατική στήριξη εντός του 2012 λόγω των μεγάλων και αναμενόμενων

²³[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/6532C2F1DBD4775BC2257904002F5221/\\$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%91%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B7%CF%83%CE%B7%20Standard&Poors%20050911.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/6532C2F1DBD4775BC2257904002F5221/$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%91%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B7%CF%83%CE%B7%20Standard&Poors%20050911.pdf?OpenElement)

²⁴[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/69FAFA9090EFADCFC22578EA0035E1E3/\\$file/Fitchcyprecon.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/69FAFA9090EFADCFC22578EA0035E1E3/$file/Fitchcyprecon.pdf?OpenElement)

²⁵ <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22770&subid=2&pubid=63495645>

²⁶[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/B2555E9D17DD165DC225795E002F0AF0/\\$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20S&P%20rating%20decision%20_051211_%20061211.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/B2555E9D17DD165DC225795E002F0AF0/$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20S&P%20rating%20decision%20_051211_%20061211.pdf?OpenElement)

²⁷[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/95D92186DDF55E38C225793E006C5DF1/\\$file/MoF%20Press%20Release%204%2011%202011final.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/95D92186DDF55E38C225793E006C5DF1/$file/MoF%20Press%20Release%204%2011%202011final.pdf?OpenElement)

διαγραφών από την έκθεση στα ομόλογα ελληνικού δημοσίου, β) τον αποκλεισμό της χώρας από τη διεθνή κεφαλαιαγορά, με ενδεχόμενο η Κυπριακή Κυβέρνηση να χρειαστεί έκτακτη επίσημη οικονομική βοήθεια και γ) τη θεσμική αδυναμία για αποδοχή και εφαρμογή των δημοσιονομικών και διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων για βελτίωση της μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας των δημόσιων οικονομικών.

Στις 26 Νοεμβρίου 2011 ο Αθανάσιος Ορφανίδης, ο τότε Διοικητής της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου, δήλωσε στην εφημερίδα 'Ο Φιλελεύθερος' πως «η Κύπρος βρίσκεται σε εξαιρετικά δύσκολη θέση» τόσο εξαιτίας του αποκλεισμού της Κύπρου από τις διεθνείς αγορές χρηματοδότησης, όσο και από τις προειδοποιήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για λήψη μέτρων δημοσιονομικής εξυγίανσης²⁸. Συγκεκριμένα προειδοποιούσε πως εάν δεν εφαρμοστεί ένα αξιόπιστο πακέτο μέτρων, τότε η χώρα θα βρεθεί ενώπιον μιας εξαιρετικά δυσάρεστης κατάστασης, που θα οδηγήσει αναπόφευκτα «σε περιπέτειες με σημαντικότερες οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις για το μέλλον». Πιο σημαντικά όπως προειδοποιεί ότι «διακυβεύεται ο ρόλος της Κύπρου ως διεθνές χρηματοοικονομικό κέντρο, με εξαιρετικά δυσάρεστες συνέπειες στο ρυθμό ανάπτυξης, την ανεργία και γενικότερα όλους τους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας» της χώρας.

Στις 23 Δεκεμβρίου 2011, υπογράφηκε στη Μόσχα²⁹ η διακρατική συμφωνία δανείου της Κυπριακής Δημοκρατίας από τη Ρώσικη Ομοσπονδία ύψους 2,5 δις ευρώ, με την πρώτη δόση να καταβάλλεται στις 31 Δεκεμβρίου 2011³⁰. Διέξοδο και σημαντική μείωση του προβλήματος αποτέλεσε προσωρινά, η εξασφάλιση του διμερούς δανείου, το οποίο και κάλυψε το μεγαλύτερο μέρος των δανειοληπτικών αναγκών της χώρας για το 2012 (Γραφείο Διαχείρισης Δημόσιου Χρέους Υπουργείο Οικονομικών 2012:10). Όμως η σύναψη του δανείου από τη Ρωσία³¹, παρείχε πρόσκαιρη ανάσα χωρίς να αντιμετωπίζεται ουσιαστικά η οικονομική κρίση (Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:157), και αποσκοπούσε στην κάλυψη τρεχουσών αναγκών του κράτους, για αποφυγή του ενδεχομένου στάσης πληρωμών» (από τη μαρτυρία του κ. Πατσαλίδη στο Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:24).

²⁸ http://www.centralbank.gov.cy/nqcontent.cfm?a_id=12045

²⁹ [http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/D7E3B9E03A9CB7D3C22579760029D02B/\\$file/Press%20releas e%20%20final%20GRK%2023%2012%202011.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/D7E3B9E03A9CB7D3C22579760029D02B/$file/Press%20releas e%20%20final%20GRK%2023%2012%202011.pdf?OpenElement)

³⁰ <http://www.moi.gov.cy/MOI/pio/pio.nsf/All/325079F5BE6A120EC225796F0034352E?OpenDocument>

³¹ <http://www.moi.gov.cy/MOI/pio/pio.nsf/All/325079F5BE6A120EC225796F0034352E?OpenDocument>

Οι υποβαθμίσεις της Κυπριακής Δημοκρατίας συνεχίζονται από τους οίκους αξιολόγησης, αφού στις 13 Ιανουαρίου 2012³² ο οίκος Standard and Poor's υποβάθμισε εν νέου την πιστοληπτική αξιολόγηση της χώρας εξαιτίας των μεγάλων πολιτικών, χρηματοοικονομικών και νομισματικών προβλημάτων εντός της ευρωζώνης, αλλά και λόγω της έκθεσης του κυπριακού χρηματοοικονομικού συστήματος στην ελληνική οικονομία. Ακολούθως στις 27 Ιανουαρίου 2012, ο οίκος πιστοληπτικής αξιολόγησης Fitch, υποβάθμισε πέντε κράτη μέλη της Ευρωζώνης, ανάμεσα τους και η Κυπριακή Δημοκρατία. Σε ανακοίνωση του το Υπουργείο Οικονομικών³³ ανακοίνωσε ότι σε συνεργασία με την Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου, παρακολουθεί συστηματικά τη διαχείριση των προκλήσεων του χρηματοοικονομικού συστήματος και εξέφρασε την πεποίθηση ότι τα τραπεζικά ιδρύματα της χώρας θα μπορέσουν να υλοποιήσουν προγράμματα για την εξασφάλιση των αναγκαίων κεφαλαίων με δικές τους ενέργειες.

Τα πιο πάνω δείχνουν ότι οι προειδοποιήσεις για τον κυπριακό τραπεζικό τομέα, ήταν συνεχείς και εμφανείς από την αρχή της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, και παρ' όλες τις αντιθέσεις της κυβέρνησης, εντούτοις οι ανησυχίες των οίκων αξιολόγησης ήταν βάσιμες. Με αποτέλεσμα στις 13 Μαρτίου 2013 ο οίκος Moody's να υποβαθμίσει την κυπριακή οικονομία³⁴ στο επίπεδο 'σκουπιδιών' εξαιτίας και της μεγάλης έκθεσης των κυπριακών τραπεζών στα ελληνικά ομόλογα³⁵. Ο οίκος ανακοίνωσε την υποβάθμιση της πιστοληπτικής ικανότητας της Κυπριακής Δημοκρατίας³⁶ βασιζόμενος στον αυξημένο κίνδυνο για την κυπριακή κυβέρνηση να υποχρεωθεί να προσφέρει στήριξη προς το εγχώριο τραπεζικό σύστημα, ενώ ενδέχεται να συνεχίσει να επικρατεί η εύθραυστη εμπιστοσύνη της αγοράς για την Κύπρο, η οποία οδήγησε και στο αποκλεισμό της από τις διεθνείς αγορές κεφαλαίων, με μεγάλη πιθανότητα περαιτέρω αναταράξεων στη χρηματοδότηση της κυβέρνησης και των εγχώριων τραπεζών.

³²[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/6C8D275C9B22A8CBC22579850034CF37/\\$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%91%CF%80%CE%BF%CF%86%CE%B1%CF%83%CE%B7%20S&P%20140112.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/6C8D275C9B22A8CBC22579850034CF37/$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%91%CF%80%CE%BF%CF%86%CE%B1%CF%83%CE%B7%20S&P%20140112.pdf?OpenElement)

³³[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/DAD5B1882A67C962C2257995002116F3/\\$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%95%CE%BA%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7%20FITC%20H%20280112.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/DAD5B1882A67C962C2257995002116F3/$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%95%CE%BA%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7%20FITC%20H%20280112.pdf?OpenElement)

³⁴ <http://www.sigmalive.com/news/politics/472462>

³⁵ <http://www.theguardian.com/business/2012/mar/13/eurozone-crisis-greek-deal-spain-austerity#block-2>

³⁶[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/48129758F09BF3F9C22579C0003BF9B6/\\$file/MoF%20PressRelease%20Moody%20March%202012.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/48129758F09BF3F9C22579C0003BF9B6/$file/MoF%20PressRelease%20Moody%20March%202012.pdf?OpenElement)

Στις 27 Απριλίου 2012 και για πρώτη φορά ανακοινώνεται επίσημα από το Υπουργείο Οικονομικών³⁷ ότι «το κυπριακό τραπεζικό σύστημα βρίσκεται σε μια κρίσιμη καμπή εξαιτίας της πρόκλησης κάλυψης κεφαλαιακού ελλείμματος που προέκυψε από την κατοχή τίτλων του ελληνικού δημοσίου». Η παραδοχή αυτή οδηγεί την Κυπριακή Δημοκρατία στις 25 Ιουνίου 2012 να αιτηθεί την ένταξή της στον Ευρωπαϊκό μηχανισμό στήριξης³⁸. Την ίδια ημέρα ο διεθνής οίκος αξιολόγησης Fitch ανακοίνωσε την υποβάθμιση της πιστοληπτικής ικανότητας της Κυπριακής Δημοκρατίας, κάτι που αντικατοπτρίζει τη σημαντική αύξηση κεφαλαίων που εκτιμάται ότι θα χρειαστούν οι κυπριακές τράπεζες εξαιτίας της έκθεσης των τριών μεγαλύτερων κυπριακών τραπεζών στον ιδιωτικό τομέα της Ελλάδας, αλλά και εξαιτίας της επιδείνωσης της ποιότητας των εγχώριων στοιχείων ενεργητικού των τραπεζών, δηλαδή τα εγχώρια μη εξυπηρετούμενα δάνεια³⁹.

Παρόλα αυτά, το Υπουργείο Οικονομικών στην ίδια ανακοίνωση τονίζει ότι «η κυπριακή οικονομία βασίζεται σε μακροπρόθεσμα υγιή και ισχυρά θεμέλια που θωρακίζουν τις άριστες προοπτικές οι οποίες καταγράφονται σε αριθμό εκθέσεων διεθνών οργανισμών». Εκ των υστέρων διαφαίνεται ότι η προβαλλόμενη εικόνα από την κυβέρνηση δεν ανταποκρινόταν σε καμιά περίπτωση στην προσλαμβανόμενη εικόνα, αλλά ούτε και στηριζόταν στην πραγματικότητα.

Η ανακοίνωση του Υπουργείου, αναφέρει χαρακτηριστικά παραδείγματα όπως την έκθεση διεθνούς ανταγωνιστικότητας (Global Competitiveness report) όπου ανάμεσα σε 142 χώρες διεθνώς, η κυπριακή οικονομία κατατάσσεται ως 47^η (World Economic Forum, Competitiveness Index 2011-2012)⁴⁰, το ότι η κυπριακή οικονομία τοποθετείται στην 20^η θέση παγκοσμίως όσον αφορά τον δείκτη ελευθερίας της οικονομικής πρωτοβουλίας (The Heritage Foundation and The Wall Street Journal, 2012 Index of Economic Freedom)⁴¹, το

³⁷[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/A90B7823FA1D78ACC22579ED00388562/\\$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%9A%CF%85%CF%80%CF%81%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%BF%20%CE%A4%CF%81%CE%B1%CF%80%CE%B5%CE%B6%CE%B9%CE%BA%CE%BF%20%CE%A3%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC%CE%B1%20270412.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/A90B7823FA1D78ACC22579ED00388562/$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%9A%CF%85%CF%80%CF%81%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%BF%20%CE%A4%CF%81%CE%B1%CF%80%CE%B5%CE%B6%CE%B9%CE%BA%CE%BF%20%CE%A3%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BC%CE%B1%20270412.pdf?OpenElement)

³⁸ <http://www.aljazeera.com/news/europe/2012/06/201262517189248721.html>

³⁹[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/47D3FBFEF0218D94BC2257A28003A69A4/\\$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%91%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B7%CF%83%CE%B7%20Fitch%20250612.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/47D3FBFEF0218D94BC2257A28003A69A4/$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%91%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B7%CF%83%CE%B7%20Fitch%20250612.pdf?OpenElement)

⁴⁰ http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf

⁴¹ <http://www.heritage.org/index/country/cyprus>

ότι ανάμεσα σε 183 χώρες διεθνώς, η Κύπρος κατατάσσεται στην 40^η θέση στην έκθεση της Διεθνούς Τράπεζας για τις διευκολύνσεις ίδρυσης επιχειρήσεων (Doing Business Report: IFC/World Bank-2012)⁴², και ότι η χώρα βρίσκεται ανάμεσα στις καλύτερες χώρες παγκοσμίως όσον αφορά το δείκτη διαφάνειας και καταπολέμησης της διαφθοράς (Transparency International Corruption Perception Index)⁴³.

Οι πιο πάνω δηλώσεις δεν κατάφεραν να πείσουν και ήταν περισσότερο αποπροσανατολιστικές παρά καθησυχαστικές, αφού την συγκεκριμένη περίοδο η Κυπριακή Δημοκρατία ζητούσε βοήθεια από την Τρόικα. Έτσι, στις 27 Ιουνίου 2012, ανακοίνωση του Eurogroup χαιρέτησε το αίτημα της Κυπριακής Δημοκρατίας για οικονομική βοήθεια τόσο από την ευρωζώνη, όσο και από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο⁴⁴, ώστε να αντιμετωπίσει η χώρα τις προκλήσεις εξαιτίας των δυσκολιών που αντιμετωπίζει ο τραπεζικό τομέας και των μακροοικονομικών ανισοροπιών.

Στις 3 Ιουλίου 2012, άρχισαν οι συναντήσεις της Τρόικας στην Κύπρο. Το κλιμάκιο της Τρόικας (E.E., E.K.T. και ΔΝΤ) άρχισε τις επαφές του με εκπροσώπους της Κεντρικής Τράπεζας, του Υπουργείου Οικονομικών και διάφορων κρατικών υπηρεσιών⁴⁵, και ήταν καθαρά διερευνητικού χαρακτήρα, χωρίς να διεξαχθεί οποιαδήποτε διαπραγμάτευση. Ενώ στις 23 Ιουλίου 2012⁴⁶ πραγματοποιήθηκε η δεύτερη επίσκεψη της Τρόικας με τους εκπροσώπους της Κεντρικής Τράπεζας, του Υπουργείου Οικονομικών, των εμπλεκόμενων κρατικών και ημικρατικών υπηρεσιών, των κοινωνικών εταίρων και άλλων οργανωμένων συνόλων.

Στις 13 Σεπτεμβρίου 2012 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε προσωρινά την ανακεφαλαιοποίηση διάσωσης ύψους 1,8 δις ευρώ την οποία η Κύπρος χορήγησε στη Λαϊκή Τράπεζα προς χάριν της χρηματοπιστωτικής σταθερότητας⁴⁷ και «συνακόλουθα το

⁴² <http://www.doingbusiness.org/~//media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB12-FullReport.pdf>

⁴³ <http://www.transparency.org/country/#CYP>

⁴⁴ [http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/277314D116670EDFC2257A2A004F9B9C/\\$file/CY%20EG%20stamentpost%20EG%20call%20final.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/277314D116670EDFC2257A2A004F9B9C/$file/CY%20EG%20stamentpost%20EG%20call%20final.pdf?OpenElement)

⁴⁵ [http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/B288203C587594ACC2257A300046DEA6/\\$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%95%CE%BD%CE%B1%CF%81%CE%BE%CE%B7%20%CE%95%CF%80%CE%B1%CF%86%CF%89%CE%BD%20%CE%A4%CF%81%CE%BF%CF%8A%CE%BA%CE%B1%20030712.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/B288203C587594ACC2257A300046DEA6/$file/%CE%91%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%95%CE%BD%CE%B1%CF%81%CE%BE%CE%B7%20%CE%95%CF%80%CE%B1%CF%86%CF%89%CE%BD%20%CE%A4%CF%81%CE%BF%CF%8A%CE%BA%CE%B1%20030712.pdf?OpenElement)

⁴⁶ [http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/C8BF489DD50F7D30C2257A440037FB82/\\$file/anakoinosi%20u pourgeiou%20gia%20enarxi%202ouTELIKO.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/C8BF489DD50F7D30C2257A440037FB82/$file/anakoinosi%20u pourgeiou%20gia%20enarxi%202ouTELIKO.pdf?OpenElement)

⁴⁷ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-958_el.htm

κράτος απέκτησε το 85% του μετοχικού της κεφαλαίου» για να μην οδηγηθεί η τράπεζα σε κατάρρευση». Η θέση στην οποία βρισκόταν η Λαϊκή Τράπεζα επιδεινώθηκε περαιτέρω, από την απομείωση των ελληνικών ομολόγων, που επέφεραν ζημιά πέραν των 2 δις ευρώ (Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:161). Παρόλα αυτά, το κράτος δεν ήταν σε θέση να παρέχει την απαιτούμενη ρευστότητα για τη λειτουργία της, η οποία αντλήθηκε από βοήθεια σε ELA (Emergency Liquidity Assistance)⁴⁸ που παραχώρησε η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου. Την βοήθεια αυτή, που ξεπέρασε τα 9 δις μέχρι τον Ιούλιο του 2012, η κυβέρνηση δεν είχε τη δυνατότητα να αποπληρώσει (Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:162). Σύμφωνα με εκτιμήσεις του κ. Δημητριάδη, του τότε Διοικητή της Κεντρικής Τράπεζας, η Λαϊκή Τράπεζα κατέστη φερέγγυα μετά από την ανακεφαλαιοποίηση της από το κράτος. Γεγονός που ‘δικαιολογούσε’ την άντληση ρευστότητας από τον ELA (από τη μαρτυρία του κ. Δημητριάδη στο Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:24). Κατά την κατάθεση του στις 26 Μαρτίου 2013, ο κ. Δημητριάδης ανέφερε χαρακτηριστικά πως «η Λαϊκή κρατήθηκε στη ζωή μέσω του αναπνευστήρα του ELA για 9 μήνες και ότι η συμφωνία με την Τρόικα αποτέλεσε όρο επιβίωσης για τη χώρα» ενώ συνέχισε πως ο σκοπός ήταν «να την κρατήσουμε στη ζωή, να γίνουν οι εκλογές και η νέα κυβέρνηση να αναλάβει τις ευθύνες της». Οι πιο πάνω δηλώσεις καταρρίπτουν τις δηλώσεις του Υπουργού Οικονομικών στις 30 Μαρτίου 2011, που θέλει την Κεντρική Τράπεζα να λειτουργεί ως ανεξάρτητη αρχή⁴⁹.

Στις 30 Νοεμβρίου 2012, σύμφωνα με δηλώσεις του κ. Δημητριάδη, επήλθε συμφωνία της Κυπριακής δημοκρατίας με την Τρόικα για τους όρους διάσωσης της κυπριακής οικονομίας⁵⁰ ενώ απέμεινε να καθοριστεί το τελικό ποσό οικονομικής διάσωσης.

Στις 24 Φεβρουαρίου 2013, διεξήχθη ο δεύτερος γύρος των Προεδρικών Εκλογών 2013 στη Κύπρο, όπου και ανακηρύχτηκε Πρόεδρος της Δημοκρατίας ο κ. Νίκος

⁴⁸ Παροχή έκτακτης ενίσχυσης σε ρευστότητα που έχουν τη δυνατότητα να λαμβάνουν τα πιστωτικά ιδρύματα στη ζώνη του ευρώ, εκ μέρους εθνικής κεντρικής τράπεζας προς φερέγγυο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα που αντιμετωπίζει προσωρινά προβλήματα ρευστότητας. Κατ’ επέκταση, η εν λόγω Εθνική κεντρική τράπεζα αναλαμβάνει το κόστος και τους κινδύνους που ενδέχεται να προκύψουν από την παροχή έκτακτης ενίσχυσης σε ρευστότητα.

https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/201402_elaprocedures.el.pdf

⁴⁹[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/6A92319C5A6CD110C2257863004F4F6A/\\$file/%CE%94%CE%B7%CE%BB%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%91%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B7%CF%83%CE%B7%20S&P%20300311.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/6A92319C5A6CD110C2257863004F4F6A/$file/%CE%94%CE%B7%CE%BB%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CE%A5%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%20%CE%91%CE%BE%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B7%CF%83%CE%B7%20S&P%20300311.pdf?OpenElement)

⁵⁰ <http://www.bloomberg.com/news/2012-11-30/cyprus-troika-agree-bailout-terms-ecb-demetriades-says.html>

Αναστασιάδης, ο οποίος εξασφάλισε το 57,48% των ψήφων⁵¹. Ως εκλεγμένος Πρόεδρος της Κυπριακής Δημοκρατίας, ο κ. Αναστασιάδης προσφωνώντας το πλήθος που συγκεντρώθηκε για να τον υποδεχτεί ανέφερε συγκεκριμένα πως «η μεγαλύτερη πρόκληση τούτη την ώρα είναι να μπει η οικονομία σε πορεία σταθερότητας και ανάπτυξης», μέσω των συνομιλιών με τους Ευρωπαίους εταίρους με σκοπό την ταχύτερη δυνατή ολοκλήρωση της δανειακής σύμβασης⁵².

Στις 13 Μαρτίου 2013 ο οίκος Moody's ανακοίνωσε την υποβάθμιση της πιστοληπτικής ικανότητας της Κυπριακής Δημοκρατίας με προοπτική αξιολόγησης σε αρνητικό ορίζοντα. Η απόφαση αυτή στηρίχτηκε σε δύο παραμέτρους. Πρώτη παράμετρος ήταν ο αυξημένος κίνδυνος για την κυβέρνηση να υποχρεωθεί να προσφέρει στήριξη προς το τραπεζικό σύστημα της χώρας, λόγω των ζημιών από την έκθεση των τραπεζών στην ελληνική οικονομία και δεύτερη ο αποκλεισμός της Κυπριακής Δημοκρατίας από τις διεθνείς αγορές κεφαλαίων.

Στις 16 Μαρτίου 2013 επιτεύχθηκε συμφωνία από τα κράτη μέλη της Ευρωζώνης για την παραχώρηση οικονομικής βοήθειας στην Κυπριακή Δημοκρατία⁵³. Η βοήθεια ανερχόταν σε οικονομική ενίσχυση ύψους 10 δις ευρώ, για την κάλυψη των δημοσιονομικών αναγκών, την αναδιάρθρωση του τραπεζικού συστήματος και τη στήριξη της οικονομίας στο σύνολο. Η ανακοίνωση του Υπουργείου Οικονομικών αναφέρει πως «λόγω του μεγάλου μεγέθους των αναγκών ανακεφαλαιοποίησης των τραπεζών, καθώς και των επιτακτικών δημοσιονομικών αναγκών, το Eurogroup, συμφώνησε με τις Κυπριακές Αρχές, στην ανάγκη να επιβληθεί, για μία και μόνον φορά, ένα τέλος επί των καταθέσεων». Το τέλος αφορούσε την έκτακτη επιβολή στις καταθέσεις μέχρι €100.000 ανά λογαριασμό τέλους ύψους 6.75% και για καταθέσεις πέραν των €100.000 ανά λογαριασμό τέλος ύψους 9.9%, με βάση τα υπόλοιπα όλων των πιστωτικών καταθετικών λογαριασμών στις 15 Μαρτίου 2013. Με την απόφαση για το κούρεμα καταθέσεων στις κυπριακές τράπεζες ήταν σύμφωνοι η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο⁵⁴.

⁵¹ <http://www.elections.moi.gov.cy>

⁵² http://www.proedrikes2013.gov.cy/news/20130224_21.htm

⁵³ [http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/9B1CE24F79B7BCFCC2257B3200366649/\\$file/symfoniaaparahorisisoikvoith.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/9B1CE24F79B7BCFCC2257B3200366649/$file/symfoniaaparahorisisoikvoith.pdf?OpenElement)

⁵⁴ <http://www.tanea.gr/news/economy/article/5007000/koyrema-twn-katathesewn-sthn-kypro-apofasisthke-sto-eurogroup>

Σε δήλωση του ο Πρόεδρος της Δημοκρατίας κ. Αναστασιάδης στις 16 Μαρτίου 2013 ανακοίνωσε ότι η κυβέρνηση βρέθηκε αντιμέτωπη με τετελεσμένα στην έκτακτη σύγκληση του Eurogroup, αφού είχε να επιλέξει μεταξύ «άτακτης χρεωκοπίας ή το σενάριο μιας ελεγχόμενης διαχείρισης της κρίσης» που θα έθετε σε οριστικό τέρμα την αβεβαιότητα και θα αποτελούσε αφετηρία επανεκκίνησης της οικονομίας⁵⁵. Το δεύτερο σενάριο προϋπόθετε το κούρεμα των καταθέσεων ώστε να εξασφαλιστεί η ρευστότητα των τραπεζών και να διασωθεί το τραπεζικό σύστημα μέσα από την ανακεφαλαιοποίηση τους. Η κυβέρνηση επέλεξε τη δεύτερη λύση ως τη μοναδική, παρόλο που τη χαρακτήρισε επώδυνη. Όλες οι τράπεζες (εμπορικές και συνεργατικές) μετά από την πιο πάνω εξαγγελία τέθηκαν σε υποχρεωτική τραπεζική αργία και παρέμειναν κλειστές μέχρι και τις 28 Μαρτίου 2013⁵⁶.

Εντούτοις, παρ' όλες τις προσπάθειες της κυβέρνησης, η απόφαση του Eurogroup απορρίφθηκε από την κυπριακή Βουλή των Αντιπροσώπων στις 19 Μαρτίου 2013⁵⁷ χωρίς να γίνουν αντιπροτάσεις. Το αποτέλεσμα ήταν στις 25 Μαρτίου 2013, με βάση τη συμφωνία του Eurogroup με την Κυπριακή Κυβέρνηση⁵⁸ να ληφθούν τα πιο κάτω μέτρα: α) να γίνει κούρεμα όλων των ανασφάλιστων καταθέσεων, άνω των €100.000 στη Λαϊκή Τράπεζα (με εξαίρεση τα ποσά των καταθέσεων που άνηκαν σε πιστωτικά ιδρύματα, την κυβέρνηση, τους δήμους, τα κοινοτικά συμβούλια, τις ασφαλιστικές εταιρείες, τα φιλανθρωπικά ιδρύματα, τα σχολεία, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και τις καταθέσεις που άνηκαν στη JCC Payment Systems Ltd), β) την πώληση των εργασιών των υποκαταστημάτων της Λαϊκής Τράπεζας στην Ελλάδα στην Τράπεζα Πειραιώς Ελλάδας, γ) την πώληση των εργασιών της Λαϊκής Τράπεζας στην Κύπρο στην Τράπεζα Κύπρου και δ) την πώληση των εργασιών των υποκαταστημάτων της Τράπεζας Κύπρου στην Ελλάδα στην Τράπεζα Πειραιώς στην Ελλάδα. Τέλος αποφασίστηκε κούρεμα ύψους 47,5% για τις ανασφάλιστες καταθέσεις πέραν των €100.000 στην Τράπεζα Κύπρου⁵⁹.

⁵⁵ <http://www.moi.gov.cy/MOI/pio/pio.nsf/All/C97A73A1E4ABC1C0C2257B30004F6A0F?OpenDocument>

⁵⁶ <http://www.philenews.com/el-gr/oikonomia-kypros/146/138451/perimenontas-na-anoixoun-oi-trapezes-synechis-enimerosi>

⁵⁷ <http://www.reuters.com/article/2013/03/19/us-cyprus-parliament-idUSBRE92G03I20130319>

⁵⁸ <http://www.alithia.com.cy/index.php/oikonomia/item/9069-%CE%BF%CE%B9-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CE%B8%CE%AD%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-%CE%BA%CE%BF%CF%8D%CF%81%CE%B5%CE%BC%CE%B1-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CF%85%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B5%CE%BE%CE%AE%CE%B3%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CE%AC%CE%B8%CE%B5-%CF%84%CF%81%CE%AC%CF%80%CE%B5%CE%B6%CE%B1>

⁵⁹ <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=524224>

Στις 28 Μαρτίου 2013 επαναλειτούργησαν όλες οι τράπεζες, μετά όμως από ανακοίνωση του Υπουργού Οικονομικών και του Διοικητή της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου, τέθηκαν σε εφαρμογή προσωρινά μέτρα για τη ρύθμιση της ροής κεφαλαίων μέσω του Περί της Επιβολής Περιοριστικών Μέτρων στις Συναλλαγές σε Περίπτωση Έκτακτης Ανάγκης, Νόμος του 2013⁶⁰. Τα μέτρα, που ίσχυσαν για όλα τα πιστωτικά ιδρύματα, ήταν υποχρεωτικά και είχαν στόχο τη διασφάλιση της σταθερότητας του συστήματος, ενώ αναθεωρούνταν τακτικά μέσω των διαταγμάτων που εξέδιδε κατά διαστήματα η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου⁶¹.

Στις 27 Ιουνίου 2013 σε ανακοίνωση της η Ε.Ε. και το ΔΝΤ⁶² χαιρέτησαν την ανταλλαγή των υφιστάμενων εγχώριων κυβερνητικών ομολόγων ονομαστικής αξίας 1 δις με νέα ομόλογα διάρκειας 5 - 10 ετών. Η ανταλλαγή αυτή αποσκοπούσε στη διευκόλυνση της διαχείρισης της ρευστότητας της κυβέρνησης και διασφάλισε επαρκή χρηματοδότηση με όρους οι οποίοι δεν διακυβεύουν την επίτευξη του μακροπρόθεσμου στόχου για το δημόσιο χρέος.

Τη νέα βελτιωμένη σύμβαση για το ρώσικο δάνειο υπόγραψαν στις 12 Σεπτεμβρίου 2013⁶³ την Μόσχα ο Υπουργός Οικονομικών της Κύπρου κ. Χάρης Γεωργιάδης και ο αναπληρωτής Υπουργός Οικονομικών της Ρωσίας κ. Sergey Storchak. Η αναθεωρημένη σύμβαση προέβλεπε μείωση του επιτοκίου από 4,5% σε 2,5% με αναδρομική ισχύ από τον Μάρτιο του 2013, ενώ παράλληλα καθορίστηκε και χρονοδιάγραμμα σταδιακής αποπληρωμής σε 8 εξαμηνιαίες δόσεις και έναρξη το 2018 αντί πλήρους αποπληρωμής του το 2016.

Στις 7 Νοεμβρίου 2013 ανακοίνωση του Υπουργείου Οικονομικών⁶⁴ αναφέρει πως επιτελικές ομάδες από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, επισκέφθηκαν τη χώρα για τη δεύτερη τριμηνιαία επισκόπηση του οικονομικού προγράμματος που στηρίζεται στην οικονομική βοήθεια του

⁶⁰[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/2AB70D97C451E8A5C2257B3B00742115/\\$file/2Press%20Notice%20GR%2027%20FINAL%20CLEAN.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/2AB70D97C451E8A5C2257B3B00742115/$file/2Press%20Notice%20GR%2027%20FINAL%20CLEAN.pdf?OpenElement)

⁶¹ http://www.centralbank.gov.cy/nqcontent.cfm?a_id=12636

⁶²[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/3A1D998C2E40C1FCC2257B98002A402D/\\$file/Statement%20EC%20and%20IMF%20on%20Cyprus.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/3A1D998C2E40C1FCC2257B98002A402D/$file/Statement%20EC%20and%20IMF%20on%20Cyprus.pdf?OpenElement)

⁶³[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/68E44AFF60717DFAC2257BE500209137/\\$file/Announcement%20Loan%20New%20Terms%20EL12%2009%2013.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/68E44AFF60717DFAC2257BE500209137/$file/Announcement%20Loan%20New%20Terms%20EL12%2009%2013.pdf?OpenElement)

⁶⁴[http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/50D17C84EA74453DC2257C20003B91F8/\\$file/pr13431g.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/mof.nsf/All/50D17C84EA74453DC2257C20003B91F8/$file/pr13431g.pdf?OpenElement)

Ευρωπαϊκού Μηχανισμού Σταθερότητας και του ΔΝΤ. Ο σκοπός είναι η αποκατάσταση της σταθερότητας στον χρηματοοικονομικό τομέα της Κύπρου, η ενίσχυση της βιωσιμότητας των οικονομικών του δημοσίου και η υιοθέτηση διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων για τη στήριξη μακροπρόθεσμης ανάπτυξης.

Σύμφωνα με τις ανακοινώσεις των οίκων αξιολόγησης, η έκθεση του κυπριακού τραπεζικού τομέα στην ελληνική οικονομία και η καθυστέρηση στη λήψη δημοσιονομικών μέτρων, ήταν οι κύριοι λόγοι αλλεπάλληλων υποβαθμίσεων της πιστοληπτικής ικανότητας της Κυπριακής Δημοκρατίας (Γραφείο Διαχείρισης Δημόσιου Χρέους Υπουργείο Οικονομικών 2012:8) γεγονός που μετέβαλε την εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου από θετική σε αρνητική. Εκτός όμως από τις ζημιές που επέφερε το κούρεμα των ελληνικών ομολόγων, και άλλοι λόγοι οδήγησαν στην δυσπιστία προς τον κυπριακό τραπεζικό τομέα, όπως οι μεγάλοι μισθοί, τα φιλοδωρήματα και γενικά τα μεγάλα ετήσια ωφελήματα των μελών της εκτελεστικής ομάδας και των διευθυντικών στελεχών, η χορήγηση μεγάλων δανείων χωρίς τη δέουσα έρευνα για την ευχέρεια αποπληρωμής τους (Πικής, Κραμβής και Νικολάου 2013:163).

Σύμφωνα με τον Ζένιο, τρεις λόγοι οδήγησαν στην κορύφωση της κρίσης. Πρώτος λόγος, η αδικαιολόγητη καθυστέρηση στο να ζητηθεί και να συμφωνηθεί πρόγραμμα βοήθειας με τους διεθνείς οργανισμούς. Δεύτερος λόγος, το ότι η Λαϊκή Τράπεζα αφέθηκε «στον αναπνευστήρα μέχρι τις εκλογές» με αποτέλεσμα να απορροφήσει κρατική στήριξη 1,8 δις ευρώ και να συσσωρεύσει ELA 9,2 δις ευρώ. Και τρίτος, το ότι οι ανάγκες των τραπεζών, που υπολογίστηκαν με βάση τη μελέτη της PIMCO ανέρχονταν σε 5,7 δις ευρώ, σε αντίθεση με άλλες εκτιμήσεις που ήθελαν τις ανάγκες του κυπριακού τραπεζικού συστήματος να κυμαίνονται μεταξύ 648 εκατ. και 2,4 δις ευρώ.

Ο μεγάλος τραπεζικός τομέας, που είχε εξυπηρετήσει καλά την Κύπρο μέχρι πρόσφατα, μετά από τα πιο πάνω γεγονότα οδηγήθηκε σε κατάρρευση, τόσο εξαιτίας της «ύβρης των κυπριακών τραπεζών να συγκεντρώσουν σημαντικούς κινδύνους του αποθεματικού τους σε ομόλογα του ελληνικού δημοσίου» (Ζένιος 2013:5), όσο και εξαιτίας της ολιγοψυχίας του κράτους να ζητήσει βοήθεια. Με αποτέλεσμα το πρωτοφανές πείραμα της Τρόικας με το κούρεμα καταθέσεων στις δύο μεγαλύτερες και συστημικά σημαντικές κυπριακές τράπεζες, τη Λαϊκή Τράπεζα και την Τράπεζα Κύπρου. Έτσι, η εμπιστοσύνη του κοινού προς το τραπεζικό σύστημα χάθηκε και ενδεχομένως πλήγηκε και η συνολική εικόνα της χώρας.

2.2 Ερευνητικά ερωτήματα

Κατά την συγκρότηση του θεωρητικού πλαισίου τέθηκαν γενικά ερευνητικά ερωτήματα αναφορικά με τη συνολική εικόνα ενός βαλλόμενου οικονομικού κλάδου σε σχέση με την κρίση, τη συνολική εικόνα μιας χώρας της οποίας ο σημαντικός οικονομικός κλάδος υφίσταται κρίση, καθώς και το κατά πόσο αλληλεπιδρούν οι δύο εικόνες.

Μετά από την καταγραφή των ιδιαιτεροτήτων της περιπτώσιολογίας τα ερωτήματα αυτά εξειδικεύονται, ώστε να εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά που αποδίδονται από τα διεθνή ΜΜΕ στον τραπεζικό τομέα της Κύπρου αλλά και στην ίδια τη χώρα, πριν, κατά τη διάρκεια κορύφωσης και μετά από την τραπεζική κρίση.

Κεντρικό ερώτημα: Πως η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου αλληλεπιδρά με τη διεθνή εικόνα της Κύπρου εξαιτίας της οικονομικής κρίσης;

Για να απαντηθεί το ερώτημα αυτό, είναι απαραίτητη η διερεύνηση μιας σειράς από επιμέρους ερωτήματα. Τα δύο πρώτα αφορούν την διαχρονική εξέλιξη της εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου σε σχέση με την κρίση.

Ερευνητικό Ερώτημα 1: Ποία είναι η συνολική εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου πριν από την κρίση;

Ερευνητικό Ερώτημα 2: Πως εξελίσσεται η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου σε σχέση με την τραπεζική κρίση;

Υπόθεση εργασίας 1: Ο τραπεζικός τομέας της Κύπρου μετά από την κρίση παρουσιάζεται αρνητικά.

Στη συνέχεια τα δύο επόμενα ερωτήματα συγκροτούνται με την ίδια λογική, σχετικά με την εικόνα του άλλου πολιτικού υποκειμένου τα οποίο αναλύουμε: την εικόνα της Κύπρου και την διαχρονική εξέλιξη της σε σχέση με την κρίση.

Ερευνητικό Ερώτημα 3: Ποια είναι η συνολική εικόνα της Κύπρου πριν από την κρίση;

Ερευνητικό Ερώτημα 4: Πως εξελίσσεται η εικόνα της Κύπρου σε σχέση με την τραπεζική κρίση;

Υπόθεση Εργασίας 2: Ο τραπεζικός τομέας της Κύπρου επηρεάζει την συνολική εικόνα της χώρας

Υπόθεση Εργασίας 3: Η αρνητική εικόνα του τραπεζικού τομέα διαχέεται στη συνολική εικόνα της Κύπρου.

Καθώς στο επίπεδο της πραγματικής οικονομίας και πολιτικής, η κρίση του τραπεζικού τομέα της Κύπρου μετατρέπεται σε κρίση της ίδιας της Κύπρου, ποια είναι η μεταβολή που υφίσταται στις εικόνες των δύο υποκειμένων: του τραπεζικού τομέα και της ίδιας της Κύπρου. Για να ελεγχθεί αποτελεσματικά η διάσταση της Επίδρασης της Χώρας Προέλευσης, που τίθενται κατά την συγκρότηση του θεωρητικού πλαισίου, πρέπει να διερευνηθεί η διαδικασία μεταφοράς εικόνας από ένα πολιτικό υποκείμενο, σε ένα άλλο, όπως προκύπτει από την αναγνώριση της επίδρασης της εταιρικής εικόνας πάνω στη συνολική εικόνα ενός κράτους. Για τον λόγο αυτό, κρίνεται αναγκαίο, αφού εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά της εταιρικής εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου, να διερευνηθεί ποια από αυτά τα χαρακτηριστικά μεταβιβάζονται στη συνολική εικόνα της χώρας και σε πιο βαθμό την επηρεάζουν.

Ερευνητικό Ερώτημα 5: Κατά τη διάρκεια της κρίσης, η εικόνα του τραπεζικού τομέα επηρεάζει τη διεθνή εικόνα της Κύπρου και σε ποιο βαθμό;

Ερευνητικό Ερώτημα 6: Εάν η εικόνα του τραπεζικού τομέα επηρεάζει τη διεθνή εικόνα της Κύπρου, ποια είναι τα στοιχεία της εικόνας που μεταβιβάζονται από το ένα πολιτικό υποκείμενο στο άλλο;

Ερευνητικό Ερώτημα 7: Με ποιο τρόπο γίνεται η μεταφορά της αρνητικής εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου πάνω στην συνολική εικόνα της χώρας;

Κεφάλαιο 3: Η Μεθοδολογία της έρευνας

Εισαγωγή

Η παρούσα έρευνα μελετά τη δημοσιογραφικά διαμεσολαβούμενη εικόνα, τόσο του τραπεζικού τομέα της Κύπρου όσο και της ίδιας της χώρας πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την τραπεζική κρίση στην Κύπρο, με τη μεθοδολογία της ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης περιεχομένου. Αναλύεται με συστηματικό τρόπο το δευτερογενές υλικό τεσσάρων ειδησεογραφικών οργανισμών, του BBC, του CNN, του FOX και του Al Jazeera, από την 01.01.2012 μέχρι και την 31.12.2013. Μονάδα ανάλυσης ορίστηκε ολόκληρο το ηλεκτρονικό δημοσίευμα που αφορά την Κύπρο.

Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά κάθε έκαστου ηλεκτρονικού δημοσιεύματος μετατράπηκαν σε αριθμητικά στοιχεία, με τη βοήθεια ενός ερευνητικού εργαλείου, του πρωτόκολλου κωδικοποίησης, ενώ ακολούθησε η στατιστική ανάλυσή τους. Το πρωτόκολλο κωδικοποίησης συγκροτήθηκε από τυπολογικά συστήματα, τα οποία είτε προήλθαν από άλλες προγενέστερες μελέτες, είτε δημιουργήθηκαν από τα ίδια τα προς ανάλυση εμπειρικά δεδομένα, με τη διαδικασία της κατασκευής της εμπειρικά θεμελιωμένης τυπολογίας (grounded theory).

Ακολουθεί το πρωτόκολλο κωδικοποίησης αναλυτικά, με επεξηγήσεις σχετικά με την κάθε μεταβλητή, καθώς και παραδείγματα όπως παρουσιάστηκαν στο δείγμα, με βάση το οποίο διενεργήθηκε η έρευνα.

Προκειμένου να διασφαλιστεί η εγκυρότητα των αποτελεσμάτων της έρευνας και η μέγιστη δυνατή αξιοπιστία μεταξύ των κωδικοποιητών, διενεργήθηκε πειραματική κωδικοποίηση ίδιων κειμένων από τους δύο κωδικοποιητές σε συνολικό δείγμα 110 κειμένων με ποσοστό σύγκλισης 90%.

Η παρούσα έρευνα παρουσιάζει περιορισμούς διότι παρόλο που η επιλογή των τεσσάρων ειδησεογραφικών οργανισμών καλύπτει ένα μεγάλο μέρος των δημοσιεύσεων, εντούτοις η αντιπροσωπευτικότητα τους δεν είναι απόλυτη.

3.1 Η Έρευνα

Η εικόνα εξετάζεται σε τρία επίπεδα, στο επίπεδο της στρατηγικά προβαλλόμενης εικόνας από το υποκείμενο, για παράδειγμα από ένα κράτος ή οργανισμό, στο επίπεδο της δημοσιογραφικά διαμεσολαβούμενης εικόνας, της προβαλλόμενης δηλαδή εικόνας από τα ΜΜΕ και τέλος στο επίπεδο της προσλαμβανόμενης εικόνας από τον δέκτη⁶⁵. Η προσέγγιση σε διαφορετικές διαστάσεις της εικόνας προϋποθέτει και διαφορετική ερευνητική μεθοδολογία. Για την ανάλυση της προσλαμβανόμενης εικόνας χρησιμοποιείται ανάλυση στάσεων και αντιλήψεων της κοινής γνώμης, είτε με ποιοτική μορφή με ομάδες εστίασης ή με συνεντεύξεις με ανοικτές ερωτήσεις και ημιδομημένο ερωτηματολόγιο, είτε με ποσοτική μορφή μέσω συνεντεύξεων με δομημένο ερωτηματολόγιο και κλειστές ερωτήσεις. Αντίθετα η ανάλυση της προβαλλόμενης εικόνας, είτε σε μηνύματα στρατηγικής επικοινωνίας είτε σε μηνύματα στα μέσα ενημέρωσης χρησιμοποιείται μεθοδολογία ανάλυσης περιεχομένου (ποιοτική ή ποσοτική ανάλυση).

Η παρούσα ανάλυση εστιάζεται στο δεύτερο επίπεδο, ώστε να εξεταστούν τα μηνύματα με βάση τα οποία διαμορφώνονται οι στάσεις του κοινού, απέναντι στη χώρα. Η διαμεσολαβούμενη εικόνα μιας χώρας από τα ΜΜΕ, είναι μια από τις σημαντικότερες πηγές προβολής, σηματοδοτώντας στη διεθνή κοινή γνώμη την ύπαρξη κρίσης (Σαμαράς 2014). Εφόσον σε περιόδους κρίσης παρατηρείται διαδικασία αλλαγής εικόνας, άρα θα πρέπει να μελετηθεί η μορφή που έχουν τα μηνύματα τα οποία έχουν παραχθεί από τις συνθήκες της κρίσης, σε σχέση με τα οποία επαναδιαμορφώνονται οι προσλαμβανόμενες εικόνες από το κοινό. Η έρευνα αναλύει με συστηματικό τρόπο το δευτερογενές υλικό τεσσάρων ειδησεογραφικών οργανισμών, σχετικά με την Κύπρο. Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε είναι η ανάλυση περιεχομένου, μια διαδικασία κατηγοριοποίησης που επιτρέπει τη μετατροπή δευτερογενούς υλικού ποιοτικής φύσης, σε ποσοτικά δεδομένα (Κυριαζή, 2011:281).

Με την ποσοτική ανάλυση περιεχομένου, εξετάστηκαν οι υποθέσεις εργασίας και απαντήθηκαν τα ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία έχουν ανακύψει στον καθορισμό του θεωρητικού πλαισίου. Κατά τη συγκρότηση του πρωτοκόλλου κωδικοποίησης αφ' ενός χρησιμοποιήθηκαν προϋπάρχοντα τυπολογικά συστήματα από άλλες έρευνες, όπου αυτό

⁶⁵ Σαμαράς 2014, Σαμαράς και Ιορδανίδου 2014:225, Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012.

ήταν εφικτό, και όταν αυτό δεν ήταν κατασκευάστηκαν νέα τυπολογικά συστήματα ειδικά για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας με τη χρήση της εμπειρικής θεμελίωσης.

Η ποσοτική ανάλυση περιεχομένου χρησιμοποιείται και από άλλες μελέτες για την ανάλυση της εικόνας των κρατών (βλ. Σαμαράς 2009, Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012, Δογάνη 2013), ενώ για την περίπτωση της Κύπρου συγκεκριμένα τρεις μελέτες⁶⁶. Η πρώτη έρευνα (Ιορδανίδου, Σαμαράς και Δημητρίου 2013) αφορά την εικόνα της Κύπρου σε στον αγγλικό, ελλαδικό και τουρκικό τύπο τον Ιούνιο του 2012. Χρονικά, η έρευνα διεξάγεται πριν από το ξέσπασμα της τραπεζικής κρίσης στην Κύπρο, με τα αποτελέσματα να δείχνουν την αξιολόγηση της εικόνας της Κύπρου αρνητική. Η έμφαση της θεματολογίας είναι στην οικονομία και τη οικονομική κρίση, με περιορισμένες αναφορές στο κυπριακό ζήτημα.

Η δεύτερη έρευνα (Σαμαράς κ.α. 2013) αφορά την εικόνα της Κύπρου σε δύο ελλαδικές εφημερίδες (Τα Νέα και Αυγή) τον Μάρτιο του 2013. Η έρευνα πραγματοποιείται κατά την κορύφωση της οικονομικής κρίσης στην Κύπρο. Παρατηρείται υψηλή ειδησεογραφική κάλυψη με την οικονομική κρίση να πλαισιώνει κάθε είδηση που αφορά την Κύπρο, ενώ υπάρχει έντονα αρνητική αξιολόγηση, εξαιτίας της έντασης των προβλημάτων που αντιμετωπίζει η χώρα.

Η τρίτη έρευνα (Samaras, Anastasiadou και Loukopolou 2014) αφορά την εικόνα της Κύπρου στους ιστότοπους ενός αγγλικού (BBC) και δύο αμερικάνικων δικτύων (CNN και FOX) από τις 28 Μαρτίου 2013 έως τις 30 Σεπτεμβρίου 2013. Η έρευνα διενεργείται μετά την λήξη της φάσης κορύφωσης της τραπεζικής κρίσης. Παρόλο που παρατηρείται άμβλυνση ορισμένων αρνητικών στοιχείων στην εικόνα της Κύπρου, εντούτοις η αξιολόγηση της εικόνας της Κύπρου είναι αρνητική ακόμα και μετά την κρίση, αφού παρουσιάζεται ως χώρα που βιώνει και δημιουργεί προβλήματα.

Η παρούσα έρευνα, αντλεί μεθοδολογικά εργαλεία από τις προαναφερθείσες έρευνες, αλλά και συμπληρώνει την υπάρχουσα 'εργαλειοθήκη' με νέα ερμηνευτικά πλαίσια, τα οποία προκύπτουν από την ποιοτική ανάλυση των υπό εξέταση κειμένων, σχετικά με την απεικόνιση της οικονομικής κρίσης. Ερευνούνται οι τρεις περίοδοι, δηλαδή πριν από την κρίση, κατά τη διάρκεια της, αλλά και μετά από το τέλος της κορύφωσης της τραπεζικής

⁶⁶ Οι τρεις μελέτες παρουσιάζονται συνοπτικά στο Σαμαράς 2014:32-35.

κρίσης στην Κύπρο, ενώ εντοπίζονται και τα χαρακτηριστικά της εικόνας τριών ακόμα υποκειμένων της Κύπρου, της Μεμονωμένης Κυπριακής Τράπεζας, του Τραπεζικού Τομέα και της Κυπριακή Οικονομία.

3.2.1 Πλάνο Έρευνας: Χρονική Περίοδος και Πεδίο Εφαρμογής

Η παρούσα εργασία εστιάζει στην εξέταση του θέματος της κάλυψης της τραπεζικής κρίσης στην Κύπρο από τους διεθνείς ειδησεογραφικούς οργανισμούς για την χρονική περίοδο 01.01.2012 έως και τις 31.12.2013. Επιλέχθηκε η συγκεκριμένη περίοδος, ώστε να εντοπιστεί η στάση απέναντι στον τραπεζικό τομέα της Κύπρου αλλά και απέναντι στη χώρα, καθώς και τα στοιχεία της εικόνας των δύο αυτών πολιτικών υποκειμένων πριν από την κρίση, αλλά και για να ερευνηθεί η στάση απέναντι στο τραπεζικό σύστημα και την Κύπρο μετά από το κούρεμα καταθέσεων, ποια ήταν τα στοιχεία της εικόνας των δύο πολιτικών υποκειμένων κατά τη διάρκεια της κρίσης, καθώς και εάν γίνεται μεταφορά της εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου πάνω στη συνολική εικόνα της χώρας μετά από την κρίση και με ποιο τρόπο.

Το υλικό υπό ανάλυση αποτελείται από όλα τα ηλεκτρονικά άρθρα, κατά την πιο πάνω χρονική περίοδο δημοσιευμένα στην αγγλική γλώσσα, που προέρχονται από τέσσερις διεθνείς ειδησεογραφικούς οργανισμούς. Ως μονάδα κωδικοποίησης, ορίστηκε το ηλεκτρονικό δημοσίευμα που αναφέρεται στην Κύπρο. Κωδικοποιείται ολόκληρο το δημοσίευμα ως μια ενότητα νοήματος και όχι ένα μέρος του.

Επιλέχθηκαν συγκεκριμένα οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί BBC του Ηνωμένου Βασιλείου, το CNN και το FOX των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής και το Al Jazeera του Κατάρ, ώστε να εξακριβωθεί η διεθνής εικόνα της χώρας.

BBC

Το BBC με σκοπό να εμπλουτίσει τις ζωές του κοινού, με προγράμματα και υπηρεσίες που πληροφορούν, επιμορφώνουν και ψυχαγωγούν, δηλώνει ανεξάρτητος, αμερόληπτος και ειλικρινείς οργανισμός⁶⁷ παροχής ειδήσεων, με έδρα του το Λονδίνο. Το κοινό του, που φτάνει τα 230 εκατομμύρια παγκοσμίως⁶⁸, μπορεί να βασίζεται στο BBC για μετάδοση διεθνών ειδήσεων υψηλής ποιότητας. Δηλωμένος του στόχος είναι και η ενίσχυση της

⁶⁷ http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whoweare/mission_and_values

⁶⁸ <http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whoweare/publicpurposes/world.html>

ευαισθητοποίησης και η κατανόηση διεθνών θεμάτων στο κοινό του Ηνωμένου Βασιλείου. Από την επίσημη ιστοσελίδα του οργανισμού <http://www.bbc.com>, κωδικοποιήθηκαν όλα τα άρθρα με αναφορά στην Κύπρο, από την 1^η Ιανουαρίου 2012 μέχρι και την 31^η Δεκεμβρίου 2013.

CNN

Η διεθνής ηλεκτρονική έκδοση του CNN, ενημερώνεται συνεχώς ώστε να προσφέρει στο κοινό τις τελευταίες εξελίξεις για ειδήσεις απ' όλο τον κόσμο. Παράγεται από το προσωπικό που βρίσκεται στο Λονδίνο και στο Χονγκ Κόνγκ, σε συνεργασία με δημοσιογράφους στα κεντρικά γραφεία του CNN στην Ατλάντα, ενώ διαθέτει γραφεία σε όλο τον κόσμο. Η ιστοσελίδα του <http://edition.cnn.com> στηρίζεται στην παγκόσμια ομάδα του CNN που απαριθμεί περισσότερους από τέσσερις χιλιάδες επαγγελματίες ειδήσεων⁶⁹. Από την πιο πάνω επίσημη ιστοσελίδα του CNN κωδικοποιήθηκαν όλα τα ηλεκτρονικά άρθρα με αναφορά στην Κύπρο, από την 1^η Ιανουαρίου 2012 μέχρι και την 31^η Δεκεμβρίου 2013.

FOX

Η FOX News Channel, είναι μια 24ωρη ειδησεογραφική υπηρεσία που στοχεύει στη άμεση ενημέρωση του κοινού με έκτακτες ειδήσεις, καθώς και πολιτικές και επιχειρηματικές ειδήσεις. Ανήκει στην 21st Century Fox και είναι διαθέσιμη σε περισσότερα από 90 εκατομμύρια σπίτια. Βρίσκεται ανάμεσα στα πρώτα πέντε καλωδιακά δίκτυα των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής⁷⁰. Η ιστοσελίδα της, <http://www.foxnews.com> μεταξύ άλλων προσφέρει κάλυψη των σημαντικότερων γεγονότων ανά το παγκόσμιο και για αυτό τον λόγο επιλέχθηκε για την παρούσα έρευνα. Από την πιο πάνω ιστοσελίδα κωδικοποιήθηκαν όλα τα ηλεκτρονικά άρθρα, με αναφορά στην Κύπρο από την 1^η Ιουνίου 2012 μέχρι και την 31^η Δεκεμβρίου 2013.

Al Jazeera

Το Al Jazeera English, είναι ένα διεθνές ειδησεογραφικό κανάλι που εδρεύει στην Ντόχα, Κατάρ. Διαθέτει περισσότερα από εξήντα γραφεία σε όλο τον κόσμο, που εκτείνονται σε έξι διαφορετικές ηπείρους. Ιδρύθηκε το 2006 και μέχρι το 2012 μετέδιδε σε πάνω από 250 εκατομμύρια σπίτια σε 130 χώρες. Αποτελεί μέρος του Al Jazeera Network, το οποίο

⁶⁹ <http://edition.cnn.com/about>

⁷⁰ <http://careers.foxnews.com/about>

ξεκίνησε ως το πρώτο ανεξάρτητο ειδησεογραφικό κανάλι στον αραβικό κόσμο⁷¹. Το Al Jazeera English έχει κερδίσει πολλά βραβεία και επαίνους⁷², μεταξύ άλλων το RTS News Channel of the Year⁷³ και το Freesat Best News Channel το 2012, το Columbia Journalism Award⁷⁴ και το George Polk Award το 2011⁷⁵ και το DuPont Award⁷⁶ το 2012. Για τον σκοπό της παρούσας έρευνας κρίθηκε αναγκαίο όπως συμπεριληφθούν όλα τα άρθρα του Al Jazeera English, από την επίσημη ιστοσελίδα του καναλιού, <http://www.aljazeera.com> με αναφορά στην Κύπρο, λόγω της σπουδαιότητας του καναλιού για την ευρύτερη περιοχή, από την 1^η Ιανουαρίου 2012 μέχρι και την 31^η Δεκεμβρίου 2013.

3.2.2 Πλάνο Έρευνας: Διαδικασία διαμόρφωσης πρωτοκόλλου κωδικοποίησης

Το πρωτόκολλο κωδικοποίησης αποτελεί ένα ερευνητικό εργαλείο, με το οποίο τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του κειμένου μετατρέπονται σε αριθμητικά στοιχεία, με βάση τα οποία απαντώνται τα ερευνητικά ερωτήματα. Το πρωτόκολλο κωδικοποίησης συγκροτείται από τυπολογικά συστήματα, κάθε ένα εκ των οποίων παραμετροποιεί μια από τις μεταβλητές που είναι απαραίτητες για την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων. Η παραμετροποίηση των μεταβλητών γίνεται με βάση τυπολογικά συστήματα, τα οποία είτε προέρχονται από άλλες προγενέστερες μελέτες είτε παράγονται από τα ίδια τα προς ανάλυση εμπειρικά δεδομένα, με τη διαδικασία της κατασκευής της εμπειρικά θεμελιωμένης τυπολογίας (grounded theory).

Προτιμάται η ένταξη προϋπαρχόντων τυπολογικών συστημάτων, διότι η εγκυρότητα και αποτελεσματικότητά τους έχει αποδειχθεί στην πράξη από άλλους ερευνητές, ενώ η προγενέστερη χρήση τους έχει δημιουργήσει δεδομένα με βάση τα οποία μπορούν να συγκριθούν τα αποτελέσματα των μετρήσεων αυτής της εργασίας. Ωστόσο, η χρήση τους δεν είναι πάντα εφικτή, αφού υπάρχουν διαστάσεις της έρευνας οι οποίες δεν έχουν αντιμετωπιστεί από προηγούμενες έρευνες και συνεπώς δεν υπάρχουν τα κατάλληλα εργαλεία. Για τον λόγο αυτό έχει γίνει ποιοτική έρευνα, ώστε να κατασκευαστούν τα απαιτούμενα τυπολογικά συστήματα.

⁷¹ <http://www.aljazeera.com/aboutus/2006/11/2008525185555444449.html>

⁷² <http://www.aljazeera.com/pressoffice/2012/04/2012416161854868952.html>

⁷³ <http://www.aljazeera.com/news/europe/2012/02/201222335857553595.html>

⁷⁴ <http://www.journalism.columbia.edu/page/70-columbia-journalism-award/899>

⁷⁵ <http://www.liu.edu/About/News/Polk/Previous>

⁷⁶ <http://www.journalism.columbia.edu/page/412-past-dupont-award-winners/594>

Επίσης, ποιοτική έρευνα έχει χρησιμοποιηθεί και κατά την διάρκεια της μεταφοράς έτοιμων τυπολογικών συστημάτων από άλλες έρευνες. Σε αυτές τις περιπτώσεις η έρευνα, με τη μορφή της αναζήτησης τυπικών και οριακών παραδειγμάτων κάθε κατηγορίας, μείωσε τη ρευστότητα των τυπολογιών, ενώ αποσαφηνίστηκαν τυχόν ασάφειες από την ερευνήτρια.

Έτοιμες τυπολογίες έχουν αντληθεί από τα πρωτόκολλα κωδικοποίησης: (α) «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012), (β) «Εικόνα των ΗΠΑ στον Ελληνικό τύπο» (Σαμαράς 2009) και (γ) «Φόβος, Ρίσκο και Απειλή στην Κρατική Εικόνα» (Δογάνη 2013, Dogani και Samaras 2014).

Οι τυπολογίες αντλήθηκαν από τα πρωτόκολλα κωδικοποίησης κατόπιν ρητής άδειας των δημιουργών τους, οι οποίοι και έχουν τα αποκλειστικά δικαιώματα της χρήσης τους. Κατά την περιγραφή του πρωτοκόλλου κωδικοποίησης γίνεται ρητή αναφορά για την πηγή της κάθε τυπολογίας.

Αναφορικά με τις τυπολογίες που παράχθηκαν με τη διαδικασία της εμπειρικής θεμελίωσης για τις ανάγκες αυτής της έρευνας τα δικαιώμα χρήσης τους σε άλλες έρευνες εκχωρείται μόνο κατόπιν έγγραφης άδειας της ερευνήτριας.

Σε μια ανάλυση κατά την οποία διερευνάται η διαλεκτική ανάμεσα στις εικόνες πολιτικών υποκειμένων, το πρωταρχικό ζήτημα που τίθεται είναι κατά πόσο τα υποκείμενα αυτά έχουν διακριτές έννοιες. Αυτό το ερώτημα είναι κρίσιμο για την παρούσα ανάλυση, δεδομένου ότι η Κύπρος ως εύρος εμπειριών και ως έννοια είναι υπερκείμενη του τραπεζικού τομέα της Κύπρου. Η ποιοτική ανάλυση κατέδειξε αφενός ότι οι εικόνες των δύο υποκειμένων είναι ευκρινώς διακριτές ώστε να μπορεί να διενεργηθεί η ανάλυση και αφετέρου ότι υπάρχουν τέσσερα διαφορετικά υποκείμενα με διακριτές εικόνες: 'Κύπρος', 'Κυπριακή Οικονομία', 'Τραπεζικός Τομέας Κύπρου' και η εικόνα των 'Κυπριακών Τραπεζών'.

Παρότι κλιμακωτά η κάθε μία έννοια είναι υπερκείμενη της άλλης και την εμπεριέχει ως εμπειρία και περιεχόμενο, στο πλαίσιο της συγκεκριμένης περιπτώσιολογίας έχει διακριτά διαφορετική εικόνα. Εντοπίστηκαν έτσι τα χαρακτηριστικά της εικόνας των τεσσάρων υποκειμένων ξεχωριστά καθώς και τα μέρη τους και καθορίστηκαν τα πλαίσια με βάση τα

οποία έγινε η κωδικοποίηση τους. Οι όροι που κινητοποιήσαν την αναφορά σε κάθε υποκείμενο ήταν:

(α) το υποκείμενο Κυπριακή Τράπεζα κωδικοποιείται από αναφορές στην εικόνα της Τράπεζας Κύπρου (Bank of Cyprus), της Λαϊκής Τράπεζας (Laiki Popular Bank), της Ελληνικής Τράπεζας (Hellenic Bank) και των Συνεργατικών Πιστωτικών Ιδρυμάτων (Cooperative banks).

(β) Ο Τραπεζικός Τομέας Κύπρου, κωδικοποιείται από αναφορές σε τράπεζα/τράπεζες (bank/banks), σε τραπεζικό τομέα (bank sector), σε τραπεζικό σύστημα (bank system), σε χρηματοπιστωτικό τομέα (financial sector), σε χρηματοπιστωτικό σύστημα (financial system), καθώς και σε αναφορές σε μέρη του υποκειμένου όπως καταθέτες (depositors) και αποταμιευτές (savers).

(γ) Η Κυπριακή Οικονομία, κωδικοποιείται από αναφορές σε οικονομία (economy) και αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας (credit rating).

(δ) Η Κύπρος, κωδικοποιείται από την αναφορά στην ίδια τη χώρα/Κύπρος (Cyprus) και από μέρη του υποκειμένου όπως οι πολίτες (people, citizens).

Ακολούθως εξετάστηκε η συνολική στάση του κειμένου απέναντι στα τέσσερα υποκείμενα ξεχωριστά, η οποία κωδικοποιήθηκε με τη χρήση μιας πενταβάθμιας κλίμακας, όπου οι ήπιες αξιολογικές κρίσεις λάμβαναν την τιμή +1 ή -1 ανάλογα με το εάν ήταν θετικές ή αρνητικές, ενώ οι έντονες αξιολογικές κρίσεις με -2 ή +2. Όταν υπήρχε ταυτόχρονα θετική και αρνητική αξιολογική κρίση στο ίδιο κείμενο τότε εξισορροπούνταν με ουδέτερο αξιολογικό φορτίο (0)⁷⁷. Η συγκεκριμένη τυπολογία αντλήθηκε από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012).

Σημαντική μεταβλητή είναι αυτή που καθορίζει τον βαθμό διασύνδεσης της εικόνας των κυπριακών τραπεζών με την εικόνα της Κύπρου. Η διασύνδεση μεταξύ των δύο

⁷⁷ Ως αξιολογικό φορτίο ενός θέματος ορίζουμε το ποσοστό των άρθρων που φέρουν αξιολόγηση (θετική ή αρνητική). Ο δείκτης προκύπτει από στατιστική επεξεργασία του δείκτη που εξετάζει την αξιολόγηση της χώρας. Ο μέσος όρος λειτουργεί ως δείκτης αξιολογικού φορτίου ή έντασης αξιολόγησης (πηγή: Σαμαράς 2009:468).

υποκειμένων μπορεί να είναι τέτοια που να οδηγεί σε ταύτιση, σε ισχυρή διασύνδεση, σε μέτρια και σε χαμηλή διασύνδεση.

Για να επιτευχθεί η ταύτιση το ένα υποκείμενο θα πρέπει να έχει μια έντονα συνδεδεμένη σχέση με το άλλο, όπου η Κύπρος ισοδυναμεί με τις τράπεζες, με αποτέλεσμα τα δύο υποκείμενα να παρουσιάζονται ως ένα. Για την ισχυρή διασύνδεση των δύο υποκειμένων θα πρέπει η κατάσταση στο ένα να επηρεάζει άμεσα το άλλο, να υπάρχει μια αλληλένδετη σχέση αλλά να είναι δύο ξεχωριστά υποκείμενα.

Η μέτρια διασύνδεση της εικόνας των τραπεζών με την εικόνα της χώρας, ορίζεται είτε ως οι συνέπειες που μπορεί να έχουν οι ενέργειες του τραπεζικού τομέα πάνω σε μέρος του υποκειμένου 'Κύπρος', όπως για παράδειγμα στους πολίτες, είτε όταν ο τραπεζικός τομέας υπόκειται σε κρατική εξουσία.

Και τέλος, χαμηλή διασύνδεση συναντούμε στις περιπτώσεις όπου η σχέση μεταξύ των υποκειμένων είναι ελάχιστη έως μηδαμινή. Αυτή η τυπολογία αντλήθηκε από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Εικόνα των ΗΠΑ στον Ελληνικό τύπο» (Σαμαράς 2009).

Ακόμα μια σημαντική μεταβλητή είναι αυτή που εξετάζει το κατά πόσο μεταφέρονται στοιχεία της εικόνας κάθε υποκειμένου, πάνω σε κάθε άλλο και από ποια φορά. Εξετάζεται δηλαδή εάν μεταφέρονται χαρακτηριστικά της εικόνας μιας συγκεκριμένης τράπεζας πάνω στον τραπεζικό τομέα, πάνω στην κυπριακή οικονομία ή πάνω στην εικόνα της Κύπρου με κανονική φορά ή ανάστροφη κ.ο.κ.

Η τυπολογία αυτή προκύπτει μέσα από την ποιοτική έρευνα που διενεργήθηκε, με σκοπό να κατασκευαστεί ένα νέο τυπολογικό σύστημα. Η διάσταση της ανάστροφης φοράς δεν είχε αντιμετωπιστεί από καμιά προγενέστερη έρευνα, ώστε να υπάρχει το κατάλληλο εργαλείο, έτσι κατασκευάστηκε για την παρούσα έρευνα. Παρόλα αυτά, η λογική της στηρίζεται σε μια τυπολογία η οποία εξετάζει τη μεταφορά ανάμεσα στον πρόεδρο Μπους και την εικόνα των ΗΠΑ από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Εικόνα των ΗΠΑ στον Ελληνικό τύπο» (Σαμαράς 2009).

Αναλυτικά ακολουθεί το πρωτόκολλο κωδικοποίησης, οι επεξηγήσεις σχετικά με την κάθε μεταβλητή, καθώς και παραδείγματα όπως παρουσιάστηκαν στο δείγμα, με βάση το οποίο διενεργήθηκε η έρευνα.

3.3 Πρωτόκολλο Κωδικοποίησης

Οι μεταβλητές που υιοθετήθηκαν αφορούσαν τα πιο κάτω στοιχεία:

1. Μέσο Ενημέρωσης

Το δείγμα περιλαμβάνει όλα τα άρθρα από τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς BBC, CNN, FOX και Al Jazeera που αφορούν την Κύπρο.

2. Ημερομηνία

Μια βασική παράμετρος στην έρευνα είναι αυτή του χρόνου. Η μεταβλητή αυτή επιτρέπει τη διαχρονική ανάλυση και μέσω της διαχρονικής ανάλυσης εξετάζεται η επίδραση της κρίσης στην εξέλιξη των μεγεθών. Οι ημερομηνίες δημοσίευσης των ειδήσεων είναι από την 01.01.2012 μέχρι και την 31.12.2013. Η καταγραφή των ημερομηνιών γίνεται ανά ημέρα. Στη συνέχεια κατά τη στατιστική επεξεργασία γίνεται συνάθροιση κατηγοριών και δημιουργούνται δύο νέες μεταβλητές: συνάθροιση στοιχείων ανά μήνα και συνάθροιση σε σχέση με την κρίση ανά τρεις περιόδους: πριν από την κρίση από 01.01.2012 μέχρι τις 28.02.2013, κατά τη διάρκεια της κρίσης δηλαδή από την 01.03.2013 μέχρι την 30.04.2013 και μετά από την κορύφωση της κρίσης από την 01.05.2013 μέχρι και την 31.12.2013.

3. Αύξων αριθμός για κάθε άρθρο

Ο αύξων αριθμός για κάθε άρθρο είναι ένας οκταψήφιος αριθμός που σχηματίζεται ώστε να μπορεί ο κωδικοποιητής να ανατρέχει στα στοιχεία.

4. Μέγεθος Κειμένου

Η μεταβλητή αυτή επιτρέπει να εξεταστεί το μέγεθος του δημοσιεύματος, εφόσον το μέγεθος το οποίο αφιερώνει κάθε οργανισμός στο κείμενο, είναι ανάλογο με τη σημαντικότητα που του δίνει. Η μεταβλητή παίρνει τιμές ως εξής: 1. Μικρό κείμενο μέχρι 350 λέξεις, 2. Μεσαίο κείμενο από 351 - 950 λέξεις και 3. Μεγάλο κείμενο από 951 έως N [...] λέξεις.

5. Τύπος Δημοσιεύματος

Η τυπολογία αυτή χρησιμοποιείται και στα τρία πρωτόκολλα κωδικοποίησης από τα οποία αντλεί τυπολογικά συστήματα η παρούσα έρευνα. (Σαμαράς 2009, Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012, Δογάνη 2013, Dogani και Samaras 2014). Η μεταβλητή αυτή

εξετάζει το είδος του δημοσιεύματος και λαμβάνει τις εξής τιμές: 1. Ανταπόκριση ή Ρεπορτάζ, 2. Σχολιασμός ή Άρθρα γνώμης και 3. Συνέντευξη.

6. Τόνος Κειμένου

Η τυπολογία αυτή χρησιμοποιείται και στα τρία πρωτόκολλα κωδικοποίησης από τα οποία αντλεί τυπολογικά συστήματα η παρούσα έρευνα. (Σαμαράς 2009, Ιορδανίδου Σαμαράς 2012, Δογάνη 2013, Dogani και Samaras 2014). Η μεταβλητή αυτή εξετάζει ποιος καθορίζει τον τόνο στην κάθε είδηση. Η μεταβλητή λαμβάνει τις εξής τιμές: 1. Τον συγγραφέα του άρθρου, 2. Τις πηγές της είδησης και 3. Τη δυναμική των γεγονότων.

7. Αναφορά Κύπρου σε Τίτλο

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Η μεταβλητή εξετάζει εάν η Κύπρος αναφέρεται στον τίτλο ή στον υπότιτλο του κειμένου. Η αναφορά μιας χώρας στον τίτλο ενός δημοσιεύματος είναι στοιχείο σημαντικότητας της αναφοράς, το οποίο πρέπει να καταγράφουμε. Παίρνει τις τιμές:

1 = Εμφανίζεται το όνομα της Κύπρου στον τίτλο ή στον υπότιτλο.

2 = Εμφανίζεται το όνομα του προέδρου της Κυπριακής Δημοκρατίας ή της πρωτεύουσας (Λευκωσία) ή επιθετικός προσδιορισμός (Κυπριακό) αλλά όχι το όνομα της χώρας στον τίτλο ή στον υπότιτλο.

3 = Εμφανίζεται άλλο δρών υποκείμενο που να συνδέεται με την Κύπρο αλλά χωρίς τον επιθετικό προσδιορισμό Κυπριακό ή Ελληνοκυπριακό

4 = Δεν αναφέρεται το όνομα της Κύπρου ή κάποιος επιθετικός προσδιορισμός, όπως Κυπριακό ή το όνομα αξιωματούχου στον τίτλο ή στον υπότιτλο

8. Αναφορά Κυπριακών τραπεζών σε Τίτλο

Η μεταβλητή αυτή αποτελεί προσαρμογή της μεταβλητής 7 σε σχέση με διαφορετικό υποκείμενο: τις Κυπριακές Τράπεζες. Εξετάζεται εάν κυπριακή τράπεζα αναφέρεται στον τίτλο ή στον υπότιτλο του κειμένου. Παίρνει τιμές:

1 = Εμφανίζεται το όνομα της Τράπεζας στον τίτλο ή στον υπότιτλο.

2 = Εμφανίζεται γενικά το τραπεζικό σύστημα χωρίς το όνομα της Τράπεζας στον τίτλο ή στον υπότιτλο.

3 = Δεν εμφανίζεται το όνομα της τράπεζας ή γενικότερα του τραπεζικού τομέα στον τίτλο ή στον υπότιτλο.

9. Κεντρικότητα Αναφοράς Κύπρου

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Εξετάζεται πόσο σημαντική είναι η Κύπρος στο δημοσίευμα. Η μεταβλητή παίρνει τιμές:

1 = Η Κύπρος αποτελεί το κεντρικό θέμα του άρθρου.

2 = Η Κύπρος είναι σημαντικός δράστης χωρίς να είναι κεντρικό θέμα.

3 = Περιφερειακή αναφορά στην Κύπρο.

10. Κεντρικότητα Αναφοράς Κυπριακών τραπεζών

Η μεταβλητή αυτή αποτελεί προσαρμογή της μεταβλητής 9 σε σχέση με διαφορετικό υποκείμενο: τις Κυπριακές Τράπεζες. Εξετάζεται πόσο σημαντικές είναι οι Κυπριακές Τράπεζες στο δημοσίευμα. Παίρνει τιμές:

1 = Ο τραπεζικός τομέας αποτελεί το κύριο στοιχείο του άρθρου.

2 = Ο τραπεζικός τομέας αποτελεί δευτερεύον στοιχείο του άρθρου.

3 = Υπάρχει απλή αναφορά στον τραπεζικό τομέα.

0 = Δεν υπάρχει αναφορά στον τραπεζικό τομέα

11. Κύριο Θέμα Ιστορίας

Εξετάζεται ποιο είναι το κύριο θέμα του κειμένου και κωδικοποιείται μέσα από 31 διαφορετικά θέματα. Η λίστα θεμάτων προέκυψε για τις ανάγκες της συγκεκριμένης έρευνας με τη διαδικασία της εμπειρικής θεμελίωσης. Τα θέματα στη λίστα εντάσσονται σε συνολικότερες θεματικές κατηγορίες (τομέας θεμάτων) οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για διαδικασίες συνάθροισης κατηγοριών.

Τομέας 1: Διακρατικές κινήσεις / σχέσεις

1. Κύπρου – ΕΕ
2. Κύπρου – Τουρκίας
3. Κύπρος – Ρωσία
4. Κύπρος – Ελλάδα
5. Κύπρος – Ηνωμένο Βασίλειο

Τομέας 2: Διεθνής Οικονομική Κρίση

6. Οικονομική κρίση στην Κύπρο
7. Οικονομική κρίση στην Ελλάδα

8. Οικονομική κρίση στην ΕΕ
9. Οικονομική κρίση στις χώρες PIGS
10. Οικονομική κρίση σε άλλη χώρα

Τομέας 3: Ενέργεια

11. Φυσικό Αέριο / Υδρογονάνθρακες
12. Πετρέλαιο
13. Άλλες μορφές ενέργειας

Τομέας 4: Θέματα Διεθνούς Πολιτικής

14. Κυπριακό
15. Τρομοκρατία
16. Άλλα ζητήματα Διεθνούς Πολιτικής
17. Συρία

Τομέας 5: Άλλα θέματα

18. Περιβάλλον
19. Μεταναστευτικό
20. Εγκληματικότητα
21. Τεχνολογία – Επιστήμη
22. Υγεία
23. Άλλα ζητήματα πολιτικής
24. Προϊόντα – Life Style
25. Κουλτούρα
26. Θρησκεία
27. Σπορ
28. Διάφορα / άλλα
29. Τουρισμός
30. Γενικά θέματα οικονομίας
31. Εκπαίδευση

Στις δύο επόμενες μεταβλητές εξετάζεται η διαλεκτική ενδοκρατικού και διακρατικού, το επίπεδο στο οποίο η ξένη χώρα (Κύπρος) και η χώρα των μέσων συναντώνται (Σαμαράς 2009, Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012).

12. Εστίαση του κειμένου στην Κύπρο

Η τυπολογία αυτή αποτελεί προσαρμογή της μεταβλητής που χρησιμοποιείται στο πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Εξετάζεται σε ποια διάσταση της κυπριακής πραγματικότητας αναφέρεται το κείμενο. Εξετάζεται τόσο η εμφάνιση όσο και η κυρίαρχη παρουσία. Η μεταβλητή παίρνει τιμές:

- 1 = Καταστάσεις που συμβαίνουν εκτός Κύπρου.
- 2 = Την θέση της Κύπρου στον Διεθνή χώρο.
- 3 = Καταστάσεις που συμβαίνουν εντός Κύπρου.

13. Συσχέτιση αναφορών στην Κύπρο με τη χώρα αναφοράς

Η τυπολογία αυτή αποτελεί προσαρμογή μεταβλητής που χρησιμοποιείται στο πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Εξετάζεται η σχέση της Κύπρου με τη χώρα από την οποία αντλούνται τα δημοσιεύματα, δηλαδή κατά πόσο οι καταστάσεις και τα γεγονότα στην Κύπρο επηρεάζουν τη χώρα αναφοράς και σε ποίο επίπεδο. Για τα κείμενα από το CNN και το FOX η χώρα αναφοράς είναι οι ΗΠΑ, για τα κείμενα του BBC είναι το Ηνωμένο Βασίλειο και για τα κείμενα που δημοσιεύονται στην ιστοσελίδα του Al Jazeera η χώρα αναφοράς είναι το Κατάρ. Η μεταβλητή παίρνει τιμές:

- 1 = Οι αναφορές στην Κύπρο σχετίζονται με το εσωτερικό της χώρας αναφοράς.
- 2 = Σχετίζονται με την διεθνή θέση της χώρας αναφοράς.
- 3 = Δεν σχετίζονται με την χώρα αναφοράς.

14. Ερμηνευτική πλαισίωση

Ακολούθως, για να εξυπηρετηθούν οι ερευνητικοί στόχοι της παρούσας εργασίας καθορίστηκαν οι ακόλουθες μεταβλητές, με βάση τις οποίες δίνεται η ερμηνευτική πλαισίωση των κειμένων, με τέσσερα υποκείμενα, την ‘Κυπριακή Τράπεζα’ (Bank of Cyprus, Laiki Popular Bank, Hellenic Bank, Cooperative banks), τον ‘Τραπεζικό Τομέα Κύπρου’ (bank/banks, bank sector, bank system, financial sector, financial system καθώς και μέρη του υποκειμένου όπως depositors και servers), την ‘Κυπριακή Οικονομία’ (economy, credit rating) και την ‘Κύπρο’ (Cyprus και μέρη του υποκειμένου όπως people, citizens).

14.1 Στρατηγικό Πλαίσιο

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Το υποκείμενο παρουσιάζεται σε όρους στρατηγικών κινήσεων και ενεργειών που αποσκοπούν στην εξυπηρέτηση των συμφερόντων του, οι οποίες γίνονται πάντα σε επίπεδο ηγεσιών. Στο πλαίσιο αυτό συναντούμε και το υποκείμενο Κυπριακή Τράπεζα όπως για παράδειγμα στο κείμενο 02032301: «*Republic of Cyprus holds 84 percent (of Laiki Bank) after a 1.8 billion euro bailout in June 2012*», αλλά κυρίως το υποκείμενο Κύπρος, εξαιτίας της στρατηγικής συμφωνίας του χρηματοδοτικού προγράμματος διάσωσης (financial bailout, international bailout) για παράδειγμα στο κείμενο 02032402: «*Cypriot President Nicos Anastasiades and his finance minister were meeting with representatives of the troika of international creditors -the International Monetary Fund, the European Central Bank, and the European Commission...*». Ακόμα ένα παράδειγμα στο κείμενο 02032403: «*Cypriot leaders claim to be close a deal with creditors...*».

14.2 Μελοδραματικό πλαίσιο

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Εικόνα των ΗΠΑ στον Ελληνικό τύπο» (Σαμαράς 2009). Η παρουσίαση του υποκειμένου διέπεται από την οπτική της «ανθρώπινης ιστορίας», την εξιστόρηση ενός δράματος καθώς και από συναισθηματισμούς και μελοδραματισμούς. Για παράδειγμα, όταν η παρουσίαση της τρέχουσας οικονομικής κατάστασης της Κύπρου γίνεται με αφηγητή κάποιον ταλαιπωρημένο, άνεργο αλλά ιδιαίτερα μορφωμένο νέο, ο οποίος περιγράφει την κατάσταση δίνοντας έμφαση στο γεγονός ότι φοβάται μήπως μείνει στον δρόμο ή μήπως δεν έχει λεφτά για τα φάρμακα της μητέρας του. Μελοδραματικό πλαίσιο επίσης συναντάμε εκεί όπου η ερμηνεία της πραγματικότητας, και στην περίπτωση μας ο σχηματισμός αντίληψης για ένα υποκείμενο, γίνεται μέσα από εξιστορήσεις οι οποίες είναι συγκινησιακά φορτισμένες. Το στοιχείο της υπερβολής στην περιγραφή είναι συνυφασμένο με την λειτουργία του μελοδραματικού πλαισίου. Για παράδειγμα στο κείμενο 04112401: «*It is the terms of these austerity measures that the country and its international creditors have been fleshing out*». Στα κείμενα 04031602: «*Savers react with shock after government agrees to levy on deposits in return or 13bn rescue package*», 04051401: «*They (banks) are going to be the immediate victims of everything going on in Greece*» και 04032301: «*Cyprus faces its most critical hours in recent history*».

14.3 Πλαίσιο Ηγεμόνα Κυρίαρχου

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Το υποκείμενο εμφανίζεται να κυριαρχεί, να ελέγχει, να ασκεί ισχύ σε διεθνές επίπεδο. Η άσκηση κυριαρχίας του υποκειμένου στο εσωτερικό του δεν εντάσσεται σε αυτή την κατηγορία. Το πλαίσιο Ηγεμόνα Κυρίαρχου, παρότι μετρήθηκε συστηματικά, δεν έχει εντοπιστεί στην παρούσα έρευνα.

14.4 Συγκρουσιακό Πλαίσιο

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Το περιεχόμενο οργανώνεται από αντιθέσεις, διαφωνίες, αντιπαραθέσεις, συγκρούσεις, αντιτιθέμενες απόψεις και ανταγωνισμούς. Ξεκινά από το επίπεδο της λεκτικής αντιπαραθέσης / διαφωνίας, περνά στο επίπεδο του οικονομικού ανταγωνισμού και κλιμακώνεται έως το επίπεδο του πολέμου. Για παράδειγμα στο κείμενο 04021701: *«Cyprus... has been divided since 1974 when Turkish troops invaded and seized its northern third...»* και στο κείμενο 02032403: *«the proposal ignited fierce anger among Cypriots and failed to garner a single vote in the Cypriot Parliament»*.

14.5 Πλαίσιο Ελπίδας – Προσδοκίας

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Το υποκείμενο παρουσιάζεται σε όρους ελπίδας και θετικών προσδοκιών. Είτε ελπίζει / έχει θετικές προσδοκίες, είτε δημιουργεί ελπίδα / δημιουργεί θετικές προσδοκίες. Για παράδειγμα στα κείμενα 04112401: *«...in a statement issued on Friday, the troika said that there had been “productive discussions” with Cyprus...»*, 04021701: *«Malas won 26,93 % of the vote and has advocated being more assertive in bailout negotiations so his country can win better conditions in return for rescue loans»*, 04022001: *«...financial markets are hoping an Anastasiades victory will speed up a joint rescue by the EU...»*, και στο 04031603: *«(Sarris) adding that he hoped it would mark a new start to Cyprus»*.

14.6 Πλαίσιο Φόβου – Απειλής

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Το υποκείμενο παρουσιάζεται σε όρους φόβου, απειλής και αρνητικών προσδοκιών για το μέλλον. Η απόδοση του κωδικού

αφορά τόσο τις περιπτώσεις που το υποκείμενο βιώνει τον φόβο-απειλή, όσο και τις περιπτώσεις που τον προκαλεί. Το σχήμα του φόβου-απειλής έχει μεγάλο εύρος διαβαθμίσεων και κινητοποιείται από διαφορετικά παραγωγικά αίτια. Το σχήμα του φόβου-απειλής μπορεί να κινητοποιηθεί από καταστάσεις όπως η απειλή πολέμου όσο και η περιγραφή μιας δύσκολης εγχώριας συγκυρίας που εγκυμονεί κινδύνους για το μέλλον. Χαρακτηριστικά παραδείγματα συναντούμε τα κείμενα 04011101: *«International credit agency Moody's has announced that it downgraded Cyprus's... citing the anticipated increase in the government's debt burden»*, όπου παρατηρείται υποβάθμιση της πιστοληπτικής ικανότητας της χώρας, επειδή αναμένονται αρνητικές προσδοκίες για το μέλλον της. Στα πιο κάτω κείμενα 04030801: *«...it would mean bankruptcy for Cyprus the collapse of the banking system and you could also see Cyprus going completely outside of the Eurozone»* και 04062601: *«...the Cypriot banks will suffer another hit»*, η χώρα βιώνει φόβο, ενώ στο κείμενο 04051401: *«So you can imagine another Icelandic case emerging in the Mediterranean»*, προκαλεί φόβο εξαιτίας των προβλημάτων της. Τέλος στο κείμενο 04032103: *«The European Central Bank (ECB) has warned that it will withdraw emergency aid from Cyprus if the debt-hit country fails to come up with a bailout plan by Monday»* η χώρα βιώνει απειλή.

14.7 Πλαίσιο Επιπτώσεων / Συνεπειών

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Το υποκείμενο παρουσιάζεται να δημιουργεί κόστος, επιπτώσεις ή να έχει αρνητικές επιδράσεις στον περίγυρο του και όχι στο ίδιο ή σε μέρος του. Για παράδειγμα επιπτώσεις από το υποκείμενο 'Τραπεζικός Τομέας Κύπρου' δεν μπορούν να έχουν οι καταθέτες γιατί είναι μέρος του υποκειμένου. Θα μπορούσε όμως να έχει επιπτώσεις είτε άλλο υποκείμενο της έρευνας όπως η Κύπρος ή μέρος του υποκειμένου Κύπρος όπως οι πολίτες, είτε σε άλλη χώρα / χώρες όπως το πιο κάτω παράδειγμα στο κείμενο 04022001: *«...virtually all rescue options... are providing unfeasible because they push Cypriot debt up to unmanageable levels or risk hurting sentiment elsewhere in the bloc»*, και στο 02031914: *«...a rejection by the Cypriot parliament that could plunge the euro zone back into crisis»*.

14.8 Πλαίσιο Θετικών Επιδράσεων / Ωφελειών

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Το υποκείμενο παρουσιάζεται σε όρους

θετικής επίδρασης. Παρουσιάζεται να έχει θετικές επιδράσεις στον περίγυρο του και όχι στο ίδιο ή σε άλλο μέρος του. Για παράδειγμα στο κείμενο 02031909: «*Russia could ultimately benefit from Cyprus' introduction of a levy on bank deposit because it will make Russia's investment climate appear more stable*».

14.9 Πλαίσιο Προβλήματος

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Το υποκείμενο παρουσιάζεται να αντιμετωπίζει πρόβλημα. Η παρουσίαση του οργανώνεται σε όρους προβλήματος το οποίο το ίδιο το υποκείμενο αντιμετωπίζει. Για παράδειγμα στο κείμενο 02032402: «*...deposits above 100,000 euros at the country's troubled largest lender, Bank of Cyprus, possibly facing a levy of up to 25 percent*» κωδικοποιείται ως πλαίσιο προβλήματος Κυπριακής Τράπεζας, ενώ στο κείμενο 02032201: «*Cyprus teetered on the brink of financial ruin Friday*» πλαίσιο προβλήματος Κύπρου.

15. Είδος Φόβου

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Φόβος, Ρίσκο και Απειλή στην Κρατική Εικόνα» (Δογάνη 2013, Dogani και Samaras 2014). Κωδικοποιείται μόνο εάν $14.6 = 1$. Εντοπίζονται τα μορφικά χαρακτηριστικά του φοβικού επιχειρήματος που οδηγούν στην επίκληση του φόβου. Ακολουθώντας τα στάδια που σχηματοποιούν τον φόβο, τα εντοπίζουμε κωδικοποιώντας τα σε διακριτές μεταβλητές.

15.1 Το Υποκείμενο Βιώνει Φόβο

Το υποκείμενο ή ένα διακριτό μέρος του φοβάται, βιώνει καταστάσεις που του δημιουργούν φόβο, π.χ. στο 04031602: «*...savers in Cyprus have been told that a proportion of money in the bank is going to be taken from them*».

15.2 Το Υποκείμενο Προκαλεί φόβο

Το υποκείμενο προκαλεί φόβο εξαιτίας προβλημάτων που αντιμετωπίζει ή καταστάσεων που συνδέονται με το υποκείμενο, ή ακόμα αντιμετωπίζει καταστάσεις που έχουν ως αποτέλεσμα να βιώνουν αισθήματα φόβου άλλα υποκείμενα. Η παραγωγή φόβου σε αυτή την περίπτωση τείνει να γίνεται εκ της αδυναμίας της χώρας, π.χ. στο κείμενο 04032102: «*Cyprus debt crisis poses a "systemic risk" that threatens to ricochet right through the eurozone*».

15.3 Προκαλεί φόβο ένεκα ισχύος

Το υποκείμενο δημιουργεί φόβο ως αποτέλεσμα στρατηγικών του επιλογών ή δράσεων. Είναι υποκείμενο που κάνει τους άλλους να το φοβούνται. Η παραγωγή φόβου εδώ τείνει να γίνεται εκ της δυνάμεως του υποκειμένου. Αυτή η περίπτωση δεν εμφανίζεται στην παρούσα μελέτη, παρότι μετρήθηκε συστηματικά.

16. Είδος Σύγκρουσης

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Εικόνα των ΗΠΑ στον Ελληνικό τύπο» (Σαμαράς 2009). Κωδικοποιείται μόνο εάν $14.4 = 1$. Η μεταβλητή παίρνει τιμές:

16.1 Το υποκείμενο είναι αντίδικος σε σύγκρουση

Για παράδειγμα στο κείμενο 02032210: «*Russia turned down (Cyprus) appeals for aid*».

16.2 Το υποκείμενο είναι πεδίο σύγκρουσης

Π.χ. στο κείμενο 02032519: «*...when a firestorm of protest erupted in Cyprus*».

16.3 Μέρη του υποκειμένου συγκρούονται

Όπως στο κείμενο 04031702: «*...a government spokesman, tried to calm public anger, saying the situation is serious but not tragic, there is no reason to panic*» και στο κείμενο 02031901: «*Cypriot lawmakers on Tuesday rejected a critical draft bill that would have seized part of people's bank deposits*».

17. Ερμηνευτική πλαισίωση

Υπάρχει μια σειρά από θεματικά ερμηνευτικά σχήματα τα οποία δεν είναι γενικής χρήσης, αλλά αφορούν τη νοηματική οικολογία του συγκεκριμένου θέματος. Αυτά τα ερμηνευτικά πλαίσια δεν αντλήθηκαν από κάποια προγενέστερη κωδικοποίηση αλλά αναδύθηκαν από το περιεχόμενο των υπό ανάλυση δημοσιευμάτων με τη διαδικασία της εμπειρικής θεμελίωσης.

Τα ερμηνευτικά αυτά σχήματα σε αντίθεση με τα προηγούμενα προέκυψαν από την ποιοτική ανάλυση περιεχομένου η οποία προηγήθηκε της ποσοτικής ανάλυσης και αποτελούν μέρος της συνεισφοράς της παρούσας έρευνας στην ‘εργαλειοθήκη’

σχετικά με την απεικόνιση της οικονομικής κρίσης. Εναπόκειται σε επόμενες έρευνες να εξεταστεί εάν αποτελούν εγγενή στοιχεία της νοηματικής οικολογίας της οικονομικής κρίσης ή εάν αφορούν μόνο τις ιδιαιτερότητες της περίπτωσης της κυπριακής οικονομικής κρίσης.

17.1 Σχήμα Διεθνούς Οικονομικού Κέντρου

Το υποκείμενο παρουσιάζεται ως διεθνές οικονομικό κέντρο. Το σχήμα αυτό εμφανίζεται κυρίως εξαιτίας της αποδόμησης της εικόνας του υποκειμένου και όχι ως χαρακτηριστικό της εικόνας του υποκειμένου κατά την χρονική περίοδο που μελετάται. Παραδείγματα στο κείμενο 02032301: «*Founded more than 110 years ago, Laiki Bank Group stretches across 10 markets*» για το υποκείμενο Κυπριακή Τράπεζα. Στο κείμενο 02032516: «*Russians are believed to account for most of the 19 billion euros of non-EU, non-bank money held in Cypriot banks at the last count by the central bank in January*» για το υποκείμενο Τραπεζικός Τομέας και στο κείμενο 02032520: «*...the island's status as an offshore financial center for rich Russians and Britons...*», που κωδικοποιείται για το υποκείμενο Κύπρος.

17.2 Σχήμα Συστημικού Κινδύνου

Το υποκείμενο παρουσιάζεται σε όρους συστημικού κινδύνου, δηλαδή ότι υπάρχει κίνδυνος για αλυσιδωτές αντιδράσεις στην αγορά, εξαιτίας των προβλημάτων που αντιμετωπίζει το υποκείμενο. Για παράδειγμα στο κείμενο 02032301: «*All eyes in global banking have been fixated on Cyprus's two largest banks for the last week... threaten the cornerstones of banking and the EU's single currency*» για το υποκείμενο Τραπεζικός Τομέας, ενώ για το υποκείμενο Κυπριακή Οικονομία στο κείμενο 04022001: «*...virtually all rescue options... are providing unfeasible because they push Cypriot debt up to unmanageable levels or risk hurting sentiment elsewhere in the bloc*». Στα κείμενα 04031603: «*...it is still crucial to the Eurozone's future because a default even by a small country could cause uncertainty in financial markets and undermine investors' confidence in other Eurozone nations*» και 04031702: «*...it would risk a run not only on the island's own banks but also on those of other debt-ridden eurozone economies*» για το υποκείμενο Κύπρος.

17.3 Σχήμα Χρεωκοπίας

Το υποκείμενο παρουσιάζεται σε όρους χρεωκοπίας όπως για παράδειγμα στο κείμενο 02032401: «*Developing nations must be ready for a financial market selloff if the*

Cypriot banking sector collapses» για το υποκείμενο Τραπεζικός Τομέας και για το υποκείμενο Κυπριακή Οικονομία στο κείμενο 02032404 «Cypriot President Nicos Anastasiades was due in Brussels on Sunday to seek an 11th-hour reprieve from financial meltdown» αφού καθορίζει την κατάρρευση ως οικονομική. Όπου συναντούμε τις φράσεις ‘financial meltdown’ και ‘financial collapse’ στο σχήμα Χρεωκοπίας, κωδικοποιείται το υποκείμενο Κυπριακή Οικονομία. Στο κείμενο 04011101: «...Moody’s believes there is a significantly increased likelihood that the Cypriot government may eventually default...» για το υποκείμενο Κύπρος αφού αφορά μέρος του υποκειμένου όπως είναι η κυβέρνηση και στο 04022201: «Anastasiades will now be tasked with negotiating a crucial bailout for the EU state on the brink of bankruptcy» επίσης για το υποκείμενο Κύπρος αφού η χρεωκοπία δεν συνοδεύει την οικονομία, αλλά τη χώρα.

17.4 Σχήμα Εθνικού Ζητήματος

Κωδικοποιείται μόνο για το υποκείμενο Κύπρος, και αφορά ζητήματα που προκλήθηκαν από την Τούρκικη εισβολή στην Κύπρο το 1974 και κατοχή. Παραδείγματα δίνονται στα κείμενα 04102301: «Cyprus was split after a Turkish invasion in 1974 triggered by a brief Greek-inspired coup. Greek Cypriots live in the south while Turkish Cypriots reside in the north» και 04021701: «Cyprus, which gained independence from Britain in 1960, has been divided since 1974 when Turkish troops invaded and seized its northern third in response to an Athens-inspired coup aimed at uniting the island and Greece».

17.5 Fallen State-Κρατική κατάρρευση

Κωδικοποιείται μόνο για το υποκείμενο Κύπρος, όταν η χώρα παρουσιάζεται σε όρους κατάρρευσης, όπως για παράδειγμα στο κείμενο 04032303: «Nicosia has been on life support, existing in part thanks to a \$2.5bn loan from Moscow. It has until June to figure out a solution before it defaults».

18. Απόδοση υπαιτιότητας για φαινόμενο παθογένειας που σχετίζεται με Κύπρο

Η τυπολογία αυτή αντλείται από το πρωτόκολλο κωδικοποίησης «Απεικονίσεις Κρατών» (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Εξετάζεται πού αποδίδεται η ευθύνη για την παθογένεια στη Κύπρο. Ποιος δημιουργεί δηλαδή την παθογένεια και ποιος εισπράττει τα αποτελέσματα. Αφού καθοριστεί ποιο είναι το αίτιο και ποιο το αιτιατό η μεταβλητή παίρνει τιμές:

1 = Αμιγώς Εσωτερική, όπου μόνο ενδογενείς παράγοντες εμφανίζονται ως παραγωγικά αίτια της παθογένειας. Παράδειγμα στο κείμενο 02031914: «*Determined to minimize the cost of bailing out Cyprus to German taxpayers in an election year, Schaeuble said depositors in Cyprus had only themselves to blame*» και στο 02031902: «*...the country had no one to blame for its situation other than itself*».

2 = Κυρίως Εσωτερική, όπου η παθογένεια αποδίδεται κυρίως αλλά όχι αποκλειστικά σε ενδογενείς παράγοντες. Για παράδειγμα στο κείμενο 04031801: «*Cyprus got to this point because it thought it was going to get some very easy returns on easy money from Greece*».

3 = Κυρίως Εξωτερική, όταν η παθογένεια αποδίδεται κυρίως αλλά όχι αποκλειστικά σε εξωγενείς παράγοντες όπως στο κείμενο 04051401: «*SB: If Greek businesses were to default on their loans, would this affect banks in other European countries? EP: I know for sure that it will in Cyprus, because Cypriot banks - like Bank of Cyprus, or Laiki [Bank] - are heavily invested in Greek debt and debt of Greek companies*», στο κείμενο 04032303: «*Trouble started when the troika forced Greece's creditors to take losses because Cypriot banks held Greek sovereign debt and they had to take losses of almost \$6bn*» και στο 02031911: «*Interestingly, it is \$4.5 billion in bad Greek debt owned by Cypriot banks that is contributing to Cyprus' imperiled financial state*».

4 = Αμιγώς Εξωτερική, όπου τα παραγωγικά αίτια που δημιουργούν την παθογένεια εμφανίζονται να είναι εκτός του ελέγχου της χώρας, για παράδειγμα στα κείμενα 04032303: «*...the country has been crippled by the region's sovereign debt crisis*», 04031801: «*...and when Greece went down, it took Cyprus banking system with it*» και τέλος στο κείμενο 02031914: «*Many Cypriots blamed Germany and the European Central Bank for coercing Nicosia to impose a one-off tax on even small savings, triggering fury in Cyprus...*».

19 – 21. Στάση απέναντι...

Η τυπολογία αυτή χρησιμοποιείται σε δύο από τα πρωτόκολλα από τα οποία αντλεί τυπολογικά συστήματα η παρούσα έρευνα (Σαμαράς 2009, Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012). Εξετάζεται η συνολική στάση του κειμένου απέναντι στο υποκείμενο με τη χρήση μιας πενταβάθμιας κλίμακας δίνοντας τις τιμές:

-2 = Πολύ αρνητικό

Παράδειγμα στο κείμενο 04032802: «...to prevent a run on the banks that could wreak havoc on the island's already fragile economy» για το υποκείμενο Κυπριακή Οικονομία.

- 1 = Αρνητικό

Παράδειγμα στο κείμενο 04033101: «Newspapers in Greece said the Bank of Cyprus, Laiki and Hellenic Bank reportedly forgave millions of euros in loans over the past five years to politicians, companies and local authorities» για το υποκείμενο Κυπριακή Τράπεζα.

0 = Ουδέτερο

Παράδειγμα στο κείμενο 04032901: «...Confidence in the Cyprus economy has been shaken...» και «...Cyprus economy was flourishing...» για το υποκείμενο Κυπριακή Οικονομία.

+1 = Θετικό

Παράδειγμα στο κείμενο 03021501: «Cyprus to reach the knockout stages still have hopes of progressing with victory in Nicosia on March 7» για το υποκείμενο Κύπρος.

+2 = Πολύ θετικό

Δεν έχει εντοπιστεί για κανένα υποκείμενο, παρότι μετρήθηκε συστηματικά.

10 = Υπάρχει αναφορά στην Κύπρο χωρίς αξιολόγηση

Παράδειγμα στο κείμενο 04121401: «A Danish-led task force is being readied in Cyprus to remove the first part of Syria's deadly chemical stockpile» για το υποκείμενο Κύπρος.

Η δυναμική του γεγονότος και οι ήπιες αξιολογικές κρίσεις κωδικογραφούνται ως +1 ή -1 ανάλογα με το εάν είναι θετικές ή αρνητικές. Όταν υπάρχουν έντονες αξιολογικές κρίσεις και επιθετικοί προσδιορισμοί, τότε η απονομή κωδικών είναι στο -2 ή +2 και πάλι ανάλογα με την κατεύθυνση. Στην απόδοση του κωδικού συνυπολογίζεται και το περιεχόμενο του λόγου των πηγών που εμφανίζονται στο άρθρο. Επίσης συμπεριλαμβάνονται αξιολογήσεις που αφορούν μία ενδιάμεση έννοια που ταυτίζεται με την χώρα (π.χ. πρωθυπουργός που προσωποποιεί την χώρα) και συνεχώς διαχέονται στη χώρα. Όταν δεν υπάρχει αναφορά σε μια μεταβλητή δεν κωδικοποιείται καθόλου, ενώ αν αναφέρεται χωρίς αξιολογικό φορτίο λαμβάνει την τιμή 10. Όταν υπάρχει ταυτόχρονα θετική και αρνητική αξιολογική κρίση στο ίδιο κείμενο τότε εξισορροπούνται και λαμβάνουν ουδέτερο αξιολογικό φορτίο (0).

19. Στάση απέναντι σε μεμονωμένη κυπριακή τράπεζα

Όταν υπάρχει αναφορά μόνο σε συγκεκριμένη τράπεζα κωδικοποιείται η μεταβλητή 19.

20. Στάση απέναντι στον τραπεζικό τομέα της Κύπρου

Όταν υπάρχει αναφορά στις τράπεζες γενικά ή στον τραπεζικό τομέα ως σύνολο κωδικοποιείται η μεταβλητή 20.

21. Στάση απέναντι στην κυπριακή οικονομία

Όταν υπάρχει αναφορά μόνο στην οικονομία της Κύπρου κωδικοποιείται η μεταβλητή 21.

22. Στάση απέναντι στην Κύπρο

Όταν υπάρχει αναφορά στην Κύπρο κωδικοποιείται το 22.

23. Βαθμός διασύνδεσης εικόνας κυπριακών τραπεζών με εικόνα Κύπρου

Σε αυτήν την μεταβλητή εξετάζεται το πόσο συνδέεται ο κυπριακός τραπεζικός τομέας με την ίδια την Κύπρο. Αυτή η διασύνδεση μπορεί να είναι τέτοια που να οδηγεί σε:

Ταύτιση: Ταύτιση του κυπριακού τραπεζικού συστήματος με την Κύπρο έχουμε όταν το κυπριακό τραπεζικό σύστημα ή η Κύπρος φαίνεται να έχουν μια έντονα συνδεδεμένη σχέση, δηλαδή το ένα υποκείμενο ταυτίζεται με το άλλο. Ουσιαστικά η αναφορά στις κυπριακές τράπεζες είναι ισοδύναμη με την λέξη «Κύπρος». Τέτοια παραδείγματα συναντούμε στα κείμενα 02031801: *«Once again the Eurozone has shown it is better at creating crises than confronting them. In the past few hours, I've spoken to bank CEOs and top economists. Words like "great mistake" and "disastrous" are being used. So far I have not spoken to anyone who thinks this is a good idea. At all levels, for depositors, future foreign investors and Eurozone policy, the decision on tiny Cyprus is going to have huge ramifications»*. Η απόφαση για τον τραπεζικό τομέα είναι μια καταστροφή για το νησί. Εδώ ο τραπεζικός τομέας ταυτίζεται με την χώρα και η απόφαση για την διαχείριση του έχει επιπτώσεις στην ίδια την χώρα. Στο κείμενο 04031901: *«They threaten to close our banks and want us on our knees in front of Europe»*. Σ' αυτό το παράδειγμα η κατάρρευση των τραπεζών εξισώνεται με την ίδια την χώρα, δηλαδή εάν οι τράπεζες καταρρεύσουν θα οδηγηθεί η χώρα σε έξοδο από

την ΕΕ. Ο κόσμος θεωρεί ότι η ΕΕ τους απειλεί για να οδηγηθούν οι τράπεζες (η χώρα) να την ικετεύουν.

Ισχυρός: Για να είναι ισχυρή η διασύνδεση του τραπεζικού συστήματος με την Κύπρο θα πρέπει η κατάσταση στο ένα υποκείμενο να επηρεάζει άμεσα τις εξελίξεις και την κατάσταση στο άλλο υποκείμενο χωρίς όμως να ταυτίζεται η μεταξύ τους σχέση. Σε αυτήν την περίπτωση μιλάμε για δυο διαφορετικά υποκείμενα που έχουν μια αλληλένδετη σχέση αλλά είναι και τα δύο ξεχωριστά. Παράδειγμα στο κείμενο 04032402: «*The ECB has warned it will stop emergency liquidity assistance it is giving to Cypriot banks if Cyprus fails to meet the Monday deadline*». Οι τράπεζες και η Κύπρος είναι δύο ξεχωριστά υποκείμενα που συνδέονται άρρηκτα. Εάν η Κύπρος δεν καταφέρει να έρθει σε συμφωνία τότε οι τράπεζες της θα καταρρεύσουν. Στο κείμενο 04032001: «*...the country's banks face collapse and the country could go bankrupt*» Οι τράπεζες της χώρας πρόκειται να καταρρεύσουν, από αυτές εξαρτάται το μέλλον της ίδια της χώρας. Αν όντως καταρρεύσουν τότε και η χώρα θα χρεωκοπήσει και στο 04021701: «*Cyprus got into trouble after its banks, whose assets are bigger than the country's entire economy, took huge losses when Greece restructured its debt*». Η χώρα και οι τράπεζες της συνιστούν ένα ξεχωριστό υποκείμενο. Αφού οι τράπεζες της υπέστησαν μεγάλο πλήγμα από την ελληνική κατάρρευση αυτό επηρεάζει άμεσα και την ίδια την χώρα με αποτέλεσμα και αυτή να αντιμετωπίζει πρόβλημα επιβίωσης. Στο κείμενο 04011101: «*...the download on Thursday from B3 to Caa3 was driven by the further increase in the amount of government support that Cypriot banks are likely to require*». Είναι δύο ξεχωριστά υποκείμενα, όπου ο κυπριακός τραπεζικός τομέας αντιμετωπίζει πρόβλημα και η κυβέρνηση της χώρα καλείται να τον βοηθήσει. Έχουμε ισχυρή διασύνδεση, καθώς αυτή η κίνηση της κυβέρνησης επηρεάζει άμεσα την υποβάθμιση από διεθνείς οίκους αξιολόγησης.

Μέτριος: Εδώ ο τραπεζικός τομέας διασυνδέεται με την Κύπρο σε έναν πιο μικρό βαθμό. Μπορεί να εμφανίζεται και με την περίπτωση των συνεπειών που έχει η καταρράκωση του κυπριακού τραπεζικού συστήματος και σε άλλα μέρη του υποκειμένου πέρα από την ίδια την χώρα και το πολιτικό σύστημα, όπως π.χ. οι πολίτες. Ο τραπεζικός τομέας δεν είναι αυτόνομος, παρουσιάζεται υποδεέστερος και υφίσταται τις αποφάσεις της χώρας. Παράδειγμα γι' αυτή την μεταβλητή είναι στο κείμενο 02031802: «*The decision to "bail-in" depositors in Cyprus - to make ordinary people pay for the mistakes of the banks - is extraordinary. Nothing like this was done*

in Greece, Portugal or Ireland. Why, oh why, it should be up to the Cypriots to test drive this dangerous and maverick policy remains unknown». Εδώ οι τράπεζες δεν συνιστούν ένα αυτόνομο υποκείμενο αλλά εναπόκεινται στην πολιτική της χώρας. Η πολιτική αυτή φαίνεται να επηρεάζει συγκεκριμένα ένα κομμάτι της χώρας κι αυτό είναι οι πολίτες που θίγονται από το μέτρο και αντιδρούν. Στο κείμενο 04031602: «*...savers react with shock after government agrees to levy on deposits in return for 13bn rescue package*». Σε αυτό το παράδειγμα το κούρεμα των καταθέσεων έχει επιπτώσεις σε ένα επιμέρους κομμάτι της χώρας, δηλαδή τους πολίτες. Η χώρα έχει τον έλεγχο του τραπεζικού συστήματος το οποίο επηρεάζει τις αντιδράσεις και την συναισθηματική κατάσταση των πολιτών. Στο 04031701: «*The Cyprus government has postponed an emergency session of parliament to discuss a levy on bank savings imposed to partially fund an international bailout to stave off bankruptcy*». Εδώ ο τραπεζικός τομέας είναι ένα κομμάτι που υπόκειται στην κρατική εξουσία, η οποία και αποφασίζει να του επιβληθεί και να κάνει αλλαγές.

Χαμηλός: σε αυτήν την περίπτωση η διασύνδεση των υποκειμένων είναι ελάχιστη ή και μηδαμινή. Η διασύνδεση μπορεί να μην είναι άμεση και ευδιάκριτη ή να παρατηρείται με την παρουσίαση του ενός από τα δύο υποκείμενα ως μικρής σημασίας και δεν δημιουργεί αντιδράσεις. Παράδειγμα στο κείμενο 02031601: «*The Island will also have to agree to take steps to prevent money laundering, privatize the banking system and inject it with funds to recapitalize it, according to the statement*». Σε αυτό το παράδειγμα η χώρα πρόκειται να προβεί σε μεταρρυθμίσεις, μεταξύ των άλλων και στον τραπεζικό τομέα αλλά δεν φαίνεται η διασύνδεση τους ή αν φαίνεται αυτή είναι πολύ μικρή. Στο κείμενο 02032701: «*In a March 16 statement the Eurogroup - an informal body of eurozone finance ministers - said the "current fragile situation of the Cypriot financial sector" was linked to its large size relative to the country's GDP. Eurogroup President Jeroen Dijsselbloem said Cyprus' banking sector was more than five times the size of GDP and the group predicted that the island's public debt would reach 100% of GDP in 2020. Cyprus' finance ministry said it needed €10 billion "to cover fiscal needs, the restructuring of the banking system and for the support of the economy in general*». Η χώρα επιβάλλει την βούληση της στον τραπεζικό της τομέα, ο οποίος εδώ παρουσιάζεται σαν ένα αναπόσπαστο κομμάτι της.

24. Μεταφορά Χαρακτηριστικών Εικόνας:

Σε αυτήν την μεταβλητή αναζητούμε τις περιπτώσεις όπου υπάρχει μεταφορά χαρακτηριστικών εικόνας από το ένα υποκείμενο στο άλλο, είτε με κανονική είτε με ανάστροφη φορά:

24.1 Από μια τράπεζα σε τραπεζικό τομέα

Αυτή η μεταφορά μπορεί να γίνει από μια τράπεζα στον τραπεζικό τομέα, δηλαδή μια συγκεκριμένη τράπεζα να μεταφέρει χαρακτηριστικά της εικόνας της προς τον τραπεζικό τομέα με κανονική φορά και από τον τραπεζικό τομέα να μεταφερθούν χαρακτηριστικά του σε μια συγκεκριμένη τράπεζα με την ανάστροφη φορά. Παράδειγμα κανονικής φοράς στο κείμενο 02032502: «*Cyprus clinched a deal on Monday that will see Laiki shut down... aimed at averting a collapse of the banking system*» και ανάστροφης στο 02032516: «*Siluanov, however, backed a cleanup of the Cypriot banking sector that will see Cyprus Popular Bank close*».

24.2 Από τράπεζα σε κυπριακή οικονομία

Από μια συγκεκριμένη τράπεζα μεταφέρονται χαρακτηριστικά πάνω στην κυπριακή οικονομία με κανονική φορά και από την κυπριακή οικονομία προς μια συγκεκριμένη τράπεζα στην ανάστροφη.

24.3 Από τράπεζα σε Κύπρο

Μεταφορά εικόνας από μια τράπεζα, πάνω στην ίδια την Κύπρο με κανονική φορά όπως για παράδειγμα στο κείμενο 04051401: «*Q: If Greek businesses were to default on their loans, would this affect banks in other European countries? A: I know for sure that it will in Cyprus, because Cypriot banks - like Bank of Cyprus, or Laiki [Bank] - are heavily invested in Greek debt and debt of Greek companies*». Εδώ οι συγκεκριμένες τράπεζες παρουσιάζονται να είναι συνδεδεμένες με το ελληνικό χρέος με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζουν πρόβλημα, τα οποία μεταφέρουν με τη σειρά τους στη χώρα. Και από την Κύπρο σε μια τράπεζα στην ανάστροφη φορά.

24.4 Από τραπεζικό τομέα σε κυπριακή οικονομία

Ο τραπεζικός τομέας μεταφέρει χαρακτηριστικά της εικόνας του στην κυπριακή οικονομία με κανονική φορά, όπως στο κείμενο 04011101: «*Moody's now estimates that the bank recapitalizations will be about 10 billions euros... that could take Cyprus ratio of debt to GDP to 150 % in 2013*». Ο τραπεζικός τομέας ανακάμπτει κι αυτό

μεταφέρει ένα ποσοστό αισιοδοξίας και για την ανάκαμψη της κυπριακής οικονομίας. Και από την κυπριακή οικονομία στον τραπεζικό τομέα στην ανάστροφη φορά στο κείμενο 04031702: «*Cyprus has received a 13bn bailout after lengthy talks in Brussels with Eurozone leaders and the international Monetary Fund. The conditions attached to the deal however, have led to a run on the country's banks*». Η χώρα ξεκίνησε συνομιλίες για την βελτίωση της οικονομίας της αλλά οι εξελίξεις σε αυτόν τον τομέα τελικά οδήγησαν στην καταρράκωση των τραπεζών της.

24.5 Από τραπεζικό τομέα σε Κύπρο

Ο τραπεζικός τομέας δίνει χαρακτηριστικά της εικόνας του στην ίδια την χώρα. Με κανονική φορά στο 04062502: «*The island nation's government said in a terse statement on Monday that it required assistance following "negative spillover effects through its financial sector, due to its large exposure in the Greek economy"*». Ο τραπεζικός τομέας της χώρας κατέρρευσε με αποτέλεσμα να κινδυνεύει και η ίδια η χώρα με κατάρρευση. Στο κείμενο 04021701: «*Cyprus got into trouble after its banks whose assets are bigger than the country's entire economy, took huge losses when Greece restructured its debt*». Η χώρα αντιμετωπίζει πρόβλημα λόγω του προβληματικού της τραπεζικού τομέα και η κακή του κατάσταση επηρεάζει άμεσα την ίδια την χώρα. Στο 04112401: «*Cyprus sought international aid in June to save its banking sector from collapse after banks failed to replenish huge losses they suffered on bad Greek debt and loans*». Οι τράπεζες της χώρας έχουν υποστεί μεγάλες απώλειες με αποτέλεσμα την κακή εικόνα της χώρας που αναγκάζεται να ζητήσει οικονομική στήριξη. Και με ανάστροφη φορά η χώρα μεταφέρει χαρακτηριστικά της εικόνας της στον τραπεζικό τομέα.

24.6 Από κυπριακή οικονομία σε Κύπρο

Η κυπριακή οικονομία μεταφέρει χαρακτηριστικά στη χώρα με κανονική φορά στο κείμενο 04112401: «*...the country has been unable to borrow from international markets for over a year because of its junk credit rating*». Η οικονομία της χώρας χαρακτηρίζεται ως 'σκουπίδι' με αποτέλεσμα να έχει πρόβλημα η χώρα. Στο 04011101: «*In total, Moody's has downgraded Cyprus's rating nine notches in the last 10 months, as the European sovereign debt crisis has persisted*». Η κυπριακή οικονομία υποβαθμίστηκε με αποτέλεσμα και η χώρα να επηρεάζεται. Και με ανάστροφη φορά η χώρα μεταφέρει χαρακτηριστικά εικόνας στην οικονομία της όπως για παράδειγμα στο 04112401: «*...in a statement issued on Friday, the troika said that*

there had been “productive discussions” with Cyprus on the policy building blocks of a macroeconomic adjustment program». Η χώρα βρίσκεται στη διαδικασία παραγωγικών διαβουλεύσεων και αυτό έχει επίδραση πάνω στην οικονομία της.

3.4 Έλεγχος αξιοπιστίας

Το πρωτόκολλο κωδικοποίησης με βάση το οποίο κατηγοριοποιήθηκαν τα στοιχεία του περιεχομένου, με τις πιο πάνω αναλυτικές πληροφορίες που το συνοδεύουν, χρησιμοποιήθηκε τόσο από την ερευνήτρια όσο και από μία άλλη ερευνήτρια που εργάστηκε ως κωδικοποιητής στην παρούσα έρευνα, τη Μαριλένα Δημητρίου. Προκειμένου να διασφαλιστεί η εγκυρότητα των αποτελεσμάτων της έρευνας και η μέγιστη δυνατή αξιοπιστία μεταξύ των κωδικοποιητών, διενεργήθηκε πειραματική κωδικοποίηση των ίδιων κειμένων και από τους δύο κωδικοποιητές σε συνολικό δείγμα 110 κειμένων. Το ποσοστό σύγκλισης των αποτελεσμάτων ανάμεσα στους δύο κωδικοποιητές συνέτινε στο 90%. Αυτή η αξιοπιστία της κωδικοποίησης υπολογίστηκε σύμφωνα με τον τύπο των North, Holsti, Zanninovich και Zinnes (1963): $R = 2(C_{1,2}) / C_1 + C_2$, όπου $C_{1,2}$ είναι ο αριθμός των κατηγοριών για τις οποίες συμφώνησαν και οι δύο αποκωδικοποιητές και $C_1 + C_2$ είναι ο συνολικός αριθμός των περιπτώσεων που απέδωσαν κωδικό οι δύο κωδικοποιητές. Ακολούθησε ο έλεγχος της αξιοπιστίας με την σύγκριση των αποτελεσμάτων. Σε περιπτώσεις όπου διαπιστώθηκαν διαφορές συμφωνήθηκαν οι απαιτούμενες διευκρινήσεις, για την επίτευξη υψηλότερου βαθμού σύγκλισης.

3.5 Περιορισμοί της έρευνας

Η παρούσα έρευνα αφορά την εξέταση ηλεκτρονικών άρθρων στην αγγλική γλώσσα από τα τέσσερις ειδησεογραφικούς οργανισμούς το BBC, το CNN, το FOX και το Al Jazeera, με αναφορά την Κύπρο, κατά την χρονική περίοδο 1^η Ιανουαρίου 2012 μέχρι και την 31^η Δεκεμβρίου 2013.

Παρόλο που η επιλογή των τεσσάρων ειδησεογραφικών οργανισμών καλύπτει ένα μεγάλο μέρος των δημοσιεύσεων, εντούτοις η αντιπροσωπευτικότητα τους δεν είναι απόλυτη. Υπάρχουν και άλλα μέσα ενημέρωσης τόσο σε ηλεκτρονική μορφή, που θα μπορούσαν να αποτελέσουν μέρος της παρούσας έρευνας.

Επίσης, στην περίπτωση του αμερικάνικου οργανισμού FOX, τα δημοσιεύματα που εντοπίστηκαν ξεκινούν από την 01.06.2012, δηλαδή έξι μήνες αργότερα σε σχέση με το πρωτογενές υλικό που κωδικοποιήθηκε από τους υπόλοιπους τρεις οργανισμούς. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η κωδικοποίηση των άρθρων σχετικά με την Κύπρο κατά τις ημερομηνίες 01.01.2012 μέχρι και 31.05.2012 να μην είναι εφικτή.

Τέλος το δείγμα στο οποίο στηρίχθηκε η έρευνα αποτελείται μόνο από ηλεκτρονικά άρθρα, ενώ το πρωτόκολλο θα μπορούσε να εφαρμοστεί και σε έντυπα μέσα ενημέρωσης, ώστε η ανάλυση στο επίπεδο της δημοσιογραφικά διαμεσολαβούμενης εικόνας να είναι πιο πλήρης.

Κεφάλαιο 4: Παρουσίαση ερευνητικών αποτελεσμάτων

Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των άρθρων που εξετάστηκαν, αρχικά μετατράπηκαν σε αριθμητικά στοιχεία με τη βοήθεια του πρωτόκολλου κωδικοποίησης και στη συνέχεια έγινε η στατιστική ανάλυση τους. Ακολουθούν λοιπόν τα αποτελέσματα της έρευνας, όπως αυτά προκύπτουν μετά από τη στατιστική ανάλυση τους.

Αρχικά καταγράφονται τα γενικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού των κειμένων τα οποία εξετάστηκαν. Στη συνέχεια εξετάζεται η ορατότητα των υποκειμένων στα διεθνή μέσα, η συχνότητα δηλαδή της εμφάνισής τους στα μέσα ενημέρωσης, καθώς και η αξιολόγησή τους από αυτά ανά χρονική περίοδο. Επίσης αναλύονται τα ερμηνευτικά σχήματα που συγκροτούν την εικόνα των υποκειμένων και η απόδοση υπαιτιότητας για το φαινόμενο παθογένειας που σχετίζεται με την Κύπρο. Τέλος, παρουσιάζεται ο βαθμός διασύνδεσης της εικόνας του τραπεζικού τομέα με την εικόνα της Κύπρου και το κατά πόσο υπήρξε μεταφορά εικόνας από το ένα πολιτικό υποκείμενο στο άλλο.

4.1 Γενικά χαρακτηριστικά πληθυσμού κειμένων

Κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο (01.01.2012-31.12.2013) καταγράφηκαν συνολικά 1716 άρθρα με αναφορά στην Κύπρο από τους τέσσερις ειδησεογραφικούς οργανισμούς (BBC, CNN, FOX, Al Jazeera), τα οποία αποτελούν το σύνολο του πληθυσμού (N) της έρευνας. Από τα 1716 κείμενα τα 813 (με ποσοστό 47,4%) δημοσιεύτηκαν στην επίσημη ιστοσελίδα του BBC, τα 591 (με ποσοστό 34,4%) στην ιστοσελίδα του FOX, τα 152 άρθρα (με ποσοστό 8,9%) στην ιστοσελίδα του CNN και τα 160 (με ποσοστό 9,3%) στην ιστοσελίδα του Al Jazeera.

Η ορατότητα της Κύπρου, είναι υψηλότερη στο BBC και στο FOX, ενώ είναι περιορισμένη στο CNN και στο Al Jazeera. Η μεγάλη συχνότητα με την οποία εμφανίζονται άρθρα που αφορούν την Κύπρο, στη σελίδα του BBC αποτελεί ένδειξη της ιδιαίτερης σχέσης Κύπρου-Ηνωμένου Βασιλείου. Οι περισσότερες αναφορές αφορούν την οικονομική κρίση στην Κύπρο, αφού επηρεάζονται άμεσα Βρετανοί πολίτες, είτε εξαιτίας των στρατιωτικών βάσεων που διατηρεί ακόμα η Βρετανία στην Κύπρο από την εποχή της αποικιοκρατίας, είτε λόγω του μεγάλου αριθμού βρετανών πολιτών που προτιμούν το νησί ως κάτοικοι ή ως επισκέπτες. Η γεωγραφική εγγύτητα, η έντονη παρουσία των Βρετανών

στο νησί αλλά και η έντονη παρουσία των Κύπριων απόδημων στο Ηνωμένο Βασίλειο, καταστούν σημαντικές τις εξελίξεις στη Κύπρο για το κοινό του BBC.

Η υψηλή ορατότητα της Κύπρου στο BBC και στο FOX εντοπίζεται και στη μελέτη Samaras, Anastasiadou και Loukoroulou (2014), η οποία εξετάζει την περίοδο 28 Μαρτίου 2013 μέχρι 30 Σεπτεμβρίου 2013, δηλαδή την περίοδο μετά την κορύφωση της κρίσης. Και σε αυτή τη μέτρηση η ορατότητα ερμηνεύεται για το BBC σε «όρους δημοσιογραφικής εγγύτητας» αφού η Κύπρος ιστορικά βρίσκεται στη ζώνη ενδιαφέροντος του Ηνωμένου Βασιλείου, ενώ για το FOX ερμηνεύεται σε όρους εσωτερικευσης στον εγχώριο πολιτικό ανταγωνισμό (Σαμαράς 2014).

Όπως εντοπίζεται στο Samaras, Anastasiadou και Loukoroulou (2014) η θεματολογία που αφορά την Κύπρο ενσωματώνεται στην αμερικάνικη ειδησεογραφία, χωρίς να αποτελεί κατ' ανάγκη κεντρικό στοιχείο του άρθρου. Η αναφορά στην Κύπρο εσωτερικεύεται στον κομματικό ανταγωνισμό του Αμερικάνικου πολιτικού συστήματος με την έννοια ότι αποτελεί περίπτωση στην οποία δοκιμάζονται εργαλεία και στρατηγικές για να αντληθούν συμπεράσματα και να προκύψουν «μαθήματα» (lessons learned) χρηστικά στο Αμερικανικό σύστημα αναφοράς. Αυτή η διαδικασία αναφορικά με το FOX παρατηρείται έντονα και στην παρούσα μελέτη.

Παρατηρείται ότι τα 574 άρθρα με ποσοστό 33,4% από το συνολικό αριθμό άρθρων, έχουν ως κεντρικό θέμα την οικονομική κρίση στην Κύπρο. Τα 209 άρθρα προέρχονται από το BBC (με ποσοστό 25,7%), τα 306 άρθρα από το FOX (με ποσοστό 51,8%), τα 11 άρθρα από το CNN (με ποσοστό 7,2%) και τα 48 άρθρα από το Al Jazeera (με ποσοστό 30%).

Πίνακας 1: Κεντρικό θέμα ανά μέσο

Οργανισμός	BBC	CNN	FOX	Al Jazeera
Κεντρικό Θέμα: Οικονομική Κρίση στην Κύπρο	209 – 25,7%	11 – 7,2%	306 – 51,8%	48 – 30,0%
Σύνολο	813 – 47,4%	152 – 8,9%	591 – 34,4%	160 – 9,3%

Από το μέγεθος του δημοσιεύματος το οποίο αφιερώνει ο κάθε ειδησεογραφικός οργανισμός διαφαίνεται και η σημασία που αποδίδει στην είδηση. Τα 620 άρθρα (το

36,1%) ήταν μικρά, δηλαδή έως 350 λέξεις, 802 άρθρα (το 46,7%) ήταν μεσαία, δηλαδή από 351 λέξεις έως 950, και μεγάλα ήταν τα 294 άρθρα (το 17,1%), δηλαδή από 951 λέξεις και πάνω.

Ο τύπος δημοσιεύματος στο σύνολο των 1716 άρθρων, ήταν 1347 κείμενα (με ποσοστό 78,5%) στην κατηγορία «Ανταπόκριση / Ρεπορτάζ», 363 άρθρα (με ποσοστό 21,2%) στην κατηγορία «Σχολιασμός / Άρθρα γνώμης» και 6 άρθρα (με ποσοστό 0,3%) στην κατηγορία «Συνέντευξη».

Σε ότι αφορά τον τόνο του δημοσιεύματος, στα 223 άρθρα (με ποσοστό 13,0%) τον τόνο δίνει ο συγγραφέας του, στα 1159 άρθρα (με ποσοστό 67,5%) τον τόνο δίνουν οι πηγές της είδησης και στα 334 άρθρα (με ποσοστό 19,5%) τον τόνο δίνει η δυναμική των γεγονότων ή δεν παρατηρείται τόνος στο δημοσίευμα.

Πίνακας 2: Γενικά χαρακτηριστικά κειμένων

Μέγεθος	Τύπος	Τον τόνο του κειμένου δίνει:
Μικρό 620 – 36,1%	Ανταπόκριση/Ρεπορτάζ 1347 – 78,5%	Ο συγγραφέας του 223 – 13,0%
Μεσαίο 802 – 46,7%	Σχολιασμός/Άρθρα Γνώμης 363 – 21,2%	Οι πηγές της είδησης 1159 – 67,5%
Μεγάλο 294 – 17,1%	Συνέντευξη 6 – 0,3%	Η δυναμική των γεγονότων 334 – 19,5%

Στο σύνολο των 1716 άρθρων, η Κύπρος εμφανίζεται στον τίτλο ή τον υπότιτλο σε 734 άρθρα με ποσοστό 42,8%, σε 32 άρθρα και με ποσοστό 1,9% εμφανίζεται το όνομα του προέδρου της Κυπριακής Δημοκρατίας, της πρωτεύουσας, ή επιθετικός προσδιορισμός π.χ. κυπριακό στον τίτλο ή τον υπότιτλο. Σε 11 κείμενα με ποσοστό 0,6% εμφανίζεται άλλο δρών υποκείμενο που συνδέεται με την Κύπρο, ενώ σε 939 άρθρα και με ποσοστό 54,7% των κειμένων δεν αναφέρεται η Κύπρος, ή κάποιος επιθετικός προσδιορισμός στον τίτλο ή τον υπότιτλο.

Εμφανίζεται το όνομα κυπριακής τράπεζας στον τίτλο ή τον υπότιτλο σε 41 κείμενα από τα 1716 με ποσοστό 2,4%, υπάρχει γενικά αναφορά στο τραπεζικό σύστημα της Κύπρου

σε 138 τίτλους κειμένων με ποσοστό 8,0%, δεν υπάρχει καμιά αναφορά κυπριακής τράπεζας σε τίτλο ή υπότιτλο κειμένου σε 1537 άρθρα με ποσοστό 89,6%.

Η Κύπρος αποτελεί το κεντρικό θέμα σε 643 άρθρα με ποσοστό 37,5%, η Κύπρος αποτελεί σημαντικό δράστη χωρίς να είναι το κεντρικό θέμα σε 180 άρθρα με ποσοστό 10,5%, ενώ γίνεται περιφερειακή αναφορά στην Κύπρο σε 893 άρθρα με ποσοστό 52,0%. Το 37,5% αποτελεί τον σταθμικό μέσο όρο για όλη τη χρονική περίοδο. Οι τιμές που παίρνει δεν είναι σταθερές. Ο βαθμός επικέντρωσης στην εικόνα της Κύπρου είναι χαμηλός κατά τους μήνες που εξετάζονται στην παρούσα έρευνα, με εξαίρεση τον μήνα Μάρτιο του 2013 κατά τον οποίο η κρίση κορυφώνεται. Τον Μάρτιο της κρίσης ο βαθμός επικέντρωσης στην εικόνα της Κύπρου αυξάνει σημαντικά: στο 58,3% των ειδήσεων η Κύπρος αποτελεί το κεντρικό στοιχείο του άρθρου, στο 36,1% η Κύπρος αποτελεί σημαντικό δράστη και στο 8,5% γίνεται περιφερειακή αναφορά στην Κύπρο.

Αντίστοιχα στοιχεία για την επικέντρωση στην εικόνα της Κύπρου κατά τον Μάρτιο του 2013 καταγράφονται στην έρευνα σε δύο ελληνικές εφημερίδες (Σαμαράς, Δημητρίου, Λουκοπούλου, Πατακιάς και Μυκονιάτη 2013). Από τα 448 δημοσιεύματα στα οποία αναφέρεται η Κύπρος στο 50% (N=224) το κείμενο επικεντρώνεται στην Κύπρο, στο 38,2% (N=171) η Κύπρος είναι σημαντικός δράστης χωρίς να αποτελεί το κυρίως θέμα, ενώ στο 11,8% (N=53) αποτελεί περιφερειακή αναφορά. Παρατηρείται ότι η κατανομή συχνοτήτων για την επικέντρωση στην εικόνα της Κύπρου τον Μάρτιο είναι πανομοιότυπες και για τις δύο έρευνες.

Η έρευνα στις δύο ελληνικές εφημερίδες έγινε με την μέθοδο του state-mapping, δηλαδή με κωδικοποίηση των εικόνων όλων των κρατών. Με τον τρόπο αυτό μπορούμε να εξετάσουμε την επικέντρωση στην εικόνα της Κύπρου σε σχέση με την επικέντρωση στην εικόνα άλλων κρατών. Το 50% που καταγράφει η Κύπρος είναι ιδιαίτερα ψηλό αφού ο μέσος όρος επικέντρωσης⁷⁸ για όλες τις χώρες είναι 17,0%. Σε περιπτώσεις άλλων χωρών σε κρίση όπως η Ιταλία το ποσοστό επικέντρωσης είναι επίσης αυξημένο (25,0%) χωρίς όμως να πλησιάζει αυτό της Κύπρου. Στην περίπτωση της Γερμανίας ο βαθμός επικέντρωσης είναι 10,2%, ενώ των ΗΠΑ 13,3%. Το ποσοστό 37,5% που εντοπίζεται στην παρούσα έρευνα και ιδιαίτερα το 58,2% που καταγράφεται κατά τον μήνα Μάρτιο είναι

⁷⁸ Αναφέρεται στον ποσοστό των δημοσιευμάτων στα οποία η χώρα αποτελεί το επίκεντρο του δημοσιεύματος σε σχέση με το σύνολο των δημοσιευμάτων στα οποία αναφέρεται αυτή η χώρα.

ιδιαίτερα αυξημένο, καταδεικνύοντας έτσι ακόμα μια φορά τον ψηλό βαθμό επικέντρωσης της ειδησεογραφίας στην εικόνα χωρών σε κρίση.

Στο σύνολο των 1716 άρθρων, ο τραπεζικός τομέας της Κύπρου αποτελεί το κεντρικό θέμα σε 220 άρθρα με ποσοστό 12,8%, αποτελεί δευτερεύον στοιχείο σε 231 άρθρα με ποσοστό 13,5%, γίνεται απλή αναφορά στον τραπεζικό τομέα σε 294 άρθρα με ποσοστό 17,1%, ενώ δεν υπάρχει καμιά αναφορά στον τραπεζικό τομέα της Κύπρου σε 971 άρθρα με ποσοστό 56,6%.

Πίνακας 3: Κεντρικότητα αναφοράς ανά υποκείμενο

Κεντρικότητα Αναφοράς	Κύπρος	Τραπεζικός Τομέας Κύπρου
Κεντρικό Θέμα	643 – 37,5%	220 – 12,8%
Δευτερεύον στοιχείο	180 – 10,5%	231 – 13,5%
Περιφερειακή αναφορά	893 – 52,0%	294 – 17,1%
Δεν υπάρχει αναφορά	-	971 – 56,6%
Σύνολο	1716 – 100,0%	1716 – 100,0%

Τα άρθρα τα οποία αφορούσαν με κυρίαρχη παρουσία καταστάσεις που συμβαίνουν εκτός Κύπρου είναι 981 με ποσοστό 57,2% (το BBC με 528 αναφορές, το FOX με 226 αναφορές, το CNN με 126 αναφορές και το Al Jazeera με 101 αναφορές), τα άρθρα τα οποία αφορούσαν τη θέση της Κύπρου στον διεθνή χώρο είναι 187 με ποσοστό 10,9% (το BBC με 56 αναφορές, το FOX με 121 αναφορές, το CNN με 4 αναφορές και το Al Jazeera με 6 αναφορές) ενώ τα άρθρα που αφορούσαν με κυρίαρχη παρουσία καταστάσεις που συμβαίνουν εντός Κύπρου ήταν 548 στο σύνολο των 1716 άρθρων και με ποσοστό 31,9% (το BBC με 229 αναφορές, το FOX με 244 αναφορές, το CNN με 22 αναφορές και το Al Jazeera με 53 αναφορές).

Πίνακας 4: Κυρίαρχη παρουσία ανά μέσο

Κυρίαρχη Παρουσία	BBC	CNN	FOX	Al Jazeera	Σύνολο
Καταστάσεις που συμβαίνουν εκτός Κύπρου	528 – 64,9%	126 – 82,9%	226 – 38,2%	101 – 63,1%	981 – 57,2%
Θέση της Κύπρου στον διεθνή χώρο	56 – 6,9%	4 – 2,6%	121 – 20,5%	6 – 3,8%	187 – 10,9%
Καταστάσεις που συμβαίνουν εντός Κύπρου	229 – 28,2%	22 – 14,5%	244 – 41,3%	53 – 33,1%	548 – 31,9%
Σύνολο	813 – 100%	152 – 100%	591 – 100%	160 – 100%	1716 – 100,0%

Παρατηρείται λοιπόν ότι τα άρθρα που αφορούν την Κύπρο, παρόλο που σε ένα μεγάλο μέρος τους αφορούν καταστάσεις που συμβαίνουν μέσα στη χώρα (31,9%), εντούτοις στο μεγαλύτερο μέρος τους αναφέρονται σε καταστάσεις που συμβαίνουν εκτός Κύπρου (57,2%). Αυτό οφείλεται κυρίως στη θεματολογία που απασχολεί τα μέσα ενημέρωσης στο σύνολο και στην οποία εμφανίζεται η Κύπρος. Εκτός από τα άρθρα με θέμα την οικονομική κρίση στην Κύπρο, όπου επικρατούν στη θεματολογία σε σχέση με την Κύπρο, η Κύπρος εμφανίζεται σε σημαντικό ποσοστό και σε άρθρα με διάφορα άλλα θέματα όπως την οικονομική κρίση στην Ε.Ε., σε γενικά θέματα οικονομίας, σε θέματα спор, σε θέματα εγκληματικότητας, σε άλλα θέματα πολιτικής και σε θέματα σχετικά με την κρίση στη Συρία (βλ. Πίνακα 9). Άλλος παράγοντας είναι το γεγονός ότι ακόμα και όταν η θεματολογία των άρθρων αφορά την οικονομική κρίση στην Κύπρο, οι αποφάσεις για την πορεία της χώρας δεν λαμβάνονται σε ενδοκρατικό επίπεδο, αλλά σε ευρωπαϊκό ή και διεθνές. Με αποτέλεσμα οι περισσότερες καταστάσεις να συμβαίνουν εκτός Κύπρου.

Μελετήθηκε ακόμα η συσχέτιση των αναφορών στην Κύπρο με τη χώρα αναφοράς, τη χώρα δηλαδή από την οποία αντλούνται τα δημοσιεύματα. Στις 813 αναφορές του BBC στην Κύπρο, οι οποίες σχετίζονται με το εσωτερικό της χώρας αναφοράς δηλαδή το Ηνωμένο Βασίλειο είναι 35 με ποσοστό 4,3%. Οι αναφορές του BBC στην Κύπρο που σχετίζονται με τη διεθνή θέση της χώρας αναφοράς είναι 139 με ποσοστό 17,1%, ενώ οι αναφορές στην Κύπρο που δεν σχετίζονται καθόλου με το Ηνωμένο Βασίλειο είναι 639 με ποσοστό 78,6%.

Από τις 591 αναφορές του FOX στην Κύπρο, οι 3 σχετίζονται με το εσωτερικό της χώρας αναφοράς, δηλαδή τις ΗΠΑ, με ποσοστό 0,5%, οι 21 αναφορές με ποσοστό 3,6% σχετίζονται με τη διεθνή θέση των ΗΠΑ, ενώ οι 567 αναφορές του στην Κύπρο δεν σχετίζονται με τη χώρα αναφοράς.

Στις 152 αναφορές του CNN στην Κύπρο, δεν εντοπίστηκε αναφορά που να σχετίζεται με το εσωτερικό της χώρας αναφοράς δηλαδή τις ΗΠΑ, 2 αναφορές στην Κύπρο με ποσοστό 1,3% σχετίζονται με τη διεθνή θέση της χώρας αναφοράς, ενώ 150 αναφορές του CNN στην Κύπρο δεν σχετίζονται με τη χώρα αναφοράς. Καμιά από τις 160 αναφορές του Al Jazeera στην Κύπρο, δεν σχετίζονται με τη χώρα αναφοράς, δηλαδή το Κατάρ.

Πίνακας 5: Συσχέτιση με χώρα αναφοράς

Συσχέτιση με τη χώρα αναφοράς	BBC (Ην. Βασίλειο)	CNN (Αμερική)	FOX (Αμερική)	Al Jazeera (Κατάρ)
Σχετίζεται με το εσωτερικό της χώρας αναφοράς	35 – 4,3%	-	3 – 0,5%	-
Σχετίζεται με τη διεθνή θέση της χώρας αναφοράς	139 – 17,1%	2 – 1,3%	21 – 3,6%	-
Δεν σχετίζεται με τη χώρα αναφοράς	639 – 78,6%	150 – 98,7%	567 – 95,9%	160 – 100,0%
Σύνολο	813 – 100,0%	152 – 100,0%	591 – 100,0%	160 – 100,0%

Παρόλο που οι αναφορές του BBC για την Κύπρο στην πλειοψηφία τους αφορούν καταστάσεις που δεν σχετίζονται με το Ηνωμένο Βασίλειο (78,6%), εντούτοις οι αναφορές του BBC οι οποίες σχετίζονται με το εσωτερικό του Ηνωμένου Βασιλείου αποτελούν το υψηλότερο ποσοστό (4,3%) σε σχέση με τα υπόλοιπα ειδησεογραφικά πρακτορεία (CNN καμιά αναφορά, FOX 0,5%, Al Jazeera καμιά). Αυτό υπερθεματίζει τον ιδιαίτερο δεσμό Κύπρου – Ηνωμένου Βασιλείου όπως εντοπίστηκε και πιο πάνω, δικαιολογώντας έτσι την υψηλή ορατότητα της Κύπρου στα άρθρα του BBC.

Η Κύπρος παρουσιάζεται με υψηλότερη ορατότητα σε άρθρα του BBC, εξαιτίας της γεωγραφικής τους εγγύτητας αλλά του ιδιαίτερου δεσμού των δύο χωρών. Ένα μεγάλο ποσοστό και στους τέσσερις ειδησεογραφικούς οργανισμούς (33,4%) έχουν ως κεντρικό

θέμα την οικονομική κρίση στην Κύπρο. Στο μεγαλύτερο μέρος τους τα άρθρα είναι μεσαίου μεγέθους, δηλαδή από 351 λέξεις έως 950 λέξεις, κάτι που υποδηλώνει και τη σημασία που αποδίδεται στην είδηση από τον κάθε οργανισμό. Το μεγαλύτερο ποσοστό κειμένων είναι ανταποκρίσεις/ρεπορτάζ (78,5%), όπου τον τόνο δίνουν οι πηγές της είδησης (67,5%).

Ένα μεγάλο μέρος της ειδησεογραφίας στα διεθνή μέσα έχουν ως κεντρικό θέμα την οικονομική κρίση στην Κύπρο (33,4%), με την Κύπρο να αποτελεί το κεντρικό θέμα σε ακόμα ψηλότερο ποσοστό (37,5%). Ο βαθμός επικέντρωσης στην εικόνα της Κύπρου εκτοξεύεται τον μήνα Μάρτιο 2013, όπου είναι και η αρχή της κορύφωσης της κρίσης στη χώρα, αφού παρατηρείται γενικά ψηλότερος βαθμός επικέντρωσης των μέσων ενημέρωσης στην εικόνα χωρών σε κρίση.

4.2 Ορατότητα και Αξιολόγηση

Το πρώτο χαρακτηριστικό της εικόνας των υποκειμένων είναι η ορατότητά τους, η συχνότητα δηλαδή της εμφάνισης τους στα μέσα ενημέρωσης. Για να απαντήσουμε στο πώς επηρέασε η οικονομική κρίση την ορατότητα της Κύπρου αλλά και των υπόλοιπων υποκειμένων τα οποία ερευνούνται, εξετάστηκε αρχικά η κατανομή των συχνοτήτων ανά μήνα και στη συνέχεια ανά χρονική περίοδο σε σχέση με την κρίση.

Η παρούσα έρευνα μελετά την περίοδο από την 01.01.2012 μέχρι την 31.12.2013. Για να εξεταστεί η εξέλιξη των στοιχείων σε σχέση με την οικονομική κρίση κρίθηκε σκόπιμο η πιο πάνω περίοδος να χωριστεί σε τρία μέρη, πρώτο από την 01.01.2012 μέχρι την 28.02.2013 που ορίζεται η περίοδος πριν από τη κρίση, δεύτερο από την 01.03.2013 μέχρι την 30.04.2013 που είναι η περίοδος κορύφωσης της κρίσης και τρίτο μέρος από την 01.05.2013 μέχρι την 31.12.2013 που ορίζεται η περίοδος μετά την κρίση.

Με τον τρόπο αυτό εντοπίζεται η εικόνα τόσο της ίδιας της χώρας όσο και των υποκειμένων της (κυπριακή οικονομία, τραπεζικός τομέας Κύπρου και μεμονωμένη τράπεζα Κύπρου) πριν, κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της κρίσης αλλά και μετά την κρίση, ώστε να εξεταστούν οι μεταβολές στο περιεχόμενο της εικόνας τους εξαιτίας της κρίσης.

Πίνακας 6: Εμφάνιση Εικόνας ανά μήνα

Μήνας	Εικόνα Κύπρου	Εικόνα Κυπριακής Οικονομίας	Εικόνα Τραπεζικού Τομέα	Εικόνας Μεμονωμένης Τράπεζας
Ιανουάριος 12	37 – 2,2%	7 – 1,6%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Φεβρουάριος 12	13 – 0,8%	1 – 0,2%	1 – 0,2%	0 – 0,0%
Μάρτιος 12	20 – 1,2%	1 – 0,2%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Απρίλιος 12	13 – 0,8%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Μάιος 12	18 – 1,0%	1 – 0,2%	1 – 0,2%	1 – 0,5%
Ιούνιος 12	57 – 3,3%	25 – 5,7%	23 – 3,5%	17 – 7,8%
Ιούλιος 12	45 – 2,6%	4 – 0,9%	4 – 0,6%	1 – 0,5%
Αύγουστος 12	35 – 2,0%	4 – 0,9%	3 – 0,5%	2 – 0,9%
Σεπτέμβριος 12	29 – 1,7%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Οκτώβριος 12	29 – 1,7%	4 – 0,9%	5 – 0,8%	0 – 0,0%
Νοέμβριος 12	45 – 2,6%	10 – 2,3%	14 – 2,1%	5 – 2,3%
Δεκέμβριος 12	21 – 1,2%	4 – 0,9%	5 – 0,8%	1 – 0,5%
Ιανουάριος 13	24 – 1,4%	8 – 1,8%	10 – 1,5%	0 – 0,0%
Φεβρουάριος 13	54 – 3,1%	8 – 1,8%	9 – 1,4%	0 – 0,0%
Μάρτιος 13	516 – 30,1%	205 – 46,8%	400 – 60,8%	129 – 58,9%
Απρίλιος 13	252 – 14,7%	90 – 20,5%	120 – 18,2%	42 – 19,2%
Μάιος 13	99 – 5,8%	17 – 3,9%	10 – 1,5%	4 – 1,8%
Ιούνιος 13	61 – 3,6%	11 – 2,5%	12 – 1,8%	1 – 0,5%
Ιούλιος 13	60 – 3,5%	10 – 2,3%	7 – 1,1%	5 – 2,3%
Αύγουστος 13	56 – 3,3%	6 – 1,4%	1 – 0,2%	0 – 0,0%
Σεπτέμβριος 13	53 – 3,1%	5 – 1,1%	9 – 1,4%	4 – 1,8%
Οκτώβριος 13	84 – 4,9%	5 – 1,1%	7 – 1,1%	1 – 0,5%
Νοέμβριος 13	42 – 2,4%	3 – 0,7%	4 – 0,6%	2 – 0,9%
Δεκέμβριος 13	53 – 3,1%	9 – 2,1%	13 – 2,0%	4 – 1,8%
ΣΥΝΟΛΟ	1716 – 100%	438 – 100%	658 – 100%	219 – 100%

Παρατηρείται ότι τον Μάρτιο του 2013, οι αναφορές στην Κύπρο αλλά και στα υπόλοιπα υποκείμενα, εκτοξεύονται στο 30,1% για την Κύπρο με 516 αναφορές, στο 46,8% για την Κυπριακή Οικονομία με 205 αναφορές, στο 60,8% για τον Τραπεζικό Τομέα της Κύπρου με 400 αναφορές και στο 58,9% για τη Μεμονωμένη Κυπριακή Τράπεζα με 129 αναφορές.

Εκτός από τον Απρίλιο του 2013 όπου οι αναφορές στα τέσσερα υποκείμενα είναι επίσης σχετικά υψηλές (14,7% για την Κύπρο με 252 αναφορές, 20,5% στην Κυπριακή Οικονομία με 90 αναφορές, 18,2% στον Τραπεζικό Τομέα Κύπρου με 120 αναφορές και 19,2% σε Μεμονωμένη Κυπριακή Τράπεζα με 42 αναφορές) τους υπόλοιπους μήνες της

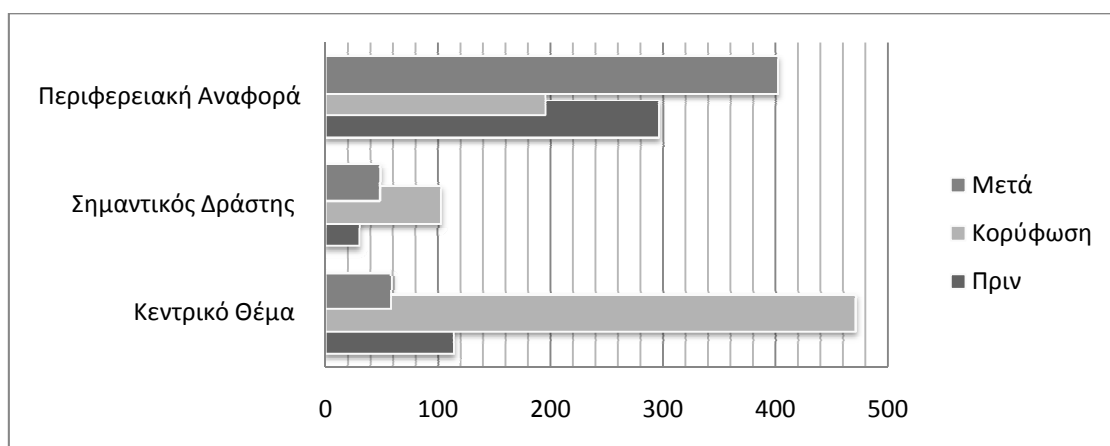
έρευνας η ορατότητα των τεσσάρων υποκειμένων είναι χαμηλή. Η υψηλή ορατότητα οφείλεται δηλαδή στην τραπεζική κρίση της Κύπρου.

Σύμφωνα με τους Σαμαράς και Ιορδανίδου (2014:230) τα υψηλά επίπεδα παρουσίασης ενός θέματος στις ειδήσεις επιδρούν στη διαμόρφωση απόψεων για τα κράτη τα οποία συνδέονται με αυτό. Η Κύπρος, την συγκεκριμένη περίοδο πρωταγωνιστεί στα διεθνή μέσα εξαιτίας των προβλημάτων που αντιμετωπίζει. Η ύπαρξη τόσο σημαντικού ποσοστού της ειδησεογραφικής κάλυψης σε ένα μόνο μήνα, σημαίνει ότι τα γεγονότα αυτού του μήνα λειτουργούν ως το κρίσιμο γεγονός, με βάση το οποίο νοηματοδοτείται η εικόνα της χώρας. Εάν τα γεγονότα αυτά παράγονται από ένα γεγονός που συνιστά κρίση, τότε έχουμε τη διαδικασία εγκαθίδρυσης ενός αρνητικού πλαισίου μέσω του οποίου γίνεται αντιληπτή η χώρα.

Η ανάλυση του Σαμαρά (2014) δείχνει τις επιδράσεις που έχει η εμπέδωση ενός τέτοιου αρνητικού πλαισίου αναφοράς, ουσιαστικά ενός αρνητικού στερεοτύπου, στον τρόπο με τον οποίο η χώρα γίνεται αντιληπτή στη συνέχεια. Η εμπέδωση του στερεοτύπου είναι συνάρτηση όχι μόνο του αρνητικού πρόσημου αλλά και της έντασης της ειδησεογραφικής παρουσίασης, η οποία αποτελεί τον κρίσιμο παράγοντα για να εγχαραχθεί αυτό στο πλαίσιο αναφοράς του ακροατή. Για να εγχαραχθεί η προβαλλόμενη εικόνα στο επίπεδο της προσλαμβανόμενης εικόνας. Έτσι το κρίσιμο αυτό γεγονός, επιτρέπει τη μεταβολή της εικόνας των πολιτικών υποκειμένων, αφού η Κύπρος από χώρα με σχετικά χαμηλή ορατότητα εμφανίζεται τους μήνες Μάρτιο και Απρίλιο με υψηλή ορατότητα και έντονα αρνητική αξιολόγηση όπως θα δούμε πιο κάτω. «Ο συνδυασμός υψηλής ορατότητας και αρνητικής αξιολόγησης συγκροτεί την εικόνα του κράτους σε κρίση» (Manheim και Albritton 1984:645, Σαμαράς 2014:29).

Πίνακας 7: Κεντρικότητα αναφοράς της Κύπρου ανά χρονική περίοδο

Περίοδος	Κεντρικό Θέμα	Σημαντικός Δράστης	Περιφερειακή Αναφορά	Σύνολο Εμφανίσεων
Πριν	114 – 25,9%	30 – 6,8%	296 – 67,3%	440 – 25,65%
Κορύφωση Κρίσης	471 – 61,3%	102 – 13,3%	195 – 25,4%	768 – 44,75%
Μετά	58 – 11,4%	48 – 9,4%	402 – 79,1%	508 – 29,60%
ΣΥΝΟΛΟ	643 – 37,5%	180 – 10,5%	893 – 52,0%	1716 – 100,0%

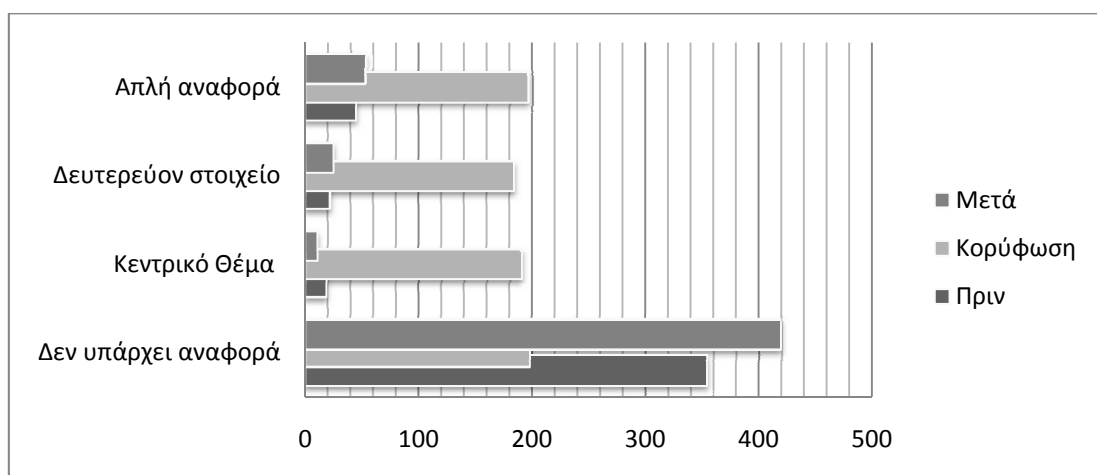


Κατά την πρώτη περίοδο (01.01.2012 – 28.02.2013) αναφέρονται στην Κύπρο 440 άρθρα με ποσοστό 25,65% από τα συνολικά 1716 άρθρα υπό εξέταση, ενώ η Κύπρος αποτελεί το κεντρικό θέμα μόλις στα 114 άρθρα. Κατά τη δεύτερη περίοδο (01.03.2013 - 30.04.2013) αναφέρονται στην Κύπρο 768 άρθρα με ποσοστό 44,75%, όπου στα 471 άρθρα η Κύπρος αποτελεί το κύριο θέμα του άρθρου. Στην τρίτη και τελευταία περίοδο (01.05.2013 – 31.12.2013) γίνεται αναφορά στην Κύπρο σε 508 άρθρα με ποσοστό 29,60%, όπου στα 58 άρθρα η Κύπρος αποτελεί το κεντρικό θέμα του άρθρου.

Διακρίνεται λοιπόν ότι κατά την φάση κορύφωσης, η οικονομική κρίση αυξάνει τόσο τον όγκο ειδησεογραφικής κάλυψης, όσο και την επικέντρωση στη χώρα κατά την περίοδο της κορύφωσης της κρίσης. Τα χαρακτηριστικά της εικόνας της Κύπρου που παράγονται κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της κρίσης ευκολότερα μπορούν να εμπεδωθούν στην εικόνα της, αφού όπως αναφέρει ο Σαμαράς (2014:23) η υπερβολική παρουσίαση γεγονότων από μια χώρα επιδρά στην εικόνα της, προσδίδοντας της συμβολική υπόσταση αντίστοιχη με την πραγματικότητα της χώρας.

Πίνακας 8: Κεντρικότητα αναφοράς Τραπεζικού Τομέα ανά χρονική περίοδο

Περίοδος	Δεν υπάρχει αναφορά	Κεντρικό Θέμα	Δευτερεύον στοιχείο	Απλή Αναφορά	Σύνολο
Πριν	354 – 80,5%	19 – 4,3%	22 – 5,0%	45 – 10,2%	440 – 25,65%
Κορύφωση Κρίσης	198 – 25,8%	190 – 24,7%	184 – 24,0%	196 – 25,5%	768 – 44,75%
Μετά	419 – 82,5%	11 – 2,2%	25 – 4,9%	53 – 10,4%	508 – 29,60%
ΣΥΝΟΛΟ	971 – 56,6%	220 – 12,8%	231 – 13,5%	294 – 17,1%	1716 – 100,0%



Όσον αφορά την κεντρικότητα αναφοράς στον Τραπεζικό Τομέα Κύπρου, κατά την πρώτη περίοδο εντοπίστηκαν 354 κείμενα με ποσοστό 80,5% να μην έχουν καμία αναφορά στον Τραπεζικό Τομέα της Κύπρου, ενώ κατά την δεύτερη περίοδο που αποτελεί την περίοδο κορύφωσης της κρίσης το ποσοστό αυτό πέφτει στο 25,8% και στα 198 κείμενα. Αντίθετα αυξάνονται οι αναφορές στον τραπεζικό τομέα από 19 που αποτελούσε το κεντρικό θέμα κατά την πρώτη περίοδο με ποσοστό 4,3%, στο 24,7% με 190 αναφορές όπου ο Τραπεζικός Τομέας αποτελεί το κεντρικό θέμα του άρθρου κατά τη δεύτερη περίοδο. Κατά την τρίτη περίοδο τα ποσοστά επανέρχονται στα 82,5% χωρίς καμία αναφορά με 419 κείμενα, ενώ σε 11 κείμενα ο τραπεζικός τομέας αποτελεί το κεντρικό θέμα με 2,2%.

Παρατηρούμε εδώ ότι υπάρχει ταυτόχρονη αύξηση της ειδησεογραφικής κάλυψης της χώρας και επικέντρωσης των ειδήσεων σε αυτήν την περίοδο της κορύφωσης της κρίσης, και της αύξησης των αναφορών στον τραπεζικό τομέα και επικέντρωσης των αναφορών σε αυτόν. Αφού η εκτόξευση των αναφορών στην Κύπρο από τα διεθνή μέσα κατά τη διάρκεια της κρίσης αφορούν πρωτίστως την οικονομική κρίση στο νησί, κατ' επέκταση αυξάνονται και οι αναφορές στον τραπεζικό τομέα, τον σημαντικότερο ίσως παράγοντα στον οποίο οφείλεται η κρίση.

Στο Σαμαράς και Ιορδανίδου (2014:238), όπου μελετάται η οικονομική κρίση και η διεθνής εικόνα της Γερμανίας, εξετάζεται και η πλαισίωση της Γερμανίας στα ΜΜΕ της Αγγλίας, της Κύπρου, της Ελλάδας και της Τουρκίας. Αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι η εικόνα μιας χώρας είναι πιο πλούσια σε χαρακτηριστικά και επιτυγχάνει μεγαλύτερη εγγάραξη όταν ένα δημοσίευμα εστιάζεται σε αυτή τη χώρα. Στην περίπτωση της Γερμανίας όταν αυτή αποτελεί κεντρικό θέμα του άρθρου, η εικόνα της οργανώνεται κυρίως σε πλαίσιο στρατηγικής, ηγεμόνα/κυρίαρχου και σύγκρουσης. Επιτυγχάνεται έτσι

μεγαλύτερη εγχάραξη των συγκεκριμένων χαρακτηριστικών για την εικόνα της Γερμανίας στον δέκτη.

Αντίστοιχα στην περίπτωση της παρούσας μελέτης, ο υψηλός βαθμός επικέντρωσης των αναφορών σε ένα άλλο πολιτικό υποκείμενο όπως τον Τραπεζικό Τομέα της Κύπρου κατά την διάρκεια της κορύφωσης της κρίσης, μπορεί κατ' επέκταση να επιφέρει αλλαγή στην εικόνα του και να επιτύχει μεγαλύτερη εγχάραξη αφού τα δημοσιεύματα εστιάζουν στα προβλήματα που αντιμετωπίζει.

Στη συνέχεια εξετάζουμε την ειδησεογραφική θεματολογία, η οποία συνεισφέρει στην διαμόρφωση της εικόνας της Κύπρου (βλ. Πίνακα 9). Στον ίδιο πίνακα εξετάζουμε και την επικέντρωση στην εικόνα της Κύπρου ανά θεματική αναφορά.

Συνολικά, 574 κείμενα έχουν ως θέμα τους την 'Οικονομική κρίση στην Κύπρο', με ποσοστό 33,4%, ενώ από τα κείμενα αυτά, στα 530 η Κύπρος αποτελεί το κεντρικό θέμα του άρθρου με ποσοστό 82,4%. Επίσης από τα 634 συνολικά άρθρα στα οποία η Κύπρος αποτελεί το κεντρικό θέμα, τα 530 άρθρα δηλαδή το 83,6% αφορά την 'Οικονομική κρίση στην Κύπρο', ενώ το υπόλοιπο 16,4% αφορά όλα τα υπόλοιπα θέματα. Η οικονομική κρίση λοιπόν στην Κύπρο συνεισφέρει το μεγαλύτερο μέρος των απεικονίσεων, όπου εντοπίζεται και η μεγαλύτερη επικέντρωση στην Κύπρο. Το αμέσως επόμενο θέμα στο οποίο παρουσιάζεται η Κύπρος να αποτελεί το κεντρικό θέμα είναι το θέμα 'Άλλα ζητήματα πολιτικής' με μόλις 24 αναφορές και ποσοστό 3,7%. Άρα, εντοπίζεται στο σημείο αυτό το κυριότερο θέμα στο οποίο η δυναμική εγχάραξης που έχει το συγκεκριμένο θέμα το μυαλό του δέκτη.

Πίνακας 9: Κεντρικό θέμα άρθρου και Κεντρικότητα αναφοράς Κύπρου

Θέμα	Κεντρικό θέμα άρθρου	Σημαντικός δράστης	Περιφερειακή αναφορά	Σύνολο
Διακρατικές κινήσεις Κύπρου – Ρωσίας	0	0	1 (0,1%)	1 (0,1%)
Διακρατικές κινήσεις Κύπρου – Ην. Βασιλείου	1 (33,3%)	0	2 (66,7%)	3 (0,2%)
Οικονομική κρίση στην Κύπρο	530 (82,4%)	29 (16,1%)	15 (1,7%)	574 (33,4%)
Οικονομική κρίση στην Ελλάδα	0	2 (1,1%)	15 (1,7%)	17 (1,0%)
Οικονομική κρίση στην Ε.Ε.	2 (0,3%)	37 (20,6%)	90 (10,1%)	129 (7,5%)
Οικονομική κρίση στις χώρες PIGS	0	0	2 (0,2%)	2 (0,1%)
Οικονομική κρίση σε άλλη χώρα	0	6 (3,3%)	46 (5,2%)	52 (3,0%)
Φυσικό αέριο / Υδρογονάνθρακες	5 (0,8%)	4 (2,2%)	8 (0,9%)	17 (1,0%)
Πετρέλαιο	3 (0,5%)	1 (0,6%)	4 (0,4%)	8 (0,5%)
Άλλες μορφές ενέργειας	0	0	2 (0,2%)	2 (0,1%)
Κυπριακό	11 (1,7%)	0	1 (0,1%)	12 (0,7%)
Τρομοκρατία	8 (1,2%)	2 (1,1%)	34 (3,8%)	44 (2,6%)
Άλλα ζητήματα διεθνούς πολιτικής	3 (0,5%)	10 (5,6%)	63 (7,1%)	76 (4,4%)
Κρίση στη Συρία	1 (0,2%)	4 (2,2%)	81 (9,1%)	86 (5,0%)
Περιβάλλον	0	0	5 (0,6%)	5 (0,3%)
Μεταναστευτικό	1 (0,2%)	0	16 (1,8%)	17 (1,0%)
Εγκληματικότητα	14 (2,2%)	15 (8,3%)	77 (8,6%)	106 (6,2%)
Τεχνολογία - Επιστήμη	0	0	7 (0,8%)	7 (0,4%)
Υγεία	1 (0,2%)	0	6 (0,7%)	7 (0,4%)
Άλλα ζητήματα πολιτικής	24 (3,7%)	4 (2,2%)	79 (8,8%)	107 (6,2%)
Προϊόντα – Life style	3 (0,5%)	2 (1,1%)	36 (4,0%)	41 (2,4%)
Κουλτούρα	2 (0,3%)	3 (1,7%)	8 (0,9%)	13 (0,8%)
Θρησκεία	1 (0,2%)	0	3 (0,3%)	4 (0,2%)
Σπορ	7 (1,1%)	3 (1,7%)	108 (12,1%)	118 (6,9%)
Διάφορα / Άλλα	11 (1,7%)	36 (20,0%)	79 (8,8%)	126 (7,3%)
Τουρισμός	4 (0,6%)	0	3 (0,3%)	7 (0,4%)
Γενικά Θέματα Οικονομίας	11 (1,7%)	22 (12,2%)	97 (10,9%)	130 (7,6%)
Εκπαίδευση	0	0	5 (0,6%)	5 (0,3%)
Σύνολο	643 (37,5%)	180 (10,5%)	893 (52,0%)	1716 (100%)

Σε 129 κείμενα (7,5%) φέρεται ως κύριο θέμα η ‘Οικονομική κρίση στην Ε.Ε.’ όπου γίνεται κυρίως περιφερειακή αναφορά στην Κύπρο. Ακόμα, με αυξημένα συνολικά ποσοστά γίνεται αναφορά στην Κύπρο σε διάφορα άλλα θέματα όπως ‘Εγκληματικότητα’, ‘Σπορ’ και ‘Γενικά θέματα οικονομίας’. Μικρή σχετικά αναφορά γίνεται στο Κυπριακό πρόβλημα με 11 αναφορές (1,7%) όπου η Κύπρος αποτελεί το κύριο στοιχείο του άρθρου

και με μια αναφορά (0,1%) όπου γίνεται περιφερειακή αναφορά στην Κύπρο. Εντοπίστηκαν δηλαδή 12 συνολικά αναφορές στο Κυπριακό με ποσοστό 0,7%. Η παρατήρηση αυτή εντοπίζεται και σε προγενέστερη έρευνα που συμπεραίνει πως «η φάση κορύφωσης της οικονομικής κρίσης με το κλείσιμο των τραπεζών στην Κύπρο οδήγησε στη μεταβολή του περιεχομένου του όρου (Κυπριακό ζήτημα/πρόβλημα)» από ζήτημα εισβολής και κατοχής σε όρους οικονομικής κρίσης (Samaras, Anastasiadou και Loukoroulou 2014). Το γεγονός αυτό αποτελεί σημαντική μεταβολή στο περιεχόμενο της εικόνας της Κύπρου, αφού υποσκάπτεται η βασική αφήγηση της ως θύμα που αγωνίζεται για την απελευθέρωση της και επανατοποθετείται ως χώρα-πρόβλημα (Σαμαράς 2014:35).

Ακολούθως εξετάζουμε την αξιολόγηση των τεσσάρων υποκειμένων ξεχωριστά και ανά χρονική περίοδο, για να εντοπίσουμε τη συνολική στάση του κειμένου απέναντι σε κάθε ένα υποκείμενο (βλ. Πίνακα 10).

Σημαντική παρατήρηση στην παρούσα έρευνα είναι το γεγονός ότι σε κανένα κείμενο δεν έχει εντοπιστεί πολύ θετική αξιολόγηση που να λάβει τιμή +2, για κανένα από τα υποκείμενα τα οποία εξετάζουμε παρότι μετρήθηκε συστηματικά. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα ο μέσος αξιολογικός όρος και για τα τέσσερα υποκείμενα να είναι ιδιαίτερα αρνητικός.

Όταν η ορατότητα μιας χώρας στα μέσα ενημέρωσης είναι υψηλή και η αξιολόγηση της είναι έντονα αρνητική, τότε έχουμε μια «εικόνα κράτους σε κρίση» (Manheim και Albritton 1984:645), ενώ όσο υψηλότερα είναι τα επίπεδα ορατότητας της χώρας σε ένα έντονα αρνητικό πλαίσιο, τόσο διευρύνεται και η επίδραση της κρίσης (Σαμαράς 2014:16).

Στην περίπτωση της Κύπρου παρατηρούμε ότι υπάρχει μια αρνητική αξιολόγηση καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας (βλ. Πίνακα 10). Τους μήνες όμως όπου η κρίση κορυφώνεται (Μάρτιος και Απρίλιος 2013) παρατηρείται μια σχετικά μεγάλη αύξηση της αρνητικής αξιολόγησης, σε συνδυασμό με υψηλή ορατότητα της χώρας στα διεθνή μέσα. Αυτό οφείλεται κυρίως στον προβληματικό τραπεζικό τομέα της χώρας και έχει ως αποτέλεσμα να απεικονίζεται η Κύπρος ως χώρα-πρόβλημα.

Πίνακας 10: Αξιολόγηση Κύπρου ανά μήνα

Μήνας	Αξιολόγηση Κύπρου	Σύνολο άρθρων ανά μήνα
Ιανουάριος 12	-0.6216	37
Φεβρουάριος 12	-0.5385	13
Μάρτιος 12	-0.2000	20
Απρίλιος 12	-0.3077	13
Μάιος 12	-0.5000	18
Ιούνιος 12	-0.7544	57
Ιούλιος 12	-0.4000	45
Αύγουστος 12	-0.3143	35
Σεπτέμβριος 12	-0.2069	29
Οκτώβριος 12	-0.5172	29
Νοέμβριος 12	-0.6222	45
Δεκέμβριος 12	-0.3333	21
Ιανουάριος 13	-0.5417	24
Φεβρουάριος 13	-0.3704	54
Μάρτιος 13	-1.0174	516
Απρίλιος 13	-1.1429	252
Μάιος 13	-0.6364	99
Ιούνιος 13	-0.5738	61
Ιούλιος 13	-0.4667	60
Αύγουστος 13	-0.3929	56
Σεπτέμβριος 13	-0.3774	53
Οκτώβριος 13	-0.2381	84
Νοέμβριος 13	-0.5238	42
Δεκέμβριος 13	-0.3396	53
ΣΥΝΟΛΟ	-0.7279	1716

Πριν από το ξέσπασμα της κρίσης τα δημοσιεύματα για την Κύπρο για κάθε μήνα (Ιανουάριος 2012 μέχρι Φεβρουάριος 2013) κυμαίνονται μεταξύ 13 και 57 αναφορών. Τους μήνες της κορύφωσης της κρίσης (Μάρτιος 2013 και Απρίλιος 2013) τα δημοσιεύματα που αφορούν την Κύπρο είναι 516 και 252 (αντίστοιχα), ενώ μετά την περίοδο κορύφωσης (Μάιος 2013 μέχρι Δεκέμβριος 2013) μειώνονται μεταξύ 42 και 99 κειμένων.

Πίνακας 11: Αξιολόγηση Κύπρου ανά χρονική περίοδο

Περίοδος	M.O.	--	-	0	+	++	Αξιολογικό Έλλειμμα
Πρω	-0,47 (440)	21- 4,8%	173 – 39,3%	7 – 1,6%	7 – 1,6%	0 – 0%	232 – 52,7%
Κορύφωση	-1,05 (768)	142 – 18,5%	531 – 69,1%	4 – 0,5%	2 – 0,3%	0 – 0%	89 – 11,6%
Μετά	-0,45 (508)	61 – 12,0%	124 – 24,4%	0 – 0%	8 – 1,6%	5 – 1,0%	310 – 61,0%

Καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας η συνολική εικόνα της Κύπρου είναι αρνητική, με μέσο όρο αξιολόγησης -0,73 σε 1716 αναφορές. Παρόλα αυτά την περίοδο της κορύφωσης της κρίσης κατά τους μήνες Μάρτιο και Απρίλιο του 2013, παρατηρείται μια αύξηση της αρνητικής αξιολόγησης ανάμεσα σε 768 αναφορές με μέσο όρο -1,05. Σύμφωνα με προγενέστερη ποσοτική ανάλυση περιεχομένου της εικόνας των κρατών στον αγγλικό τύπο για το 2012, χώρες που βιώνουν την οικονομική κρίση όπως η Ισπανία και η Ελλάδα παρουσιάζουν πολύ αρνητικά επίπεδα αξιολόγησης: -0,76 και -0,86 αντίστοιχα (Σαμαράς 2014), ενώ για την Κύπρο ήταν -0,71 (Ιορδανίδου, Σαμαράς και Δημητρίου 2013).

Στην περίπτωση λοιπόν της Κύπρου και της οικονομικής κρίσης το 2013 τα ποσοστά αρνητικής αξιολόγησης υπερβαίνουν κάθε άλλη μέτρηση σε χώρες που παρουσιάζουν παρόμοια προβλήματα από προγενέστερες έρευνες.

Η αξιολόγηση της εικόνας της Κύπρου παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις στις τρεις περιόδους. Κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης όμως η αξιολόγηση της εικόνας της Κύπρου αγγίζει το ακραία αρνητικό -1,05 σε 768 αναφορές. Το 69,1% των δημοσιευμάτων είναι αρνητικό ενώ το 18,5% πολύ αρνητικό. Η αξιολόγηση της Κύπρου τον Μάρτιο του 2013 στις ελληνικές εφημερίδες ήταν -0,55 (Σαμαράς 2014). Η εικόνα της Κύπρου, παρουσιάζεται αρνητικότερη στα μέσα ενημέρωσης του Ηνωμένου Βασιλείου, της Αμερικής και του Κατάρ από ότι στα ελληνικά μέσα, κατά την ίδια περίοδο.

Η αξιολόγηση της εικόνας της Συρίας κατά τη διάρκεια του εμφυλίου πολέμου (Ιούνιος του 2012 σε Αγγλικές, Κυπριακές και Ελληνικές εφημερίδες) ήταν -0,93 (Ιορδανίδου, Samaras και Dimitriou 2014). Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης η εικόνα της Κύπρου παρουσιάζεται πιο αρνητικά και από χώρα όπως τη Συρία, η οποία βρίσκεται σε εμπόλεμη κατάσταση.

Στη συνέχεια εξετάζεται η αξιολόγηση της Κυπριακής Οικονομίας ανά χρονική περίοδο όπου παρατηρείται μια ακραία αρνητική αξιολόγηση και στις τρεις περιόδους.

Πίνακας 12: Αξιολόγηση Κυπριακής Οικονομίας ανά χρονική περίοδο

Περίοδος	Μ.Ο.	--	-	0	+	++	Αξιολογικό Έλλειμμα
Πριν	-1,23 (77)	26 – 33,8%	43 – 55,8%	1 – 1,3%	0 – 0%	0 – 0%	7 – 9,1%
Κορύφωση	-1,34 (295)	124 – 42,0%	150 – 50,8%	4 – 1,4%	0 – 0%	1 – 0,3%	16 – 5,4%
Μετά	-1,69 (66)	48 – 72,7%	16 – 24,2%	1 – 1,5%	0 – 0%	0 – 0%	1 – 1,5%

Πριν από την κορύφωση της κρίσης ο μέσος αξιολογικός όρος για την Κυπριακή Οικονομία είναι -1,23 σε 77 αναφορές. Κατά τη περίοδο κορύφωσης, καθώς αυξάνονται οι αναφορές στην Κυπριακή Οικονομία αυξάνεται και το αρνητικό πρόσημο σε -1,34 σε 295 αναφορές. Μετά από την περίοδο κορύφωσης το αρνητικό πρόσημο αυξάνεται ακόμη περισσότερο για να φτάσει στο ακραίο -1,69 σε 66 αναφορές. Το ίδιο εντοπίζεται και στα άλλα δύο υποκείμενα, Τραπεζικός Τομέας και Μεμονωμένες Τράπεζες, αυξάνεται δηλαδή ο μέσος αξιολογικός όρος και στα τρία υποκείμενα σε σχέση με το μέσο αξιολογικό όρο κατά τη διάρκεια τη κρίσης.

Η σταδιακή αποκλιμάκωση της κρίσης δεν έχει δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες ώστε να αρχίσει και η αποκατάσταση των ρηγματώσεων της εικόνας των τριών υποκειμένων. Τα αρνητικά στοιχεία στην εικόνα της κυπριακής οικονομίας, του τραπεζικού τομέα και των μεμονωμένων τραπεζών, τα οποία οφείλονται στην οικονομική κρίση δεν μειώνονται. Αντίθετα, ενώ μειώνεται η ορατότητα τους, η αρνητική τους εικόνα παραμένει, αφού το αρνητικό πρόσημο της αυξάνεται. Αυτό αποτελεί ένδειξη της πλήρους καταρράκωσης της εικόνας τους. Καθώς η κρίση ξεθωριάζει η αρνητική αξιολόγηση όχι μόνο παραμένει αλλά και εντείνεται.

Πίνακας 13: Αξιολόγηση Τραπεζικού Τομέα Κύπρου ανά χρονική περίοδο

Περίοδος	M.O.	--	-	0	+	++	Αξιολογικό Έλλειμμα
Πριν	-1,37 (75)	28 – 37,3%	47 – 62,7%	0 – 0%	0 – 0%	0 – 0%	0 – 0%
Κορύφωση	-1,23 (520)	170 – 32,7%	300 – 57,7%	1 – 0,2%	0 – 0%	0 – 0%	49 – 9,4%
Μετά	-1,69 (63)	45 – 71,4%	17 – 27,0%	0 – 0%	0 – 0%	0 – 0%	1 – 1,6%

Η μέση αξιολόγηση της εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου είναι ακραία αρνητική και στις τρεις περιόδους. Πριν από την κορύφωση ο μέσος αξιολογικός όρος είναι -1,37 σε 75 αναφορές, κατά τη διάρκεια της κορύφωσης είναι -1,23 σε 520 αναφορές και μετά από την περίοδο κορύφωσης αυξάνεται στο ακραίο -1,69 σε 63 αναφορές. Παρατηρείται πλήρης απουσία θετικών αναφορών και εμφανίζεται αποκλειστικά σε όρους αρνητικής δημοσιότητας στα διεθνή μέσα.

Πίνακας 14: Αξιολόγηση Κυπριακών Τραπεζών ανά χρονική περίοδο

Περίοδος	M.O.	--	-	0	+	++	Αξιολογικό Έλλειμμα
Πριν	-0,96 (27)	3 – 11,1%	20 – 74,1%	0 – 0%	0 – 0%	0 – 0%	4 – 14,8%
Κορύφωση	-1,04 (171)	46 – 26,9%	86 – 50,3%	0 – 0%	0 – 0%	0 – 0%	39 – 22,8%
Μετά	-1,57 (21)	13 – 61,9%	7 – 33,3%	0 – 0%	0 – 0%	0 – 0%	1 – 4,8%

Το ίδιο παρατηρείται και στην αξιολόγηση των κυπριακών τραπεζών όπου και πάλι υπάρχει πλήρης απουσία θετικών αναφορών. Πριν από την κορύφωση της κρίσης ο μέσος αξιολογικός όρος είναι -0,96 σε 27 αναφορές, κατά τη διάρκεια της κορύφωσης είναι -1,04 σε 171 αναφορές ενώ μετά την περίοδο κορύφωσης φτάνει το ακραίο -1,57 σε μόλις 21 αναφορές.

Καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας η συνολική εικόνα της Κύπρου είναι αρνητική (-0,73), ενώ κατά την περίοδο της κορύφωσης της κρίσης, παρατηρείται αύξηση της αρνητικής αξιολόγησης (-1,05). Τα ποσοστά αρνητικής αξιολόγησης της εικόνας της Κύπρου, υπερβαίνουν κάθε άλλη μέτρηση από προγενέστερες έρευνες για χώρες που παρουσιάζουν

παρόμοια προβλήματα. Μετά από την κορύφωση της κρίσης η εικόνα της Κύπρου είναι πολύ λιγότερο αρνητική (-0,45). Αυτό σημαίνει πως επέρχεται η άμβλυνση της κρίσης για τη χώρα και κατ' επέκταση ενδέχεται να ξεκινήσει η διόρθωση της εικόνας της.

Δεν συμβαίνει το ίδιο και στη περίπτωση των υπόλοιπων υποκειμένων (Κυπριακή Οικονομία, Τραπεζικός Τομέας Κύπρου και Μεμονωμένες Τράπεζες). Πριν από την κορύφωση της κρίσης ο μέσος αξιολογικός όρος για την εικόνα τους είναι αρνητικός, κατά την περίοδο κορύφωσης ο αρνητισμός αυξάνεται ακόμη περισσότερο και μετά από την περίοδο κορύφωσης φτάνει σε ακραία αρνητική αξιολόγηση. Αυτό σε συνδυασμό με την χαμηλή ορατότητα των τριών υποκειμένων στα διεθνή μέσα δείχνει ότι η σταδιακή αποκλιμάκωση της κρίσης δεν έχει δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες ώστε να αρχίσει και η αποκατάσταση των ρηγματώσεων της εικόνας τους.

Στη συνέχεια εξετάζουμε την μέση αξιολόγηση των πολιτικών υποκειμένων όταν το βασικό θέμα άρθρου είναι η 'Οικονομική Κρίση στην Κύπρο' σε σχέση με την μέση αξιολόγηση στο σύνολο των άρθρων. Για τα τρία από τα τέσσερα υποκείμενα η αξιολόγηση είναι η ίδια και ο βασικός παράγοντας που καθορίζει την συνολική αξιολόγηση του πολιτικού υποκειμένου είναι η θεματική της κρίσης.

Πίνακας 15: Μέση αξιολόγηση υποκειμένων με θέμα Οικονομική κρίση στην Κύπρο

Κεντρικό Θέμα Άρθρου	Αξιολόγηση Κυπριακών Τραπεζών	Αξιολόγηση Τραπεζικός Τομέας Κύπρου	Αξιολόγηση Κυπριακής Οικονομίας	Αξιολόγηση Κύπρου
Οικονομική κρίση στην Κύπρο	-1,09 (192)	- 1,27 (490)	-1,38 (306)	-1,17 (570)
Σύνολο	-1,08 (219)	-1,29 (658)	- 1,38 (438)	-0,73 (1716)

Στην μόνη περίπτωση που υπάρχει σημαντική διαφορά είναι η αξιολόγηση της Κύπρου στην οποία η συνολική εικόνα είναι πολύ λιγότερο αρνητική. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχουν θεματικές οι οποίες λειτουργούν θετικά στην εικόνα της Κύπρου και μειώνουν τον αρνητισμό. Αυτές οι θεματικές είναι 'Προϊόντα – Life Style' (0,07, N=41), 'Κουλτούρα' (0,31, N=13), Τουρισμός (0,14, N=7). Αντίστοιχα, αρνητικό πρόσημο για την Κύπρο παράγει και η θεματική της 'Οικονομικής κρίσης στην Ε.Ε.' (-1,15, N=129), 'Γενικά

θέματα οικονομίας' (-1,04, N=130), Οικονομική Κρίση στην Ελλάδα' (-0,71, N=17) και 'Οικονομική κρίση σε άλλη χώρα' (-1,19, N=52).

Αντίθετα από την εικόνα των άλλων τριών υποκειμένων (Κυπριακής Οικονομίας, Τραπεζικού Τομέα και Μεμονωμένων Τραπεζών) στην περίπτωση της εικόνας της Κύπρου η αποκλιμάκωση της κρίσης οδήγησε στη μείωση των αρνητικών αξιολογήσεων και στην αντικατάσταση τους από μερικές θετικές αναφορές. Αυτό οφείλεται στη μεταβολή της θεματολογίας και στον απεγκλωβισμό της εικόνας της Κύπρου από τη θεματολογία για την κρίση στον τραπεζικό τομέα.

Συμπερασματικά, παρατηρείται πολύ υψηλότερη ορατότητα της Κύπρου στα διεθνή μέσα κατά τη δεύτερη περίοδο αφού η Κύπρος πρωταγωνιστεί στα διεθνή μέσα εξαιτίας των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο τραπεζικός της τομέας. Κατά την περίοδο κορύφωσης της κρίσης υπάρχει μια ταυτόχρονη αύξηση της ειδησεογραφικής κάλυψης της Κύπρου και επικέντρωσης των ειδήσεων σε αυτήν και των αναφορών στον τραπεζικό τομέα και της επικέντρωσης των ειδήσεων σε αυτόν. Αφού η υψηλή ορατότητα αφορά πρωτίστως την οικονομική κρίση στο νησί, κατ' επέκταση αυξάνονται και οι αναφορές στον τραπεζικό τομέα, τον σημαντικότερο ίσως παράγοντα στον οποίο οφείλεται η κρίση.

Η υψηλό ορατότητα συνδυάζεται και με αρνητική αξιολόγηση ιδιαίτερα τους μήνες κατά τους οποίους η κρίση κορυφώνεται, με αποτέλεσμα να εμποδώνονται αρνητικά στοιχεία στην εικόνα της χώρας. Σημαντικό είναι επίσης και το γεγονός ότι μετά από την κορύφωση της κρίσης, κατά την τρίτη περίοδο ο μέσος όρος αξιολόγησης για τα υποκείμενα κυπριακή οικονομία, τραπεζικός τομέας και μεμονωμένες τράπεζες είναι ακόμη πιο αρνητικός και από την περίοδο κορύφωσης. Η ορατότητα τους μειώνεται αλλά η αρνητική εικόνα παραμένει αφού το αρνητικό πρόσημο τους αυξάνεται. Αυτό αποτελεί ένδειξη πλήρους καταρράκωσης της εικόνας τους.

Στην μόνη περίπτωση που υπάρχει σημαντική διαφορά είναι στην αξιολόγηση της Κύπρου, στην οποία η συνολική εικόνα μετά από την περίοδο κορύφωσης είναι πολύ λιγότερο αρνητική. Αυτό συμβαίνει διότι η Κύπρος κατάφερε να απεγκλωβιστεί από τη θεματολογία για την κρίση του τραπεζικού τομέα, ενώ εντοπίστηκαν και μερικές θετικές απεικονίσεις.

4.3 Ερμηνευτική πλαισίωση

Στην ενότητα αυτή εξετάζουμε τα ερμηνευτικά σχήματα που συγκροτούν την εικόνα των πολιτικών υποκειμένων καθώς και τον τρόπο με τον οποίο επηρεάστηκαν από την περίοδο της κορύφωσης της κρίσης.

Στον Πίνακα 11 παρουσιάζεται η πλαισίωση Μεμονωμένης Κυπριακής Τράπεζας ανά χρονική περίοδο. Η εικόνα των κυπριακών τραπεζών δομείται κατά κύριο λόγο σε όρους προβλήματος και στις τρεις χρονικές περιόδους που εξετάζουμε (70,4% πριν από την κρίση, 62,6% κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της κρίσης και 71,4% μετά την κρίση).

Πίνακας 16: Ερμηνευτική πλαισίωση Μεμονωμένης Κυπριακής Τράπεζας

Πλαίσιο	Πριν	Κορύφωση	Μετά	Σύνολο
Στρατηγικό Πλαίσιο	6 - 22,2%	21 - 12,3%	3 - 14,3%	30 - 13,7%
Μελοδραματικό Πλαίσιο	2 - 7,4%	0 - 0,0%	0 - 0,0%	2 - 0,9%
Πλαίσιο Ηγεμόνα	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%
Συγκρουσιακό Πλαίσιο	0 - 0,0%	4 - 2,3%	0 - 0,0%	4 - 1,8%
Αντίδικος σε Σύγκρουση	0 - 0,0%	3 - 1,8%	0 - 0,0%	3 - 1,4%
Πεδίο Σύγκρουσης	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%
Μέρη Συγκρούονται	0 - 0,0%	2 - 1,2%	0 - 0,0%	2 - 0,9%
Πλαίσιο Ελπίδας	0 - 0,0%	1 - 0,6%	0 - 0,0%	1 - 0,5%
Πλαίσιο Φόβου/Απειλής	1 - 3,7%	18 - 10,5%	2 - 9,5%	21 - 9,6%
Βιώνει Φόβο	1 - 3,7%	5 - 2,9%	1 - 4,8%	7 - 3,2%
Προκαλεί Φόβο ένεκα Προβλημάτων	0 - 0,0%	15 - 8,8%	1 - 4,8%	16 - 7,3%
Προκαλεί Φόβο ένεκα Ισχύος	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%
Πλαίσιο Επιπτώσεων	0 - 0,0%	6 - 3,5%	0 - 0,0%	6 - 2,7%
Πλαίσιο Θετικών Επιδράσεων	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%
Πλαίσιο Προβλήματος	19 - 70,4%	107 - 62,6%	15 - 71,4%	141 - 64,4%
Σχήμα Διεθνούς Οικονομικού Κέντρου	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%
Σχήμα Συστημικού Κινδύνου	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%	0 - 0,0%
Σχήμα Χρεωκοπίας	2 - 7,4%	9 - 5,3%	2 - 9,5%	13 - 5,9%
Σύνολο Κειμένων*	27	171	21	219

*Τα ποσοστά αθροίζουν άνω του 100% επειδή η εικόνα των υποκειμένων οργανώνεται από περισσότερα του ενός ερμηνευτικά σχήματα.

Αυτό οφείλεται σε διαφορετικούς παράγοντες για κάθε περίοδο. Κατά την πρώτη περίοδο (01.01.2012-28.02.2013) η κρίση δημοσίου χρέους στην Ελλάδα, με την οποία ήταν άμεσα συνδεδεμένες οι κυπριακές τράπεζες αποκάλυψε την ευπάθεια των τραπεζών και ώθησε την πλαισίωση τους σε όρους προβλήματος. Κατά τη δεύτερη περίοδο (01.03.2013-30.04.2013) το τέλος επί των καταθέσεων που επιβλήθηκε στις δύο μεγαλύτερες τράπεζες της χώρας καθώς και η προσωρινή παύση των εργασιών τους για δέκα περίπου μέρες πυροδότησαν μια σειρά από δημοσιεύματα που παρουσίαζαν τις κυπριακές τράπεζες σε όρους προβλήματος. Κατά την τρίτη περίοδο (01.05.2013-31.12.2013) λόγω της αβεβαιότητας που επικρατούσε εξαιτίας του κουρέματος καταθέσεων, καθώς και των περιοριστικών μέτρων στις συναλλαγές που ίσχυαν, έδωσαν συνέχεια στην πλαισίωση σε όρους προβλήματος.

Κατά δεύτερο λόγο παρουσιάζεται σε όρους στρατηγικού πλαισίου (22,2% πριν, 12,3% κατά την κορύφωση της κρίσης και 14,3% μετά την κρίση), κυρίως εξαιτίας των συμφωνιών που απαιτούνταν σε κρατικό και εταιρικό επίπεδο, λόγω των συγχωνεύσεων της Λαϊκής και Τράπεζας Κύπρου, αλλά και της πώλησης των εργασιών τους στο εξωτερικό σε άλλες τράπεζες.

Καθώς εντείνονται τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τράπεζες και αυξάνεται η αβεβαιότητα για την μελλοντική τους πορεία, αυξάνεται και το ποσοστό παρουσίασης της εικόνας τους σε όρους φόβου. Από 3,7% πριν από την κρίση, αυξάνεται στο 10,5% κατά τη διάρκεια κορύφωσης της για να μειωθεί μόλις στο 9,5% μετά την κρίση. Κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης οι κυπριακές τράπεζες παρουσιάζονται να βιώνουν φόβο (2,9%) αλλά κυρίως να παράγουν φόβο ένεκα των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν (8,8%). Παρουσιάζονται επίσης να προκαλούν αρνητικές επιπτώσεις σε τρίτους (3,5%) κυρίως κατά τη διάρκεια της κρίσης.

Σημαντικά είναι επίσης τα ποσοστά παρουσίασης των τραπεζών σε όρους χρεωκοπίας. Πριν από την περίοδο κρίσης ενεργοποιείται το σχήμα χρεωκοπίας εξαιτίας των ανυπερβλητών προβλημάτων που παρουσίαζαν δύο από τις μεγαλύτερες τράπεζες της χώρας με το ποσοστό να φτάνει το 7,4%. Το προσωρινό κλείσιμο των τραπεζών από τις 18 Μαρτίου 2013 μέχρι και τις 28 Μαρτίου 2013, καθώς και η χρεωκοπία της Λαϊκής ήταν καθοριστικά για την εικόνα των τραπεζών κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης αφού το ποσοστό φτάνει το 5,3% αφού αυξάνονται και οι αναφορές στις τράπεζες. Μετά από την περίοδο κορύφωσης, κατά την τρίτη περίοδο τα ποσοστά για το σχήμα χρεωκοπίας

αυξάνονται σε σχέση με την περίοδο την κρίση σε 9,5%. Το γεγονός αυτό οφείλεται και εξαιτίας των καινούργιων στοιχείων που δημοσιεύτηκαν σχετικά με τις μεγάλες πιστωτικές διευκολύνσεις χωρίς τις απαιτούμενες εξασφαλίσεις στις οποίες επιδίδονταν και οι υπόλοιπες τράπεζες. Ο κίνδυνος χρεωκοπίας ελλοχεύει πλέον και για τις υπόλοιπες τράπεζες.

Πίνακας 17: Ερμηνευτική πλαισίωση Τραπεζικού Τομέα Κύπρου

Πλαίσιο	Πριν	Κορύφωση	Μετά	Σύνολο
Στρατηγικό Πλαίσιο	0 – 0,0%	12 – 2,3%	4 – 6,3%	16 – 2,4%
Μελοδραματικό Πλαίσιο	0 – 0,0%	6 – 1,2%	0 – 0,0%	6 – 0,9%
Πλαίσιο Ηγεμόνα	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Συγκρουσιακό Πλαίσιο	0 – 0,0%	14 – 2,7%	1 – 1,6%	15 – 2,3%
Αντίδικος σε Σύγκρουση	0 – 0,0%	10 – 1,9%	1 – 1,6%	11 – 1,7%
Πεδίο Σύγκρουσης	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Μέρη Συγκρούονται	0 – 0,0%	4 – 0,8%	0 – 0,0%	4 – 0,6%
Πλαίσιο Ελπίδας	0 – 0,0%	2 – 0,4%	0 – 0,0%	2 – 0,3%
Πλαίσιο Φόβου/Απειλής	6 – 8,0%	108 – 20,8%	8 – 12,7%	122 – 18,5%
Βιώνει Φόβο	4 – 5,3%	29 – 5,6%	2 – 3,2%	35 – 5,3%
Προκαλεί Φόβο ένεκα Προβλημάτων	1 – 1,3%	85 – 16,3%	6 – 9,5%	92 – 14,0%
Προκαλεί Φόβο ένεκα Ισχύος	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Πλαίσιο Επιπτώσεων	5 – 6,7%	26 – 5,0%	7 – 11,1%	38 – 5,8%
Πλαίσιο Θετικών Επιδράσεων	1 – 1,3%	4 – 0,8%	0 – 0,0%	5 – 0,8%
Πλαίσιο Προβλήματος	68 – 90,7%	365 – 70,2%	48 – 76,2%	481 – 73,1%
Σχήμα Διεθνούς Οικονομικού Κέντρου	2 – 2,7%	16 – 3,1%	0 – 0,0%	18 – 2,7%
Σχήμα Συστημικού Κινδύνου	0 – 0,0%	9 – 1,7%	1 – 1,6%	10 – 1,5%
Σχήμα Χρεωκοπίας	1 – 1,3%	102 – 19,6%	6 – 9,5%	109 – 16,6%
Σύνολο Κειμένων*	75	520	63	658
*Τα ποσοστά αθροίζουν άνω του 100% επειδή η εικόνα των υποκειμένων οργανώνεται από περισσότερα του ενός ερμηνευτικά σχήματα.				

Στον Πίνακα 12 παρουσιάζεται η πλαισίωση του Τραπεζικού Τομέα Κύπρου ανά χρονική περίοδο. Η εικόνα του τραπεζικού τομέα δομείται επίσης κατά κύριο λόγο σε όρους προβλήματος (90,7% πριν από την κρίση, 70,2% κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της κρίσης και 76,2% μετά την κρίση) και στις τρεις χρονικές περιόδους που εξετάζουμε, όπως

συμβαίνει και με τις Μεμονωμένες Κυπριακές Τράπεζες. Όπως ακριβώς και στις μεμονωμένες τράπεζες, έτσι και στο σύνολο του ο τραπεζικός τομέας παρουσιάζεται από τα διεθνή μέσα σε όρους προβλήματος, εξαιτίας των παραγόντων που αναφέρθηκαν πιο πάνω, όπως η έκθεση του τραπεζικού τομέα της Κύπρου στην ελληνική οικονομία, το κούρεμα καταθέσεων αλλά και τα περιοριστικά μέτρα συναλλαγών που εξακολούθησαν να ισχύουν και μετά την κορύφωση της κρίσης.

Μετά από την περίοδο της κορύφωσης τα ποσοστά στα οποία παρουσιάζεται σε όρους προβλήματος ο τραπεζικός τομέας είναι αυξημένα, σε σχέση με τα ποσοστά κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης. Αυτό ερμηνεύεται εξαιτίας της αβεβαιότητας που επικρατεί γενικά στον τραπεζικό τομέα, αλλά κυρίως για τα συνεχώς νέα στοιχεία που προκύπτουν ως προς την ευπάθεια στο σύνολο του τραπεζικού τομέα της Κύπρου, ακόμα και μετά το κούρεμα καταθέσεων στις δύο μεγαλύτερες τράπεζες της χώρας.

Κατά δεύτερο λόγο παρουσιάζεται σε όρους φόβου/απειλής κυρίως κατά την περίοδο της κορύφωσης κρίσης (20,8%) αλλά και μετά την κρίση (12,7%). Ειδικότερα, παρουσιάζεται να προκαλεί φόβο ένεκα των προβλημάτων που αντιμετωπίζει (16,3%) κατά τη διάρκεια κορύφωσης και 9,5% μετά την κρίση.

Ακόμα η εικόνα του Τραπεζικού Τομέα Κύπρου οργανώνεται σε πλαίσιο χρεωκοπίας κυρίως κατά την κορύφωση της κρίσης σε ποσοστό 19,6%, κάτι ιδιαίτερα σημαντικό αφού την συγκεκριμένη περίοδο δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στη θεματολογία από τα διεθνή μέσα ενημέρωσης στην οικονομική κρίση στην Κύπρο. Υπενθυμίζεται εδώ ότι κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης, σε πλαίσιο χρεωκοπίας οι Μεμονωμένες Κυπριακές Τράπεζες παρουσιάζονται με ποσοστό 5,3%, ενώ ο Τραπεζικός Τομέας Κύπρου σε ποσοστό 19,6%. Με τον τρόπο αυτό φαίνεται να επικρατεί μια γενικευμένη εικόνα χρεωκοπίας για τον τραπεζικό τομέα της Κύπρου, που δεν εντοπίστηκε σε τόσο μεγάλο βαθμό στην εικόνα των μεμονωμένων κυπριακών τραπεζών.

Τέλος για τον τραπεζικό τομέα ενεργοποιείται το σχήμα του διεθνούς οικονομικού κέντρου με αναφορές 2,7% πριν από την κορύφωση της κρίσης και 3,1% κατά τη διάρκεια κορύφωσης. Οι αναφορές αυτές όμως δεν αποτελούν ένα χαρακτηριστικό του τραπεζικού τομέα της Κύπρου κατά την περίοδο που εξετάζουμε, αλλά αποτελούν περισσότερο επικήδειο του τραπεζικού συστήματος. Όλες οι αναφορές που ενεργοποιούν το συγκεκριμένο σχήμα αναφέρονται σε ένα τραπεζικό τομέα που ενώ ήταν πηγή ισχύος για

τη χώρα, με επενδυτές από την ευρύτερη περιοχή, εντούτοις μεταβάλλεται σε στίγμα για την εικόνα της Κύπρου εξαιτίας της κακοδιαχείρισης του.

Πίνακας 18: Ερμηνευτική πλαισίωση Κυπριακής Οικονομίας

Πλαίσιο	Πριν	Κορύφωση	Μετά	Σύνολο
Στρατηγικό Πλαίσιο	1 – 1,3%	1 – 0,3%	0 – 0,0%	2 – 0,5%
Μελοδραματικό Πλαίσιο	3 – 3,9%	8 – 2,7%	0 – 0,0%	11 – 2,5%
Πλαίσιο Ηγεμόνα	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Συγκρουσιακό Πλαίσιο	0 – 0,0%	1 – 0,3%	0 – 0,0%	1 – 0,2%
Αντίδικος σε Σύγκρουση	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Πεδίο Σύγκρουσης	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Μέρη Συγκρούονται	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Πλαίσιο Ελπίδας	0 – 0,0%	5 – 1,7%	3 – 4,5%	8 – 1,8%
Πλαίσιο Φόβου/Απειλής	12 – 15,6%	36 – 12,2%	13 – 19,7%	61 – 13,9%
Βιώνει Φόβο	10 – 13,0%	28 – 9,5%	9 – 13,6%	47 – 10,7%
Προκαλεί Φόβο ένεκα Προβλημάτων	3 – 3,9%	10 – 3,4%	4 – 6,1%	17 – 3,9%
Προκαλεί Φόβο ένεκα Ισχύος	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Πλαίσιο Επιπτώσεων	0 – 0,0%	6 – 2,0%	3 – 4,5%	9 – 2,1%
Πλαίσιο Θετικών Επιδράσεων	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Πλαίσιο Προβλήματος	61 – 79,2%	251 – 85,1%	54 – 81,8%	366 – 83,6%
Σχήμα Διεθνούς Οικονομικού Κέντρου	0 – 0,0%	8 – 2,7%	0 – 0,0%	8 – 1,8%
Σχήμα Συστημικού Κινδύνου	0 – 0,0%	10 – 3,4%	0 – 0,0%	10 – 2,3%
Σχήμα Χρεωκοπίας	1 – 1,3%	53 – 18,0%	3 – 4,5%	57 – 13,0%
Σύνολο Κειμένων*	77	295	66	438

*Τα ποσοστά αθροίζουν άνω του 100% επειδή η εικόνα των υποκειμένων οργανώνεται από περισσότερα του ενός ερμηνευτικά σχήματα.

Στον Πίνακα 13 παρουσιάζεται η πλαισίωση της Κυπριακής Οικονομίας ανά χρονική περίοδο. Η εικόνα της Κυπριακής Οικονομίας, όπως και με τα άλλα δύο υποκείμενα πιο πάνω, δομείται κατά κύριο λόγο σε όρους προβλήματος και στις τρεις χρονικές περιόδους που εξετάζουμε (79,2% πριν από την κρίση, 85,1% κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της κρίσης και 81,8% μετά την κρίση).

Κατά την πρώτη περίοδο που εξετάζουμε (01.01.2012-28.02.2013) το πλαίσιο προβλήματος οφείλεται στις συνεχείς υποβαθμίσεις της πιστοληπτικής ικανότητας της κυπριακής οικονομίας από τους διεθνείς οίκους αξιολόγησης και στον αποκλεισμό της Κυπριακής Δημοκρατίας από τις διεθνείς αγορές κεφαλαίων, στην αύξηση του δημοσίου χρέους αλλά και στη μείωση του ρυθμού ανάπτυξης. Κατά τη δεύτερη περίοδο (01.03.2013-30.04.2013) η αδυναμία της κυπριακής οικονομίας να μετριάσει τον αντίκτυπο της κρίσης κατά τη διάρκεια της προσωρινής παύση των εργασιών των τραπεζών και στη συνέχεια κατά την επιβολή των περιοριστικών μέτρων στις συναλλαγές. Κατά την τρίτη περίοδο (01.05.2013-31.12.2013) η παρουσίαση της Κυπριακής Οικονομίας σε όρους προβλήματος παραμένει σε πολύ ψηλά επίπεδα λόγω των μακροχρόνιων διαρθρωτικών αδυναμιών της κυπριακής οικονομίας αλλά και την ανάγκη για δημοσιονομική εξυγίανση.

Με σχετικά υψηλό ποσοστό παρουσιάζεται η Κυπριακή Οικονομία σε όρους φόβου/απειλής καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας. Πριν από την κρίση σε ποσοστό 15,6%, κατά τη δεύτερη περίοδο μειώνεται στο 12,2%, για να αυξηθεί στο 19,7% μετά την κρίση, αφού τα γεγονότα που προηγήθηκαν αποτελούσαν ένα πρωτοφανές πείραμα. Παρουσιάζεται να βιώνει φόβο/απειλή πριν από την κρίση σε ποσοστό 13,0%, κατά τη διάρκεια κορύφωσης 9,8% και μετά από την κορύφωση της κρίσης 13,6%. Το υψηλό ποσοστό που φέρεται να βιώνει φόβο μετά από την κρίση ερμηνεύεται κυρίως σε όρους αβεβαιότητας για το μέλλον, στα περιοριστικά μέτρα που ισχύουν στις τραπεζικές συναλλαγές και στην αμηχανία της αγοράς. Η Κυπριακή Οικονομία παρουσιάζεται να προκαλεί φόβο ένεκα των προβλημάτων που αντιμετωπίζει 3,9% πριν από το ξέσπασμα της κρίσης, μειώνεται στο 3,4% κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης για να αυξηθεί και πάλι στο 6,1%. Τα αυξημένα ποσοστά που παρουσιάζονται μετά από την κορύφωση της κρίσης, σε σχέση με τα ποσοστά κατά τη διάρκεια κορύφωσης της, αποτελούν ένδειξη της αρνητικής εικόνας της Κυπριακής Οικονομίας που φέρεται να βιώνει και να προκαλεί φόβο.

Κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης η Κυπριακή Οικονομία παρουσιάζεται από τα διεθνή μέσα σε όρους χρεωκοπίας με ιδιαίτερα αυξημένο ποσοστό 18,0%, για να πέσει στο 4,5% μετά από την περίοδο κορύφωσης της κρίσης, εξαιτίας της οικονομικής βοήθειας από τον Ευρωπαϊκό Μηχανισμό Σταθερότητας και το ΔΝΤ που κατάφερε να εξασφαλίσει η χώρα. Αξίζει να αναφερθεί ότι η Κυπριακή Οικονομία παρουσιάζεται και σε όρους Ελπίδας με ποσοστό 4,5% μετά από την κρίση, κάτι που απουσιάζει από τα άλλα δύο υποκείμενα (Μεμονωμένες Τράπεζες και Τραπεζικός Τομέας Κύπρου). Αυτό οφείλεται

κυρίως στην ανταλλαγή υφιστάμενων εγχώριων κυβερνητικών ομολόγων με νέα μακροπρόθεσμα ομόλογα, στη νέα βελτιωμένη σύμβαση του ρωσικού δανείου με την Κυπριακή Δημοκρατία και στην υιοθέτηση των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων για τη στήριξη της μακροπρόθεσμης ανάπτυξης μετά από υποδείξεις της Τρόικας.

Πίνακας 19: Ερμηνευτική πλαισίωση Κύπρου

Πλαίσιο	Πριν	Κορύφωση	Μετά	Σύνολο
Στρατηγικό Πλαίσιο	141 – 32,0%	494 – 64,3%	99 – 19,5%	737 – 42,8%
Μελοδραματικό Πλαίσιο	4 – 0,9%	53 – 6,9%	4 – 0,8%	61 – 3,6%
Πλαίσιο Ηγεμόνα	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Συγκρουσιακό Πλαίσιο	63 – 14,3%	150 – 19,5%	87 – 17,1%	300 – 17,5%
Αντίδικος σε Σύγκρουση	39 – 8,9%	39 – 5,1%	51 – 10,0%	129 – 7,5%
Πεδίο Σύγκρουσης	31 – 7,0%	24 – 3,1%	27 – 5,3%	82 – 4,8%
Μέρη Συγκρούονται	3 – 0,7%	103 – 13,4%	17 – 3,3%	123 – 7,2%
Πλαίσιο Ελπίδας	22 – 5,0%	37 – 4,8%	19 – 3,7%	78 – 4,5%
Πλαίσιο Φόβου/Απειλής	36 – 8,2%	181 – 23,6%	37 – 7,3%	254 – 14,8%
Βιώνει Φόβο	27 – 6,1%	114 – 14,8%	25 – 4,9%	116 – 9,7%
Προκαλεί Φόβο ένεκα Προβλημάτων	7 – 1,6%	73 – 9,5%	12 – 2,4%	92 – 5,4%
Προκαλεί Φόβο ένεκα Ισχύος	0 – 0,0%	1 – 0,1%	0 – 0,0%	1 – 0,1%
Πλαίσιο Επιπτώσεων	5 – 1,1%	114 – 14,8%	7 – 1,4%	126 – 7,3%
Πλαίσιο Θετικών Επιδράσεων	0 – 0,0%	10 – 1,3%	0 – 0,0%	10 – 0,6%
Πλαίσιο Προβλήματος	115 – 26,1%	386 – 50,3%	102 – 20,1%	603 – 35,1%
Σχήμα Διεθνούς Οικονομικού Κέντρου	8 – 1,8%	42 – 5,5%	1 – 0,2%	51 – 3,0%
Σχήμα Συστημικού Κινδύνου	1 – 0,2%	33 – 4,3%	1 – 0,2%	35 – 2,0%
Σχήμα Χρεωκοπίας	7 – 1,6%	106 – 13,8%	7 – 1,4%	120 – 7,0%
Σχήμα Εθνικού Ζητήματος	22 – 5,0%	24 – 3,1%	19 – 3,7%	65 – 3,8%
Σχήμα Κρατικής Κατάρρευσης	0 – 0,0%	3 – 0,4%	0 – 0,0%	3 – 0,2%
Σύνολο Κειμένων*	440	768	508	1716

*Τα ποσοστά αθροίζουν άνω του 100% επειδή η εικόνα των υποκειμένων οργανώνεται από περισσότερα του ενός ερμηνευτικά σχήματα.

Στον πίνακα 14 παρουσιάζεται η πλαισίωση της Κύπρου ανά χρονική περίοδο. Πρωτίστως η Κύπρος παρουσιάζεται σε όρους προβλήματος όπως και τα άλλα τρία πολιτικά υποκείμενα που εξετάζουμε στην παρούσα έρευνα (Μεμονωμένη Τράπεζα, Τραπεζικός Τομέας Κύπρου, Κυπριακή Οικονομία). Κατά την πρώτη περίοδο, δηλαδή πριν από την

κρίση, η Κύπρος παρουσιάζεται σε όρους προβλήματος με ποσοστό 26,1%, το οποίο οφείλεται στον υπερβολικό δανεισμό του δημόσιου αλλά και ιδιωτικού τομέα, στην οικονομική κρίση στην Ελλάδα και Ευρώπη και στο αίτημα της Κυπριακής Δημοκρατίας να ενταχθεί στον Ευρωπαϊκό μηχανισμό στήριξης.

Το ποσοστό αυτό αυξάνεται στο 50,3% κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της κρίσης, όπου είναι πλέον εμφανές η ανάγκη διαχείρισης του προβλήματος που προκύπτει από το κεφαλαιακό έλλειμμα των τραπεζών αλλά και από την επιδείνωση των δημόσιων οικονομικών της χώρας. Κατά την τρίτη περίοδο το ποσοστό πλαισίωσης της Κύπρου σε όρους προβλήματος μειώνεται στο 20,1%.

Έρευνα σε δύο ελληνικές εφημερίδες τον Ιούνιο του 2012 (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012) και τον Μάρτιο του 2013 (Σαμαράς κ.ά. 2013) δείχνει πως η εικόνα της Κύπρου και πάλι δομείται με μεγάλο ποσοστό σε όρους προβλημάτων που αντιμετωπίζει (50,7% και 60,7% αντίστοιχα), ενώ άλλη έρευνα τον Απρίλιο με Σεπτέμβριο του 2013 που διεξάχθηκε σε δύο αμερικάνικα δίκτυα και ένα αγγλικό τηλεοπτικό σταθμό (Samaras, Anastasiadou και Loukouroulou 2014) έδειξε επίσης αυξημένο ποσοστό προβλήματος (51,7%). Και στις τέσσερις έρευνες λοιπόν από την αρχή του 2012 μέχρι και το τέλος του 2013, η εικόνα της Κύπρου οργανώνεται κυρίως σε πλαίσιο προβλημάτων που αντιμετωπίζει.

Στην παρούσα έρευνα η εικόνα της Κύπρου οργανώνεται σε όρους στρατηγικών κινήσεων με σχετικά αυξημένο ποσοστό, εξαιτίας της προσπάθειας για επίτευξη συμφωνίας με την Τρόικα ή τη Ρωσία (32,0% πριν από την κρίση, 64,3% κατά την κορύφωση και 19,5% μετά την κρίση). Κυρίως κατά τη δεύτερη περίοδο η εικόνα της Κύπρου στα διεθνή μέσα είναι άμεσα συνδεδεμένη με τις στρατηγικές κινήσεις της χώρας, ώστε να εξασφαλίσει οικονομική βοήθεια.

Σχετικά με τις πιο πάνω έρευνες η εικόνα της Κύπρου δομείται σε στρατηγικό πλαίσιο σε ποσοστό 45,1% (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012), 21,4% (Σαμαράς κ.ά. 2013) και 24,4% (Samaras, Anastasiadou και Loukouroulou 2014). Οι στρατηγικές κινήσεις της χώρας είναι απαραίτητες αφού είναι αδύνατον να απεγκλωβιστεί η χώρα από τα προβλήματα που αντιμετωπίζει χωρίς εξωτερική βοήθεια.

Ακόμα, σύμφωνα με στοιχεία από έρευνα για τις άλλες χώρες που βιώνουν κρίση (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012) η δόμηση της εικόνα τους σε στρατηγικό πλαίσιο είναι

επίσης αυξημένη (για την Ιρλανδία φτάνει στο 33,8%, για την Ισπανία στο 32,4%, την Ιταλία στο 31,0%, την Πορτογαλία στο 13,2% και για την Ελλάδα στο 25,0%).

Η εικόνα της Κύπρου πλαισιώνεται και σε όρους φόβου/απειλής με 8,2% πριν από την κρίση, 23,6% κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης και 7,3% μετά το ξέσπασμα της κρίσης. Η χώρα παρουσιάζεται να βιώνει φόβο 6,1% πριν, 14,8% κατά τη διάρκεια και 4,9% μετά την κρίση, ενώ παρουσιάζεται να παράγει φόβο ένεκα των προβλημάτων που αντιμετωπίζει 1,6% πριν από την κρίση, 9,5% κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης και 2,4% μετά από την λήξη της κορύφωσης της κρίσης. Τα ποσοστά κατά τη δεύτερη περίοδο είναι ιδιαίτερα αυξημένα, παρόλα αυτά όμως μειώνονται δραστικά, μετά από την κρίση κατά την τρίτη περίοδο.

Τα επίπεδα φόβου/απειλής είναι εξίσου αυξημένα και στις τρεις έρευνες που αναφέρονται πιο πάνω. Τα στοιχεία δείχνουν ότι με ποσοστό 19,4% δομείται η εικόνα της Κύπρου τον Ιούνιο του 2012 (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012), 38,2% (Σαμαράς κ.ά. 2013) και 19,7% (Samaras, Anastasiadou και Loukoroulou 2014). Η ίδια αυξομείωση παρατηρείται και στην παρούσα έρευνα με τα ποσοστά να αυξάνονται κατά την περίοδο κορύφωσης και να επιστρέφουν σε χαμηλότερα επίπεδα μετά από το τέλος της κορύφωσης.

Σε όρους φόβου/απειλής οργανώνεται και η εικόνα των άλλων χωρών που βιώνουν κρίση (Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012) αφού παρουσιάζεται σε υψηλά ποσοστά να βιώνει φόβο/απειλή η Ιρλανδία (30,8%), η Ισπανία (40,1%), η Ιταλία (25,1%), η Πορτογαλία (44,1%) και η Ελλάδα (47,0%). Ο Σαμαράς (2014:29) αναφέρει ότι ο συνδυασμός υψηλού επιπέδου προβλήματος και φόβου/απειλής, τα χαμηλά επίπεδα σύγκρουσης και αρνητικών επιπτώσεων σε άλλους και τα πολύ χαμηλά ποσοστά θετικών επιδράσεων σηματοδοτούν την εικόνα χώρας – πρόβλημα. Η κοινή αυτή τάση επιβεβαιώνεται και στην παρούσα έρευνα.

Σχετικά ψηλά είναι τα επίπεδα (14,8%) όπου η Κύπρος παρουσιάζεται να έχει αρνητικές επιπτώσεις κατά την διάρκεια κορύφωσης της κρίσης, εξάλλου το «κράτος που παρουσιάζεται να παράγει φόβο ένεκα των προβλημάτων είναι το κράτος που επιδρά αρνητικά στα υπόλοιπα κράτη αλλά και στο σύστημα» (Dogani και Samaras 2014). Η ίδια πτωτική τάση συμβαίνει και σε αυτό το πλαίσιο αφού μετά από τη λήξη της περιόδου κορύφωσης της κρίσης, κατά την τελευταία περίοδο τα επίπεδα μειώνονται στο 1,4%.

Επίσης με αυξημένα ποσοστά οργανώνεται η εικόνα της Κύπρου σε όρους σύγκρουσης. Ποσοστό 14,3% πριν από το ξέσπασμα της κρίσης, 19,5% κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης και 17,1% μετά από τη λήξη κορύφωσης της κρίσης. Αυτή η ερμηνευτική πλαισίωση της Κύπρου οφείλεται κυρίως εξαιτίας της σύγκρουσης των μερών της (13,4%) κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της κρίσης όπως Κυβέρνηση-Βουλή των Αντιπροσώπων και Κυβέρνηση - Πολίτες/διαδηλωτές.

Η Κύπρος παρουσιάζεται σε όρους Διεθνούς Οικονομικού Κέντρου κυρίως κατά την δεύτερη περίοδο με ποσοστό 5,5%. Το σχήμα αυτό ενεργοποιείται όπως ακριβώς και στην περίπτωση του υποκείμενο Τραπεζικός Τομέας της Κύπρου, όχι για να περιγράψει μια τρέχουσα κατάσταση αλλά περισσότερο για να εκθειάσει το παρελθόν πλέον της οικονομικής διάστασης της χώρας. Ακόμα, σε χαμηλά ποσοστά οργανώνεται η εικόνα της χώρας σε πλαίσιο Συστημικού Κινδύνου (0,2% πριν, 4,3% κατά τη κορύφωση και 0,2% μετά).

Όσον αφορά το πλαίσιο Χρεωκοπίας παρουσιάζεται σε ποσοστό 1,6% πριν από το ξέσπασμα της κρίσης, αυξάνεται στο 13,8% κατά την κορύφωση της κρίσης λόγω και της αβεβαιότητας που επικράτησε με το κλείσιμο των τραπεζών και γενικά το πάγωμα της οικονομίας της χώρας. Το ποσοστό όμως αυτό μειώνεται δραστικά στο 1,4% μετά από τη λήξη της κορύφωσης της κρίσης, εξαιτίας του ότι επιτεύχθηκαν οι συμφωνίες για οικονομική στήριξη και υιοθετήθηκαν οι απαραίτητες πολιτικές για αναδιάρθρωση του τραπεζικού συστήματος της χώρας.

Μετά από το ξέσπασμα της κρίσης η μείωση του ποσοστού χρεωκοπίας που παρατηρείται, σε συνδυασμό με τα χαμηλά ποσοστά ορατότητας της χώρας, τον απεγκλωβισμό της Κύπρου από τη θεματολογία της τραπεζικής κρίσης, αλλά και τη λιγότερο αρνητική αξιολόγηση της από τα διεθνή μέσα, ερμηνεύεται σε όρους διαχείρισης κρίσης ως η σταδιακή αποκλιμάκωση της. Ναι μεν παραμένει η αρνητική στάση των διεθνών μέσων απέναντι στη Κύπρο, αλλά μπορεί δε η ίδια η χώρα μέσα από στρατηγικές διαχείρισης της κρίσης να οδηγηθεί σε επιδιόρθωση της εικόνας της (Manheim και Albritton 1984:645, Σαμαράς 2014:16).

Συμπερασματικά εξετάζοντας την εικόνα και των τεσσάρων υποκειμένων (Μεμονωμένη Κυπριακή Τράπεζα, Τραπεζικός Τομέας Κύπρου, Κυπριακή Οικονομία και Κύπρος) παρατηρείται ότι και τα τέσσερα υποκείμενα οργανώνονται κυρίως σε όρους

προβλήματος. Συνολικά και στις τρεις περιόδους που εξετάζουμε ανάμεσα στα 219 άρθρα όπου εμφανίζεται Μεμονωμένη Κυπριακή Τράπεζα, στα 141 κείμενα με ποσοστό 64,4% παρουσιάζεται σε όρους προβλήματος. Στο υποκείμενο Τραπεζικός Τομέας Κύπρου ανάμεσα στα 658 κείμενα που αναφέρονται σε αυτόν τα 481 με ποσοστό 73,1% τον παρουσιάζουν σε όρους προβλήματος. Όσον αφορά το υποκείμενο Κυπριακή Οικονομία στα 438 συνολικά κείμενα που αναφέρονται σε αυτή τα 366 με ποσοστό 83,6% την παρουσιάζουν σε όρους προβλήματος. Και τέλος στο υποκείμενο Κύπρος, ανάμεσα στα 1716 κείμενα που αναφέρονται σε αυτή τα 603 με ποσοστό 35,1% την παρουσιάζουν σε όρους προβλήματος.

Το χαμηλότερο συνολικό ποσοστό εικόνας που οργανώνεται σε όρους προβλήματος, αφορά το υποκείμενο Κύπρος και το υψηλότερο η Κυπριακή Οικονομία. Το γεγονός αυτό διαχωρίζει την Κύπρο έως ένα βαθμό από το πραγματικό πρόβλημα το οποίο εντοπίζεται κατ' αρχήν στην οικονομία της χώρας και έπειτα στην ίδια τη χώρα ως υπερκείμενη της.

Επίσης αυξημένα είναι τα ποσοστά στα οποία τα τέσσερα υποκείμενα παρουσιάζονται από κοινού σε όρους φόβου/απειλής αλλά και στρατηγικών κινήσεων. Παράλληλα, σχετικά χαμηλά παρουσιάζονται τα επίπεδα θετικών επιδράσεων, ελπίδας και μελοδράματος.

4.4 Απόδοση Υπαιτιότητας

Σ' αυτή την ενότητα μελετούμε τη διαδικασία απόδοσης υπαιτιότητας για το φαινόμενο παθογένειας που σχετίζεται με την Κύπρο. Σύμφωνα με τον Σαμαρά (2014:23) η διαδικασία απόδοσης ευθύνης είναι ένα κεντρικό ζήτημα για τη διαχείριση της εικόνας των κρατών που βιώνουν περίοδο κρίσης. Η εσωτερική απόδοση ευθύνης αφορά περιπτώσεις όπου η ίδια η Κύπρος ή άλλο υποκείμενο της ευθύνεται για την οικονομική κρίση που αντιμετωπίζει. Η εξωτερική απόδοση ευθύνης αφορά περιπτώσεις όπου η κρίση οφείλεται σε ξένους προς τη χώρα παράγοντες, χωρίς να μπορεί η ίδια η χώρα να ενεργήσει προς αποφυγή της.

Πίνακας 20: Απόδοση υπαιτιότητας για το φαινόμενο παθογένειας που σχετίζεται με την Κύπρο ανά Θεματική Κατηγορία

Κύριο Θέμα	Απόδοση υπαιτιότητας για το φαινόμενο παθογένειας που σχετίζεται με την Κύπρο				Σύνολο
	Αμιγώς Εσωτερική	Κυρίως Εσωτερική	Κυρίως Εξωτερική	Αμιγώς Εξωτερική	
Διακρατικές κινήσεις Κύπρου - Ην. Βασιλείου	0 – 0%	0 – 0%	0 – 0%	1 – 100%	1 – 100%
Οικονομική κρίση στην Κύπρο	9 – 6,5%	13 – 9,4%	8 – 5,8%	109 – 78,4%	139 – 100%
Οικονομική κρίση στην Ελλάδα	0 – 0%	0 – 0%	0 – 0%	3 – 100%	3 – 100%
Οικονομική κρίση στην ΕΕ	0 – 0%	1 – 9,1%	0 – 0%	10 – 90,9%	11 – 100%
Οικονομική κρίση σε άλλη χώρα	1 – 25,0%	0 – 0%	1 – 25,0%	2 – 50,0%	4 – 100%
Κυπριακό	0 – 0%	0 – 0%	1 – 33,3%	2 – 66,7%	3 – 100%
Άλλα ζητήματα διεθνούς πολιτικής	0 – 0%	0 – 0%	0 – 0%	3 – 100,0%	3 - 100%
Άλλα Ζητήματα Πολιτικής	1 – 10,0%	0 – 0%	2 – 20,0%	7 – 70%	10 – 100%
Διάφορα/Άλλα	1 – 33,3%	0 – 0,0%	1 – 33,3%	1 – 33,3%	3 – 100%
Γενικά θέματα οικονομίας	1 – 50,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	1 – 50,0%	2 – 100%
Σύνολο	13 – 7,3%	14 – 7,8%	13 – 7,3%	139 – 77,7%	179 – 100%

Στον Πίνακα 15 παρατηρείται ότι σε συνολικά 179 κείμενα αποδίδεται υπαιτιότητα για την παθογένεια που σχετίζεται με την Κύπρο. Στα 139 άρθρα από αυτά, δηλαδή στο 77,7%, το κύριο θέμα του άρθρου είναι η Οικονομική Κρίση στην Κύπρο. Στα 9 άρθρα αποδίδεται αμιγώς εσωτερική υπαιτιότητα με ποσοστό 6,5%, σε 13 άρθρα κυρίως εσωτερική υπαιτιότητα με ποσοστό 9,4%, σε 8 άρθρα κυρίως εξωτερική με ποσοστό 5,8% και σε 109 άρθρα αμιγώς εξωτερική με ποσοστό 78,4%.

Πίνακας 21: Συσχέτιση απόδοσης υπαιτιότητας με αξιολόγηση εικόνας Κύπρου

Απόδοση Υπαιτιότητας	M.O.	--	-	0	+	++	Αξιολογικό Έλλειμμα
Αμιγώς Εσωτερική	-1,46 (13)	6 – 46,2%	7 – 53,8%	0	0	0	0
Κυρίως Εσωτερική	-1,71 (14)	10 – 71,4%	4 – 28,6%	0	0	0	0
Κυρίως Εξωτερική	-1,46 (13)	6 – 46,2%	7 – 53,8%	0	0	0	0
Αμιγώς Εξωτερική	-1,18 (139)	27 – 19,4%	110 – 79,1%	0	0	0	0

Όταν η απόδοση υπαιτιότητας για την οικονομική κρίση στην Κύπρο, εστιάζεται σε αμιγώς εξωτερικούς παράγοντες, τότε το αξιολογικό φορτίο της εικόνας της χώρας είναι λιγότερο αρνητικό από τις υπόλοιπες περιπτώσεις. Όπως παρατηρείται στον Πίνακα 16 το αξιολογικό φορτίο για την εικόνα της Κύπρου παίρνει τιμή -1,18 σε συνολικά 139 κείμενα και είναι το χαμηλότερο ποσοστό που εντοπίζεται.

Πίνακας 22: Απόδοση υπαιτιότητας για φαινόμενο παθογένειας που σχετίζεται με την Κύπρο ανά χρονική περίοδο

Απόδοση Υπαιτιότητας	Χρονικές Περίοδοι Κρίσης			Σύνολο
	Πριν	Κορύφωση	Μετά	
Αμιγώς Εσωτερική	1 – 1,5%	11 – 11,0%	1 – 9,1%	13 – 7,3%
Κυρίως Εσωτερική	0 – 0,0%	13 – 13,0%	1 – 9,1%	14 – 7,8%
Κυρίως Εξωτερική	3 – 4,4%	8 – 8,0%	2 – 18,2%	13 – 7,3%
Αμιγώς Εξωτερική	64 – 94,1%	68 – 68,0%	7 – 63,6%	139 – 77,7%
Σύνολο	68 – 100%	100 – 100%	11 – 100%	179 – 100%

Στον Πίνακα 17 αναλύεται η απόδοση υπαιτιότητας της οικονομικής κρίσης στην Κύπρο ανά χρονική περίοδο που εξετάζουμε. Παρατηρούνται πολύ ψηλά ποσοστά με αμιγώς

εξωτερική απόδοση υπαιτιότητας (94,1%) πριν από το ξέσπασμα της κρίσης, σε σχέση με τα ποσοστά (1,5%) αμιγώς εσωτερικής απόδοσης ευθύνης, κυρίως εσωτερικής απόδοσης (0%) και κυρίως εξωτερικής απόδοσης υπαιτιότητας (4,4%). Αυτό οφείλεται τόσο στις ζημιές που υπέστηκαν οι κυπριακές τράπεζες μετά από την αναδιάρθρωση του ελληνικού χρέους, όσο και στην παγκόσμια οικονομική κρίση.

Καθώς όμως κορυφώνεται η κρίση στην Κύπρο δημοσιοποιούνται στοιχεία όπως το αυξημένο ποσοστό των μη εξυπηρετούμενων δανείων που χορηγούσαν οι κυπριακές τράπεζες και οι διαγραφές χρεών, το υψηλό ποσοστό δημοσιονομικού ελλείμματος της χώρας και η αλληλένδετη σχέση τραπεζικού και δημόσιου τομέα. Μειώνεται έτσι η απόδοση ευθύνης σε αμιγώς εξωτερικούς παράγοντες στο 68,0%, ενώ αυξάνεται η αμιγώς εσωτερική απόδοση υπαιτιότητας σε 11,0%, η κυρίως εσωτερική απόδοση ευθύνης σε 13,0% και η κυρίως εξωτερική σε 8,0%.

Μετά από την κορύφωση της κρίσης, κατά την τρίτη περίοδο, τα ποσοστά μειώνονται σε 7,3% με αμιγώς εσωτερική απόδοση ευθύνης, σε 7,8% με κυρίως εσωτερική απόδοση, σε 7,3% με κυρίως εξωτερική απόδοση υπαιτιότητας και σε 77,7% για αμιγώς εξωτερική απόδοση.

Σύμφωνα με τον Σαμαρά (2014:30) όσο αυξάνεται το ποσοστό της εσωτερικής απόδοσης υπαιτιότητας εις βάρος της εξωτερικής, τόσο περισσότερο η χώρα που βιώνει την οικονομική κρίση, περνάει από τη θέση του άξιου βοήθειας θύματος σε αυτή του ανάξιου θύματος. Στην περίπτωση της Κύπρου παρατηρείται αυτή η αυξομείωση της απόδοσης ευθυνών αφού πριν από το ξέσπασμα της κρίσης αποδίδεται αποκλειστικά σε εξωτερικούς παράγοντες σε ποσοστό 94,1%, κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης μειώνεται σε 68,0% για να καταλήξει στο 63,6% μετά την κρίση.

Παρόλα αυτά, το ποσοστό απόδοσης ευθυνών αποκλειστικά σε εσωτερικούς παράγοντες είναι σχετικά πολύ μειωμένο, αφού πριν από την κρίση είναι 1,5%, κατά τη διάρκεια 11,0% και μετά την κορύφωση της κρίσης 9,1%. Συνολικά, το ποσοστό συνολικά φτάνει μόλις το 7,3% και στις τρεις περιόδους ενώ εξίσου χαμηλό είναι και το συνολικό ποσοστό απόδοσης ευθυνών κυρίως σε εσωτερικούς παράγοντες που φτάνει το 7,8%.

Εδώ κρίνεται σκόπιμο να αντιπαραβάλουμε στοιχεία από την έρευνα Ιορδανίδου και Σαμαράς 2012, για την περίπτωση της Ελλάδας σε περίοδο κρίσης σχετικά με την απόδοση υπαιτιότητας για το φαινόμενο παθογένειας που αντιμετωπίζει.

Στοιχεία από την πιο πάνω έρευνα δείχνουν ότι η απόδοση ευθυνών για την περίπτωση της Ελλάδας, σε ποσοστό 44,9% αποδίδεται αποκλειστικά σε εσωτερικούς παράγοντες, 10,7% κυρίως σε εσωτερικούς παράγοντες, ενώ το 14,6% αποδίδεται σε αποκλειστικά εξωτερικούς παράγοντες και το 11,8% κυρίως σε εξωτερικούς παράγοντες. Παρατηρούμε λοιπόν εδώ ότι η Κύπρος συγκριτικά με την Ελλάδα, βρίσκεται σε ευνοϊκότερη θέση αφού «η σχέση ανάμεσα στην εσωτερική και την εξωτερική απόδοση υπαιτιότητας για την Ελλάδα συντείνει προς την εμπέδωση της εικόνας του ανάξιου προς βοήθεια θύματος» (Σαμαράς 2013:30). Η Κύπρος σε 179 απεικονίσεις παρουσιάζεται στο μεγαλύτερο βαθμό (77,7%) ως αθώο/αδύναμο θύμα για την κατάσταση του οποίου ευθύνονται ξένοι παράγοντες και έχει τη δυνατότητα να κινητοποιήσει το αίσθημα συμπόνιας του διεθνές ακροατηρίου.

Συνοψίζοντας, η απόδοση ευθυνών για την κρίση στην Κύπρο κατ' αρχή αποδίδεται σε αποκλειστικά εξωτερικούς παράγοντες σε ποσοστό 94,1% κατά την πρώτη περίοδο που εξετάζουμε. Τα διεθνή μέσα αποδίδουν την κρίση στην Κύπρο σε ξένους παράγοντες, για τους οποίους η Κύπρος σε μεγάλο βαθμό είτε δεν ευθύνεται, είτε οι παράγοντες αυτοί δεν βρίσκονται υπό τον έλεγχο της. Αποκλειστικά σε εσωτερικούς παράγοντες αποδίδεται μόλις το 1,5%, μηδενικό ποσοστό για κυρίως εσωτερική απόδοση υπαιτιότητας και 4,4% σε απόδοση κυρίως εξωτερικής υπαιτιότητας.

Σταδιακά όμως το ποσοστό απόδοσης υπαιτιότητας σε αποκλειστικά εξωτερικούς παράγοντες μειώνεται σε 68,0% κατά την περίοδο κορύφωσης της κρίσης και αυξάνονται τα ποσοστά της κυρίως εξωτερικής απόδοσης σε 8,0%, της αμιγώς εσωτερικής υπαιτιότητας σε 11,0% και της κυρίως εσωτερικής υπαιτιότητας σε 13,0%. Το γεγονός αυτό οφείλεται κατά κύριο λόγο στη δημοσιοποίηση διάφορων στοιχείων που δείχνουν την ευπάθεια της κυπριακής οικονομίας στο σύνολο της (δημοσιονομικό έλλειμμα, ευνοϊκή μεταχείριση στη διαγραφή χρεών αξιωματούχων) και στην αλληλένδετη σχέση της με τη χώρα.

Παρόλα αυτά όμως, ακόμα και μετά από την περίοδο κορύφωσης, κατά την τελευταία περίοδο που μελετούμε, το ποσοστό απόδοσης υπαιτιότητας σε αποκλειστικά εξωτερικούς

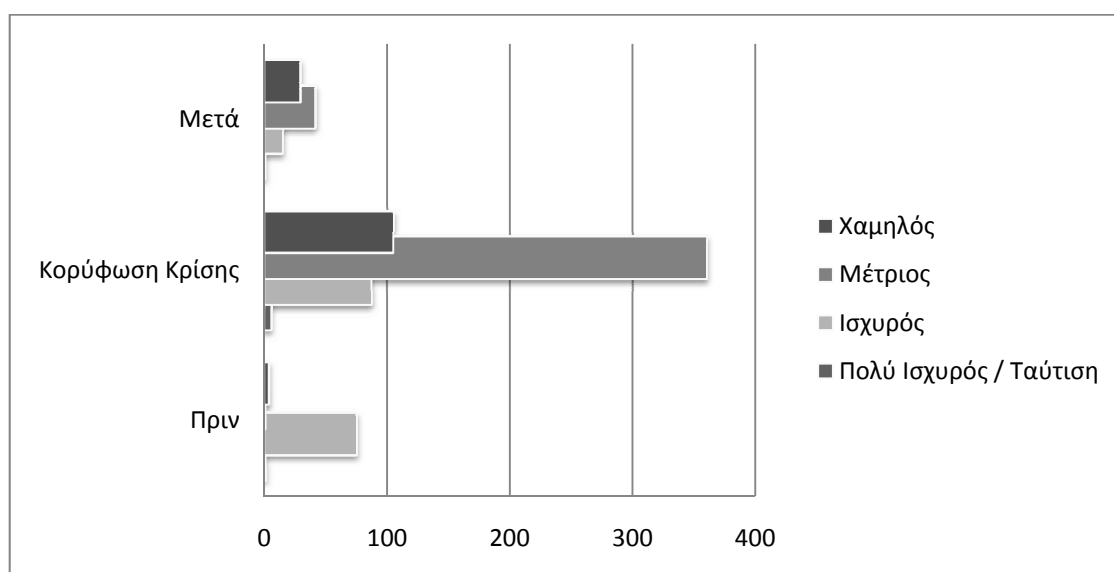
παράγοντες παραμένει σε σχετικά υψηλά επίπεδα (63,6%), ενώ επίσης αυξημένο παρουσιάζεται και το ποσοστό κυρίως εξωτερικής υπαιτιότητας (18,2%). Τα ποσοστά αυτά δείχνουν ότι παρόλο που τα διεθνή μέσα παρουσιάζουν την Κύπρο ως χώρα πρόβλημα, εντούτοις δεν ευθύνεται μόνο η ίδια για το φαινόμενο παθογένειας που αντιμετωπίζει.

4.5 Διαλεκτική των Εικόνων

Στην ενότητα αυτή μελετάται ο βαθμός διασύνδεσης της εικόνας των κυπριακών τραπεζών με την εικόνα της Κύπρου κατά τις τρεις περιόδους. Η διασύνδεση μεταξύ των δύο πολιτικών υποκειμένων μπορεί να οδηγήσει σε ταύτιση, σε ισχυρή διασύνδεση, σε μέτρια και σε χαμηλή διασύνδεση.

Πίνακας 23: Βαθμός διασύνδεσης Εικόνας Κυπριακών Τραπεζών με Εικόνα Κύπρου

Βαθμός	Χρονικοί Περίοδοι Κρίσης			Σύνολο
	Πριν	Κορύφωση	Μετά	
Πολύ Ισχυρός/ταύτιση	1 – 1,2%	6 – 1,1%	1 – 1,2%	8 – 1,1%
Ισχυρός	75 – 92,6%	87 – 15,6%	15 – 17,4%	177 – 24,4%
Μέτριος	1 – 1,2%	360 – 64,5%	41 – 47,7%	402 – 55,4%
Χαμηλός	4 – 4,9%	105 – 18,8%	29 – 33,7%	138 – 19,0%
Σύνολο	81 – 100%	558 – 100%	86 – 100%	725 – 100%



Με βάση τον πίνακα 18 παρατηρούμε ότι πριν από το ξέσπασμα της κρίσης επικρατεί μια ισχυρή διασύνδεση της εικόνας των Κυπριακών Τραπεζών με την εικόνα της χώρας (92,6%). Αυτό οφείλεται και στον φαύλο κύκλο αλληλεξάρτησης τραπεζών-δημόσιων οικονομικών όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Ζένιος (2013:3). Η ισχυρή διασύνδεση εντοπίστηκε στα κείμενα όπου τα δύο πολιτικά υποκείμενα, τράπεζες και χώρα, είχαν μια αλληλένδετη σχέση, ενώ το ένα πολιτικό υποκείμενο επηρέαζε άμεσα τις εξελίξεις στο άλλο. Καθώς όμως κορυφώνεται η κρίση, υπάρχει μια μέτρια διασύνδεση της εικόνας των τραπεζών με την εικόνα της Κύπρου (64,5%) ενώ η ισχυρή διασύνδεση πέφτει στο 15,6%. Η μέτρια διασύνδεση εντοπίστηκε στα κείμενα όπου ο τραπεζικός τομέας παρουσιάζεται να υφίσταται τις αποφάσεις της χώρας, χωρίς επιλογή. Υπόκειται δηλαδή στην κρατική εξουσία που αποφασίζει για αυτόν και του επιβάλλεται.

Ακολούθως, μελετάται κατά πόσο υπήρξε μεταφορά εικόνας από το ένα υποκείμενο στο άλλο. Αναζητούμε δηλαδή περιπτώσεις όπου υπάρχει μεταφορά χαρακτηριστικών της εικόνας ενός υποκειμένου πάνω στην εικόνα ενός άλλου.

Πίνακας 24: Μεταφορά εικόνας από το ένα υποκείμενο στο άλλο

Μεταφορά εικόνας...	Πριν	Κορύφωση	Μετά	Σύνολο
Από μια Τράπεζα στον Τραπεζικό Τομέα	0 – 0,0%	2 – 0,3%	0 – 0,0%	2 – 0,1%
Από τον Τραπεζικό Τομέα σε Τράπεζα	0 – 0,0%	0 – 0,0%	1 – 0,2%	1 – 0,1%
Από Τράπεζα σε Κυπριακή Οικονομία	0 – 0,0%	5 – 0,7%	2 – 0,4%	7 – 0,4%
Από Κυπριακή Οικονομία σε Τράπεζα	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Από Τράπεζα σε Κύπρο	1 – 0,2%	3 – 0,4%	1 – 0,2%	5 – 0,3%
Από Κύπρο σε Τράπεζα	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Από Τραπεζικό Τομέα σε Κυπριακή Οικονομία	2 – 0,5%	29 – 3,8%	5 – 1,0%	36 – 2,1%
Από Κυπριακή Οικονομία σε Τραπεζικό Τομέα	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%	0 – 0,0%
Από Τραπεζικό Τομέα σε Κύπρο	13 – 3,0%	16 – 2,1%	3 – 0,6%	32 – 1,9%
Από Κύπρο σε Τραπεζικό Τομέα	1 – 0,2%	2 – 0,3%	1 – 0,2%	4 – 0,2%
Από Κυπριακή Οικονομία σε Κύπρο	11 – 2,5%	8 – 1,0%	3 – 0,6%	22 – 1,3%
Από Κύπρο σε Κυπριακή Οικονομία	1 – 0,2%	2 – 0,3%	1 – 0,2%	4 – 0,2%
Σύνολο κειμένων*	440	768	508	1716
*Τα ποσοστά δεν αθροίζουν 100% επειδή η μεταφορά εικόνας από υποκείμενο σε υποκείμενο δεν εντοπίστηκε σε όλα τα υπό εξέταση κείμενα.				

Στον Πίνακα 19 καταγράφεται η μεταφορά από ένα πολιτικό υποκείμενο σε άλλο. Η μεταφορά εικόνας από τον τραπεζικό τομέα της Κύπρου πάνω στην κυπριακή οικονομία είναι και η πιο έντονη με συνολικό ποσοστό 2,1%. Ακολούθως η μεταφορά εικόνας από τον τραπεζικό τομέα της Κύπρου πάνω στην ίδια τη χώρα εντοπίστηκε με ποσοστό 1,9%. Τέλος η μεταφορά εικόνας από την κυπριακή οικονομία πάνω στην εικόνα της ίδιας της χώρας εντοπίζεται στο 1,3%.

Με βάση τον πιο πάνω πίνακα παρατηρείται ότι υπήρξε μεταφορά εικόνας από ένα πολιτικό υποκείμενο σε άλλο, κυρίως κατά τη δεύτερη περίοδο την περίοδο δηλαδή κορύφωσης της κρίσης. Ανάμεσα σε 1716 αναφορές στην Κύπρο, εντοπίστηκαν συνολικά 113 μεταφορές χαρακτηριστικών από ένα υποκείμενο σε άλλο. Το μεγαλύτερο ποσοστό (31,9%) αφορούσε μεταφορά της εικόνας του τραπεζικού συστήματος της Κύπρου πάνω στην εικόνα της οικονομίας της Κύπρου. Το αμέσως επόμενο αφορούσε τη μεταφορά χαρακτηριστικών της εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου πάνω στην εικόνα της Κύπρου (28,3%). Σε μεγάλο επίσης ποσοστό εντοπίστηκε μεταφορά χαρακτηριστικών της εικόνας της κυπριακής οικονομίας πάνω στην εικόνα της Κύπρου (19,5%).

Σε μικρότερο βαθμό εντοπίστηκε μεταφορά χαρακτηριστικών της εικόνας μεμονωμένης τράπεζας πάνω στην εικόνα της κυπριακής οικονομίας (6,2%), χαρακτηριστικά της εικόνας μεμονωμένης τράπεζας πάνω στην εικόνα της Κύπρου (4,4%), χαρακτηριστικά από την εικόνα της Κύπρου πάνω στην εικόνα του τραπεζικού τομέα (3,5%), χαρακτηριστικά από την εικόνα της Κύπρου πάνω στην εικόνα της κυπριακής οικονομίας (3,5%), χαρακτηριστικά της εικόνας μεμονωμένης τράπεζας πάνω στην εικόνα του τραπεζικού τομέα (1,8%) και τέλος χαρακτηριστικά της εικόνας του τραπεζικού τομέα πάνω στην εικόνα μεμονωμένης τράπεζας (0,9%).

Κεφάλαιο 5: Συμπεράσματα και αξιολόγηση

Στόχος της παρούσας έρευνας είναι να εξεταστεί η μεταβολή στην εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου και στην εικόνα της Κύπρου εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, καθώς και να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο η μια εικόνα επηρέασε την άλλη. Κατά τη συγκρότηση του εννοιολογικού πλαισίου της έρευνας αντλήθηκαν στοιχεία από το θεωρητικό πλαίσιο της διαμόρφωσης της εικόνας (image theory) με έμφαση στη διαδικασία σχηματισμού (image formation) της εταιρικής εικόνας και της εικόνας ενός κράτους αλλά και η μεταφορά χαρακτηριστικών (image transfer) από την μια εικόνα στην άλλη. Επίσης στοιχεία αντλήθηκαν και από τη θεωρία της Επίδρασης της Χώρας Προέλευσης (Country of Origin Effect) ώστε να διερευνηθεί περαιτέρω η επίδραση της εταιρικής εικόνας πάνω στη συνολική εικόνα ενός κράτους.

Για να εξεταστεί η δημοσιογραφικά διαμεσολαβούμενη εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου, ως ενιαία εταιρική εικόνα, καθώς και η συνολική εικόνα του κράτους όπως προβλήθηκε από τα διεθνή ΜΜΕ χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική και ποσοτική ανάλυση περιεχομένου. Εξετάστηκε η περίοδος από την 01.01.2012 μέχρι και τις 31.12.2013. Η περίοδος της έρευνας χωρίστηκε σε τρεις περιόδους, πριν από το ξέσπασμα της κρίσης, κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης αλλά και μετά από το ξέσπασμα της κρίσης.

Σε μια ανάλυση κατά την οποία διερευνάται η διαλεκτική ανάμεσα στις εικόνες πολιτικών υποκειμένων, το πρωταρχικό ζήτημα που τίθεται είναι κατά πόσο τα υποκείμενα αυτά έχουν διακριτές έννοιες. Η ποιοτική ανάλυση του υλικού κατέδειξε ότι οι εικόνες των δύο υποκειμένων (Κύπρος-Τραπεζικός τομέας Κύπρου) είναι ευκρινώς διακριτές, ώστε να μπορεί να διενεργηθεί η ανάλυση.

Επιπρόσθετα αφού εξακριβώθηκε η εικόνα των πολιτικών υποκειμένων κατά τις τρεις περιόδους, εξετάστηκε και εάν υπήρξε μεταφορά εικόνας από την εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου πάνω στην συνολική εικόνα της χώρας.

Όπως αναφέρθηκε και στο πρώτο κεφάλαιο η έννοια της εικόνας περιγράφει την συνολική εντύπωση μιας οντότητας (π.χ. ενός ατόμου, ενός προϊόντος, μιας εταιρείας, μιας χώρας) στο μυαλό των άλλων (Dicher 1985:75), ενώ κάθε προϊόν, εταιρεία και χώρα προβάλλουν εικόνες, τις οποίες το κοινό προσλαμβάνει και επεξεργάζεται. Με βάση τις εικόνες αυτές διαμορφώνονται οι αντιλήψεις του κοινού και σχηματίζονται οι προκαταλήψεις, με τις

οποίες θα ανταποκριθεί απέναντι στην οντότητα αυτή. Η ευημερία της κάθε οντότητας δηλαδή συναρτάται με την προσλαμβανόμενη εικόνα της.

Κάθε εταιρεία, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τη φύση των προϊόντων που παράγει και των υπηρεσιών που προσφέρει, διαθέτει εταιρική εικόνα (Olins 2010:25) η οποία καθορίζει και τη στάση του κοινού απέναντι της. Η εικόνα αυτή μπορεί να είναι: α) θετική, δυνατή και χρήσιμη, β) αρνητική και επιβλαβής, ή γ) θολή, συγκεχυμένη και μερικές φορές χωρίς κανένα νόημα (Christian 1959:80). Ποια είναι η επίδραση που έχει ένα αρνητικό γεγονός, όπως μια μεγάλη κρίση, στην εικόνα μιας εταιρείας ή ενός ευρύτερου οικονομικού κλάδου; Ποια είναι η επίδραση της κρίσης ενός οικονομικού κλάδου στην εικόνα της χώρας; Αυτή η προβληματική διερευνάται μέσω μιας σειράς ερευνητικών ερωτημάτων.

Κεντρικό ερώτημα: Πως η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου αλληλεπιδρά με τη διεθνή εικόνα της Κύπρου εξαιτίας της οικονομικής κρίσης;

Ερευνητικό Ερώτημα 1: Ποία είναι η συνολική εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου πριν από την κρίση;

Ερευνητικό Ερώτημα 2: Πως εξελίσσεται η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου σε σχέση με την τραπεζική κρίση;

Ερευνητικό Ερώτημα 3: Ποια είναι η συνολική εικόνα της Κύπρου πριν από την κρίση;

Ερευνητικό Ερώτημα 4: Πως εξελίσσεται η εικόνα της Κύπρου σε σχέση με την τραπεζική κρίση;

Ερευνητικό Ερώτημα 5: Κατά την διάρκεια της κρίσης, η εικόνα του τραπεζικού τομέα επηρεάζει την διεθνή εικόνα της Κύπρου και σε ποιο βαθμό;

Ερευνητικό Ερώτημα 6: Εάν η εικόνα του τραπεζικού τομέα επηρεάζει τη διεθνή εικόνα της Κύπρου, ποια είναι τα στοιχεία της εικόνας που μεταβιβάζονται από το ένα πολιτικό υποκείμενο στο άλλο;

Ερευνητικό Ερώτημα 7: Με ποιο τρόπο γίνεται η μεταφορά της αρνητικής εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου πάνω στην εικόνα της χώρας;

Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα που τέθηκε αφορά τη συνολική εικόνα του τραπεζικού τομέα, πριν από την κορύφωση της κρίσης. Η παρούσα έρευνα κατέδειξε ότι πριν από την κορύφωση της κρίσης η Κύπρος αναφέρεται σε 440 δημοσιεύματα, από τα οποία στα 75 γίνεται αναφορά στον τραπεζικό τομέα της Κύπρου (17%). Παρατηρείται λοιπόν ότι κατά την περίοδο πριν από την κορύφωση της κρίσης η ορατότητα του τραπεζικού τομέα είναι περιορισμένη σε σχέση με την περίοδο κορύφωσης. Πριν από την κρίση, η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου, παρουσιάζεται πολύ έντονα αρνητική με μέσο αξιολογικό όρο -1,37.

Πριν από την κορύφωση της κρίσης, ο τραπεζικός τομέας παρουσιάζεται ως κύριο θέμα του άρθρου σε 19 άρθρα με ποσοστό 4,3%. Η εικόνα του δομείται κατά κύριο λόγο σε όρους προβλήματος (90,7%) και κατά δεύτερο λόγο σε όρους φόβου/απειλής (8,0%). Παρουσιάζεται να βιώνει φόβο με ποσοστό 5,3%, ενώ να προκαλεί φόβο ένεκα των προβλημάτων που αντιμετωπίζει με ποσοστό 1,3%. Ακόμα, η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου οργανώνεται σε πλαίσιο επιπτώσεων (6,7%), σε σχήμα διεθνούς οικονομικού κέντρου (2,7%) και σε σχήμα χρεωκοπίας (1,3%).

Συμπερασματικά, η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου κατά την πρώτη περίοδο που εξετάζουμε, δηλαδή ακριβώς πριν από την κορύφωση της κρίσης, είναι αρνητική και επιβλαβής και οργανώνεται κυρίως σε πλαίσιο προβλήματος, φόβου/απειλής και επιπτώσεων. Η εικόνα αυτή οφείλεται και στο γεγονός ότι η πρώτη περίοδος που ερευνούμε βρίσκεται χρονικά ακριβώς πριν από την κορύφωση της κρίσης, όπου τα προβλήματα του τραπεζικού τομέα είχαν αρχίσει να απασχολούν τα μέσα ενημέρωσης.

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα που τίθεται αφορά την εξέλιξη του τραπεζικού τομέα της Κύπρου σε σχέση με την τραπεζική κρίση. Η παρούσα έρευνα κατέδειξε ότι την περίοδο κορύφωση της κρίσης η Κύπρος αναφέρεται σε 768 δημοσιεύματα, από τα οποία στα 520 γίνεται αναφορά στον τραπεζικό τομέα της Κύπρου (67,7%).

Κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης ο τραπεζικός τομέας της Κύπρου αποτελεί το κεντρικό θέμα σε 190 άρθρα με ποσοστό 24,7%, το ψηλότερο ποσοστό και από τις τρεις περιόδους. Καθώς εντείνεται η κρίση αυξάνεται και η ορατότητα του τραπεζικού τομέα

της Κύπρου στα διεθνή μέσα. Η περίοδος αυτή παρουσιάζει την υψηλότερη ορατότητα από τις τρεις περιόδους με 520 αναφορές (79,0%) από τις συνολικά 658 κατά τις τρεις περιόδους. Η πύκνωση των αναφορών στο τραπεζικό τομέα σε τόσο μικρή χρονική περίοδο αποτελεί προϋπόθεση για τη διαμόρφωση ή μεταβολή της προσλαμβάνουσας εικόνας του τραπεζικού τομέα. Αυτό το γεγονός καθιστά τα επιμέρους χαρακτηριστικά της εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο ιδιαίτερα σημαντικά.

Κατά την περίοδο κορύφωσης της κρίσης δίνεται στην εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου μέσο αξιολογικό φορτίο -1,23. Η εικόνα του δομείται σε πλαίσιο προβλήματος (70,2%), σε πλαίσιο φόβου/απειλής (20,8%), παρουσιάζεται να βιώνει φόβο με ποσοστό 5,6%, ενώ να προκαλεί φόβο ένεκα των προβλημάτων που αντιμετωπίζει με ποσοστό 16,3%. Ακόμα κατά τη διάρκεια κορύφωσης της κρίσης παρουσιάζεται σε σχήμα χρεωκοπίας (19,6%), σε πλαίσιο επιπτώσεων (5,0%) και σε σχήμα διεθνούς οικονομικού κέντρου (3,1%).

Συμπερασματικά, κατά την δεύτερη περίοδο, δηλαδή την περίοδο κορύφωσης της κρίσης, η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου είναι κυρίως αρνητική και δομείται σε πλαίσιο προβλήματος, φόβου/απειλής και χρεωκοπίας.

Κατά την τελευταία περίοδο που εξετάζουμε, μετά δηλαδή από την κορύφωση της κρίσης η Κύπρος αναφέρεται σε 508 δημοσιεύματα, από τα οποία στα 63 γίνεται αναφορά στον τραπεζικό τομέα της Κύπρου (12,4%). Η ορατότητα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου στα διεθνή μέσα είναι πολύ χαμηλή με 63 αναφορές (9,6%) από τις συνολικά 658 αναφορές και στις τρεις περιόδους. Η μείωση της ορατότητας οφείλεται σε διάφορους παράγοντες όπως η επαναλειτουργία των τραπεζών, τα ρυθμιστικά μέτρα που πάρθηκαν και εφαρμόστηκαν για τον τραπεζικό τομέα σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Καθώς η οικονομική κρίση αμβλύνεται σταματά και ο τραπεζικός τομέας να απασχολεί τη διεθνή ειδησεογραφία. Η εικόνα του έχει πλέον καταρρακωθεί και δεν αναμένονται άλλες εξελίξεις.

Η αρνητική αξιολόγηση όμως παραμένει αφού ο μέσος όρος αξιολόγησης του τραπεζικού τομέα της Κύπρου κατά την περίοδο μετά την κορύφωση είναι -1,69. Κατά την περίοδο αυτή ο τραπεζικός τομέας παρουσιάζεται ως κεντρικό θέμα σε 11 αναφορές (2,2%). Η εικόνα του δομείται πρωτίστως σε πλαίσιο προβλήματος (76,2%), δευτερευόντως σε

πλαίσιο φόβου/απειλής (12,7%), παρουσιάζεται να βιώνει φόβο με ποσοστό 3,2%, ενώ να προκαλεί φόβο ένεκα των προβλημάτων που αντιμετωπίζει με ποσοστό 9,5%. Παρουσιάζεται σε πλαίσιο επιπτώσεων (11,1%), χρεωκοπίας (9,5%) και σε πλαίσιο στρατηγικής (6,3%).

Συμπερασματικά η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου κατά την περίοδο που ακολούθησε μετά από την κορύφωση της κρίσης, δηλαδή την τρίτη περίοδο που εξετάζεται, παρουσιάζεται κυρίως ως πολύ αρνητική και δομείται σε πλαίσιο προβλήματος, φόβου/απειλής και επιπτώσεων.

Για να επιτευχθεί η αλλαγή μιας εταιρικής εικόνας (όπως αυτή του τραπεζικού τομέα της Κύπρου) χρειάζεται χρόνος (Dowling 1986:115), αλλά και μια συνεχή προσπάθεια, που θα λαμβάνει υπόψη και τα συναισθήματα των ατόμων που έρχονται σε επαφή με την εταιρεία, αφού η εταιρική εικόνα βρίσκεται εδραιωμένη στο μυαλό τους (Spector 1961:51).

Εντοπίστηκε η αρνητική και επιβλαβής εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου, ως ενιαία εταιρική εικόνα, που σύμφωνα με τα πιο πάνω καθορίζει και τη στάση του κοινού απέναντι της. Η χαμηλή ορατότητα του τραπεζικού τομέα στα διεθνή μέσα σε συνδυασμό με το αυξημένο αρνητικό αξιολογικό φορτίο που του δίνεται κατά την τρίτη περίοδο, σημαίνει πως δεν μπορεί ακόμα να επέλθει άμβλυνση της κρίσης για το συγκεκριμένο πολιτικό υποκείμενο και κατ' επέκταση δεν μπορεί να διορθωθεί ακόμα η εικόνα του. Ο τραπεζικός τομέας, ακόμα και μετά το τέλος της κορύφωσης της κρίσης φαίνεται εγκλωβισμένος μέσα σε ένα αρνητικό πλαίσιο και αφού η ευημερία του συναρτάται με την εικόνα του, τα στοιχεία δείχνουν μάλλον δυσοίωνα.

Ακολουθούν τα στοιχεία σχετικά με την εικόνα της Κύπρου στα διεθνή μέσα ενημέρωσης κατά τις τρεις χρονικές περιόδους που εξετάζουμε. Όπως συμβαίνει στην περίπτωση της εταιρικής εικόνας, έτσι και οι εικόνες που προβάλλει ένα κράτος ευθύνονται για τον τρόπο που το αντιμετωπίζουν οι κάτοικοι αλλά και οι επισκέπτες του. Οι άνθρωποι σχηματίζουν διάφορες πεποιθήσεις για ένα κράτος σύμφωνα με αυτές τις εικόνες και ανταποκρίνονται απέναντι του ανάλογα. Οι πεποιθήσεις σχηματίζονται με κάθε πιθανό τρόπο που κάποιος έρχεται σε επαφή με το κράτος. Με μια επίσκεψη, από τα προϊόντα που παράγονται εκεί, από τις πολιτικές αποφάσεις που παίρνει το κράτος, από το πόσο απασχολεί τα διεθνή μέσα ενημέρωσης και για ποιο λόγο.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας κρίνονται πολύ χρήσιμα αφού πριν επιχειρήσει να αλλάξει την εικόνα του ένα κράτος, θα πρέπει πρώτα να εξακριβώσει ποιά είναι η παρούσα εικόνα της χώρας, και δεύτερο να αποφασίσει ποια θέλει να είναι η εικόνα (Dicher 1985:79). Τα στοιχεία που ακολουθούν παρουσιάζουν επακριβώς την εικόνα της Κύπρου στα διεθνή μέσα και κατ' επέκταση την αντίληψη που έχει ο υπόλοιπος κόσμος για τη χώρα. Έτσι ανοίγεται ο δρόμος ως προς την ανάπτυξη μιας στρατηγικής διαχείρισης της εικόνας της αφού η γνώση αυτή «μπορεί να αποτελέσει το αρχικό βήμα προς την ενίσχυση και βελτίωση της» (Papadopoulos και Heslop 2002:309).

Το επόμενο ερευνητικό ερώτημα που εγείρεται είναι σχετικά με την συνολική εικόνα της Κύπρου στα διεθνή μέσα ακριβώς πριν από την περίοδο κορύφωσης της κρίσης. Η ορατότητα της Κύπρου στα διεθνή μέσα είναι η πιο χαμηλή από τις τρεις περιόδους με 440 αναφορές (25,65%) στις 1716 συνολικά αναφορές στην Κύπρο. Ο μέσος αξιολογικός όρος της εικόνας της Κύπρου στα διεθνή μέσα, πριν από τη φάση κορύφωσης της κρίσης είναι σχετικά αρνητικός -0,47.

Η Κύπρος αποτελεί το κεντρικό θέμα του άρθρου σε 114 αναφορές (25%). Η εικόνα της χώρας δομείται κατά κύριο λόγο σε πλαίσιο στρατηγικής (32,0%), κατά δεύτερο λόγο σε πλαίσιο προβλήματος (26,1%), ενώ με αυξημένα ποσοστά παρουσιάζεται και σε πλαίσιο σύγκρουσης (14,3%), όπου ως αντίδικος σε σύγκρουση παρουσιάζεται με ποσοστό 8,9%, να αποτελεί πεδίο σύγκρουσης παρουσιάζεται με ποσοστό 7,0%, ενώ να συγκρούονται μέρη της με ποσοστό 0,7%. Σε πλαίσιο φόβου απειλής παρουσιάζεται με ποσοστό 8,2%, όπου παρουσιάζεται να βιώνει φόβο με ποσοστό 6,1%, ενώ να προκαλεί φόβο ένεκα των προβλημάτων που αντιμετωπίζει με ποσοστό 1,6%.

Συμπερασματικά η εικόνα της Κύπρου πριν από την περίοδο κορύφωσης της κρίσης, παρουσιάζεται σχετικά αρνητική και οργανώνεται σε πλαίσιο στρατηγικής, προβλήματος και σύγκρουσης.

Η άποψη που διατηρούν οι άνθρωποι για τις άλλες χώρες είναι σε γενικές γραμμές καθορισμένη και σταθερή. Απαιτείται κάτι πολύ σοβαρό για να αναθεωρήσουν την άποψη αυτή. Η εικόνα μιας χώρας μπορεί να αλλάξει, είτε σταδιακά επειδή η ίδια η χώρα αλλάζει, είτε ξαφνικά επειδή η χώρα επιδρά με κάποιο τρόπο πάνω στην ζωή των ανθρώπων (Anholt 2010:31). Το πρώτο είδος αλλαγής, είναι μια βαθμιαία διαδικασία, όπου η αλλαγή της εικόνας ξεκινά μέσω των πράξεων και συμπεριφορών της χώρας. Το

δεύτερο είδος της αλλαγής σχετίζεται με τις συνθήκες της κρίσης. Το βασικό ερώτημα είναι εάν η έκταση της ειδησεογραφικής κάλυψης και η ένταση του αρνητισμού κατά τη φάση της κορύφωσης της κρίσης είναι τόσο μεγάλη, ώστε να έχει τη δυνατότητα να επαναπροσδιορίσει την προσλαμβανόμενη εικόνα της Κύπρου στο μυαλό των ακροατών, εμπεδώνοντας ένα αρνητικό πλαίσιο πρόσληψης της Κύπρου, δηλαδή εγκαθιδρύοντας αρνητικά στερεότυπα. Η διαδικασία αυτή συνδέεται με τη διαλεκτική των εικόνων: την επίδραση που θα έχει η εικόνα του τραπεζικού τομέα στην εικόνα της Κύπρου και η επίδραση που θα έχει η εικόνα της Κύπρου κατά την κορύφωση της κρίσης στην εικόνα της Κύπρου μετά την κρίση.

Το τέταρτο ερευνητικό ερώτημα αφορά την εξέλιξη της εικόνας της Κύπρου σε σχέση με την τραπεζική κρίση. Η ορατότητα είναι η πιο ψηλή από τις τρεις περιόδους με 768 αναφορές (44,75%) στις 1716 συνολικά αναφορές στην Κύπρο. Κατά την περίοδο κορύφωσης της κρίσης η Κύπρος αποτελεί το κεντρικό θέμα του άρθρου σε 471 αναφορές (61,3%), ενώ ο μέσος αξιολογικός όρος που λαμβάνει είναι -1,05. «Ο συνδυασμός υψηλής ορατότητας και αρνητικής αξιολόγησης συγκροτεί την εικόνα του κράτους σε κρίση» (Manheim και Albritton 1984:645, Σαμαράς 2014:29).

Η εικόνα της Κύπρου οργανώνεται κυρίως σε πλαίσιο στρατηγικής με ποσοστό 64,3% και σε πλαίσιο προβλήματος με ποσοστό 50,3%. Παρουσιάζεται σε πλαίσιο φόβου/απειλής με ποσοστό 23,6%, να βιώνει φόβο με ποσοστό 14,8%, ενώ να προκαλεί φόβο ένεκα των προβλημάτων που αντιμετωπίζει με ποσοστό 9,5%.

Επίσης αυξημένο είναι και το ποσοστό όπου η εικόνα της Κύπρου οργανώνεται σε συγκρουσιακό πλαίσιο, με ποσοστό 19,5%, όπου παρουσιάζεται ως αντίδικος σε σύγκρουση με ποσοστό 5,1%, να είναι πεδίο σύγκρουσης με ποσοστό 3,1%, ενώ να συγκρούονται μέρη της Κύπρου με ποσοστό 13,4%. Παρουσιάζεται ακόμα σε πλαίσιο επιπτώσεων με ποσοστό 14,8% και σε σχήμα χρεωκοπίας με ποσοστό 13,8%.

Συμπερασματικά η εικόνα της Κύπρου κατά την περίοδο κορύφωσης της κρίσης, παρουσιάζεται κυρίως ως αρνητική και οργανώνεται σε πλαίσιο στρατηγικής, προβλήματος και φόβου/απειλής.

Μετά από την περίοδο κορύφωσης η εικόνα της Κύπρου παρουσιάζεται ως αρνητική σε 508 αναφορές με μέσο αξιολογικό όρο -0,45. Ως πολύ αρνητική παρουσιάζεται σε 61

αναφορές με ποσοστό 12,0%, ως αρνητική παρουσιάζεται σε 124 αναφορές με ποσοστό 24,4%, ως θετική σε 8 αναφορές με ποσοστό 1,6% και ως πολύ θετική σε 5 αναφορές με ποσοστό 1,0%.

Αποτελεί το κεντρικό θέμα του άρθρου σε 58 αναφορές με ποσοστό 11,4%. Η εικόνα της χώρας δομείται σε πλαίσιο προβλήματος με ποσοστό 20,1% και σε πλαίσιο στρατηγικής με ποσοστό 19,5%. Παρουσιάζεται σε πλαίσιο σύγκρουσης με ποσοστό 17,1%, όπου παρουσιάζεται ως αντίδικος σε σύγκρουση με ποσοστό 10,0%, ως πεδίο σύγκρουσης με ποσοστό 5,3%, ενώ να συγκρούονται μέρη της Κύπρου με ποσοστό 3,3%. Ακόμα παρουσιάζεται με ψηλά ποσοστά στο πλαίσιο φόβου/απειλής με 7,3%, παρουσιάζεται να βιώνει φόβο με ποσοστό 4,9%, ενώ να προκαλεί φόβο ένεκα των προβλημάτων που αντιμετωπίζει σε ποσοστό 2,4%.

Συμπερασματικά η εικόνα της Κύπρου μετά από το τέλος της κορύφωσης της κρίσης παρουσιάζεται κυρίως ως αρνητική και οργανώνεται σε πλαίσιο προβλήματος, στρατηγικής και σύγκρουσης. Η ορατότητα είναι χαμηλότερη από τη δεύτερη περίοδο με 508 αναφορές (29,6%) από τις 1716 συνολικά αναφορές στην Κύπρο και με πολύ λιγότερο αρνητικό πρόσημο.

Η χαμηλή ορατότητα με μειωμένο το αρνητικό αξιολογικό φορτίο σημαίνει πως επέρχεται η άμβλυνση της κρίσης για τη χώρα και κατ' επέκταση ενδέχεται να ξεκινήσει η διόρθωση της εικόνα της μετά βέβαια από αποτελεσματικές στρατηγικές διαχείρισης.

Τα χαρακτηριστικά των δύο πολιτικών υποκειμένων εντοπίστηκαν και απομένει τώρα να εξακριβωθεί εάν αλληλεπιδρούν και πόσο. Υπάρχουν αρκετές βιβλιογραφικές αναφορές που υποστηρίζουν ότι η εικόνα εμπορικής ταυτότητας και η εταιρική εικόνα έχουν μια αμφίδρομη σχέση με την εικόνα της χώρας προέλευσης του προϊόντος και της εταιρείας. Μεταξύ άλλων έχει αναγνωριστεί η ενιαία αντίληψη που επικρατεί στο μυαλό των καταναλωτών σχετικά με τα προϊόντα και τις χώρες προέλευσης τους (van Ham 2008), η μεταφορά των συσχετισμών που αφορούν την εικόνα μιας εταιρείας πάνω στη χώρα προέλευσης της (Gotsi, Lopez και Andriopoulos 2011), αλλά και η επιρροή της αντιληπτής ποιότητας των προϊόντων πάνω στην συνολική εντύπωση για τη χώρα προέλευσης ως τουριστικό προορισμό (Lee και Lockshin 2011).

Ακόμα, όπως είδαμε και στο θεωρητικό κεφάλαιο της παρούσας εργασίας υπάρχουν αναφορές ότι εάν μια εταιρεία συνδεθεί με τη χώρα προέλευσης της στο μυαλό του καταναλωτή, τότε οι συσχετισμοί που αφορούν την εταιρεία ενδέχεται να μεταφερθούν και στη χώρα (Gotsi, Lopez και Andriopoulos 2011:258). Άλλοι υποστηρίζουν ακόμα ότι όσο πιο κακή είναι η αντιληπτή ποιότητα των προϊόντων από μια χώρα, τόσο πιο αρνητικά επηρεάζει την εικόνα της χώρας προέλευσης τους (Sun και Paswan 2011:154). Αποδείχθηκε η κακή ποιότητα του προϊόντος του τραπεζικού τομέα της Κύπρου και μένει τώρα να εξακριβωθεί σε ποιο βαθμό έχει επηρεάσει και τη χώρα προέλευσης του.

Το ερώτημα που εγείρεται σε αυτό το σημείο αφορά το κατά πόσο η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου επηρεάζει τη διεθνή εικόνα της χώρας κατά την διάρκεια της κρίσης και σε ποιο βαθμό. Ο συνδυασμός υψηλής δημοσιότητας με αρνητική ειδησεογραφική κάλυψη, κατά την περίοδο κορύφωσης της κρίσης προκαλείται από τη διασύνδεση της εικόνας της Κύπρου με έννοιες και καταστάσεις που φέρουν αρνητικό φορτίο όπως ο τραπεζικός τομέας και η οικονομική κρίση.

Κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της κρίσης εντοπίζεται μια ισχυρή διασύνδεση της εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου με τη συνολική εικόνα της χώρας, σε 87 αναφορές με ποσοστό 15,6%, όπου τα δύο πολιτικά υποκείμενα είχαν αλληλένδετη σχέση με τις εξελίξεις στο ένα υποκείμενο να επηρεάζουν άμεσα το άλλο. Επικρατεί όμως η μέτρια διασύνδεση με 360 αναφορές και ποσοστό 64,5% όπου ο τραπεζικός τομέας παρουσιάζεται να υπόκειται στην κρατική εξουσία, να υφίσταται τις αποφάσεις της κυβέρνησης χωρίς περιθώριο επιλογής, αφού η χώρα αποφασίζει για τη μελλοντική του πορεία και επιβάλλει σ' αυτόν τις αποφάσεις της.

Παρατηρείται ότι κατά την περίοδο κορύφωσης της κρίσης ο μέσος αξιολογικός όρος της εικόνας της Κύπρου μειώνεται στο -1,05 καθώς αυξάνονται και οι αναφορές στη χώρα σε 768 από τις συνολικά 1716 αναφορές στην Κύπρο⁷⁹. Ακόμα, όσο κορυφώνεται η κρίση τόσο αυξάνεται και η ορατότητα της Κύπρου. Κατά τη δεύτερη περίοδο γίνονται 768 αναφορές στη χώρα με ποσοστό 44,75% από τις οποίες στις 471 η Κύπρος αποτελεί το κύριο θέμα άρθρου με ποσοστό 61,3%⁸⁰. Τέλος παρατηρείται ότι συνολικά και στα 643

⁷⁹ Σημειώνεται εδώ ότι ο μέσος αξιολογικός όρος πριν από το ξέσπασμα της κρίσης ήταν -0,47 με 440 αναφορές, ενώ μετά από την κορύφωση της κρίσης ο μέσος αξιολογικός όρος ήταν -0,45 με 508 αναφορές.

⁸⁰ Πριν από την κορύφωση της κρίσης οι αναφορές ήταν 440 (25,65%) και αποτελούσε το κύριο θέμα στις 114. Μετά την περίοδο κορύφωσης οι αναφορές ήταν 508 (29,60%) και η Κύπρος αποτελούσε το κύριο θέμα άρθρου στις 58.

συνολικά άρθρα όπου η Κύπρος αποτελεί το κεντρικό θέμα, τα 530 άρθρα (82,4%) έχουν ως κύριο θέμα άρθρου την οικονομική κρίση.

Αφού η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου επηρεάζει τη διεθνή εικόνα της χώρας, εγείρεται το ερώτημα αναφορικά με το ποια στοιχεία της εικόνας μεταβιβάζονται από το ένα πολιτικό υποκείμενο στο άλλο.

Στην παρούσα έρευνα παρατηρήθηκε μεταφορά της αρνητικής εικόνας του τραπεζικού τομέα πάνω στην εικόνα της Κύπρου. Το μεγαλύτερο ποσοστό μεταφοράς εικόνας (31,9%) αφορούσε μεταφορά της εικόνας του τραπεζικού συστήματος της Κύπρου πάνω στην εικόνα της οικονομίας της Κύπρου και το αμέσως επόμενο αφορούσε τη μεταφορά χαρακτηριστικών της εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου πάνω στην εικόνα της Κύπρου (28,3%). Επίσης σε μεγάλο ποσοστό εντοπίστηκε μεταφορά χαρακτηριστικών της εικόνας της κυπριακής οικονομίας πάνω στην εικόνα της Κύπρου (19,5%).

Τέλος τίθεται το ερώτημα αναφορικά με τον τρόπο με τον οποίο γίνεται η μεταφορά της αρνητικής και επιβλαβής εικόνας του τραπεζικού τομέα πάνω στην συνολική εικόνα της χώρας. Η υψηλή ορατότητα και η επικέντρωση της θεματολογίας των άρθρων στην τραπεζική κρίση, σε συνδυασμό με την αρνητική αξιολόγηση που δίνεται από τους διεθνείς ειδησεογραφικούς οργανισμούς τη συγκεκριμένη περίοδο, επιδρούν στη διαμόρφωση απόψεων του κοινού σε αρνητικό πλαίσιο για τη χώρα.

Αφού απαντήθηκαν τα επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα και εξακριβώθηκε η εικόνα του τραπεζικού τομέα και στις τρεις περιόδους που εξετάζουμε, η συνολική εικόνα της χώρας αλλά και το κατά πόσο αλληλεπιδρούν, απαντάται τέλος και το κεντρικό ερώτημα της έρευνας: Πώς η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου αλληλεπιδρά με τη διεθνή εικόνα της Κύπρου εξαιτίας της οικονομικής κρίσης;

Όπως είδαμε πιο πάνω πριν από το ξέσπασμα της κρίσης, η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου παρουσιάζεται κυρίως ως αρνητική με μέσο αξιολογικό όρο -1,37 σε 75 αναφορές και η εικόνα του δομείται κατά κύριο λόγο σε όρους προβλήματος και φόβου/απειλής. Η εικόνα της Κύπρου παρουσιάζεται κυρίως αρνητική με μέσο αξιολογικό όρο -0,47 σε 440 αναφορές και δομείται κατά κύριο λόγο σε πλαίσιο στρατηγικής και σε πλαίσιο προβλήματος. Ανάμεσα στις εικόνες των δύο υποκειμένων επικρατεί μια ισχυρή διασύνδεση (92,6%) αφού οι καταστάσεις στο ένα επηρεάζουν άμεσα τις εξελίξεις στο

άλλο. Εντοπίζεται μιν μια αλληλένδετη σχέση μεταξύ εικόνας τραπεζικού τομέα Κύπρου και εικόνας Κύπρου, αλλά τα δύο υποκείμενα δε παρουσιάζονται ως δύο ξεχωριστά.

Κατά την περίοδο τώρα κορύφωσης της κρίσης, δίνεται στην εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου μέσο αξιολογικό φορτίο -1,23 σε 520 αναφορές όπου παρουσιάζεται κυρίως ως αρνητική. Καθώς αυξάνεται η ορατότητα του στα διεθνή μέσα αυξάνεται και το αρνητικό πρόσημο αξιολόγησης. Η εικόνα του δομείται κυρίως σε πλαίσιο προβλήματος και φόβου/απειλής, ενώ παρουσιάζεται σε σχήμα χρεωκοπίας και επιπτώσεων. Ταυτόχρονα αυξάνεται και η ορατότητα της Κύπρου στα διεθνή μέσα με τον μέσο αξιολογικό όρο να φτάνει στο -1,05 σε 768 αναφορές. Η εικόνα της χώρας παρουσιάζεται κυρίως ως αρνητική και οργανώνεται κυρίως σε πλαίσιο στρατηγικής, προβλήματος και φόβου/απειλής. Σημαντική διαφοροποίηση αποτελεί και το γεγονός ότι επικρατεί η μέτρια διασύνδεση μεταξύ των δύο υποκειμένων. Οι ενέργειες του τραπεζικού τομέα έχουν άμεσες συνέπειες πάνω στο άλλο, ενώ ο τραπεζικός τομέας φαίνεται να υπόκειται σε κρατικό έλεγχο.

Τέλος, κατά την περίοδο μετά από την κορύφωση της κρίσης η εικόνα του τραπεζικού τομέα παρουσιάζεται κυρίως ως πολύ αρνητική με τον μέσο όρος αξιολόγησης να είναι -1,69 σε 63 αναφορές. Καθώς μειώνεται η ορατότητα αυξάνεται το αρνητικό πρόσημο γεγονός που δηλώνει την καταρράκωση της εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου που δομείται σε πλαίσιο προβλήματος, φόβου/απειλής, επιπτώσεων και χρεωκοπίας. Η εικόνα της Κύπρου παρουσιάζεται ως αρνητική σε 508 αναφορές με μέσο αξιολογικό όρο -0,45 και δομείται κυρίως σε πλαίσιο προβλήματος, στρατηγικής, σύγκρουσης και φόβου/απειλής. Η ορατότητα είναι σχετικά χαμηλή ενώ η αρνητική αξιολόγηση μειώνεται, γεγονός που δείχνει ότι επέρχεται η άμβλυνση της κρίσης για την χώρα και ενδέχεται να ξεκινήσει η επιδιόρθωση της ρηγμάτωσης που υπέστη η εικόνα της.

Στην παρούσα έρευνα παρατηρήθηκε μεταφορά της αρνητικής εικόνας του τραπεζικού τομέα πάνω στην εικόνα της Κύπρου. Το μεγαλύτερο ποσοστό μεταφοράς εικόνας (31,9%) αφορούσε μεταφορά της εικόνας του τραπεζικού συστήματος της Κύπρου πάνω στην εικόνα της οικονομίας της Κύπρου και το αμέσως επόμενο αφορούσε τη μεταφορά χαρακτηριστικών της εικόνας του τραπεζικού τομέα της Κύπρου πάνω στην εικόνα της Κύπρου (28,3%). Επίσης σε μεγάλο ποσοστό εντοπίστηκε μεταφορά χαρακτηριστικών της εικόνας της κυπριακής οικονομίας πάνω στην εικόνα της Κύπρου (19,5%).

Παρατηρείται λοιπόν ότι καθώς εντείνεται η τραπεζική κρίση στην Κύπρο, έχει άμεσο αντίκτυπο πάνω στην εικόνα της χώρας. Από την μια αυξάνεται η ορατότητα της Κύπρου στα διεθνή μέσα με θέμα την οικονομική κρίση και από την άλλη αυξάνεται το αρνητικό πρόσημο της σε ακραία αρνητική αξιολόγηση εξαιτίας των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο τραπεζικός τομέας. Μετά όμως από την περίοδο κορύφωσης της κρίσης καθώς μειώνεται η ορατότητα της Κύπρου μειώνεται παράλληλα και η αρνητική αξιολόγηση της. Αυτό δεν συμβαίνει στην εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου αφού καθώς μειώνεται η ορατότητα αυξάνεται το αρνητικό πρόσημο αξιολόγησης, κάτι που δηλώνει την πλήρη καταρράκωση της εικόνας του. Εντωμεταξύ μειώνεται και η διασύνδεση των δύο υποκειμένων.

Τα πιο πάνω συνδυαστικά, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η Κύπρος κατάφερε να αποστασιοποιηθεί από την πολύ αρνητική εικόνα του τραπεζικού τομέα και να παρουσιάζεται πλέον ως κύριος υπεύθυνος για τη μεταρρύθμιση και αναδόμηση του. Από την μια πλευρά ο τραπεζικός τομέας από πηγή ισχύος της Κυπριακής Δημοκρατίας μεταβάλλεται σε στίγμα για την διεθνή της εικόνα, αφού η υψηλή δημοσιότητα με αρνητική ειδησεογραφική κάλυψη προκαλείται από την διασύνδεση της εικόνας της Κύπρου με την αρνητική εικόνα του τραπεζικού τομέα. Από την άλλη πλευρά η Κυπριακή Δημοκρατία καταφέρνει να αποστασιοποιηθεί από την συνεχιζόμενη αρνητική εικόνα του τραπεζικού τομέα. Επιβάλλει τις όποιες αποφάσεις της πάνω στον μέχρι πρότινος ιδιωτικό τραπεζικό τομέα, και δεν διστάζει να θυσιάσει ένα υποκείμενο της που νοσεί, προκειμένου να σωθεί η ίδια.

Η εικόνα του τραπεζικού τομέα της Κύπρου, παρόλο που κατά την περίοδο κορύφωσης της κρίσης οδήγησε στη ρηγμάτωση της εικόνας της χώρας, εν τέλει και μετά από την περίοδο κορύφωσης, η εικόνα της χώρας δεν φαίνεται να παρασύρεται από την ακραία αρνητική αξιολόγηση του τραπεζικού τομέα. Κατά την περίοδο μετά από την κορύφωση η εικόνα της χώρας επανέρχεται στα ίδια επίπεδα (αρνητικής) αξιολόγησης, ενώ ο τραπεζικός τομέας βρίσκεται σε αρνητικότερα επίπεδα από πριν. Η Κύπρος αφού απεγκλωβίστηκε από τη θεματολογία της κρίσης και διατήρησε μια μέτρια διασύνδεση με την εικόνα του τραπεζικού τομέα, κατάφερε να μειώσει και τον αρνητισμό.

Παρόλο που η εικόνα της Κύπρου απέχει κατά πολύ από μια θετική απεικόνιση εντούτοις όπως αναφέρθηκε και στο θεωρητικό κεφάλαιο, όταν η εικόνα της χώρας προέλευσης ενός προϊόντος είναι θετική, θεωρείται πλεονέκτημα για το προϊόν, ενώ αντίθετα όταν η εικόνα

της χώρας προέλευσης είναι αρνητική, τότε θεωρείται μειονέκτημα (Lampert και Jaffe 1998:64). Και αφού η στάση των καταναλωτών απέναντι σε ορισμένα προϊόντα ενδέχεται να αλλάξει σταδιακά, καθώς αλλάζουν και οι πεποιθήσεις τους απέναντι στη χώρα προέλευσης (Bilkey και Nes 1982:90, Sun και Paswan 2011:146), η διαχείριση της συλλογικής ταυτότητας (nation branding) για την Κύπρο γίνεται όλο και πιο χρήσιμη.

Κεντρικός άξονας της διαχείρισης ταυτότητας είναι ο εντοπισμός και η ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας και η κατάλληλη διαχείριση τους. Με τον τρόπο αυτό μπορεί να δημιουργηθεί μια πιο επωφελέστερη εικόνα, με άυλα και υλικά κέρδη για τη χώρα. Παρόλα αυτά δεν μπορεί να υπάρξει θέση για τη διαχείριση συλλογικής ταυτότητας, πριν επιτευχθεί πολιτική μεταρρύθμιση (Fan 2006:11), αφού η διαχείριση συλλογικής ταυτότητας δεν αφορά μόνο την προσπάθεια βελτίωσης της εικόνας της Κύπρου, αλλά και την αλλαγή, την ενίσχυση και την προστασία της ταυτότητας της, καθώς και την προβολή της.

Όπως αναφέρθηκε, οι εκτιμήσεις του κοινού σχετικά με μια χώρα δεν βασίζονται μόνο σε παράγοντες όπως η προσωπική εμπειρία, οι γνώσεις για τη χώρα, η χρήση των προϊόντων που παράγονται σε αυτή, και στα στερεότυπα που επικρατούν. Πολύ σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και η απεικόνιση της χώρας στα ΜΜΕ (Fan 2006:11). Γι' αυτό και όταν η εικόνα της Κύπρου παρουσιάζεται αρνητική από τα διεθνή μέσα ενημέρωσης, επιβάλλεται να διαχειριστεί η χώρα την εθνική της ταυτότητα. Μπορεί να τη χρησιμοποιήσει ως εργαλείο για την ευρεία στρατηγική της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας.

Οι εικόνες των κρατών υπάρχουν και θα συνεχίσουν να εξελίσσονται με ή χωρίς διαχείριση εθνικής ταυτότητας. Εάν οι κρατικές αρχές της Κύπρου δεν δώσουν την κατάλληλη προσοχή σε ότι αφορά την εικόνα της χώρας, θα αφήσουν με τον τρόπο αυτό το κοινό ελεύθερο να δημιουργήσει ότι στερεότυπο επιθυμεί για αυτήν.

Καθώς δεν έχει εντοπιστεί άλλη έρευνα που να μελετά την εικόνα του βαλλόμενου οικονομικού κλάδου μιας χώρας σε σχέση με την κρίση και την αλληλεπίδραση της εικόνας αυτής με την συνολική εικόνα του κράτος, η παρούσα έρευνα κρίνεται πολύ χρήσιμη. Τόσο τα νέα ερμηνευτικά σχήματα που προέκυψαν από την ποιοτική ανάλυση περιεχομένου των υπό εξέταση κειμένων, όσο και τα αποτελέσματα της έρευνας αποτελούν μέρος της συνεισφοράς της παρούσας έρευνας στην απεικόνιση της οικονομικής κρίσης.

Βιβλιογραφία

Abratt R. (1989), «A New Approach to the Corporate Image Management Process», *Journal of Management*, Vol. 5, No. 1, σελ. 63-76.

Allen G. (2007), «Place Branding: New Tools for Economic Development», *Design Management Review*, Vol. 18, No. 2, σελ. 60-68.

Anholt S. (1998), «Nation-brands of the twenty-first century», *The journal of Brand Management*, Vol. 5, No. 9, σελ. 395-406.

Anholt S. (2003), *Brand New Justice*, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Anholt S. (2004), Editorial στο *Place Branding*, Vol. 1, No. 1, σελ. 4-11.

Anholt S. (2005), «Some important distinctions in place branding», *Place Branding* Vol. 1, No. 2, σελ. 116-121.

Anholt S. (2006), Editorial στο *Place Branding*, Vol. 2, No. 3, σελ. 1-4.

Anholt S. (2007), *Competitive Identity*, London: Palgrave Macmillan.

Anholt S. (2008), «Place branding: Is it marketing, or isn't it?», *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 4, No. 1, σελ. 1-6.

Anholt S. (2010), «Definitions of place branding – Working towards a resolution», *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 6, No. 1, σελ. 1-10.

Anholt S. (2010), *Places*, London: Palgrave Macmillan.

Athanassiou P. (2006), «Financial supervision in the Republic of Cyprus: the case for reform», *Journal of Financial Regulation and Compliance*, Vol. 14, No. 1, σελ. 57-69.

Bedbury S. (2002), *A new brand world*, Middlesex: Penguin Books.

Bernstein D. (1984), *Company Image and Reality*, East Sussex: Holt, Rinehart and Winston Ltd.

Beverland M. και Lindgreen A. (2002), «Using country of origin in strategy: The importance of context and strategic action», *Brand Management*, Vol. 10, No. 2, σελ. 147-167.

Besim M. και Mullen F. (2009), «Cyprus in the Global Financial Crisis: How Lack of Banking Sophistication Proved an Advantage», *South European Society and Politics*, Vol. 14, No. 1, σελ. 87-101.

Bilkey W. και Nes E. (1982), «Country-of-Origin Effects on Product Evaluations», *Journal of International Business Studies*, Spring/Summer, σελ. 89-95.

Boulding K. (1956), *The image*, Michigan: The University of Michigan.

Boulding K. (1959), «National images and international systems», *The Journal of Conflict Resolution*, Vol. 3, No. 2, σελ. 120-131.

Christian R. (1959), «How Important is the Corporate Image?», *Journal of Marketing*, Vol. 24, No. 2, σελ. 79-80.

Clerides M. (2011), «Discussion on Banking System in Cyprus: Time to Rethink the Business Model?», *Cyprus Economic Policy Review*, Vol. 5, No. 2, σελ. 131-135.

Clerides M. και Stephanou C. (2009), «The Financial Crisis and the Banking System in Cyprus», *Cyprus Economic Policy Review*, Vol. 3, No. 1, σελ. 27-50.

Commission of European Communities (2004), «Commission Recommendation on the 2004 update of the Broad Guidelines of the Economic Policies of the Member States and Community for the 2003 - 2005 period», σελ. 19-21. (Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, «Σύσταση της επιτροπής για την επικαιροποίηση του 2004 των γενικών προσανατολισμών των οικονομικών πολιτικών των κρατών μελών και της Κοινότητας για την περίοδο 2003 - 2005», σελ. 19-21).

Γραφείο Διαχείρισης Δημόσιου Χρέους Υπουργείο Οικονομικών (2012), Ετήσια Έκθεση Διαχείρισης Δημόσιου Χρέους 2011, Λευκωσία: Κυπριακή Δημοκρατία.

Δογάνη Μ. (2013), «Ο φόβος στην κοινωνική ψυχολογία – Ο φόβος στην στρατηγική επικοινωνία: Ένα θεωρητικό πλαίσιο για την ανάλυση της ρητορικής του φόβου», ημερίδα του Πανεπιστημίου Πειραιώς «Πρακτικές εφαρμογές της ρητορικής επικοινωνίας στο σύγχρονο διεθνές περιβάλλον», Πειραιάς, 20 Νοεμβρίου 2013.

Dogani M. και Samaras Ath. N. (2014), «Fear, Treat and Risk in the mediated representations of hegemonic countries, PIGS and countries facing conflict situations», διεθνές συνέδριο του IAMCR, Χαϊντεραμπάντ Ινδίας, 14-19 Ιουλίου 2014.

Dicher E. (1985), «What's in an image», *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 2, No. 1, σελ. 75-81.

Dinnie K. (2003), «Place Branding: Overview of an Emerging Literature», <http://www.brandhorizons.com>. [Jaffe E. και Nebenzahl I. (2001), «National Image & Competitive Advantage: The Theory and Practise of Country-of-Origin Effect», Copenhagen Business School Press.

Dinnie K. (2014), «Nation Branding και οι εικόνες των κρατών – Δυνατότητες και περιορισμοί», στο Σαμαράς Αθ. Ν. (Επιμ.) *Εικόνες Κρατών, Στρατηγική Επικοινωνία, Ήπια Ισχύς και Μέσα Ενημέρωσης*, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη, σελ. 41-59.

Dowling G. (1986), «Managing Your Corporate Images», *Industrial Marketing Management* Vol. 15, σελ. 109-115.

Elliott G. και Cameron R. (1994), «Consumer Perception of Product Quality and the Country-of-Origin Effect», *Journal of International Marketing*, Vol. 2, No. 2, σελ. 49-62.

Fan Y. (2006), «Branding the nation: What is being branded?», *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 12, No. 1, σελ. 5-14.

Georgiadou L. (2002), «The financial sector in Cyprus: structure, performance, and main developments», στο Thimann C., Financial Sectors in EU Accession Countries, European Central Bank: Frankfurt, σελ.51-64.

Gertner D. και Kotler P. (2004), «How can a place correct a negative image?», Place Branding, Vol. 1, No. 1, σελ. 50-57.

Gotsi M., Lopez C. και Andriopoulos C. (2011), «Building country image through corporate image: exploring the factors that influence the image transfer», Journal of Strategic Marketing, Vol. 19, No. 3, σελ. 255-272.

Grigoroudis E., Politis Y. και Siskos Y. (2002), «Satisfaction benchmarking and customer classification: An application to the branches of a banking organization», International Transactions in Operational Research 9, σελ. 599-618.

Grigoroudis E. και Siskos Y. (2010), Customer Satisfaction Evaluation, New York: Springer.

Han M. (1989), «Country Image: Halo or Summary Construct?», Journal of Marketing Research, Vol. 26, σελ. 222-229.

Hansen R. (2010), «The narrative nature of place branding», Place Branding and Public Diplomacy, Vol. 6, No. 4, σελ. 268-279.

Hong S. και Wyer R. (1989), «Effects of Country-of-Origin and Product-Attribute Information on Product Evaluation: An Information Processing Perspective», Journal of Consumer Research, Vol. 16, σελ. 175-187.

Ιορδανίδου Σ. και Σαμαράς Αθ. Ν. (2012), «Απεικονίσεις κρατών στον Τύπο της Αγγλίας, Ελλάδας, Κύπρου και Τουρκίας – Έκθεση αποτελεσμάτων ερευνητικού προγράμματος», αδημοσίευτη έρευνα, Λευκωσία: Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου.

Ιορδανίδου Σ., Σαμαράς Αθ. Ν. και Δημητρίου Μ. (2013), «Η εικόνα της Κύπρου στον αγγλικό, ελλαδικό και τουρκικό Τύπο – Τα προεόρτια της οικονομικής κρίσης», Δημοσιογραφία, Τεύχος 2, σελ. 12-15.

Iordanidou S., Samaras A. και Dimitriou M. (2014), «The Impact of Syrian Conflict Upon Journalistically Mediated Image of Nations», έρευνα που παρουσιάστηκε στο διεθνές συνέδριο «Media and Crises: The Art of Distortion, Manipulation and Propaganda» που διοργανώνεται από το Department of Mass Communication, του Collage of Arts and Sciences του Qatar University.

Καπετανάκης Β. (2009), «Δημόσια διπλωματία, εθνική ταυτότητα και εικόνα», Διεθνής και Ευρωπαϊκή Πολιτική, Είδωλα Κρατών: Δημόσια Διπλωματία, Εθνική Ταυτότητα και Εικόνα, τεύχος 16, σελ. 41-46.

Κατρούγκαλος Γ. (2012), Η κρίση και η διέξοδος, Αθήνα: Εκδοτικός Οργανισμός Λιβάνη ΑΒΕ.

Kennedy S. (1977), «Nurturing Corporate Images», European Journal of Marketing, Vol. 11, Issue 3, σελ. 119-164.

Klein J. και Ettenson R. (1999) «Consumer Animosity and Consumer Ethnocentrism», Journal of International Consumer Marketing, Vol. 11, No. 4, σελ. 5-24.

Klein J., Ettenson R. και Morris M. (1998), «The Animosity of Foreign Product Purchase: An Empirical Test in the People's Republic of China», Vol. 62, No. 1, σελ. 89-100.

Kotler P. και Gertner D. (2002), «Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective», Brand Management, Vol. 9, No. 4-5, σελ. 249-261.

Kotler P., Haider D. και Rein I. (1993), Marketing Places, New York: The Free Press.

Kotler P. και Keller K.L. (2006), Marketing Management 12e, New Jersey: Pearson Education.

Kotler P. και Pfoertsch W. (2012), Management Εμπορικής Ταυτότητας B2B, Θεσσαλονίκη: Μαλλιάρης Παιδεία.

Κυριαζή Ν. (2011), Η Κοινωνιολογική Έρευνα, Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

Lampert S. και Jaffe E. (1998), «A dynamic approach to country-of-origin effect», *European Journal of Marketing*, Vol. 32, No. 1/2, σελ. 61-78.

Lee R. και Lockshin L. (2011), «Reverse Country-of-Origin Effect of Product Perceptions on Destination Image», *Journal of Travel Research*, Vol. 51, No. 4, σελ. 502-511.

Μακρής Α. (2010), «Η πολιτική διάσταση του ‘nation branding’ και η περίπτωση της Ελλάδας», *Διεθνής και Ευρωπαϊκή Πολιτική, Είδωλα Κρατών: Δημόσια Διπλωματία, Εθνική Ταυτότητα και Εικόνα*, τεύχος 16, σελ. 53-60.

Manheim J.B. και Albritton R.B. (1984), «Changing National Images: International Public Relations and Media Agenda Setting», *The American Political Science Review*, Vol. 78, No.3, σελ. 641-657.

Nagashima A. (1970), «A Comparison of Japanese and U.S. Attitudes toward Foreign Products», *Journal of Marketing*, Vol. 34, No. 1, σελ. 68-74.

Ναλμπαντής Μ. (2013), *Brand η Στρατηγική*, Αθήνα: Εκδόσεις Φερενίκη.

Newman W. (1953), «Basic objectives which shape the character of a company», *Journal of Business of the University of Chicago*, Vol. 26, No. 4, σελ. 211-223.

Nguyen N. και Leblanc G. (2001), «Corporate image and corporate reputation in customers’ retention decisions in services», *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 8, σελ. 227-236.

Olins W. (1999), *Trading Identities: Why countries and companies are taking on each others’ roles*, London: Foreign Policy Centre.

Olins W. (2002), «Corporate Identity»,
<http://www.wallyolins.com/includes/corporateidentity.pdf>.

Olins W. (2010), *The Brand Handbook*, London: Thames & Hudson Ltd.

O'Shaughnessy J. and O'Shaughnessy N.J. (2000), «Treading the Nation as a Brand: Some Neglected Issues», *Journal of Macro marketing*, Vol. 20, No. 1, σελ. 56-64.

Papadopoulos N. (2004), «Place branding: Evolution, meaning and implications», *Place Branding*, Vol. 1, No. 1, σελ. 36-49.

Papadopoulos N. και Heslop L. (2002), «Country equity and country branding: Problems and prospects», *Brand Management*, Vol. 9, No. 4-5, σελ. 294-314.

Pashardes P. και Pashourtidou N. (2013), «Output Loss from the Banking Crisis in Cyprus», *Economic Policy Papers*, Economics Research Centre, University of Cyprus.

Peterson R. και Jolibert A. (1995), «A Meta-Analysis of Country-Of-Origin Effects», *Journal of International Business Studies*, Vol. 26, No. 4, σελ. 883-900.

Πικής Γ., Κραμβής Α. και Νικολάου Η. (2013), «Έκθεση Τριμελούς Ερευνητικής Επιτροπής για τη διεξαγωγή έρευνας σχετικά με την κατάσταση στην οποία περιήλθε το τραπεζικό σύστημα και η οικονομία της Κυπριακής Δημοκρατίας» διαθέσιμο στο http://www.stockwatch.com.cy/media/announce_pdf/Report_Committee_Ypourgiko_3.10.2013.pdf.

Pryor S. και Grossbart S. (2007), «Creating meaning on main street: Towards a model of place branding», *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 3, No. 4, σελ. 291-304.

Roussakis E. και Bisha I. (2006), «Tax, reforms and implications for international banks: The case of Cyprus», *EUROMED Journal of Business*, Vol. 1, No. 1, σελ. 20-36.

Σαμαράς Αθ. Ν. (2007), «Εθνοκεντρισμός και Ευρωκεντρισμός στις Αναπαραστάσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης: Ζητήματα Πολιτικής Επικοινωνίας» στο Παπαθανασόπουλος Σ. (Επιμ.) *Ανάλεκτα*, Αθήνα: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, σελ.234-269.

Σαμαράς Αθ. Ν. (2009), «Τα ΜΜΕ και η Εικόνα των Κρατών. Η περίπτωση των ΗΠΑ στην μετά την 11^η/9 Εποχή», στο Γιαλλουρίδης Χ. 'Ο ρόλος του ΟΗΕ στον 21^ο αιώνα', Αθήνα: Ευρωπαϊκό Πολιτιστικό Κέντρο Δελφών, Εκδοτικός Οίκος Α. Α. Λιβάνη, σελ. 455-480.

Σαμαράς Αθ. Ν. (2014), «Εικόνες Κρατών – Θεωρητικό Πλαίσιο και Εφαρμογές», στο Σαμαράς Αθ. Ν. (Επιμ.) Εικόνες Κρατών, Στρατηγική Επικοινωνία, Ήπια Ισχύς και Μέσα Ενημέρωσης, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη, σελ. 13-40.

Samaras Ath. N., Anastasiadou M. και Loulopoulou E. (2014), «‘Cyprus Issue’ Redefined: The Effect of the Financial Crisis Upon the International Image of Cyprus», paper presented at the international conference ‘Media and Crises: The Art of Distortion, Manipulation and Propaganda’, organized by the Department of Mass Communication, Collage of Arts and Sciences, Qatar University.

Σαμαράς Αθ. Ν., Δημητρίου Μ. Λουκοπούλου Ε., Πατακιάς Γ. και Μυκονιάτη Χ. (2013) Η Φάση Κορύφωσης της Οικονομική Κρίση της Κύπρου στον Ελληνικό Τύπο – Μία Ποσοτική Ανάλυση Περιεχομένου. αδημοσίευτη έρευνα, Πανεπιστήμιο Πειραιώς — Τμήμα Διεθνών κι Ευρωπαϊκών Σπουδών.

Σαμαράς Αθ. Ν. και Ιορδανίδου Σ. (2014), «Οικονομική κρίση και διεθνής εικόνα της Γερμανίας – Μια συγκριτική διαπολιτιστική ανάλυση περιεχομένου», στο Σαμαράς Αθ. Ν. (Επιμ.) Εικόνες Κρατών, Στρατηγική Επικοινωνία, Ήπια Ισχύς και Μέσα Ενημέρωσης, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη, σελ. 225-246.

Schooler R.D. (1965), «Product Bias in the Central American Common Market», Journal of Marketing Research, Vol. 2, No. 4, σελ. 394-397.

Selame E. και Selame J. (1975), Developing a corporate identity, New York: Lebharr-Friedman Books.

Shimp T.A. και Sharma S. (1987), «Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE», Journal of Marketing Research, Vol. 24, No. 3, σελ. 280-289.

Spector A. (1961), «Basic Dimensions of the Corporate Image», Journal of Marketing, Vol. 25, No. 6, σελ. 47-51.

Stajano A. (2009), Research, Quality, Competitiveness, New York: Springer, σελ. 315-321.

Stephanou C. (2011), «Big Banks In Small Countries: The Case Of Cyprus», Cyprus Economic Policy Review, Vol. 5, No. 1, σελ. 3-21.

Stephanou C. (2011), «The Banking System in Cyprus: Time to Rethink the Business Model?», Cyprus Economic Policy Review, Vol. 5, No. 2, σελ. 123-130.

Stern B. (2006), «What does Brand Mean? Historical-Analysis Method and Construct Definition», Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 34, No. 2, σελ. 216-223.

Stiblar F. (1996), «Banking as a Basis for Economic Cooperation in Less Developed Europe», Communist Economies & Economic Transformation, Vol. 8, No. 1, σελ. 79-91.

Sumner W. G. (2002), Folkways, United Kingdom: Dover Publication, πλήρης αντίγραφο του Sumner W.G. (1907), Folkways: A Study of the Sociological Importance of Usages, Manners, Customs, Mores and Morals, Boston: Ginn.

Sun Q. και Paswan A. (2011), «Country branding using product quality», Journal of Brand Management, Vol. 19, No. 2, σελ. 143-157.

van Ham P. (2008), «Place Branding: The State of the Art», The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 616, σελ. 126-149.

Yan J. (2003), «Nation branding: Branding and the international community», Brand Management, Vol. 10, No. 6, σελ. 447-456.

Ζένιος Σ. (2013), «Η καταστροφή της Κυπριακής Οικονομίας: από την έλλειψη ευθυκρισίας στην ελλειμματική διαχείριση», Έκθεση προς τη Διερευνητική Επιτροπή, διαθέσιμη στο <http://zenios.wordpress.com>.

Zenios S. (2013), «The Cyprus Debt: Perfect Crisis and a Way Forward», Cyprus Economic Review, Vol. 7, No.1, σελ. 3-45.

Zenios S. (2014), «Fairness and reflexivity in the Cyprus Banking Crisis», The Wharton Financial Institutions Center, Working paper No.14-04.

Διαδικτυακές πηγές

<http://careers.foxnews.com>
<http://www.aljazeera.com>
<http://www.alithia.com.cy>
<http://www.ant1iwo.com>
<http://www.bankofcyprus.com>
<http://www.bbc.co.uk>
<http://www.bloomberg.com>
<http://www.cssda.gov.cy>
<http://www.centralbank.gov.cy>
<http://www.doingbusiness.org>
<http://www.ecb.europa.eu>
<http://www.edition.cnn.com>
<http://www.elections.moi.gov.cy>
<http://www.enet.gr>
<http://www.europa.eu>
<http://www.ethnos.gr>
<http://www.foxnews.com>
<http://www.heritage.org>
<http://www.journalism.columbia.edu>
<http://www.liu.edu>
<http://www.mof.gov.cy>
<http://www.moi.gov.cy>
<http://www.philenews.com>
<http://www.proedrikes2013.gov.cy>
<http://www.reuters.com>
<http://www.sigmalive.com>
<http://www.spestrovolou.com.cy>
<http://www.tanea.gr>
<http://www.theguardian.com>
<http://www.tovima.gr>
<http://www.transparency.org>
<http://www.weforum.org>