

Τ.Ε.Ι ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ
(ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΥΡΓΟΥ)

Η ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΚΗ ΕΝΝΟΜΗ
ΤΑΞΗ

Πτυχιακή Εργασία της Καλογεράτου Ευρυδικής και της
Κουτρουμπή Ευαγγελίας

Εποπτέων Καθηγητής: Α. Μανιάτης

2014

Ευχαριστίες

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε πάρα πολύ για την βοήθεια, τη στήριξη και τις πολύτιμες συμβουλές του τον καθηγητή μας κύριο Μανιάτη. Καθώς επίσης ευχαριστούμε τις οικογένειες μας αλλά και τους φίλους μας για τη συμπαράσταση και την κατανόησή τους προς εμάς καθ' όλη τη διάρκεια της ενασχόλησής μας με την πτυχιακή μας εργασία.

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	5
Κεφάλαιο 1^ο --- Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (ΜΜΕ).....	6
1.1. Φιλελεύθερη Άποψη.....	7
1.2. Ριζοσπαστική Άποψη.....	8
1.3. Φεμινιστική Άποψη.....	9
1.4. Άποψη της λαϊκής κουλτούρας.....	10
Κεφάλαιο 2^ο --- Τα ΜΜΕ στην Ελλάδα	12
2.1. Κρατικά ΜΜΕ.....	12
2.2. Ιδιωτικά ΜΜΕ.....	14
2.3. Εφημερίδες και Περιοδικά με τόπο έκδοσης την Ελλάδα.....	15
2.4. Διαδίκτυο.....	18
Κεφάλαιο 3^ο --- Τα ΜΜΕ στη Γαλλία.....	19
3.1. Ιστορία της γαλλικής τηλεόρασης.....	23
3.2. Εφημερίδες και Περιοδικά.....	24
3.3. Ραδιοφωνικές Μεταδόσεις.....	26
Κεφάλαιο 4^ο --- Ο Κώδικας Δεοντολογίας και η Νομοθεσία σχετικά. με τα ΜΜΕ στην Ελλάδα και στη Γαλλία	26

4.1. Γενικές Αναφορές σχετικά με τα ΜΜΕ.....	26
4.2. Κώδικας Δεοντολογίας των ΜΜΕ.....	31
4.3. Κώδικας Δεοντολογίας στην Ελλάδα.....	33
4.4. Δημοσιογραφικό Απόρρητο στην Ελλάδα.....	41
4.5. Κώδικας Δεοντολογίας στη Γαλλία.....	43
4.6. Δημοσιογραφικό Απόρρητο στη Γαλλία.....	45
4.7. Σύγκριση των δύο χωρών.....	46
Κεφάλαιο 5^ο --- Ο Συνήγορος του Αναγνώστη.....	48
Κεφάλαιο 6^ο --- Μ*Α*Ρ*S: Μέσα Εξασφάλισης της Κοινωνικής Ευθύνης των ΜΜΕ.....	50
6.1. Εισαγωγικά- Ορισμός των Μ*Α*Ρ*S.....	50
6.2. Η παρουσία των Μ*Α*Ρ*S στην Ελλάδα.....	53
Επίλογος.....	55
Βιβλιογραφία.....	57

Εισαγωγή

Η παρουσία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) στη καθημερινότητα μας είναι τόσο έντονη που δεν μπορεί εύκολα να αγνοηθεί. Το ίδιο ισχύει και για την επιρροή που αυτά ασκούν στην ανθρώπινη ύπαρξη. Καθώς τα χρόνια περνούν, η δύναμή τους συνεχώς αυξάνεται. Παράλληλα, ωστόσο, αυξάνονται και τα προβλήματα που ενδεχομένως προκύπτουν μέσα από την κακή χρήση αυτών, αλλά και την κακή μεταχείριση τόσο των ατόμων που εργάζονται στα ΜΜΕ, όσο και αυτών που αποτελούν τους δέκτες των πληροφοριών που οι πρώτοι αναπαράγουν.

Έτσι, η παρούσα εργασία έχει σκοπό να ασχοληθεί με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και την ιστορική τους εξέλιξη ιδιαίτερα στις χώρες της Ελλάδας και της Γαλλίας. Στο επίκεντρο της μελέτης αυτής βρίσκεται, επίσης, το δεοντολογικό νομοθετικό πλαίσιο το οποίο έχει θεσπιστεί με στόχο τη διασφάλιση της ορθής λειτουργίας των ΜΜΕ σε αυτές τις χώρες. Τέλος, μέσα στην εργασία γίνεται αναφορά στα μέσα και τους θεσμούς που δημιουργήθηκαν προκειμένου να εξασφαλιστούν τα δικαιώματα όλων όσων εμπλέκονται με τα ΜΜΕ.

Κεφάλαιο 1^ο --- Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (ΜΜΕ)

Στην σύγχρονη εποχή τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) αποτελούν κυρίαρχο κομμάτι στη ζωή των ανθρώπων. Καθημερινά δισεκατομμύρια άνθρωποι αφιερώνουν πολύ και ουσιώδη χρόνο σε αυτά καθώς τα επιλέγουν για την ενημέρωση, την ψυχαγωγία και την επικοινωνία τους. Για αυτό τον λόγο, άλλωστε, έχουν αναγνωριστεί από την πολιτεία ως η τέταρτη εξουσία συμβάλλοντας στο έργο των τριών προηγούμενων (νομοθετική, εκτελεστική, δικαστική) που έχει ως σκοπό την εξυπηρέτηση του δημοσίου συμφέροντος.

Σύμφωνα με τον ορισμό που δόθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2005, όταν γίνεται λόγος για τα ΜΜΕ, αναφερόμαστε σε πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Προσφέρουν εργασία σε δισεκατομμύρια ανθρώπους και αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της οικονομικής πορείας του πλανήτη. Γενικά όμως στην ανθρώπινη συνείδηση δεν αποτελούν κάτι παραπάνω πέρα από μία απλή πηγή πληροφόρησης και διασκέδασης. Κατηγοριοποιούνται σε δύο μεγάλες ομάδες, τα ασύγχρονα μέσα, τα οποία χαρακτηρίζονται μόνο από τον γραπτό λόγο (εφημερίδες, περιοδικά και διαδίκτυο) και τα σύγχρονα μέσα, τα οποία διαθέτουν ηχητική και οπτική μορφή (τηλεόραση και ραδιόφωνο).

Κατά τη διάρκεια της εξέλιξης των ΜΜΕ στον χρόνο έκαναν την εμφάνιση τους διάφορες απόψεις που πολλές φορές ήταν αντικρουόμενες και διαδραμάτισαν καθοριστικό ρόλο στην πορεία και τη θέση που αυτά κατέχουν στη σημερινή κοινωνία. Σκόπιμο λοιπόν κρίνεται να γίνει αναφορά στις πιο σημαντικές : τη Φιλελεύθερη τη Ριζοσπαστική και τη Φεμινιστική.

1.1. Φιλελεύθερη Αποψη

Σύμφωνα με τη φιλελεύθερη προσέγγιση, από την οποία προέρχεται και η έννοια της τέταρτης εξουσίας, τα ΜΜΕ αφού ανεξαρτητοποιήθηκαν από το κράτος, είχαν ενεργή συμμετοχή στην εκ-δημοκρατίσή του.

Αυτό δικαιολογείται βλέποντας κάποιες από τις ενέργειες που πραγματοποιούν καθώς ενεργούν ελεγκτικά προς το κράτος και παρακολουθούν την άσκηση των τριών εξουσιών, αποκαλύπτοντας τυχόν καταχρήσεις και εξασφαλίζοντας τη διαφάνεια, επιτελούν δηλαδή το ρόλο του "φύλακα". Επιπλέον ενημερώνουν σχετικά με δημόσια ζητήματα σε ολόενα και περισσότερες κοινωνικές ομάδες διευρύνοντας έτσι το πολιτικό έθνος. Καθώς αυξάνεται λοιπόν το μέγεθος αυτών των ομάδων αυξάνεται και η δύναμη του έθνους, δηλαδή ενισχύεται η δημοκρατικότητά του. Τέλος, δίνουν βήμα στο λαό, παρέχοντας του δυνατότητα να μιλήσει για ότι τον απασχολεί έτσι όλες οι διαφορετικές απόψεις που έρχονται από τη κοινωνία ακούγονται. Μεταδίδουν δηλαδή τη δημόσια ομοφωνία όπως προκύπτει μέσα από τον κοινωνικό διάλογο.

Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν, κυρίως από τις δυο τελευταίες ενέργειες, ότι λειτουργούν ως επικοινωνιακός διάυλος μεταξύ των κυβερνώντων και του λαού αλλά και ανάμεσα στις διαφορετικές ομάδες του λαού. Με τον τρόπο αυτό υποστηρίζεται ότι τα ΜΜΕ ενισχύουν το λαό αφενός ασκώντας κριτική στην πολιτική εξουσία και ελέγχοντάς την διεξοδικά και αφετέρου μεταφέροντας τη λαϊκή βούληση και αντιπροσωπεύοντας την κοινή γνώμη στην εκάστοτε κυβέρνηση.

Αυτή η μεταφορά της εξουσίας από το κράτος προς το λαό με τη μεσολάβηση των ΜΜΕ, δίνει στα τελευταία τον τίτλο της τέταρτης εξουσίας. Τέταρτη εξουσία, με την έννοια ότι ενσαρκώνουν τη "φωνή του λαού στους διαδρόμους της εξουσίας".

1.2. Ριζοσπαστική Άποψη

Η ριζοσπαστική άποψη είναι αντίθετη της φιλελεύθερης και αυτό συμβαίνει γιατί οι εκπρόσωποί της και οι εκπρόσωποι της πολιτικής οικονομίας των μέσων αρνούνται τη λειτουργία των ΜΜΕ ως τέταρτης εξουσίας. Θεωρούν ότι τα μέσα ποτέ δεν κατάφεραν να απελευθερωθούν από τη δομή της εξουσίας και να ανεξαρτητοποιηθούν πλήρως αλλά ούτε και να γίνουν η φωνή της κοινωνίας.

Οι υποστηρικτές αυτής της άποψης πιστεύουν ότι τα ΜΜΕ δεν είναι ουδέτερα. Επειδή είναι μεγάλες επιχειρήσεις ή εξαρτώνται από κάποιες επιχειρήσεις, υπόκεινται σε κάποιο ιδιοκτησιακό καθεστώς και μάλιστα πολλές φορές ολιγοπωλιακό ή και μονοπωλιακό. Συνεπώς, γίνονται φορείς ιδιωτικών (κυρίως) συμφερόντων και αλλοιώνουν το ρόλο του "φύλακα" αφού είναι μέρος αυτού που πρέπει να ελέγχουν (π.χ. η General Electric, η Toshiba και η Fiat είναι μερικές από τις επιχειρήσεις που έχουν εξαγοράσει κάποια ΜΜΕ).

Επίσης, θεωρούν πως τα ΜΜΕ μαζί με τους ιδιοκτήτες τους και τους δημοσιογράφους που εργάζονται σε αυτά, αναπόφευκτα γίνονται μέρος του κατεστημένου. Δεν μπορούμε να ξεχνάμε τις πολιτικές τους δεσμεύσεις, τη δύναμη που τους ασκείται από ηγετικές ομάδες, τη σχέση που επιδιώκουν να έχουν με την κυβέρνηση και τη νομοθεσία στην οποία υπόκεινται. Όλα αυτά περιορίζουν την ανεξάρτητη δημοσιογραφία στα όρια του επιτρεπτού και του δυνατού έτσι όπως καθορίζεται από το καπιταλιστικό σύστημα.

Τέλος, αν και η λογοκρισία μπορεί να μην πραγματοποιείται πια από το κράτος, είναι εξίσου σκληρή. Αυτή τη φορά έρχεται από το σύστημα της ελεύθερης αγοράς και εμφανίζεται με τη μορφή της εξάρτησης από τη διαφήμιση, του υψηλού κόστους εισαγωγής στην αγορά των περισσότερων ΜΜΕ, της συνεχούς αύξησης των ολιγοπωλίων. Συνεπώς, δεν ακούγονται το ίδιο όλες οι φωνές, αλλά μόνο αυτές που αποτελούν μέρος του κεφαλαίου.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα, στα οποία στηρίζονται οι απόψεις των ριζοσπαστικών είναι η εφημερίδα *El Mercurio*, η οποία κάλυψε ένα στρατιωτικό πραξικόπημα στη Χιλή αλλά και υποστήριξε ένθερμα τη δικτατορία του Πινοσέτ¹. Ακόμη η περίπτωση του Ιταλού πρωθυπουργού Μπερλουσκόνι εγείρει ανησυχίες στη σχέση της ιδιοκτησίας των μέσων με την πολιτική εξουσία και την ανεξαρτησία του λόγου.

Έτσι τα ΜΜΕ παρουσιάζονται ως ένα μέσο το οποίο παραποιεί την πραγματικότητα και χειραγωγεί τα πλήθη. Επομένως, δεν είναι δυνατό να αποτελούν τη τέταρτη εξουσία, τη δύναμη του λαού όπως υποστηρίζει η φιλελεύθερη άποψη.

1.3. Φεμινιστική Άποψη

Πιο πρωτοποριακή πιστεύεται πως είναι η φεμινιστική προσέγγιση όπου θεωρεί ότι η εξέλιξη των ΜΜΕ σχετίζεται με την δύσκολη προσπάθεια απελευθέρωσης των γυναικών. Πιο συγκεκριμένα, οι απόψεις που υποστηρίζονται είναι οι ακόλουθες :

¹ Ο Αουγούστο Πινοσέτ (25 Νοεμβρίου 1915 – 10 Δεκεμβρίου 2006) ήταν δικτάτορας της Χιλής. Κατέλαβε την εξουσία στις 11 Σεπτεμβρίου 1973 με στρατιωτικό πραξικόπημα ανατρέποντας την εκλεγμένη σοσιαλιστική κυβέρνηση του Σαλβαδόρ Αγιέντε. Στις 27 Ιουνίου 1974 αυτοανακηρύχθηκε Πρόεδρος. Στις 11 Μαρτίου 1990 όμως παραιτήθηκε από πρόεδρος αλλά κράτησε την θέση του ως αρχηγός των ένοπλων δυνάμεων.

Μέχρι και τα μέσα του 19^{ου} αιώνα οι στερεότυποι ρόλοι των δύο φύλων παγιώνονταν μέσω των ΜΜΕ της εποχής και περισσότερο μέσω των βιβλίων που είχαν μεγάλη απήχηση αυτή την εποχή.

Στη συνέχεια που οι γυναίκες εισέρχονται ενεργά στο χώρο των ΜΜΕ, εκείνα εξακολουθούν να στηρίζουν την πατριαρχία και τον υποβιβασμό της γυναίκας. Αυτό μπορούμε να το αντιληφθούμε μέσω των άπειρων παραδειγμάτων, όπου τα μέσα προβάλλουν τη γυναίκα ως σεξουαλικό αντικείμενο, ως φορέα ηθικής ή ως ένα άτομο που αποκλειστικές του ασχολίες είναι τα οικιακά, το μεγάλωμα των παιδιών, η περιποίηση και η ομορφιά ώστε να είναι αρεστή στους άνδρες και άλλα παρόμοια.

Ωστόσο, κατά τα τέλη του 20^{ου} αιώνα τα μέχρι τότε δεδομένα αλλάζουν. Οι γυναίκες καθιερώνονται πλέον σε πολλά επαγγέλματα ενώ συμμετέχουν ενεργά και στην πολιτική ζωή. Οι αλλαγές αυτές φυσικά πέρασαν και στα ΜΜΕ, τα οποία πλέον έχουν περιορίσει σημαντικά τις στερεότυπες αναπαραστάσεις των γυναικών.

1.4. Άποψη της λαϊκής κουλτούρας

Σημαντικό είναι να αναφερθεί και η άποψη που πρωταγωνιστεί στο κοινωνικό σύνολο.

Μέχρι και τα μέσα του 20^{ου} αιώνα επικρατούσε μια πολιτιστική ελίτ, η οποία περιφρονούσε τη μαζική κουλτούρα με επιδεικτική αλαζονεία. Η δημιουργία όμως καινούργιων ιδιωτικών ραδιοφωνικών καναλιών και τηλεοπτικών σταθμών, τα οποία κέρδιζαν ολοένα και περισσότερο την αγορά διανέμοντας εκλαϊκευμένο προϊόν, ανάγκασαν και τις πιο συντηρητικές τάξεις να προσαρμοστούν στη νέα πραγματικότητα.

Η ανανεωμένη λογική λοιπόν ορίζει ως κύριο στόχο κάθε μέσου την ευχαρίστηση του κοινού έχοντας ως κύριο πλαίσιο δράσης τον κοινωνικό σεβασμό. Τα ΜΜΕ συνδέονται πλέον με την προσωπική ζωή των ανθρώπων, ασχολούνται με ιστορίες ανθρώπινου ενδιαφέροντος και ακολουθούν τις λαϊκές προτιμήσεις χωρίς ταξικούς και ποιοτικούς διαχωρισμούς.

Κεφάλαιο 2^ο ---Τα ΜΜΕ στην Ελλάδα

2.1. Κρατικά ΜΜΕ

Η ελληνική ραδιοτηλεόραση μετράει πολλά χρόνια ύπαρξης αφού πρωτοεμφανίζεται το Νοέμβριο του 1935 με το νόμο 19/20.11.1935, που εξέδωσε η δικτατορία Μεταξά. Σύμφωνα με αυτό το νόμο δημιουργείται μία «Υπηρεσία Ραδιοφωνικών Εκπομπών» που όπως είναι κατανοητό λογοκρίνονταν έντονα. Ένα χρόνο μετά την απελευθέρωση δημιουργείται το «Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας» (ΕΙΡ) το οποίο σύντομα θα μετονομαστεί σε «Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας και Τηλεοράσεως» (ΕΙΡΤ) .

Λίγα χρόνια αργότερα και συγκεκριμένα το 1951 με το νόμο 1663 θεσπίζεται η λειτουργία Ραδιοτηλεοπτικών Σταθμών Ενόπλων Δυνάμεων (ΥΕΝΕΔ). Ο ανανεωτικός νόμος 722/1970 του καθεστώτος της 21^{ης} Απρίλη ορίζει πως η ΥΕΝΕΔ έχει στόχο την διαπαιδαγώγηση των ενόπλων δυνάμεων και των σωμάτων ασφαλείας και δευτερευόντως του κοινού. Στο σημείο αυτό αξίζει να τονιστεί πως η λειτουργία ενός στρατιωτικού ραδιοτηλεοπτικού σταθμού αποτελεί πρωτοφανές δεδομένο στα χρονικά της ευρωπαϊκής ραδιοτηλεόρασης.

Στις αρχές της μεταπολίτευσης ο νόμος 230/1975 μετατρέπει την ΕΙΡΤ σε ΕΡΤ «Ελληνική Ραδιοφωνία και Τηλεόραση», ενώ με τον ίδιο νόμο ορίζεται η καθολική αντικατάσταση της ΥΕΝΕΔ από την ΕΡΤ2. Επίσης, ορίζεται πως η χρηματοδότηση της ΕΡΤ θα γίνεται μέσα από το ανταποδοτικό τέλος που εισπράττεται από τους λογαριασμούς του ηλεκτρικού ρεύματος, ρύθμιση που ισχύει μέχρι και σήμερα.

Από το 1989 σύμφωνα με έκθεση του τότε διευθυντή της ΕΡΤ, Ριχάρδου Σωμερίτη ζητείται βοήθεια σχετικά με την λειτουργία της από το BBC και αποφασίζεται ότι αρχικά η ΕΡΤ θα δώσει έμφαση στην ενημέρωση, η ΕΡΤ2 θα έχει παιδευτικό και πολιτιστικό χαρακτήρα, ενώ η ΕΡΤ3 που δημιουργήθηκε στη Θεσσαλονίκη την ίδια χρονιά θα παρέμενε ως είχε. Όσον αφορά στους ραδιοφωνικούς σταθμούς, προβλέπεται η κατάργηση του τετάρτου προγράμματος.

Από την αρχή της δημιουργίας της ελληνικής ραδιοτηλεόρασης το ελληνικό κράτος διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στον ραδιοτηλεοπτικό τομέα. Η σχέση αυτή υπήρξε αναπόφευκτη καθώς η ελληνική ραδιοτηλεόραση δημιουργήθηκε υπό δικτατορικά καθεστώτα. Παρά τις εξαγγελίες για αντικειμενικότητα και πολυφωνία στα κρατικά μέσα τόσο της κυβέρνησης Καραμανλή όσο και αργότερα των δύο περιόδων διακυβέρνησης του ΠΑΣΟΚ (1981-1985, 1985-1989) η κυβέρνηση εξακολουθούσε να ελέγχει τους φορείς της τηλεόρασης και να παρεμβαίνει αποσκοπώντας σε εκάστοτε οφέλη. Αξιοσημείωτα παραδείγματα αποτελούν η περίπτωση του λόγου του κ. Jacques Delors² το 1988 καθώς και η υπόθεση του δημάρχου Θεσσαλονίκης κ. Σωτήρη Κούβελα³ στην περίπτωση του TV 100.

² Ο Ζακ Ντελόρ (Jacques Delors, 1925 -) είναι Γάλλος πολιτικός που έχει διατελέσει πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής(Κομισιόν).

³ Με πρωτοβουλία του Δημάρχου Σωτήρη Κούβελα, στις 3 Σεπτεμβρίου 1987 (ώρα 7 π.μ. και ημέρα Πέμπτη) εκπέμπει για πρώτη φορά το δημοτικό ραδιόφωνο Θεσσαλονίκης FM 100. Το καλοκαίρι του 1989, ο Σωτήρης Κούβελας, προωθώντας ακόμη περισσότερο την ιδιότυπη αυτή επανάσταση στα ραδιοτηλεοπτικά μέσα, χτίζει στο πειρατικό δάσος της Θεσσαλονίκης κτίριο όπου κι εγκαθιστά την κεραία και τον απαραίτητο εξοπλισμό εκπομπής τηλεοπτικού σταθμού, με αρχικό σκοπό την αναμετάδοση δορυφορικών προγραμμάτων. Μόλις έγινε αντιληπτή η ύπαρξη των εγκαταστάσεων, που τυπικά ανήκαν στο FM 100, διατάχθηκε βίαιη επέμβαση αστυνομικού εκστρατευτικού σώματος, που προέβη στην κατεδάφιση των εγκαταστάσεων και στη σύλληψη υπευθύνων. Ακολούθησε επί δύο εβδομάδες η "δίκη της κεραίας" στο Μονομελές Πρωτοδικείο Θεσσαλονίκης, το οποίο, κατόπιν προδικαστικού ερωτήματος στο Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων και

Το 1987 η ΕΡΤ2, μετά τη συγχώνευση της με την ΕΡΤ, μετονομάζεται σε ΕΤ2 (Ελληνική Τηλεόραση 2), ενώ από το 1997 πήρε την ονομασία ΝΕΤ σε μια προσπάθεια αναβάθμισης της. Το κανάλι συνεχίζει να εκπέμπει κανονικά και χωρίς να αντιμετωπίζει κάποιο ουσιαστικής σημασίας πρόβλημα έως και τον Ιούνιο του 2013.

Στις 11 Ιουνίου 2013, στο πλαίσιο μιας σειράς μέτρων που έλαβε η κυβέρνηση σχετικά με συγχωνεύσεις διάφορων φορέων, αποφασίστηκε η προσωρινή διακοπή της λειτουργίας της κρατικής τηλεόρασης. Αυτή η απόφαση έγινε πανελλήνια γνωστή από τον τότε αρμόδιο υπουργό Σ. Κεδίκογλου. Έτσι, το βράδυ της ίδιας ημέρας η ΝΕΤ έπαψε πια να εκπέμπει το σήμα της με αποτέλεσμα να βρεθούν στην ανεργία συνολικά 2.656 άτομα. Μετά από περίπου τρεις μήνες εκπέμπει εκ νέου σήμα με την ονομασία Ελληνική Δημόσια Τηλεόραση(ΕΔΤ) και αργότερα με την ονομασία ΝΕΡΙΤ, η οποία διατηρείται μέχρι σήμερα.

2.2. Ιδιωτικά ΜΜΕ

Μετά την κρατική ραδιοφωνία και τηλεόραση, ο δρόμος ανοίγει και για τον ιδιωτικό τομέα. Πιο συγκεκριμένα ύστερα από τις δημοτικές εκλογές του 1986, με πρωτοβουλία των δημάρχων Αθηνών, Θεσσαλονίκης και Πειραιά λαμβάνεται η απόφαση για την εισχώρηση ιδιωτών στα ΜΜΕ. Έτσι, σταδιακά κάνουν την εμφάνιση τους νέα τηλεοπτικά κανάλια τα οποία έχουν ιδιωτικό χαρακτήρα.

Το 1987 δημιουργείται ο πρώτος μη κρατικός ραδιοσταθμός, «Αθήνα 9,84». Ο «Αθήνα 9.84» είναι ο δημοτικός Ραδιοφωνικός Σταθμός της Αθήνας, και

απόφασης του τελευταίου (ΔΕΚ 18.6.1991 - Υποθ. 260/89), δικαιώνει τον Δήμαρχο Σωτήρη Κούβελα.

δημιουργήθηκε με πρωτοβουλία του τότε Δημάρχου Αθηναίων Μιλτιάδη Έβερτ. Η πρώτη μετάδοση έγινε στις 31 Μαΐου του 1987. Διευθυντής τότε ήταν ο δημοσιογράφος Γιάννης Τζανετάκος και πρόεδρος ο Νίκος Απέργης. Το 1999 οι εγκαταστάσεις του "Αθήνα 9.84" μεταφέρθηκαν από την οδό Λιοσίων στις νέες σύγχρονες εγκαταστάσεις της ΤΕΧΝΟΠΟΛΗΣ του Δήμου Αθηναίων, στην οδό Πειραιώς, στο Γκάζι.

Το παράδειγμα του Δημάρχου Αθηναίων ακολούθησαν και οι Ανδρέας Ανδριανόπουλος ο οποίος ήταν τότε Δήμαρχος Πειραιά, και Σωτήρης Κούβελας τότε Δήμαρχος της Θεσσαλονίκης ιδρύοντας ο καθένας στην πόλη του δημοτικά Ραδιόφωνα (Κανάλι 1, FM 100 Θεσσαλονίκη) τα οποία λειτουργούν μέχρι σήμερα, με διαδοχικές αλλαγές στη διοίκηση τους.

Ουσιαστικά η αρχή είχε γίνει από το 1989 με το νόμο 1866, ο οποίος επέτρεπε την χορήγηση αδειών ίδρυσης και λειτουργίας ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών τοπικής εμβέλειας μετά τη σύμφωνη γνώμη του νεοσυσταθέντος τότε Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ).

2.3. Εφημερίδες και Περιοδικά με τόπο έκδοσης την Ελλάδα

Ο Ελληνικός Τύπος γεννήθηκε στα τέλη του 18ου αιώνα στο χώρο της Ελληνικής διασποράς και στο πλαίσιο ιδιαίτερα ευνοϊκών ιστορικών και κοινωνικών συγκυριών (εποχή διάδοσης των ιδεών του Διαφωτισμού και οικονομικής δύναμης των Ελλήνων της διασποράς). Η πρώτη Ελληνική εφημερίδα εκδόθηκε το 1784 στη Βιέννη - σημαντικό κέντρο Ελληνικού εμπορίου και λίκνο της Ελληνικής δημοσιογραφίας - από τον Ζακυνθινό τυπογράφο και εκδότη Γεώργιο Βεντότη. Ωστόσο, τουρκικές

διπλωματικές πιέσεις προς τις αυστριακές αρχές είχαν ως αποτέλεσμα την οριστική παύση της έκδοσης τον Ιούλιο του ίδιου έτους.

Όσον αφορά τις εκδόσεις σε Ελληνικό έδαφος, το 1812 εκδίδεται στα Επτάνησα η "Ιονική". Ως πρώτη επίσημη Ελληνική εφημερίδα χαρακτηρίζεται η "Σάλπιγξ Ελληνική" του Ιωάννη Τόμπρου με διευθυντή τον Θεόκλητο Φαρμακίδη η οποία εκδόθηκε την 1η Αυγούστου του 1821 στην Καλαμάτα, ταυτόχρονα με την έκρηξη της Ελληνικής Επανάστασης.

Η Ελληνική συγκυρία είναι καθοριστικής σημασίας για την εξέλιξη του Τύπου στη χώρα. Η νέα πραγματικότητα του εθνικό-απελευθερωτικού αγώνα θέτει νέους στόχους και απαιτεί νέες επιλογές. Οι εφημερίδες του αγώνα αφενός προσπαθούν να καλύψουν την επικαιρότητα των πολεμικών εξελίξεων κι αφετέρου να ενημερώσουν για γενικότερα πολιτικά και κοινωνικά θέματα, δημοσιεύοντας άρθρα πολιτικής θεωρίας, κρίνοντας την εξουσία και πρεσβεύοντας τις αρχές της ελευθεροτυπίας. Το 1822 εκδίδεται στη Στερεά Ελλάδα η χειρόγραφη εφημερίδα "Αιτωλική" ενώ το 1824 ο Ελβετός φιλέλληνας Ιάκωβος Μάγερ εκδίδει την εφημερίδα "Ελληνικά Χρονικά" στο Μεσολόγγι.

Η πρώτη εφημερίδα στην Αθήνα ήταν η "Εφημερίς των Αθηνών" που εκδόθηκε το 1824 από το Γεώργιο Ψύλλα και η οποία γράφεται στη δημοτική και δημοσιεύει σειρά κειμένων για την πνευματική δραστηριότητα της εποχής. Το 1825 εκδίδεται στο Ναύπλιο με διευθυντή τον Θεόκλητο Φαρμακίδη η "Γενική Εφημερίς της Ελλάδας", που στη συνέχεια μετονομάστηκε σε "Εφημερίς της Κυβερνήσεως" και εκδίδεται μέχρι σήμερα.

Στα επόμενα χρόνια εκδίδονται πολλοί τίτλοι εφημερίδων μεταξύ των οποίων συγκαταλέγεται και η "Εστία" που εκδόθηκε από τους αδελφούς Κύρου και

εξακολουθεί να εκδίδεται μέχρι και σήμερα. Η πρώτη δεκαετία του 20ου αιώνα θεωρήθηκε η "χρυσή εποχή" των εφημερίδων. Η ραγδαία εξέλιξη των τεχνικών μέσων, η πρόοδος των μέσων επικοινωνίας και η οικονομική ενίσχυση των εφημερίδων επηρεάζει ριζικά την ύλη και εμφάνισή τους. Οι κυκλοφορίες αυξάνονται εκθετικά και τα πρώτα σωματεία δημοσιογράφων και διευθυντών εφημερίδων εμφανίζονται. Από το 1935 μετά την ψήφιση του "νόμου περί Δημοσιογραφικών Συλλόγων" στην Αθήνα παρέμεινε μόνο η Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Σ.Η.Ε.Α).

Κατά τη διάρκεια του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου και αμέσως μετά εκδόθηκαν στην Αθήνα οι εξής εφημερίδες: Έθνος, Ελευθεροτυπία, Ελεύθερος Τύπος, Βαλκανικός Ταχυδρόμος, Πολιτεία, Καθημερινή, Βραδυνή, Αθηναϊκή, Χρονικά, Ελεύθερον Βήμα, Ελεύθερος Λόγος, Δημοκρατία, Εφημερίς της Ελλάδας, Πρόοδος, Ριζοσπάστης.

Κατά τη διάρκεια της επταετίας (1967-1974) διακυβέρνησης της χώρας από τη στρατιωτική χούντα λειτουργούν οι εφημερίδες "Βραδυνή", "Απογευματινή", "Βήμα", και "Τα Νέα" ενώ διακόπτουν την έκδοσή τους το "Έθνος" η "Καθημερινή" η "Μεσημβρινή", η "Αυγή" και η "Αθηναϊκή". Μετά τη μεταπολίτευση οι εφημερίδες αυτές επανεκδόθηκαν, ενώ στην περίοδο 1974-1988 πρωτοεκδόθηκαν οι ημερήσιες εφημερίδες "Αυριανή", "Ελεύθερη Ώρα", "24Ώρες", "Πρώτη" και "Δημοκρατικός Λόγος".

Έως τα μέσα της δεκαετίας του '90 υπήρχαν στην Ελλάδα περίπου 300 εφημερίδες, τοπικής, περιφερειακής και πανελλαδικής εμβέλειας.

Το περιοδικό, όπως μαρτυρά και ο χαρακτηρισμός του, είναι μια περιοδική έκδοση εντύπου, το οποίο έχει ως κύριο στόχο την πληροφόρηση ή την ψυχαγωγία. Τα

περιοδικά μπορούν να διαχωριστούν σε κατηγορίες ανάλογα με την κυκλοφορία τους (εβδομαδιαία, μηνιαία κλπ.) αλλά και τη θεματολογία τους, σε περιοδικά ποικίλης ύλης, οικονομικά περιοδικά, περιοδικά ιστορίας, μόδας, υγείας, αθλητικά, λογοτεχνικά, μουσικά, διακόσμησης, παιδικά και άλλα.

2.4. Διαδίκτυο

Το Διαδίκτυο, σε συνδυασμό με την ολοένα αναπτυσσόμενη ψηφιακή τεχνολογία, έχει δημιουργήσει μία τεράστια αγορά γνώσεων/πληροφοριών. Καθώς αποτελεί ένα δίκτυο συνδεδεμένων υπολογιστών, κάθε χρήστης έχει την δυνατότητα να μοιραστεί πληροφορίες με άλλους χρήστες γενόμενος, πολλές φορές, ο ίδιος δημιουργός των πληροφοριών αυτών. Έτσι, η δημιουργία της είδησης παύει να είναι πλέον μονοπώλιο λίγων, αφού ο κάθε χρήστης μπορεί, εάν το επιθυμεί, να δημιουργήσει πληροφορία ανά πάσα στιγμή. Το πιο αξιοσημείωτο παράδειγμα της επιρροής αυτής είναι τα ιστολόγια (blogs), όπου μπορεί κανείς να εκφέρει τις απόψεις του.

Η γλώσσα που χρησιμοποιείται περισσότερο στη διακίνηση της πληροφορίας στο Διαδίκτυο είναι η Αγγλική. Έχοντας αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια, το Διαδίκτυο περιλαμβάνει πλέον σε ποιοτικό και ποσοτικό επίπεδο ένα ευρύ περιεχόμενο πληροφοριών το οποίο είναι δυνατό να αναγνωσθεί σε πολλές γλώσσες. Ωστόσο, υπάρχουν ακόμα δυσλειτουργίες και τεχνικά προβλήματα σχετικά με την κωδικοποίηση, όπως το mojibake⁴.

⁴ Mojibake είναι η αδυναμία ενός λογισμικού να αναπαράγει με ακριβή τρόπο ένα κείμενο, τηρώντας τη σχετική κωδικοποίηση χαρακτήρων. Η λέξη προέρχεται από την Ιαπωνική γλώσσα και σημαίνει «αλλαγμένοι χαρακτήρες». Συχνά αναφέρονται ως "κινέζικα". Αυτό συνήθως συμβαίνει όταν το σύστημα απεικόνισης χρησιμοποιεί διαφορετικό σετ χαρακτήρων (σύστημα κωδικοποίησης) από το σύστημα επεξεργασίας.

Κεφάλαιο 3^ο --- Τα ΜΜΕ στη Γαλλία

3.1. Ιστορία της γαλλικής τηλεόρασης

Η ιστορία της γαλλικής τηλεόρασης διακρίνεται από πολλά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που την καθιστούν μια μοναδική περίπτωση στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού οπτικοακουστικού τοπίου. Η πορεία της όμως διακόπτεται το 1939 με την έναρξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου.

Με την είσοδο των Γερμανών στη χώρα άρχισε ξανά η μετάδοση, η οποία ήταν λιγότερο προπαγανδιστική και περισσότερο ενθαρρυντική για τους γερμανούς στρατιώτες. Παρόλα αυτά, επρόκειτο για ένα φιλόδοξο σχέδιο για την εποχή του, με οικονομικούς και τεχνικούς πόρους κατά πολύ ανώτερους σε σύγκριση με εκείνους της προπολεμικής γαλλικής τηλεόρασης. Οι Γερμανοί εγκατέστησαν ένα πολλά υποσχόμενο νέο στούντιο υποσχόμενα ένα λαμπρό μέλλον για τη γαλλική τηλεόραση, κάτι το οποίο επαληθεύτηκε από το γεγονός ότι η TV FRANCE 1 (TF1) το χρησιμοποίησε μέχρι το 1992. Εξαιτίας του γεγονότος ότι ο σταθμός ήταν γέννημα της κατοχής, σταμάτησε να εκπέμπει λίγο πριν από την απελευθέρωση του Παρισιού, αλλά άφησε πίσω του υψηλής απόδοσης εξοπλισμό και άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό.

Ωστόσο ο χώρος της τηλεόρασης δεν αναπτύχθηκε για τα επόμενα χρόνια, λόγω του κόστους του εξοπλισμού, της έλλειψη σταθερών τεχνικών προτύπων και του πολύ χαμηλού ενδιαφέροντος των προσφερόμενων προγραμμάτων. Έτσι γίνεται αντιληπτή μία αντίθεση με τους ευρωπαίους γείτονες η οποία είναι εντυπωσιακή: το 1939, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία είχαν περίπου 20.000 τηλεοράσεις αντίστοιχα, ένας αριθμός που η Γαλλία θα φθάσει μόλις το 1950.

Η διακυβέρνηση του γαλλικού ραδιοφώνου και της τηλεόρασης ήταν ένα από τα επαναλαμβανόμενα πολιτικά ζητήματα της δεκαετίας του 1960. Οι διαδοχικές μεταρρυθμίσεις καθώς και οι συχνές απεργίες από το προσωπικό, των οποίων οι αξιώσεις αναμιγνύονται με πολιτικά κίνητρα και με τις απαιτήσεις τους για μεγαλύτερη ανεξαρτησία, δημιουργούσαν συνέχεια προβλήματα.

Η κυβέρνηση λοιπόν, προσπάθησε, αρχικά με την εμφάνιση της νέας τηλεόρασης να της παρέχει μια μορφή αυτονομίας και από το Φεβρουάριο του 1959, το RTF, τότε μια απλή κυβερνητική οργάνωση που εργαζόταν για το Υπουργείο Πληροφοριών, έγινε ένα δημόσιο εμπορικό και βιομηχανικό ίδρυμα. Πέντε χρόνια αργότερα, ο νόμος της 27 του Ιουνίου του 1964, ο οποίος ξεκίνησε από τον Alain Peyrefitte, μετέτρεψε το RTF στην ORTF (Γραφείο της Γαλλικής Ραδιοφωνίας και Τηλεόρασης), με το δικό του διοικητικό συμβούλιο και μικρότερες οικονομικές απαιτήσεις. Στην πραγματικότητα, όμως, η κυβέρνηση διατήρησε τον έλεγχο της επί των πληροφοριών που διακινούνταν μέσω του ORTF.

Αυτές οι αντιφάσεις ήρθαν στο φως το Μάιο 1968. Μετά από άμεση λογοκρισία σε περιοδικά σχετικά με τα νέα τους, οι δημοσιογράφοι και οι παραγωγοί του «Cinq colonnes à la Une» και του «Πανόραμα» κυκλοφόρησαν μια δήλωση στις 12 Μαΐου διαμαρτυρόμενοι για την «σκανδαλώδη έλλειψη ενημέρωσης του κοινού για τις φοιτητικές εξεγέρσεις». Αυτή ήταν η αρχή μιας μακράς απεργίας από όλες τις κατηγορίες προσωπικού, μέχρι και του συντακτικού προσωπικού του δελτίου ειδήσεων.

Ύστερα από όλα αυτά και τις συνεχείς αλλαγές στο χώρο των ΜΜΕ, το 1981 ιδρύθηκε το NRJ Group, το οποίο είναι γαλλικός οπτικοακουστικός όμιλος που

αναπτύχθηκε γύρω από τον ραδιοφωνικό σταθμό NRJ. Ιδρυτές του NRJ Group είναι οι Ζαν-Πωλ Μπωντκρού και Μαξ Γκατζίνι.

Από τότε και στο εξής οι Γάλλοι έχουν δυνατή δημόσια τηλεόραση με τα γενικού ενδιαφέροντος France 2 – France 3, αλλά και τα επιπλέον κανάλια της κρατικής τηλεόρασης που μεταδίδονται και στα δορυφορικά πακέτα της επίγειας ψηφιακής εποχής. Δεν έχουν μεγάλη θεματική εξειδίκευση και είναι τα παρακάτω:

France 4

Δημιουργήθηκε (ως Festival) το 1996 για το πρώην δορυφορικό πακέτο TPS, στο οποίο συμμετείχε και η γαλλική δημόσια τηλεόραση. Μεταδίδει πρόγραμμα ποικίλου περιεχομένου με ταινίες, σειρές, αθλητικές και ψυχαγωγικές εκπομπές. Κερδίζει συνεχώς ακροαματικότητα την τελευταία διετία και είναι κωδικοποιημένο.

France 5

Είναι παλαιότερο του France 4, αφού δημιουργήθηκε το 1994 παίρνοντας τη θέση του οικονομικά αποδυναμωμένου ιδιωτικού καναλιού La 5. Το πρωινό πρόγραμμα είναι εκπαιδευτικής κατεύθυνσης με ντοκιμαντέρ και μαγκαζίνο, ενώ στη βραδινή ζώνη έχει δημοφιλείς εκπομπές με πιο γνωστή την “C est dans l Air”. Είναι επίσης κωδικοποιημένο.

France O

Κανάλι αφιερωμένο στα «γαλλικά υπερπόντια διαμερίσματα». Διαθέτει μία ευρεία ποικιλία προγραμμάτων, καθώς και παραγωγές των τοπικών τμημάτων της δημόσιας τηλεόρασης στα υπερπόντια διαμερίσματα. Και αυτό είναι κωδικοποιημένο.

France 24

Ελεύθερης μετάδοσης και παγκόσμιας εμβέλειας ειδησεογραφικό κανάλι που εμπνεύστηκε ο πρώην πρόεδρος Ζακ Σιράκ. Διαθέτει και αγγλόφωνη και αραβόφωνη χωριστή μετάδοση. Θέλει να ανταγωνιστεί τα BBC News – CNN, αλλά αυτή του η προοπτική κοστίζει πολύ και είναι αδύνατο να επιτευχθεί αφού δεν υπάρχουν τα οικονομικά εφόδια.

France 2 HD

Η HD εκδοχή του πολύ δημοφιλούς κρατικού καναλιού γενικού ενδιαφέροντος και αυτή κωδικοποιημένη.

LCP

Το κανάλι του γαλλικού κοινοβουλίου, επίσης ελεύθερης μετάδοσης.

TV5 Europe-TV5 Monde

Κανάλι αντίστοιχο του 3Sat με συνεργασία (αρχικά) 5 γαλλόφωνων καναλιών από Γαλλία, Βέλγιο, Ελβετία και Καναδά. Εκπέμπει δορυφορικά από το 1984 και στο πρόγραμμά του αναμεταδίδει τα καλύτερα προγράμματα των καναλιών που συνεργάζονται με αυτό. Το πρόγραμμα είναι γενικού ενδιαφέροντος. Η εμβέλειά του είναι παγκόσμια.

3.2. Εφημερίδες και Περιοδικά

Εκτός από τους τηλεοπτικούς σταθμούς, η Γαλλία βρήκει τόσο από περιοδικά όσο και από εφημερίδες.

Σημαντικό ρόλο την περίοδο της κατοχής έπαιξε ο έντυπος τύπος στη Γαλλία. Η πρώτη ενέργεια πολλών αντιστασιακών ομάδων ήταν η τύπωση και κυκλοφορία παράνομων εφημερίδων.

Στο Βορρά, κυκλοφορούσαν οι εφημερίδες *Pantagruel*, *Libération-Nord* και *Défense de la France*. Μόνο η τελευταία, τον Ιανουάριο του 1944, διένειμε 450.000 αντίτυπα. Στις περιοχές του Νότου, η εφημερίδα *Combat*, η οποία προήλθε από τη συγχώνευση δύο άλλων, κατά το 1944 μοίρασε 200.000 αντίτυπα.

Εκτός από παράνομες εφημερίδες, οι αντιστασιακοί εκτύπωναν και βιβλία. Ιδρύθηκαν έτσι εκδοτικοί οίκοι, με σημαντικότερο παράδειγμα τον *Les Éditions de Minuit*, που εξέδωσε έργα των Μωριάκ, Ελυάρ και Αραγκόν, ενώ κυκλοφόρησε και το βιβλίο «Το Φεγγάρι Έπεσε» του Τζον Στάινμπεκ. Το μυθιστόρημα «*Le Silence de la mer*», του Ζαν Μπρουλέρ, έγινε σύμβολο πνευματικής αντίστασης στον κατακτητή.

Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι διάφορες αντιστασιακές ομάδες επεκτάθηκαν και σε άλλες δραστηριότητες, αλλά για πολλές από αυτές η δημοσίευση παράνομου υλικού παρέμενε η κυριότερη πρακτική, καθ' όλη τη διάρκεια της κατοχής.

Στη σημερινή εποχή ιδιαίτερη απήχηση στο γαλλικό και όχι μόνο αναγνωστικό κοινό έχουν οι παρακάτω εφημερίδες:

Le Figaro

Η εφημερίδα «Le Figaro» είναι μία από τις σημαντικότερες καθημερινές εφημερίδες της Γαλλίας. Ιδρύθηκε το 1826 ως εβδομαδιαία σατιρική εφημερίδα. Σε καθημερινή έκδοση άρχισε να κυκλοφορεί το 1866. Το όνομά της προήλθε από τον πρωταγωνιστή στο έργο του Pierre-Augustin Caron de Beaumarchais *Le Mariage de Figaro* (Οι γάμοι του Φίγκαρο), έχοντας ως αρχικό σύνθημα την φράση *Sans la liberté de blâmer, il n'est point d'éloge flatteur*, που σημαίνει «Χωρίς την ελευθερία της κριτικής, δεν υπάρχει έπαινος». Είναι συντηρητική και πρόσκειται στη γαλλική δεξιά, ενώ η κυκλοφορία της το 2005 ήταν 342,445 φύλλα.

Le Monde

Η εφημερίδα *Le Monde*, «*Ο Κόσμος*», είναι επίσης μία από τις σημαντικότερες καθημερινές εφημερίδες της Γαλλίας. Ιδρύθηκε το 1944 και ανήκει κατά 53% στους εργαζομένους και το υπόλοιπο 47% ανήκει στην Danone, BNP Paribas και στον François Pinault. Η κυκλοφορία της το 2006 ανερχόταν περίπου σε 350.000 φύλλα. Θεωρείται η σημαντικότερη Γαλλόφωνη εφημερίδα έξω από τη Γαλλία. Για παράδειγμα, πωλείται σε όλα τα περίπτερα της Γερμανίας.

3.3. Ραδιοφωνικές Μεταδόσεις

Το 1922, οι ραδιοφωνικές μεταδόσεις γεννήθηκαν στη Γαλλία, όπως και σε πολλές άλλες χώρες. Το 1926, η διοίκηση δημιούργησε μια ραδιοφωνική υπηρεσία που είναι αρμόδια για την εγκατάσταση και την τεχνική λειτουργία του δικτύου του κράτους. Το 1928, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στον ιδιωτικό τομέα

απαγορευόταν και εκείνοι που υπήρχαν εισήλθαν σε καθεστώς περιορισμένης παραμονής.

Το 1939, οι ραδιοφωνικές μεταδόσεις λειτουργούσαν ως αυτόνομη δημόσια διοίκηση που συνδέονται με την Προεδρία του Συμβουλίου της Εθνικής Ραδιοφωνίας. Τον Μάρτιο του 1940 δημιουργήθηκε ένα γραφείο των Γενικών Πληροφοριών.

Επιπλέον, από τις 3 Φεβρουαρίου 1943, μετά από τις συνδεδεμένες αποβάσεις στη Βόρεια Αφρική, το «Radio PTT Αλγέρι» γίνεται «Radio France, η θέση της Γαλλίας στον πόλεμο». Στις 23 Φεβρουαρίου 1943, δημιουργήθηκε το Γραφείο Radio France, το οποίο δημιουργήθηκε με σκοπό να επιβλέπει ολόκληρη τη ραδιοφωνία στη Βόρεια Αφρική.

Κεφάλαιο 4^ο --- Ο Κώδικας Δεοντολογίας και Νομοθεσία σχετικά με τα ΜΜΕ στην Ελλάδα και στην Γαλλία.

4.1. Γενικές αναφορές σχετικά με τα ΜΜΕ

Η δεοντολογία, όσον αφορά τα ΜΜΕ, είναι ένα σύνολο αρχών και κανόνων, που καθιερώνονται από το επάγγελμα, κατά προτίμηση σε συνεργασία με τους χρήστες, ώστε να ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες των διαφόρων πληθυσμιακών ομάδων. Ο τύπος έχει αυτή την ιδιαιτερότητα μεταξύ των δημοκρατικών θεσμών δηλαδή ότι η εξουσία του δεν στηρίζεται σε ένα κοινωνικό συμβόλαιο.

Η δεοντολογία τους δεν απορρέει από το δίκαιο, ούτε ακόμα από την ηθική, αν εκλάβουμε αυτόν τον όρο με τη στενή έννοια. Το ζήτημα δεν είναι τόσο να είναι κανείς τίμιος και ευγενής – αλλά να εξασφαλίζει την προβολή της πραγματικότητας χωρίς την παραποίηση στοιχείων. Μια καλή υπηρεσία αποκλείει, για παράδειγμα, να περιοριστεί μια τοπική εφημερίδα στην παρουσίαση μιας σειράς γεγονότων τοπικής εμβέλειας ενώ παράλληλα οφείλει να προστατεύει την προβολή προγραμμάτων τα οποία κρίνονται ακατάλληλα για τα παιδιά⁵.

Φυσικά η δεοντολογία εφαρμόζεται μόνο στη δημοκρατία. Εκείνος που δεν πιστεύει στην ικανότητα των ανθρώπων να σκέπτονται ανεξάρτητα, να διαχειρίζονται τη ζωή τους, δηλαδή να διακρίνονται από αυτοέλεγχο δεν υπόκειται στην εφαρμογή του κώδικα δεοντολογίας. Αυτός αντιμετωπίζεται σοβαρά μόνο εκεί που υπάρχουν

⁵ Αυτό συμβαίνει στα δίκτυα (networks) των Ηνωμένων Πολιτειών.

ταυτόχρονα η ελευθερία της έκφρασης, μια ορισμένη ευημερία των ΜΜΕ και ικανοί δημοσιογράφοι, οι οποίοι είναι υπερήφανοι να ασκούν το επάγγελμά τους. Χωρίς ευημερία δεν υπάρχουν καταναλωτές, ως εκ τούτου δεν υπάρχει διαφήμιση, άρα υπάρχουν μη εύρωστα ΜΜΕ, τα οποία εξαγοράζει ή υποστηρίζει το κράτος. Αυτό δηλώνει ότι σε πολλές χώρες, ακόμα και εκείνες που είναι δημοκρατικές, η δεοντολογία δεν είναι ισχυρή.

Τα ΜΜΕ δεν πρέπει να υποκινούνται από συμφέροντα, μίσση και κόντρες αλλά να ασκούν ελεύθερα την κρίση τους χωρίς να κάνουν κατάχρηση των θεμελιωδών δικαιωμάτων. Όλα τα παραπάνω όμως μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η ελευθερία του τύπου δεν είναι δεδομένη και επομένως τα ΜΜΕ συναντούν πολλά εμπόδια όταν προσπαθούν προς αυτή την κατεύθυνση.

Σχετικά με την ελευθερία τους εγείρονται πέντε, πολύ διαφορετικά, μείζονα εμπόδια.

Ο κυριότερος περιορισμός έχει πολιτικό χαρακτήρα. Αμέσως μετά την εμφάνιση του τύπου, η ανάπτυξη του φαίνεται να επηρεάζεται από την εξουσία που ασκεί ο μονάρχης και η δικαστική αρχή. Με τη πάροδο των χρόνων καταβάλλεται προσπάθεια για την αλλαγή αυτής της κατάστασης. Ωστόσο ακόμα και σήμερα που έχει επικρατήσει το πολίτευμα της δημοκρατίας γίνεται αντιληπτό πως το κράτος προσπαθεί να λογοκρίνει ή να κατευθύνει την πληροφόρηση.

Η δεύτερη απειλή, που ολοένα και λαμβάνει μεγαλύτερο έδαφος στον 20^ο αιώνα, είναι οικονομική. Τα ΜΜΕ αντιμετωπίζονται ως επιχειρήσεις με μοναδικό σκοπό την εξασφάλιση όσον το δυνατόν περισσότερων χρηματικών πόρων.

Στη συνέχεια πρέπει να αναφερθεί και ο συντηρητισμός που κυριαρχεί στον χώρο αυτόν. Οι παρωχημένες αντιλήψεις και συνήθειες του παρελθόντος, δυστυχώς,

εξακολουθούν να υπάρχουν με αποτέλεσμα να καθιστούν την εύρυθμη λειτουργία των ΜΜΕ δύσκολη.

Ακόμη ένας σημαντικός παράγοντας όσον αφορά την ελευθερία των ΜΜΕ υπήρξε η αδυναμία μετάδοσης πληροφοριών και ειδήσεων ανά τον κόσμο. Η έλλειψη τεχνολογικών μέσων καθιστούσε αυτή τη διαδικασία αδύνατη. Ωστόσο με την εξέλιξη της τεχνολογίας αυτό το εμπόδιο άρχισε να περιορίζεται και πλέον να μην αποτελεί θέμα μέγιστης σημασίας.

Ο τελευταίος περιορισμός, για τον οποίο δεν μιλά κανείς ποτέ, προέρχεται από το πολιτισμικό περιβάλλον. Οι παραδόσεις, όπως η θέση της γυναίκας στα μουσουλμανικά κράτη, η πίστη προς τη φυλή στην Αφρική, ο σεβασμός των προγόνων στην Ιαπωνία αφορά καταστάσεις που προέρχονται από το κοινό και περιορίζουν την ελευθερία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Για να κρίνουμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο αν τα ΜΜΕ υπηρετούν σωστά το κοινό θα πρέπει να γνωρίζουμε ποιες είναι υπηρεσίες που υποχρεούνται να προσφέρουν και αν το κάνουν. Αυτές δεν είναι λίγες οπότε για να τις μελετήσουμε καλύτερα θα τις χωρίσουμε σε έξι βασικές κατηγορίες, που είναι οι ακόλουθες.

1. Η παρατήρηση του κοινωνικού περιβάλλοντος – Ο ρόλος τους είναι να αποκτήσουν την πληροφορία, να την ταξινομήσουν, να την ερμηνεύσουν και ύστερα να την διακινήσουν.
2. Προώθηση του διαλόγου και της ειρηνικής συνύπαρξης – Προκειμένου να λυθούν τα μεγάλα προβλήματα, απαραίτητη είναι η εύρεση συμβιβασμών μέσω του διαλόγου.

3. Η παροχή μιας εικόνας τους κόσμου – Κανείς δεν κατέχει μια συνολική εικόνα του πλανήτη και οι περισσότεροι, αυτό που δεν έχουν δει ποτέ ή δεν έχουν ακούσει, θεωρούν ότι δεν υπάρχει επίσης.
4. Η μετάδοση ενός πολιτισμού – Η μετάδοση των παραδόσεων και των αξιών του παρελθόντος στις γενιές του μέλλοντος.
5. Η συμβολή στην ευτυχία: ψυχαγωγία – Στη σημερινή κοινωνία η ψυχαγωγία είναι περισσότερο απαραίτητη από κάθε άλλη φορά και ο κόσμος έχει μάθει να τη ζητά από τα ΜΜΕ.
6. Η προώθηση της κατανάλωσης – Τα ΜΜΕ είναι ένας από τους σημαντικότερους φορείς διαφήμισης αφού αναλαμβάνει να φέρει σε επαφή το κοινό με είδους προϊόντα με σκοπό την κατανάλωση.

Τελειώνοντας την ενότητα αυτή, πριν περάσουμε σε πιο συγκεκριμένα πράγματα, θα δώσουμε μεγαλύτερη έμφαση σε τρεις έννοιες, οι οποίες θα μας απασχολήσουν λίγο περισσότερο. Ο λόγος γίνεται για το δίκαιο, τον κώδικα δεοντολογίας και τον έλεγχο της ποιότητας.

Δίκαιο – Οι νόμοι είναι αναγκαίοι ώστε τα ΜΜΕ να εξασφαλίσουν μια ικανοποιητική υπηρεσία για όλα τα ακροατήρια. Με τον όρο «νόμος», νοούνται κείμενα που έχουν ψηφιστεί από το Κοινοβούλιο, ρυθμίσεις που επιβάλλονται από κρατικούς παράγοντες, η νομολογία των δικαστηρίων και οι υποχρεώσεις των συμβολαίων⁶.

⁶ Η τήρηση αυτών των υποχρεώσεων είναι στη δικαιοδοσία της αστυνομίας, των δικαστηρίων και των επιτροπών ελέγχου (όπως το CSA στη Γαλλία). Αυτού του είδους οι οργανισμοί είναι ανεξάρτητοι από την κυβέρνηση, παραμένουν όμως κρατικοί και έτσι επιτυγχάνουν την αυτοδιαχείριση.

Ο νόμος παρεμβαίνει συνήθως για να εμποδίσει ορισμένες πρακτικές, δεν περιορίζεται όμως μόνο σε περιορισμούς. Τα περισσότερα ευρωπαϊκά έθνη δίνουν στους πολίτες τους ένα νόμιμο δικαίωμα απάντησης.

Το δίκαιο και η δεοντολογία δεν διαχωρίζονται πάντοτε με σαφήνεια. Τα ΜΜΕ μπορούν να προκαλέσουν σοβαρές αδικίες χωρίς να παραβιάσουν το νόμο. Πράξεις που επιτρέπονται από το νόμο μπορούν να είναι αντίθετες προς την δεοντολογία, όπως το να δεχτεί ένας δημοσιογράφος από έναν βιομήχανο μια πρόσκληση για πολυτελείς διακοπές.

Κώδικας δεοντολογίας – Εφαρμόζεται στους κόλπους ενός επαγγέλματος. Συχνά πρόκειται για άγραφη παράδοση, η οποία καθορίζει, κατόπιν συμφωνίας, αυτό που «μπορεί να γίνει» και αυτό που «δεν γίνεται». Σε όλες όμως τις χώρες του κόσμου τα σωματεία έκριναν χρήσιμο να συντάξουν έναν κανονισμό των καθηκόντων των δημοσιογράφων, όταν μάλιστα υπάρχουν επαγγελματίες, οι οποίοι καταγγέλλουν αυτή την τάση.

Έλεγχος Ποιότητας – Είναι μια έννοια που χρησιμοποιείται ελάχιστα μέχρι σήμερα στα πλαίσια των ΜΜΕ, έχει καταρχάς το πλεονέκτημα να είναι ευρεία: περιλαμβάνει την ηθική, την δεοντολογία και επίσης τις πρωτοβουλίες της διεύθυνσης των ΜΜΕ που στοχεύουν στο να ικανοποιήσουν με τον καλύτερο τρόπο το κοινό. Έχει κυρίως το πλεονέκτημα να είναι ουδέτερη και αρεστή σε όλους τους πρωταγωνιστές.

Για τους χρήστες ανακαλεί μια ποιοτική υπηρεσία ενώ για τους δημοσιογράφους σημαίνει καλύτερο προϊόν, συνεπώς αυξημένη αξιοπιστία αλλά και μεγαλύτερο γόητρο (το πιο σημαντικό για αυτούς). Αφήνοντας για το τέλος τους ιδιοκτήτες δεν σημαίνει ότι είναι οι λιγότερο ωφελημένοι, αντιθέτως είναι αυτοί που γεύονται τα αυξημένα κέρδη.

4.2. Κώδικας δεοντολογίας των ΜΜΕ

Η πλειοψηφία των κρατών όπου το καθεστώς δεν είναι δικτατορικό, διαθέτουν τουλάχιστον έναν κώδικα για τον τύπο. Μπορούμε να τον συναντήσουμε με διάφορες ονομασίες όπως κώδικας ηθικής ή τιμής ή συμπεριφοράς ή ακόμα και χάρτα των δημοσιογράφων, κανόνες συμπεριφοράς, οδηγός δεοντολογίας, δεοντολογική αναφορά ή διακήρυξη αρχών. Οι Γάλλοι, αναμφίβολα εξαιτίας του αστικού και του ποινικού κώδικα, απεχθάνονται να χρησιμοποιούν τον όρο «κώδικας». Προτιμούν το όρο «χάρτα». Στο σημείο αυτό πρέπει να γίνει γνωστό πως η αρχική σημασία του όρου «χάρτα» είναι ένας κατάλογος δικαιωμάτων και όχι υποχρεώσεων, που συχνότατα παρέχει ο κυβερνήτης μιας χώρας.

Τη στιγμή που υιοθετείται ένας κώδικας, πολύ συχνά, υπάρχει ήδη ένας νόμος. Όμως οι άνθρωποι που συντάσσουν τον κώδικα αισθάνονται ταυτόχρονα την ανεπάρκεια και τους κινδύνους του. Αυτό που συντάσσουν δεν είναι ένα ιερό κείμενο, ως προς το οποίο υπολογίζουν ότι ο καθένας θα δεσμευτεί απόλυτα, αλλά ένα βιβλίο αναφοράς, του οποίου η αποτελεσματικότητα προϋποθέτει ότι ο δημοσιογράφος έχει την αίσθηση της ηθικής.

Σε κάθε επάγγελμα, υπάρχουν πράγματα που «γίνονται» και πράγματα που «δεν γίνονται». Πρακτικά λοιπόν, αυτά διδάσκονται επί τω έργω. Εκείνος που παραβιάζει πολύ συχνά την δεοντολογία κινδυνεύει να «εξοστρακιστεί». Όμως η παράδοση, για να παραμείνει ζωντανή, χρειάζεται να είναι διαπραγματεύσιμη, εξαγνισμένη, εκσυγχρονισμένη, οργανωμένη και να έχει καταγραφεί σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο. Ειδάλλως, παραμένει πάρα πολύ ασαφής, καμιά φορά αμφιλεγόμενη, ή ακόμα πολύ

αμφισβητήσιμη⁷. Παράλληλα, στα περισσότερα από τα όργανα του τύπου, υπάρχουν αρχές αρθρογραφίας, που μεταβιβάζονται είτε προφορικά, είτε γραπτά.

Ταυτόχρονα, ο κώδικας αποσκοπεί στην αποφυγή της επέμβασης του κράτους. Αυτή η τελευταία μπορεί να είναι επικίνδυνη στην περίπτωση των ΜΜΕ. Όταν προκαλούν τη δυσπιστία του κοινού απέναντί τους, ο νομοθέτης σχεδιάζει και καμιά φορά ψηφίζει κατασταλτικούς νόμους. Η εμφάνιση αυτή του κινδύνου πυροδοτεί στους επαγγελματίες κινήσεις αυτό-μεταρρύθμισης, η πρώτη είναι η επεξεργασία ενός κώδικα.

Η χάρτα κυρίως, αν περιλαμβάνει επίσης έναν κατάλογο των δικαιωμάτων των δημοσιογράφων, μπορεί σκόπιμα να δεσμεύσει τη διοίκηση των ΜΜΕ. Αν και παρατηρείται πολύ συχνά (όπως έγινε στη Γαλλία) άρνηση των διευθυνόντων να την υποστηρίξουν, χάρη σε αυτήν, οι επαγγελματίες κερδίζουν κάποια προστασία από κάθε εργοδότη που θα απαιτούσε από αυτούς μια συμπεριφορά αντίθετη με την υπηρεσία κοινής ωφέλειας.

Παραμερίζοντας τους κώδικες κυβερνητικής προέλευσης, που μπορεί κανείς να κατατάξει στην ίδια κατηγορία με τα διατάγματα, υπάρχουν εθνικοί κώδικες, που έχουν συνταχθεί από έναν ή περισσότερους συλλόγους (εργοδότες και δημοσιογράφοι στη Ghana) – και διεθνείς κώδικες, όπως εκείνος της Διεθνούς Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων (FIJ). Άλλοι δημιουργήθηκαν από συλλόγους εργοδοτών (όπως είναι η χάρτα καλής συμπεριφοράς του Συνδικάτου του τοπικού καθημερινού τύπου) ή από συνδικάτα (όπως στην Ελβετία και τη Μεγάλη Βρετανία) ή ακόμα από συλλόγους δημοσιογράφων (Society of Professional Journalists – SDX

⁷ Άλλοτε ήταν αποδεκτό να παίρνουν οι δημοσιογράφοι έναν «φάκελο» μετά τα συμβούλια τύπου των επιχειρηματιών. Και δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι στον μεσοπόλεμο ο παρισινός τύπος ήταν από τους πιο διεφθαρμένους της Ευρώπης.

στις Ηνωμένες Πολιτείες). Υπάρχουν κώδικες για μόνο έναν τύπο ΜΜΕ, όπως είναι εκείνος της ASNE για τον γραπτό τύπο και ο παλιός NAB⁸ για τη ραδιοτηλεόραση.

Αυτοί οι κώδικες έχουν το πλεονέκτημα να μπορούν να ενσωματώνονται σε συμβάσεις πρόσληψης και να περιλαμβάνουν κυρώσεις. Σε ορισμένους κώδικες υπακούουν από κοινού, τόσο οι δημοσιογράφοι όσο και οι εργοδότες, στους κόλπους ενός οργανισμού που τους αναδιοργανώνει, όπως είναι το Συμβούλιο του γερμανικού τύπου. Άλλωστε, μπορεί κανείς να προσθέσει στις χάρτες τη νομολογία των συμβουλίων του τύπου, όταν φροντίζουν να τη συνθέσουν, και τις διακηρύξεις αρχών που συμβαίνει να κάνουν.

4.3. Κώδικας Δεοντολογίας στην Ελλάδα

Ο Κώδικας Επαγγελματικής Ηθικής και Κοινωνικής Ευθύνης των δημοσιογράφων-μελών της Ένωσης Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθήνας (Ε.Σ.Η.Ε.Α.) έχει στόχο :

- § Να επαναβεβαιώσει και διασφαλίσει τον κοινωνικό ρόλο του δημοσιογράφου στις νέες συνθήκες, που διαμορφώνουν ο γιγαντισμός, το ολιγοπώλιο στο ιδιοκτησιακό καθεστώς, η αυξημένη εμβέλεια και επιρροή των Μ.Μ.Ε. και η παγκοσμιοποίηση της επικοινωνίας.
- § Να αποθαρρύνει και να αντιστέκεται σε κάθε απόπειρα κρατικού ή άλλου επηρεασμού με τον αυτοκαθορισμό κανόνων υπεύθυνης επαγγελματικής λειτουργίας.

⁸ NAB (National Association of Broadcasters), συνδικάτο προστασίας της ραδιοτηλεόρασης και ASNE, ο οργανισμός των αρχισυντακτών για τις εφημερίδες στις ΗΠΑ.

§ Να κατοχυρώσει την ελευθερία της πληροφόρησης και της έκφρασης, την αυτονομία και αξιοπρέπεια του δημοσιογράφου και να θωρακίσει την ελευθεροτυπία «έπ' αγαθώ» της δημοκρατίας και της κοινωνίας.

Προς το σκοπό αυτό, οι δημοσιογράφοι αυτοδεσμεύονται να εφαρμόσουν και να περιφρουρήσουν τις ακόλουθες θεμελιώδεις αρχές :

Άρθρο 1

Το δικαίωμα του ανθρώπου και του πολίτη να πληροφορεί και να πληροφορείται ελεύθερα είναι αναφαίρετο. Η πληροφόρηση είναι κοινωνικό αγαθό και όχι εμπόρευμα ή μέσο προπαγάνδας. Ο δημοσιογράφος δικαιούται και οφείλει :

- 1) Να θεωρεί πρώτιστο καθήκον του προς την κοινωνία και τον εαυτό του τη δημοσιοποίηση όλης της αλήθειας.
- 2) Να θεωρεί προσβολή για την κοινωνία και πράξη μειωτική για τον εαυτό του τη διαστρέβλωση, την απόκρυψη, την αλλοίωση ή την πλαστογράφηση των πραγματικών περιστατικών.
- 3) Να σέβεται και να τηρεί το διακριτό της είδησης, του σχολίου και του διαφημιστικού μηνύματος, την αναγκαία αντιστοιχία τίτλου και κειμένου και την ακριβή χρησιμοποίηση φωτογραφιών, εικόνων, γραφικών απεικονίσεων ή άλλων παραστάσεων.
- 4) Να μεταδίδει την πληροφορία και την είδηση ανεπηρέαστα από τις προσωπικές πολιτικές, κοινωνικές, θρησκευτικές, φυλετικές και πολιτισμικές απόψεις ή πεποιθήσεις του.

- 5) Να ερευνά προκαταβολικά, με αίσθημα ευθύνης και με επίγνωση των συνεπειών, την ακρίβεια της πληροφορίας ή της είδησης που πρόκειται να μεταδώσει.
- 6) Να επανορθώνει χωρίς χρονοτριβή, με ανάλογη παρουσίαση και ενδεδειγμένο τονισμό, ανακριβείς πληροφορίες και ψευδείς ισχυρισμούς, που προσβάλλουν την τιμή και την υπόληψη του ανθρώπου και του πολίτη και να δημοσιεύει ή να μεταδίδει την αντίθετη άποψη, χωρίς, αναγκαστικά, ανταπάντηση, η οποία θα τον έθετε σε προνομιακή θέση έναντι του θιγομένου.

Άρθρο 2

Η δημοσιογραφία, ως επάγγελμα, αλλά και κοινωνικό λειτούργημα, συνεπάγεται δικαιώματα, καθήκοντα και υποχρεώσεις. Ο δημοσιογράφος δικαιούται και οφείλει :

- 1) Να αντιμετωπίζει ισότιμα τους πολίτες, χωρίς διακρίσεις εθνικής καταγωγής, φύλου, φυλής, θρησκείας, πολιτικών φρονημάτων, οικονομικής κατάστασης και κοινωνικής θέσης.
- 2) Να σέβεται την προσωπικότητα, την αξιοπρέπεια και το απαραβίαστο της ιδιωτικής ζωής του ανθρώπου και του πολίτη. Μόνο όταν το επιτάσσει το δικαίωμα της πληροφόρησης μπορεί να χρησιμοποιεί, πάντοτε με τρόπο υπεύθυνο, στοιχεία από την ιδιωτική ζωή προσώπων που ασκούν δημόσιο λειτούργημα ή έχουν στην κοινωνία ιδιαίτερη θέση και ισχύ και υπόκεινται στον κοινωνικό έλεγχο.
- 3) Να σέβεται το τεκμήριο της αθωότητας και να μην προεξοφλεί τις δικαστικές αποφάσεις.

- 4) Να σέβεται την κατοχυρωμένη με διεθνείς συμβάσεις προστασία των ανηλίκων και των προσώπων με ειδικές ανάγκες και με σοβαρά προβλήματα υγείας.
- 5) Να αντιμετωπίζει με διακριτικότητα και ευαισθησία τους πολίτες, όταν αυτοί βρίσκονται σε κατάσταση πένθους, ψυχικού κλονισμού και οδύνης, καθώς και αυτούς που έχουν εμφανές ψυχικό πρόβλημα, αποφεύγοντας να προβάλει την ιδιαιτερότητά τους.
- 6) Να μην αποκαλύπτει, άμεσα ή έμμεσα, την ταυτότητα των θυμάτων βιασμού, τα οποία επέζησαν της εγκληματικής πράξης.
- 7) Να ελέγχει και να τεκμηριώνει τις πληροφορίες, που αναφέρονται στον ευαίσθητο τομέα της υγείας, όπου η παραπλανητική πληροφόρηση και η εντυπωσιακή προβολή μπορούν να προκαλέσουν αδικαιολόγητη αναστάτωση στην κοινή γνώμη.
- 8) Να συλλέγει και να διασταυρώνει τις πληροφορίες του και να εξασφαλίζει την τεκμηρίωσή τους (έγγραφα, φωτογραφίες, κασέτες, τηλεοπτικές εικόνες) με δημοσιογραφικά θεμιτές μεθόδους, γνωστοποιώντας πάντοτε τη δημοσιογραφική του ιδιότητα.
- 9) Να τηρεί το επαγγελματικό απόρρητο ως προς την πηγή των πληροφοριών που εξασφάλισε υπό εχεμύθεια.
 - ι. Να σέβεται τους κανόνες της εμπιστευτικής πληροφόρησης εφ' όσον ανέλαβε αυτή τη δέσμευση.

Άρθρο 3

Η ισηγορία και η πολυφωνία, οξυγόνο της δημοκρατίας, αναιρούνται σε συνθήκες κρατικού μονοπωλιακού ελέγχου των Μ.Μ.Ε. και υπονομεύονται με τη συγκέντρωση της ιδιοκτησίας τους σε γιγαντιαίες κερδοσκοπικές επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν την κοινή γνώμη σαν καταναλωτή και προσπαθούν να χειραγωγήσουν το φρόνημα, τις συνήθειες και την εν γένει συμπεριφορά της. Γι' αυτό ο δημοσιογράφος δικαιούται και οφείλει :

- 1) Να υπερασπίζεται σθεναρά το δημοκρατικό πολίτευμα, που διασφαλίζει την ελευθεροτυπία και την απρόσκοπτη άσκηση του δημοσιογραφικού λειτουργήματος.
- 2) Να αποκρούει και να καταγγέλλει τις εκδηλώσεις κρατικού αυταρχισμού και τις αυθαιρεσίες των ιδιοκτητών των Μ.Μ.Ε. και ιδιαίτερα των ολιγοπωλίων.
- 3) Να υπερασπίζεται τη δημοσιογραφική ανεξαρτησία στον εργασιακό χώρο του και να αρνείται την εκτέλεση έργου, που έρχεται σε σύγκρουση με τις αρχές της δημοσιογραφικής δεοντολογίας.
- 4) Να μη δέχεται τη σύνταξη είδησης, σχολίου ή άρθρου και την παραγωγή εκπομπής κατά τις υποδείξεις των προϊσταμένων ή του εργοδότη του, αν το περιεχόμενό τους δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα και να καταγγέλλει τις εν αγνοία του παραποιήσεις και διαστρεβλώσεις του δημοσιογραφικού του προϊόντος.

Άρθρο 4

Η υπερπροσφορά εργασίας στο χώρο της δημοσιογραφίας επιτείνει τις προϋποθέσεις για την εκδήλωση φαινομένων εκμετάλλευσης, όπως είναι: η άμισθη ή η συμβολικώς

αμειβόμενη εργασία, η καταστρατήγηση συμβατικών υποχρεώσεων και κανόνων δεοντολογίας κ.λπ.. Γι' αυτό ο δημοσιογράφος δικαιούται και οφείλει :

- 1) Να στηρίζει και να ενισχύει τις δραστηριότητες της συνδικαλιστικής του οργάνωσης, που αποσκοπούν στη βελτίωση των όρων αμοιβής και απασχόλησης στα Μ.Μ.Ε..
- 2) Να αποκρούει στο χώρο εργασίας του κάθε απόπειρα περιστολής των εργασιακών δικαιωμάτων του ή παραβίασης των κανόνων δεοντολογίας.
- 3) Να μην ασκεί και να μη δέχεται οποιαδήποτε μορφή διακρίσεων, που σχετίζονται με το φύλο ή την επαγγελματική ηλικία των συναδέλφων του.

Άρθρο 5

Η διαφάνεια στις οικονομικές σχέσεις αποτελεί θεμελιώδες στοιχείο της αξιοπιστίας, του κύρους και της επαγγελματικής αξιοπρέπειας του δημοσιογράφου, ο οποίος οφείλει :

- 1) Να μην επιδιώκει και να μη δέχεται αμοιβή για δημοσιογραφική εργασία από απόρρητα κονδύλια κρατικών υπηρεσιών και δημόσιων ή ιδιωτικών οργανισμών.
- 2) Να μην επιδιώκει και να μη δέχεται αργομισθία ή έπ' αμοιβή θέση συναφή με την ειδικότητά του σε Γραφεία Τύπου, δημόσιες υπηρεσίες ή ιδιωτικές επιχειρήσεις, που θέτει εν αμφιβόλω την επαγγελματική αυτονομία και ανεξαρτησία του.
- 3) Να μην επιδιώκει και να μη δέχεται τη διαφημιστική χρήση του ονόματος, της φωνής και της εικόνας του, παρά μόνο για κοινωφελείς σκοπούς.
- 4) Να μη μεταδίδει και να μην αξιοποιεί ιδιοτελώς αποκλειστικές πληροφορίες που επηρεάζουν την πορεία του Χρηματιστηρίου Αξιών και την αγορά.

- 5) Να μην επιδιώκει και να μη δέχεται οποιεσδήποτε παροχές σε χρήμα και είδος, που θίγουν την αξιοπιστία και την αξιοπρέπειά του και επηρεάζουν την ανεξαρτησία και την αμεροληψία του.

Άρθρο 6

Η συναδελφική αλληλεγγύη και ο αλληλοσεβασμός των δημοσιογράφων συμβάλλουν θετικά στις συλλογικές επαγγελματικές επιδιώξεις και στην κοινωνική εικόνα του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Γι' αυτό ο δημοσιογράφος οφείλει :

- 1) Να σέβεται την προσωπικότητα των συναδέλφων του. Να μην εκτοξεύει εναντίον τους ασύστατες κατηγορίες και να αποφεύγει τις προσωπικές αντεγκλήσεις, δημόσια και στους χώρους εργασίας.
- 2) Να θεωρεί σοβαρότατη αντιεπαγγελματική πράξη κάθε λογοκλοπή.
- 3) Να μην οικειοποιείται την εργασία συναδέλφων του. Να αναφέρει πάντοτε το όνομα του συντάκτη, του οποίου χρησιμοποιεί κείμενα ή αποσπάσματα κειμένων.
- 4) Να μνημονεύει την πηγή των πληροφοριών, που έχουν ήδη δημοσιευθεί ή μεταδοθεί.

Άρθρο 7

Ο γιγαντισμός των Μ.Μ.Ε. και η παγκοσμιοποίηση της επικοινωνίας αύξησαν σημαντικά τον παιδευτικό και πολιτισμικό ρόλο του ηλεκτρονικού και του γραπτού Τύπου. Με τις πρόσθετες ευθύνες του στις νέες συνθήκες, ο δημοσιογράφος οφείλει :

- 1) Να συμβάλλει στην αναβάθμιση του δημοσιογραφικού λόγου, αποφεύγοντας γραμματικές, συντακτικές και λεκτικές κακοποιήσεις.

- 2) Να αποφεύγει τη χυδαιογραφία, τη χυδαιολογία και τη γλωσσική βαρβαρότητα, τηρώντας, ακόμη και στη σάτιρα και τη γελοιογραφία, τους κανόνες της επαγγελματικής ηθικής και της κοινωνικής ευθύνης.
- 3) Να προστατεύει την ελληνική γλώσσα από την κατάχρηση ξένων λέξεων και όρων.
- 4) Να συμβάλλει δημιουργικά στην προστασία της εθνικής μας παράδοσης και τη διασφάλιση της πολιτισμικής μας κληρονομιάς.

Άρθρο 8

Οι υποχρεώσεις των δημοσιογράφων, που απορρέουν από αυτόν τον Κώδικα, δεν συνιστούν περιορισμό της ελευθερίας της έκφρασης. Οι παραβάσεις των υποχρεώσεων αυτών ελέγχονται από τα δύο Πειθαρχικά Συμβούλια, συνεργχόμενα σε κοινή συνεδρίαση, μέχρις ότου τροποποιηθεί το Καταστατικό, που θα επιλύσει θεσμικά το θέμα του Εποπτικού Οργάνου του Κώδικα.

Η παραβίαση των διατάξεων αυτού του Κώδικα, εκτός από τις περιπτώσεις που τιμωρούνται αυτοτελώς από το δίκαιο (παραβίαση ιδιωτικής ζωής, δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας κλπ.) συνιστούν πειθαρχικά παραπτώματα που επισύρουν σχετικές κυρώσεις.

4.4. Δημοσιογραφικό Απόρρητο στην Ελλάδα

Η έννοια του δημοσιογραφικού απορρήτου για να είναι εφικτή, θα πρέπει να εξασφαλίζεται η μυστικότητα των πηγών από τις οποίες αντλούνται οι πληροφορίες.

Σε κάποιες ευρωπαϊκές χώρες όπως είναι η Αυστρία και η Γερμανία έχει καθιερωθεί νομικά το «απόρρητο του τύπου», (δημοσιογραφικό απόρρητο), με το οποίο επιβάλλεται καθήκον εχεμύθειας στα όργανα όλων των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Το καθήκον εχεμύθειας επιβλήθηκε όχι μόνο στα όργανα του τύπου, αλλά και στους συνεργάτες των άλλων μέσων ενημέρωσης (ραδιοφώνου και τηλεόρασης) με στόχο την εξασφάλιση της ελευθερίας και ανεξαρτησίας του τύπου, του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης.

Έτσι παρέχεται το δικαίωμα στα πρόσωπα που συμμετέχουν επαγγελματικά στην προετοιμασία, παραγωγή και διάδοση περιοδικών, εκδόσεων και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών, να αρνηθούν στο δικαστήριο τη μαρτυρία σχετικά με το πρόσωπο του συντάκτη, αποστολέα ή εκείνου που παρέχει πληροφορίες άρθρων και εγγράφων, καθώς και σχετικά με ανακοινώσεις που τους έγιναν με αφορμή τη δραστηριότητάς τους.

Αντίθετα, στην ελληνική έννομη τάξη για τους δημοσιογράφους δεν υπάρχει ρητή αναγνώριση για δικαίωμα αρνήσεως μαρτυρίας ούτε για επαγγελματικό απόρρητο. Σύμφωνα με τη διάταξη του άρ.209 ΚΠΔ (Κώδικας Ποινικού Δικαίου) υποχρεούνται σε κατάθεση, δηλαδή, δεν συμπεριλαμβάνονται στις εξαιρέσεις των μαρτύρων που δεν είναι υποχρεωμένοι να καταθέσουν για όσα γνωρίζουν εφόσον αυτά έλαβαν χώρα κατά την άσκηση του επαγγέλματος τους, με βάση το άρθρο 212 ΚΠΔ.

Ούτε όμως συμπεριλαμβάνονται ρητά και στο άρ.371 ΠΚ (ποινικός Κώδικας) σχετικά με την παραβίαση επαγγελματικής εχεμύθειας, με την επιφύλαξη όμως της φράσης «και άλλοι στους οποίους κάποιος εμπιστεύονται λόγω του επαγγέλματος τους ή της ιδιότητάς τους ιδιωτικά απόρρητα καθώς και οι βοηθοί των προσώπων αυτών». Άλλωστε, η τήρηση του δημοσιογραφικού απορρήτου προβλέπεται στο καταστατικό της Ένωσης Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθήνας (Ε.Σ.Η.Ε.Α) στη διάταξη του άρθρου 7§1.

Επίσης, μεταξύ των κανόνων, οι οποίοι διέπουν την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος στη Συλλογική Σύμβαση Εργασίας που υπογράφηκε από την ΕΡΤ και τους δημοσιογράφους στις 25/07/1989, αναφέρεται μεταξύ άλλων «η τήρηση του επαγγελματικού απορρήτου και η μη αποκάλυψη των πηγών των ειδήσεων αποτελεί βασικό καθήκον αλλά και δικαίωμα της ΕΡΤ – Α.Ε. και των δημοσιογράφων». Επιπλέον, αντίθεση υπάρχει μεταξύ νομολογίας και θεωρίας.

Η απόφαση Πλημ.Αθ.10541/76 έχει πάρει θετική στάση για το δημοσιογραφικό απόρρητο τονίζοντας τη στενή σύνδεση μεταξύ αυτού και της ελευθερίας του τύπου, ενώ κατά την κρίση του το δικαστήριο προσπάθησε να τη θεμελιώσει και σε άλλα νομοθετικά στηρίγματα όπως το σύνταγμα και τα διεθνή κείμενα. Από την άλλη μεριά, η απόφαση Α.Π.980/1987 υποστήριξε πως δεν απαγορεύεται για τους δημοσιογράφους να παραστούν ως μάρτυρες σε ποινικό δικαστήριο.

Ορθότερο πάντως θα ήταν να υποστηριχθεί ότι η προστασία του δημοσιογραφικού απορρήτου αποτελεί απαραίτητο στοιχείο της ελευθερίας του τύπου, από την κοινωνική αποστολή του οποίου συνάγεται τόσο η τήρηση του επαγγελματικού απορρήτου όσο και το δικαίωμα αρνήσεως μαρτυρίας των δημοσιογράφων.

4.5. Κώδικας Δεοντολογίας στη Γαλλία

Ο γαλλικός κώδικας δεοντολογίας της δημοσιογραφίας στη Γαλλία «σφραγίστηκε» στο 2^ο συνέδριο της Διεθνούς Ένωσης Δημοσιογράφων που διεξήχθη στην πόλη Μπορντό της Γαλλίας τον Απρίλιο του 1954. Ουσιαστικά, οι αρχές που ψηφίστηκαν τίθενται σε ισχύ μετά το 18ο συνέδριο το οποίο έλαβε χώρα στο Ελσίνκι τον Ιουνίου του 1986. Σύμφωνα με τις αποφάσεις του συνεδρίου αυτού ισχύουν τα ακόλουθα:

1. Ο σεβασμός προς την αλήθεια και το δικαίωμα του κοινού να ενημερώνεται για την αλήθεια είναι η πρωταρχική υποχρέωση του δημοσιογράφου.
2. Κατά την εκτέλεση των καθηκόντων του ο δημοσιογράφος πρέπει να υπερασπίζεται πάντα τις αρχές της ελευθερίας στην έντιμη συλλογή και δημοσίευση των πληροφοριών καθώς και το δικαίωμα για δίκαιο σχόλιο και κριτική.
3. Ο δημοσιογράφος θα αναφέρεται μόνο σε γεγονότα των οποίων γνωρίζει τη προέλευση. Ο δημοσιογράφος δε θα πλαστογραφεί ντοκουμέντα ή θα αποκρύπτει ζωτικής σημασίας πληροφορίες.
4. Ο δημοσιογράφος θα χρησιμοποιεί μόνο νόμιμα μέσα για την απόκτηση ειδήσεων, φωτογραφιών και ντοκουμέντων.
5. Ο δημοσιογράφος θα κάνει οτι μπορεί για να επανορθώσει τη ζημία που προκάλεσαν ειδήσεις που ήταν ανακριβείς.

6. Ο δημοσιογράφος θα τηρεί πάντα το απόρρητο σχετικά με τις εμπιστευτικές πηγές των πληροφοριών του.

7. Ο δημοσιογράφος θα αισθάνεται πάντα υπεύθυνος σχετικά με το ζήτημα των διακρίσεων που ενθαρρύνονται από τα ΜΜΕ και θα κάνει ο,τι περνά από το χέρι του για να αποφύγει τη προβολή μιας τέτοιας διάκρισης που βασίζεται, μεταξύ άλλων, σε φυλή, φύλο, σεξουαλικό προσανατολισμό, γλώσσα, θρησκεία, πολιτική ή άλλου είδους γνώμη, κοινωνική ή εθνική καταγωγή.

8. Ο δημοσιογράφος θα θεωρεί ως σοβαρά επαγγελματικά παραπτώματα τα ακόλουθα: Συκοφαντία, κακοήθη παρουσίαση, αντιγραφή, παραποίηση, λαϊκισμό ή αθεμελίωτες κατηγορίες. Επίσης αποδοχή δωροδοκίας σε οποιαδήποτε μορφή σε σχέση με απόκρυψη ειδήσεων ή δημοσιεύματος.

9. Οι δημοσιογράφοι που αξίζουν να ονομάζονται έτσι, τιμούν το καθήκον τους τηρώντας με τη μεγαλύτερη προσοχή τις αρχές που διατυπώνονται παραπάνω.

10. Σε θέματα γενικού δικαίου ο δημοσιογράφος θα αποδέχεται τη γνώμη μόνο των εξειδικευμένων συναδέλφων του σε συνάρτηση με τις γενικές νομικές διατάξεις που ισχύουν στη χώρα του, για ζητήματα παρεμβατικότητας, κυβερνητικής ή άλλης

4.6. Δημοσιογραφικό απόρρητο στη Γαλλία

Η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Δημοσιογράφων, η οργάνωση της Διεθνούς Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων στην Ευρώπη, διαπιστώνει ότι στη Γαλλία παραβιάζεται συνεχώς το δημοσιογραφικό απόρρητο με αποτέλεσμα να καταλύεται κάθε έννοια κράτους δικαίου και να προκύπτουν ολέθριες συνέπειες για την ανεξαρτησία του Τύπου. Η Ομοσπονδία κατήγγειλε δύο περιστατικά με θύματα δημοσιογράφους της εφημερίδας « Le Monde ».

Το πρώτο αφορά την υπόθεση «Μπεντακούρ», όπου υπάρχει αίτημα προς τηλεφωνική εταιρία, να παραδώσει το αρχείο των τηλεφωνικών συνδιαλέξεων του δημοσιογράφου της εφημερίδας «Le Monde», προκειμένου να γίνει η ανάλογη επεξεργασία ταυτοποίησης των πηγών του δημοσιογράφου. Η γαλλική δημοσιογραφική Ένωση «SNJ-SGT» κάλεσε την κυβέρνηση να αναθεωρήσει άμεσα το νόμο περί προστασίας του απορρήτου των δημοσιογραφικών πηγών (ο οποίος είναι λιγότερο αυστηρός από την ευρωπαϊκή νομοθεσία).

Το δεύτερο περιστατικό με θύματα τους δημοσιογράφους της εφημερίδας «Le Monde», αφορά την παραγγελία του Εισαγγελέα της Μασσαλίας σε τηλεφωνική εταιρία, προκειμένου να παραδοθούν τα αρχεία τηλεφωνικών συνδιαλέξεων των δημοσιογράφων και να γίνει η επεξεργασία ταυτοποίησης των πηγών για υπόθεση οργανωμένου εγκλήματος στην Κορσική.

Η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Δημοσιογράφων κάλεσε τις αρμόδιες αρχές της Γαλλίας να λάβουν όλα τα σχετικά μέτρα, προκειμένου να αποτρέψουν τις υπηρεσίες, οι οποίες είναι αρμόδιες για την τήρηση του νόμου, να παραβιάζουν οι ίδιες το νόμο. Επίσης, κατατέθηκε έγκληση στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή γι' αυτές τις παραβιάσεις του δημοσιογραφικού απορρήτου στη Γαλλία, που συνιστούν ουσιαστικά κωλύματα

και παρεμποδίζουν την ανεξαρτησία των δημοσιογράφων και την ελεύθερη ενημέρωση στην Ε.Ε., παραβιάζοντας κατάφωρα την Ευρωπαϊκή Χάρτα Θεμελιωδών Δικαιωμάτων και την ελευθερία του Τύπου.

Έπειτα από μια διαδικασία που ομολογουμένως διήρκεσε αρκετούς μήνες, η Γαλλική Εθνοσυνέλευση υπερψήφισε τελικά το νομοσχέδιο της κυβέρνησης σχετικά με την καταπολέμηση της πειρατείας στο Διαδίκτυο. Η διαβόητη διάταξη των τριών χτυπημάτων αποτελεί πλέον νόμο του κράτους και απομένει να δούμε την αποτελεσματικότητά της κατά της εφαρμογή της σε πραγματικές συνθήκες. Ο νόμος προβλέπει ότι αν κάποιος χρήστης "συλληφθεί" τρεις φορές να κατεβάζει από το Internet δεδομένα που προστατεύονται από τη νομοθεσία πνευματικής ιδιοκτησίας, οι αρχές θα μπορούν να τον αποκλείσουν από το Διαδίκτυο.

Η ψήφιση του νόμου δεν ήταν καθόλου απλή υπόθεση, καθώς ξεσήκωσε αντιδράσεις από φορείς και χρήστες που κατηγορούσαν την κυβέρνηση για παραβίαση του προσωπικού απορρήτου. Η πρώτη ψηφοφορία στη Βουλή είχε ως αποτέλεσμα την καταψήφιση του νομοσχεδίου. Οι αλλαγές που επέφερε η κυβέρνηση στο κείμενο που τελικά υπερψηφίστηκε ήταν ασήμαντες και το αποτέλεσμα αυτό εξηγείται από πολλούς ως εντολή κομματικής πειθαρχίας από την ηγεσία της κυβέρνησης.

4.7. Σύγκριση των δύο χωρών.

Παρατηρώντας λοιπόν, την κατάσταση που επικρατεί στον δημοσιογραφικό χώρο τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Γαλλία διαπιστώνεται εύκολα πως οι δύο αυτές ευρωπαϊκές χώρες διέπονται από το ίδιο σύστημα αξιών αναφορικά με την δεοντολογία τους.

Σε γενικές γραμμές η στάση που υιοθετείται και στις δύο αυτές χώρες έχει ως στόχο την προστασία των δημοσιογράφων , της διοίκησης αλλά και του κοινού. Επιδιώκει να κατοχυρωθούν τα δικαιώματά τους και να αποφευχθούν με τον οποιοδήποτε τρόπο ζητήματα τα οποία θα πλήττουν την προσωπικότητα και την υπόληψη αυτών. Οι κώδικες δεοντολογίας των δύο χωρών θα λέγαμε πως αποτελούν ένα θεσμικό πλαίσιο που χαρακτηρίζεται από παράλληλες συνιστώσες.

Όσον αφορά το θέμα του δημοσιογραφικού απορρήτου γίνεται κατανοητό τόσο στην Ελλάδα όσο και στη Γαλλία ότι προκύπτουν σοβαρά προβλήματα. Ενώ στόχος της δημοσιογραφικής δεοντολογίας σε ευρωπαϊκό επίπεδο είναι να διασφαλιστεί το απόρρητο της πηγής των πληροφοριών όπως αναφέρθηκε στα παραπάνω υποκεφάλαια, στις δύο αυτές χώρες κάτι τέτοιο δεν υφίσταται. Αφενός στον ελληνικό χώρο οι δημοσιογράφοι οφείλουν να παραστούν ως μάρτυρες σε δικαστικές διαμάχες εφόσον έχουν εμπλακεί μέσα από την εξασφάλιση στοιχείων σχετικά με αυτές. Ωστόσο δεν διασφαλίζεται κάποιου είδους προστασίας προς το πρόσωπο τους. Αφετέρου στην Γαλλία παρατηρείται το φαινόμενο της άρσης της προστασίας των δεδομένων αυτών. Με άλλα λόγια ζητείται από τη δικαστική εξουσία να έχει πρόσβαση και να κοινοποιεί προσωπικά στοιχεία και πληροφορίες των δημοσιογράφων εφόσον έχουν εμπλακεί σε νομικά σκάνδαλα.

Για αυτό το λόγο, λοιπόν, κρίθηκε απαραίτητη η δημιουργία θεσμικών μέσων που επρόκειτο να λειτουργήσουν με σκοπό την προφύλαξη τόσο των δημοσιογράφων, όσο και του ευρύ κοινού.

Κεφάλαιο 5^ο --- Ο Συνήγορος του Αναγνώστη

Στα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς επίσης στη Νορβηγία και την Ισλανδία, λειτουργεί το «Δίκτυο Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτή⁹» με την υποστήριξη και τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Σκοπός της ύπαρξης και της λειτουργίας του Δικτύου είναι τόσο η εξασφάλιση της παροχής πληροφοριών και συμβουλών σε καταναλωτές που πραγματοποιούν αγορές προϊόντων και υπηρεσιών στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ώστε να γνωρίζουν τα δικαιώματά τους και να πραγματοποιούν ασφαλείς συναλλαγές με βάση την εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία προστασίας καταναλωτή, όσο και η εξωδικαστική επίλυση

⁹ Το δίκτυο των Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτών (ΕΚΚ) επιδιώκει τους ακόλουθους στόχους σε ό,τι αφορά τους καταναλωτές:

- παροχή πληροφοριών, ώστε να επιτρέπεται στους καταναλωτές να αγοράζουν αγαθά και υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά, έχοντας πλήρη γνώση των δικαιωμάτων και υποχρεώσεών τους·
- ανταπόκριση στα απευθείας υποβαλλόμενα αιτήματα πληροφόρησης από μέρους των καταναλωτών ή άλλων πλευρών·
- παροχή βοήθειας και υποστήριξης των καταναλωτών στις επαφές τους με τους εμπόρους στο πλαίσιο υποβολής καταγγελίας·
- παροχή βοήθειας, αν χρειαστεί, στους καταναλωτές σε περίπτωση διαφοράς.

Όλα τα κράτη μέλη διαθέτουν ένα **εθνικό σημείο επαφής** που ανήκει στο δίκτυο ΕΚΚ. Ομοίως, η Ισλανδία και η Νορβηγία, οι οποίες ανήκουν στον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο, διαθέτουν και αυτές ένα εθνικό σημείο επαφής.

Ο προϋπολογισμός του ΕΚΚ προβλέπεται στα πλαίσια του ευρωπαϊκού προγράμματος δράσης στον τομέα της πολιτικής για τους καταναλωτές. Ένας από τους στόχους τού προγράμματος αυτού είναι και η στήριξη της συνεργασίας μεταξύ κρατών μελών όσον αφορά την πληροφόρηση, την παροχή συμβουλών και την έννομη προστασία σε θέματα προστασίας των καταναλωτών.

Το δίκτυο ΕΚΚ συνεργάζεται με άλλα ευρωπαϊκά δίκτυα, συγκεκριμένα το δίκτυο FIN-NET (δημοσιονομικά), SOLVIT (εσωτερική αγορά) και το ευρωπαϊκό δικαστικό δίκτυο για αστικές και εμπορικές υποθέσεις. Το δίκτυο ΕΚΚ είναι αποτέλεσμα της συγχώνευσης, το 2005, των δύο υφιστάμενων δικτύων για θέματα προστασίας του καταναλωτή: του δικτύου για την εξώδικη επίλυση καταναλωτικών διαφορών (δίκτυο EJE), και του δικτύου των Ευρωθυρίδων.

Το δίκτυο EJE δημιουργήθηκε μετά από ψήφισμα του Συμβουλίου της 25ης Μαΐου 2000. Στόχος του ήταν ο φιλικός διακανονισμός καταγγελιών. Οι Ευρωθυρίδες δημιουργήθηκαν στις αρχές της δεκαετίας του 1990 με πρωτοβουλία της Επιτροπής για να ενημερώνουν ως προς τις δυνατότητες της εσωτερικής αγοράς και τα δικαιώματα των καταναλωτών.

διαφορών μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών που έχουν ανακύψει από συναλλαγές που οι καταναλωτές πραγματοποίησαν σε κράτη-μέλη της ένωσης εκτός της χώρας διαμονής τους.

Μέσα από τον θεσμό αυτό όλες οι ευρωπαϊκές χώρες προσπαθούν να εξασφαλίσουν τα δικαιώματα των πολιτών και των καταναλωτών τους. Ωστόσο, με τον όρο «καταναλωτής» μπορούμε να αναφερθούμε και στους αναγνώστες και το τηλεοπτικό κοινό μιας χώρας. Υπάρχουν διατάξεις και κανονισμοί που διέπουν την ασφαλή περιπλάνηση στα τηλεοπτικά κανάλια, τους ραδιοφωνικούς σταθμούς καθώς και το διαδίκτυο.

Η πρώτη προσπάθεια προστασίας του καταναλωτή- αναγνώστη κάνει την εμφάνιση της στην Ισπανία το 2005. Επρόκειτο για ένα θεσμικό, πρωτοποριακό κίνημα που αποσκοπούσε στη διαφύλαξη των δικαιωμάτων που είχαν οι πολίτες της χώρας ως καταναλωτές του αγαθού της πληροφορίας.

Στον ελληνικό χώρο η πιο αξιοσημείωτη προσπάθεια έγινε το 2011 από τον τότε διευθύνοντα Σύμβουλο της EPT Α.Ε. κ. Λάμπη Ταγματάρχη. Ο κ. Ταγματάρχης το Μάιο του 2011 ανακοίνωσε την ίδρυση του θεσμού «Συνήγορος του Τηλεθεατή». Σκοπός της λειτουργίας του θα ήταν να ασχοληθεί με τα παράπονα και τις καταγγελίες των καταναλωτών- τηλεθεατών της EPT σχετικά με τα εκπεμπόμενα προγράμματα του καναλιού.

Ωστόσο, η ενέργεια αυτή δε απέφερε καρπούς. Ενώ η διαδικασία ξεκίνησε κανονικά και μάλιστα ορίστηκε ως Συνήγορος του Τηλεθεατή ο καθηγητής του Πανεπιστημίου Αθηνών κ. Ι. Πανούσης, μετά από κάποιους μήνες πάγωσε. Το κλείσιμο της EPT τον Ιούνιο του 2013 έφερε το οριστικό τέλος για το θεσμό αυτό καθώς μέχρι και σήμερα δεν έχει γίνει κάποια αναφορά γύρω από αυτό το ζήτημα.

Κεφάλαιο 6^ο --- M*A*R*S: Μέσα Εξασφάλισης της Κοινωνικής Ευθύνης των ΜΜΕ

6.1. Εισαγωγικά – Ορισμός των M*A*R*S

Η δεοντολογία θέτει ένα μείζον πρόβλημα: να βρεθούν αποδεκτά μέσα, δηλαδή μη κρατικά, προκειμένου να γίνει σεβαστή. Πώς να οδηγήσει κανείς έναν άνθρωπο στη σωστή συμπεριφορά; Μπορεί να θεωρηθεί ότι ασκούνται σ' αυτόν τριών ειδών πιέσεις. Η τάση του προς τη διαφθορά έχει ως αποτέλεσμα ότι, για το συμφέρον των ομοίων του, πρέπει να υφίσταται μια εξωτερική φυσική πίεση. Η ευγένειά του τον κάνει ευαίσθητο στην αξία ορισμένων αρχών και άρα σε μια εσωτερική ηθική πίεση. Η αμφιθυμία του οδηγεί στην ελπίδα ότι αρκεί μια εξωτερική ηθική πίεση, δηλαδή εκείνη που ασκούν οι κανόνες της επαγγελματικής ηθικής, των οποίων η παραβίαση από ένα άτομο, του κοστίζει την κατάκριση από τους συναδέλφους του και την περιφρόνηση από τους χρήστες.

Όσον αφορά τον τύπο, για αιώνες χρησιμοποιήθηκαν μόνον οι δύο πρώτες από τις τρεις μεθόδους πειθαρχίας. Ο ηθικός δημοσιογράφος υπάκουε στη συνείδησή του, ενώ αυτός που δεν είχε τύψεις είχε να φοβηθεί την αστυνόμευση και τους δικαστές. Στο τέλος του 20^{ου} αιώνα, γίνεται απαραίτητο να επικαλεστεί κανείς την τρίτη μέθοδο, αν θέλει έναν ελεύθερο και δημοκρατικό τύπο. Πράγματι, η ατομική συνείδηση επαρκεί λιγότερο από ποτέ, από τη στιγμή που τα ΜΜΕ μετατράπηκαν σε βαριά βιομηχανία. Ως προς το νόμο, τα δικαστήρια και η αστυνομία, είναι ύποπτα καθώς αυτά έχουν χρησιμοποιηθεί πολλές φορές για να φιμώσουν τους πληροφοριοδότες. Για αυτόν, ακριβώς, τον λόγο δημιουργήθηκαν στην αρχή της δεκαετίας του 1990 τα M*A*R*S.

Ένα M*A*R*S είναι κάθε κρατικό μέσο, που χρησιμοποιείται για να καταστήσει τα ΜΜΕ υπεύθυνα απέναντι στο κοινό. Η έννοια είναι σφαιρική και ως εκ τούτου λίγο ασαφής. Περιλαμβάνει επίσης τόσο άτομα ή ομάδες, όσο τακτικές συναντήσεις, γραπτά έγγραφα, μικρά ΜΜΕ ή ακόμα και μια μακρά διαδικασία ή μια ιδιαίτερη προσέγγιση. Κανονικά, τα M*A*R*S δεν δρουν παρά μόνον υπό ηθική πίεση. Αλλά η δράση τους μπορεί να ενισχυθεί από την εξουσία των διευθυνόντων των ΜΜΕ ή από τις προϋπάρχουσες νομικές διευθετήσεις.

Στη Γαλλία το να «μιλάει» κάποιος για ηθική είναι στη μόδα από το 1991. Σπάνια όμως συμβαίνει να πράττει ηθικά. Είναι πολύ λυπηρό ότι οι δημοσιογράφοι που γράφουν βιβλία για τη δεοντολογία απομακρύνουν a priori κάθε μέσο προκειμένου να την καταστήσουν σεβαστή. Για πολλά χρόνια, η πλειοψηφία των ανθρώπων του τύπου αποκρύπτει την ύπαρξη των M*A*R*S, διακηρύσσοντας ότι πρόκειται για μια απειλή προς την ελευθερία του τύπου, τα δικαιώματα του ανθρώπου, τη δημοκρατία. Κάποιος φτάνει στο σημείο να δηλώνει ότι ένα «δεοντολογικό πλαίσιο θα ήταν ολοκληρωτικό». Άλλοι θυμώνουν με το απλό ενδεχόμενο ενός κώδικα συμπεριφοράς.

Όλα τα M*A*R*S, για τα οποία θα γίνει λόγος υπάρχουν. Είχαν δοκιμαστεί και ήταν ικανοποιητικά. Πολλά επινοήθηκαν και πραγματώθηκαν στις ΗΠΑ. Σε αυτή τη χώρα η εμπορευματοποίηση των ΜΜΕ είναι πιο εύκολη.

Το ενδιαφέρον για τα M*A*R*S έμεινε ασθενές μέχρι τη δεκαετία του '60. Τότε άρχισε να εκδηλώνεται η αγανάκτηση. Έλαβαν χώρα πολλά γεγονότα με συμβολική σημασία. Το 1967 αποφασίζεται η δημιουργία της πρώτης στήλης για τους αναγνώστες σε μια εφημερίδα. Από το 1968 παρατηρείται μια άνθιση κριτικών περιοδικών. Ύστερα, το 1971 και 1973 προκύπτει η δημιουργία ενός τοπικού συμβουλίου (στη Μινεσότα) και ενός εθνικού συμβουλίου. Αυτές οι καινοτομίες

επεσήμαναν δύο μεταβολές : οι ιδιοκτήτες παραδέχονταν ότι οι υπάλληλοί τους είχαν λόγο στο κεφάλαιο και οι δημοσιογράφοι παραδέχονταν ότι το κοινό είχε να πει την άποψή του.

Υπήρξε μεγάλο ενδιαφέρον για το «συμβούλιο τύπου» στη δεκαετία του '70, όταν η ΟΥΝΕΣΚΟ, το διεθνές Ινστιτούτο Τύπου, το Συμβούλιο της Ευρώπης και το Υπερατλαντικό, το 20th Century Fund και η Mellett Foundation οργάνωσαν συνέδρια ή πειράματα. Υπήρξε άρα ένα πλήθος επαφών, άρθρων και βιβλίων γι' αυτό το θέμα. Αλλά, και αν ακόμη το συμβούλιο είναι δυνάμει το πιο αποτελεσματικό M*A*R*S, γιατί συγκεντρώνει τους τρεις πρωταγωνιστές των ΜΜΕ, απέχει πολύ από το να είναι μοναδικό.

Τα πραγματικά συμβούλια, στις μέρες μας αποτελούνται κανονικά από χρήστες κατά το $\frac{1}{3}$ ή ακόμα κατά το ήμισυ τους. Στην ιδανική περίπτωση θα έπρεπε να χρησιμοποιήσουν όλα τα μέσα για να βελτιωθεί ο τύπος. Η τουλάχιστον, σύμφωνα με το βρετανικό Συμβούλιο Τύπου, να διατηρήσουν την ελευθερία και να παρεμβαίνουν αν είναι ανάγκη στην κυβέρνηση, να εξετάσουν τα παράπονα των χρηστών, να επιβλέπουν τις εξελίξεις που μπορούν να περιορίσουν την πληροφόρηση, όπως μια πιο μεγάλη συγκέντρωση των εταιριών τύπου, να εκδίδουν τακτικές αναφορές για την εργασία του συμβουλίου και στατιστικές για την κατάσταση του τύπου.

Ωστόσο, μέχρι σήμερα, τα συμβούλια συνήθως δεν ακολούθησαν παρά δύο αποστολές: να βοηθήσουν τον τύπο στη μάχη εναντίον του παραδοσιακού αντιπάλου της ελευθερίας του, της κυβέρνησης και να προτρέψουν τον τύπο να λογοδοτήσει στο κοινό. Και συνήθως, περιορίζονται στη δεύτερη. Πρέπει να υπογραμμιστεί ότι ένα

συμβούλιο δεν έχει καμία εξουσία κυρώσεων. Τα συμμετέχοντα ΜΜΕ δεσμεύονται μόνο να δημοσιεύσουν τις κρίσεις τους¹⁰.

6.2. Η παρουσία των Μ*Α*Ρ*S στην Ελλάδα

Παρατηρώντας, λοιπόν, όλα τα παραπάνω και λαμβάνοντας υπόψη τη δεοντολογία των ΜΜΕ αναφορικά με τα Μ*Α*Ρ*S στη Ευρώπη, μπορούμε να εξάγουμε το συμπέρασμα πως η παρουσία των Μ*Α*Ρ*S στην Ελλάδα εκλείπει. Το μόνο που θυμίζει αυτό που στη Γαλλία αλλά και στον κόσμο γενικότερα ονομάζουν Μ*Α*Ρ*S είναι το Ελληνικό Ραδιοτηλεοπτικό Συμβούλιο (ΕΣΡ) με τη διαφορά ότι έχει το δικαίωμα να επιβάλει και πρόστιμα σε αυτούς που δεν συμμορφώνονται με τους κώδικες δεοντολογίας.

Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, γνωστό ως ΕΣΡ, ιδρύθηκε το 1989 με απόφαση του Δημήτρη Μαρούδα και εδρεύει στην Αθήνα. Ο σκοπός του ήταν να επιβλέπει τον ραδιοτηλεοπτικό τομέα και να λειτουργεί ως σύνδεσμος ανάμεσα στην κυβέρνηση και τους δημοσιογράφους.

Κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης παρήγαγε τέσσερις κώδικες για τους όρους λειτουργίας των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών στην Ελλάδα: έναν για την διαφήμιση, έναν κώδικα δεοντολογίας δημοσιογράφων, έναν για τα προγράμματα που επιτρέπεται να παρουσιάζονται και έναν για την κατανομή των συχνοτήτων και τους όρους τεχνικής χρήσης τους από τους αδειούχους σταθμούς. Δραστηριοποιήθηκε πιο έντονα το 1995-

¹⁰ Το γεγονός ότι δυσανασχετούν μερικές φορές για τη δημοσίευσή τους, για παράδειγμα στη Μ. Βρετανία και τη Γερμανία, αποδεικνύει την αποτελεσματικότητα των απλών ηθικών κρίσεων.

1996 επιβάλλοντας πρόστιμα σε μερικούς σταθμούς, τα οποία δεν έγιναν όμως δεκτά από τον τότε αρμόδιο υπουργό.

Ο νόμος κατοχυρώνει και αναγνωρίζει την προσωπική και λειτουργική ανεξαρτησία των μελών του Συμβουλίου. Αναθέτει παράλληλα στο Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (σύμφωνα με το άρθρο 15 παρ.2 του Συντάγματος) τον άμεσο κρατικό έλεγχο της ραδιοτηλεόρασης και σειρά κανονιστικών, αποφασιστικών και δικαστικών αρμοδιοτήτων κεντρικής σημασίας για τη δημόσια και ιδιωτική ραδιοτηλεόραση.

Ο ρόλος του ΕΣΡ υποβαθμίστηκε το 1993 και ιδίως το 1995 από το νομοθέτη στο επίπεδο μιας λίγο πολύ συνηθισμένης διοικητικής επιτροπής και συγκεντρώθηκαν οι ουσιώδεις αποφασιστικές αρμοδιότητες στον Υπουργό Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Το 1998 και ιδίως το 2000 επιχειρήθηκε να αναβαθμιστεί.

Επίλογος

Όλα τα παραπάνω, λοιπόν, μαρτυρούν πως η δημιουργία και η εμφάνιση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης δεν αποτέλεσε ένα γεγονός μικρής σημασίας.

Η πορεία τους μέσα στον χρόνο έδειξε από την αρχή τη δύναμη που αυτά θα είχαν στο μέλλον. Η παρουσία τους μέσα από ποικίλους τρόπους (κρατική και ιδιωτική τηλεόραση, εφημερίδες, ραδιόφωνο, διαδίκτυο) στην καθημερινότητα των ανθρώπων προσέφερε σε αυτά την δυνατότητα να εξελιχθούν και στη συνέχεια να αναγνωριστούν ως μια βασική «αρχή», ως η τέταρτη εξουσία, η οποία επηρεάζει όσα λαμβάνουν χώρα τόσο σε προσωπικό, όσο και σε συλλογικό επίπεδο. Αυτό φαίνεται, εξάλλου, και μέσα από την παρουσία τους στον ελληνικό και γαλλικό χώρο.

Για την εύρυθμη λειτουργία τους διατυπώθηκε μια σειρά από κανόνες και νόμους που είχαν σκοπό να ορίσουν τα όρια μέσα στα οποία όφειλαν να κινηθούν. Αυτοί οι κανόνες έγιναν ευρέως γνωστοί ως Κώδικας Δεοντολογίας των ΜΜΕ. Οι κανόνες αυτοί είναι κοινοί τόσο στην Ελλάδα, όσο και στη Γαλλία. Κοινά είναι βέβαια και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Έτσι, προέκυψε και η ανάγκη δημιουργίας θεσμών προκειμένου να διασφαλιστούν τα δικαιώματά τους. Αυτό έγινε παγκοσμίως γνωστό με αποτέλεσμα να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα. Με αυτό τον σκοπό πραγματοποιήθηκε προσπάθεια να δημιουργηθούν κάποιοι θεσμοί όπως ο Συνήγορος του Αναγνώστη στην Ευρώπη και ο Συνήγορος του Τηλεθεατή στην Ελλάδα. Τέλος, δημιουργήθηκαν τα M*A*R*S, τα οποία έπαιξαν καταλυτικό ρόλο για την σωστή πορεία των ΜΜΕ.

Στο σημείο αυτό, ωστόσο, κρίνεται απαραίτητο να επισημανθεί ο κρίσιμος ρόλος των ΜΜΕ στη σύγχρονη εποχή. Παλαιότερα οι άνθρωποι μπορούσαν να ζήσουν χωρίς τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, ενώ στις μέρες μας σε κάθε περιοχή αισθάνονται όλοι

την ανάγκη των μέσων και μάλιστα την ανάγκη για ποιοτικά ΜΜΕ. Η βελτίωσή τους λοιπόν δεν είναι κάτι απλά επιθυμητό από το ευρύ κοινό αλλά, επιτακτική ανάγκη αφού από αυτό εξαρτάται η εξέλιξη και η τύχη της ανθρωπότητας. Είναι γεγονός ότι μόνο η δημοκρατία μπορεί να εξασφαλίσει την επιβίωση του πολιτισμού αλλά, δεν μπορεί να υπάρξει δημοκρατία χωρίς καλά πληροφορημένους πολίτες και φυσικά αυτό δεν μπορεί να συμβεί χωρίς ποιοτικά ΜΜΕ.

Η τεχνολογική πρόοδος έδωσε στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης υπερβολικά μεγάλη δύναμη, που συνδυασμένη και με τα πολύπλοκα πολιτικοοικονομικά και κοινωνικά συμφέροντα, μπορεί να διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην πορεία της ανθρωπότητας. Αυτή η πορεία εξαρτάται τόσο από την καλή ή κακή χρήση των ΜΜΕ από τους λειτουργούς τους, όσο και από το πνευματικό επίπεδο των λαών. Πρόκειται για ένα σημείο ιδιάζουσας σημασίας, που καλό θα είναι να μελετηθεί με ψυχραιμία και ευθύνη κυρίως από τους λειτουργούς των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, ώστε ο ρόλος τους να αποβεί ωφέλιμος και εποικοδομητικός για την κλυδωνιζόμενη σύγχρονη κοινωνία.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

Βαλούκος, Στ. *Ελληνική Τηλεόραση*, Αθήνα 1998, σελίδες 18, 19

Δελαπόρτας, Μ. *Ο άγνωστος Νίκος Φώσκολος*, εκδ. Ορφέας, Αθήνα, 2004

Δημητριάδης, Γ. (2012). Περιοδικό Digital TV Info- τεύχος Σεπτεμβρίου

Καβακόπουλος, Λ. (2006) *Η πραγματική ιστορία των ΜΜΕ*. Περιοδικό Ζενίθ.

Καλαντίδης, Δ. (2000). *Ελληνική κινηματογραφική βιβλιογραφία, 1923-2000*. εκδ. Αιγόκερως.

Παναγιωτοπούλου, Ρ. (2003). *Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΡΟΚΛΗΣΗ: ΜΜΕ ΚΑΙ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ. ΤΥΠΟΘΗΤΩ*

Παπαθανασόπουλος, Στ. (2011). *Τα μέσα επικοινωνίας τον 21^ο αιώνα*. Εκδόσεις Καστανιώτη.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Βαν Ζόουνεν, Λ. (2001) "Φεμινιστικές θεωρήσεις των μέσων" στο βιβλίο Curran, J. & Gurevitch, M. "ΜΜΕ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ" Εκδόσεις Πατάκη

Claude-Jean Bertrand, (2003). *Η δεοντολογία των Μ.Μ.Ε.* Μτφ Δήμητρα Κόλια, Εκδόσεις ΔΑΙΔΑΛΟΣ

Collins Weitz, Margaret, (1995). Sisters in the Resistance: How Women fought to free France, 1940-1945. Νέα Υόρκη 1995. John Wiley & Sons Inc.

Curran, J.(2005), *Μέσα επικοινωνίας και εξουσία*, Αθήνα: Καστανιώτης

Curran, J. & Gurevitch, M. "ΜΜΕ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ" Εκδόσεις Πατάκη

Curran, J.(2003) "Τα όρια του τεχνολογικού ντετερμινισμού. Μια ιστορική θεώρηση" στο βιβλίο Παναγιωτοπούλου, Ρ. "Η ψηφιακή πρόκληση: ΜΜΕ και δημοκρατία." Αθήνα, Τυποθήτω.

Graham, G. (2001). Το Ίντερνετ: μία κοινωνιολογική προσέγγιση. Αθήνα: Περίπλους

Jackson, J. (2003). France: The Dark Years, 1940–1944. Oxford University Press.

McChesney, R. Dan Schiller, D.(2002) " The Political Economy of International Communications: Foundations for the Emerging Global Debate over Media Ownership and Regulation" Geneva, UNRISD

Ηλεκτρονικές Πηγές

Ελληνικές

Γαλάνης, Δ. (2011, 19 Μαΐου). «Συνήγορος του Τηλεθεατή» ο καθηγητής κ. Ι. Πανούσης. Ένας νέος θεσμός στη δημόσια ραδιοτηλεόραση. Από <http://www.tovima.gr/media/article/?aid=401591>.

Γκλεζάκου Ε. (2009). Δημοσιογραφική Ελευθερία. Σχολή Νομικών, Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, Τμήμα Νομικής. ΕΚΠΑ. Από ανακοίνωση της ΕΣΗΕΑ, με τίτλο «Παραβιάζεται διαρκώς το δημοσιογραφικό απόρρητο στη Γαλλία», στις 8/11/2011.

Δικαιώματα και Υποχρεώσεις Καταναλωτή. Από το «Εθνικό Ινστιτούτο Χρηματοπιστωτικών Ερευνών» και τον «Διεθνή Οργανισμό Προστασίας Δικαιωμάτων του Καταναλωτή», <http://data.eixe.org/default.asp>.

«Ενημέρωση του Καταναλωτή για την προστασία από το ηλεκτρονικό έγκλημα», επιμέλεια Γιάννης Αδαμόπουλος & Ευάγγελος Ζερβέας. Σεπτέμβριος 2008, Ο Συνήγορος του Καταναλωτή.

Ένωση Συντακτών Επαρχιακού Τύπου (Ε.Σ.Ε.Τ.), Κώδικας Δεοντολογίας. Από http://www.eset.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=94&Itemid=193

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2006). Ο νέος ορισμός των ΜΜΕ. Οδηγός χρήστη και υπόδειγμα δήλωσης. Εκδόσεις για τις επιχειρήσεις και τη βιομηχανία. Από http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_el.pdf

«Εφημερίδες σε γλώσσα ελληνική», από την ιστοσελίδα του Υπουργείου ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ

Η καθημερινή πρωινή εφημερίδα της Κρήτης. Από εφημερίδα «Πατρις»

Η χρήση του Διαδικτύου στην Ελλάδα και στην Ευρώπη. (2007, 4 Δεκεμβρίου).
Εφημερίδα Έθνος

Ιστοσελίδα ΕΣΡ, [Πίνακας τηλεοπτικών σταθμών τοπικής και περιφερειακής εμβέλειας με έγκριση μετάδοσης ψηφιακής εκπομπής \(Excel αρχείο\)](#)

Ιστοσελίδα e-Πασιθέα του Υπουργείου Εσωτερικών, Γ.Γ. Επικοινωνίας - Γ.Γ. Ενημέρωσης.

Πρασσάς, Β. «Ο Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας της ΕΣΗΕΑ», <http://vprassas.blogspot.gr/>

Συνέντευξη Πέδρο Ολάγια, στην εφημερίδα «ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ» και στον Νίκο Γ. Ευδάκη.

Ξενόγλωσσες

Website of the Comité d'histoire de la télévision: www.chtv.asso.fr

PC Magazine, Η μεγαλύτερη online τεχνολογική κοινότητα. <http://e-pcmag.gr/>