



Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ & ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
(ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΥΡΓΟΥ)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Τηλεόραση & Οικολογία. Ποιος ο ρόλος της τηλεόρασης στην ενημέρωση, προβολή αλλά και ευαισθητοποίηση του κοινού, σε θέματα που αφορούν το περιβάλλον.».

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΗ:

ΣΠΥΡΟΣ ΚΕΦΑΛΗΣ

ΒΗΣΣΑΡΟΥΛΑ ΧΟΝΔΡΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:

κ. ΦΟΥΡΤΟΥΝΗ ΣΟΦΙΑ

Πύργος, 2015

«Αφιερώνεται στους γονείς μας»

«Μόνο όταν θα έχετε κόψει και το τελευταίο δέντρο. Μόνο όταν θα έχετε δηλητηριάσει και το τελευταίο ποτάμι. Μόνο όταν θα έχετε ψαρέψει και το τελευταίο ψάρι. Μόνο τότε θα καταλάβετε ότι τα λεφτά δεν τρώγονται».

Ινδιάνικη Προφητεία

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	8
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: «ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ».....	13
1.1 Μ.Μ.Ε: ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ.....	13
1.2 Μ.Μ.Ε: ΠΟΙΑ Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΣ.....	15
1.3 Η «ΤΕΤΑΡΤΗ ΕΞΟΥΣΙΑ».....	19
1.4 Η ΑΝΑΚΑΛΥΨΗ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ.....	23
1.5 Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	24
1.6 ΤΑ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ.....	30
1.6.1 ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΩΝ ΦΑΙΝΟΜΕΝΩΝ.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: «ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ».....	35
2.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ – ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ.....	35
2.2. ΤΟ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ.....	37
2.3. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ.....	40
2.4. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.....	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: «ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ».....	46
3.1. ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Η ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.....	46
3.2. ΠΩΣ Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΠΡΟΒΑΛΛΕΙ ΤΗΝ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ.....	53
3.3. ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....	54
3.4. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ.....	57
3.4.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΔΕΛΤΙΑ.....	61
3.5 ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΕΛΤΙΑ ΕΙΔΗΣΕΩΝ.....	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: «Ο ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΣΚΑΪ ΚΑΙ ΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ».....	67
4.1 ΠΩΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΠΕΡΙΒΑΛΟΝΤΙΚΗ – ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΕΚΠΟΜΠΗ.....	68
4.2. ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ.....	70
4.3. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ ΣΚΑΪ.....	74
4.4. ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	86

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	93
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	96
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	96
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	98
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	99

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η όξυνση των περιβαλλοντικών προβλημάτων γεννά την ανάγκη περιβαλλοντικά ενημερωμένων και ευαισθητοποιημένων πολιτών. Η ευαισθητοποίηση του σύγχρονου ανθρώπου και η έγκυρη ενημέρωση για τα περιβαλλοντικά ζητήματα αποδεικνύεται απίστευτης αναγκαιότητας πράξη, για να επαναπροσδιορίσουμε τη σχέση μας με το περιβάλλον μέσα στον 21^ο αιώνα (Ράγκου, 2004).

Ο κόσμος σήμερα, σε μεγάλο βαθμό, υπάρχει διά των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης¹ (Μ.Μ.Ε.). Η κατάστασή του, οι κατευθύνσεις του, τα καλά του και τα προβλήματά του αντανακλώνται και χρωματίζονται στα Μ.Μ.Ε. Συχνά, η δύναμή τους προέρχεται από δυνάμεις που αναδύονται από το πολύ μακρινό παρελθόν του ανθρώπου και πολλαπλασιάζεται από τη σύγχρονη τεχνολογία της εικόνας και την ταχύτητα των αλλαγών της σύγχρονης ζωής. Πολιτικά εποικοδομητικός πολίτης, είναι εκείνος που μπορεί να κρίνει, να αξιολογεί, να επιλέγει και να ανασυνθέτει τις πληροφορίες που διαδίδονται στα Μ.Μ.Ε. με ισχυρά κριτήρια που τον προστατεύουν από τον εντυπωσιασμό, την παραπλάνηση ή τις υποβολιμαίες αποφάσεις (ΥΠΠΚ & ΚΥΠΕ, 2011).

Τα Μ.Μ.Ε. και κυρίως η τηλεόραση, έχοντας πρόσβαση σε μεγάλα τμήματα του πληθυσμού, μπορούν να επηρεάσουν τις προσωπικές συμπεριφορές, τις στάσεις και τις αντιλήψεις και αποτελούν την κύρια πηγή πληροφόρησης γύρω από πολλά θέματα της σύγχρονης ζωής, συνεπώς και για τα περιβαλλοντικά ζητήματα, τα οποία θα έπρεπε να απασχολούν τα Μ.Μ.Ε. αλλά και τους αποδέκτες σε μεγαλύτερο βαθμό.

Στο σημείο αυτό προκειμένου να δείξουμε τη σπουδαιότητα τόσο του περιβάλλοντος όσο και της επιρροής που ασκούν τα Μ.Μ.Ε. θα χρησιμοποιήσουμε μια από τις εκφράσεις του Τόμας Τζέφερσον²:

«Η θετική γνώμη της ανθρωπότητας είναι κάτι σαν το μοχλό του Αρχιμήδη, με το κατάλληλο υπομόχλιο, μπορεί να κινήσει τα πάντα».

¹ Για το υπόλοιπο της εργασίας θα χρησιμοποιείται το αρκτικόλεξο Μ.Μ.Ε. κάθε φορά που αναφερόμαστε στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

² Ο Τόμας Τζέφερσον (Απριλίου 1743 - 4 Ιουλίου 1826) ήταν ο τρίτος Πρόεδρος των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής (1801-1809) και κύριος συντάκτης της Διακήρυξης της Ανεξαρτησίας. Ελληνομαθής, ορθολογιστής και υπέρμαχος του διαχωρισμού κράτους-εκκλησίας, συνέταξε την περίφημη Διακήρυξη της Ανεξαρτησίας των ΗΠΑ και ήταν θαυμαστής της Γαλλικής Επανάστασης.

Το κομβικό σημείο, το πεδίο της δικτύωσης όλων των πολιτισμικών διαστάσεων σε σχέση με το περιβάλλον βρίσκεται στην επικοινωνία και την εκπαίδευση. Μέσα από την εκπαίδευση διαμορφώνονται οι επόμενες γενιές που θα διαχειριστούν καινούργια ζητήματα και προκλήσεις. Ενώ η επικοινωνία με το λαό επιτυγχάνεται μέσω των Μ.Μ.Ε., με την τηλεόραση να κατέχει εξέχουσα θέση.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εκπονείται με σκοπό την ολοκλήρωση των σπουδών μας, στα πλαίσια του τμήματος ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ Μ.Μ.Ε., του ΑΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ, στο παράρτημα του Πύργου. Η επιλογή του περιεχομένου προέκυψε ύστερα από συνεργασία με την αρχική επιβλέπουσα καθηγήτριά μας, κυρία Ελένη – Κωνσταντίνα Κούνα της οποίας και ιδέα ήταν το συγκεκριμένο θέμα, άρα και ο τίτλος: «Τηλεόραση & Οικολογία. Ποιος ο ρόλος της τηλεόρασης στην ενημέρωση, προβολή αλλά και ευαισθητοποίηση του κοινού, σε θέματα που αφορούν το περιβάλλον». Μέσω αυτής της εργασίας θα αναλύσουμε τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούσαν και λειτουργούν τα τηλεοπτικά κανάλια σχετικά με περιβαλλοντικά θέματα. Θα αναφερθούμε στο πώς η τηλεόραση μέσα από τη μαζική προβολή των θεμάτων αυτών μπορεί όχι μόνο να ενημερώσει το κοινό αλλά και να το ευαισθητοποιήσει και να το συγκινήσει. Θα δούμε πως μέσα από την λειτουργία ενός τηλεοπτικού σταθμού τα δεδομένα μπορούν να αλλάξουν όχι μόνο για τα υπόλοιπα τηλεοπτικά κανάλια αλλά και για τους ίδιους τους πολίτες.

Η διαπραγμάτευση του θεματός μας, αναπτύσσεται στις παρούσες σελίδες, όπου περιλαμβάνονται η εισαγωγή, τέσσερα κεφάλαια, τα συμπεράσματά μας και η χρησιμοποιηθείσα βιβλιογραφία. Στόχος μας είναι να υπάρχει μια ροή μεταξύ των κεφαλαίων αλλά και η δυνατότητα για όσο το δυνατόν πιο πλήρη κατανόηση του θέματος που διαπραγματευόμαστε.

Πιο συγκεκριμένα, στο πρώτο κεφάλαιο επιχειρείται μια πρώτη επαφή με τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, διευκρινίζονται κάποιες βασικές έννοιες και γίνεται η διάκριση του τύπου σε ηλεκτρονικό και παραδοσιακό. Ο ρόλος των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης αλλά και ο χαρακτηρισμός τους ως τέταρτη εξουσία είναι ένα επιπλέον θέμα το οποίο αναλύεται στο εισαγωγικό πρώτο κεφάλαιο. Στη συνέχεια, εστιάζουμε στην τηλεόραση, δίνοντας μερικές βασικές πληροφορίες για την ιστορική και εξελικτική πορεία αυτής. Η ανακάλυψή της αλλά και η θέση της στην ελληνική οικονομία είναι επιπλέον θέματα στα οποία αναφερόμαστε. Θα ήταν παράλειψη στο σημείο αυτό αν δεν αναφέραμε ποιος είναι ο ρόλος της, δηλαδή ποια τα θετικά και αρνητικά στοιχεία αυτής.

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί ασχολούμαστε και κάνουμε μια αναφορά στην οικολογία. Βασικές έννοιες και ορισμοί περιλαμβάνονται στο κεφάλαιο αυτό. Το οικολογικό ή περιβαλλοντικό (όπως συνηθίζεται να ονομάζεται) κίνημα, η κοινωνική οικολογία αλλά και η οικολογική κρίση αποτελούν αναπόσπαστες ενότητες του κεφαλαίου αυτού, προκειμένου ο αναγνώστης να έχει μια πλήρη εικόνα για την έννοια και τη λειτουργία της οικολογίας.

Η τηλεόραση, η διαφήμιση, τα δελτία ειδήσεων και η σχέση τους με την οικολογία περιλαμβάνονται στο τρίτο κεφάλαιο της εργασίας μας.

Το τέταρτο κεφάλαιο αποτελεί την πεμπτούσια της εν λόγω εργασίας, είναι αυτό που συνδέει τα προηγούμενα κεφάλαια και δίνει μια εικόνα για το τι πραγματικά συμβαίνει στην ελληνική τηλεόραση. Πιο συγκεκριμένα, στο συγκεκριμένο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στο πως προβάλλεται η οικολογία από την τηλεόραση, στις αντίστοιχες τηλεοπτικές εκπομπές και ποια η σωστή μορφή – δομή που θα πρέπει να έχουν αυτές. Ως σημείο αναφοράς και μελέτης στο κεφάλαιο αυτό θεωρούμε τον τηλεοπτικό σταθμό ΣΚΑΪ. Επίσης στην τελευταία ενότητα παρουσιάζεται και μια αρκετά ενδιαφέρουσα έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε πανελλαδικό επίπεδο σχετικά με την στάση των Ελλήνων απέναντι στο περιβάλλον και στα οικολογικά θέματα.

Η εργασία ολοκληρώνεται με τα τελικά συμπεράσματα στα οποία εμπεριέχονται σχόλια, στόχοι και προοπτικές της τηλεόρασης αλλά και πως αυτή μπορεί να βελτιώσει την στάση των ανθρώπων απέναντι στην οικολογία. Τέλος, παραθέτουμε και το σύνολο της βιβλιογραφίας από όπου αντλήθηκαν όλες οι πληροφορίες που χρησιμοποιήθηκαν για την συγγραφή της εν λόγω εργασίας.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Υπάρχει η άποψη πως στις μέρες μας η ιδιωτική ζωή των ανθρώπων επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Πράγματι, στις μέρες μας και όσο ποτέ άλλοτε, τα «media» επηρεάζουν την ιδιωτική, αλλά και τη δημόσιά μας ζωή, αφού τα συναντούμε σε όλες τις εκφάνσεις και τρόπους ζωής, με διάφορες μορφές, είδη και θέματα. Η «εισβολή» τους είναι πλέον δεδομένη και αδιαμφισβήτητη τώρα - αν όχι και από πριν - πρέπει να συλλογιστούμε τα υπέρ και τα κατά, τα ναι και τα όχι, και στη συνέχεια το τι μέλλει γενέσθαι.

Τα Μ.Μ.Ε. βρίσκονται παντού στη σημερινή εποχή, τόσο σε έντυπη μορφή (περιοδικά, εφημερίδες), όσο και σε ηλεκτρονική μορφή (τηλεόραση, ραδιόφωνο, διαδίκτυο). Λόγω της πολυπληθούς παρουσίας τους, αρχικά μένουμε εμβρόντητοι χαζεύοντας σε αυτό το πλήθος συσσωρευμένων στοιχείων και δεδομένων. Αργότερα, αφού συνέλθουμε, αρχίζουμε να κάνουμε κάποιες επιλογές, έτσι ώστε να έχουμε όσο γίνεται περισσότερη, αντικειμενικότερη και πληρέστερη ενημέρωση για διάφορα θέματα που μας αφορούν. Έτσι βλέπουμε το Α' κανάλι της τηλεόρασης, ακούμε το Β' κανάλι του ραδιοφώνου, διαβάζουμε τη Γ' εφημερίδα και το Δ' περιοδικό, και σερφάρουμε στην Ε' ιστοσελίδα.

Με τον τρόπο αυτό, «μεταναστεύουμε» από το γενικό (πληθώρα) στο ειδικό (επιλογή). Η «μετάβαση» αυτή έχει τόσο τα υπέρ, όσο και τα κατά της. Αυτό που πρέπει να τονιστεί είναι ότι η προσήλωση σε κάποια προγράμματα, η προσκόλληση σε κάποια συγκεκριμένα Μ.Μ.Ε. μας επηρεάζει και στην ιδιωτική μας ζωή, αφού αρχίζουμε να γινόμαστε όλο και περισσότερο συσχετισμένοι με αυτά.

Η συσχέτιση αυτή είναι και θετική και αρνητική: από τη μια, έχουμε τη θετική συσχέτιση και από την άλλη την αρνητική. Το ποια είναι η δική μας συσχέτιση εξαρτάται από τον ίδιο μας τον εαυτό (αν είναι δυνατός χαρακτήρας ή όχι), αλλά και από το ποιόν/ποσό της σχέσης (κατά πόσο μας «γεμίζει» ή όχι, κατά πόσο το παρακολουθούμε επειδή το θέλουμε ή το χρειαζόμαστε, και κατά πόσο αυτό γίνεται για μικρό, σχετικά πάντοτε, χρονικό διάστημα ή για μεγάλο).

Οι θιασώτες της αγαθής πλευράς της τηλεόρασης τη χαρακτηρίζουν ως «παράλληλο σχολείο»³. Υποστηρίζουν ότι κάτω από ορισμένους όρους και προϋποθέσεις μπορεί να ασκεί παιδαγωγική μορφωτική επίδραση και να υπηρετεί το βασικό σκοπό λειτουργίας της. Επισημαίνουν ότι συντροφεύει τον άνθρωπο πολλές ώρες την ημέρα, τον διασκεδάζει, τον ψυχαγωγεί.

Έχει την δύναμη να φέρνει μπροστά σου όλο τον κόσμο κι έτσι χάρη σ' αυτή να γίνεται ο κόσμος ένα «παγκόσμιο χωριό»⁴. Βοηθά τον τηλεθεατή της να γνωρίσει πολιτισμούς λαών, παραδόσεις με τα διάφορα ντοκιμαντέρ, περιηγήσεις στην άγρια φύση τα ζώα και τα φυτά, τους γήινους παραδείσους και τις θελκτικές θάλασσες. Ενημερώνει, πληροφορεί γι' όλα τα παράξενα κι όμως αληθινά γεγονότα που συμβαίνουν στην πλάση και στην ανθρώπινη δημιουργία. Ψυχαγωγεί, διασκεδάζει με προγράμματα, κινηματογραφικές ταινίες, τηλεοπτικά παιχνίδια.

Διδάσκει με τα προγράμματα της εκπαιδευτικής τηλεόρασης, προβάλλοντας προγράμματα πολιτιστικά, εκπαιδευτικά. Προβάλλει ντοκιμαντέρ, που σε ταξιδεύουν σε βυθούς θαλασσών, στη σελήνη, στο διάστημα, σε μουσεία του κόσμου, σε αθλητικές εκδηλώσεις, σε λαούς που μαθαίνουμε τα ήθη και έθιμα τους, μας ενημερώνει για τις έρευνες και κατακτήσεις της επιστήμης και του πνεύματος και τόσα ακόμα άλλα που δεν θα μαθαίναμε αν έλειπε.

Δυστυχώς, οι περισσότεροι από μας ακολουθούν τη γραμμή της αρνητικής συσχέτισης, αφού ούτε δυνατοί χαρακτήρες είναι, ούτε κρίνουν ότι βλέπουν, παρά μόνο το απορροφούν. Άλλοι βέβαια, πιο πνευματώδεις, ξέρουν το φραγμό και γνωρίζουν το μέτρο.

Στην περίπτωση της οικολογίας και του περιβάλλοντος, η σωστή προβολή ενός θέματος κατά κύριο λόγο μπορεί να επηρεάσει θετικά τον τηλεθεατή μεταδίδοντάς του μηνύματα διδακτικά και χρήσιμα.

³ «Παράλληλο σχολείο» ονόμασαν – απ' τα μέσα της δεκαετίας του '60 – γάλλοι κοινωνιολόγοι (Ζωρζ Φρήντμαν, Λουί Πορσέ κ.ά.) το τεράστιο δίκτυο μετάδοσης γνώσεων, πληροφοριών και γενικότερης παιδείας, που αποτελούσαν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας (ΜΜΕ) και εύχονταν μια γόνιμη συνεργασία ανάμεσα στο επίσημο σχολικό πρόγραμμα και το παράλληλο σχολείο.

⁴ Marshall McLuhan (1911-1980). Καναδός επικοινωνιολόγος. Ο εμπνευστής των όρων "Το μέσο είναι το μήνυμα" και το "Παγκόσμιο χωριό". Ο στοχαστής που μίλησε πρώτος για τον μαζικό πολιτισμό του «παγκόσμιου χωριού» καθιέρωσε τον όρο media όπως τον ξέρουμε σήμερα, ενώ προέβλεψε ακόμα και την εμφάνιση των ριάλιτι σόου! Τον αποκάλεσαν «αρχιερέα της μαζικής κουλτούρας» και «μεταφυσικό των media», κι αυτό γιατί προφήτευσε την ηγεμονία τους στην κοινωνία και την καταλυτική επίδρασή τους πάνω μας, με τον ίδιο να φαντάζει έτσι ένας από τους πλέον πρωτότυπους και οξυδερκείς μεταπολεμικούς στοχαστές.

Σε κάθε περίπτωση όπως γίνεται με οτιδήποτε γύρω μας έτσι και με την τηλεόραση θα πρέπει να έχουμε όλοι μας μια κριτική στάση αξιοποιώντας κυρίως το μυαλό και έπειτα τις γνώσεις μας στο τι θα δεχθούμε και τι όχι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: «ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ»

Δεδομένου ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, αποτελούν μέρος της ζωής μας και κατά πολλούς μάλιστα την εξουσιάζουν σε κάποιο βαθμό, κρίθηκε σκόπιμο στα πλαίσια της παρούσας εργασίας να γίνει μια σύντομη αναφορά σε αυτά, γεγονός που επιχειρείται με το παρόν πρώτο εισαγωγικό κεφάλαιο.

Σήμερα η τηλεόραση έχει μπει στη ζωή του ανθρώπου - έχει γίνει μια καθημερινή πραγματικότητα και αποτελεί το βασικότερο μέσο για ψυχαγωγία, ενημέρωση και διαπαιδαγώγηση μικρών και μεγάλων. Επηρεάζει την κοινωνική, πολιτική, πολιτιστική και οικονομική ζωή των ανθρώπων. Αποτελεί πρωτοποριακό επικοινωνιακό μέσο καθώς πετυχαίνει άμεση μεταβίβαση και πολλές φορές επιβολή μηνυμάτων κάθε είδους. Για τους λόγους αυτούς και άλλους πολλούς που θα διαπιστώσουμε στη συνέχεια, κρίθηκε σκόπιμο στο κεφάλαιο αυτό να παρουσιασθούν εν τάχει τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά αυτής.

1.1 Μ.Μ.Ε: ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ

Είναι κοινά αποδεκτό πως η εποχή που διανύουμε, αποτελεί την εποχή της πληροφορίας και των πολυμέσων, πρόκειται για μια περίοδο στην οποία τα μέσα μαζικής ενημέρωσης φαίνεται να διαδραματίζουν ρόλο βαρύνουσας σημασίας. Στο σημείο αυτό θα αναφερθούμε στο τι είναι Μ.Μ.Ε και ποια είναι αυτά.

Ο όρος Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης είναι σύνθετος και εμπεριέχει τρεις διαφορετικές έννοιες. α) το μέσο, β) το μαζικό, γ) την ενημέρωση. Με τον όρο «μέσο» εννοούμε τον τρόπο, τη μέθοδο, για την πραγματοποίηση ενός σκοπού. Επίσης ο συγκεκριμένος όρος έχει και τη σημασία του μεσολαβητή. π.χ αυτός που καταλυτικά παρεμβαίνοντας συντελεί στην επαφή και την επικοινωνία ατόμων μεταξύ τους ή ατόμων και γεγονότων, καταστάσεων και ιδεών.

Με την έννοια της «μάζας» εννοούμε ένα σύνολο ατόμων Το επίθετο μαζικός σαν προσδιορισμός στο ουσιαστικό ενημέρωση θέλει να δηλώσει πως τα μέσα αυτά έχουν χαρακτήρα «ανοικτό», δεν απευθύνονται δηλαδή σε μια «ελίτ», αλλά σε όλα τα

άτομα του έθνους, πράγμα που σημαίνει πως καθένας μπορεί, αφού έρθει σε επαφή μ' αυτά να αντλήσει τις πληροφορίες που περιέχουν.

Η έννοια της «ενημέρωσης» σημαίνει τη γνωστοποίηση γεγονότων και καταστάσεων, την παρουσίαση ιδεών και αντιλήψεων κάθε είδους με τρόπο περιγραφικό και αντικειμενικό π.χ. πολιτικών, οικονομικών, καλλιτεχνικών, επιστημονικών, κοινωνικών και φιλοσοφικών αντιλήψεων.

Ποια είναι όμως τα μέσα αυτά για τα οποία κάνουμε λόγο; Μπορούμε να τα διακρίνουμε στις ακόλουθες κατηγορίες: α) η τηλεόραση, β) το ραδιόφωνο και γ) ο τύπος, ο οποίος χωρίζεται σε ημερήσιο (εφημερίδες) και περιοδικό (περιοδικά ποικίλης ύλης, ειδικού ενδιαφέροντος). Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφέρουμε πως ο διάσημος μελετητής των Μ.Μ.Ε Μάρσαλ Μακ Λούχαν στην κατηγορία των Μ.Μ.Ε πρόσθετε ακόμα κι οτιδήποτε μπορούσε να μεταδώσει πληροφορίες λ.χ. τον προφορικό λόγο κ.α.

Κύριος στόχος των Μ.Μ.Ε είναι η αντικειμενική πληροφόρηση και διαφώτιση των πολιτών με συνέπεια και υπευθυνότητα ενώ συγχρόνως αποτελούν ένα σημαντικότατο όργανο επηρεασμού του λαού. Γι' αυτό εξάλλου τα Μ.Μ.Ε και ειδικά ο τύπος έχουν χαρακτηριστεί ως η Τέταρτη Εξουσία⁵.

Ωστόσο αναφέραμε ήδη ότι τα Μ.Μ.Ε δεν απευθύνονται σε κλειστές «ελίτ», αλλά σε ολόκληρο το κοινωνικό σύνολο, γεγονός που αφενός αποτελεί ένα από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματά τους κι αφετέρου προϋποθέτει την παροχή της πληροφορίας κατά τρόπο ανεπιτήδευτο, απλό και κατανοητό.

Επίσης η υποκειμενική κριτική επεξεργασία της πληροφορίας πρέπει να γίνεται μόνο μετά την αντικειμενική της παρουσίαση ενώ η πληροφόρηση δε θα πρέπει να καλύπτει ένα τομέα ή ένα έθνος αλλά να είναι σφαιρική.

Τέλος απαραίτητες προϋποθέσεις για τα Μ.Μ.Ε είναι οι ακόλουθες:

1. Ο σεβασμός προς τον αναγνώστη ή τον ακροατή.
2. Η ελευθερία από κρατικές ή κομματικές πηγές.
3. Η υπηρεσία ατόμων ικανών.

⁵ Αναλυτική αναφορά στο ρόλο των Μ.Μ.Ε ως Τέταρτη Εξουσία θα κάνουμε στη συνέχεια του κεφαλαίου.

4. Ο βαθμός οργάνωσης (π.χ. οι διασυνδέσεις με υπεύθυνες πηγές του εξωτερικού που θα μεταβιβάζουν αντικειμενικά, σωστά και γρήγορα τις πληροφορίες).
5. Η υποστήριξη από το κράτος (Σκλαβούνης, 1998).

1.2 Μ.Μ.Ε: ΠΟΙΑ Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΣ

Η προσφορά τους σε εμάς τους δέκτες των Μ.Μ.Ε περιλαμβάνει τις παρακάτω ευρείες κατηγορίες:

Ενημέρωση

Πρωταρχικός σκοπός λειτουργίας τους είναι να ενημερώνουν έγκαιρα και έγκυρα, να μεταδίδουν δηλαδή κάθε είδους μηνύματα, πληροφορίες και ειδήσεις. Μηνύματα και πληροφορίες για οικονομικές δραστηριότητες και συναλλαγές κρατών και ιδιωτών, για διεκπεραίωση προσωπικών υποθέσεων, για διεθνείς πολιτικές εξελίξεις, για φυσικά συμβάντα, για επιτεύγματα της επιστήμης, για σημαντικά καλλιτεχνικά γεγονότα και αθλητικές εκδηλώσεις, μηνύματα για κάθε αξιόλογη ενέργεια, οπουδήποτε και αν συνέβη. Και η πληθώρα αυτή των πληροφοριών αφού υποστεί την «κατάλληλη» επεξεργασία, πρέπει να μεταδοθεί και να αναμεταδοθεί αστραπιαία, για να καλυφθεί η συνεχής ροή, η αλληλοδιαδοχή των γεγονότων απ' όλα τα μήκη και τα πλάτη του πλανήτη μας. Και αυτό είναι ένα από τα κύρια μελήματα των σύγχρονων μέσων πληροφόρησης, να εκμηδενίσουν την απώλεια χρόνου ανάμεσα στο γεγονός και στη γνωστοποίησή του. Για να έχουμε πλήρη και άμεση ενημέρωση, έπρεπε οι μέχρι πρότινος τοπικοί και χρονικοί φραγμοί να «σπάσουν». Και «έσπασαν».

Τα αποτελέσματα υπήρξαν θεαματικά. Ένας ολόκληρος κόσμος εμφανίζεται καθημερινά μπροστά στα μάτια του τηλεθεατή. Συνδιασκέψεις και αποφάσεις πολιτικών ηγετών, διαλέξεις επιστημόνων, τεχνολογικά επιτεύγματα, κοινωνικές αναταραχές, κυβερνητικές κρίσεις, οικολογικές καταστροφές, αποτρόπαιες πράξεις, πολεμικές συγκρούσεις και οτιδήποτε μπορεί να προκαλέσει το ενδιαφέρον του σύγχρονου ανθρώπου προβάλλονται με τέτοια ένταση και αμεσότητα, που δημιουργείται η ψευδαίσθηση της συμμετοχής του σ' αυτά. Δεν είναι λίγες οι φορές που ο ακροατής ή τηλεθεατής δεν αρκείται μόνο στην παθητική παρακολούθηση,

αλλά ταυτίζεται με ορισμένα πρόσωπα ή πρότυπα ζωής, συγκατατίθεται ή αποδοκιμάζει όσα ακούει και βλέπει, χαίρεται ή λυπάται. Ειδικοί με κρίσεις, σχόλια, αναλύσεις και συζητήσεις επιχειρούν να αποκαλύψουν και να φωτίσουν την αθέατη πλευρά των γεγονότων. Η οπτικοακουστική επικοινωνία μας επιτρέπει, με την ίδια σχεδόν ευκολία, μια απευθείας επαφή με όσα διαδραματίζονται, είτε στη χώρα μας είτε στα πέρατα της οικουμένης.

Οικουμενικότητα

Εκατομμύρια άνθρωποι μπορούν να βλέπουν την ίδια στιγμή - συχνά τη στιγμή που γίνεται - ένα γεγονός ή να ακούν ταυτόχρονα τον ίδιο ομιλητή. Κανείς, ποτέ έως τώρα, δεν κατόρθωσε να προσηλώσει την προσοχή, να στρέψει τη σκέψη και το ενδιαφέρον εκατομμυρίων ανθρώπων στο ίδιο γεγονός και να τους κάνει να νιώσουν τα ίδια ή παρόμοια συναισθήματα. Το κατόρθωσαν τα σύγχρονα ηλεκτρονικά μέσα μαζικής ενημέρωσης. Βρισκόμαστε μπροστά σε ένα καινοφανές για την ανθρωπότητα γεγονός, την οικουμενικότητα, που τα αποτελέσματά του δεν έχουν ούτε μπορεί ακόμη να εκτιμηθούν ακριβώς, επειδή βρίσκονται σε εξέλιξη.

Οι παραδοσιακές πολιτιστικές διαφορές βαθμιαία εκλείπουν, για τα προβλήματα και τις αγωνίες των κατοίκων και της πιο απομακρυσμένης περιοχής του πλανήτη μας εκφράζουμε όλοι τη συμπάθεια μας και την αλληλεγγύη μας, συχνά μάλιστα έμπρακτα. Όλο και περισσότερο κατανοούμε πως, ότι συμβαίνει στην περιοχή μας, στην ήπειρό μας, στον πλανήτη μας, μας αφορά άμεσα ή έμμεσα. Είναι θαυμάσιο να συνειδητοποιεί κάποιος πως η ζωή όλων των ανθρώπων είναι αλληλένδετη. Σήμερα μας ενώνουν τα κοινά προβλήματα, αύριο ίσως να αναζητήσουμε κοινές λύσεις, παραβλέποντας τις διαφορές και τις μέχρι τώρα διακρίσεις. Δεν είμαστε πια μόνο πολίτες μια χώρας, αλλά πολίτες της Οικουμένης. Διαμορφώνουμε οικουμενική συνείδηση. «Η υδρόγειος σφαίρα μας, δεν είναι πια παρά ένα πλανητικό χωριό»⁶.

⁶ βλ. προηγούμενη υποσημείωση αριθ. 4.

Πολιτικοποίηση — Κοινωνικοποίηση

Με τους όρους αυτούς εννοούμε τις διάφορες τεχνικές και διαδικασίες με τις οποίες ο άνθρωπος, ιδιαίτερα το παιδί και ο νέος, μαθαίνει το πολιτικό φαινόμενο, εντάσσεται και προσαρμόζεται στο κοινωνικό σύνολο. Είναι προφανής ο ρόλος των οπτικοακουστικών μέσων στη διαδικασία αυτή. Έννοιες, όπως κράτος, νόμος, εξουσία, θεσμός, δικαιοσύνη, ελευθερία γίνονται γνωστές σε πολλούς, για πρώτη ίσως φορά, από τους εκφωνητές ή από τα προβαλλόμενα στα μέσα αυτά έργα. Μαθαίνουν για τις πολιτικές διαδικασίες, τους αγώνες για την κατάκτηση ή τη διατήρηση της εξουσίας, τη δράση των κοινωνικών ομάδων, την κοινωνική αδικία, για τα κόμματα και τα προγράμματα τους, τις αποφάσεις των κυβερνήσεων, τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα του πολίτη, για τις διεθνείς πολιτικές εξελίξεις. Η πολιτική κοινωνικοποίηση των παιδιών σ' αυτή την περίπτωση είναι, κατά κανόνα, «λανθάνουσα». Αυτό σημαίνει ότι οι κοινωνικοποιούμενοι, δηλαδή τα παιδιά, δε συνειδητοποιούν ότι τα μηνύματα μέσα από τα οποία έρχονται σε επαφή με την πολιτική είναι πολιτικά ή έχουν πολιτική δυναμικότητα. Επηρεάζουν, ωστόσο, καθοριστικά τη διαμόρφωση της κατοπιτής πολιτικής συμπεριφοράς.

Στηρίζουν τη δημοκρατία

Βασικό χαρακτηριστικό της δημοκρατίας είναι η δυνατότητα που έχει ο πολίτης να εκφράζεται ελεύθερα. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι το βήμα από το οποίο εκφράζεται. Από το ραδιόφωνο, από την τηλεόραση, αλλά και από τις σελίδες του τύπου, ο πολίτης μπορεί να εκφράσει απόψεις, να διακηρύξει ιδέες και να υπερασπιστεί πολιτικές πεποιθήσεις. Μπορεί, επίσης, να κρίνει την πολιτική ηγεσία, να στηλιτεύσει αυθαιρεσίες της, να διατυπώσει προτάσεις για τη λύση προβλημάτων, να διεκδικήσει την ικανοποίηση δίκαιων αιτημάτων του και να υπερασπιστεί δικαιώματα του. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, ωστόσο, δεν είναι μόνο μέσο έκφρασης του πολίτη, αλλά και βασικός παράγοντας που συμβάλλει στη διαμόρφωση της άποψης του, αφού αυτά του προσφέρουν τις πληροφορίες και τις γνώσεις που είναι απαραίτητες, για να αποκρυσταλλώσει γνώμη για τα γεγονότα της δημόσιας ζωής. Η σχέση, λοιπόν, των μέσων μαζικής ενημέρωσης με τη δημοκρατία είναι τόσο στενή, ώστε η καλή λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος να εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την καλή λειτουργία των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Μόρφωση

Ανεξάντλητη και σημαντική είναι η μορφωτική δύναμη των ραδιοτηλεοπτικών μέσων. Τα μορφωτικά μηνύματα που εκπέμπονται, επειδή συνδυάζουν την εικόνα με το λόγο, αποκτούν ιδιαίτερα αυξημένη αποτελεσματικότητα. Η οπτικοακουστική μέθοδος, που θεωρείται, σύμφωνα με τη σύγχρονη διδακτική, αναγκαίος όρος πρόσληψης του μορφωτικού αγαθού, αποτελεί εγγενή ιδιότητα και πλεονέκτημα της τηλεόρασης. Αν δε σ' αυτό το πλεονέκτημα προσθέσουμε το εύρος και την ποικιλία των γνωστικών αντικειμένων που παρουσιάζονται, εύκολα αντιλαμβάνεται κάποιος την απεριόριστη μορφωτική της δύναμη. Επίσης, ειδικοί επιστήμονες παρουσιάζουν και αναπτύσσουν τις απόψεις τους «επί παντός του επιστητού» (για καθετί που μπορούμε να γνωρίσουμε), πνευματικοί άνθρωποι αναλύουν με πρωτότυπο και ενδιαφέροντα τρόπο επίκαιρα θέματα, προβάλλονται επιτεύγματα της επιστήμης, αναβιώνουν στην οθόνη ιστορικά γεγονότα και προσωπικότητες που σφράγισαν με το έργο τους την πορεία της ανθρωπότητας. Η καλλιτεχνική δημιουργία κάθε εποχής και κάθε κοινωνίας γίνεται γνωστή σ' όλους τους ανθρώπους. Ρεπορτάζ παρουσιάζουν παραστατικά και ερμηνεύουν πειστικά ότι αξιόλογο και ενδιαφέρον έχει σχέση με τη φύση και τον πολιτισμό, τον άνθρωπο και τους λαούς.

Η μετάδοση αυτών των γνώσεων συντελεί στην πνευματική και ψυχική καλλιέργεια, αναπτύσσει την ευαισθησία μας. Μορφωνόμαστε. Το έργο, λοιπόν, της συστηματικής παιδείας, που προσφέρεται από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα στο σύγχρονο άνθρωπο, υποβοηθείται και συμπληρώνεται από τα μορφωτικά προγράμματα των ραδιοτηλεοπτικών μέσων.

Ψυχαγωγία

Πολλά από τα τηλεοπτικά μορφωτικά μηνύματα εμπεριέχουν και στοιχεία ψυχαγωγίας. Η ψυχαγωγία, ως αγωγή της ψυχής, έχει άρρηκτη σχέση και με τη γνώση, κυρίως όμως, με την έκφραση του ωραίου σ' όλες τις μορφές της τέχνης, εικαστικές, τονικές, μιμικές. Το ωραίο διεγείρει τα συναισθήματά μας, προκαλεί συγκινήσεις και ευχάριστες ή δυσάρεστες ψυχικές καταστάσεις οι οποίες συντελούν στη διάπλαση του εσωτερικού μας κόσμου. Σ' αυτό, άλλωστε, βρίσκεται και η μορφωτική αξία της τέχνης.

Ένα μεγάλο πλήθος ανθρώπων που, για διάφορους λόγους, δεν έχει τη δυνατότητα να δει, να γνωρίσει, να θαυμάσει και να χαρεί από κοντά τα αριστουργήματα της παγκόσμιας καλλιτεχνικής δημιουργίας ικανοποιεί την ανάγκη αυτή παρακολουθώντας κατάλληλες τηλεοπτικές εκπομπές. Έργα της κλασικής, της νεότερης και σύγχρονης γλυπτικής και αρχιτεκτονικής, παραστάσεις με τα ωραιότερα έργα της δραματικής τέχνης, συναυλίες, χορός, εκθέσεις ζωγραφικής, ακόμη και λογοτεχνικά έργα παρουσιάζονται από την τηλεόραση. Δίνεται, έτσι, μοναδική ευκαιρία σε εκατομμύρια ανθρώπους να γνωρίσουν τη γοητεία της τέχνης, να ψυχαγωγηθούν και να περάσουν διασκεδάζοντας μερικές από τις ώρες του ελεύθερου χρόνου τους. Κινηματογραφικές υπερπαραγωγές, αθλητικό θέαμα, τηλεοπτικές σειρές και παιχνίδια, έργα επιστημονικής φαντασίας, έργα με περιπέτεια και δράση κρατούν αμείωτο το ενδιαφέρον των θεατών, τους κάνουν να λησμονούν τις καθημερινές έγνοιες και τους μεταφέρουν σ' έναν κόσμο φανταστικό. Υποσυνείδητα δε, ταυτίζονται με ένα ή περισσότερα από τα πρόσωπα που πρωταγωνιστούν, ζουν μαζί τους τους κινδύνους, τις χαρές, τις κακοτυχίες και συμπάσχουν μ' αυτά. Η μικρή οθόνη βοηθάει, με αυτό τον τρόπο, τον άνθρωπο να ξεφεύγει όχι μόνο από τις καθημερινές έγνοιες, αλλά και από τον ίδιο του τον εαυτό, να γίνεται δηλαδή ένας άλλος άνθρωπος (Κούτρας, 1996).

1.3 Η «ΤΕΤΑΡΤΗ ΕΞΟΥΣΙΑ»

Ποια είναι η λεγόμενη «Τέταρτη Εξουσία»⁷ και που αναφέρεται; Οι βασικές μορφές εξουσίας που απαρτίζουν το πολιτειακό σύστημα της χώρας μας είναι τρεις: η νομοθετική, η εκτελεστική και η δικαστική. Ο όρος αυτός αρχικά αναφερόταν στον Τύπο, δεδομένου ότι αποτελούσε για μεγάλο χρονικό διάστημα στο παρελθόν, το μόνο μέσο. Ως «Τύπος»⁸ χαρακτηριζόταν μόνο το κομμάτι της έντυπης επικοινωνίας αρχικά.. Στη συνέχεια όμως, με την ανάπτυξη και των υπολοίπων μέσων όπως το

⁷ Το 1748 ο Μοντεσκιέ στο έργο του «Το πνεύμα των νόμων» διατύπωσε σε θεωρητικό επίπεδο τη διάκριση των τριών εξουσιών, την εκτελεστική, τη νομοθετική και τη δικαστική. Λίγα χρόνια αργότερα ο Άγγλος φιλόσοφος και πολιτικός Έντμοντ Μπεργκ χαρακτήρισε τον Τύπο «τέταρτη εξουσία».

⁸ Στις μέρες μας ως «Τύπος» έχει επικρατήσει να αποκαλείται το σύνολο των μέσων ενημέρωσης ενός τόπου, ανεξαρτήτως μορφής.

ραδιόφωνο, η τηλεόραση, αλλά και το internet τελευταία, ο όρος Τέταρτη Εξουσία, χαρακτηρίζει τα Μ.Μ.Ε. γενικότερα.

Ο Τύπος ήταν από το 18ο αιώνα η τέταρτη κρατική εξουσία. Του απέδιδαν τον έλεγχο των τριών άλλων. Εξακολουθεί να είναι ο άγρυπνος κριτής για τις ενέργειες των αρχών, ο διεκδικητής για τα διάφορα κοινωνικά στρώματα, η έκφραση για τα προγράμματα που έχουν τα πολιτικά κόμματα και οι διάφορες ιδεολογίες και, σε κάποιο μέτρο, η πολιτική αγωγή των πολιτών. Όργανο διαφώτισης και μέσο καταπίεσης, οι εφημερίδες ήταν για πολύ καιρό στα ελεύθερα πολιτεύματα δυνάμεις που η επίδραση τους στη λειτουργία των θεσμών και στη δράση των κυβερνήσεων δεν μπορούσε να παραγνωρισθεί. Είναι βέβαιο πως σήμερα η πολιτική επίδραση του Τύπου μειώθηκε πολύ με την εξασθένηση των κοινοβουλευτικών θεσμών. Οι εφημερίδες είναι, φυσικά, απολιτικές: πρώτα στο περιεχόμενο τους με τον πολλαπλασιασμό των απολιτικών τίτλων έπειτα, επειδή διαπίστωναν πως οι αναγνώστες τους ήταν πιο αδιάφοροι στις κομματικές διενέξεις ακόμα συνειδητοποιούσαν πως τα πιο δραστικά πολιτικά μηνύματα τα χρησιμοποιούσε από δω και πέρα το ραδιόφωνο κι η τηλεόραση. Ωστόσο μένει, από δω και πέρα, πιο διάχυτη η επίδραση των εφημερίδων στην πολιτική συνείδηση των αναγνωστών τους που δεν είναι λιγότερο υπολογίσιμη: με το να τους βοηθά, να ξεκαθαρίζουν τις προτιμήσεις τους και να τους επηρεάζει έμμεσα στον τρόπο της ζωής τους, με το να τους παρουσιάζει κάποια όψη του κόσμου, ο τύπος, ενισχύει ή αδυνατίζει τις προκαταλήψεις τους και τις συμπάθειες τους, προσανατολίζει τις απαιτήσεις τους, συντηρεί τη φιλοπατρία τους και συνολικά εξακολουθεί να διαμορφώνει τις γνώμες τους (Αλμπέρ, 1960).

Ο Τύπος στις δημοκρατικές χώρες αποτελεί έκφραση της ελευθερίας της γνώμης και αποτελεί το βασικό κοινωνικό όργανο για την αναζήτηση και τον φωτισμό της αλήθειας των πραγμάτων. Σε μια στέρεη Δημοκρατία, ο Τύπος συνιστά την «τέταρτη εξουσία». Σε μια Δημοκρατία υπό αδιάκοπη κρίση, όπως είναι οι περισσότερες από τις λίγες αυθεντικές Δημοκρατίες των καιρών μας, ο Τύπος κατορθώνει να γίνει η «πρώτη εξουσία». Και όχι μονάχα αυτό: κατορθώνει στο τέλος να κυβερνά μια χώρα, δίχως να συμερίζεται τις ευθύνες της διακυβέρνησης, χωρίς να τιμωρείται από τον λαό για τ' ανομήματά του, όπως ο οποιοσδήποτε πολιτικός. Άλλοτε ο Τύπος πληροφορούσε και μαζί γινόταν το βήμα της αλήθειας. Τώρα πληροφορεί όταν θέλει, κι όταν δε θέλει συσκοτίζει. Πληροφορεί λέγοντας τη μισή αλήθεια, γιατί αυτή η

απόκρυψη βοηθάει την πολιτική τοποθέτησή του και υπηρετεί τα συμφέροντα που εκφράζει. Ο Τύπος οφείλει να βοηθάει την πολιτική εξουσία με καλή πίστη κι εντιμότητα. Όχι να τον υποδουλώνει στην υπηρεσία του και να εκβιάζει με τρόπο έμμεσο ώστε διάφορα θέματα να λάβουν τη λύση που εκείνος θέλει. Ο Τύπος είναι όργανο της αλήθειας κι εκφράζει τον πολιτισμό και την ευγένεια ενός λαού. Δεν είναι όργανο εξουσίας που εκφράζει μερικές φορές τις πιο χαμηλές, σκοτεινές αρέσκειες του λαού. Αυτή η «μέθη» της δύναμης και η «δίψα» της απόλυτης εξουσίας οδηγούν τον Τύπο προς ολοκληρωτικές, φασιστικές αντιλήψεις της ζωής. Δημιουργούν παραισθήσεις κι επιφέρουν τέτοιες αλλοιώσεις στον οργανισμό ενός λαού ώστε να κινδυνεύει σοβαρά η ηθική του υγεία και να αποκόβεται συστηματικά από την αλήθεια των πραγμάτων. Ο Τύπος, όταν από όργανο φωτισμού γίνεται όργανο προπαγάνδας, κι όταν αυτή η προπαγάνδα εισχωρεί μέσα στις «ειδήσεις», μέσα στην αλήθεια των γεγονότων για να την εξαρθρώσει, τότε ο λαός βυθίζεται στη βαρβαρότητα. Βυθίζεται μαζί με όλα τα τεχνολογικά του επιτεύγματα και μ' όλες τις φανταχτερές δημοκρατικές του υποκρισίες, στο ψεύδος που τον αποσυσχετίζει από τη ζωή. Αυτά δεν ισχύουν για το σύνολο του Τύπου των καιρών μας· ισχύουν όμως ως γενικευτικές θέσεις και ως πικρότατες διαπιστώσεις και δεν είναι η ώρα τώρα να αναρωτηθούμε πώς ο Τύπος της εποχής μας, ενώ υπηρετεί πρόθυμα δικτατορίες και ολοκληρωτισμούς που εξουθενώνουν τους λαούς, ύστερα αρπάζει το «αντιστασιακό» φωτοστέφανο και με φασιστική νοοτροπία αξιώνει να επιβάλλει, όχι μόνο τις απόψεις του αλλά και την «αλήθεια» για πρόσωπα και πράγματα.

Στ' αλήθεια η κρίση της Δημοκρατίας των καιρών μας εκφράζεται ακαριαία στο φασιστικό φρόνημα του «δημοκρατικού» Τύπου και στην άσβεστη δίψα για δύναμη και εξουσία. Το φρόνημα αυτό οι τίμιοι και ισχυροί άνθρωποι οφείλουν να το συντρίψουν ώστε να καταλυθεί η αντίφαση της Δημοκρατίας που, ενώ αίρει μεγαλόδωρα την τρομοκρατία του Τύπου από οποιαδήποτε εξουσία, δέχεται ή ανέχεται ο Τύπος πλέον να τρομοκρατεί και τους πολίτες και τους πολιτικούς (Τσιρόπουλος).

Ο σημαντικός ρόλος που διαδραματίζουν τα Μ.Μ.Ε. σε όλες τις σφαίρες της κοινωνικής ζωής και η ραγδαία ανάπτυξη των ηλεκτρονικών μέσων αποτελεί τον κύριο λόγο για τον οποίο τα Μ.Μ.Ε. είναι στόχος των πολιτικών και οικονομικών συγκροτημάτων. Τα πλείστα Μ.Μ.Ε. και ιδιαίτερα τα μεγάλα που αποτελούν ισχυρές οικονομικές επιχειρήσεις, έπαψαν να λειτουργούν ως «τέταρτη εξουσία» και έχουν

μετατραπεί σε εξουσία, οικονομική, πολιτική ενίοτε και δικαστική, με τις διασυνδέσεις και διαπλοκές που υπήρξαν και υπάρχουν σε διάφορα επίπεδα. Έχουν μετατραπεί, ή πιο ορθά τα έχουν μετατρέψει οι ιδιοκτήτες τους σε μέρος της οικονομικής και πολιτικής εξουσίας (ΥΠΠΚ & ΚΥΠΕ, 2011).

1.4 Η ΑΝΑΚΑΛΥΨΗ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

Αν θα μπορούσαμε να δώσουμε έναν πρώτο ορισμό για την τηλεόραση τότε ως τηλεόραση ορίζεται η μετάδοση, η μεταβίβαση εικόνων σε μεγάλες αποστάσεις με τη βοήθεια ηλεκτρονικών μέσων (Μπουλογιώργος & Πρεβέντα, 1999).

Η λέξη τηλεόραση πρωτοεμφανίστηκε τον Ιούνιο του 1907 στο τεύχος του Scientific American⁹. Μέχρι τότε, τα πειράματα στη μετάδοση της εικόνας, τα ονόμαζαν «οπτικό ραδιόφωνο» και «ηλεκτρική όραση».

Το τηλέφωνο του Alexander Graham Bell και ο τηλεγράφος του Samuel F.B. Morse συνέλαβαν στην ιδέα του να σταλούν ηλεκτρικά μηνύματα σε μεγάλες αποστάσεις. Η πρώτη μεγάλη τεχνολογική ανακάλυψη που απέδειξε ότι και οι εικόνες μπορούν να μεταφέρονται ήταν το Nipkow disk. Ο εικοσιτετράχρονος Paul Nipkow πήρε την πατέντα του «ηλεκτρονικού τηλεσκοπίου» στη Γερμανία το 1884.

Αυτός ο δίσκος, ο οποίος αποτέλεσε τη βάση για την ανάπτυξη της τηλεόρασης κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1920, ήταν περίπου στο μέγεθος του δίσκου του φωνογράφου, διαπερασμένος από ένα σπινάλ με μικρές τρύπες.

«Μια ακτίνα φωτός περνά μέσα από αυτές τις σχισμές, καθώς ο δίσκος περιστρέφεται, κι έτσι το φως δημιουργεί μια κίνηση ανάλογη με τις κινήσεις των ματιών πίσω και εμπρός κατά μήκος μιας τυπωμένης σελίδας», εξηγεί ο Erik Barnouw¹⁰. «Η συσκευή θεωρήθηκε αμέσως ένας τρόπος μετάδοσης εικόνων μέσω καλωδίου με τη μορφή μιας σειράς κουκίδων ποικίλων εντάσεων». Ωστόσο ο Nipkow δεν είχε αρκετά χρήματα για να διατηρήσει την πατέντα στο ηλεκτρικό τηλεσκόπιο, έτσι το άφησε να παραγραφεί. Πάντως, γενικά θεωρείται ως ο εφευρέτης αυτού του μηχανικού συστήματος που αναπαράγει εικόνες κινούμενων αντικειμένων (Biagi, 1998).

⁹ Το Scientific American, είναι διεθνές μηνιαίο περιοδικό επιστήμης και κυκλοφορεί από το 1845. στη διάρκεια της κυκλοφορίας του υπήρξε για τους αναγνώστες του «ένα πολύτιμο βοήθημα όχι μόνο για διεύρυνση των γνώσεών τους ή για επέκταση της επιστημονικής μόρφωσής τους, αλλά και για τη διαμόρφωση επιστημόνων-πολιτών κοινωνιών της επιστημονικής μεθοδολογίας, απαλλαγμένων κατά το δυνατόν από φανατισμούς και προκαταλήψεις», όπως έγραψε ο επιστημονικός διευθυντής του.

¹⁰ Erik Barnouw (1908-2001). Αμερικάνος Ιστορικός των Μ.Μ.Ε.

1.5 Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Όλα ξεκίνησαν 3 Σεπτεμβρίου του 1960 στις 8 το βράδυ στον χώρο της Διεθνούς Έκθεσης της Θεσσαλονίκης όπου ο τότε πρωθυπουργός Κωνσταντίνος Καραμανλής εγκαινίαζε τη ΔΕΘ. Εκείνη την ώρα όμως μέσα στο στούντιο που βρισκόταν μέσα στο χώρο της έκθεσης, έβγαινε στον αέρα το πρώτο ολοκληρωμένος ελληνικό τηλεοπτικό πρόγραμμα με δανεικά μηχανήματα από το σταθμό τηλεόρασης της αμερικανικής βάσης του Ηρακλείου Κρήτης, του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου, του Μαιευτηρίου «Αλεξάνδρα» και της εταιρίας «Φίλιπς».

Το ειδικό αυτό τηλεοπτικό πρόγραμμα εξέπεμπε για είκοσι δύο ημέρες, μ'ένα πολύπλευρο θεματικό εκπομπών και μ'ένα επιτελείο τεχνικών και δημοσιογράφων. Από τεχνικής πλευράς ο πομπός του έκτακτου αυτού τηλεοπτικού σταθμού είχε ισχύ 500W και κάλυπτε μια ακτίνα 50 περίπου χλμ. γύρω από τη Θεσσαλονίκη.

Δύο χρόνια αργότερα η ΔΕΗ από το κτίριο της οδού Χαλκοκονδύλη 28, με έναν ερασιτεχνικού τύπου τηλεοπτικό σταθμό άρχισε να εκπέμπει τηλεοπτικό πρόγραμμα προβάλλοντας διάφορα ντοκιμαντέρ καθώς επίσης και ταινίες βωβού αμερικανικού κινηματογράφου. Ο σταθμός αυτός όμως έπαψε να λειτουργεί, μετά από ένα σύντομο χρονικό διάστημα, επειδή το δικαίωμα παραγωγής ελληνικού τηλεοπτικού προγράμματος ανήκε στην ΕΙΡ¹¹ βάσει της Συνταγματικής Πράξης 54/15.6.1945.

Το 1964 και με την ευκαιρία των γάμων του τότε διαδόχου Κωνσταντίνου με την Άννα-Μαρία, «στήθηκε» ένας μικρός πομπός με κεραία στο Λυκαβηττό, ο οποίος και μετέδωσε τους βασιλικούς γάμους σε μικρή ακτίνα 8 χλμ. Ο πομπός αυτός στη συνέχεια μεταφέρθηκε στο Ζάππειο όπου με τη βοήθεια των τεχνικών του ΕΙΡ, άρχισε να προβάλλει ελληνικά επίκαιρα και ταινίες της Αμερικανικής Υπηρεσίας Πληροφοριών.

¹¹ Το Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας (Ε.Ι.Ρ.) ήταν ο κρατικός φορέας που διαχειρίστηκε την ελληνική κρατική ραδιοφωνία (αρχικά, ως πρώην Α.Ε.Ρ.Ε. (κατά τη διάρκεια της κατοχής) και πρώην Υ.Ρ.Ε. (προπολεμικά), και την κρατική τηλεόραση (στη συνέχεια), ως «Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας και Τηλεόρασης» (Ε.Ι.Ρ.Τ.), από το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου μέχρι και το 1987. Κατείχε το αποκλειστικό δικαίωμα εκπομπής, μαζί με την Υπηρεσία Ενημερώσεως Ενόπλων Δυνάμεων (Υ.ΕΝ.Ε.Δ.) μέχρι το 1987. Με το νόμο 1730/1987 η Υ.ΕΝ.Ε.Δ. και το Ε.Ι.Ρ.Τ. συγχωνεύτηκαν και ιδρύθηκε νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου για τη ραδιοφωνία και την τηλεόραση, που λειτουργεί με τη μορφή ανώνυμης εταιρίας με έδρα την Αθήνα (ως Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση Α.Ε.).

Το 1965 με πρωτοβουλία του ταγματάρχη Μιχάλη Κουρούπου και με τη συνδρομή του εμπορικού αντιπροσώπου της εταιρίας URANIA¹², δημιουργήθηκε από το λοχαγό Χρήστο Καρασεβδά, ένα μικρό στούντιο που έμελε να είναι και η απαρχή σοβαρών ενεργειών για την καλλιέργεια της ελληνικής τηλεόρασης.

Στις 21 Σεπτεμβρίου 1965 με δανεικό τηλεοπτικό θεματικό από τις πρεσβείες της Αμερικής και της Γαλλίας και με το πρώτο συγκροτημένο ελληνικό τηλεοπτικό επιτελείο που αποτελούνταν από τους Γιώργο Κάρτερ, Γιώργο Αναστασόπουλο και Γιώργο Δαμπάση, εκπέμπει η πρώτη δοκιμαστική τεχνική εκπομπή από το στούντιο που βρισκόταν στο μέγαρο του ΟΤΕ, της οδού Σεπτεμβρίου, ενώ στις 23 Φεβρουαρίου το επίσημο ελληνικό τηλεοπτικό πρόγραμμα αρχίζει να ενθουσιάζει και να γοητεύει.

Στις 18.30 ακριβώς η φράση της Ελένης Κυπραίου «Καλησπέρα σας. Από σήμερα το ΕΙΡ καθιερώνει...», καθιλώνει τους πρώτους Έλληνες τηλεθεατές, ενώ ο ιθύνων «νους» του προγράμματος ο δημοσιογράφος Γιώργος Κάρτερ δέχεται ήδη τα πρώτα συγχαρητήρια από τον υφυπουργό Τύπου Τάσο Γεωργίου ο οποίος και παρακολουθούσε την πρώτη επίσημη εκπομπή της ελληνικής τηλεόρασης.

Η ελληνική τηλεόραση (ΕΙΡ) «τρέχει» πλέον σε πολύπλευρα αναπτυξιακά όψη. Στις 11 Απριλίου του 1966 το πρώτο τηλεοπτικό δελτίο ειδήσεων («Τηλεφημερίδα») με τίτλο «Ηχώ των γεγονότων» βγαίνει στον αέρα. Σχεδόν ταυτόχρονα με το ΕΙΡ άρχισε να οργανώνεται από τον στρατό και δεύτερο κανάλι, η Τηλεόραση Ενόπλων Δυνάμεων (ΤΕΔ), που άρχισε να εκπέμπει λίγες ημέρες μετά το ΕΙΡ, στις 27 Φεβρουαρίου.

Εκτός από τις ειδήσεις, που άρχισαν να μεταδίδονται από τον Απρίλιο σχεδόν αποκλειστικά με ξένα θέματα, στους σταθμούς υπήρχε ελάχιστο ζωντανό πρόγραμμα και καθόλου ελληνικά έργα μυθοπλασίας. Γρήγορα, πάντως, άρχισαν να μεταδίδονται και αθλητικές εκπομπές όπως η «Αθλητική Κυριακή» με τον Γιάννη Διακογιάννη. Παρά την προσπάθεια των υπευθύνων δεν μεταδίδονταν ελληνικές ταινίες, λόγω της άρνησης των παραγωγών, να δώσουν άδεια μετάδοσης (Δάμπασης, 2002). Γενικότερα όμως και για τα δύο κανάλια οι πόροι και το προσωπικό ήταν πολύ περιορισμένα τα πρώτα χρόνια.

¹² Η Ιταλική εταιρεία τηλεοράσεων "Urania", η οποία θα ήταν και η χορηγός εταιρεία ενισχύοντας οικονομικά την προσπάθεια.

Τα δημόσια δίκτυα, αφού πέρασαν το στάδιο του πειραματισμού, ακολουθούσαν από το 1968-1969, όταν άρχισαν να εκπέμπουν πλήρες πρόγραμμα, την τυπική στη Δύση δομή με ψυχαγωγία και ενημέρωση. Οι εκπομπές διαρκούσαν 6-8 ώρες την ημέρα, το μεσημέρι και, μετά από ένα απογευματινό διάλειμμα, το βράδυ. Σταδιακά το πρόγραμμα και στα δύο κανάλια, αλλά πολύ περισσότερο στην ΤΕΔ, που το 1970 μετονομάστηκε σε Υπηρεσία Ενημερώσεως των Ενόπλων Δυνάμεων (ΥΕΝΕΔ) και είχε την εύνοια του καθεστώτος σαν στρατιωτικό κανάλι (Δάμπασης, 2002), εμπλουτίστηκε με ενημερωτικές/προπαγανδιστικές εκπομπές, αθλητικές μεταδόσεις, τοκ σόου, ζωντανό πρόγραμμα, θέατρο, μουσική και παιχνίδια. Τα δελτία ειδήσεων είχαν ωστόσο πολύ λόγο και σχετικά λίγη εικόνα.

Το Απρίλιο του 1970 μεταδόθηκε το πρώτο ελληνικό σίριαλ, το «Σπίτι με τον Φοίνικα», ενώ γρήγορα εμφανίστηκαν δεκάδες άλλα με αρκετή απήχηση στο κοινό, το οποίο μεγάλωνε συνεχώς, χάρη στις αθλητικές μεταδόσεις (πχ το Μουντιάλ του 1970) και στις ενέργειες της χούντας να διανέμει στην επαρχία τηλεοράσεις (Βώβου, 2010). Ιστορική στιγμή εκείνης της περιόδου ήταν η αναμετάδοση της προσσελήνωσης του Απόλλων 11 στις 21 Ιουλίου 1969 που κράτησε ως αργά μετά τα μεσάνυχτα (ώρα Ελλάδος) και μάλλον την παρακολούθησαν όλοι οι τότε τηλεθεατές, οι οποίοι πρέπει να έφταναν έως και τους 200.000 (Βαλούκος, 2008).

Μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 1970 τα δύο κανάλια συνέχισαν χωρίς σημαντικές αλλαγές παράγοντας ενημερωτικό πρόγραμμα και αρκετά επιτυχημένα σίριαλ, πολλά με πρωταγωνιστές ηθοποιούς του κινηματογράφου, ο οποίος είχε αρχίσει να φθίνει λόγω και της τηλεόρασης¹³. Οι ζωντανές εκπομπές περιορίζονταν στα δελτία ειδήσεων, σε ενημερωτικά προγράμματα και σε αθλητικές μεταδόσεις, ενώ άρχισαν σταδιακά και κάποιες εκπομπές πολιτικού λόγου. Γενικά πολλές από τις εκπομπές της εποχής μιμούνταν ξένα πρότυπα.

Από τον Ιανουάριο του 1979 η ελληνική τηλεόραση πέρασε σταδιακά σε έγχρωμη μετάδοση με το γαλλικό σύστημα SECAM, του οποίου η χρήση έναντι του γερμανικού PAL έφτασε να γίνει πολιτικό ζήτημα, αφού ήταν επιλογή του πρωθυπουργού Κωνσταντίνου Καραμανλή (Βαλούκος, 2008).

¹³ Το 1966 κόπηκαν 131,7 εκατ. εισιτήρια σε κινηματογράφους πρώτης και δεύτερης προβολής σε όλη την Ελλάδα και το 1968 έφτασαν τα 137,4 εκατ. Από το 1970, όταν κόπηκαν 128,6 εκατ., ο αριθμός τους μειώθηκε κάθετα και το 1974 κόπηκαν 57,1 εκατ. εισιτήρια (Κομνηνού 2001, σελ. 142). Τα τηλεοπτικά σίριαλ των πρώτων ετών θεωρούνται ένας από τους παράγοντες της κάμψης (Πασχαλίδης 2005, σελ. 176).

Το 1982, με διάταξη σε άσχετο μάλιστα νομοσχέδιο, αποστρατικοποιήθηκε η YENEΔ (γιατί ένα στρατιωτικό κανάλι φαινόταν περίεργη κατάσταση σε μια χώρα της ΕΟΚ, στην οποία μόλις είχε ενταχτεί η Ελλάδα) και ονομάστηκε EPT2 (Βαλούκος, 2008). Το 1987 ενοποιήθηκαν η EPT και η EPT2 σε ενιαίο φορέα και μετονομάστηκαν σε ET ενώ τον Φεβρουάριο του 1989, λόγω και της πίεσης για ιδιωτικά κανάλια, ιδρύθηκε στη Θεσσαλονίκη η ET3, που για χρόνια είχε χαμηλές τηλεθεάσεις και μεγάλη εξάρτηση από την Αθήνα (Παναγιωτοπούλου, 2004).

Από εκεί και πέρα τα ελληνικά τηλεοπτικά δρώμενα τρέχουν ώσπου φτάνουμε στο 1989 όπου εμφανίζεται η ιδιωτική ελληνική τηλεόραση με πρώτο σταθμό το Mega Channel που είχε λάβει άδεια για να χρησιμοποιεί συγκεκριμένες συχνότητες, μολονότι δεν υπήρχε σχετικός θεσμικός νόμος για κάτι τέτοιο από το Υπουργείο Προεδρίας (Σκλαβούνης, 1998). Στα τέλη του ίδιου έτους άρχισε να εκπέμπει και το δεύτερο τηλεοπτικό κανάλι ο Antenna.

Η έλευση της ιδιωτικής τηλεόρασης συρρίκνωσε κατά πολύ την επιρροή της δημόσιας, που έχασε σε θεαματικότητα¹⁴ σε έσοδα από διαφημίσεις (Πασχαλίδης, 2005), ακόμα και σε προσωπικό που μετακινήθηκε σε ιδιωτικά δίκτυα λόγω καλύτερων αμοιβών και συνθηκών εργασίας. Αποτελεσματική στάθηκε πάντως μια προσπάθεια βελτίωσης της θέσης των κρατικών καναλιών που έγινε προς τα τέλη της δεκαετίας του 1990. Το 1997 η ET1 μετονομάστηκε σε NET και έγινε ενημερωτικό και ψυχαγωγικό κανάλι ενώ η ET2 μετονομάστηκε σε ET1 και έγινε πολιτιστικό κανάλι, κινήσεις που είχαν θετική επίπτωση στο κοινό τα επόμενα χρόνια (Βαλούκος, 2008).

Το σύστημα των καναλιών πανελλαδικής εμβέλειας τελικά παγιώθηκε γύρω από τα τρία δημόσια δίκτυα και από τα ιδιωτικά με το Mega και τον Antenna να είναι τα μεγαλύτερα μαζί με τέσσερα πανελλαδικής εμβέλειας ιδιωτικούς σταθμούς (Star Channel, Alpha, Alter, Σκάι).

Η ιδιωτική τηλεόραση δημιούργησε μια μεγάλη αγορά φέρνοντας πολλούς παίκτες και νέες υπηρεσίες. Στις 15 Οκτωβρίου 1994 άρχισε να εκπέμπει το πρώτο συνδρομητικό δίκτυο, το Filmnet, σε συχνότητες που ενοικίασε από την EPT

¹⁴ Για παράδειγμα στα τέλη του 1995 οι θεαματικότητες είχαν περίπου ως εξής: Antenna 26%, Mega 24%, Star 16%, Σκάι (ο σημερινός Alpha) 12%, τα τρία δημόσια κανάλια περίπου 10% συνολικά (Βαλούκος 2008).

(Parathanassopoulos, 2007), με πρόγραμμα που επικεντρώνονταν στις ταινίες πρώτης προβολής και τα αθλητικά. Προς το τέλος της δεκαετίας έγιναν κινήσεις και για ψηφιακή δορυφορική πλατφόρμα: στις 16 Νοεμβρίου 1999 άρχισε να εκπέμπει η Nona. Δορυφορικά προγράμματα για τους απόδημους εξέπεμπαν κατά καιρούς η EPT, το Mega, ο Ant1 και το Alter (Σμυρναίος, 2010).

Γενικά, τη δεκαετία του 2000 δεν υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στο σκηνικό, με τα ιδιωτικά κανάλια να κυριαρχούν, αλλά να χάνουν σταδιακά θεατές, κυρίως προς τα νέα ψηφιακά μέσα και τα δημόσια να ανταγωνίζονται σε κάποιες περιπτώσεις τα ιδιωτικά. Από τα μέσα της δεκαετίας άρχισαν οι προετοιμασίες (νομοθετικές και τεχνικές) για την μετάβαση στην επίγεια ψηφιακή τηλεόραση (switchover) με προγραμματισμένη ημερομηνία το 2012 (Parathanassopoulos, 2007), αν και ολοκληρώθηκαν έγκαιρα σε όλη τη χώρα.

Η κακή οικονομική κατάσταση των περισσότερων καναλιών άρχισε να γίνεται εμφανής μετά το 2008 και περισσότερο μετά το 2010, με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης. Εξαιτίας της έκλεισε ένα πανελλαδικής εμβέλειας κανάλι, το Alter, και πολλά τοπικής εμβέλειας. Ο προϋπολογισμός των υπόλοιπων περιορίστηκε δραματικά, όπως και τα έσοδα από τη διαφήμιση, και συρρικνώθηκε το εγχώριο ψυχαγωγικό και ενημερωτικό πρόγραμμα υπέρ ξένων σειρών, πολλές από τις οποίες είναι τούρκικες. Συχνό είναι ακόμη το φαινόμενο των επαναλήψεων και της σύμπτωσης του περιεχομένου από το ένα κανάλι στο άλλο (Βώβου, 2013).

Το καλοκαίρι του 2013 η συγκυβέρνηση ΝΔ-ΠΑΣΟΚ-ΔΗΜΑΡ αποφάσισε αιφνιδιαστικά τη διακοπή λειτουργίας της EPT με αποτέλεσμα την απόλυση περίπου 2.700 υπαλλήλων. Σκοπός ήταν η δημιουργία μιας νέας εξυγιασμένης εταιρείας στην οποία θα απορροφούνταν μεγάλο μέρος του προσωπικού της EPT. Η απόφαση προκάλεσε πολύ έντονες αντιδράσεις στο εσωτερικό και το εξωτερικό. Όλο αυτό οδήγησε στην άμεση δημιουργία ιντερνετικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών καναλιών από τους πρώην εργαζόμενους της EPT. Σταδιακά αρκετοί εργαζόμενοι άρχισαν να εργάζονται στο νέο φορέα, τη NEPIT, αν και οι ιντερνετικοί σταθμοί συνεχίζουν να εκπέμπουν. Μέχρι τον Απρίλιο του 2014 (Καψής, 2014) το τηλεοπτικό πρόγραμμα της Δημόσιας Τηλεόρασης εξακολουθούσε να μην είναι πλήρες, σύμφωνα τουλάχιστον με τα σχεδιαζόμενα, το κανάλι δεν ήταν πλήρως στελεχωμένο και δεν είχαν διευθετηθεί όλες οι λεπτομέρειες από το κλείσιμο της EPT, όπως η

καταβολή αποζημιώσεων στους απολυμένους. Τελικά, οι εκπομπές του νέου φορέα άρχισαν στις αρχές Μαΐου του 2014 (Τα Νέα, 2014).

1.6 ΤΑ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

Η τηλεόραση αποτελεί ένα τεχνολογικό επίτευγμα, που έχει τους πιο φανατικούς φίλους, αλλά και τους πιο άσπονδους εχθρούς. Εκατοντάδες βιβλία και μελέτες έχουν δημοσιευτεί και δημοσιεύονται με θέμα το ρόλο της επαναστατικής αυτής συσκευής. Αυτό και μόνο δείχνει ότι ο ρόλος της στη σύγχρονη κοινωνία είναι μεγάλος και πολύπλευρος. Σε συνέχεια από προηγούμενη ενότητα του κεφαλαίου όπου παρουσιάστηκε η θετική επιρροή των Μ.Μ.Ε. συνεπώς και της τηλεόρασης, σε αυτό το κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε τα αρνητικά φαινόμενα τα οποία προβάλλονται στο κορυφαίο αυτό Μέσο Μαζικής Ενημέρωσης. Να επισημάνουμε όμως και να τονίσουμε ότι όποιο κακό εμφανίζεται και απορρέει από την άσχημη όψη της τηλεόρασης, οφείλεται σε όσους καταχρώνται τις δυνατότητες που προσφέρει.

Τα φαινόμενα αυτά είναι τα εξής:

Κατευθυνόμενη πληροφόρηση

Η ενημέρωση δεν είναι πια για το σύγχρονο άνθρωπο μια απλή ανάγκη. Είναι δικαίωμα και μάλιστα από τα σπουδαιότερα. «Καθένας έχει το δικαίωμα να αναζητεί, να παίρνει και να διαδίδει πληροφορίες και ιδέες, με οποιοδήποτε μέσο έκφρασης και από όλο τον κόσμο»¹⁵. Οι πολλές και γρήγορες μεταβολές στην οικονομία, στην κοινωνία και την πολιτική, η αλληλουχία των γεγονότων, οι διεθνείς συγκυρίες, ο ευρύς κύκλος ενδιαφερόντων, η επέκταση των επαγγελματικών δραστηριοτήτων έξω από τα εθνικά σύνορα, η αμοιβαιότητα των διεθνών σχέσεων, η αλληλεπίδραση των προβλημάτων και γενικότερα η συνοχή του σύγχρονου κόσμου απαιτούν πλήρη, έγκαιρη, υπεύθυνη και αντικειμενική ενημέρωση, για να μπορέσει ο άνθρωπος να αντεπεξέλθει στις υποχρεώσεις του, να προγραμματίσει και να οργανώσει τη ζωή του, ακόμη και για τις συνήθειες δραστηριότητες του. Διαφορετικά υστερεί, γίνεται αδύναμος και ευάλωτος. Η ελλιπής ενημέρωση στην εποχή μας είναι στέρηση του δικαίωματος να γνωρίζει ο άνθρωπος όσα συμβαίνουν γύρω του, να προβαίνει σε εκτιμήσεις γι' αυτά, να αποφασίζει και να ενεργεί με τον καλύτερο γι' αυτόν τρόπο.

Το δικαίωμα αυτό σήμερα εξαρτάται, σχεδόν αποκλειστικά, από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η κακή χρήση τους οδηγεί στην αναίρεση του. Όταν προβάλλονται επιλεκτικά ορισμένες πτυχές ενός γεγονότος και κάποιες άλλες αποκρύπτονται, όταν διαστρεβλώνεται, παραποιείται η αλήθεια, όταν κατασκευάζονται και διασπείρονται ψευδείς ειδήσεις, όταν διαβάλλονται πρόσωπα και υπάρχει μεροληψία, όταν η σκοπιμότητα αντικαθιστά το χρέος για αντικειμενική, πλουραλιστική και υπεύθυνη ενημέρωση, τότε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης μετατρέπονται σε τύραννο και δυνάστη της ανθρώπινης σκέψης. Την αιχμαλωτίζουν και την υποδουλώνουν. Δεν ενημερώνουν, αλλά χρησιμοποιούν την ενημέρωση για να ελέγχουν και να επηρεάζουν τις εξελίξεις, να διαμορφώνουν και να κατευθύνουν την κοινή γνώμη. Προσβάλλουν την ελευθερία σκέψης. Για να μπορεί ο άνθρωπος να σκέφτεται

¹⁵ Οικουμενική Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, άρθρο 19.

ελεύθερα, πρέπει να έχει τη δυνατότητα πολλαπλών επιλογών. Η ελεγχόμενη πληροφόρηση στερεί από τη συντριπτική πλειονότητα των ανθρώπων τη δυνατότητα αυτή και, άρα, περιορίζει την ελευθερία σκέψης τους.

Έτσι, τους καθιστά δέσμιους και εξαρτημένους από τα συμφέροντα όσων κατέχουν και διοικούν τα μέσα αυτά εξαρτημένους από την κρατική προπαγάνδα, για να είναι «φρόνιμοι και υπάκουοι» πολίτες, από το κόμμα, που επιδιώκει να προσηλυτίσει νέες συνειδήσεις, από τη δημαγωγία του «λαοπρόβλητου» ηγέτη, για να φανατίσει τα πλήθη, από τα πρότυπα του καταναλωτισμού, που αυξάνουν τα κέρδη των επιχειρήσεων. Είναι ενδεικτικό να αναφέρουμε πως σήμερα ο αγώνας για την κατάληψη ή τη διατήρηση της εξουσίας δε διεξάγεται τόσο στο κοινωνικό και πολιτικό πεδίο, αλλά μεταφέρθηκε στην οθόνη της τηλεόρασης. Και ο άνθρωπος αμήχανος παρακολουθεί όσα τεκταίνονται, χάνει την ιδιαιτερότητα της προσωπικότητάς του και μετατρέπεται σ' ένα ομοιόμορφο και άβουλο πλήθος. Αυτός είναι και ο μεγαλύτερος κίνδυνος, η απώλεια της δυνατότητας του να σκέφτεται ανεπηρέαστα, ελεύθερα και, κατά συνέπεια, να αποφασίζει και να ενεργεί συμφωνά με τη δική του βούληση και κρίση.

Προβάλλονται πρότυπα εγκληματικότητας, βίας και διαφθοράς

Η προβολή προτύπων εγκληματικότητας, βίας και διαφθοράς έχει και αυτή άμεση σχέση με τον αλλοίωση συνειδήσεων, κυρίως των νέων. Οι τηλεοπτικές εκπομπές έχουν γεμίσει από τέτοια παραδείγματα και εικόνες. Σκηνές βίας, οργανωμένου εγκλήματος και διαφθοράς ξετυλίγονται καθημερινά μπροστά στα μάτια ανύποπτων τηλεθεατών. Και οι σκηνές αυτές αποτυπώνονται στην τρυφερή και εύπλαστη νεανική ψυχή. Την εθίζουν να αποδέχεται τα φαινόμενα αυτά ως φυσιολογικά στη ζωή. Και το χειρότερο, τα παιδιά, που δέχονται την καταλυτική επιρροή των προτύπων αυτών, επιχειρούν να μιμηθούν τους «ήρωες» αυτούς, σήμερα στα παιχνίδια τους και αύριο, αν συντρέξουν οι κατάλληλες προϋποθέσεις, και στη ζωή. Η προβολή της φρίκης που γεννάει η βία και η εγκληματικότητα εξαγριώνει τον άνθρωπο, προκαλεί τα πάθη και τα ένστικτα του. «Σκότωσε», «κατάστρεψε», «καθάρισε τους όλους» είναι οι καθιερωμένες πράξεις που επιβάλλουν τα βιντεοπαιχνίδια και τις οποίες ο έφηβος διαπράττει πατώντας απλώς ένα κουμπί. Η μικρή αυτή χειρονομία, με την οποία σκοτώνει, καθιστά κοινότοπη και ανεπαίσθητη την ιδέα του θανάτου. Ο καθηγητής Τζωρτζ Γκρέμπνερ, του πανεπιστημίου της Πενσυλβάνιας, ένας από τους μεγαλύτερους ειδικούς στο θέμα της τηλεοπτικής βίας, κρούει τον κώδωνα του κινδύνου: «Η επαναλαμβανόμενη έκθεση στη βία καθιστά το κοινό αγχώδες, δύσπιστο και το οδηγεί στο να διογκώνει τους κινδύνους επίθεσης στο περιβάλλον του. Όσο περισσότερο τα παιδιά βλέπουν βίαιες εκπομπές, τόσο αποδέχονται τη βία και αντλούν ευχαρίστηση από αυτή. Δυσκολεύονται να ξεχωρίσουν το πραγματικό από το ψεύτικο».

Απομονώνει τους ανθρώπους

Η συνεχής παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων δημιουργεί ένα είδος εθισμού. Ο εθισμός οδηγεί στην εξάρτηση. Έτσι, παρατηρείται το φαινόμενο άνθρωποι κάθε ηλικίας να καθιλώνονται ώρες πολλές μπροστά στην οθόνη της τηλεόρασης. Γοητευμένοι από το θέαμα, χάνουν την επαφή, την επικοινωνία με το περιβάλλον. Σε παθολογικές περιπτώσεις, φαίνεται ότι δεν έχουν πια ούτε τη διάθεση να την αποκαταστήσουν: Γονείς που δεν έχουν τη διάθεση να θυσιάσουν για λίγο τα ωραία τηλεοπτικά πρόσωπα, την εξάισια εικόνα, τη φανταστική περιπέτεια, για να ασχοληθούν με τα πραγματικά προβλήματα των παιδιών τους, να συνομιλήσουν και να παίξουν μαζί τους. Σύζυγοι, φίλοι, συντροφιάς ολόκληρες προτιμούν την παθητική ακρόαση και την προσήλωση στα «επί της οθόνης δρώμενα», κι ας έχουν πολλά να πουν και να κάνουν. Η υπερβολική παρακολούθηση της τηλεόρασης αποχαιρώνει, απομονώνει και αποξενώνει τους ανθρώπους. Ο κίνδυνος είναι ιδιαίτερα μεγάλος, όταν το άτομο, λόγω ιδιοσυγκρασίας, κλίνει προς την παθητικότητα και την απομόνωση. Η νεαρή ηλικία είναι, από φυσική και ψυχολογική άποψη, η εποχή που ο άνθρωπος ερευνά το περιβάλλον του. Ο νέος άνθρωπος χρειάζεται συγκεκριμένα, πραγματικά βιώματα, επαφή και ωρίμανση με τον κόσμο, για να σταθεροποιήσει την προσωπικότητά του. Όσο λιγότερο χρησιμοποιεί ο νέος άνθρωπος τις δυνατότητες δημιουργίας και δοκιμασίας των επαφών, τόσο πιο ανίκανος για επαφή γίνεται όταν μεγαλώσει.

Γλωσσική ένδεια

Η εικονική «πραγματικότητα» συμβάλλει και στη γλωσσική ένδεια. Η εικόνα όχι μόνο εκτοπίζει το λόγο, αλλά και τον εμποδίζει να εκδηλωθεί και να αναπτυχθεί. Μια εικόνα, για παράδειγμα, μπορεί κάλλιστα να αντικαταστήσει μια περιγραφή. Επίσης, ακούμε συχνά τους εκφωνητές και τα πρόσωπα που συζητούν να υποπίπτουν σε αδικαιολόγητα γλωσσικά λάθη που δεν οφείλονται στην «προχειρότητα» του προφορικού λόγου -ως προς το σημείο αυτό πλεονεκτεί ο τύπος-, αλλά σε άγνοια των κανόνων της γλώσσας. Και τα λάθη αυτά τα επαναλαμβάνουν ακροατές και θεατές που δεν έχουν γλωσσική καλλιέργεια ούτε αναπτυγμένο γλωσσικό κριτήριο. Επιπλέον, τα τηλεοπτικά προγράμματα σε καιρούς οικονομικής δυσχέρειας είναι γεμάτα από ξενόγλωσσα έργα, τα οποία στερούν από το θεατή την ευκαιρία να εμπλουτίσει το λόγο του με ακούσματα της μητρικής του γλώσσας. Και το πρόβλημα γίνεται εντονότατο με τις διαφημίσεις. Οι διαφημιστές, για να εντυπωσιάσουν, καταφεύγουν συχνά σε νεολογισμούς, ευφυολογήματα και, γενικότερα, σε αλλοίωση της γλώσσας σε σημασιολογικό, φωνολογικό και συντακτικό επίπεδο. Είναι δε τέτοια η καταλυτική επίδραση, κυρίως στους νέους, ώστε να συνεννοούνται συχνά χρησιμοποιώντας ένα νέο κώδικα επικοινωνίας με στερεότυπες εκφράσεις διαφημιστικών μηνυμάτων.

Το σώμα αδρανεί

Όταν κάποιος κάθεται για πολλές ώρες μπροστά στη μικρή οθόνη, τότε εκτός από πνευματική δυσκαμψία κινδυνεύει να πάθει και σωματική αγκύλωση. Ολόκληρο το κινητικό σύστημα του σώματος ακινητοποιείται. Η όραση του προσηλώνεται σ' ένα σταθερό σημείο, στην επίπεδη εικόνα που προβάλλεται, με αποτέλεσμα σημαντικές λειτουργίες της, όπως η αντίληψη του χώρου, να μη χρησιμοποιούνται. Το άτομο δεν αντιδρά ενεργητικά στα οπτικά και τα ακουστικά ερεθίσματα που δέχεται, γεγονός που, κατά την άποψη των ειδικών, έχει αρνητικές συνέπειες για τη διανοητική του ανάπτυξη. Εξάλλου, παραμελείται η άσκηση του σώματος, που είναι απαραίτητη για την αρμονική σωματική διάπλαση και ευεξία. (Κούτρας, 1996), (Σκλαβούνης, 1998).

1.6.1 ANTIMETΩΠΙΣΗ ΤΩΝ ΦΑΙΝΟΜΕΝΩΝ

Τι μπορεί να γίνει όμως για την αντιμετώπιση των παραπάνω συμπτωμάτων; Είναι το ερώτημα που δημιουργείται. Η ουσιαστική παιδεία μπορεί να αποτελέσει ασπίδα με την οποία θα προστατεύσει ο τηλεθεατής την ελευθερία του. Ο μορφωμένος άνθρωπος δεν αρκείται μόνο σ' αυτά που βλέπει κι ακούει, αλλά ψάχνει να βρει και να εξηγήσει ορθολογιστικά τα αίτια των γεγονότων, κρίνει και αμφισβητεί την αξιοπιστία των ειδήσεων και των απόψεων πριν τις αποδεχτεί. Η παιδεία είναι το ασφαλές κριτήριο για την επιλογή εκπομπών με ποιοτικό περιεχόμενο που τέρπουν, συγκινούν και μορφώνουν την ψυχή και το πνεύμα. Και ένα απαιτητικό κοινό μπορεί να οδηγήσει στη βελτίωση των προσφερόμενων θεαμάτων, αφού ανάμεσα στον πομπό και στο δέκτη υπάρχει η αμφίδρομη σχέση της επικοινωνίας. Με άλλα λόγια, για να υπάρχει επικοινωνία, πρέπει να υπάρχουν κοινά σημεία γνώσης, ήθους και καλλιέργειας. Χωρίς αυτά τα ελάχιστα έστω κοινά σημεία η επικοινωνία είναι ελλιπής ή αδύνατη. Γι' αυτό, όσο πιο ψηλά στέκεται το κοινό, τόσο θα ανεβαίνει ποιοτικά και το περιεχόμενο των εκπομπών, για να «συναντηθεί» ο πομπός με το δέκτη.

Το κοινό μπορεί, επίσης να προστατευτεί, αν τηρούνται οι κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Η ενημέρωση είναι λειτούργημα. Όπως για κάθε λειτούργημα, έτσι και για τη δημοσιογραφία ισχύουν γραπτοί και άγραφοι κανόνες σεβασμού των κοινωνικών αναγκών. Ο σεβασμός αυτός δείχνει το μέτρο της ευσυνειδησίας και υπευθυνότητας των λειτουργών, των δημοσιογράφων. «Ο δημοσιογράφος πρέπει να σέβεται, την αλήθεια, το δικαίωμα της κοινής γνώμης να πληροφορείται, την ελευθερία των ειδήσεων, των σχολίων και της κριτικής. Να κάνει γνωστή την πηγή των ειδήσεων, εκτός αν είναι απόρρητη. Να μην παραλείπει τη δημοσίευση ειδήσεων και στοιχείων που έχει στη διάθεσή του. Να μη χρησιμοποιεί ανέντιμες και αναξιοπρεπείς μεθόδους για να συγκεντρώσει πληροφορίες, φωτογραφίες και άλλα στοιχεία. Να επανορθώνει κάθε ανακριβή πληροφορία που δημοσιεύει. Να αποφεύγει

τη λογοκλοπή, τη συκοφαντία, τη δυσφήμιση, την κακολογία και τις αβάσιμες κατηγορίες. Να αποκρούει κάθε πρόταση δωροδοκίας για τη δημοσίευση ή μη δημοσίευση μιας είδησης...»¹⁶.

Είναι πάντα επίκαιρα και σ' αυτή την περίπτωση τα λόγια του Μ. Γκόρκι¹⁷, «Πρέπει να καταλάβουμε πως, για ό,τι καλό γίνεται στον κόσμο, η τιμή ανήκει στον άνθρωπο και πως, για ό,τι κακό, την ευθύνη την έχει πάλι ο ίδιος». (Κούτρας, 1996).

¹⁶ Κείμενο της Διεθνούς Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων.

¹⁷ Μαξίμ Γκόρκι (1868-1936), Ρώσος συγγραφέας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: «ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ»

Σε συνέχεια του προηγούμενου κεφαλαίου, στο παρόν θα εστιάσουμε στην έννοια της οικολογίας, τη σπουδαιότητα μελέτης αλλά και προβολής αυτής. Το περιβάλλον και η φροντίδα αυτού είναι ένα θέμα που αφορά (ή θα έπρεπε να αφορά) όλους μας. Πριν αναλύσουμε σε βάθος τη σχέση Μ.Μ.Ε. και ειδικότερα της τηλεόρασης με την οικολογία και το περιβάλλον, κρίθηκε σκόπιμο να προσδιοριστούν βασικές έννοιες, όπως η οικολογία, το οικολογικό κίνημα, η οικολογική κρίση, κ.ά..

2.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ – ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

Ο όρος «Οικολογία, Oekologie» εισήχθη στην επιστήμη της Βιολογίας (η Οικολογία αποτελούσε κλάδο της Βιολογίας αρχικά) το 1866 από τον Ερνστ Χέκελ¹⁸. Προέρχεται από τις ελληνικές λέξεις «οίκος» και «λόγος», είναι μια επιστήμη που μελετάει τις σχέσεις των έμβιων όντων που ζουν και αναπτύσσονται σε ένα συγκεκριμένο βίοτοπο. Ενώ αρχικά χρησιμοποιήθηκε για τη μελέτη των αλληλεπιδράσεων των φυσικών ειδών πανίδας και χλωρίδας, επεκτάθηκε και στο ανθρωπογενές περιβάλλον και μελετάει τις οικονομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές σχέσεις του ανθρώπου με το φυσικό και τεχνολογικό περιβάλλον (Βαλαβανίδης, 2007).

Πρόδρομος της επιστήμης θεωρείται ο μαθητής και διάδοχος του Αριστοτέλη Θεόφραστος, ο οποίος περιέγραψε αλληλεπιδράσεις μεταξύ οργανισμών καθώς και μεταξύ οργανισμών και του περιβάλλοντός τους, ήδη από τον 4ο αι. π.Χ. Ο Θεόφραστος είχε παρατηρήσει ότι τα φυτά αναπτύσσονται καλύτερα στον «οικείο τόπο» τους ή, όπως θα λέγαμε σήμερα, στο κατάλληλο ενδιαίτημα. Η λέξη που χρησιμοποιείται για να δηλώσει την αρμονική σχέση μεταξύ ενός οργανισμού και του περιβάλλοντός του είναι «οικείος», εκ του οίκος. Σύμφωνα με μερικούς ιστορικούς, αυτή η έκφραση του Θεόκριτου ήταν που ενέπνευσε τους αρχαιομαθείς Γερμανούς επιστήμονες του 19ου αιώνα να συνθέσουν τη λέξη «οικο-λογία» (Μανιάτης, 2013).

Η οικολογία θεωρείται συνήθως κλάδος της βιολογίας, της γενικής επιστήμης που μελετά τους οργανισμούς. Οι οργανισμοί μπορούν να μελετηθούν σε διάφορα επίπεδα: στο επίπεδο των μορίων, στο επίπεδο των κυττάρων, στο επίπεδο των ατόμων, στο επίπεδο των πληθυσμών, των κοινοτήτων και των οικοσυστημάτων, μέχρι και στο επίπεδο του συνόλου της βιόσφαιρας.

¹⁸ Ο Ερνστ Χάινριχ Φίλιπ Άουγκουστ Χέκελ (Ernst Heinrich Philipp August Haeckel 16 Φεβρουαρίου 1834 - 9 Αυγούστου 1919), ήταν διαπρεπής Γερμανός βιολόγος, φυσιοδίφης, φιλόσοφος, φυσικός, και καλλιτέχνης, ο οποίος ανακάλυψε, περιέγραψε και ονόμασε χιλιάδες νέα είδη, χαρτογράφησε ένα γενεαλογικό δέντρο σχετίζοντας όλες τις μορφές ζωής και εισήγαγε πολλούς νέους όρους στην βιολογία, όπως φύλο, φυλογένεση, οικολογία κ.α.

Τα τελευταία τέσσερα επίπεδα αποτελούν τα κύρια γνωστικά αντικείμενα της οικολογίας.

Στην πραγματικότητα, η οικολογία αποτελεί μια διακλαδική επιστήμη. Επειδή επικεντρώνεται στα υψηλότερα επίπεδα οργάνωσης της ζωής και στις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των οργανισμών και του περιβάλλοντός τους, βασίζεται σε πολλούς άλλους επιστημονικούς κλάδους, ιδιαίτερα στη γεωλογία, τη γεωγραφία, τη μετεωρολογία, την εδαφολογία, τη χημεία και τη φυσική. Γι' αυτό η οικολογία θεωρείται επίσης ολιστική επιστήμη (Μανιάτης, 2013).

Πρόκειται για μια ευρεία επιστήμη, η οποία μπορεί να διαχωριστεί σε μείζονες και ελάσσονες κλάδους. Οι κύριες υποκατηγορίες της είναι (σε σειρά κλίμακας, από τη μικρότερη στη μεγαλύτερη):

Φυσιολογική οικολογία (ή οικοφυσιολογία), η οποία μελετά την επίδραση του βιοτικού και αβιοτικού περιβάλλοντος στη φυσιολογία του ατόμου και την προσαρμογή του ατόμου στο περιβάλλον.

Οικολογία της συμπεριφοράς, η οποία μελετά την οικολογική και εξελικτική βάση της ζωϊκής συμπεριφοράς και τη συνεισφορά της συμπεριφοράς στην επιβίωση των ζώων στους τόπους όπου ενδημούν.

Οικολογία των πληθυσμών (ή αυτοοικολογία), η οποία μελετά τη δυναμική των πληθυσμών στα πλαίσια κάθε είδους καθώς και την αλληλεπίδραση των πληθυσμών με τους περιβαλλοντικούς παράγοντες.

Οικολογία των κοινοτήτων (ή συνοικολογία) η οποία μελετά την αλληλεπίδραση μεταξύ των ειδών εντός μιας οικολογικής κοινότητας.

Οικολογία των τοπίων, η οποία μελετά την αλληλεπίδραση μεταξύ διακριτών στοιχείων ενός τοπίου.

Οικολογία των οικοσυστημάτων, η οποία μελετά τις ροές ύλης και ενέργειας εντός των οικοσυστημάτων.

Παγκόσμια οικολογία, η οποία μελετά τα οικολογικά ζητήματα σε παγκόσμιο (μακροοικολογικό) επίπεδο (Τμήμα Βιολογίας ΑΠΘ, 2013).

2.2. ΤΟ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ

Ενώ θα ήταν διακινδυνευμένο να ορίσουμε συγκεκριμένα την εμφάνιση του σύγχρονου οικολογικού κινήματος (Χατζηπαρασκευαϊδής, Α. 2008), οι απαρχές του χρονολογούνται στα τέλη της δεκαετίας του 1950 και στις αρχές του 1960. Από τα τέλη της δεκαετίας του '50 η επερχόμενη οικολογική κρίση, της οποίας τα σημάδια ήταν ήδη φανερά (καταστροφή βιότοπων, εξαφάνιση ειδών, ρύπανση, υπερπληθυσμός, κ.α), έστρεψε σημαντική μερίδα επιστημόνων στην καταγγελία της ανάπτυξης και στην προειδοποίηση ότι ο πλανήτης συνολικά πρόκειται να αντιμετωπίσει κρίση βιωσιμότητας (Παπαιωάννου, 1999), (Δρακάκη, 1999).

Η Rachel Carson, βιολόγος από τις ΗΠΑ, στο περίφημο βιβλίο της «Σιωπηλή Άνοιξη» (Carson, 1981), το οποίο επρόκειτο να ασκήσει μεγάλη επιρροή, περιέγραφε τις καταστροφές στο περιβάλλον από την χρήση εντομοκτόνων, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση μια οικολογικής συνείδησης (Καστοριάδης, 1993). Παράλληλα, ομάδες πίεσης, όπως η Λέσχη της Ρώμης (Club of Rome)¹⁹, αποτελούμενη από τεχνοκράτες και πολιτικούς, προειδοποίησε έγκαιρα²⁰ ότι η υλική ανάπτυξη έχει όρια, η δε υλική παραγωγή πρέπει να συγκρατηθεί, η διάρκεια ζωής των προϊόντων να αυξηθεί, να εξοικονομηθεί ενέργεια και να ανακυκλωθούν τα απόβλητα.

Ορόσημο στην ιστορία του σύγχρονου περιβαλλοντικού κινήματος αποτελεί η ανακήρυξη στις ΗΠΑ της 22ας Απριλίου ως «Ημέρα της Γης» (1970), με πρωτοβουλία της ομάδας «Περιβαλλοντική δράση», που σηματοδοτεί μια νέα στάση απέναντι στην ανάπτυξη και το περιβάλλον.

Το σύγχρονο περιβαλλοντικό κίνημα προκύπτει ως προϊόν της ολοένα πιο ευρείας δημοσιοποίησης -και μέσω των Μ.Μ.Ε.- της κρισιμότητας των περιβαλλοντικών προβλημάτων, της ανάπτυξης της οικολογικής επιστήμης, αλλά και του γενικότερου

¹⁹ Είναι μία ομάδα πίεσης ένας ερευνητικός οργανισμός που ασχολείται με μελέτες αντιμετώπισης μιας ευρύτατης ποικιλίας ζητημάτων (π.χ. οικολογικά, πολιτικά, οικονομικά, τεχνολογικά και αμυντικά). Ο οργανισμός αυτός χρηματοδοτείται είτε από την κυβέρνηση, πολιτικούς ή εταιρείες. Σύμφωνα με το Ελληνικό Παράρτημα της Λέσχης της Ρώμης, «στόχος της είναι να δρα ως καταλύτης για την επανεξέταση των κοινωνικών αξιών και την οικοδόμηση μιας κοινωνίας ελπίδας βασισμένης στην προστασία του περιβάλλοντος. Ο χρόνος πείζει και η προστασία του περιβάλλοντος ορίζει πλέον την επιβίωση των επόμενων γενεών, οι οποίες θα κληθούν να αποκαταστήσουν τις καταστροφές που τους κληροδοτούμε. Καθώς γινόμαστε μάρτυρες μιας τεράστιας οικονομικής και περιβαλλοντικής κρίσης σε ολόκληρο τον πλανήτη, χρειάζεται να αξιολογήσουμε νέα πρότυπα και να προβούμε σε νέα επίπεδα διεθνούς συνεργασίας».

²⁰ με την έκδοση της μελέτης «Τα όρια της ανάπτυξης», 1972

αμφισβητησιακού κοινωνικού πλαισίου, το οποίο διαμορφωνόταν στα τέλη του '60. Οι οικολογικές ιδέες βρήκαν γόνιμο έδαφος σε ευρύτατα μικρομεσαία κοινωνικά στρώματα των δυτικών κοινωνιών, το περιβάλλον και η ποιότητα ζωής των οποίων είχε υποβαθμιστεί δραματικά. Τα μέλη αυτών των κοινωνικών στρωμάτων ασπάζονται μετα-υλιστικές αξίες και αποτελούν ένα δεκτικό κοινό για διεκδικήσεις σε περιβαλλοντικά ζητήματα.

Αλληλοδραστικά, το περιβαλλοντικό κίνημα μπολιάζεται από το ευρύτερο και πολύμορφο κίνημα αμφισβήτησης, του οποίου αποτελεί μέρος (Σκαναβή, 2004). Από τις διαμαρτυρίες του αντιπολεμικού κινήματος ενάντια στη χρήση χημικών όπλων στον πόλεμο του Βιετνάμ, ως την απομυθοποίηση της κοινωνίας της αφθονίας, τον αναχωρητισμό του χιπισμού και τις αντιπυρηνικές πορείες, το ρεύμα της κοινωνικής αμφισβήτησης τροφοδοτεί ποικιλοτρόπως την ανάπτυξη του περιβαλλοντικού κινήματος (Φλογαίτη, 1998), (Παπαδημητρίου, 1998). Τα ποικιλόμορφα κινήματα διαμαρτυρίας, αποκάλυψαν μια αυξανόμενη ευαισθησία απέναντι σε δευτερεύουσες δυσλειτουργίες της καπιταλιστικής ανάπτυξης και μια ετοιμότητα να αντιδράσουν σε αυτές, στρέφοντας με θεαματικό τρόπο την προσοχή της κοινωνίας σ' αυτές τις νέες περιοχές δυνητικής σύγκρουσης.

Αμφισβητώντας το κυρίαρχο πρότυπο παραγωγής και κατανάλωσης, το διαμορφούμενο περιβαλλοντικό κίνημα υιοθέτησε ένα σύνολο νέων αξιών, τις οποίες μοιράζονταν με τα επιμέρους κοινωνικά κινήματα σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, όπως η μη βία, η διεθνής αλληλεγγύη με τις χώρες του Τρίτου Κόσμου, η κριτική του υπερκαταναλωτισμού, η αμφισβήτηση της μονοδιάστατης οικονομικής ανάπτυξης, η κριτική της «μεταβιομηχανικής κοινωνίας», το πρόσταγμα της αυτονομίας της κοινωνίας (Καστοριάδης, 1981), το όραμα μιας αντι-κοινωνίας, η «επιθυμία για ζωή».

Το περιβαλλοντικό κίνημα ευνοήθηκε από το «πρασίνισμα» άλλων κινήματων αλλά και από την ανάπτυξη του αντιπυρηνικού κινήματος. Η αντιπυρηνική συμμαχία έφερε σε επαφή ετερόκλητα στοιχεία (ντόπιους κατοίκους, οικολόγους, αντιμιλιταριστές, φυσιολάτρες κ.α), τα οποία εναντιώνονταν στην εφαρμογή προγραμμάτων πυρηνικής ενέργειας από τις δυτικές κυβερνήσεις, μετά την κατακόρυφη αύξηση της τιμής του πετρελαίου στις αρχές της δεκαετίας του '70. Η εμπειρία ενός τμήματος του

πληθυσμού σε οικολογικές διαμαρτυρίες ενθάρρυνε την υιοθέτηση ενός «πράσινου» πολιτικού πλαισίου και τροφοδότησε άμεσα την ανάπτυξη Πράσινων κομμάτων.

Το ελληνικό περιβαλλοντικό κίνημα ξεκινά την δεκαετία του '70 τις παρεμβάσεις του σε τοπική /περιφερειακή κλίμακα , δίνοντας έμφαση στην καταγγελία, διαπνεόμενο από πνεύμα περιβαλλοντισμού και όχι πολιτικής οικολογίας (Δεμερτζής, 1993). Η κινητοποίηση των πολιτών ενάντια στην κατασκευή αεροδρομίου στα Μέγαρα (1973) θεωρείται ως η πρώτη οικολογική κινητοποίηση στη χώρα μας. Ακολούθησε η κινητοποίηση των κατοίκων της Πύλου (1975), λόγω της εκτεταμένης διαρροής πετρελαίου από διερχόμενο πλοίο και της Καρύστου (1977-79), ενάντια στην εγκατάσταση πυρηνικού εργοστασίου. Το ελληνικό περιβαλλοντικό κίνημα την περίοδο 1974-1981 δίνει προτεραιότητα στα ζητήματα της βιομηχανίας, ενώ την περίοδο 1981-89 διευρύνεται η οικολογική δράση και αναδεικνύονται υπερτοπικά ζητήματα (πυρηνική ενέργεια, όξινη βροχή, τροπικά δάση κ.α) (Σχίζας, 1993).

Κατά κοινή διαπίστωση, το ελληνικό περιβαλλοντικό κίνημα, που έκανε δυναμική εμφάνιση τη δεκαετία του '80, διέρχεται σήμερα μια κρίση προσανατολισμού. Οι απόπειρες συγκρότησης κινήματος πολιτικής οικολογίας στη χώρα μας απέτυχαν. Τα στελέχη του οικολογικού χώρου διασκορπίστηκαν και επαγγελματοποιήθηκαν (Παπασπηλιόπουλος, 2002). Ωστόσο είναι βέβαιο ότι η πορεία του περιβαλλοντικού κινήματος στη χώρα μας συντέλεσε στην αφύπνιση της κοινής γνώμης, όσον αφορά σε περιβαλλοντικά ζητήματα, ενώ τα παραδοσιακά πολιτικά κόμματα έχουν συμπεριλάβει -έστω και θεωρητικά- στα προγράμματα τους την οικολογική συνιστώσα (Σπανού, 1998). Παρά το γεγονός ότι το ελληνικό περιβαλλοντικό κίνημα παρέμεινε άμορφο και ισχύο και δεν απέκτησε ισχυρή κοινωνική βάση, κατάφερε να αναδείξει με επιτυχία τα οικολογικά ζητήματα και να κερδίσει αναπάντεχα μάχες (π.χ η αναθεώρηση του άρθρου 24 του Συντάγματος. Το Άρθρο 24 του Συντάγματος είναι εκείνο που προνοεί για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της χώρας μας).

2.3. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ

"Το φιλοσοφικό και πολιτικό ρεύμα που είναι γνωστό με το όνομα "Κοινωνική Οικολογία" ξεκινά από την αναγνώριση του -συχνά προβλεπόμενου- γεγονότος ότι σχεδόν όλα τα οικολογικά μας προβλήματα προέρχονται από βαθύτατα κοινωνικά προβλήματα. Και ότι αντιστρόφως τα οικολογικά προβλήματα που υπάρχουν δεν μπορούν να γίνουν κατανοητά, πόσο μάλλον να επιλυθούν, χωρίς να επιληφθούμε των εσωτερικών προβλημάτων της κοινωνίας."

Κοινωνική οικολογία ονομάζεται η προσέγγιση εκείνη του οικολογικού κινήματος που θεωρεί ότι οι αιτίες των προβλημάτων που αντιμετωπίζει σήμερα το φυσικό περιβάλλον (π.χ. η κλιματική αλλαγή, η περιβαλλοντική ρύπανση κλπ) είναι κοινωνικές, δηλαδή οφείλονται στο επικρατές σήμερα κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό σύστημα, τον καπιταλισμό, ή και στον μαρξιστικό - λενινιστικό κομμουνισμό, όπως αυτός εφαρμόστηκε στις λαϊκές δημοκρατίες κατά τη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα υπό τη μορφή «δικτατορίας του προλεταριάτου»²¹. Η κοινωνική οικολογία, όπως και οι άλλες τάσεις του οικολογικού κινήματος, αναδύθηκε μέσα από τα νέα κοινωνικά κινήματα της δεκαετίας του 1960.

Η κοινωνική οικολογία εντάσσεται ιδεολογικά στον πράσινο αναρχισμό²² και αποτελεί σήμερα μία από τις βασικές και περισσότερο στέρεα θεωρητικά θεμελιωμένες κατευθύνσεις του. Ωστόσο, πολλές από τις ιδέες της τις ενστερνίζονται και ομάδες της ευρύτερης Αριστεράς. Μέσω του έργου του Μάρεϊ Μπούκτσιν, κύριου θεωρητικού της κοινωνικής οικολογίας μετά τη δεκαετία του 1960, η

²¹ Ο πολιτικός όρος δικτατορία του προλεταριάτου στη μαρξιστική θεωρία αφορά τη μετεπαναστατική κατάληψη της κρατικής ισχύος από την εργατική τάξη προς όφελος όλης της κοινωνίας. Ως σύστημα διακρίνεται για την απόλυτη επικράτηση των εργατών επί της αστικής τάξης σε όλους τους τομείς του βίου. Η δικτατορία του προλεταριάτου έχει επίσης ονομαστεί σοσιαλιστική δημοκρατία και εργατική εξουσία.

²² Ο πράσινος αναρχισμός δεν είναι μια συγκεκριμένη πολιτική θεωρία, αλλά ένα σύνολο διαφόρων φιλοσοφικών, οικολογικών και κοινωνικών κινήματων με πολλά κοινά και κάποιες, όμως, διαφορές. Αν τον εξετάσουμε έτσι, μπορούμε να ισχυριστούμε ότι είναι ένα κράμα από: κοινωνικούς οικολόγους, φεμινιστές, καταστασιακούς, αναρχοπροτογονιστές, οικοαναρχικούς, υποστηρικτές του αντιβιομηχανισμού και μετααριστερούς. Η κριτική των πράσινων αναρχικών επικεντρώνεται κυρίως στους «οργανισμούς της εξουσίας» μέσα στην κοινωνία. Τέτοιοι οργανισμοί, για παράδειγμα, είναι: το κράτος, ο καπιταλισμός, η παγκοσμιοποίηση, η κτηνοτροφία, η πατριαρχία, η τεχνολογία ή / και η εργασία. Αυτοί οι οργανισμοί, σύμφωνα με τους πράσινους αναρχικούς, είναι εγγενώς καταστροφικοί και εκμεταλλευτικοί (στους ανθρώπους και στο περιβάλλον) οπότε δεν μπορούν να μεταρρυθμιστούν.

τελευταία έχει συνδεθεί με τη δική του εκδοχή ελευθεριακού σοσιαλισμού²³, τον ελευθεριακό κοινοτισμό²⁴.

Σύμφωνα με την κοινωνική οικολογία, τα περιβαλλοντικά προβλήματα πηγάζουν από την εκμετάλλευση ανθρώπου από άνθρωπο. Αυτό, γιατί θεωρείται ότι η έννοια της κυριαρχίας στη φύση, αιτία της οικολογικής κρίσης, είναι επέκταση της λογικής της εκμετάλλευσης μεταξύ ανθρώπων. Η λογική της «πάση θυσία» οικονομικής ανάπτυξης, που έχει υιοθετηθεί κατά τη νεωτερικότητα από σχεδόν όλες τις οικονομολογικές σχολές, συμπεριλαμβανομένου του μαρξισμού, αποτελεί ακόμα μία βασική αιτία της οικολογικής κρίσης. Η τελευταία, κατά τους κοινωνικούς οικολόγους, δεν είναι παρά μία πλευρά της σημερινής πολυδιάστατης κρίσης. Συνεπώς, κατά την κοινωνική οικολογία, τα οικολογικά προβλήματα, αλλά και τα υπόλοιπα παγκόσμια προβλήματα μπορούν να λυθούν μόνο με τη συνολική αλλαγή της κοινωνίας. Κάθε προσπάθεια σταδιακής και εκ των έσω αναμόρφωσης του σημερινού συστήματος είναι καταδικασμένη σε αποτυχία.

Η κοινωνική οικολογία έχει έρθει σε αντιπαράθεση με εναλλακτικές προσεγγίσεις των οικολογικών προβλημάτων όπως η πολιτική οικολογία, η βαθιά οικολογία, ο οικοφεμινισμός²⁵ και ο πριμιτιβισμός²⁶, παρά την αλληλεπίδραση μεταξύ τους. Η

²³ Ο ελευθεριακός σοσιαλισμός περιλαμβάνει μία ομάδα πολιτικών θεωριών που στοχεύουν σε μία αυτοδιευθυνόμενη κοινωνία χωρίς κράτος, όπου οι άνθρωποι συνεργάζονται ελεύθερα ως ίσοι. Αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί δίνοντας τον άμεσο έλεγχο των μέσων παραγωγής (π.χ. εργοστάσια, γαίες, μεγάλες επιχειρήσεις) και την ευθύνη των πολιτικών αποφάσεων στην εργατική τάξη ή, ευρύτερα, στην κοινωνία, η οποία θα τα διαχειρίζεται μέσα από αμεσοδημοκρατικές διεργασίες σε επίπεδο τοπικών κοινοτήτων.

²⁴ Ελευθεριακός κοινοτισμός είναι ένας όρος που χρησιμοποιήθηκε από τον ελευθεριακό σοσιαλιστή Μάρει Μπούκτιν για να περιγράψει μία αντιεξουσιαστική κοινωνία χωρίς κράτος ή ελεύθερη αγορά, στηριγμένη σε μία συνομοσπονδία αυτόνομων κοινοτήτων, αυτοοργανούμενων και αυτοδιοικούμενων μέσω αμεσοδημοκρατικών συνελεύσεων στη βάση των αρχών της αμοιβαιότητας, της αλληλεγγύης και της αλληλοβοήθειας. Η οικονομία στον ελευθεριακό κοινοτισμό βασίζεται στον εθελοντικό συνεταιρισμό με συλλογική διαχείριση των φυσικών πόρων, όπου οι παραγωγικές σχέσεις έχουν αντικατασταθεί από ηθικές αρχές οι οποίες καθοδηγούν αυτόματα την κατανομή των πόρων. Η εν λόγω αντίληψη παρουσιάζει ομοιότητες με τη μαρξιστική αντίληψη για την κομμουνιστική κοινωνία αλλά, σε πλήρη αντίθεση με τον μαρξισμό, στις ηθικές αρχές της οικονομίας του ελευθεριακού κοινοτισμού συμπεριλαμβάνεται η άρνηση της οικονομικής ανάπτυξης ως αυτοσκοπού, λόγω της καταστρεπτικής της επίδρασης στο φυσικό περιβάλλον.

²⁵ Ο οικοφεμινισμός είναι ένα οικολογικό κοινωνικό κίνημα που βασίζεται σε φεμινιστικές αρχές και υποστηρίζει ότι υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στα οικολογικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η σημερινή Γη και στην καταπίεση των δικαιωμάτων των γυναικών. Επιπλέον, μία «επιστροφή» σε μητριαρχικές μορφές κοινωνικής οργάνωσης θα μπορούσε να δώσει λύση στα προβλήματα του οικοσυστήματος. Ο οικοφεμινισμός ανήκει στον ριζοσπαστικό φεμινισμό και κατατάσσεται στα αριστερά πολιτικά κινήματα. Παρόλα αυτά έχει δεχτεί κριτική από άλλους ριζοσπάστες οικολόγους θεωρητικούς, όπως αυτούς της κοινωνικής οικολογίας.

²⁶ Ο πριμιτιβισμός (αναφέρεται και ως πρωτογονισμός) είναι ένας κλάδος του πράσινου αναρχισμού και μία τάση του οικολογικού κινήματος. Εστιάζει στη μετάβαση από τις πρώιμες τροφολεκτικές και θηρευτικές κοινωνίες στις αγροτικές κοινότητες, ως αιτία της ανάδυσης ιεραρχικών κοινωνιών, της

κριτική των κοινωνικών οικολόγων στρέφεται ενάντια στην αναποτελεσματικότητα, στον συντηρητικό χαρακτήρα ή στον μισανθρωπισμό, που χαρακτηρίζει κατ' αυτούς τα άλλα οικολογικά κινήματα. Η πράσινη οικονομία, βασιζόμενη στις ήπιες πηγές ενέργειας, θεωρείται αναποτελεσματική και ανεπαρκής από τους κοινωνικούς οικολόγους αφού αγνοεί τις κοινωνικές και πολιτικές πηγές της οικολογικής κρίσης. Παρόμοια κριτική έχει ασκηθεί και απέναντι στις συναφείς έννοιες της αειφόρου και πράσινης ανάπτυξης.

Ακόμα οι ιδέες της έρχονται σε αντίθεση με αυτές του κοινωνικού δαρβινισμού. Η άποψη του τελευταίου ότι τα οικολογικά προβλήματα σχετίζονται με τον υπερπληθυσμό αμφισβητείται από τους κοινωνικούς οικολόγους. Για αυτούς, αφενός μεν η Γη μπορεί να φιλοξενήσει πολύ μεγαλύτερο πληθυσμό ακόμα, αρκεί να γίνει σωστή χρήση των διαθέσιμων φυσικών πόρων, αφετέρου δε προβλήματα όπως η πείνα στον Τρίτο Κόσμο δεν είναι θέμα παραγωγής αγαθών, αλλά θέμα δίκαιης κατανομής τους.

Το πολιτικό νόημα και ο σκοπός της κοινωνικής οικολογίας είναι η ίδια η ελευθερία. Ο Bookchin θεωρεί ότι η φύση είναι ικανή να διδάξει τους ανθρώπους ότι η ελευθερία δεν είναι ένα πολιτισμικό φαινόμενο. Η εξάλειψη της ιεραρχίας δεν πρέπει να αναζητείται μόνο στο κράτος, αλλά στην ίδια τη δομή της κοινωνίας. Η φύση μπορεί να μας δείξει πως μπορούμε να καταργήσουμε την ιεραρχία ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες μέχρι τη δομή του σχολείου και του εργοστασίου. Αντίθετα με την καπιταλιστική κοινωνία, στη φύση τα οικοσυστήματα δεν εξελίσσονται με ιεραρχικούς όρους (δηλαδή δεν επιβιώνει ο δυνατότερος).

Η επιβίωση στο φυσικό κόσμο εξαρτάται από τις αρχές συνεργασίας και αμοιβαιότητας που θέτει το οικοσύστημα για τον εαυτό του. Κατά την ίδια έννοια και το κοινωνικό ον πρέπει να εξελίσσεται ως ον της κοινότητας και παράλληλα μ' αυτήν. Αυτό όμως προϋποθέτει ότι η συνεργασία ως κινητήρια δύναμη της ιστορίας, έχει καταργήσει την ιεραρχία. Η υιοθέτηση αυτής της αρχής, συνεπάγεται τη

αλλοτρίωσης των ανθρώπων και της καταστροφής του φυσικού περιβάλλοντος. Από τους υποστηρικτές της θεωρίας αυτής προτείνεται η επιστροφή σε «μη-πολιτισμένους» τρόπους ζωής μέσω της αποβιομηχάνισης, της κατάργησης του καταμερισμού της εργασίας και της εξειδίκευσης, και εγκατάλειψη της τεχνολογίας. Η επιστήμη, όπως και η τεχνολογία, θεωρείται ως μη ουδέτερη, και πιστεύεται ότι πάντα ενσωματώνει τις αξίες και τους σκοπούς όσων την παράγουν και την ελέγχουν. Ο αναρχοπρωτογονισμός (όπως παλαιότερα ονομαζόταν) ασκεί κριτική κυρίως σε δύο ζητήματα: Τον πολιτισμό και την τεχνολογία. Έπειτα από διάφορες διενέξεις, το πρόθεμα «αναρχο-» αφαιρέθηκε και ονομάζεται πλέον πρωτογονισμός ή πριμιτιβισμός.

διαμόρφωση της ελευθεριακής ηθικής από την ίδια την κοινωνία, δηλαδή τον θεμέλιο λίθο της ελευθερίας (Μπούκτσιν, 1992).

2.4. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Γενικά, μια οικολογική κρίση συμβαίνει όταν το περιβάλλον της ζωής ενός είδους ή ενός πληθυσμού αναπτύσσεται με έναν δυσμενή τρόπο για την επιβίωση του.

Αυτό ίσως να οφείλεται στην υποβάθμιση της ποιότητας του περιβάλλοντος σε σχέση με τις ανάγκες του είδους, μετά από μία αλλαγή ενός αβιοτικού οικολογικού παράγοντα (για παράδειγμα, αύξηση της θερμοκρασίας, λιγότερες βροχοπτώσεις).

Αυτό σημαίνει ότι το περιβάλλον γίνεται δυσμενές για την επιβίωση ενός είδους (ή πληθυσμού) οφειλόμενο στη αυξανόμενη πίεση που προκαλείται από τη δράση των αρπακτικών ειδών (για παράδειγμα η υπεραλίευση). Τέλος, είναι πιθανό η κατάσταση να αποβαίνει εις βάρος της ποιότητας ζωής του είδους (ή του πληθυσμού) λόγω της αύξησης των μελών του (υπερπληθυσμός).

Οι οικολογικές κρίσεις μπορεί να είναι περισσότερο ή λιγότερο οξείες, με τη διάρκειά τους να κυμαίνεται μεταξύ λίγων μηνών και μερικών εκατομμυρίων ετών. Επίσης η προέλευσή τους μπορεί να είναι φυσική ή ανθρώπινη. Μπορεί να έχουν σχέση με ένα μοναδικό είδος ή, αντιθέτως, με ένα μεγαλύτερο αριθμό ειδών. Τέλος, μια οικολογική κρίση μπορεί να είναι τοπικής εμβέλειας (όπως η διαρροή πετρελαίου) ή παγκόσμιας, (όπως η άνοδος της στάθμης του νερού που σχετίζεται με την πλανητική υπερθέρμανση).

Ανάλογα με το βαθμό ενδημισμού της, μια τοπική κρίση μπορεί να έχει περισσότερο ή λιγότερο σημαντικές επιπτώσεις, από το θάνατο πολλών ατόμων, ως τον πλήρη αφανισμό του είδους. Όποια και αν είναι η προέλευσή της, η εξαφάνιση ενός ή περισσότερων ειδών συχνά προκαλεί ρήγμα στην τροφική αλυσίδα, έχοντας έτσι μεγαλύτερο αντίκτυπο στην επιβίωση των υπόλοιπων ειδών.

Στην περίπτωση της παγκόσμιας κρίσης, οι συνέπειες μπορεί να είναι πολύ πιο σημαντικές. Σε κάποια περιστατικά αφανισμού εξαφανίστηκε πάνω από το 90% των

υπαρχόντων ειδών της εποχής εκείνης²⁷. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι η εξαφάνιση κάποιων ειδών, όπως οι δεινόσαυροι, επέτρεψε την ανάπτυξη και τη διαφοροποίηση των θηλαστικών, μέσω της απελευθέρωσης μιας οικολογικής περιοχής. Έτσι λοιπόν, μια οικολογική κρίση παραδόξως ευνόησε την βιοποικιλότητα.

Μερικές φορές μια οικολογική κρίση μπορεί να αποτελέσει ένα συγκεκριμένο και αναστρέψιμο φαινόμενο στην κλίμακα του οικοσυστήματος. Αλλά γενικά, ο αντίκτυπος των κρίσεων έχει διάρκεια. Πράγματι, συνήθως είναι μια αλληλουχία γεγονότων, που πραγματοποιείται μέχρι ένα τελικό σημείο. Από αυτό το σημείο, η επιστροφή στην προηγούμενη σταθερή κατάσταση δεν είναι δυνατή, και μια νέα σταθερή κατάσταση θα δημιουργηθεί σταδιακά (homeorhesis²⁸).

Τέλος, αν μια οικολογική κρίση μπορεί να προκαλέσει αφανισμό, μπορεί επίσης, απλά να μειώσει την ποιότητα ζωής των ατόμων που έχουν απομείνει. Έτσι, ακόμα και αν η βιοποικιλότητα του ανθρώπινου πληθυσμού θεωρείται μερικές φορές απειλούμενη (βλέπε κυρίως αυτόχθονες πληθυσμοί), λίγοι άνθρωποι οραματίζονται την εξαφάνιση των ανθρώπων σε σύντομο χρονικό διάστημα. Ωστόσο, οι επιδημίες, οι λιμοί, ο αντίκτυπος στην υγεία από τη μόλυνση της ατμόσφαιρας, οι διατροφικές κρίσεις, η μείωση του ζωτικού χώρου, η αφομοίωση τοξικών ή μη-διαλυτών αποβλήτων, η απειλή εξαφάνισης βασικών ειδών (γορίλες, πάντα, φάλαινες), είναι επίσης παράγοντες που επηρεάζουν την ευημερία των ανθρώπων.

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών, αυτή η αυξανόμενη ευθύνη της ανθρωπότητας σε κάποιες οικολογικές κρίσεις, έχει ξεκάθαρα παρατηρηθεί. Λόγω της ανάπτυξης της τεχνολογίας και της ταχείας πληθυσμιακής αύξησης, οι άνθρωποι έχουν περισσότερη επιρροή στο δικό τους περιβάλλον από οποιοδήποτε άλλο παράγοντα του οικοσυστήματος.

²⁷ Η μαζικότερη εξαφάνιση των ειδών που γνώρισε ο πλανήτης - και η οποία θεωρείται ότι απείλησε σοβαρά το μέλλον της ζωής επάνω σε αυτόν - συντελέστηκε πριν από περίπου 252 εκατομμύρια χρόνια, στο τέλος της Πέρμιας περιόδου. Τα γεωλογικά στοιχεία που μαρτυρούν τη λεγόμενη Πέρμια-Τριασική εξαφάνιση - την οποία πολλοί αποκαλούν επίσης «μεγάλο αφανισμό» ή «μεγάλο θανατικό» - είναι πολλά. Σύμφωνα με αυτά, στο διάστημα λίγο πριν από το τέλος της Πέρμιας ως την αρχή της Τριασικής περιόδου, πριν από περίπου 252 εκατομμύρια χρόνια, το 96% των θαλάσσιων και το 70% των χερσαίων ειδών που ζούσαν τότε στη Γη εξαλείφθηκαν (το «χτύπημα», το οποίο σηματοδοτεί επίσης το όριο ανάμεσα στην Παλαιοζωική και στην Καινοζωική εποχή, ήταν τόσο μεγάλο ώστε υπολογίζεται ότι η ζωή χρειάστηκε 10 εκατομμύρια έτη για να ανακάμψει). Παράλληλα την ίδια εποχή σημειώθηκε δραματική μείωση των επιπέδων οξυγόνου στην ατμόσφαιρα και στα νερά των ωκεανών.

²⁸ ομοιορρηση (homeorhesis), από τις ελληνικές λέξεις όμοιος και ροή, δηλαδή η διατήρηση της ροής ο όρος χρησιμοποιείται για να καταδείξει την εξελικτική και την οικολογική σταθερότητα.

Μερικά συνηθισμένα παραδείγματα οικολογικών κρίσεων είναι:

- Ο αφανισμός κατά την Πέρμια- Τριασική περίοδο, πριν από 250 εκατομμύρια χρόνια.
- Ο αφανισμός κατά την Ύστερη Κρητιδική περίοδο, πριν από 65 εκατομμύρια χρόνια.
- Η πλανητική υπερθέρμανση που σχετίζεται με το φαινόμενο του θερμοκηπίου. Η υπερθέρμανση θα μπορούσε να προκαλέσει πλημμύρες στα Ασιατικά δέλτα (δημιουργία οικολογικών προσφύγων), πολλαπλασιασμό των ακραίων καιρικών φαινομένων και αλλαγές στη φύση και την ποσότητα των τροφικών πόρων (βλέπε πλανητική υπερθέρμανση και γεωργία).
- Η τρύπα του όζοντος.
- Η αποψίλωση και η ερημοποίηση, με αφανισμό πολλών ειδών.
- Η πυρηνική καταστροφή στο Τσέρνομπιλ το 1986 προκάλεσε το θάνατο πολλών ανθρώπων και ζώων από καρκίνο και δημιούργησε μεταλλάξεις σε επίσης μεγάλο αριθμό ανθρώπων και ζώων. Η περιοχή γύρω από το εργοστάσιο είναι εγκαταλελειμμένη λόγω της μεγάλης ποσότητας ραδιενέργειας που εκλύθηκε κατά την καταστροφή. (Γραφείο Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου Πανεπιστημίου Μακεδονίας, 2014)

Για την αντιμετώπιση της οικολογικής κρίσης αρχίζουν να υψώνονται διάφορες φωνές, να ιδρύονται οικολογικές οργανώσεις και να λαμβάνονται κάποια μέτρα για την προστασία της φύσης όπως είναι η ανακύκλωση και ο βιολογικός καθαρισμός λυμάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: «ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ»

Στο παρόν τρίτο κατά σειρά κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με τη σχέση τηλεόρασης και οικολογίας. Στην αρχή θα προσδιορίσουμε τη σχέση πληροφόρησης και ενημέρωσης και στη συνέχεια θα εστιάσουμε στον τρόπο με τον οποίο η τηλεόραση προβάλλει την οικολογία και γενικότερα θέματα που αφορούν το περιβάλλον. Θέμα που αφορά το συγκεκριμένο κεφάλαιο είναι και ο βαθμός στον οποίο οι έλληνες τηλεθεατές είναι ευαισθητοποιημένοι απέναντι σε περιβαλλοντικά και οικολογικά θέματα. Τα δελτία ειδήσεων είναι ένα επιπλέον θέμα με το οποίο ασχολείται το τρίτο κατά σειρά κεφάλαιο.

3.1. ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Η ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Τα Μ.Μ.Ε. και ιδιαίτερα η τηλεόραση αποτελούν κύρια πηγή πληροφόρησης γύρω από τα περιβαλλοντικά θέματα. Τις πιο πολλές φορές το κοινό απευθύνεται αποκλειστικά και μόνο στα Μ.Μ.Ε. για να ενημερωθεί για τα περιβαλλοντικά ζητήματα.

Τα Μ.Μ.Ε. είναι αυτά τα οποία ανύψωσαν το επίπεδο της περιβαλλοντικής ενημερότητας και σωστά ή λανθασμένα, έστρεψαν την προσοχή των πολιτών σε συγκεκριμένα περιβαλλοντικά θέματα. Η αντίδραση του κοινού απέναντι σε αυτή τη περιβαλλοντική πληροφόρηση διηθείται πίσω στα Μ.Μ.Ε. και τα Μ.Μ.Ε. ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις και τις επιθυμίες του κοινού.

Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας μπορούν να αποτελέσουν ένα φυσικό συνεργάτη σε εκείνους που προσπαθούν να επηρεάσουν την ανθρώπινη συμπεριφορά, δεν περιορίζονται μόνο στη διασπορά πληροφοριών, αλλά διαμορφώνουν τις αντιλήψεις και τη γνώμη του κοινού. Υπάρχει μια στενή, αλληλοεξαρτώμενη σχέση που συνδέει τα Μ.Μ.Ε. με το βαθμό περιβαλλοντικής γνώσης και περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης του κοινού, αλλά και με τη ίδια την περιβαλλοντική εκπαίδευση.

Τα Μ.Μ.Ε. μπορούν και επηρεάζουν την τελική επιλογή ενός ατόμου σε περιβαλλοντικά και οικολογικά θέματα, μιας και είναι σε θέση να αποκαλύπτουν και

να παρουσιάζουν τις πολλαπλές επιλογές δράσης που μπορεί να έχει ένα άτομο στα συγκεκριμένα θέματα. Μπορούν επιπλέον να παρακινήσουν μια κοινωνική αλλαγή με βάση το γεγονός ότι, μπορούν να παρουσιάσουν σε μεγάλα τμήματα του πληθυσμού εναλλακτικούς και νέους τρόπους κοινωνικής δράσης. Από τα παραπάνω θα μπορούσαμε να δώσουμε στα Μ.Μ.Ε. τον ρόλο των περιβαλλοντικών εκπαιδευτών (Σκαναβή, 2005).

Πιο συγκεκριμένα, στη «Διακήρυξη της Τιφλίδας»²⁹ διατυπώνεται ότι:

«Η περιβαλλοντική εκπαίδευση πρέπει να παρέχεται σε όλες τις ηλικίες και τα επίπεδα τόσο της τυπικής, όσο και της άτυπης εκπαίδευσης. Τα Μέσα Μαζικής επικοινωνίας φέρουν τη μεγάλη ευθύνη να θέσουν τους τεράστιους πόρους τους στην υπηρεσία αυτής της εκπαιδευτικής αποστολής» (Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε, 1999).

Στη «Διάσκεψη της Μόσχας»³⁰, η αναφορά στα Μ.Μ.Ε. εντάσσεται στο κεφάλαιο που αφορά την εκπαίδευση και την ενημέρωση του κοινού. Αρχικά σημειώνεται η σπουδαιότητα της προβολής των περιβαλλοντικών θεμάτων από τα Μ.Μ.Ε. και τονίζεται η ανάγκη ανάπτυξης μιας μαζικής κουλτούρας σχετικής με το περιβάλλον. Στη διάσκεψη αυτή προτείνονται οι εξής δράσεις:

Παραγωγή εκπαιδευτικών προγραμμάτων σχετικών με τα ΜΜΕ.

Σημαντική είναι η δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων σχετικών με τα Μ.Μ.Ε. αφού με αυτόν τον τρόπο θα μπορεί ο κάθε άνθρωπος, αφού επιμορφωθεί, να αναλύσει και να αξιολογήσει τη φύση, το στόχο και την επιδίωξη κάθε πληροφορίας που παίρνει από τα Μ.Μ.Ε. σε σχέση άμεση ή έμμεση με το περιβάλλον. Ανάλογα προγράμματα θα πρέπει να συμπεριληφθούν σε όλη τη διαδικασία της γενικής εκπαίδευσης που σχετίζεται με το περιβάλλον, αρχίζοντας από την πρωτοβάθμια εκπαίδευση.

Παράλληλα, οποιαδήποτε βελτίωση στην ποιότητα των μηνυμάτων που αφορούν το περιβάλλον εξαρτάται από τη σχετική εμπειρία και συνειδητοποίηση των επαγγελματιών δημοσιογράφων. Απαιτείται η συνεργασία μεταξύ επιστημόνων και

²⁹ Η πρώτη Διακυβερνητική Διάσκεψη για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση συγκλήθηκε στην Τιφλίδα, Γεωργία από 14 μέχρι 26 Οκτωβρίου 1977. Η διάσκεψη οργανώθηκε από την UNESCO, σε συνεργασία με το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών (UNEP).

³⁰ Διεθνής Διάσκεψη που οργανώθηκε από την UNESCO-UNEP για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Κατάρτιση, που έγινε στη Μόσχα από 17 έως 21 Αυγούστου 1987.

δημοσιογράφων. Τα καλύτερα προγράμματα ή άρθρα για περιβαλλοντικά προβλήματα και τις λύσεις τους προκύπτουν από μια ενεργό συνεργασία μεταξύ επιστημόνων και επαγγελματιών που έχουν σχέση με τα Μ.Μ.Ε. Είναι, γι'αυτό, αναγκαία η ενσωμάτωση περιβαλλοντικής διάστασης σε προγράμματα κατάρτισης των δημοσιογράφων, στελεχών διαφήμισης, σκηνοθετών τηλεόρασης, κ.ο.κ. με στόχο να κάνουμε την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση γενικά προσιτή σε εθνικό επίπεδο. Διεπιστημονικά σεμινάρια μικρής διάρκειας θα μπορούσαν να οργανωθούν, τόσο για τους εργαζομένους στα Μ.Μ.Ε, όσο και για τα εκπαιδευόμενα στελέχη των Μ.Μ.Ε.

Χρήση νέων μέσων επικοινωνίας και μεθόδων ενεργητικής διδασκαλίας.

Είναι επιτακτική η ανάπτυξη πιο αποτελεσματικών και λιγότερο δαπανηρών ενημερωτικών προγραμμάτων για την ευαισθητοποίηση και ενημέρωση του κοινού. Αυτό προϋποθέτει ότι τα προγράμματα που σχετίζονται με το περιβάλλον αποβλέπουν σε διάφορους εκπαιδευτικούς στόχους (βοηθούν στη συνειδητοποίηση, διαμορφώνουν αξίες, παρέχουν επιστημονικές και τεχνικές πληροφορίες, κ.τ.λ.) και προσαρμόζονται στις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα των διαφορετικών τύπων χρηστών. Αυτά τα προγράμματα θα πρέπει να αξιοποιούν τις δυνατότητες των νέων τεχνολογιών (επεξεργασία δεδομένων, video, κ.λ.π.). Για το σκοπό αυτό, πρέπει να δοθεί προτεραιότητα στις εκπαιδευτικές μεθόδους (όπως περιβαλλοντικά παιχνίδια και προσομοιώσεις), οι οποίες επιτρέπουν την αναπαράσταση σύνθετων καταστάσεων που μοιάζουν με αυτές της πραγματικής ζωής.

Δημιουργία τράπεζας οπτικοακουστικού υλικού.

Ο προσδιορισμός και η χρήση των μηχανισμών που διευκολύνουν την παραγωγή και διανομή των οπτικοακουστικών (video και Η/Υ) περιβαλλοντικών προγραμμάτων συμβάλλει σημαντικά στην ανάπτυξη της εκπαίδευσης στον τομέα αυτό. Για το λόγο αυτό πρέπει να γίνουν βήματα προς τη δημιουργία μιας τράπεζας περιβαλλοντικών προγραμμάτων με ελεύθερη πρόσβαση που θα αποτελείται από οπτικοακουστικά έργα για το κοινό, που θα δοθούν στο παγκόσμιο κοινό από τους δημιουργούς τους (άτομα ή φορείς). Οι πληροφορίες που θα υπάρχουν θα πρέπει να γίνουν διαθέσιμες σε ευρύτερο κοινό με τη βοήθεια βάσεων δεδομένων που θα ενημερώνονται τακτικά

και θα διαχέονται μέσα από το δίκτυο του IEEP³¹ και το ενημερωτικό δελτίο *Connect*³².

Χρήση και ανάπτυξη εκθέσεων και μουσείων.

Τα κατά τόπους μουσεία, (οικολογικά, φυσικής ιστορίας κ.τ.λ.) παίζουν σημαντικό ρόλο στην χρήση των νέων περιβαλλοντικών δεδομένων και εμπειριών, και τη γενική εκπαίδευση και ενημέρωση του κοινού, μαθητών και των εκπαιδευτικών. Ο εκπαιδευτικός αυτός ρόλος των μουσείων κορυφώνεται με την διοργάνωση ειδικών εκθέσεων, διαλέξεων και εκδρομών που θα υπογραμμίζουν τις παγκόσμιες, περιφερειακές, εθνικές και τοπικές περιβαλλοντικές συνθήκες. Οι αναπτυσσόμενες χώρες θα πρέπει να βοηθηθούν στη δημιουργία τέτοιων μουσείων με συνεργασία και επιστημονικές ανταλλαγές.

Ανάπτυξη κοινής δράσης UNESCO³³ - UNEP³⁴.

Τα ΜΜΕ δεν αρκούν από μόνα τους για την εκπαίδευση του κοινού, καθώς είναι πιο αποτελεσματική η προσωπική επαφή μέσα από τοπικές οργανώσεις, που επηρεάζει απ' ευθείας στάσεις και δράσεις. Χρειάζεται και η συμβολή του σχολικού συστήματος και των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων που παρέχουν την απαραίτητη υποδομή για συνεχή και μόνιμη εκπαίδευση. Η κοινή δράση της UNESCO-UNEP είναι ιδιαίτερα σημαντική. Για την οικονομική και αποτελεσματική διάδοση της περιβαλλοντικής γνώσης στο κοινό, θα μπορούσαν η UNESCO και το UNEP από κοινού ή ξεχωριστά να επεξεργάζονται και παρουσιάζουν επιστημονικές πληροφορίες στους δημοσιογράφους και τα Μ.Μ.Ε. Εκπαιδευτικά σεμινάρια και κοινά προγράμματα θα μπορούσαν να οργανωθούν από επιστημονικά ιδρύματα και τα Μ.Μ.Ε. Έτσι με μικρό κόστος, θα μπορούν να βελτιωθούν τα προγράμματα του ραδιοφώνου, της τηλεόρασης και άλλων Μ.Μ.Ε. συγκρινόμενα με την παραγωγή τέτοιων προγραμμάτων ή άρθρων από τις υπηρεσίες των Ηνωμένων Εθνών (Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε, 1999).

³¹ Ινστιτούτο Ευρωπαϊκής Περιβαλλοντικής Πολιτικής (Institute for European Environmental Policy).

³² Η έκδοση του περιοδικού *Connect* του IEEP εκδίδομενο σε πέντε γλώσσες στα πλαίσια της προσπάθειας για την εγκαθίδρυση ενός παγκόσμιου δικτύου για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, βοήθησε ιδιαίτερα τη διεθνή ενημέρωση σχετικά με τις εξελίξεις στην Περιβαλλοντική Εκπαίδευση.

³³ Ο Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών (UNESCO - United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization).

³⁴ Η Υπηρεσία Περιβάλλοντος του ΟΗΕ (UNEP).

Στο 36ο κεφάλαιο της «Agenda 21»³⁵ σημειώνεται ότι:

«Ανάλογα με τις ειδικές συνθήκες κάθε χώρας, μπορεί να δοθεί μεγαλύτερη στήριξη για την εκπαίδευση, την κατάρτιση και την ενημέρωση του κοινού σε σχέση με το περιβάλλον και την ανάπτυξη, μέσω των παρακάτω μέτρων..»

...ανάμεσα στα οποία είναι:

«Να διευκολυνθεί η χρήση των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας με χαμηλό ή μηδενικό κόστος για τους στόχους της εκπαίδευσης..» (Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε, 1999).

Στη «Διακήρυξη της Θεσσαλονίκης»³⁶ σημειώνεται ότι:

«Τα Μ.Μ.Ε. καλούνται να ευαισθητοποιηθούν και να κινητοποιήσουν την τεχνογνωσία τους και τους διαύλους διάχυσης πληροφοριών για να διαδώσουν τα κύρια μηνύματα και να βοηθήσουν να μετατραπεί η πολυπλοκότητα των σχετικών θεμάτων σε ουσιαστική και εύληπτη πληροφορία για το κοινό. Το δυναμικό των νέων πληροφοριακών συστημάτων πρέπει να χρησιμοποιηθεί ορθά για το σκοπό αυτό» (ΥΠΕΚΑ, 2013).

Η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση επιτυγχάνεται και από τη παρουσία ευαισθητοποιημένων εκπαιδευτών που αποτελούν πρότυπα για τους μαθητές τους. Όμοια, μιας και τα Μ.Μ.Ε. εντάσσονται στους κόλπους της μη-τυπικής και άτυπης Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, η παρουσία ευαισθητοποιημένων περιβαλλοντικά επαγγελματιών των Μ.Μ.Ε. συμβάλλει στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του κοινού. Κρίνεται απαραίτητη η περιβαλλοντική εκπαίδευση των δημοσιογράφων, των εκδοτών, των παραγωγών τηλεόρασης και ραδιόφωνα και όσων άλλων σχετίζονται με τη εκπομπή μηνυμάτων μέσα από τα Μ.Μ.Ε..

Ένα περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένο κοινό έχει τη δυνατότητα να βελτιώσει τη ποιότητα της κάλυψης των περιβαλλοντικών θεμάτων από τα Μ.Μ.Ε.. Όταν το κοινό

³⁵ Τον Ιούνιο του 1992 στο Ρίο ντε Τζανέιρο της Βραζιλίας και υπό την αιγίδα του ΟΗΕ, δόθηκε τελικά ένα βροντερό παρόν από κυβερνητικές αντιπροσωπείες 178 κρατών μελών του ΟΗΕ, μέλη Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων και άλλων τοπικών αρχών, αντιπροσώπους αναπτυξιακών και περιβαλλοντικών οργανώσεων 120 χωρών, επιστήμονες και ερευνητές από ολόκληρο τον πλανήτη, προκειμένου να εξετασθούν ζητήματα για την ανάπτυξη και το περιβάλλον στον 21ο αιώνα.

³⁶ Διεθνής Διάσκεψη που οργανώθηκε στη Θεσσαλονίκη από την UNESCO και την Ελληνική Κυβέρνηση, από τις 8 ως τις 12 Δεκεμβρίου 1997 με θέμα «Περιβάλλον και Κοινωνία: Εκπαίδευση, και Ευαισθητοποίηση των Πολιτών για την Αειφορία», και συμμετείχαν Κυβερνητικές, Διακυβερνητικές, Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ) και κοινωνικοί εταίροι, από 84 χώρες παρόντες.

είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένο, απαιτεί μια λεπτομερέστερη και ποιοτικά καλύτερη περιβαλλοντική ενημέρωση. Σαν αποτέλεσμα όταν το κοινό δείχνει εμπράκτως το ενδιαφέρον του με την υψηλή ακροαματικότητα των ειδικών εκπομπών ή δελτίων ειδήσεων, που ικανοποιούν τις απαιτήσεις για πληρέστερη και πιο αντικειμενική περιβαλλοντική πληροφόρηση, ή η υψηλή ακροαματικότητα και κυκλοφορία, στην περίπτωση των γραπτών μέσων, προσελκύει τους διαφημιστές και αυξάνει το κέρδος των Μ.Μ.Ε. από τις διαφημίσεις. Επομένως, τα Μ.Μ.Ε., λόγω των απαιτήσεων του περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένου κοινού και του αναμενόμενου κέρδους, πιέζονται να προσανατολιστούν προς μια καλύτερη περιβαλλοντική ενημέρωση

Σημαντικό ρόλο στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του κοινού παίζει η μετατροπή της περιβαλλοντικής πληροφορίας σε αποτελεσματική γνώση ή αλλιώς από πληροφορία για κατανάλωση σε πληροφορία για χρήση. Η περιβαλλοντική ενημέρωση από τα Μ.Μ.Ε. πρέπει να παρουσιάζει στο κοινό την πραγματική κοινωνικοοικονομική και οικολογική πλευρά των περιβαλλοντικών προβλημάτων και τους δυνατούς τρόπους δράσης για την επίλυση τους.

Ο τρόπος διάδοσης των ειδήσεων από τα Μ.Μ.Ε. μπορεί να αναλυθεί σύμφωνα με το θεματικό ή το επεισοδιακό πλαίσιο τους. Τα αναφερόμενα γεγονότα συνδέονται με ένα ευρύτερο φάσμα άλλων συγγενικών γεγονότων, παρουσιάζονται οι τωρινές επιδράσεις, αλλά και όσες είναι πιθανό να εμφανιστούν στο μέλλον έτσι, ώστε το κοινό να μαθαίνει σε βάθος τα αίτια και τις συνέπειες των προβλημάτων.

Η περιβαλλοντική πληροφορία μεταδίδεται με θεματικό πλαίσιο και συνοδεύεται από μια σειρά δυνατών δράσεων, οι οποίες εναρμονίζονται και μπορούν να πραγματοποιηθούν μέσα από τη καθημερινή ζωή των πολιτών. Η διάδοση της περιβαλλοντικής πληροφορίας από τα Μ.Μ.Ε μπορεί να οδηγήσει σε μια κοινωνική αλλαγή όσον αφορά τη περιβαλλοντική ευαισθησία, στάση και κινητοποίηση του κοινού. (Μπαλτζάκη Ε, 2010).

Το περιεχόμενο της περιβαλλοντικής πληροφορίας Οφείλει να είναι σχετικό:

- με τις ανάγκες,
- τον τρόπο ζωής και

- τα χαρακτηριστικά του κοινού στο οποίο απευθύνεται

έτσι, ώστε η πληροφορία να γίνεται πιο εύκολα κατανοητή και αφομοιώσιμη.

Με τη κάλυψη περιβαλλοντικών γεγονότων που παρουσιάζουν μικρή έως ανύπαρκτη άμεση επίπτωση στους πολίτες, είναι πολύ πιθανό οι τελευταίοι να αποκτήσουν τη λανθασμένη εντύπωση για τη σχετικότητα των περιβαλλοντικών θεμάτων με τη καθημερινή τους ζωή.

Οι πολίτες, ανεξάρτητα από το μορφωτικό τους επίπεδο και την κοινωνική ή οικονομική τους κατάσταση, στην πλειονότητα τους ευαισθητοποιούνται σε ένα ζήτημα που μεταδίδεται από τα Μ.Μ.Ε., όταν το ζήτημα αυτό πιστεύουν ότι τους αφορά άμεσα.

Ένα μήνυμα των Μ.Μ.Ε., που θεωρείται ότι σχετίζεται με τις ανάγκες του κοινού, θα αποτελέσει την αφορμή ώστε το κοινό να δώσει μεγαλύτερη προσοχή σε αυτό και να αναζητήσει περισσότερες πληροφορίες, παρά όταν το μήνυμα είναι πιο γενικό και αόριστο.

Η ενίσχυση της ροής των περιβαλλοντικών ειδήσεων, αν και χρήσιμη, δεν καταπολεμά την ιδεολογική βάση του προβλήματος, που είναι μια εδραιωμένη στάση να αγνοείται ο παράγοντας περιβάλλον στη διαδικασία λήψης των καθημερινών αποφάσεων. Η πραγματική και ουσιαστική περιβαλλοντική πληροφόρηση γίνεται πράξη όταν οι πολίτες εφοδιάζονται ώστε να είναι σε θέση να σχηματίζουν μια ολοκληρωμένη άποψη και να αποφασίζουν για πραγματικές δράσεις σε ότι αφορά τα περιβαλλοντικά θέματα.

Η απλή διάχυση περιβαλλοντικής πληροφορίας από τα Μ.Μ.Ε. δεν αποτελεί Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, ωστόσο όταν η πληροφορία μεταδίδεται με κατάλληλο τρόπο έτσι, ώστε να αποδίδει τις πραγματικές διαστάσεις του περιβαλλοντικού προβλήματος και να παρέχει τους δυνατούς τρόπους επίλυσης του, ενισχύει το βαθμό περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης του κοινού και μετατρέπεται σε κινητοποίηση για περιβαλλοντική δράση (Μπαλτζάκη Ε, 2010).

3.2. ΠΩΣ Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΠΡΟΒΑΛΛΕΙ ΤΗΝ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ

Η έρευνα για την ανάλυση του μηνύματος από τα Μ.Μ.Ε. εστιάζεται συχνά στην περιβαλλοντική πληροφορία που περνάει από αυτά, όχι μόνον τα τελευταία χρόνια, αλλά ακόμη από τη δεκαετία του '70 και του '80, κυρίως στις Ηνωμένες Πολιτείες. Το περιβαλλοντικό κίνημα στις ΗΠΑ είναι στενά δεμένο με τα Μ.Μ.Ε., με τέτοιον τρόπο που οι «πράσινες σταυροφορίες» (Neuzil & Kovarik, 1996) στην Αμερική δεν μπορούν να γίνουν πλήρως κατανοητές χωρίς μια προσεκτική και εκ του σύνεγγυς αξιολόγηση του πώς η τηλεόραση, οι εφημερίδες, τα βιβλία, τα περιοδικά, ακόμη και λαϊκά αναγνώσματα, επηρεάζουν την κατανόηση του κοινού για αυτά τα ζητήματα και την πληροφόρηση που προέρχεται από αυτά. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν έρευνες για τον τρόπο με τον οποίο τα μαζικά μέσα ενημέρωσης επικοινωνούν τους περιβαλλοντικούς κινδύνους στο κοινό ή αναλύουν τον τρόπο που τα Μ.Μ.Ε. ενημερώνουν το κοινό για περιβαλλοντικά ζητήματα όπως η υπερθέρμανση του πλανήτη, διαπιστώνοντας μη επαρκή και πλήρη κάλυψη των ζητημάτων. Οι Τσέκος και Ματθόπουλος καταλήγουν σε παρόμοια συμπεράσματα αξιολογώντας τον τρόπο που οι εφημερίδες στην Ελλάδα διαπραγματεύονται τα περιβαλλοντικά θέματα (Ράγκου, 2004).

Οι τηλεοπτικές εκπομπές περιβαλλοντικού χαρακτήρα, δυνητικά, θα μπορούσαν να είναι φορείς ενός περιβαλλοντικού περιεχομένου υψηλής ποιότητας και να παίζουν ένα σημαντικό ρόλο στην ενημέρωση και στην ευαισθητοποίηση των πολιτών. Ωστόσο έρευνες έχουν δείξει ότι, παρά την έκρηξη της περιβαλλοντικής πληροφορίας και τη θεαματική, μερικές φορές, άνοδο του ενδιαφέροντος του κοινού για το περιβάλλον, τα Μ.Μ.Ε. δεν παρέχουν υψηλού επιπέδου περιβαλλοντική πληροφόρηση (Tsekos & Matthopoulos, 2008).

Συμπερασματικά καταλήγουμε και στο ότι τα προγράμματα σπουδών στις σχολές δημοσιογραφίας χρειάζονται ανανέωση ώστε να ενσωματώσουν σύγχρονα θέματα, όπως τα περιβαλλοντικά, που θα καλύπτουν τις παραπάνω ανάγκες. Η ανασκόπηση της ελληνικής βιβλιογραφίας δεν ανέδειξε σημαντική ερευνητική δραστηριότητα σχετική με ανάλυση περιεχομένου τηλεοπτικών εκπομπών οικολογικού περιεχομένου.

3.3. ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Για πληθώρα λόγων, όπως ήδη αναφέραμε, οι οικολογικού περιεχομένου εκπομπές είναι περιορισμένες στην ελληνική τηλεόραση, παρόλα αυτά θα ήταν παράλειψη αν δεν αναφερθούμε στις διαφημίσεις οι οποίες άμεσα ή έμμεσα προβάλλουν θέματα περιβάλλοντος και οικολογίας.

Τα τελευταία χρόνια οι παγκόσμιες οικολογικές οργανώσεις στην προσπάθεια παγκόσμιας ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης και ειδικά μετά τη Συνθήκη του Κιότο³⁷, όπου φάνηκε η αδυναμία εύρεσης κοινής λύσης ανάμεσα στις υπερδυνάμεις για θέματα που αφορούν το περιβάλλον, αρχίζουν και χρησιμοποιούν κατά κόρον τόσο στην τηλεόραση και τον έντυπο τύπο όσο και σε ψηφιακά μέσα όπως είναι το Ιντερνέτ. Επιπλέον, η οικονομία του μέλλοντος θα στηριχτεί στο περιβάλλον και τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα προβάλλονται οικολογικά προϊόντα ή προϊόντα που προσπαθούν να διεκδικήσουν αυτήν την εν λόγω ταμπέλα της οικολογίας.

Πριν όμως από αυτό θα αναφέρουμε μερικές σημαντικές παρατηρήσεις σχετικά με το τι είναι οικολογική διαφήμιση. Έτσι, η λεγόμενη περιβαλλοντική (ή «πράσινη» ή «οικολογική»)³⁸ διαφήμιση, δηλαδή η προώθηση βιώσιμων προτύπων παραγωγής, είναι βέβαιο ότι επηρεάζει τον καταναλωτή προς την αναζήτηση των φιλικότερων προς το περιβάλλον προϊόντων και συμβάλλει με αυτόν τον τρόπο έμμεσα, αλλά αποφασιστικά στην προστασία του περιβάλλοντος. Στην Ελλάδα η περιβαλλοντική διαφήμιση είναι μια σχετικά καινούργια έννοια. Ωστόσο, τόσο στο επίπεδο του δημοσίου όσο και στο επίπεδο του ιδιωτικού δικαίου, συναντά ήδη κανείς διατάξεις και θεσμούς που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για τη συστηματοποίηση και την περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα αυτού.

«Σέβεται το περιβάλλον», «Βιοδιασπώμενο», «Οικολογικό προϊόν» κλπ. Αυτού του είδους τα διαφημιστικά μηνύματα έχουν αρχίσει να πληθαίνουν, γιατί η προστασία του περιβάλλοντος είναι πλέον ένα ζήτημα, που οι εταιρείες δεν έχουν την πολυτέλεια να αγνοήσουν. Τα σκάνδαλα των διοξινών και των τρελών αγελάδων, η

³⁷ τέθηκε σε ισχύ στις 16 Φεβρουαρίου 2005, ύστερα από την υπογραφή της από τη Ρωσία και αποτελεί έναν «οδικό χάρτη», στον οποίο περιλαμβάνονται τα απαραίτητα βήματα για τη μακροπρόθεσμη αντιμετώπιση της αλλαγής του κλίματος που προκαλείται λόγω της αύξησης των ανθρωπογενών εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου.

³⁸ Ελληνικός Κώδικας Διαφήμισης - Επικοινωνίας, Παράρτημα ΙΙΙ – Οικολογία Και Περιβάλλον.

τρύπα του όζοντος, η αλλαγή του κλίματος, η ρύπανση των υδάτων και του αέρα κλπ. είναι θέματα στα οποία έχει δοθεί μεγάλη δημοσιότητα τα τελευταία χρόνια. Η οικολογική διαφήμιση αποτελεί απόρροια αυτής της εξέλιξης και είναι παρούσα στις ετικέτες των προϊόντων και στις διαφημίσεις τους στα μέσα ενημέρωσης. Ως οικολογική νοείται κάθε διαφήμιση που αναφέρεται στα αποτελέσματα ενός προϊόντος (συμπεριλαμβανομένης της συσκευασίας του) ή μίας υπηρεσίας στο περιβάλλον, καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους .

Η οικολογική διαφήμιση διέπεται από το Οικολογικό Σήμα (Eco-Label). Τα οικολογικά σήματα είναι ετικέτες που υποδεικνύουν στους καταναλωτές ότι τα προϊόντα που τις φέρουν είναι φιλικά προς το περιβάλλον σε σχέση με άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα.. Συχνά χρησιμοποιούνται για να παρουσιάσουν πολύπλοκες περιβαλλοντικές πληροφορίες στους καταναλωτές με απλοϊκό τρόπο. Η λογική που κρύβεται πίσω από τα οικολογικά σήματα είναι η κινητοποίηση των αγοραστών για την αύξηση του μεριδίου της αγοράς των επιχειρήσεων που σέβονται το περιβάλλον.

Σε ένα πολυκατάστημα μπορεί να βρει κανείς πάρα πολλές εφαρμογές του οικολογικού σήματος. Η σήμανση των «βιολογικών ειδών διατροφής», τα ψυγεία με την ένδειξη «δεν βλάπτουν το όζον», η σήμανση με το λουλούδι της Ευρωπαϊκής Ένωσης (που ενσωματώνει πολύπλοκους περιβαλλοντικούς ελέγχους) είναι μερικές μόνο από τις εφαρμογές που συναντάμε καθημερινά στις συσκευασίες διάφορων προϊόντων (Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2014).

Η σήμανση των οικολογικών προϊόντων εξελίσσεται στην Ευρώπη αλλά και στη χώρα μας σε εθελοντικό πλαίσιο. Δεν υπάρχει νομοθεσία που να επιβάλλει την οικολογική σήμανση. Η λογική του θεσμού αντιθέτως στοχεύει στην αλλαγή νοοτροπίας στο αγοραστικό κοινό με σκοπό την έμμεση πίεση προς τους παραγωγούς για την υιοθέτηση μεθόδων καθαρής παραγωγής.

Ο γερμανικός «Μπλε Άγγελος» (Der Blaue Engel) ήταν το πρώτο οικολογικό σήμα που παρουσιάστηκε στην αγορά το 1978. Από τότε έχουν αναπτυχθεί πάρα πολλά παρόμοια σήματα σε διεθνές, ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο. Το πιο γνωστό από αυτά είναι το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα γνωστό και σαν «λουλούδι» το οποίο αναγνωρίζεται σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση και σε συνεργαζόμενες χώρες.

Χρειάζεται όμως να έχουμε υπόψη μας πως οι πληροφορίες που δίνονται ενδέχεται να είναι αναληθείς. Καθώς συχνά οι προμηθευτές δίνουν την έμφαση σε ένα μεμονωμένο πλεονέκτημα ή μία μεμονωμένη βελτίωση του προϊόντος ή της υπηρεσίας τους και αφήνουν να εννοηθεί ότι το προϊόν ή η υπηρεσία είναι συνολικά φιλικό προς το περιβάλλον.

Η αλήθεια όμως είναι ότι ένα προϊόν ή μια υπηρεσία δεν μπορεί να χαρακτηριστούν «φιλικά προς το περιβάλλον» αν δεν αξιολογηθούν τα αποτελέσματά τους στο σύνολο της διάρκειας του κύκλου ζωής τους και αν δεν ληφθεί υπόψη το σύνολο των χαρακτηριστικών τους. Παράδειγμα: ένα αυτοκίνητο δεν «σέβεται το περιβάλλον» απλώς και μόνο επειδή τα κατασκευαστικά του μέρη είναι ανακυκλώσιμα.

Οι καταναλωτές δεν μπορούν να επαληθεύσουν ή να διαψεύσουν το περιεχόμενο του διαφημιστικού μηνύματος. Είναι σχετικά εύκολο να διαπιστώσουμε την αποτελεσματικότητα ενός προϊόντος κατά τη χρήση του. Αντιθέτως, η επαλήθευση των ιδιοτήτων ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, που αφορούν τις επιπτώσεις τους στο περιβάλλον, απαιτεί γνώσεις που πολλοί λίγοι καταναλωτές διαθέτουν. Παράδειγμα: Η πλειονότητα των καταναλωτών, όταν διαβάζει σε μια ετικέτα ότι η συσκευασία του προϊόντος είναι βιοδιασπώμενη, δεν είναι σε θέση να γνωρίζει ακριβώς τι σημαίνει αυτή η λέξη, ούτε ποιες προϋποθέσεις πρέπει να πληρούνται για αυτή τη «φιλική προς το περιβάλλον» αποσύνθεση του υλικού, ούτε και μπορεί να επαληθεύσει την αλήθεια αυτού του ισχυρισμού.

Συχνά η διαφήμιση εκμεταλλεύεται τις περιβαλλοντικές ανησυχίες των καταναλωτών.

Η ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τα οικολογικά χαρακτηριστικά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας είναι σημαντική και συντελεί στην υιοθέτηση πιο υπεύθυνης καταναλωτικής συμπεριφοράς. Ωστόσο, αν οι καταναλωτές υποψιαστούν ότι η προβολή των οικολογικών χαρακτηριστικών ενός προϊόντος είναι απλώς ένα διαφημιστικό τρικ για την αύξηση των πωλήσεων, η αξιοπιστία των εν λόγω πληροφοριών πλήττεται καταργώντας το όποιο όφελος, περιβαλλοντικό ή οικονομικό. Στην περίπτωση λοιπόν, οικολογικής εξαπάτησης των καταναλωτών (greenwashing)³⁹, στον Ελληνικό Κώδικα Διαφήμισης έχει θεσπιστεί παράρτημα για

³⁹ Πρακτική των επιχειρήσεων όπου, είτε παραπλανητικά είτε από άγνοια, παρουσιάζουν υπηρεσίες και προϊόντα ως φιλικά προς το περιβάλλον που εξοικονομούν ενέργεια και πολύτιμους φυσικούς

ότι αφορά την Οικολογία και το Περιβάλλον. Σκοπός του Παραρτήματος αυτού είναι να καθοριστούν τα πλαίσια μέσα στα οποία οφείλουν να κινούνται οι διαφημίσεις, αλλά και η κάθε είδους επικοινωνία προϊόντων ή υπηρεσιών, που περιλαμβάνουν ή υπονοούν ισχυρισμούς σχετικούς με την οικολογία ή το περιβάλλον (Καράκωστας, 2006).

3.4. ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Η τηλεόραση κινείται πλέον όλο και περισσότερο σύμφωνα με τις επιταγές των δυνάμεων της αγοράς και καθίσταται όλο και περισσότερο ψυχαγωγική, ως αποτέλεσμα τριών μεγάλων αλλαγών. Κατ' αρχάς, έχει αυξηθεί ο αριθμός των ιδιωτικών καναλιών, ενώ τα πάλαι ποτέ προαπαιτούμενα της ποιοτικής παραγωγής έχουν μειωθεί. Ακόμα περισσότερο, οι δημόσιοι τηλεοπτικοί σταθμοί έχουν χάσει σημαντικό μέρος του τηλεοπτικού τους κοινού και σε ορισμένες περιπτώσεις προσομοιάζουν με τους ιδιώτες ανταγωνιστές τους. Αυτές οι τάσεις καταγράφονται σε όλες τις χώρες της Ευρώπης, στη Λατινική Αμερική στη Νότια Ασία και, ουσιαστικά, σε όλο τον κόσμο. Στην Ελλάδα, η έλευση της απορρύθμισης επέφερε μια σειρά από επιπτώσεις, όπως: χαλαρή εποπτεία, ατελέσφορες προσπάθειες της δημόσιας τηλεόρασης να ανταποκριθεί στη νέα επικοινωνιακή πραγματικότητα, κυριαρχία των ιδιωτικών σταθμών, που πλήττονται από οικονομικά προβλήματα, προβλήματα τηλεπειρατείας, υποβάθμιση της ποιότητας της ενημερωτικής εκροής, αύξηση της τηλεθέασης και αμφισβήτηση των τηλεοπτικών μετρήσεων, συγκέντρωση της ιδιοκτησίας και ζητήματα διαφάνειας, καθώς και αρνητικές επιπτώσεις στο ραδιόφωνο και ιδίως στον Τύπο. (Παπαθανασόπουλος, 2006), (Παναγιωτοπούλου, 2010).

Όσον αφορά στην παρεχόμενη ενημέρωση, η ανάδυση των ιδιωτικών σταθμών είχε ως αποτέλεσμα την κυριαρχία τους όχι μόνον απέναντι στη δημόσια τηλεόραση, αλλά και απέναντι στην έντυπη ενημέρωση. Στα είκοσι χρόνια ζωής της ιδιωτικής τηλεόρασης, τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων, στον τομέα της ενημέρωσης, συναγωνίζονται συχνά τις εκπομπές ελαφρών κοσμικών ειδήσεων. Οι ιθύνοντες των

πόρους. Η ύπαρξη έγκυρων φορέων, η διαφάνεια και η εφαρμογή συστημάτων πιστοποίησης είναι επιτακτική.

καναλιών σπάνια αντιστέκονται στον πειρασμό να θυσιάσουν τις ειδήσεις για χάρη της μη είδησης. Τα παραδείγματα είναι πολλά, σχεδόν καθημερινά. Στο πλαίσιο του αγοραίου και ανεξέλεγκτου πεδίου στο οποίο λειτουργεί η ελληνική τηλεόραση, οι καναλάρχες και οι δημοσιογράφοι δεν τολμούν να αντισταθούν στη λογική του εντυπωσιασμού, και προσελκύονται από την οφθαλμολαγνεία, την ευτέλεια και την κινδυνολογία, ή από ένα μείγμα αυτών των στοιχείων. Πρόκειται για τρία συστατικά που έχουν αντικαταστήσει, στην πράξη, τις παραδοσιακές δημοσιογραφικές αξίες και που έχουν υιοθετηθεί, ουσιαστικά, και από τα άλλα ΜΜΕ.

Από την άλλη πλευρά, σε λιγότερο από μια δεκαετία οι περισσότεροι Έλληνες δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν κυρίως την τηλεόραση και λιγότερο τις εφημερίδες και το ραδιόφωνο για την ενημέρωσή τους (Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών 2003). Εάν το ραδιόφωνο αφαίρεσε από τον Τύπο το προνόμιο της ανακοίνωσης των ειδήσεων, η τηλεόραση ήρθε να του αποσπάσει και την απεικόνισή τους. Ωστόσο ο Τύπος παραμένει το μέσο με το οποίο η ενημέρωση παρουσιάζεται με πιο εκτεταμένο και ενδελεχή σχολιασμό. Μολονότι είναι ιδιαίτερα δύσκολο να προσδιοριστεί το κίνητρο ή η προσδοκία των μελών του κοινού όταν επιλέγουν ένα μέσο για να ικανοποιήσουν την ανάγκη ενημέρωσής τους, οι περισσότεροι Ευρωπαίοι, παρά τις επιμέρους γεωγραφικές ή άλλες διαφοροποιήσεις, χρησιμοποιούν πρωτίστως την τηλεόραση για να ενημερωθούν και κατά δεύτερο λόγο το ραδιόφωνο και τις εφημερίδες ή το Διαδίκτυο (Parathanassopoulos & Negrine, 2011).

Παρ' όλα αυτά, τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων, με βάση τα παραδοσιακά πρότυπα ενημέρωσης, προσφέρουν σχετικά ελάχιστη ενημέρωση. Ωστόσο, για να αντιληφθούμε την επίδραση της τηλεοπτικής ενημέρωσης, αρχικά είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε την τηλεόραση ως ένα ξεχωριστό μέσο επικοινωνίας και να εξετάσουμε τις τηλεοπτικές ειδήσεις μέσα στο ευρύτερο τηλεοπτικό περιβάλλον, ιδιαίτερα σε καθεστώς έντονου ανταγωνισμού και εμπορευματοποίησης. Ο συνδυασμός αυτών των δυο παραγόντων επιβάλλει το νέο «ύφος» στην τηλεοπτική ενημέρωση και, κατ' επέκταση, στη συνολική μας ενημέρωση, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε και προσεγγίζουμε γεγονότα, πρόσωπα και καταστάσεις. Και αυτό γιατί η τηλεοπτική ενημέρωση όχι μόνο κυριαρχεί, αλλά και επηρεάζει έντονα στις μέρες μας τον τρόπο παροχής της ενημέρωσης από τα υπόλοιπα ΜΜΕ.

Υπάρχουν διάφορες προσεγγίσεις σχετικά με τη χαμηλή ζήτηση για ειδήσεις εκ μέρους των πολιτών. Πολλοί μελετητές το αποδίδουν στο γεγονός ότι ένα μεγάλο μέρος των πολιτών αποξενώνεται από τα κοινά άλλοι στον κατακερματισμό της κοινωνικής ζωής, άλλοι μελετητές εστιάζουν στη μείωση της αξιοπιστίας του πολιτικού κόσμου και στην περιφρόνηση των πολιτών προς τα πρόσωπα των πολιτικών και την πολιτική, άλλοι στην πτώση της δυναμικής των συνδικαλιστικών ενώσεων και των κομμάτων που τις υποστηρίζουν, κάποιοι άλλοι δίνουν έμφαση στα χαρακτηριστικά της γενιάς των «μπέι-μπι μπούμερ»⁴⁰ ή ακόμη και στην αδυναμία των εθνικών κυβερνήσεων να ανταποκριθούν στην εποχή της παγκοσμιοποίησης. Η αναφορά σε διάφορες ερμηνείες σχετικά με τη ζήτηση των ειδήσεων –και ειδικά με τη χαμηλή– θα μπορούσε να συσχετιστεί με τον όγκο της προσφερόμενης ειδησεογραφίας, αν και ελάχιστες ερμηνείες έχουμε αναφορικά με την αύξηση της ζήτησης των ειδήσεων.

Μια ερμηνεία που εν μέρει φαίνεται να ανταποκρίνεται και στην ελληνική περίπτωση έχει ως σημείο αναφοράς την κρίση σε όλες τις μορφές της – ιδίως την οικονομική κρίση, όταν αυτή είναι σταδιακή, αλλά και συνεχής. Οι άνθρωποι συνήθως στρέφονται με μεγαλύτερη ένταση στην ημερήσια ειδησεογραφία, επειδή η οικονομική κρίση φαίνεται να αγγίζει κάθε πτυχή της ζωής τους. Συνήθως οι άνθρωποι μπορεί να δραστηριοποιούνται στη ζωή τους σε διαφορετικές σφαίρες δραστηριότητας, όπως η εργασία, η οικογένεια και η ψυχαγωγία. Σήμερα, όμως, όλες αυτές οι σφαίρες αλληλοσυνδέονται και, στην πράξη, συμπίπτουν (Παπαθανασόπουλος κ.α., 2010).

Η πλειονότητα των διεθνών ειδήσεων πηγάζει από το «κέντρο», τις ανεπτυγμένες χώρες, όπου εδράζονται και τα μεγαλύτερα πρακτορεία ειδήσεων και τα μεγάλα μέσα ενημέρωσης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι ειδήσεις από τις αναπτυσσόμενες ή τις λιγότερο αναπτυσσόμενες χώρες να είναι ελάχιστες, εκτός κι αν αναφέρονται σε θεομηνίες, καταστροφές ή κοινωνικο-οικονομικές κρίσεις.

Δεύτερον, η εγγύτητα –γεωγραφική, πολιτισμική και πολιτική– είναι ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας στον καθορισμό της κάλυψης των ειδήσεων στα οπτικά μέσα ενημέρωσης, που τείνουν να επιλέγουν θέματα σε σχέση με τη δική τους γεωγραφική περιοχή.

⁴⁰ Πρόκειται για τη "μεταπολεμική γενιά". Αφορά τη γενιά μέχρι το 1960.

Τρίτον, όπως διαπιστώνουν οι περισσότερες μελέτες, η Δυτική Ευρώπη και οι ΗΠΑ δέχονται το μεγαλύτερο ποσοστό της κάλυψης στα Μέσα, ενώ οι λιγότερο ανεπτυγμένες ή αναπτυσσόμενες χώρες δέχονται το μικρότερο. Αξίζει να σημειωθεί ότι στη συγκεκριμένη συγκυρία ο προσανατολισμός των διεθνών θεμάτων στις ΗΠΑ συνδέεται με τη συζήτηση σχετικά με την οικονομική ενίσχυση της χώρας από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, με τις προκριματικές αμερικανικές εκλογές, καθώς και με τη σοβαρή οικολογική καταστροφή που προκάλεσε η διαρροή πετρελαίου στον Κόλπο του Μεξικού.

Τέταρτον, παρόλο που οι οριζόντιες ροές όντως υπάρχουν μέσα στον αναπτυσσόμενο και τον ανεπτυγμένο κόσμο, αυτός ο τύπος ροής συνιστά μια ουσιαστικά μικρότερη έκταση της συνολικής κάλυψης απ' ό,τι η κατακόρυφη ή η «κυκλική» ροή.

Αν και παγκοσμίως καταγράφεται μια βελτίωση στην ποσότητα των διεθνών ειδήσεων, το μεγαλύτερο μέρος των διεθνών δρωμένων αντιστοιχεί στις ανεπτυγμένες και μεγάλες χώρες, όπως οι ΗΠΑ και οι μεγάλες χώρες της Ε.Ε. Στις περιπτώσεις όπου παρουσιάζονται θέματα αναφορικά με μικρότερες ή λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες, αυτά σχετίζονται κυρίως με αρνητικές ειδήσεις (κρίσεις, θεομηνίες, καταστροφές, συγκρούσεις, κ.λπ.) και στην περίπτωση του Διαδικτύου, ειδικότερα, με παράξενες ειδήσεις ή ειδήσεις που αφορούν διασημότητες. Σύμφωνα με έρευνες, η περίπτωση των ελληνικών ΜΜΕ δεν διαφέρει από τον γενικό κανόνα (Παπαθανασόπουλος κ.α., 2010).

3.4.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΔΕΛΤΙΑ

Οι Lasarsfeld και Merton πριν από 50 σχεδόν χρόνια είχαν διατυπώσει τη θεωρία ότι τα Μέσα λειτουργούν με τέτοιο τρόπο ώστε να αποδίδουν ένα συγκεκριμένο status στα γεγονότα (status conferral function)⁴¹ τα οποία προβάλλουν. Σύμφωνα με αυτούς, αυτή η λειτουργία των Μέσων έχει τη σχεδόν πρωτογενή δύναμη της παραγωγής εμπιστοσύνης. Τα Μέσα προσδίδουν στα κοινωνικά γεγονότα που προβάλλουν ως Ειδήσεις μια περίπου μεταφορική αύρα, η οποία είναι σε θέση να κινητοποιήσει συναισθήματα δημόσιας και από κοινού πίστης (faith-together). Οι δύο διανοούμενοι όμως του χώρου της επικοινωνίας είχαν επίσης προβλέψει και την παρακμή της εμπιστοσύνης αυτής η οποία είναι δυνατόν να προέλθει είτε από τα φαινόμενα της υπερ-έκθεσης (over exposure) καταστάσεων και προσώπων στα Μέσα, είτε από γενικά λανθασμένες ενέργειες κατά την άσκηση της δημοσιογραφίας οι οποίες εκθέτουν τη λειτουργία των Μέσων και μειώνουν την αξιοπιστία τους (Simonson, 1999).

Κατά κάποιο τρόπο λοιπόν ο τρόπος παρουσίασης των γεγονότων ως Ειδήσεων από τα ΜΜΕ έχει εκ προοιμίου εχέγγυα αξιοπιστίας για την κοινή γνώμη. Κατά συνέπεια υπάρχει ιδιαίτερα αυξημένη ευθύνη στον τρόπο με τον οποίο χειρίζονται και παρουσιάζουν γεγονότα, πρόσωπα αλλά και ολόκληρες ομάδες του πληθυσμού. Όμως αυτή η αίσθηση της αυξημένης ευθύνης δεν φαίνεται να είναι πάντοτε παρούσα στα κεντρικά τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων της Ελληνικής Τηλεόρασης. Το ανωτέρω έγκειται αφενός στην υπαγωγή της Ελληνικής Τηλεόρασης – κυρίως της ιδιωτικής - σε καθαρά εμπορευματικά πρότυπα, ιδίως μετά τον μετασχηματισμό του τηλεοπτικού πεδίου και αφετέρου στην κατά κοινή ομολογία ελλιπή παιδεία και κατάρτιση των στελεχών της.

Ως γνωστόν η «γραμματική»⁴² της τηλεόρασης σε συνδυασμό με την εμπορευματοποίηση και τον έντονο ανταγωνισμό του νέου τηλεοπτικού πεδίου, άμεση συνέπεια της τηλεοπτικής απορύθμισης, η οποία στην περίπτωση της Ελλάδας πραγματοποιήθηκε το 1989 (Παπαθανασόπουλος, 1993), απομάκρυναν τις τηλεοπτικές ειδήσεις από την ουσιαστική ενημέρωση και την έχουν εντάξει σε μια

⁴¹ Ο τρόπος που έχουν τα Μ.Μ.Ε να προσδίδουν κύρος σε διάφορα δημόσια θέματα, πρόσωπα, οργανώσεις, κοινωνικά και πολιτικά κινήματα κ.α.

⁴² Η τάση για οπτικοποίηση των γεγονότων.

νέα κατηγορία προγράμματος, την ενημερω-ψυχαγωγία (infotainment). Αυτή η νέα κατηγορία η οποία προσομοιάζει στο πρότυπο της εφημερίδας «ταμπλόιντ» (μιλάμε πλέον και για ένα είδος «τηλεόρασης ταμπλόιντ») (McQuail, 1994), έχει ως κύρια χαρακτηριστικά της την παρόρμηση, τον ερεθισμό, τον μύθο και το επιμύθιο, την αίσθηση του τρομοκρατικού, του σπάνιου, του μοναδικού και στοχεύει κατά κανόνα στην προσέλκυση της προσοχής των τηλεθεατών καθ' όλη τη διάρκεια του δελτίου. Έτσι παρατηρήθηκε η τάση να γίνεται εστίαση σε «ασυνήθιστα» και «αμφιλεγόμενα» γεγονότα και να δίνεται βαρύτητα σε ειδήσεις με μεγάλη δραματική ποιότητα και ψυχαγωγική αξία⁴³. Οι ειδήσεις έπρεπε να αποτελούν πρωτίστως μια «καλή ιστορία»⁴⁴.

Διαπιστώνουμε ότι και τα Ελληνικά Τηλεοπτικά Δελτία Ειδήσεων – της ιδιωτικής τηλεόρασης τουλάχιστον - ακολουθούν κατά κόρον τους δύο από τους βασικούς κανόνες «θεαματικοποίησης» των Ειδήσεων⁴⁵ που είναι η *προσωποποίηση* (το άτομο βρίσκεται στην κεντρική θέση των γεγονότων χωρίς να εξετάζονται οι υπόλοιποι παράγοντες αλλά και οι διεργασίες που οδήγησαν στην εκδήλωση του γεγονότος της Ειδήσης) και η *δραματοποίηση* (η Ειδήση δεν περιγράφεται αλλά διαδραματίζεται κατά τα φιλομογραφικά πρότυπα, ώστε να δίνεται η εντύπωση ότι ο θεατής είναι

⁴³ Οι N. Postman και G. Comstock επισημαίνουν ότι η εμπορική τηλεόραση χρησιμοποιεί την ψυχαγωγία ως «πυξίδα» για την αναπαράσταση κάθε μορφής πραγματικότητας. Το πρόβλημα κατά τον N. Postman δεν είναι ότι μας παρουσιάζει με ένα ψυχαγωγικό τρόπο τις ειδήσεις, αλλά ότι παρουσιάζει οτιδήποτε σαν. Ενώ ο E. Cashmore θεωρεί ότι η «περιπτωσιολογική λεπτομέρεια» αποτελεί το κέντρο βάρους της τηλεοπτικής ενημέρωσης εις βάρος των υπολοίπων θεμάτων.

⁴⁴ Έχει διαπιστωθεί από πολλούς θεωρητικούς ότι το περιεχόμενο των ΜΜΕ ακολουθεί τη μορφή μιας ιστορίας. Ο R. Darnton υποστηρίζει ότι η αντίληψή μας για τις ειδήσεις προέρχεται «από τους αρχαίους τρόπους εξιστόρησης». Οι αναφορές των ειδήσεων γίνονται συνήθως με αφηγηματικό τρόπο, με μεγάλους και μικρούς ηθοποιούς, με συνδεδεμένες ακολουθίες, ήρωες και παλιανθρώπους, με αρχή, μέση και τέλος, ενώ επιχειρούν δραματοποιήσεις και επιμένουν σε γνωστά σενάρια. Ο A. Bell τονίζει «ένα κείμενο των ειδήσεων συνήθως αποτελείται από μια αφαιρετική ερμηνεία και την κατάλληλη ιστορία. Μια ιστορία αποτελείται από ένα ή περισσότερα επεισόδια, τα οποία με τη σειρά τους αποτελούνται από περισσότερα γεγονότα. Τα γεγονότα πρέπει να περιέχουν δρώντα πρόσωπα και δράση, συνήθως εκφράζουν ένα σκηνικό και μπορούν να έχουν σαφή απόδοση, καθώς και εκείνα τα στοιχεία, που παρουσιάζουν την κεντρική δράση. Αναγνωρίζουμε τρεις πρόσθετες κατηγορίες, που μπορούν να συνεισφέρουν σε ένα γεγονός: η συνέχεια, ο σχολιασμός και η πλαισίωσή τους». Ο H. P Mc Cartney έχει αποδείξει ότι η βασική πλοκή καταστάσεων, που χρησιμοποιείται εδώ και αιώνες σε λογοτεχνικά έργα, υπάρχει και μέσα στις ειδήσεις.

⁴⁵ Σύμφωνα έρευνα της Taylor Nelson Sofres Metrisis, η οποία πραγματοποιήθηκε κατά το διάστημα 14 – 27 Ιανουαρίου 2002 και στην οποία καταμετρήθηκαν 3.153 διαφορετικά θέματα στο σύνολο των κεντρικών δελτίων ειδήσεων των καναλιών ET1, NET, ANT1, Mega, Alpha, Star, Alter και Tempo, προκύπτει ότι «η δράση, το έγκλημα και η ψυχαγωγία αποτελούν τη συνταγή» των Ελληνικών Δελτίων Ειδήσεων. Συγκεκριμένα το ελεύθερο ρεπορτάζ (11,1%) και τα εγκλήματα (11%) βρίσκονται στις πρώτες θέσεις ως ποσοστό συμμετοχής υποκατηγοριών στο περιεχόμενο των κεντρικών δελτίων ειδήσεων. Η κατηγορία ειδήσεων Ρεπορτάζ παρουσιάζει υψηλότερο ποσοστό συμμετοχής (41%) ενώ σε δεύτερη θέση έρχεται η πολιτική επικαιρότητα (23,2%) και τα καλλιτεχνικά (28,5%). Η εν λόγω έρευνα δημοσιοποιήθηκε στο περιοδικό «Marketing Week» (Φεβρουάριος 2002, σελ. 56 - 58).

παρών την ώρα που το γεγονός συμβαίνει). Αυτές οι δύο τεχνικές χρησιμοποιούνται συστηματικά. Το γεγονός αυτό δεν αποτέλεσε έκπληξη. Επίσης σύμφωνα με την έρευνα έχει παρατηρηθεί ότι στα σύνολα των ρεπορτάζ υπάρχει προσθήκη μουσικής (κατά περίπτωση δραματική ή ρυθμική - γρήγορη), καθώς και η κατάλληλη προσθήκη κειμένου (speakage) και γίνεται έντονη χρήση της εικόνας⁴⁶ (δυσανάλογη σχέση εικόνας - λόγου) με εστίαση - έμφαση αποκλειστικά στα πρόσωπα – πρωταγωνιστές των γεγονότων. Σχεδόν πάντοτε επιχειρείται να προσδωθεί μια «δραματική - τραγική» διάσταση⁴⁷ στα γεγονότα (π.χ «μια εφιαλτική ιστορία αποκαλύφθηκε...», «τραγική η κατάληξη...», «νέα ανατριχιαστική υπόθεση...», «σκηνές που κόβουν την ανάσα...», «το δράμα της...» κ.λ.π) και να παρουσιάσουν αυτές τις «ιστορίες» σαν σύγχρονες τραγωδίες. Δεν απουσιάζουν και οι περιπτώσεις εκείνες που αποπειρώνται μάλιστα να φορτίσουν συγκινησιακά το τηλεοπτικό κοινό και να ευαισθητοποιήσουν, να διεγείρουν το αίσθημα του «κοινού δικαίου» ταυτιζόμενα εμμέσως (γιατί πρέπει να τηρηθούν τύποις και οι κανόνες δεοντολογίας) με την πλευρά η οποία φερόταν ότι είχε «δίκιο». Ας σημειωθεί ότι πολλές φορές γίνεται προσπάθεια αναπαράστασης των γεγονότων (το στοιχείο της δράσης) με τα υποκείμενα να «διαδραματίζουν» κάποιο ρόλο (με την έννοια όχι μόνο του δράστη αλλά και του κινηματογραφικού πρωταγωνιστή) (Πάνος & Νίκα, 2002)

⁴⁶ Ο J. Corner θεωρεί ότι αν και η παροχή της εικόνας στις ειδήσεις είναι βασικό στοιχείο στην τηλεοπτική δημοσιογραφία, ωστόσο περιορίζει τον τρόπο με τον οποίο οπτικοποιούνται οι ειδήσεις. Τροποποιούν το χαρακτήρα των ειδήσεων και τη δομή της αφήγησης τους και αυτό φαίνεται έντονα στα γεγονότα έκτακτης επικαιρότητας.

⁴⁷ Οι D. Nimmo και J. Combs επισημαίνουν ότι η λογική της τηλεοπτικής ενημέρωσης επιβάλλει σε κάθε στοιχείο της να έχει μια «μελοδραματική διάσταση», όπως στα ψυχαγωγικά προγράμματα, και αυτή η «μελοδραματική λογική» των τηλεοπτικών ειδήσεων προσελκύει τους τηλεθεατές. Ο Σ. Παπαθανασόπουλος τονίζει ότι η ψυχαγωγία αποτελεί το ιδεολογικό πρότυπο του τηλεοπτικού λόγου. Δεν έχει σημασία αν επιλέγεται ή ερμηνεύεται ένα θέμα, αλλά οτιδήποτε πρόκειται να προβληθεί από την τηλεόραση πρέπει να ψυχαγωγήσει και να ευχαριστήσει το τηλεοπτικό κοινό. Για το λόγο αυτό τα τηλεοπτικά δελτία παρέχουν σε καθημερινή βάση στοιχεία δραματικά και μυθοπλαστικά.

3.5 ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΕΛΤΙΑ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Το Δελτίο ειδήσεων είναι ένα ενημερωτικό δελτίο καταγραφής σημαντικών γεγονότων εσωτερικών και εξωτερικών, το οποίο επιμελούνται δημοσιογράφοι και μεταδίδεται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης που πραγματοποιούν μετάδοση.

Τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων μεταδίδουν επίκαιρα γεγονότα και διακρίνονται σε «κανονικά» και σε «έκτακτα» προσδιοριζόμενα έτσι από τον τακτό χρόνο μετάδοσής τους. Στην ουσία πρόκειται για προγράμματα, εκπομπές οι οποίες μπορούν να διαρκέσουν από μερικά δευτερόλεπτα (όπως για παράδειγμα ένα έκτακτο δελτίο ειδήσεων) έως ώρες (κεντρικό δελτίο ειδήσεων) και που παρέχουν τις τελευταίες - μέχρι τη στιγμή μετάδοσης - διεθνείς, εθνικές ή τοπικές ειδήσεις. Το τηλεοπτικό δελτίο ειδήσεων βασίζεται κατά κανόνα σε εικόνες, παρουσιάζοντας σχετικά βίντεο, στατικές ή κινούμενες εικόνες σε πολλά από τα γεγονότα στα οποία αναφέρονται.

Σήμερα, με την ανάπτυξη των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών, το δελτίο ειδήσεων συμπληρώνεται απ' ευθείας με ρεπορτάζ από τους ανταποκριτές των σταθμών αυτών που ποικίλουν. Οι τηλεοπτικοί σταθμοί μεταδίδουν τα δελτία ειδήσεων ως τμήμα ενός τακτικά σχεδιασμένου προγράμματος ειδήσεων (πρωινό δελτίο ειδήσεων, μεσημεριανό, βραδινό ή αλλιώς κεντρικό, νυκτερινό). Ωστόσο, υπάρχουν περιπτώσεις όπου το τακτικό πρόγραμμα του τηλεοπτικού σταθμού μπορεί να διακοπεί ή ακόμα και να αντικατασταθεί εξολοκλήρου από ένα έκτακτο δελτίο ειδήσεων προκειμένου να μεταδώσει τις τελευταίες εξελίξεις γεγονότων μεγάλης σπουδαιότητας ή έκτακτα γεγονότα σημαντικών θεμάτων.

Τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων εκτός από τις θεματικές ενότητες των εθνικών και διεθνών ειδήσεων περιλαμβάνουν επιμέρους θεματικές ενότητες για επίκαιρα θέματα όπως το χρηματιστήριο, την οικονομία, την οικολογία, την κίνηση στους δρόμους. Η θεματική ενότητα που αφορά στις μετεωρολογικές προβλέψεις, το δελτίο καιρού δηλαδή, καθώς και το αθλητικό δελτίο, αποτελούν μόνιμα ένθετα ενός τηλεοπτικού δελτίου ειδήσεων και ίσως τα μακροβιότερα.

Σύμφωνα με τα παραπάνω δεν υπάρχει ειδικό ένθετο στα δελτία ειδήσεων το οποίο σε καθημερινή βάση να αναφέρεται σε θέματα οικολογίας. Παρόλα αυτά πολλοί ιδιωτικοί αλλά και κρατικοί σταθμοί λίγο πριν το αθλητικό δελτίο αφιερώνουν λίγα

λεπτά και αναφέρονται σε θέματα οικολογίας και περιβάλλοντος ειδικά αν και η επικαιρότητα το επιτάσσει.

Λύσεις οικονομίας, ενεργειακά σπίτια και αυτοκίνητα, αλλά και αντικατάσταση διαφόρων πηγών ενέργειας με αντίστοιχες βιώσιμες είναι θέματα στα οποία στέκονται τα δελτία ειδήσεων και ενημερώνουν έτσι τους τηλεθεατές. Ενέργειες ανακύκλωσης ή αναδάσωσης είναι μερικά ακόμη ζητήματα στα οποία όταν συντρέχει λόγος αναφέρονται οι παρουσιαστές ειδήσεων.

Σταδιακά και με την πάροδο του χρόνου σε συνδυασμό πάντα με το S.O.S. που προβάλλει το περιβάλλον και τα δελτία ειδήσεων δείχνουν να ευαισθητοποιούνται και να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο σε θέματα οικολογίας και περιβάλλοντος.

Συμπερασματικά, στην Ελλάδα υπάρχει ή και απαιτείται χώρος αλλά και χρόνος σε ιδιωτικά και δημόσια τηλεοπτικά κανάλια ώστε να γίνεται μεγαλύτερη και συχνότερη αναφορά σε θέματα που αφορούν όλους μας. Η δύναμη των δελτίων ειδήσεων αλλά και το κύρος πολλών εξ αυτών θα επηρέαζαν εντονότερα τον τηλεθεατή και θα του επιστούσαν την προσοχή σε μικρά, καθημερινά πράγματα (συνήθειες), ικανά να αλλάξουν τη δική του ζωή αλλά και την τροπή των περιβαλλοντικών ζητημάτων.

Την θέση που διατυπώθηκε παραπάνω ενισχύουν και τα αποτελέσματα έρευνας σύμφωνα με τα οποία σε ερώτημα σχετικά με τη Σύνοδο Κορυφής της Κοπεγχάγης για την Κλιματική Αλλαγή⁴⁸, το 29% των ερωτηθέντων έδωσε τη σωστή απάντηση, ενώ το 25% λανθασμένη και το 46% δεν γνώριζε. Πρόκειται για ένα θέμα που αντανακλά όχι μόνο τη σχετικά μικρή κάλυψη οικολογικών θεμάτων από τα ελληνικά

⁴⁸ Η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για την Κλιματική Αλλαγή πραγματοποιήθηκε στην Κοπεγχάγη από 7-19 Δεκεμβρίου 2009.

Αντικειμενικοί στόχοι των διαπραγματεύσεων στην Σύνοδο της Κοπεγχάγης υπήρξαν:

- Ο καθορισμός επιπέδων δέσμευσης όλων των αναπτυγμένων κρατών για συγκεκριμένα ποσοστά μείωσης των παραγόμενων ρύπων.
- Η επίτευξη δέσμευσης για μέτρα μείωσης εκπομπών αερίων των αναπτυσσόμενων χωρών.
- Ο προσδιορισμός του ύψους της αναγκαίας διεθνούς χρηματοδότησης που θα πρέπει να παρέχουν οι αναπτυγμένες χώρες για την προσαρμογή των αναπτυσσόμενων χωρών στην κλιματική αλλαγή.
- Ο προσδιορισμός των μέσων υλοποίησης των δεσμεύσεων για τη μείωση των εκπομπών και την προσαρμογή των αναπτυσσόμενων χωρών στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Η μεταφορά τεχνολογίας, η χρηματοδότηση και η ανάπτυξη ικανοτήτων των αναπτυσσόμενων χωρών αποτελούν τα μέσα υλοποίησης.

μέσα ενημέρωσης, αλλά και τον μικρό βαθμό ευαισθητοποίησης των Ελλήνων σε θέματα περιβάλλοντος.

Από την άλλη πλευρά, αυτή η εικόνα μετριάζεται όσον αφορά στην ευαισθητοποίηση των Ελλήνων σε περιβαλλοντικά θέματα, καθώς το 77% των ερωτηθέντων της έρευνας που αναφέρθηκε παραπάνω, απάντησε σωστά στο ερώτημα για το πού έγινε η πρόσφατη έκρηξη σε θαλάσσια εξέδρα άντλησης πετρελαίου. Βέβαια, αυτό ενισχύει την άποψη ότι η γνώση για τα δρώμενα συνδέεται άμεσα με την κάλυψη και την ένταση που δίνουν τα μέσα ενημέρωσης σε αυτά (Παπαθανασόπουλος κ.α., 2010).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: «Ο ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΣΚΑΪ ΚΑΙ ΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ»

Τα Μ.Μ.Ε, και κυρίως η τηλεόραση, έχοντας πρόσβαση σε μεγάλα τμήματα του πληθυσμού, αποτελούν την κύρια πηγή πληροφόρησης γύρω από πολλά θέματα της σύγχρονης ζωής, συνεπώς και για τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Τα Μ.Μ.Ε., παρέχοντας μια άτυπη μορφή περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, μπορούν να επηρεάσουν τις περιβαλλοντικές γνώσεις και συμπεριφορές, να διαμορφώσουν τις περιβαλλοντικές αντιλήψεις και να αποτελέσουν σημαντικά εργαλεία στη συνειδητοποίηση του κοινού για τα ζητήματα του περιβάλλοντος.

Σήμερα, σε αρκετές χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής, υπάρχει ένα κίνημα του κοινού που απαιτεί από τα Μ.Μ.Ε. και ιδιαίτερα από τα έντυπα μέσα, να είναι αντικειμενικά και κριτικά απέναντι στα θέματα που διαπραγματεύονται και να εκπληρώνουν την κοινωνική τους αποστολή, που είναι η πληροφόρηση και η έγκυρη διαμόρφωση απόψεων με συνέπεια (Canan & Hartman, 2007), (Stocking & Holstein, 2009).

Στη συνέχεια του κεφαλαίου και πριν μελετήσουμε εκτενώς την δράση του τηλεοπτικού σταθμού ΣΚΑΪ, θα αναφερθούμε στα χαρακτηριστικά, τα οποία θα πρέπει να έχει μια εκπομπή περιβαλλοντικού – οικολογικού χαρακτήρα. Επιπλέον θα κάνουμε μια αναφορά σε εκπομπές που υπάρχουν ή υπήρξαν στην ελληνική τηλεόραση και προέβαλαν ένα μήνυμα ενημέρωσης ή και ευαισθητοποίησης των τηλεθεατών σε θέματα που αφορούν το περιβάλλον και την οικολογία. Θα κλείσουμε το κεφάλαιο παραθέτοντας μια έρευνα η οποία μας δείχνει την συμπεριφορά των Ελλήνων απέναντι στα δύο παραπάνω θέματα.

4.1 ΠΩΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ – ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΕΚΠΟΜΠΗ

Ποια όμως θα πρέπει να είναι η δομή μιας σωστής περιβαλλοντικής – οικολογικής εκπομπής ώστε τα μηνύματα που προβάλλει να επικοινωνούνται με τον βέλτιστο δυνατό τρόπο ενώ το ίδιο καλά να ικανοποιούνται και οι σκοποί αυτής; Για τη δόμηση των κατηγοριών και υποκατηγοριών της λίστας ελέγχου μιας σωστής ή μη εκπομπής (σχετικής με το περιβάλλον και την οικολογία), χρησιμοποιούμε ως κατευθυντήριους άξονες στοιχεία από τη θεωρία της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης όπως περιγράφεται στα μεγάλα κείμενα αναφοράς για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, αλλά και πολύ σημαντικές ιδέες από τη διεθνή και ελληνική βιβλιογραφία της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης. Συνοπτικά οι άξονες άρα και τα θέματα τα οποία μια περιβαλλοντικού τύπου εκπομπή θα πρέπει να έχει ως προτεραιότητα αλλά και ως δεδομένα, περιγράφονται ακολούθως:

- Η πολύπλοκη φύση του περιβάλλοντος απορρέει από την αλληλεπίδραση μεταξύ οικολογικών, κοινωνικών, οικονομικών και πολιτικών παραμέτρων.
- Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση συμβάλλει ώστε το άτομο να αποκτήσει αντίληψη της συνθετότητας και πολυπλοκότητας των περιβαλλοντικών ζητημάτων.
- Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση εξετάζει τα περιβαλλοντικά ζητήματα από μια παγκόσμια σκοπιά, ενώ παράλληλα λαμβάνει υπόψη τις τοπικές ιδιαιτερότητες. Επιπλέον προσεγγίζει τα θέματα σε διαφορετικές κλίμακες χρόνου.
- Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση έχει ως σκοπό να βοηθήσει τα άτομα και τις κοινωνικές ομάδες να αναπτύξουν αίσθημα υπευθυνότητας και διάθεση για ενεργό συμμετοχή και δράση για την πρόληψη και την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων.
- Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση είναι μια εκπαιδευτική διαδικασία που βάζει τον εκπαιδευόμενο στην περιπέτεια της κριτικής στάσης απέναντι στον εαυτό του, στην κοινωνία του και στο σύστημα αξιών της.

- Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση πρέπει να αναδεικνύει την αξία και την αναγκαιότητα της συνεργασίας σε επίπεδο τοπικό και παγκόσμιο για την επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων.
- Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση στοχεύει στην αναδόμηση του δικτύου των σχέσεων ατόμου-κοινωνικής ομάδας-περιβάλλοντος.
- Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση δεν μελετά το περιβάλλον από μόνο του, αλλά τη σχέση μας με το περιβάλλον.
- Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση πρέπει να έχει μια έντονα κριτική διάσταση απέναντι στην πραγματικότητα.
- Οι στόχοι της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης εκτός από γνωστικοί είναι και στόχοι συνειδητοποίησης, στάσεων, συμμετοχής και ανάπτυξης δεξιοτήτων.

Από τα παραπάνω προκύπτει πως μια περιβαλλοντική εκπομπή δεν είναι εύκολη υπόθεση αποτελεί τον αρμονικό συνδυασμό μιας πλειάδας γεγονότων και συνιστωσών, για το λόγο αυτό θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί και ενημερωμένοι όσοι σχεδιάζουν μια τέτοια εκπομπή. Πιο συγκεκριμένα, μια εκπομπή προσανατολισμένη προς το περιβάλλον, οφείλει να προκαλεί τον άνθρωπο να αγαπήσει την φύση, να την προστατεύσει και να γυρίσει πίσω σε αυτή.

Επιπλέον, μια περιβαλλοντική εκπομπή πέρα από λόγια θα πρέπει να χρησιμοποιεί και έργα, πιο συγκεκριμένα, περιβαλλοντολόγοι, επιστήμονες και οικολόγοι θα μπορούσαν να συμμετέχουν σε μια τέτοιου είδους εκπομπή προκειμένου να ενημερώνουν το κοινό σωστά με άμεσο και κατανοητό τρόπο πάντα με εμπεριστατωμένα στοιχεία.

Παραδείγματα αλλά και ρεπορτάζ ή έρευνες σε φυσικό περιβάλλον είναι απαραίτητα στοιχεία μιας τέτοιου τύπου εκπομπής. Είναι ωφέλιμο ο τηλεθεατής να έρχεται σε επαφή με την κατάσταση ή το πρόβλημα που περιγράφεται προκειμένου να μπορεί πιο εύκολα να ευαισθητοποιηθεί και να αναλάβει τις ευθύνες που του αναλογούν για την προστασία του περιβάλλοντος (Ράγκου, 2004).

4.2. ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ

Σε διάφορες χώρες του κόσμου οι πολίτες αλλά και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα οποία ουσιαστικά αποτελούν καθρέφτη της κοινωνίας, φαίνεται να είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένοι απέναντι σε θέματα που αφορούν το περιβάλλον και την οικολογία γενικότερα.

Οι έντονες κλιματολογικές αλλαγές που συμβαίνουν γύρω μας, κάνουν περισσότερο από ποτέ απαραίτητη την προβολή θεμάτων που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος αλλά και την οικολογική συμπεριφορά που κάθε ένας από εμάς οφείλει ή θα έπρεπε να είχε υιοθετήσει. Το περιβάλλον αλλά και το κλίμα είναι θέμα που αφορά και επηρεάζει όλους μας, για το λόγο αυτό πρέπει να είμαστε παραπάνω ευαισθητοποιημένοι σε τέτοιου τύπου ζητήματα.

Στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα, στην Ελλάδα της κρίσης παρά την πληθώρα των τηλεοπτικών σταθμών, λίγες ως ανύπαρκτες είναι οι εκπομπές οικολογικού – περιβαλλοντολογικού περιεχομένου. Οι προϋπολογισμοί των ιδιωτικών καναλιών ένεκα της υπάρχουσας οικονομικής συγκυρίας έχουν περιοριστεί, βλέπουμε ολοένα και περισσότερα ξένα σίριαλ ή σειρές να αντικαθιστούν τα ελληνικά λόγω κόστους.

Αντίστοιχα και οι εκπομπές που προβάλλονται είναι πολύ συγκεκριμένες και στοχεύουν σε κοινό με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, ικανό να οδηγήσει σε υψηλά νούμερα τηλεθέασης, με αποτέλεσμα εκπομπές όχι ιδιαίτερα «εμπορικές» να μην μπορούν να πάρουν «εισιτήριο προβολής». Έτσι οι εκπομπές με αμιγώς οικολογικό – περιβαλλοντικό χαρακτήρα δεν υπάρχουν. Παρόλα αυτά αξίζουν την αναφορά μας ορισμένες προσπάθειες που γίνονται ή που έλαβαν χώρα στο παρελθόν.

Η μακροβιότερη οικολογική εκπομπή της ελληνικής τηλεόρασης ήταν η «**Φωτόσφαιρα**» της ET1 με παρουσιάστρια τη Χαρά Φράγκου. Ο κεντρικός πυρήνας της εκπομπής ήταν τα οικοσυστήματα της Ελλάδας, οι δράσεις -θετικές η αρνητικές- γύρω από αυτά, η ανάπτυξη και ο προσανατολισμός της γύρω από το περιβάλλον. Η εκπομπή έδινε τηλεοπτικό βήμα σε όλους εκείνους που ασχολούνταν ένθερμα με τη φύση και το περιβάλλον και προσδοκούσαν σε μία βελτίωση της ποιότητας του οικοσυστήματος. Επιστήμονες, απλοί αγρότες, ακτιβιστές, άνθρωποι του λόγου και της τέχνης παρουσιάζονταν μπροστά στα οικοσυστήματα, δρούσαν και

προγραμματίζαν τη ζωή τους με έναν άλλο διαφορετικό προσανατολισμό. Η εκπομπή θεωρείται ιστορική στο είδος της.

«**Επιχείρηση Περιβάλλον**». Μια εβδομαδιαία ωριαία εκπομπή από την ET3 αφιερωμένη στη σχέση της φύσης με την οικονομία που στόχευε μέσα από απτά παραδείγματα να αποδείξει ότι η διατήρηση του φυσικού πλούτου μιας περιοχής, όχι μόνο προσφέρει καλύτερη ποιότητα ζωής στους κατοίκους της, αλλά έχει και μακροπρόθεσμα οφέλη στην τοπική οικονομία της. Οι δημιουργοί της εκπομπής ταξίδευαν κάθε εβδομάδα ανά την Ελλάδα για να αναζητήσουν την απάντηση στο κατά πόσο μπορεί ο άνθρωπος να ζήσει σε αρμονία με τη φύση και όχι κόντρα σε αυτήν. Παράλληλα, παρουσιάζονται πρακτικές προτάσεις για το πώς μπορούν οι πολίτες να κάνουν πιο φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές. Κάθε θέμα προσεγγίζονταν με συνεντεύξεις από καθηγητές πανεπιστήμιου, περιβαλλοντολόγους, οικονομολόγους, αλλά και ανθρώπους που έχουν κατανοήσει και εναρμονίσει την ζωή τους με τη φύση, ενώ η παρουσίαση γίνεται από γνωστούς ηθοποιούς, στα πρότυπα του εξωτερικού, που θέλουν την τέχνη σύμμαχο της οικολογίας.

«**Οικολογία & Διατροφή**» ήταν μια ακόμη εκπομπή περιβαλλοντικού περιεχομένου, η οποία μεταδιδόταν από τον τηλεοπτικό δίαυλο ET3, κάθε Σάββατο στις 12.00 το μεσημέρι, για την τηλεοπτική χρονιά 2006 - 2007. Ήταν μια εκπομπή με τριάντα αυτοτελή επεισόδια. Αξίζει να σημειωθεί πως την τηλεοπτική χρονιά 2006 - 2007 δεν υπήρχε σε κανένα κανάλι, ιδιωτικό ή δημόσιο, άλλη εκπομπή περιβαλλοντικού περιεχομένου, εκτός από ντοκιμαντέρ με θέμα την άγρια ζωή.

Παραμένουμε στην κρατική τηλεόραση και συγκεκριμένα στην ET1 όπου κατά τη χρονιά 2007 - 2008 συναντάμε την «**GREEN TEAM**». Ήταν μία εβδομαδιαία οικολογική εκπομπή με τη Ρίκα Βαγιάννη. Μια εκπομπή για το περιβάλλον που επιχειρούσε να ανιχνεύσει τα μεγάλα οικολογικά και περιβαλλοντικά προβλήματα του πλανήτη μας. Με τρόπο και λόγο προσιτό και απλό και φυσικά μέσα από εικόνες και βίντεο, πρότεινε κάθε φορά μικρές αλλαγές στον τρόπο της καθημερινής μας συμπεριφοράς, έτσι ώστε ο καθένας μας να συμβάλει στη μείωση της περιβαλλοντικής καταστροφής, η οποία παίρνει ολοένα και μεγαλύτερες διαστάσεις. Η εκπομπή μεταδίδονταν κάθε Τρίτη, Τετάρτη και Πέμπτη στις 7 το απόγευμα.

Κατά το 2009, προβαλλόταν η τηλεοπτική εκπομπή «**Φωτογραφία και Οικολογία**» στο οικολογικό κανάλι Τηλεφώς. Το θέμα της εκπομπής ήταν το βίντεο και η

φωτογραφία σε όλο τους το φάσμα με τις εκάστοτε λήψεις πάντα σε φυσικό περιβάλλον. Σχετικά με το τηλεοπτικό κανάλι, πρόκειται για ένα κανάλι με ενημερωτικό και ψυχαγωγικό ενδιαφέρον, που σκοπό έχει να ενημερώσει και να βοηθήσει τους ανθρώπους, ανοίγοντάς τους τους ορίζοντας σε θέματα που αφορούν το περιβάλλον, την οικολογία και τον άνθρωπο.

Δύο χρόνια αργότερα το 2011 η εκπομπή «**Μήλα μου Πράσινα**» έκανε την εμφάνιση της στην ΕΤ1 κάθε Κυριακή πρωί στις 10.30. Ήταν μια νέα σειρά που φιλοδοξούσε να αφυπνίσει την οικολογική μας συνείδηση. Πρόκειται, για μια σειρά οικολογικού ντοκιμαντέρ 13 επεισοδίων, που εξετάζει τα βασικότερα περιβαλλοντικά ζητήματα, εστιάζοντας στην καθημερινότητα και τον οικολογικό τρόπο διαβίωσης. Στα επεισόδια αναλύονται επίκαιρες θεματικές, όπως οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, η βιολογική γεωργία και κτηνοτροφία, η βιοκλιματική αρχιτεκτονική, η πράσινη επιχειρηματικότητα και η αγροτική βιοποικιλότητα. Η παρουσιάστρια Λενιώ Μυριβήλη, ακαδημαϊκός με βαθιές οικολογικές ανησυχίες, ταξιδεύει στην Ελλάδα και συναντά 45 χαρισματικές προσωπικότητες, που έκαναν την οικολογία πράξη: καλλιεργητές, ομάδες νέων, αρχιτέκτονες, επιχειρηματίες, δημόσια πρόσωπα και ακτιβιστές ανθρώπους που ζουν, εργάζονται και επιχειρούν για έναν καλύτερο πλανήτη, αλλά και για ένα ποιοτικότερο τρόπο ζωής. Μέσα από αυτές τις συναντήσεις ανοίγεται ένας ορίζοντας οικολογικών επιλογών, που δεν μπορούν παρά να επηρεάσουν θετικά την καθημερινότητα μας. Τις θεματικές των επεισοδίων πλαισιώνουν επιστημονικά πάνω από 40 ακαδημαϊκοί, φορείς αλλά και Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις. Μέσα σε ένα αισιόδοξο και ελπιδοφόρο κλίμα, η σειρά ισορροπεί ανάμεσα στην ενημέρωση και την ψυχαγωγία, αρθρώνοντας στο σύνολό της έναν πρακτικό κώδικα οικολογικής διαβίωσης.

Την ίδια χρονιά ξανά από το πρώτο κανάλι της κρατικής τηλεόρασης συναντάμε τα «**Οικολογικά ημερολόγια**». Ήταν μία σειρά ντοκιμαντέρ με 13 επεισόδια της ΕΡΤ. Σύμφωνα με το δελτίο τύπου της σειράς σκοπός της ήταν να ξυπνήσει ο οικολόγος που κρύβουμε μέσα μας. Η σειρά παρουσίαζε τις «πράσινες» ιδιωτικές πρωτοβουλίες διαφόρων ατόμων, είχε συμβουλευτικό χαρακτήρα, έδινε οικολογικές ιδέες που θα μπορούσαμε να εντάξουμε στην καθημερινότητά μας. Όλα αυτά παρουσιάζονταν με ένα ιδιαίτερο κινηματογραφικό τρόπο. Η σειρά προβάλλονταν κάθε Τετάρτη απόγευμα στις 18.00.

Μία νέα φρέσκια τηλεοπτική πρόταση του τρίτου καναλιού της δημόσιας τηλεόρασης ξεκίνησε το 2012 και συνεχίστηκε μέχρι τα μέσα του 2013 και αυτή ήταν η εμφάνιση της τηλεοπτικής εκπομπής «**Εξυπνη Ζωή**». Κάθε σαββατοκύριακο οι τηλεθεατές ενημερώνονταν για θέματα οικολογίας, διατροφής, αθλητισμού, τεχνολογίας, εθελοντισμού και ότι αφορά το φυσικό περιβάλλον.

Μια ακόμη εκπομπή που με μια ευρύτερη έννοια και προσέγγιση ασχολείται με το περιβάλλον, την οικολογία και τη σχέση αυτών με τον άνθρωπο θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και η εκπομπή «**Οι Κηπουροί**» από το πανελλαδικής εμβέλειας ιδιωτικό τηλεοπτικό σταθμό Mega. Πρόκειται για μια προσπάθεια που για δύο συνεχόμενα χρόνια το 2012 και 2013 προβάλλονταν κάθε Σάββατο απόγευμα στους τηλεοπτικούς δέκτες μας και είχε ως θέμα την κηπουρική στο σύνολό της. Η εκπομπή διακρίνεται για τον χρηστικό της χαρακτήρα παρέχοντας πολλές συμβουλές και πληροφορίες για το πώς μπορούμε να φροντίζουμε μόνοι μας τον κήπο μας. Οι τρεις κηπουροί δείχνουν απλούς τρόπους για τη φροντίδα των φυτών και δίνουν συμβουλές για τη φύτευση και τη διατήρησή τους. Επιπλέον δείχνουν, πώς να συντηρούμε βότανα και πώς να φτιάξουμε το δικό μας μπιστόνι. Ενώ τέλος η εκπομπή αναλαμβάνει την ολική μεταμόρφωση χώρων σε πράσινες οάσεις μέσα στην πόλη. Ο οικολογικός χαρακτήρας της εκπομπής πιστοποιείται και από το βραβείο τηλεοπτικής εκπομπής - βραβείο περιβαλλοντικής ευαισθησίας που απονεμήθηκε στην εκπομπή από τα ΟΙΚΟΠΟΛΙΣ⁴⁹ το 2012. Οι τρεις κηπουροί βραβεύτηκαν για την προσφορά τους στην ευαισθητοποίηση και προαγωγή θετικής προς τη φύση συμπεριφοράς.

Στο ιδιωτικό τηλεοπτικό κανάλι Kontra Channel (πρώην Τηλεφώς) που καλύπτει την περιφέρεια Αττικής υπήρχαν μέχρι πρόσφατα τρεις «πράσινες» εκπομπές. Η πρώτη η οποία πλέον έχει διακοπεί ήταν το «**Υγεία και Οικολογία**». Ίδια τύχη είχε και η εκπομπή που προβάλλονταν κάθε Σαββατοκύριακο στη 13.00 «**Περιβάλλον Ώρα Μηδέν**». Πλέον η μοναδική οικολογική εκπομπή του σταθμού είναι το «**ΟΙΚΟ**

⁴⁹ Τα Βραβεία Περιβαλλοντικής Ευαισθησίας ΟΙΚΟΠΟΛΙΣ επιδιώκουν να συμβάλλουν στην προβολή και στην αναγνώριση της έμπρακτης και αυξημένης περιβαλλοντικής ευαισθησίας των Φορέων της Πολιτείας, της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, των Επιχειρήσεων, των Επιστημονικών και Ερευνητικών Ιδρυμάτων και των Μέσων Ενημέρωσης. Η καθιέρωση των Βραβείων ήταν ουσιαστική και επιβεβαίωσε την ανάγκη στήριξης της Κοινωνικής Συμμετοχής και Προσφοράς στο Περιβάλλον, που αποδεικνύεται μέσα από συγκεκριμένα προγράμματα δράσης, έρευνας, ενεργειών και επικοινωνίας. Ο Θεσμός των Βραβείων ΟΙΚΟΠΟΛΙΣ στοχεύει στη δημιουργία συνθηκών ευγενούς άμιλλας, που θα προάγει την γενικότερη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και επίδειξη κοινωνικής συμμετοχής των επιχειρήσεων, ενώσεων και φορέων στην ανάληψη ή στήριξη δράσεων για το περιβάλλον.

ZHN». Προβάλλεται καθημερινά στις 10.00 το πρωί και στις 19.00 το βράδυ μέσα από τη συχνότητα του καναλιού.

Θα επιμείνουμε στους περιορισμένης εμβέλειας σταθμούς. Κάνουμε λόγο για το τοπικό τηλεοπτικό σταθμό της Κέρκυρας Start. Το «**Ζω Οικολογικά**» είναι μια εκπομπή που προβάλλεται και ενημερώνει τους πολίτες για περιβαλλοντικά ζητήματα με μικρού μήκους εκπομπές, κάποιες από τις οποίες έχουν και μορφή ντοκιμαντέρ. Ακόμη και αν τα νούμερα τηλεθέασης δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλα, είναι ενθαρρυντικό να συμβαίνουν τέτοιου τύπου πρωτοβουλίες.

Προς όφελος τόσο της κοινωνίας όσο και το ατομικό μας θα ήταν ωφέλιμο να υπάρχουν στην ελληνική τηλεόραση περισσότερες τέτοιου τύπου εκπομπές, όπου μέσα από αυτές να καλλιεργείται η οικολογική συνείδηση και να ενισχύεται η περιβαλλοντική συμπεριφορά των ατόμων. Εκπομπές οικολογικού/ περιβαλλοντικού χαρακτήρα είναι αυτές οι οποίες θα μπορούσαν να αποτελέσουν μια όαση στην σημερινή κατάσταση προτείνοντας εναλλακτικές δραστηριότητες με θετικό αντίκτυπο στο σύνολο της κοινωνίας.

4.3. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ ΣΚΑΪ

Η ελληνική τηλεόραση εκπέμπει πληθώρα ιδιωτικών και κρατικών τηλεοπτικών σταθμών, δίνοντας τη δυνατότητα της επιλογής στον τηλεθεατή, παρέχοντάς του πολυφωνία και πλουραλισμό. Το πρόγραμμα που αυτοί προβάλλουν ποικίλει, στις συνειδήσεις όλων μας καθώς κάθε τηλεοπτικός σταθμός έχει έναν συγκεκριμένο χαρακτήρα και προφίλ.

Πιο συγκεκριμένα, ο ΣΚΑΪ είναι ένας από τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς ελεύθερης λήψης με πανελλαδική κάλυψη. Η ιστορία του σταθμού αν και είναι πρόσφατη έχει πολλά να επιδείξει. Ειδικότερα, πρόκειται για έναν σταθμό, ο οποίος ξεκίνησε να εκπέμπει την 1η Απριλίου 2006, από τότε και έπειτα βρίσκεται στον αέρα, 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα.

Είναι ένας σταθμός ο οποίος υπήρξε και εξακολουθεί να είναι καινοτόμος εισάγοντας ντοκιμαντέρ στη prime time ζώνη, επένδυσε στις αμερόληπτες και αντικειμενικές ειδήσεις σεβόμενος τις ανάγκες του τηλεθεατή, καθώς και σε *μία περιβαλλοντολογική ατζέντα με καμπάνιες για την ευαισθητοποίηση και ενεργή συμμετοχή του κοινού*. Θέλοντας να αναδείξει την ελληνική ιστορία και τον πολιτισμό, προέβη σε μεγάλες τηλεοπτικές παραγωγές όπως το Εμείς οι Έλληνες, οι Μεγάλοι Έλληνες, και το 1821.

Σήμερα, το πρόγραμμα του ΣΚΑΙ περιλαμβάνει τις καλύτερες ξένες σειρές (ζώνη Perfect Ten), τα πιο εντυπωσιακά ντοκιμαντέρ καθώς και ελληνικές ενημερωτικές και ψυχαγωγικές παραγωγές πλούσιας θεματολογίας. Αιχμή του δόρατος αποτελεί η ενημέρωση που παρακολουθεί, άμεσα και έγκυρα, τις ειδήσεις και τα γεγονότα όλο το 24ώρο.

Ο ΣΚΑΙ έχει διασφαλίσει συνεργασίες με τους μεγαλύτερους οργανισμούς παραγωγής ενημερωτικών, μορφωτικών και ψυχαγωγικών εκπομπών από την Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες, είναι ο μοναδικός μη συνδρομητικός επίγειος σταθμός που λειτουργεί targeless και digital μέσω του καινοτόμου συστήματος sonaps, ενώ εκπέμπει σε 16:9 δημιουργώντας ένα μοναδικό περιβάλλον συγκέντρωσης πληροφοριών.

Προσπαθώντας να συνδέσει κανείς τον συγκεκριμένο σταθμό με την οικολογία, το περιβάλλον και την προβολή αυτών μέσα από το πρόγραμμα του θα διαπιστώσει μια πολυφωνία και έναν πλουραλισμό επιλογών. Η όποια προβολή επιτυγχάνεται όχι μόνο μέσα από εκπομπές ή σποτ αλλά και από όλη τη στάση και αντιμετώπιση του θέματος από το σταθμό. Οι επιλογές του στο σύνολό τους αποδεικνύουν πως πρόκειται για ένα κανάλι που μεταξύ άλλων στοχεύει και στην ευαισθητοποίηση των τηλεθεατών σε θέμα δεσπόζουσας σημασίας όπως είναι το περιβάλλον.

Το πως η τηλεόραση θα προβάλλει την οικολογία και το περιβάλλον, δεν είναι ένα θέμα μονοδιάστατο, αντίθετα μπορεί να υλοποιηθεί με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους. Ειδικότερα, μηνύματα προς τους τηλεθεατές μπορεί να «περάσει» ένας σταθμός μέσω των προγραμμάτων του (βλ. Εκπομπές οικολογίας & περιβάλλοντος). Μπορεί όμως να περάσει τα ίδια μηνύματα (ίσως και πιο αποτελεσματικά κάποιες φορές) και μέσω άλλων δράσεων, όπου ο ίδιος ο σταθμός συμμετέχει, δηλαδή υλοποιώντας πιο πρακτικά θέματα και υιοθετώντας μια οικολογική συνείδηση στο σύνολό της.

Έτσι, το περιβάλλον, ως καθοριστικός παράγοντας της ποιότητας ζωής, έχει αποκτήσει σημαντική θέση στη δημοσιογραφική ατζέντα του ΣΚΑΙ. Πιο συγκεκριμένα, ο ΣΚΑΙ αναλαμβάνει κάποιες πρωτοβουλίες εποικοδομητικές για το περιβάλλον και απευθύνει κάλεσμα στους πολίτες για την πολύτιμη βοήθειά τους. Κατά αυτό τον τρόπο, χιλιάδες πολίτες συμμετέχουν με ενθουσιασμό σε *δενδροφυτεύσεις, καθαρισμούς, αναδάσώσεις και ανακυκλώσεις* φτιάχνοντας μία δυναμική δραστήρια ομάδα που συνεχώς αυξάνεται.

Ειδικότερα την αναφορά μας αξίζουν πρωτοβουλίες όπως οι ακόλουθες:

Από τις αρχές του 2010, «τρέχει» η πρωτοβουλία του ΣΚΑΙ «Όλοι μαζί μπορούμε» η οποία αγκαλιάστηκε από πολίτες σε όλη την Ελλάδα. Κάτω από την «ομπρέλα» της εκστρατείας αυτής συμπεριλαμβάνονται δράσεις συγκέντρωσης τροφίμων, φαρμάκων και ρούχων για τους ανθρώπους που τα έχουν ανάγκη καθώς και υποτροφιών για παιδιά που θέλουν να σπουδάσουν και δε μπορούν λόγω οικονομικών δυσκολιών. Η πρωτοβουλία αυτή «αγκαλιάζει» και το περιβάλλον, ενδεικτικά αναφέρουμε πως μετά την πρώτη επιτυχημένη αναδάσωση στην Πεντέλη, οι αναδάσώσεις (με πρωτοβουλία του ΣΚΑΙ), συνεχίζονται και θα εξακολουθούν να συνεχίζονται.

Θα γίνουν, όπως κάθε χρόνο, στην Πάρνηθα, την Πεντέλη, τον Υμηττό και σε πολλές άλλες περιοχές της χώρας που έχουν πληγεί με φυσικές καταστροφές και έχουν προκληθεί εσκεμμένα η μη. Όλα αυτά βέβαια με τη βοήθεια ομάδων καθαρισμού όπως εθελοντών, φορέων, σχολείων, οργανώσεων κ.α. οι οποίες και αναλαμβάνουν δράση σε δρόμους, πλατείες, γειτονιές, δάση και παραλίες.

Θεωρείται σκόπιμο στο σημείο αυτό να αναφέρουμε επιγραμματικά τις μέχρι τώρα οικολογικές/περιβαλλοντικές δράσεις του εν λόγω σταθμού, τόσο κατά το παρελθόν όσο και κατά το τρέχον έτος. Πιο συγκεκριμένα, οι δράσεις του σταθμού μπορούν να συνοψισθούν στις εξής:

- Δεκέμβριος 2011: Μεγάλη αναδάσωση στους πρόποδες της Πεντέλης. Αναμένεται να φυτευτούν 20.000 νέα φυτά στο χώρο.
- Ιανουάριος 2012: Καθαρισμοί και αναδάσωση σε Ηλιούπολη και στη Φθιώτιδα στο όρος Καλλίδρομο. θα φυτευτούν από εθελοντές 500 νέα φυτά.

- Φεβρουάριος 2012: Δράση καθαρισμού στο Λαύριο. Εθελοντική αναδάσωση στην περιοχή «ΕΡΓΑΝΗ» στον Υμηττό. Θα φυτευτούν έως 10.000 νέα φυτά.
- Μάρτιος 2012: Καθαρισμός σε Ρόδο και Χίο. Αναδάσωση στην Πεντέλη και στα Τουρκοβούνια. Σε αυτές τις νέες δράσεις αναμένεται να φυτευτούν 20.000 νέα φυτά. Αναδάσωση στην Πάτμο. Θα φυτευτούν 3.000 νέα φυτά. Αναδάσωση και καθαρισμός στην Ευκαρπία Θεσσαλονίκης. Πρόκειται να φυτευτούν 3.000 πλατύφυλλα δένδρα. Αναδάσωση και καθαρισμός στην Ανάβυσσο Αττικής. Αναδάσωση και καθαρισμός Ρόδου. Καθαρισμοί μονοπατιών στα Ιωάννινα από το Μαντείο της Δωδώνης προς το καταφύγιο Τόμαρος. Καθαρισμός σε Μαραθώνα, Ρέθυμνο, Λέσβο, Λαγκαδά, Παλαιό Φάληρο, Σκιάθο, Φθιώτιδα, Πάτρα, Καρδίτσα, Θάσο, Χίο, Σάμο και Πρέβεζα.
- Απρίλιος 2012: Καθαρισμός σε Τζουμέρκα, Κάρπαθο, Όλυμπο, Λαγονήσι, Βύρωνα, Αθήνα και Χαλκηδόνα Θεσσαλονίκης.
- Μάιος 2012: Καθαρισμός σε Άνδρο, Αγρίνιο, Λευκάδα, Φιλοθέη, Κυλλήνη, Μυστρά Αρκαδίας.
- Ιούλιος 2012: Καθαρισμός σε Αχαΐα, Βόλο, Εύβοια, Ανατολικό Ζαγόρι, σε Μεσσηνία και Λιβαδειά, στη Χαλκιδική, Κίμωλο, σε παραλίες της Αρχαίας Επιδαύρου. Τον ίδιο μήνα ο σταθμός στα πλαίσια της δράσης όλοι μαζί μπορούμε και σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο για την Προστασία και Ανάπλαση της Πεντέλης, «πότισαν» την περιοχή κάτω από το νοσοκομείο Παιδών Πεντέλης, μπροστά από το νεκροταφείο της Παλιάς Πεντέλης και την περιοχή Ιταλικά οχυρά. Ποτίστηκαν 63.000 δένδρα, τα οποία φυτεύτηκαν το 2011 και έως τον Μάρτιο του 2012 στην Πεντέλη.
- Αύγουστος 2012: Καθαρισμός στη Ναύπακτο.
- Σεπτέμβριος 2012: Καθαρισμός παραλίας Αναβύσσου, του ποταμού της Ερκύνας στη Λιβαδειά, της ανατολικής εισόδου Αράχοβας και των μονοπατιών της Άνδρου και του Γράμμου, στο Αίγιο και στη Δράμα καθώς και στο ΟΑΚΑ..
- Οκτώβριος 2012: Δράση καθαρισμού και περιποίησης των εξωτερικών χώρων του Σταδίου Ειρήνης και Φιλίας, καθαρισμός στους κοινόχρηστους χώρους

του χωριού Κρήνη Πατρών, στο Χαλάνδρι και στο χωριό Καταφύγιο της ορεινής Ναυπακτίας καθώς και του υδροβιότοπου της Αρτέμιδος.

- Νοέμβριος 2012: Καθαρισμός σε Χαϊδάρι, σε Κατάκολο Ηλείας και σε Άβδηρα Ξάνθης, Αναδάσωση στην Πεντέλη. Θα φυτευτούν 10.000 νέα φυτά.
- Δεκέμβριος 2012: Αναδάσωση στην Πεντέλη, καθαρισμός στο Πήλιο, τον Ασωπό.
- Ιανουάριος 2013: Καθαρισμός & Αναδάσωση στα Χανιά. Θα φυτευθούν 1000 δέντρα από τους εθελοντές. Αναδάσωση στη Σαλαμίνα. Θα φυτευτούν 2.000 νέα φυτά. Αναδάσωση στην Πολίχνη Θεσσαλονίκης. Αναμένεται να φυτευτούν γύρω στα 1000 νέα δέντρα. Καθαρισμός στις Αμάδες Χίου, Δεντροφύτευση στην Πεντέλη.
- Φεβρουάριος 2013: Καθαρισμός στην Ηλιούπολη τα πάρκα Ναυαρίνου και Καλαβρύτων, ποταμού Νέστου. Δενδροφύτευση στον Υμηττό. Θα φυτευτούν 5.000 νέα δέντρα.
- Μάρτιος 2013: Δενδροφύτευση 5.000 νέων δέντρων στα Τουρκοβούνια, στην Τιθορέα Φθιώτιδας Θα φυτευτούν 1.500 νέα δέντρα.
- Απρίλιος 2013: Καθαρισμός στο δέλτα του ποταμού Αξιού στην Θεσσαλονίκη, «Η κρίση απειλεί το περιβάλλον! Κάνε κάτι!» Πρώτη δράση σε Μεσολόγγι. Δεύτερη δράση σε Καλοχώρι Θεσσαλονίκης, Τρίτη δράση σε Πάρνηθα.
- Μάιος 2013: «Η κρίση απειλεί το περιβάλλον! Κάνε κάτι!» Τέταρτη δράση σε Νάξο, Πέμπτη δράση σε Κατερίνη, 13 έως 18 Μαΐου - Εβδομάδα Σχινιά, φροντίδα στα μικρά έλατα της Πάρνηθας.
- Ιούνιος 2013: Καθαρισμός σε Μικρολίμανο, Χαλάνδρι, Κυλλήνη και Αρκαδία. Δράση για την προστασία των Δελφών. Δράσεις στη λίμνη Τριχωνίδα, στο νησί Αλιμιά στα Δωδεκάνησα και στο δάσος Μαραθιά στην Ηλεία.
- Ιούλιος 2013: Δράσεις σε προστατευόμενες περιοχές του Ολύμπου. Εθελοντικό πότισμα σε περιοχές που αναδασώθηκαν στην Πεντέλη. Δράση

καθαρισμού στη Δωδώνη. Δράσεις σε μονοπάτια της Καρπάθου. Πότισμα στην Αιξωνή Γλυφάδας και καθαρισμός στην Κύμη Ευβοίας.

- Αύγουστος 2013: Δράσεις σε προστατευόμενες περιοχές της Σάμου. Πότισμα στη Πεντέλη και στο Αιγάλεω. Δράσεις στο Δημοτικό Αμπελώνα Θεσσαλονίκης.
- Σεπτέμβριος 2013: Δράσεις στο χωριό Σφενδάμη Πιερίας, Πότισμα στη Πεντέλη και στο Αιγάλεω. Καθαρισμό σε Αγκίστρι και Λέσβο.
- Οκτώβριος 2013: Δράση καθαρισμού σε Ηλιούπολη και Χίο.
- Νοέμβριος 2013: Αναδάσωση στην Πεντέλη, Πάρνηθα και Ιεράπετρα. Αναδάσωση στις Σέρρες. Σε αυτή την αναδάσωση στόχος είναι να φυτευτούν 5.000 νέα φυτά.
- Δεκέμβριος 2013: Αναδάσωση στη Χίο. Θα φυτευτούν 5000 φυτά με τη βοήθεια εθελοντικών ομάδων από το νησί.
- Ιανουάριος 2014: Αναδάσωση στην Πεντέλη. Αναμένεται να φυτευτούν 15.000 μικρά δέντρα.
- Φεβρουάριος 2014: Αναδάσωση στο Πεντελικό Όρος, Παιανία, Ηλιούπολη, Πικέρμι.
- Μάρτιος 2014: Αναδάσωση στο Αιγάλεω, Λέρο, Μεσσηνία καθώς και σε Υμηττό, Πεντέλη και Λίμνη Μαραθώνα
- Μάιος 2014: Καθαρισμούς σε περιαστικά δάση του Υμηττού.
- Ιούνιος 2014: Στο πλαίσιο της δράσης για την πυροπροστασία των δασών, από τις αρχές του Ιουνίου, οι εθελοντές θα έχουν τη δυνατότητα να μετέχουν σε πυροφυλάξεις σε φυλάκια στην Πάρνηθα, την Πεντέλη και τον Υμηττό, αλλά και σε άλλες περιοχές της χώρας.
- Ιούλιος 2014: Πότισμα στη Πεντέλη και Χίο.

- Αύγουστος 2014: Ο ΣΚΑΪ μοίρασε 60.000 σακούλες στα δίοδια φροντίζοντας, ώστε η μεγάλη έξοδος των Αθηναίων αλλά και των Θεσσαλονικέων την Πέμπτη 14 Αύγουστου να είναι πιο καθαρή.
- Σεπτέμβριος 2014: ο ΣΚΑΪ σε συνεργασία με το Ναυτικό Όμιλο Ελλάδος και το σύλλογο Ελλήνων Βατραχανθρώπων, διοργανώνουν δράση καθαρισμού του βυθού της θάλασσας στο Μικρολίμανο-Πειραιά.
- Οκτώβριος 2014: μεγάλη αναδάσωση 5.000 δέντρων στην περιοχή της Νέας Μονής Χίου.
- Νοέμβριος 2014: αναδάσωση στην περιοχή Αγίου Βασιλείου Πατρών. Θα φυτευτούν περισσότερα από 2.500 νέα φυτά.
- Δεκέμβριος 2014: αναδάσωση στην Πεντέλη. Αναμένεται να φυτευτούν 15.000 μικρά δέντρα.

Συνολικά για να μιλήσουμε ακριβώς με αριθμούς ο Ο ΣΚΑΪ από την έναρξη της λειτουργίας του δίνει έμφαση στην προστασία του περιβάλλοντος και τις αναδασώσεις και μέχρι σήμερα όλα αυτά τα χρόνια, έχουν φυτευτεί 2,5 εκατομμύρια νέα δέντρα σε όλη την Ελλάδα. (‘Όλοι Μαζί Μπορούμε για το Περιβάλλον, 2014,2015).

Ο σταθμός στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας «Η κρίση απειλεί το περιβάλλον! Κάνε κάτι!», καλεί τους πολίτες να γίνουν εθελοντές δασοπροστασίας. Εν όψει της καλοκαιρινής σεζόν και του αυξημένου κινδύνου πρόκλησης πυρκαγιών, ο ΣΚΑΪ προτρέπει τον κόσμο να ενταχθεί σε τοπικές εθελοντικές ομάδες δασοπροστασίας.

Οι εθελοντικές ομάδες οργανώνουν και καλύπτουν βάρδιες στα πυροφυλάκια σε Πάρνηθα, Πεντέλη, Υμηττό, Ποικίλο όρος όπως και σε πολλά άλλα βουνά της Αττικής. Η καμπάνια αυτή ξεκινά στην Αττική και στη συνέχεια μέσω του δικτύου των συνεργαζόμενων ραδιοφωνικών σταθμών θα επεκταθεί και σε όλη την Ελλάδα.

Υπάρχουν πολλές περιοχές στην Αττική, αλλά και στην υπόλοιπη Ελλάδα για να προσφέρουν οι πολίτες υπηρεσίες για την πυροπροστασία. Το 38% του πυρήνα του Εθνικού Δρυμού της Πάρνηθας και μεγάλα τμήματα της Πεντέλης, του Υμηττού και του Ποικίλου όρους είναι καλυμμένα από δάση. Υπολογίζεται ότι σε όλη την Ελλάδα,

τουλάχιστον το 40% της ελληνικής έκτασης αποτελείται από δάση και δασικές εκτάσεις.

Όλοι οι απλοί πολίτες μπορούν να συνεισφέρουν, συμμετέχοντας σε εθελοντικές ομάδες δασοπροστασίας. Όλοι γνωρίζουμε άλλωστε, τις καταστροφικές επιπτώσεις των πυρκαγιών στο περιβάλλον, την κοινωνία και κατ' επέκταση στην οικονομία..

Συνεχίζοντας με την οικολογική συνεισφορά του τηλεοπτικού σταθμού ΣΚΑΙ οφείλουμε να αναφερθούμε στο «οικολογικό δελτίο» του σταθμού, το οποίο μέσα σε λίγα λεπτά παρουσιάζει όλα τα νέα για το περιβάλλον από την Ελλάδα και όλο τον κόσμο. Στο νέο οικολογικό δελτίο του ΣΚΑΪ υπάρχουν προτάσεις για εξοικονόμηση ενέργειας, ενημέρωση για τις κλιματολογικές αλλαγές, για τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και όλα όσα θέλει να ξέρει κάθε ευαισθητοποιημένος πολίτης. Το δελτίο αυτό ανοίγει παράθυρο στον κόσμο μεταφέροντας περιβαλλοντικές ειδήσεις, παρουσιάζοντας πράσινες καινοτομίες, καλές πρακτικές, αλλά και αναδεικνύοντας πρωτοβουλίες πολιτών.

Από τη στιγμή που το περιβάλλον αποτελεί συνιστώσα σε ολόένα και περισσότερες πτυχές της κοινωνίας, όπως είναι η οικονομία, η ανάπτυξη, η πολιτική και η υγεία. Η υπογραφή του ΣΚΑΪ, εγγυάται την πολυδιάστατη, επίκαιρη και πρακτική ενημέρωση και του τηλεοπτικού κοινού για τα του περιβάλλοντος στην Ελλάδα και τον κόσμο.

Το «**ECO NEWS**» όπως λέγεται είναι το μοναδικό περιβαλλοντικό δελτίο της ελληνικής τηλεόρασης, παρουσιάζεται καθημερινά στην τηλεόραση του ΣΚΑΪ στις 21.55 με την Κατερίνα Χριστοφιλίδου. Οι τηλεθεάσεις του δελτίου ξεκίνησαν χαμηλές μα παρατηρώντας τις μετρήσεις της εταιρίας AGB Nielsen φαίνεται να σταθεροποιούνται σε διψήφια νούμερα γύρω στο 10% με 12% γεγονός που αποδεικνύει την αποδοχή του από το κοινό.

Πρόκειται για σύγχρονο ενημερωτικό δελτίο με θέματα του περιβάλλοντος, το EcoNews του ΣΚΑΪ έρχεται να δώσει νέα διάσταση στην περιβαλλοντική ενημέρωση. Οι τηλεθεατές αποκτούν το δικό τους βήμα ανάδειξης των προβλημάτων που τους απασχολούν και ενημερώνονται παράλληλα για όλες τις εξελίξεις, από τα θέματα της βιολογικής αγοράς της γειτονιάς τους μέχρι το τι λέγεται 'πίσω από τις γραμμές' στις παγκόσμιες διασκέψεις για το μέλλον του πλανήτη. «*Στόχος μας δεν είναι η καταστροφολογία ούτε η στείρα καταδίκη κάποιων πολιτικών. Θέλουμε να*

υποψιαστεί ο κόσμος το τι συμβαίνει γύρω του. Η ανάδειξη του προβλήματος για εμάς πρέπει να συνοδεύεται και με την παρουσίαση των ενδεδειγμένων λύσεων», υπογραμμίζει η παρουσιάστρια Κατερίνα Χριστοφιλίδου, κατά τη διάρκεια των γυρισμάτων της εκπομπής. Συνεχίζοντας η ίδια υποστηρίζει: *«Φυσικά και ασχολούμαστε ιδιαίτερα με τα διεθνή, μιας και το σπίτι... είναι ένα. Με όλα αυτά που γίνονται, πρέπει να ξέρετε ότι... ιδρώνουμε κάθε μέρα για να επιλέξουμε τι θα κόψουμε»*. (ECO News, 2013)

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειώσουμε πως και η επιλογή της παρουσιάστριας δεν είναι τυχαία. Πιο συγκεκριμένα, η Κατερίνα Χριστοφιλίδου με ‘βαρύ’ βιογραφικό στον αγώνα της περιβαλλοντικής ενημέρωσης – πρώην υπεύθυνη επικοινωνίας περιβαλλοντικών οργανώσεων και με διεθνείς αποστολές στο ενεργητικό της – η τελευταία εκ των οποίων στη σύνοδο στο Μπαλί, πρέπει μέσα σε 15 λεπτά να παρουσιάσει τα σημαντικότερα και πιο χρήσιμα γεγονότα για το ελληνικό κοινό.

Στα πλαίσια της εκπομπής αυτής προβάλλεται ένα σύντομο δελτίο ατμοσφαιρικών ρύπων αλλά και το πρώτο... δελτίο γύρης! *«Και σε 10 ανθρώπους να αποβούν χρήσιμα τα δελτία αυτά – δηλαδή αυτοί που έχουν πρόβλημα αλλεργίας. - το θεωρούμε αρκετό για να καταλαμβάνουν θέση καθημερινά στο δελτίο»*, εξηγεί η Κατερίνα Χριστοφιλίδου, τονίζοντας παράλληλα την επιλογή της παραγωγής για καθημερινή παρουσίαση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης στην περιοχή της Πτολεμαΐδας: *«Θέλουμε να κρατούμε καθημερινά, έστω και για λίγα δευτερόλεπτα, το ενδιαφέρον στραμμένο σε μια περιοχή της Ελλάδας που έχει καταδικαστεί να ‘πεθάνει’. Τόσο από άποψη υγείας –είναι απίστευτα τα ποσοστά των ασθενειών- όσο και οικονομικά, μιας και ο λιγνίτης δεν θα υπάρχει σε 30 χρόνια. Θεωρούμε ότι έχει γίνει ένα μεγάλο λάθος σχετικά με την περιοχή αυτή»*.

Η εκπομπή παράλληλα αποτελεί βήμα τόσο για τους ειδικούς επιστήμονες που εξηγούν τα μικρά και μεγάλα προβλήματα με τρόπο κατανοητό, όσο και για τους ίδιους τους πολίτες, οι οποίοι με e-mail υποδεικνύουν τα καθημερινά προβλήματα που αναζητούν μια λύση - είναι γνωστό άλλωστε ότι στην τελευταία σύνοδο στο Μπαλί⁵⁰, κάποιες από τις τελικές αποφάσεις πάρθηκαν υπό την ισχυρή πίεση της

⁵⁰ Στο διάστημα 3-16 Δεκεμβρίου 2008 πραγματοποιήθηκε στο Μπαλί της Ινδονησίας η παγκόσμια, και μεγαλύτερη στην ιστορία, σύνοδος-διακυβερνητική διάσκεψη του ΟΗΕ για την κλιματική αλλαγή. Οι εκπρόσωποι των 190 χωρών του πλανήτη που συναντήθηκαν,

κοινής γνώμης. «Ο κόσμος ασχολείται κυρίως με τις δράσεις. Πρέπει να πιστέψουμε ότι το παιχνίδι δεν παίζεται μόνο μεταξύ των αξιωματούχων. Όταν ο κόσμος γνωρίζει και αντιδρά, μπορεί να επιτύχει πολλά. Στο Μπαλί είχα τη δυνατότητα να δω τους μεγάλους να παζαρεύουν με βάση τα οικονομικά μοντέλα, αλλά και τους μικρούς, όπως τα Νησιά Τουβαλού, να υψώνουν τη φωνή τους με γνώμονα την ίδια την επιβίωσή τους», περιγράφει η Κατερίνα Χριστοφιλίδου. «Στον ΣΚΑΪ και στην Καθημερινή θεωρούμε ότι η προστασία του περιβάλλοντος είναι μια αποστολή που οφείλουν να επιτελούν τα Μέσα ενημέρωσης. Σαφώς πρέπει να καταγράφουμε τα γεγονότα, αλλά ορισμένες φορές πρέπει και να στρέφουμε εμείς το ενδιαφέρον σε κάποια πράγματα». (ECO News, 2013).

Εκτός από το συγκεκριμένο οικολογικό δελτίο ο ΣΚΑΪ κατά καιρούς έχει κάνει και άλλες τηλεοπτικές προσπάθειες προβολής της οικολογικής και περιβαλλοντικής συνείδησης. Έτσι στις αρχές του 2011 έως τα μέσα του 2012 άρχισε να προβάλλεται η εκπομπή με τίτλο «Μπες στο κλίμα». Η εκπομπή είχε στόχο να κάνει τους θεατές να συνειδητοποιήσουν πως με μικρές ή μεγαλύτερες αλλαγές στο σπίτι τους μπορούν να συνεισφέρουν τόσο στην προστασία του περιβάλλοντος όσο και στην προστασία του πορτοφολιού τους.

Το «Μπες στο κλίμα » ταξίδεψε από άκρη σε άκρη σε όλη την Ελλάδα, τόσο στα μεγάλα αστικά κέντρα όσο και σε χωριά ή κωμοπόλεις, που βρίσκονται πιο κοντά στην ύπαιθρο, με εξειδικευμένα συνεργεία που έκαναν επιτόπου τις απαιτούμενες αλλαγές ή αναπροσαρμογές, στοχεύοντας στην οικολογική αφύπνιση της μέσης ελληνικής οικογένειας.

Σε κάθε επεισόδιο επισκέπτονταν ένα σπίτι και εξέταζαν όλες τις παραμέτρους που έχουν να κάνουν με την ενέργεια που καταναλώνει αλλά και που χάνει, μετρούν το ενεργειακό του αποτύπωμα -με την εγκυρότητα που εξασφαλίζει ο ενεργειακός επιθεωρητής- και στη συνέχεια προχωρούν στις αλλαγές που θα κάνουν το σπίτι να ξοδεύει και να καταναλώνει λιγότερο. Από τον ηλιακό θερμοσίφωνα και την εξωτερική θερμομόνωση μέχρι τις έξυπνες συσκευές, το ενεργειακό τζάκι, τους

παρουσία μεγάλου πλήθους επιστημόνων, αλλά και... 1000 εταιρειών (συνολικός αριθμός παριστάμενων περί τις 10.000), είχαν στόχο να χαράξουν κατευθυντήριες γραμμές, πρακτικά έναν «οδικό χάρτη», που θα οδηγήσει ύστερα από δύο χρόνια σε συγκεκριμένα μέτρα, που θα αντικαταστήσουν το Πρωτόκολλο του Κιότο, που λήγει σε τέσσερα χρόνια.

λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης αλλά και τα προτερήματα και τις λύσεις που δίνει η χρήση φυσικού αερίου.

Και δεν είναι μόνο αυτά. Οι τηλεθεατές είχαν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν βήμα προς βήμα πως κατασκευάζεται ένα προκατασκευασμένο σπίτι, να οδηγήσουν τα πιο οικονομικά και λιγότερο ενεργοβόρα αυτοκίνητα και να προσπαθήσουν να μυήσουν τους κατόχους του κάθε σπιτιού σε μικρά και μεγάλα μυστικά που θα τους δώσουν τη δυνατότητα να εξοικονομήσουν ακόμα περισσότερα χρήματα. Από τον τρόπο που μαγειρεύουν μέχρι τον τρόπο που ανακυκλώνουν από πλαστικές σακούλες μέχρι παλιές ηλεκτρικές συσκευές.

Στο τέλος και μετά το πέρας όλων των εργασιών, ξαναμετρούν το ενεργειακό αποτύπωμα του σπιτιού για να δείξουν τη διαφορά στην εξοικονόμηση ενέργειας και άρα και στην τσέπη των ιδιοκτητών.

Το «Μπες στο κλίμα » δεν είναι όμως, μόνο αυτό. Σε κάθε επεισόδιο φιλοξενεί επίσης, μια εκτεταμένη συνέντευξη-προφίλ μιας οικολογικής προσωπικότητας που με τον τρόπο ζωής, το έργο και το παράδειγμα του δείχνει ότι όλα είναι εφικτά αν πραγματικά το θέλει κάποιος. Από άτομα που έχουν κάνει πράξη ζωής την οικολογία και την επαφή με τη φύση σε καθημερινή βάση, μέχρι άτομα που θέλουν να μεταμορφώσουν το επαγγελματικό τους περιβάλλον σε ένα χώρο όπου οικονομία και οικολογία θα συνυπάρχουν αρμονικά.

Παράλληλα, μίνι ταξιδιωτικά οδοιπορικά σε κάθε επεισόδιο εστίαζαν σε χώρους υψηλής περιβαλλοντικής αξίας, σε δραστηριότητες άρρηκτα δεμένες με τη φύση αλλά και κρυμμένα μυστικά της ελληνικής υπαίθρου.

Μαζί με τα «πειράματα» που θα διεξήγαγε το «Μπες στο κλίμα » στο αυτοσχέδιο εργαστήριο του, επιβεβαίωναν την αξία των αλλαγών στις οποίες προχωρούν.

Η εκπομπή φιλοδοξούσε και κατάφερε να βάλει το δικό της μικρό λιθαράκι στην εμπέδωση των νέων περιβαλλοντικών αξιών του 21ου αιώνα και να βοηθήσει στην δημιουργία ή την αφύπνιση της οικολογικής συνείδησης στην Ελλάδα, εστιάζοντας στην οικονομία που μπορούν να προσφέρουν τέτοιες λύσεις, ανακουφίζοντας το πορτοφόλι των Ελληνικών νοικοκυριών σε μια εποχή που και το ένα ευρώ φαίνεται πολύτιμο (Μπες στο κλίμα, 2012)

Επιπλέον ο ΣΚΑΙ υπογραμμίζει την ευαισθητοποίησή του για το περιβάλλον με την προβολή προϊόντων και καμπανιών που στόχο έχουν την ενημέρωση του πολίτη αφενός και την προστασία του περιβάλλοντος αφετέρου.

Πιο συγκεκριμένα ο ΣΚΑΙ αποτελεί έναν ιδανικό επικοινωνιακό εταίρο για τη δημιουργία πετυχημένων προγραμμάτων και χορηγιών που αφορούν την καμπάνια και το νέο εγχείρημα της εταιρείας “Planet”. Ενδεικτικά αναφέρουμε την καμπάνια διαχείρισης νερού "Ούτε σταγόνα χαμένη", την καμπάνια δασοπροστασίας "Για να μη σβήσει το πράσινο από τη ζωή μας" και το τηλεοπτικό "Δελτίο Περιβάλλοντος" με νέα, ιδέες και μικρά μυστικά οικολογίας.

Στο σημείο αυτό θα αναφέρουμε συνοπτικά τι αφορά το εγχείρημα “Planet”. Πέρα από τη δημιουργία μιας οικολογικής μάρκας υψηλής τεχνογνωσίας και ευρωπαϊκών οικολογικών προδιαγραφών, στόχος της εταιρείας ήταν να εμπνεύσει την οικολογική συνείδηση στους έλληνες καταναλωτές.

Τα “Planet” είναι ελληνικά προϊόντα. Πρόκειται για μια μάρκα μιας ολοκληρωμένης σειράς προϊόντων καθαρισμού για το σπίτι τα οποία είναι φιλικά προς το περιβάλλον. Στόχος της σειράς αυτής είναι να εμπνεύσουν την οικολογική υπευθυνότητα και γενικά την ουσιαστική περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση. Τα προϊόντα παράγονται στην Ελλάδα και διατίθενται στην αγορά από τη Rolco, τη μεγαλύτερη αμιγώς ελληνική βιομηχανία απορρυπαντικών, με ιστορία 60 χρόνων και με σημαντικές καινοτομίες στο ενεργητικό της, όπως η δημιουργία και διάθεση του πρώτου απορρυπαντικού σε σκόνη, του πρώτου υγρού πιάτων και από τον Ιούλιο του 2008, των πρώτων οικολογικών καθαριστικών.

Από τα παραπάνω είναι εμφανές πως οι προσπάθειες που γίνονται από τον ΣΚΑΙ σχετικά με θέματα περιβάλλοντος είναι ποικίλες με πλήθος εκφάνσεων με ένα και μοναδικό σκοπό, την ευαισθητοποίηση των πολιτών και την απόκτηση οικολογικής συνείδησης από αυτούς.

Αξίζει στο σημείο αυτό να σημειώσουμε πως όχι μόνο μέσω της τηλεόρασης αλλά ο όμιλος ΣΚΑΙ αποδεικνύει την περιβαλλοντική του κουλτούρα και μέσω των λοιπών μέσων ενημέρωσης που διαθέτει, όπως το ραδιόφωνο και το διαδίκτυο, δεδομένου ότι και εκεί υπάρχουν ένθετα που αφορούν στην οικολογία και στο περιβάλλον.

Τέτοιες πρωτοβουλίες θα ήταν ωφέλιμο να υιοθετηθούν και από άλλους τηλεοπτικούς σταθμούς, οι οποίοι εκμεταλλεζόμενοι την επιρροή που ασκούν στους τηλεθεατές θα μπορούσαν να μεταφέρουν σε αυτούς μηνύματα χρήσιμα και απαραίτητα για την διάσωση του πλανήτη από τη μια και βελτίωσης της ζωής μας από την άλλη.

4.4. ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Ανησυχούμε οι έλληνες για το περιβάλλον; μας ενδιαφέρει η οικολογία; σε τι βαθμό συνειδητοποιούμε το μέγεθος της περιβαλλοντικής καταστροφής στον πλανήτη; Ποιος ευθύνεται για τη μόλυνση και ποιος πρέπει να επωμιστεί τις ευθύνες για ένα υγιές περιβάλλον; Απαντήσεις και συμπεράσματα σχετικά με τα παραπάνω καίρια ερωτήματα επιχείρησε να εξάγει η παρακάτω έρευνα. Ποιο συγκεκριμένα:

Ταυτότητα της Έρευνας:

Σκοπός της έρευνας ήταν να διαπιστώσει πόσο «οικολογικά» και «πράσινα» είναι τα σπίτια μας, καθώς επίσης και το βαθμό περιβαλλοντικής συνειδητοποίησης. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά τους μήνες Απρίλιο και Μάιο του 2012, με την επιστημονική συνδρομή του Κ.Ε.Τ.Α.Κ. (Κέντρο Ερευνών, Τεχνολογικής Ανάπτυξης & Καινοτομίας) του Mediterranean College και τη συμμετοχή των φοιτητών και του ακαδημαϊκού προσωπικού της Σχολής Μηχανικών του Κολεγίου. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά, με τη μέθοδο του δομημένου ερωτηματολογίου. Το δείγμα της έρευνας περιελάμβανε 400 ερωτηματολόγια, σε γυναίκες και άνδρες όλων των ηλικιών, σε πανελλαδικό επίπεδο. Τα κύρια ευρήματα ήταν τα εξής:

A. Οικογενειακά – Δημογραφικά Στοιχεία

1. Φύλλο

Άνδρες: 45%

Γυναίκες: 55%

2. Ηλικία:

20-24: 10%

25-29: 12%

30-34: 10%

35-39: 18%

40-44: 16%

45-49: 14%

50-54: 12%

54 και άνω: 8%

3. Επίπεδο Σπουδών:

Λύκειο: 25%

ΙΕΚ: 9%
ΤΕΙ: 21%
Πανεπιστήμιο: 45%

4. Οικογενειακή Κατάσταση:

Άγαμος: 27 %
Έγγαμος: 73%

5. Αριθμός μελών στην Οικογένεια που ζείτε:

Κανένα: 12%
1 μέλος: 7%
2 μέλη: 18%
3 μέλη: 22%
4 μέλη: 30%
5 μέλη: 9%
6 μέλη: 2%

6. Ποιο είναι το επάγγελμά σας:

Δημόσιος / Ιδιωτικός Υπάλληλος: 47%
Ελεύθερος Επαγγελματίας: 28%
Φοιτητής / Μαθητής: 12%
Άλλο: 13%

7. Ετήσιο Εισόδημα Οικογένειας

< 5.000: 8%
5.000 -10.000: 16%
10.000 20.000: 31%
20.000 -30.000: 22%
30.000 -40.000: 16%
40.000-50.000: 7%

B. Στοιχεία Κατοικίας

1. Περιοχή Κατοικίας:

Αττικής: 30%
Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης: 6%
Β. Αιγαίου: 3%
Δυτικής Ελλάδας: 5%
Δυτικής Μακεδονίας: 8%
Ηπείρου: 6%
Θεσσαλίας: 9%
Ιονίων Νήσων: 2%
Κεντρικής Μακεδονίας: 9%
Κρήτης: 7%

N. Αιγαίου: 2%
Πελοποννήσου: 6%
Στερεάς Ελλάδας: 7%

2. Ιδιόκτητη Κατοικία

Ναι: 78%
Όχι: 22%

3. Έτος Κατασκευής:

1960-1969: 16%
1970-1979: 19%
1980 -1989: 17%
1990-1999: 16%
2000 -2009: 27%
2010-2013: 5%

4. Τύπος Κατοικίας:

Διαμέρισμα: 61%
Μεζονέτα: 13%
Αυτόνομη Κατοικία: 26%

5. Αριθμός Δωματίων:

Γκαρσονιέρα: 7%
Δύο: 12%
Τρία: 23%
Τέσσερα: 24%
Πέντε: 22%
Έξι: 9%
Περισσότερα: 3%

6. Έκταση Κατοικίας:

Έως 50 τ.μ.: 12%
51-100 τ.μ.: 59%
101-150 τ.μ.: 18%
151-200 τ.μ.: 11%

7. Κύριος Τύπος Θέρμανσης:

Καλοριφέρ – Λέβητας Πετρελαίου: 55%
Καλοριφέρ – Λέβητας Φυσικού Αερίου: 15%
Σόμπα: 4%
Τζάκι: 7%
Air Condition: 13%
Άλλο: 6%

8. Συμπληρωματικοί Εναλλακτικοί Τρόποι Θέρμανσης:

Καλοριφέρ – Λέβητας Πετρελαίου: 12%

Καλοριφέρ – Λέβητας Φυσικού Αερίου: 0%

Σόμπα: 13%

Τζάκι: 30%

Air Condition: 45%

9. Εγκατεστημένος Ηλιακός Θερμοσίφωνας

Ναι: 42%

Όχι: 58%

10. Εγκατεστημένα Διπλά Παράθυρα Αλουμινίου:

Ναι: 56%

Όχι: 44%

11. Ύπαρξη Επιτοίχιας Μόνωσης:

Ναι: 38%

Όχι: 62%

12. Τι είδους Λάμπες Φωτισμού Χρησιμοποιείται στην οικία σας:

Πυρακτώσεως: 25%

Αλογόνου: 18%

Φθορισμού: 24%

Άλλο (ατμών νατρίου χαμηλής πίεσης, LED, ατμών υδραργύρου υψηλής πίεσης, κ.λ.π.): 18%

Δεν γνωρίζω: 15%

Γ. Περιβαλλοντική Επίγνωση

1. Το Περιβάλλον βρίσκεται:

Σε καλή κατάσταση: 5%

Όχι σε τόσο καλή κατάσταση, αλλά μπορεί να διασωθεί εύκολα με λίγη προσπάθεια: 11%

Σε κακή κατάσταση, αλλά μπορεί να διασωθεί με πολύ προσπάθεια: 80%

Σε πολύ κακή κατάσταση που λίγα πράγματα μπορούμε να κάνουμε: 1%

Δε γνωρίζω / Δεν έχω άποψη: 3%

2. Ποιο θεωρείτε το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει περιβαλλοντικά ο πλανήτης:

Η τρύπα του Όζοντος: 7%

Τα τοξικά απόβλητα: 10%

Το φαινόμενο του θερμοκηπίου: 34%

Η μόλυνση των υδάτων: 13%

Η μόλυνση του αέρα: 6%

Η αποψίλωση / καταστροφή των δασών: 26%

Δεν γνωρίζω / Δεν έχω άποψη: 4%

3. Ποιος ευθύνεται περισσότερο για τη μόλυνση:

- Οι Βιομηχανίες: 23%
- Οι Κυβερνήσεις: 62%
- Οι απλοί άνθρωποι: 11%
- Δεν γνωρίζω / Δεν έχω άποψη: 4%

4. Ποιοί κατά την γνώμη σας πρέπει να επωμιστούν την ευθύνη για την δημιουργία ενός υγιούς και ασφαλούς περιβάλλοντος;

- Οι Βιομηχανίες: 11%
- Οι Κυβερνήσεις: 26%
- Περιβαλλοντικές Οργανώσεις: 1%
- Οι Επιστήμονες / Μηχανικοί: 1%
- Οι απλοί άνθρωποι: 3%
- Όλοι οι παραπάνω: 58%

5. Λαμβάνοντας υπόψη την άποψή σας για την κατάσταση του περιβάλλοντος, πως θα χαρακτηρίζατε το μέλλον του;

- Όμορφο και ελπιδοφόρο: 4%
- Προκλητικό: 6%
- Αβέβαιο, αλλά αναστρέψιμο: 83%
- Ζοφερό και μη αναστρέψιμο: 7%

Δ. Περιβαλλοντική Συμπεριφορά:

1. Ανακυκλώνεται τα απορρίμματα του σπιτιού σας:

- Ναι: 78%
- Όχι: 22%

2. Αν ναι πόσο συχνά:

- Καθημερινά: 72%
- 1-2 φορές την εβδομάδα: 24%
- 4-5 φορές την εβδομάδα: 4%

3. Ανησυχείτε για το περιβάλλον; :

- Καθόλου: 2%
- Λίγο: 6%
- Αρκετά: 52%
- Πολύ: 40%

4. Πόσο σας ενδιαφέρει η οικολογία;

- Καθόλου: 1%
- Λίγο: 12%
- Αρκετά: 52%
- Πολύ: 35%

5. Σε περίπτωση που αγοράζετε μια νέα ηλεκτρική συσκευή για το σπίτι σας (π.χ. ψυγείο), ποια συσκευή θα αγοράζατε αναφορικά με την υπερθέρμανση του

πλανήτη;

Ενεργειακού τύπου C: 11 %

Ενεργειακού τύπου A+ /A: 82%

Την φθηνότερη συσκευή: 7%

6.Τις εξαντλημένες μπαταρίες από τις ηλεκτρικές συσκευές σας τις:

Πετάτε στα σκουπίδια: 10%

Τις μαζεύετε και τις παραδίδετε στα κατάλληλα σημεία: 90%

7. Χρησιμοποιείτε επαναφορτιζόμενες μπαταρίες;

Ναι: 61%

Όχι: 39%

8. Μια χαλασμένη ηλεκτρική συσκευή την:

Πετάτε στα σκουπίδια: 9%

Μεταφέρετε σε κατάλληλους χώρους ανακύκλωσης: 91%

9. Οι περιβαλλοντικές σας ανησυχίες, έχουν επηρεάσει:

9.1.Τον Τρόπο Μεταφοράς σας:

Ναι: 55%

Όχι: 45%

9.2. Την νοοτροπία αγοράς νέου αυτοκινήτου:

Ναι: 68%

Όχι: 32%

9.3. Τον τρόπο οδήγησης του αυτοκινήτου:

Ναι: 64%

Όχι: 36%

9.4. Αγορά Προϊόντων π.χ. αγορά χαρτιού που προέρχεται από ανακύκλωση:

Ναι: 79%

Όχι: 21%

10.Αν έχετε κάποια οικολογικής συνήθεια παρακαλώ περιγράψτε την:

Οι πιο δημοφιλείς απαντήσεις ήταν:

Χρησιμοποιώ ποδήλατο στις μετακινήσεις μου: 6%

Χρησιμοποιώ υφασμάτινες τσάντες για την μεταφορά των καθημερινών αγορών: 5%

Κομποστοποίηση: 3%

Απώτερος σκοπός της έρευνας ήταν να συμβάλει στην δημιουργία μίας περισσότερο πράσινης καθημερινότητας. Ιδιαίτερα αποκαλυπτικά είναι τα ευρήματα της έρευνας στις ενότητες που αφορούν την Περιβαλλοντική Επίγνωση και Περιβαλλοντική Συμπεριφορά των Ελλήνων. Ειδικότερα Το περιβάλλον είναι σε κακή κατάσταση

στην Ελλάδα αλλά μπορεί να διασωθεί με πολύ προσπάθεια πιστεύουν 8 στους 10 πολίτες που συμμετείχαν. Η πλειοψηφία των πολιτών θεωρεί ότι το μεγαλύτερο περιβαλλοντικό πρόβλημα είναι το φαινόμενο του θερμοκηπίου και ακολουθεί η αποψίλωση και η καταστροφή των δασών. Οι 6 στους 10 πολίτες θεωρούν ότι οι κυβερνήσεις έχουν μεγαλύτερη ευθύνη για τη μόλυνση του περιβάλλοντος και το 83% θεωρεί ότι το μέλλον είναι αβέβαιο αλλά αναστρέψιμο. Αξιοσημείωτα είναι και τα αισιόδοξα μηνύματα που παίρνουμε για την Περιβαλλοντική συμπεριφορά των Ελλήνων. Το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού ανακυκλώνει τα απορρίμματα του σε καθημερινή βάση. Το 52% των ερωτηθέντων είναι αρκετά ανήσυχοι για το μέλλον του περιβάλλοντος. Το ίδιο ποσοστό καταλαμβάνει και το ενδιαφέρον τους για την Οικολογία. Οι γενικότερες περιβαλλοντικές ανησυχίες τους έχουν επηρεάσει την καθημερινότητα και την νοοτροπία τους στο σύνολο. Αυτό περιλαμβάνει είτε τον τρόπο και τα μέσα που χρησιμοποιούν για τις μετακινήσεις τους είτε την αγορά προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον κ.α. Γενικά οι πολίτες έχουν επίγνωση της κρισιμότητας της κατάστασης καθώς και της αναγκαιότητας λήψης μέτρων με στόχο ριζικές αλλαγές. Αξιόλογη είναι και η ατομική προσπάθεια που κάνει η πλειοψηφία των Ελλήνων στην καθημερινή τους ζωή τόσο με την ανακύκλωση όσο και με την αγορά από ηλεκτρονικές συσκευές και λαμπτήρες μέχρι αυτοκίνητα φιλικά προς το περιβάλλον. Όσο κι αν οι έρευνες στον ελληνικό πληθυσμό συντείνουν σε μια γενικότερη τάση που θέλει την πλειοψηφία των Ελλήνων να εμφανίζονται περισσότερο ευαισθητοποιημένοι για το περιβάλλον απ' ότι στο παρελθόν και να προτίθενται να υιοθετήσουν στο μέλλον πιο φιλικές προς αυτό συμπεριφορές, εντούτοις ακόμα και οι πιο αισιόδοξοι οικολόγοι, θα συμφωνούσαν ότι χρειάζεται κάτι περισσότερο από γενικότητες και θεωρητικές προσεγγίσεις. Και αυτό το κάτι είναι η σπίθα που θα πρέπει να ανάψει, για να αρχίσουν οι δράσεις. Οι έρευνες και τα στατιστικά στοιχεία είναι σημαντικά εργαλεία στην προώθηση γνώσης και στην παρουσίαση των γενικότερων τάσεων του κοινού, αλλά η δουλειά τους τελειώνει εκεί, στα θεωρητικά συμπεράσματα. Τί γίνεται όμως στην πράξη; Πώς μπορεί το κοινό να κινητοποιηθεί και να δείξει μέσω δράσεων την οικολογική συνείδηση της πλειοψηφίας του, που τόσο ξεκάθαρα αναδείχθηκε μέσω της παρούσας έρευνας; Τα συμπεράσματα της έρευνας είναι προφανή και ελπιδοφόρα καθώς όλα δείχνουν πως ο κόσμος ενδιαφέρεται, πράττει και ελπίζει αρκεί να γνωρίζει και να ενημερώνεται.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο κόσμος της επικοινωνίας αρχίζει και διαχέει, στη ζώνη των κοινωνικών μηνυμάτων, μηνύματα των μη κυβερνητικών οργανώσεων για το περιβάλλον. Διαχέει μηνύματα της πολιτείας, οδηγίες ευρωπαϊκές, καλέσματα της αυτοδιοίκησης και ειδήσεις διεθνείς ή τοπικές, συναφείς με το περιβάλλον. Το περιβάλλον, όπως και να 'χει, είναι μέσα στις θεματικές ενότητες των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Είναι στο πλαίσιο αυτό στο οποίο οι επιστημονικές ανακαλύψεις και οι τεχνολογικές εφαρμογές χρεώνονται, στη συνείδηση του κοινού, με συγκεκριμένες επιπτώσεις για αυτό και για τη σχέση του πολιτισμού μαζί του.

Ο κόσμος της επικοινωνίας είναι και ο κόσμος της διαχείρισης του πολιτικού κόστους για την προσαρμογή μας για το περιβάλλον. Το οικονομικό κόστος της μετάβασης από το μοντέλο της «οικονομικής ανάπτυξης» στο μοντέλο της «βιώσιμης ανάπτυξης» και της προστασίας του περιβάλλοντος, απαιτεί μια ειδική προσέγγιση από τους ανθρώπους της επικοινωνίας και τα μέσα της. Τα ελλείμματα της επικοινωνίας έχουν μεγάλες επιπτώσεις στα θέματα της περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Τα μοντέλα της συμπεριφοράς μας διαμορφώνονται από τον κόσμο της επικοινωνίας σε μεγάλο βαθμό, περισσότερο ίσως απ' ότι από την ίδια εκπαιδευτική διαδικασία, καθώς αυτή είναι σε ένα βαθμό αναποτελεσματική και κυριαρχείται από τις εξωτερικότητές της. Είμαστε διαρκώς εκτεθειμένοι στον κόσμο της επικοινωνίας και στα μέσα μαζικότητας της και έτσι αυτά λειτουργούν ως κυρίαρχοι παράγοντες.

Αν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας ενδιαφέρονται κυρίως ή και μόνο για τη τηλεθέαση, αυτό σημαίνει ότι δεν αναλαμβάνουν ρόλο στη διαχείριση του πολιτικού κόστους αλλά αντίθετα το μεγεθύνουν. Είναι φανερό ότι για να σηκωθεί το βάρος της περιβαλλοντικής προσαρμογής της οικονομίας και της κοινωνίας χρειάζεται να συμμετέχουν όλοι.

Το οικονομικό και το πολιτικό κόστος πρέπει να επιμεριστεί για να φτάσουμε σε ένα «οικονομικόσυμβόλαιο για το περιβάλλον».

Αντίθετα όμως, συχνά, τα μέσα μαζικής επικοινωνίας αφήνονται σε προκαταλήψεις και δεισιδαιμονίες που περιγράφουν τις ευαίσθητες οικολογικές συμπεριφορές ως γραφικές ή ως επικίνδυνες. Διαδίδουν σύγχρονους μύθους που κάνουν λόγο για την

απελευθέρωση λύκων ή φιδιών στη φύση. Δείχνουν μια εικόνα που περιγράφει τη φύση ως επαίτη απέναντι στην πόλη, σαν να μην έχει δικό της πεδίο ύπαρξης, υπονοούν ότι ο άνθρωπος είναι ο απόλυτος κυρίαρχος, έτσι ότι αν υπάρχει κάτι από τη φύση που περιορίζει τον άνθρωπο, αυτό πρέπει να αφανιστεί.

Στο πλαίσιο αυτό υιοθετούν μια εσφαλμένη νοοτροπία λες και δεν προϋπήρχαν, της δικής μας ύπαρξης, οι μυριάδες μορφές ζωής της βιόσφαιρας της Γής, λες και δεν είναι αναγκαία όλη η αλυσίδα της βιοποικιλότητας για τη συνέχιση της δικής μας ζωής.

Το μορφωτικό έλλειμμα που υπάρχει στον χώρο των μέσων μαζικής ενημέρωσης τόσο ως προς τον τρόπο όσο και ως προς το περιεχόμενο παρουσίασης των περιβαλλοντικών ζητημάτων παίζει καταλυτικό ρόλο γιατί δυστυχώς πολλές φορές διευρύνει τις αρνητικές προκαταλήψεις και περιβάλλει αυτά τα ζητήματα με μια ανορθολογική προσέγγιση.

Ο κόσμος της επικοινωνίας αποτελεί ένα κυρίαρχο συντελεστή στη σχέση πολιτισμού και περιβάλλοντος και λειτουργεί συχνά στον αντίποδα της διανοήσης. Εάν ήταν συνθετικός ο χώρος της επικοινωνίας θα μπορούσε να έχει αυτή την εγκυκλοπαιδική δυναμική. Δεν είναι όμως μόνο αρνητικά αυτά που συμβαίνουν στον κόσμο της επικοινωνίας καθώς σε ένα όχι και τόσο ικανοποιητικό βαθμό είναι και θετικά. Οι οπτικοακουστικές παραγωγές, των ντοκιμαντέρ, των θεματικών ζωνών για το περιβάλλον, των συζητήσεων που γίνονται για το περιβάλλον αλλά και τα συνέδρια, αναδεικνύουν ένα πολύ γόνιμο πεδίο διασταύρωσης απόψεων, συνθετικής προσέγγισης και τελικά διαπαιδαγώγησης της κοινωνίας.

Η δέσμευση για δημοσιότητα, που έχουν πολλές δράσεις - που εκτελούνται στα πλαίσια ευρωπαϊκών ή εθνικών προγραμμάτων – πηγάζει από την αναγνώριση αυτής της τεράστιας σημασίας της επικοινωνίας για τα ζητήματα του περιβάλλοντος. Αναγνωρίζεται δηλαδή το γεγονός ότι η δημοσιότητα, η μεταφορά των μηνυμάτων στο ευρύ κοινό, έχει καθοριστικό ρόλο στην εξέλιξη των ζητημάτων του περιβάλλοντος και όχι μόνο η επιστημονική παρακολούθηση των περιβαλλοντικών δεδομένων που απευθύνεται σε ένα ειδικό κοινό.

Όλο και πιο πολύ ο κόσμος της επικοινωνίας, ως κόσμος πολιτισμικής διαμεσολάβησης για το περιβάλλον, γίνεται αντιληπτός στη δυναμική του και στη

σημασία του. Οι τεχνικές του marketing ενσωματώνουν την ευαισθησία για το περιβάλλον και που την προωθούν. Σε πολλές διαφημίσεις υπάρχει και μια βοηθητική συνιστώσα περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, σε πολλά προϊόντα υπάρχει περιβαλλοντική πληροφόρηση, στην ίδια την αγορά επιβάλλεται η περιβαλλοντική πληροφόρηση για τα προϊόντα της και το θέμα του περιβάλλοντος είναι στην ημερήσια διάταξη των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Όλα αυτά αποτελούν ελπίδες και δημιουργικούς ορίζοντες για τη συμμετοχή του κόσμου της επικοινωνίας στη θεμελίωση ενός οικολογικού πολιτισμού. Εδώ πρέπει να προσθέσουμε και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη για το περιβάλλον παρά τα αμφιλεγόμενά της. Ήδη και στον κόσμο της επικοινωνίας διαμορφώνονται οικονομικά συμφέροντα, που συγκλίνουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

Έτσι λοιπόν μπορούμε να πούμε ότι ο κόσμος της επικοινωνίας αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες για τη μετεξέλιξη της σημερινής πραγματικότητας και για την ανάπτυξη μιας άλλης ποιότητας σχέσεων του σύγχρονου πολιτισμού με τη φύση. Βέβαια όπως σε κάθε δυναμικό κλάδο έτσι και εδώ, υπάρχουν ρίσκα και διακινδυνεύσεις. Δεν μπορούν τα προβλήματα της επικοινωνίας σε σχέση με την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και ενημέρωση να αντιμετωπιστούν απομονωμένα ως προβλήματα του κόσμου της επικοινωνίας αλλά μόνο συνδεδεμένα με το σύνολο του πολιτισμού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αλμπέρ, Π. (1960). Ο Τύπος. Δαίδαλος Ι. Ζαχαρόπουλος
- Βαλαβανίδης, Α. (2007). Οικοτοξικολογία και Περιβαλλοντική Τοξικολογία: Ερευνητική Μεθοδολογία και Εκτίμηση Οικολογικού Κινδύνου από Επικίνδυνες Χημικές Ουσίες. Αθήνα: Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Βαλούκος, Σ. (2008). Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης. Αθήνα: Αιγόκερως
- Βώβου, Ι. (2010). Ο κόσμος της τηλεόρασης. Αθήνα: Ηρόδοτος
- Βώβου, Ι. (2013). Κρίση και στα ΜΜΕ: Η τηλεοπτική κουλτούρα της κρίσης. Αθήνα: Παπαζήσης
- Δάμπασης, Γ. (2002). Την εποχή της τηλεόρασης. Αθήνα: Καστανιώτης
- Δεμερτζής, Ν. (1993). Το πράσινο κίνημα και το πράσινο κόμμα στην Ελλάδα, Διαβάζω, τ.318
- Δρακάκη, Λ. & Παπαϊωάννου, Δ. (1999), Περιβαλλοντική ιστορία και πολιτική. Αθήνα: Πάντειο Πανεπιστήμιο
- Καράκωστας, Γ. (2006). Περιβάλλον και Δίκαιο, Σάκκουλας
- Καστοριάδης, Κ. (1993). Η παγκόσμια ανισορροπία και η επαναστατική δύναμη της οικολογίας (Συνέντευξη), περ. Κοινωνία Και Φύση. τ.5
- Καστοριάδης, Κ. & Κον Μπεντίτ Ν. (1981). Από την οικολογία στην αυτονομία, Κέδρος
- Καψής, Π. (29/03/2014). «Έτοιμη να εκπέμψει έως τις 27 Απριλίου η ΝΕΡΙΤ». Ναυτεμπορική
- Κούτρας, Σ. (1996). Πειστικός Λόγος. Αθήνα: Σαβάλλας
- Μπαλτζάκη Ε, (2010). Κριτική προσέγγιση τηλεοπτικής εκπομπής οικολογικού περιεχομένου από τη σκοπιά της ΠΕ. Θεσσαλονίκη: ΑΠΘ
- Μπιάτζι, Σ. (1998). Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Ενημέρωσης. Ελλην
- Μπούκτσιν, Μ. (1992). Τι είναι η Κοινωνική Οικολογία, Βιβλιοπέλαγος
- Μπουλογιόργος, Α. & Πρεβέντα, Β. (1999). Λεξικό Εννοιών. Αθήνα: Ιδίου
- Παναγιωτοπούλου, Ρ. (2004). Η τηλεόραση εκτός των τειχών. Αθήνα: Καστανιώτης

- Πάνος Δ. & Νίκα Σ. (2002). Ανθρώπινα Δικαιώματα & Ελληνικά Τηλεοπτικά Δελτία Ειδήσεων. Αθήνα:ΥΟΑ
- Παπαδημητρίου, Β. (1998). Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Σχολείο, Τυπωθήτω
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (1993). Απελευθερώνοντας την Τηλεόραση, Αθήνα: Καστανιώτης
- Παπαθανασόπουλος, Σ., Αθανασιάδης, Η., Καραδημητρίου, Α., Ντάγκα, Ι., Ξενοφώντος, Μ., (2010). Μέσα ενημέρωσης και η γνώση των πολιτών. Ζητήματα Επικοινωνίας τ. 12-13
- Παπαϊωάννου, Δ. (1999). Εισαγωγή στην επιστήμη του περιβάλλοντος, Αθήνα: Πάντειο Πανεπιστήμιο
- Παπασπηλιόπουλος, Σ. (2002). Οικολογική κρίση και κρίση του οικολογικού κινήματος, ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ, 25 /1/2002
- Πασχαλίδης, Γ. (2005). Η ελληνική τηλεόραση. Αθήνα: Κριτική
- Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε (Πανελλήνια Ένωση Εκπαιδευτικών για την Προστασία του Περιβάλλοντος για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς (1999). Τεύχος 2: Η ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ ΤΗΣ ΤΙΦΛΙΔΑΣ. Αθήνα: Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε
- Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε (Πανελλήνια Ένωση Εκπαιδευτικών για την Προστασία του Περιβάλλοντος για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς (1999). Τεύχος 3: Η ΔΙΑΣΚΕΨΗ ΤΗΣ ΜΟΣΧΑΣ. Αθήνα: Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε
- Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε (Πανελλήνια Ένωση Εκπαιδευτικών για την Προστασία του Περιβάλλοντος για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς (1999). Τεύχος 4: "ΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 36 ΤΗΣ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΔΙΑΤΑΞΗΣ 21" (AGENDA 21). Αθήνα: Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε
- Ράγκου, Π. (2004). Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη
- Σκαναβή, Κ. (2004). Περιβάλλον και Κοινωνία: Μια σχέση σε αδιάκοπη εξέλιξη, Αθήνα: Καλειδοσκόπιο
- Σκαναβή Κ. (2005). Από διαλέξεις μαθήματος «Περιβαλλοντική Επικοινωνία και Εκπαίδευση» διδάσκων καθηγητής στο τμήμα «Περιβάλλοντος», Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Σκλαβούνης, Γ. (1998). Ραδιοτηλεπαρουσίαση. Αθήνα: Ελλην
- Σμυρναίος, Ν. (2010). Τα ρευστά όρια των μέσων: Προσφορά και ζήτηση ελληνικών τηλεοπτικών προγραμμάτων στα δίκτυα peer-to-peer. Αθήνα: Ηρόδοτος

- Σπανού, Κ. (1998). Δημόσια Διοίκηση και Περιβάλλον, (Στο: Η περιβαλλοντική Πολιτική στην Ελλάδα, Σκούρτος Μ.Σ, Σοφούλης Κ.Μ επιμ.), Τυπωθήτω
- Σχίζας, Γ. (1993). Συμβολή στην ιστορία του ελληνικού οικολογικού κινήματος, Οικοτοπία, τ.23
- Τσιρόπουλος, Κ. περ. «Ευθύνη», τ. 49
- Φλογαίτη, Ε. (1998). Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, Ελληνικά Γράμματα.
- Χατζηπαρασκευαϊδής, Α. (2008). Απο το Περιβαλλοντικό Κίνημα στην Περιβαλλοντική Εκπαίδευση. 4ο Συνέδριο ΠΕΕΚΠΕ, 12-14/12/2008. Ναύπλιο.
- Πρακτικά Ημερίδας με θέμα «Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Εκπαίδευση» από το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού της Κύπρου και του Κυπριακού Πρακτορείου Ειδήσεων (ΥΠΠΚ & ΚΥΠΕ, 2011). 8/2/2011, Λευκωσία.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Canan, P. & Hartman, M. (2007). Science–Journalism Collaboration: An Experiment in Closing the Communication Gap. Applied Environmental Education and Communication, Vol. 6
- McQuail, D. (1994). Mass Communication Theory – An introduction, London: Sage
- Neuzil, M., & Kovarik, B. (1996). Mass media & environmental conflict: America's green crusades. Thousand Oaks, Sage Publications
- Papathanassopoulos, S. (2007). The Development of Digital Television in Greece. Javnost-The Public
- Simonson, P. (1999). Mediated Sources of Public Confidence: Lasarsfeld and Merton Revisited. Journal of Communication
- Stocking, H. & Holstein, L. (2009). Manufacturing doubt: journalists' roles and the construction of ignorance in a scientific controversy, Public Understanding of Science.
- Tsekos, Ch. & Matthopoulos, D. (2008). Environmental news in Greece: Evaluation of the way newspapers deal with environmental issues, International Journal of Environmental Studies, Vol. 65: 209-218.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Γραφείο Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου Πανεπιστημίου Μακεδονίας, (2014). Προσπελάστηκε στις 15/08/2014, από <http://www.greenuniversity.gr>.

Πανεπιστήμιο Αιγαίου, (2014). Οικολογικά Σήματα. Προσπελάστηκε στις 10/07/2014, από <http://www.aegean.gr/environment/eda/envirohelp/greece/bestpractices/BestPracticeEcolabels.html>.

Μανιάτης (2013). Προσπελάστηκε στις 13/03/2013, από http://www.oikologos.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=115:issue18.

Μπες στο κλίμα, (2012). Προσπελάστηκε στις 6/12/2012, από <http://www.skai.gr/tv/show/?showid=64620>.

Τμήμα Βιολογίας ΑΠΘ, (2013). Προσπελάστηκε στις 20/03/2013, από <http://www.bio.auth.gr/content/kladoi-tes-oikologias>.

Τα Νέα, (3/5/2014). «Κάτι νέο» ξεκίνησε την Κυριακή το απόγευμα στην κρατική τηλεόραση. Προσπελάστηκε στις 01/07/2014, από <http://www.tanea.gr/news/greece/article/5115585/me-mia-semnh-teleth-ksekina-thn-kyriakh-to-apogeuma-h-nerit>.

Όλοι Μαζί Μπορούμε για το Περιβάλλον, (2014,2015). Προσπελάστηκε στις 26/08/2014 και 1/2/2015, από <http://www.oloimaziboroume.gr/calendar/calendars/environment>.

Κ.Ε.Τ.Α.Κ. (Κέντρο Ερευνών, Τεχνολογικής Ανάπτυξης & Καινοτομίας) του Mediterranean College. Προσπελάστηκε στις 26/05/2014, από <http://www.medcollege.edu.gr/ereyna/dhmoskophseis>.

ΥΠΕΚΑ, (2013). Διακήρυξη της Θεσσαλονίκης. Προσπελάστηκε στις 15/12/2013, από <http://www.minenv.gr/4/g400.html>.

ECO News, (2013). Προσπελάστηκε στις 13/04/2013, από <http://www.skai.gr/tv/show/?showid=63902>.