

3ο ΕΠΙΧ. Λ. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΖΩΝΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Α΄ ΤΑΞΗ

## “ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ”



ΙΩΑΝΝΙΝΑ 2017

## ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

### Έννοια

Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης είναι τα μέσα διακινήσεως ιδεών και πληροφόρησης σε ευρύτατο κοινό. Ειδικότερα, πρόκειται για τα έντυπα, ραδιοτηλεοπτικά και ηλεκτρονικά μέσα που αξιοποιούνται για τη μετάδοση πληροφοριών με σκοπό την ενημέρωση του κοινού.

Στα μέσα μαζικής ενημέρωσης συγκαταλέγονται οι εφημερίδες, τα περιοδικά, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, το διαδίκτυο κ.ά.

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης χαρακτηρίζονται και ως μέσα μαζικής επικοινωνίας, αφενός για να δηλωθεί πως η παροχή ενημέρωσης δεν είναι η μόνη λειτουργία τους κι αφετέρου για να τονιστεί η αμφίδρομη διάσταση της επικοινωνίας που ενισχύεται όλο και περισσότερο χάρη στις δυνατότητες αλληλεπίδρασης που παρέχουν οι τεχνολογικές δυνατότητες των σύγχρονων μέσων, όπως είναι το διαδίκτυο.

. Τα ΜΜΕ χωρίζονται σε:

- *Ασύγχρονα μέσα*, όπως είναι ο τύπος και το Διαδίκτυο, καθώς η πληροφορία τους μεταδίδεται σε διαφορετικές χρονικές στιγμές για κάθε διακριτό χρήστη.
- *Σύγχρονα μέσα*, όπως είναι το ραδιόφωνο και η τηλεόραση καθώς όλοι οι χρήστες λαμβάνουν την πληροφορία συγχρόνως.

### Ιστορική αναδρομή

Ο όρος κοινωνικά δίκτυα είναι στη μόδα τα τελευταία χρόνια, ωστόσο η εμφάνισή τους έγινε πολλά χρόνια πριν. Στην ουσία πρόκειται για μια φυσική εξέλιξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας

Ως μέσα μαζικής επικοινωνίας ορίζονται τα μέσα για την επικοινωνία και την προμήθεια πληροφοριών σε ένα ευρύ κοινό σε έντυπη, ακουστική ή οπτική μορφή.

Τέτοια μέσα αποτελούν η εφημερίδα, η τηλεόραση, το ραδιόφωνο αλλά ακόμα και οι ταχυδρομικές υπηρεσίες που συναντάμε στην Περσία το 550 π.Χ.

Από την άλλη το ίδιο το internet αποτέλεσε κοινωνικό δίκτυο από μόνο του αφού ένωσε ανθρώπους από όλες τις άκρες της γης.

Η διαφορά στα παραδοσιακά μέσα μαζικής επικοινωνίας είναι ότι αποτελούν πομπούς πληροφόρησης, οι οποίοι όμως δημιουργούν κανάλια επικοινωνίας μίας κατεύθυνσης, μη παρέχοντας την δυνατότητα στους χρήστες να μοιραστούν τις απόψεις τους.

Με την έλευση του Web 2.0 όμως υπεισήλθε το στοιχείο της διαδραστικότητας και της αλληλεπίδρασης στα μέσα επικοινωνίας επιτρέποντας έτσι την ενεργή συμμετοχή των χρηστών. Στη συνέχεια παρουσιάζονται κάποιοι από τους σημαντικότερους σταθμούς στην εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Τα κοινωνικά δίκτυα βασίστηκαν στην ιδέα μεμονωμένων ηλεκτρονικών υπολογιστών που συνδέονται ηλεκτρονικά. Κατά τις αρχικές αυτές προσπάθειες δημιουργήθηκαν τα USENET, APRANET, LISTSER και υπηρεσίες bulletin).

## Εφημερίδα (ιστορική εξέλιξη)



Εφημερίδα είναι νέα τοπικά ή από όλο τον κόσμο, πολιτικά, κοινωνικά και ψυχαγωγικά τα οποία αποτυπώνονται σε φύλλα χαρτιού. Ορισμός της Βικιπαίδειας αναφέρει πως «Ως εφημερίδα χαρακτηρίζεται οποιαδήποτε έντυπη περιοδική έκδοση της οποίας η περιεχομένη ύλη αφορά κατά πλειονότητα ειδησεογραφία τρεχόντων γεγονότων της περιόδου στην οποία εκδίδεται» Οι εφημερίδες μπορούν να διακριθούν ανάλογα με τις πληροφορίες

που παρέχουν, οπότε έχουμε εφημερίδες γενικού ενδιαφέροντος που συνήθως είναι οι καθημερινές εφημερίδες. Επίσης, έχουμε οικονομικές εφημερίδες που μπορεί να εκδίδονται ανεξάρτητες ή να αποτελούν ένθετο σε κάποια εφημερίδα γενικού ενδιαφέροντος. Τέλος, υπάρχουν και εφημερίδες κοινωνικές που έχουν κοινωνικά σχόλια και πολλές από αυτές απαρτίζουν τον λεγόμενο Κίτρινο Τύπο. Μία εφημερίδα περιλαμβάνει άρθρα, μόνιμες στήλες, απόψεις, θέματα της καθημερινότητας αλλά και φωτογραφίες, εικόνες, σκίτσα. Στην πρώτη σελίδα μπαίνουν άρθρα για τα πιο σημαντικά νέα της ημέρας. Στις επόμενες σελίδες, η διάκριση γίνεται πάλι με βάση τη θεματολογία και πόσο επίκαιρα ή σημαντικά είναι τα θέματα αυτά. Έτσι συνήθως στις πρώτες σελίδες των εφημερίδων αναλύονται πολιτικά θέματα και οικονομικά ενώ στη συνέχεια ίσως ακολουθούν πολιτιστικά και κοινωνικά θέματα και τέλος αθλητικά. Επίσης, διάσπαρτα στις σελίδες υπάρχουν διαφημίσεις ώστε να καλύπτεται το κόστος έκδοσης της εφημερίδας.



Αρχικά, είχαμε την εντύπωση πως η πρώτη εφημερίδα στον κόσμο δημιουργήθηκε στην Αρχαία Ελλάδα μιας και ξέρουμε πως οι αρχαίοι Έλληνες είχαν ανεπτυγμένο επίπεδο γνώσεων σε θέματα γραφής. Έπειτα, σκεφτήκαμε πως ίσως και οι Αρχαίοι Αιγύπτιοι να είναι οι πρώτοι στην δημιουργία εφημερίδας αφού είχαν ένα πολύ χρήσιμο υλικό για την αποτύπωση γραφής, τον πάπυρο. Έπειτα από έρευνα στο Διαδίκτυο (Wikipedia.org), διαπιστώσαμε πως

πρώτη εφημερίδα έχει καταγραφεί η κινεζική «Τι Πάο» που εκδόθηκε στην Κίνα το 500 μ.Χ. χειρόγραφα ως το 920 και έντυπη στη συνέχεια. Η πιο παλιά καταγεγραμμένη εφημερίδα στην Ευρώπη εκδόθηκε το 1600 μ.Χ. στη Βενετία και συνδέεται με την ευημερία και τον πλούτο της Βενετίας χάρη στην ανάπτυξη του εμπορίου αλλά και με την Αναγέννηση που ενθάρρυνε την αποτύπωση και την μετάδοση ιδεών. Συμπερασματικά, καταλαβαίνουμε πως η αρχή έκδοσης μιας εφημερίδας συνδέεται με ευημερία και τη βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου μιας κοινωνίας.

Η πρώτη επίσημη Ελληνική εφημερίδα χαρακτηρίζεται η “Σάλπιγξ Ελληνική” η οποία εκδόθηκε την 1η Αυγούστου του 1821 στην Καλαμάτα ταυτόχρονα με την έκρηξη της επανάστασης. Οι εφημερίδες του αγώνα επιτελούσαν τότε εξαιρετικό και

σημαντικό έργο προσπαθώντας να ενημερώσουν για την επικαιρότητα των πολεμικών εξελίξεων και γενικότερα για πολιτικά και κοινωνικά θέματα. Στα επόμενα χρόνια ακολουθεί η Χρυσή Εποχή της εφημερίδας, εκδόθηκαν πολλοί νέοι τίτλοι εφημερίδων σε ολόκληρη την Ευρώπη αλλά και στα ελληνικά εδάφη κι' έτσι η πρώτη δεκαετία του 20ου αιώνα θεωρήθηκε η καλύτερη εποχή των φυλλάδων. Κατά τη διάρκεια του Α' Παγκόσμιου πολέμου εκδόθηκαν γύρω στις 15 εφημερίδες στην Αθήνα μερικές εκ των οποίων και η "Ελευθεροτυπία", ο "Ελεύθερος τύπος", η "Καθημερινή", και η "Δημοκρατία", οι περισσότερες συνεχίζουν να τυπώνουν μέχρι και σήμερα.

### **Ραδιόφωνο ( ιστορική εξέλιξη)**

Από το 1906, όπου και μεταδόθηκε για πρώτη φορά μέσω ραδιοκυμάτων φωνή και μουσική, το ραδιόφωνο έχει συμβάλει καθοριστικά στη διαμόρφωση της κοινωνίας, της οικονομίας και του ανθρώπινου πολιτισμού. Η ανάγκη των ανθρώπων για επικοινωνία ήταν αυτή που ουσιαστικά «γέννησε» το ραδιόφωνο, ένα μέσο επικοινωνίας που εμφανίστηκε πολύ πιο πριν από την τηλεόραση και το διαδίκτυο. Ένας από τους πρωτοπόρους των ραδιοκυμάτων, είναι ο Γερμανός φυσικός Χάινριχ Ρ. Χερτς, ο οποίος επιβεβαίωσε την ηλεκτρομαγνητική θεωρία του Μάξγουελ και κατά τη διάρκεια πειραμάτων (από το 1886 έως το 1889) παρήγαγε και μελέτησε ηλεκτρομαγνητικά κύματα (γνωστά επίσης ως ερτζιανά κύματα, ή ραδιοκύματα). Μερικά χρόνια αργότερα και συγκεκριμένα το 1893, ο Νίκολα Τέσλα απέδειξε -μέσα από μια σειρά από διαλέξεις- πως ήταν εφικτή μια ραδιομετάδοση (εκπομπή και λήψη σημάτων μέσω ηλεκτρικών ταλαντώσεων). Το 1896, ο Ιταλός εφευρέτης Γκουλιέλμο Μαρκόνι ήταν ο πρώτος που πραγματοποίησε στην Αγγλία επίδειξη ραδιοφωνικής επικοινωνίας, καταφέροντας να στείλει ασύρματο σήμα σε απόσταση 2km, ενώ το 1901 απέδειξε ότι μπορούσαν να σταλούν ραδιοφωνικά μηνύματα επάνω από τον Ατλαντικό σε μια απόσταση περίπου 3km.



**Στην Ελλάδα**, ήδη από το 1923 άρχισε μια προσπάθεια εγκατάστασης ραδιοφωνικού πομπού και ύστερα από αρκετά χρόνια πειραματισμών, ο πρώτος ραδιοφωνικός σταθμός εξέπεμψε στη Θεσσαλονίκη την 25η Μαρτίου του 1928 με ιδιωτική

πρωτοβουλία από το ραδιοηλεκτρολόγο Χρίστο Τσιγγιρίδη. Ο σταθμός λειτούργησε για 20 χρόνια, μεταδίδοντας τακτικά εκπομπές. Ο πρώτος εθνικός ραδιοφωνικός σταθμός ιδρύθηκε και λειτούργησε στην Αθήνα, αφού στις 25 Μαρτίου του 1938 εγκαινιάστηκε από τον τότε βασιλιά Γεώργιο Β΄, ενώ το 1945 ιδρύθηκε το Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας (Ε.Ι.Ρ.) που ανέλαβε την ευθύνη λειτουργίας του σταθμού. Αμέσως μετά την απελευθέρωση άρχισαν να ιδρύονται κι άλλοι σταθμοί σε διάφορες πόλεις της χώρας που υπάγονταν στη δικαιοδοσία του Ε.Ι.Ρ., καθώς και πολλοί στρατιωτικοί σταθμοί υπό τη δικαιοδοσία των ενόπλων δυνάμεων.

### Τηλεόραση ( ιστορική εξέλιξη)

Τηλεόραση είναι η συσκευή που προβάλλει εικόνες και ήχους σε μακρινές αποστάσεις με τη βοήθεια ηλεκτρομαγνητικών κυμάτων.

Οι πρώτες επιτυχείς τηλεοπτικές μεταδόσεις έγιναν από τον Τζών Λότζι Μπαίρντ μεταξύ 1928 και 1935 στη Μ. Βρετανία, χρησιμοποιώντας τους πομπούς μεσαίων κυμάτων του BBC.

Στο σύστημα αυτό οι εικόνες αποτελούνταν μόνο από 30 γραμμές και δεν μπορούσαν να αναπαραχθούν οι μικρές λεπτομέρειες.

Το 1940, τη χρονιά που ξέσπασε ο δεύτερος παγκόσμιος πόλεμος, οι τακτικές τηλεοπτικές εκπομπές διακόπηκαν.

Μετά τον πόλεμο ξαναρχίζουν οι μεταδόσεις, αλλά ήταν λιγότερες σε αριθμό.

Το 1946 δώδεκα εμπορικοί τηλεοπτικοί σταθμοί λειτουργούσαν στις ΗΠΑ και οι πωλήσεις τηλεοπτικών συσκευών ανέβηκαν κατακόρυφα.

Μετά ακολουθεί η έγχρωμη τηλεόραση. Στούντιο έγχρωμης τηλεόρασης. Τα φώτα και οι οθόνες που κρέμονται από το ταβάνι αφήνουν περισσότερο χώρο ελεύθερο για να κινηθεί το συνεργείο.

Στις 23 Φεβρουαρίου 1966 ξεκινάει και **στην Ελλάδα** η τηλεοπτική περιπέτεια, ασπρόμαυρη στην αρχή και με μικρή εμβέλεια. Οι τηλεοράσεις δε, που υπήρχαν στην Αθήνα δεν ήταν πάνω από 1000.



## Διαδίκτυο ( Ιστορική εξέλιξη)

Το διαδίκτυο αναπτύχθηκε και εξελίχθηκε με ταχύτατους ρυθμούς μέσα σε λίγα χρόνια κατέχοντας κυρίαρχη θέση στην καθημερινότητα εκατομμυρίων ανθρώπων σε όλο τον κόσμο. Είναι λοιπόν, αξιοσημείωτο να παραταχθεί μια ιστορική αναδρομή του διαδικτύου. Το διαδίκτυο όπως το γνωρίζουμε σήμερα αποτελεί την εξέλιξη ενός πειραματικού δικτύου από τις ΗΠΑ κατά τη διάρκεια του ψυχρού πολέμου, που ονομάζεται Arpanet.

Το 1957 κατά τη διάρκεια του «ψυχρού πολέμου» η Σοβιετική ένωση έβαλε σε τροχιά τον πρώτο μη επανδρωμένο δορυφόρο Στην Αμερική προκλήθηκε ο φόβος πως δεν θα μπορούσαν να προστατευτούν από μια πιθανή πυρηνική επίθεση των Σοβιετικών και έτσι η κυβέρνηση αποφάσισε να δημιουργήσει την υπηρεσία ARPA (Advanced Research Projects Agency) με στόχο η συγκεκριμένη υπηρεσία να δημιουργήσει ένα είδος τεχνολογίας που να είχε την δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί για στρατιωτικούς σκοπούς. Έτσι λοιπόν, η συγκεκριμένη υπηρεσία δημιούργησε ένα δίκτυο επικοινωνιών (το ARPAnet) που σε περίπτωση πυρηνικού πολέμου δεν θα κατέρρεε, αλλά θα εξακολουθούσε να λειτουργεί ακόμα κι όταν θα ήταν άχρηστο το μεγαλύτερο μέρος των τηλεπικοινωνιών.

## Δεκαετία '90: ένα παγκόσμιο δίκτυο για όλους

Όλο και περισσότερες χώρες συνδέονται στο NSFNET, μεταξύ των οποίων και η **Ελλάδα** το 1990.

Το 1993, το εργαστήριο CERN στην Ελβετία παρουσιάζει το World Wide Web (Παγκόσμιο Ιστό) που αναπτύχθηκε από τον Tim Berners-Lee. Πρόκειται για ένα σύστημα διασύνδεσης πληροφοριών σε μορφή πολυμέσων (multimedia) που βρίσκονται αποθηκευμένες σε χιλιάδες υπολογιστές του Internet σε ολόκληρο τον κόσμο και παρουσίασής τους σε ηλεκτρονικές σελίδες, στις οποίες μπορεί να περιηγηθεί κανείς χρησιμοποιώντας το ποντίκι. Το γραφικό αυτό περιβάλλον έκανε την εξερεύνηση του Internet προσιτή στον απλό χρήστη.



## Οφέλη και επιπτώσεις των ΜΜΕ

Η μεγάλη ανάπτυξη της τεχνολογίας τελειοποίησε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Είναι γεγονός πλέον ότι μπήκαμε σε νέα φάση της ζωής και της λειτουργίας των ΜΜΕ στον τόπο μας. Τεράστιες οι προοπτικές οπωσδήποτε όμως και μεγάλοι οι κίνδυνοι, αν δεν υπάρξουν δραστικές αντιμετώπισεις και αντίστοιχες ρυθμίσεις. Στις μέρες μας χρησιμοποιούνται τα τελειότερα μέσα, ώστε τα ΜΜΕ να επιφέρουν όλο και περισσότερο θετικές επιδράσεις στην κοινωνία. Έτσι, διερευνώντας το θέμα, θα δούμε πως οι θετικές επιδράσεις είναι πολλές χωρίς όμως να λείπουν και οι αρνητικές συνέπειες τους.

Αρχικά αναπτύσσουν το πολιτικό κριτήριο του λαού όμως μπορούν και να ασκήσουν ένα είδος χειραγώγησης περνώντας απόψεις που πολλές φορές παραποιούν την αλήθεια δημιουργώντας έλλειψη αντικειμενικότητας. Ακόμα, πληροφορούν τους πολίτες για τις κοινωνικές και πολιτικές αλλαγές διευκολύνοντας τη λειτουργία του κράτους ευνοώντας πολλές φορές την πολυφωνία και το διάλογο. Ενισχύουν την εθνική συνείδηση και συμβάλλουν τη διατήρηση της παράδοσης, ενημερώνοντας επίσης τους πολίτες για τους νόμους και γνωστοποιούν τις θέσεις των κομμάτων. Τέλος, ψυχαγωγούν και διευρύνουν τον ορίζοντα των θεατών καταλήγοντας όμως σε αρκετές περιπτώσεις να τους αδρανοποιούν και να τους ελέγχουν επηρεάζοντας τους παραπάνω απ' όσο θα έπρεπε. Εντούτοις με τις διαφημίσεις προβάλλουν τα αγαθά και συντελούν στην κατανάλωση τους. Δημοσιεύουν στατιστικές, προκηρύξεις διαγωνισμών. Στο σημείο αυτό αξίζει να τονίσουμε ότι προωθούν τον τουρισμό, συμβάλλουν στο συντονισμό και στην αναζωογόνηση των οικονομικών δραστηριοτήτων με αποτέλεσμα την οικονομική ανάπτυξη. Εκτός από αυτά, ευαισθητοποιούν την κοινή γνώμη πάνω σε φλέγοντα σύγχρονα προβλήματα, όπως είναι το πρόβλημα της ειρήνης, του αφοπλισμού, η μόλυνση του περιβάλλοντος και η εξαθλίωση των φτωχών χωρών.

Ιδιαίτερα σημαντικό θεωρείται ότι φέρνουν σε επαφή τους λαούς και έτσι το άτομο γνωρίζει τα ήθη, έθιμα και τον πολιτισμό των άλλων λαών. Δεν πρέπει ωστόσο να αγνοήσουμε ότι προβάλλουν τις αρετές σπουδαιών προσωπικοτήτων. Συγκινούν τα ανθρωπιστικά αισθήματα των ανθρώπων, τους προτρέπουν σε έργα αγάπης και ανθρωπισμού. Και τέλος ψυχαγωγούν, μορφώνουν, εκλαϊκεύουν τις επιστημονικές γνώσεις και τις κάνουν προσιτές στους πολλούς. Επίσης μετριάζουν τον αναλφαβητισμό, συμβάλλουν στην ομοιομορφία της γλώσσας, διερευνούν τα ενδιαφέροντα των ανθρώπων και γενικότερα προωθούν τον πολιτισμό.

Οι θετικές επιδράσεις των μέσων μαζικής ενημέρωσης ασκούνται, όταν γίνεται με σεβασμό προς το κοινό, με τιμιότητα, χωρίς υπερβολές και ανήθικους υπαινιγμούς. Όπως όμως η σελήνη έχει μια φωτεινή και μια σκοτεινή πλευρά, έτσι και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν πολλές σκοτεινές πτυχές.

Πράγματι, όταν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης δεσμεύονται από πολιτικές ή άλλες σκοπιμότητες, παρέχουν μονόπλευρη ενημέρωση, εξυπηρετούν την προπαγάνδα ορισμένων κοινωνικών τάξεων, υποβάλλουν ιδέες στο λαό και έτσι τον παρασύρουν σε πολλά λάθη.

Ας σημειώσουμε ακόμη ότι οδηγούνται στον κιτρινισμό του τύπου όπως είναι η σκανδαλοθηρία, η χυδαιολογία, η ρυπαρογραφία, η λασπολογία, η πορνογραφία και η

διασάλευση της ηθικής βάσης της κοινωνίας. Επιπλέον καλλιεργείται ο φανατισμός και η εμπάθεια ανάμεσα στο λαό.

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης συχνά υποδαυλίζουν τα λαϊκά πάθη, αναμοχλεύουν το παρελθόν και διχάζουν το λαό, με αποτέλεσμα τη χαλάρωση της εθνικής συνείδησης. Ιδιαίτερα σημαντικό θεωρείται ότι αποπροσανατολίζουν την κοινή γνώμη, διαστρεβλώνουν την αλήθεια, και διαβρώνουν την πολιτική συνείδηση των πολιτών.

Ωστόσο με την πληθώρα των διαφημίσεων καλλιεργούν τον καταναλωτισμό και τροφοδοτούν την ξενομανία. Πολύ σημαντική επίδραση είναι η ηρωοποίηση εγκληματιών και δημοσίευση σχετικών κειμένων και ρεπορτάζ που διαβρώνουν την ηθική συνείδηση ιδιαίτερα των νέων. Επίσης τυποποιεί τη ζωή με την προβολή διαφόρων τρόπων ομιλίας και γενικότερης συμπεριφοράς.

Τέλος δεν πρέπει να αγνοήσουμε το γεγονός ότι η τηλεόραση ειδικότερα, αποξενώνει τις οικογενειακές σχέσεις, στερεί το διάλογο και την επικοινωνία των μελών της οικογένειας. Παρεμποδίζει σοβαρά μερικές φορές την ομαλή λειτουργία της, επίσης αποχαιρώνει και μετατρέπει τους τηλεθεατές σε παθητικούς δέκτες.

Οι προϋποθέσεις για τη σωστή λειτουργία των μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι να υπάρχει δημοκρατικό πολίτευμα. Αυτό θα οδηγήσει στην ελευθερία έκφρασης και στην ελευθεροτυπία. Βέβαια απαιτείται και έλεγχος των παρεκτροπών τους από τις αρχές της δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Ακόμη επιβάλλεται τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να βρίσκονται έξω από τις διαμάχες των κομμάτων.

Επίσης πρέπει να υπάρχει υπευθυνότητα των λειτουργών του τύπου ως προς τη σωστή μόρφωση, τη μετριοπάθεια, τη σύνεση, την ηθική συνείδηση, τη φιλαλήθεια, την ειλικρίνεια, το θάρρος, την αντικειμενικότητα και τον σεβασμό προς το κοινό. Επιπλέον να υπάρχουν οικονομικές διευκολύνσεις της πολιτείας στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, για να μην ελέγχονται από διάφορους που τα εξαρτούν με χρηματοδοτήσεις. Ωστόσο για την καλύτερη λειτουργία τους απαιτείται η δυσπιστία του κοινού προς κάθε εντυπωσιακή είδηση, κριτικός έλεγχος και προσπάθεια για διασταύρωση των πηγών ενημέρωσης και επαλήθευση των πηγών. Και τέλος να υπάρχει μια αξιοκρατική επιλογή των λειτουργών του τύπου και ο έλεγχος της προσφοράς του. Πραγματικά είναι τρομακτική η δύναμη των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Λειτουργούν όμως εποικοδομητικά για την προαγωγή του κοινωνικού συνόλου, μόνο όταν οι άνθρωποι που τα ελέγχουν συνειδητοποιούν την τεράστια ευθύνη τους και μέσα από αυτά υπηρετούν την ελευθερία, τον ανθρωπισμό και τον πολιτισμό





## ΜΜΕ 4<sup>η</sup> ΕΞΟΥΣΙΑ

Ο όρος **Τέταρτη εξουσία** αναφέρεται στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ). Αρχικά αναφερόταν στον Τύπο, καθώς ήταν το μόνο μέσο, αλλά στη συνέχεια με την ανάπτυξη και των υπολοίπων (π.χ. Ραδιόφωνο, internet, τηλεόραση), χαρακτηρίζει τα ΜΜΕ γενικότερα.

Ο τίτλος της Τέταρτης εξουσίας δίνεται με βάση τις τρεις (προηγούμενες) εξουσίες :

- νομοθετική.
- εκτελεστική.
- δικαστική.

και με τη λογική ότι όλες τους υπάρχουν για τον ίδιο σκοπό, την εξυπηρέτηση του δημοσίου συμφέροντος.

Οι βασικές μορφές εξουσίας που απαρτίζουν το πολιτειακό σύστημα της χώρας μας είναι τρεις: η νομοθετική, η εκτελεστική και η δικαστική. Ως τέταρτη και συνοδευτική εξουσία (όχι με την έννοια αυτή καθεαυτή) ακολουθεί ο Τύπος, κύριος εκφραστής της ελευθερίας του λόγου, της ελεύθερης ενημέρωσης και του δημοσίου διαλόγου, όπως επιτάσσει το σύγχρονο δημοκρατικό μας πολίτευμα.

Αρχικά ως «Τύπος» χαρακτηριζόταν μόνον το κομμάτι της έντυπης επικοινωνίας. Στις μέρες μας «Τύπος» έχει επικρατήσει να αποκαλείται το σύνολο των μέσων ενημέρωσης ενός τόπου, ανεξαρτήτως μορφής. Η τηλεόραση, η πλέον αναγκαία οικιακή συσκευή, μέσω της αμεσότητάς της έχει κατορθώσει να αποτελεί το κυρίαρχο μέσο επικοινωνίας, παρά την συνεχώς αναπτυσσόμενη τεχνολογία και την παρουσία του διαδικτύου. Με την ανάπτυξη της τηλεόρασης σε διεθνές επίπεδο, ειδικά προς τα τέλη του περασμένου αιώνα, και την εμφάνιση των ιδιωτικών καναλιών, ο πολίτης ενός δημοκρατικού καθεστώτος σταμάτησε να νιώθει τόσο αμέτοχος. Η ιδιωτική τηλεόραση προσέδωσε την έννοια της εντονότερης συμμετοχής στα καθημερινά πράγματα και το δημόσιο διάλογο, προσφέροντας περισσότερα προγράμματα, ποιοτικά και μη, περισσότερες πολιτικές, αθλητικές και κοινωνικού χαρακτήρα εκπομπές και talkshow, αποφεύγοντας, σε αρχικό τουλάχιστον στάδιο, τις εξαρτήσεις από «τρίτους» και την υιοθέτηση μεροληπτικών συμπεριφορών- πράγμα που συνέβαινε και συμβαίνει κατά κόρον στις εκάστοτε κρατικές ραδιοτηλεοράσεις, που ακολουθούν τη γραμμή των κυβερνήσεων που τις ελέγχουν, άλλοτε διακριτικά κι άλλοτε εμφανέστατα. Η ψευδαίσθηση της πιο ενεργούς συμμετοχής του πολίτη/τηλεθεατή στην καθημερινή ροή των γεγονότων, δεν άργησε να εμφανισθεί και στην Ελλάδα του '90, με την απελευθέρωση των ερτζιανών κυμάτων, την δημιουργία των ιδιωτικών τηλεοπτικών καναλιών και την απογείωση του ρόλου της διαφήμισης για τα κανάλια αυτά, ως κύριας πηγής εσόδων προκειμένου για την επιβίωση και την περαιτέρω ανάπτυξή τους.

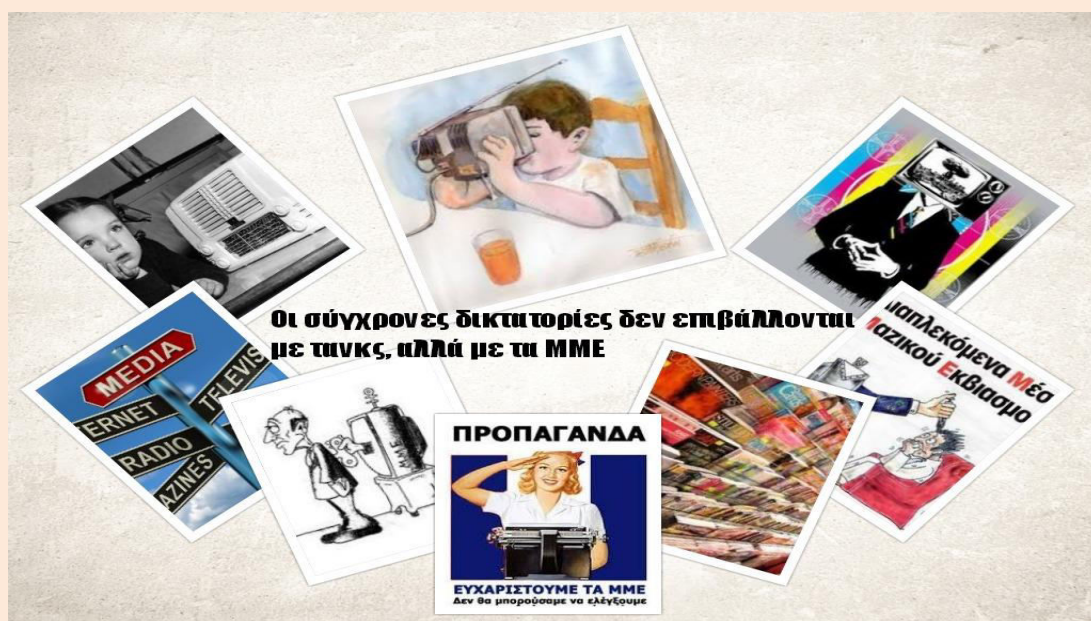
Έκτοτε, οι «ελεύθεροι» πολίτες της δημοκρατικής αυτής χώρας δεν έχουν πάψει μέσω των τηλεοπτικών τους δεκτών να παρακολουθούν/«καταναλώνουν» πρόσωπα διάσημα και άγνωστα, γεγονότα τοπικά και υπερεθνικά, σημαντικά και λιγότερα σημαντικά ή ασήμαντα, ψυχαγωγικά προγράμματα αξιόλογα και λιγότερο αξιόλογα, reality show, ταινίες πραγματικά έργα τέχνης και άλλες απλώς «δολοφόνους της ώρας», πληροφορίες ποικίλες και πάνω απ' όλα πολλή, πολλή, πολλή διαφήμιση. Και επειδή ο δημόσιος διάλογος μάλλον πουλάει, ειδικά σε δύσκολες εποχές, δεν άργησε να εμπορευματοποιηθεί.

## ΜΜΕ και πόλεμος

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν υποχρέωση να ενημερώνουν το κοινό, λειτουργώντας αυτόνομα και χωρίς να εξυπηρετούν διάφορα συμφέροντα. Τι συμβαίνει, όμως, με το ρόλο τους αυτό κατά τη διάρκεια ενός πολέμου;

Σε μία μεγάλη κρίση, λοιπόν, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης μετατρέπονται συνήθως σε όργανα προπαγάνδας, χαρακτηριστικό των κρατών με ολοκληρωτικά καθεστώτα. Παρόλα αυτά, στις μέρες μας ακόμη και οι δημοκρατικές κυβερνήσεις χρησιμοποιούν την προπαγάνδα με τη μορφή 'δημόσιας πληροφόρησης'. Προσανατολίζουν δηλαδή την κοινή γνώμη ώστε να προωθήσουν ή να δυσφημίσουν ένα σκοπό ή ένα κίνημα. Ιδιαίτερα σε περιόδους εθνικής κρίσης, τα μέσα μπορεί να δεχτούν τη λογοκρισία του στρατού και της πολιτικής ηγεσίας για το «καλό» της εθνικής ασφάλειας. Επιπλέον οφείλουν να αντανakλούν τη γενικότερη άποψη της λαϊκής πλειοψηφίας. Με λίγα λόγια, τα μέσα δεν είναι δυνατό να μείνουν αδέκαστα μπροστά στον κίνδυνο ενός πολέμου. Έτσι, πολλές φορές θάβονται συμβάντα και εικόνες, οι οποίες είναι πιθανό να ξεσηκώσουν θύελλα αντιδράσεων από την κοινή γνώμη. Αντίθετα, υπερθεματίζονται οι βίαιες επιθέσεις από το αντίπαλο κράτος και οι άσχημες καταστάσεις που βιώνουν οι ίδιοι οι πολίτες.

Από όλα τα παραπάνω, αλλά και ανατρέχοντας σε σύγχρονα παραδείγματα πολέμου, συνειδητοποιούμε, λοιπόν, ότι το πρώτο θύμα σε τέτοιες περιπτώσεις είναι η αλήθεια. Και την αλήθεια οφείλουμε όλοι μας να υπερασπιστούμε με κάθε δυνατό τρόπο.



### Προϋποθέσεις για τη σωστή λειτουργία των μέσων μαζικής ενημέρωσης

- Βασική προϋπόθεση για την ορθή λειτουργία των Μ.Μ.Ε. είναι το δίχως άλλο η ύπαρξη και απρόσκοπτη λειτουργία των δημοκρατικών θεσμών, προκειμένου η παρεχόμενη ενημέρωση να παραμένει αδέσμευτη από έξωθεν επιβεβλημένη λογοκρισία. Ωστόσο, εξίσου σημαντικό είναι να διασφαλίζεται κι η ανεξαρτησία των μέσων μαζικής ενημέρωσης από κάθε είδους συμφέροντα (πολιτικά, οικονομικά ή

άλλα), ώστε να υπηρετούν το όφελος των πολιτών και όχι το συμφέρον εξωγενών παραγόντων.

- Με δεδομένη την ιδιαίτερη επιρροή που ασκούν τα Μ.Μ.Ε. στους πολίτες θα πρέπει να υπάρξει θεσμοθέτηση κατάλληλων οργάνων για τη διασφάλιση της ανεξάρτητης λειτουργίας τους. Έτσι, ώστε κάθε παρέκκλιση από τις αρχές της αντικειμενικότητας και της δημοσιογραφικής δεοντολογίας να ελέγχεται διεξοδικά προκειμένου να διαπιστώνεται η τυχόν ύπαρξη παραγόντων πίεσης ή εμπορικής συναλλαγής ή άλλου είδους συμφωνίας με τους ιδιοκτήτες των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

- Το ανθρώπινο δυναμικό των μέσων μαζικής ενημέρωσης, όπως και οι ιδιοκτήτες αυτών των μέσων, θα πρέπει να συνειδητοποιούν την έκταση της επιρροής που ασκούν στους πολίτες -τόσο στη διαμόρφωση των απόψεών τους όσο κι ακόμη περισσότερο στη διαμόρφωση της προσωπικότητάς τους-, ώστε να αποζητούν με απόλυτο σεβασμό και αίσθηση ωριμότητας το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για τους πολίτες.

- Σε ό,τι αφορά ειδικότερα την ειδησεογραφική κάλυψη των γεγονότων θα πρέπει να τηρούνται οι αρχές της δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Θα πρέπει, δηλαδή, να γίνεται απολύτως σεβαστή η έννοια της αντικειμενικότητας στην ενημέρωση· η επιδίωξη της έγκυρης ενημέρωσης με συνεχή διασταύρωση των παρεχόμενων πληροφοριών· συναίσθηση της ευθύνης απέναντι στο κοινό και επίγνωση του αντίκτυπου που έχει η κάθε παρεχόμενη είδηση και πληροφορία· αποχή από κάθε είδους χαλκευμένες ειδήσεις ή πληροφορίες που εξυπηρετούν συγκεκριμένα συμφέροντα με το να κατευθύνουν το κοινό προς ορισμένες επιλογές και αποφάσεις· σεβασμός της ακεραιότητας του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, αλλά και σεβασμός απέναντι στον πολίτη και στο δικαίωμα να προφυλάσσει την ιδιωτική του ζωή.

- Συνειδητοποίηση από τη μεριά των πολιτών της ευθύνης που τους αναλογεί μέσω της συναίνεσης απέναντι στην κάποτε εξόφθαλμα μεροληπτική στάση ορισμένων Μ.Μ.Ε. Οι πολίτες οφείλουν να αντιστέκονται στην προσπάθεια χειραγώγησής τους από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

- Καίριο ρόλο στην αυτοπροστασία των πολιτών απέναντι σε φαινόμενα παραπληροφόρησης, αλλά και πνευματικής υποβάθμισης, ενέχει η ατομική προσπάθεια για την καλλιέργεια και ενίσχυση της κριτικής τους σκέψης. Η συνειδητή επιφυλακτικότητα απέναντι στις παρεχόμενες πληροφορίες, θα πρέπει να συνοδεύεται από τη διάθεση για διασταύρωση των πληροφοριών από ποικίλα μέσα και πηγές ενημέρωσης, ώστε να μην επιτυγχάνεται η παγίδευση στη μονόπλευρη ενημέρωση.

- Ιδιαίτερη, μάλιστα, προσοχή θα πρέπει να δοθεί στη διαπαιδαγώγηση των παιδιών και των νέων, καθώς είναι περισσότερο ευάλωτοι τόσο στην παραπληροφόρηση όσο και στην έντεχνη υποβολή συγκεκριμένων προτύπων ζωής και συμπεριφοράς. Θα πρέπει, οπότε, τόσο η οικογένεια όσο και το σχολείο να δίνουν έμφαση στην έγκαιρη διαμόρφωση μιας κριτικής στάσης απέναντι στα Μ.Μ.Ε.

- Απαιτούνται μαθήματα, δραστηριότητες, αλλά και συζητήσεις που θα παρουσιάσουν έγκαιρα στους νέους τους κινδύνους που προκύπτουν από την άκριτη αποδοχή όσων βλέπουν, διαβάζουν ή ακούν από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Βασικό ζητούμενο θα πρέπει να είναι η εξοικείωση με τις τακτικές και τις προθέσεις

των Μ.Μ.Ε., ώστε να κάμπτεται ο βαθμός της επιρροής που ασκείται από αυτά στους νέους.

- Η απαίτηση απ' τη μεριά των πολιτών για ενημέρωση υψηλής ποιότητας είναι εξαιρετικά σημαντική και θα πρέπει να συνοδεύεται από τη διάθεση απόρριψης εκείνων των μέσων που δεν σέβονται και δεν υπηρετούν το όφελος των πολιτών.

- Κατά τον ίδιο τρόπο, η απόρριψη εκείνων των προγραμμάτων που δεν ανταποκρίνονται στο ζητούμενο επίπεδο αισθητικής και πνευματικής ποιότητας, μπορεί να οδηγήσει τα Μ.Μ.Ε. στην αναδιαμόρφωση των επιλογών τους.

- Η μεροληπτική ενημέρωση και τα ευτελή προγράμματα δεν θα έχουν θέση σε μια κοινωνία όπου οι πολίτες θα διεκδικούν και θα επιβραβεύουν μόνο εκείνα τα Μ.Μ.Ε. που προσφέρουν υλικό υψηλής ποιότητας. Απαιτείται, επομένως, μια συνειδητή προσπάθεια από τη μεριά των πολιτών για αναβάθμιση των επιλογών τους τόσο στην ενημέρωση όσο και στην ψυχαγωγία.

\*\*\*\*\*



## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η παρακάτω έρευνα έγινε σε δείγμα μαθητών και των τριών τάξεων του 3<sup>ου</sup> ΕΠΑ.Λ Ιωαννίνων.

1. Φύλο

- Άντρας
- Γυναίκα

2. Παρακολουθείτε δελτία ειδήσεων;

- Ναι
- Όχι

3. Από ποιο μέσο ενημερώνεστε;

- Εφημερίδες
- Τηλεόραση
- Ραδιόφωνο
- Διαδίκτυο

4. Εμπιστεύεστε τα ΜΜΕ για την εγκυρότητα των ειδήσεων;

- Καθόλου
- Ελάχιστα
- Λίγο
- Πολύ

5. Ποιά εφημερίδα προτιμάτε να διαβάζετε;

- Real news
- Βήμα
- Έθνος
- Άλλη

6. Πόσο συχνά αγοράζετε εφημερίδες;

- Πολύ συχνά
- Σπάνια
- Ποτέ

7. Ποιο κατά την άποψη σας είναι το πιο ενδιαφέρον τμήμα στις εφημερίδες;

- Οικονομία
- Πολιτική
- Ψυχαγωγία
- Αθλητικά
- Κάποιο άλλο

8. Πόσες ώρες κάθε μέρα χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για να ενημερώνεστε ή να ψυχαγωγείστε;

- Καθόλου
- 30 λεπτά-1 ώρα
- 1-2 ώρες
- Πάνω από 2 ώρες

9. Αν ενημερώνεστε από το διαδίκτυο, για ποιο λόγο το προτιμάτε;

- Είναι πιο οικονομικό
- Είναι πιο ελκυστικό, ιδιαίτερα για τους νέους
- Είναι εύκολη η πρόσβαση σε αυτό
- Κάτι άλλο

10. Ενημερώνεστε από το ραδιόφωνο;

- Ναι
- Όχι

11. Αν ναι, ποιο σταθμό επιλέγετε για την ενημέρωσή σας;

- ΣΚΑΙ 100,3
- RADIO 98,9
- Κάποιον άλλο

### Συμπεράσματα Ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε με ποσοστό 46% από γυναίκες και 54% από άντρες. Το 52% φαίνεται ότι απέχει από τα δελτία ειδήσεων με αποτέλεσμα το 48% να το έχει ως μέσο ενημέρωσης. Παρ' όλα αυτά οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες δείχνουν να προτιμούν το διαδίκτυο για την ενημέρωσή τους. Όσο για την εγκυρότητα των ειδήσεων ελάχιστοι είναι αυτοί που τις εμπιστεύονται καθώς μόνο ένα 4% δεν τις αμφισβητεί.

Ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος δεν διαβάζει και δεν αγοράζει εφημερίδες. Ένα μικρό τμήμα ενδιαφέρεται να ενημερωθεί για την οικονομία και την πολιτική, ενώ οι υπόλοιποι για την ψυχαγωγία, τα αθλητικά και άρθρα ποικίλης ύλης.

Σε καθημερινή βάση το 36% που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο υπερβαίνει τις δύο ώρες ενασχόλησής του, καθώς η πλειονότητα ασχολείται με αυτό από μία έως δύο ώρες και ένας μικρός αριθμός απέχει από την χρήση του. Ακόμα οι περισσότεροι πιστεύουν πως πρέπει να ενημερώνονται από το διαδίκτυο αφού το θεωρούν πιο ελκυστικό και οικονομικό αλλά κυρίως λόγω της εύκολης πρόσβασης σε αυτό, ενώ ένα 16% έχει διαφορετικές απόψεις.

Τέλος, την ενημέρωση από το ραδιόφωνο την επιλέγει το 48% με αποτέλεσμα οι υπόλοιποι να μην το επιλέγουν ως μέσο ενημέρωσής τους. Αυτοί που επιλέγουν σταθμούς για την ενημέρωσή τους αρχικά προτιμούν μη δημοφιλή σταθμούς, ενώ στη συνέχεια με μικρή διαφορά τον ΣΚΑΙ 100,3 και το RADIO 98,9.



**Η εργασία συντελέστηκε από τους μαθητές της Α1 τάξης του 3ου ΕΠΑΛ Ιωαννίνων.**

**ΚΩΝ/ΝΟΣ ΒΕΡΓΟΣ  
ΘΕΜΙΣΤΟΚΛΗΣ ΒΛΑΧΟΣ  
ΠΑΥΛΟΣ ΒΛΑΧΟΣ  
ΓΚΑΜΠΡΙΕΛΑ ΓΙΩΡΓΗ  
ΣΠΥΡΙΔΟΥΛΑ ΓΚΑΡΟΖΗ  
ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΓΚΟΛΙΑ  
ΣΟΦΙΑ ΓΚΟΛΙΑ  
ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΔΡΟΣΟΣ**

**ΓΕΩΡΓΙΑ ΕΥΑΓΓΕΛΟΥ  
ΚΩΝ/ΝΟΣ ΕΥΘΥΜΙΟΥ  
ΡΕΒΕΛΙΝΟ ΖΥΜΠΕΡΗΣ  
ΔΗΜΗΤΡΑ ΘΕΟΔΩΡΗ  
ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΚΑΛΟΓΗΡΟΥ  
ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ ΚΟΥΣΚΟΥ  
ΚΡΙΣΤΙ ΜΕΤΑ  
ΧΡΥΣΟΥΛΑ ΠΑΠΠΑ  
ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΝΑΟΥΜΗΣ**

### **ΠΗΓΕΣ**

[https://el.wikipedia.org/wiki/Μέσα\\_ενημέρωσης](https://el.wikipedia.org/wiki/Μέσα_ενημέρωσης)

[ti-einai.gr/mme/](http://ti-einai.gr/mme/)

[lyk-kampan.kil.sch.gr/Efimerida\\_2.htm](http://lyk-kampan.kil.sch.gr/Efimerida_2.htm)

[www.odyssey.com.cy/main/default.aspx?tabID=138&itemID=1710&mid=1130](http://www.odyssey.com.cy/main/default.aspx?tabID=138&itemID=1710&mid=1130)

[rethemnosnews.gr/2014/06/μμε-τέταρτη-εξουσία-ή-μήπως-πρώτη-του/](http://rethemnosnews.gr/2014/06/μμε-τέταρτη-εξουσία-ή-μήπως-πρώτη-του/)

[www.mediainfo.gr/massmedia/epikoinonia/askisieksousias/index.html](http://www.mediainfo.gr/massmedia/epikoinonia/askisieksousias/index.html)

[politis.com.cy/article/mme-4i-exousia-elegxei-i-elegxetai](http://politis.com.cy/article/mme-4i-exousia-elegxei-i-elegxetai)

[filologikosoikos.blogspot.com/2010/07/blog-post\\_9150.html](http://filologikosoikos.blogspot.com/2010/07/blog-post_9150.html)

[www.vlioras.gr/Philologia/MME.htm](http://www.vlioras.gr/Philologia/MME.htm)

