



ΕΝΑ

Ινστίτοτο  
Εναλλακτικών  
Πολιτικών

enainstitute.org

# Η ΔΗΜΟΣΙΑ & ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΣΤΟΝ 21ο ΑΙΩΝΑ: ΠΑΡΕΛΘΟΝ, ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

**ΓΙΑΝΝΗΣ ΕΥΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΣ,**

Οικονομολόγος, ειδικός σε θέματα υπηρεσιών και οργανισμών κοινής ωφέλειας

**ΝΙΚΟΣ ΣΜΥΡΝΑΙΟΣ,**

Αναπληρωτής Καθηγητής του Τμήματος Επιστημών Πληροφορίας και Επικοινωνίας  
του Πανεπιστημίου της Τουλούζης

2019

# Η ΔΗΜΟΣΙΑ & ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΣΤΟΝ 21ο ΑΙΩΝΑ: ΠΑΡΕΛΘΟΝ, ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

**ΓΙΑΝΝΗΣ ΕΥΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΣ,**

Οικονομολόγος, ειδικός σε θέματα υπηρεσιών και οργανισμών κοινής ωφέλειας

**ΝΙΚΟΣ ΣΜΥΡΝΑΙΟΣ,**

Λέκτορας του Τμήματος Επιστημών Πληροφορίας και Επικοινωνίας του Πανεπιστημίου της Τουλούζης

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	2
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ:	
ΜΙΑ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	4
Η ΔΗΜΟΣΙΑ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΥΠΟ ΑΜΦΙΣΒΗΤΗΣΗ.....	7
ΟΙ ΑΠΟΤΥΧΙΕΣ ΤΗΣ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ.....	10
ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ & ΔΗΜΟΣΙΑ ΣΦΑΙΡΑ.....	16
ΓΙΑ ΕΝΑ ΝΕΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΟΣ.....	18
ΔΗΜΟΣΙΑ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗ & ΤΠΕ.....	21
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ.....	26
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	28
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	31

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η τηλεόραση έχει βρεθεί επανειλημμένα στο επίκεντρο της δημόσιας συζήτησης κατά τη διάρκεια της κρίσης. Ξεχωρίζουν το αυταρχικό κλείσιμο της ΕΡΤ και η επαναλειτουργία της, η απονομή τηλεοπτικών αδειών με τις διαδικαστικές και θεσμικές εμπλοκές της, το ζήτημα των οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων που προκάλεσε η πτώχευση τηλεοπτικών καναλιών, καθώς και το θέμα της ανεξαρτησίας και αντικειμενικότητας των ειδησεογραφικών εκπομπών. Τα συγκεκριμένα γεγονότα έχουν απασχολήσει την κοινή γνώμη υπό το πρίσμα και στον απόηχο σφοδρών πολιτικών αντιπαραθέσεων αναφορικά με το ρόλο τόσο των δημόσιων όσο και των ιδιωτικών καναλιών στη δημόσια σφαίρα και τις σχέσεις τους με πολιτικά κόμματα, κέντρα εξουσίας και οικονομικά συμφέροντα.

Παράλληλα, η τηλεόραση διανύει μια περίοδο ραγδαίων και ριζικών τεχνολογικών μετασχηματισμών που επηρεάζουν δομικά το εσωτερικό και εξωτερικό της περιβάλλον. Ξεχωρίζουν η έντονα ανοδική πορεία της συνδρομητικής τηλεόρασης, με την είσοδο νέων παικτών όπως οι εταιρείες τηλεπικοινωνιών, η γενικότερη ενίσχυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έναντι της τηλεόρασης αλλά και των υπηρεσιών έναντι του περιεχομένου, η συγκέντρωση κεφαλαίου που δρομολόγησε η κρίση, καθώς και η επικράτηση ενός παγκόσμιου ψηφιακού ολιγοπωλίου (Σμυρναίος, 2018).

Δυστυχώς οι όροι διεξαγωγής της δημόσιας συζήτησης στην Ελλάδα δεν επέτρεψαν να εξεταστεί το διά ταύτα, δηλαδή ποιος είναι ο ρόλος, οι προοπτικές και οι προκλήσεις της τηλεόρασης στον 21ο αιώνα. Τρία χρόνια μετά την επαναλειτουργία της ΕΡΤ, το ζήτημα αυτό έχει εύλογα τεθεί στον δημόσιο διάλογο, δεδομένου ότι έχει παρέλθει ένα χρονικό διάστημα το οποίο καθιστά πλέον εφικτή και αναγκαία την εκπόνηση ενός απολογισμού του έργου της.

Το παρόν άρθρο επιχειρεί να συνεισφέρει στους παραπάνω προβληματισμούς, εστιάζοντας στην εξέταση της ραδιοτηλεόρασης υπό το πρίσμα της έννοιας του κοινωνικού αγαθού. Ο όρος «κοινωνικό αγαθό» (merit good) εισάχθηκε από τον Αμερικανό οικονομολόγο Richard Musgrave στα τέλη της δεκαετίας 1950. Η έννοια αυτή αναφέρεται σε αγαθά τα οποία τα άτομα ή η κοινωνία πρέπει να είναι σε θέση να καταναλώνουν στη βάση των αναγκών τους και όχι ανάλογα με την ικανότητα ή ακόμη και την επιθυμία τους να πληρώνουν γι' αυτά. Κύριο χαρακτηριστικό αυτής της έννοιας είναι ότι στηρίζεται σε αξιολογικές κρίσεις για το τι θεωρεί «καλό» ή «κακό» μια κοινωνία. Για παράδειγμα, το δημόσιο σύστημα υγείας βασίζεται στην ιδέα ότι δεν μπορεί να είναι κοινωνικά αποδεκτός ο αποκλεισμός των φτωχότερων στρωμάτων του

πληθυσμού από βασικές υπηρεσίες υγείας. Τα κοινωνικά αγαθά συνδέονται επίσης με την ύπαρξη θετικών εξωτερικοτήτων (positive externalities). Στην περίπτωση αυτή, το κοινωνικό όφελος από την ελεύθερη πρόσβαση στα εν λόγω αγαθά υπερβαίνει το ατομικό όφελος, με αποτέλεσμα να κρίνεται ηθικά νόμιμη και αναγκαία η υποχρεωτική και δωρεάν παροχή ορισμένων υπηρεσιών όπως, για παράδειγμα, ο εμβολιασμός ή η παιδεία. Σημειώνεται ότι η ύπαρξη των κοινωνικών αγαθών θεμελιώνει το δικαίωμα παρέμβασης των δημόσιων αρχών, έστω κι αν αυτή παραβιάζει ή θέτει σε δεύτερη μοίρα τις επιθυμίες και προτιμήσεις (ορισμένων) καταναλωτών στο πλαίσιο της αγοράς. Ιστορικά, η θεμελίωση και ηθική νομιμοποίηση της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης έχει συνδεθεί με αξίες όπως η καθολικότητα, η διαφώτιση, η συνοχή και, πιο πρόσφατα, η συνεργασία, η ποικιλομορφία και η ανοιχτότητα (Lowe, 2016). Οι αξίες αυτές παρουσιάζονται δηλαδή ως εγγενή στοιχεία της δημόσιας υπηρεσίας ραδιοτηλεόρασης που θεμελιώνουν το λόγο ύπαρξής της.

Η δημόσια ραδιοτηλεόραση μπορεί παράλληλα να προσεγγιστεί ως υπηρεσία κοινής ωφέλειας. Η έννοια αυτή προέρχεται από μια ισχυρή νομικοπολιτική παράδοση σε διάφορες ευρωπαϊκές χώρες (π.χ. «services publics» στη Γαλλία, «public utilities» στο Ηνωμένο Βασίλειο, «Daseinsvorsorge» στη Γερμανία) αλλά και σε κοινοτικό επίπεδο (Υπηρεσίες γενικού οικονομικού συμφέροντος – ΥΓΟΣ). Η σημασία των ΥΓΟΣ για τις κοινές αξίες της Ένωσης και την κοινωνική και εδαφική συνοχή της κατοχυρώνεται στη Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (άρθρο 14), ενώ το Πρωτόκολλο 26 της ίδιας Συνθήκης εξειδικεύει τις θεμελιώδεις αρχές που διέπουν την παροχή τους. Το Πρωτόκολλο 29 διασφαλίζει, με τη σειρά του, τη δυνατότητα χρηματοδότησης της δημόσιας υπηρεσίας ραδιοτηλεόρασης<sup>1</sup>, λόγω της συμβολής της στην κάλυψη δημοκρατικών, κοινωνικών και πολιτισμικών αναγκών της κοινωνίας και στη διασφάλιση του πλουραλισμού των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Πράγματι, η πολιτική σημασία της εύρυθμης λειτουργίας των ΜΜΕ στις αστικές δημοκρατίες έγκειται στο γεγονός ότι αυτά αποτελούν μέρος του δημόσιου χώρου εντός του οποίου λαμβάνει χώρα η διαπάλη ιδεών και επιχειρημάτων σχετικά με τα κοινά. Μέσω αυτής της διαπάλης διαμορφώνεται και αποκρυσταλλώνεται η «κοινή γνώμη», δηλαδή μια σειρά κυρίαρχων πεποιθήσεων και αναπαραστάσεων σχετικά με το κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό γίγνεσθαι. Συνεπώς, ο ρόλος της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης είναι ακόμη πιο σημαντικός όταν οι πολιτικές αντιπαραθέσεις είναι οξύτερες και, ταυτόχρονα, τα ιδιωτικά ΜΜΕ υφίστανται μια βαθιά οικονομική αλλά και αξιακή κρίση, κάτι που χαρακτηρίζει το εγχώριο τηλεοπτικό τοπίο (Πλειός, 2013).

---

<sup>1</sup> Αξίζει εδώ να υπογραμμιστεί ότι ο όρος «δημόσια υπηρεσία» για το σύστημα δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών μεταδόσεων πρέπει, όπως επισημαίνεται σε σχετική ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2009), «να νοείται όπως αναφέρεται στον όρο υπηρεσία γενικού οικονομικού συμφέροντος».

Για να διερευνήσουμε το ζήτημα υπό το πρίσμα των κοινωνικών αγαθών, θα επιχειρήσουμε, σε πρώτη φάση, μια σύντομη ιστορική αναδρομή στην ανάπτυξη της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης και το καθεστώς ρύθμισής της. Στη συνέχεια θα καταγράψουμε και θα κωδικοποιήσουμε τη βασική κριτική που ασκείται. Σε τρίτο στάδιο, θα περιγράψουμε τις αδυναμίες των ιδιωτικών ΜΜΕ, σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, ως αφετηρία για τον ορισμό της αποστολής της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, με ιδιαίτερη αναφορά στο ρόλο της για τη λειτουργία της δημόσιας σφαίρας. Τέλος, θα παρουσιάσουμε συνθετικά τους κύριους άξονες στους οποίους πρέπει να βασιστεί μια σύγχρονη δημόσια υπηρεσία ραδιοτηλεοπτικού περιεχομένου αξιοποιώντας και τη διεθνή εμπειρία.

## ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ: ΜΙΑ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Ιστορικά, διακρίνονται τρία βασικά μοντέλα οργάνωσης του τομέα της ραδιοτηλεόρασης.

### ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Το πρώτο είναι το εμπορικό μοντέλο των ΗΠΑ, το οποίο στηρίχθηκε στην πεποίθηση ότι το δημόσιο συμφέρον υπηρετείται καλύτερα από τους μηχανισμούς της αγοράς. Οι ιδιωτικοί ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί θεωρήθηκαν οι καταλληλότεροι φορείς για να ανταποκριθούν στις προσωπικές προτιμήσεις των τηλεθεατών. Εκτιμήθηκε, ειδικότερα, ότι η χρηματοδότηση του κλάδου μέσω της διαφήμισης συνιστά τον καλύτερο τρόπο για να διασφαλιστεί η προσαρμογή της προσφοράς (προγράμματα) στις απαιτήσεις του κοινού. Πράγματι, στην περίπτωση της εμπορικής τηλεόρασης ένας ενδιάμεσος (το τηλεοπτικό κανάλι) συνδέει δύο μέρη (τηλεθεατές και διαφημιστές) που έχουν ένα θεωρητικά αμοιβαίο όφελος, μια κατάσταση που η οικονομική θεωρία αποκαλεί «αμφίπλευρη αγορά» («two-sided market», Rochet, Tirole, 2003). Οι πρώτοι έχουν δωρεάν πρόσβαση στα προγράμματα που χρηματοδοτούνται από τους δεύτερους, οι οποίοι προωθούν παράλληλα τα προϊόντα τους. Αυτός ο τύπος αμφίπλευρης αγοράς είναι επίσης πηγή εξωτερικότητας. Αυτό σημαίνει ότι η ικανοποίηση ενός καταναλωτή για ένα αγαθό που πωλείται σε μια αγορά εξαρτάται από το μέγεθος της ζήτησης για ένα άλλο αγαθό, που ανήκει σε διαφορετική αγορά, και αντίστροφα. Πράγματι, στο

πλαίσιο της ιδιωτικής τηλεόρασης, για παράδειγμα, η ικανοποίηση του καταναλωτή εξαρτάται από το περιεχόμενο των προγραμμάτων, το οποίο με τη σειρά του είναι συνάρτηση των οικονομικών πόρων που διαθέτει ένα κανάλι και συνεπώς εξαρτάται από τα διαφημιστικά του έσοδα. Ένα κανάλι που προσελκύει πολλές και ακριβές διαφημίσεις έχει, θεωρητικά, τα μέσα για την απόκτηση ποιοτικών προγραμμάτων. Αντίστροφα και ταυτόχρονα, η ικανοποίηση των διαφημιστών εξαρτάται από τη σύνθεση και το μέγεθος του κοινού. Όσο μεγαλύτερο είναι το κοινό και όσο περισσότερο αντιστοιχεί στον εμπορικό στόχο των διαφημιστών, τόσο μεγαλύτερη είναι η επίδραση (και το κόστος) μιας διαφημιστικής καμπάνιας. Επομένως, το διαφημιστικό μοντέλο έχει δύο διόλου ευκαταφρόνητα πλεονεκτήματα: Παρέχει χρηματοδότηση για την παραγωγή και διάδοση μη ανταγωνιστικών και μη αποκλειστικών αγαθών και τα καθιστά δωρεάν διαθέσιμα στους χρήστες, κάνοντάς τα πιο ελκυστικά.

Συμπερασματικά, το μοντέλο αυτό χαρακτηρίζεται από ισχυρή πίστη στην ικανότητα της αγοράς να ικανοποιήσει τις προτιμήσεις των καταναλωτών και, αντίστοιχα, ισχυρή δυσπιστία έναντι του κράτους ως διαχειριστή ενός μέσου με τόσο μεγάλη ικανότητα μαζικής επιρροής (WRTC, 2000). Η άμεση εμπλοκή του κράτους στα ΜΜΕ θεωρείται, με δυο λόγια, ως επικίνδυνη. Επιπλέον, η δημόσια χρηματοδότηση της ραδιοτηλεόρασης εκτιμάται ότι προκαλεί στρέβλωση του ανταγωνισμού, λόγω της επιλεκτικής στήριξης ενός εκ των «παικτών» στη συγκεκριμένη αγορά. Βέβαια αυτό το επιχείρημα διατυπώνεται σήμερα για όλες σχεδόν τις υπηρεσίες κοινής ωφέλειας στο πλαίσιο της κυρίαρχης οικονομικής σκέψης.

## ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥ ΚΡΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΟΠΩΛΙΟΥ

Το μονοπώλιο υπήρξε το δεύτερο μοντέλο που επικράτησε ιστορικά κυρίως στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης. Η μονοπωλιακή οργάνωση του τομέα της ραδιοτηλεόρασης πηγάζει από την εμπειρία του τομέα των τηλεπικοινωνιών. Χώρες όπως η Ελβετία, η Αυστρία, η Γαλλία και η Δυτική Γερμανία επέλεξαν το εν λόγω μοντέλο ως το μόνο ικανό να διασφαλίσει την ελευθερία έκφρασης (Parathanassopoulos, 1990). Το μοντέλο αυτό δεν στηρίχθηκε στους μηχανισμούς της αγοράς (ανταγωνισμός για ακροαματικότητα και διαφημιστικά έσοδα) αλλά στον «εσωτερικό πλουραλισμό». Ο προγραμματισμός των καναλιών υπήρξε ευθύνη συμβουλίων ή επιτροπών που απαρτιζόνταν από τους εκπροσώπους διαφόρων πολιτικών, κοινωνικών και πολιτισμικών ομάδων. Κύρια πηγή χρηματοδότησης της ραδιοτηλεόρασης υπήρξαν το ραδιοτηλεοπτικό τέλος (license fee) και, σε ορισμένες περιπτώσεις, ο κρατικός προϋπολογισμός (π.χ. Βέλγιο, Δανία,

Νορβηγία και Σουηδία). Στο πλαίσιο του μονοπωλίου τα δημόσια κανάλια υπόκεινται σε περιορισμούς όσον αφορά τα διαφημιστικά τους έσοδα, ώστε αφενός να μην αλλοιωθεί ο ποιοτικός χαρακτήρας των προγραμμάτων και αφετέρου να προστατευθούν τα διαφημιστικά έσοδα του Τύπου.

## ΤΟ ΜΕΙΚΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Το τρίτο μοντέλο, τέλος, είχε μεικτό χαρακτήρα και εφαρμόστηκε κυρίως στο Ηνωμένο Βασίλειο. Το μοντέλο αυτό (duopoly model) στηρίχθηκε στη συνύπαρξη των δημόσιων και ιδιωτικών ραδιοτηλεοπτικών σταθμών. Ο μεταξύ τους ανταγωνισμός έλαβε χώρα κυρίως στο πεδίο της τηλεθέασης και όχι των διαφημιστικών εσόδων. Ως γνωστόν, το κυρίαρχο μονοπωλιακό μοντέλο εγκαταλείφθηκε στην Ευρώπη ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 προς όφελος του μεικτού μοντέλου, στα πρότυπα του Ηνωμένου Βασιλείου. Παραδόξως, η αμφισβήτηση του μονοπωλιακού χαρακτήρα της ραδιοτηλεόρασης στη Δυτική Ευρώπη προήλθε σε πολιτικό επίπεδο από δύο διαμετρικά αντίθετες δυνάμεις (Parathanassopoulos, op.cit.): τη ριζοσπαστική Αριστερά και τη ριζοσπαστική Δεξιά.

Για τη ριζοσπαστική Δεξιά η απορρύθμιση της ραδιοτηλεοπτικής αγοράς είχε ως στόχο τη βελτίωση της παραγωγικής αποτελεσματικότητας (με κύριο στοιχείο τη μείωση του κόστους των παραγόμενων υπηρεσιών), σε συνδυασμό με τη βελτίωση της σύζευξης προσφοράς και ζήτησης, στα πρότυπα του αμερικανικού μοντέλου. Υπό αυτή την προσέγγιση, η αύξηση των καναλιών συνιστά μέσο ενίσχυσης του πλουραλισμού και ελέγχου των καναλιών από τους καταναλωτές μέσω των σχέσεων και δυναμικών που αναπτύσσονται στο πλαίσιο μιας εύρυθμης ανταγωνιστικής αγοράς. Η άποψη αυτή εκτιμά ότι η αγορά δύναται να προσφέρει την απαιτούμενη ενημέρωση για τη λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος, παρέχοντας ταυτοχρόνως και ελευθερία από τον κρατικό έλεγχο.

Η ριζοσπαστική Αριστερά, από την πλευρά της, άσκησε κριτική στον απόλυτο έλεγχο της ραδιοτηλεόρασης από το κράτος και στη δυνατότητα που απολάμβαναν οι εκάστοτε κυβερνήσεις να χειραγωγήσουν την κοινή γνώμη. Επίσης, στηλίτευσε την ανικανότητα του δημόσιου μονοπωλίου να ικανοποιήσει τις ατομικές και συλλογικές ανάγκες των πολιτών σε ό,τι αφορά την ποικιλομορφία των πολιτιστικών και ψυχαγωγικών τους προτιμήσεων αλλά και των ιδιομορφιών σε επίπεδο τοπικών κοινοτήτων (Albert, Tudesq, 1996).

Η κριτική που δέχθηκε το μονοπώλιο είχε ως αποτέλεσμα τη σταδιακή απορρύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου, με την ίδρυση ιδιωτικών ραδιοτηλεοπτικών σταθμών, αλλά και

την ιδιωτικοποίηση σημαντικών δημόσιων μέσων όπως το κανάλι TF1 στη Γαλλία. Σε πολλές περιπτώσεις, όπως στη Γαλλία, την Ιταλία και την Ελλάδα, η απορρύθμιση έγινε με πολιτικά και όχι με αξιοκρατικά κριτήρια. Η συνύπαρξη των δημόσιων και των ιδιωτικών ΜΜΕ από τα τέλη της δεκαετίας του 1980 και έπειτα στην Ευρώπη αναπτύχθηκε μέσα σε ένα προβληματικό πλαίσιο, το οποίο στην περίπτωση της Ελλάδας έλαβε τη μορφή καθεστώτος πλήρους ανομίας (Λεάνδρος, 2000).

## Η ΔΗΜΟΣΙΑ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΥΠΟ ΑΜΦΙΣΒΗΤΗΣΗ

Μετά την άρση του δημόσιου ραδιοτηλεοπτικού μονοπωλίου εκδηλώθηκαν ολοένα και περισσότερες φωνές που αμφισβήτησαν την προνομιακή χρηματοδότηση των δημόσιων καναλιών σε βάρος των ιδιωτικών αλλά και τον ίδιο το λόγο ύπαρξης της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, εξαιτίας των ραγδαίων τεχνολογικών εξελίξεων. Πράγματι, για πολλούς το διαδίκτυο αποτελεί εκ φύσεως φορέα πλουραλισμού, αφού προσφέρει πλήθος πηγών πληροφόρησης και διασκέδασης στο ευρύ κοινό (Smyrniotis, Marty, Rebillard, 2010). Η εξέλιξη αυτή παρουσιάζεται συχνά σαν να απομειώνει την προστιθέμενη αξία της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης για το κοινωνικό σύνολο. Η διατήρηση ενός ενιαίου τέλους κρίνεται ως μη αποδεκτό μέσο χρηματοδότησης, δεδομένου ότι –λόγω του πολλαπλασιασμού των ψηφιακών διαύλων– τα δημόσια κανάλια υφίστανται πτώση της ακροαματικότητάς τους, και οι πολίτες μετακινούνται προς άλλες πηγές πληροφόρησης.

Πέραν των τεχνολογικών και οικονομικών εξελίξεων (άρση περιορισμού του αναλογικού σήματος και πιέσεις στη χρηματοδότηση των καναλιών), η αμφισβήτηση της δημόσιας τηλεόρασης ανάγεται και στην εδραίωση νέων αξιακών κοινωνικών προτύπων και συμπεριφορών όπως ο ατομικισμός και η πίστη στους μηχανισμούς της αγοράς ως μέσων διασφάλισης του ατομικού και συνάμα συλλογικού συμφέροντος. Κατά τον Keane (1995), η δημόσια ραδιοτηλεόραση συναντά συνεπώς προβλήματα ηθικής νομιμοποίησης. Τόσο μέρος του κοινού όσο και ιδιωτικοί σταθμοί απορρίπτουν πλέον μια από τις θεμελιακές αρχές της, αυτήν της αντιπροσώπευσης. Σύμφωνα με τους επικριτές της, η δημόσια τηλεόραση επικαλείται μια φαντασική αντιπροσώπευση ενός επίσης φανταστικού κοινωνικού συνόλου, με αποτέλεσμα ο προγραμματισμός της να μην εκφράζει εντέλει παρά μόνο τις απόψεις και προτιμήσεις των διοικούντων της.

Τέλος, η αντικειμενικότητα και αμεροληψία της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης έχουν επίσης τεθεί υπό αμφισβήτηση (Cushion, 2018). Ο άμεσος κρατικός έλεγχος ασκεί πιέσεις στην ανεξαρτησία των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών μέσων. Ο έλεγχος αυτός



ασκείται μέσω της εξάρτησης των δημόσιων ΜΜΕ από την κρατική χρηματοδότηση ή/ και εξαιτίας της έλλειψης διαδικασιών και πλαισίου για την πλήρωση διοικητικών θέσεων στους εν λόγω οργανισμούς με τρόπο που να διασφαλίζει την ανεξαρτησία της διοίκησης. Επομένως, ενώ κατά κανόνα ο ρόλος της αγοράς στο τηλεοπτικό τοπίο δεν τίθεται πλέον υπό αμφισβήτηση, η διαπίστωση αυτή δεν φαίνεται πια να ισχύει για τη δημόσια ραδιοτηλεόραση (Lowe,2016). Οι λόγοι που θεμελίωσαν την ίδρυση και ανάπτυξη δημόσιων ΜΜΕ έχουν σήμερα μικρότερη απήχηση στην κοινωνία. Συνεπώς, αμφισβητείται πλέον η ίδια η αξία και η ύπαρξη των δημόσιων μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, η αντιπαράθεση σχετικά με το μέλλον και την ηθική νομιμοποίηση (legitimacy) της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης πραγματοποιείται στη βάση τριών βασικών απόψεων (Jakubowicz, 2007).

## Η ΝΕΟΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η νεοφιλελεύθερη άποψη αμφισβητεί ριζικά πλέον την ηθική νομιμοποίηση της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, επικαλούμενη την ανωτερότητα των μηχανισμών της αγοράς ως προς την κάλυψη των προτιμήσεων των καταναλωτών. Αξίζει να σημειωθεί ότι η άποψη αυτή, παρά τη δυναμική που έχει αποκτήσει τα τελευταία χρόνια, εξακολουθεί να είναι μειοψηφική στα όργανα της ΕΕ. Οι διαδοχικές ανακοινώσεις και αποφάσεις Ευρωπαϊκών θεσμών όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Συμβούλιο της Ευρώπης έχουν επιβεβαιώσει κατ' επανάληψη το ρόλο της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης ως προς την κάλυψη πλήθους στόχων κοινωνικού και δημοκρατικού περιεχομένου. Η άποψη αυτή είναι όμως κυρίαρχη στις ΗΠΑ, όπου δεν υπάρχει δημόσια ραδιοτηλεόραση με την έννοια που της προσδίδεται στην Ευρώπη. Εκεί το National Public Radio (NPR) και το Public Broadcasting Service (PBS) έχουν τη μορφή μη εμπορικών οργανώσεων που στηρίζονται κυρίως σε ιδιωτική χρηματοδότηση μέσω funds και μέσω της πώλησης προγραμμάτων και δευτερευόντως σε δημόσια κονδύλια. Δεν αποτελούν δημόσια υπηρεσία υπό τον έλεγχο του κράτους.

## Η ΔΗΜΟΣΙΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΩΣ NICHE BROADCASTER

Η δεύτερη άποψη -αν και απορρίπτει την κατάργηση των δημόσιων φορέων ραδιοτηλεόρασης- εντούτοις δεν αποδέχεται παρά ένα μόνο μέρος των υφιστάμενων υπηρεσιών της. Σύμφωνα με αυτή, οι δημόσιοι τηλεοπτικοί σταθμοί πρέπει να αναλαμβάνουν επικουρικό ρόλο ως προς την αγορά και να περιορίζουν τη δραστηριότητά τους στην παροχή προγραμμάτων που για εμπορικούς ή άλλους λόγους δεν συμπεριλαμβάνονται στον προγραμματισμό των ιδιωτικών. Κατ' επέκταση, οι δημόσιοι σταθμοί οφείλουν να αποσυρθούν από ανταγωνιστικές δραστηριότητες και να μετεξελιχθούν σε «niche broadcasters» με αντικείμενο την κάλυψη εξειδικευμένων μόνο αναγκών. Πρόκειται για μια θέση που υποστηρίχθηκε διαχρονικά από τις επικοινωνιακές εκστρατείες των ιδιωτικών σταθμών με αποδέκτες τα όργανα και τους θεσμούς της ΕΕ (Jakubowicz, op.cit.). Η θέση αυτή εξειδικεύεται σε τέσσερα βασικά επιχειρήματα που χρήζουν αναφοράς: Πρώτον, στο ότι δεν είναι αναγκαίο η δημόσια ραδιοτηλεόραση να εισέλθει στο διαδίκτυο, ώστε να μη στρεβλώσει τον ανταγωνισμό σε νέους τομείς ανάπτυξης της μαζικής επικοινωνίας. Δεύτερον, ότι πρέπει να υπάρξει αυστηρός προσδιορισμός των στόχων της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης (καθολικότητα προγραμμάτων, μετάδοση προγραμμάτων γενικού ενδιαφέροντος κ.λπ.), ώστε στη συνέχεια να ανασταλεί η εισχώρησή της σε νέες σύγχρονες δραστηριότητες που ενδεχομένως να μην καλύπτουν τα προαναφερθέντα κριτήρια. Τρίτον, ότι πρέπει να περιοριστεί η δημόσια ραδιοτηλεόραση αυστηρά σε εξειδικευμένα μη εμπορικά προγράμματα και ταυτοχρόνως να αποσυρθεί από τη διαφημιστική αγορά. Τέταρτον – και συμπληρωματικά με την τρίτη επιδίωξη– προβάλλεται το επιχείρημα ότι το νέο τεχνολογικό τηλεοπτικό τοπίο (συνδρομητικά κανάλια κ.λπ.) προσφέρει προγράμματα αντίστοιχης ποιότητας με αυτά της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, γεγονός που συνηγορεί υπέρ της περαιτέρω συρρίκνωσής της. Αυτό το επιχείρημα αμφισβητείται πλέον ως αποτέλεσμα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Πράγματι, η υπόθεση ότι η απεριόριστη επέκταση των ψηφιακών καναλιών αποτελούσε επαρκή συνθήκη για τη διασφάλιση του πλουραλισμού και της ποικιλομορφίας στην ενημέρωση αποδείχθηκε λανθασμένη, καθότι δεν έλαβε υπόψη της τα αντικειμενικά όρια του οικονομικού μοντέλου στο οποίο και στηρίχθηκε<sup>2</sup> (Campos-Freire, 2013). Οι πτωχεύσεις και συγχωνεύσεις καναλιών οδήγησαν εντέλει σε μεγαλύτερη συγκέντρωση κεφαλαίου και μικρότερο πλουραλισμό, γεγονός που –τουλάχιστον βραχυπρόθεσμα και σε συνδυασμό με την ιδιωτικοποίηση του ψηφιακού φάσματος– δρα ανασταλτικά ως προς τη διασφάλιση του πλουραλισμού και της ποιοτικής αναβάθμισης του περιεχομένου της ιδιωτικής τηλεόρασης.

<sup>2</sup> Θα μπορούσε επιπρόσθετα να αναφερθεί και η αδιαμφισβήτητη επίδραση των προγραμμάτων της ιδιωτικής τηλεόρασης ως προς τη διαμόρφωση του εν λόγω μοντέλου μέσω της ώθησης στην ιδιώτευση, την αλόγιστη κατανάλωση και την υπερχρέωση των νοικοκυριών.

## Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΟΣ

Η τρίτη άποψη, τέλος, βρίσκεται στον αντίποδα των δύο προηγούμενων, επικαλούμενη την ανάγκη ύπαρξης τηλεόρασης απελευθερωμένης από κάθε επιδίωξη κερδοφορίας και ικανής να καλύψει τις ανάγκες των πολιτών ως μελών μιας δημοκρατικής κοινωνίας. Αυτή η προσέγγιση, η οποία στηρίζεται σε αξιολογικά κριτήρια, περιγράφεται αναλυτικότερα στη συνέχεια. Για να κατανοηθεί καλύτερα ωστόσο το εν λόγω μοντέλο, κρίνεται απαραίτητο να επισημανθούν προκαταρκτικά οι αδυναμίες που καταλογίζονται στην ιδιωτική τηλεόραση, οι οποίες αιτιολογούν την παρέμβαση του κράτους.

## ΜΕΙΚΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΡΥΘΜΙΣΗΣ

Στο πλαίσιο αυτό, ενδιαφέρον παρουσιάζει η ανάλυση του ρόλου της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης όσον αφορά τα χαρακτηριστικά της τηλεοπτικής αγοράς (Cushion, 2018). Η ύπαρξη ποιοτικής δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, στο πλαίσιο δηλαδή μιας αγοράς με μεικτό ιδιοκτησιακό καθεστώς (δημόσιο/ιδιωτικό), δρα ανασταλτικά ως προς την εκδήλωση φαινομένων «ανταγωνισμού προς τα κάτω» (race to the bottom), συμβάλλοντας έτσι στην αναβάθμιση του συνολικότερου επιπέδου δημοσιογραφίας. Πρέπει να επισημανθεί ότι η ρύθμιση του ανταγωνισμού δύναται επίσης να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο ως προς την άμβλυνση φαινομένων υποβάθμισης του τηλεοπτικού περιβάλλοντος. Έχει διαπιστωθεί ότι η θέσπιση «υποχρεώσεων δημόσιας υπηρεσίας» από την αρμόδια ρυθμιστική αρχή σε ιδιωτικούς σταθμούς συνδέεται με υψηλότερες προδιαγραφές και καλύτερο ειδησεογραφικό περιεχόμενο. Στο πλαίσιο αυτό, σημειώνεται ότι μεικτά καθεστώτα ρύθμισης (συνύπαρξη δημόσιων/ιδιωτικών παρόχων και δημόσιας ρύθμισης) έχουν καταγραφεί και σε άλλους κλάδους/αγορές που συνδυάζουν ολιγοπωλιακά στοιχεία με χαρακτηριστικά κοινωνικού αγαθού/υπηρεσίας κοινής ωφέλειας (Ευσταθόπουλος, Λαμπροπούλου, 2018).

## ΟΙ ΑΠΟΤΥΧΙΕΣ ΤΗΣ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

Εάν, από αυστηρά οικονομική άποψη, η ιδιωτική ραδιοτηλεόραση έχει θετικές συνέπειες για το κοινό, αφού μέσω της διαφημιστικής χρηματοδότησης παράγει και διανέμει δωρεάν περιεχόμενο, το ακριβώς αντίθετο συμβαίνει από την άποψη της λειτουργίας του μιντιακού συστήματος. Το οικονομικό μοντέλο ενός μέσου έχει βαθιές επιπτώσεις τόσο στη λειτουργία του όσο και στις αξίες και τα συμφέροντα που καταλήγει να υπερασπίζεται. Η κριτική που άσκησε ο Pierre Bourdieu (1996) στην τηλεόραση

στηρίζεται απολύτως στην ανάλυση των επιβλαβών συνεπειών του διαφημιστικού μοντέλου σε πολιτικό επίπεδο. Σύμφωνα με αυτή την ανάλυση, η ιδιωτικοποίηση της τηλεόρασης και η αποκλειστική χρηματοδότησή της από τη διαφήμιση, αντί να προάγει τον πλουραλισμό που υποσχέθηκαν οι υποστηρικτές της, κατάφερε να δημιουργήσει μια ομοιόμορφη αγορά, όπου τα κανάλια είναι δέσμια περιορισμών που έχουν μοναδικό στόχο τη μεγιστοποίηση της τηλεθέασης. Έτσι όμως αποφεύγουν να εναντιωθούν στα συμφέροντα των διαφημιζόμενων, επιλέγοντας τη θεματολογία, το περιεχόμενο, τα είδη των προγραμμάτων και τις πληθυσμιακές ομάδες που θέλουν να προσελκύσουν με αποκλειστικό κριτήριο την κερδοφορία τους.

Με άλλα λόγια, η κριτική που ασκείται στα Μέσα Ενημέρωσης που εξαρτώνται από τη διαφήμιση επικεντρώνεται στον ετεροκαθοριζόμενο χαρακτήρα τους. Το θεωρητικό μοντέλο της αμφίπλευρης αγοράς προϋποθέτει μια σύγκλιση συμφερόντων μεταξύ του κοινού και των διαφημιζόμενων που βασίζεται σε διασταυρούμενες θετικές εξωτερικότητες, όπως αυτές περιεγράφηκαν παραπάνω. Ωστόσο, σε πολλές περιπτώσεις τα συμφέροντα αυτά, από πολιτική και όχι οικονομική άποψη, είναι στην πραγματικότητα αντικρουόμενα. Για παράδειγμα, την ίδια στιγμή που η McDonalds προσπαθεί να μεγιστοποιήσει τις πωλήσεις της, το γενικό συμφέρον επιτάσσει την προστασία της υγείας των καταναλωτών από τις βλαβερές επιπτώσεις του junk food. Ταυτόχρονα, οι ιδιοκτήτες των Μέσων τείνουν να ευθυγραμμίζονται με τα συμφέροντα των διαφημιζόμενων ή τουλάχιστον να αποφεύγουν την αντιπαράθεση με αυτούς. Με άλλα λόγια, τείνουν να ευνοούν τα ιδιωτικά συμφέροντα σε βάρος του δημόσιου συμφέροντος. Όπως έδειξε ο Jürgen Habermas (1997), η επικράτηση των εμπορικών επιταγών στον Τύπο σταδιακά εξασθένησε το ρόλο του ως μέσου χειραφέτησης. Τα ΜΜΕ δεν αποτελούν πια δημόσιο βήμα για ορθολογικές απόψεις, όπως συνέβαινε στον Διαφωτισμό, αλλά εργαλεία χειραγώγησης στην υπηρεσία του εμπορίου: Το κοινό συμφέρον που θα έπρεπε να αποτελεί τον ορίζοντα για την εξεύρεση της χρυσής τομής μεταξύ ανταγωνιζόμενων απόψεων χάθηκε όταν τα προνομιούχα ιδιωτικά συμφέροντα άρχισαν να χρησιμοποιούν τη διαφήμιση για την προβολή τους.

Μια ευρέως αποδεκτή διαπίστωση, για παράδειγμα, είναι ότι η ιδιωτική τηλεόραση – υποκινούμενη από τον στόχο της κερδοφορίας– δείχνει προτίμηση σε προγράμματα που χαρακτηρίζονται ως χαμηλότερης «ποιότητας» αλλά που χαίρουν εντούτοις υψηλής τηλεθέασης. Σημειώνεται ότι ο όρος «ποιότητα» χρησιμοποιείται εδώ σε αναφορά προς τη συμβολή του προγράμματος σε στόχους δημοσίου συμφέροντος. Η μειωμένη συμβολή της ιδιωτικής τηλεόρασης στο συμφέρον μιας κοινωνίας δεν προκύπτει αποκλειστικά από την υπαγωγή των προγραμμάτων στο κριτήριο της τηλεθέασης. Η

υποβάθμιση της ποιότητας δρομολογείται επίσης και μέσω ενός δευτερεύοντος μηχανισμού: της αναζήτησης προγραμμάτων με υψηλή τηλεθέαση και ταυτόχρονα υψηλά περιθώρια κέρδους. Η συνδυαστική επίδραση των δύο κριτηρίων επαυξάνει έτσι την υποβάθμιση της ποιότητας του τηλεοπτικού πεδίου. Η παρουσίαση του βαθμού εκπλήρωσης των δύο αυτών κριτηρίων από τα διάφορα είδη εκπομπών συμβάλλει στην καλύτερη κατανόηση των μηχανισμών που διέπουν τη λειτουργία της ιδιωτικής τηλεόρασης, καθώς και των αποτελεσμάτων της (Armstrong, 2005):

Είδος εκπομπής	Τηλεθέαση	Περιθώρια Κέρδους (διαφημιστικά έσοδα – κόστος παραγωγής)
Σαπουνόπερες	Υψηλή	Υψηλά
Ειδίσεις	Χαμηλή	Υψηλά
Αθλητικές εκπομπές	Μεσαία	Χαμηλά
Δραματικές σειρές	Υψηλή	Χαμηλά
Εκπομπές επικαιρότητας	Υψηλή	Χαμηλά
Πολιτισμός και Θρησκεία	Πολύ χαμηλή	Πολύ χαμηλά

Πηγή: Armstrong, 2005

Τα διαφημιστικά έσοδα είναι συνάρτηση της τηλεθέασης, ενώ το κόστος παραγωγής των επιμέρους προγραμμάτων δεν επηρεάζεται ευθέως από την εν λόγω παράμετρο. Όπως φαίνεται στον πίνακα, οι «σαπουνόπερες» πληρούν και τα δύο κριτήρια, καθώς είναι ταυτόχρονα χαμηλού κόστους και ιδιαίτερα δημοφιλείς. Οι δραματικές σειρές έχουν υψηλή ακροαματικότητα αλλά υψηλό κόστος παραγωγής, γεγονός που μειώνει και την ελκυστικότητά τους με όρους κερδοφορίας. Συνεπώς, μια πλήρως απορρυθμισμένη τηλεοπτική αγορά δείχνει σαφή προτίμηση σε «σαπουνόπερες», reality shows, εκπομπές σχολιασμού (πχ. «μεσημεριανάδικα», αθλητικά), προγράμματα δηλαδή που συνδυάζουν (σχετικά) υψηλή τηλεθέαση με όσο το δυνατόν χαμηλότερο κόστος. Έστω κι αν τα δύο αυτά κριτήρια δεν είναι τα μοναδικά που καθορίζουν τον προγραμματισμό της ιδιωτικής τηλεόρασης, η επιρροή τους σε αυτόν είναι καίρια και ισχυροποιείται ακόμη περισσότερο σε περιόδους οικονομικής κρίσης.

Σύμφωνα με τον Sustain (2000), ορισμένα ιδιαίτερα επικερδή προγράμματα προκαλούν αρνητική επίδραση στα παιδιά, εφόσον εμπεριέχουν υπερβολική βία ή ενθαρρύνουν συμπεριφορές που θα μπορούσαν να αποδειχθούν επικίνδυνες για τους εαυτούς τους ή/και για άλλους (μεταφορά της βίας στην πραγματικότητα). Η προβολή υπερβολικής βίας συνιστά πρόβλημα που υπερβαίνει ωστόσο το ανήλικο κοινό. Μεταξύ των καταγεγραμμένων επιπτώσεων και στον ενήλικο πληθυσμό, διακρίνονται η αύξηση της

βίας (λόγω της επίδρασης στις κοινωνικές νόρμες και της εκδήλωσης φαινομένων απομίμησης τηλεοπτικών συμπεριφορών), η υποχώρηση ηθικών αξιών, η αύξηση του φόβου και η λανθασμένη σύλληψη της πραγματικότητας (στο ζήτημα π.χ. της εγκληματικότητας, της μετανάστευσης κ.λπ.).

Ταυτόχρονα, η υποκατάσταση των ειδήσεων με προγράμματα infotainment, ένα είδος ειδήσεων που συνδυάζει την ενημέρωση με την ψυχαγωγία, κρίνεται επίσης ως επιζήμια με όρους δημοσίου συμφέροντος. Η γενίκευση αυτών των προγραμμάτων έχει αρνητικές επιπτώσεις στην ενημέρωση του κοινού, καθώς δεν επιτυγχάνεται ενδελεχής ενημέρωση επί σοβαρών πολιτικών ζητημάτων, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια προεκλογικών ή ιδιαίτερα φορτισμένων κοινωνικά και πολιτικά περιόδων. Η κάλυψη των πολιτικών θεμάτων επικεντρώνεται σε επιφανειακά ζητήματα και ανούσιες αντιπαραθέσεις μεταξύ πολιτικών προσώπων σε μια «κούρσα δημοφιλίας» (horse-race politics, Entman, 1989). Αυτή η τάση προσωποποίησης δεν είναι επίσης ουδέτερη ως προς την ποιότητα των δημοκρατικών διεργασιών, γιατί υποβαθμίζει την κριτική σκέψη βασιζόμενη στη δημιουργηθείσα συναισθηματική εγγύτητα μεταξύ πολιτών και πολιτικών (Dahlgren, 1995). Σε αυτό πρέπει να προστεθεί επίσης η τάση των ιδιωτικών σταθμών να μην καλύπτουν επαρκώς διεθνή θέματα και εξελίξεις είτε λόγω κόστους των αποστολών είτε γιατί θεωρούν ότι τα συγκεκριμένα θέματα δεν είναι δημοφιλή. Ως αποτέλεσμα, οι τηλεθεατές αδυνατούν να εντάξουν τα εθνικά και τοπικά γεγονότα στο διεθνές τους περιβάλλον. Ταυτόχρονα, σε ό,τι αφορά τη συγκεκριμένη θεματολογία, τα ιδιωτικά κανάλια συχνά προάγουν απροκάλυπτα, για λόγους ευκολίας και λαϊκισμού, τον εθνικισμό και τη μισαλλοδοξία (Πλειός, Φραγκονικολόπουλος, 2010).

Η δυνατότητα πλήρους εξατομίκευσης των προγραμμάτων που προσφέρει η ανάπτυξη της ψηφιακής ιδιωτικής τηλεόρασης συνιστά επίσης δυνητικό παράγοντα εξασθένησης της κοινωνικής συνοχής. Η κατάτμηση του κοινού μπορεί να οδηγήσει σε έλλειψη κοινών παραστάσεων ή σε πολίτες οι οποίοι παρακολουθούν αποκλειστικά προγράμματα που ενισχύουν τις πεποιθήσεις και προκαταλήψεις τους (Wu, 2010). Η εν λόγω τάση εγκυμονεί κινδύνους αύξησης των εξτρεμιστικών απόψεων και διάσπασης της κοινωνικής συνοχής. Αναφερόμενος στην εξατομίκευση, ο Sustain σημειώνει χαρακτηριστικά ότι «με οικονομικούς όρους, αυτή εμφανίζεται ως καθοριστική πρόοδος, ως εγγύηση για ένα είδος βέλτιστου αποτελέσματος, μια νίκη τόσο για την ελευθερία όσο και την ευημερία. Από την οπτική της δημοκρατίας ωστόσο, πρόκειται για μια φαντασική αφήγηση που εμπεριέχει σοβαρούς κινδύνους, πάνω από όλα επειδή μπορεί κάλλιστα να οδηγήσει σε μια κατάσταση στο πλαίσιο της οποίας πολλοί ή όλοι δεν υποβάλλονται σε απόψεις που ποικίλλουν· αντί γι' αυτό, ακούν ολοένα και

δυνατότερα την ηχώ των δικών τους προϋφιστάμενων πεποιθήσεων» (op.cit. σελ.519).

Πέρα από την εξατομίκευση των προγραμμάτων, η ιδιωτική τηλεόραση, υπό την πίεση του ανταγωνισμού, δείχνει προτίμηση στη δραματοποίηση των γεγονότων, την υπεραπλούστευση σύνθετων ζητημάτων, τη δημιουργία πόλωσης και όξυνσης των αντιπαραθέσεων (Bourdieu, 1996). Συνολικά, τα παραπάνω οδηγούν σε έξαρση της ιδιώτευσης των πολιτών και δημιουργούν απώθηση για την πολιτική ζωή. Τέλος, η επίδραση των διαφημιστικών εταιρειών στους πολίτες, πέρα από τη διαμόρφωση μιας (υπερ)καταναλωτικής κοινωνίας, λαμβάνει χώρα και μέσω της επιρροής των ίδιων των προγραμμάτων. Είναι γνωστό ότι οι εταιρίες αυτές ευνοούν προγράμματα που παρακολουθούνται από τις δημογραφικές ομάδες με την υψηλότερη καταναλωτική ροπή ή το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα προϊόντα τους. Μάλιστα, στην κλασική του κριτική των εμπορικών ΜΜΕ, ο Dallas Smythe δείχνει ότι το κοινό αποτελεί ουσιαστικά το προϊόν της τηλεοπτικής βιομηχανίας το οποίο και πωλείται στους διαφημιστές (1977). Πιο συγκεκριμένα, αυτό που πωλείται είναι η στατιστική αναπαράσταση του κοινού, μέσω μιας σειράς οικονομικών και τεχνικών συμβάσεων όπως οι μετρήσεις της τηλεθέασης. Έτσι, η κατανάλωση τηλεοπτικών προγραμμάτων και διαφημίσεων δεν θεωρείται από τον Σμάιθ μόνο απλή ψυχαγωγία αλλά και δραστηριότητα που έχει ως στόχο να εκπαιδεύσει το κοινό στο να προτιμά και να επιλέγει τα προϊόντα και τις μάρκες των διαφημιζόμενων. Αυτή η ιδέα αποτελεί μια αντιστροφή παραδείγματος: Η παραγωγή προγραμμάτων από τη μιντιακή βιομηχανία δεν είναι αυτοσκοπός αλλά μέσο επίτευξης του πραγματικού στόχου, που δεν είναι άλλος από τη διαχείριση της ζήτησης στο πλαίσιο της διαδικασίας συσσώρευσης κεφαλαίου.

Στην ίδια λογική, οι διαφημιστές απωθούν την προβολή εκπομπών που θεωρείται ότι αμφισβητούν εμμέσως την αξιοπιστία των προϊόντων τους ή υπερβολικά σοβαρών/επίμαχων θεμάτων και πριμοδοτούν αντιθέτως προγράμματα που θα ενισχύουν την καταναλωτική διάθεση των ακροατών. Ο Sustain σημειώνει ότι η «παράδοση» των τηλεθεατών στις διαφημιστικές εταιρείες έχει ως αποτέλεσμα μια σοβαρή παρέμβαση των τελευταίων στην υποτιθέμενη «κυριαρχία του καταναλωτή» επί της αγοράς. Σε τελική ανάλυση, τα προγράμματα εμπορικής τηλεόρασης που χρηματοδοτούνται από τη διαφήμιση διαφέρουν αισθητά από τα αντίστοιχα που θα προέκυπταν αν οι χρήστες πλήρωναν απευθείας τις εκπομπές που παρακολουθούν.

Ο παρακάτω πίνακας συνοψίζει και σχηματοποιεί τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν τη δημόσια από την ιδιωτική τηλεόραση:

Πηγή: Χαιρετάκης (2012)

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω, η αποκλειστική στήριξη του συστήματος στις ατομικές προτιμήσεις ενδέχεται να προκαλέσει ανεπαρκή επίπεδα προγραμμάτων δημοσίου συμφέροντος. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην ανεπαρκή εσωτερίκευση του

Φορείς μη-ιδιωτικής τηλεόρασης	Φορείς ιδιωτικής τηλεόρασης
Μη ιδιωτικό (δημόσιο) συμφέρον	Ιδιωτικό συμφέρον
Αφορούν τον πολίτη	Αφορούν τον καταναλωτή
Θεωρούν το κοινό ως σύνολο	Θεωρούν το κοινό ως μονάδες/ατομικότητες
Εντάσσονται στη δημόσια σφαίρα και συνεισφέρουν στη διαμόρφωσή της	Εντάσσονται στην ιδιωτική σφαίρα και συνεισφέρουν στη διαμόρφωσή της
Πρωθούν την κοινή γνώση και αντίληψη	Πρωθούν μια ολοένα και πιο εξατομικευμένη ψυχαγωγία
Κατασκευάζουν/οικοδομούν κατά το δυνατόν ευρείες εικόνες του κόσμου (στον οποίο αναπόφευκτα εντάσσεται και η εμπορευματική μορφή)	Στηρίζουν τις διάφορες συμβολικές εκφάνσεις της εμπορευματικής μορφής
Υιοθετούν την ανοικτή πρόσβαση στο περιεχόμενο	Οι εξελεγμένες μορφές τους υιοθετούν την υπό όρους πρόσβαση στο περιεχόμενο
Υποβοηθούν τις συνθήκες για τον (κοινωνικό) διάλογο	Υποβοηθούν την εξατομίκευση
	Στηρίζονται σε νέες ρυθμίσεις (π.χ. απορρύθμιση)
Θέαση με συμμετοχή/εμπλοκή του ακροατηρίου	Θέαση χωρίς συμμετοχή /εμπλοκή του ακροατηρίου (τμηματική θέαση)

οφέλους αυτών των προγραμμάτων από τους ίδιους τους τηλεθεατές. Έτσι, η ατομική λογικότητα μπορεί να προκαλέσει κόστη σε άλλους ανθρώπους ή/και να αποτύχει να τους προσκομίσει ορισμένα οφέλη. Συνεπώς, εκτιμάται ότι οι συλλογικές επιπτώσεις των ατομικών επιλογών συχνά απέχουν κατά πολύ από αυτό που επιθυμούν ή περιμένουν τα επιμέρους άτομα. Η εν λόγω διαπίστωση θέτει τις βάσεις για τη διερεύνηση ενός μοντέλου μη ιδιωτικής ραδιοτηλεόρασης ικανού να συμβάλει στην παραγωγή των απαιτούμενων ποιοτικά και ποσοτικά επιπέδων θετικής εξωτερικότητας και στην ελαχιστοποίηση συνάμα των «δημόσιων δεινών» (public bads ή demerit goods). Κύριο σημείο αναφοράς για τη διαμόρφωση του εν λόγω μοντέλου συνιστά η σχέση της τηλεόρασης με την έννοια της δημόσιας σφαίρας όπως αυτή περιγράφεται από τον Jürgen Habermas.



## ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ & ΔΗΜΟΣΙΑ ΣΦΑΙΡΑ

Σύμφωνα με τον κλασικό ορισμό της δημόσιας σφαίρας από τον Jürgen Habermas, τα ΜΜΕ διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στις σύγχρονες αστικές δημοκρατίες, οι οποίες βασίζονται στην αρχή της αντιπροσώπευσης (1997). Από τη στιγμή που ο κάθε πολίτης δεν μπορεί να συμμετάσχει άμεσα στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και άρα δεν έχει πρωτογενή πληροφόρηση, η γνώμη που σχηματίζει για τα κοινά εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη λειτουργία των ΜΜΕ. Εάν αυτά λειτουργούν σε υγιές περιβάλλον, σεβόμενα αρχές όπως η πολυφωνία, η αντικειμενικότητα, η ανεξαρτησία από οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα κ.λπ., τότε η αντιπροσωπευτική δημοκρατία μπορεί να λειτουργήσει εύρυθμα. Άμεση προέκταση αυτής της διαπίστωσης είναι ότι τα ΜΜΕ –και δη τα πλέον δημοφιλή– όπως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση δεν μπορούν παρά να αποτελούν δημόσια υπηρεσία, γι’ αυτό και η λειτουργία τους είναι θεσμοθετημένη από το Σύνταγμα της Ελλάδας αλλά και από την ΕΕ.

Σύμφωνα με τον Ramsey (2010), η δημόσια ραδιοτηλεόραση είναι ο πλέον κατάλληλος θεσμοθετημένος χώρος για την εκπλήρωση των απαραίτητων συνθηκών για την υγιή λειτουργία της δημόσιας σφαίρας, ήτοι την ελευθερία από εμπορευματικές πιέσεις, τη μη διαστρέβλωση της επικοινωνίας, την εδραίωση συναινετικών διαδικασιών, τη διαμόρφωση μιας ορθολογικής συζήτησης και την έκφραση κοινωνικής ενότητας. Ο Ramsey επικεντρώνεται έτσι στη συμβολή της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης στην εκπλήρωση των τριών σημαντικότερων αρχών της δημόσιας σφαίρας.

### Η ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΕΝΤΑΞΗΣ

Η πρώτη αρχή είναι αυτή της ένταξης, σύμφωνα με την οποία η πρόσβαση στη δημόσια σφαίρα είναι ανοιχτή σε όλους τους πολίτες. Για τον Ramsey, η δημόσια ραδιοτηλεόραση είναι ανοιχτή σε όλους και αρκετά αποτελεσματική όσον αφορά τις «ενταξιακές της επιδόσεις» (inclusiveness). Σε σχέση με άλλες πηγές πληροφόρησης (π.χ. διαδίκτυο) θεωρείται πιο προσιτή, ενώ στα πλεονεκτήματά της συγκαταλέγονται το χαμηλό κόστος εξοπλισμού και το γεγονός ότι η αποτελεσματική της χρήση δεν προϋποθέτει –όπως αντίθετα συμβαίνει με τους Η/Υ– την κατοχή γνώσεων (ψηφιακό χάσμα).

## ΔΙΑΧΥΣΗ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ

Η δεύτερη αρχή αφορά την ικανότητα των πολιτών να συμμετάσχουν, σε ορθολογική βάση, σε πολιτικού χαρακτήρα συζητήσεις στο πλαίσιο της δημόσιας σφαίρας, πράγμα που αποτελεί προϋπόθεση για την ενίσχυση του δημοκρατικού πολιτεύματος. Και πάλι, η δημόσια ραδιοτηλεόραση εκτιμάται ότι διαδραματίζει καταλυτικό ρόλο ως προς την εκπλήρωση της συγκεκριμένης αρχής. Η μερική αποδέσμευση από το κριτήριο της τηλεθέασης επιτρέπει τη διάχυση ενός μεγαλύτερου και πιο προσβάσιμου, σε σύγκριση με τα ιδιωτικά κανάλια, όγκου (σοβαρών) πληροφοριών πολιτικού περιεχομένου. Η πληροφορία αυτή μπορεί στη συνέχεια να υποβληθεί σε έλεγχο και συζήτηση στους δημόσιους χώρους, τους χώρους εργασίας και κοινωνικής συνεύρεσης, σχηματίζοντας το απαιτούμενο γνωσιακό υπόβαθρο για τη διεξαγωγή μιας συζήτησης που διακατέχεται από ορθολογισμό και κριτικό πνεύμα. Για παράδειγμα, σημαντικές διαφορές έχουν καταγραφεί μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης σχετικά με την κάλυψη προεκλογικών περιόδων (Cushion, 2018). Τα δημόσια κανάλια εξετάζουν σε μεγαλύτερο βαθμό τα προγράμματα των κομμάτων και τα ζητήματα που υπάγονται στην άσκηση πολιτικής. Αντιθέτως, τα ιδιωτικά Μέσα επιδεικνύουν μια ροπή προς την ανάδειξη θεμάτων που εμπίπτουν στη σφαίρα της προεκλογικής στρατηγικής όπως η ανάλυση δημοσκοπήσεων, η ενασχόληση με μεμονωμένα πρόσωπα και συμβάντα κ.λπ. Ταυτόχρονα, τα δημόσια Μέσα καλύπτουν σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό εκλογικές αναμετρήσεις όπως οι αυτοδιοικητικές ή οι ευρωπαϊκές εκλογές, οι οποίες, παρά την κρισιμότητά τους για μια σειρά από κεντρικά ζητήματα και για την ίδια την καθημερινότητα του πολίτη (περιβάλλον, διαχείριση αποβλήτων, κοινωνική φροντίδα, δικαιώματα καταναλωτή, συνθήκες διαβίωσης κ.λπ.), αξιολογούνται ως μικρότερης σημασίας.

## ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΠΛΟΥΡΑΛΙΣΜΟΥ

Τέλος, ο προγραμματισμός των δημόσιων σταθμών υπόκειται σε συγκεκριμένες υποχρεώσεις όπως η εκτενής ειδησεογραφική ενημέρωση και κάλυψη επίκαιρων ζητημάτων, η προβολή ευρέως φάσματος θεμάτων πολιτιστικού, κοινωνικού και θρησκευτικού χαρακτήρα, η χορήγηση τηλεοπτικού χρόνου και χώρου σε ποικίλες κοινωνικές και θρησκευτικές ομάδες και η μεταφορά των γεγονότων και απόψεων με ισορροπημένο και δίκαιο τρόπο.

Το καταληκτικό σχόλιο του Ramsey συνοψίζει τη σχέση μεταξύ δημόσιας ραδιοτηλεόρασης και δημόσιας σφαίρας: Η δημόσια τηλεόραση παραμένει ένας από τους πλέον ικανοποιητικούς τρόπους διατήρησης μιας λειτουργικής δημόσιας σφαίρας, ενώ ταυτόχρονα η θεωρία της δημόσιας σφαίρας συνιστά υπόβαθρο για την επιχειρηματολογία υπέρ της δημόσιας τηλεόρασης.

Καθίσταται έτσι αναγκαία η σαφής κωδικοποίηση της αποστολής δημοσίου συμφέροντος της ραδιοτηλεόρασης, καθώς και η κατάθεση προτάσεων για τον εμπλουτισμό και την ενίσχυσή της. Ο εκσυγχρονισμός της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης ανάγεται σε ιδιαίτερα επιτακτικό εγχείρημα υπό τις ευρύτερες μεταβολές και πιέσεις που σηματοδοτούν παράγοντες όπως η ραγδαία τεχνολογική πρόοδος στον τομέα των ΜΜΕ και της ψηφιακής τεχνολογίας, η χρηματοδοτική αβεβαιότητα των δημόσιων σταθμών λόγω της οικονομικής και δημοσιονομικής κρίσης, καθώς και οι συνολικότερες κοινωνικές και πολιτισμικές μεταβολές που απορρέουν από τις συνθήκες παγκοσμιοποίησης.

## ΓΙΑ ΕΝΑ ΝΕΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΟΣ

Όπως σημειώνει ο Jakubowicz (op.cit.), αποτελεί σύνηθες φαινόμενο στη δημόσια συζήτηση να επιβεβαιώνεται η σημασία της δημόσιας υπηρεσίας ραδιοτηλεόρασης στον 21ο αιώνα χωρίς ωστόσο να αναφέρεται και να εξειδικεύεται επαρκώς η ανάγκη ριζικού ανασχεδιασμού της λειτουργίας της στη βάση των κοινωνικών, πολιτισμικών και τεχνολογικών εξελίξεων των τελευταίων δεκαετιών. Οι εν λόγω αλλαγές υπήρξαν τόσο ριζικές, που η παραδοσιακή μορφή δημόσιας ραδιοτηλεόρασης αδυνατεί να εκπληρώσει πλέον την αποστολή της. Η στρατηγική της θέση έχει παράλληλα υποχωρήσει σημαντικά λόγω της σύγκλισης μιας σειράς δυσμενών παραγόντων όπως η έλλειψη συγκεκριμένης πολιτικής ενίσχυσής της εκ μέρους της ΕΕ, η ύπαρξη βραδυκίνητων και απαρχαιωμένων δομών, η δυσκολία αντιμετώπισης των προκλήσεων που απορρέουν από το διαδίκτυο, καθώς και ο σκληρός ανταγωνισμός των ιδιωτικών Μέσων (Campos-Freire op. cit.). Η ελλιπής χρηματοδότηση λόγω της δημοσιονομικής και οικονομικής κρίσης συνιστά ένα ακόμα πρόβλημα που προστίθεται στα προαναφερθέντα. Τα παραπάνω καθιστούν αναγκαία την αντιμετώπιση μιας διττής πρόσκλησης, ήτοι την υλοποίηση αλλαγών τεράστιας εμβέλειας, χωρίς ιστορικό προηγούμενο, για τη δημόσια ραδιοτηλεόραση χωρίς να αλλοιωθούν οι αρχές που όρισαν τη δράση της στον 20ό αιώνα (Lowe, 2016).

Στον παρακάτω πίνακα παρατίθενται μια σειρά από προτάσεις για τον εκσυγχρονισμό της δημόσιας τηλεόρασης με όρους δημοσίου συμφέροντος. Ειδικότερα, παρουσιάζονται προτάσεις για την αποτελεσματικότερη συμβολή της σε τέσσερα πεδία-κλειδιά: την ιδιότητα του πολίτη και τη δημοκρατία, τον πολιτισμό, την παιδεία και την κοινωνική συνοχή (Jakubowicz, 2007):

### Νέος Ρόλος της Δημόσιας Ραδιοτηλεόρασης ως προς την Ιδιότητα του Πολίτη και τη Δημοκρατία

Παραδοσιακά καθήκοντα της Δ.Ρ.Τ	Νέα καθήκοντα της Δ.Ρ.Τ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Εξυπηρέτηση της δημοκρατίας σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο</li> <li>• Εκπροσώπηση κοινωνίας των πολιτών στις δημόσιες αρχές</li> <li>• Χώρος και υπόβαθρο για τη δημόσια συζήτηση</li> <li>• Ρόλος ελέγχου (watchdog) για την κυβέρνηση</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πληροφόρηση πολιτών για το έργο των διεθνών οργανισμών</li> <li>• Συμβολή στη δημιουργία δημόσιας σφαίρας σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο</li> <li>• Ρόλος ελέγχου (watchdog) για διεθνείς και παγκόσμιους οργανισμούς</li> <li>• Καλλιέργεια αισθήματος ένταξης στην εθνική κοινότητα σε μια περίοδο κατά την οποία το διαδίκτυο ευνοεί τη συμμετοχή σε ψηφιακές κοινότητες</li> </ul>

### Νέος Ρόλος της Δημόσιας Ραδιοτηλεόρασης ως προς τον Πολιτισμό

Παραδοσιακά καθήκοντα της Δ.Ρ.Τ	Νέα καθήκοντα της Δ.Ρ.Τ
<p>Ανάπτυξη και προστασία της εθνικής κουλτούρας (όπως και των μειονοτήτων): Καθολική πρόσβαση στον πολιτισμό, ενίσχυση των καλλιτεχνικών δεξιοτήτων του κοινού, παραγωγή νέου οπτικοακουστικού έργου, υποστήριξη και προώθηση νέων δημιουργών, επένδυση στην εγχώρια οπτικοακουστική παραγωγή, διευκόλυνση πολιτιστικών εκδηλώσεων. Προώθηση των εθνικών πολιτισμικών παραδόσεων.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κάλυψη των πολιτιστικών και γλωσσικών αναγκών των μειονοτήτων και των κοινοτήτων μεταναστών με τρόπο που να ευνοείται η ένταξή τους στο κοινωνικό σύνολο</li> <li>• Δημιουργία ενός κλίματος «συγγένειας» με λαούς γειτονικών χωρών, ιδιαίτερα εάν η χώρα εμπλέκεται σε κάποιο σχήμα διεθνούς/περιφερειακής ολοκλήρωσης</li> <li>• Προώθηση διαπολιτισμικού και διαθρησκευτικού διαλόγου σε εθνικό και διεθνές επίπεδο</li> <li>• Προώθηση της αποδοχής και του σεβασμού της πολιτισμικής διαφοράς και εισαγωγή του κοινού σε πολιτισμούς άλλων χωρών</li> <li>• Συμβολή στην πρόληψη ή μείωση του ψηφιακού χάσματος, ώστε κανείς να μην υφίσταται αποκλεισμό από τον πολιτισμό λόγω των νέων τεχνολογιών.</li> </ul>

### Νέος Ρόλος της Δημόσιας Ραδιοτηλεόρασης ως προς την Παιδεία

Παραδοσιακά καθήκοντα της Δ.Ρ.Τ	Νέα καθήκοντα της Δ.Ρ.Τ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Μετάδοση σχολικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων</li> <li>• Εγκαινίαση εκπαιδευτικών προγραμμάτων για ενήλικες (π.χ. Ανοιχτό Πανεπιστήμιο)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Συμβολή στα συστήματα διά βίου μάθησης</li> <li>• Συμβολή στην εκπαίδευση εξ αποστάσεως</li> <li>• Προσαρμογή εκπαιδευτικού περιεχομένου στις απαιτήσεις του 21ου αιώνα</li> </ul>

### Νέος Ρόλος της Δημόσιας Ραδιοτηλεόρασης ως προς την Κοινωνική Συνοχή

Παραδοσιακά καθήκοντα της Δ.Ρ.Τ	Νέα καθήκοντα της Δ.Ρ.Τ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Δημιουργία σημείου αναφοράς για το κοινωνικό σύνολο</li> <li>• Προγραμματισμός για την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και την ένταξη όλων των μελών του ραδιοτηλεοπτικού κοινού</li> <li>• Απόρριψη κάθε διάκρισης στον προγραμματισμό (ή στην πολιτική απασχόλησης) του σταθμού</li> </ul>	<p>Η δημόσια τηλεοπτική υπηρεσία πρέπει να συμβάλλει στην καταπολέμηση κάθε μορφής ψηφιακού χάσματος και αποκλεισμού:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• παρουσία σε όλες της ψηφιακές πλατφόρμες</li> <li>• παροχή διαδραστικών υπηρεσιών πολυμέσων και ανεξάρτητων/συμπληρωματικών διαδικτυακών υπηρεσιών</li> <li>• ενεργή προώθηση του ψηφιακού αλφαριθμητισμού και των εργαλείων της κοινωνίας της πληροφορίας, ειδικότερα της χρήσης του διαδικτύου</li> <li>• παροχή περιεχομένου σε τοπικές και γλωσσικές μειονότητες, με στόχο την προώθηση της χρήσης των εργαλείων της κοινωνίας της πληροφορίας από τις κοινότητες (όπως και από πληθυσμιακές ομάδες που αγνοούνται από τους εμπορικούς παρόχους)</li> <li>• προώθηση ανοικτών προτύπων σε εφαρμογές διασύνδεσης προγραμματισμού (API) κ.λπ.</li> </ul>

## ΔΗΜΟΣΙΑ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗ & ΤΠΕ

Η χρήση των νέων τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας (ΤΠΕ) από τη δημόσια ραδιοτηλεόραση συνιστά αδιαμφισβήτητη αναγκαία συνθήκη για την επιβίωσή της στον 21ο αιώνα. Πράγματι, η ανάδυση νέων ψηφιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης σε διεθνές επίπεδο έχει προκαλέσει τη ραγδαία αύξηση των διαθέσιμων καναλιών σε κάθε χώρα κατά τη διάρκεια της τελευταίας 15ετίας. Παράλληλα, η ανάπτυξη διαδικτυακών υπηρεσιών όπως τα ψηφιακά κοινωνικά δίκτυα και οι πλατφόρμες διανομής, τύπου YouTube, αλλά και η επιγραμμική κατανάλωση περιεχομένων μέσω δικτύων ανταλλαγής περιεχομένου (Σμυρναίος, 2010), δρομολογούν ριζικές αλλαγές στο τηλεοπτικό περιβάλλον και επιτρέπουν τη διάδοση νέων και πολυπλοκότερων χρήσεων. Η ανάπτυξη του διαδικτύου προκάλεσε μια ριζική αναδιοργάνωση των ΜΜΕ, δεδομένου ότι οι χρήστες αποδίδουν πλέον εξίσου ή και μεγαλύτερη σημασία στην υπηρεσία σε σχέση με το περιεχόμενο (Lowe, 2016).

Αποτέλεσμα των ανωτέρω εξελίξεων είναι η καταγεγραμμένη αισθητή μείωση της ακροαματικότητας της δημόσιας υπηρεσίας ραδιοτηλεόρασης στην Ευρώπη (Yoshiko, 2009). Η ανάπτυξη των (ΤΠΕ) εκτιμάται ωστόσο ότι δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται μοιρολατρικά από τα δημόσια Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Το Συμβούλιο της Ευρώπης διαβλέπει, για παράδειγμα, στις ΤΠΕ μια μοναδική ευκαιρία για την πλήρη εκπλήρωση της αποστολής των δημόσιων μέσων (Nissen, 2006).

Οι ΤΠΕ προσφέρονται ειδικότερα για την ανάπτυξη ενός πιο αποτελεσματικού διαλόγου με τους πολίτες, για την εμπλοκή τους ως ενδιαφερόμενων μερών (stakeholders) στη συνδιαμόρφωση του περιεχομένου και των στρατηγικών επιλογών της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης. Πιο συγκεκριμένα, η αμφίδρομη επικοινωνία με τους τηλεθεατές, που επιτρέπουν οι ψηφιακές τεχνολογίες, δύναται να ενισχύσει τη λογοδοσία και τη διαφάνεια σε ό,τι αφορά τη δημοσιογραφική κάλυψη της επικαιρότητας, την αγορά και παραγωγή προγραμμάτων, καθώς και τους μεσοπρόθεσμους στόχους και τις προτεραιότητες της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης.

Επιπροσθέτως, η δημόσια ραδιοτηλεόραση επιτελεί την αποστολή της προστασίας της ιστορικής μνήμης μέσω της διατήρησης και του εμπλουτισμού των ραδιοτηλεοπτικών αρχείων. Η ψηφιακή τεχνολογία δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας νέων υπηρεσιών που μπορούν να διευκολύνουν και να εμβαθύνουν την πρόσληψη της πολιτικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ιστορίας. Η βούληση για εκδημοκρατισμό της πρόσβασης στα ραδιοτηλεοπτικά αρχεία σε μη εμπορικό πλαίσιο για το ευρύ κοινό δεν αποκλείει την υπό όρους προσοδοφόρα εκμετάλλευση των ίδιων αρχείων στο πλαίσιο εμπορικών δραστηριοτήτων<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Ένα παράδειγμα δημόσιας υπηρεσίας αρχειοθέτησης ραδιοτηλεοπτικών περιεχομένων είναι το γαλλικό Institut National de l'Audiovisuel. Στον ιστότοπο Ina.fr διατίθενται 39.000 ώρες προγράμματος, το 80% των οποίων είναι προσβάσιμο δωρεάν. Το υπόλοιπο 20% πωλείται για εμπορική χρήση.

## ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ, ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ, ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: ΚΡΙΤΗΡΙΑ, ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Ο δείκτης τηλεθέασης δεν αποτελεί από μόνος του επαρκές κριτήριο αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας μιας δημόσιας ραδιοτηλεοπτικής υπηρεσίας. Το γεγονός αυτό σχετίζεται με την ίδια τη φύση της αποστολής της, ήτοι την παροχή υπηρεσιών με προκαθορισμένα και μη αγοραία χαρακτηριστικά, οι χαμηλές προοπτικές επίτευξης κέρδους των οποίων τις καθιστούν μη ελκυστικές για τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς παρόχους<sup>4</sup>. Έτσι, η τηλεθέαση δεν αποτελεί απαραίτητα ευθεία συνάρτηση της αποτελεσματικότητας μιας δημόσιας υπηρεσίας ραδιοτηλεόρασης (νοούμενης ως παροχή προγραμμάτων με προκαθορισμένα χαρακτηριστικά), με αποτέλεσμα ο αριθμός των τηλεθεατών να μην αυξάνεται ευθέως ανάλογα με τη βελτίωση της ποιότητας των προγραμμάτων.

Ο ορισμός της ποιότητας ενός προγράμματος παραπέμπει ασφαλώς σε αξιολογικές κρίσεις με αντικείμενο τι θεωρεί μια κοινωνία ως «καλό», επιβάλλοντας την πρόβλεψη δημοκρατικών συμμετοχικών διεργασιών για τον ορισμό του. Αντίστροφα, η τηλεθέαση και η κερδοφορία αυξάνονται όσο τα προγράμματα προσανατολίζονται σε επιλογές (πιο) χαμηλού επιπέδου, όπως έχει υπογραμμιστεί προηγουμένως. Η διαπίστωση αυτή έχει προφανείς προεκτάσεις σε συστημικό επίπεδο: Η αύξηση της ατομικής ωφέλειας των μετόχων της ιδιωτικής τηλεόρασης, που συνδέεται με τον διαδεδομένο –για τον ιδιωτικό τομέα– δείκτη κερδοφορίας, επιτυγχάνεται σε βάρος πιο διάχυτων επιδόσεων που αφορούν τη συλλογική ωφέλεια ή, πιο απλά, την κοινωνική αποτελεσματικότητα των υπό αξιολόγηση οργανισμών.

Το γεγονός αυτό αποδυναμώνει την αναφορά στην τηλεθέαση και την κερδοφορία ως αποκλειστικούς δείκτες για την αποτίμηση ενός οργανισμού που εξυπηρετεί πρωτίτως στόχους δημοσίου συμφέροντος. Πρόκειται εντέλει για ζήτημα κοινής λογικής, που επιβάλλει να αξιολογείται ένας οργανισμός βάσει των στόχων που του έχουν ανατεθεί και βάσει κατάλληλα διαμορφωμένων δεικτών και κριτηρίων, ικανών να καταγράψουν τις ζητούμενες επιδόσεις. Η αξιολόγηση του κοινωνικού αντίκτυπου της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης και των σχετικών κριτηρίων επιβάλλει συνεπώς την αποσαφήνιση της

---

<sup>4</sup> Στην καλύτερη περίπτωση, η ιδιωτική τηλεόραση μπορεί να καλύψει μερικώς αυτές τις ανάγκες, είτε με υποδεέστερα ποιοτικά χαρακτηριστικά είτε σε ποσοτικά ανεπαρκή επίπεδα

αξίας που παράγει (Lowe, 2016). Σε καμία περίπτωση η μερική αποδέσμευση από το κριτήριο της τηλεθέασης δεν σημαίνει ότι η αποτελεσματικότητα πρέπει να αποτελεί ξένη έννοια για τα δημόσια κανάλια. Στο πλαίσιο αυτό αναφέρονται ενδεικτικά τρία βήματα προς την κατεύθυνση της διατήρησης μιας ισορροπημένης σχέσης μεταξύ της κοινωνικής και οικονομικής αποτελεσματικότητας της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης.

## ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

Πρώτον, οι στόχοι της δημόσιας τηλεόρασης οφείλουν να καθοριστούν σε μεγάλο βαθμό από τους ίδιους τους χρήστες, βάσει των πραγματικών τους αναγκών. Η δημοκρατική αυτή επιδίωξη βρίσκεται στον αντίποδα του μοντέλου της εσωστρεφούς και συγκεντρωτικής δημόσιας επιχείρησης που κυριάρχησε ιστορικά κατά το δεύτερο μισό του 20ού αιώνα στην Ευρώπη. Το μοντέλο αυτό –παρά τις αναγνωρισμένες ιστορικά επιτυχίες του– κατηγορήθηκε για την απουσία διαβούλευσης των ενδιαφερόμενων μερών, την περιφρόνηση των ποικιλόμορφων και μεταβαλλόμενων προσδοκιών των πολιτών, καθώς και την ανυπαρξία κάθε έννοιας λογοδοσίας ενώπιον του κοινωνικού συνόλου (Ευσταθόπουλος, 2012). Η πρόβλεψη συμμετοχικών διεργασιών για τον ορισμό της αποστολής της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης μπορεί επομένως να στηριχθεί σε καινοτόμες πρακτικές που καταγράφονται σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες στην ευρύτερη σφαίρα των δημόσιων οργανισμών και αγαθών (Ευσταθόπουλος, 2013). Η France Télévision, για παράδειγμα, διαθέτει από το 1998 τρεις ανεξάρτητους «μεσολαβητές» (obudsmen) με τριετή θητεία και θεσμοθετημένη αρμοδιότητα την ενίσχυση του διαλόγου και των διαύλων επικοινωνίας μεταξύ πολιτών και δημόσιων καναλιών. Στην ίδια λογική, έθεσε σε εφαρμογή την «Επιτροπή διαβούλευσης προγραμμάτων» (Conseil consultatif des programmes), που απαρτίζεται από τηλεθεατές και έχει ως στόχο την ενίσχυση των ροών πληροφορίας από το κοινό προς τη δημόσια ραδιοτηλεόραση. Όπως αναφέρθηκε ήδη, η σύσταση και λειτουργία τέτοιων μηχανισμών διαβούλευσης και συμμετοχής των πολιτών μπορούν να στηριχθούν σε καινοτόμα τεχνολογικά εργαλεία με σχετικά χαμηλό κόστος.

Στο πλαίσιο αυτό, η πρωτοβουλία της νέας ΕΡΤ σχετικά με την ίδρυση Συμβουλίων Κοινωνικού Ελέγχου (ΣΚΕ) χρήζει προφανώς ιδιαίτερης αναφοράς<sup>5</sup>. Σύμφωνα με το άρθρο 11 του Νόμου 4324/15, αποστολή των συμβουλίων είναι να μεταφέρουν στο Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας τις απόψεις επί του περιεχομένου του προγράμματος, προτάσεις για την εύρυθμη λειτουργία της εταιρείας, καθώς και

<sup>5</sup> <https://polites.ert.gr/>



καταγγελίες ως προς την τήρηση των προβλεπόμενων προγραμματικών υποχρεώσεων της ΕΡΤ, προς το σκοπό της αξιολόγησης των υπηρεσιών και της βελτίωσης της ποιότητας της λειτουργίας της. Στα συμβούλια συμμετέχουν εθελοντικά ακροατές, τηλεθεατές, θεσμοί και κοινωνικές συλλογικότητες που αποτελούν το αντιπροσωπευτικό κοινό της ΕΡΤ.

Σύμφωνα με τις διαθέσιμες πληροφορίες για τη μέχρι σήμερα λειτουργία των ΣΚΕ: α) Έχουν πραγματοποιηθεί συνολικά 29 τρίωρες Ολομέλειες, β) λειτουργούν 7 θεματικές επιτροπές, γ) ο μέσος όρος συμμετοχής ανέρχεται σε 30 άτομα, δ) το 80% των 110 μελών έχουν συμμετάσχει σε τουλάχιστον 3 Ολομέλειες και έχουν αφιερώσει 300 ώρες σε συσκέψεις<sup>6</sup>. Όπως υποστηρίζεται εντούτοις σε σχετικά δημοσιεύματα και παρεμβάσεις στον Τύπο, το μέλλον των ΣΚΕ είναι σήμερα αβέβαιο, εν απουσία υποστήριξης και αξιοποίησής τους από τη Διοίκηση της εταιρείας. Σε κάθε περίπτωση, είναι απολύτως αναγκαίο η εμπειρία των ΣΚΕ να αξιολογηθεί με διαφάνεια και αντικειμενικούς όρους ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα για τις δυνατότητες και τα όρια σχετικών εγχειρημάτων, καθώς και για τις συνολικότερες προϋποθέσεις αποτελεσματικής λειτουργίας τους.

## ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΠΙΔΟΣΕΩΝ

Δεύτερον, οι δημοκρατικά διαμορφωμένοι αυτοί στόχοι θα πρέπει να αποτελέσουν το αντικείμενο μιας «σύμβασης απόδοσης» στα πρότυπα της διεθνούς εμπειρίας («performance contract», «contrat d'objectifs de moyen», «Charter» κ.λπ.) μεταξύ της δημόσιας τηλεόρασης και του κράτους, που θα καθορίζει με ακρίβεια τόσο τους στόχους και την προθεσμία υλοποίησης όσο και τους δείκτες που θα χρησιμοποιηθούν για την αξιολόγησή τους. Τέτοιου είδους συμβάσεις και θεσμικοί μηχανισμοί κοινωνικής λογοδοσίας υπάρχουν, για παράδειγμα, σε χώρες όπως η Σουηδία, η Ιρλανδία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, το Βέλγιο, η Ιταλία και η Δανία, ορισμένες εκ των οποίων προβλέπουν και συγκεκριμένες δεσμεύσεις προς τους χρήστες των υπηρεσιών (Yoshiko, op.cit.).

---

<sup>6</sup> Τα δύο χρόνια της νέας ΕΡΤ και τα Συμβούλια Κοινωνικού Ελέγχου, tvxs.gr, 12/6/2018.

## ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΑΠΟΔΟΤΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΠΟΡΩΝ

Τρίτον, όσον αφορά την οικονομική αποτελεσματικότητα των δημόσιων οργανισμών, πρέπει να ευνοηθεί η διασφάλιση της παραγωγικής αποτελεσματικότητας έναντι της χρηματιστικής (κερδοφορία), δηλαδή η ικανότητα της επιχείρησης να εκπληρώσει ποσοτικά και ποιοτικά προκαθορισμένους στόχους με το μικρότερο δυνατό κόστος (χωρίς αυτό προφανώς να οδηγεί σε πρακτικές υποβάθμισης της εργασίας). Είναι κρίσιμο οι πάροχοι της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης να επιδεικνύουν συστηματικά προσπάθειες για την ενίσχυση της αποτελεσματικότητάς τους και της συνολικότερης αξίας που παράγουν σε σχέση με το ύψος της δημόσιας χρηματοδότησης (Lowe, 2016).

Οι προαναφερθείσες συμβάσεις συνιστούν έτσι ιδανικό υπόβαθρο για την ενσωμάτωση της εν λόγω διάστασης στη λειτουργία των δημόσιων οργανισμών.

Η εμπειρία των συμβάσεων απόδοσης παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον λόγω της διπλής τους χρησιμότητας:

- Αφενός λόγω της συμβολής τους στην αποσαφήνιση των υποχρεώσεων της δημόσιας τηλεόρασης έναντι των χρηστών.
- Αφετέρου καθότι διαμορφώνουν ένα διαφανές πλαίσιο για την αξιολόγηση των δημόσιων Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης από το κράτος αλλά και από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (έλεγχος συμβατότητας της δημόσιας χρηματοδότησης με το Δίκαιο Ανταγωνισμού).

Η περίπτωση της ιταλικής σύμβασης απόδοσης («Contratto di servizio») παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Η σύμβαση αυτή όχι μόνο καθορίζει τις υπηρεσίες και υποχρεώσεις της RAI αλλά περιλαμβάνει και συγκεκριμένες πρόνοιες για τον έλεγχο της «δημόσιας αξίας» της (εφαρμογή ειδικού συστήματος αξιολόγησης, διεξαγωγή ερευνών κοινής γνώμης για το περιεχόμενο, την κοινωνική ευθύνη και την εργασιακή ηθική της RAI). Η σύμβαση προβλέπει έτσι την αξιολόγηση σε τακτά χρονικά διαστήματα των επιδόσεων της RAI στη βάση ενός συνδυασμού κριτηρίων (οικονομική αποτελεσματικότητα, αξία για το κοινό, value for money).

Δεν τίθεται αμφιβολία ωστόσο ότι η νομική κατοχύρωση συμμετοχικών και ελεγκτικών διαδικασιών όπως οι μεσολαβητές και οι συμβάσεις απόδοσης δεν αποτελούν σε καμία περίπτωση επαρκή συνθήκη και για την αποτελεσματική εφαρμογή τους. Η διεθνής εμπειρία έχει δείξει ότι οι διοικήσεις δημόσιων υπηρεσιών δυσκολεύονται να αξιοποιήσουν τα συγκεκριμένα εργαλεία, είτε λόγω μειωμένων επιχειρησιακών

ικανοτήτων και μέσων είτε ακόμη εξαιτίας ποικίλων παρεμβάσεων εμπορικού και πολιτικού περιεχομένου (Głowacki, 2013).

Ομοίως στην Ελλάδα, η αξιοποίηση σχετικών δυνατοτήτων παραμένει ιδιαίτερα αβέβαιη, με βάση και την εμπειρία των τελευταίων δεκαετιών. Για παράδειγμα, η κατάρτιση επιχειρησιακού σχεδίου συνιστά υποχρέωση κάθε δημόσιας επιχείρησης και οργανισμού (ΔΕΚΟ) βάσει του άρθρου 6 του νόμου 3429/2005. Η εφαρμογή της πρόβλεψης αυτής παρουσιάζει ωστόσο φτωχά αποτελέσματα. Τα σχέδια είτε δεν ήταν διαθέσιμα είτε ήταν ιδιαίτερα δυσχερές να ανευρεθούν στις περισσότερες από τις ιστοσελίδες των δημόσιων επιχειρήσεων και οργανισμών. Ταυτόχρονα, ένδεια πληροφοριών υπήρχε και αναφορικά με τις δραστηριότητες των κυβερνητικών και κρατικών υπηρεσιών που ήταν υπεύθυνες για την αξιολόγηση και έγκριση των εν λόγω σχεδίων (Διυπουργική Επιτροπή Δημοσίων Επιχειρήσεων και Οργανισμών, η πρώτην Ειδική Γραμματεία Δημοσίων Επιχειρήσεων και Οργανισμών κ.λπ.). Έτσι, σε γενικές γραμμές, η εμπειρία των επιχειρησιακών σχεδίων στην Ελλάδα αποτιμάται ως μια εξαιρετικά εσωστρεφής και αδύναμη γραφειοκρατική διαδικασία που δεν εμπλέκει τους κοινωνικούς φορείς στον καθορισμό των στόχων και την αξιολόγησή της.

Συμπερασματικά, εν απουσία ισχυρής πολιτικής βούλησης και οράματος για την αποκατάσταση και ενίσχυση του ρόλου της δημόσιας τηλεόρασης, σχετικές νομοθετικές πρόνοιες και πρωτοβουλίες συγκεντρώνουν πολλές πιθανότητες είτε να παραμείνουν ανενεργές είτε να έχουν οριακό αποτέλεσμα στη λειτουργία και αποτελεσματικότητα του εκάστοτε οργανισμού.

## ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ

Το ζήτημα της χρηματοδότησης αποτελεί ίσως ένα από τα πλέον επίμαχα σημεία αντιπαράθεσης μεταξύ υπέρμαχων και επικριτών της δημόσιας τηλεόρασης. Πληθαίνουν πράγματι οι απόψεις που κρίνουν ως μη αποδεκτά τα υφιστάμενα επίπεδα ή/και τον τρόπο χρηματοδότησης των δημόσιων τηλεοράσεων στην Ευρώπη (Armstrong, 2005; Riley, 2012). Τίθενται ολοένα και περισσότερα ερωτήματα για το ακριβές κόστος της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης και κυρίως για τους λόγους που καθιστούν αναγκαία τη δημόσια χρηματοδότησή της σε σχέση με άλλες χρήσεις δημόσιας πολιτικής όπως η εκπαίδευση, το ασφαλιστικό σύστημα ή η υγεία (Lowe, 2016).

Η κριτική της υφιστάμενης χρηματοδότησης εστιάζει στις τεχνολογικές εξελίξεις και την έλλειψη δίκαιης κατανομής του κόστους. Όπως εξηγήθηκε νωρίτερα, οι τεχνολογικές εξελίξεις παρουσιάζονται ως να απομειώνουν την προστιθέμενη αξία της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης για το κοινωνικό σύνολο. Παράλληλα, το ενιαίο τέλος συνιστά για τους επικριτές του μια μορφή μη προοδευτικής φορολόγησης, που επιβαρύνει τους πολίτες με το ίδιο ποσό ανεξαρτήτως εισοδήματος, αριθμού τηλεοράσεων ή βαθμού στον οποίο παρακολουθούν τα προγράμματα της δημόσιας τηλεόρασης. Τέλος, η δημόσια χρηματοδότηση της ραδιοτηλεόρασης θεωρείται ότι συνεπάγεται στρέβλωση του ανταγωνισμού. Εάν προσπεράσουμε το τελευταίο επιχείρημα, το οποίο αμφισβητεί την ίδια την ύπαρξη δημόσιων υπηρεσιών, καθώς και το επιχείρημα σχετικά με τις νέες τεχνολογίες, το οποίο εξετάστηκε νωρίτερα, απομένει η κριτική της ανισομερούς κατανομής του κόστους της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης. Δύο κατευθύνσεις μπορούν να εξερευνηθούν ως προς αυτό το ζήτημα: Η πρώτη είναι η μετατροπή του τέλους σε μια μορφή προοδευτικής φορολόγησης. Η δεύτερη είναι η αύξηση των πηγών ίδιας χρηματοδότησης της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, για παράδειγμα, έχει εγκαινιασθεί μια συζήτηση με θέμα την εφαρμογή εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης του BBC όπως η μετάβαση σε ένα συνδρομητικό σύστημα, η χρηματοδότηση μέσω άμεσης φορολόγησης και η κατάργηση του σχετικού τέλους αλλά και η φορολόγηση των ιδιωτικών σταθμών για να χρηματοδοτηθούν μερικώς οι δραστηριότητες του BBC, με το επιχείρημα ότι το δημόσιο κανάλι παρέχει προγράμματα δημόσιας υπηρεσίας (Riley, 2012). Σε κάθε περίπτωση, ο διάλογος για το μέλλον της δημόσιας τηλεόρασης στην Ελλάδα προϋποθέτει την κριτική αναθεώρηση του υπάρχοντος σχήματος και την πολιτική νομιμοποίηση νέων πηγών χρηματοδότησης. Πολύ περισσότερο δε εάν στόχος είναι η σταδιακή μείωση της διαφήμισης και η παραγωγή περιεχομένου υψηλής ποιότητας.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η περίπτωση της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης συναντά σήμερα μια σειρά από εξελίξεις, προβληματισμούς αλλά και αντιθέσεις που λαμβάνουν χώρα και σε άλλους κρίσιμους τομείς και κλάδους στην Ελλάδα και την Ευρώπη:

- Από τη μία, τα προγράμματα οικονομικής προσαρμογής έθεσαν σε εφαρμογή ιδιωτικοποιήσεις που ανατρέπουν τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων και τους όρους παροχής υπηρεσιών και αγαθών στο κοινωνικό σύνολο. Δημόσιοι οργανισμοί και υπηρεσίες που δεν εκχωρούνται σε ιδιωτικά κεφάλαια υφίστανται συχνά συρρίκνωση του ρόλου και των μέσων τους προς όφελος ιδιωτικών επιχειρήσεων και παρόχων.
- Από την άλλη, πληθαίνουν οι φωνές που προτάσσουν την ανάγκη προάσπισης μιας σειράς «δημόσιων», «κοινωνικών», «συλλογικών» ή και «κοινών» αγαθών. Τα προσδιοριστικά αυτά υποδηλώνουν την ύπαρξη μιας κοινής αντίληψης στη δημόσια συζήτηση, βάσει της οποίας ορισμένα αγαθά οφείλουν να υπόκεινται σε κανόνες διαφορετικούς από αυτούς του ιδιωτικού τομέα και της αγοράς προς όφελος του «δημόσιου» ή «γενικού συμφέροντος». Σπάνια ωστόσο καταγράφονται προτάσεις για το πώς μετουσιώνεται η έννοια αυτή σε πράξη και εφαρμοσμένη πολιτική. Το έλλειμμα αυτό είναι ιδιαίτερα αισθητό στην Ελλάδα. Η αδυναμία αυτή διακρίνεται σε τέσσερα επίπεδα και αφορά:
  - ▶ τα χαρακτηριστικά των εν λόγω αγαθών (σχέση μεταξύ συλλογικής και ατομικής χρησιμότητας<sup>7</sup>)
  - ▶ τους όρους παροχής τους (τιμές, κοινωνική και χωρική προσβασιμότητα, συμφιλίωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών προτεραιοτήτων<sup>8</sup>)

<sup>7</sup> Το παράδειγμα των τηλεπικοινωνιών είναι χαρακτηριστικό. Η εμπορική λογική προμοδοτεί κατά κόρον την ατομική χρησιμότητα των τηλεπικοινωνιακών προϊόντων και υπηρεσιών με αμφιλεγόμενης αξίας προϊόντα και αγαθά, σε βάρος υπαρκτών προοπτικών αξιοποίησης των τεχνολογιών της επικοινωνίας και της πληροφορίας για την κάλυψη συλλογικών και κοινωνικών αναγκών, όπως η τηλεϊατρική και η φροντίδα εξ αποστάσεως, η συστηματική διερεύνηση και καταγραφή των επιπτώσεων των ηλεκτρομαγνητικών πεδίων στην ανθρώπινη υγεία και στο περιβάλλον, ο σχεδιασμός προϊόντων και υπηρεσιών βάσει προδιαγραφών που να ικανοποιούν τις ανάγκες των ΑΜΕΑ, η ηλεκτρονική διακυβέρνηση, η πλήρης αξιοποίηση των δυνατοτήτων της εκπαίδευσης εξ αποστάσεως, η διάδοση ευφυών περιβαλλοντικών εφαρμογών (λ.χ. προστασία δασών), η επέκταση Δημόσιων Κέντρων Πληροφόρησης και των δημόσιων σημείων ασύρματης ευρυζωνικής πρόσβασης στο διαδίκτυο (public hotspots) στο σύνολο της επικράτειας κ.λπ.

<sup>8</sup> Η άμβλυνση των καταναγκαστικών επιπτώσεων των πολιτικών αντιμετώπισης της κλιματικής αλλαγής αποτελεί έναν από τους άξονες για τη διασφάλιση της περιβαλλοντικής δικαιοσύνης (climate justice). Βλέπε σχετικά Laurent, 2012.

- ▶ τις πρακτικές διοίκησης των οργανισμών που παρέχουν τις εν λόγω υπηρεσίες, κυρίως από τη σκοπιά του βαθμού συμμετοχής πολιτών, κοινωνικών φορέων και εργαζομένων στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων
- ▶ το ρόλο, την εμβέλεια και τον προσανατολισμό της δημόσιας ρύθμισης και των σχετικών ρυθμιστικών αρχών (ρύθμιση με όρους γενικού συμφέροντος και ολοκληρωμένης δημόσιας πολιτικής ή αποκλειστικά με βάση το Δίκαιο του Ανταγωνισμού;).

Τα παραδείγματα καλής πρακτικής από το εξωτερικό ευτυχώς δεν λείπουν. Υπάρχει σήμερα μια πλούσια εμπειρία για τον εκσυγχρονισμό των δημόσιων οργανισμών κοινής ωφέλειας στην Ευρώπη που μπορεί να τροφοδοτήσει την εγχώρια συζήτηση αλλά και την άσκηση πολιτικής<sup>9</sup>. Κύριο χαρακτηριστικό αυτών των πρωτοβουλιών αποτελεί η συστηματική προσπάθεια εμπλουτισμού της έννοιας του κοινωνικού αγαθού με νέα στοιχεία και προτεραιότητες. Έτσι, η διασφάλιση του γενικού συμφέροντος επιδιώκεται μέσω της πλαισίωσης, της δημιουργικής αξιοποίησης και εντέλει της σύνθεσης αντιφατικών συμφερόντων και διαφορετικών επιπέδων όπως αυτών του ατόμου και της κοινωνίας, του καταναλωτή και του πολίτη, του τοπικού, εθνικού και διεθνούς χώρου και του βραχυπρόθεσμου, μεσοπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου χρονικού ορίζοντα (Bauby, 1998). Τα κοινωνικά αγαθά αναδεικνύονται σε προνομιακό πεδίο ανάπτυξης της ανανεωμένης αυτής αντίληψης που αρνείται το ρόλο της ελεύθερης αγοράς και του συγκεντρωτικού και αδιαφανούς κράτους ως υπέρτατων ρυθμιστών του γενικού συμφέροντος.

Η δημόσια ραδιοτηλεόραση, όπως εξετάστηκε παραπάνω, διαδραματίζει καταλυτικό ρόλο για την ενίσχυση της ιδιότητας του πολίτη και της δημόσιας σφαίρας, τη λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος, τη συμβολή στην προαγωγή της παιδείας και του πολιτισμού, καθώς και τη διασφάλιση της εκπροσώπησης όλων των ομάδων και κοινοτήτων που συνθέτουν το κοινωνικό σύνολο. Αποτελεί λοιπόν εκ φύσεως κοινωνικό αγαθό.

Η θέσπιση των κριτηρίων που καθορίζουν τα χαρακτηριστικά και το εύρος των κοινωνικών αγαθών προσκρούει ωστόσο σε σημαντικά εμπόδια: Ο ορισμός του δημοσίου συμφέροντος δεν έχει αποτελέσει αντικείμενο τυποποίησης, σε αντίθεση με την έννοια της οικονομικής αποτελεσματικότητας, που εντάσσεται σε ένα μαθηματικά αποδεδειγμένο θεωρητικό σύστημα. Η εν λόγω ασάφεια αποτέλεσε σε πολλές

---

<sup>9</sup> Βλ. ενδεικτικά τα συμπεράσματα εκδήλωσης του Ινστιτούτου Εναλλακτικών Πολιτικών ΕΝΑ με θέμα: Προοδευτική διακυβέρνηση επιχειρήσεων κοινής ωφέλειας & διαχείριση δημοσίων αγαθών: Το παράδειγμα του νερού.

περιπτώσεις ιδανικό υπόβαθρο για τη συστηματική κατάχρηση αυτής της έννοιας από ιδιοτελή συμφέροντα, που αποκρυσταλλώθηκε στον όρο «κρατισμός» και οδήγησε σε απαξίωση της δημόσιας παρέμβασης. Οι δημόσιοι πάροχοι πρέπει συνεπώς να εγκαταλείψουν στάσεις και αντιλήψεις που παραπέμπουν σε πατερναλιστικές διαθέσεις, αυταρέσκεια και αυτοπροστασία και να μετεξελιχθούν σε οργανισμούς που αφουγκράζονται τις ανάγκες και επιθυμίες του κοινού, τον τρόπο και τις συνθήκες διαβίωσής τους, που επιδιώκουν τη διευκόλυνση, ένταξη και κατανόηση των πολιτών (Lowe, 2016).

Η υπέρβαση αυτών των κρίσιμων αδυναμιών, όπως παρουσιάστηκε με το παράδειγμα της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, αποτελεί εφικτό στόχο, παρά την ύπαρξη σημαντικών ανασταλτικών παραγόντων που πηγάζουν, μεταξύ άλλων, από εδραιωμένες πρακτικές, αντιλήψεις και παραδόσεις, οι οποίες δυσχεραίνουν την αλλαγή (Lowe, 2016), καθώς και συχνά από την απουσία της αναγκαίας ανεξαρτησίας των διοικήσεων από την κρατική εξουσία ώστε να μπορέσουν να επιτελέσουν το έργο τους με την απαιτούμενη διαφάνεια, αντικειμενικότητα και αποτελεσματικότητα.

Οι αξιολογες πρωτοβουλίες που καταγράφονται διεθνώς φαίνεται να επιδιώκουν και να διασφαλίζουν τη διαμόρφωση και άσκηση πολιτικών που εκφράζουν σε σαφώς μεγαλύτερο βαθμό απ' ό,τι σήμερα το συμφέρον της συλλογικότητας. Οι νέες πρακτικές που εφαρμόζονται εστιάζουν τόσο στην τεχνολογική διάσταση του εκσυγχρονισμού των δημόσιων Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (υιοθέτηση νέων τεχνολογιών) όσο και στην αύξηση της κοινωνικής αποτελεσματικότητάς τους. Το δεύτερο αυτό επίπεδο μετουσιώνεται στην εφαρμογή καινοτόμων πρακτικών με αντικείμενο την εμπλοκή των χρηστών σε διαδικασίες συν-παραγωγής των προγραμμάτων, στην αύξηση της διαδραστικότητας με τη συμμετοχή των χρηστών, στον διαρκή εμπλουτισμό της κοινωνικής τους αποστολής με νέες προτεραιότητες και ανάγκες, στην αξιολόγηση της αξίας των καναλιών από τους πολίτες, στην αποσαφήνιση και τον αυστηρό έλεγχο των υποχρεώσεων των καναλιών απέναντι στο κράτος και τους πολίτες μέσω της σύναψης συμβάσεων στόχων καθώς, τέλος, και στην αναζήτηση νέων τρόπων δίκαιης χρηματοδότησης της αναβαθμισμένης δημόσιας υπηρεσίας.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Armstrong M., 2005, «Public service broadcasting», Fiscal Studies, Volume 26, Issue 3, p. 281-299.
- Albert P., Tudesq A.J., 1996, Histoire de la radio-télévision, La Découverte, Paris.
- Bauby P., 1998, Reconstruire l'action publique - Services publics, au service de qui ?, Syros, Paris.
- Bourdieu P., 1996, Sur la télévision, Liber, Paris.
- Campos-Freire F., 2013, «The future of the European TV is hybrid, convergent and less public», Revista Latina de Comunicacion social, 68.
- Council of Europe, «Declaration of the Committee of Ministers on Public Service Media Governance», 15 February 2012.
- Council of Europe, «Recommendation CM/Rec (2012)1 of the Committee of Ministers to member States on public service media governance», 15 February 2012.
- Cushion S., 2018, «PSM Contribution to democracy», EBU.
- Dahlgren P., 1995, Television and the Public Sphere Citizenship, Democracy and the Media, Sage, London.
- Entman R.M., 1989, Democracy Without Citizens: Media and the Decay of American Politics, Oxford University Press, New York.
- Ευσταθόπουλος Γ., 2012, «Δημόσιες επιχειρήσεις: Από τη μεγάλη ύφεση του '30 στη σημερινή κρίση», Η Εποχή, 16 Ιουλίου.
- Ευσταθόπουλος Γ., 2013, «Η έννοια του γενικού συμφέροντος στον τομέα του νερού: Από τη θεωρία στην πράξη», Ένθετο «Οικοτριβές» της Αυγής, 31 Μαρτίου.
- Ευσταθόπουλος Γ., Λαμπροπούλου Μ., 2018, «Πέρα από το δίπολο κρατικοποίηση – ιδιωτικοποίηση: Προς την ανάδυση μεικτών σχημάτων άσκησης πολιτικής;», Ινστιτούτο Εναλλακτικών Πολιτικών ΕΝΑ.
- Glowacki, M., 2013, «Public service Media in Europe – Future of Funeral» in Steenfadt (ed.) Future of Funeral? A guide to Public Service Media Regulation in Europe, Open society Foundation.
- Χάμπερμας Γ., Αλλαγή Δομής της Δημοσιότητας. Έρευνες Πάνω σε μια Κατηγορία της Αστικής Κοινωνίας, Εκδόσεις Νήσος, 1997.
- Jakubowicz K., 2007, «Public service broadcasting: a new beginning or the beginning of the end?», Knowledge Politics.



- Laurent L., 2012, «Pour une justice environnementale européenne. Le cas de la précarité énergétique», Revue de l'OFCE n° 120, p. 99-120.
- Λεάνδρος Ν., 2000, Πολιτική Οικονομία των ΜΜΕ. Η Αναδιάρθρωση της Βιομηχανίας των Μέσων στην Εποχή της Πληροφοριακής Επανάστασης, Καστανιώτης, Αθήνα.
- Lowe G.F., 2016, «PSM in the 21<sup>st</sup> century: What value and which values?», EBU.
- Keane J., 1995, «Structural transformations of the public sphere», Communication Review, Vol.1, p. 1-22.
- Nissen C., 2006, «Public Service Media in the Information Society», Report prepared for the Group of Specialists on Public Service Broadcasting in the Information Society (MC-S-PSB), Strasbourg: Council of Europe.
- Papathnassopoulos S., 1990, «Public service broadcasting and deregulatory pressures in Europe», Journal of Information Science, vol 16, No 2, p. 113-120.
- Πλειός Γ. (επιμ.), 2013, Η κρίση και τα ΜΜΕ, Παπαζήσης, Αθήνα.
- Πλειός Γ., & Φραγκονικολόπουλος Χ., 2010, Τα «Εθνικά Θέματα» στη Δίνη των ΜΜΕ. Το Μακεδονικό, οι Ελληνοτουρκικές Σχέσεις και το Κυπριακό στην Τηλεόραση και τον Τύπο, Σιδέρης, Αθήνα.
- Ramsey P., 2010, «Public Service Broadcasting and the Public Sphere: Normative Arguments from Habermasian Theory», Networking Knowledge, Vol 3. No 2.
- Rochet J.-C., Tirole J., «Platform Competition in Two-Sided Markets», Journal of the European Economic Association, vol. 1, n° 4, 2003, p. 990-1029.
- Sustain C., 2000, «Television and the Public Interest», California Law Review, Volume 88, Issue 2, p. 499-564.
- Σμυρναίος Ν., 2010, «Τα ρευστά όρια των μέσων: Προσφορά και ζήτηση ελληνικών τηλεοπτικών προγραμμάτων στα δίκτυα peer-to-peer», στο Ιωάννα Βώβου (επιμ.), Ο Κόσμος της Τηλεόρασης: Θεωρία, Ανάλυση Προγραμμάτων και Ελληνική Πραγματικότητα, Εκδόσεις Ηρόδοτος, Αθήνα, σελ. 573-590.
- Σμυρναίος Ν., 2018, Το Ολιγοπώλιο του Διαδικτύου. Πώς Google, Apple, Facebook, Amazon και Microsoft Πήραν τον Έλεγχο της Ψηφιακής μας Ζωής, Μεταμεσονύκτιες Εκδόσεις, Αθήνα.
- Smyrniotis N., Marty E., Rebillard F., 2010, «Does the Long Tail apply to online news? A quantitative study of French-speaking news websites», New Media & Society, vol. 12 no. 8, p. 1244-1261.
- Smythe D.W., 1977, « Communications: Blindspot of Western Marxism», Canadian Journal of Political and Social Theory 1 (3), p. 1-27.
- Ver Eecke W., 1998, «The concept of a Merit Good: The Ethical Dimension in Economics Theory and the

Transformation of Economics into Socio-Economics», Journal of Socio-Economics, 27 (1), p. 133-153.

- Yoshiko N., 2009, «Accountability in Public Service Broadcasting: The evolution of promises and assessments», NHK broadcasting studies, no.7.
- WRTC - World Radio and Television Council (2000), «Public Broadcasting: Why? How?», UNESCO.
- Χαιρετάκης Μ., 2012, «Η διαμάχη των ιδιωτικών και των δημόσιων/κρατικών ραδιοτηλεοπτικών ΜΜΕ », [http://www2.media.uoa.gr/lectures/ad/download.php?f=public\\_private\\_media.doc](http://www2.media.uoa.gr/lectures/ad/download.php?f=public_private_media.doc)
- Wu T., 2010, The Master Switch: The Rise and Fall of Information Empires, Knopf, New York.



ΕΝΑ

Ινστιτούτο  
Εναλλακτικών  
Πολιτικών

Ζαλοκώστα 8, 2ος όροφος  
Τ.+30 210 3647912

[info@enainstitute.org](mailto:info@enainstitute.org)  
[enainstitute.org](http://enainstitute.org)