

ΓΕΝΙΚΟ ΛΥΚΕΙΟ ΠΟΡΟΥ

Ερευνητική εργασία Α τετραμήνου : «Μ.Μ.Ε ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΜΑ»



ΟΜΑΔΑ ΜΑΘΗΤΩΝ

NO NAME

Αλέξοπουλος Γιώργος
Θαρρενάκη Χριστίνα
Καρυστινού Κέλλυ
Μαρινάκη Βάσω

ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΤΕΣ

Αντωνίου Σωκράτης
Κύπριος Φίλιππος
Μαλτέζος Βασίλης
Οικονομοπούλου Ασπασία

ΣΟΛΟΜΩΝΤΕΣ

Γιαλαμάς Γιάννης
Κουτουζής Κώστας
Μωυσιάδης Μανώλης
Εάνθη Δανάη

Επιβλέποντες καθηγητές
Γιαννούλη Λαμπρινή, ΠΕ17
Μπιναρδόπουλος Χρήστος, ΠΕ19

Πόρος, Σχολικό έτος 2012-2013

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	- 1 -
I. ΠΕΡΙΛΗΨΗ	- 3 -
II. ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ	- 5 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : ΕΙΣΑΓΩΓΗ	- 5 -
1.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	- 5 -
1.2 ΥΠΟΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	- 5 -
1.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	- 5 -
1.4 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	- 6 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ	- 8 -
2.1. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ	- 8 -
2.1.1 <i>Αξίες Πληροφόρησης – Επίδραση των ΜΜΕ στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και ο ρόλος τους στη διαμόρφωση προτύπων συμπεριφοράς.</i>	- 10 -
2.1.2 <i>Παραπληροφόρηση – Δημοσιογραφία - Δεοντολογία</i>	- 19 -
2.1.3 <i>Ο τύπος και γιατί ονομάστηκε 4η εξουσία. Ποιες οι επιδράσεις του τύπου στην κοινή γνώμη</i>	- 25 -
2.2 ΕΠΟΠΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ.....	- 34 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	- 35 -
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	- 35 -
3.2 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	- 35 -
3.3 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	- 37 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	- 48 -
III. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	- 49 -
IV. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	- 50 -

I. ΠΕΡΙΛΗΨΗ

(NO NAME)

Βασικό θέμα του κειμενογράφου είναι η ιστορία και ο ρόλος των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στην σύγχρονη ζωή και στην σύγχρονη κοινωνία. Ακόμα ο κειμενογράφος πραγματεύεται τον ρόλο των τοπικών καναλιών. Αρχικά από ότι φαίνεται από τα παλαιότερα χρόνια είχε εμφανιστεί ο παράγοντας της παραπληροφόρησης ως μέσο υποκίνησης της κοινής γνώμης προς συγκεκριμένες ιδεολογίες. Έπειτα υπογραμμίζει τις θετικές επιδράσεις των ΜΜΕ στην κοινωνία μέσα από την πληροφόρηση και τα εξελιγμένα μέσα τους που προσπαθούν για το καλύτερο αποτέλεσμα. Στη συνέχεια αναφέρει τις αρνητικές επιπτώσεις των ΜΜΕ μέσα από την προπαγάνδα, την χειραγώγηση και την υποδαύλιση λαϊκών μαθών. Επιπρόσθετα πραγματεύεται τον ρόλο των τοπικών ΜΜΕ και τον ρόλο των σύγχρονων ΜΜΕ.

(ΣΟΛΟΜΩΝΤΕΣ)

Το θέμα της έρευνάς μας είναι η παραπληροφόρηση και εν μέρει τα ΜΜΕ. Τα υποθέματα της έρευνας, τα οποία μας βοηθούν στην κατανόηση και ολοκλήρωσή της είναι τα εξής :

A) Οι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά τη λειτουργία των ΜΜΕ, νοθεύουν την ποιότητα της παρεχόμενης ενημέρωσης και γεννούν φαινόμενα παραπληροφόρησης και παραπλάνησης της κοινή γνώμης .

B) Δημοσιογραφία- Δεοντολογία (κώδικας δημοσιογραφικής δεοντολογίας: ποιος και τι είναι; Το δικαίωμα για την ελευθερία της γνώμης και της έκφρασης)

(ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΤΕΣ)

Βασικό θέμα του κειμενογράφου είναι οι επιδράσεις και οι επιρροές των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στα άτομα. Αρχικά, πραγματεύεται τους παράγοντες που επενεργούν στη διαμόρφωση μιας κοινής γνώμης μέσω της συγκίνησης και των εκάστοτε συνθηκών. Έπειτα αναφέρει τις θετικές και αρνητικές επιδράσεις των Μ.Μ.Ε. στο άτομο. Στη συνέχεια δηλώνει το ρόλο των Μ.Μ.Ε. στη στήριξη και στη λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος μέσα από παραδείγματα καθώς και μέσα από πολιτικά σκάνδαλα που έχουν προβληθεί απ' τα Μ.Μ.Ε. με απώτερο σκοπό την ταραχή του δημοκρατικού πολιτεύματος και την ανάδειξη στην πολιτική σκηνή μιας νέας κυβερνητικής παράταξης. Επιπρόσθετα, υπογραμμίζει τις δυνάμεις που υποκινούν τα Μ.Μ.Ε., τους στόχους που έχουν και τις σκοπιμότητες που

υποσυνείδητα θέλουν να μεταδώσουν στο ευρύ κοινό, ακόμα τονίζει ότι τα Μ.Μ.Ε. λειτουργούν με βάση κομματικών σκοπιμοτήτων ή άλλων οργανωμένων συμφερόντων, ή με την απόκρυψη εθνικών ή πολιτικών συμφερόντων με σκοπό να μην δημιουργήσουν ταραχή στον κόσμο. Επίσης δηλώνει ότι τα Μ.Μ.Ε. υποβαθμίζουν τα λαϊκά πάθη αναμοχλεύουν το παρελθόν και διχάζουν το λαό με αποτέλεσμα την χαλάρωση της εθνικής συνείδησης. Στη συνέχεια πραγματεύονται γιατί ονομάστηκε ο τύπος 4η εξουσία και ποιος ο ρόλος του και η επιρροή του στο μέσο αποδέκτη.

II. ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ

Κεφάλαιο 1^ο : Εισαγωγή

1.1 Παρουσίαση έρευνας

Σε αυτήν την έρευνα θα παρουσιαστούν οι απόψεις των νέων, στην περιοχή του Πόρου, σχετικά με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και στο ρόλο που ασκούν στην καθημερινή ζωή του νησιού μας καθώς και στην επιρροή αυτών στον καθένα μας προσωπικά.

1.2 Υπόθεση της έρευνας

Βασικό κριτήριο για την επιλογή του θέματος υπήρξε η καθημερινή επαφή και ενασχόληση των μαθητών με τα ΜΜΕ ποικιλοτρόπως. Με αυτό τον τρόπο πιστεύουμε ότι εξασφαλίζουμε το ενδιαφέρον τους και θα τους βοηθήσουμε να συνειδητοποιήσουν το σημαντικό ρόλο των ΜΜΕ , τόσο στην καθημερινή ζωή μας όσο και για την πορεία και τη θέση της χώρας μας στον κόσμο.

1.3 Μεθοδολογία της έρευνας

Η εργασία μας είναι ομαδική αποτελείται από τρεις ομάδες των τεσσάρων ατόμων. Η κάθε ομάδα έχει επιλέξει κάποια υποερωτήματα με τα οποία θα ασχοληθεί εντατικά. Ξεκινήσαμε να γράφουμε την εργασία μας και την αναζήτηση που έπρεπε να κάνουμε για να μαζέψουμε ένα καλό υλικό για να την εμπλουτίσουμε και να διευρύνουμε την εργασία μας και να μην παραμείνουμε μόνο στα βασικά

Στη συνέχεια δημιουργήσαμε έγκυρα ερωτηματολόγια που όταν τα ολοκληρώσαμε τα μοιράσαμε στους μαθητές και στους κατοίκους του νησιού και στη συνέχεια βγάλαμε τα αποτελέσματα με ποσοστά.

Για να ολοκληρώσουμε την εργασία μας σωστά και για να είναι εμπλουτισμένη με σωστές πληροφορίες μας βοήθησε το διαδίκτυο (internet) που ψάξαμε και βρήκαμε πολλές πληροφορίες για όλα μας τα υποερωτήματα. Ακόμα βοηθηθήκαμε και από τη πλούσια βιβλιοθήκη του σχολείου μας, έτσι καταλήξαμε να έχουμε ένα καλό υλικό για την ερευνητική εργασία μας.

Μας βοήθησε αρκετά και ένα πρόγραμμα το wikispace. Εκεί ανεβάζαμε ότι πληροφορίες είχαμε βρει και η κάθε ομάδα το έβλεπε και έτσι είχαμε συγκεντρωμένα όλα μας τα αρχεία και μπορούσαν να τα επιβλέπουν και οι καθηγητές μας. Από εκεί όταν βρισκόμασταν στο σχολείο εκτυπώναμε ό,τι χρειαζόμασταν και έτσι ολοκληρώναμε γρήγορα και εύκολα την δουλειά μας.

Στο τέλος της κάθε διδακτικής ώρας συμπληρώναμε ένα ημερολόγιο που λέγαμε αναλυτικά τι είχαμε κάνει. Ποιοι μας βοήθησαν; Τι μας χρειάστηκε; Πώς βοηθήσαμε την ομάδα μας και με ποιο τρόπο; Έτσι οι καθηγητές μας γνώριζαν τι δουλειά που κάναμε κάθε φορά και κατά πόσο είχαμε βοηθήσει εκείνη την ημέρα.

1.4 Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της εργασίας είναι :

- Να γνωρίσουμε τον τρόπο λειτουργίας των ΜΜΕ με διερευνητικό τρόπο.
- Να εμπλακούμε δημιουργικά στην παραγωγή γνώσης εξασφαλίζοντας αυτονομία στη σκέψη, τη μάθηση και τη δράση τους.

Πιο συγκεκριμένα:

- ✦ Να γνωρίσουμε ποια είναι τα ΜΜΕ που λειτουργούν στην πόλη μας. Ηλεκτρονικά μέσα: (τηλεόραση-ραδιόφωνο) – Τύπος: (εφημερίδες-περιοδικά)–Διαδίκτυο.
- ✦ Να καλλιεργήσουμε ένα νέο τρόπο σκέψης και δράσης, χαρακτηριστικό του οποίου θα είναι η συμμετοχή σε ομάδες, η συνεργασία και η αλληλεπίδραση των μελών τους. Έτσι πιστεύουμε ότι η τάξη θα μετατραπεί σταδιακά σε κοινότητα δημιουργικής μάθησης.

Η παρούσα εργασία, με θέμα: «*Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης: Επιχείρηση ή Λειτουργήμα;*», εντάσσεται στα πλαίσια της ερευνητικής εργασίας .

Επιδιώκοντας την επίτευξη του σκοπού της έρευνας, τέθηκαν τα ερευνητικά ερωτήματα και οι αντίστοιχοι επιμέρους στόχοι.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν είναι:

1ο Υπόθεμα :

- ↪ Ποια είναι τα ΜΜΕ και ποια η ιστορία τους. Ποια τα τοπικά ΜΜΕ (ο ρόλος και η λειτουργία τους).
- ↪ Αξία της πληροφόρησης.
- ↪ Ποια η επίδραση των ΜΜΕ στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και ο ρόλος τους στη διαμόρφωση προτύπων συμπεριφοράς.

2ο Υπόθεμα :

- ↪ Παραπληροφόρηση :ορισμός, αιτίες και συνέπειες.
- ↪ Δημοσιογραφία – Δεοντολογία (Κώδικας δημοσιογραφικής δεοντολογίας ποιος και τι είναι; Το δικαίωμα για την ελευθερία της γνώμης και της έκφρασης)

3ο Υπόθεμα :

- ↪ Τι είναι ο τύπος και γιατί ονομάστηκε 4η εξουσία;
- ↪ Ποιες οι επιδράσεις του τύπου στην κοινή γνώμη; Πότε οι επιδράσεις αυτές είναι θετικές και πότε αρνητικές;
- ↪ Μπορεί ο τύπος να στηρίζει το δημοκρατικό πολίτευμα; Με ποιες προϋποθέσεις μπορεί ο τύπος να παίζει το ρόλο αυτό;

Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας ήταν να διερευνηθούν και να καταγραφούν οι αντιλήψεις των νέων στα παραπάνω ερωτήματα.

Κεφάλαιο 2^ο : Θεωρητικό Υπόβαθρο

2.1. Ερευνητικά ερωτήματα

<p><u>ΟΜΑΔΑ Α΄</u> NO NAME</p> <p>Αξίες Πληροφόρησης - Επίδραση των ΜΜΕ στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και ο ρόλος τους στη διαμόρφωση προτύπων συμπεριφοράς.</p>	<ol style="list-style-type: none">1.Αλέξοπουλος Γιώργος2.Θαρρενάκη Χριστίνα3.Καρυστινου Κέλλυ4.Μαρινάκη Βάσω
<p><u>ΟΜΑΔΑ Β΄</u> ΣΟΛΟΜΩΝΤΕΣ</p> <p>Παραπληροφόρηση - Δημοσιογραφία – Δεοντολογία</p>	<ol style="list-style-type: none">1.Γιαλαμάς Γιάννης2.Κουτουζής Κώστας3.Μουσιάδης Μανώλης4.Ξάνθη Δανάη
<p><u>ΟΜΑΔΑ Γ΄</u> ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΤΕΣ</p> <p>Ο τύπος και γιατί ονομάστηκε 4η εξουσία - Ποιες οι επιδράσεις του τύπου στην κοινή γνώμη</p>	<ol style="list-style-type: none">1.Αντωνίου Σωκράτης2.Κύπριος Φίλιππος3.Μαλτέζος Βασίλης4.Οικονομοπούλου Ασπασία

2.1.1 Αξίες Πληροφόρησης – Επίδραση των ΜΜΕ στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και ο ρόλος τους στη διαμόρφωση προτύπων συμπεριφοράς.

Ιστορία των ΜΜΕ

Μετά την ανακάλυψη της τυπογραφίας από τον Γουτεμβέργιο το 1447, άρχισαν να τυπώνονται διάφορα έντυπα στη Γερμανία και στην συνέχεια στην υπόλοιπη Ευρώπη, που έμοιαζαν με εφημερίδες αφού περιείχαν νέα και αναφορές από όλο τον κόσμο. Η πρώτη όμως εφημερίδα κυκλοφόρησε στην Αγγλία το 1666. Ήταν η London Gazette και για αρκετό καιρό ήταν η μόνη νόμιμη εφημερίδα της Μεγάλης Βρετανίας. Ανάλογες εφημερίδες εμφανίστηκαν αργότερα στην Γαλλία και στη Γερμανία, με ανάλογη ποιότητα αναφορών και ανάλογη λογοκρισία. Από εκείνη την εποχή φάνηκε λοιπόν η πρώτη χρήση των Μ.Μ.Ε.: η παραπληροφόρηση. Η παραπληροφόρηση δεν είναι αναγκαστικά η δημοσίευση ψεύτικων ειδήσεων, αλλά και η παρουσίαση των γεγονότων με τέτοιο τρόπο, ώστε να προκαλούν ελεγχόμενες και συγκεκριμένες αντιδράσεις στους αποδέκτες της πληροφορίας, και να εξυπηρετούνται τα εκάστοτε συμφέροντα των ελεγκτών των Μ.Μ.Ε.. Χρειάστηκαν περίπου 90 χρόνια και η Αμερικανική επανάσταση, για να ξεκινήσει η έκρηξη του Τύπου στις Η.Π.Α. και να γίνουν οι εφημερίδες θεμέλιος δεσμός του νέου κράτους που δημιουργήθηκε εκεί. Οι εφημερίδες, όπως και όλα τα Μ.Μ.Ε., προωθούσαν πάντοτε τα συμφέροντα και τις πολιτικές επιδιώξεις των εκδοτών τους, και οι δημοσιογράφοι έγραφαν ό,τι τους επιτρεπόταν να γράφουν ή ό,τι αγόραζαν οι εκδότες. Με τη δημιουργία λοιπόν των πρώτων εφημερίδων έχουμε και τη γέννηση των Μ.Μ.Ε. που κατεύθυναν την κοινωνική συνείδηση. Έτσι, αρκετές εφημερίδες χρησιμοποιήθηκαν ως εργαλεία πολιτικής και επαναστατικής προπαγάνδας σε αρκετά μέρη του πλανήτη. Ο Λένιν το 1900 δημοσίευσε την εφημερίδα Ίσκρα (Σπίθα) και το 1925 η εφημερίδα Θαν Νιεν κυκλοφόρησε στο Βιετνάμ και άρχισε να προωθεί τις μαρξιστικές αντιλήψεις.

Τοπικά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Ο Πόρος μπορεί να ενημερώνεται καθημερινά μέσω των ιστοσελίδων στο διαδίκτυο όπως: <http://porosnews.gr>, <http://www.mellon.gr> , <http://neaepohi.gr> και

από τις τοπικές εφημερίδες που διανέμονται δωρεάν όπως: Τα νέα του Αργοσαρωνικού.

Ρόλος και λειτουργίες 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 μέσων μαζικής ενημέρωσης στον τόπο μας. Τεράστιες οι προοπτικές, οπωσδήποτε όμως και μεγάλοι οι κίνδυνοι, αν δεν υπάρξουν σοβαρές αντιμετώπισεις και αντίστοιχες ρυθμίσεις.

Στις μέρες μας χρησιμοποιούνται τα τελειότερα μέσα, ώστε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να επιφέρουν όλο και περισσότερο θετικές επιδράσεις στην κοινωνία. Έτσι, διερευνώντας το θέμα, θα δούμε πως οι θετικές επιδράσεις είναι πολλές.

Πρώτα αναπτύσσουν το πολιτικό κριτήριο του λαού, διαμορφώνουν φιλελεύθερο το πολιτικό του ήθος. Έπειτα πληροφορούν τους πολίτες για τους νόμους και γνωστοποιούν τις θέσεις των κομμάτων. Τέλος ενισχύουν την εθνική συνείδηση και συμβάλουν στη διατήρηση της παράδοσης. Επίσης διευκολύνουν τη λειτουργία του κράτους και ευνοούν την πολυφωνία και το διάλογο.

Επιπλέον ασκούν δημόσιο έλεγχο. Συντελούν δηλαδή στην κατοχύρωση των ελευθεριών του λαού, στηλεύουν την παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, αποκαλύπτουν αδικίες και εγκλήματα, διαφθορές συνειδήσεων και άλλες ατασθαλίες της δημόσιας ζωής.

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 σπουδαίων 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 ξеноμανία. 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 αποχαυνώνει 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.

Αξία της πληροφόρησης

Η αξία της πληροφόρησης, δηλαδή η παροχή και η πρόσληψη πληροφοριών για κάθε τομέα είναι ιδιαίτερα σημαντική διαχρονικά σε κάθε κοινωνία και στην σύγχρονή μας κοινωνία που ζούμε έναν καταίγισμο από πληροφορίες που αφορούν γεγονότα, ιδέες, οδηγίες, κ.ά., όταν αυτή είναι επαρκής, έγκυρη και αντικειμενική.

Μέσα από τους ποικίλους διαύλους επικοινωνίας (έντυπη ενημέρωση, ραδιόφωνο, τηλεόραση, διαδίκτυο) κάθε άνθρωπος σήμερα μπορεί να ενημερωθεί για ότι συμβαίνει στην χώρα του και σε ολόκληρο τον κόσμο, να ευαισθητοποιηθεί για σημαντικά τοπικά και διεθνή προβλήματα, να αναπτύξει ανθρωπιστικά και επιστημονικά ενδιαφέροντα, να σκεφτεί για καθημερινά ή πιο σύνθετα ζητήματα και να πάρει υπεύθυνα θέση ως πολίτης.

Επομένως η πληροφόρηση, μπορεί να συμβάλει στη διαμόρφωση της προσωπικότητας ενός ατόμου, στην προώθηση ανθρωπιστικών ιδεωδών και γνώσεων, στην ανάπτυξη αισθημάτων αλληλεγγύης μεταξύ των μελών μιας κοινωνίας και μεταξύ των λαών, στην επιλογή πολιτικών που είναι προς όφελος του κοινωνικού συνόλου και στην ενδυνάμωση των δημοκρατικών θεσμών σε μια κοινωνία. Να παίζει δηλαδή εκτός από ενημερωτικό και σημαντικό μορφωτικό ρόλο.

Φυσικά, η πληροφόρηση έχει πραγματική αξία όταν υπάρχει ελευθερία της έκφρασης στα πλαίσια μιας ευνομούμενης δημοκρατικής κοινωνίας, προάγοντας το πνευματικό επίπεδο της κοινωνίας, διαφορετικά μπορεί να λειτουργήσει αρνητικά, καλλιεργώντας την αδιαφορία, τον άκριτο μιμητισμό και την ξενολατρία, την μισαλλοδοξία, την απαιδευσιά και τον ρατσισμό.

Η υιοθέτηση ενός υποκειμενικού τρόπου παρουσίασης των πληροφοριών μπορεί να οφείλεται είτε στην ανεπαρκή μόρφωση των ανθρώπων που εργάζονται στα Μ.Μ.Ε. που δεν διαθέτουν ευρύτητα πνεύματος είτε λόγω προώθησης των πολιτικών και των συμφερόντων ενός ιδιώτη (του ιδιοκτήτη του μέσου επικοινωνίας) που για ιδιοτελείς λόγους έχει επιλέξει να προβάλει θετικά ένα γεγονός ή ένα πολιτικό κόμμα, παρέχοντας μονόπλευρη ενημέρωση στο κοινό.

Κατά τον ίδιο τρόπο υποβαθμίζονται σημαντικά ζητήματα που αφορούν το σύνολο για να προβληθούν ανώδυνα θέματα για λόγους εύκολου κέρδους και καταναλωτισμού, φθηνής ψυχαγωγίας και κουτσομπολίστικου ενδιαφέροντος, διαμορφώνοντας σιγά – σιγά ένα κοινό που βλέπει επιφανειακά κάποια πράγματα, δεν αναπτύσσει την κρίση του και άβουλα πλέον δέχεται τις ιδέες και τις πολιτικές που επιλέγουν άλλοι.

Σε μια κοινωνία όπως η σημερινή με τα ερεθίσματα που προσφέρονται από τα Μ.Μ.Ε. όλοι μας οφείλουμε με υπευθυνότητα να επιλέξουμε ότι είναι σημαντικό, να διακρίνουμε την πλουραλιστική και έγκυρη πληροφόρηση από την παραπληροφόρηση, να γίνουμε ενεργοί πολίτες και να διεκδικήσουμε το καλύτερο: αυτό που θα μας προσφέρει γνώσεις και θα μας κάνει καλύτερους ανθρώπους.

Που θα προστατεύσει και θα διαφυλάξει ότι είναι σημαντικό όχι μόνο για εμάς ως άτομα, αλλά για το κοινωνικό σύνολο, προωθώντας λύσεις για σημαντικά προβλήματα που βασανίζουν την παγκόσμια κοινότητα (πείνα, φτώχεια, ρατσισμός, μισαλλοδοξία, έλλειψη παιδείας, ρύπανση, μείωση φυσικών πόρων).

Η τήρηση της δημοσιογραφικής δεοντολογίας, οι παρεμβάσεις του Ραδιοτηλεοπτικού Συμβουλίου σε θέματα που προβάλλονται κατά τρόπο που θίγουν την ανθρώπινη προσωπικότητα και οδηγούν την κοινωνία στην μισαλλοδοξία και προσβάλλουν διαχρονικές αξίες και θεσμούς, αποτελεί ένα πρώτο βήμα για να έχει η πληροφόρηση πραγματική αξία.

Χρειαζόμαστε έγκυρη, αντικειμενική και επαρκή ενημέρωση, διαφορετικά η μισή αλήθεια ισοδυναμεί με ένα μεγάλο ψεύδος. Αναπτύσσοντας την κριτική μας

ικανότητα, μαθαίνουμε να επιλέγουμε ότι είναι πιο κοντά στην αλήθεια, ώστε να είμαστε πιο ελεύθεροι και πιο δημιουργικοί.

Τα σύγχρονα μέσα μαζικής ενημέρωσης και ο ρόλος τους στην σύγχρονη κοινωνία.

Διανύουμε μια περίοδο, που βιώνουμε την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας, της άμεσης πληροφόρησης και της υπερτελειοποίησης των Μ.Μ.Ε.. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, με την εκπληκτική δυνατότητα συνδυασμού ήχου και εικόνας και μα της ευκρίνεια τους, εξασφαλίζουν <<την τεχνολογική γεφύρωση της πληροφορίας με την κατανόηση. Τα Μ.Μ.Ε αποτελούν στις μέρες μας τις αποκλειστικές σχεδόν πηγές ενημέρωσης για τα τεκταινόμενα στον κόσμο. Η έρευνα έχει δείξει ότι ο τρόπος με τον οποίο τα Μ.Μ.Ε. καθορίζουν τη θεματολογία της ενημέρωσης όσον αφορά στο δημόσιο χώρο προσανατολίζει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι σκέφτονται γι' αυτά.

Όλα τα σύγχρονα μέσα πληροφόρησης και ενημέρωσης, που απευθύνονται στα πλατιά στρώματα του λαού και αφορούν θέματα πολιτικά, κοινωνικά, πολιτιστικά, επιστημονικά, ονομάζονται μαζικά μέσα ενημέρωσης.

Σ' αυτά περιλαμβάνονται: ο τύπος (εφημερίδες, περιοδικά, βιβλία), το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και ασκούν καταλυτική επίδραση σε όλα τα επίπεδα ζωής μιας κοινωνίας.

Ανάλογα με την ποιότητα της ενημέρωσης, τον τρόπο λειτουργίας τους και το κοινό προς το οποίο απευθύνονται, εξαρτάται το πόσο και πως επηρεάζουν.

Θετικά: Όταν η ενημέρωση είναι υπεύθυνη και αντικειμενική και η ποιότητα του κοινού καλή, τότε επιδρά θετικά γιατί:

- Γίνονται πηγή γνώσεων, πληροφοριών και νέων επιστημονικών και τεχνολογικών εξελίξεων και δεδομένων.
- Ενημερώνουν για όλα όσα συμβαίνουν σε παγκόσμια κλίμακα.
- Προσφέρουν στο ευρύ κοινό πολιτιστικά και πνευματικά αγαθά σύγχρονα και του παρελθόντος κι έτσι διευρύνουν τις γνώσεις του και οξύνουν την κρίση του.

- Μέσω των Μ.Μ.Ε αποκτούμε γνώση πολύπλευρη, κρίνουμε και αξιοποιούμε τα δρώμενα, προσλαμβάνουμε νέες ιδέες, διαμορφώνοντας ολοκληρωμένη αντίληψη για τα πράγματα.
- Συμβάλλουν στην επικοινωνία των λαών και στην αλληλεπίδραση του πολιτισμού τους, στη δημιουργία φιλίας, συνεργασίας και αλληλεγγύης.
- Ενημερώνουν ευαισθητοποιούν και διαφωτίζουν τους λαούς γύρω από τα μεγάλα, ποικίλα και πολύπλοκα παγκόσμια προβλήματα και προβάλλουν τις προσπάθειες, που γίνονται για την επίλυση τους.
- Γίνονται τα μέσα διακίνησης των ιδεών και των ιδεολογιών. Όταν η πληροφόρηση είναι απροκατάληπτη και πολύπλευρη, ο πολίτης αποκτά άποψη έχοντας έτσι τη δυνατότητα να συμμετάσχει σε κοινωνικό και πολιτικό διάλογο και να ελέγχει την πολιτική ηγεσία.
- Όταν λειτουργούν βάσει κανόνων δεοντολογίας, αποτελούν ψυχαγωγικό και μορφωτικό μέσο των ασθενέστερων οικονομικά στρωμάτων του λαού. Λειτουργούν ως μέσα ελέγχου και κριτικής των ιθυνόντων και συντελούν στην αποτροπή σκανδάλων και κατάχρησης εξουσίας. Οι πολίτες που είναι ενημερωμένοι κατάλληλα, όταν τα Μ.Μ.Ε. λειτουργούν ορθά, ευαισθητοποιούνται για τα κοινωνικά προβλήματα όπως ο ρατσισμός, η βία, η τρομοκρατία, ο αναλφαβητισμός, η καταστρατήγηση των ανθρώπινων δικαιωμάτων και αγωνίζονται στη συνέχεια για την επίλυση αυτών και τη διασφάλιση της κοινωνικής ευρυθμίας. Οι ενημερωμένοι και ευαισθητοποιημένοι πολίτες, αγωνίζονται για τη δικαιοσύνη και την αξιοκρατία και αντιστέκονται στον τυφλό κομματισμό και την πόλωση, ψηφίζουν υπεύθυνα και αγωνίζονται για μια πιο υγιή Δημοκρατία.

Αρνητικά: Όταν από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης λείπει η αντικειμενικότητα ή λειτουργούν χάρη συμφερόντων, τότε επιδρούν αρνητικά, οπότε έχουμε τον <<κιτρινισμό>> τους, λειτουργούν αρνητικά στο σύνολο όταν:

- Αποπροσανατολίζουν την κοινή γνώμη από τα πραγματικά προβλήματα, ή διαστρεβλώνουν τα γεγονότα εξυπηρετώντας κάποια πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα καθώς και ιδεολογικές σκοπιμότητες.
- Καλλιεργούν τα πάθη και τα μίσση ή φανατίζουν το κοινό με την πολιτική και ιδεολογική προπαγάνδα για να πετύχουν συγκεκριμένους σκοπούς. Ενισχύουν το πνεύμα του ρατσισμού και εθνικισμού.

- Κάνουν <<πλύση εγκεφάλου>> με την προπαγάνδα που είναι το προσφορότερο μέσο υπονόμησης της κοινωνίας. Συνεπώς χειραγωγούν, αλλοτριώνουν εξωκατευθύνουν.
- Καλλιεργούν τη σκανδαλολογία και σπιλώνουν προσωπικότητες του δημοσίου βίου για εξυπηρέτηση κάποιων σκοπιμοτήτων.
- Προβάλλουν πλαστά πρότυπα ζωής ή δημιουργούν πλασματικές ανάγκες στα μέλη της κοινωνίας ή προβάλλουν σαν μέγιστη αξία το χρήμα.
- Περιορίζουν το διάλογο, λόγω της εικόνας, και κατ' επέκταση την επικοινωνία των ατόμων.
- Κακομεταχειρίζονται τη γλώσσα με αποτέλεσμα να την αλλοτριώνουν. Χρησιμοποιούν πολλές ξενόφερτες λέξεις.
- Γίνονται μέσα για την προώθηση της <<προπαγάνδας>> με την οποία μπορούν να χειραγωγούν τη μεγάλη μπάζα του λαού.
- Προβάλλουν σκηνές ή πράξεις, που επηρεάζουν αρνητικά ειδικά τον ψυχισμό των νέων ανθρώπων και κυρίως των παιδιών.
- Δημιουργούν τεχνητή ένταση και κινδυνολογία από ανύπαρκτα γεγονότα ή επιβάλλουν με την τεράστια δύναμη τους ανάξια πρόσωπα σε ανώτερα αξιώματα και υπονομεύουν τους κοινωνικούς και πολιτικούς θεσμούς και την ίδια την ύπαρξη της δημοκρατίας.
- Παραβιάζουν την ιδιωτική ζωή επώνυμων και ανώνυμων πολιτών. Συσκευές Gps, webcameras, κινητά τηλέφωνα τελευταίας τεχνολογίας με ενσωματωμένες ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές, κάμερες και εκατοντάδες άλλες εφαρμογές προηγμένης τεχνολογίας, έχουν επιστρατευθεί για τη συλλογή και εκμετάλλευση πλήθους προσωπικών στιγμών εκατομμυρίων ανυποψίαστων πολιτών διάσημων ή άσημων.

ΓΕΝΙΚΟ ΛΥΚΕΙΟ ΠΟΡΟΥ

Ερευνητική Εργασία :

Μ.Μ.Ε Επιχείρηση ή Λειτουργήμα

Υπόθεμα 2^{1ς} Ομάδας:

Παραπληροφόρηση - Δημοσιογραφία – Δεοντολογία



Ομάδα 2 «Σολομώντες»

Κουτουζής Κωνσταντίνος

Γιαλαμάς Ιωάννης

Μουσιάδης Εμμανουήλ

Ξάνθη Δανάη-Ναταλία

2.1.2 Παραπληροφόρηση – Δημοσιογραφία - Δεοντολογία

↪ Παραπληροφόρηση (ορισμός, αίτια, συνέπειες)

Παραπληροφόρηση είναι η μεταφορά διαφόρων ψευδών ή αναληθών ή τροποποιημένων πληροφοριών.

Ένα είδος παραπληροφόρησης είναι η διαστρέβλωση πληροφοριών προς όφελος συγκεκριμένων συμφερόντων. Άλλο είδος παραπληροφόρησης είναι η μονομερής πληροφόρηση ενός θέματος δηλαδή η απόκρυψη δεδομένων και παρουσίαση μερικής αλήθειας (Μόνο αυτής που τους συμφέρει).

Σκοπός της παραπληροφόρησης είναι να οδηγήσει τον δέκτη να αγνοεί συγκεκριμένα πράγματα φυσικά προς όφελος κάποιον συγκεκριμένων συμφερόντων.

Αίτια της παραπληροφόρησης είναι αρχικά η υποστήριξη κομματικών ή άλλων οργανωμένων συμφερόντων, η προστασία συμφερόντων και ο έλεγχος των προγραμμάτων ενημέρωσης από τους οικονομικά ισχυρούς. Φυσικό επακόλουθο των παραπάνω είναι η προβολή του τρόπου ζωής και αξιών των ισχυρών κομμάτων, η κατεύθυνση της σκέψης με βάση την εξυπηρέτηση των συμφερόντων, η καθήλωση των πολιτών η τυφλή υπακοή και ο εθισμός που δημιουργείται από την επανάληψη ίδιων μηνυμάτων κάνοντας τον δέκτη δέσμιο της πληροφόρησης τέλος ο δέκτης γίνεται ένα άτομο χωρίς ιδεολογικό προσανατολισμό, γνώμη και αξίες.

↪ **Παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά τη λειτουργία των ΜΜΕ, νοθεύουν την ποιότητα της παρεχόμενης ενημέρωσης και γεννούν φαινόμενα παραπληροφόρησης και παραπλάνησης της κοινής γνώμης**

Ο κυριότερος ανάμεσά τους είναι η κυριαρχία των νόμων της αγοράς. Στην πλειοψηφία τους σήμερα τα ΜΜΕ αποτελούν ιδιωτικές επιχειρήσεις, που ως κύριο σκοπό έχουν το κέρδος. Στο πλαίσιο, λοιπόν, του σκληρού ανταγωνισμού που διεξάγεται ανάμεσα στα ιδιωτικά κανάλια ή στις εφημερίδες, η αλήθεια και η αντικειμενικότητα θυσιάζονται στο βωμό της εμπορικής επιτυχίας. Αυτό σημαίνει ότι η είδηση δεν επιλέγεται με κριτήριο την αξία αλλά τον εντυπωσιασμό.

Άλλος σημαντικός παράγοντας είναι η υποταγή των μέσων ενημέρωσης σε πολιτικά συμφέροντα και σκοπιμότητες. Στην περίπτωση αυτή γίνονται υποχείριο πολιτικών κέντρων που τα χρησιμοποιούν, για να αυξήσουν τη δύναμη και την

επιρροή τους στο λαό. Πέρα όμως απ' αυτές τις εξωτερικές παρεμβάσεις στο έργο της δημοσιογραφίας, υπάρχει πάντα και ο υποκειμενικός παράγοντας. Ο δημοσιογράφος, ως άνθρωπος έχει διαμορφωμένη ιδεολογία και συγκεκριμένη πολιτική τοποθέτηση με αποτέλεσμα, είτε το θέλει είτε όχι να επηρεάζεται στον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζει ή αναδεικνύει τα σημαντικά γεγονότα.

↪ Δημοσιογραφία - Δεοντολογία

Ορισμός:

Δεοντολογία ονομάζεται εκείνο το σύστημα ηθικής για το οποίο ηθικές πράξεις είναι οι πράξεις σύμφωνα με το καθήκον και ανεξάρτητα από το ποιες μπορεί να είναι οι συνέπειες (για αυτόν που εκτελεί το ηθικό καθήκον ή και συνολικά). Η δεοντολογική ηθική αντιπαράκειται συνήθως με τη συνεπειοκρατική ηθική, και συχνά θεωρείται ότι διορθώνει την τάση της συνεπειοκρατίας να μοιάζει με μια κατά περίπτωση ηθική ή να καταλήγει να αποδέχεται ότι "ο σκοπός αγιάζει τα μέσα".

Η δεοντολογικού τύπου ηθική λαμβάνει συνήθως τη μορφή συγκεκριμένων/κωδικοποιημένων κανόνων για το ποιες είναι οι ηθικά αποδεκτές πράξεις και συμπεριφορές. Παρά την αντιπαράθεση της με τη συνεπειοκρατία, ωστόσο, η δεοντολογία μπορεί να λάβει και τη μορφή μιας συνεπειοκρατίας των κανόνων. Δηλαδή το δέον ή το καθήκον μπορεί να προσδιοριστεί ως σύνολο από κανόνες που αν τους ακολουθούσαν όλοι θα είχαμε το βέλτιστο αποτέλεσμα.

↪ Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας

Έχει στόχο:

Να επαναβεβαιώσει και διασφαλίσει τον κοινωνικό ρόλο του δημοσιογράφου στις νέες συνθήκες, που διαμορφώνουν ο γιγαντισμός, το ολιγοπώλιο στο ιδιοκτησιακό καθεστώς, η αυξημένη εμβέλεια και επιρροή των Μ.Μ.Ε. και η παγκοσμιοποίηση της επικοινωνίας.

Να αποθαρρύνει και να αντιστέκεται σε κάθε απόπειρα κρατικού ή άλλου επηρεασμού με τον καθορισμό κανόνων υπεύθυνης επαγγελματικής λειτουργίας .

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

Προς το σκοπό αυτό, οι δημοσιογράφοι αυτοδεσμεύονται να εφαρμόσουν και να περιφρουρήσουν τις θεμελιώδεις αρχές οι οποίες αναφέρονται περιληπτικά παρά κάτω:

- Αρχικά:

Αναφαίρετο είναι το δικαίωμα του πολίτη να πληροφορεί και να πληροφορείται. (Η πληροφόρηση είναι κοινωνικό αγαθό και όχι εμπόρευμα ή μέσο προπαγάνδας). Έτσι ο δημοσιογράφος οφείλει να θεωρεί πρώτιστο καθήκον του την δημοσιοποίηση όλης της αλήθειας, να αντιτίθεται με κάθε τρόπο στη διαστρέβλωση, την απόκρυψη, την αλλοίωση ή την πλαστογράφηση των πραγματικών περιστατικών, να σέβεται το διακριτό της είδησης, να μεταδίδει τις ειδήσεις ανεπηρέαστα και να επανορθώνει ανακριβείς πληροφορίες ή ψευδείς ισχυρισμούς.

-Η δημοσιογραφία, ως επάγγελμα, αλλά και κοινωνικό λειτουργήμα, συνεπάγεται δικαιώματα, καθήκοντα και υποχρεώσεις. Ως προς αυτό ο δημοσιογράφος οφείλει να αντιμετωπίζει ισότιμα τους πολίτες, να σέβεται προσωπικότητα, την αξιοπρέπεια και το απαραβίαστο της ιδιωτικής ζωής του ανθρώπου και του πολίτη, να σέβεται το τεκμήριο της αθωότητας και να μην προεξοφλεί τις δικαστικές αποφάσεις, να σέβεται την κατοχυρωμένη με διεθνείς συμβάσεις προστασία των ανηλίκων και των προσώπων με ειδικές ανάγκες και με σοβαρά προβλήματα υγείας. 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 προβάλλει την ιδιαιτερότητά τους και να μην αποκαλύπτει, άμεσα ή έμμεσα, την ταυτότητα των θυμάτων βιασμού, στην αρχή τα οποία επέζησαν της εγκληματικής πράξης. Να τηρεί το επαγγελματικό απόρρητο ως προς την πηγή των πληροφοριών που εξασφάλισε υπό εχεμύθεια και τέλος σέβεται τους κανόνες της εμπιστευτικής πληροφόρησης (off the record) εφόσον ανέλαβε αυτή τη δέσμευση.

-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 πρέπει να υπερασπίζεται σθεναρά το δημοκρατικό πολίτευμα, να αποκρούει τις εκδηλώσεις κρατικού αυταρχισμού και τις αυθαιρεσίες των

ιδιοκτητών των Μ.Μ.Ε. και ιδιαίτερα των ολιγοπωλίων. 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. Τέλος να μη δέχεται τη σύνταξη είδησης, αν το περιεχόμενό της δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα και να καταγγέλλει τις εν αγνοία του παραποιήσεις του δημοσιογραφικού του προϊόντος.

-Η υπερπροσφορά εργασίας στο χώρο της δημοσιογραφίας επιτείνει τις προϋποθέσεις για την εκδήλωση φαινομένων εκμετάλλευσης. Γι' αυτό ο δημοσιογράφος δικαιούται και οφείλει Να στηρίζει και να ενισχύει τις δραστηριότητες της συνδικαλιστικής του οργάνωσης, που αποσκοπούν στη βελτίωση των όρων αμοιβής και απασχόλησης στα Μ.Μ.Ε. Να αποκρούει στο χώρο εργασίας του κάθε απόπειρα περιστολής των εργασιακών δικαιωμάτων του ή παραβίασης των κανόνων δεοντολογίας και να μην ασκεί και να μη δέχεται οποιαδήποτε μορφή διακρίσεων, που σχετίζονται με το φύλο ή την επαγγελματική ηλικία των συναδέλφων του.

-Η διαφάνεια στις οικονομικές σχέσεις αποτελεί θεμελιώδες στοιχείο του κύρους και της επαγγελματικής αξιοπρέπειας του δημοσιογράφου, ο οποίος οφείλει να μην επιδιώκει και να μη δέχεται αμοιβή για δημοσιογραφική εργασία από απόρρητα κονδύλια κρατικών υπηρεσιών και δημόσιων ή ιδιωτικών οργανισμών. 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. Να μην επιδιώκει και να μη δέχεται τη διαφημιστική χρήση του ονόματος, της φωνής και της εικόνας του, παρά μόνο για κοινωφελείς σκοπούς. Να μη μεταδίδει και να μην αξιοποιεί ιδιοτελώς αποκλειστικές πληροφορίες που επηρεάζουν την πορεία του χρηματιστηρίου Αξιών και την αγορά και τελικά 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.

-Η συναδελφική αλληλεγγύη και ο αλληλοσεβασμός των δημοσιογράφων συμβάλλουν θετικά στις συλλογικές επαγγελματικές επιδιώξεις του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Έτσι ο δημοσιογράφος οφείλει να α σέβεται την προσωπικότητα των συναδέλφων του. Να μην εκτοξεύει εναντίον τους ασύστατες κατηγορίες και να αποφεύγει τις προσωπικές αντεγκλήσεις, δημόσια και στους χώρους εργασίας. Να θεωρεί σοβαρότατη αντιεπαγγελματική πράξη κάθε λογοκλοπή. Να μην

οικειοποιείται την εργασία συναδέλφων του. Να αναφέρει πάντοτε το όνομα του συντάκτη, του οποίου χρησιμοποιεί κείμενα ή αποσπάσματα κειμένων και αν μνημονεύει την πηγή των πληροφοριών, που έχουν ήδη δημοσιευθεί ή μεταδοθεί.

-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 πρέπει να συμβάλλει στην αναβάθμιση του δημοσιογραφικού λόγου, αποφεύγοντας γραμματικές, συντακτικές και λεκτικές κακοποιήσεις. 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.

Να προστατεύει την ελληνική γλώσσα από την κατάχρηση ξένων λέξεων και όρων και να συμβάλλει δημιουργικά στην προστασία της εθνικής μας παράδοσης και τη διασφάλιση της πολιτισμικής μας κληρονομιάς.

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

ΓΕΝΙΚΟ ΛΥΚΕΙΟ ΠΟΡΟΥ

Ερευνητική εργασία Ά τετραμήνου

«Μ.Μ.Ε. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΜΑ»

ΟΜΑΔΑ «ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΤΕΣ»

3^ο υπόθεμα:

«ΤΥΠΟΣ»



Ομάδα μαθητών:

Αντωνίου Σωκράτης

Κύπριος Φίλιππος

Οικονομοπούλου Ασπασία

Μαλιέζος Βασίλης

Πόρος, Σχολικό έτος 2012-2013.

2.1.3 Ο τύπος και γιατί ονομάστηκε 4η εξουσία. Ποιες οι επιδράσεις του τύπου στην κοινή γνώμη

Τι είναι ο τύπος και γιατί ονομάστηκε 4η Εξουσία;

Ο όρος **Τέταρτη Εξουσία** αναφέρεται στα ΜΜΕ. Αρχικά αναφερόταν στον Τύπο, καθώς ήταν το μόνο μέσο, αλλά στη συνέχεια με την ανάπτυξη και των υπολοίπων (π.χ. ραδιόφωνο), 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.

Η αναφορά σε αντικειμενική και αμερόληπτη δημοσιογραφία και σε αντικειμενικά και αμερόληπτα ΜΜΕ αποτελεί κοινοτυπία. Μπορούν όμως να υπάρξουν αντικειμενικά και αμερόληπτα ΜΜΕ στα πλαίσια του καπιταλιστικού συστήματος; Δεν υπάρχουν στρατευμένα και μη στρατευμένα ΜΜΕ. Αντιθέτως, υπάρχουν στρατευμένα ΜΜΕ που το δηλώνουν και στρατευμένα ΜΜΕ που το αποκρύπτουν. Είναι δεδομένο ότι όλα τα ΜΜΕ εκπροσωπούν συγκεκριμένες απόψεις και πολιτικά συμφέροντα. Άλλωστε η ταξικότητα στο τύπο, εμφανίζεται από τα πρώτα κιόλας βήματα της ύπαρξης του τύπου έστω και αν η μορφή του εξελίχθηκε μέσα από τα χρόνια.

Καταρχάς είναι αδύνατο να υπάρξει αντικειμενική ενημέρωση για οποιοδήποτε γεγονός. Είναι πρακτικά αδύνατο να μεταδοθεί μια είδηση χωρίς να «χρωματιστεί» από την άποψη του δημοσιογράφου ή του μέσου που την διαδίδει. Ακόμη και ο τρόπος της μετάδοσης όπως ο τόνος της φωνής ή και η σειρά των λέξεων είναι ικανά να «χρωματίσουν» το περιεχόμενο μιας είδησης. Συνεπώς, η πολυδιαφημιζόμενη αντικειμενικότητα είναι από πολύ δύσκολο έως αδύνατο να επιτευχθεί. Όμως η πρακτική αδυναμία της απόλυτης αντικειμενικότητας δεν είναι ο μοναδικός λόγος που τα ΜΜΕ είναι μεροληπτικά. Ο κύριος λόγος της μεροληψίας των ΜΜΕ είναι οι ίδιες οι σχέσεις του καπιταλιστικού συστήματος. Τα ΜΜΕ λειτουργούν με όρους

καπιταλισμού όπως η κερδοφορία και ο ανταγωνισμός. Οι σχέσεις εξάρτησης που αναπτύσσονται μέσα στο καπιταλιστικό σύστημα οδηγούν τα αστικά ΜΜΕ να προβάλλουν με υποκειμενικό τρόπο τα γεγονότα.

Τα αστικά ΜΜΕ επηρεάζονται καθοριστικά από το ποιος είναι ο ιδιοκτήτης τους και από την ανάγκη τους να διασφαλίσουν την κερδοφορία τους. Η επιβίωση των σύγχρονων ΜΜΕ εξαρτάται από την διατήρηση αυτών των σχέσεων και η οποιαδήποτε δημοσιογραφική δεοντολογία (η οποία σήμερα καταπατάται) δεν αλλάζει την πιο πάνω ουσία. Τα αστικά ΜΜΕ είναι επιχειρήσεις κερδοσκοπικού χαρακτήρα και ανήκουν σε μέλη της αστικής τάξης ή σε άλλες μεγαλύτερες επιχειρήσεις, οι οποίες με την σειρά τους ελέγχονται από την αστική τάξη. Συνεπώς, η προβολή των γεγονότων είναι ευθυγραμμισμένη με τις πολιτικές και κοινωνικές πεποιθήσεις των ιδιοκτητών αλλά και με τα συμφέροντα της επιχείρησης.

Ένα αστικό ΜΜΕ δεν θα προβάλλει ειδήσεις οι οποίες θα βλάψουν τα συμφέροντα της ίδιας της επιχείρησης ή και των ιδιοκτητών του. Για παράδειγμα, αν μια εταιρία έχει στην ιδιοκτησία της ένα πολυκατάστημα και ένα τηλεοπτικό κανάλι και υπάρξει μια είδηση δυσφημιστική για το πολυκατάστημα, τότε αυτή η είδηση είναι απίθανο να μεταδοθεί από το κανάλι της ίδιας εταιρίας. Αυτό το γεγονός καθιστά το συγκεκριμένο κανάλι μεροληπτικό και προκατειλημμένο υπέρ συγκεκριμένων συμφερόντων.

Την ίδια ώρα που η ιδιοκτησία είναι ένας ισχυρός παράγοντας εξάρτησης, η εξάρτηση από τους διαφημιστές είναι ένας ακόμη ισχυρός παράγοντας χειραγώγησης της στάσης των ΜΜΕ. Η κύρια πηγή χρηματοδότησης των σύγχρονων αστικών ΜΜΕ είναι η διαφήμιση. Τα αστικά ΜΜΕ εξασφαλίζουν ένα μεγάλο μέρος των εσόδων τους από την προβολή διαφημίσεων άλλων επιχειρήσεων. Αυτό το γεγονός δημιουργεί σχέση εξάρτησης παρόμοια με την σχέση ιδιοκτησίας. Οι διαφημιζόμενες εταιρίες είναι και αυτές ιδιοκτησία της άρχουσας τάξης. Συνεπώς, τα αστικά ΜΜΕ είναι αδύνατον να εκφράσουν απόψεις ενάντια στην κυρίαρχη ιδεολογία, την ιδεολογία της αστικής τάξης, αφού το μεγάλο κεφάλαιο είναι ο ουσιαστικός τους αιμοδότης. Επιπλέον, η σχέση πληροφόρησης είναι ακόμη ένας παράγοντας επηρεασμού της αμεροληψίας ενός ΜΜΕ.

Τα ΜΜΕ πέραν από διαφημίσεις χρειάζονται και περιεχόμενο ούτως ώστε να καταστούν ελκυστικά στο κοινό τους. Το περιεχόμενο όμως, όπως ειδήσεις, ανακοινώσεις, ψυχαγωγικά προγράμματα, ελέγχεται και αυτό από μια παράλληλη βιομηχανία η οποία υπόκειται στις ίδιες καπιταλιστικές σχέσεις και εξαρτήσεις. Ως εκ

τούτου, και αυτή είναι ταυτισμένη με την αστική τάξη και τα συμφέροντα της. Για παράδειγμα, μια εφημερίδα δεν θα σχολιάσει αρνητικά μια ανακοίνωση από μια μεγάλη εταιρία αλλιώς είναι πολύ πιθανόν να μην ξαναπάρει πληροφόρηση από αυτή την εταιρία. Άρα, τα ΜΜΕ φροντίζουν να διατηρούν άριστες σχέσεις με τις πηγές πληροφόρησης τους και να μην έρχονται σε ρήξη με αυτές. Τα πιο πάνω σημεία καταδεικνύουν την πλήρη εξάρτηση των αστικών ΜΜΕ από την κυρίαρχη αστική τάξη. Αυτή η εξάρτηση τα καθιστά όργανο αυτής της τάξης και των συμφερόντων της. Την ίδια στιγμή βεβαία, τα αστικά ΜΜΕ, αναπαράγουν την κυρίαρχη ιδεολογία υπηρετώντας τα συμφέροντα της τάξης που τα διοικεί, παρεμβαίνοντας έτσι στις πολιτικές εξελίξεις, παραχαράσσοντας την ιστορία και υιοθετώντας πολιτικές θέσεις κάποτε άμεσα και κάποτε συγκαλυμμένα. Το συμπέρασμα της πιο πάνω ανάλυσης είναι το ότι είναι αδύνατο να υπάρξει ΜΜΕ το οποίο λειτουργεί με καπιταλιστικά πρότυπα, που να μην εξυπηρετεί τα συμφέροντα της κυρίαρχης ιδεολογίας. Το γεγονός της εξάρτησης των αστικών ΜΜΕ από την αστική τάξη καθιστά προφανή μια αναγκαιότητα. Την ύπαρξη των ΜΜΕ που θα εξυπηρετούν τα συμφέροντα της εργατικής τάξης. Αυτά τα ΜΜΕ ήδη υπάρχουν, ως αντίβαρο στα αστικά ΜΜΕ, έχοντας ως στόχο την συστράτευση με τους εργαζόμενους και τα συμφέροντα τους. Τα ΜΜΕ της εργατικής τάξης, σε αντίθεση με τα αστικά, δεν ισχυρίζονται την αντικειμενικότητά τους αλλά δηλώνουν καθαρά ότι στηρίζουν τα εργατικά συμφέροντα. Αυτά τα ΜΜΕ αν και περιορισμένα υπηρετούν πιστά το καθήκον της στήριξης των συμφερόντων της εργατικής τάξης.

Συνοψίζοντας, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε ότι τα ΜΜΕ δεν είναι απλά μέσα ενημέρωσης, αλλά στην πλειοψηφία τους είναι μέσα χειραγώγησης. Αυτό το γεγονός δεν είναι απότοκο κάποιας συννομωσίας αλλά είναι παράγωγο των σχέσεων που αναπτύσσονται μέσα στο ίδιο το καπιταλιστικό σύστημα. Είναι αδύνατον ΜΜΕ τα οποία λειτουργούν μέσα στα καπιταλιστικά πλαίσια να λειτουργήσουν ανεπηρέαστα από οποιαδήποτε συμφέροντα.

Ποιες οι επιδράσεις του τύπου στη κοινή γνώμη; Πότε οι επιδράσεις αυτές είναι θετικές και πότε αρνητικές;

Αυτή η επιρροή των ΜΜΕ στον καθορισμό της ημερήσιας θεματολογίας προκύπτει απ' την ανάγκη διαλογής ορισμένων θεμάτων μέσα από την καθημερινή

ειδησεογραφία και την απόρριψη άλλων, την επιλογή ορισμένων ειδήσεων που θα γραφτούν με πηχυαίους τίτλους στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων ή θα ηγηθούν ενός τηλεοπτικού δελτίου και την «ταφή» άλλων στα πολύ ψιλά γράμματα των ρεπορτάζ.

Οπωσδήποτε το κοινό αντιλαμβάνεται ως σημαντικότερα τα θέματα που προέχουν στην ειδησεογραφική ημερήσια διάταξη και με την πάροδο του χρόνου είναι αυτά τα οποία συχνά καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις στα θέματα που απασχολούν το κοινό. Κατά την εξέταση αυτού του ρόλου που παίζουν τα ΜΜΕ στον καθορισμό της ημερήσιας διάταξης έχει σημασία να προσέξουμε ότι η επιρροή των εφημερίδων και των τηλεοπτικών δελτίων περιορίζεται κυρίως στην προβολή ενός θέματος. Ο ρόλος των ΜΜΕ στον καθορισμό της ημερήσιας διάταξης εστιάζεται στην προβολή των απόψεων και όχι στην κατεύθυνσή τους.

Είναι αναμφισβήτητο γεγονός ότι, από της ανακαλύψεώς της, μέχρι και των ημερών μας, η τυπογραφία υπήρξε πάντοτε ο κύριος και βασικός δημιουργός της κοινής γνώμης.

Ως κοινή γνώμη μπορούμε να θεωρήσουμε την συνισταμένη της αντιληπτικής πεποιθήσεως που διαμορφώνεται και επικρατεί στα άτομα μιας κοινωνίας ,επί διαφόρων θεμάτων ευρείας δημοσιότητας, που τα ερεθίζουν (Τα θέματα αυτά ποικίλουν ως προς το είδος και την σπουδαιότητα, κατά ομάδα ανθρώπων ,κοινωνία και χώρα.)

Οι παράγοντες οι οποίοι μπορούν να επενεργήσουν στην διαμόρφωση μιας κοινής γνώμης έχουν άμεσο σχέση με την συγκίνηση και τις όποιες αντιδράσεις προκαλούν τα εκάστοτε συμβαίνοντα , στις διάφορες κοινωνικές ή εθνικές οντότητες. Σήμερα η δυνατότητα επικοινωνιακού επηρεασμού στην διαμόρφωση κοινής γνώμης, ισχύει στον υπέρτατο βαθμό ,αφού κατά τον 20οαίωνα ανακαλύφθηκαν και άλλα τρία μέσα, τεραστίας επικοινωνιακής δυνατότητος, το Ραδιόφωνο, η Τηλεόραση και το Internet , που αποτελούν τον προφορικό και οπτικό τύπο της ενημερώσεως . Συνεπώς τα άτομα, προς τα οποία ουσιαστικά στοχεύουν και απευθύνονται τα ΜΜΕ συμμετέχουν με περισσότερες αισθήσεις , στα όσα θετικά ή αρνητικά – επ’ ωφελεία των ή όχι –τους διοχετεύονται.

Η σημερινή τεραστία ανάπτυξη και τελειοποίηση των ΜΜΕ, δημιουργεί-στο άτομο- μια **θετική ή αρνητική** πνευματική καλλιέργεια τόσο ισχυρή σε έκταση και ουσία ώστε να μην μπορεί να συγκριθεί με το παρελθόν. Τα ΜΜΕ -μορφοποιούν το ρεύμα σκέψεως των ατόμων, δημιουργώντας και κατευθύνοντας ουσιαστικά την κοινή γνώμη ,είτε προς τον σωστό ,για το κοινωνικό και εθνικό συμφέρον δρόμο,

είτε, ενίοτε, προς «ποικιλόμορφη» καταστρεπτική κατεύθυνση. Γι' αυτό και είναι αναγκαία η επαγρύπνηση από τον λαό ώστε να μην «απορροφά», άμεσα και αβασάνιστα τα μεταδιδόμενα και αναγραφόμενα, αλλά να τα προσέχει, να τα αναλύει και να τα εκτιμά, πριν τοποθετηθεί επ' αυτών, ώστε να μην οδηγείται σε ανεξέλεγκτες καταστάσεις, συνεπεία εσφαλμένων εκτιμήσεων! **Οι δημοσιογράφοι και τα ΜΜΕ επιτελούν λειτουργήμα** με την απόλυτη έννοια του όρου με κύρια και βασική αποστολή, αφ' ενός μεν την πνευματική ανάπτυξη, υπεύθυνη διαφώτιση και σωστή ενημέρωση του λαού, αφ' ετέρου δε την διαμόρφωση μιας κοινής γνώμης, δυναμένης να επενεργεί θετικά και ουσιαστικά υπέρ του κοινωνικού και εθνικού συμφέροντος.

Μπορεί ο τύπος να στηρίζει το δημοκρατικό πολίτευμα; Με ποιες προϋποθέσεις μπορεί ο τύπος να παίζει το ρόλο αυτό;

Μια λειτουργία του τύπου είναι η συμβολή του στην ομαλή λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος αν και μερικές φορές αυτή του η πράξη έρχεται σε ρήξη. Ο τύπος, ένα από τα παλαιότερα και σημαντικότερα μέσα μαζικής ενημέρωσης, μπορεί να λειτουργήσει σωστά εάν πληρούνται ορισμένες προϋποθέσεις.

Μια από τις απαραίτητες αυτές προϋποθέσεις είναι η ύπαρξη του δημοκρατικού πολιτεύματος. Αν σε ένα κράτος δεν υπάρχει η δημοκρατία είναι αδύνατο να υπάρξει ελεύθερη έκφραση, επομένως είναι αδύνατη η σωστή λειτουργία του τύπου.

Επιπλέον, ο τύπος πρέπει να είναι ανεξάρτητος από οικονομικούς και πολιτικούς παράγοντες, οι οποίοι, όπως είναι γνωστό, έχουν μεγάλη ισχύ και μπορούν να κατευθύνουν πολλά από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Απαραίτητο επίσης είναι και το δημοσιογραφικό ήθος, ώστε η ενημέρωση των πολιτών να είναι αντικειμενική και όχι αναμειγμένη με προσωπικά σχόλια των δημοσιογράφων. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η έγκυρη αλλά και η έγκαιρη ενημέρωση. Η ουδετερότητα και η αμερόληπτη στάση στην προβολή των ειδήσεων είναι επίσης σημαντικές προϋποθέσεις για την ύπαρξη του δημοκρατικού πολιτεύματος.

Τέλος εμείς οι δέκτες να ασκούμε κριτική, να προβληματιζόμαστε και να μην αρκούμαστε στην επιφάνεια των πραγμάτων. Να κοιτάζουμε μέσα από τα γεγονότα, πίσω από τη βιτρίνα της καθημερινότητας.

Για να γίνουν εφικτά τα παραπάνω το κράτος υποχρεούται να ενισχύσει οικονομικά τα μέσα, ώστε να ασκούν αδέσμευτα και απρόσκοπτα το έργο τους χωρίς να χειραγωγούνται από ανώτερους φορείς της εξουσίας.

Η πολιτεία παίζει πρωταρχικό ρόλο στη σωστή λειτουργία του τύπου. Έτσι η ίδια θα πρέπει να φροντίζει ώστε να ελέγχει με τους αναγκαίους θεσμούς κάθε είδους υπερβολές των μέσων μαζικής ενημέρωσης, αλλά και η ίδια να αποφεύγει την υπερβολή με αποτέλεσμα ο έλεγχος να μην παραβιάζει την ελευθεροτυπία.

Αν, λοιπόν, δεν τηρούνται όλες αυτές οι προϋποθέσεις ο τύπος παρεκκλίνει από την αλήθεια, δεν έχει συναίσθηση του χρέους του, κατευθύνεται από μία πολιτική παράταξη και αποπροσανατολίζει την κοινή γνώμη προκαλώντας κοινωνικές αναταραχές. Με άλλα λόγια, ο τύπος που δεν λειτουργεί σωστά, μπορεί να συντελέσει στην κατάλυση του δημοκρατικού πολιτεύματος.

Ποιες δυνάμεις υποκινούν τα ΜΜΕ;

Σχετικά με τις ειδήσεις που μεταφέρονται από κάποιο Μέσο Μαζικής Ενημέρωσης ([ΜΜΕ](#)), μπορεί να ισχύει περίπτωση παραπληροφόρησης. Αν το μέσο είναι η πηγή της πληροφορίας, η παραπληροφόρηση θα οφείλεται:

1. Στο ότι το ΜΜΕ λειτουργεί με βάση κομματικά ή άλλα οργανωμένα συμφέροντα, άρα είναι γενικά αναξιόπιστο.
2. Στο ότι το ΜΜΕ προστατεύει εθνικά ή άλλα συμφέροντα με την απόκρυψη των στοιχείων, άρα αυτολογοκρίνεται.

Οι αναγνώστες (ακροατές, θεατές) οφείλουν να διασταυρώνουν τις πηγές των πληροφοριών τους για να αποφεύγουν την παραπληροφόρηση. Τα Μ.Μ.Ε. στη σύγχρονη εποχή επιτελούν πολλές λειτουργίες, ενημερώνουν, καθοδηγούν, ψυχαγωγούν και επηρεάζουν το πλήθος των πολιτών. Είναι, όμως, ωφελιμότερο για τις σύγχρονες ανθρώπινες κοινωνίες το γεγονός ότι τα Μ. Μ. Ε εκτός των άλλων αποτελούν συγχρόνως ασπίδα για το δημοκρατικό πολίτευμα. Αρχικά, αυτό επιτυγχάνεται με τη σωστή χρήση των Μ.Μ.Ε από τους δημοσιογράφους. Αυτή η σωστή χρήση περιλαμβάνει την αντικειμενική πληροφόρηση. Δηλαδή, οι ειδησεογράφοι οφείλουν να πληροφορούν το λαό χωρίς να τον επηρεάζουν με τη δική τους προσωπική άποψη, αλλά να καταγράφουν απλώς τα γεγονότα, όπως έχουν αυτά διαδραματιστεί στην πραγματικότητα. Αυτός ο τρόπος πληροφόρησης ωθεί τους πολίτες να αναλαμβάνουν πολιτική δράση βοηθώντας και στην ανάπτυξη της κοινωνικής τους συνείδησης.

Επιπλέον, ένας ακόμη τρόπος με τον οποίο τα Μ.Μ.Ε προστατεύουν το δημοκρατικό πολίτευμα είναι το γεγονός ότι ασκούν πίεση στην εκάστοτε κυβέρνηση

που κυβερνά το κράτος καθώς παρίστανται σε κάθε συνεδρίαση της Βουλής. Αυτό εξυπηρετεί στο να είναι πάντα άψογοι οι φορείς της εξουσίας και να μην ξεχνούν πως οφείλουν να απολογούνται στο λαό για οποιαδήποτε πράξη τους. Συμπληρωματικά, τα Μ.Μ.Ε προστατεύουν τη δημοκρατία με έναν ακόμη τρόπο. Τα Μ.Μ.Ε είναι η φωνή του λαού που κρίνει, αγρυπνεί και ελέγχει τις αποφάσεις των κυβερνώντων της κάθε χώρας.

Ανακεφαλαιώνοντας, η δημοκρατία προστατεύεται από τον Τύπο με την αντικειμενική πληροφόρηση, την παρουσία του σε όλες τις συνεδριάσεις της Βουλής και τέλος με την ίδια την ύπαρξη του ως φωνή των πολιτών. Η μεγάλη ανάπτυξη της τεχνολογίας τελειοποίησε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Είναι γεγονός πλέον ότι μπήκαμε σε νέα φάση της ζωής και της λειτουργίας των μέσων μαζικής ενημέρωσης στον τόπο μας. Τεράστιες οι προοπτικές, οπωσδήποτε όμως και μεγάλοι οι κίνδυνοι, αν δεν υπάρξουν σοβαρές αντιμετώπισεις και αντίστοιχες ρυθμίσεις.

Στις μέρες μας χρησιμοποιούνται τα καλύτερα μέσα, ώστε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να επιφέρουν όλο και περισσότερο θετικές επιδράσεις στην κοινωνία. Έτσι, διερευνώντας το θέμα, θα δούμε πως οι θετικές επιδράσεις είναι πολλές. Πρώτα αναπτύσσουν το πολιτικό κριτήριο του λαού, διαμορφώνουν φιλελεύθερο το πολιτικό του ήθος. Έπειτα πληροφορούν τους πολίτες για τους νόμους και γνωστοποιούν τις θέσεις των κομμάτων. Τέλος ενισχύουν την εθνική συνείδηση και συμβάλουν στη διατήρηση της παράδοσης. Επίσης διευκολύνουν τη λειτουργία του κράτους και ευνοούν την πολυφωνία και το διάλογο. Επιπλέον ασκούν δημόσιο έλεγχο. Συντελούν δηλαδή στην κατοχύρωση των ελευθεριών του λαού, στηλεύουν την παραβίαση των ανθρώπινων δικαιωμάτων, αποκαλύπτουν αδικίες και εγκλήματα, διαφθορές συνειδήσεων και άλλες ατασθαλίες της δημόσιας ζωής.

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 σπουδαίων 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.

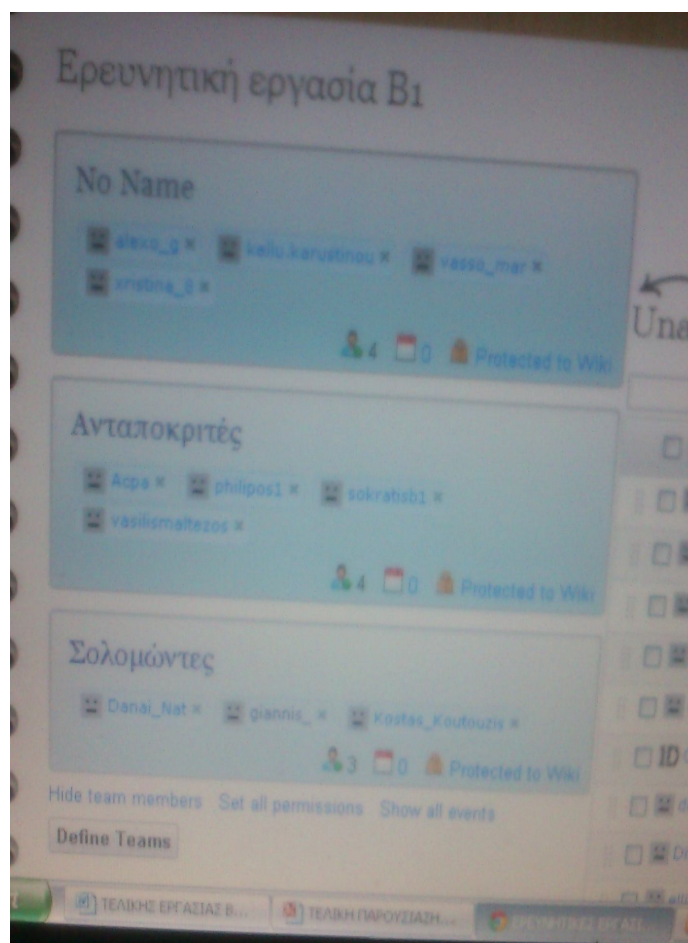
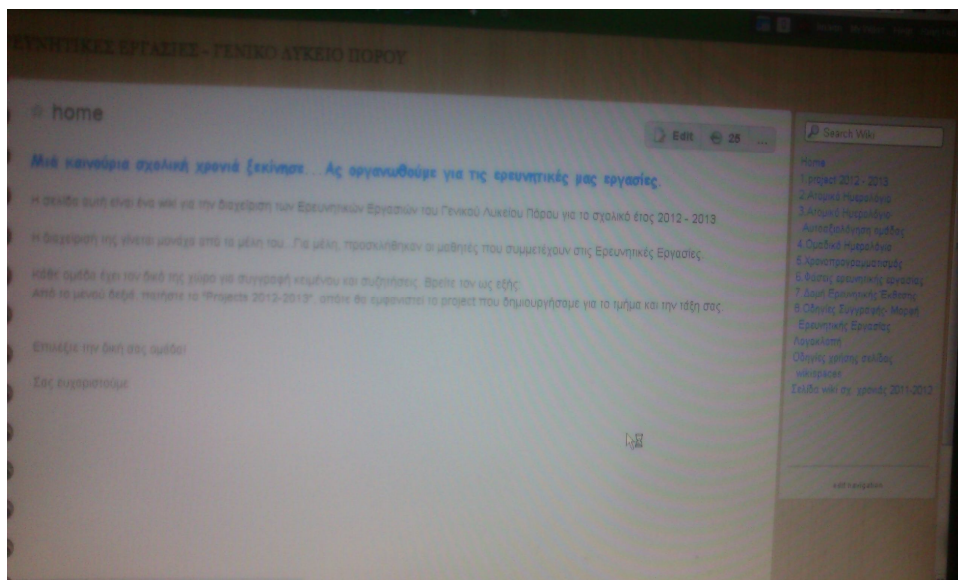
Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης συχνά υποδαυλίζουν τα λαϊκά πάθη, αναμοχλεύουν το παρελθόν και διχάζουν το λαό, με αποτέλεσμα τη χαλάρωση της εθνικής συνείδησης. Ιδιαίτερα σημαντικό θεωρείται ότι αποπροσανατολίζουν την κοινή γνώμη, διαστρεβλώνουν την αλήθεια, και διαβρώνουν την πολιτική συνείδηση των πολιτών.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

2.2 Εποπτικό υλικό

Φωτογραφίες από σελίδα wikispaces



Κεφάλαιο 3^ο : Παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας

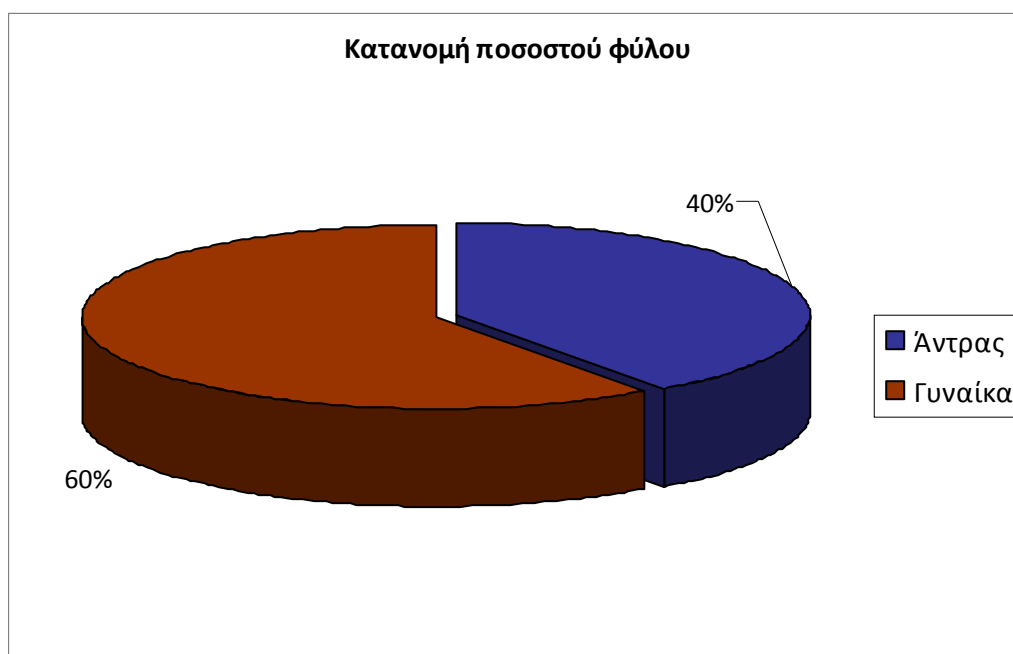
3.1 Εισαγωγή κεφαλαίου

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει παρουσίαση των δημογραφικών στοιχείων του δείγματος, και των αποτελεσμάτων της έρευνας, τα οποία στην συνέχεια θα αναλυθούν.

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος αναφέρονται στο φύλο και την ηλικία των νέων που πήραν μέρος στην έρευνα. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται με πίνακες και γραφικά, προβάλλοντας τις μεταβλητές μόνες τους. Η παρουσίαση και ανάλυση των στοιχείων, βασίζεται στους ερευνητικούς σκοπούς που είχαν τεθεί, και αποτελεί τη βάση για υποβολή προτάσεων και περαιτέρω έρευνα.

3.2 Δημογραφικά στοιχεία

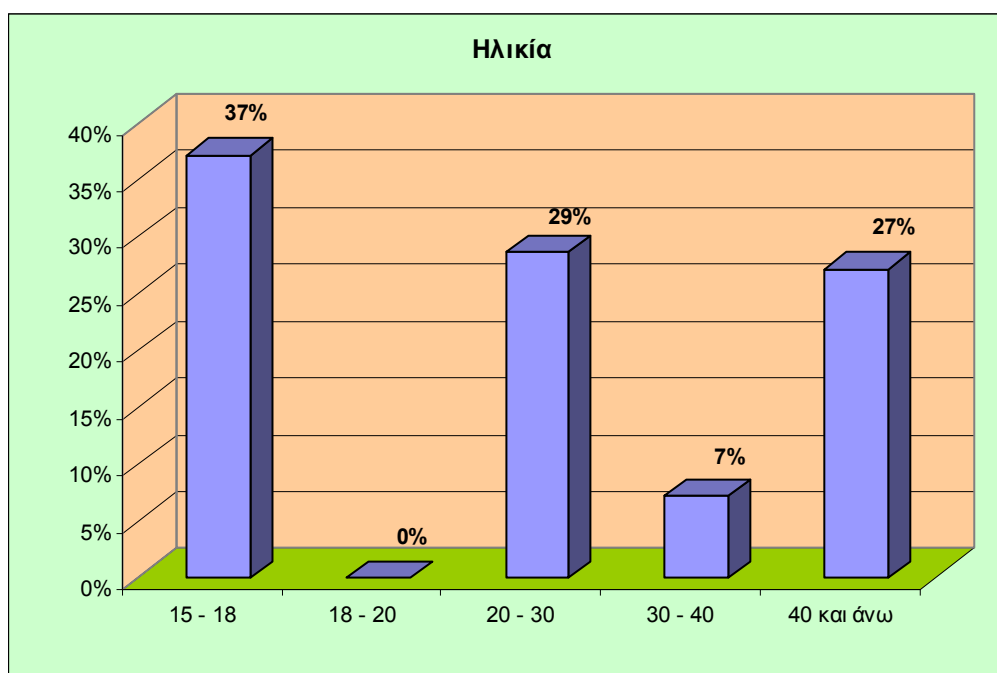
Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 120 άτομα, 48 άντρες (40%) και 72 γυναίκες (60%). Η κατανομή των συμμετεχόντων φαίνεται στο παρακάτω γράφημα.



Βασικό κριτήριο επιλογής αποτέλεσε η ηλικία , της οποίας το εύρος ορίστηκε από τα 15 έως τα 40 και άνω χρόνια .

Το 37% των ατόμων που απάντησαν το ερωτηματολόγιο είναι 15-18 ετών, ένα ποσοστό 29% είναι 20-30 ετών, 40 ετών και πάνω είναι το 27% του δείγματος και τέλος ένα ποσοστό 7% είναι ηλικίας 30 – 40 ετών.

Γράφημα ‘‘Εύρος ηλικίας δείγματος’’



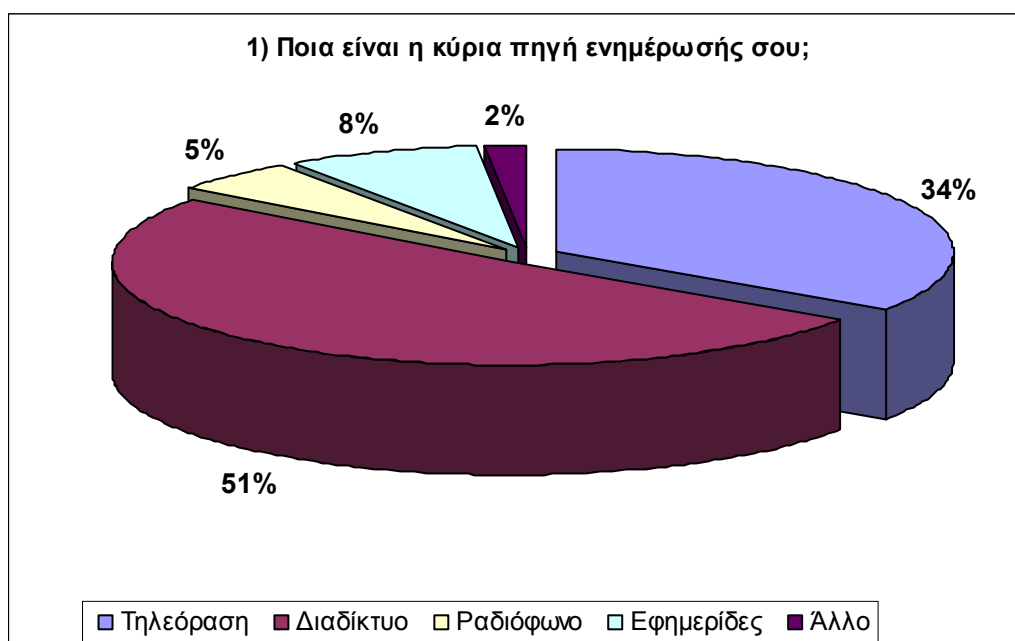
3.3 Παρουσίαση αποτελεσμάτων

Ερώτηση 1 : Ποια είναι η κύρια πηγή ενημέρωσης σου;

Πίνακας 1

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ									
	Τηλεόραση		Διαδίκτυο		Ραδιόφωνο		Εφημερίδα		Άλλο	
	Ατομα	Ποσοστό %	Ατομα	Ποσοστό %	Ατομα	Ποσοστό %	Ατομα	Ποσοστό %	Ατομα	Ποσοστό %
Σύνολο	40	9	59		6		9		2	

Γράφημα 1



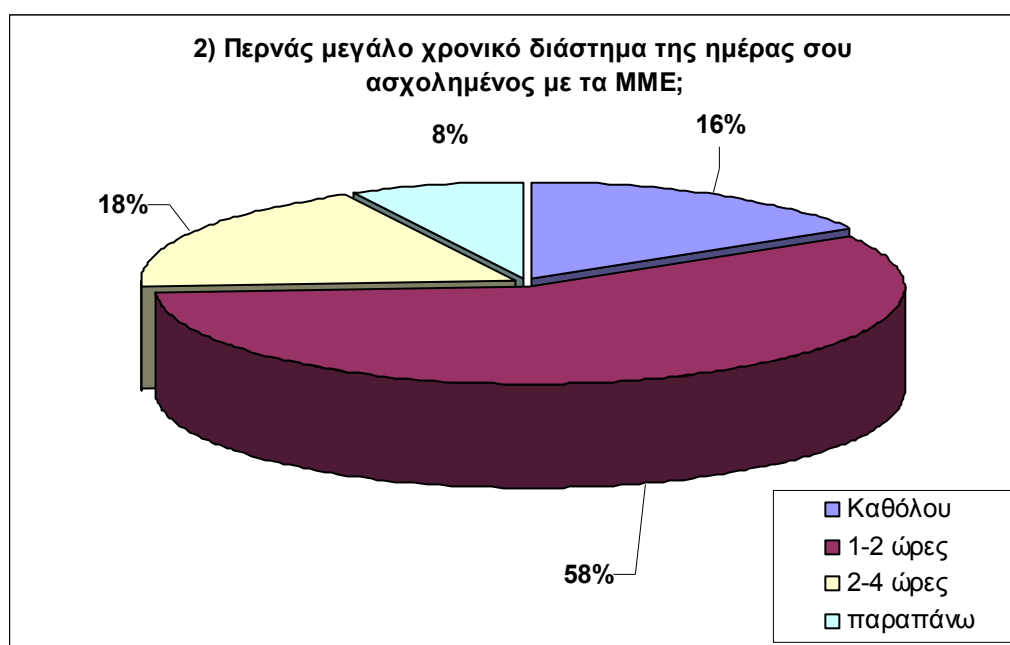
Το μεγαλύτερο ποσοστό 51% των ατόμων απάντησαν ότι ενημερώνονται από το διαδίκτυο, ακολουθούν εκείνοι που ενημερώνονται από την τηλεόραση 34%, μετά ενημερώνονται από την εφημερίδα 8% και τέλος από το ραδιόφωνο με ποσοστό 5%.

Ερώτηση 2 : Περνάς μεγάλο χρονικό διάστημα της ημέρας σου ασχολημένος με τα ΜΜΕ;

Πίνακας 2

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ							
	καθόλου		1-2 ώρες		2-4 ώρες		παραπάνω	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	15	16	54	58	17	18	7	3

Γράφημα 2



Το 16% όσων ρωτήθηκαν απάντησαν ότι δεν περνούν καθόλου χρόνο με τα ΜΜΕ, στη συνέχεια ποσοστό 18% απάντησαν ότι ασχολούνται από 2-4 ώρες., ποσοστό 58% απάντησαν ότι ασχολούνται από 1-2 ώρες και τέλος ένα ποσοστό 8% απάντησαν ότι ασχολούνται παραπάνω ώρες.

Ερώτηση 3 : Πιστεύεις πως σε επηρεάζουν τα ΜΜΕ;

Πίνακας 3

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ			
	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	48	51	47	49

Γράφηµα 3



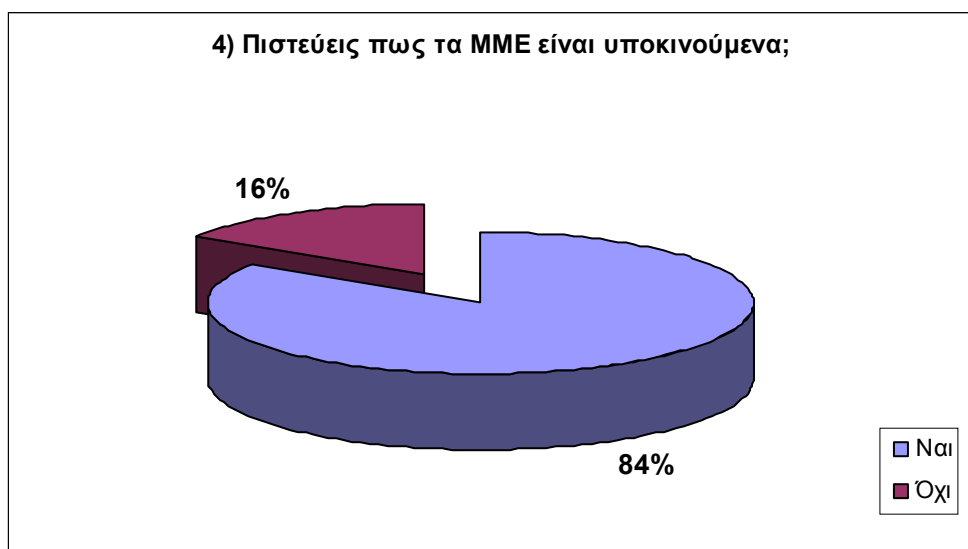
Το 49% όσων ρωτήθηκαν απάντησαν πως δεν τους επηρεάζουν τα ΜΜΕ ενώ ποσοστό 51% απάντησαν ότι τους επηρεάζουν.

Ερώτηση 4 : Πιστεύεις πως τα ΜΜΕ είναι υποκινούµενα;

Πίνακας 4

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ			
	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	79	84	15	16

Γράφημα 4



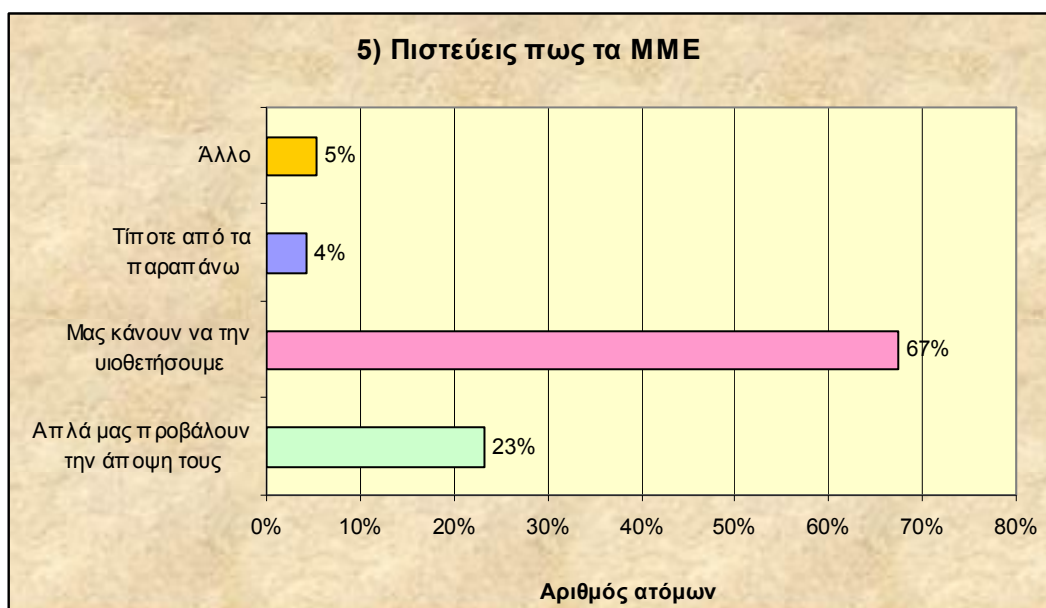
Το μεγαλύτερο ποσοστό 84% όσων ρωτήθηκαν απάντησαν πως τα ΜΜΕ είναι υποκινούμενα ενώ ποσοστό 16% απάντησαν πως δεν είναι.

Ερώτηση 5 : Τι πιστεύεις πως κάνουν τα ΜΜΕ:

Πίνακας 5

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ							
	απλά μας προβάλουν την άποψή τους		μας κάνουν να τις υιοθετήσουμε		τίποτα από τα παραπάνω		άλλο	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	22	23	64	67	4	4	5	5

Γράφημα 5



Το μεγαλύτερο ποσοστό 67% όσων ερωτήθηκαν απάντησαν πως μας κάνουν να υιοθετούμε την άποψή τους, στη συνέχεια ποσοστό 23% απάντησαν πως απλά μας προβάλλουν την άποψή τους, ύστερα ένα ποσοστό 4% απάντησαν τίποτα από τα παραπάνω και τέλος ένα ποσοστό 5% απάντησαν κάτι άλλο.

Ερώτηση 6 : Θεωρείς τις ειδήσεις που προβάλλονται ακριβείς; Αν όχι τι πιστεύεις.:

Πίνακας 6

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ			
	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	32	34	62	66

Γράφημα 6



Το μεγαλύτερο ποσοστό 66% όσων ρωτήθηκαν απάντησαν πως οι ειδήσεις δεν είναι ακριβείς και ένα ποσοστό 34% απάντησαν πως είναι ακριβείς. Στην ερώτηση που απάντησαν όχι, θεωρούν ότι οι ειδήσεις που προβάλλονται δεν είναι αντικειμενικές και οι πληροφορίες είναι τροποποιημένες με σκοπό την προπαγάνδα και την χειραγώγηση του κοινού συνόλου.

Στην υποερώτηση ‘θεωρείτε ότι οι ειδήσεις που προβάλλονται είναι ακριβείς, αν όχι τι πιστεύεις;’ Οι 9/13 που απάντησαν όχι αρχικά πιστεύουν ότι τα ΜΜΕ προβάλλουν ψευδή γεγονότα ή διαστρεβλωμένη την αλήθεια ως προς το συμφέρον

των ανώτερων κοινωνικών ομάδων, και μερικοί μας απάντησαν ότι τα ΜΜΕ είναι χρήσιμα μόνο για διαφήμιση και όχι για πληροφόρηση.

Άλλοι είπαν ότι οι ειδήσεις δεν είναι ακριβείς, μας παραπληροφορούν και μας προβάλλουν τα γεγονότα έτσι όπως συμφέρει τον καθένα.

Ερώτηση 7 : Πιστεύεις πως υπάρχει ελεύθερος τύπος:

Πίνακας 7

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ			
	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	39	42	54	58

Γράφημα 7



Το μεγαλύτερο ποσοστό 58% όσων ρωτήθηκαν πιστεύουν πως δεν υπάρχει ελεύθερος τύπος ενώ ποσοστό 42% απάντησαν πως υπάρχει.

Ερώτηση 8 : Πιστεύετε πως τα ΜΜΕ επηρεάζουν την σωστή λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος;

Πίνακας 8

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ			
	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	71	76	22	24

Γράφημα 8



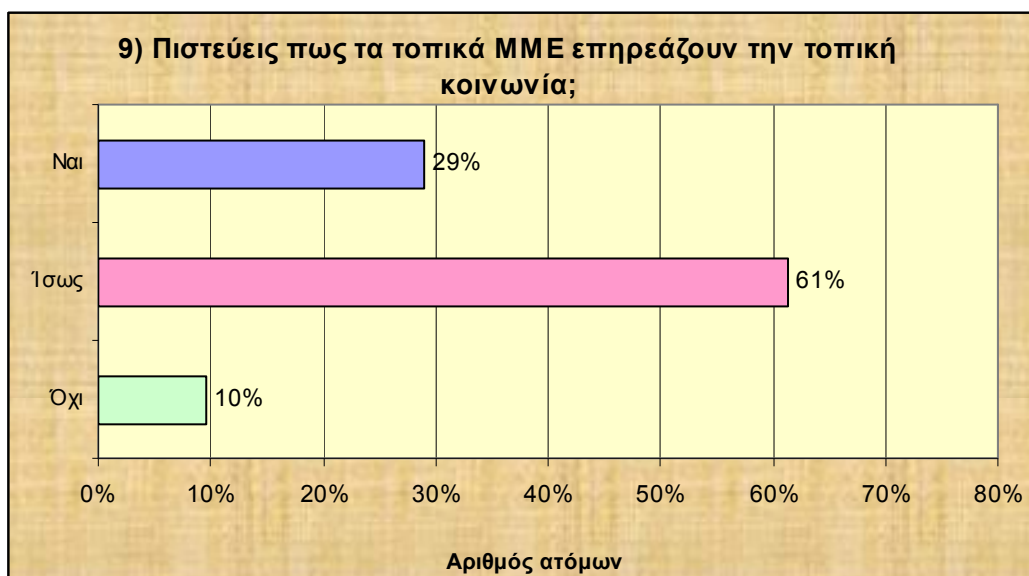
Το μεγαλύτερο ποσοστό 76% όσων ρωτήθηκαν απάντησαν πως τα Μ.Μ.Ε. επηρεάζουν την σωστή λειτουργία του πολιτεύματος ενώ ποσοστό 24% απάντησαν πως δεν την επηρεάζουν.

Ερώτηση 9 : Πιστεύεις πως τα τοπικά ΜΜΕ επηρεάζουν την τοπική κοινωνία;

Πίνακας 9

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ					
	ΝΑΙ		ΟΧΙ		ΙΣΩΣ	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	27	29	9	10	57	61

Γράφημα 9



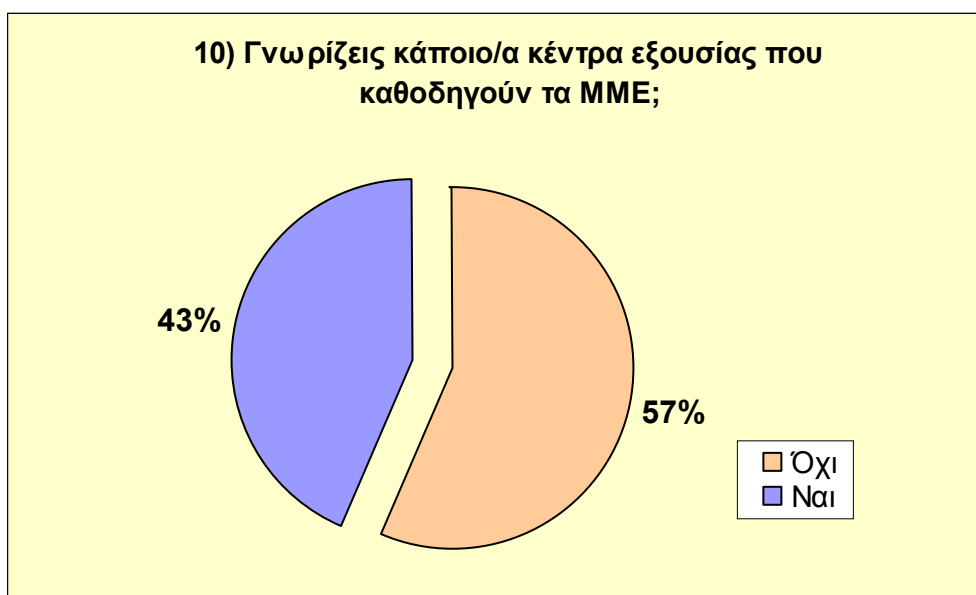
Στην ερώτηση αυτή οι περισσότεροι 61% απάντησαν ίσως. Όσοι απάντησαν ναι 29%, πιστεύουν ότι οι άνθρωποι χειραγωγούνται εύκολα ειδικά όταν δεν το ξέρουν.

Ερώτηση 10 : Γνωρίζεις κάποιο/α κέντρα εξουσίας που καθοδηγούν τα ΜΜΕ;

Πίνακας 10

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ			
	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	40	43	52	57

Γράφημα 10



Το μεγαλύτερο ποσοστό 57% όσων ρωτήθηκαν απάντησαν πως δεν γνωρίζουν κάποια κέντρα εξουσίας ενώ ενώ ποσοστό 43% απάντησαν πως γνωρίζουν. Το ποσοστό που ξέρουν κάποια κέντρα εξουσίας μας ανέφεραν:

Τα πολιτικά κόμματα, τις πολυεθνικές εταιρίες, τέκτονες, λέσχη Bildenberg, οικογένεια Ρόθτσιλντ, τα τραπεζικά ιδρύματα, οι πολιτικοί, οι εκάστοτε κυβερνήσεις, τράπεζες και γενικά το οικονομικό σύστημα.

Ερώτηση 11 : Τι γνώμη έχεις για τις Τούρκικες σειρές; Ποιος Πιστεύεις ότι είναι ο λόγος προβολής τους;

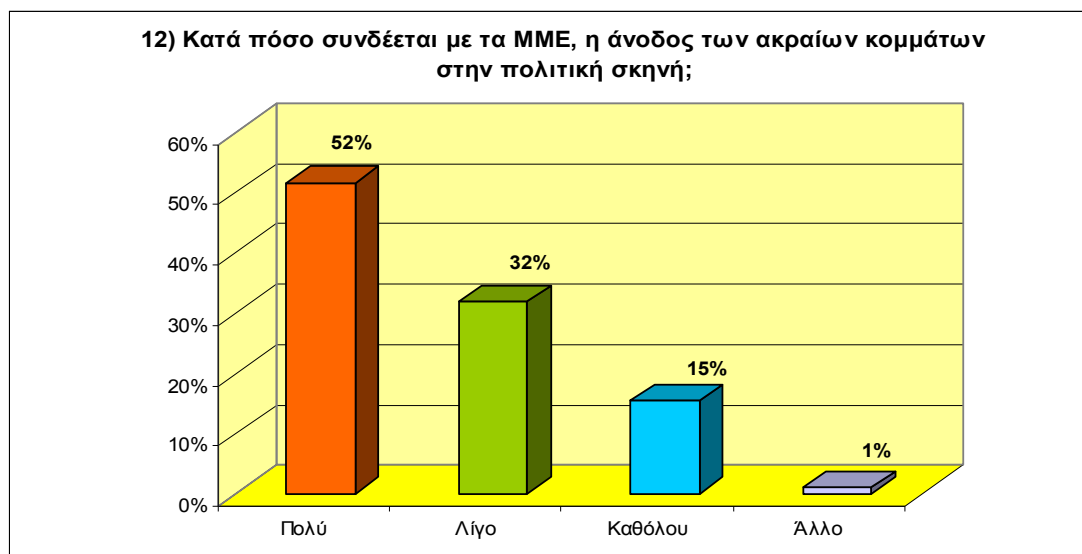
Οι γνώμες των ερωτηθέντων ήταν περίπου οι ίδιες. Αρχικά θεωρούν ότι η προβολή της οφείλεται στην οικονομική κατάσταση της Ελλάδας, στο χαμηλό κόστος των Τούρκικων σειρών σε συνδυασμό με την υψηλή τηλεθέαση τους που συμφέρει τα κανάλια. Έπειτα πιστεύουν ότι έχουν σκοπό τον εξοθωμανισμό της Ελλάδας με την εισαγωγή ξενόφερτων (Τούρκικων) στοιχείων για την άμβλυνση της κοινωνικής αντιπαράθεσης με την Τουρκία. Έτσι, αλλοιώνεται η ιστορία μας, διοχετεύονται λανθασμένες και αναχρονιστικές ηθικές αξίες στον θεατή, και τέλος θεωρούνται ως μέσο για να ηρεμεί ο λαός και να μην έχει διάθεση για ερωτήσεις και εξεγέρσεις.

Ερώτηση 12 : Κατά πόσο συνδέεται με τα ΜΜΕ, η άνοδος των ακραίων κομμάτων στην πολιτική σκηνή;

Πίνακας 12

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ							
	ΠΟΛΥ		ΛΙΓΟ		ΚΑΘΟΛΟΥ		ΑΛΛΟ	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	47	52	29	32	14	15	1	1

Γράφημα 12



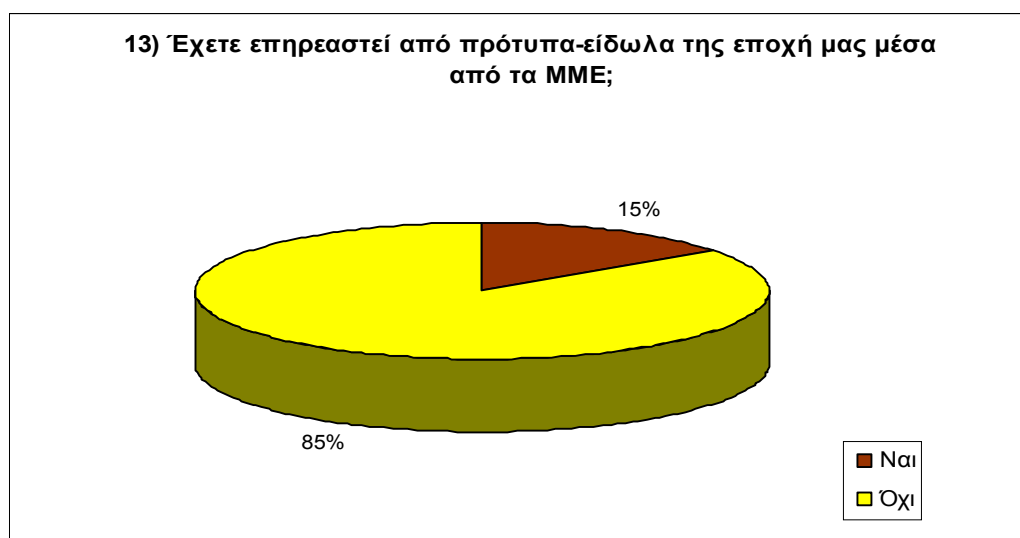
Το μεγαλύτερο ποσοστό 52% όσων ρωτήθηκαν απάντησαν πως συνδέονται τα ΜΜΕ με την άνοδο των ακραίων κομμάτων πολυ, ποσοστό 1% απάντησαν πως συνδέονται με κάτι άλλο, ποσοστό 15% απάντησαν πως δεν συνδέονται καθόλου και ποσοστό 32% απάντησαν πως συνδέονται λίγο.

Ερώτηση 13 : Έχετε επηρεαστεί από πρότυπα-είδωλα της εποχή μας μέσα από τα ΜΜΕ;

Πίνακας 13

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ			
	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	14	15	79	85

Γράφημα 13



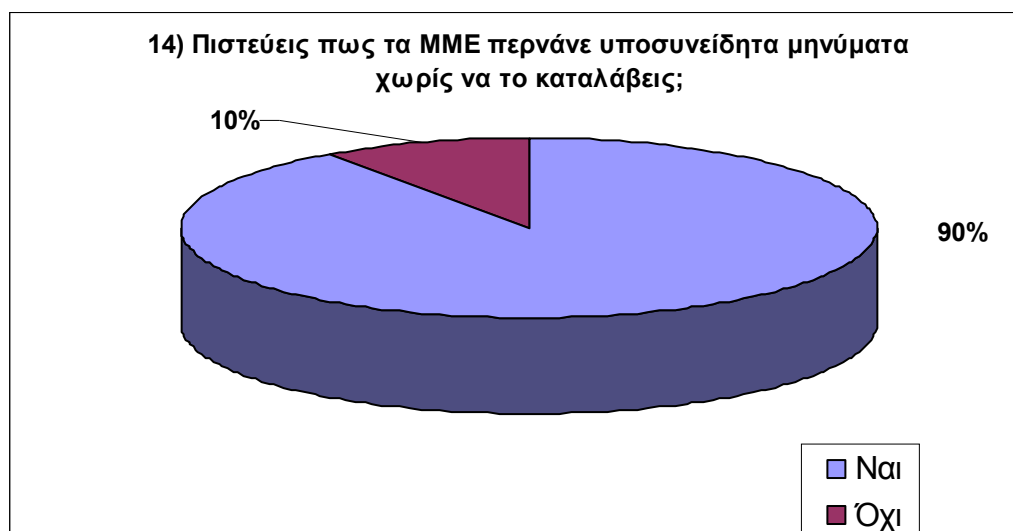
Το μεγαλύτερο ποσοστό 85% όσων ρωτήθηκαν απάντησαν πως έχουν επηρεαστεί από τα πρότυπα-είδωλα της εποχής μας ενώ ποσοστό 15% απάντησαν πως δεν έχουν επηρεαστεί.

Ερώτηση 14 : Πιστεύεις πως τα ΜΜΕ περνάνε υποσυνείδητα μηνύματα χωρίς να το καταλάβεις;

Πίνακας 14

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ			
	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	Άτομα	Ποσοστό %	Άτομα	Ποσοστό %
Σύνολο	84	90	9	10

Γράφημα 14



Το μεγαλύτερο ποσοστό 90% όσων ρωτήθηκαν απάντησαν πως πιστεύουν πως περνάνε υποσυνείδητα μηνύματα ενώ ποσοστό 10% απάντησαν πως δεν το πιστεύουν.

Ερώτηση 15 : Ποιες κοινωνικές ομάδες πιστεύεις πως αποσκοπούν να επηρεάσουν τα ΜΜΕ;

Σ' αυτή την ερώτηση πιστεύουν ότι τα Μ.Μ.Ε. έχουν σκοπό να μας επηρεάσουν όλους και κυρίως τις χαμηλού μορφωτικού επιπέδου ομάδες, την μεσαία και μικρομεσαία τάξη και τα άτομα μεγάλης ηλικίας, άνεργους, απελπισμένους.

Κεφάλαιο 4^ο : Συμπεράσματα

Μέσα από την μελέτη των αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων προκύπτουν ποικίλα συμπεράσματα για την ενημέρωση και την παρακολούθηση των ατόμων από τα Μ.Μ.Ε.

Αρχικά μέσα από την λεπτομερή παρακολούθηση των ερωτηματολογίων προκύπτει ότι το μεγαλύτερο μέρος των ατόμων που ενημερώνονται γενικότερα απ' τα Μ.Μ.Ε. έχουν ως κύρια πηγή ενημέρωσης το διαδίκτυο. Έπειτα μέσα απ' την έρευνα συμπεραίνουμε ότι το ευρύ κοινό ασχολείται με την ενημέρωση μία και δύο ώρες την ημέρα.

Στη συνέχεια βλέπουμε ότι τα Μ.Μ.Ε. επηρεάζουν τους πολίτες και είναι υποκινούμενα από κέντρα εξουσίας. Επιπρόσθετα καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι οι ειδήσεις δεν είναι ακριβής και έχουν σκοπό την παραπληροφόρηση. Ακόμα προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων δεν πιστεύουν πώς ο τύπος είναι ελεύθερος αλλά ότι τα Μ.Μ.Ε. επηρεάζουν τη σωστή λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος.

Εν συνεχεία προκύπτει το συμπέρασμα ότι τα Μ.Μ.Ε. επηρεάζουν την τοπική κοινωνία. Έπειτα μέσω της μελέτης των ερωτηματολογίων διαπιστώνουμε ότι τα Μ.Μ.Ε. συνδέονται με την άνοδο των ακροδεξιών κομμάτων με είδωλα και τάσεις της εποχής. Τέλος συμπεραίνουμε ότι τα Μ.Μ.Ε. υποκινούν υποσυνείδητα τις σκέψεις.

III. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ↗ <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%B1%CF%80%CE%BB%CE%B7%CF%81%CE%BF%CF%86%CF%8C%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7> Βικιπαίδεια ανασύρθηκε στις 15:05, 28 Οκτωβρίου 2012.
- ↗ http://lyk-kampan.kil.sch.gr/Efimerida_2.htm Κωνσταντινιά Μαζαρακίδου 2008-9
Γυμνάσιο & Γεν.Λύκειο Καμπάνη, Κιλκίς, Δδ. Γαλλικού
- ↗ <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B5%CE%BF%CE%BD%CF%84%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1> Βικιπαίδεια)
- ↗ Εργασία Άρη Γιαυρή "Κώδικας Δεοντολογίας των Δημοσιογράφων"
<http://www.arisgiavris.gr/kodikas-deontologias-dimosiographon.pdf>

IV. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης: Επιχείρηση ή Λειτουργήμα

Το ερωτηματολόγιο αυτό αφορά μία έρευνα για τα ΜΜΕ, η οποία έχει σκοπό να απαντήσει στο ερώτημα «ΜΜΕ: επιχείρηση ή λειτουργήμα;» και γίνεται στα πλαίσια της ερευνητικής εργασίας της Β' τάξης του Λυκείου Πόρου. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο. Σε ευχαριστώ για τη βοήθειά σου.

A. Προσωπικά στοιχεία ερωτώμενου. Σημειώστε ✓ στο κατάλληλο τετραγωνάκι

<input type="checkbox"/> Φύλο: <input type="checkbox"/> Άνδρας <input type="checkbox"/> Γυναίκα	<input type="checkbox"/> Ποια είναι η ηλικία σας: <input type="checkbox"/> 15 - 18 <input type="checkbox"/> 18 - 20 <input type="checkbox"/> 20 - 30 <input type="checkbox"/> 30 - 40 <input type="checkbox"/> 40 και άνω
---	--

B. Στις παρακάτω ερωτήσεις κυκλώστε την απάντησή σας.

1) Ποια είναι η κύρια πηγή ενημέρωσής σου;

- A) Τηλεόραση
- B) Διαδίκτυο
- Γ) Ραδιόφωνο
- Δ) Εφημερίδες
- Ε) Άλλο:.....

2) Περνάς μεγάλο χρονικό διάστημα της ημέρας σου ασχολημένος με τα ΜΜΕ;

- A) Καθόλου
- B) 1-2 ώρες
- Γ) 2-4 ώρες
- Δ) παραπάνω

3) Πιστεύεις πως σε επηρεάζουν τα ΜΜΕ;

- A) Ναι
- B) Όχι

4) Πιστεύεις πως τα ΜΜΕ είναι υποκινούμενα;

- A) Ναι
- B) Όχι

5) Πιστεύεις πως τα ΜΜΕ

- A) Απλά μας προβάλλουν την άποψη τους
- B) Μας κάνουν να την υιοθετήσουμε
- Γ) Τίποτε από τα παραπάνω
- Δ) Άλλο:

6) Θεωρείς τις ειδήσεις που προβάλλονται ακριβείς; Αν όχι τι πιστεύεις.

- A) Ναι
- B) Όχι

(_____)

(_____)

7) Πιστεύεις πως υπάρχει ελεύθερος τύπος

- A) Ναι
- B) Όχι

8) Πιστεύετε πως τα ΜΜΕ επηρεάζουν την σωστή λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος;

A) Ναι

B) Όχι

9) Πιστεύεις πως τα τοπικά ΜΜΕ επηρεάζουν την τοπική κοινωνία;

A) Όχι

B) Ίσως

Γ) Ναι

(Αν Ναι, Γιατί; _____)

(_____)

10) Γνωρίζεις κάποιο/α κέντρα εξουσίας που καθοδηγούν τα ΜΜΕ;

A) Όχι

B) Ναι

(Αν Ναι, ποια είναι αυτά; _____)

(_____)

11) Τι γνώμη έχεις για τις Τούρκικες σειρές; Ποιος Πιστεύεις ότι είναι ο λόγος προβολής τους;

(_____)

(_____)

12) Κατά πόσο συνδέεται με τα ΜΜΕ, η άνοδος των ακραίων κομμάτων στην πολιτική σκηνή;

A) Πολύ

B) Λίγο

Γ) Καθόλου

Δ) Άλλο _____)

13) Έχετε επηρεαστεί από πρότυπα-είδωλα της εποχή μας μέσα από τα ΜΜΕ;

A) Ναι

B) Όχι

(Αν Ναι, ποια είναι αυτά; _____)

(_____)

14) Πιστεύεις πως τα ΜΜΕ περνάνε υποσυνείδητα μηνύματα χωρίς να το καταλάβεις;

A) Ναι

B) Όχι

15) Ποιες κοινωνικές ομάδες πιστεύεις πως αποσκοπούν να επηρεάσουν τα ΜΜΕ;

(_____)

(_____)