



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΠΡΟΣΧΟΛΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ»

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Μαγδαληνή Μπεθάνη

A.M. 4242015017

«Η Περιβαλλοντική επικοινωνία ως μέσο διαχείρισης κρίσεων σε περιπτώσεις κατασπατάλησης φυσικών πόρων και καταστροφών»

Τριμελής Συμβουλευτική Επιτροπή

Παναγιώτης Σταμάτης	Αναπληρωτής Καθηγητής Τ.Ε.Π.Α.Ε.Σ	Πανεπιστήμιο Αιγαίου	Επιβλέπων
Καίλα Μαρία	Καθηγήτρια Τ.Ε.Π.Α.Ε.Σ	Πανεπιστήμιο Αιγαίου	Μέλος Συμβουλευτικής Επιτροπής
Βασίλειος Παπαβασιλείου	Επίκουρος Καθηγητής Τ.Ε.Π.Α.Ε.Σ	Πανεπιστήμιο Αιγαίου	Μέλος Συμβουλευτικής Επιτροπής

ΡΟΔΟΣ, 2018

Η έγκριση της παρούσας Μεταπτυχιακής Διπλωματικής Εργασίας από το Τμήμα Επιστημών της Προσχολικής Αγωγής και του Εκπαιδευτικού Σχεδιασμού του Πανεπιστημίου Αιγαίου δεν υποδηλώνει αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εκπόνηση της συγκεκριμένης Διπλωματικής εργασίας δεν θα ήταν δυνατή χωρίς την καθοδήγηση και το συνεχές ενδιαφέρον του καθηγητή μου κ. Παναγιώτη Σταμάτη. Τον ευχαριστώ εκ βάθους για την συνεχή κατεύθυνση των βημάτων μου και την αμέριστη προσφορά του στην προσπάθεια μου αυτή.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
1 ^ο Κεφ. ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ	13
2 ^ο Κεφ. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ	17
1.1 Γλώσσα.....	17
1.2 Τρόποι αντιμετώπισης.....	18
1.3 Ιστορία των ΜΜΕ.....	21
1.4 Πολιτική και ΜΜΕ.....	24
1.5 Νέες Τεχνολογίες.....	25
3 ^ο Κεφ. ΘΕΣΜΟΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΚΡΑΤΟΥΣ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	26
3.1 Παιδαγωγική επικοινωνία.....	27
3.2 Διδακτική επικοινωνία.....	27
3.3 Νομική κατάρτιση	30
4 ^ο Κεφ. ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ	35
4.1 Ιατρική και ΜΜΕ.....	43
4.2 Παραβίαση ιατρικού απορρήτου.....	44
4.3 Νομικά θέματα.....	45
4.4 ΜΜΕ Μετανάστευση και Ρατσισμός.....	47
5 ^ο Κεφ. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	53
5.1 Οι σκοποί της διδασκαλίας της Μελέτης του Περιβάλλοντος.....	53
5.2 Αισθητική Αγωγή.....	55
5.3 Επιπτώσεις.....	56
5.4 Πνευματικός τομέας & διάδοση πολιτισμού.....	56
6 ^ο Κεφ. ΜΜΕ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ	58
6.1 Κατηγορίες Κρίσεων.....	59
6.2 Προσεγγίσεις στη διαχείριση.....	60
6.2.1 Ψυχολογική	60

6.2.2 Κοινωνικοπολιτική.....	61
6.3 Χαρτογράφηση μιας κρίσης	62
6.3.1 ΜΜΕ και επικοινωνιακή στρατηγική	62
6.3.2 Διαχείριση εικόνας	62
6.3.3 Τυπολογία στρατηγικών κατά COOMBS.....	62
6.3.4 Τυπολογία στρατηγικών επικοινωνίας.....	63
6.3.5 Κριτήριο επιλογής στρατηγικής.....	63
6.3.6 Εκτίμηση της κρισιμότητας της κατάστασης σε 2 βήματα.....	64
6.7 Αναφορά σε συμβάν.....	64
6.7.1 Η περίπτωση SEA DIAMOND.....	64
6.7.2 Συμπεράσματα αναφορικά με το συμβάν.....	66
6.8 Στρατηγικές χειραγώγησης κοινής γνώμης.....	67
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	69
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....	71

Εισαγωγή

Οι επόμενες γενεές και τα σημερινά παιδιά μπορούν να αλλάξουν τις περιβαλλοντικές συμπεριφορές των γονέων τους. Ένα μικρό παιδί μπορεί να περάσει τα δικά του μηνύματα και ερεθίσματα στην οικογένεια, ευαισθητοποιημένο μέσα από την εκπαίδευση καθώς και από τα μέσα επικοινωνίας, με τα οποία έρχεται συνεχώς σε επαφή ακόμα και πριν τη γέννηση του και να φτιάξει ένα νέο τρόπο συμπεριφοράς και ζωής. Τα παιδιά «βομβαρδίζονται» από πληροφορίες που φτάνουν σε αυτά από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας χωρίς να έχουν προλάβει να αποκτήσουν τα φίλτρα που απαιτούνται για να ταξινομήσουν, να δεχτούν ή να απορρίψουν ό,τι φτάνει σε αυτά. Η ζωή μας βρίσκεται επίσης στην επικοινωνία και τον κόσμο της, καθώς αυτή συντονίζει μαζικά τις κοινωνίες. Η επικοινωνία περνάει μηνύματα και μάλιστα με τις τεχνικές του marketing και τη δυναμική της ειδησιογραφίας, διαμορφώνοντας μοντέλα συμπεριφοράς και τρόπου σκέψης.

Η επικοινωνία με όλες της τις μορφές μπορεί να δημιουργήσει ένα κόσμο ευαισθητοποίησης για το περιβάλλον, δικτύωσης για το περιβάλλον και επίσης συντονισμού των δράσεων (μια μορφή triage κατά τη διαδικασία επέμβασης) για την διάσωσή του. 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. Οι ελλείψεις στην επικοινωνία έχουν μεγάλες επιπτώσεις στα θέματα της περιβαλλοντικής διαχείρισης. Η δημοσιότητα και 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.

Η ενασχόληση μας με την Περιβαλλοντική Επικοινωνία επιδέχεται διεπιστημονική προσέγγιση αφού εμπλέκονται αρκετές μορφές της, διαφορετικές τόσο σε μορφή, όσο και σε τρόπο λειτουργίας και έκφρασης. Δημιουργεί τις προϋποθέσεις για συνεργασία καθώς δίνει τη δυνατότητα στα μέλη της ομάδας να αναλάβουν πολλαπλούς ρόλους. Δίνει την αίσθηση της ατομικής και συλλογικής ευθύνης, αναπτύσσει στα μέλη της ομάδας θετική αλληλεξάρτηση και αλληλεγγύη που είναι αποτέλεσμα των κοινών στόχων, του καταμερισμού του έργου του επιμερισμού του υλικού και της αποκέντρωσης των αρμοδιοτήτων. Επίσης, η δυνατότητα για αμεσότερη και περισσότερο ουσιαστική επικοινωνία, καθώς και η

ισότητα ευκαιριών στα μέλη της κάθε ομάδας, τόσο από την πλευρά των δεκτών όσο και των μεταδιδόντων δημιουργεί στερεή βάση για ατομική αξιολόγηση και αυτοβελτίωσή τους.

Στο επικοινωνιακό πεδίο υπάρχει δυνατότητα να εφαρμοστούν δραστηριότητες που ενσωματώνουν τους οχτώ τύπους νοημοσύνης κατά H. Gardner όπως τη λογικομαθηματική, τη γλωσσική, την ενδοπροσωπική, τη διαπροσωπική, τη χωρική, τη νατουραλιστική, την κιναισθητική και τη μουσική. Ο σκοπός είναι να αντιληφθούμε την αναγκαιότητα της μάθησης αυτού του τόσο σημαντικού εργαλείου σωστά ώστε να χρησιμοποιηθεί προς όφελος και στο παρόν και στο μέλλον λειτουργώντας το ως μέσο διαχείρισης κρίσιμων καταστάσεων και πρόληψης. Να συνειδητοποιήσουμε ότι οι φυσικοί πόροι δεν είναι ανεξάντλητοι και ως εκ τούτου είναι αναγκαία η αλλαγή τρόπου σκέψης και συμπεριφοράς με την αίσθηση του κατεπείγοντος. Αφορά όλους τους τρόπους που εμπλέκει ιστορικές, κοινωνικές, οικονομικές και φυσικές διαδικασίες. Επιπλέον, να αντιληφθούμε τους περιορισμούς και τα αδιέξοδα που δημιουργεί η χρήση των φυσικών πόρων, όταν γίνεται σε ένα συγκεκριμένο χώρο, ώστε να αποκτήσουν στάση σωστής διαχείρισης του πλούτου του περιβάλλοντος και των οικοσυστημάτων.

Οι θεματικές περιοχές που εμπλέκονται στις δραστηριότητες ενός επικοινωνιακού εγχειρήματος είναι:

- ✓ Γλώσσα.
- ✓ Φυσική.
- ✓ Χημεία.
- ✓ Βιολογία.
- ✓ Ιστορία.
- ✓ Νέες τεχνολογίες.
- ✓ Μορφές και τύποι επικοινωνίας.
- ✓ Θεσμοί εκπαίδευσης και κράτους εμπλεκόμενοι με το περιβάλλον.
- ✓ Νομική κατάρτιση.
- ✓ Μελέτη περιβάλλοντος.
- ✓ Αισθητική αγωγή.

Επίσης, στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας θα γίνουν προτάσεις δραστηριοτήτων από ατομικές και συλλογικές πρωτοβουλίες στο περιβάλλον, οι οποίες θα σχετίζονται με το υπό εξέταση θέμα. Για παράδειγμα, σύμφωνα με τις τελευταίες εξελίξεις της Περιβαλλοντικής Επικοινωνίας για την διαχείριση φυσικών πόρων θα προταθεί η δημιουργία και η λειτουργία προτάσεων και μελέτης ενός σχεδίου αντιμετώπισης μιας κατάστασης που θα προκύψει από μια κακή οικολογική συμπεριφορά, όπου οι συμμετέχοντες θα έχουν ενεργή συμμετοχή στην επικοινωνία, στην επαφή με τον πολίτη για να τον ενημερώσει σωστά, στην διατήρηση, συντήρηση περιποίηση των φυσικών πόρων καθώς και στην επιλογή και φροντίδα διαχρονικά, με άξονες τις μεθόδους της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, την ανάπτυξη συνεργατικής μάθησης, της πολλαπλής νοημοσύνης και της εκπαίδευσης για την αειφορία.

Σκοπός της εργασίας είναι η αποτελεσματική διαχείριση της κάθε μορφής επικοινωνίας ως μέσο και εργαλείο για την αντιμετώπιση κρίσεων σε περιπτώσεις

κατασπατάλησης φυσικών πόρων και καταστροφών. Η καλή γνώση των μέσων μαζικής ενημέρωσης και η αποτελεσματική χρήση τους μπορεί να αποδειχθεί ισχυρή δύναμη για την επίλυση και κυρίως για την πρόληψη ζητημάτων σχετικών με περιβαλλοντικές καταστροφές.

Στο πλαίσιο αυτό τίθενται οι ακόλουθοι στόχοι της διπλωματικής εργασίας:

Γνωστικοί στόχοι:

- ✓ Να αποκτήσουμε νέες γνώσεις.
- ✓ Να κατανοήσουμε από πού πηγάζει και πως θα χρησιμοποιηθεί αποτελεσματικά η περιβαλλοντική επικοινωνία.
- ✓ Να γνωρίσουμε στην πράξη πως λειτουργεί η περιβαλλοντική επικοινωνία (π.χ. ποιοι χειρίζονται και πως, μια είδηση ή τη γνώση κάποιου συμβάντος).
- ✓ Να κατανοήσουμε τον κύκλο της επικοινωνίας, πως ξεκινά από ποιους, ποιοι είναι οι αποδέκτες, τα αποτελέσματα άμεσα ή έμμεσα και πως επιστρέφει στην αφετηρία της.
- ✓ Να γνωρίσουμε το έμπυχο και το άπυχο μέρος αυτής της διαδικασίας, όπως για παράδειγμα δημοσιογράφοι, τεχνικοί, ντοκιμαντέρ, έντυπος και προφορικός λόγος (βιβλία, εφημερίδες, άρθρα, συνεντεύξεις, ομιλίες) .
- ✓ Να κατανοήσουμε την πολύπλευρη περιβαλλοντική επικοινωνία ως οικονομική και πολιτισμική σημασία μέσα από τον κατάλληλο χειρισμό της.
- ✓ Να ασκηθούμε στην παρατήρηση και ταξινόμηση των αναγκών όπως αυτές διαμορφώνονται με αρχή τον βαθμό του επείγοντος.
- ✓ Να δούμε τη δυσκολία που έχει η σωστή διαχείριση των μέσων επικοινωνίας.

Συναισθηματικοί στόχοι:

- ✓ Να αναπτυχθεί η επικοινωνία φορέων, ατομικής πρωτοβουλίας και δημόσιων προσώπων.
- ✓ Να αντιληφθούμε τις αξίες της συνεργασίας, της αλληλεγγύης και τη χαρά του αποτελέσματος με τη βιωματική προσέγγιση.
- ✓ Να αναπτύξουμε κριτική σκέψη με στόχο τη δράση και ενεργή τους παρέμβαση για λήψη καλύτερων αποφάσεων ως προς τα περιβαλλοντικά προβλήματα.
- ✓ Να βιώσουμε την ομορφιά της φύσης και να την αγαπήσουμε μέσα από τα μέσα μετάδοσης .
- ✓ Να νιώσουμε ικανοποίηση από την επίτευξη κάποιου έργου (πρόληψη, καταστολή, μελέτη αποφυγής στο μέλλον κρίσης, καταστροφής και κατασπατάλησης φυσικών πόρων.)
- ✓ Να καλλιεργηθεί η περιβαλλοντική συνείδηση των παιδιών και των ενηλίκων.

Ψυχοκινητικοί στόχοι:

- ✓ Να αναπτύξουμε την παρατηρητικότητα και την ευελιξία κατά την επικοινωνία.
- ✓ Να μάθουμε να δουλεύουμε ατομικά και ομαδικά.

- ✓ Να αποκτήσουμε δεξιότητες χρήσης εργαλείων επικοινωνίας μαθαίνοντας να αποτελούμε μέρος της διαδικασίας της επικοινωνίας σωστά και εποικοδομητικά όχι μόνο κατά τη διάρκεια μιας κρίσης αλλά συνειδητά και ως τρόπος ζωής.
- ✓ Να απασχοληθούμε δημιουργικά στα πλαίσια ενός προγράμματος εθελοντισμού.
- ✓ Να εξοικειωθούμε με την περιβαλλοντική επικοινωνία εμείς ως μέρος της και τρόπου ζωής και τα παιδιά ως παιχνίδι και δημιουργία μέσα από την έκφραση.

Στο πλαίσιο της εργασίας αυτής γίνεται μελέτη και έρευνα των ΜΜΕ για την γνώση των υπαρχόντων μέσων, τη μορφή και τον τρόπο που μπορούμε να έχουμε πρόσβαση σε αυτά καθώς και τον τρόπο καταλληλότερης χρήσης τους. Θα εκπονηθεί πλάνο μελέτης διαχείρισης τους, ως προς το πώς θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε παλιότερες περιπτώσεις πιο αποτελεσματικά, όπως και σε καινούργιες πιθανές καταστάσεις με τη μορφή πρόληψης και άμεσης επέμβασης. Με διαθεματικό σχέδιο εργασίας το οποίο δίνει στους πολίτες αλλά και σε όλους τους εμπλεκόμενους τη δυνατότητα να συγκροτήσουν ένα ενιαίο σύνολο γνώσεων και δεξιοτήτων, μια ολιστική αντίληψη της γνώσης, καθώς η κάθε περίπτωση χρήζει διαφορετικής αντιμετώπισης και μια δυνατότητα αντίληψης που τους επιτρέπει να διαμορφώσουν προσωπική άποψη για θέματα της επιστήμης της επικοινωνίας τα οποία σχετίζονται μεταξύ τους, καθώς και με ζητήματα της καθημερινής ζωής.

Όταν ο Γουτεμβέργιος το 1436 τυπώνει για πρώτη φορά χρησιμοποιώντας κινητούς ξύλινους χαρακτήρες χωρίς να το καταλάβει, θα αλλάξει τον κόσμο.



1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε.

Ως **Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης** ή **Επικοινωνίας** (Μ.Μ.Ε.) εννοούνται όλα τα διαθέσιμα μέσα με τα οποία μπορεί να ενημερωθεί για προηγούμενα και τρέχοντα συμβάντα ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού. Τα ΜΜΕ χωρίζονται σε:

- *Ασύγχρονα μέσα*, όπως είναι ο τύπος και το διαδίκτυο, καθώς οι πληροφορίες τους είναι δυνατό να μεταδοθούν σε διαφορετικές χρονικές στιγμές για κάθε ενδιαφερόμενο χρήστη.
- *Σύγχρονα μέσα*, όπως είναι το ραδιόφωνο και η τηλεόραση καθώς όλοι οι χρήστες λαμβάνουν την πληροφορία συγχρόνως (wikipedia).

Σήμερα αυτό που χαρακτηρίζει τα ΜΜΕ είναι οι πολλές και διαφορετικές μορφές με τις οποίες εμφανίζονται και χρησιμοποιούνται. Πλέον η πληροφόρηση και η γνώση μπορούν να φτάσουν ακόμα και στα πιο απομακρυσμένα μέρη του πλανήτη προς αποδέκτες που έχουν επιλέξει να ζουν και να ενημερώνονται ζώντας μια ανοιχτή κοινωνική ζωή η έχουν αποφασίσει πιο απομονωμένο τρόπο ζωής. Η ποικιλία στα ΜΜΕ είναι πολύ μεγάλη. Υπάρχει ο Τύπος, ηλεκτρονικός (web pages), η τηλεόραση και ο παραδοσιακός έντυπος (εφημερίδες και περιοδικά).

Το ραδιόφωνο, εύκολο στη χρήση, μπορεί να λειτουργήσει οπουδήποτε ως μέσο ενημέρωσης και ψυχαγωγίας. Η τηλεόραση ενημερώνει ψυχαγωγεί αλλά συχνά περνά λάθος πρότυπα, επηρεάζει στη διαμόρφωση ιδεών και απόψεων ακόμα και χειραγωγεί μέσα από την «μαζική εισβολή» της σε κάθε σπίτι, σε κρίσιμες στιγμές όπως ένα δημοψήφισμα η σε προεκλογικές περιόδους. Παρούσα σε κάθε έκτακτο συμβάν όπως ένας σεισμός, μια πυρκαγιά η ένα δυστύχημα, (Π.χ. η πρόσφατη κατάρρευση της γέφυρας στην Ιταλία) παρέχει κάθε δυνατή ενημέρωση συνεχώς αλλά ταυτόχρονα μπορεί με κάποια αστοχία στη διατύπωση κατά τη μετάδοση να δημιουργήσει αίσθημα πανικού με λάθος πληροφορίες, για πιθανούς νεκρούς ή τραυματίες, ή ακόμα και να παρακινήσει σε λανθασμένες ενέργειες που θα

παρακάλυαν το έργο των διασωστών κ όσων είναι εκπαιδευμένοι να βοηθήσουν ουσιαστικά.

Η έντυπη ενημέρωση, εφημερίδες για ημερήσια ενημέρωση σε κοινωνικά, πολιτικά, οικονομικά, αθλητικά οι οποίες πέρα από την καταγραφή των γεγονότων συχνά είναι φιλικά προσκείμενες σε κάποια πολιτική παράταξη, η αθλητική ομάδα, παρουσιάζουν τις δημοσιεύσεις τους επηρεασμένες από τις απόψεις τους όπως τις διαμορφώνει η πλευρά στην οποία ανήκουν.

Τα ΜΜΕ στη διαδρομή τους στο χρόνο φαίνεται πως είναι μια πολύ παλιά ιστορία. Απετέλεσαν μέχρι πρόσφατα και εξακολουθούν να αποτελούν τους βασικούς διαμορφωτές και εκφραστές της δημόσιας ιστορίας. Η ιστορία στον δημόσιο λόγο παράγεται και εκφράζεται μέσω αυτών διαμορφώνοντας με καθοριστικό τρόπο την πολιτική και ιστορική κουλτούρα μιας κοινωνίας. Καταγράφουν και διαμορφώνουν τη σχέση των νεώτερων κοινωνιών με την ιστορία και τη διαχείριση της συλλογικής τους μνήμης. Διαχέουν και παράγουν ιστορική γνώση, αντιλήψεις και στερεότυπα. Ο τύπος αντανακλά τις αλλαγές που γίνονται σε μια κοινωνία τις σύγχρονες προσδοκίες καθώς και τον τρόπο αντίληψης τους καθώς βιώνουν την πραγματικότητα τους. Παρά τις αποσιωπήσεις η συστηματική μελέτη του Τύπου και η συγκρότηση των κειμένων σε corpus αποτυπώνει όψεις που δεν είναι ανιχνεύσιμες σε άλλες πηγές.

Οι άνθρωποι πάντα ζούσαν, επικοινωνούσαν και κινούνταν μέσα σε κοινωνικά δίκτυα. Οι χιλιομετρικές αποστάσεις ανάμεσα στα μέλη τους διαρκώς επιμηκύνονταν και οι τρόποι επικοινωνίας άλλαζαν, αλλά η δυναμική και οι επιπτώσεις των κοινωνικών δικτύων μελετήθηκαν από πολύ παλιά. Στην περίπτωση της Γεωγραφίας εισήχθησαν από το χώρο της κοινωνικής ανθρωπολογίας του Mitchell (1969), της Bott (1973) και της οικονομικής κοινωνιολογίας του Granovetter (1992). Οι κοινωνικοί ανθρωπολόγοι τροφοδοτούν τις επιστήμες τη δεκαετία του 1980 με τη μέθοδο και τις τεχνικές ανάλυσης κοινωνικών δικτύων. Ο Ευρωπαϊκός χώρος γίνεται ένας «χώρος ροών» (space of flows) (Castells, 1996). Η κοινωνία των δικτύων αλλάζει τους τρόπους ρύθμισης της καθημερινότητας και μεταβάλλει ριζικά τους τρόπους αλληλεπίδρασης σε τοπικό επίπεδο, αλλά και σε διεθνές, συμβάλλοντας στην παγκοσμιοποίηση. Η ταχύτητα μετάδοσης των νέων αλλά και γενικότερα της γνώσης όσο και κ η μετάδοση σε κάθε γωνιά του πλανήτη έκανε όλο τον κόσμο να

ζει σχεδόν ταυτόχρονα τα γεγονότα τη χρονική περίοδο της τέλεσης τους, φέρνοντας τα μέσα στο χώρο τους (Λεοντίδου, 2004).

Πάντα η δύναμη των ΜΜΕ υπήρξε πολύ μεγάλη, όμως με τη ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας το αποτέλεσμα είναι όχι μόνο να αποτελούν μέρος της καθημερινότητας μας, αλλά να υπάρχει και μια σχέση εξάρτησης καθώς όλα δείχνουν να μην μπορούν να συντελεστούν αν δεν ανατρέξουμε πρώτα σε αυτά. Ακόμα πιο συγκλονιστική είναι η γνώση ότι αποτελούν ένα από τα κριτήρια του βαθμού κοινωνικοποίησης του ατόμου. Ο D. MacQuail αναφέρει χαρακτηριστικά «μπορούμε να θεωρούμε ότι το να αφιερώνει κανείς κάποιο μέτριο χρόνο στα ΜΜΕ αποτελεί τουλάχιστον μία ένδειξη, ή πιθανώς ακόμα κι ένα απαιτούμενο προσόν της ένταξης του ατόμου στη σύγχρονη κοινωνία. Μάλιστα, το να περνάει κανείς την ώρα του βλέποντας τηλεόραση, είναι κάτι πιο 'φυσιολογικό', με την έννοια της πλατιάς διάδοσης και της χρονικής συχνότητας, απ' ό,τι η αμειβόμενη εργασία, μιας και η συχνότητα του φαινομένου είναι εξίσου μεγάλη ανάμεσα και στο μη-οικονομικά ενεργό πληθυσμό».

Ο όρος «μέσα ενημέρωσης» αντικαταστάθηκε από τον όρο «μέσα μαζικής επικοινωνίας», και αυτό τονίζει ακριβώς τον πολυδιάστατο ρόλο των ΜΜΕ. Ο ρόλος τους δεν περιορίζεται μόνο στην μετάδοση πληροφοριών, αλλά στη λειτουργία τους ως κέντρα πολιτικού ελέγχου και επιρροής. Στην εποχή της κρίσης, ακόμα πιο ξεκάθαρα, τα ΜΜΕ γίνονται μέσα επιρροής του κοινού και επιβολής διαφόρων πολιτικών ρευμάτων. Η επιλεκτική διάχυση πλευρών της πληροφορίας και η εσωτερίκευση από τους πολίτες ως δικές τους πολιτικές τοποθετήσεις, ιδεολογίες και κουλτούρες, που παρουσιάζονται ως υποδειγματικές από τα ΜΜΕ, να εφαρμόζονται μία προς μία (Lippmann, 1992).

Διάφορες τεχνικές χρησιμοποιούνται για αυτό το σκοπό. Η χειραγώγηση, μέσω του τρόμου εκδηλώνεται με τη διαδοχική και έντεχνη υπερβολή υπαρκτών προβλημάτων με σκοπό το τρομοκρατημένο κοινό να αποδεχθεί σκληρές λύσεις ως αναγκαίες για την ασφάλεια και την επιβίωσή του (Γ. Στάμκος, 2000). Η δημιουργία στερεοτύπων, τα οποία για μεγάλα τμήματα του πληθυσμού ισχύουν ως λογικά σχήματα με βάση τα οποία ερμηνεύουν τα φαινόμενα της πραγματικότητας. Γνωστή τεχνική των ΜΜΕ, είναι η μετάθεση της σκέψης από τα ουσιαστικά ζητήματα σε ανούσιες λεπτομέρειες. Η αμφισημία των νοημάτων και οι πολλαπλές πιθανότητες ερμηνείας της αντικειμενικότητας μειώνονται, εξαιτίας της συστηματικής

προσπάθειας της εξουσίας να αποκρύψει εναλλακτικές, να νοηματοδοτήσει και να υπερτονίσει όσες μπορούν ευχερέστερα να περιγράψουν τις αντιλήψεις της. Ένα συμβάν, όσο αδιάφορο κι αν είναι, αναγάγεται σε είδηση, επειδή ακριβώς προβάλλεται από τα ΜΜΕ (Ellul,1973). Τα ΜΜΕ δεν πρέπει να αντιμετωπίζονται απλά και μόνο ως κανάλια μέσω των οποίων διαχέονται συμβολικές μορφές, αλλά κυριότερα ως μηχανισμοί που συμβάλουν καθοριστικά στις κοινωνικές σχέσεις και διαδράσεις. Η κύρια έμφαση πρέπει να δοθεί στο ρόλο τους ως διαμεσολαβητές και επικοινωνιακοί δίαυλοι με μια αμφίδρομη πολυεπίπεδη ροή πολιτικής πληροφόρησης με ιδιαίτερη σημασία σε περιόδους κρίσεων (Thompson,1990).

Κεντρικό χαρακτηριστικό μιας κρίσης είναι η διαρκής ανάγκη για πληροφόρηση για το κοινό που ενδιαφέρεται άμεσα η έμμεσα αλλά κ για να γίνει μια αξιολόγηση των επιπτώσεων και του κινδύνου. Η κατακόρυφη αύξηση του ενδιαφέροντος της κοινής γνώμης καθιστά τα ΜΜΕ κεντρικούς παράγοντες κατά τη διάρκεια μιας κρίσης. Η αλληλεξάρτηση είναι αυτό που χαρακτηρίζει τη σχέση ανάμεσα στα ΜΜΕ και τους άλλους παράγοντες που παρεμβαίνουν και διαχειρίζονται μια κρίση, όπως η κυβέρνηση, ΜΚΟ, ομάδες διάσωσης κ.ά. Η συγκέντρωση των απαραίτητων πληροφοριών αποσκοπεί στο να ενισχύσει την εμπιστοσύνη του κοινού στους διάφορους εμπλεκόμενους φορείς, ως προς την ικανότητα τους να διαχειριστούν μια κρίση. Η δημοσιογραφική κάλυψη συχνά επηρεάζει και την τακτική που ακολουθούν (Duhe, Zoch, 1994). Ο άμεσος σχεδιασμός και η υλοποίηση των μέτρων ανακούφισης του πληθυσμού μπορούν να μειώσουν της επιπτώσεις μιας κρίσης. Το 1994 στη Ρουάντα η γενοκτονία ως τραγικό συμβάν, μας δείχνει ότι όταν ο πληθυσμός είναι ενημερωμένος μπορεί να αντιδράσει και να διαχειριστεί καλύτερα τις συνέπειες μιας κρίσης (Fearn-Banks, 2002).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

1.1 Γλώσσα

Στις μέρες μας οι ρυθμοί ζωής, ο τρόπος ζωής και η σταδιακή εξάλειψη της παραδοσιακής οικογένειας, έχει αλλάξει μεταξύ άλλων τη βάση του οικογενειακού ιστού. Οι πολλές ώρες απουσίας των γονιών από το σπίτι, η αδυναμία τους να περάσουν ποιοτικό χρόνο επικοινωνίας με τα παιδιά όταν επιστρέφουν σπίτι εξαιτίας της κόπωσης, αλλά και των πρόσθετων υποχρεώσεων αφήνουν χώρο για την ολοένα αυξανόμενη και όλο και πιο ελκυστική παρουσία των ΜΜΕ στο σπίτι. Η τηλεόραση, οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και το διαδίκτυο έχουν αναλάβει στο μεγαλύτερο ποσοστό την αγωγή των νέων σε ηθικό, πνευματικό, αισθητικό, κοινωνικοπολιτικό επίπεδο.

Η επίδραση γλωσσικά, είναι ένα από τα σημαντικά θέματα που έχουν προκύψει. Η εικόνα εκτοπίζει δυναμικά τον λόγο με την έντονη παρουσία της. Είναι πιο ελκυστική και δεν απαιτεί κόπο όπως η ανάγνωση ενός βιβλίου. Καλύπτει το κενό της παρέας και της επικοινωνίας που έχει προκύψει από την κοινωνική και οικογενειακή αποξένωση, με έναν μονομερή τρόπο μιας και υπάρχει πομπός, αλλά ο δέκτης λαμβάνει παθητικά τα όποια ερεθίσματα χωρίς να μπορεί να επικοινωνήσει τις απόψεις του τις σκέψεις του και τις αντιρρήσεις του. Αυτό σταδιακά τον κάνει μη ικανό να σκεφτεί να κρίνει να αντιδράσει ή να εκφέρει τις δικές του απόψεις γιατί απλά σιγά σιγά έχει αποδεχτεί τα όποια ερεθίσματα. Ο λόγος είναι προϊόν καλλιέργειας συνεχούς προσπάθειας και βελτίωσης μέσα από την λεκτική επικοινωνία, διαβάσματος, εμπειριών που θέλεις να μοιραστείς όπως ένα ταξίδι, ένα θεατρικό έργο που έχει ερεθίσει το μυαλό και την ψυχή, μια συναυλία, μια καινούργια δεξιότητα, όταν θελήσεις να τα μοιραστείς με την οικογένεια ή γενικά με το περιβάλλον σου. Οι άνθρωποι δεν συζητούν πια. Ακούνε και βλέπουν τηλεόραση ή το διαδίκτυο. Η προσωπική έκφραση ατονεί και η διαφορετικότητα σε κάθε άτομο αρχίζει να χάνεται. Η μίμηση του ηλεκτρονικού πομπού στον τρόπο έκφρασης είναι αυτό που κυριαρχεί γενικότερα αφού όλοι παρακολουθούν τα ίδια θέματα παρουσιασμένα με τον ίδιο τρόπο. Τα ξενόγλωσσα έργα στερούν τον εμπλουτισμό της μητρικής γλώσσας. Τα ακούσματα είναι στερεότυπα και εκλείπει το

χαρακτηριστικό του λογοπλάστη. Περιορισμένο λεξιλόγιο πλέον χωρίς χρωματικές αποχρώσεις στον τονισμό στην έκφραση και στην αφήγηση. Οι διαφημίσεις χρησιμοποιούν νεολογισμούς για εντυπωσιασμό, και συνθήματα για να δώσουν ένταση και να τραβήξουν την προσοχή του αποδέκτη, με στόχο μέσα από αυτό αλλά και από την επανάληψη των ρηχών φαινομενικά και εύκολων προτάσεων να είναι εύκολο να το θυμηθούν να το επαναλάβουν και να το εντάξουν στο καθημερινό λεξιλόγιο. Έτσι έχουμε ελλειπτικό λεξιλόγιο για εύκολη αποστήθιση και κατά συνέπεια συρρίκνωση του λεξιλογίου. Λεκτικός πληθωρισμός, χρήση της αργκό, αυθαίρετες λογοπλασίες, απουσία συνδετικών στοιχείων, πολλά λάθη των παρουσιαστών που χαρακτηρίζουν τον τηλεοπτικό λόγο και αλλοιώνουν το γλωσσικό αισθητήριο. Λανθασμένο γλωσσικό πρότυπο που αλλοιώνουν τον προσωπικό τρόπο έκφρασης του ατόμου. Η κατάχρηση ξενικών όρων από τα ΜΜΕ που μέσα από την συντομογραφία τους κατά την έκφραση αντικαθιστούν τον πλούτο της μητρικής γλώσσας. Η κυριαρχία της αγγλικής γλώσσας στο διαδίκτυο καθώς και η κυριαρχία των "γκρικλις" αποτρέπει την σωστή χρήση της ορθογραφίας. Ποιο φτωχή εκφορά λόγου, λανθασμένη γραφή και μειωμένα ποιοτικά ερεθίσματα είναι τα αποτελέσματα της καθημερινής επαφής με τα τηλεοπτικά πρότυπα. Τυποποίηση χωρίς διαφοροποιήσεις χωρίς δημιουργία, χωρίς φαντασία. Προκατασκευασμένες εκπομπές από παρουσιαστές που ακολουθούν εκ του ασφαλούς την πεπατημένη. Κλισέ και κοινά γλωσσικά πρότυπα που παράγονται, προβάλλονται και αφομοιώνονται. Συνεχής καλλιέργεια του καταναλωτισμού μέσα από την απειλή ότι δεν θα γίνουν αποδεκτοί από την κοινωνία και το σύστημα αν δεν εναρμονιστούν με τα προβαλλόμενα πρότυπα. Το πρακτικό και η χρησιμοθηρία είναι αυτό που καλλιεργείται. Η αποπνευματοποίηση, η απροθυμία για διάβασμα ποιοτικών βιβλίων, η αδιαφορία για πνευματικά ενδιαφέροντα καθώς και οτιδήποτε δεν προσφέρει άμεσο κέρδος παραμελείται κατά συνέπεια και η γλώσσα.

1.2 Τρόποι αντιμετώπισης

Ο αντίλογος στην αντιμετώπιση του θέματος και που θα μπορούσε να λειτουργήσει και ως προστασία στη γλώσσα που βάλλεται, θα μπορούσε να είναι μια προσεκτική επιλογή των ανθρώπων που συντάσσουν και εκφωνούν το λόγο στα ΜΜΕ. Έλεγχος πριν τη μετάδοση από καταρτισμένους γλωσσικά υπεύθυνους. Να γίνει συνείδηση ότι αποτελούν γλωσσικά πρότυπα για τους νέους. Εκφράσεις και νεολογισμοί που χρησιμοποιούνται για εντυπωσιασμό και αλλοιώνουν τα γλωσσικά

πρότυπα θα πρέπει να μειωθούν. Άχρηστα ξένα στοιχεία μπορούν να αφαιρεθούν και να αντικατασταθούν από αντίστοιχες ελληνικές λέξεις.

Εκπαιδευτικές εκπομπές για τη γλώσσα, για την χρήση και γενικότερα για την παιδεία, παιχνίδια γνώσεων, εκπαιδευτικές εκπομπές με γλωσσικά μαθήματα για μαθητές ανά τάξη, αλλά και για ενήλικες σύμφωνα με τη φιλοσοφία της δια βίου μάθησης σε μέρες και ώρες που να είναι δυνατή η παρακολούθησή τους.

Η γλώσσα είναι προσδιοριστικό στοιχείο της εθνικής μας ταυτότητας και της εθνικής μας κληρονομιάς και της πολιτισμικής μας ταυτότητας. Όπως σκεφτόμαστε έτσι μιλάμε και έτσι εκφραζόμαστε με οδηγό τη γλώσσα. Πολλοί πιστεύουν ότι τα ΜΜΕ έχουν τη δύναμη να επηρεάζουν τη γλώσσα που μιλιέται στην περιοχή της εμβέλειάς τους, ότι διαμορφώνουν πρότυπα και συνήθειες, ότι ευθύνονται για την «κακοποίηση» της γλώσσας και τη διάδοση του «λάθους». Είναι δεδομένο ότι σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου «οι άνθρωποι ακούν περισσότερη γλώσσα από τα ΜΜΕ από ό,τι απευθείας από τα χείλη των συνανθρώπων τους σε συνομιλίες μεταξύ τους». Τα εκατομμύρια ή δισεκατομμύρια λέξεων που τα ΜΜΕ παράγουν συνολικά ημερησίως, ξεπερνούν κάθε άλλη γλωσσική παραγωγή. Ο λόγος τους ακούγεται όχι από έναν μόνο ή δυο ανθρώπους αλλά από μαζικά ακροατήρια. «Είναι οι λίγοι που μιλούν στους πολλούς». Ολόκληρη η κοινωνία διαποτίζεται από το λόγο των ΜΜΕ. Προκειμένου να μελετήσει κανείς τη γενική ιστορία της γλώσσας θα έπρεπε απαραίτητα, να ξεκινήσει από τη μελέτη της γλώσσας των ΜΜΕ.

Εκείνο όμως που οι κοινωνιογλωσσολόγοι θεωρούν ως την πιο σημαντική επιρροή των ΜΜΕ στη γλωσσική επικοινωνία, είναι η ενίσχυση και η διάδοση γλωσσικών προτύπων. Η σπουδαιότητα του ρόλου των ΜΜΕ δεν έγκειται τόσο στη δημιουργία μιας καινούριας ή ιδιάζουσας γλώσσας, όσο στην εξάπλωση και επικράτηση αυτού που ήδη υπάρχει ή δημιουργείται τώρα στη γλώσσα -επικράτηση που μπορεί να προκαθορίσει και την επισημοποίηση ή θεσμοθέτηση /νομιμοποίηση κάποιας γλωσσικής ποικιλίας. Με αυτή την έννοια ο ρόλος τους είναι μεσολαβητικός, αλλά ταυτόχρονα συνιστούν και ένα πρώτης σημασίας μέσον γλωσσικής παιδείας. Είναι γνωστή, για παράδειγμα, η συμβολή του BBC στην καθιέρωση της επίσημης προφοράς ή αυτού που ονομάστηκε «αποδεκτή προφορά» της αγγλικής γλώσσας. Ανάλογη είναι και η συμβολή προς την κατεύθυνση αυτή, κυρίως μέσω των δελτίων ειδήσεων, και άλλων εθνικών ραδιοφώνων.

Παραδόξως, οι ειδικοί επί του θέματος, οι γλωσσολόγοι, είναι οι μόνοι που δεν ανησυχούν. Είναι και οι μόνοι που αμφιβάλουν για τη δύναμη των ΜΜΕ να

επηρεάζουν ευρύτερα τη γλωσσική συμπεριφορά ακροατών και τηλεθεατών. Στο μνημειώδες έργο του *Principles of Linguistic Change* (τ. 2, 2001, σ. 228), ο William Labov, ο πατέρας της κοινωνιογλωσσολογίας, διαπιστώνει: «Όλα τα τεκμήρια οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η γλώσσα δεν επηρεάζεται συστηματικά από τα MME, επηρεάζεται κυρίως κατά τη συναναστροφή με τους ομοίους μας». Η ιδέα είναι απλή: η γλωσσική αλλαγή είναι προϊόν αλληλεπίδρασης, δεν αλλάζει η γλώσσα όταν καθηλωνόμαστε ώρες μπροστά στο γυαλί. Έτσι, επισημαίνει ο Αμερικανός γλωσσολόγος, οι τοπικές διάλεκτοι ή κοινωνιόλεκτοι (π.χ. των Αφροαμερικανών, των κατοίκων της Φιλαδέλφειας κ.ά.) εξακολουθούν να αποκλίνουν από την «πρότυπη» (standard) γλώσσα της ραδιοτηλεόρασης, παρά την αυξανόμενη έκθεση των «διαλεκτόφωνων» στα εθνικά MME. Η γλώσσα αλλάζει, αλλά όχι προς την κατεύθυνση που θα ήθελαν τα μίντια. «Τα MME μπορεί να διαδίδουν κάποιες λέξεις και φράσεις, αλλά δεν τις επινοούν», προσθέτει ο γλωσσολόγος J. K. Chambers, σ' ένα εκλαϊκευτικό κείμενό του (<http://www.pbs.org/speak/ahead/mediapower/media/>). Ούτε έχουν τη δύναμη να επηρεάσουν «τις εσχατιές της γλώσσας» - τη φωνολογία και τη σύνταξη «αυτά ούτε που τ' αγγίζουν». Και κυρίως, δεν μπορούν τα MME να ηγηθούν στη διάδοση μιας γλωσσικής αλλαγής. Τα MME πάντα ακολουθούν, και με καθυστέρηση.

Υπάρχουν ωστόσο νεότερες έρευνες -του Anthony Naro και της Maria Scherre για τα πορτογαλικά της Βραζιλίας, της Ana Maria Calvalho για τα πορτογαλικά της Ουρουγουάης, του Rudolph Muhr για τα γερμανικά της Αυστρίας, της Jane Stuart-Smith για τα αγγλικά της Γλασκώβης (Glaswegian)- που δείχνουν μακροπρόθεσμη επίδραση των MME και μάλιστα «προς τα πάνω», προς κάποια πρότυπη γλώσσα, γλώσσα κύρους, μητροπολιτική, με ισχυρή γραφόλεκτο, μεγάλη γραμματειακή παράδοση, αλλά και ισχυρά μίντια (κατά περίπτωση: τα πορτογαλικά της Πορτογαλίας, τα γερμανικά της Γερμανίας, τα «αγγλικά του BBC»). Οι έρευνες ενός δικού μας γλωσσολόγου, του Γιάννη Ανδρουτσόπουλου, σ' ένα αλληλοδραστικό μέσο, το Ιντερνέτ έδειξαν, αντιθέτως ότι τα γερμανικά Τούρκων κ.ά. μεταναστών στη Γερμανία επηρεάζονται «προς τα κάτω», αποκλίνουν δηλαδή από την πρότυπη, καθιερωμένη γλώσσα. Η επίδραση ενός μέσου στη γλώσσα εξαρτάται λοιπόν από το αν και κατά πόσο αυτό επιτρέπει την αλληλεπίδραση που είναι η αναγκαία συνθήκη της γλωσσικής αλλαγής. Όσο περισσότερο αλληλοδραστικό είναι ένα μέσο τόσο περισσότερο θα επηρεάζει τη γλώσσα «προς τα κάτω», προς άτυπες, ανεπίσημες μορφές λόγου (chat, e-mail, sms κ.λπ.). Αντιθέτως, τα στατικά μέσα, ο Τύπος και η

ραδιοτηλεόραση, θα ασκούν πάντοτε κάποια πίεση «προς τα πάνω» - προς την πρότυπη γλώσσα.

Εννοείται ότι για την επίδραση των ΜΜΕ στην ελληνική γλώσσα δεν υπάρχουν έρευνες - μόνον απόψεις. Αγνοούμε τι συμβαίνει με τους διαλεκτόφωνους, τους ομογενείς, τους μετανάστες. Έχουμε μόνο «ευρείες» καταγραφές γλωσσικών αλλαγών. Η πρόσφατη συναγωγή νεολογισμών του Θανάση Νάκα και της Ζωής «**Δημοσιογραφία και Νεολογία**» (Γαβριηλίδου, 2005) δεν βοηθάει να λύσουμε το πρόβλημα της κότας και του αυγού. Οι συγγραφείς δείχνουν ότι πράγματι τα «παραθετικά σύνθετα» (π.χ. «νόμος-πλαίσιο») άρχισαν να διαδίδονται από τις αρχές του περασμένου αιώνα, υπό την επίδραση της γαλλικής πρώτα και ύστερα της αγγλικής. Αλλά η χρήση τους στον Τύπο και στη ραδιοτηλεόραση είναι μάλλον η καθυστερημένη αντανάκλαση μιας αλλαγής που είχε ήδη συντελεστεί αλλού.

Μπορεί να είναι ιδεοληπτική η εμμονή τους στα «σωστά ελληνικά» μπορεί να είναι συντηρητικά τα αντανάκλαστικά τους, αλλά όσοι προσβλέπουν σε μια κοινή, πρότυπη γλώσσα για όλες τις ανάγκες του δημόσιου βίου δεν έχουν άδικο να υπολογίζουν σε κάποια επίδραση των μίντια «προς τα πάνω». Δεν είναι παράλογοι, παραμένουν όμως προσηλωμένοι σ' έναν παρωχημένο, στατικό τρόπο εκφοράς του δημόσιου λόγου, τον οποίο οι ασώματες φωνές του ραδιοφώνου και οι ομιλούσες κεφαλές της τηλεόρασης έχουν από καιρό εγκαταλείψει. Τα δελτία ειδήσεων είναι η απόδειξη.

1.3 Ιστορία των ΜΜΕ

Από την αρχαιότητα είναι γνωστή η συστηματική μελέτη της επικοινωνίας. Ο Σωκράτης, ο Πλάτωνας και ο Αριστοτέλης δίδαξαν επικοινωνιακές δεξιότητες και θεωρούσαν την νοητική - επικοινωνιακή ικανότητα ως το βασικό κριτήριο διάκρισης των έλλογων όντων. Στον σύγχρονο δυτικό κόσμο εμφανίστηκε μόλις πρόσφατα. Από τα τέλη του ΙΘ' αιώνα μέχρι σήμερα ψυχολόγοι, κοινωνιολόγοι, ανθρωπολόγοι, βιολόγοι, νευρολόγοι, γλωσσολόγοι, πληροφορικοί, εκπαιδευτικοί και πλήθος άλλοι έχουν διευρύνει στις γνώσεις μας για την επικοινωνία (Σταμάτης, 2013).

Ήδη από τον 15ο αιώνα (1440 μ.Χ.) με την ανακάλυψη της τυπογραφίας, η ανθρωπότητα έκανε ένα πολύ σημαντικό βήμα προς την διεύρυνση της επικοινωνίας. Ο Γουτεμβέργιος έφερε την επανάσταση στη διάδοση του γραπτού λόγου. Οι άνθρωποι επιτέλους ενημερώνονταν έγκαιρα και έγκυρα για οτιδήποτε συνέβαινε, πράγμα που τους καθιστούσε πολίτες ενεργούς. Η ιστορία των ΜΜΕ είναι η διαρκής

εξέλιξη, ο εμπλουτισμός και η διεύρυνση αυτού του κοινού κώδικα επικοινωνίας. Το παράδοξο, ωστόσο, είναι ότι στην ιστορική διαδοχή των ΜΜΕ, κάθε προηγούμενο μέσο επικοινωνίας γίνεται ο κοινός κώδικας του επόμενου μέσου επικοινωνίας. Με άλλα λόγια, τα μέσα επικοινωνίας περικλείουν και εκφράζουν ολόκληρο το παρελθόν τους. Έτσι, με χρονολογική εμφάνιση τα κυριότερα μέσα ενημέρωσης είναι ο τύπος, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και το διαδίκτυο. Η πορεία των μέσων ενημέρωσης και η συνεχής υποκατάσταση του ενός από το άλλο διαχρονικά, αποτελούν τα στάδια μιας εξελικτικής κίνησης της επικοινωνίας. Κάθε εποχή αναφέρεται στην έλευση νέων μέσων, τα οποία θα είναι περισσότερο αποτελεσματικά από τα παλαιότερα και θα εξυπηρετήσουν καλύτερα τις ανθρώπινες ανάγκες. Η ταχεία ανάπτυξη του διαδικτύου και η σύγκλιση των μέσων επικοινωνίας επηρεάζουν καθοριστικά όλες τις πτυχές του επικοινωνιακού πεδίου.

Στις μέρες μας, εξελίσσεται μια διαφαινόμενη επανάσταση στον χώρο των μέσων ενημέρωσης. Οι αλλαγές έγκεινται στην κρίση που βιώνουν οι παραδοσιακοί φορείς ενημέρωσης, αλλά και στις προκλήσεις που φέρνει στο προσκήνιο η ανάδειξη των νέων μέσων. Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι η κατάρρευση της παντοδυναμίας των παραδοσιακών ΜΜΕ. Ως παραδοσιακά ορίζονται τα μέσα μαζικής ενημέρωσης που υπερίσχυαν πριν την έλευση των ψηφιακών μέσων. Σε αυτά περιλαμβάνονται οι εφημερίδες, τα περιοδικά, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση. Το ραδιόφωνο απετέλεσε, ιστορικά, το πρώτο ηλεκτρονικό μέσο ενημέρωσης και εκείνο το μέσο που δημιούργησε για πρώτη φορά μαζικό κοινό. Το ραδιόφωνο διαθέτει μεγάλη εκροή, κάλυψη και ποικιλομορφία ως προς το περιεχόμενο. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα του είναι η ταχύτητα και αμεσότητα στη μετάδοση των πληροφοριών. Επιπλέον, η ακρόαση του ραδιοφώνου μοιάζει με την προσωπική επαφή και κατά συνέπεια δημιουργεί την αίσθηση πραγματικής συμμετοχής. Ακόμη το ραδιόφωνο απευθύνεται σε άτομα στα οποία είναι δύσκολο να αποταθούν τα έντυπα ΜΜΕ, γιατί ίσως δεν φτάνει ο Τύπος εκεί που βρίσκονται (απομονωμένα χωριά, ναυτικοί, ασθενείς χωρίς τρόπο πρόσβασης, ηλικιωμένοι κ.ά.) είτε επειδή τα άτομα αυτά δεν γνωρίζουν ανάγνωση. Στα μειονεκτήματα του ραδιόφωνο συγκαταλέγονται η απουσία εικόνας, η παρουσίαση του περιεχομένου σε ένα χωρικά καθορισμένο τόπο και η μετάδοση του ραδιοφωνικού προγράμματος για μια μόνο φορά. Η τηλεόραση αποτελεί το κυριότερο και δημοφιλέστερο μέσο μαζικής ενημέρωσης παγκοσμίως. Διαθέτει όλα τα πλεονεκτήματα ενός οπτικοακουστικού μέσου, καθώς συνδυάζει εικόνα, κείμενο και ήχο. Επιπλέον, παρέχει τη δυνατότητα στον τηλεθεατή να λαμβάνει άμεσα μια

πληροφορία ή μία είδηση ή ένα γεγονός τόσο οπτικά, όσο και ακουστικά στο περιβάλλον του (Παπαθανασόπουλος, 1993).

Τα παραδοσιακά μέσα διανύουν μια μεταβατική περίοδο, από την εξέλιξη της οποίας θα εξαρτηθούν πολλά για το μέλλον τους. Στον τομέα της ενημέρωσης παρατηρούνται δυο φαινόμενα. Το ένα σχετίζεται με την παρακμή των παραδοσιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης και το άλλο με την άνοδο των νέων εναλλακτικών μέσων ενημέρωσης. Η έλευση της νέας τεχνολογίας επικοινωνιών δημιούργησε ένα σύνολο προκλήσεων, αλλά και ευκαιριών για τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης. Όπως είναι φυσικό, τα μέσα ενημέρωσης δεν θα επιβιώσουν με τη σημερινή τους μορφή και έτσι καθίσταται αναγκαία η προσαρμογή τους στα νέα δεδομένα του επικοινωνιακού πεδίου (Ζαούσης & Στράτος, 1993).

Τα τελευταία χρόνια, το επικοινωνιακό πεδίο έχει αλλάξει εκ βάθρων. Το γεγονός αυτό συνδέεται με τις αλλαγές που συντελέστηκαν στο πεδίο της επικοινωνιακής πολιτικής, καθώς και με τις συνεχείς εξελίξεις στο πεδίο της τεχνολογίας. Η δημιουργία νέων συνθηκών επικοινωνίας, νέων συσκευών, νέων μορφών περιεχομένου, νέων συνηθειών στην κατανάλωση επικοινωνιακών αγαθών αποτελούν μερικές όψεις των αλλαγών που συντελέστηκαν (Παπαθανασόπουλος, 2011). Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης εισέρχονται σε μια καινούργια μορφή ηλεκτρονικής επικοινωνίας με την ανάδυση των νέων μέσων. Πρόκειται για την επικοινωνία που προωθείται μέσω δικτύων υπολογιστών. Ως νέα μέσα ή new media ορίζονται τα μέσα ενημέρωσης που χρησιμοποιούν την ψηφιακή τεχνολογία για διανομή περιεχομένου. Οι αναδιαρθρώσεις στις δικτυακές υποδομές, παγκόσμιας εμβέλειας, ιδίως αυτές που εκδηλώθηκαν στον παγκόσμιο ιστό αναδιατάσσουν ριζικά τις επικοινωνιακές σχέσεις, έτσι τα μέσα αλλάζουν άρδην χαρακτήρα και αποκτούν ευελιξίες χρήσεων και συνεργειών. Ο πλανήτης των MME δέχτηκε ένα τρομερό πλήγμα με την άφιξη του διαδικτύου. Δεκάδες ημερήσια έντυπα είναι στο χείλος του γκρεμού ή έχουν ήδη πτωχέψει. Όπως λέει ο Benoit Raphael, στο social news room «το DNA της ενημέρωσης άλλαξε, πρέπει να αλλάξει και αυτό των δημοσιογράφων». Το πλήγμα δεν αφήνει ανεπηρέαστο το ραδιόφωνο και την τηλεόραση, ιδιαίτερα τα κανάλια και τους σταθμούς συνεχούς ροής ειδήσεων.

Η εφημερίδα ως μέσο ενημέρωσης της βιομηχανικής εποχής πιθανώς δεν θα εξαφανιστεί. Ωστόσο η είδηση δεν κυκλοφορεί πλέον με σαφή μορφή, διορθωμένη και τυποποιημένη. Στις μέρες μας η είδηση είναι άυλη και εμφανίζεται με την μορφή ενός ευμετάβλητου ρευστού που κυκλοφορεί στον παγκόσμιο ιστό κομματιασμένο

και ατελές στην ουσία με την ταχύτητα του φωτός. Η ευρυζωνικότητα και το web 2.0 δίνει στους ιστογράφους τη δυνατότητα να συμπληρώσουν αυτές τις ειδήσεις προσθέτοντας την «αλχημεία της πολλαπλότητας»... όπως λέει ο Pisani. Αυτή η μετατόπιση της εξουσίας από τη συντακτική ομάδα και το δημοσιογραφικό ιερατείο στους κυβερνοναύτες και στους «νέους σκλάβους της ενημέρωσης», είχε μεικτά αποτελέσματα: άλλοτε εξόχως χειραφετησιακά και άλλοτε χειραγωγικά.

Σε ό,τι αφορά το είδος της δημοσιογραφίας που ανθίζει στα ελληνικά ιστολόγια βλέπουμε σύμφωνα με στοιχεία από το ALEXA ότι τις πρώτες θέσεις καταλαμβάνουν οι aggregators και τα κοινωνικά μέσα πχ Google, Facebook, Google.com, YouTube, στη 10η το twitter.com.

Οι διαφορές των νέων μέσων από τα παραδοσιακά σχετίζονται, τόσο με τα εσωτερικά χαρακτηριστικά τους, όσο και με τις δυνατότητες επικοινωνίας. Η διαδραστικότητα, συνεπώς, διαταράσσει και καταρρίπτει την καθιερωμένη δομή της μαζικής επικοινωνίας καθώς επιτρέπει, εκτός από την επικοινωνία από έναν προς πολλούς, από έναν προς έναν και από πολλούς προς πολλούς. Επιπλέον, η διαδραστικότητα επιτρέπει την επικοινωνία από σημείο προς σημείο, από σημείο προς πολυσημείο και από πολυσημείο σε πολυσημείο. Το διαδίκτυο χαρακτηρίζεται από τη δυνατότητα της συνεχούς και αδιάκοπης πληροφοριακής ροής, η οποία συντελείται σε πραγματικό χρόνο, υπερβαίνοντας τα όρια και τους περιορισμούς του χώρου και του χρόνου. Οι πληροφορίες μεταδίδονται ακαριαία, ενώ πληθαίνουν ειδολογικά και ποιοτικά και αναμειγνύονται μεταξύ τους. Τα δικτυακά επικοινωνιακά μέσα έχουν εμβέλεια πλανητικής κλίμακας, μεταβάλλοντας την έννοια της γεωγραφικής απόστασης. Τα νέα μέσα έχουν περισσότερο διεθνή και παγκόσμιο χαρακτήρα, ενώ τα παραδοσιακά δίνουν προτεραιότητα σε εθνικά θέματα. Η αστραπιαία ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών επιταχύνει και πολλαπλασιάζει τις επιπτώσεις των ανακατατάξεων στα ΜΜΕ, συμβάλλοντας στη σύνθεση ενός καινούριου μιντιακού πεδίου. Οι παλιοί θεσμοί δυσκολεύονται να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες. Συνεπώς, το σύνολο του μηχανισμού της ενημέρωσης και της ψυχαγωγίας χρειάζεται να ανασχηματιστεί και να προσαρμοστεί στη νέα κουλτούρα των νέων μέσων επικοινωνίας, προκειμένου να επιβιώσει (Καϊτατζή- Γουίτλοκ,2003).

1.4 Πολιτική και ΜΜΕ

"Ο ελεύθερος Τύπος μπορεί να είναι είτε καλός είτε κακός, αλλά χωρίς ελευθερία, είναι βέβαιο ότι δεν μπορεί να είναι ο,τιδήποτε άλλο από κακός". Καμύ

Οι πολίτες δεν εμπιστεύονται τα κόμματα και τους πολιτικούς, γιατί θεωρούν ότι δεν εκπροσωπούν τους ίδιους, αλλά υπηρετούν συμφέροντα και τον εαυτό τους. Η κρίση αντιπροσώπευσης που χαρακτηρίζει το εγχώριο πολιτικό σύστημα επεκτείνεται και στα ΜΜΕ. Σύμφωνα τα στοιχεία από το ειδικό Ευρωβαρόμετρο "Πλουραλισμός και Δημοκρατία στα ΜΜΕ", -που δημοσιεύθηκαν στην "Καθημερινή"- οι Έλληνες έχουν τη χειρότερη άποψη στην Ενωμένη Ευρώπη για τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Λιγότεροι από ένας στους δυο πιστεύουν ότι τα ελληνικά ΜΜΕ υπηρετούν τον πλουραλισμό και τη Δημοκρατία. Σχεδόν οι εννέα στους δέκα θεωρούν ότι υπόκεινται σε πολιτικές ή εμπορικές πιέσεις.

Οι πολιτικοί έτσι και τα ΜΜΕ υπάρχουν με τον τρόπο που υπάρχουν με βάση τα κριτήρια των πολιτών, των αναγνωστών, ή των θεατών - ακροατών, αλλά και των χρηστών του Διαδικτύου πλέον. Οι πολίτες, οι πολιτικοί και τα ΜΜΕ συνδέονται με σχέσεις συννεοχής. Το ελληνικό σύστημα ενημέρωσης είναι προβληματικό εκ θεμελίων. Πολλά μέσα, μικρή αγορά, περιορισμένα έσοδα, μεγάλα δάνεια, ισχυρές εξαρτήσεις, περιορισμένη αξιοπιστία, χαμηλή ποιότητα ενημέρωσης.

Ας δούμε πως κάποιοι από τους προέδρους των ΗΠΑ αντιμετώπισαν ή χρησιμοποίησαν τα ΜΜΕ. Οι πρόεδροι των ΗΠΑ βρίσκονταν σε κόντρα με τα ΜΜΕ από αμνημονεύτων χρόνων. Ο πρόεδρος των ΗΠΑ, **Ντόναλντ Τραμπ**, δημοσίευσε μια λίστα την οποία ονόμασε ως η «λίστα βραβείων Fake News» και στην οποία περιλαμβάνονται Μέσα όπως οι New York Times, το CNN και η Washington Post. Από την πρώτη κιόλας μέρα του στον Λευκό οίκο, ο Τράμπ ανακοίνωσε ότι είχε «κηρύξει πόλεμο» με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, κάλεσε τους δημοσιογράφους «μεταξύ των πιο ανέντιμων ανθρώπων στη γη» και τους κατηγόρησε για τη δημιουργία ρήξης μεταξύ του ίδιου και των εθνικών υπηρεσιών πληροφοριών.

Ο **Τζορτζ Ουάσιγκτον** έλεγε ότι αντιμετωπίστηκε άδικα από τον Τύπο. Ακόμα και ο **Τόμας Τζέφερσον**, ο οποίος εξήρε τις εφημερίδες ως το μέγιστο εργαλείο για την προστασία της ελευθερίας, άλλαξε γνώμη και την εξέφρασε σε κάποιες δηλώσεις του από την στιγμή που κέρδισε το αξίωμα.

Αποτελεί σχεδόν «θεσμό» για τους προέδρους να αισθάνονται ότι το μήνυμά τους δεν περνάει έξω στον κόσμο όπως θα το ήθελαν, πως κάνουν κάτι περισσότερο από ό, τι λέει ο Τύπος και πως η κριτική που τους ασκείται είναι άδικη και επικεντρώνεται σε «ασήμαντα πράγματα». Η επίθεση των προέδρων στα ΜΜΕ όμως ξεκίνησε από τη δεκαετία του '60, όταν οι δημοσιογράφοι άρχισαν να γίνονται «πιο αιχμηροί», με αποτέλεσμα η τριβή μεταξύ του τύπου και των πολιτικών να γίνει μεγαλύτερη.

Η δυσαρέσκεια του **Ρίτσαρντ Νίξον** με τα μέσα ενημέρωσης προηγήθηκε της εκλογής του. Ξεκίνησε κατά τη διάρκεια της αποτυχημένης προεκλογικής εκστρατείας του το 1960, ακολουθούμενη από μια αποτυχημένη εκστρατεία για να εκλεγεί κυβερνήτης της Καλιφόρνιας το 1962. Εκεί φάνηκε ότι η καριέρα του τελείωσε και έβγαλε το θυμό του στον τύπο.

Στις αρχές της προεδρίας του, η κυβέρνηση του επιτέθηκε στα τηλεοπτικά δίκτυα και χρησιμοποίησε τη δημόσια πολιτική για να «φτάσει» στον Τύπο. Αυτό μάλιστα έγινε πιο ανοιχτά από τον αντιπρόεδρό του Σπίρο Άγκνιου, ο οποίος αποκάλυψε τα τηλεοπτικά δίκτυα «**κακοποιούς του αρνητισμού**», ενώ οι ταινίες που απομαγνητοφωνήθηκαν για πρώτη φορά στη δεκαετία του 1990 αποκάλυψαν ότι ο Νίξον πίεζε για να διατηρηθεί η απειλή ενός αντιμονοπωλιακού νόμου στα δίκτυα, για να ασκεί πίεση ζητώντας θετική κάλυψη, σύμφωνα με την «The Washington Post».

«Εάν η απειλή ότι θα τα καταστρέψουμε θα μας βοηθήσει περισσότερο με τον προγραμματισμό τους, τότε κρατήστε ζωντανή την απειλή», ανέφερε ο Νίξον σε βοηθό του Λευκού Οίκου. Μια άλλη ταινία αποκάλυψε ότι ο Νίξον είπε σε μια συνάντηση με τον επικεφαλής του προσωπικού, «Ο Τύπος είναι ο εχθρός σας».

Η διοίκηση του Νίξον απείλησε, ουσιαστικά, να αποσύρει τις άδειες των δικτύων. Ο Νίξον έδειχνε στον Τύπο πως τον θεωρεί έναν από τους εχθρούς, αλλά δεν το είπε ποτέ ξεκάθαρα και σίγουρα δεν κήρυξε τον πόλεμο εναντίον του. Η εμφάνιση της τηλεόρασης κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου έπαιξε επίσης ρόλο στην εμφάθυση του χάσματος μεταξύ πολιτικών και Τύπου.

Ο **Ρόναλντ Ρέιγκαν**, το γραφείο Τύπου του Λευκού Οίκου λειτουργούσε, κάτω από τη διοίκηση του, ξεκίνησε το γραφείο επικοινωνιών να παίζει ουσιαστικό ρόλο. Το γραφείο Τύπου επικεντρώθηκε στις καθημερινές ευθύνες, ενώ οι επικοινωνίες ανέλαβαν τα μεγαλύτερα θέματα. Το γραφείο επικοινωνιών ξεκίνησε

επίσης μια «υπηρεσία ειδήσεων» για τον Λευκό Οίκο για τη διανομή προεδρικών ομιλιών και ανακοινώσεων χωρίς ανταποκριτές στη Λεωφόρο της Πενσυλβανίας.

Το **Associated Press** ανέφερε το 1985 ότι η «υπηρεσία ειδήσεων του Λευκού Οίκου» ήταν διαθέσιμη σε οποιονδήποτε διέθετε ηλεκτρονικό υπολογιστή και μόντεμ για να συνδεθεί σε μια τηλεφωνική γραμμή, προσφέροντας την «επίσημη και ενιαία έκδοση του τι έχει να πει ο Πρόεδρος και το γραφείο του». Βασικά το να αρχίσουν να τα τροφοδοτούν άμεσα με ειδήσεις ήταν ο τρόπος που επέλεξαν ώστε να προσπαθήσουν να αντιμετωπίσουν αυτό που είδαν ως «εχθρικό Τύπο».

Ο **Μπιλ Κλίντον** δεν έκανε τίποτα δραστικό, παρόλα αυτά είχε μια πολύ ταραχώδη σχέση με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και η διοίκησή του αύξησε τον έλεγχο στα μηνύματα που έβγαιναν προς τα έξω.

Εκείνος θεώρησε ότι τα Μέσα πραγματικά τον κακομεταχειριζόταν, τον παρεξηγούσαν, δεν έδιναν προσοχή στα πολιτικά επιτεύγματα του και πως αναγκάστηκε να υποστεί πάνω από μια ντουζίνα διαφορετικών ειδών σκανδάλων. Η **Globe** ανέφερε εκείνη την εποχή ότι ορισμένοι αναλυτές περιέγραψαν τη σχέση του προέδρου με τα μέσα ενημέρωσης σημειώνοντας πως βρίσκεται σε ένα τόσο άσχημο επίπεδο «που δεν είχε εμφανιστεί στον Λευκό Οίκο για περισσότερα από 20 χρόνια» και σύγκριναν τη περίπτωση του Κλίντον με αυτή του Νίξον.

Ο **Τζορτζ Ουώκερ Μπους** επιδίωξε επίσης να παρακάμψει τον εθνικό Τύπο και να φτάσει στα τοπικά μέσα ενημέρωσης, αφού έβρισκε λιγότερο εχθρική την ατζέντα τους. Η κυβέρνηση του έστειλε όχι μόνο τα δελτία ενημέρωσης απευθείας στις τοπικές εφημερίδες, αλλά και ιστορίες βίντεο.

Σύμφωνα με τους **New York Times**, περίπου 20 ομοσπονδιακές υπηρεσίες παρήγαγαν και διένειμαν εκατοντάδες τηλεοπτικά μηνύματα ειδήσεων, πολλά εκ των οποίων μεταδόθηκαν χωρίς να προσδιοριστεί ο ρόλος της κυβέρνησης στη διαδικασία παραγωγής «περιγράφοντας μια προσεκτική και συμπονετική διοίκηση». Η εφημερίδα της Νέας Υόρκης ανέφερε πως εκείνη την εποχή η κυβέρνηση υπό τη διοίκηση Μπους χρησιμοποίησε επιθετικά τα προσυσκευασμένα τηλεοπτικά τμήματα, ένα ήδη καθιερωμένο εργαλείο στις δημόσιες σχέσεις. Η σχέση του Μπους με τα ΜΜΕ πάντως αποκαταστάθηκε πλήρως μετά το τέλος της προεδρίας του.

1.5 Νέες τεχνολογίες

Τα ΜΜΕ με τις εκπληκτικές τεχνολογικές δυνατότητες να συνδέουν ήχο εικόνα και ταυτόχρονη μετάδοση, έχουν την δύναμη της εισβολής στην ιδιωτική ζωή κάθε ατόμου. Συσκευές GPS, WEB CAMERAS, κινητά τηλέφωνα τελευταίας τεχνολογίας με ενσωματωμένες ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές, κάμερες και εκατοντάδες εφαρμογές προηγμένης τεχνολογίας, έχουν επιστρατευθεί για τη συλλογή και εκμετάλλευση πλήθους προσωπικών στιγμών ανυποψίαστων πολιτών. Ήταν διαφορετικά, για παράδειγμα, όταν στην Ελλάδα υπήρχαν δύο τηλεοπτικά κανάλια και ολόκληρη η επικράτεια είχε κοινό σημείο αναφοράς και γινόταν το κεντρικό θέμα συζήτησης στη δουλειά στο σπίτι και σε κοινωνικές συναντήσεις. Και πολύ διαφορετικά τώρα που υπάρχει η πληθώρα των 100 και πλέον δορυφορικών καναλιών, των δεκάδων εφημερίδων και των εκατομμυρίων web sites στο Internet. Η άνθηση των τεχνολογιών επικοινωνίας φέρνει τον κόσμο πιο κοντά, τον ενοποιεί, αλλά ταυτόχρονα τον κατακερματίζει στο εσωτερικό του. Υπάρχει μια έξαψη τα τελευταία χρόνια με τις νέες τεχνολογίες. Είναι ένα φαινόμενο από τις δεκαετίες του '50 και του '60, τότε που οι εξισώσεις του Αϊνστάιν για την ενοποιημένη θεωρία δημοσιεύονταν πρωτοσέλιδες στους «New York Times». Η διαδικασία αυτή κορυφώθηκε το 1969 με την προσσελήνωση των Αμερικανών και μετά επεκράτησε σιωπή. Η επανάσταση των προσωπικών υπολογιστών πέρασε αθόρυβα, οι εξελίξεις στην γενετική τεχνολογία δεν μας ανησύχησαν καθόλου όπως κανονικά θα έπρεπε, για παράδειγμα τα ακραία πειράματα της κλωνοποίησης, τα πρώτα βήματα του Internet δεν ακούστηκαν καθόλου κλπ. Στα τέλη της δεκαετίας του '80 στις ΗΠΑ και αρχές δεκαετίας του '90 στην Ελλάδα η επιστήμη και τεχνολογία βρήκε θέση στα ΜΜΕ. Η μεγαλύτερη χρήση των νέων τεχνολογικών εργαλείων γνώσης δεν έλυσε τα παλιά προβλήματα της άγνοιας. Η τεχνολογία είναι το αίτιο της κρίσης αλλά και το όπλο για την αντιμετώπιση της

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Θεσμοί εκπαίδευσης και κράτους εμπλεκόμενοι με το περιβάλλον.

Διεθνώς η ιδέα της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, ωρίμασε και αναπτύχθηκε στο τέλος της δεκαετίας του 50' και κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 60'. Ήταν ο καρπός των αναζητήσεων και των προβληματισμών, ευαίσθητων και συνειδητοποιημένων πολιτών. Ταυτόχρονα, αυτή η πρόταση σύνδεσης του Περιβάλλοντος με την Εκπαίδευση, υπήρξε και η απάντηση στο αίτημα της παγκόσμιας κοινότητας, για την αντιμετώπιση των διαρκώς αυξανόμενων οικολογικών προβλημάτων.

Η αναγνώριση της αξίας της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης και η υιοθέτησή της από Διεθνείς Οργανισμούς, υπήρξε καθοριστική για τη διάδοση και ανάπτυξη της, σε πολλές χώρες του κόσμου. Σκοπός της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης είναι να συνειδητοποιήσουν οι μαθητές τη σχέση του ανθρώπου με το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον του (όπως και οι ενήλικες με τη δια βίου μάθηση), να ευαισθητοποιηθούν για τα προβλήματα που συνδέονται με αυτό και να δραστηριοποιηθούν μέσα από ειδικά προγράμματα ώστε να συμβάλλουν στη γενικότερη προσπάθεια αντιμετώπισής τους. Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση συνδέεται άρρηκτα με την Αειφόρο ή Βιώσιμη Ανάπτυξη. Η σύνδεση της Π.Ε. με τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (sustainable development) τονίζει την ανάγκη της συμφιλίωσης του Περιβάλλοντος με την Ανάπτυξη και υπογραμμίζει το ρόλο της Εκπαίδευσης προς την κατεύθυνση αυτή. Η νέα ιδέα βρίσκει ανταπόκριση, πρόσφορο έδαφος και τελική αναγνώριση από την παγκόσμια κοινότητα. Οι στόχοι που τίθενται είναι σημαντικοί και πρέπει να λειτουργήσουν με την αίσθηση του επείγοντος. Η αρχή αλλά και όλα όσα προκύπτουν στην πορεία δεν μπορούν να υλοποιηθούν αν δεν εστιάσουμε στα σημαντικά ζητήματα.

- Η επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων (Περιβαλλοντική προοπτική).
- Η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση των πολιτών για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (Εκπαιδευτική προοπτική) και
- Η ανάπτυξη μιας νέας παιδαγωγικής αντίληψης, περισσότερο προσανατολισμένης στην κατανόηση των σχέσεων και των αλληλεξαρτήσεων του ανθρώπου και του Περιβάλλοντος (Παιδαγωγική προοπτική).

Το απαραίτητο εργαλείο προς αυτό το στόχο είναι η επικοινωνία σε όλα τα επίπεδα και σε όλους τους τομείς. Καθώς η επικοινωνία αποτελεί την πεμπτούσια της ανθρώπινης, ψυχοκοινωνικής συνύπαρξης, προσλαμβάνει ποικίλες διαστάσεις. Στο πλαίσιο της ολιστικής προσέγγισης, η επικοινωνία εκλαμβάνεται ως πολύπλοκη, αμφίδρομη επαναλαμβανόμενη διαδικασία και θεωρείται ως η κοινή συνισταμένη μιας σειράς επιμέρους διαδικασιών. Το γενικό πλαίσιο της ολιστικής θεώρησης της επικοινωνίας προϋποθέτει την ύπαρξη δύο τουλάχιστον προσώπων (διαπροσωπική επικοινωνία), τα οποία προβαίνουν αμοιβαία σε κάθε συνειδητή επικοινωνιακή πράξη (communication art) (Σταμάτης, 2005). Αποτελεί ουσιαστικά τη σύνθεση των πιο αξιόλογων δομικών στοιχείων κάθε θεωρίας επικοινωνίας. Η δυνατότητα αυτή εξαρτάται από μνημονική ικανότητα, τις ψυχονοητικές λειτουργίες, βούληση, κρίση, ενδιαφέροντα, αντίληψη καθώς και από βιοτικές αναγκαιότητες κάθε ατόμου (Σταμάτης, 2012).

1.1 Παιδαγωγική επικοινωνία

Εστιάζει στη διδασκαλία του γνωστικού αντικείμενου της επικοινωνίας, αναδεικνύοντας παραμέτρους, οι οποίες ενδέχεται να την επηρεάσουν σε προσωπικό ή ομαδικό επίπεδο. Εστιάζει σε ζητήματα επικοινωνίας τα οποία αποτελούν παράγοντες ανάπτυξης ή υποβάθμισης της επικοινωνιακής ικανότητας των μαθητών. Οι μέθοδοι για αποτελεσματική διαπροσωπική, ομαδικής ή δημόσιας επικοινωνίας, είναι η διαχείριση του επικοινωνιακού άγχους των μαθητών, η επιλογή του καταλληλότερου διδακτικού εγχειριδίου επικοινωνίας κ.ά. (Σταμάτης, 2012).

Σταδιακά και ανάλογα με την τάξη φοίτησης των μαθητών, τα μαθήματα επικοινωνίας εστιάζουν συστηματικά στην ανάπτυξη συμπληρωματικών – υποβοηθητικών προγραμμάτων επικοινωνίας, καλλιέργειας και βελτίωσης του λόγου μέσα από διάφορες δραστηριότητες και διαδράσεις (Σταμάτης, 2012).

1.2 Διδακτική επικοινωνία

Εστιάζει στους τρόπους αξιοποίησης αρχών και μεθόδων επικοινωνίας κατά τη διδακτική διαδικασία. Αναπτύσσει και αναδεικνύει τις επικοινωνιακές δεξιότητες των εκπαιδευτικών ώστε να γίνουν πιο αποτελεσματικοί στην τάξη. Μπορεί ένας εκπαιδευτικός να κατέχει το αντικείμενο του αλλά να μην έχει την ικανότητα της μεταδοτικότητας. Και εδώ κάνει τη διαφορά η επικοινωνία, η οποία μέσα από την κατάλληλη κατάρτιση δείχνει πώς να χειρίζονται το λόγο τους, να καθοδηγούν τη

συζήτηση, να πετύχουν θετικές διαπροσωπικές σχέσεις με τους μαθητές μέσα από τη διαθεσιμότητα, τη φιλικότητα και την αξιοπιστία (Σταμάτης, 2012). Η αποτελεσματική επικοινωνία συμβάλλει πάντοτε θετικά τόσο στη βελτίωση των επιδόσεων των μαθητών όσο και στην ανάπτυξη των διαπροσωπικών σχέσεων μεταξύ των μελών κάθε εκπαιδευτικής κοινότητας (Balter & Tamis-Lemonda, 2006). Διαδικασίες όπως **συναισθητική** κατά την οποία τα προσωπικά στοιχεία σχετίζονται με την αυτοεικόνα, την αυτοπεποίθηση, και την αυτοεκτίμηση ως αφετηρία, καθώς η επίδραση της μιας αίσθησης στην άλλη είναι ιδιαίτερα έντονη και η γενική αίσθηση του παρατηρούμενου εμφανίζεται πιο πλούσια. Οι συσχετίσεις αυτές των αισθήσεων η επίδραση της μιας αίσθησης στην άλλη είναι ιδιαίτερα έντονη καθώς έτσι γίνονται πιο έντονες. Η **ενσυναισθητική** διαδικασία η οποία περιγράφεται ως η ικανότητα του εαυτού να μπαίνει στη θέση του άλλου κατά την προσπάθεια κατανόησης του παραλήπτη. Ο αποστολέας διερευνά, ερμηνεύει και αξιολογεί την αντιληπτική ικανότητα του παραλήπτη τη δεδομένη στιγμή για να αποφασίσει αν θα αναπτύξει κάποια σχέση επικοινωνίας μαζί του (Σταμάτης, 2012). Είναι θεμελιώδης ανθρώπινη δεξιότητα η ενσυναίσθηση.

«Είναι μια ισορροπημένη «περιέργεια» που οδηγεί στη βαθύτερη κατανόηση των άλλων, αξιοποιώντας γνωστικά και συναισθηματικά στοιχεία» (Bellet, Maloney, 1991, Eisenberg, 2002). Είναι κατανόηση, συμμετοχή στα προβλήματα και στα βιώματα του άλλου. Προσεκτική ματιά στον εσωτερικό κόσμο του άλλου και ενεργητική ακρόαση, (συγκέντρωση στα λόγια, όχι λεκτικές παρεμβολές) αποδοχή και εκτίμηση. Οι διαπροσωπικές σχέσεις και η ενσυναίσθηση στο σχολείο στους μαθητές συμβάλλει στην προαγωγή της ψυχικής και σωματικής υγείας, καθώς και της κοινωνικής ευεξίας των μαθητών. Στους εκπαιδευτικούς συμβάλλει αποτελεσματικά στη βελτίωση των διαπροσωπικών σχέσεων μεταξύ των εκπαιδευτικών συναδέλφων και, κατ' επέκταση, μεταξύ των εκπαιδευτικών και των εκπαιδευομένων-μαθητών. Τα στάδια που πρέπει να περάσουν είναι επίγνωση των συναισθημάτων, η εκδήλωση του συναισθήματος ως ευκαιρία για οικειότητα και καθοδήγηση, ενσυναισθητική ακρόαση και αναγνώριση των συναισθημάτων. Παρέχει βοήθεια στο μαθητή, προκειμένου να εκφράσει λεκτικά τα συναισθήματά του και να επιλύσει τα προβλήματα του.

Τα «**ενσυναισθητικά**» άτομα είναι πιο δεκτικά στα σιωπηρά κοινωνικά σήματα που υποδεικνύουν τι θέλουν και τι έχουν ανάγκη οι άλλοι. Αυτό τους κάνει καλύτερους σε επαγγέλματα που έχουν σχέση με κοινωνική προσφορά, διδασκαλία,

πωλήσεις και διοίκηση. Η τέχνη των διαπροσωπικών σχέσεων είναι, σε μεγάλο βαθμό, η δεξιότητα του χειρισμού των συναισθημάτων των άλλων. Απαιτείται καλή χρήση συναισθημάτων, ακριβής αντίληψη των κοινωνικών καταστάσεων, ομαλή αλληλεπίδραση. Αυτές είναι ικανότητες που βρίσκονται πίσω από την δημοτικότητα, την ηγετική δεινότητα και τη διαπροσωπική επιτυχία. Οι άνθρωποι με πολύ ανεπτυγμένες συναισθηματικές δεξιότητες είναι πιθανότατα πιο ευχαριστημένοι και αποτελεσματικοί στη ζωή τους, ικανοί να ελέγξουν τις νοητικές εκείνες συνήθειες που δίνουν έμφαση στην παραγωγικότητα τους. Για την αναγνώριση και χειρισμό των συναισθημάτων έχουμε τρεις διαφορετικούς τύπους χαρακτήρων και αντίδρασης. Είναι οι **αυτογνώστες**, οι οποίοι έχουν επίγνωση των διαθέσεων τους την ώρα που τις βιώνουν – αυτόνομοι- με θετική στάση απέναντι στη ζωή απαλλάσσονται γρηγορότερα από αρνητικές διαθέσεις. Είναι οι **καταπιεσμένοι**, που πνίγονται από τα συναισθήματά τους, είναι ευμετάβλητοι, υποχείριοι των συναισθημάτων τους, δεν προσπαθούν να απαλλαγούν από αυτά. Και είναι και οι **δεκτικοί**, οι οποίοι είτε δεν επιθυμούν να αλλάξουν τη συναισθηματική τους κατάσταση, είτε αποδέχονται τα συναισθήματα (κυρίως τα αρνητικά) και με μια διάθεση απάθειας, δείχνουν να είναι συμφιλιωμένοι με την απελπισία τους.

Για να μπορέσουμε να δουλέψουμε ως ομάδα, πρέπει να αισθανθούμε ότι είμαστε ομάδα και για να δέσουμε ως ομάδα, θα πρέπει να βελτιώσουμε τη **συναισθηματική νοημοσύνη** και να λειτουργήσει επικουρικά με την **διαπροσωπική νοημοσύνη** για το οποίο απαιτούνται τέσσερις ικανότητες (Σταμάτης, 2012). Η **οργάνωση ομάδων**, η οποία βοηθά στο συντονισμό των προσπαθειών ενός συνόλου ατόμου. Η **διαπραγμάτευση λύσεων**, η οποία αφορά την ικανότητα να προλαβαίνεις ή να κατευνάξεις διαπληκτισμούς. Οι **προσωπικές σχέσεις**, οι οποίες αφορούν την ικανότητα **ενσυναίσθησης** και επαφής. Η **κοινωνική ανάλυση**, η οποία αποτελεί την ικανότητα διάγνωσης των συναισθημάτων, των κινήτρων και των αγωνιών των άλλων.

Η **Αισθησιονοητική διαδικασία** είναι η συνέχεια της παραγωγής και της κωδικοποίησης μηνύματος. Ο αποστολέας επιλέγει κάποιο αντικείμενο το οποίο θα χρησιμοποιήσει ως μέσο επικοινωνίας. Κατόπιν επιλέγει τον τρόπο που θα επικοινωνήσει λεκτικά ή όχι και σύμφωνα με την χρονική στιγμή (Σταμάτης, 2012). Μετά ακολουθεί η **διαδικασία αξιολόγησης**, αυτοαξιολόγηση και ετεροαξιολόγηση. Ο αποστολέας σε αυτό το στάδιο εκτιμά αν ο αποδέκτης κατανόησε και αποδέχτηκε

το μήνυμα του. Τα αποτελέσματα αυτών των εκτιμήσεων οδηγούν στην επανάληψη, την τροποποίηση και την ακύρωση του μηνύματος (Σταμάτης, 2012).

Η ικανότητα της αντίληψης του εαυτού μας, αλλά και των συναισθημάτων των άλλων ανθρώπων είναι επίσης ένα γνώρισμα της **συναισθηματικής νοημοσύνης**. Καθώς και το να δημιουργούμε κίνητρα για τον εαυτό μας, να χειριζόμαστε σωστά τόσο τα συναισθήματα όσο και τις σχέσεις μας. Οι άνθρωποι που νιώθουν πιο σίγουροι για τον εαυτό τους διευθύνουν καλύτερα τη ζωή τους, έχουν επίγνωση των αποφάσεων που παίρνουν για τον εαυτό τους. Αναγνωρίζουν τα συναισθήματα τους και τα ονομάζουν. Καλλιεργούν την ενσυναίσθηση, την κοινωνικότητα, και την ικανότητα επίλυσης των προβλημάτων εκτιμώντας τα οφέλη και τα αποτελέσματα της υγιούς μαχητικότητας.

1.3 Νομική Αντιμετώπιση

Τα ΜΜΕ σε μια ευνομούμενη κοινωνία, υπόκεινται σε νομοθεσία, ή για να προστατευθεί το κοινό στο οποίο απευθύνονται ή για να προστατέψουν τα δικαιώματά τους. Συνεχώς δημιουργούνται νομοθετικές ρυθμίσεις και τροποποιήσεις του ισχύοντος νομοθετικού καθεστώτος για τα ΜΜΕ, ενώ έχουν συνεκτιμηθεί οι καινούργιες επιστημονικές συμβολές και τυχόν σημαντικές εξελίξεις στη νομολογία.

Έχουμε πλέον τη συνταγματική διάσταση των ΜΜΕ (Τύπος, Ραδιοτηλεόραση), τη νομοθετική ρύθμιση για τον Τύπο, το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ) και την κρατική τηλεόραση και ραδιόφωνο (ΕΡΤ ΑΕ). Περιλαμβάνεται το επίκαιρο θέμα της δημοσιογραφικής έρευνας και ειδικότερα η συνταγματική κατοχύρωση και τα όρια της δημοσιογραφικής έρευνας, το δικαίωμα της προσωπικότητας ως όριο της ελευθερίας αναζητήσεως πληροφοριών, η προστασία από ηλεκτρονική πληροφόρηση, η χρήση πληροφοριών που αποκτήθηκαν παράνομα καθώς και η παροχή πληροφοριών στα ΜΜΕ. Αφορούν στο δικαίωμα της προσωπικότητας ως περιορισμό της ελευθερίας των ΜΜΕ, το δικαίωμα της οικονομικής εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας «right of publicity», καθώς και συγγενή θέματα μεταξύ των οποίων η διαφήμιση, ζητήματα δικαίου πνευματικής ιδιοκτησίας, το ραδιοτηλεοπτικό πρόγραμμα, οι παραγωγοί οπτικοακουστικών έργων, οι επιχειρήσεις ραδιοτηλεοπτικής αγοράς. Ασχολείται με τη συνταγματική διάσταση και τη νομοθετική ρύθμιση για τον κινηματογράφο, ζητήματα κινηματογραφικής πολιτικής, και πνευματικής ιδιοκτησίας, έννομες σχέσεις

μεταξύ παραγωγού και πνευματικού δημιουργού (σκηνοθέτη) του κινηματογραφικού έργου κ. ά. Αφορά και στα ζητήματα του διαδικτύου και ειδικότερα η υπαγωγή του διαδικτύου στις συνταγματικές διατάξεις για τα ΜΜΕ, τα κοινωνικά δίκτυα, τα ένδικα βοηθήματα στο διαδίκτυο, οι ηλεκτρονικές εφημερίδες, η προστασία του καταναλωτή και τα προσωπικά δεδομένα στο διαδίκτυο (Καράκωστας, 2012).

Η διαμόρφωση μίας νομικής θεωρίας των επικοινωνιακών μηχανισμών εντάσσεται σε μία εκσυγχρονιστική δυναμική. Το ορκωτό σύστημα μπορεί να συσχετιστεί με το θεσμικό σύστημα των ΜΜΕ, όπως άλλωστε ήταν ιστορικά προορισμένο για την εκδίκαση των ποινικών αδικημάτων του τύπου ανεξαρτήτως βαθμού εγκλήματος, με εξαίρεση εκείνα που αφορούσαν την ιδιωτική ζωή, για τα οποία αρμόδια ήταν τα τακτικά ποινικά δικαστήρια. Και τα δύο συστήματα αποτελούν συμμετοχικούς θεσμούς που συμπληρώνουν τον πυρήνα της Δημοκρατίας, όπως αυτός συνίσταται στις διαδικασίες πολιτικής ψήφου των πολιτών. Οι ακροατές ραδιοφώνου και οι τηλεθεατές έχουν τα δικαιώματα των καταναλωτών, έναντι των προμηθευτών. Οι καταναλωτές μπορούν να δημιουργήσουν ενώσεις καταναλωτών οι οποίες μπορούν να υποβάλουν δικαστικά και μη βοηθήματα υπέρ των καταναλωτών, όπως τα δικαστικά βοηθήματα των ατομικών αγωγών και των συλλογικών αγωγών. Το Σύνταγμα δεν προβλέπει την ελευθερία του Διαδικτύου ως θεσμού έναντι του Κράτους αλλά στο άρ. 5Α παρ. 2 έχει καθιερωθεί το δικαίωμα του καθενός να συμμετέχει στην Κοινωνία της Πληροφορίας, επομένως στο Διαδίκτυο. Η Δικαστική των Υπολογιστών είναι ένας νέος επιστημονικός κλάδος ο οποίος έχει ως αντικείμενο το αποδεικτικό υλικό της ποινικής δίκης, το σχετικό με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Η ελευθερία της γνώμης δια του τύπου και η ίδια η ελευθερία του τύπου θα μπορούσαν να συνοδεύονται από αντίστοιχες συνταγματικές ρυθμίσεις για τα άλλα ΜΜΕ πέρα από τον τύπο (Παπαθανασόπουλος, 2002).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ

Η ονομασία Τέταρτη Εξουσία αναδεικνύει εύγλωττα αυτή την πραγματικότητα, θέλοντας να αναδείξει την λειτουργία του τύπου ως όργανο δημόσιας συζήτησης και κριτικής, δηλαδή ως ένα ισχυρότατο όργανο ελέγχου της κρατικής εξουσίας. Σήμερα τα μέσα επικοινωνίας δεν εξετάζονται πια ως όργανα ελέγχου της κρατικής εξουσίας, αλλά ως όργανα που το ίδιο το κράτος ή η πολιτική ελίτ, έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιεί στην άσκηση και επιβολή της κρατικής εξουσίας (Σεραφετινίδου, 2003), παράλληλα προς τη νομοθετική, την εκτελεστική και τη δικαστική, γιατί τους αναγνωρίζει μια δύναμη επίδρασης στον δημόσιο βίο. Εξουσία σίγουρα υπάρχει, το ερώτημα είναι αν μπορεί να μπει στην ίδια μοίρα με τις άλλες τρεις. Γιατί, ενώ η δημοκρατική νομιμοποίηση των τριών άλλων εξουσιών στηρίζεται, άμεσα ή έμμεσα, στη λαϊκή κυριαρχία, μετέωρη παραμένει η νομιμοποίηση της εξουσίας που ασκούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας.

Από κει και πέρα αρχίζει ένα «εσωτερικό marketing» της είδησης στα ΜΜΕ που περνά διάφορα στάδια και σε κάθε στάδιο η είδηση μορφοποιείται και ωραιοποιείται περισσότερο, αποκτά όλο και περισσότερες ιδιότητες, γίνεται γενικώς πιο ελπιδοφόρα ή πιο τρομαχτική. Η διαδικασία δεν έχει τίποτε το ευθέως μεμπτό, δεν λένε ψέματα δηλαδή οι δημοσιογράφοι απλώς «αντιστρέφουν την πυραμίδα» του γεγονότος. Είναι γνωστή η δημοσιογραφική πρακτική της «αντεστραμμένης πυραμίδας», όπου τα πιο ενδιαφέροντα στοιχεία προτάσσονται, τα αμέσως λιγότερο ενδιαφέροντα στοιχεία έπονται και στο τέλος ακολουθούν οι λεπτομέρειες.

Η επιδίωξη ή η διακήρυξη της αντικειμενικότητας κατέχει πάντα μια καίρια θέση στη δημοσιογραφική δεοντολογία. Αναγράφεται σε όλους του Κώδικες Δεοντολογίας, συχνά στις προγραμματικές επαγγελίες, και συχνά στις προμετωπίδες των εφημερίδων. Η βαρύνουσα σημασία που της αποδίδεται βρίσκεται ανάμεσα στην αντικειμενικότητα της ειδησεογραφίας και στον επιτρεπόμενο υποκειμενικό χρωματισμό της αρθρογραφίας. Και, βέβαια, υποτίθεται ότι αφορά όλα τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, έντυπα, ραδιόφωνο, τηλεόραση, τώρα και ιστοσελίδες του Διαδικτύου. Παντού, τα γεγονότα υποτίθεται ότι εμφανίζονται όπως πραγματικά είναι χωρίς στρεβλώσεις, ανακριβείς προσθήκες ή σκόπιμες παραλείψεις. Η εικόνα είναι

ειδυλλική αλλά εξωπραγματική. Το ίδιο γεγονός, χωρίς καμία αλλοίωση, έχει διαφορετική επίπτωση στη λεγόμενη κοινή γνώμη, ανάλογα με το πώς θα παρουσιασθεί. Άλλη σημασία αποκτά το γεγονός που παρουσιάζεται στην πρώτη σελίδα (ή στην αρχή της ροής των ειδήσεων) κι άλλη αυτό που πνίγεται χάνεται σε κάποια εσωτερική σελίδα (ή ανάμεσα σε άλλες ειδήσεις), και διαφορετικά το γεγονός που θεωρείται άξιο να υπογραμμισθεί με πολύ χώρο ή χρόνο όπως και εκείνο που κάπου αναφέρεται παρενθετικά και συνοπτικά. Ακόμα, το μέγεθος των τυπογραφικών στοιχείων ή ο τίτλος, ο τόνος της φωνής του εκφωνητή ή του παρουσιαστή μπορούν να κάνουν το ίδιο γεγονός να φαίνεται διαφορετικό.

Οι παραβιάσεις της αντικειμενικότητας είναι, ως έναν βαθμό, αναπόφευκτες. Η είδηση κάπως πρέπει να παρουσιασθεί και κάποιος πρέπει να αποφασίσει για τον τρόπο της παρουσίας της. Ο ακροατής, ο αναγνώστης ή ο χειριστής του διαδικτύου, όλοι τους διαφορετικοί όπως και η κρίση για την αντικειμενικότητα της παρουσίασης.

Η κύρια μέθοδος κατασκευής γεγονότων παίρνει συχνά τη μορφή πρόβλεψής τους. Ας πάρουμε, για παράδειγμα, μια αναγγελλλόμενη απεργία ή μια αναγγελλλόμενη πορεία κάποιου ορισμένου κλάδου, από τις συνηθισμένες, ας πούμε «ρουτίνας». Ως ένα μεγάλο βαθμό, η επιτυχία της εξαρτάται από τη δημοσιευόμενη πρόβλεψη της επιτυχίας ή της αποτυχίας. Η είδηση ότι «καθολική αναμένεται η συμμετοχή στη σημερινή απεργία» ή «μεγαλειώδης προβλέπεται η αυριανή πορεία» μπορεί να αποτελέσει σημαντική παρακίνηση για τους κάθε λογής διστακτικούς. Επιβάλλεται η αφύπνιση της προσοχής των αναγνωστών ή των θεατών μπροστά σε κάποιες παγίδες που στήνονται καμιά φορά, ώστε να μπορεί να αναδειχθεί η πραγματικότητα που συχνά συγκαλύπτεται ή εξωραϊζεται. Πάντως, σε κάθε περίπτωση, η ελευθερία του Τύπου και των άλλων μέσων μαζικής επικοινωνίας είναι αγαθό αναμφισβήτητο. Και τούτο γιατί, αν η ελευθερία του τύπου κρύβει κάποιους κινδύνους, η έλλειψή της είναι ένα κακό απόλυτο, όπως κάθε σύμπτωμα ολοκληρωτισμού. Να επαναβεβαιώσει και διασφαλίσει τον κοινωνικό ρόλο του δημοσιογράφου στις νέες συνθήκες, που διαμορφώνουν ο γιγαντισμός, το ολιγοπώλιο στο ιδιοκτησιακό καθεστώς, η αυξημένη εμβέλεια και επιρροή των Μ.Μ.Ε. και η παγκοσμιοποίηση της επικοινωνίας. Στην Ελλάδα μια αντιθετική και κινηματική σφαίρα ήρθε σε αντιπαράθεση με τις παραδοσιακές εφημερίδες, τα κανάλια και τις διαδικτυακές εκδόσεις που υποστηρίζουν τα παραδοσιακά κόμματα και το μονόδρομο του μνημονίου, αλλά και τα υπολείμματα του εμπορικού μοντέλου. Στην φάση αυτή ο

άξονας του μεταναστευτικού και η αναδιανομή των τηλεοπτικών καναλιών διαμορφώνουν καινούργιες ανακατατάξεις.

Σύμφωνα με το Ραμονέ αυτές οι δραματικές αλλαγές συνοδεύτηκαν από την «καταρράκωση του κύρους των ΜΜΕ» και τον μετασχηματισμό δημοσιογράφων από σταρ σε «κατά συρροή απατεώνες». Η συστηματική παρέμβαση μεγιστάνων του Τύπου όπως ο Serge Dassaut που ελέγχει το Figaro ή ο Μέρντοχ ιδιοκτήτης της Sun των Times και Financial Times στην Αγγλία αλλά και του περιβόητου καναλιού Fox στις ΗΠΑ επιβεβαίωσαν την πλήρη συρρίκνωση της αυτονομίας των ΜΜΕ και παραβίασαν κάθε ίχνος δεοντολογίας.

Στην ελληνική περίπτωση από τον αστερισμό της διαπλοκής περάσαμε στην κατάφωρη παραβίαση της δεοντολογίας και στην ενορχήστρωση ηθικών πανικών όπως με τις περιπτώσεις προβολής των οροθετικών γυναικών ως εκδιδόμενων και τη δημοσιοποίηση των προσωπικών δεδομένων μέσα στο πλαίσιο της προεκλογικής εκστρατείας. Σύμφωνα με την έρευνα διαπιστώνεται έλλειμμα στον εποπτικό ρόλο των ανεξαρτήτων θεσμών όπως το ΕΣΡ (τ/λ) και της Αρχής Προστασίας Προσωπικών δεδομένων (έντυπη δημοσιογραφία) που θα έπρεπε να έχουν επιληφθεί των σχετικών δημοσιευμάτων και εκπομπών και να έχουν επέμβει αυτεπαγγέλτως για να επιβάλουν τον σεβασμό της ιδιωτικής ζωής. Έλλειμμα εντοπίζεται και στην περιορισμένη κάλυψη η και την αποσιώπηση των εξελίξεων στην υπόθεση που ακολούθησε το επικοινωνιακό πανηγύρι των πρώτων ημερών. Στο διάστημα 2009-2014, εξετάστηκε το σύνολο των αποφάσεων του Συμβουλίου για τις παραβιάσεις της νομοθεσίας από τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ, παραβιάσεις που ασφαλώς αφορούν και στη δεοντολογία. Μεταξύ άλλων αφορούν στην αθέμιτη συλλογή πληροφοριών, στην ανακριβή μετάδοση γεγονότων, στην αναξιοπρεπή συμπεριφορά, στον αποκλεισμό της διαφορετικής απόψεως, στην προβολή βίας, στη μετάδοση ανακριβών γεγονότων ως αληθών, στην παράνομη υποκατάσταση αστυνομικών και ανακριτικών αρχών, στην παραπλάνηση του κοινού και την παραπλανητική διαφήμιση, στην παρότρυνση σε ακραίες αντικοινωνικές συμπεριφορές, στην πολιτική πολυφωνία, στην προσβολή προσωπικότητας και του ιδιωτικού βίου, στο τεκμήριο αθωότητας και κυρίως στην υποβάθμιση προγράμματος.

Η παραβίαση κανόνων της δεοντολογίας φυσικοποιείται ως απόρροια και της θεσμικής ακύρωσης δύο αρχών: Του τεκμηρίου της αθωότητας και του ότι κανείς δεν εξαιρείται από την προστασία του δικαίου για να αναλάβει τον ρόλο του

φοβοςυωρρευτή. Έτσι, η παραβίαση κανόνων της δεοντολογίας λειτουργεί με όρους «κοινής λογικής», καθώς και θεσμικά σπάνια ορίζεται ως τέτοια και κυρώνεται.

Η δημοσιογραφική δεοντολογία με τους κανονισμούς της έχει ως σκοπό να αποθαρρύνει και να αντιστέκεται σε κάθε απόπειρα κρατικού ή άλλου επηρεασμού με τον αυτοκαθορισμό κανόνων υπεύθυνης επαγγελματικής λειτουργίας. Η δεοντολογία παραμένει μια παρένθεση καθώς οι διάφορες παραλλαγές του ιδεολογικού λόγου των ΜΜΕ που παρουσιάζονται, παρά τις επιμέρους διαφορές τους, συγκλίνουν σ' έναν καθησυχαστικό λόγο ο οποίος χωροθετεί τη βία και την διαφορετικότητα με όρους αυτονόητου που καταπίνουν τους κανόνες της δεοντολογίας.

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

Για το λόγο αυτό και για την σαφήνεια στα όρια, στα δικαιώματα και στις υποχρεώσεις παραθέτουμε τα άρθρα που έχουν καθοριστεί:

Άρθρο 1

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

πληροφόρηση είναι κοινωνικό αγαθό και όχι εμπόρευμα ή μέσο προπαγάνδας. Ο δημοσιογράφος δικαιούται και οφείλει:

α. Να θεωρεί πρώτιστο καθήκον του προς την κοινωνία και τον εαυτό του τη δημοσιοποίηση όλης της αλήθειας.

β. Να θεωρεί προσβολή για την κοινωνία και πράξη μειωτική για τον εαυτό του τη διαστρέβλωση, την απόκρυψη, την αλλοίωση ή την πλαστογράφηση των πραγματικών περιστατικών.

γ. Να σέβεται και να τηρεί το διακριτό της είδησης, του σχολίου και του διαφημιστικού μηνύματος, την αναγκαία αντιστοιχία τίτλου και κειμένου και την ακριβή χρησιμοποίηση φωτογραφιών, εικόνων, γραφικών απεικονίσεων ή άλλων παραστάσεων.

δ. Να μεταδίδει την πληροφορία και την είδηση ανεπηρέαστα από τις προσωπικές πολιτικές, κοινωνικές, θρησκευτικές, φυλετικές και πολιτισμικές απόψεις ή πεποιθήσεις του.

ε. Να ερευνά προκαταβολικά, με αίσθημα ευθύνης και με επίγνωση των συνεπειών, την ακρίβεια της πληροφορίας ή της είδησης που πρόκειται να μεταδώσει.

στ. Να επανορθώνει χωρίς χρονοτριβή, με ανάλογη παρουσίαση και ενδεδαιγμένο τονισμό, ανακριβείς πληροφορίες και ψευδείς ισχυρισμούς, που προσβάλλουν την τιμή και την υπόληψη του ανθρώπου και του πολίτη και να δημοσιεύει ή να μεταδίδει την αντίθετη άποψη, χωρίς, αναγκαστικά, ανταπάντηση, η οποία θα τον έθετε σε προνομιακή θέση έναντι του θιγομένου.

Άρθρο 2

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

α. Να αντιμετωπίζει ισότιμα τους πολίτες, χωρίς διακρίσεις εθνικής καταγωγής, φύλου, φυλής, θρησκείας, πολιτικών φρονημάτων, οικονομικής κατάστασης και κοινωνικής θέσης.

β. Να σέβεται την προσωπικότητα, την αξιοπρέπεια και το απαραβίαστο της ιδιωτικής ζωής του ανθρώπου και του πολίτη. Μόνο όταν το επιτάσσει το δικαίωμα της πληροφόρησης μπορεί να χρησιμοποιεί, πάντοτε με τρόπο υπεύθυνο, στοιχεία από την ιδιωτική ζωή προσώπων που ασκούν δημόσιο λειτούργημα ή έχουν στην κοινωνία ιδιαίτερη θέση και ισχύ και υπόκεινται στον κοινωνικό έλεγχο.

γ. Να σέβεται το τεκμήριο της αθωότητας και να μην προεξοφλεί τις δικαστικές αποφάσεις.

δ. Να σέβεται την κατοχυρωμένη με διεθνείς συμβάσεις προστασία των ανηλίκων και των προσώπων με ειδικές ανάγκες και με σοβαρά προβλήματα υγείας.

ε. Να αντιμετωπίζει με διακριτικότητα και ευαισθησία τους πολίτες, όταν αυτοί βρίσκονται σε κατάσταση πένθους, ψυχικού κλονισμού και οδύνης, καθώς και αυτούς που έχουν εμφανές ψυχικό πρόβλημα, αποφεύγοντας να προβάλει την ιδιαιτερότητά τους.

στ. Να μην αποκαλύπτει, άμεσα ή έμμεσα, την ταυτότητα των θυμάτων βιασμού, τα οποία επέζησαν της εγκληματικής πράξης.

ζ. Να ελέγχει και να τεκμηριώνει τις πληροφορίες, που αναφέρονται στον ευαίσθητο τομέα της υγείας, όπου η παραπλανητική πληροφόρηση και η εντυπωσιακή προβολή μπορούν να προκαλέσουν αδικαιολόγητη αναστάτωση στην κοινή γνώμη.

η. Να συλλέγει και να διασταυρώνει τις πληροφορίες του και να εξασφαλίζει την τεκμηρίωσή τους (έγγραφα, φωτογραφίες, κασέτες, τηλεοπτικές εικόνες) με δημοσιογραφικά θεμιτές μεθόδους, γνωστοποιώντας πάντοτε τη δημοσιογραφική του ιδιότητα.

θ. Να τηρεί το επαγγελματικό απόρρητο ως προς την πηγή των πληροφοριών που εξασφάλισε υπό εχεμύθεια.

ι. Να σέβεται τους κανόνες της εμπιστευτικής πληροφόρησης (off the record) εφ' όσον ανέλαβε αυτή τη δέσμευση.

Άρθρο 3

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

Γι' αυτό ο δημοσιογράφος δικαιούται και οφείλει:

α. Να υπερασπίζεται σθεναρά το δημοκρατικό πολίτευμα, που διασφαλίζει την ελευθεροτυπία και την απρόσκοπτη άσκηση του δημοσιογραφικού λειτουργήματος.

β. Να αποκρούει και να καταγγέλλει τις εκδηλώσεις κρατικού αυταρχισμού και τις αυθαιρεσίες των ιδιοκτητών των Μ.Μ.Ε. και ιδιαίτερα των ολιγοπωλίων.

γ. Να υπερασπίζεται τη δημοσιογραφική ανεξαρτησία στον εργασιακό χώρο του και να αρνείται την εκτέλεση έργου, που έρχεται σε σύγκρουση με τις αρχές της δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

δ. Να μη δέχεται τη σύνταξη είδησης, σχολίου ή άρθρου και την παραγωγή εκπομπής κατά τις υποδείξεις των προϊσταμένων ή του εργοδότη του, αν το περιεχόμενό τους δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα και να καταγγέλλει τις εν αγνοία του παραποιήσεις και διαστρεβλώσεις του δημοσιογραφικού του προϊόντος.

Άρθρο 4

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

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

α. Να στηρίζει και να ενισχύει τις δραστηριότητες της συνδικαλιστικής του οργάνωσης, που αποσκοπούν στη βελτίωση των όρων αμοιβής και απασχόλησης στα Μ.Μ.Ε..

β. Να αποκρούει στο χώρο εργασίας του κάθε απόπειρα περιστολής των εργασιακών δικαιωμάτων του ή παραβίασης των κανόνων δεοντολογίας.

γ. Να μην ασκεί και να μη δέχεται οποιαδήποτε μορφή διακρίσεων, που σχετίζονται με το φύλο ή την επαγγελματική ηλικία των συναδέλφων του.

Άρθρο 5

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

α. Να μην επιδιώκει και να μη δέχεται αμοιβή για δημοσιογραφική εργασία από απόρρητα κονδύλια κρατικών υπηρεσιών και δημόσιων ή ιδιωτικών οργανισμών.

β. Να μην επιδιώκει και να μη δέχεται αργομισθία ή έπ' αμοιβή θέση συναφή με την ειδικότητά του σε Γραφεία Τύπου, δημόσιες υπηρεσίες ή ιδιωτικές επιχειρήσεις, που θέτει εν αμφιβόλω την επαγγελματική αυτονομία και ανεξαρτησία του.

γ. Να μην επιδιώκει και να μη δέχεται τη διαφημιστική χρήση του ονόματος, της φωνής και της εικόνας του, παρά μόνο για κοινωφελείς σκοπούς.

δ. Να μη μεταδίδει και να μην αξιοποιεί ιδιοτελώς αποκλειστικές πληροφορίες που επηρεάζουν την πορεία του Χρηματιστηρίου Αξιών και την αγορά.

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

Άρθρο 6

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

α. Να σέβεται την προσωπικότητα των συναδέλφων του. Να μην εκτοξεύει εναντίον τους ασύστατες κατηγορίες και να αποφεύγει τις προσωπικές αντεγκλήσεις, δημόσια και στους χώρους εργασίας.

β. Να θεωρεί σοβαρότατη αντιεπαγγελματική πράξη κάθε λογοκλοπή.

γ. Να μην οικειοποιείται την εργασία συναδέλφων του. Να αναφέρει πάντοτε το όνομα του συντάκτη, του οποίου χρησιμοποιεί κείμενα ή αποσπάσματα κειμένων.

Να μηνμονεύει την πηγή των πληροφοριών, που έχουν ήδη δημοσιευθεί ή μεταδοθεί.

Άρθρο 7

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

α. Να συμβάλλει στην αναβάθμιση του δημοσιογραφικού λόγου, αποφεύγοντας γραμματικές, συντακτικές και λεκτικές κακοποιήσεις.

β. Να αποφεύγει τη χυδαιογραφία, τη χυδαιολογία και τη γλωσσική βαρβαρότητα, τηρώντας, ακόμη και στη σάτιρα και τη γελοιογραφία, τους κανόνες της επαγγελματικής ηθικής και της κοινωνικής ευθύνης.

γ. Να προστατεύει την ελληνική γλώσσα από την κατάχρηση ξένων λέξεων και όρων.

δ. Να συμβάλλει δημιουργικά στην προστασία της εθνικής μας παράδοσης και τη διασφάλιση της πολιτισμικής μας κληρονομιάς.

Άρθρο 8

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

1.1 Ιατρική και ΜΜΕ

Ανατρέχοντας με ιστορικά χρονολογική σειρά ανευρίσκουμε τους εξής τρόπους προσέγγισης του ιατρικού φακέλου :

α) Χρονολογικά βασισμένος ιατρικός φάκελος (time-oriented medical record): Τον 5ο π.Χ. αιώνα οι ιατρικές εκθέσεις επηρεάστηκαν έντονα από τον Ιπποκράτη. Η περιγραφή του ιατρικού ιστορικού βασίζεται στη περιγραφή του ασθενή και των συγγενών του με χρονολογική σειρά, προσπαθώντας ταυτόχρονα να εξηγηθούν προγνωστικά τα ευρήματα του ιστορικού και της φυσικής εξέτασης.

β) Βασισμένος στον ασθενή ιατρικός φάκελος (patient-based medical record): Το 1907 στη Mayo Clinic καθιερώθηκε η καταγραφή σε ενιαίο φάκελο των σκόρπιων μέχρι τότε σημειώσεων που κρατούσε κάθε γιατρός σε ένα προσωπικό βιβλίο με χρονολογική έκθεση όλων των συναντήσεων με ασθενείς, με συνέπεια να έχει μια συνολική θεώρηση όλης της ιστορίας της νόσου ενός ασθενή

γ) Βασισμένος στα προβλήματα ιατρικός φάκελος στα προβλήματα ιατρικός φάκελος (problem-oriented medical record): Τη δεκαετία του '60 ο Weed βελτίωσε την οργάνωση του ιατρικού φακέλου, αποδίδοντας σε κάθε ασθενή συγκεκριμένα προβλήματα και σκέψεις για την επίλυσή τους, χρησιμοποιώντας το ευρέως γνωστό σύστημα SOAP από τα παρακάτω αρχικά: i. Subjective: υποκειμενικά δεδομένα από το ιστορικό. ii. Objective: αντικειμενικά δεδομένα από τη φυσική εξέταση και τον εργαστηριακό και παρακλινικό έλεγχο iii. Assessment: αξιολόγηση συνολικά των προβλημάτων του ασθενή, διαφοροδιάγνωση και τελική διάγνωση και iv. Plan: σχεδιασμός της αγωγής και της θεραπείας του ασθενή.

Παρ' ότι μετά το Β' παγκόσμιο πόλεμο ο κανόνας του ιατρικού απόρρητου χρειάστηκε να εισαχθεί σε όλα τα διεθνή κείμενα τα οποία είχαν σχέση με την υγεία - με τη μορφή του κανόνα της απόλυτης σιωπής- πιο σημαντικές για τη λειτουργία στην πράξη και τη δέσμευση του ιατρικού απορρήτου είναι στην ουσία μόνο οι ρυθμίσεις που προκύπτουν από κανόνες του εσωτερικού δικαίου των κρατών (Παπαζήση, 1995α). Στο ελληνικό δίκαιο, στο άρθρο 8β.σ25/5.6/1995 προβλέπεται ο σεβασμός της τιμής και της προσωπικότητας του νοσηλευόμενου και στα άρθρα 18, 23 διασφαλίζεται νομοθετικά το ιατρικό απόρρητο. Συγκεκριμένα, το άρθρο 18 αναφέρεται στην ιατρική δεοντολογία και θεωρεί υποχρέωση κάθε γιατρού την αυστηρή τήρηση του ιατρικού απορρήτου, ενώ το άρθρο 23 αναφέρεται κυρίως στο περιεχόμενο του ιατρικού απορρήτου (Παπαζήση, 1995α: 177). Ένα θέμα που πρέπει να διευκρινιστεί είναι τι αποτελεί απόρρητο, μέχρι πότε ισχύει και έναντι ποιών. Απόρρητο πρέπει να θεωρείται οτιδήποτε αντιλήφθηκε ή έμαθε ο γιατρός ακόμη και

αν αυτό δεν ανήκει σε όσα του εμπιστεύθηκε ο ασθενής (π.χ. αποτελέσματα εργαστηριακών εξετάσεων).

Στο άρθρο 23β.δ. 1955 έχει οριστεί ότι ο γιατρός οφείλει να είναι εχέμυθος για ό,τι είδε, άκουσε, έμαθε ή αντιλήφθηκε κατά τη διάρκεια ασκήσεως των καθηκόντων του και το οποίο αποτελεί απόρρητο του ασθενή και των οικείων του. Η ταυτότητα του ασθενούς περιλαμβάνεται επίσης στην έννοια του απορρήτου (Παπαζήση, 1995α). Στο άρθρο 11, παρ.1 της Σύστασης της Επιτροπής Υπουργών του Συμβουλίου της Ευρώπης για τις «νομικές υποχρεώσεις των γιατρών απέναντι στους ασθενείς τους» διατυπώνεται η υποχρέωση του γιατρού να τηρεί το απόρρητο έναντι των τρίτων σχετικά με οποιαδήποτε πληροφορία που αφορά στον ασθενή και στην κατάσταση της υγείας του. Τρίτος θεωρείται και ο σύζυγος ή ο ερωτικός σύντροφος στην περίπτωση του AIDS, όχι όμως και ο νόμιμος αντιπρόσωπος, δηλαδή γονέας ανηλίκου ή επίτροπος ανηλίκου (Παπαζήση, 1995α). Ο γιατρός οφείλει να τηρήσει το απόρρητο ακόμη και μετά το θάνατο του ασθενούς εκτός αν η εθνική νομοθεσία προβλέπει το αντίθετο (Παπαζήση, 1995α).

1.2 Παραβίαση του Ιατρικού Απορρήτου

Υπάρχουν περιπτώσεις όπου το ιατρικό απόρρητο παραβιάζεται. Παράδειγμα αποτελεί η επιβολή από το ελληνικό δίκαιο στους γιατρούς να δηλώνουν στις αρμόδιες υγειονομικές υπηρεσίες περιπτώσεις ασθενών με AIDS. Στις περιπτώσεις αυτές συγκρούεται το ιατρικό απόρρητο (ως έκφραση του δικαιώματος της προσωπικότητας) με εκείνο της υγείας. Επειδή η υγεία είναι αγαθό ανώτερο από το ιατρικό απόρρητο, όταν τίθεται δίλημμα της προφύλαξης της δημόσιας υγείας ή της τήρησης του ιατρικού απορρήτου, φαίνεται πως η δημόσια υγεία θεωρείται σημαντικότερη.

Παράβαση του ιατρικού απορρήτου δεν θεωρείται όταν ανακοινώνεται το ίδιο το περιστατικό χωρίς όμως να αποκαλύπτεται η ταυτότητα του ασθενούς κι αυτό γιατί γίνεται για σκοπούς προώθησης της επιστήμης. Πολλές δημόσιες αρχές ζητούν να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες που αφορούν σε θέματα υγείας. Για παράδειγμα δικαστήρια, φορολογικές αρχές, ταμεία υγειονομικής περίθαλψης, εργοδότες, ασφαλιστικές εταιρίες, ερευνητικά ινστιτούτα (Παπαζήση, 1995α). Το σύστημα της προστασίας του απορρήτου κινδυνεύει επίσης από την ανάπτυξη της πληροφορικής. Η αυξανόμενη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών σε όλα τα στάδια της ιατρικής

διαδικασίας (εξέταση, διάγνωση κλπ.) και η χρησιμοποίηση προσωπικών στοιχείων (των εργαζομένων) εγκυμονούν κινδύνους για τη διασφάλιση της προσωπικότητας και την κατοχύρωση του ιατρικού απορρήτου. Έχει ορισθεί από τη Σύσταση R(83)2 της Επιτροπής των Υπουργών του Συμβουλίου της Ευρώπης (18.1.1989) ότι όσα στοιχεία αφορούν στην υγεία και θεωρούνται απόρρητα, δεν πρέπει να καταγράφονται σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές, παρά μόνο από προσωπικό που υπόκειται στους κανόνες του ιατρικού απορρήτου (Παπαζήση, 1995^α: 178).

Λόγω ασάφειας των ορίων ιατρικού απορρήτου και δημόσιας υγείας, τίθεται το ερώτημα εάν ο γιατρός είναι υποχρεωμένος να διατηρήσει το απόρρητο σε περιπτώσεις ασθενών με AIDS και τι πρέπει να γίνεται σε περιπτώσεις αδιαφορίας αυτών των ασθενών. Επίσης αυτό το ερώτημα δεν ισχύει μόνο σε προσωπικό επίπεδο (ευθύνη γιατρού) αλλά και σε επίπεδο φορέα (νοσοκομείο). Η ευθύνη του νοσοκομείου απέναντι σε ασθενείς και ο βαθμός που δεσμεύεται για την τήρηση των απορρήτων στοιχείων είναι ένας ευαίσθητος τομέας και απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή στη διαχείριση.

Φαίνεται πάντως ότι η συνταγματικότητα και η κατοχύρωση της προσωπικότητας με διεθνείς συμβάσεις δεν αποτελεί επαρκή προστασία για τα άτομα με λοίμωξη ή νόσο HIV. Αυτό συμβαίνει επειδή, παρότι το απόρρητο θεωρείται δικαίωμα δημοσίας τάξεως, συγκρούεται με εκείνο της δημόσιας υγείας η οποία υπερέχει και θεωρείται σημαντικότερη. Η νομοθεσία που υπάρχει μέχρι αυτή τη στιγμή δεν επαρκεί ούτε για την προστασία των φορέων από ενέργειες άλλων εναντίον τους, ούτε για την προστασία τρίτων προσώπων από πράξεις των φορέων (Παπαζήση, 1995^α).

1.3 Νομικά Θέματα

Στην ελληνική νομοθεσία δεν υπάρχει ειδική νομοθετική ρύθμιση για το AIDS. Εξάιρεση αποτελεί η απόφαση του Υπουργείου Υγείας, Πρόνοιας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων Α1/6122/16-7/19.9.1986 που προβλέπει την υποχρεωτική δήλωση κάθε κρούσματος AIDS από το γιατρό που κάνει τη διάγνωση στον προϊστάμενο γιατρό της αρμόδιας διεύθυνσεως του Υπουργείου και παράλληλα τη διαφύλαξη του ιατρικού απορρήτου (Παπαζήση, 1995^α).

Η χρήση της τεχνολογίας των ηλεκτρονικών υπολογιστών στη μηχανογράφηση του ιατρικού φακέλου και τη διαχείριση των ιατρικών πληροφοριών που αφορούν στον ασθενή έχει αλλάξει σημαντικά τον τρόπο άσκησης της ιατρικής σήμερα. Τα γνωστά σε όλους μας πρακτικά μειονεκτήματα του κλασικού χάρτινου ιατρικού φακέλου και τα εμφανή πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής καταγραφής κι αρχειοθέτησης οδηγούν πλέον στην αλλαγή του σκηνικού. Σε όλες τις αναπτυγμένες χώρες έχει καθιερωθεί ο ηλεκτρονικός ιατρικός φάκελος, με τη διενέργεια ιατρικών τηλεδιασκέψεων για τη διάγνωση και τη λήψη θεραπευτικών αποφάσεων για ειδικά θέματα και την πραγματοποίηση σε παγκόσμια κλίμακα πολυκεντρικών μελετών κι επιδημιολογικών ερευνών, γεγονότα που θεωρούνται σχεδόν αυτονόητα. Οι Έλληνες ιατροί πρέπει να επιδείξουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την μέθοδο αυτή, ενώ οι διοικητικές υπηρεσίες να επιδιώξουν άμεσα την εφαρμογή της, η οποία συνεπάγεται ελάττωση του κόστους και καλύτερη λογιστική διαχείριση του ασθενή, παρακολούθηση της λειτουργίας των τμημάτων και δυνατότητα διενέργειας ποιοτικού ελέγχου των προσφερόμενων υπηρεσιών υγείας.

Η κρίση εμπιστοσύνης υπάρχει πάντοτε σε οποιαδήποτε βαθμίδα και δεν αίρεται παρά μόνο με την παραδοχή ότι ο γιατρός ενεργεί ως σωστός επιστήμονας μέσα στα αυστηρά πλαίσια των ηθικών και των υγείων κοινωνικών επιταγών. Γίνεται έτσι φανερό ότι ο γιατρός είναι πάντοτε υποχρεωμένος κατά την ενάσκηση του λειτουργήματός του να τηρεί αυστηρά το «απόρρητο» για οτιδήποτε αφορά τον εξεταζόμενο ασθενή. Το καθήκον αυτό δεν προβλέπεται και επιβάλλεται μόνο από το Νόμο, αλλά και από τις ακατάλυτες ηθικές επιταγές που προσδιορίζουν μέσα σε ευρύτερα πλαίσια την κοινωνική αποστολή του γιατρού. Το ιατρικό απόρρητο μπορεί να είναι ατομικό ή συλλογικό σε περιπτώσεις όπου δεν εμπλέκεται ένας μόνο γιατρός αλλά περισσότεροι. Η τήρησή του μαζί με την ελεύθερη επιλογή του γιατρού συνιστούν τη βάση της σχέσης γιατρού-ασθενούς που πρέπει να βασίζεται στην εμπιστοσύνη.

1.4 ΜΜΕ μετανάστευση και ρατσισμός

Οι δημοσιογράφοι φέρουν μεγάλη ευθύνη, τόσο σε προσωπικό όσο και σε συλλογικό επίπεδο, για τη μετάδοση ρατσιστικών μηνυμάτων και την αναπαραγωγή ξενοφοβικών στερεοτύπων. Οι δημοσιογράφοι θα πρέπει να αντιληφθούν ότι η μετανάστευση είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο. Στις αναφορές τους θα πρέπει να

χρησιμοποιούν την ορθή ορολογία για να περιγράψουν διαφορετικές ομάδες μεταναστών/ριών με ακρίβεια και συνεπώς να αποφεύγουν παρερμηνείες. Παράλληλα, θα πρέπει να αποφεύγουν τις γενικεύσεις και τα στερεότυπα, τα οποία οδηγούν αναπόφευκτα στη στοχοποίηση, την ποινικοποίηση ή ακόμη και τη «δαιμονοποίηση» των άτυπων μεταναστών/ριών στην κοινή γνώμη και συνιστούν μία απειλή ενάντια στα ανθρώπινα δικαιώματα των μεταναστών/ριών. Τα ΜΜΕ θα μπορούσαν να ενημερώνουν με έναν πιο ορθό και αντικειμενικό τρόπο τους/ις αναγνώστες/ριες και τους/ις ακροατές/ριες με ανταποκρίσεις και ρεπορτάζ για τις πολιτικές και διαδικασίες της μετανάστευσης, του ασύλου και της εμπορίας ανθρώπων, τα οποία να περιλαμβάνουν τις προσωπικές μαρτυρίες, τις εμπειρίες και τα βιώματα των ίδιων των μεταναστών/ριών, των αιτητών/ριών ασύλου, των προσφύγων και των ατόμων που έχουν βιώσει την εμπορία ανθρώπων.

Σύμφωνα με το PICUM, τα ΜΜΕ θα πρέπει να σταματήσουν να αποκαλούν τους/ις μετανάστες/ριες που εισήλθαν ή/και διαμένουν παράτυπα στη χώρα ως «παράνομους/ες» ή/και «λαθρομετανάστες/ριες» για μια σειρά από λόγους:

1. Οι αναφορές αυτές δημιουργούν ή/και αναπαράγουν στερεότυπα, φόβο και δυσαρέσκεια, ενώ παράλληλα υποδαυλίζουν τη ξενοφοβία, τις διακρίσεις και το ρατσισμό.

2. Οι αναφορές αυτές συνδέονται με την εγκληματικότητα, αλλά οι περισσότεροι/ες άτυποι/ες μετανάστες/ριες δεν παραβιάζουν το νόμο. Η διαμονή σε μία χώρα χωρίς τα απαραίτητα χαρτιά, τις περισσότερες φορές (ανάλογα με τη χώρα), είναι το αποτέλεσμα διοικητικών λαθών, παρατυπιών ή/και αυθαιρεσιών και όχι ενός ποινικού αδικήματος.

3. Οι αναφορές αυτές αναιρούν την αρχή του σεβασμού της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, καθώς ο ορισμός ενός ατόμου ή μίας κοινωνικής ομάδας ως «παράνομου/ης» επιφέρει τον κίνδυνο της παραβίασης του ανθρώπινου δικαιώματος της αναγνώρισης της αξιοπρέπειας ενός ατόμου ενώπιον του νόμου.

4. Οι αναφορές αυτές είναι υπεραπλουστευτικές. Οι μετανάστες/ριες μπορεί να βρεθούν με άτυπο καθεστώς παραμονής και να μείνουν χωρίς χαρτιά από τη μια στιγμή στην άλλη, ενώ παράλληλα αρκετά από αυτά τα άτομα μετατρέπονται αυθαίρετα από «τυπικοί/ές» σε «άτυπους/ες» μετανάστες/ριες για λόγους τους

οποίους όχι μόνο δεν μπορούν να ελέγξουν, αλλά κάποιες φορές δεν γνωρίζουν καν. Οι δαιδαλώδεις γραφειοκρατικοί μηχανισμοί και οι αποτρεπτικές διαδικασίες υποβολής αιτήσεων ασύλου, διαμονής και εργασίας, καθώς επίσης και οι αναποτελεσματικές διαδικασίες ανανέωσης των αδειών παραμονής και εργασίας, αποτελούν μερικά απτά παραδείγματα.

5. Οι αναφορές αυτές επιδεινώνουν ακόμη περισσότερο την ευάλωτη θέση στην οποία βρίσκονται οι μετανάστες/ριες, οι οποίοι/ες τις περισσότερες φορές δεν μπορούν ούτε να ενταχθούν ισότιμα στην κοινωνία ούτε να έχουν πρόσβαση σε βασικά δικαιώματα τους. Έτσι, οδηγούνται στην περιθωριοποίηση και τον αποκλεισμό από κάθε μηχανισμό κοινωνικής ένταξης και νομικής προστασίας.

6. Οι αναφορές σε «παράνομους/ες μετανάστες/ριες» υπονομεύουν τις διαδικασίες και τους μηχανισμούς παροχής ασύλου προς άτομα που εγκατέλειψαν αυταρχικά κράτη και καταπιεστικά καθεστώτα, τα οποία παραβιάζουν τα αναφαίρετα και θεμελιώδη δικαιώματα τους. Σε αυτό το λαϊκιστικό πλαίσιο και ξενοφοβικό κλίμα που δημιουργείται από πολιτικούς αξιωματούχους και τα ΜΜΕ, οι αιτητές/ριες ασύλου λανθασμένα θεωρούνται ως άτυποι/ες μετανάστες/ριες, την ίδια στιγμή που ούτε παράνομο ούτε άτυπο είναι να εισέλθουν σε μία χώρα και να ζητήσουν άσυλο, καθώς λαμβάνουν προσωρινό καθεστώς παραμονής μέχρι να εξεταστούν οι αιτήσεις τους. Όταν τα ΜΜΕ αποκαλούν κάποιο/α μετανάστη/ρια που βρίσκεται σε άτυπο καθεστώς παραμονής ως «παράνομο/η», την ίδια στιγμή, εκούσια ή ακούσια, ενθαρρύνουν τις διακρίσεις, τα στερεότυπα και τις προκαταλήψεις προς τους αιτητές/ριες ασύλου.

7. Καμία διεθνής σύμβαση ή νομικό κείμενο, από την Οικουμενική Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου μέχρι τη Σύμβαση της Γενεύης για τους Πρόσφυγες, δεν αναφέρεται σε «παράνομους/ες μετανάστες/ριες» ή σε «λαθρομετανάστες/ριες». Αντίθετα, τα νομικά δεσμευτικά αυτά κείμενα αναγνωρίζουν την υποχρέωση των κυβερνήσεων να μεταχειρίζονται τους/ις μετανάστες/ριες και τους/ις πρόσφυγες με αξιοπρέπεια, σεβασμό και ανθρωπιά [[2]]. Για όλους τους πιο πάνω λόγους, τα ΜΜΕ θα πρέπει να σταματήσουν να υποθάλπτουν τις διακρίσεις και να υποδαυλίζουν τον ρατσισμό, μέσω αναφορών σε «παράνομους/ες μετανάστες/ριες» και «λαθρομετανάστες/ριες». Συνοψίζοντας, οι αναφορές αυτές είναι:

- Ανακριβείς, καθώς είναι νομικά αβάσιμες και παραπλανητικές, ενώ παράλληλα παραγνώνιζουν την αρχή της δίκαιης δίκης και στοχοποιούν τους ανθρώπους που καταφθάνουν στα σύνορα με στόχο να εισέλθουν στη χώρα.

- Επικίνδυνες, καθώς στρέφονται εναντίον της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, ποινικοποιούν τη μετανάστευση και το άσυλο, παρεμποδίζουν το δημοκρατικό διάλογο και υπονομεύουν την κοινωνική συνοχή και αλληλεγγύη.

- Αυθαίρετες, άδικες και ξεπερασμένες, καθώς στρέφονται ενάντια στα δημοκρατικά ιδεώδη της ισότητας, της ισονομίας και της δικαιοσύνης, ενώ παράλληλα προωθούν τις διακρίσεις, το ρατσισμό και τη μισαλλοδοξία [3].

Σε διεθνές επίπεδο, μία απόφαση σταθμός προς την αναθεώρηση της δημοσιογραφικής ορολογίας αποτελεί η νέα πολιτική του διεθνούς ειδησεογραφικού πρακτορείου Associated Press, το οποίο μεταξύ Οκτωβρίου 2012 και Απριλίου 2013 αποφάσισε να σταματήσει να αναφέρεται σε «παράνομους/ες μετανάστες/ριες». Αντίθετα, το Associated Press στις ανταποκρίσεις του επέλεξε πλέον να αναφέρεται αποκλειστικά σε παράνομες πράξεις και όχι σε «παράνομους ανθρώπους» [4]. Η αναθεώρηση της πολιτικής του Associated Press ώθησε και άλλα διεθνή ΜΜΕ, όπως οι Los Angeles Times και η Guardian, να ξεκινήσουν σχετικές συζητήσεις με τους/τις αναγνώστες/ριες τους και να προβούν στη λήψη αντίστοιχων αποφάσεων [5].

Στην Κύπρο, ιδιαίτερη σημαντική υπήρξε η δημιουργία της Επιτροπής Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας τον Μάιο του 1997 από τον Σύνδεσμο Εκδοτών Εφημερίδων και Περιοδικών, τους ιδιοκτήτες ιδιωτικών Ηλεκτρονικών Μέσων και της Ένωσης Συντακτών Κύπρου. Το Ραδιοφωνικό Ίδρυμα Κύπρου, που είναι ημικρατικός οργανισμός, προσυπέγραψε τους κανονισμούς λειτουργίας της Επιτροπής Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας και των Κώδικα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας [6]. Σύμφωνα με τις «Γενικές Διατάξεις» του Κώδικα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας, οι λειτουργοί των ΜΜΕ θα πρέπει «να σέβονται και προάγουν τη δημοκρατία και τις όλες πανανθρώπινες αξίες», καθώς επίσης και «τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις βασικές ελευθερίες όλων» [7].

Σύμφωνα με τις «Ειδικές Διατάξεις» και συγκεκριμένα το «Άρθρο 12 για τις Δυσμενείς Διακρίσεις», «τα Μ.Μ.Ε. αποφεύγουν οποιαδήποτε απ' ευθείας ή άλλη αναφορά ή ενέργεια εναντίον προσώπου, η οποία περιέχει στοιχεία προκατάληψης με

βάση τη φυλή, το χρώμα, τη γλώσσα, τη θρησκεία, τις πολιτικές ή άλλες πεποιθήσεις, την εθνική ή κοινωνική προέλευση, την περιουσία, την καταγωγή, το φύλο και το προσωπικό καθεστώς, περιλαμβανομένης της φυσικής ή διανοητικής ασθένειας ή αναπηρίας. Ο χλευασμός, η διαπόμπευση και ο διασυρμός ατόμων ή ομάδων είναι ανεπίτρεπτος»[8]. Πολλές φορές δημοσιεύονται και μεταδίδονται ξενοφοβικές δηλώσεις επειδή σε αρκετές περιπτώσεις προέρχονται από τα χείλη επωνύμων, όπως συνέβη πολλές φορές σε ζωντανές συζητήσεις ή δηλώσεις σε τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς, ή προβάλλονται αβασάνιστα ισχυρισμοί που διατυπώνονται από μέλη του κοινού, συνήθως χωρίς αντίλογο ή την άλλη οπτική.

Κατά την κάλυψη θεμάτων που αναφέρονται στη μετανάστευση πρέπει να επιδεικνύεται συμπάθεια προς τους ανθρώπους που αναγκάζονται να διακινδυνεύσουν ακόμη και τη ζωή των ιδίων και των παιδιών τους για ένα καλύτερο αύριο. Επίσης θα πρέπει να προβάλλεται η υποχρέωση των κρατών να τους παρέχουν βοήθεια και προστασία καθώς και τα θετικά στοιχεία σε κάθε περίπτωση [...].

Οι συγκυρίες της οικονομικής κρίσης και της μεγάλης ανεργίας δημιουργούν πρόσφορο έδαφος για τη δημιουργία και διάδοση αισθημάτων ξενοφοβίας, ρατσισμού και εχθρότητας προς τους μετανάστες. Αυτό επιβάλλει στους λειτουργούς των ΜΜΕ να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί όταν χειρίζονται ειδήσεις που αναφέρονται σε μετανάστες και ειδικότερα σε ότι αφορά σε αιτητές ασύλου, πρόσφυγες, θύματα εμπορίας ανθρώπων και άλλες ομάδες που ζουν στην Κύπρο ή αλλού.

Κάθε δημοσιογράφος που σέβεται την ιδιότητά του και έχει συναίσθηση της αποστολής του οφείλει συνειδητά να μεριμνά ώστε να μην υπεισέρχονται με κανένα τρόπο στην εργασία του στοιχεία προκατάληψης εναντίον των μεταναστών και ταυτόχρονα να υποδεικνύει και τις θετικές πτυχές της παρουσίας τους στην Κύπρο.

Γι' αυτό θα πρέπει να λαμβάνει συνεχώς υπόψη ότι το θέμα δεν είναι μονοδιάστατο αλλά σύνθετο και δεν πρέπει να τυγχάνει απλουστευτικής προσέγγισης που οδηγεί στη ξενοφοβία.

Η συλλήβδην αναφορά σε αλλοδαπούς, συχνά με τον όρο λαθρομετανάστες ή παράνομοι μετανάστες και η αβασάνιστη προβολή ατεκμηρίωτων και εν πολλοίς αβάσιμων ισχυρισμών συνιστά χειρίστη πρακτική».

Τέλος, οι «Ερμηνευτικές και Καθοδηγητικές Γραμμές σχετικά με τον χειρισμό θεμάτων που αφορούν μετανάστες/ριες, αιτητές/ριες ασύλου, πρόσφυγες και θύματα εμπορίας ανθρώπων» περιλαμβάνουν μία σειρά από συγκεκριμένες εισηγήσεις προς τους λειτουργούς των ΜΜΕ [9].

Παράλληλα, πρόσφατα η Επιτροπή Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας εξέδωσε τις «Ερμηνευτικές και Καθοδηγητικές Γραμμές σχετικά με τον χειρισμό θεμάτων που αφορούν μετανάστες/ριες, αιτητές/ριες ασύλου, πρόσφυγες και θύματα εμπορίας ανθρώπων». Στο συγκεκριμένο υπόμνημα, η Επιτροπή Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας σημειώνει για ακόμη μια φορά τις γενικές αρχές για το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων όλων ανεξαιρέτως των ανθρώπων που βρίσκονται στην Κύπρο και την απαγόρευση του χλευασμού, της διαπόμπευσης και του διασυρμού. Παράλληλα, επαναλαμβάνει την ειδική διάταξη για την απαγόρευση όλων των μορφών δυσμενών διακρίσεων και τον σεβασμό της διαφορετικότητας του ατόμου.

Περαιτέρω, ο Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας επισημαίνει ότι «συνακόλουθο του χειρισμού θεμάτων μετανάστευσης και ασύλου από τα ΜΜΕ με τρόπο που εμπεριέχει προκατάληψη που αφορά στις προαναφερθείσες ιδιότητες είναι η δημιουργία ξενοφοβικών αισθημάτων, γεγονός που επιτείνει τα κοινωνικά φαινόμενα, τα οποία έχουν τη γενεσιουργό τους αιτία στη μη ανοχή της διαφορετικότητας.

Παράδειγμα δημιουργίας προκατάληψης από τα ΜΜΕ είναι η αναφορά στην εθνική και φυλετική προέλευση όταν αυτές οι ιδιότητες δεν συνιστούν ουσιώδες στοιχείο της είδησης. Η πρακτική αυτή παρατηρείται κατά κύριο λόγο σε ειδήσεις που αναφέρονται σε εγκλήματα ή αδικήματα ή για οποιοδήποτε άλλο λόγο αντανακλούν αρνητικά σε άτομα ή ομάδες, στις οποίες η εθνική και φυλετική προέλευση ή απλώς και το γεγονός ότι ο δράστης ή το θύμα δεν είναι Κύπριος αναδεικνύονται σε πρωτεύον στοιχείο της είδησης. Αντίθετα η ιδιότητα κάποιου ως Κυπρίου δεν θεωρείται, σε ανάλογες περιπτώσεις, στοιχείο της είδησης και δεν αναφέρεται σχεδόν ποτέ. Η πρακτική αυτή συμβάλλει στη δημιουργία αισθημάτων ξενοφοβίας, εχθρότητας, απέχθειας και μη ανοχής προς τους ξένους συλλήβδην.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Η Περιβαλλοντική Επικοινωνία αποτελεί ένα αναδύομενο πεδίο μελέτης και έρευνας το οποίο αρχίζει να αποκτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον εντός της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης διεθνώς. Το εν λόγω πεδίο συνδέει τις ανησυχίες της πολιτικής, της επιστήμης, της οικονομίας, του πολιτισμού, της εκπαίδευσης και του φυσικού κόσμου με την επικοινωνία αναμειγνύοντας τα όρια του τοπικού, περιφερειακού και παγκόσμιου χώρου. Άλλωστε, το Περιβάλλον αποτελεί σημαντικό θέμα της σύγχρονης πραγματικότητας. Θέματα όπως η κλιματική αλλαγή και η βιοποικιλότητα, η περιβαλλοντική αγωγή και εκπαίδευση, οι σχέσεις περιβάλλοντος και πολιτισμού, περιβάλλοντος και οικονομίας, καθώς επίσης και θέματα ευρωπαϊκής πολιτικής για το περιβάλλον είναι φλέγοντα ζητήματα. Οι βασικοί άξονες της Μελέτης του Περιβάλλοντος αφορούν: I) στο Ανθρωπογενές Περιβάλλον II) στο Φυσικό Περιβάλλον και III) στην αλληλεπίδραση ανθρώπου - περιβάλλοντος.

1.1 Οι σκοποί της διδασκαλίας της Μελέτης του Περιβάλλοντος

Ο γενικός σκοπός της Μελέτης του Περιβάλλοντος είναι η απόκτηση γνώσεων και η ανάπτυξη δεξιοτήτων, αξιών και στάσεων, που επιτρέπουν στο μαθητή να παρατηρεί, να περιγράφει, να ερμηνεύει και σε κάποιο βαθμό να προβλέπει τη λειτουργία, τους συσχετισμούς και τις αλληλεπιδράσεις του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος μέσα στο οποίο αναπτύσσεται η ανθρώπινη δραστηριότητα στο χώρο και το χρόνο, με τέτοιο τρόπο ώστε να οδηγείται στη συνειδητοποίηση των πλεονεκτημάτων και της ανάγκης για αειφόρο ανάπτυξη του πλανήτη (Βασιλοπούλου, 2001). Η διαδικασία αυτή αποσκοπεί στη δημιουργία μιας σφαιρικής αντίληψης για τη ζωή, που συνιστά κυρίως την ανάπτυξη γνωστικών διασυνδέσεων και αλληλεπιδράσεων μεταξύ διαφορετικών αντικείμενων, στις οποίες η έμφαση δίνεται στην αντιμετώπιση του μαθητή ως ερευνητή. Διαθεματικές έννοιες και εξειδικευμένες διεπιστημονικές έννοιες στη Μελέτη του Περιβάλλοντος θα δούμε στη συνέχεια. Κυρίαρχη διαθεματική έννοια του μαθήματος είναι η αλληλεπίδραση. Ακολουθούν και συνυπάρχουν οι έννοιες του συστήματος, της ομοιότητας - διαφοράς, της μεταβολής και του χώρου.

Η έννοια της αλληλεπίδρασης αλλά και έννοιες συναφείς (σχέσεις, αλληλεξάρτηση, συνεργασία, συλλογικότητα) αξιοποιούνται, ώστε οι μαθητές να κατανοήσουν τον τρόπο, τους «κανόνες», με τους οποίους τα στοιχεία του περιβάλλοντος συσχετίζονται και αποτελούν ομάδες. Εξίσου σημαντική είναι η έννοια του πολιτισμού, η οποία συνδέεται, όπως και στις προηγούμενες τάξεις, με τις έννοιες της επικοινωνίας, της μεταβολής στο χρόνο και στο χώρο, της ομοιότητας - διαφοράς και, σε ορισμένες περιπτώσεις, του ατόμου - συνόλου. Για παράδειγμα, όταν οι μαθητές, στα αντίστοιχα κεφάλαια, οικοδομούν την έννοια του πολιτισμού, χρησιμοποιούν την έννοια ομοιότητα - διαφορά με στόχο την αποδοχή του «άλλου» και του «διαφορετικού». Η έννοια του πολιτισμού προσφέρεται για τη διάχυση της διαθεματικότητας σε όλα σχεδόν τα μαθήματα της τάξης, σε ενότητες που συμβαδίζουν χρονικά. Ανάλογα με την ενότητα, περισσότερο ή λιγότερο δίνεται η δυνατότητα για την ανάδυση και άλλων διαθεματικών εννοιών, όπως συμβολισμός, ταξινόμηση, λειτουργία καθώς επίσης και εξειδικευμένων εννοιών των Φυσικών και των Κοινωνικών Επιστημών, όπως θερμότητα, αέρας, φως, γεωγραφικοί όροι, γεωμορφολογικός χάρτης, υπόμνημα, κοινότητα, εξουσία, πλειοψηφία, παράδοση, μνημείο. Διαθεματικές ή οριζόντιες δεξιότητες στη Μελέτη του Περιβάλλοντος είναι το μάθημα της Μελέτης του Περιβάλλοντος μέσα από κατάλληλες δραστηριότητες και δίνει τη δυνατότητα για ανάπτυξη των διαθεματικών δεξιοτήτων. Ιδιαίτερα δίνεται έμφαση στις παρακάτω:

1. Τη δεξιότητα της επικοινωνίας (ομιλία, ακρόαση, ανάγνωση, γραφή, επιχειρηματολογία, διάλογος κ.λπ.).
2. Τη δεξιότητα της συνεργασίας με άλλα άτομα σε ομαδικές εργασίες.
3. Τη δεξιότητα/ικανότητα της χρήσης ποικίλων πηγών και εργαλείων πληροφόρησης και επικοινωνίας.
4. Τη δεξιότητα/ικανότητα της κριτικής επεξεργασίας πληροφοριών, αξιών και παραδοχών.
5. Τη δεξιότητα/ικανότητα της δημιουργικής επινόησης, της «ευαίσθητης αντίληψης της τέχνης».
6. Τη δεξιότητα επίλυσης προβληματικών καταστάσεων.
7. Τη δεξιότητα λήψης αποφάσεων.
8. Δεξιότητες μεταγνώσης και αυτορρύθμισης (Ματσαγγούρας, 2003).

Οι διδακτικές προσεγγίσεις που συνάδουν με την ιδιαιτερότητα του μαθήματος είναι οι εποικοδομητικές, οι ανακαλυπτικές, οι βιωματικές, οι συλλογικές

και οι ολιστικές (ο μαθητής ως ερευνητής, ως δημιουργός νοημάτων). Οι διδακτικές προσεγγίσεις είναι ολιστικές όταν ξεκινούν από τις εμπειρίες των μαθητών και στοχεύουν στη σύλληψη της ευρύτερης εικόνας των θεμάτων που μελετούν. Όσο πιο ενταγμένη είναι η μάθηση σε αυθεντικά πλαίσια, δηλαδή σε πλαίσιο με παραδείγματα από τον καθημερινό βίο, τόσο πιο πλούσιες είναι οι θεματικές και γνωστικές συσχετίσεις. Όσο πιο προσωπική και ενεργή είναι η εμπλοκή των μαθητών, τόσο καλύτερες συνθήκες δημιουργούνται με στόχο τη σταδιακή οικειοποίηση της γνώσης και τη μεταφορά/εφαρμογή της σε νέες καταστάσεις.

Επικεντρώνοντας στο μαθητή, στα ενδιαφέροντά του, στις κλίσεις του και στις ικανότητές του οδηγούμαστε στη μαθητοκεντρική θεώρηση της εκπαίδευσης, εκφραστής της οποίας ήταν ο John Dewey. Την αρχή της μαθητοκεντρικής προσέγγισης προσπαθήσαμε να κάνουμε πράξη στο Βιβλίο του Μαθητή και στο Τετράδιο Εργασιών, εντάσσοντας δραστηριότητες που αξιοποιούν το οικείο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον των μαθητών, ενώ ταυτόχρονα λαμβάνουν υπόψη τους τα ενδιαφέροντα και τις ποικίλες κλίσεις τους. Επιδίωξή μας είναι οι μαθητές, λειτουργώντας ως ερευνητές, να μη διδάσκονται την επιστημονική μεθοδολογία ως προσχεδιασμένη μέθοδο, αλλά να ασκούνται στις επιστημονικές διαδικασίες (παρατήρηση, μέτρηση, ταξινόμηση, εξαγωγή συγκερασμάτων κ.ά.) και να αποκτούν δεξιότητες και μετά-δεξιότητες (συνεργατικές, διαλογικές) μέσα από δραστηριότητες που να έχουν νόημα και ενδιαφέρον για τους ίδιους (Κόκκοτας, 2004).

1.2 Αισθητική αγωγή

Τα προγράμματα αυτά δίνουν τη δυνατότητα στο παιδί να εκφραστεί προσωπικά, να μυηθεί στη συνεργασία και την επικοινωνία. Να φτάνει σε επίπεδο «δημιουργίας» εκεί που δεν αφομοιώνει μόνο, αλλά εκφράζεται, μιμείται και χαίρεται, γνωρίζει και μαθαίνει να επιλέγει, ξεναγείται στον κόσμο των τεχνών και συγκροτεί το δικό του κόσμο.

Αισθητική αγωγή είναι ο τομέας της εκμάθησης που είναι βασισμένος στο οπτικό τέχνη-σχέδιο, ζωγραφική, γλυπτό, και σχέδιο σε τέτοιες λεπτές τέχνες του κοσμήματος, αγγειοπλαστική, ύφανση και υφάσματα, κλπ... Ο όρος "αισθητική αγωγή" υπονοεί πολλά πράγματα, αλλά ορίζεται ως οδηγία και προγραμματισμός σε όλες τις τέχνες με πειθαρχία, που περιλαμβάνουν αλλά που δεν περιορίζονται στο χορό, μουσική, εικαστική τέχνη, θέατρο, δημιουργικό γράψιμο, τέχνες μέσων, ιστορία, κριτική, και αισθητική. Η "αισθητική αγωγή" καλύπτει όλες τις εικαστικές

και τέχνες εκτέλεσης που παραδίδονται σε πρότυπο-βασισμένη στη διαδοχική προσέγγιση από έναν καταρτισμένο εκπαιδευτικό ως τμήμα του προγράμματος σπουδών πυρήνων.

Οι μορφές αισθητικής αγωγής έχουν ποικίλει μέσω της ιστορίας, με απεικόνιση των κοινωνικών τιμών του πολιτισμού τους. Έτσι, ένα δέντρο έξω από το παράθυρο δε θα το βλέπουμε μόνο σαν ένα κοινό δέντρο, αλλά ως μία σύνθεση γραμμών, μία ποικιλία χρωμάτων, που γεννούν συναισθήματα και ιδέες στον κάθε θεατή.

1.3 Επιπτώσεις

Η καθημερινή προσκόλληση στο διαδίκτυο και την τηλεόραση προκαλεί σαφώς μεγάλη και ανεπανόρθωτη βλάβη ανάλογη του εθισμού. Η πνευματική τροφή συντηρεί και δραστηριοποιεί το «δέκτη» δηλαδή το συνειδητό και το υποσυνείδητο του ανθρώπου. Ό,τι βλέπουμε, ακούμε, αντιλαμβανόμαστε με τις αισθήσεις μας, καταγράφεται αναλύεται και αναπαράγεται ασυνείδητα πολλές φορές όταν αντιδρούμε σε ανύποπτο χρόνο σε κάποιο εξωτερικό ερέθισμα. Εξαιτίας αυτής της διεργασίας αισθανόμαστε κατά περίπτωση, ήρεμοι, επιθετικοί ή χαρούμενοι. Μέσω αυτής της διεργασίας ρυθμίζονται οι σχέσεις μας με τους φίλους τους γονείς και τους δασκάλους μας. Ένα παιδί στις ΗΠΑ παρακολουθεί 18.000 δολοφονίες από την τηλεόραση στη διάρκεια της σχολικής του ζωής. Το παιδί αυτό όταν μεγαλώσει είναι πιθανό να γίνει δολοφόνος γιατί η τηλεόραση συντηρεί και συντηρείται από την εγκληματικότητα, τη διαδίδει, την αναπαράγει και ίσως την κάνει και τρόπο ζωής για κάποιους ανθρώπους.

Σε μια κοινωνία που η κυριότερη απασχόληση των νέων είναι η τηλεόραση δεν μπορούμε να ελπίζουμε σε μια καλύτερη κοινωνία με λιγότερη εγκληματικότητα. Η τηλεόραση από κατάρα θα γίνει ευλογία όταν τα προγράμματα αποκτήσουν κυρίως παιδαγωγικό / επιμορφωτικό και ψυχαγωγικό χαρακτήρα.

1.4 Πνευματικός τομέας & Διάδοση πνευματικού πολιτισμού

Τα Μ.Μ.Ε. έχουν τη δυνατότητα προβολής και διάδοσης των τεχνών (λογοτεχνία, μουσική, θέατρο, κινηματογράφος κ.ά.), ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο τα αισθητικά και πνευματικά ερεθίσματα του κοινού.

Παράλληλα με τη διάδοση των έργων τέχνης κινείται και η παρουσίαση στο ευρύτερο κοινό των πνευματικών εκείνων έργων (φιλοσοφικών, κοινωνικών,

ιστορικών) που μπορούν να καλλιεργήσουν και να ενισχύσουν την κριτική σκέψη και αντίληψη του κοινού. Μέσα από εκλαϊκευτικά άρθρα και δοκίμια, οι πολίτες μπορούν να έρθουν σ' επαφή με επιστημονικά συγγράμματα και φιλοσοφικές πραγματείες, που σχετίζονται άμεσα με τη βελτίωση της κοινωνικής και πολιτικής πραγματικότητας. Με την άρτια, άλλωστε, παρουσίαση ιστορικών θεμάτων, οι πολίτες μπορούν να κατανοήσουν και να γνωρίσουν καλύτερα την πορεία διαμόρφωσης της σύγχρονης πολιτείας.

Τα Μ.Μ.Ε. μπορούν να μεταδώσουν σημαντικές γνώσεις απ' όλα τα επιστημονικά επίπεδα σ' ένα ευρύτατο μάλιστα κοινό, γεγονός που αναδεικνύει τον εξέχοντα ρόλο που δύνανται να διαδραματίσουν στην καταπολέμηση της άγνοιας, των προκαταλήψεων, του ρατσισμού και της εν γένει μονόπλευρης θέασης των πραγμάτων.

Τα Μ.Μ.Ε. επιτυγχάνουν, συνάμα, να προσφέρουν πλήθος πληροφοριών για τον πολιτισμό και τα πνευματικά επιτεύγματα άλλων εθνών, λειτουργώντας έτσι ως μέσο διεθνούς επικοινωνίας και γνωριμίας. Οι πολίτες αποκτούν, επομένως, την ευκαιρία να γνωρίσουν και να αποδεχτούν πολιτισμούς και εθνότητες που μέχρι πρότινος έμοιαζαν απρόσιτοι και επίφοβα ανοίκειοι.

Μέρος, βέβαια, της επωφελούς δράσης των Μ.Μ.Ε. είναι και η προβολή των στοιχείων του τοπικού πολιτισμού και της τοπικής παράδοσης, ώστε οι πολίτες να αποκτούν πρώτα μια βαθύτερη γνώση και εκτίμηση του εθνικού πνευματικού και πολιτιστικού τους πλούτου. Η ενίσχυση της εθνικής συνείδησης και αυτοεκτίμησης είναι σημαντική, ώστε οι πολίτες να μην αισθάνονται πως μειονεκτούν σε σχέση με άλλους πολιτισμούς που πιθανώς παρουσιάζουν μια ιδιαίτερη εξέλιξη και άνοδο.

Η επαφή με τα έργα τέχνης, η γνωριμία ξένων πολιτισμών και η εκλαϊκευτική προσέγγιση επιστημονικών και ιστορικών έργων, ενισχύουν αποτελεσματικά την κριτική σκέψη των πολιτών, θεμελιώνουν τη δεκτικότητά τους απέναντι στο νέο ή το διαφορετικό και συμβάλλουν αποφασιστικά στην αντιμετώπιση της μισαλλοδοξίας και της ξενοφοβίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΜΜΕ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ

Η πλειονότητα των πολιτών φαίνεται να είναι αρκετά ενημερωμένη για τα περιβαλλοντικά προβλήματα της χώρας, καθώς οι περισσότεροι πολίτες παρακολουθούν ή διαβάζουν άλλοτε εντατικά άλλοτε όχι, ειδήσεις για το περιβάλλον και θεωρούν την προβολή της κλιματικής αλλαγής από τα ΜΜΕ. Το τοπίο στην ενημέρωση είναι σήμερα πολύ ευδιάκριτο. Υπάρχει ένα κοινωνικό αίτημα για καλύτερη ενημέρωση, ανεξάρτητη από συμφέροντα και ιδιοτέλειες, πιο κοντά στην κοινωνία και τις αγωνίες της (Πλειός, 2013).

Η Περιβαλλοντική Επικοινωνία αποτελεί ένα αναδυόμενο πεδίο μελέτης και έρευνας το οποίο αρχίζει και αποκτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Συνδέει τις ανησυχίες της πολιτικής, της επιστήμης, της οικονομίας, του πολιτισμού, της εκπαίδευσης και του φυσικού κόσμου με την επικοινωνία αναμειγνύοντας τα όρια του τοπικού, περιφερειακού και παγκόσμιου χώρου. Άλλωστε, το Περιβάλλον αποτελεί σημαντικό θέμα της σύγχρονης πραγματικότητας και έναν από τους κύριους άξονες της διεθνούς πολιτικής. Συνδέεται με την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση με τις φυσικές, ανθρωπιστικές, τις κοινωνικές, τις οικονομικές επιστήμες μέσα από διαθεματικές διερευνητικές προσεγγίσεις. Η περιβαλλοντική εκπαίδευση βοηθά τους εκπαιδευόμενους να επιτύχουν την περιβαλλοντική μόρφωση, σημαντικές συνιστώσες της οποίας είναι (εκτός από τη γνώση) η στάση, η συμπεριφορά, η δράση και η συμμετοχή. Οι εμπλεκόμενοι στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης έχουν τη δυνατότητα να συμβάλουν ουσιαστικά στην προώθηση της υπεύθυνης περιβαλλοντικής συμπεριφοράς των πολιτών και στη διαμόρφωση θετικής στάσης προς το περιβάλλον (Τσαμπούκου-Σκαναβή, 2004).

Ο όρος κρίση αναφέρεται σε ένα απρόσμενο γεγονός το οποίο εκτρέπει από την κανονικότητα του έναν οργανισμό. Είναι κάθε γεγονός που δημιουργεί ένταση, προκαλεί την προσοχή των ΜΜΕ και έχει αρνητικά αποτελέσματα. Μπορεί να προκληθεί από μια σειρά ανθρώπινων διοικητικών και τεχνολογικών λαθών, από ελλείψεις στις υποδομές, στην ετοιμότητα ή στο οργανωτικό πλαίσιο ετοιμότητας. Τα βασικά χαρακτηριστικά είναι η έκπληξη, απειλή σημαντικών αξιών και ανάγκη για

γρήγορες αποφάσεις. Κρίσεις που δημιουργούν αλυσιδωτά δυσφορία, ανασφάλεια, αμφισβήτηση, φόβο, θυμό, εντάσεις, ακόμα και ακραίες αντιδράσεις άμυνας που οδηγούν σε αλληπάλληλες εκρήξεις (Σταμάτης, 2013).

Σε αυτό το πλαίσιο καλούνται πολίτες, φορείς, δεσμοί, υπηρεσίες, συστήματα, φυσικά ή νομικά πρόσωπα από το χώρο της επιστήμης, της πολιτικής κ.ά. να εφαρμόσουν τις πλέον ιδανικές λύσεις σε συνθήκες φρενίτιδας και πανικού, υλοποιώντας έκτακτες διαδικασίες λόγω έκτακτων συνθηκών (Σταμάτης, 2013).

Οι όροι κρίση επικοινωνίας ή κρίση δικτύων επικοινωνίας εμφανίζονται συχνά για να παράσχουν σχετική πληροφόρηση για την αντιμετώπιση των κρίσεων σε επίπεδο διαχείρισης επικοινωνίας με αξιοποίηση επικοινωνιακών στρατηγικών. Για να γίνει αυτό με επιτυχία θεωρείται αναγκαία η εξεύρεση κατάλληλα εκπαιδευμένου και εξειδικευμένου προσωπικού για την διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, στη διασφάλιση και αξιοποίηση πόρων που συναρτώνται με τη βιωσιμότητα και τη διοίκηση ολικής ποιότητας κάθε συστήματος. Επίσης η επιλογή προσώπων με ηγετικά και διοικητικά χαρακτηριστικά για το σχεδιασμό και την εκπόνηση επιχειρησιακών δράσεων καθοδηγώντας και συντονίζοντας με επικοινωνιακούς όρους τις ομάδες υλοποίησης και παραγωγής (Lehman, 2008).

6.1 Κατηγορίες κρίσεων

A. Γενεσιουργό αίτιο, τι ήταν αυτό που προκάλεσε την κρίση, από πού ξεκίνησε, ποιοι εμπλέκονται.

B. Ο τομέας που πλήττουν, πως είναι το περιβάλλον εκεί, αν υπάρχει υψηλού βαθμού επικινδυνότητα όπως εύφλεκτα, η ραδιενεργά υλικά, αν είναι δύσβατη η περιοχή και ο βαθμός δυσκολίας στα σωστικά συνεργεία.

Γ. Ένταση κρίσης, σε κλίμακα ρίχτερ αν πρόκειται για σεισμό, αν πρόκειται για τεχνο-ατύχημα. Τα τεχνο-ατυχήματα (tech-accidents) συμβαίνουν σε μεγάλους τεχνολογικούς οργανισμούς (π-χ ατυχήματα σε χημικά εργοστάσια, πυρηνικές εγκαταστάσεις, πλατφόρμες εξόρυξης πετρελαίου, πετροχημικά εργοστάσια, θαλάσσιες, οδικές και αεροπορικές μεταφορές, κ.α.). Τα τεχνο-ατυχήματα αντιπροσωπεύουν μια κατηγορία εξαιρετικά κρίσιμων γεγονότων με καταστροφικές συνέπειες όχι μόνο για τον άνθρωπο, αλλά και για το φυσικό περιβάλλον. Το

ιδιαίτερο χαρακτηριστικό τους είναι ότι δεν αποτελούν μεμονωμένες περιπτώσεις σε ξεχωριστές ακολουθίες, αλλά διαδοχικά σημεία μιας ευρύτερης ακολουθίας μεγάλης κλίμακας τεχνολογικών αστοχιών σε επίπεδο οργανισμών που συσχετίζονται μεταξύ τους και επιφέρουν ισχυρές αρνητικές επιδράσεις στο περιβάλλον.

Δ. Διάρκεια κρίσης, χρονική διάρκεια που διήρκεσε το συμβάν. Για παράδειγμα αν ήταν σεισμός λίγων λεπτών η ήταν μεγαλύτερης διάρκειας με σαφώς πιο καταστροφικά αποτελέσματα. Ή μια πυρκαγιά με ανέμους ισχυρούς η ασθενείς, κάτι που σαφώς ο χρόνος παίζει σημαντικό ρόλο.

6.2 Προσεγγίσεις στη διαχείριση

6.2.1 Ψυχολογική

Η κρίση δεν μπορεί να εξεταστεί χωριστά από την οπτική γωνία αυτού που τη βιώνει. Συναισθήματα φόβου, ανασφάλειας, πανικού, αγωνίας και θυμού. Όταν ένα άτομο βρίσκεται σε κρίση, βιώνει την κρίση (το ψυχοπιεστικό γεγονός) ως αδιέξοδο, πέραν των δυνατοτήτων του να το επιλύσει. Αισθάνεται ψυχολογική πίεση περιορισμένης ή παρατεταμένης διάρκειας κατά την οποία το άτομο έχει την αίσθηση της αδυναμίας ελέγχου της κατάστασης. Τα βήματα για την αντιμετώπιση μιας κρίσης είναι να διατηρούμε μια θετική διάθεση. Δεν το βάζουμε κάτω. Τα αρνητικά συναισθήματα μπλοκάρουν κάθε ελπίδα. Αντικαθιστούμε τις αρνητικές σκέψεις με θετικές. Παραμένουμε συγκρατημένα αισιόδοξοι. Διατηρούμε την αίσθηση του χιούμορ, που ευνοεί κάθε προσπάθεια για επιβίωση.

Δεν μένουμε απομονωμένοι. Μιλάμε ανοιχτά για ότι μας απασχολεί, ζητάμε βοήθεια..

Προσπαθούμε να είμαστε προσαρμοστικοί επινοώντας μηχανισμούς αντιμετώπισης. Πάντα υπάρχουν κρυφές δυνάμεις προσαρμογής. Εκμεταλλευόμαστε όλες τις θετικές εμπειρίες μας και αναδιοργανωνόμαστε.

Διατηρούμε μια συνεχή δραστηριότητα. Είμαστε απασχολημένοι με δράσεις που μας κατευθύνουν θετικά π.χ. εθελοντισμός, που προσφέρουν την αίσθηση της συμμετοχής και της συντροφικότητας. Αλλάζουμε την εσωστρέφεια με την προσφορά σε ατομικό αλλά και συλλογικό κοινωνικό επίπεδο.

Προσπαθούμε να διατηρηθούμε σε καλή φυσική κατάσταση. Κάνουμε κάποιες καθημερινές σωματικές ασκήσεις αναπνοής κ.λπ. Αποφεύγουμε την υπερκατανάλωση αλκοόλ, καπνού ή χαπιών. Κοιμόμαστε τουλάχιστον επτά ώρες κάθε βράδυ. Τρώμε ισορροπημένα πολλά λαχανικά και φρούτα ενώ πίνουμε αρκετό νερό.

Ψάχνουμε εναλλακτικές λύσεις στα πρακτικά προβλήματα έτσι ώστε να νιώθουμε ότι ελέγχουμε σε κάποιο βαθμό την κατάσταση.

Κάνουμε ενδοσκόπηση. Στρεφόμαστε προς τον εαυτό μας για να τον γνωρίσουμε καλύτερα αξιολογώντας τις ενέργειές μας, τα πιστεύω μας.

Θέτουμε συγκεκριμένους μικρούς στόχους. Δεν υποχωρούμε στην πρώτη δυσκολία. Η επιβίωση είναι μια συνεχής μάχη που κερδίζεται βήμα βήμα.

Ελέγχουμε τους φόβους μας. Ο πανικός είναι μια ακραία αντίδραση όταν είμαστε απροετοίμαστοι για το φόβο. Σε περιπτώσεις κρίσεων πανικού που αντιμετωπίστηκαν ικανοποιητικά, είμαστε καθημερινά προετοιμασμένοι για το ενδεχόμενο κρίσης. Ελπίζουμε το καλύτερο, αλλά περιμένουμε το χειρότερο.

Δίνουμε αγάπη, δείχνουμε αλληλεγγύη, δεχόμαστε τη συμπάθεια των άλλων. Δεν επιλέγουμε την απομόνωση αλλά απολαμβάνουμε τη συντροφιά φίλων και αγαπημένων συγγενών.

6.2.2 Κοινωνικοπολιτική

Οι κοινωνικοπολιτικές προσεγγίσεις αντιμετωπίζουν τους οργανισμούς ως τόπους (loci) όπου διεξάγονται διαμάχες μεταξύ ατόμων και κοινών που κατέχουν διαφορετικά επίπεδα εξουσίας. Μείζον ζήτημα η κατανομή εξουσίας στις αναλύσεις αλλά και πως αυτή επηρεάζει τη διαδικασία λήψης απόφασης κατά τη διάρκεια της κρίσης.

Τα συστήματα κοινωνικής πρόνοιας αποτελούν αναπόσπαστα τμήματα των «καθεστώτων ευημερίας» κάθε χώρας και ως εκ τούτου δεν μπορούν να εξεταστούν ανεξάρτητα από αυτά. Ο ρόλος και η σημασία τους εξαρτάται από την δομή, τα χαρακτηριστικά και την αποτελεσματικότητα της οικονομίας, των κρατικών πολιτικών, της αγοράς εργασίας, της οικογένειας και της κοινωνίας των πολιτών μέσα στο πλαίσιο κάθε συγκεκριμένης πολιτικής οικονομίας. Στο πλαίσιο αυτό λειτουργούν ως συστήματα «ύστατης καταφυγής», παρέχοντας προστασία στις περιπτώσεις που άτομα ή και κοινωνικές ομάδες δεν έχουν πρόσβαση σε άλλες

χρηματικές παροχές ή υπηρεσίες (κυρίως ασφαλιστικού τύπου) ή όταν οι παροχές που λαμβάνουν δεν τους επιτρέπουν μια αξιοπρεπή διαβίωση σύμφωνα με τις επικρατούσες αντιλήψεις της κοινωνίας που ζουν (Barberis, Sabatinelli, Bieri, 2010). Η αντιμετώπιση της κρίσης, οφείλει να περιλαμβάνει το κράτος πρόνοιας ως δύναμη εγκαθίδρυσης νέων όρων αναβάθμισης και αναπροσανατολισμού. Η ευελιξία κατά τη διάρκεια της κρίσης αλλά και μετά είναι αναγκαία και επιβεβλημένη. Η επανεξέταση και ο ανασχεδιασμός των κοινωνικών πολιτικών και προτεραιοτήτων είναι συνθήκη sine qua non (προϋπόθεση) για την πολιτική στην κρίση και μετά την κρίση.

6.3 Χαρτογράφηση μιας κρίσης

Η χαρτογράφηση μιας κρίσης περιλαμβάνει τα παρακάτω στάδια:

- Σχέδιο διαχείρισης κρίσης
- Λήψη αποφάσεων κατά τη διάρκεια της κρίσης
- Επικοινωνιακές στρατηγικές κατά την εξέλιξη της κρίσης και κατόπιν για την ανάκαμψη
- Οι σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των οργανισμών και των ΜΜΕ κατά τη διαχείριση της κρίσης είναι το πιο σημαντικό στοιχείο.
- Ο ρόλος της επικοινωνιακής στρατηγικής είναι καταλυτικός σε κάθε στάδιο της κρίσης

6.3.1 ΜΜΕ και επικοινωνιακή στρατηγική: Οι τεράστιες δυνατότητες που έχει δώσει η τεχνολογία στην επικοινωνία δίνουν στα μέσα τη δυνατότητα να μεταδώσουν την είδηση μέσα σε λίγα μόνο λεπτά από τη στιγμή που συμβαίνει. Αυτό αλλάζει βαθμιαία η αντίληψη για το χωροχρόνο. Σήμερα μια αρνητική ενέργεια είναι αδύνατο να κρυφτεί για περισσότερο από λίγες ώρες όπως μπορούσε να γίνει στο παρελθόν.

6.3.2 Διαχείριση εικόνας

Αποτελεσματική ηγεσία: Η πληροφορία που θα δοθεί από την ηγεσία θα πρέπει να είναι ξεκάθαρη και όσο πιο ακριβής γίνεται και ο διευθύνων σύμβουλος θα πρέπει να είναι προετοιμασμένος να επικοινωνήσει με το κοινό την εκδοχή της εταιρίας του για τα γεγονότα στο κοινό.

6.3.3 Τυπολογία στρατηγικών κατά COOMBS

Επίθεση στον κατηγορο: Ο διαχειριστής της κρίσης έρχεται σε αντιπαράθεση με την ομάδα ή το άτομο που ισχυρίζεται πως κάτι δεν πάει καλά στην οργάνωση.

Άρνηση: Ο διαχειριστής της κρίσης ισχυρίζεται πως δεν υπάρχει κρίση

Αποδιοπομπαίος τράγος: Ο διαχειριστής της κρίσης ισχυρίζεται πως κάποιο άτομο ή ομάδα εκτός οργανισμού ευθύνεται για την κρίση.

6.3.4 Τυπολογία στρατηγικών επικοινωνίας

Δικαιολογία: Ο διαχειριστής της κρίσης υποβαθμίζει την ευθύνη της οργάνωσης, αρνούμενος την πρόθεση βλάβης και ισχυρίζεται αδυναμία ελέγχου των γεγονότων που πυροδότησαν την κρίση.

Αιτιολόγηση: Ο διαχειριστής της κρίσης υποβαθμίζει την υπολογιζόμενη ζημιά που προέρχεται από την κρίση.

Υπενθύμιση: Ο διαχειριστής της κρίσης υπενθυμίζει στα ενδιαφερόμενα μέρη τον «πρότερο έντιμο βίο» της οργάνωσης.

Απόκτηση της εύνοιας: Ο διαχειριστής της κρίσης επαινεί τα ενδιαφερόμενα μέρη για τις πράξεις τους.

Αποζημίωση: Ο διαχειριστής της κρίσης προσφέρει χρήματα ή άλλα δώρα στα θύματα.

Απολογία: Ο διαχειριστής της κρίσης υποδεικνύει ότι η οργάνωση θα αναλάβει πλήρως την ευθύνη για την κρίση και ζητά συγνώμη από τα ενδιαφερόμενα μέρη.

6.3.5 Κριτήριο επιλογής στρατηγικής

Ο βαθμός ευθύνης που αναλογεί στον οργανισμό για το περιστατικό. Υπάρχει μεγάλη σχέση μεταξύ της απόδοσης ευθύνης και της απειλής στην εικόνα του οργανισμού.

6.3.6 Εκτίμηση της κρισιμότητας της κατάστασης σε 2 βήματα

Το πρώτο βήμα αφορά στον καθορισμό του είδους της κρίσης. Εάν π.χ. το γενεσιουργό αίτιο της κρίσης είναι ανθρωπογενές και σχετίζεται με σφάλμα το οποίο θα μπορούσε να αποφευχθεί, τότε το μερίδιο ευθύνης που αναλαμβάνει ο οργανισμός είναι μεγάλο. Σε αντίθεση με μια περίπτωση φυσικής καταστροφής, οπότε η ευθύνη του οργανισμού είναι οριακή.

Το δεύτερο βήμα αφορά στην εκτίμηση επιβαρυντικών παραγόντων που μπορεί να συνεπιδρούν, όπως επί παραδείγματι ένα ανάλογο περιστατικό στο παρελθόν.

6.7 Αναφορά σε συμβάν

6.7.1 Η περίπτωση SEA DIAMOND

Η εταιρεία: Louis Cruise Lines Ltd

- Ιδρύθηκε στη Λευκωσία στις 31 Δεκεμβρίου 1998 με σκοπό να αποκτήσει το 100% του μετοχικού κεφαλαίου των πλοιοκτητριών εταιρειών, καθώς και των υπολοίπων εταιρειών του Ομίλου ΛΟΥΗΣ που δραστηριοποιούνται στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού.
- Αγόρασε το κρουαζιερόπλοιο Sea Diamond στις αρχές του 2006.
- Στο πλοίο είχαν γίνει μετασκευές το 1999 και είχαν προστεθεί ένα επιπλέον κατάστρωμα, 62 νέες καμπίνες επιβατών, καθώς και ένα ακόμη σαλόνι και εστιατόριο στα καταστρώματα της πλώρης.
- Ευρέως γνωστός στην ελληνική κοινή γνώμη έγινε ο όμιλος για πρώτη φορά τον Οκτώβριο του 2006, όταν δύο μικρά παιδιά από την Αγγλία, ο 6χρονος Ρόμπερτ Στέφερντ και η 7χρονη αδελφή του Κριστίν έχασαν τη ζωή τους δηλητηριασμένα από μονοξείδιο του άνθρακα, εξαιτίας διαρροής του κλιματιστικού μηχανήματος, στο δωμάτιο του ξενοδοχείου του ομίλου στην Κέρκυρα, Louis Corcyra Beach.

Το περιστατικό

- Στις τρειςήμισι το μεσημέρι της 5ης Απριλίου 2007 το Sea Diamond που μετέφερε 1.163 επιβάτες και 391 μέλη πληρώματος, κατά τη διάρκεια ελιγμών για την πρόσδεσή του αρόδου σε τσαμαδούρα στα Φηρά της Θήρας, προσέκρουσε με τη δεξιά πλευρά του σε χαρτογραφημένο ύφαλο που αποτελεί τη φυσική συνέχεια της απότομης βραχώδους στεριάς.
- Το πλοίο πήρε αμέσως κλίση και από το μεγάλο ρήγμα στα ύφαλα άρχισαν να εισρέουν νερά στους χώρους κάτω από τα καταστρώματα 2 και 3, όπου βρισκόταν κάποιες από τις καμπίνες των επιβατών, οι οποίοι έντρομοι έτρεχαν στους διαδρόμους, ενώ το πλήρωμα συγκέντρωνε τον κόσμο στα πάνω καταστρώματα.
- Με εντολή του πλοιάρχου, οι επιβάτες άρχισαν να εγκαταλείπουν αρχικά το πλοίο από τις ανεμόσκαλες για να επιβιβαστούν σε παραπλέοντα πλοίαρια.
- Με τη βοήθεια του μικρού ρυμουλκού «Λέων», το πλοίο σταθεροποιήθηκε λίγη ώρα αργότερα, οπότε άνοιξε ο πλαϊνός καταπέλτης πάνω στον καταπέλτη του μικρού τοπικού φέρι μποτ «Θηρασιά» και αποβιβάστηκαν οι 500 επιβάτες.

Συνέπειες του ναυαγίου

- 2 αγνοούμενοι επιβάτες: ένας 45χρονος Γάλλος και η 16χρονη κόρη του
- Θαλάσσια ρύπανση

Επικοινωνιακή διαχείριση της κρίσης (1)

- Τις πρώτες κρίσιμες στιγμές, η εταιρεία δεν ήταν σε θέση να παραδώσει στο Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας τον ακριβή κατάλογο των επιβατών, γεγονός που δημιούργησε μεγάλη σύγχυση σχετικά με τον εντοπισμό των δύο γάλλων επιβατών.
- Τα ΜΜΕ μιλούσαν για ακαταλληλότητα του καπετάνιου, ενώ το Ινστιτούτο Θαλάσσιας και Περιβαλλοντικής Έρευνας «Αρχιπέλαγος» έκανε λόγο για την επειλούμενη περιβαλλοντική ρύπανση, θέτοντας επιτακτικά το θέμα της άμεσης απάντησης καυσίμων για λόγους προστασίας του περιβάλλοντος.

Επικοινωνιακή διαχείριση της κρίσης (2)

- Η εταιρεία μετά τη βύθιση δεν έχασε χρόνο και απευθύνθηκε γρήγορα προς τα μέσα διαβεβαιώνοντας ότι μετά από διασταύρωση στοιχείων των επιβατών, «πέραν των δύο δηλωθέντων αγνοουμένων οι υπόλοιποι επιβάτες και πλήρωμα είναι ασφαλείς» (www.in.gr).
- Η Louis Cruises επέμεινε στην αρχική δήλωση ότι δεν έφερε ευθύνη για το συμβάν, τονίζοντας διαρκώς και προς κάθε κατεύθυνση ότι είναι στη διάθεση οποιουδήποτε για οποιαδήποτε πληροφορία (www.naftemporiki.gr).

Επικοινωνιακή διαχείριση της κρίσης (3)

- Σε ότι αφορά στο πρόστιμο για τη θαλάσσια ρύπανση που της επεβλήθη αργότερα από το υπουργείο εμπορικής ναυτιλίας η Louis μέσω ανακοίνωσης απάντησε μεταξύ άλλων ότι «η ρύπανση αντιμετωπίστηκε από την πρώτη στιγμή με ιδιαίτερα αποτελεσματικό και επιτυχή τρόπο, χάρη στον οποίο περιορίστηκε ευθύς εξαρχής σε ιδιαίτερα μικρή έκταση.
- Τα λίγα σημεία της ξηράς που είχαν αρχικά ρυπανθεί έχουν καθαριστεί πλήρως, ακόμα και από ρύπους που προϋπήρχαν του ναυαγίου».
- Ταυτόχρονα έστειλε εξώδικο προς τη Μ.Κ.Ο. «Αρχιπέλαγος» να σταματήσει τα δυσμενή για την εταιρεία σχόλια.

Επικοινωνιακή διαχείριση της κρίσης (4)

- Σχετικά με το θέμα των αποζημιώσεων, τις οποίες η εταιρεία αρνήθηκε να καταβάλλει, ερωτηθείς ο νομικός της σύμβουλος απάντησε αναφερόμενος σε άλλο παρόμοιο ατύχημα στις ΗΠΑ, «όπου και πάλι οφείλεται σε λανθασμένη χαρτογράφηση, τις αποζημιώσεις κατέβαλε τελικά το αμερικανικό κράτος και

ανακλήθηκαν όλα τα πρόστιμα για την ρύπανση του ποταμού όπου έγινε το ατύχημα».

6.7.2 Συμπεράσματα αναφορικά με το συμβάν

- Το ζήτημα, λοιπόν, για έναν οργανισμό είναι αφενός μεν να λάβει τα κατάλληλα μέτρα περιορισμού των δυσμενών συνεπειών του φαινομένου και αποτροπής ανάλογου περιστατικού στο μέλλον και αφετέρου να κάνει αποτελεσματική χρήση των επικοινωνιακών στρατηγικών, ώστε να καταφέρει να περάσει τα μηνύματά του στο κοινό.
- Ταχύτατη αντίδραση ή/και
- ανάληψη της ευθύνης από τον οργανισμό και
- η ξεκάθαρη επιλογή της επικοινωνιακής στρατηγικής με βάση την οποία θα κινηθεί ο οργανισμός.
- Η καθυστέρηση στην εφαρμογή του επικοινωνιακού σχεδιασμού ήταν αυτή που στην περίπτωση της MFD λειτούργησε εις βάρος του οργανισμού, ενώ στην περίπτωση του Sea Diamond τα πράγματα θα ήταν πολύ χειρότερα αν ο αριθμός των θυμάτων ήταν μεγαλύτερος.

Sinking of the Sea Diamond <https://www.flickr.com/photos/robwallace/449414616/> By Robert Wallace, (CC BY-NC-ND 2.0) via Flickr

Sea Diamond - Against Rocks https://commons.wikimedia.org/wiki/File%3ASea_Diamond_-_Against_Rocks.jpg Wikiphilip at the English language Wikipedia [GFDL (<http://www.gnu.org/copyleft/fdl.html>) or CC-BY-SA-3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>)], via Wikimedia Commons from Wikimedia Commons

Sea diamond life rafts2 https://commons.wikimedia.org/wiki/File%3ASea_diamond_life_rafts2.jpg [GFDL (<http://www.gnu.org/copyleft/fdl.html>), CC-BY-SA-3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>) or CC BY 2.5 (<http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/>)], via Wikimedia Commons from Wikimedia Commons 6. <https://pixabay.com/en/ship-capsized-listing-turned-over-79360/> From tpsdave via pixabay

Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Παναγιώτου Νικόλαος - Θεοδοσιάδου Σοφία. «Επικοινωνία, Διαχείριση και Επίλυση Κρίσεων. Επικοινωνιακή διαχείριση οργανωσιακής κρίσης: η περίπτωση των ναυαγίων Samina Express και Sea Diamond».

Έκδοση: 1.0. Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:

http://opencourses.auth.gr/eclass_courses

6.8 Στρατηγικές χειραγώγησης κοινής γνώμης

ΑΠΟΣΠΑΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΟΧΗΣ

Η στρατηγική της απόσπασης είναι το θεμελιώδες στοιχείο του κοινωνικού ελέγχου, της προσοχής που έγκειται στην εκτροπή της προσοχής του κοινού από τα σημαντικά προβλήματα και τις αποφασισμένες από τις οικονομικές και πολιτικές ελίτ, μέσω της τεχνικής του κατακλυσμού συνεχόμενων αντιπερισπασμών και ασήμαντων πληροφοριών. Είναι επίσης απαραίτητη για να μην επιτρέψει στο κοινό να ενδιαφερθεί για απαραίτητες γνώσεις στους τομείς της επιστήμης, της οικονομίας, της ψυχολογίας, της νευροβιολογίας και της κυβερνητικής. Όπως χαρακτηριστικά έλεγε ο Νόαμ Τσόμσκι, *«διατηρήστε την προσοχή του κοινού αποσπασμένη, μακριά από τα αληθινά κοινωνικά προβλήματα, αιχμάλωτη θεμάτων που δεν έχουν καμία σημασία. Διατηρήστε το κοινό απασχολημένο, τόσο πολύ ώστε να μην έχει καθόλου χρόνο για να σκεφτεί – πίσω στο αγρόκτημα, όπως τα υπόλοιπα ζώα».*

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΛΥΣΕΩΝ

Αυτή η μέθοδος καλείται «πρόβλημα - αντίδραση - λύση». Δημιουργείται ένα πρόβλημα, μια προβλεφθείσα «κατάσταση» για να υπάρξει μια κάποια αντίδραση από τον κόσμο, με σκοπό αυτός ο ίδιος να ορίσει τα μέτρα που η εξουσία θέλει να τον κάνει να δεχτεί. Για παράδειγμα, αφήνεται να ξεδιπλωθεί και να ενταθεί η αστική βία ή οργανώνονται αιματηρές επιθέσεις που αποσκοπούν στο να απαιτήσει ο κόσμος νόμους ασφαλείας και πολιτικές εις βάρος της ελευθερίας. Δημιουργία πλασματικών καταστάσεων για να ζητήσει ο ίδιος ο κόσμος κάτι που φυσιολογικά δεν θα δεχόταν. Ή ακόμα, δημιουργούν μία οικονομική κρίση ώστε να γίνει αποδεκτή ως αναγκαίο κακό η υποχώρηση των κοινωνικών δικαιωμάτων και η διάλυση των δημόσιων υπηρεσιών.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΣΤΑΔΙΑΚΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Για να γίνουν αποδεκτά τα διάφορα απαράδεκτα μέτρα, αρκεί η σταδιακή εφαρμογή τους, λίγο λίγο, επί συναπτά έτη. Κατά αυτόν τον τρόπο επιβλήθηκαν τις δεκαετίες του '80 και '90 οι δραστικά νέες κοινωνικοοικονομικές συνθήκες

(νεοφιλελευθερισμός), ανύπαρκτο κράτος, ιδιωτικοποιήσεις, ανασφάλεια, ελαστικότητα, μαζική ανεργία, μισθοί που δεν εξασφαλίζουν ένα αξιοπρεπές εισόδημα, τόσες αλλαγές που θα είχαν προκαλέσει επανάσταση αν είχαν εφαρμοστεί μονομιάς. Το σύνδρομο του βατράχου στο ζεστό νερό.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΑΝΑΒΟΛΗΣ

Ένας άλλος τρόπος για να γίνει αποδεκτή μια αντιλαϊκή απόφαση είναι να την παρουσιάσουν ως «επώδυνη και αναγκαία», εξασφαλίζοντας τη συγκατάβαση του λαού τη δεδομένη χρονική στιγμή και εφαρμόζοντάς την στο μέλλον. Είναι πιο εύκολο να γίνει αποδεκτή μια μελλοντική θυσία απ' ότι μία άμεση. Κατά πρώτον επειδή η προσπάθεια δεν καταβάλλεται άμεσα και κατά δεύτερον επειδή το κοινό, η μάζα, πάντα έχει την τάση να ελπίζει αφελώς ότι «τα πράγματα θα φτιάξουν στο μέλλον» και ότι οι απαιτούμενες θυσίες θα αποφευχθούν. Αυτό δίνει περισσότερο χρόνο στο κοινό να συνηθίσει στην ιδέα των αλλαγών και να τις αποδεχτεί με παραίτηση όταν φτάσει το πλήρωμα του χρόνου.

ΑΠΕΥΘΥΝΣΗ ΛΟΓΟΥ ΣΤΟ ΚΟΙΝΟ ΣΑΝ ΑΥΤΟ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΣΤΗΝ ΠΑΙΔΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ

Η πλειονότητα των διαφημίσεων που απευθύνονται στο ευρύ κοινό χρησιμοποιούν λόγο, επιχειρήματα, προσωπικότητες και τόνο της φωνής, όλα ιδιαίτερα παιδικά, πολλές φορές στα όρια της αδυναμίας, σαν ο θεατής να ήταν μικρό παιδάκι ή διανοητικά υστερημένος. Όσο περισσότερο θέλουν να εξαπατήσουν το θεατή τόσο πιο πολύ υιοθετούν έναν παιδικό τόνο. «Αν κάποιος απευθύνεται σε ένα άτομο σαν αυτό να ήταν 12 χρονών ή και μικρότερο, αυτό λόγω της υποβολής είναι πολύ πιθανό να τείνει σε μια απάντηση ή αντίδραση απογυμνωμένη από κάθε κριτική σκέψη, όπως αυτή ενός μικρού παιδιού».

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΟΣ ΠΑΡΑ ΤΗΣ ΛΟΓΙΚΗΣ

Η χρήση του συναισθήματος είναι μια κλασική τεχνική προκειμένου να επιτευχθεί βραχυκύκλωμα στη λογική ανάλυση και στην κριτική σκέψη των ατόμων. Από την άλλη, η χρήση των συναισθημάτων ανοίγει την πόρτα για την πρόσβαση στο

ασυνείδητο και την εμφύτευση ιδεών, επιθυμιών, φόβων, καταναγκασμών ή την προτροπή για ορισμένες συμπεριφορές.

Η ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΝΟΙΑ ΚΑΙ ΣΤΗ ΜΕΤΡΙΟΤΗΤΑ

Κάνουν το κοινό να είναι ανήμπορο να κατανοήσει τις μεθόδους και τις τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για τον έλεγχο και την υποδούλωση του. «Η ποιότητα της εκπαίδευσης που δίνεται στις κατώτερες κοινωνικές τάξεις πρέπει να είναι η φτωχότερη και μετριότερη δυνατή, έτσι ώστε το χάσμα της άγνοιας μεταξύ των κατώτερων και των ανώτερων κοινωνικών τάξεων να είναι και να παραμένει αδύνατον να γεφυρωθεί».

ΕΝΘΑΡΡΥΝΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΜΕ ΤΗ ΜΕΤΡΙΟΤΗΤΑ

Προωθούν στο κοινό την ιδέα ότι είναι της μόδας να είσαι ηλίθιος, χυδαίος και αμόρφωτος. Συχνό φαινόμενο εκπομπές – τηλεπαιχνίδια που προσβάλουν την αισθητική. «Το κτήνος στην αναίδειαν τον άνθρωπον δεν φθάνει» (Γ. Σουρής).

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΥΤΟΕΝΟΧΗΣ

Κάντε τα άτομα να πιστέψουν ότι αυτά και μόνον αυτά είναι ένοχα για την κακοτυχία τους, εξαιτίας της ανεπάρκειας της νοημοσύνης τους, των ικανοτήτων ή των προσπαθειών τους. Έτσι, τα άτομα, αντί να εξεγείρονται ενάντια στο οικονομικό σύστημα, υποτιμούν τους εαυτούς τους και νιώθουν ενοχές, κάτι που δημιουργεί μια γενικευμένη κατάσταση κατάθλιψης, της οποίας απόρροια είναι η αναστολή της δράσης. Και χωρίς δράση, δεν υπάρχει επανάσταση.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η τεχνολογική εξέλιξη έδωσε στα μέσα μαζικής ενημέρωσης μια τεράστια δύναμη, που συνδυασμένη και με τα πολύπλοκα πολιτικοοικονομικά και κοινωνικά συμφέροντα, μπορεί να παίζει καταλυτικό ρόλο στην πορεία της ανθρωπότητας. Αυτή η πορεία εξαρτάται τόσο από την καλή ή κακή χρήση τους από τους λειτουργούς τους, όσο και από το πνευματικό επίπεδο των λαών - αποδεκτών των μηνυμάτων. Είναι ένα κρίσιμο σημείο, που θα πρέπει να το εξετάσουν με ψυχραιμία και ευθύνη κυρίως οι λειτουργοί των μέσων μαζικής επικοινωνίας, ώστε ο ρόλος τους να αποβεί ωφέλιμος και εποικοδομητικός για την κλυδωνιζόμενη σύγχρονη κοινωνία. Σήμερα η κατανάλωση των ειδήσεων δεν έχει να κάνει μόνο με το τι διαβάζουμε, βλέπουμε και ακούμε αλλά με το κατά πόσο ερευνούμε και συμμετέχουμε. Καθοριστική είναι η συμμετοχή των πολιτών για τη διαμόρφωση ενός ορθού ενημερωτικού τοπίου.

Το όραμα αναγνωστών να μην καταναλώνουν παθητικά τις ειδήσεις αλλά να συμμετέχουν ενεργά σε ένα ορθολογικό διάλογο αναζωπυρώθηκε με την έλευση του διαδικτύου. Η κοινωνία των παραγωγών/καταναλωτών (prosumers: producers/consumers) ενεργοποίησε την συζήτηση γύρω από τις δυνατότητες του διαδικτύου να αποτελέσει μια χειραφετησιακή και παγκοσμιοποιημένη δημόσια σφαίρα. Από έρευνες στην Αμερική γνωρίζουμε ότι η άνοδος του ερασιτέχνη ιστογράφου ενεργοποίησε πολλές δράσεις συμμετοχικού τύπου που βοήθησαν σε κινητοποιήσεις πάνω σε ζητήματα όπως η κλιματική αλλαγή, η πάλη για την ισότητα καθώς και ενάντια στις διακρίσεις στην βάση του φύλου και της εθνότητας.

Παράλληλα, όμως, συντελείται μια αντεπανάσταση καθώς η διάσπαση των ακροατηρίων ευνοεί την χειραγώγηση του κοινού. Σύμφωνα με τον Martin Gurri στο βιβλίο του *Revolt of the Public*, η τεράστια ανάπτυξη της διαθέσιμης πληροφορίας έχει εκμηδενίσει το κύρος των ελίτ στην κυβέρνηση και στα ΜΜΕ. Στη θέση μιας έγκυρης αφήγησης έχουμε σήμερα διαφορετικές κοινότητες με τα δικά τους γεγονότα και πραγματικότητες. Το θέμα βέβαια είναι ότι πολλές από αυτές τις αφηγήσεις είναι τελείως λανθασμένες όπως στην περίπτωση των οροθετικών γυναικών οι οποίες ψευδώς παρουσιάστηκαν καν ως ιερόδουλες από την πλειοψηφία του γραπτού Τύπου, της δημόσιας τηλεόρασης και των ιδιωτικών καναλιών.

Ολοκληρώνοντας την παρούσα εργασία, θα λέγαμε συμπερασματικά ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης διατελούν συγκεκριμένους ρόλους και λειτουργίες. Η δύναμη των μέσων είναι βέβαιη, όπως και η χρησιμότητά τους ως μέσο επικοινωνίας και ενημέρωσης. Η σωστή λειτουργία τους δεν αποτελεί εύκολη υπόθεση καθώς από τη μία συνδέονται με το πολιτικό σύστημα ως πομπός ενημέρωσης των εξελίξεων και από την άλλη αποτελούν επιχειρήσεις, που όπως κάθε επιχείρηση, επιθυμεί να είναι κερδοφόρα. Το ερώτημα είναι πώς θα μπορούσε κανείς να αντισταθεί στον έλεγχο της σκέψης από τα ΜΜΕ. Προφανώς λύση δεν αποτελεί να καταργηθούν και να επιστρέψουμε σε παλαιότερες εποχές. Ίσως η αντιμετώπιση του φόβου της απόρριψης όταν εκφράζονται απόψεις διαφορετικές από την τεχνητά διαμορφωμένη «κοινή γνώμη» να αποτελεί ένα μέρος αυτής. Η απάντηση ίσως βρίσκεται τις διαδικασίες αλλαγής στάσεων των ατόμων, κατά τις οποίες ακολουθούνται ποικίλοι τρόποι και μεθοδολογίες: Μεθοδολογίες μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων ευαισθητοποίησης, διαδικασίες επικοινωνίας μέσω των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, ενημέρωση μέσω των κοινωνικών δικτύων, έντυπα, διαφημιστικές στρατηγικές, προσωπική επικοινωνία και συμβουλευτική, σχετική επιχειρηματολογία. Η έμφαση στην αλλαγή των στάσεων και ο σχεδιασμός των σχετικών μηνυμάτων εστιάζονται στην αλλαγή των σχετικών με βάση τη θεωρία «πιστεύω». Όπως λέει και ο Καρτέσιος *«η ορθοφροσύνη είναι ίσα μοιρασμένη σε όλους, άλλοι όμως τη χρησιμοποιούν καλά και άλλοι άσκημα»* (Ντεκάρτ, 1976).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βασιλοπούλου, Μ., *Ο χάρτης εννοιών ως εργαλείο μάθησης*. Αθήνα, 2001
- Ζαούσης, Α. & Στράτος Κ., (1993). *Η αθέατη όψη μιας κρίσιμης πορείας. ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ 1974-1992*.
- Καρακόστας, Ι. (2012). *Το Δίκαιο των ΜΜΕ*. Αθήνα: ΙΑΝΟΣ.
- Τσαμπούκου-Σκαναβή, Κ. (2004). *Περιβάλλον και Επικοινωνία*. Καλειδοσκόπιο.
- Κόκκοτας, Π. Β. (2004). *Διδακτική των Φυσικών Επιστημών*. Αθήνα: Γρηγόρης.
- Λεοντίδου, Λ., Αφουξενίδης, Α. Κουρλιούρος, Η., Μαρμαράς, Μ., Φράγκου, Μ. (2004). *Πρόλογος στην ελληνική έκδοση του Clogg*.
- Λεοντίδου, Λ. (2005). *Αγεωγράφητος Χώρα*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Ματσαγγούρας Η. Γ., (2003). *Η Διαθεματικότητα στη Σχολική Γνώση*. Αθήνα: Γρηγόρης.
- Στάμκος, Γ. (2000). *Απαγορευμένη Τεχνολογία*. Αθήνα: Αρχέτυπο.
- Σεραφετινίδου, Μ. (2003). *Κοινωνιολογία των μέσων μαζικής επικοινωνίας*. Βιβλιοθήκη Κοινωνικής Επιστήμης & Κοινωνικής Πολιτικής. Αθήνα: Gutenberg.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2011). *Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (1993). *Απελευθερώνοντας την Τηλεόραση*, Αθήνα: Καστανιώτης.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2002). *Η Ευρώπη των Επικοινωνιών. Οι πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το Επικοινωνιακό Πεδίο*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Σταμάτης, Π. Ι. (2013). *Επικοινωνία στην εκπαίδευση*. Αθήνα: Διάδραση
- Σταμάτης, Π. Ι. (2012). *Επικοινωνία στην εκπαιδευτική και διοικητική διαδικασία*. Αθήνα: Διάδραση.
- Πλειός, Γ. (2003). *Η κρίση και τα ΜΜΕ*. Αθήνα: Παπαζήσης.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Balter, L. & Tamis-Lemonda, C. S. (ed. 2006). *Child Psychology. A handbook of contemporary issues*. 2nd ed. USA : Psychology Press.
- Barberis, E., Sabatinelli, S. Bieri, A. (2010), "Social Assistance Policy Models in Europe: A Comparative Perspective". In Y. Kazepov (Ed.) *Rescaling Social Policies: Towards Multilevel Governance in Europe*, Ashgate

- Mitchell, J.C. 1969. *The concept and use of social networks*. Στο Mitchell, J.C. (επιμ.)
- Lehman, H.B. (2008). *Επιχειρησιακές επικοινωνίες*. Αθήνα: Έλλην.
- Granovetter, M.1992. *Economic action and social structure: the of embeddedness*. In Granovetter at al. (eds): 53-81
- Granovetter, M & Swedberg, R. (επιμ.) 1992. *The sociology of economic life*. Westview Press, Oxford.
- Bott, E. 1971 (Β΄ έκδοση). *Family and social network*. London: Tavistock
- Castells,M. 1996. *The rise of the network society*. Blackwell, Oxford.
- Ellul, J. (1973). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*.
- Lippmann, W. (1992). *Public Opinion, Transaction Publishers, New edition* MacMillan.
- McQuail, D. (1969). *Towards a Sociology of Mass Communication*, London Collier – Macmillan.
- Thompson J.B. (1990). *Ideology and Modern Culture* p. 265. Cambridge: Polity
- S.F. Duhe, L.M. Zoch: “ *Framing the media agenda's during a crisis*” *Public Opinion Quarterly*, 3 (4) (1994/1995)
- Fearn-Banks, K. (2002). *Crisis Communication: A casebook approach*. NJ: Lawrence Erlbaum Mahwah,

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

<https://el.wikipedia.org>

Η Πραγματική Ιστορία των Μ.Μ.Ε. | Αντιδογματισμός on:

[http://www.antidogma.gr/2008/11/history-of-mass-](http://www.antidogma.gr/2008/11/history-of-mass-media/?utm_source=INK&utm_medium=copy&utm_campaign=share&)

[media/?utm_source=INK&utm_medium=copy&utm_campaign=share&](http://www.antidogma.gr/2008/11/history-of-mass-media/?utm_source=INK&utm_medium=copy&utm_campaign=share&)

- <http://tvxs.gr/webtv/%CE%BD%CF%84%CE%BF%CE%BA%CE%B9%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%AD%CF%81/%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CE%BA%CE%B5%CF%85%CE%AE-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%AF%CE%BD%CE%B5%CF%83%CE%B7%CF%82-%CE%BF-%CE%BD%CF%8C%CE%B1%CE%BC-%CF%84%CF%83%CF%8C%CE%BC%CF%83%CE%BA%CE%B9-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%B1-%CE%BC%CE%BC%CE%B5-1992> "Η ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΗΣ ΣΥΝΑΙΝΕΣΗΣ: Ο ΝΟΑΜ ΤΣΟΜΣΚΥ ΚΑΙ ΤΑ ΜΙΝΤΙΑ"

[[1]] International Organization for Migration (IOM), *Key Migration Terms: Irregular Migration*. Πρόσβαση: <http://www.iom.int/cms/en/sites/iom/home/about-migration/key-migration-terms-1.html#Irregular-migration>

[[2]] Platform for International Cooperation on Undocumented Migrants (PICUM), *Reporting Guidelines*. Πρόσβαση: <http://picum.org/en/press-room/guidelines-for-journalists/>

[[3]] Platform for International Cooperation on Undocumented Migrants (PICUM), *Why Undocumented or Irregular?* Πρόσβαση: http://picum.org/picum.org/uploads/file_/TerminologyLeaflet_reprint_FINAL.pdf

Platform for International Cooperation on Undocumented Migrants (PICUM – June 2014), *Undocumented, Not Illegal: New Campaign Advocates for Accurate Terminology in All EU Languages*. Πρόσβαση: <http://picum.org/en/news/picum-news/44372/>

[[4]] Associated Press (October 2012), *Reviewing the Use of "Illegal Immigrant"*. Πρόσβαση: <http://www.ap.org/Content/Press-Release/2012/Reviewing-the-use-of-illegal-immigrant>

Associated Press (February 2013 – April 2013), *"Illegal Immigrant" No More*. Πρόσβαση: <http://blog.ap.org/2013/04/02/illegal-immigrant-no-more/>

[[5]] Dissent (October 2012), *Who Gets to Define Immigrants as "Illegal"?* Πρόσβαση: <http://www.dissentmagazine.org/blog/who-gets-to-define-immigrants-as-illegal>

Guardian (August 2014), *Open Door: The readers' editor on... whether we should use the term 'illegal immigrant'. A person can't be illegal – but is there a concise alternative to describe someone who is in a country unlawfully?* Πρόσβαση: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/aug/24/open-door-should-we-use-term-illegal-immigrant>

[[6]] Επιτροπή Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας (Απρίλιος 1997 – Ιούλιος 1998), *Η Επιτροπή*. Πρόσβαση: http://www.cmcc.org.cy/about_us_gr.html

[[7]] Επιτροπή Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας (Απρίλιος 1997 – Ιούλιος 1998), *Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας*. Πρόσβαση: http://www.cmcc.org.cy/code_practice2_gr.html#general

[[8]] Επιτροπή Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας (Απρίλιος 1997 – Ιούλιος 1998), *Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας*. Πρόσβαση: http://www.cmcc.org.cy/code_practice2_gr.html#special

[[9]] Επιτροπή Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας (Απρίλιος 1997 – Ιούλιος 1998), *Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας: Ερμηνευτικές και Καθοδηγητικές Γραμμές σχετικά με τον χειρισμό θεμάτων που αφορούν μετανάστες/ριες, αιτητές/ριες ασύλου, πρόσφυγες και θύματα εμπορίας ανθρώπων*.