

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

---

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



ΣΧΟΛΗ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Αποδυναμώνοντας τη δημοκρατία:

Η ολιγοπωλιακή διάρθρωση των μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Καραγιάννη Αποστολία

Αθήνα, 2023

Τριμελής Επιτροπή

Δημήτριος Καλτσώνης, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου (επιβλέπων)

Αγγελική Γαζή, Επίκουρη Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου

Λουδοβίκος Κωτσονόπουλος, Επίκουρος Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Αποστολία Καραγιάννη, 2023

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα.

## Περιεχόμενα

Ευχαριστίες .....	4
Περίληψη.....	5
Abstract.....	6
Εισαγωγή.....	7
1. Ιδιοκτησιακό καθεστώς των μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας.....	9
1.1. Ιστορική αναδρομή και ανάπτυξη ολιγοπωλιακού καθεστώτος .....	9
1.2. Εδραίωση εντός του νεοφιλελεύθερου πλαισίου .....	12
1.3.Μετάβαση στην ψηφιακή εποχή.....	15
2. Ιδιοκτησιακή υπερσυγκέντρωση των μέσων ενημέρωσης και πολιτική εξουσία .....	19
2.1. Πολυκλαδική οικονομική δραστηριότητα των ιδιοκτητών .....	19
2.2. Το σύστημα διαπλοκής – διαφθοράς .....	22
2.3. Το φαινόμενο της «αιχμαλωσίας των μέσων ενημέρωσης» .....	25
2.3.1. Η κρατική χρηματοδότηση των ελληνικών μέσων ενημέρωσης κατά την περίοδο της πανδημίας .....	28
2.3.2.Το ημι-μονοπωλιακό καθεστώς της ενημέρωσης υπό την ηγεσία του Μπερλουσκόνι στην Ιταλία .....	29
3. Ολιγοπωλιακή διάρθρωση και δημοκρατικά θεμέλια .....	31
3.1. Η σημασία του πλουραλισμού και ο αντικατοπτρισμός της κυρίαρχης τάξης.....	32
3.2. Εμπόδια στην ανεξάρτητη και ερευνητική δημοσιογραφία .....	36
3.3. Ελεύθερη διαμόρφωση της πολιτικής βούλησης .....	39
Συμπεράσματα-Συζήτηση.....	42
Βιβλιογραφία – Πηγές.....	45

## Ευχαριστίες

Η ολοκλήρωση των μεταπτυχιακών μου σπουδών και, κυρίως, η συγγραφή της παρούσας διπλωματικής εργασίας θα φάνταζαν οριακά ανέφικτα χωρίς τη σημαντική συμβολή ορισμένων ανθρώπων. Αρχικά, η λέξη «ευχαριστώ» δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να αποδώσει την εκτίμηση που τρέφω προς τον επιβλέποντα της διπλωματικής κ. Δημήτρη Καλτσώνη, όχι μόνο για την κατανόηση και την στήριξή του, αλλά κυρίως για το μοναδικό κριτικό πρίσμα που προσέδωσε στην ακαδημαϊκή μου πορεία.

Εν συνεχεία, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά εκείνες τις καθηγήτριες και εκείνους τους καθηγητές του μεταπτυχιακού προγράμματος που με ώθησαν στο να μην αμφισβητώ τις προσπάθειές μου, τους προβληματισμούς μου, την οπτική και το υπόβαθρο των προηγούμενων σπουδών μου στην Ψυχολογία. Αν και η καθεμία και ο καθένας το κατάφερε με διαφορετικούς τρόπους, όλες και όλοι δε σταμάτησαν να προσεγγίζουν το πεδίο της Κοινωνικής Πολιτικής πολυδιάστατα και με ανοιχτό πνεύμα.

Φυσικά, δε θα μπορούσα να παραλείψω τη μεγάλη ευγνωμοσύνη που αισθάνομαι για την οικογένειά μου, τις φίλες και τους φίλους μου που δεν σταμάτησαν λεπτό να πιστεύουν σε μένα, που με καθησύχαζαν λέγοντας πως «όλα θα γίνουν!» και που στηρίζουν οποιαδήποτε προσπάθειά μου, όσο μακριά κι αν είναι αυτή από τη δικιά τους σκέψη.

## Περίληψη

Η συγκέντρωση της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης σε ένα μικρό αριθμό εταιρειών και σε οικονομικά πανίσχυρες ελίτ έχει διαχρονικά εδραιωθεί, ενώ, πλέον, αντανακλάται και στην ψηφιακή σφαίρα. Η βαθιά ασυμμετρία που δημιουργείται ανάμεσα στην εξουσία του ολιγοπωλίου και την πληροφόρηση του κοινωνικού συνόλου και ιδίως όπως αυτή μετασχηματίζεται υπό το σύγχρονο κρισιακό τοπίο, ενέχει σημαντικούς κινδύνους για την ποιότητα της δημοκρατίας. Εστιάζοντας στη μελέτη των μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας ως πεδίο συγκέντρωσης ιδιοκτησίας, οικονομικής εξουσίας και πολιτικής δύναμης, η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά τον αντίκτυπο που ενέχει το συγκεκριμένο φαινόμενο στη λειτουργία και πραγμάτωση της δημοκρατίας. Μέσα από την ανάλυση του τρόπου διάρθρωσης του ολιγοπωλιακού επικοινωνιακού συστήματος, τις οικονομικές επιταγές από τις οποίες παρακινείται αλλά και τις αδιαφανείς σχέσεις με πολιτικούς και κρατικούς θεσμούς μέσω των οποίων παγιώνεται, διαφαίνεται πως η παρούσα οργάνωση των μέσων ενημέρωσης υποσκάπτει τα δημοκρατικά θεμέλια. Η πληροφόρηση υπόκειται στους όρους της νεοφιλελεύθερης αγοράς, της κυρίαρχης πολιτικής ατζέντας και της εξυπηρέτησης διαπλεκόμενων συμφερόντων στερώντας της το ανεξάρτητο και πλουραλιστικό δυναμικό της. Παράλληλα, η ισότιμη πρόσβαση στην ιδιοκτησία εξασθενεί, ανακύπτουν εμπόδια στην ελεύθερη διαμόρφωση της πολιτικής βούλησης και την πολιτική συμμετοχή, ενώ η δυνατότητα εναλλακτικών προσεγγίσεων της σύγχρονης πραγματικότητας περιστελλεται. Η παραπάνω συλλογιστική πρόκειται να εξεταστεί μέσα από την ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας και την παράθεση ιστορικών παραδειγμάτων.

*Λέξεις-κλειδιά:* συγκέντρωση ιδιοκτησίας, δημοκρατία, ολιγοπώλιο, μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας

**Weakening democracy:  
The oligopolistic structure of media and communication**

Karagianni Apostolia

**Abstract**

The concentration of media ownership in a small number of companies and financially powerful elites has been entrenched over time and is now reflected in the digital sphere. The profound asymmetry that is created between the power of the oligopoly and the information of society as a whole, especially through its transformations under the contemporary crisis landscape, entails significant risks to the quality of democracy. By focusing on the study of media and communication as a field of concentration of ownership, economic dominance and political power, the present thesis explores the impact of this phenomenon on the functioning and realization of democracy. Through the analysis of the way the oligopolistic communication system is structured, the economic imperatives that motivate it as well as the non-transparent relations with political and state institutions through which it is consolidated, it becomes apparent that the current media organisation undermines the democratic foundations. Information is subject to the neoliberal market's demands, the predominant political agenda and the serving of interlocking interests, depriving it of its independent and pluralistic potential. At the same time, equal access to ownership is weakened, obstacles to the free formation of political will and political participation arise, and the possibility of alternative approaches to contemporary reality is curtailed. The above reasoning will be examined through the review of international academic literature and the presentation of historical examples.

*Keywords:* concentration of ownership, democracy, oligopoly, media and communications

## Εισαγωγή

Την τελευταία δεκαετία, αναγνωρίζεται πως η ελευθερία των μέσων ενημέρωσης ακολουθεί μία φθίνουσα πορεία παγκοσμίως. Όσο ανησυχητική και αν είναι από μόνη της η συγκεκριμένη συνθήκη, ο ευρύτερος αντίκτυπός της στα δημοκρατικά θεμέλια των κοινωνιών είναι το χαρακτηριστικό που την καθιστά ουσιαστικά απειλητική. Ανάμεσα στους διαρθρωτικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ορθή και απρόσκοπτη λειτουργία των μέσων ενημέρωσης βρίσκεται η ιδιοκτησιακή δομή τους και, ιδίως, η τάση συγκέντρωσης που εμφανίζει διαχρονικά. Η ολιγοπωλιακή συνθήκη, με τις οικονομικές και πολιτικές της προεκτάσεις, ενέχει σημαντικές συνέπειες για τις ιδέες και το λόγο που βρίσκουν έκφραση στη δημόσια σφαίρα και, συνεπώς, για τη διαμόρφωση του χαρακτήρα του ευρύτερου κοινωνικοπολιτικού συστήματος. Αντανακλώντας τους μηχανισμούς με τους οποίους το επικοινωνιακό τοπίο εντάσσεται σε αλληλοεξαρτώμενες σχέσεις εξουσίας και ελέγχεται από αυτές, η ιδιοκτησιακή υπερσυγκέντρωση των μέσων ενημέρωσης είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τα ιδεώδη που πρεσβεύει η δημοκρατία αλλά και τις δυνατότητες που προσφέρονται για την ουσιαστική άσκηση της πολιτικής συμμετοχής. Ιδιαίτερα στη σημερινή εποχή των αλληπάλληλων κοινωνικοοικονομικών και πολιτικών κρίσεων παγκοσμίως όπου η τάση διάβρωσης των δημοκρατικών αξιών και θεσμών φανερώνεται πολυδιάστατα, τα μέσα ενημέρωσης διαδραματίζουν έναν κρίσιμο ρόλο ως δίαυλοι της αντιλαμβανόμενης πραγματικότητας. Επομένως, οι ιδεολογίες που ενσωματώνονται στο σχεδιασμό ενός επικοινωνιακού συστήματος, οι όροι πρόσβασης στην ιδιοκτησία, ο έλεγχος της παραγωγής και διανομής της πληροφορίας, τα συμφέροντα που εξυπηρετούνται και εκείνα που αποκλείονται αποτελούν δομικά ζητήματα, καθώς οι διαφορετικοί τρόποι διαμόρφωσής τους δύνανται να μετατοπίσουν προς εξίσου διαφορετικές κατευθύνσεις το δυναμικό των δημοκρατικών κοινωνιών.

Υπό το πρίσμα των προκλήσεων που θέτει το συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον σήμερα, σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει τους κοινωνικοοικονομικούς και πολιτικούς παράγοντες βάσει των οποίων η διάρθρωση των οργανισμών μέσων ενημέρωσης καθίσταται ολιγοπωλιακή καθώς και τον αντίκτυπο της δομής αυτής στην αποδυνάμωση της δημοκρατίας. Μέσα από την ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας και την παράθεση ιστορικών παραδειγμάτων πρόκειται να καταδειχθεί πως υπό το σύγχρονο συγκεντρωμένο ιδιοκτησιακό καθεστώς, η ενημέρωση παύει να θεμελιώνεται υπό μία δημοκρατική αντίληψη και επιτέλεση του κοινωνικού, αλλά εξακολουθεί να συνιστά ένα σπουδαίας σημασίας πολιτικό διακύβευμα με πολύπλευρες διαστάσεις. Ιδιαίτερα η εξέταση

των παραδειγμάτων προσδίδει μια πλουσιότερη εικόνα των συνθηκών, των μορφών και των διαφορετικών αποχρώσεων που μπορεί να λάβει η κοινωνική πραγματικότητα. Συνεπώς, οι περιπτώσεις που αναφέρονται στην παρούσα έρευνα δεν έχουν ως στόχο να ονοματίσουν απλώς τους ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης, αλλά να αποτυπώσουν υφές του πολιτικού, οικονομικού, κοινωνικού και πολιτιστικού πλαισίου μέσα στο οποίο δύνανται να λειτουργούν με τον τρόπο που λειτουργούν.

Αναλυτικά, στο πρώτο κεφάλαιο πραγματοποιείται μία ιστορική αναδρομή της ιδιοκτησιακής συγκέντρωσης των μέσων ενημέρωσης, και ακολούθως εστιάζουμε στην εδραίωση της υπό το νεοφιλελεύθερο πλαίσιο και τις αλλαγές που επήλθαν με την εμφάνιση των ψηφιακών τεχνολογιών. Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναλύεται η διαφοροποιημένη οικονομική δραστηριότητα των ιδιοκτητών μέσων ενημέρωσης, το φάσμα διασυνδέσεων που αναπτύσσονται με την πολιτική εξουσία και τίθεται η προβληματική της αιχμαλωσίας των μέσων ενημέρωσης. Στο τρίτο κεφάλαιο, εξετάζονται οι τρόποι με τους οποίους η ολιγοπωλιακή συνθήκη της ενημέρωσης αποτελεί σκόπελο για την ουσιαστική πραγμάτωση της δημοκρατίας, προσεγγίζοντας την έννοια του πλουραλισμού, το ταξικό πρόσημο της ενημέρωσης, την ανεξάρτητη δημοσιογραφία και την ελευθερία διαμόρφωσης της πολιτικής βούλησης. Στο τέταρτο κεφάλαιο καταλήγουμε στα συμπεράσματα και τη συζήτηση.



## 1. Ιδιοκτησιακό καθεστώς των μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας

### 1. 1. Ιστορική αναδρομή και ανάπτυξη ολιγοπωλιακού καθεστώτος

Η συγκέντρωση της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης δεν αποτελεί καινούργιο φαινόμενο (McChesney, 1999· Meier, 2005). Ωστόσο, επιταχύνθηκε με δραματικούς ρυθμούς κατά τη δεκαετία του 1990 (Bagdikian, 2004· McChesney, 1999), ενώ ακόμη μέχρι και σήμερα παραμένει ένα πειστικό και, σε μεγάλο βαθμό, μη ρυθμισμένο ζήτημα (Trappel & Meier, 2022). Με τον όρο συγκέντρωση των μέσων ενημέρωσης, κατά τον Meier (2005), νοείται η συγκέντρωση οικονομικής και κοινωνικής ισχύος που ασκούν οι κυρίαρχες εταιρείες επικοινωνίας ιδίως έναντι των ανταγωνιστών τους, πραγματοποιείται μέσω της εσωτερικής και εξωτερικής ανάπτυξης τους, ενώ στο πλαίσιο της καπιταλιστικής οικονομίας, θεωρείται ως μια «φυσική» διαδικασία εντός του κλάδου των μέσων. Περιορίζοντας την πίεση των υφιστάμενων ανταγωνιστών και αποτρέποντας σε δυνητικά νέους την είσοδο στην αγορά, ισχυροποιούν συγχρόνως και σε πολλαπλά επίπεδα τη δική τους θέση (Meier, 2005). Η λογική που υπαγορεύει αυτές τις κινήσεις είναι η επίτευξη οικονομικών κλίμακας και, κυρίως, η καθετοποίηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας – δηλαδή ο έλεγχος τόσο της παραγωγής του προϊόντος όσο και των δικτύων διανομής – με απώτατο τρόπο να προβάλλουν η κυριαρχία στην παγκόσμια ροή της πληροφορίας και η συμμετοχή στην υπό διαμόρφωση «κοινωνία της πληροφορίας» από θέση ισχύος (Λεάνδρος, 2000).

Ήδη από την εκβιομηχάνιση του Τύπου λόγω των τεχνικών και οικονομικών μετασχηματισμών του 19ου αιώνα, οι μεγάλοι εκδοτικοί οίκοι αλλά και, κατά περίπτωση, το κράτος, προσπάθησαν να ενθαρρύνουν τη μονοπώληση των μέσων ενημέρωσης και να εξασφαλίσουν την υπεροχή ορισμένων επιχειρηματικών και πολιτικών συμφερόντων (Meier, 2005). Στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα και μετά, η πραγματοποίηση του κέρδους ως κινητήρια δύναμη και συνάμα απαραίτητη προϋπόθεση επιβίωσης κάθε επιχείρησης, οδήγησε στη συνεχή συσσώρευση κεφαλαίου και τη συνακόλουθη συγκεντροποίησή του. Μέσω των αλληπάλληλων εξαγορών και συγχωνεύσεων, ο αριθμός των επικοινωνιακών εταιριών μειώνεται συστηματικά και ο ολιγοπωλιακός έλεγχος του κλάδου εδραιώνεται. Όπως σημειώνει η Σεραφετινίδου (1989, σ. 55), «ολοένα και περισσότερο μια «χούφτα» επιχειρήσεις, και όχι πια οι αποφάσεις, οι δραστηριότητες και ο ελεύθερος ανταγωνισμός μιας πληθώρας μικρο-μεσαίων επιχειρήσεων, καθορίζουν την συνολική λειτουργία και εξέλιξη του κλάδου των μαζικών επικοινωνιών». Από πλευράς οικονομικού μεγέθους, οι κυρίαρχες επιχειρηματικές μονάδες στο χώρο των μαζικών επικοινωνιών είναι κολοσσιαίες, όπως

αντίστοιχα κολοσσιαία είναι και τα κεφάλαια που διακινούνται κατά τις πρακτικές επέκτασής τους (Σεραφετινίδου, 1989). Ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990, η πλήρης κυριαρχία του εμπορευματικού μοντέλου σε συνδυασμό με τη σύγκλιση των τηλεπικοινωνιών, της ηλεκτρονικής βιομηχανίας και των μέσων σε έναν ενιαίο τομέα, συντέλεσε διεθνώς σε ένα πρωτοφανές κύμα εξαγορών και συγχωνεύσεων καθώς και στη συγκέντρωση τεράστιας οικονομικής και πολιτικής δύναμης σε μια μικρή ομάδα γιγαντιαίων πολυεθνικών ομίλων που ανταγωνίζονται για την παγκόσμια κυριαρχία εντός του ευρύτερου φάσματος της επικοινωνίας (Λέανδρος, 2000). Κατά συνέπεια, στο επίκεντρο της λειτουργίας των μέσων ενημέρωσης τίθεται η αύξηση της κερδοφορίας τους βάσει της λογικής της καπιταλιστικής αγοράς σε παγκόσμια κλίμακα. Ανάμεσα στις μείζονες τάσεις που θεωρούνται αλληλένδετες στις δεδομένες εξελίξεις, βρίσκονται η εντεινόμενη ιδιωτικοποίηση και η τακτική της απορρύθμισης με άμεση συνέπεια την καταλυτική επίδραση της διαφήμισης στη λειτουργία των ΜΜΕ, η διεθνοποίηση της επικοινωνίας σε επίπεδο παραγωγής και διανομής και η επακόλουθη τάση πλήρους ελέγχου της σχέσης με τους αποδέκτες από πολυεθνικές επιχειρήσεις, η ανάπτυξη της ηλεκτρονικής μορφής επικοινωνίας και των ψηφιακών συστημάτων κωδικοποίησης καθώς και η ραγδαία ποσοτική αύξηση των προσφερόμενων πολιτιστικών προϊόντων (Κωνσταντινίδου, 2003).

Στο σύνολο των έξι εκδόσεων του *The (New) Media Monopoly*<sup>1</sup>, ο Ben Bagdikian (2004), τεκμηριώνει πως αν και υπάρχουν χιλιάδες εταιρείες που εμπλέκονται στις επιχειρήσεις των μέσων ενημέρωσης, ο αριθμός των εταιρειών που ελέγχουν το ήμισυ ή και περισσότερο των ραδιοηλεκτρονικών εκπομπών, των εφημερίδων και των κινηματογραφικών βιομηχανιών στις ΗΠΑ συρρικνώνεται συνεχώς – από 50 το 1984, σε 23 το 1990 και σε μόλις 5 το 2004. Η Time Warner, η The Walt Disney Company, η News Corporation με έδρα την Αυστραλία, η Viacom, και η Bertelsmann με έδρα τη Γερμανία, συνιστούν τις πέντε κυρίαρχες επιχειρήσεις παγκόσμιας εμβέλειας που λειτουργούν με πολλούς τρόπους χαρακτηριστικών ενός «καρτέλ». Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει, η στρατηγική τους να διευρύνονται στην απόκτηση σημαντικών συμμετοχών σε όλα τα μέσα προσδίδει σε κάθε έναν από τους ηγέτες τους μεγαλύτερη επικοινωνιακή δύναμη από ό,τι άσκησε οποιαδήποτε κυβέρνηση ή δικτατορία στην ιστορία (Bagdikian, 2004). Παρόλο που ο εν λόγω ισχυρισμός δύναται να θεωρηθεί αμφιλεγόμενος, ιδίως εάν λάβουμε υπόψη τις ξεχωριστές κοινωνικοπολιτικές συνθήκες κάθε ιστορικής εποχής, δεν μπορεί παρά να υπερτονίσει τον καταλυτικό ρόλο των

---

<sup>1</sup> Με το χαρακτηριστικό υπότιτλο της 1<sup>ης</sup> έκδοσης (1983), «αναφορά στις 50 επιχειρήσεις οι οποίες ελέγχουν τι θα δει, θα ακούσει και θα διαβάσει η Αμερική».

σύγχρονων μέσων ενημέρωσης ως κύριο πληροφοριοδότη του κοινού αλλά και ως συστατικό στοιχείο διαμόρφωσης του παγκόσμιου καπιταλισμού. Ειδικά «σε έναν κόσμο του συγκεντρωμένου πλούτου και των μεγάλων συγκρούσεων ταξικών συμφερόντων» (Herman & Chomsky, 1988, σ. 1) όπου οι λειτουργίες της ενημέρωσης και επικοινωνίας υπερβαίνουν ριζικά εκείνες των παλαιότερων εποχών, η σημασία των κορυφαίων εταιρειών μέσων ενημέρωσης αναδεικνύεται εξέχουσα εντός της κοινωνικοπολιτικής σφαίρας.

Επιπλέον, εξετάζοντας το φαινόμενο της συγκέντρωσης και ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης σε 30 χώρες παγκοσμίως, ο Noam (2016) αναφέρει πως μεταξύ των μεγαλύτερων μεμονωμένων ή οικογενειακών ιδιοκτητών βρίσκονται οι δισεκατομμυριούχοι Carlos Slim της εταιρείας τηλεπικοινωνιών América Móvil του Μεξικό, η οικογένεια Cox της ομώνυμης Cox Communications της Αμερικής, ο Michael Bloomberg κατέχοντας την αμερικανική εταιρεία χρηματοοικονομικών, λογισμικού, δεδομένων και μέσων ενημέρωσης Bloomberg L.P., καθώς και η οικογένεια Thompson με τον πολυεθνικό όμιλο MME, Thompson Reuters του Καναδά. Παρόλο που η τάση διαχείρισης των μεγάλων ομίλων μέσων ενημέρωσης από εξειδικευμένους μάνατζερ εξελίσσεται συνεχώς – με συνέπεια όχι μόνο να μεταβάλλεται η οργανωτική τους δομή αλλά και να δυσχεραίνεται η διαδικασία μέτρησης του αντικτύπου της ιδιοκτησίας στο παραγόμενο περιεχόμενο – τα ηνία του ελέγχου πολλών εξ αυτών εξακολουθούν να διατηρούνται από τους ίδιους τους ιδιοκτήτες (Winseck, 2008). Παραδείγματα του δεδομένου ιδιοκτησιακού καθεστώτος αποτελούν οι News Corp του Rupert Murdoch, η Bertelsmann των κληρονόμων του ιδρυτή της Carl Bertelsmann, η Viacom του Sumner Redstone και η Comcast που ανήκει στην οικογένεια Roberts, ενώ το ίδιο φαινόμενο παρατηρείται στον Καναδά, την Αυστραλία και τη Λατινική Αμερική (Winseck, 2008), όπως φάνηκε παραπάνω.

Παράλληλα, και η παγκόσμια βιομηχανία ειδήσεων παρουσιάζει μία εξίσου συγκεντρωτική δομή καθώς οι λειτουργίες της διεθνούς ροής των νέων τοποθετούνται στα χέρια τριών μεγάλων διεθνών πρακτορείων. Μολονότι υπάρχουν πάνω από 100 πρακτορεία ειδήσεων, το βρετανοκαναδικό Reuters, το γαλλικό Agence France-Presse (AFP) και το αμερικανικό Associated Press (AP) διαχειρίζονται από κοινού το 80% της διεθνούς ειδησεογραφίας (Λέανδρος, 2000). Ανάμεσά τους βρισκόταν και το United Press International, το οποίο ωστόσο περιθωριοποιήθηκε από την παγκόσμια σκηνή εξαιτίας της κατακόρυφης ανάδειξης του AP, στο οποίο πούλησε τα περισσότερα από τα διεθνή του συμβόλαια (Pan, 2012). Οι αλλαγές που συντελούνται σε επίπεδο διάρθρωσης ενέχουν αναπόφευκτα συνέπειες ως προς τη διαμόρφωση του ιδεολογικού πλαισίου της πληροφόρησης. Όπως επισημαίνει η Κωνσταντινίδου (2003), ο πολιτισμικός και οικονομικός ρόλος των κολοσσιαίων αυτών

οργανισμών αποβαίνει καθοριστικός στην παγκόσμια διανομή, ιεράρχηση και αξιολόγηση των ειδήσεων που προσδίδουν μορφή στη φύση του πλανητικού τοπίου, με την ανισότητα ανάμεσα στο μητροπολιτικό κέντρο και την περιφέρεια να αυξάνεται.

Η αναζήτηση των κέντρων εξουσίας των οργανισμών μέσω ενημέρωσης συσχετίζεται άμεσα και κατευθύνεται από το κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον εντός του οποίου λειτουργούν, προδιαγράφοντας τον τρόπο με τον οποίο διατελούν αυτές τις λειτουργίες. Η δυναμική διάκριση μεταξύ του άμεσου ελέγχου του περιεχομένου των μηνυμάτων και όλων των άλλων μορφών θεσμικού ελέγχου βρίσκεται στη ρίζα της συζήτησης για το ζήτημα της ιδιοκτησίας και του ελέγχου στα μέσα ενημέρωσης (Gurevitch, Bennett, Curran & Wollacott, 1982). Ωστόσο, το να κατέχει κάποιος εξουσία στο χώρο των μέσων ενημέρωσης ή να ασκεί έλεγχο σε αυτά, θα πρέπει να συνεπάγεται την ικανότητα, έστω σε κάποιο βαθμό, να διαμορφώνει τα νοήματα που μεταφέρονται από εκείνα. Όπως αναφέρει ο Murdock (1982, σ. 149), «ενώ το ζήτημα του *ποιος* ελέγχει είναι θεμελιώδες, η *σημασία* αυτού του ελέγχου έγκειται στον τρόπο με τον οποίο ασκείται ή μπορεί να ασκηθεί».

## **1.2. Εδραίωση εντός του νεοφιλελεύθερου πλαισίου**

Η υιοθέτηση της πολιτικής των αποκρατικοποιήσεων ως κύριου εργαλείου για την αναδιάρθρωση της οικονομίας και, εν γένει, η στροφή προς μία νεοφιλελεύθερη προσέγγιση του κοινωνικοπολιτικού οικοδομήματος, επηρέασαν τις εξελίξεις στο ευρύτερο χώρο των μέσων ενημέρωσης. Συνυπολογίζοντας τις εκάστοτε κοινωνικο-οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες, οι ανακύπτουσες μεταβολές τόσο στο επίπεδο της κυρίαρχης ιδεολογίας όσο και της ασκούμενης πολιτικής προχώρησαν με διαφορετικούς ρυθμούς και σε διαφορετική έκταση σε κάθε χώρα. Εντούτοις, η γενική κατεύθυνση των εξελίξεων δεν μπορεί να αμφισβητηθεί, ενώ μάλιστα ενισχύθηκε από την κατάρρευση του «υπαρκτού σοσιαλισμού» και την ανάδειξη της ισχυρότερης οικονομίας, των ΗΠΑ, ως της μόνης υπερδύναμης (Λέανδρος, 2000).

Η απελευθέρωση της αγοράς, η απορρύθμιση της ραδιοτηλεόρασης και η ιδιωτικοποίηση κρατικών επιχειρήσεων και υπηρεσιών αντανakλούν την αναζωογόνηση των *laissez faire* δεσμεύσεων, αναδιρθρώνοντας το ευρύτερο πεδίο των επικοινωνιών προς τις επιταγές της ιδιωτικοποίησης και της κερδοφορίας αλλά και μετασχηματίζοντας την πλειονότητα των εθνικών ραδιοτηλεοπτικών συστημάτων προς τη λογική των εμπορικών μέσων ενημέρωσης (Veneti & Karadimitriou, 2013). Κατά τον McChesney (2001), η αδιάκοπη επιδίωξη του κέρδους αποτέλεσε τον κινητήριο μοχλό που άσκησε πίεση προς την

απορρύθμιση εντός του νεοφιλελεύθερου υποδείγματος, σηματοδοτώντας τη χαλάρωση ή και την εξάλειψη των φραγμών στην κερδοσκοπική εκμετάλλευση των μέσων ενημέρωσης και τη συνεπόμενη συγκεντρωμένη ιδιοκτησία τους. Ωστόσο, η μεγιστοποίηση του κέρδους των επιχειρήσεων που ελέγχουν τα μέσα δεν σημαίνει πως εξαφανίζονται οι πολιτικο-ιδεολογικοί στόχοι και λειτουργίες τους. Αντιθέτως, σύμφωνα με τη Σεραφετινίδου (1989, σ. 54), «υποδηλώνει μια νέα άρθρωση του οικονομικού και πολιτικό-ιδεολογικού άξονα γύρω από τους οποίους περιστρέφεται η οργάνωση και λειτουργία τους. Η νέα αυτή άρθρωση αντανακλά και, ταυτόχρονα, οδηγεί στην υιοθέτηση διαφορετικών (σε σύγκριση με προγενέστερες εποχές) πολιτικό-ιδεολογικών στόχων εκ μέρους των ιδιοκτητών και στελεχών των ΜΜΕ, αλλά και σε νέες διεργασίες για την υλοποίησή τους [...] οι εξελίξεις αυτές μεταφράζονται σε ριζικό μετασχηματισμό τόσο του περιεχομένου, όσο και των μηχανισμών πραγμάτωσης του ευρύτερου κοινωνικού ρόλου των ΜΜΕ».

Ενδεικτικά, μπορεί να αναφερθεί η περίπτωση του Ηνωμένου Βασιλείου όπου η σταδιακή υιοθέτηση νεοφιλελεύθερων πρακτικών εντός του κλάδου των μέσων ενημέρωσης συντέλεσε στην απελευθέρωση του ιδιοκτησιακού καθεστώτος και την εμπορευματοποίηση των ειδήσεων. Κατά τη δεκαετία του 1990 και έπειτα από τη διαδοχική χαλάρωση των ρυθμίσεων ιδιοκτησίας του Broadcasting Act (1996) και του Communications Act (2003), πραγματοποιείται μια ταχεία ενοποίηση της βιομηχανίας των βρετανικών εφημερίδων σε ορισμένα περιφερειακού επιπέδου μονοπώλια που κυριαρχούν στην αγορά (Fenton, 2011). Αναπόφευκτα, μέσω των αδιάλειπτων συγχωνεύσεων και εξαγορών, ο αριθμός των ομίλων που εκδίδουν τοπικές εφημερίδες μειώνεται σφοδρά – από 200 το 1992, σε 137 το 1998 και σε 87 το 2010 (Fenton, 2011). Στη νεοφιλελεύθερη οικονομία της αγοράς, οι ειδήσεις που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της τοπικής κοινότητας δεν έχουν δικαίωμα ύπαρξης αν δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στα έξοδά τους καθώς, όπως υποστηρίζει η Fenton (2011, σ. 66), «η αγορά παραμένει σταθερά στο επίκεντρο όλων των πολιτικών αποφάσεων που συνεχίζουν να δίνουν προτεραιότητα στην απορρύθμιση έναντι της δημοκρατίας». Επιπλέον, τονίζοντας τη σημασία των ποικίλων πηγών μέσων ενημέρωσης ως προς την προώθηση του δημόσιου διαλόγου εντός μιας δημοκρατικής κοινωνίας, στις αρχές της δεκαετίας του 2000 η κυβέρνηση των Εργατικών προχώρησε στην εφαρμογή νομοθεσίας που χαλάρωνε περαιτέρω τους περιορισμούς στην ενοποίηση του Independent Television (ITV)<sup>2</sup> αλλά και, για πρώτη φορά,

---

<sup>2</sup> Το πρώτο εμπορικό τηλεοπτικό δίκτυο στο Ηνωμένο Βασίλειο που ιδρύθηκε το 1955 προκειμένου να υπάρξει ανταγωνισμός με το μονοπώλιο που διατηρούνταν μέχρι τότε από το BBC. Βλ. [https://www.teletronic.co.uk/pages/history\\_of\\_itv.html](https://www.teletronic.co.uk/pages/history_of_itv.html)

επέτρεπε στους μεγαλύτερους ιδιοκτήτες εφημερίδων να κατέχουν ένα επίγειο τηλεοπτικό κανάλι (Barnett, 2010). Η λογική που διέπει τις συγκεκριμένες πολιτικές επιφυλάσσουν ένα παράδοξο κατά τους Gershon και Alhassan (2004, σ. 2), καθώς «κατ' αρχήν, η απορρύθμιση υποτίθεται ότι προάγει τον ανταγωνισμό και, ως εκ τούτου, ανοίγει τις αγορές σε νέους παρόχους υπηρεσιών. Το πρόβλημα, ωστόσο, είναι ότι η πλήρης και απεριόριστη απορρύθμιση μπορεί μερικές φορές να δημιουργήσει το ίδιο πρόβλημα που προοριζόταν να λύσει, δηλαδή την έλλειψη ανταγωνισμού» και, συνεπώς, να συντελέσει στην αύξηση της συγκέντρωσης.

Όσον αφορά την Ελλάδα, η περίοδος αυτής της «άναρχης εμπορευματοποίησης» στον οπτικοακουστικό χώρο ξεκινά στα τέλη της δεκαετίας του 1980 με την κατάργηση του κρατικού μονοπωλίου και τη δημιουργία ενός ιδιωτικού ολιγοπωλίου, το οποίο ασκεί σημαντική επιρροή όχι μόνο επί των εξελίξεων του επικοινωνιακού πεδίου αλλά και της πολιτικής ζωής της χώρας (Λεάνδρος, Παπαδοπούλου & Ψύλλα, 2011). Το ελληνικό θεσμικό πλαίσιο αντανakλά τη βαθμιαία αλλά σταθερή ενθάρρυνση της οικονομικής συγκέντρωσης εντός του κλάδου, με χαρακτηριστικό παράδειγμα να αποτελεί ο νόμος 3592/2007<sup>3</sup>. Σε μια προσπάθεια κατευνασμού των αντιδράσεων που προκάλεσε η αυστηρότητα της προηγούμενης ρύθμισης σχετικά με το ποσοστό του βασικού μετόχου και της επέκτασης του ασυμβίβαστου<sup>4</sup>, το 2007 προτάθηκε και ψηφίστηκε το νομοσχέδιο που επέτρεπε την ιδιοκτησία, άνευ περιορισμού ως προς τον αριθμό, έντυπων μέσων, καθώς και τον πλήρη έλεγχο ενός ραδιοτηλεοπτικού σταθμού από έναν και μόνο μέτοχο. Συγχρόνως, εκείνος μπορούσε να διαθέτει μετοχές και σε άλλους σταθμούς, εφόσον δεν επηρέαζε ουσιωδώς της λήψη αποφάσεών τους. Όπως σημειώνει ο Σμυρναίος (2007), «το νομοσχέδιο αντί να επιχειρήσει την πραγματική επιβολή των περιορισμών που προβλέπονται από το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο, νομιμοποιεί την εδώ και δώδεκα χρόνια ευθεία παραβίαση του». Μάλιστα, μεταξύ των σκοπών των διατάξεων συγκαταλέγονταν η διασφάλιση της πολυφωνίας στην ενημέρωση καθώς και η αντικειμενική, επί ίσοις όροις μετάδοση των πληροφοριών.

Υπό το πρίσμα της νεοφιλελεύθερης σκέψης, οι πολιτικές που προτάσσουν την απελευθέρωση της ιδιοκτησίας και τον περιορισμένο ρόλο του κράτους στις κατευθύνσεις της

---

<sup>3</sup> Ν. 3592/2007 (ΦΕΚ 161/Α/2007) «Συγκέντρωση και αδειοδότηση Επιχειρήσεων Μέσων Ενημέρωσης και άλλες διατάξεις»

<sup>4</sup> Ο νόμος 3310 «Μέτρα για τη διασφάλιση της διαφάνειας και την αποτροπή καταστρατηγήσεων κατά τη διαδικασία σύναψης δημοσίων συμβάσεων» ήρθε προς ψήφιση στο κοινοβούλιο τον Ιανουάριο του 2005 υπό την κυβέρνηση της Νέας Δημοκρατίας, με το ποσοστό που ορίζει τον βασικό μέτοχο να κατεβαίνει στο 1% και το ασυμβίβαστο να επεκτείνεται αυτόματα σε όλα τα συγγενικά πρόσωπα και ιδρύματα που σχετίζονται μαζί του (Σμυρναίος, 2016).

παραγωγικής δραστηριότητας έχουν υποστηριχθεί δυναμικά, και, σε ένα βαθμό, υπό το πρόσχημα του ότι οποιοσδήποτε περιορισμός συνιστά τελικά παραβίαση της ελευθερίας της έκφρασης. Η ανακοίνωση του Rupert Murdoch<sup>5</sup> προς την Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου (Federal Trade Commission) σχετικά με το μέλλον της δημοσιογραφίας, δύναται να σκιαγραφήσει την παραπάνω συλλογιστική. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρει χαρακτηριστικά πως «η κυβέρνηση πρέπει να ανοίξει το δρόμο για τις εταιρείες να επενδύσουν και να καινοτομήσουν - μειώνοντας τις περιττές ρυθμίσεις και εξαλείφοντας τα εμπόδια στην ανάπτυξη και τις επενδύσεις» συμπληρώνοντας ότι «η προοπτική της αμερικανικής κυβέρνησης να εμπλακεί άμεσα στην εμπορική δημοσιογραφία θα έπρεπε να είναι ανατριχιαστική για όποιον ενδιαφέρεται για την ελευθερία του λόγου» (Murdoch, 2009). Όπως επισημαίνει ο Freedman (2014, σ. 179), «οι δυνάμεις της αγοράς, σύμφωνα με αυτή την οπτική, όχι μόνο δεν είναι εχθρικές προς τους πλουραλιστικούς στόχους της ποικιλομορφίας πηγών και απόψεων, αλλά ολοένα και περισσότερο οι κύριοι εγγυητές αυτών των φιλοδοξιών». Η θέση για τις μεταρρυθμίσεις που πραγματοποιούνται προς τη λογική της αγοράς ενισχύονται και νομιμοποιούνται από τον παραδοσιακό ορισμό των μέσων ενημέρωσης ως «δημόσιου φύλακα», παραβλέποντας, ωστόσο, το γεγονός ότι τα τελευταία συνήθως δεν είναι ανεξάρτητα από τις δομές εξουσίας – όχι μόνο της κρατικής αλλά και της ιδιωτικής (Curran, 2002).

Οι πολιτικές ιδιοκτησίας και τα ανάλογα πρότυπα που διευκολύνουν στο χώρο των μέσων ενημέρωσης, αποτελούν ένα ιδεολογικό μέσο επίλυσης των διαφορών και επιβολής της τάξης στο επικοινωνιακό περιβάλλον, συμβάλλοντας στη φυσικοποίηση των καπιταλιστικών σχέσεων ιδιοκτησίας αλλά και των αντίστοιχων συστημάτων σκέψης (Streeter, 1996). Συνεπώς, ο προσδιορισμός όχι μόνο των οικονομικών συμφερόντων αλλά και των ιδεολογικών στόχων που βρίσκονται πίσω από τα βασικά επιχειρήματα που προβάλλουν όσοι κατέχουν την ιδιοκτησία και τον έλεγχο των μέσων ενημέρωσης, αποτελεί απαραίτητο εργαλείο σε κάθε προσπάθεια εξέτασης (και αμφισβήτησης) των προοπτικών τους.

### **1.3.Μετάβαση στην ψηφιακή εποχή**

Οι τεχνολογικές εξελίξεις στα τέλη της δεκαετίας του 1980 σηματοδοτούν μία νέα φάση αναδιάρθρωσης των σχέσεων ιδιοκτησίας στη βιομηχανία των μέσων, μεταβάλλοντας το τοπίο της ενημέρωσης και αναδιατάσσοντας τις υφιστάμενες ισορροπίες σε βασικούς

---

<sup>5</sup> Πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Αμερικανικής πολυεθνικής εταιρείας News Corporation που από την ίδρυσή της μέχρι και σήμερα κυριαρχεί στις ειδήσεις, την τηλεόραση, τον κινηματογράφο και τις έντυπες βιομηχανίες

κοινωνικοοικονομικούς τομείς. Η τεχνική σύγκλιση των τηλεπικοινωνιών, της ραδιοτηλεόρασης και της πληροφορικής με τις συνακόλουθες αλλαγές που επήλθαν στα έντυπα μέσα ώθησαν προς την ισχυροποίηση της θέσης των μεγάλων επιχειρήσεων και την επικράτησή τους στον ευρύτερο κλάδο.

Κατά την περίοδο αυτή, εισάγονται νέες τεχνολογίες στον Τύπο, αναδιαρθρώνονται οι εργασιακές και παραγωγικές σχέσεις ενώ πολλές εφημερίδες υπάγονται σε ευρύτερες οικονομικές αυτοκρατορίες, οδηγώντας στο σχηματισμό των επιχειρηματικών ομίλων που πρωτοστάτησαν στην ανάπτυξη των μεγαλύτερων ιδιωτικών ραδιοτηλεοπτικών σταθμών (Λεάνδρος, Παπαδοπούλου & Ψύλλα, 2011). Όπως σημειώνει ο J. Tunstall (1986, σ. 180), «στις περισσότερες περιπτώσεις οι νέες τεχνολογικές επιδράσεις συνέβαλαν στη μείωση του ανταγωνισμού και ενίσχυσαν τις τάσεις μονοπώλησης. Η ανάγκη αγοράς νέου ηλεκτρονικού εξοπλισμού συχνά αποτέλεσε την αιτία για την απόφαση οικογενειακών επιχειρήσεων να ενταχθούν σε κάποιο από τα μεγάλα δίκτυα». Από οικονομική άποψη, οι πιθανότητες επιβίωσης στην ψηφιακή εποχή φαίνεται να είναι μεγαλύτερες εάν οι μικρές επιχειρήσεις γίνονται μέρος μεγάλων ομίλων. Δεδομένου ότι η προσέγγιση ενός αρκετά μεγάλου κοινού εξασφαλίζει την οικονομική ευρωστία στον κλάδο της επικοινωνίας, ταυτόχρονα προαπαιτεί μια προηγμένη τεχνολογία μαζικής επικοινωνίας αλλά και υπέρογκες επενδύσεις που ενέχουν εξίσου τεράστιους οικονομικούς κινδύνους (Wen, 2021).

Κατ' επέκταση, τόσο στις ΗΠΑ όσο και την Ευρώπη, οι δραστηριότητες των συγχωνεύσεων και εξαγορών στους κλάδους της πληροφορικής και των επικοινωνιών αυξήθηκε σημαντικά, ενώ εντάθηκε μετά τα κύματα απορρύθμισης (Iosifidis, 2010). Αν και ο ρυθμός σύγκλισης σε επίπεδο ιδιοκτησίας και ελέγχου διαφέρει σε μεγάλο βαθμό μεταξύ των χωρών, η οριζόντια (μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα) και η κάθετη ολοκλήρωση (με τη συμμετοχή επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς τομείς), φαίνεται να αποτελούν τις συχνότερες στρατηγικές που ακολουθούν οι εταιρείες επικοινωνιών ώστε να επιβιώσουν στην ψηφιακή πραγματικότητα (Iosifidis, 2010). Τα κίνητρα που υπαγορεύουν αυτές τις πρακτικές κινούνται από την αύξηση της ισχύος στην αγορά και τον επιμερισμό του υψηλού κόστους των ψηφιακών τεχνολογιών έως την απόκτηση πρόσβασης σε τεχνογνωσία και περιεχομένου, καθώς και την αβεβαιότητα της ζήτησης στην αγορά (Iosifidis, 2010). Εφόσον οι κύριοι ανταγωνιστές μπορούν να καταλήξουν σε πολυμερή συναίνεση σε κάθε στάδιο, από τη διαδικασία της παραγωγής έως και την διανομή του επικοινωνιακού προϊόντος, ενισχύεται η ενοποίηση της ιδιοκτησίας και παραγκωνίζεται μια αυθεντικά ανταγωνιστική αγορά. Η βιομηχανία της επικοινωνίας φαινομενικά απολαμβάνει



την ελεύθερη αγορά και τον θεμιτό ανταγωνισμό, αλλά στην πραγματικότητα τα συμφέροντα των κυρίαρχων είναι στενά συνυφασμένα μέσω ενός φάσματος διασυνδέσεων, κοινοπραξιών, κοινών στελεχών διεύθυνσης, διασταυρούμενης ιδιοκτησίας και αμοιβαίων συμφωνιών, προκειμένου να εκμεταλλευτούν τα μονοπωλιακά πλεονεκτήματα και τη μεγιστοποίηση του κέρδους (Herman & McChesney, 1997; McChesney, 2001).

Επιπρόσθετα, η εμφάνιση νέων τεχνολογιών εμφανίζεται να μειώνει το υψηλό κόστος που απαιτείται για την παραγωγή και τη διανομή πληροφοριών στο πλαίσιο των συμβατικών τεχνολογιών, διευκολύνοντας τη δημιουργία νέων μέσων αλλά και ενισχύοντας την ικανότητα εδραίωσης των υφιστάμενων μιντιακών γιγάντων. Δεδομένου ότι η ψηφιοποίηση του επικοινωνιακού προϊόντος επιτρέπει τη διάδοση και την αποθήκευση του χωρίς φυσικές αλληλεπιδράσεις, το κόστος αναπαραγωγής του περιεχομένου είναι χαμηλό. Ως αποτέλεσμα, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις παρέχουν το περιεχόμενό τους σε όσο το δυνατόν περισσότερα ακροατήρια εντός ενός όσο το δυνατόν μεγαλύτερου εύρους μέσων αλλά και, συγχρόνως, μοιράζονται το κόστος του πρωτότυπου με περισσότερα άτομα σε σύγκριση με τους νεοεισερχόμενους, επιτυγχάνοντας αποτελεσματικές οικονομίες κλίμακας (Winseck, 2008, Wen, 2021). Σύμφωνα με τον Doyle (2015), οι εξαιρετικά συγκεντρωμένες επιχειρήσεις, χαρακτηριστικά των οποίων είναι η διεύρυνση, η διαφοροποίηση και η κάθετη ολοκλήρωση, εμφανίζονται ως οι καταλληλότερες για την εκμετάλλευση της τεχνολογικής καινοτομίας στα μέσα ενημέρωσης και τις επικοινωνίες, εφαρμόζοντας μια στρατηγική διανομής πολλαπλών πλατφορμών για τον διαμοιρασμό πολυμορφικού περιεχομένου σε ευρύτερες γεωγραφικές περιοχές. Επομένως, τόσο οι οικονομίες κλίμακας όσο και εύρους που δύναται να επιτευχθούν κλίνουν με φυσικό τρόπο προς την κατεύθυνση του ολιγοπωλίου και του μονοπωλίου στον κλάδο των μέσων ενημέρωσης (Doyle, 2015). Τα προαναφερόμενα οικονομικά χαρακτηριστικά σε συνδυασμό με την στόχευση του περιορισμού των εκάστοτε κινδύνων μειώνουν τον ανταγωνισμό και αυξάνουν την πιθανότητα κερδοφορίας, ωθώντας στην παγίωση των ισχυρότερων ομίλων μέσω ενημέρωσης.

Ένα ακόμη σχετικό φαινόμενο που εδραιώνεται και επιτείνεται αφορά τη δυνατότητα των μεγάλων εταιρειών μέσω ενημέρωσης να εξασφαλίζουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι των νεοεισερχομένων ως προς την απορρόφηση των διαφημιστικών εσόδων, καθώς διαθέτουν περισσότερους πόρους για να επεκτείνουν σημαντικά τις επενδύσεις στην παραγωγή και τη διανομή και να διασφαλίσουν υψηλότερο επίπεδο ελκυστικότητας (Herman & Chomsky, 1988). Αναφορικά, μπορεί να παρατεθεί το παράδειγμα της Αμερικής κατά το 2009 και τις εκκλήσεις για διάσωση των ειδησεογραφικών οργανισμών ενόσω αγωνίζονταν να

αντιμετωπίσουν τις συνδυαστικές συνέπειες της εκθετικής πτώσης των διαφημιστικών εσόδων και της διαρθρωτικής πρόκλησης που έθεσε το Διαδίκτυο. Στη δεδομένη περίπτωση, ο Rupert Murdoch υποδεχόμενος την κατάρρευση των εταιρειών που αποτυγχάνουν να προσαρμοστούν στη νέα ψηφιακή εποχή, υποστήριξε ότι «πρέπει να αποτύχουν, όπως πρέπει να αποτύχει ένα εστιατόριο που προσφέρει γεύματα που κανείς δεν θέλει να φάει ή μια αυτοκινητοβιομηχανία που κατασκευάζει αυτοκίνητα που κανείς δεν θέλει να αγοράσει» (Murdoch 2009). Ωστόσο, η αντίληψη των μέσων ενημέρωσης ως εμπορεύματα των οποίων η επιτυχία μετριέται απλώς με την εφαρμογή κριτηρίων της αγοράς αποκαλύπτει αντίστοιχα μία άλλη λογική. Εκείνη όπου η ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης ουσιαστικά ακολουθεί την ίδια δυναμική με τη γενική εταιρική ιδιοκτησία, δεδομένου ότι οι ρυθμιστικές αρχές και οι κυβερνήσεις δεν θα πρέπει να προβούν σε καμία ειδική παρέμβαση για την προστασία της ζωτικότητας του τομέα των μέσων ενημέρωσης (Freedman, 2014).

Συμπερασματικά, παρά το γεγονός πως οι ψηφιακές τεχνολογίες καθιστούν διαθέσιμες πολλές νέες υπηρεσίες μέσων ενημέρωσης, οι παρεχόμενες ευκαιρίες για περισσότερες επιλογές παραμένουν σε ένα επιφανειακό επίπεδο. Όπως σχολιάζει ο Bibby (2003, σ. 5), «οι υπάρχοντες όμιλοι μέσων ενημέρωσης κινήθηκαν γρήγορα προκειμένου να κυριαρχήσουν στη νέα ψηφιακή αρένα». Εάν εστιάσουμε πέρα από τις δυνητικές επιλογές στην πραγματικότητα των επιλογών που ασκούνται, διαπιστώνεται μεγαλύτερη συγκέντρωση σε σχέση με το παρελθόν, και, συχνά, υπερκερνά εκείνη των παραδοσιακών offline μέσων (Noam, 2016). Σύμφωνα με τον Winseck (2008), μέρος της εξήγησης στο ότι οι μελετητές του φαινομένου της συγκέντρωσης καταλήγουν σε διαφορετικά συμπεράσματα έγκειται στο γεγονός πως εξετάζουν διαφορετικές πτυχές του, με εκείνους που βλέπουν την ύπαρξη περισσότερου ανταγωνισμού να εστιάζουν στην αριθμητική ποικιλομορφία (*numerical diversity*) και με όσους υποστηρίζουν την εδραίωση μιας ολοένα και μεγαλύτερης ενοποίησης να δίνουν έμφαση στην ποικιλομορφία των πηγών (*source diversity*). Κατά συνέπεια, όπως παρατηρεί ο Murdock (1982), ο αριθμός των καναλιών δύναται να αυξηθεί εξαιρετικά αλλά χωρίς να επεκταθεί σημαντικά η ποικιλομορφία, δεδομένου ότι περισσότερο δεν σημαίνει απαραίτητα διαφορετικό.

## 2. Ιδιοκτησιακή υπερσυγκέντρωση των μέσων ενημέρωσης και πολιτική εξουσία

### 2.1. Πολυκλαδική οικονομική δραστηριότητα των ιδιοκτητών

Ένα φαινόμενο που εμφανίζεται διεθνώς και εξαπλώνεται ραγδαία αφορά τον αυξανόμενο αριθμό επενδύσεων που πραγματοποιούνται από τοπικές επιχειρηματικές ελίτ σε ειδησεογραφικά μέσα ενημέρωσης, τα οποία στη συνέχεια χρησιμοποιούνται ως μέσα για την προώθηση των οικονομικών ή πολιτικών συμφερόντων των συγκεκριμένων επιχειρηματιών. Η κύρια οικονομική τους δραστηριότητα δεν σχετίζεται με τον κλάδο της ενημέρωσης, και συνεπώς οι κύριες πηγές κέρδους τους βρίσκονται εκτός αυτού. Ο Humphreys (1995, σ. 209), υποστήριξε πως τα οικονομικά συμφέροντα και οι επιχειρήσεις που προέρχονται από, εκ πρώτης όψεως, άσχετους τομείς, εκτός του επικοινωνιακού κλάδου, «εντοπίζονται πιο πυκνά στο έδαφος χωρών όπου τα εδραιωμένα συμφέροντα των μέσων ενημέρωσης εμφανίζονται πιο αδύναμα και, όπου, ως εκ τούτου, παρουσιάζεται ένα σχετικά ανοιχτό πεδίο» (όπως αναφέρεται στο Stetka, 2012).

Εξετάζοντας τη δεδομένη συνθήκη στα κράτη μέλη της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, ο Stetka (2012) περιγράφει πως με εξαίρεση τη Σλοβενία και την Εσθονία, είναι δυνατόν να εντοπιστεί η παρουσία τουλάχιστον μιας τέτοιου τύπου προσωπικότητας σχεδόν σε κάθε χώρα ενώ κοινός παρονομαστής των περισσότερων εξ αυτών είναι ότι ανήκουν στους πλουσιότερους ανθρώπους της χώρας τους. Το είδος και η έκταση των δραστηριοτήτων τους στα μέσα ενημέρωσης διαφέρουν σημαντικά, καθώς ορισμένοι πραγματοποιούν επενδύσεις σε έναν μόνο τομέα μέσων ενημέρωσης και άλλοι επεκτείνονται συνδυάζοντας την ιδιοκτησία ραδιοτηλεοπτικών μέσων με το χώρο των εκδόσεων (Stetka, 2012). Για παράδειγμα, οι επιχειρηματικές δραστηριότητες του Τσέχου Petr Kellner, που βρισκόταν στην κορυφή της κατάταξης των δισεκατομμυριούχων της ευρύτερης περιοχής το 2011, περιστρέφονταν γύρω από τους τομείς των ακινήτων, της ασφάλισης, των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, της παραγωγής χάλυβα και της υγειονομικής περίθαλψης, ενώ παράλληλα αποτελούσε τον ιδιοκτήτη του κύριου καναλιού εθνικής εμβέλειας TV Barrandov<sup>6</sup> (Stetka, 2012).

---

<sup>6</sup> Το συγκεκριμένο κανάλι παρουσιάζει επιπρόσθετο ενδιαφέρον για τη θεματική που εξετάζεται. Σύμφωνα με το project ChinfluenCE, το οποίο πραγματοποίησε μια μεγάλης κλίμακας χαρτογράφηση των μέσων ενημέρωσης εντός της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης και των αντίστοιχων αναφορών τους για την οικονομική και πολιτική κατάσταση της Κίνας, αναγνωρίζει πως κατά την περίοδο της εξαγοράς της τσεχικής εταιρείας «Empresa Media» το 2015 – στην οποία ανήκει το κανάλι μεταξύ άλλων μέσων – από την ιδιωτική κινεζική εταιρεία CEFC, ο τόνος των αναφορών προς την μεγαλύτερη ήπειρο του πλανήτη άρχισε να αποκτά μία περισσότερο θετική χροιά ενώ, επίσης, μετατοπίστηκε η εστίαση των θεμάτων. Βλ. <https://www.chinfluence.eu/media-analysis/>

Αντίστοιχα, αναλύοντας το είδος της ιδιοκτησίας που συναντάται συνήθως στην Ελλάδα ή την Ιταλία, οι Tunstall και Palmer (1991, σ. 105-106) περιγράφουν τους «μεγιστάνες των μέσων ενημέρωσης/βιομηχανιών» (*media/industrialist moguls*), ως τους «επιχειρηματίες που ηγούνται πρωτίστως σε κάποιον άλλο βιομηχανικό τομέα, αλλά επιπρόσθετα κατέχουν και διαχειρίζονται μεγάλα συμφέροντα στα μέσα ενημέρωσης». Οι συγκεκριμένοι επιχειρηματίες αντιπαρατίθενται προς τον «κλασικό» τύπο μεγιστάνων των μέσων ενημέρωσης – γνωστών στην ιστορία της δυτικής δημοσιογραφίας ως «βαρόνοι του Τύπου» – οι οποίοι περιορίζουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες κυρίως στον τομέα αυτό (Tunstall & Palmer, 1991). Πρόκειται για πλούσια και ισχυρά άτομα που χτίζουν τις δικές τους αυτοκρατορίες μέσων ενημέρωσης ως μία παράλληλη επιχείρηση, ενώ συχνά ασκούν σημαντική επιρροή στην εγχώρια οικονομική και πολιτική σκηνή, όπως θα αναλυθεί παρακάτω.

Το παράδειγμα της Ελλάδας είναι ιδιαίτερα χαρακτηριστικό της εν λόγω συνθήκης και έχει καταγραφεί και αναλυθεί εκτενώς. Όσον αφορά την υπερσυγκέντρωση, στις αρχές της δεκαετίας του '80, τέσσερις οικογένειες (Αθανασιάδη, Βλάχου, Λαμπράκη, Μπότση), κατείχαν πάνω από το 50% της ιδιοκτησίας των ΜΜΕ στην ελληνική επικράτεια (Τριανταφύλλου, 2020). Παρόλο που ο ολιγοπωλιακός χαρακτήρας δεν έχει αποδυναμωθεί, το προφίλ των ιδιοκτητών των επιχειρήσεων αλλάζει. Από τις μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις και τους παραδοσιακούς εκδότες μεταβαίνουμε σε μία εποχή όπου πλέον κατασκευαστές, βιομήχανοι και εφοπλιστές, επεκτείνονται και καταλαμβάνουν την ιδιοκτησία στο χώρο των μέσων μαζικής ενημέρωσης, σε μια προσπάθειά να ελέγξουν το επικοινωνιακό περιβάλλον και, παράλληλα, να εξυπηρετήσουν τα επιχειρηματικά τους συμφέροντα (Λεάνδρος, 2013). Ιδιαίτερα σχετικά με τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς της χώρας, η Λυμπεροπούλου (2011) αναφέρει πως κατέχονται από επιχειρηματίες που ταυτόχρονα δραστηριοποιούνται στους τομείς των κατασκευών, της ναυτιλίας, των πετρελαίων, της βαριάς βιομηχανίας και των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Η επιλογή επένδυσης σε έναν κλάδο που παρέχει περισσότερο ζημίες παρά κέρδη, αντανακλά τον προφανή στόχο να διασφαλιστούν τα υπόλοιπα οικονομικά τους συμφέροντα και επενδύσεις τα οποία είναι σαφώς μεγαλύτερα και η στρατηγική αυτή κίνηση λειτουργεί κάτι σαν «ασφαλιστήριο συμβόλαιο» (Λυμπεροπούλου, 2011).

Η δημοσιονομική κρίση του 2008 αποτέλεσε καταλυτικό παράγοντα ως προς τη διαμόρφωση του ιδιοκτησιακού καθεστώτος των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης που, όμως, εξακολουθεί να παραμένει συγκεντρωμένο στα χέρια λίγων μεγαλοεπιχειρηματιών.

Παρατηρώντας πως το 2008 οι τέσσερις κορυφαίες εκδοτικές επιχειρήσεις – ΔΟΛ, ΠΗΓΑΣΟΣ, Τεγόπουλος, Καθημερινή – «ήλεγχαν το 67,9% της αγοράς, έναντι 57,3% το 2000, 62,9% το 1995 και 59% το 1990» (Λεάνδρος, Παπαδοπούλου & Ψυλλά, 2011), η κρίση διαφαίνεται να οξύνει τις διαδικασίες συγκέντρωσης κεφαλαίου και μεριδίων αγοράς, εξέλιξη που αποτελεί αν και όχι αποκλειστικό, βασικό παράγοντα διαμόρφωσης του παραγόμενου επικοινωνιακού προϊόντος (Λιαλιούτη & Μπιθυμήτρης, 2013). Μάλιστα, έξι χρόνια μετά, οι Εκδόσεις Τεγόπουλος με την καθημερινή εφημερίδα Ελευθεροτυπία, που συγκαταλέγεται ανάμεσα σε εκείνες με τη μεγαλύτερη κυκλοφορία στη χώρα, έπαψε να υφίσταται. Επιπρόσθετα, αναφέρουμε ενδεικτικά πως τον Ιούνιο του 2017, ο ιστορικός Δημοσιογραφικός Οργανισμός Λαμπράκη (ΔΟΛ) περιήλθε στον έλεγχο του εφοπλιστή Ευάγγελου Μαρινάκη, ο οποίος κέρδισε τον διαγωνισμό κατά το δημόσιο πλειστηριασμό, προσφέροντας 22,89 εκατ. ευρώ στους δανειστές – δηλαδή τις τράπεζες (Papathanassopoulos, Karadimitriou, Kostopoulos, & Archontaki, 2021). Στην εταιρεία του «Alter Ego» ανήκουν το κυριακάτικο έντυπο Το Βήμα της Κυριακής, η ημερήσια εφημερίδα Τα Νέα, ο ειδησεογραφικός ιστότοπος In.gr και το τηλεοπτικό κανάλι Mega TV, ενώ ο ίδιος είναι επίσης ιδιοκτήτης της ποδοσφαιρικής ομάδας του Ολυμπιακού.

Ακολούθως, ο Ιβάν Σαββίδης, μετά από έναν ακόμη δημόσιο πλειστηριασμό, αγόρασε τον πτωχευμένο όμιλο Πήγασος, που περιλαμβάνει τις εφημερίδες «Έθνος» και την κυριακάτικη έκδοση Έθνος της Κυριακής έναντι 3 εκατ. ευρώ, καθώς και την Ημερησία έναντι 580.000 ευρώ (Papathanassopoulos, et. al, 2021). Παρά τη λειτουργία των εφημερίδων υπό τη νέα ιδιοκτησία του Προέδρου της ποδοσφαιρικής ομάδας του ΠΑΟΚ, η κυκλοφορία των δύο πρώτων ανεστάλη κατά το 2019-2020, με τη «Dimera Media Investments» να ανακοινώνει ότι θα παραμείνει ενεργή μόνο η ιστοσελίδα της, την οποία διαχειρίζεται ο όμιλος μαζί με το τηλεοπτικό κανάλι Open TV. Τέλος, υπό την ιδιοκτησία του Ομίλου Αλαφούζου υπάγονται οι εφημερίδες Καθημερινή, Καθημερινή της Κυριακής αλλά και η αγγλική της έκδοση, το τηλεοπτικό κανάλι Skai TV και ο αντίστοιχος ειδησεογραφικός ιστότοπος Skai.gr, καθώς και δύο ραδιοφωνικοί σταθμοί (Papathanassopoulos et al., 2021). Εκτός από τον χώρο του Τύπου και των εκδόσεων, η διεύρυνση του ομίλου στον κλάδο των θαλάσσιων μεταφορών και των κατασκευών που λαμβάνει χώρα τα τελευταία χρόνια συνιστά ακόμη ένα πρότυπο των πολλαπλών οικονομικών δραστηριοτήτων των ιδιοκτητών μέσων ενημέρωσης (Λιαλιούτη & Μπιθυμήτρης, 2013).

Συνολικά, ο χώρος των ελληνικών ΜΜΕ υφίσταται διαρκείς μετασχηματισμούς που σχετίζονται με σημαντικές ανακατατάξεις, όχι μόνο σε επίπεδο ισχύος αλλά και αριθμού των

βασικών δρώντων. Η δημοσιότητα, το κύρος και η πολιτική δύναμη που συνόδευαν την αγορά ή έκδοση εφημερίδων εθνικής κυκλοφορίας σε συνδυασμό με τα οφέλη από κρατικές προμήθειες, ευνοϊκές νομοθετικές ρυθμίσεις και αυξημένη διαπραγματευτική δύναμη των ιδιοκτητών κατά τη συνδιαλλαγή με την κυβέρνηση και τις πολιτικές ελίτ, αποτέλεσαν βασικά κίνητρα για την είσοδο ισχυρών επιχειρηματιών στο χώρο των έντυπων μέσων (Λεάνδρος, 2013). Ωστόσο, οι οικονομικοί σκοποί και οι ιδεολογικές προτεραιότητες που δομούνται με επίκεντρο τα μέσα ενημέρωσης αντανakλούν και τις αμφιλεγόμενες πολιτικές διεργασίες μέσω των οποίων επιτυγχάνονται. «Η εμφάνιση γιγαντιαίων πολυεθνικών μέσων ενημέρωσης», όπως επισημαίνει ο Giddens (1999, σ. 99), «επιτρέπει στους ηγέτες της αγοράς, που δεν χρειάστηκε ποτέ να κληθούν σε μία διαδικασία δημοκρατικής ψηφοφορίας, να συγκεντρώνουν τεράστια δύναμη στα χέρια τους» (όπως αναφέρεται στο Meier, 2005), γεγονός που όπως γίνεται αντιληπτό θέτει δομικά ερωτήματα για την ποιότητα της δημοκρατίας.

## **2.2. Το σύστημα διαπλοκής – διαφθοράς**

Η τάση ελέγχου των μέσων ενημέρωσης από ιδιώτες επιχειρηματίες με δραστηριότητα σε διάφορους τομείς της οικονομίας είναι άρρηκτά συνδεδεμένη με ένα φάσμα πολιτικών συμμαχιών που έχει επιτευχθεί, προκειμένου να διασφαλίζονται τα εκάστοτε πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα. Πρόκειται για μία πραγματικότητα που, αν και εμφανίζεται σε διαφορετικό βαθμό και επιτελείται με διαφορετικούς μηχανισμούς, χαρακτηρίζει την οργάνωση των συστημάτων μέσων ενημέρωσης σε πολλές χώρες ανά τον κόσμο. Δεδομένου ότι ανάμεσα σε αυτές ανήκουν οι χώρες της Νότιας Ευρώπης, καθώς και ότι παραπάνω περιεγράφηκε η παρούσα οργάνωση των ελληνικών μέσων ενημέρωσης, θα γίνει μία σύντομη αναφορά στην εθνική διάσταση του φαινομένου.

Η οικονομική σχέση της πολιτικής και του ιδιοκτησιακού καθεστώτος των μέσων ενημέρωσης αναγνωρίζεται ως ένα πεδίο αλληλεξάρτησης. Σύμφωνα με την προσέγγιση της πολιτικής οικονομίας, τα μέσα ενημέρωσης θεωρούνται ότι αποτελούν μέρος του οικονομικού συστήματος και πώς διατηρούν στενούς δεσμούς με το πολιτικό σύστημα. Μέσα από αυτή τη συνάρθρωση του πολιτικοοικονομικού συστήματος, το επικοινωνιακό περιεχόμενο καθορίζεται και διαμορφώνεται βάσει της αξίας συναλλαγής των ποικίλων μορφών του, όχι μόνο σε συνθήκες πίεσης για επέκταση στην αγορά αλλά και σε σχέση με τα «υπόγεια» οικονομικά συμφέροντα των ιδιοκτητών και εκείνων οι οποίοι λαμβάνουν τις αποφάσεις (McQuail, 2003). Ο τρόπος που δομείται η οργάνωση των συστημάτων μέσων ενημέρωσης

από την εκάστοτε κρατική αρχή βασίζεται συχνά στη δημιουργία ενός πελατειακού συστήματος, όπου οι προνομιακές σχέσεις των ιδιοκτητών με την πολιτική εξουσία ευνοούνται και καθιερώνονται. Το σύστημα πελατειακών σχέσεων αναφέρεται σε ένα ιδιόμορφο και ασύμμετρο πρότυπο κοινωνικής οργάνωσης κατά το οποίο η πρόσβαση στους κοινωνικούς πόρους ελέγχεται από «πάτρωνες» και παραδίδεται στους πελάτες με αντάλλαγμα ποικίλα είδη υποστήριξης (Hallin & Papathanassopoulos, 2002). Στο παγκόσμιο περιβάλλον της ελεύθερης αγοράς, οι οργανισμοί μέσω ενημέρωσης και η κρατική εξουσία επωφελούνται εξίσου εφόσον διατηρούνται ορισμένες ισορροπίες μεταξύ τους. Τα μεν προωθούν τα εκτεταμένα οικονομικά τους συμφέροντα και έχουν περισσότερα να κερδίσουν από μία φιλική προς τις επιχειρήσεις κυβέρνηση, ενώ με τη σειρά τους, οι κυβερνήσεις έχουν πλέον μεγαλύτερη ανάγκη από θετικά προσκείμενα μέσα πληροφόρησης, προκειμένου να επιδιώξουν και να διατηρήσουν τη μαζική εκλογική υποστήριξη (Veneti & Karadimitriou, 2013). Η επικράτηση του πελατειακού συστήματος τείνει να θολώνει τα όρια μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα προκρίνοντας τον ιδιωτικό, με αποτέλεσμα οποιοδήποτε είδος πληροφόρησης που θα θεωρούνταν δεδομένο σε πιο φιλελεύθερες κοινωνίες να εκλαμβάνεται ως προσβολή σε ιδιωτικές υποθέσεις (Hallin & Papathanassopoulos, 2002). Η πληροφορία εμφανίζεται να αντιμετωπίζεται ως ένας ιδιωτικός πόρος που μορφοποιείται και συναλλάσσεται με κριτήριο του αν ανταπεξέρχεται στους τυπικούς και, κυρίως, άτυπους κανόνες όπως εκείνοι έχουν τεθεί από τις σχέσεις των κέντρων εξουσίας.

Το ζήτημα καθίσταται ακόμη πιο κρίσιμο καθώς οι πελατειακές σχέσεις δημιουργούν τη διαπλοκή, δηλαδή την αθέμιτη διασύνδεση συμφερόντων μεταξύ των οργανισμών μέσω ενημέρωσης, της οικονομικής εξουσίας και της πολιτικής εξουσίας. Η διαπλοκή είναι δομικό χαρακτηριστικό του σύγχρονου οικονομικού συστήματος και δεν αφορά μόνο σε παρασκηνιακή δράση αλλά έχει μετεξελιχθεί σε μηχανισμό που επηρεάζει καθοριστικά τις ευρύτερες κοινωνικές συνθήκες (Λυμπεροπούλου, 2011). Ως αμοιβαία και άνομη αλληλεξάρτηση μεταξύ των τριών πόλων, η διαπλοκή παράγει τη διαφθορά. Το σύστημα της διαπλοκής-διαφθοράς που προωθείται από τις οικονομικές ελίτ αφορά δεσμούς αλληλοτροφοδότησης μέσα από τους οποίους γιγαντώνονται επιχειρηματικοί όμιλοι, αναδεικνύονται πολιτικοί, καθορίζεται η ημερήσια διάταξη της πολιτικής και χειραγωγείται η κοινή γνώμη (Λυμπεροπούλου, 2011). Επιπρόσθετα, το γεγονός πως η επιβολή του νόμου από την πλευρά της κυβέρνησης μπορεί να ασκηθεί επιλεκτικά, όπως και τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να προβούν στην απειλή του να εκθέσουν την εκάστοτε παρανομία επιλεκτικά, υποδεικνύει την επιμονή μίας κουλτούρας κατά την οποία η παράκαμψη του νόμου είναι

σχετικά συχνή και συνεπώς οι ευκαιρίες για ιδιότυπες πιέσεις θα είναι επίσης συχνές (Hallin & Papathanassopoulos, 2002).

Όσον αφορά την περίπτωση της Ελλάδας, οι μεγάλοι οργανισμοί μέσων ενημέρωσης που δημιουργήθηκαν μεταξύ των δεκαετιών 1980 και 1990 παγιώθηκαν σταδιακά μέσω της αυξανόμενης συγκέντρωσης δύναμης στην σχετική αγορά, των οικονομικών δραστηριοτήτων σε διάφορους τομείς αλλά και την εμπλοκή τους σε επιχειρηματικές σχέσεις με κρατικούς μηχανισμούς. Κατά συνέπεια, αναδύθηκε ένα σύνθετο τοπίο βαθιάς διαπλοκής συμφερόντων, το οποίο μέχρι και σήμερα παραμένει αμετάβλητο. Όπως αναλύθηκε παραπάνω, η είσοδος των βιομηχάνων, των εφοπλιστών και άλλων επιχειρηματικών συμφερόντων στο πεδίο των μέσων ενημέρωσης αποτέλεσε μία θεμελιώδη δίοδο κατά την προσπάθεια να επηρεάσουν την κοινή γνώμη και να ασκήσουν πίεση στην πολιτική σκηνή προς όφελος των εταιρικών τους συμφερόντων. Παράλληλα, συνειδητοποιώντας ότι η ευαλωτότητα στην έκθεση των μέσων ενημέρωσης είναι πιο ισχυρή σε σύγκριση με το παρελθόν, οι περισσότεροι Έλληνες πολιτικοί ισχυρίζονται ότι ο έλεγχος των μέσων ενημέρωσης ισοδυναμεί με εξέχουσα πολιτική δύναμη (Papathanassopoulos, 2020). Σύμφωνα με την Τριανταφύλλου (2020, σ. 155), «ο ελληνικός Τύπος και τα ΜΜΕ ήταν και παραμένουν πολιτικοποιημένα, κομματικοποιημένα και αλληλοεξαρτώμενα από την πολιτική εξουσία. Μέσα και ιδιοκτήτες έχουν κατηγορηθεί για προνομιακές σχέσεις με την πολιτική εξουσία και αντιστρόφως, αλλά και για παρεμβάσεις σε κόμματα και κυβερνήσεις και ακόμη και για πτώση πρωθυπουργών, αλλαγές υπουργών και κυβερνήσεων και όλα αυτά έχει καθιερωθεί να περιγράφονται με τον όρο διαπλοκή».

Στο «τρίγωνο της εξουσίας», όπως περιγράφεται από τους Iosifidis & Boukas (2015, 2020), η ρίζα του προβλήματος έγκειται στο ότι εκείνοι που κατέχουν τους μεγαλύτερους οργανισμούς μέσων ενημέρωσης καταλαμβάνουν επίσης ηγετικές θέσεις σε σημαντικούς οικονομικούς τομείς οι οποίοι, δεδομένης της δομής της ελληνικής οικονομίας, εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από το κράτος. Σε ένα πλαίσιο πλήρους έλλειψης διαφάνειας, οι μεγαλύτεροι όμιλοι επιδιώκουν να αποκτήσουν δημόσιες συμβάσεις υποστηρίζοντας τους πολιτικούς υποψήφιους που προάγουν τα συμφέροντά τους, ενώ διαθέτουν ένα σπουδαίο βήμα επιρροής της κυβερνητικής πολιτικής στους επιχειρηματικούς τομείς που δραστηριοποιούνται (Sotiropoulos, 2020). Κατά συνέπεια, όταν μέρος αυτής της δραστηριότητας κινείται στο όριο της νομιμότητας ή εμπλέκει προνομιακή μεταχείριση, το συμφέρον των επιχειρηματιών συμπίπτει με την μη αντικειμενική και αδιαφανή πληροφόρηση στα μέσα ενημέρωσης που τίθενται υπό τον έλεγχό τους. Ιδιαίτερα σε συνθήκες λιτότητας, το τρίγωνο της διαπλοκής ενδυναμώνεται, καθώς η συνεχιζόμενη οικονομική κρίση έχει καταστήσει τα μέσα



ενημέρωσης ακόμη πιο εξαρτημένα από σημαντικές ετήσιες επιδοτήσεις, τραπεζικά δάνεια ή από τον πλούτο των ιδιοκτητών τους (Iosifidis & Boukas, 2015).

Η παρούσα συνθήκη αναφέρεται ως αποτέλεσμα της μακροχρόνιας εξέλιξης της ελληνικής πολιτικής στον επικοινωνιακό κλάδο, διακρινόμενη από ένα παραδοσιακό, κυβερνητικά προσανατολισμένο μοντέλο χάραξης πολιτικής που προτρέπει την ισχυρή κρατική παρέμβαση στον συγκεκριμένο τομέα ώστε να επιτευχθεί ένα φάσμα αλληλοδιαπλεκόμενων στόχων (Psychogiorgoulou, Kandyla & Anagnostou, 2014). Το πολιτικό σύστημα, τα οικονομικά συμφέροντα, συμπεριλαμβανομένων των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, και οι εταιρείες μέσων ενημέρωσης συμπλέκονται με τρόπο που επιτρέπει και παγιώνει τη θεσμική διαφθορά αλλά που δε συμβαδίζει με την έννοια της δημοκρατίας.

### **2.3. Το φαινόμενο της «αιχμαλωσίας των μέσων ενημέρωσης»**

Σε ένα περιβάλλον συστημικής διαφθοράς, είναι πιθανό να εντοπιστεί το φαινόμενο της «αιχμαλωσίας των μέσων ενημέρωσης<sup>7</sup>» (*media capture*). Όπως ορίζεται από την Mungiu-Pippidi (2012, σ. 40-41) πρόκειται για «μία συνθήκη, κατά την οποία τα μέσα ενημέρωσης δεν έχουν καταφέρει να αυτονομηθούν ώστε να εκδηλώσουν τη δική τους βούληση και να ασκήσουν την κύρια λειτουργία τους, ιδίως την πληροφόρηση του λαού. Αντιθέτως, έχουν παραμείνει σε μια ενδιάμεση κατάσταση όπου, κατεστημένα συμφέροντα, και όχι μόνο η κυβέρνηση, τα χρησιμοποιούν για άλλους σκοπούς». Η απρόσκοπτη λειτουργία των μέσων ενημέρωσης περιορίζεται εφόσον εξαρτώνται οικονομικά από πανίσχυρους δρώντες, με επακόλουθο την έλλειψη δίκαιης κυκλοφορίας της πληροφόρησης. Επομένως, εάν τα μέσα επικοινωνίας δεν είναι οικονομικά βιώσιμα δεν μπορούν να λειτουργήσουν ομαλά σε μια δημοκρατική χώρα, καθώς υπό το καθεστώς της αιχμαλωσίας υφίστανται για να εμπορευματοποιούν την επιρροή τους και να χειραγωγούν την πληροφορία παρά για να επιτελούν το καίριο ρόλο της ενημέρωσης προς το κοινό (Mungiu-Pippidi, 2008). Μεταξύ των χαρακτηριστικών που συνθέτουν το τοπίο, συγκαταλέγονται η συγκεντρωμένη ή και αδιαφανής ιδιοκτησία τους με σημαντικούς πολιτικούς παράγοντες να διατηρούν το έλεγχό τους, η ισχυρή σύνδεση με τις πολιτικές ελίτ και η σημαντική παρείσφρηση μυστικών

---

<sup>7</sup> Κατά τη διαδικτυακή αναζήτηση που πραγματοποιήθηκε, η ελληνική απόδοση του όρου βρέθηκε μόνο στο άρθρο «ΜΜΕ και Δημοκρατία υπό τον Bolsonaro: Ένας Trump των Τροπικών» του Juliano Zeiden Benvido, που δημοσιεύθηκε το 2019 στη μηνιαία έκδοση «Επίκαιρα Θέματα Συνταγματικού Δικαίου», του Κέντρου Ευρωπαϊκού Συνταγματικού Δικαίου. Βλ. <https://www.cecl.gr/wp-content/uploads/2019/03/issue-84.pdf>. Η επιλογή της συγκεκριμένης απόδοσης παρακινήθηκε επίσης από την αντίστοιχη μετάφραση των όρων «state capture» ως «αιχμαλωσία του κράτους» και «policy capture» ως «αιχμαλωσία των δημόσιων πολιτικών»/«αιχμαλωσία της δημόσιας πολιτικής».

υπηρεσιών πληροφοριών στην επικοινωνιακή σφαίρα (Mungiu-Pippidi, 2008). Η θεμελιώδης εμπλοκή του ιδιωτικού τομέα συνιστά το χαρακτηριστικό που διακρίνει ουσιωδώς την αιχμαλωσία των μέσων από τις υπόλοιπες μορφές κρατικού ελέγχου, ενώ με όποια μορφή κι αν αναδύεται συνεπάγεται πως τα μέσα ενημέρωσης δεν είναι πραγματικά ελεύθερα (Schiffrin, 2017), υπό την έννοια των οικονομικών δεσμών που περιστέλλουν ποικιλοτρόπως την αυτοτελή τους δράση.

Ο όρος επινοήθηκε αρχικά από την οικονομική θεωρία περιγράφοντας τι συμβαίνει όταν οι ρυθμιστικές αρχές καθίστανται υπερβολικά ευνοϊκές ή υποστηρικτικές προς εκείνους τους οποίους προορίζονταν να επιβλέπουν, ενώ χρησιμοποιήθηκε ευρέως μετά την οικονομική κρίση του 2008 προκειμένου να αποτυπώσει την θεσμική αποτυχία ελέγχου προς τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα (Schiffrin, 2017). Κατ' αναλογία, τα μέσα ενημέρωσης μπορεί να βρεθούν στην ίδια θέση με εξίσου δυσμενείς αλλά διαφορετικής ποιότητας συνέπειες. Όπως επισημαίνει ο Stiglitz (2017, σ. 15-16), «η τέταρτη εξουσία είναι ένα κρίσιμο συστατικό του συστήματος ελέγχων και ισορροπιών μέσα στην κοινωνία μας. Όταν τα μέσα ενημέρωσης αιχμαλωτίζονται από εκείνους που υποτίθεται ότι εποπτεύουν - είτε την κυβέρνηση, είτε τις επιχειρήσεις, είτε άλλους θεσμούς της κοινωνίας μας -, δεν μπορούν ή δεν θα επιτελέσουν τον καίριο κοινωνικό τους ρόλο». Η διάχυση των ειδήσεων και ο έλεγχος των φορέων εξουσίας ασκείται με αθέμιτο τρόπο, εξυπηρετώντας περισσότερο τα κυρίαρχα οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα παρά εκείνα που ανταποκρίνονται στο δημόσιο συμφέρον.

Το φαινόμενο παραπέμπει στην έννοια της «εργαλειοποίησης» που συναντάται στο πεδίο της δημοσιογραφίας, με τα μέσα ενημέρωσης να λειτουργούν όχι με σκοπό το κέρδος ή το δημόσιο συμφέρον αλλά ως μέσο για την επιδίωξη άλλων συμφερόντων, είτε αμιγώς πολιτικών είτε συνυφασμένων μεταξύ πολιτικής και αγοράς (Hallin & Papathanassopoulos, 2002· Nielsen, 2017). Η λογική της εργαλειοποίησης υποδηλώνει ότι παρόλο που οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί δεν αποτελούν κερδοφόρες επιχειρήσεις, η δυνατότητα άσκησης επιρροής στους φορείς λήψης αποφάσεων απαιτεί οικονομικούς πόρους, τους οποίους οι ιδιοκτήτες προτίθενται να επενδύσουν για την απόκτηση αυτών των οργανισμών (Mancini, 2018). Παράλληλα, η συνθήκη αυτή δύναται να καταστεί εργαλείο πολιτικής επιρροής και πειθούς, καθώς συνδέεται με την άνοδο του δεξιού λαϊκισμού και τον τρόπο με τον οποίο οι κυβερνήσεις εξακολουθούν να διατηρούν τον έλεγχο του κοινωνικού συνόλου (Schiffrin, 2018). Σε κάθε περίπτωση, πρόκειται για μέσα ενημέρωσης που επιφυλάσσουν μία στρεβλή χρήση τους από κοινωνικούς, οικονομικούς και πολιτικούς δρώντες επιχειρώντας να

παρέμβουν στη διαδικασία λήψης αποφάσεων (Mancini, 2012) και που λειτουργούνται ώστε να ασκήσουν εξουσία (Nielsen, 2017).

Θα πρέπει να επισημανθεί πως η χειραγώγηση των μέσων ενημέρωσης από μία ισχυρή ομάδα ατόμων με διαπλεκόμενα συμφέροντα ακολουθεί την ιστορική εξέλιξη του παγκόσμιου επικοινωνιακού τοπίου επί δεκαετίες, όπως αναδεικνύεται και από την έως τώρα ανάλυση. Ωστόσο, η νέα διάσταση που εντοπίζεται κατά τον Nelson (2017, σ. 145), «είναι η συστηματική και σκόπιμη φύση της αιχμαλωσίας των μέσων ενημέρωσης», η οποία αναγνωρίζεται «ως μία θεσμοθετημένη συνηγορία μεταξύ κυβερνήσεων και ιδιωτικών μέσων ενημέρωσης για την ενίσχυση μιας ορισμένης, συχνά κλεπτοκρατικής δομής εξουσίας». Σχεδόν αναπόδραστα, οι οικονομικά ισχυροί ιδιοκτήτες των επικοινωνιακών μέσων προβάλλουν συγκεκριμένες προοπτικές – και οι προοπτικές των πλούσιων συνήθως διαφέρουν με τις αντίστοιχες της υπόλοιπης κοινωνίας (Stiglitz, 2017). Εφόσον τα συμφέροντα τους ευθυγραμμίζονται, η συμπαιγνία μεταξύ κυβερνήσεων και πλούσιων ιδιοκτητών μέσων ενημέρωσης καθίσταται η κυρίαρχη μέθοδος πολιτικής εδραίωσης και διατήρησης της εξουσίας μιας μικρής κοινωνικοπολιτικής ελίτ που προτάσσει ιδιοτελείς σκοπούς.

Παράλληλα, η οικονομική αδυναμία των παραδοσιακών ειδησεογραφικών οργανισμών ακολουθεί την αυξανόμενη συγκέντρωση της ιδιοκτησίας τους, επιδεινώνοντας την ύπαρξη αυτού του φαινομένου. Ενδεικτικά μπορεί να αναφερθεί πως η διαχείριση και κατανομή της κρατικής χρηματοδότησης προς τους οργανισμούς μέσων ενημέρωσης αναδεικνύεται ως ένα αποτελεσματικό μέσο ελέγχου της πληροφόρησης με διττό συμφέρον. Όταν παραχωρείται επιλεκτικά στα μέσα που είναι πρόθυμα να συνταχθούν με την κυβερνητική γραμμή, ή τουλάχιστον δεν την απειλούν, και αποστερείται από τα ανεξάρτητα και κριτικά μέσα, ένα μέρος της πληροφόρησης αποσιωπάται (Dragomir, 2017). Συγχρόνως, οι κρατικές επιδοτήσεις, τα πακέτα διάσωσης σε περίπτωση χρέους και οι φορολογικές ελαφρύνσεις προς τους ιδιοκτήτες ιδιωτικών μέσων ανταλλάσσονται με ευνοϊκή μεταχείριση προς την πολιτική εξουσία (Mungiu-Pippidi, 2008). Συμπεραίνεται πως ενόσω η οικονομική κατάσταση των μέσων ενημέρωσης είναι επισφαλής, η επιρροή και η δύναμη του εκάστοτε χρηματοδότη αυξάνονται ενώ οι πρόδηλες κοινωνικές επιπτώσεις παραγκωνίζονται στο βωμό του κέρδους.

Εφόσον το οικοσύστημα της ενημέρωσης μεταβάλλεται κατ' αυτόν τον τρόπο, μετατοπίζεται αντίστοιχα και η σημασία που αποδίδεται στις αξίες του δημοκρατικού πολιτεύματος. Ιδιαίτερα εάν ληφθεί υπόψη πως συνήθως χρησιμοποιούνται ηπιότερα και πιο

διακριτικά μέσα ενώ αποφεύγονται εκείνα που δύνανται να προσελκύνουν τον διεθνή έλεγχο ή κυρώσεις – όπως η φυλάκιση δημοσιογράφων, οι φυσικές επιθέσεις στον Τύπο ή η ανοιχτή λογοκρισία –, η αιχμαλωσία των μέσων ενημέρωσης συμβαδίζει με την νοοτροπία των αυταρχικά σκεπτόμενων φορέων εξουσίας (Safety of Journalists Platform, 2021), υπονομεύοντας τη λειτουργία των δημοκρατικών κοινωνιών και προσανατολίζοντάς τες προς έναν αντίστοιχο τρόπο διακυβέρνησης (Nelson, 2017). Όπως παρατηρεί ο Meier (2005, σ. 37) «η ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης δεν είναι μόνο ένα μέσο πολιτικής πίεσης, αλλά μπορεί επίσης να χρησιμεύσει ως εφιαλτήριο για πολιτικές φιλοδοξίες».

Έχοντας αναπτύξει τη θεωρητική βάση στην οποία θεμελιώνεται η αιχμαλωσία των μέσων ενημέρωσης, στη συνέχεια παρατίθενται δύο παραδείγματα που προέρχονται από την Ελλάδα και την Ιταλία, καταδεικνύοντας όψεις αυτού του φαινομένου.

### **2.3.1. Η κρατική χρηματοδότηση των ελληνικών μέσων ενημέρωσης κατά την περίοδο της πανδημίας**

Ορμώμενες από τη σύγχρονή ελληνική πραγματικότητα, η έλλειψη διαφάνειας γύρω από την κρατική χρηματοδότηση προς τα μέσα ενημέρωσης όσον αφορά τη διάδοσή μηνυμάτων προστασίας κατά του Covid την πρώτη περίοδο της πανδημίας, μπορεί να καταδείξει τη σοβαρότητα της προβληματικής που τέθηκε παραπάνω. Πέραν από τη δωρεάν μετάδοση μηνυμάτων ευαισθητοποίησης για τη δημόσια υγεία, προβλέφθηκε, κατά παρέκκλιση της ισχύουσας εθνικής νομοθεσίας, η πραγματοποίηση μίας διαφημιστικής εκστρατείας ύψους 20 εκατ, ευρώ που ανατέθηκε στη διαφημιστική εταιρεία «Initiative Media» (MFRR, 2021). Έπειτα από πιέσεις των κομμάτων της αντιπολίτευσης, της κοινωνίας των πολιτών και ορισμένων μέσων ενημέρωσης, το καλοκαίρι του 2020 δημοσιοποιήθηκε η αποκαλούμενη «Λίστα Πέτσα<sup>8</sup>», αποκαλύπτοντας σε πρώτο χρόνο τα ονόματα των φορέων που έλαβαν χρηματοδότηση και σχεδόν ένα μήνα αργότερα τα αντίστοιχα ποσά. Σύμφωνα με αυτή, τα κονδύλια είχαν διανεμηθεί σύμφωνα με κομματικές γραμμές, ορισμένες εφημερίδες που ασκούσαν κριτική στην παρούσα κυβέρνηση, όπως το Documento, είχαν αποκλειστεί εντελώς, ενώ συμπεριλαμβάνονταν ανύπαρκτες ή ανενεργές ιστοσελίδες (MFRR, 2021).

Υπολογίζεται πως ο αντιπολιτευόμενος Τύπος έλαβε συνολικά λιγότερο του 1%, ενώ μεταξύ των παραδειγμάτων που μπορούν να αναφερθούν είναι πως η αριστερή καθημερινή εφημερίδα «ΕΦ.ΣΥΝ» έλαβε 30.000 ευρώ για την έντυπη μορφή της και 10.000 ευρώ για την

---

<sup>8</sup> Η λίστα έλαβε το όνομά της από τον πρώην Υφυπουργό και Κυβερνητικό Εκπρόσωπο κατά τη θητεία της Νέας Δημοκρατίας, Στέλιο Πέτσα.

ιστοσελίδα της σε αντίθεση με την κεντροδεξιά εβδομαδιαία εφημερίδα ο «Φιλελεύθερος» στην οποία παραχωρήθηκαν 60.000 και 120.000 ευρώ αντίστοιχα (The Press Project, 2020). Οι επανειλημμένες απόπειρες προσφυγής στη Δικαιοσύνη εκ μέρους ανεξάρτητων οργανισμών προκειμένου να φέρουν στην επιφάνεια τα κριτήρια βάσει των οποίων διατέθηκαν τα χρήματα, έχουν απορριφθεί. Οι προσπάθειες να κρατηθούν αυτές οι λεπτομέρειες μυστικές, κατά τον αναπληρωτή διευθυντή του Διεθνούς Ινστιτούτου Τύπου Σκοτ Γκρίφεν, «αυξάνουν μόνο τις ανησυχίες των διεθνών οργανώσεων για την ελευθερία του Τύπου σχετικά με το προβληματικό σύστημα χρηματοδότησης των μέσων ενημέρωσης στην Ελλάδα και τις προφανείς προσπάθειες να χρησιμοποιηθεί η κρατική χρηματοδότηση για τη στρέβλωση του τοπίου των μέσων ενημέρωσης, διοχετεύοντας δυσανάλογα χρήματα σε μέσα ενημέρωσης που υποστηρίζουν την κυβέρνηση» (Vouliwatch, 2022).

Συμπερασματικά, υποκινούμενη από την κρατική εξουσία και εμπλέκοντας τον ιδιωτικό τομέα, η αιχμαλωσία των μέσων ενημέρωσης αποτελεί μία μέθοδο καταστολής της ελευθερίας τους. Μεταξύ των τρόπων που το επιτυγχάνει εντοπίζεται η αξιοποίηση των οικονομικών, ρυθμιστικών και νομοθετικών αρμοδιοτήτων της προκειμένου να χειραγωγήσει το τοπίο της πληροφόρησης, να δημιουργήσει διακρίσεις εις βάρος των ανεξάρτητων μέσων ενημέρωσης και, κατ' επέκταση, να υπονομεύσει την εμβέλεια και τη βιωσιμότητά τους (Safety of Journalists Platform, 2021). Από την άλλη πλευρά, οι εδραιωμένες οικονομικά και πολιτικά επιχειρήσεις επωφελούνται από την άνιση κατανομή του πλούτου, ισχυροποιώντας τη θέση τους στην αγορά.

### **2.3.2. Το ημι-μονοπωλιακό καθεστώς της ενημέρωσης υπό την ηγεσία του**

#### **Μπερλουσκόνι στην Ιταλία**

Η ιταλική ραδιοτηλεοπτική βιομηχανία αποτελείται από δύο κύρια εθνικά δίκτυα – το βασικό εμπορικό τηλεοπτικό δίκτυο της Mediaset που ιδρύθηκε από τον Σίλβιο Μπερλουσκόνι μέσω της οικογενειακής του επιχείρησης Fininvest και τον δημόσιο ραδιοτηλεοπτικό φορέα RAI. Και οι δύο μαζί αντιπροσωπεύουν περίπου το 85%-90% της μέσης τηλεθέασης ενώ η τηλεόραση αποτελεί την κύρια πηγή πολιτικής πληροφόρησης για τη συντριπτική πλειοψηφία του ιταλικού πληθυσμού (Durante & Knight, 2012). Επιπλέον, υπό την ιδιοκτησία του ιδιωτικού ομίλου ενημέρωσης Mediaset βρίσκονται δύο εθνικές εφημερίδες, ορισμένα από τα μεγαλύτερα σε κυκλοφορία εθνικά ειδησεογραφικά περιοδικά, μέρος των πνευματικών δικαιωμάτων των ιταλικών εκδόσεων βιβλίων, τα κύρια δίκτυα διανομής της εθνικής κινηματογραφικής παραγωγής και περίπου το 60% των πωλήσεων των τηλεοπτικών διαφημίσεων (Ragnedda & Muschert, 2011).

Παράλληλα, στον απόηχο της κατάρρευσης των παραδοσιακών κεντροδεξιών κομμάτων έπειτα από μία σειρά σκανδάλων διαφθοράς και τρεις μήνες πριν από τις πρόωρες εκλογές του 1994, ο Μπερλουσκόνι ίδρυσε το πολιτικό κόμμα «Forza Italia» (Durante, Pinotti & Tesei, 2019). Πέραν από τη φιλοδοξία του να καλύψει το πολιτικό κενό, επιπρόσθετο κίνητρο αποτέλεσε η ενδεχόμενη εκλογική νίκη του αριστερού Δημοκρατικού Κόμματος<sup>9</sup>, που παραδοσιακά ασκούσε κριτική στην κυρίαρχη θέση της Mediaset και υποστήριζε μια ευρύτερη μεταρρύθμιση του κλάδου των μέσων ενημέρωσης (Durante, Pinotti & Tesei, 2019). Σύμφωνα με τη Mariotti (2011), η πρωτοβουλία του αποτέλεσε πανευρωπαϊκά την πρώτη απόπειρα να δημιουργηθεί μία πολιτική οργάνωση έχοντας ως υπόβαθρο μία ιδιωτική εμπορική επιχείρηση, και γι' αυτό, συχνά αναφερόταν ως «εταιρικό κόμμα» (*partito-azienda*).

Μέσα από τη σύμπλευση της ιδεολογίας του λαϊκισμού και των νεοφιλελεύθερων πρακτικών κατά την περίοδο της θητείας του ως πρωθυπουργός<sup>10</sup>, αναπτύχθηκε ένα πολιτικό, πολιτιστικό και οικονομικό καθεστώς, που επονομάστηκε «Μπερλουσκονισμός» (Ragnedda, 2014). Βασική παράμετρος σε αυτό θεωρείται όχι μόνο η διατήρηση του υψηλού επιπέδου συγκέντρωσης των μέσων ενημέρωσης της χώρας αλλά και ο άμεσος έλεγχος τους από την κρατική εξουσία. Πιο συγκεκριμένα, ο Μπερλουσκόνι δημιούργησε μία ιδιωτική αυτοκρατορία μέσων ενημέρωσης, αποκτώντας ισχυρή δύναμη να διεισδύει στη δημόσια σφαίρα, ενώ καθ' όλη τη διάρκεια της ηγεσίας του ήλεγχε και τη δημόσια τηλεόραση, διαμορφώνοντας ένα ιδιότυπο ημι-μονοπωλιακό καθεστώς της πληροφόρησης (Ragnedda, 2014). Αυτή η συγκέντρωση του οικονομικού και πληροφοριακού ελέγχου στα χέρια ενός μεμονωμένου ατόμου παρακίνησε τον οργανισμό Freedom House να χαρακτηρίσει την Ιταλία ως «μερικώς ελεύθερη χώρα» και να αποκτήσει την 73η θέση στην παγκόσμια κατάταξη για την ελευθερία του Τύπου (Ragnedda & Muschert, 2011). Ως αιχμάλωτα, τα ιταλικά μέσα ενημέρωσης δεν ήταν σε θέση να εκπληρώσουν τον επιτηρητικό τους ρόλο κατά των καταχρήσεων της κυβερνητικής ιδιοκτησίας και ελέγχου (Stiglitz, 2017), εξασθενώντας την απρόσκοπτη και ελεύθερη λειτουργία τους.

Η περίπτωση της Ιταλίας καταδεικνύει πως ακόμη και σε εδραιωμένες δημοκρατίες τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να πληγούν από την πίεση που ασκεί η πολιτική εξουσία, η οποία δύναται να τα χρησιμοποιήσει με άμεσο τρόπο ώστε να προωθήσει μια συγκεκριμένη ατζέντα (De Angelis & Vecchiato, 2018). Ωστόσο, όπως σημειώνει ο Haraszti (2005, σ. 4) για τη δεδομένη περίπτωση, «σε μια δημοκρατία, είναι ασυμβίβαστο να ηγείσαι των μέσων

---

<sup>9</sup> Partito Democratico

<sup>10</sup> 1994-1995, 2001-2006 και 2008-2011

ενημέρωσης και ταυτόχρονα να κατέχει δημόσιο αξίωμα». Το δυοπώλιο μεταξύ της RAI και της Mediaset σε σύμπλευση με το ημι- μονοπώλιο της Mediaset εντός της αγοράς της εμπορικής τηλεόρασης, στέρησε από το ιταλικό κοινό μια ουσιαστική ποικιλία πηγών πληροφόρησης, αποδυναμώνοντας έτσι τα εχέγγυα του πλουραλισμού (Haraszti, 2005). Το αδιέξοδο που δημιουργείται δεν εμπίπτει μόνο στη συνήθη ασυμβατότητα κατοχής επιχειρηματικών και δημόσιων θέσεων, αλλά κυρίως εμβαθύνει σε μία δομική σύγκρουση μεταξύ πολιτικών και οικονομικών συμφερόντων σε συνδυασμό με τον άμεσο και έμμεσο έλεγχο των μέσων που διαμορφώνουν την κοινή γνώμη.

### **3. Ολιγοπωλιακή διάρθρωση και δημοκρατικά θεμέλια**

Τόσο ως έννοια όσο και ως διαδικασία, η δημοκρατία είναι σύνθετη και πολυδιάστατη. Ενώ οι εκλογές αποτελούν ζωτικό χαρακτηριστικό όλων των δημοκρατιών, υπάρχει μια πολιτική και πολιτειακή ζωή πέρα από αυτές που πρέπει να ανταποκρίνεται εξίσου στα δημοκρατικά ιδεώδη, στο χαρακτήρα της δημόσιας διαλεκτικής επικοινωνίας μεταξύ των πολιτών και στις μορφές καθημερινών πρακτικών που την αντιπροσωπεύουν (Dahlgren, 2001). Η πολιτική σημασία της ορθής λειτουργίας των μέσων ενημέρωσης σε δημοκρατικά καθεστάτα έγκειται στο γεγονός ότι αυτά αποτελούν μέρος του δημόσιου χώρου όπου πραγματοποιείται η διαπάλη ιδεών και επιχειρημάτων σχετικά με τα κοινά. Μέσω αυτών των διαδικασιών, διαμορφώνεται και αποκρυσταλλώνεται η «κοινή γνώμη», ως ένα σύνολο κυρίαρχων πεποιθήσεων και αναπαραστάσεων σχετικά με το κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό γίνεσθαι (Ευσταθόπουλος & Σμυρναίος, 2019).

Σύμφωνα με τον Horwitz (2004, σ.3), «η αντίληψη μιας άμεσης σχέσης μεταξύ της δημοκρατίας και ενός δυναμικού συστήματος ενημέρωσης με ποικίλες πηγές και ιδιοκτήτες είναι σχεδόν καθολική (ή, τουλάχιστον, αποδίδεται καθολικά στα λόγια), όπως και, ως επί το πλείστον, ο αντίστροφος φόβος ότι ένα σύστημα επικοινωνιών που βρίσκεται σε λίγα χέρια θα διαφθείρει την ελευθερία του λόγου, θα βλάψει την άσκηση της δημοκρατίας, και θα επιφέρει ένα ιδεολογικό πέπλο στην κοινωνία». Υπό το πρίσμα ότι οι πιθανοί κίνδυνοι που ελλοχεύουν αποτελούν ένα χρόνιο ζήτημα αλλά με νέες διαστάσεις και σημαντικές κοινωνικές συνέπειες (Meier & Trappel, 2003), στα υποκεφάλαια που ακολουθούν θα διερευνηθεί ο αντίκτυπος της ιδιοκτησιακής υπερσυγκέντρωσης στα ιδεώδη και τις αξίες που πρεσβεύει η δημοκρατία.

### 3.1. Η σημασία του πλουραλισμού και ο αντικατοπτρισμός της κυρίαρχης τάξης

Ο πλουραλισμός<sup>11</sup> αποτελεί καίριο χαρακτηριστικό της λειτουργίας των μέσων ενημέρωσης καθώς συνιστά προϋπόθεση της ελευθερίας της πληροφόρησης. Περιλαμβάνει την ποικιλομορφία του περιεχομένου, την ισόρροπη εκπροσώπηση των απόψεων, τον διαρκή στόχο να ακούγεται ο μέγιστος αριθμός φωνών σε ένα ευρύ πολιτικό και πολιτιστικό φάσμα, ενώ παράλληλα επηρεάζει και επηρεάζεται από τα ιδιοκτησιακά πρότυπα, τους οικονομικούς παράγοντες και τις δημόσιες πολιτικές (Kaitatzi-Whitlock, 1996). Οι δεδομένοι διαρθρωτικοί παράγοντες και οι περιορισμοί που ενδέχεται να επιφέρουν, καθορίζουν την δυνατότητα ενός επικοινωνιακού μέσου να παρέχει πληροφορίες που προέρχονται από διαφορετικές οπτικές γωνίες. Κατά συνέπεια, σύμφωνα με την Kaitatzi-Whitlock (1996, σ. 458), ο πλουραλισμός των μέσων ενημέρωσης ορίζεται πληρέστερα ως «η ισότιμη διαχείριση της αρχής της ελευθερίας της πληροφόρησης», καθώς είναι το συστατικό στοιχείο που μπορεί να οδηγήσει είτε σε μονομερή ευνοϊκή μεταχείριση των εταιρικών συμφερόντων είτε στην προστασία του δημόσιου συμφέροντος, ανάλογα με το αν θα ληφθεί υπόψη ή όχι. Στην πρώτη περίπτωση, εξυπηρετούνται οι οικονομικοί και πολιτικοί στόχοι μιας μικρής ομάδας ατόμων, ενώ στη δεύτερη προάγεται το δημοκρατικό δυναμικό της πληροφόρησης.

Οι συζητήσεις που εκκινούν ως προς το ζήτημα της ιδιοκτησίας των φορέων ενημέρωσης, βασίζονται συχνά στην ευρέως διαδεδομένη πεποίθηση ότι η δημοκρατία αποδυναμώνεται εάν ο αριθμός των μέσων και των διακριτών φωνών είναι περιορισμένος, «εάν, με άλλα λόγια, η εξουσία των μέσων ενημέρωσης είναι συγκεντρωμένη και εάν είναι σε θέση να αποφύγει αποτελεσματικά τη δημόσια εποπτεία και τον ρυθμιστικό έλεγχο» (Freedman, 2014, σ.170). Η συγκέντρωση της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης σε πολύ λίγα χέρια έρχεται σε αντίφαση με την έννοια του πλουραλισμού ως μία από τις βασικές αρχές της δημοκρατίας, απειλώντας την πολυδιάστατη προσέγγιση του συλλογικού γίνεσθαι και διακινδυνεύοντας την ισότιμη συμμετοχή εντός των κοινωνικών διαδικασιών. Όσο λιγότεροι ιδιοκτήτες ή πυλωροί, τόσο μικρότερος ο αριθμός των φωνών, πιο επιζήμιες οι συνέπειες για τον πλουραλισμό των απόψεων και τόσο πιο ασθενής η εκπροσώπηση του συνόλου των

---

<sup>11</sup> Ως πλουραλισμός (*pluralism*) νοείται η παρουσία πολλών διαφορετικών και ανεξάρτητων φωνών, ενώ η πολυμέρεια (*diversity*) αφορά την ύπαρξη διαφορετικών πολιτικών απόψεων και πολιτισμικών αναπαραστάσεων στο επικοινωνιακό τοπίο (Iosifidis, 2010). Σύμφωνα με τον Χατζηκωνσταντίνου (2022), προκρίνεται η χρήση του όρου πλουραλισμός [*pluralism*] όταν γίνεται αναφορά σε προσεγγίσεις του πολιτικού και ιδίως στις θεωρήσεις για τη σύγχρονη δημοκρατία, ενώ η έννοια της πολυμέρειας [*diversity*] στρέφει την προσοχή σε χαρακτηριστικά και ιδιότητες του ειδησεογραφικού περιεχομένου στο πλαίσιο των επικοινωνιακών σπουδών. Στην παρούσα ενότητα οι όροι θα χρησιμοποιούνται εναλλακτικά, σε συνδυασμό με την πολυφωνία και την ποικιλομορφία.



συμφερόντων (Barnett, 2010). Θέτοντας λιγότερους ιδιοκτήτες υπό τον έλεγχο περισσότερων μέσων ενημέρωσης, αυτά τα δημοκρατικά ιδεώδη τίθενται σε κίνδυνο (Baker, 2007).

Εφόσον τα μέσα ενημέρωσης ανήκουν στην ίδια ιδιοκτησιακή επιχείρηση, δύνανται να παρουσιάζουν πληροφορίες παρόμοιας έκτασης, εστίασης και ποικιλομορφίας και, επομένως, το περιεχόμενο τείνει να ομογενοποιείται. Όπως σημειώνουν οι Baum & Zhukov (2018, σ. 4) σχετικά με την ειδησεογραφική κάλυψη των διεθνών συγκρούσεων, «δεδομένης της μεγάλης πιθανότητας κοινών συμφερόντων και στόχων μεταξύ των συνιδιοκτητών πρακτορείων, μπορεί κανείς εύκολα να φανταστεί μια διεθνής κρίση να καλύπτεται από ένα όλο και πιο στενό φάσμα προοπτικών». Η συγκεκριμένη συνθήκη περιορίζει το εύρος της έκφρασης εναλλακτικών απόψεων που θα επιτρέψουν σε κάθε πολίτη να διαμορφώσει μία ολοκληρωμένη γνώμη πάνω σε σύγχρονα κοινωνικά ζητήματα. Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί πως δεν υπάρχει άμεση συσχέτιση μεταξύ του βαθμού συγκέντρωσης της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης και της ποικιλομορφίας του περιεχομένου, αλλά υποστηρίζεται ευρέως – τόσο εκ μέρους των μελετητών του πεδίου της επικοινωνίας όσο και των ρυθμιστικών αρχών – ότι ο υψηλός βαθμός συγκέντρωσης μπορεί να αποτελέσει απειλή για τον πλουραλισμό (Iosifidis, 2010).

Παράλληλα, η συμμετοχή στη ζωή εντός μιας δημοκρατικής κοινότητας και η δυνατότητα συνειδητών πολιτικών επιλογών βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στην ενημέρωση που προέρχεται από τα μέσα επικοινωνίας. Ως εκ τούτου, η πρόσβαση στην πληροφόρηση, με την έννοια της πληθώρας πληροφοριών από διαφορετικές πηγές, είναι ζωτικής σημασίας τόσο για την ατομική λήψη πολιτικών αποφάσεων όσο και για τη συλλογική ευημερία (Veneti & Karadimitriou, 2013). Από την άλλη πλευρά, όσο πιο πλούσιοι και ισχυροί γίνονται οι εταιρικοί κολοσσοί των μέσων ενημέρωσης, τόσο φτωχότερες εμφανίζονται οι προοπτικές για συμμετοχική δημοκρατία (McChesney, 1999), δεδομένου ότι η αδυναμία πρόσβασης στην πολύπλευρη πληροφόρηση καθορίζει ανάλογα και το δυναμικό της πολιτικής συμμετοχής. Ιδιαίτερα στις δημοκρατικές κοινωνίες στις οποίες ο πλουραλισμός τίθεται στο επίκεντρο ως συστατικό στοιχείο της πολιτικής διαδικασίας, η ενοποίηση των μέσων ενημέρωσης αντιτίθεται ή, τουλάχιστον, δεν προωθεί τη συμμετοχή στο δημοκρατικό διάλογο (Warf, 2007), καθώς δεν παρέχονται τα απαραίτητα εργαλεία ώστε να επιτευχθεί. Στον αντίποδα, η ευρύτερη κατανομή της επικοινωνιακής εξουσίας επιτρέπει ένα εύρος φωνών να ακουστεί και ένα φάσμα αναπαραστάσεων να παρουσιαστεί, μειώνοντας ταυτόχρονα τον κίνδυνο κατάχρησής της (Baker, 2007).

Συνεπώς, ένα υψηλό επίπεδο συγκέντρωσης της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης μπορεί να οδηγήσει στην ηχώ μιας ενιαίας φωνής για ορισμένα θέματα. Δεδομένης της ανάλυσης που προηγήθηκε, πιθανά αυτή η φωνή να ανήκει στην κυρίαρχη τάξη καθώς, άμεσα ή έμμεσα, εκείνη διαθέτει τα κύρια μέσα παραγωγής και διανομής στην επικοινωνιακή σφαίρα. Σύμφωνα με τον Bagdikian (2004), η συγκεντρωμένη ιδιοκτησιακή δομή αποτελεί έναν μηχανισμό διαχείρισης αποκλεισμού ορισμένων φωνών από το επικοινωνιακό τοπίο και συνδέεται με την δυνατότητα κάποια θέματα να αντιμετωπίζονται συνοπτικά και ασαφώς ενώ άλλα επαναλαμβανόμενα και σε βάθος. Η επιλεκτική διαχείριση της πληροφορίας προλειαίνει το έδαφος ώστε να μπορεί να ασκηθεί μία άνιση και δυσανάλογη δύναμη στη δημόσια σφαίρα, είτε με οικονομικούς είτε με πολιτικούς όρους. Όπως υποστηρίζει ο Meier (2005, σ. 21), «[ε]νώ η κοινωνία των πολιτών αναμένει από τα μέσα ενημέρωσης να συμβάλουν στον εκδημοκρατισμό της κοινωνίας, η πραγματική συμβολή των μέσων ενημέρωσης είναι να παράγουν κέρδη για τους ιδιοκτήτες τους και να νομιμοποιούν μια ορισμένη κοινωνική τάξη – είτε πρόκειται για την καθιερωμένη τάξη είτε για την τάξη που θα ήθελαν να καθιερωθεί». Η τοποθέτηση των μέσων ενημέρωσης εντός των συγκεκριμένων κοινωνικών και οικονομικών δομών μέσα στις οποίες λειτουργούν είναι σημαντική καθώς όσο ποικίλλει το σύστημα ιδιοκτησίας και ελέγχου τους, θα ποικίλλουν και οι κοινωνικές επιπτώσεις τους (Lazarsfeld & Merton, 2004 [1948]). «Εφόσον τα μέσα μαζικής ενημέρωσης υποστηρίζονται από μεγάλες επιχειρήσεις που εντάσσονται στο τρέχον κοινωνικό και οικονομικό σύστημα συμβάλλουν στη διατήρηση αυτού του συστήματος» (Lazarsfeld και Merton, 2004, [1948], σ. 236). Η ταξική προσέγγιση του κοινωνικού γίνεσθαι διαμορφώνει την πληροφόρηση με τρόπο που αντικατοπτρίζει την κυριαρχία των ισχυρών οικονομικών και πολιτικών συμφερόντων ενώ οι εναλλακτικές προσεγγίσεις της σύγχρονης και σύνθετης πραγματικότητας περιορίζονται. Τα ιδιωτικά μέσα ενημέρωσης δεν εξυπηρετούν το δημόσιο συμφέρον αλλά περισσότερο διαδίδουν τις κοσμοθεωρίες της άρχουσας τάξης, αρνούμενα εναλλακτικές προοπτικές που θα μπορούσαν να οδηγήσουν στην αυξανόμενη συνείδηση της εργατικής τάξης (McQuail, 2005, όπως αναφέρεται στο Kakabadse & Kakabadse, 2022). Υπό αυτές τις συνθήκες οι αυτοκρατορίες των μέσων ενημέρωσης επιστρατεύουν μία μονοπρισματική θεώρηση του κοινωνικού, θέτοντας σε αμφισβήτηση την αποτελεσματική δημοκρατική διακυβέρνηση.

Ένα παράδειγμα που συνταιριάζει με όψεις της παραπάνω ανάλυσης προέρχεται από τη σχετικά πρόσφατη ελληνική πραγματικότητα. Αρχικά, οι διαφημιστές και οι επικοινωνιολόγοι περιγράφουν την προβολή που κερδίζει κάποιος χωρίς να πληρώσει διαφημιστικό χώρο και χρόνο με τον όρο «earned media», που θεωρείται ότι αποτελεί το πιο

αξιόπιστο μέσο για την προώθηση ενός προϊόντος (Χατζηστεφάνου, 2022). Κατά την περίοδο του 2013, το κόμμα της Χρυσής Αυγής<sup>12</sup> διοργάνωνε συσσίτια μόνο για Έλληνες πολίτες σε κεντρικά σημεία της Αθήνας, επιδιώκοντας τον δωρεάν τηλεοπτικό χρόνο με κοινωνικές δράσεις χαμηλού αντίκτυπου αλλά υψηλού συμβολικού χαρακτήρα (Χατζηστεφάνου, 2022). Ωστόσο, ανάλογες πρωτοβουλίες που πραγματοποιούνταν από πολλές οργανώσεις του αριστερού ή ευρύτερα αντιεξουσιαστικού χώρου λάμβαναν ελάχιστο τηλεοπτικό χρόνο. Όπως συμπεραίνει ο Χατζηστεφάνου (2022, σ. 235), «η υπερπροβολή της Χρυσής Αυγής δεν ήταν αποτέλεσμα μόνο της δικής της επικοινωνιακής ικανότητας αλλά μιας συνειδητής απόφασης των Ελλήνων καναλαρχών που της πρόσφεραν earned time αξίας εκατοντάδων χιλιάδων ευρώ». Στην συγκεκριμένη περίπτωση, η εστίαση τίθεται στην δυνατότητα των ιδιοκτητών μέσων ενημέρωσης να αποκλείσουν ένα εναλλακτικό κοινωνικό παράδειγμα που με την ευρύτερη πολιτική του δράση αμφισβητεί την κυρίαρχη τάξη αλλά και να παραμερίσουν την πολύπλευρη πληροφόρηση.

Σε αυτό το σημείο κρίνεται σημαντικό να επισημανθεί πως οι νέες τεχνολογίες έχουν μεταβάλλει σημαντικά το τοπίο των μέσων ενημέρωσης προσφέροντας αναμφίβολα νέες ευκαιρίες για τον πλουραλισμό και τον εκδημοκρατισμό της επικοινωνίας. Παρ' όλα αυτά, αμφισβητείται εάν έχουν μειώσει ουσιαστικά τις επιπτώσεις της συγκέντρωσης και εάν έχουν εξαλείψει τις ασυμμετρίες της επικοινωνιακής ισχύος στη δημόσια σφαίρα. Ο πολλαπλασιασμός του ψηφιακού περιεχομένου και η διάδοσή του από ένα πλήθος νέων μέσων προσέδωσε αρχικά μια επιφανειακή εικόνα αποκέντρωσης και ενός επικοινωνιακού περιβάλλοντος με πολλές επιλογές (Pickard, 2020). Ωστόσο, οι βασικές πηγές αυτού του περιεχομένου περιορίζονται συνήθως σε έναν μικρό αριθμό μεγάλων ομίλων που κατέχουν το μεγαλύτερο μέρος του διαθέσιμου διαδικτυακού περιεχομένου (Pickard, 2020). Η ψηφιακή σφαίρα περιπλέκει τα πρότυπα ιδιοκτησίας των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης αλλά η γενικότερη εικόνα παραμένει σχετικά σταθερή, με τις επακόλουθες ανησυχίες για την ολιγοπωλιακή διάρθρωσή τους να εξακολουθούν να υφίστανται. Επιπλέον, οι νέες τεχνολογίες δεν είναι εγγενώς ανταγωνιστικές προς τις συγκεντρώσεις οικονομικής, πολιτικής και πολιτιστικής ισχύος ούτε και το διαδίκτυο απρόσβλητο από αυτές τις τάσεις. Αυτό μπορεί να φανεί από τη συντριπτική κυριαρχία της Google στις μηχανές αναζήτησης, που της έχει επιτρέψει να μετατραπεί σε έναν ιδιαίτερα ισχυρό σύνδεσμο μεταξύ των παλαιών και νέων μέσων ενημέρωσης (Winseck, 2008). Παράγοντας ελάχιστο πρωτότυπο περιεχόμενο, ορισμένοι διαδικτυακοί κολοσσοί συμβάλλουν αντίστοιχα ελάχιστα στη διαφοροποίηση του

---

<sup>12</sup> Ελληνικό ακροδεξιό πολιτικό κόμμα που κρίθηκε ως εγκληματική οργάνωση.

φάσματος των διαθέσιμων ειδησεογραφικών πηγών αλλά διαμεσολαμβάνουν όλο και περισσότερο στις διαδικασίες πρόσβασης και κατανάλωσής του (Kakabadse & Kakabadse, 2022· Winseck, 2008). Η επικοινωνιακή αφθονία δεν έχει εξασθενήσει το γεγονός ότι ορισμένοι φορείς και ομάδες διαθέτουν μεγαλύτερη επικοινωνιακή δύναμη και, συνεπώς, πόρους για να καταφέρουν να ακουστεί η φωνή τους αντί άλλων (Karppinen, 2009). Παρά τις νέες ψηφιακές δυνατότητες, η δημόσια σφαίρα συνεχίζει να χαρακτηρίζεται από την άνιση κατανομή της επικοινωνιακής ισχύος.

Η θεώρηση ότι η εξέλιξη της ανάπτυξης του διαδικτύου έχει οδηγήσει πράγματι σε μια ουσιαστική πολυφωνία και μεγαλύτερη ποικιλομορφία περιεχομένου είναι αμφιλεγόμενη, αλλά η σημασία ενός πλουραλιστικού επικοινωνιακού τοπίου για την επιβίωση της δημοκρατίας είναι καθολικά αναγνωρισμένη. Ιδιαίτερα εντός της νεοφιλελεύθερης συνθήκης όπου οι επιταγές της ελεύθερης αγοράς παρουσιάζονται ως δημοκρατικές, τα ολιγοπωλιακά συμφέροντα εντός και εκτός του ψηφιακού περιβάλλοντος τείνουν να εξαλείφουν την πλουραλιστική ενημέρωση, καταδεικνύοντας πως ενόσω οι ισχυρές εταιρείες ρυθμίζουν τον τρόπο διάδοσής της πληροφορίας και αφήνουν ελάχιστα περιθώρια αντίλογου, η διάχυση της δημόσιας γνώσης πραγματοποιείται υπό δυσανάλογους όρους (Stengrim, 2006). Ο πλουραλισμός, όμως, δεν αποτελεί μόνο μία από τις κύριες προϋποθέσεις που διασφαλίζουν την απρόσκοπτη πολιτική και πολιτισμική έκφραση αλλά και βασικό εργαλείο για την άνθιση κοινωνικών αλλαγών, διεκδικήσεων και συγκρούσεων. Ο ισότιμος ανταγωνισμός των ιδεών που επιτρέπει την αποτελεσματική συμμετοχή του κοινωνικού συνόλου στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων υπονομεύεται ενόσω το ιδιοκτησιακό καθεστώς του επικοινωνιακού πεδίου είναι συγκεντρωμένο και η πληροφόρηση εμπορούμενη από τις πεποιθήσεις της κυρίαρχης τάξης. Επομένως, η συνακόλουθη συγκέντρωση εξουσίας σε έναν μικρό αριθμό ατόμων που προωθούν την επικράτηση της δικής τους θεώρησης της πραγματικότητας και εμποδίζουν ή παραμερίζουν διαφορετικές όψεις της, συμβάλλει στην αποδυνάμωση της δημοκρατίας.

### **3.2. Εμπόδια στην ανεξάρτητη και ερευνητική δημοσιογραφία**

Η ιδιοκτησία ενός ομίλου μέσω ενημέρωσης με παράλληλη δραστηριότητα σε διαφορετικούς οικονομικούς κλάδους, μπορεί να επιφέρει τόσο την οικονομική ευπάθεια σε εξωτερικές πιέσεις όσο και να δημιουργήσει εσωτερικά κίνητρα προώθησης των συμφερόντων του. Και στις δύο περιπτώσεις, η δυνατότητα αμερόληπτης πληροφόρησης και ανεξάρτητης δράσης των δημοσιογράφων τίθενται σε δυσμενή θέση. Οι εξωτερικοί παράγοντες συνίστανται στα

αλληλοσυγκρουόμενα συμφέροντα, όπου κυβερνητικοί ή άλλοι ισχυροί ιδιωτικοί φορείς είναι σε θέση να ασκήσουν την οικονομική τους επιρροή σε ένα τμήμα του ομίλου προκειμένου το επικοινωνιακό περιεχόμενο να παράγεται βάσει των επιβαλλόμενων προτύπων και να αποσιωπάται η κριτική (Baker, 2002). Από την άλλη πλευρά, οι εσωτερικοί παράγοντες σχετίζονται με τα κίνητρα των ίδιων των ιδιοκτητών που προκειμένου να επωφεληθεί η πολυκλαδική τους οικονομική δραστηριότητα δύνανται να διαστρεβλώσουν την πληροφορία και να διαμορφώσουν το περιεχόμενο ώστε να εξυπηρετηθούν τα συνολικά εταιρικά τους συμφέροντα. Συνέπεια των παραπάνω είναι η διαφθορά του δημοσιογραφικού οργανισμού και η αντικατάσταση της δημοσιογραφικής ακεραιότητας με την προστασία άλλων συμφερόντων (Baker, 2002). Το ζήτημα του ελέγχου των κύριων μέσων επικοινωνίας από διευρυμένους ομίλους καταδεικνύεται ως ένα ζήτημα ευθέως αντίθετο προς το θεμελιώδες ήθος της δημοκρατίας, καθώς κάθε ολίσθημα στην επαρκή πληροφόρηση συνεπάγεται τη μικρή πιθανότητα ανάπτυξης ενός δυναμικού δημοκρατικού διαλόγου (Alger, 1998).

Κατά τον Stetka (2012) ακόμη και αν οι ιδιοκτήτες δεν είχαν την πρόθεση να εργαλειοποιήσουν τα μέσα ενημέρωσης για οποιονδήποτε σκοπό και δεν παρενέβαιναν στις συντακτικές διαδικασίες, το γεγονός και μόνο της ιδιοκτησίας από μια ισχυρή προσωπικότητα με πολλαπλά συμφέροντα εκτός του κλάδου της επικοινωνίας θα μπορούσε να λειτουργήσει αποτρεπτικά στην ερευνητική δημοσιογραφία για θέματα που θεωρούνται ότι σχετίζονται με τις επιχειρηματικές ή πολιτικές του δραστηριότητες. Όπως διερωτάται ο Alger (1998, σ. 32), «[υ]πάρχει ο κίνδυνος το ειδησεογραφικό τμήμα του NBC<sup>13</sup> να περιορίσει τα λόγια του όταν αναφέρεται σε εξελίξεις που αφορούν τη μητρική του εταιρεία ή εξαρχής να μην κυνηγήσει την είδηση;». Η ίδια ερώτηση μπορεί να τεθεί για την αγορά της εφημερίδας Washington Post από τον ιδρυτή και ιδιοκτήτη της εταιρείας Amazon<sup>14</sup>, Jeff Bezos – όπως και για πολλές άλλες παρόμοιες περιπτώσεις. Ενδεικτικά, μπορεί να αναφερθεί το ζήτημα των αποκαλύψεων για κακόβουλη πρόσβαση της εταιρείας Cambridge Analytica στους λογαριασμούς και τα δεδομένα έως και 87 εκατομμυρίων χρηστών του Facebook, με σκοπό την χειραγώγηση του εκλογικού σώματος υπέρ της εκλογής του Donald Trump. Ενώ η εφημερίδα δημοσίευσε πολλά

---

<sup>13</sup> Η National Broadcasting Company (NBC) είναι ένα από τα παλαιότερα ραδιοτηλεοπτικά δίκτυα της Αμερικής. Στη δεκαετία του 1990 άρχισε να εδραιώνει σημαντική παρουσία στην καλωδιακή τηλεόραση με το επιχειρηματικά προσανατολισμένο CNBC (Consumer News and Business Channel) και το MSNBC, ως μια κοινοπραξία με τη Microsoft Corporation. Το 1985 εξαγοράστηκε από την General Electric, και το 2004 συγχωνεύθηκε με την γαλλική εταιρεία Vivendi Universal Entertainment σχηματίζοντας την NBCUniversal, με την General Electric να είναι ο κύριος ιδιοκτήτης. Το 2011 η Comcast Corporation αγόρασε το πλειοψηφικό ποσοστό της εταιρείας και απέκτησε το υπόλοιπο μερίδιο της General Electric το 2013. Βλ. <https://www.britannica.com/topic/National-Broadcasting-Co-Inc>

<sup>14</sup> Μία από τις οικονομικά ισχυρότερες αμερικανικές πολυεθνικές εταιρείες τεχνολογίας που επικεντρώνεται μεταξύ άλλων στο ηλεκτρονικό εμπόριο και την τεχνητή νοημοσύνη.

σχετικά άρθρα, παραλείπεται ότι ένα από τα εργαλεία που χρησιμοποίησε η Cambridge Analytica για τη συλλογή των δεδομένων ήταν η διαδικτυακή αγορά της Amazon (Mechanical Turk) αλλά ούτε και αποδόθηκε η ανάλογη σημασία στο γενικότερο ρόλο της επιτήρησης των χρηστών, όντας μία πρακτική που χρησιμοποιεί και η ίδια η εταιρεία (Tucker, 2018). Θα πρέπει να σημειωθεί πως δεν υπάρχουν εμπειρικά στοιχεία που να υποδηλώνουν ότι η Washington Post αντιμετωπίζει ευνοϊκότερα τις υποθέσεις της Amazon, αλλά η ιδιοκτησία μιας εφημερίδας δύναται να επηρεάσει την κάλυψη των ειδήσεων με πιο λεπτούς τρόπους από την άμεση λογοκρισία, συμπεριλαμβανομένης της αυτολογοκρισίας και του περιορισμού ως προς τον τρόπο έκφρασης (Ingram, 2018).

Συμπεραίνεται πως τα ζητήματα που επηρεάζουν τα στρατηγικά συμφέροντα των ιδιοκτητών μπορούν να αποκλειστούν από τη δημοσιογραφική έρευνα ή να μην αποτυπωθεί επαρκώς κάθε πλευρά τους. Η συγκεντρωτική εταιρική δομή είναι πιθανό να διαβρώσει τη συντακτική ανεξαρτησία των επικοινωνιακών μέσων, έστω και με την πιο διακριτική μορφή αυτολογοκρισίας, καθώς η διαμόρφωση του περιεχομένου ενδεχομένως να απαιτεί τη συμμόρφωση με τις ιδέες αυτών που τα κατέχουν (Warf, 2007). Ιδιαίτερα εντός της ολιγοπωλιακής συνθήκης των μέσων ενημέρωσης, η πρακτική της απόκρυψης μπορεί να χρησιμοποιηθεί αποτελεσματικά για την παραπλάνηση του κοινού, δημιουργώντας αναπόφευκτα ένα σύστημα λογοκρισίας (Splichal, 2006). Σύμφωνα με τον Splichal (2006), η αμφίσημη δυνατότητα της επικοινωνίας να αποκαλύπτει και να αποκρύπτει, την καθιστά εξαρτώμενη τόσο από εξωτερικούς παράγοντες όσο και από τις συνθήκες μέσα στις οποίες πραγματοποιείται. Ποια από τις δύο στιγμές του αμφίσημου δυναμικού θα επικρατήσει καθορίζεται πρωτίστως από τις κοινωνικές της χρήσεις, ενώ η απόφαση του να καταστεί κάτι «ορατό» ή να «καταστεί/διατηρηθεί αόρατο» λαμβάνεται σε σχέση με συγκεκριμένους στόχους και περιστάσεις σε μια στρατηγική διαδικασία ενίσχυσης της εξουσίας (Splichal, 2006). Όπως σημειώνει ο Parenti (1997, σ. 1), «η χειραγώγηση συχνά κρύβεται στα πράγματα που μένουν ανείπωτα». Ως επόμενο, η υιοθέτηση μιας ανεξάρτητης και κριτικής προοπτικής, ιδίως ως προς την οικονομική εταιρική εξουσία, απειλείται από το σταθερό ολιγοπωλιακό χαρακτήρα του κλάδου με το κοινό να στερείται μίας επαρκούς πληροφόρησης για θέματα που άπτονται της συλλογικής ζωής.

Σε άμεση σύνδεση με τα παραπάνω βρίσκεται το ζήτημα του προσδιορισμού των μέσων ενημέρωσης ως «τέταρτη εξουσία», με την ανάθεση ρόλου ελέγχου της νομοθετικής, δικαστικής και εκτελεστικής εξουσίας ώστε να ολοκληρωθεί το πλαίσιο λειτουργίας των δημοκρατικών θεσμών. Ιδιαίτερα στη σημερινή εποχή, η συγκέντρωση της ιδιοκτησίας, η

ενοποίηση των αγορών μέσω ενός πλέγματος συμμαχιών και οι αλλαγές στην παραγωγή, τη διανομή και την κατανάλωση της πληροφόρησης, θέτουν ηχηρά το ερώτημα εάν τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να ισχυριστούν ότι είναι η τέταρτη εξουσία που υπηρετεί τη δημόσια σφαίρα (Kakabadse & Kakabadse, 2022). Εντός μίας δημοκρατικής κοινωνίας, η έννοια της τέταρτης εξουσίας συνδέεται κυρίως με το ρόλο των μέσων ενημέρωσης να παρακολουθούν και να ελέγχουν διεξοδικά τους κρατικούς φορείς εξουσίας εκ μέρους των πολιτών, λειτουργώντας ως «φύλακας». Η θεώρηση αυτή στηρίζεται στο γεγονός ότι το «κράτος έχει το μονοπώλιο της νόμιμης βίας και γι' αυτό είναι ο θεσμός τον οποίο θα πρέπει να φοβάται κανείς περισσότερο» (Curran, 2002, σ. 324). Ωστόσο, η σύγχρονη δημοκρατία έχει αναδείξει νέα κέντρα και μορφές εξουσίας που δεν εμπίπτουν στην πολιτικά θεσμοθετημένη και δύνανται να παραμεληθούν από τον εποπτικό ρόλο των μέσων ενημέρωσης (Curran, 2002· Trappel & Nieminen, 2018).

Συμπερασματικά, εντός της ολιγοπωλιακής δομής των μέσων ενημέρωσης και λόγω της διαφοροποιημένης οικονομικής δραστηριότητας των ιδιοκτητών τους, ορισμένες υποθέσεις με ισχυρό δημόσιο συμφέρον δεν βρίσκουν τον επικοινωνιακό χώρο και χρόνο που τους αναλογεί. Μέσω μηχανισμών που επιστρατεύονται προκειμένου να διατηρηθεί ή και να αυξηθεί ο έλεγχος επί των ιδεών που απειλούν να διαταράξουν τα καθιερωμένα πολιτικά και οικονομικά συστήματα, το θεμελιώδες δικαίωμα στην πληροφόρηση υποσκάπτεται. Επομένως, τα εμπόδια που τίθενται στην ανεξάρτητη και ερευνητική δημοσιογραφία δημιουργούν περιορισμούς όχι μόνο στους τρόπους έκφρασης των δημοσιογράφων αλλά και σε όσα έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει το κοινό. Εάν η ολιγοπώληση του κλάδου των μέσων ενημέρωσης ισοδυναμεί με την επιλεκτική διαχείριση ως προς το ποια πληροφορία μπορεί να μεταδοθεί στη δημόσια σφαίρα, ποιες πλευρές της είδησης μπορούν να ακουστούν και ποιες όχι, καθώς και ποιου είδους αρθρογραφία ή έρευνα κρίνεται ως άξια ή ορθό να δημοσιευθεί, τότε μπορούμε να ισχυριστούμε πως ισοδυναμεί και με τη σταδιακή διάβρωση των δημοκρατικών θεμελίων.

### **3.3. Ελεύθερη διαμόρφωση της πολιτικής βούλησης**

Μεταξύ των πιο υπόκωφων προκλήσεων που τίθενται προς τη δημοκρατία, εντοπίζονται οι τρόποι και οι συνθήκες υπό τις οποίες οι άνθρωποι ως πολιτικοί δράντες αποκτούν γνώση σχετικά με τη συμμετοχή στην πολιτική σφαίρα, καθώς και η διάσταση της εμπιστοσύνης που

μπορούν να έχουν σε αυτή τη γνώση (Dahlgren, 2018). Η έγκυρη, σφαιρική και τεκμηριωμένη πληροφόρηση σχετικά με όσα διαδραματίζονται εντός των σύγχρονων κοινωνιών, τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, συνιστούν προαπαιτούμενα για την ελευθερία συνειδητών πολιτικών επιλογών και αποφάσεων. Παρόλο που η ελευθερία διαμόρφωσης της πολιτικής βούλησης αποτελεί καίριο συστατικό στοιχείο για την πραγμάτωση της δημοκρατίας, δύναται να υπονομευθεί υπό την ολιγοπωλιακή διάρθρωση των επικοινωνιακών συστημάτων και, κυρίως, λόγω των αθέμιτων συνδέσεων μεταξύ πολιτικών δρώντων και οικονομικά ισχυρών ιδιοκτητών που αυτή ευνοεί. Μάλιστα, η δεδομένη συνθήκη επιδεινώνεται εάν λάβουμε υπόψη τη λειτουργία των αλγορίθμων ως προς την επιλογή και τη διάχυση των πληροφοριών στη σημερινή διαδικτυακή πραγματικότητα. Ως απότοκο της κοινωνιολογικής και τεχνολογικής δυναμικής των ψηφιακών πλατφορμών, η πόλωση των κοινωνικοπολιτικών απόψεων συμβάλλει στην περαιτέρω φτωχοποίηση του δημοκρατικού διαλόγου (Parcu, 2020).

Αρχικά, η χρήση των μέσων ενημέρωσης με σκοπό να προωθήσουν την πολιτική ατζέντα των ιδιοκτητών τους αντιτίθεται ως προς την κρίσιμη συμβολή τους στην αμερόληπτη αντιπροσώπευση των πολιτικών κομμάτων και την αντικειμενική πληροφόρηση σχετικά με τις δημόσιες πολιτικές που προτίθενται να πραγματοποιήσουν. Οι ισχυρά οικονομικές ελίτ μπορούν να αποκτήσουν υπέρμετρη πολιτική επιρροή μέσω της ιδιοκτησίας μέσων ενημέρωσης, επιτρέποντάς τους να προάγουν τον ιδεολογικό και κομματικό τους προσανατολισμό (Grossman, Margalit & Mitts, 2021). Εάν τίθεται ως στόχος να επηρεαστεί η κοινή γνώμη, η επένδυση σε μια πηγή περιεχομένου που θα μπορούσε να μεταφέρει το προτιμώμενο μήνυμα, εμφανίζεται ως πιο αποδοτικό μέσο από το να πληρωθεί η αγορά παραδοσιακού διαφημιστικού χώρου (Grossman, Margalit & Mitts, 2021). Επιπλέον, αναλόγως του πολιτικού ή οικονομικού οφέλους, τα συγκεντρωμένα μέσα ενημέρωσης μπορεί να παρέχουν μονόπλευρη πολιτική υποστήριξη, επηρεάζοντας ή ακόμη και αλλοιώνοντας τα αποτελέσματα των εκλογών (Trappel & Meier, 2022). Εφόσον η πολιτική πραγματικότητα διαμεσολαβείται από κομματικές αντιλήψεις και προτιμήσεις των λίγων ισχυρών εταιρειών που επικρατούν στο επικοινωνιακό τοπίο, εκείνη δεν αποτυπώνεται με αίσθημα κοινωνικής ευθύνης προς το κοινωνικό σύνολο ούτε ευοδώνει τις ανεμπόδιστες πολιτικές αποφάσεις – όχι μόνο κατά τις προεκλογικές περιόδους αλλά και κατά το εξαιρετικά σημαντικό διάστημα που μεσολαβεί αυτών.

Σύμφωνα με τους Parathanassopoulos et al. (2021), ο χαμηλός βαθμός ανεξαρτησίας που βιώνουν οι μεγαλύτεροι ειδησεογραφικοί οργανισμοί στην Ελλάδα στην προσπάθειά τους



να διατηρήσουν τις διασυνδέσεις τους με τον πολιτικό χώρο, αντανακλάται στην προσεκτικά ελεγχόμενη διαδικασία με την οποία λαμβάνονται οι αποφάσεις σχετικά με την ημερήσια ατζέντα ή την επιμέλεια των ειδήσεων. Η ισχύς των μεγάλων ελληνικών ιδιωτικών μέσων ενημέρωσης και της ολιγαρχικής τους σύστασης φανερώνεται όχι στην κερδοφορία τους από τις επιχειρήσεις των μέσων ενημέρωσης αλλά από την ικανότητα πολιτικής και δημόσιας επιρροής που μπορούν να ασκήσουν (Nevradakis, 2013). Ενδεικτικά μπορεί να αναφερθεί πως λίγο πριν από τις βουλευτικές εκλογές του Ιουνίου του 2012, το κανάλι του ANTI παρέκαμψε την απαγόρευση των προεκλογικών προγραμμάτων, μεταδίδοντας ένα «ντοκιμαντέρ» σχετικά με τις συνέπειες που θα έπλητταν την Ελλάδα σε περίπτωση εξόδου από την Ευρωζώνη, προωθώντας το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας που τασσόταν υπέρ της λιτότητας και της φιλοευρωπαϊκής πολιτικής (Nevradakis, 2013).

Επιπρόσθετα, η ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης από δρώντες με οικονομική δραστηριότητα σε διαφοροποιημένους κλάδους και στρατηγικές συμμαχίες με πολιτικές ελίτ ανακόπτει τη δυνατότητα να διαμορφωθεί απρόσκοπτα η πολιτική βούληση δεδομένου ότι το δικαίωμα στην δημόσια πληροφόρηση δεν εκπληρώνεται πάντοτε. Χαρακτηριστικό παράδειγμα μπορεί να αποτελέσει η Τουρκία όπου αυτό το ιδιότυπο ολιγοπωλιακό καθεστώς ενημέρωσης καθορίζει σε μεγάλο και πειστικό βαθμό το πολιτικό τοπίο. Όπως αναφέρει ο Kuyucu (2018), το γεγονός πως για σχεδόν 3 ημέρες κανένα από τα ειδησεογραφικά κανάλια της Τουρκίας δεν κάλυψε τις διαδηλώσεις στο πάρκο Γκεζί που έλαβαν χώρα το 2013 ενώ το CNN Turk μετέδωσε ένα ντοκιμαντέρ με πιγκουίνους αντί να παρέχει πληροφορίες στο κοινό, σκιαγραφεί τη στράτευση των μέσων ενημέρωσης αλλά και τη σύγκλιση με τις επιθυμίες της πολιτικής εξουσίας. Η συνειδητή παράλειψη και απόκρυψη μιας είδησης θεμελιώδους σημασίας, εάν λάβουμε υπόψη τις μετέπειτα πολιτικές εξελίξεις στην Τουρκία, συνεπάγεται πως ένα μέρος της τοπικής κοινότητας στερείται της απαραίτητης γνώσης όχι μόνο για να διαμορφώσει μία πολιτική κρίση αλλά και να αναλάβει πολιτική δράση.

Καταλήγοντας, η ολιγοπωλιακή συνθήκη συνιστά ένα βασικό φίλτρο επιλογής των ειδήσεων και των διακυβευμάτων που τίθενται στη θεματολογία των μέσων ενημέρωσης, θέτοντας ενδεχομένως σε προτεραιότητα την πολιτική ιδεολογία των ισχυρών ιδιοκτητών τους. Συνεπάγεται πως η συγκέντρωση της ιδιοκτησίας δεν ταυτίζεται αποκλειστικά και μόνο με την οικονομική δύναμη, καθώς αυτή μπορεί να μετατραπεί σε πολιτική δύναμη, αλλά και σε δύναμη γνώμης, εντείνοντας τους προβληματισμούς για την αποδυνάμωση της δημοκρατίας (Meier, 2005). Προκειμένου να διατηρηθεί μια υγιής και ακμάζουσα δημοκρατία, οι πολίτες χρειάζονται πρόσβαση σε μια ποικιλία πληροφοριών και πηγών που προτάσσουν την ισόρροπη

πολιτική εκπροσώπηση, ώστε να διαμορφώνουν απόψεις δίχως την αδικαιολόγητη επιρροή ενός κυρίαρχου παράγοντα που ασκεί την δύναμη της γνώμης (Seipp, Helberger, de Vreese & Ausloos, 2023). Όπως γίνεται κατανοητό, η έννοια της δημοκρατίας δεν εξαντλείται στην απρόσκοπτη πρόσβαση στην επικοινωνία, την αμερόληπτη πληροφόρηση και τη δυνατότητα άρθρωσης πολιτικής φωνής. Η δημοκρατική πολιτική συμμετοχή εξαρτάται ζωτικά από την ύπαρξη των παραπάνω όρων αλλά συμπλέει και με τον περιορισμό του ελέγχου λίγων προνομιούχων ανθρώπων και κυρίαρχων εταιρειών που διαθέτουν εξουσία στο επικοινωνιακό περιβάλλον (Fenton, 2014). Κατά συνέπεια, και ιδίως υπό το τοπίο της σύγχρονης κοινωνικοοικονομικής κρίσης, η επικράτηση μίας συγκεντρωτικής επικοινωνιακής δομής που διαθέτει την ευχέρεια άσκησης ισχυρού ελέγχου ως προς την αντίληψη και πραγμάτωση των πολιτικών διαδικασιών συνδέεται άμεσα με την εξασθένηση της δημοκρατίας.

### **Συμπεράσματα-Συζήτηση**

Παρόλο που η συγκέντρωση της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας δεν αποτελεί ένα νέο φαινόμενο, οι διαστάσεις που λαμβάνει και οι προεκτάσεις που ενέχει για κάθε ιστορική εποχή είναι διαφορετικές. Οι διαδικασίες συγκέντρωσης και συσσώρευσης κεφαλαίου που ξεκίνησαν τη δεκαετία του 1990, οδήγησαν σε αλληπάλληλες συγχωνεύσεις και εξαγορές των επιχειρήσεων του κλάδου ενημέρωσης. Το δόγμα του νεοφιλελευθερισμού που επικρατεί μέχρι και σήμερα, επιτάσσει την απελευθέρωση των αγορών υποκινούμενη από τη λογική μεγιστοποίησης του κέρδους αλλά και μία ιδεολογική στροφή ως προς την εμπορευματοποίηση της ενημέρωσης. Ωστόσο, τα ιδιοκτησιακά πρότυπα των μέσων ενημέρωσης δεν είναι φυσικά και αναπόφευκτα. Προέρχονται από σαφείς πολιτικές ρυθμίσεις ή παραλείψεις αυτών, αναλόγως των συμφερόντων που επιλέγεται να εξυπηρετηθούν. Παράλληλα, η πληθώρα πληροφοριακού περιεχομένου που επέφεραν οι τεχνολογικές εξελίξεις δεν ακολουθήθηκαν από αντίστοιχες αλλαγές στις δομές ιδιοκτησίας των οργανισμών μέσων ενημέρωσης. Αντίθετα, εδραίωσαν το ιδιωτικό ολιγοπώλιο παρεμποδίζοντας την έλευση των νεοεισερχόμενων αλλά και δημιούργησαν νέους διαδικτυακούς κολοσσούς.

Ειδικά μετά την κρίση του 2008, διαφαίνεται πως οι ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης προέρχονται όλο και περισσότερο από οικονομικούς τομείς μη συναφείς με τον κλάδο της ενημέρωσης, επιρρώνοντας το επιχείρημα της επένδυσης σε αυτούς προκειμένου να ασκήσουν οικονομική και πολιτική επιρροή. Οι προνομιακές σχέσεις που δημιουργούνται ευνοούν

αμφίδρομα τους οικονομικούς και πολιτικούς δρώντες, οδηγώντας ωστόσο στη διαπλοκή των συμφερόντων, την έλλειψη διαφάνειας και τη δυσανάλογη άσκηση επιρροής προς το κοινωνικό σύνολο. Σε ένα περιβάλλον συστημικής διαφθοράς, τα μέσα ενημέρωσης καθίστανται αιχμάλωτα, εργαλειοποιούνται για ιδιοτελείς σκοπούς των πόλων εξουσίας και αδυνατούν να επιτελέσουν τον επιτηρητικό τους ρόλο προς εκείνους. Η ολιγοπωλιακή διάρθρωση των μέσων ενημέρωσης με τη συνακόλουθη αθέμιτη αλληλεξάρτηση των οικονομικών και πολιτικών φορέων εξουσίας αφήνει λίγα περιθώρια για τη διατήρηση και άνθιση των δημοκρατικών αξιών. Εν απουσία εναλλακτικών προσεγγίσεων της σύνθετης κοινωνικής πραγματικότητας, το πρόσημο της ενημέρωσης καθίσταται ταξικό αντανακλώντας την ιδεολογία της κυρίαρχης τάξης και διαιωνίζοντας τις ιεραρχικές δομές εξουσίας. Παράλληλα, οι δυνατότητες της ερευνητικής δημοσιογραφίας περιστέλλονται λόγω των αλληλοσυγκρουόμενων συμφερόντων των ομίλων μέσων ενημέρωσης ενώ η ελευθερία διαμόρφωσης της πολιτικής βούλησης περιορίζεται εξαιτίας της προτεραιοποίησης της πολιτικής ατζέντας των ιδιοκτητών. Όμως, ο πλουραλισμός, η ανεξαρτησία των πηγών πληροφόρησης και η αποκομματικοποίηση της οργανωτικής δομής των μέσων ενημέρωσης συνιστούν καίρια στοιχεία για τη δυνατότητα άσκησης συνειδητών πολιτικών επιλογών που αφορούν τη συλλογική ζωή.

Όπως χαρακτηριστικά σημειώνει ο Crouch (2006, σ. 114) «[ο] έλεγχος των πολιτικά σημαντικών ειδήσεων και πληροφοριών, ένας πόρος νευραλγικής σημασίας για την άσκηση των δημοκρατικών δικαιωμάτων του πολίτη, έχει περιέλθει σε μια πολύ μικρή ομάδα πάμπλουτων ατόμων. Και οι πλούσιοι, όσο κι αν ανταγωνίζονται ο ένας τον άλλο, τείνουν να έχουν συγκλίνουσες πολιτικές αντιλήψεις και χρησιμοποιούν τα μέσα που ελέγχουν για να υπερασπίζονται τα συμφέροντά τους». Η συνθήκη του ολιγοπωλίου δύναται να θεωρηθεί ως διαμετρικά αντίθετη προς τη δημοκρατία, δεδομένου ότι παραχωρείται υπέρμετρη δύναμη σε λίγους ανθρώπους που, χωρίς να έχουν περάσει από κάποια δημοκρατική διαδικασία, καλούνται μέσω των συστημάτων ενημέρωσης να αντιπροσωπεύσουν τους πολλούς. Συγχρόνως, δεδομένου ότι οι πολιτικοί και οι οικονομικοί θεσμοί δεν αναπτύσσονται ξεχωριστά, οποιαδήποτε ανάλυση των συσχετισμών τους και του αντίκτυπού τους χρειάζεται να υπερβαίνει αυτή τη διχοτόμηση. Προκειμένου να μειωθούν τα δομικά κίνητρα της διαφθοράς και να αντισταθμιστεί ο αντικατοπτρισμός των κυρίαρχων πολιτικοοικονομικών πεποιθήσεων μέσω των μέσων ενημέρωσης, είναι αναγκαίο να αποφευχθεί η μορφή ιδιοκτησίας που τα δημιουργεί.

Την παρούσα στιγμή στην Ελλάδα, εξακολουθεί να βρίσκεται σε διαβούλευση το Σχέδιο Κώδικα Δεοντολογίας Οπτικοακουστικών και Ραδιοφωνικών Προγραμμάτων που εγκρίθηκε από την Ολομέλεια του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ) το Νοέμβριο του 2022. Μεταξύ των κύριων άρθρων που προξενούν προβληματισμό για την ελεύθερη λειτουργία των μέσων ενημέρωσης βρίσκεται το άρθρο 22 (εδάφιο 3) αναφέροντας ότι «[η] δημοσιογραφική έρευνα δεν πρέπει να υποκαθιστά τις αστυνομικές, ανακριτικές ή άλλες αρμόδιες αρχές». Σε αυτή την περίπτωση, μπορεί να ειπωθεί πως η ερευνητική δημοσιογραφία δέχεται ακόμη ένα πλήγμα ως προς το εύρος των δυνατοτήτων που μπορεί να ασκήσει – όπως για παράδειγμα εάν τίθενται περιορισμοί στην έρευνα για τη δολοφονία του δημοσιογράφου Γιώργου Καραϊβάζ – αλλά γεννάται και μία δυσπιστία ως προς την αμεροληψία των ερευνών εκ μέρους της ελληνικής αστυνομίας έπειτα από μία σειρά υποθέσεων που είτε εμπλεκόταν είτε δεν είχε αντιμετωπίσει αντικειμενικά και σε βάθος (όπως τη δολοφονία του Ζακ Κωστόπουλου). Ωστόσο, αξίζει να σταθούμε και στο άρθρο 33 (εδάφιο 1) που ορίζει πως κατά τη μετάδοση των προγραμμάτων πρέπει να εξασφαλίζεται η πολιτική πολυμέρεια και πολυφωνία, ενώ η ελευθερία των δημοσιογράφων ως προς την επιλογή των άξιων μεταδόσεως ζητημάτων πρέπει να ασκείται με τρόπο ώστε να διασφαλίζεται η αντικειμενική ενημέρωση. Όπως σχολιάζει σχετικά ο Πλειός (2022), δεδομένης της στράτευσης των ελληνικών μέσων ενημέρωσης, η διάταξη αυτή διατηρεί τον περιορισμό της πολυφωνίας καθώς «η ρύθμιση υπέρ της πολυφωνίας δεν εξαρτάται από το αν υπάρχει ή όχι μονοπώλιο στο τεχνολογικό μέσο, αλλά από το αν υπάρχει ή όχι μονοπώλιο στη ιδιοκτησία των μέσων».

Έως σήμερα, ο σχεδιασμός και η διαπραγμάτευση των δημόσιων πολιτικών για το ιδιοκτησιακό καθεστώς των μέσων ενημέρωσης τίθενται όλο και πιο ευνοϊκά προς τους κυρίαρχους επικοινωνιακούς ομίλους αλλά καθίστανται ολοένα και λιγότερο συμβατά με τις προσδοκίες μιας δημοκρατικής κοινωνίας. Ιδιαίτερα υπό το τοπίο των σύγχρονων κοινωνικοπολιτικών και οικονομικών κρίσεων που συντελούνται, η εξισορρόπηση των υφιστάμενων δομικών ασυμμετριών στην επικοινωνιακή δύναμη και η αποσάρθρωση των αλληλοτροφοδοτούμενων σχέσεων εξουσίας στο οικοσύστημα των μέσων ενημέρωσης είναι αναγκαίο να αποτελούν από τα κύρια σημεία εστίασης των υιοθετούμενων πολιτικών ιδιοκτησίας τους αλλά και προς οποιαδήποτε κατεύθυνση ισχυροποίησης της δημοκρατίας.

## Βιβλιογραφία – Πηγές

### Ελληνόγλωσση

- Ευσταθόπουλος, Γ. & Σμυρναίος, Ν. (2019). *Η δημόσια & Ιδιωτική ραδιοτηλεόραση στον 21ο αιώνα: παρελθόν, υφιστάμενη κατάσταση και προοπτικές*. Αθήνα: ΕΝΑ Institute
- Κωνσταντινίδου, Χ. (2003). Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και η παραγωγή νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές β' μέρος. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 111, 193–265. <https://doi.org/10.12681/grsr.9226>
- Λεάνδρος, Ν. (2000). *Πολιτική οικονομία των ΜΜΕ*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Λεάνδρος, Ν. (2013). Τα Μέσα στο επίκεντρο της κρίσης. Τα οικονομικά αποτελέσματα οκτώ μεγάλων επιχειρήσεων. Στο Γ. Πλειός (επιμ.) *Η κρίση και τα ΜΜΕ* (σ. 31-57). Αθήνα: Παπαζήση
- Λεάνδρος, Ν., Παπαδοπούλου, Δ., & Ψύλλα, Μ. (2011). Η 'κρίση' στον Τύπο. Μια θεματική και γλωσσολογική ανάλυση. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 134, 237 – 255. <https://doi.org/10.12681/grsr.37>
- Λιαλιούτη Ζ., & Μπιθυμήτρης Γ. (2013). Κρίση, ηγεμονία και ΜΜΕ: Το παράδειγμα ΣΚΑΪ / Καθημερινής. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 40, 139–173. <https://doi.org/10.12681/hpsa.14562>
- Λυμπεροπούλου, Σ. (2011). *Οικονομικά συγκροτήματα και μέσα μαζικής επικοινωνίας: Επιπτώσεις στη Δημοκρατία* (Διδακτορική Διατριβή). Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη.
- Σεραφετινίδου, Μ. (1989). Προς μία οικονομική χαρτογράφηση των ΜΜΕ. Ο μητροπολιτικός χώρος - Ιούνιος 1989, *Πολίτης*, 102, 53-63.
- Τριανταφύλλου, Σ. (2020). *Τα ΜΜΕ & η Δημοσιογραφία σε μετάβαση: Οι μεταβαλλόμενες συνθήκες εργασίας των δημοσιογράφων στην ψηφιακή εποχή*. Αθήνα: Εκδόσεις Δίσιγμα.
- Χατζικωνσταντίνου, Μ. (2022). Πολιτικός πλουραλισμός και ειδησεογραφική πολυμέρεια. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 41, 106–131. <https://doi.org/10.12681/sas.28139>

Χατζηστεφάνου Α. (2022). *Προπαγάνδα και Παραπληροφόρηση: Πως τις εντοπίζουμε*.  
Αθήνα: Τόπος.

Crouch C. (2006). *Μεταδημοκρατία* (μτφρ. Α. Κιουπκιολής). Αθήνα: Εκκρεμές.

Curran, J. (2002). *Μέσα επικοινωνίας και εξουσία* (επιμ. Σ. Παπαθανασσόπουλος, μτφρ, Κ. Μεταξά). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

McQuail, D. (2003). Η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας για τον 21ο αιώνα (επιμ. Σ. Παπαθανασσόπουλος, μτφρ, Κ. Μεταξά). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

### **Ξενόγλωσση**

Alger, D. E. (1998). *Megamedia: How giant corporations dominate mass media, distort competition, and endanger Democracy*. Maryland, USA: Rowman & Littlefield.

Bagdikian, B. H. (2004). *The New Media Monopoly: A completely revised and updated edition with seven new chapters* (20th ed.). Boston: Beacon Press.

Baker, C. E. (2002). Media concentration: Giving up on Democracy. *Public Law Working Paper 16*, University of Pennsylvania Law School  
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.347342>

Baker, E. C. (2007). *Media concentration and Democracy: Why ownership matters* (1st ed.). Cambridge: Cambridge University Press.

Barnett, S. (2010). What's wrong with media monopolies? A lesson from history and a new approach to media ownership policy. *MEDIA@LSE Electronic Working Papers*, 18, 1–19.

Baum, M. A., & Zhukov, Y. M. (2018). Media ownership and news coverage of international conflict. *Political Communication*, 36(1), 36 – 63. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1483606>

Bibby, A. (2003). *Global Concentration in the Media*. Switzerland: Union Network International (UNI).

Boucas, D., & Iosifidis, P. (2020). Alternative digital journalism in Greece under conditions of austerity. In A. Karatzogianni & A. Veneti (Eds.), *The Emerald Handbook of*

- Digital Media in Greece* (pp. 143 – 158). Bingley: Emerald Publishing Limited  
<https://doi.org/10.1108/978-1-83982-400-520201032>
- Dahlgren, P. (2001). The Transformation of Democracy? In B. Axford & R. Huggins (Eds.), *Media & Politics* (pp. 64-88). London: Sage Publications Ltd  
<https://dx.doi.org/10.4135/9781446218846>
- Dahlgren, P. (2018). *Media, knowledge and trust: The deepening epistemic crisis of democracy. Javnost - The Public*, 25(1-2), 1–9.  
<http://dx.doi.org/10.1080/13183222.2018.1418819>
- De Angelis, A., & Vecchiato, A. (2018). Panem et Circenses: The persuasive effect of soft news in Berlusconi's Italy. *SSRN Electronic Journal*, 1 –45.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3245572>
- Doyle, G. (2015). Why ownership pluralism still matters in a multi-platform world. In P. Valcke, M. Sükösd, & R. Picard (Eds.), *Media pluralism and diversity: Concepts, risks and global trends* (pp. 297–309). Basingstoke: Palgrave MacMillan.  
[https://doi.org/10.1057/9781137304308\\_18](https://doi.org/10.1057/9781137304308_18)
- Dragomir, M. (2017). Control the money, control the media: How government uses funding to keep media in line. *Journalism*, 19(8), 1131–1148.  
<https://doi.org/10.1177/1464884917724621>
- Durante, R., & Knight, B. (2012). Partisan control, media bias, and viewer responses: evidence from Berlusconi's Italy. *Journal of the European Economic Association*, 10(3), 451–481. <https://doi.org/10.1111/j.1542-4774.2011.01060.x>
- Durante, R., Pinotti, P., & Tesei, A. (2019). The Political Legacy of Entertainment TV. *American Economic Review*, 109(7), 2497–2530.  
<https://doi.org/10.1257/aer.20150958>
- Fenton, N. (2011). Deregulation or democracy? New media, news, neoliberalism and the public interest, *Continuum*, 25(1), 63-72.  
<http://dx.doi.org/10.1080/10304312.2011.539159>
- Fenton, N. (2014). Defending whose Democracy?: Media freedom and media power. *Nordicom Review*, 35, 31-43.

- Freedman., D. (2014) Metrics, models and the meaning of media ownership. *International Journal of Cultural Policy*, 20(2), 170 – 185.  
<https://doi.org/10.1080/10286632.2012.752821>
- Gershon, R. A., & Alhassan, A. D. (2004). *AOL Time Warner & WorldCom Inc. Corporate Governance and Diffusion of Authority*. 6th World Media Economics Conference. Montreal, Canada, May 12-15.
- Grossman, G., Margalit, Y. & Mitts, T. (2021). How the Ultrarich Use Media Ownership as a Political Investment, *The Journal of Politics*, 84(4), 1 – 35.
- Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J. & Woollacott, J. (1982). *Culture, Society and the Media* (1st ed.). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203978092>
- Hallin, D. C., & Papathanassopoulos. S. (2002). Political clientelism and the media: Southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media Culture Society*, 24(2), 175–195. <https://doi.org/10.1177/016344370202400202>
- Haraszti, M. (2005). *Visit to Italy: The Gasparri Law*. Vienna: Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE).
- Herman, E. S., & McChesney, R.W. (1997). *The Global Media: The new missionaries of corporate capitalism*. London: Cassell.
- Herman, E.S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The political economy of the mass media*. New York: Pantheon.
- Ilan, J. (2012). *Picturing the world's news: News photography, cultural production, Thomson Reuters and the international process of news making* (Thesis). University of Westminster, London
- Iosifidis, P. (2010). Pluralism and concentration of media ownership: Measurement issues. *Javnost*, 17(3), 5–21. <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/1857/>
- Iosifidis, P., & Boucas, D. (2015). *Media policy and independent journalism in Greece*. London: Open Society Foundations.
- Kaitatzi-Whitlock, S. (1996). Pluralism and media concentration in Europe: media policy as industrial policy. *European Journal of Communication*, 11(4), 453–483.



- Kakabadse, A. P., & Kakabadse, N. (2022). Strengthening the Democratic Project: Information as the Foundation of the Fourth Estate. *Open Journal of Political Science*, 12, 232-255. <https://doi.org/10.4236/ojps.2022.122015>
- Karppinen, K. (2009). Rethinking media pluralism and communicative abundance. *McGannon Center Research Resources*, 2, 1-27. [https://fordham.bepress.com/mcgannon\\_research/2](https://fordham.bepress.com/mcgannon_research/2)
- Kuyucu, M. (2018). From monopoly to oligopoly: An update about the “monopolization” discussions in the Turkish media. In H. Arapgirlioğlu, A. Atık, S. Hızıroğlu, R. Elliot, & D. Atık (Eds), *The Most Recent Studies in Science and Art Volume 2* (pp.1401-1418). Ankara: Gece Publishing.
- Lazarsfeld, P., & Merton, R. (2004 [1948]). Mass communication, popular taste and organized social action. In J.D. Peters, & P. Simonson (Eds.), *Mass communication and American social thought: key texts, 1919–1968* (pp. 230–242). Lanham, MD: Rowman & Littlefield
- Mancini, P. (2012). Instrumentalization of the media vs. political parallelism. *Chinese Journal of Communication*, 5(3), 262–280. <https://doi.org/10.1080/17544750.2012.701415>
- Mancini, P. (2018). “Assassination Campaigns”: Corruption scandals and news media instrumentalization. *International Journal of Communication*, 12, 3067–3086.
- Mariotti, C. (2011). Berlusconiism: Some empirical research. *Bulletin of Italian Politics*, 3(1), 35-57.
- McChesney, R. W. (1999). Oligopoly: The big media game has fewer and fewer players. *The Progressive*. <https://www.lehigh.edu/~jl0d/J246-02/oligopoly.html>
- McChesney, R. W. (2001). Global media, neoliberalism, and imperialism, *Monthly Review*, 52(10), 1 – 19. [https://doi.org/10.14452/MR-052-10-2001-03\\_1](https://doi.org/10.14452/MR-052-10-2001-03_1)
- Media Freedom Rapid Response (MFRR). (2021). *Controlling the message: challenges for independent reporting in Greece*. Liepszig: European Centre for Press and Media Freedom (ECPMF).
- Meier, W. A. (2005). Media concentration governance: une nouvelle plate-forme pour débattre des risques? *Reseaux*, 131(3), 17-52.

- Meier, W. A., & Trappel, J. (2003). Media concentration and the public interest. In D. McQuail & K. Suane (Eds), *Media policy: Convergence, concentration and commerce* (pp. 38 – 59) London: Sage Publications Ltd  
<https://dx.doi.org/10.4135/9781446250358>
- Mungiu-Pippidi, A. (2008). How media and politics shape each other in the New Europe. In K. Jakubowicz & Sükösd M. (Eds), *Finding the right place on the map: Central and Eastern European media change in a global perspective* (pp. 87–100). Bristol: Intellect Ltd.
- Mungiu-Pippidi, A. (2012). Freedom without impartiality. The vicious circle of media capture. In P. Gross & K. Jakubowicz (Eds), *Media Transformations in the Post-Communist World: Eastern Europe's Tortured Path to Change* (pp.33-48). Lanham, MD: Lexington Books.
- Murdock, J. (1982). Large corporations and the control of the communications industries. In M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, & J. Woollacott (Eds.), *Culture, Society and the Media* (1st ed.) (pp.114 – 147). London: Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203978092>
- Nelson, M. M. (2017). What is to be done? Options for combating the menace of media capture. In A. Schiffrin (Ed.), *In the service of power: Media capture and the threat to democracy* (pp. 143– 162). Washington, DC: National Endowment for Democracy.
- Nielsen, R. K. (2017). Media capture in the digital age. In A. Schiffrin (Ed.), *In the service of power: Media capture and the threat to democracy* (pp. 33– 41). Washington, DC: National Endowment for Democracy.
- Noam, E. M. (2016). *Who owns the world's media?: Media concentration and ownership around the world*. Oxford: Oxford University Press.
- Papathanassopoulos, S. (2020). The Media. In K. Featherstone & D. A. Sotiropoulos (Eds), *The Oxford Handbook of Modern Greek Politics* (pp. 412–424). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198825104.013.26>
- Papathanassopoulos, S., Karadimitriou, A., Kostopoulos, C., & Archontaki, I. (2021). Greece: Media concentration and independent journalism between austerity and digital disruption. In J. Trappel, & T. Tomaz (Eds.), *The Media for Democracy Monitor*

- 2021: *How leading news media survive digital transformation Vol 2* (pp. 177–231). Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855428-5>
- Parcu, P. L. (2020). New digital threats to media pluralism in the information age. *Competition and Regulation in Network Industries*, 21(2), 91–109. <https://doi.org/10.1177/1783591719886101>
- Parenti, M. (1997). Methods of Media Manipulation. *Humanist*, 57(4), 5–7.
- Pickard, V. (2020). Restructuring Democratic Infrastructures: A policy approach to the journalism crisis. *Digital Journalism*, 8(6), 704-719 [10.1080/21670811.2020.1733433](https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1733433)
- Psychogiopoulou E., Kandyla A., & Anagnostou D. (2014). Journalists’ self-regulation in Greece. In E. Psychogiopoulou (Ed.), *Media policies revisited* (pp. 220–233). London: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137337849\\_16](https://doi.org/10.1057/9781137337849_16)
- Ragnedda, M. (2014). Censorship and media ownership in Italy in the era of Berlusconi. *Global Media Journal*, 9(1), 13–26. <http://nrl.northumbria.ac.uk/30153/>
- Ragnedda, M., & Muschert, W. G. (2011). The political use of fear and news reporting in Italy: The case of Berlusconi’s media control. *Journal of Communications Research*, 2(1), 43–54.
- Safety of Journalists Platform (2021). *Wanted! Real action for media freedom in Europe*. Strasbourg: Council of Europe.
- Schiffirin, A. (2017). Introduction. In A. Schiffirin (Ed.), *In the service of power: Media capture and the threat to democracy* (pp. 1– 8). Washington, DC: National Endowment for Democracy.
- Schiffirin, A. (2018). Introduction to special issue on media capture. *Journalism*, 19(8), 1033–1042. <https://doi.org/10.1177/1464884917725167>
- Seipp, T. J., Helberger, N., De Vreese, C. H., & Ausloos, J. (2023). Dealing with Opinion Power in the Platform World: Why We Really Have to Rethink Media Concentration Law. *Digital Journalism*, 1–26. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2161924>
- Sotiropoulos, D. A. (2020). *Corruption and anti-corruption in today’s Greece: Policy paper #46/2020*. Athens: ELIAMEP.

- Splichal, S. (2006). Manufacturing the (In)visible: Power to communicate, power to silence. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 3(2), 95–115.  
<https://doi.org/10.1080/14791420600632974>
- Stengrim, L.A. (2006). Negotiating postmodern democracy, political activism, and knowledge production: Indymedia's grassroots and e-savvy answer to media oligopoly. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 2(4), 281-304.  
<https://doi.org/10.1080/14791420500332527>
- Stetka, V. (2012). From multinationals to business tycoons: Media ownership and journalistic autonomy in Central and Eastern Europe. *The International Journal of Press/Politics*, 17(4), 433–456. <https://doi.org/10.1177/1940161212452449>
- Stiglitz, J. E. (2017). Toward a taxonomy of media capture. In A. Schiffrin (Ed.), *In the service of power: Media capture and the threat to democracy* (pp. 9-17). Washington, DC: National Endowment for Democracy.
- Streeter, T. (1996). *Selling the air: a critique of the policy of commercial broadcasting in the United States*. Chicago: University of Chicago Press.
- Trappel, J., & Meier, W. A. (2022). Soaring media ownership concentration: Comparing the effects of digitalisation on media pluralism and diversity. In J. Trappel, & T. Tomaz (Eds.), *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021* (pp.147–164). Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855589-7>
- Trappel, J., & Nieminen, H. (2018). Media and Democracy: A couple walking hand in hand?. In L. d'Haenaens, H. Sousa, & J. Trappel, *Comparative media policy, regulation and governance in Europe* (pp.187 – 206). Bristol: Intellect Ltd.
- Tunstall, J. (1986). *Communications deregulation: The unleashing of America's communications industry*. Oxford: Basil Blackwell.
- Tunstall, J., & Palmer, M. (1991). *Media Moguls*. London: Routledge.
- Veneti, A., & Karadimitriou, A. (2013). Policy and regulation in the media landscape: The Greek paradigm concentration of media ownership versus the right to information. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 1(3), 439–458.

- Warf, B. (2007). Oligopolization of global media and telecommunications and its implications for democracy. *Ethics, Place & Environment*, 10(1), 89–105.  
<https://doi.org/10.1080/13668790601153465>
- Wen, Y. (2021). The political and economic impact of media ownership structures and concentration on global communication. *Butler Journal of Undergraduate Research*, 7(15), 214 – 225.
- Winseck, D. (2008). The state of media ownership and media markets: Competition or concentration and why should we care?. *Sociology Compass*, 2(1), 34 – 47.  
<https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2007.00061.x>

## Πηγές

### Α΄ Νόμοι

N. 3592/2007 (ΦΕΚ 161/Α/2007) «Συγκέντρωση και αδειοδότηση Επιχειρήσεων Μέσων Ενημέρωσης και άλλες διατάξεις»

### Β΄ Ηλεκτρονικές πηγές

- Benvido, Z. G. (2019). ΜΜΕ και Δημοκρατία υπό τον Bolsonaro: Ένας Trump των Τροπικών. *Επίκαιρα: Θέματα συνταγματικού Δικαίου*, 84. Ανακτήθηκε 15.01.23 από <https://www.cecl.gr/wp-content/uploads/2019/03/issue-84.pdf>
- Czech media analysis (n.d). *Chinfluence*. Ανακτήθηκε 12.01.23 από <https://www.chinfluence.eu/media-analysis/>
- Erickson, H. L. (n.d.). National Broadcasting Co., Inc., *Britannica*. Ανακτήθηκε 15.01.23 από <https://www.britannica.com/topic/National-Broadcasting-Co-Inc>
- ΕΣΡ (χ.χ.). Σχέδιο Κώδικα Δεοντολογίας Οπτικοακουστικών και Ραδιοφωνικών Προγραμμάτων. Ανακτήθηκε 30.12.22 από [https://www.esr.gr/wp-content/uploads/esr\\_sxedio\\_kodika\\_program.pdf](https://www.esr.gr/wp-content/uploads/esr_sxedio_kodika_program.pdf)
- Ingram, M. (2018). Did The Washington Post pull its punches on Amazon and USPS?. *Columbia Journalism Review*, December 10. Ανακτήθηκε 25.01.23 από [https://www.cjr.org/the\\_new\\_gatekeepers/washington-post-bezos-amazon.php](https://www.cjr.org/the_new_gatekeepers/washington-post-bezos-amazon.php)

- Marcus, L. (2005). ITV History: The Battle for Independent Television. *Teletronic: The television history site*. Ανακτήθηκε 12.01.23 από [https://www.teletronic.co.uk/pages/history\\_of\\_itv.html](https://www.teletronic.co.uk/pages/history_of_itv.html)
- Murdoch, R. (2009). «The future of journalism is more promising than ever», speech to the Federal Trade Commission, *Pressgazette*, 3 December. Ανακτήθηκε 13.01.23 από <https://pressgazette.co.uk/publishers/nationals/rupert-murdoch-the-future-of-journalism-is-more-promising-than-ever/>
- Nevradakis, (2013). The Shutdown of ERT and Greece's Media Landscape: A Modern-Day Wild Wild West. *Truthout*, August 24. Ανακτήθηκε 25.01.23 από <https://truthout.org/articles/the-shutdown-of-ert-and-greeces-media-landscape-a-modern-day-wild-wild-west/>
- Πλειός, Γ. (2022). Ενας προβληματικός κώδικας δεοντολογίας, *Εφημερίδα των Συντακτών*, 24 Δεκεμβρίου. Ανακτήθηκε 30.12.22 από [https://www.efsyn.gr/tehnas/media/372175\\_enas-problimatikos-kodikas-deontologias](https://www.efsyn.gr/tehnas/media/372175_enas-problimatikos-kodikas-deontologias)
- Σμυρναίος, Ν. (2007). Σύντομη κριτική ανάλυση του νέου νομοσχεδίου για τα ΜΜΕ, *Ephemeron*, 23 Ιουνίου. Ανακτήθηκε 24.12.22 από <http://ephemeron.eu/68>.
- Σμυρναίος, Ν. (2016). Το χρονικό της νομοθεσίας περί βασικού μετόχου στα ΜΜΕ, *Ephemeron*, 18 Ιανουαρίου. Ανακτήθηκε 24.12.22 από <http://ephemeron.eu/1779>
- Tucker, P (2018). Is the Washington Post Soft on Amazon?. *CounterPunch*, May, 25. Ανακτήθηκε 23.01.23 από <https://www.counterpunch.org/2018/05/25/is-the-washington-post-soft-on-amazon/>
- The Press Project (2020). Λιγότερο από το 1% στον αντιπολιτευόμενο Τύπο για το «Μένουμε Σπίτι», 6 Ιουλίου. Ανακτήθηκε 25.01.23 από <https://thepressproject.gr/ligotero-apo-to-1-ston-antipolitevomeno-typo-gia-to-menoume-spiti/>
- Vouliwatch (2022). Παρέμβαση - κόλαφος του International Press Institute κατά της Εθνικής Αρχής Διαφάνειας, 22 Ιουνίου. Ανακτήθηκε 25.01.23 από <https://vouliwatch.gr/actions/article/paremvasi-kolafos-ipi-ead>