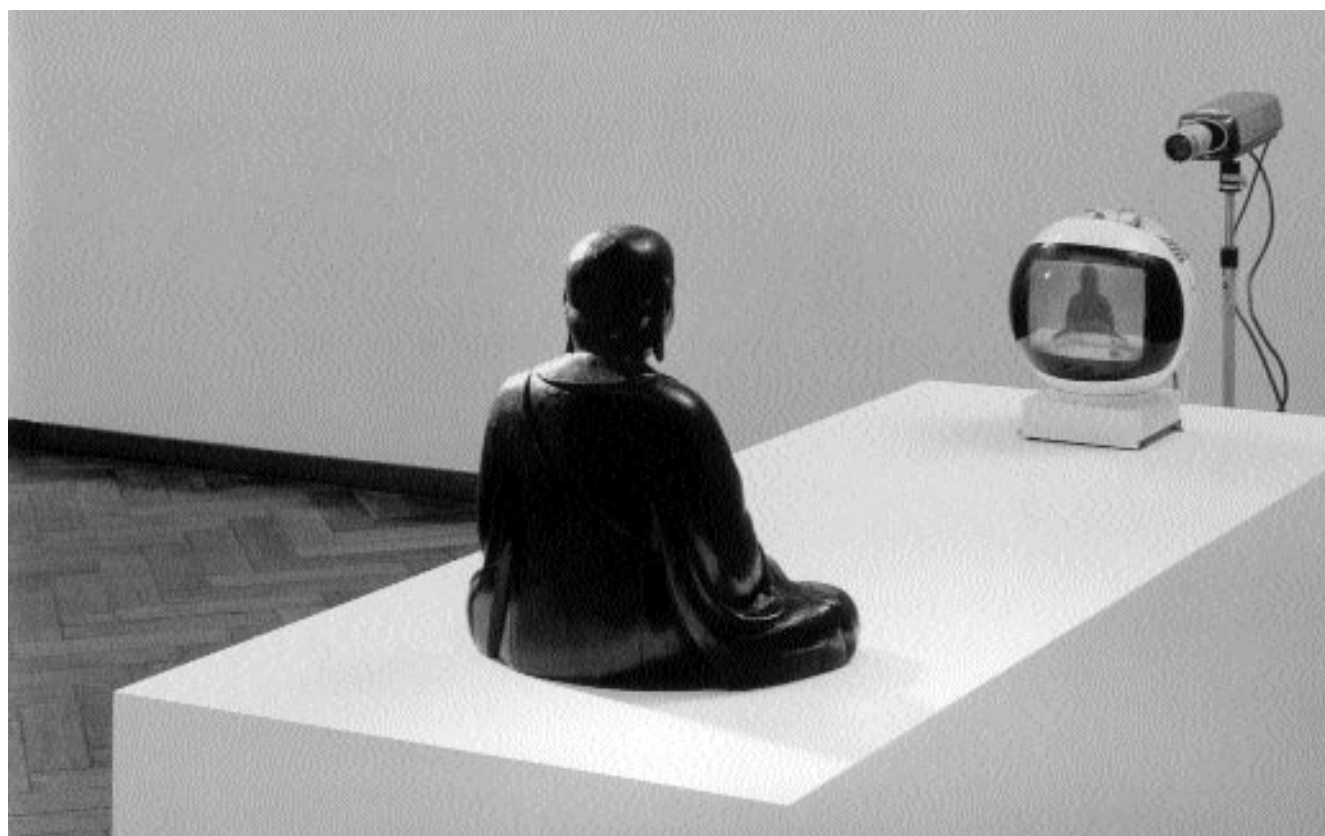


Η ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: ΜΙΑ ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΡΕΙΑΣ ΤΗΣ ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΕΙΚΟΣΑΕΤΙΑ ΔΙΕΘΝΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΣΤΕΛΙΟΣ ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ



ΤΙΣ ΤΕΛΕΥΤΑΙΕΣ ΔΥΟ ΔΕΚΑΕΤΙΕΣ, η έρευνα για τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ) αναπτύχθηκε σταδιακά σε πολλές χώρες της Ευρώπης, εν πολλοίς οφειλόμενη στη θεαματική επέκταση και αναδιάταξη των ΜΜΕ, και καταγράφεται από την αντίστοιχη ποσοτική αύξηση του αριθμού των πανεπιστημιακών τμημάτων, των συνεδρίων, των συναφών επιστημονικών επιθεωρήσεων, βιβλίων και ερευνών. Ωστόσο, θα ήταν επισφαλές να ισχυριστεί κανείς ότι η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας ακόμα και στις αρχές του εικοστού πρώτου αιώνα αποτελεί ένα ενιαίο και αυτόνομο επιστημονικό πεδίο, παρά το διαρκώς αυξανόμενο όγκο των μελετών που προσπαθούν να διερευνήσουν και να αναλύσουν τις εξελίξεις του σύγχρονου επικοινωνιακού περιβάλλοντος.

Ένα βασικό στοιχείο, όπως αναφέρει ο Denis McQuail, είναι η πρόσφατη τάση των μελετητών της μαζικής επικοινωνίας να αποδεσμεύονται από τις «παραδοσιακές» θεωρητικές αγκυλώσεις ανάμεσα στο «κυρίαρχο» και το «εναλλακτικό» παράδειγμα, και σταδιακά να αναδύεται ένα νέο παράδειγμα, το οποίο προέρχεται από τη σύγκλιση των δύο.¹ Βεβαίως, η τάση αυτή οφείλεται στα νέα δεδομένα του επικοινωνιακού περιβάλλοντος, τα οποία με τη σειρά τους οδηγούν τους μελετητές να επανεξετάσουν

και να επανεκτιμήσουν τα θεωρητικά μοντέλα που συνήθως χρησιμοποιούσαν και στηρίζονταν στο παρελθόν.

Στο παρόν κείμενο δεν φιλοδοξώ να προσφέρω μια πλήρη θεώρηση των εξελίξεων στη σύγχρονη θεωρία της μαζικής επικοινωνίας, ούτε βέβαια να προτείνω λύσεις στις αντικρουόμενες θεωρητικές προσεγγίσεις που αφορούν στη φύση, τα όρια, τη σύγχρονη κατάσταση ή τις μελλοντικές κατευθύνσεις του κλάδου. Το μεγαλύτερο μέρος αυτού του κειμένου προσπαθεί να καταγράψει κάποια, κατά τη γνώμη μου, σημαντικά χαρακτηριστικά και τάσεις της υπάρχουσας θεωρίας, όπως αυτά αναδύονται μέσα από την πρόσφατη, κυρίως αγγλόφωνη, βιβλιογραφία στο πεδίο της επικοινωνιακής έρευνας και να προβούν σε μια σύντομη καταγραφή της ελληνικής περίπτωσης.

Μια αποτίμηση της επικοινωνιακής θεωρίας και έρευνας

Αποτιμώντας τη σύγχρονη θεωρία της επικοινωνίας, ο Denis McQuail παρατηρεί ότι στην καλύτερη περίπτωση, η θεωρία αυτή μόλις και μπορεί να σημαίνει κάτι περισσότερο από «την υποβολή ερωτημάτων καθώς και την έκθεση μερικών εμπειρικών γενικεύσεων που βασίζονται σ' ένα σύνολο αποσπασματικών παρατηρήσεων, οι οποίες δεν είναι πλήρως αντιπροσωπευτικές».² Επιπλέον, η Shoemaker επισημαίνει ότι ελάχιστες προσπάθειες έχουν πραγματοποιηθεί που θα συνέβαλλαν στην ανάπτυξη κάποιας ενιαίας θεωρίας στην επικοινωνία.³ Είτε κάποιος συμφωνεί ή διαφωνεί με αυτό, είναι γεγονός ότι η θεωρητική προσέγγιση της μαζικής επικοινωνίας συνεχίζει να διακατέχεται από μια τάση ασυνέχειας, όσον αφορά στη συγκρότησή της σ' ένα ενιαίο πεδίο έρευνας και θεωρίας.

Κατ' επέκτασιν, ένα βασικό χαρακτηριστικό της θεωρίας της μαζικής επικοινωνίας είναι ο διεπιστημονικός της χαρακτήρας, με αποτέλεσμα πολλά πορίσματα των ερευνών να επικαλούνται διάφορα πεδία της κοινωνικής θεωρίας.⁴ Τούτο οφείλεται και στο γεγονός ότι το ίδιο το περιβάλλον της μαζικής επικοινωνίας είναι όχι μόνον πολύπλευρο και πολυδιάστατο, αλλά λόγω της φύσης του υπόκειται σε συνεχή μεταβολή, ιδίως υπό το βάρος των τεχνολογικών εξελίξεων.

Άλλωστε, ελάχιστοι μελετητές του πεδίου θεωρούν ότι υπάρχει μια ενιαία συνεκτική θεωρία της μαζικής επικοινωνίας,⁵ η οποία περιγράφει όχι μόνον τα βασικά γνωρίσματα της μαζικής επικοινωνίας, αλλά και παράλληλα να εστιάζεται σε παγιωμένες απόψεις ή μεθόδους, αδιαφορώντας για τις ευρύτερες κοινωνικές και πολιτισμικές εξελίξεις.⁶ Εν πάση περιπτώσει, η ύπαρξη μιας ενιαίας και αυστηρής θεωρίας είναι μάλλον απίθανο να τύχει ευρείας αποδοχής στο εγγύς μέλλον. Άλλωστε στις μέρες μας, όπως επισημαίνουν οι Crowley και Mitchell, οι τάσεις για ολιστικές θεωρίες έχουν μάλλον αποδυναμωθεί.⁷

Αντιθέτως, τα τελευταία χρόνια στο θεωρητικό επίπεδο της μαζικής επικοινωνίας, αυτό που επικρατεί είναι μια τάση κατακερματισμού και εξειδίκευσης παρά σύγκλισης.⁸ Αυτή η κατάσταση αντανακλά εν μέρει την τάση εξειδίκευσης στο χώρο των κοινωνικών επιστημών και εν μέρει οφείλεται στο γεγονός ότι στις μέρες μας και άλλοι τομείς της κοινωνικής θεωρίας (και όχι μόνον) ανακαλύπτουν τη μαζική επικοινωνία με αποτέλεσμα να καταγράφονται αντεγκλήσεις.⁹

Σε δύο αφιερώματα που είχε εκδώσει η επιθεώρηση *Journal*

of Communication το 1983 με θέμα «Ζυμώσεις στο Πεδίο» (Ferment in the Field), καθώς και η έκδοση δύο τόμων το 1989 από τη Διεθνή Ένωση των Επικοινωνιών με τίτλο «Επανεξετάζοντας την Επικοινωνία» (Rethinking Communication)¹⁰ καταγράφεται μια αύξηση των διαφορετικών θέσεων, τόσο θεωρητικών όσο και μεθοδολογικών, όσον αφορά στη διερεύνηση των επικοινωνιακών φαινομένων. Η διαφοροποίηση ή εξειδίκευση δεν είναι βεβαίως επιζήμια εξέλιξη για τον χώρο. Εκτός από το γεγονός ότι η ίδια η φύση της μαζικής επικοινωνίας απαιτεί μια διεπιστημονική προσέγγιση, η τάση εξειδίκευσης θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξή του. Άλλωστε, όπως έχει επισημάνει ο Swanson, βασικό στοιχείο για την ποιότητα της έρευνας και της εκπαίδευσης είναι να υπάρχει ένα υψηλό επίπεδο διαφοροποίησης.¹¹ Μελετητές, όπως οι Kanooi και Gurevitch, υποστηρίζουν ότι η εποχή των αυστηρών ορίων των επιστημονικών κλάδων έχει παρέλθει. Η αντίληψη του δεκάτου ενάτου αιώνα περί ενιαίων επιστημονικών κλάδων δεν τυγχάνει στις μέρες μας της συναίνεσης που είχε παλαιότερα.¹² Όπως ο Peters σημειώνει: «σήμερα εξηγούμε το τι κάνουμε, όχι με αναφορά στο δικό μας επιστημονικό κλάδο, αλλά με αναφορά στο αντικείμενο έρευνας με το οποίο απασχολούμαστε».¹³ Θα πρέπει, επίσης, να σημειωθεί ότι η διεπιστημονικότητα αυτή δεν περιορίζεται στις πρωτοβουλίες των μελετητών της μαζικής επικοινωνίας. Όταν οι ερευνητές από άλλα πεδία αναγνώρισαν τη δυναμική της μαζικής επικοινωνίας σε σχεδόν κάθε πλευρά της καθημερινής ζωής, άρχισαν να αντλούν ιδέες από τις μελέτες των ερευνητών της μαζικής επικοινωνίας.¹⁴

Ωστόσο μελετητές έχουν εκφράσει την ανησυχία τους όσον αφορά στις ενδεχόμενες αρνητικές επιπτώσεις στην εξέλιξη του τομέα λόγω της αυξανόμενης εξειδίκευσης. Αυτό που κυρίως φαίνεται να απασχολεί τους υπέρμαχους μιας ενιαίας επικοινωνιακής θεωρίας είναι ότι η τάση για διαφορετικές και αποκλίνουσες θέσεις στην ουσία οδηγεί στην απομόνωση αντί στη συνεργασία των ερευνητών.¹⁵ Ο θεωρητικός πλουραλισμός δεν υπονοεί κατ' ανάγκην διάσπαση, αλλά παράλληλα δεν την αποκλείει σε μακροπρόθεσμο επίπεδο. Αν και οι διαφορετικές οπτικές μπορούν να συνεισφέρουν σε μια πιο πλήρη κατανόηση των επικοινωνιακών φαινομένων, καμία από αυτές δεν μπορεί να ισχυριστεί ότι έχει προσφέρει μια ολοκληρωμένη εικόνα αυτού του πολύπλευρου φαινομένου.

Πλουραλιστική προσέγγιση εναντίον κριτικής θεωρίας

Καθώς η έρευνα για τη μαζική επικοινωνία άρχισε να αναπτύσσεται στην Ευρώπη την τελευταία εικοσιπενταετία, μια βασική τάση των Ευρωπαίων, κυρίως Βρετανών, μελετητών ήταν να διαφοροποιηθούν από τις θεωρήσεις των Αμερικανών συναδέλφων τους, πράγμα που σε τελική ανάλυση αντανακλά την παραδοσιακή αντίθεση ανάμεσα στην πλουραλιστική φιλελεύθερη και την κριτική προσέγγιση στις κοινωνικές επιστήμες. Εδώ αναφέρονται κυρίως στους Βρετανούς μελετητές, καθώς η θεωρία και η έρευνα της μαζικής επικοινωνίας έως τα μέσα σχεδόν της δεκαετίας του 1980 αποτελούσε στην πράξη αποκλειστική ενασχόληση των Βρετανών επικοινωνιολόγων, με κάποιες εξαιρέσεις από τη Σκανδιναβία (Rosengren, Nordenstreng, Varis, van Guilenburg) και τη Γαλλία (Balle, Albert, Wolton), όπως κατα-

γράφεται από τη συχνότητα των δημοσιεύσεων στις αγγλόφωνες τουλάχιστον επιθεωρήσεις για τα ΜΜΕ.¹⁶ Για τους Βρετανούς μελετητές, οι Αμερικανοί συνάδελφοί τους είχαν ως επί το πλείστον επικεντρωθεί σε ποσοτικές έρευνες για το κοινό, την κατανάλωση, τη χρήση και τις επιδράσεις των ΜΜΕ, αντί στο ρόλο που παίζουν τα Μέσα στην κοινωνία. Αυτή η στάση συνδέεται με τη γενικότερη αντιμετώπιση των Ευρωπαίων μελετητών στις ποσοτικές έρευνες των Αμερικανών και στην αναβίωση του ενδιαφέροντος των Ευρωπαίων στη μαρξιστική θεωρία, καθώς και σε άλλες σχολές σκέψης όπως η σημειολογία, ο στρουκτουραλισμός, η θεωρία της αλληλόδρασης, η κοινωνιογλωσσολογία και βεβαίως οι πολιτισμικές σπουδές.

Ο Βρετανός επικοινωνιολόγος James Curran¹⁷ θεωρεί ότι δύο συλλογικοί τόμοι, «Μαζική Επικοινωνία και Κοινωνία» (Mass Communication and Society) και «Πολιτισμός, Κοινωνία και τα ΜΜΕ» (Culture, Society and the Media), οι οποίοι εκδόθηκαν αντίστοιχα το 1977 και 1982 –αν και στην πράξη τα κείμενα και των δύο τόμων γράφτηκαν το 1976– προσφέρουν ένα χρήσιμο οδηγό όσον αφορά την ιστορική εξέλιξη της επικοινωνιακής έρευνας.¹⁸ Κι αυτό γιατί και τα δύο βιβλία είχαν δομηθεί με άξονα την αντιπαράθεση που επικρατούσε πριν από τρεις δεκαετίες ανάμεσα στις πλουραλιστικές και τις μαρξιστικές/κριτικές οπτικές για τα ΜΜΕ. Ενώ η πλουραλιστική προσέγγιση θεωρούσε ότι η κοινωνία αποτελείται από ένα πεδίο στο οποίο δρούσαν ανταγωνιστικές ομάδες και συμφέροντα, χωρίς κανένα από αυτά να μπορεί να υπερισχύει διαρκώς, η μαρξιστική/κριτική προσέγγιση εκλάμβανε την καπιταλιστική κοινωνία ως μια κοινωνία ταξικής υπεροχής και τα ΜΜΕ να αποτελούν μέρος μιας ιδεολογικής αντιπαράθεσης με έντονο ταξικό προσανατολισμό.

Στην πλουραλιστική προσέγγιση οι επικοινωνιακοί/δημοσιογραφικοί οργανισμοί εκλαμβάνονται ως θεσμοί που απολαμβάνουν ένα σημαντικό βαθμό αυτονομίας από την πολιτεία, τα πολιτικά κόμματα και τις θεσμοποιημένες ομάδες πίεσης και συμφερόντων. Παράλληλα, θεωρούσε ότι ο έλεγχος των Μέσων βρίσκεται στα χέρια μιας αυτόνομης ελίτ διευθυντικών στελεχών, η οποία επιτρέπει ένα σημαντικό βαθμό ευελιξίας στους επαγγελματίες των Μέσων. Παράλληλα, το κοινό θεωρείται ότι είναι ικανό να αποκωδικοποιεί τα μηνύματα των Μέσων με πολυποικίλους τρόπους σύμφωνα με τις δικές του ανάγκες και προδιαθέσεις.¹⁹ Αντίθετα, στη μαρξιστική οπτική, ο έλεγχος των ΜΜΕ συγκεντρώνεται όλο και περισσότερο στο μονοπωλιακό κεφάλαιο. Οι επαγγελματίες των Μαζικών Μέσων, ενώ έχουν την αυταπάτη της αυτονομίας, κοινωνικοποιούνται μέσα στους κανόνες της κυρίαρχης κουλτούρας και εν τέλει την ενσωματώνουν. Παράλληλα, τα Μέσα προβάλλουν ερμηνευτικά πλαίσια σύμφωνα με τα συμφέροντα της κυρίαρχης τάξης. Το δε κοινό των Μέσων, ενώ μερικές φορές διαπραγματεύεται και αμφισβητεί αυτά τα πλαίσια, δεν έχει άμεση πρόσβαση σε εναλλακτικά ερμηνευτικά σχήματα που θα του πρόσφεραν τη δυνατότητα να απορρίπτει τους ορισμούς που προβάλλουν τα Μέσα.

Στην πράξη οι επιμελητές των βιβλίων αυτών, προβάλλοντας δύο αντίθετες προσεγγίσεις, είχαν στόχο να προτείνουν μια διαφορετική οπτική σε σχέση με αυτήν της αμερικανικής επικοινωνιακής έρευνας, η οποία, όπως ομολογεί ο Curran, τους φαινόταν ότι διακατέχονταν από μια στείρα συναίνεση στο

πλαίσιο της πλουραλιστικής προσέγγισης και αναζητούσαν να προτάξουν έναν ευρωπαϊκό τρόπο σκέψης όσον αφορά στα Μαζικά Μέσα.²⁰ Όμως, η ευρωπαϊκή επικοινωνιακή προσέγγιση στην πράξη ταυτίστηκε από μια εμμονή της στις μελέτες του πολιτισμού και μια, αν θα μπορούσε να ειπωθεί, αντιπάθεια στις πλουραλιστικές προσεγγίσεις. Ακόμα και στην περίπτωση που υιοθετήθηκαν μάλλον ποσοτικές καταγραφές για την εξαγωγή των συμπερασμάτων, όπως αυτή της Ομάδος για την Έρευνα των ΜΜΕ του Πανεπιστημίου της Γλασκόβης, η βασική τους θέση ήταν ότι και τα κρατικά ραδιοτηλεοπτικά μέσα αποτελούσαν, σε τελική ανάλυση, φορείς των συμφερόντων της κυρίαρχης τάξης, παρά πρόσφεραν μια αντικειμενική καταγραφή των σημαντικών πολιτικών γεγονότων και αντιπαραθέσεων.²¹ Μπορεί τα πορίσματα των ερευνών της Γλασκόβης να προκάλεσαν την οργή των επαγγελματιών, αλλά η πλουραλιστική προσέγγιση ουδέποτε στην πράξη τα αμφισβήτησε.²²

Μια σειρά άλλων μελετών αναφερόταν στο διαστρεβλωτικό τρόπο με τον οποίο παρουσιάζονταν από τα Μέσα Ενημέρωσης οι πολιτικές διαδηλώσεις, οι συμμαχίες ανηλίκων, οι ναρκομανείς, οι ληστές, οι συνδικαλιστές, οι χούλιγκαν των γηπέδων και οι ομοφυλόφιλοι. Οι μελέτες αυτές θεωρούσαν ότι η κοινωνική πραγματικότητα, όπως παρουσιάζονταν από τα Μέσα Ενημέρωσης, αντανάκλωνε την κουλτούρα της κυρίαρχης τάξης²³, δηλαδή, τα Μέσα παρουσίαζαν ή πρόβαλλαν μια πραγματικότητα (αν όχι τη διαστρεβλώναν), η οποία λίγο πολύ εξυπηρετούσε τα συμφέροντα της άρχουσας τάξης. Έτσι, η τελευταία διαμέσου των Μέσων είχε ανακαλύψει έναν αποτελεσματικό τρόπο να επιβάλει την ιδεολογία της στο κοινωνικό σύνολο.²⁴

Σημαντική, όμως, επιρροή στη μελέτη των Μαζικών Μέσων άσκησαν οι μελέτες που διεξήχθησαν στη Βρετανία και κυρίως οι εργασίες του Raymond Williams, του Richard Hoggart και του Stuart Hall.²⁵ Για τον Williams, η τηλεόραση αποτελούσε μια εμπειρία, όπου ο έξω κόσμος εισερχόταν στην ιδιωτική ζωή των ανθρώπων και στην ουσία αποτελούσε ένα βασικό στοιχείο της σύγχρονης ζωής. Ωστόσο, αν συγκρίνουμε τις αμερικανικές μελέτες όσον αφορά στην τηλεόραση με τις βρετανικές, θα παρατηρήσουμε ότι οι πρώτες εστιάζονται στην «πολιτική κατάσταση και το σχεδιασμό των δημόσιων πολιτικών» στο επικοινωνιακό πεδίο, οι δεύτερες επικεντρώνονται στην «ιδεολογία» που πηγάζει από το περιεχόμενο των Μέσων.²⁶

Στη Βρετανία, κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1970, η μελέτη των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας γνώρισε δραματικές αναθεωρήσεις. Οι πολιτισμικές μελέτες συνδυάστηκαν με τις έρευνες για τον κινηματογράφο και σύντομα άρχισαν να τίθενται ζητήματα σχετικά με την πολιτισμική διάσταση των ΜΜΕ. Παράλληλα άρχισαν να εμφανίζονται μελέτες που εστιάζονταν στην οργάνωση και τη λειτουργία του μέσου είτε διαμέσου μιας κοινωνιολογικής προσέγγισης,²⁷ είτε ιστορικής,²⁸ ή και αυτής της «πολιτικής οικονομίας».²⁹ Στις αναλύσεις αυτές ήρθαν να προστεθούν νέα ερωτήματα που διερευνούσαν την ιδεολογία, την οικονομική δύναμη και τη συμβολή των ΜΜΕ στη νομιμοποίηση των σχέσεων εξουσίας. Οι θεωρήσεις αυτές είχαν απήχηση σε μια σημαντική ομάδα ερευνητών, οι οποίοι διενήργησαν μια σειρά μελετών αναλύοντας το ιδεολογικό περιεχόμενο των νοημάτων (κειμένων) που χρησιμοποιούσαν οι ταινίες και τα τηλεοπτι-

κά προγράμματα, αποσκοπώντας να καταδείξουν τους μηχανισμούς που χρησιμοποιούνται για να προσανατολίσουν ιδεολογικά και ει δυνατόν κατά κάποιον καθορισμένο τρόπο τα μέλη του κοινού κατά την κατανάλωση των οπτικοακουστικών έργων. Ωστόσο, και σε αυτή την περίπτωση, η «διαμάχη» επικεντρώθηκε σε αναλύσεις για ποιο λόγο τα ΜΜΕ καθορίζονταν από τα συμφέροντα της άρχουσας τάξης.

«Κείμενα», επιδράσεις και πολιτικές

Βρισκόμαστε σε μια περίοδο όπου η μελέτη για τα ΜΜΕ –με τη χρήση της κοινωνιολογίας και της κοινωνικής ψυχολογίας– αναζητά να διερευνήσει τις πραγματικές επιδράσεις τους στην κοινωνία. Το επίκεντρο της μελέτης μετατοπίστηκε από τις «υποδόριες» επιδράσεις στους τρόπους με τους οποίους τα μέλη του κοινού κατασκευάζουν τα νοήματά τους διαμέσου της «ανάγνωσης» των «κειμένων».³⁰ Όμως η χρήση των όρων όπως «κείμενο», «κώδικας», «μεταφορά» ή «μετωνυμία» προήλθαν από την είσοδο ενός νέου πεδίου μελέτης, της σημειολογίας. Η τελευταία, παρόλο που πρόσφερε μια ενδελεχή μελέτη του νοήματος και παρείχε νέα εργαλεία, όσον αφορά στην ανάλυση των φαινομένων του σύγχρονου πολιτισμού, δεν «επέλυσε» μ' ένα μαγικό τρόπο το πρόβλημα της ερμηνείας. Μάλιστα, για κάποια περίοδο, οι αναλύσεις αυτές θεωρήθηκαν ότι αποτελούσαν τα πιο κατάλληλα εργαλεία για την ανάλυση του τηλεοπτικού μέσου. Οι σημειολογικές προσεγγίσεις κατέδειξαν ότι η τηλεόραση αποτελεί ένα περίπλοκο σύστημα νοηματοδότησης, διαμέσου του οποίου οι άνθρωποι αντλούν ένα μεγάλο μέρος των εμπειριών τους και ενημερώνονται για τα τεκταινόμενα του κόσμου. Μια άλλη σημαντική συμβολή των σημειολογικών προσεγγίσεων ήταν η επισήμανση ότι αυτό που παρουσιάζει η τηλεόραση ως πραγματικότητα αντανάκλα τον τρόπο με τον οποίο αυτή λειτουργεί ως μέσο, ο οποίος καθορίζει και τις απεικονίσεις της.³¹

Στο σημείο αυτό, όπως σημειώνει ο Curran, είναι προφανής η επιρροή του Michael Foucault στους ερευνητές της επικοινωνίας, ο οποίος προσέφερε μια σύνθετη και πολύπλευρη επισκόπηση της κοινωνίας, όπου οι σχέσεις της εξουσίας εμφανίζονται και ξετυλίγονται σε διάφορα επίπεδα.³² Αυτές δεν μπορούν να ενταχθούν σε μια δυαδική αντίθεση ταξικών συμφερόντων που τα περικλείει όλα, ή να εντοπιστούν στον τρόπο της παραγωγής και της κοινωνικής διαμορφώσεως. Η προσέγγιση του Foucault υιοθετήθηκε με κάποιες προσαρμογές από ορισμένους ερευνητές των ΜΜΕ και αναμφισβήτητα, ορισμένες από τις πιο ενδιαφέρουσες μελέτες που εμφανίστηκαν τα τελευταία χρόνια, υπάγονται σε αυτή την κατηγορία.

Ωστόσο, η επιρροή του Foucault στην επικοινωνιακή έρευνα δεν έτυχε ευρύτερης αποδοχής. Για τον Curran μερικοί μελετητές θεώρησαν ότι υιοθετώντας αυτή την οπτική, ο ρόλος των Μέσων περιοριζόταν σε μια διαδοχή από αλληλοδράσεις ανάμεσα στον «αναγνώστη» και το «κείμενο» στο πλαίσιο μιας κοινωνίας, η οποία συντίθεται σε μια σειρά από ασυνεχή περιστατικά.³³ Άλλοι, υποστήριξαν, ότι μια τέτοια προσέγγιση δεν διέφερε σημαντικά από την αμερικανική φιλελεύθερη παράδοση, στην οποία τα Μέσα αναλύονται απομονωμένα από τις σχέσεις εξουσίας ή τοποθετούνται μέσα σ' ένα κοινωνικό πλαίσιο, στο οποίο η εξουσία θεωρείται ότι διαχέεται σε διάφορα επίπεδα. Οι

μελέτες, λόγω χάρη, του John Fiske διακατέχονται από μια τέτοια θεώρηση, καθώς η θέση του για τη «σημειωτική δημοκρατία», στην οποία οι άνθρωποι μέσα από «μια τεράστια μεταβαλλόμενη ποικιλία υποκειμενικών και ομάδων» συγκροτούν τα δικά τους νοήματα.³⁴

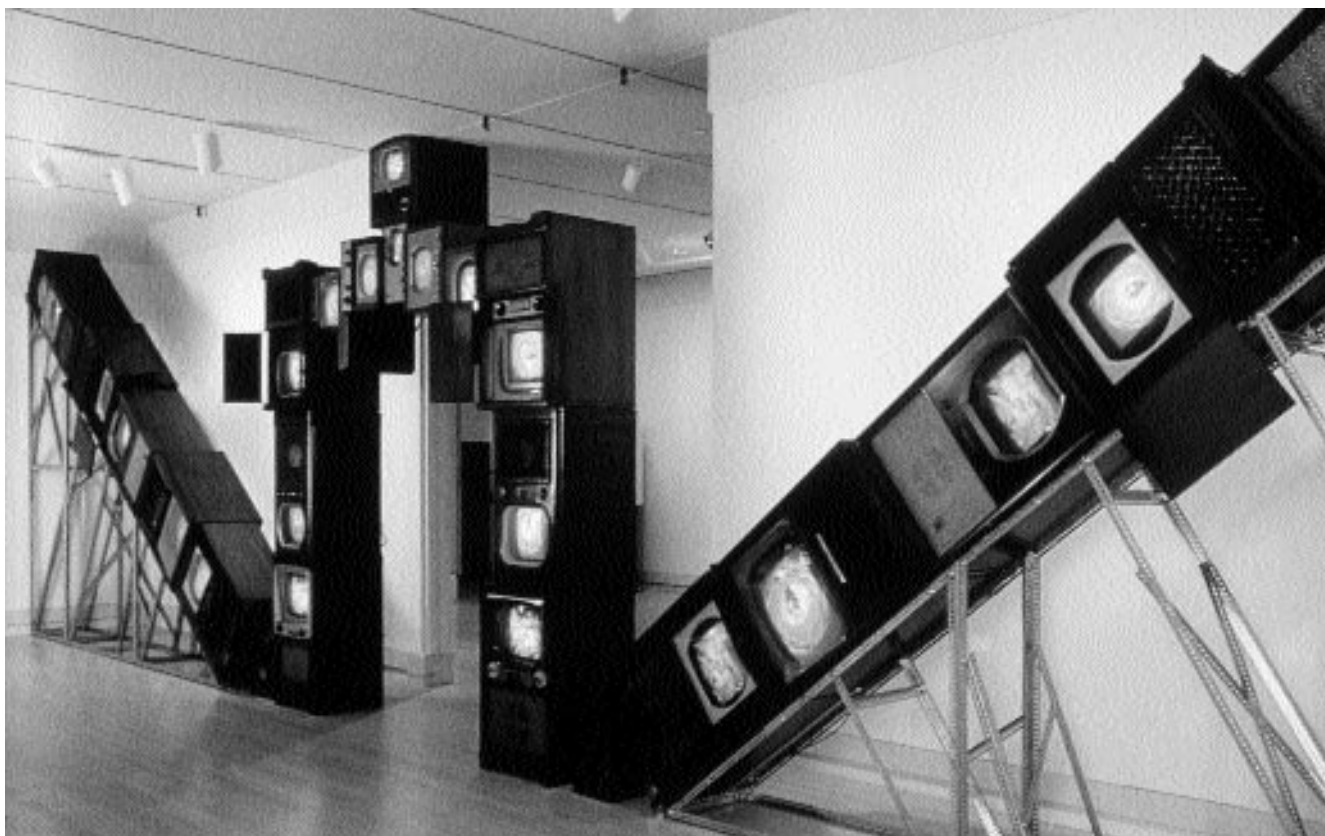
Αυτή η εξέλιξη της θεωρίας πρόσφερε νέες ερμηνείες για τη σύγχρονη θεώρηση του κινηματογράφου, της λαϊκής μουσικής, της ένδυσης, της διαφήμισης και του αθλητισμού. Παράλληλα μετέβαλλε τον τρόπο μελέτης και ανάλυσης των Μέσων.³⁵ Νέοι όροι εισήλθαν στο λεξιλόγιο της τηλεοπτικής μελέτης, όπως: «είδος» ή «τυπολογία», «μεταφορά», «μετωνυμία», «ρεαλισμός», «ιδεολογία», «ηγemonία», «κώδικας», «πολυσημία», κλπ. Όμως μερικές από τις μελέτες αυτές, αντί να αποσαφηνίζουν την τηλεόραση ως κοινωνικό φαινόμενο, μάλλον την έκαναν ένα πεδίο έρευνας περισσότερο «δύσβατο» με τη χρήση δυσνόητων εννοιών ή και αφηρημένων και αναπόδεικτων εννοιολογικών κατασκευών.³⁶

Καθώς οι νέες λέξεις, όροι και κατασκευές άρχισαν να χρησιμοποιούνται ευρέως, κάτι σαν ένα είδος μόδας, σταδιακά έχαναν την αναλυτική τους δυναμική. Άρχισαν να ασκούνται κριτικές –και μάλλον αυστηρές, κατά τη γνώμη μας– ότι ένα μέρος αυτών των προσεγγίσεων χρησιμοποιούσαν απλώς και μόνο θεωρητικές κατασκευές με εντυπωσιακούς όρους χωρίς να συνοδεύονται από αντίστοιχη τεκμηρίωση.³⁷ Μια ακόμη αξιοσημείωτη αλλαγή στην περίοδο αυτή είναι η απόρριψη της άποψης της Σχολής της Φραγκφούρτης και η αναγνώριση ότι το νόημα συγκροτείται στο περιεχόμενο της κατανάλωσης των Μέσων.³⁸ Βεβαίως, ούτε κι αυτή η άποψη είναι νέα στο χώρο της επικοινωνιακής έρευνας, αφού μελετητές όπως ο Gans και ο McQuail ανέκρουσαν πολύ πριν τον ισχυρισμό ότι η μαζική κατανάλωση των προγραμμάτων «κοινού παρονομαστή» είναι ομοιογενής, επιφανειακή και επιπόλαιη.³⁹

Από την άλλη πλευρά, οι μελετητές της πλουραλιστικής προσέγγισης δεν παρέμειναν απαθείς. Στην περίοδο αυτή προβαίνουν σε μια σειρά από αναλύσεις σχετικά με τις επιδράσεις των Μέσων στη βία και την πολιτική. Αυτό που φαίνεται κυρίως να τους ενδιαφέρει είναι ο ευρύτερος ρόλος των Μέσων στις δομές και τη λειτουργία του πολιτικού συστήματος, η επίδραση των Μέσων στην κοινωνική ολοκλήρωση, στη διαμόρφωση της κοινωνικής ταυτότητας και στην κοινωνική μεταβολή. Με άλλα λόγια, καταγράφεται μια τάση μετάβασης των μελετητών της πλουραλιστικής προσέγγισης από τα μικρά στα μεγάλα ζητήματα και τον ρόλο που παίζουν τα ΜΜΕ. Γεγονός είναι ότι η νέα τάση τώρα της έρευνας, που υπολογίζεται γύρω στο πρώτο ήμισυ της δεκαετίας του 1980 –και η οποία εν μέρει οφείλεται στην πιο εναργή ενασχόληση και άλλων Ευρωπαίων μελετητών, κυρίως από την Κεντρική Ευρώπη, όπως καταγράφεται από τις δημοσιεύσεις στην επιθεώρηση *European Journal of Communication*– ήταν να στραφεί η προσοχή των ερευνητών στο ρόλο που παίζουν οι επικοινωνιακοί/δημοσιογραφικοί οργανισμοί και οι ιδιοκτήτες τους και οι τυχόν αντιστάσεις που μπορεί να υπάρχουν στην εσωτερική δομή τους.

Έτσι, οι Ευρωπαίοι μελετητές στρέφονται στο μονοπωλιακό ρόλο της κρατικής τηλεόρασης, εξετάζεται ο υποτιθέμενος ουδέτερος ρόλος των Μέσων και οι στενές σχέσεις τους με τις πο-

λιτικές δομές, οι αξίες και τα συμφέροντα. Σταδιακά, λοιπόν, αναπτύσσεται μια θεωρητική προσέγγιση για τη δημόσια πολιτική των Μέσων. Μάλιστα στα μέσα της δεκαετίας του 1980, όπου συντελείται η απορρύθμιση των ραδιοτηλεοπτικών συστημάτων, παρατηρείται μια μετατόπιση της ανάλυσης από τη σχέση «κειμένου-αναγνώστη» σε αυτή του «κειμένου-οργανισμού», καθώς ένα μεγάλο μέρος της προβληματικής απομακρύνεται από τη μεταστρουκτουραλιστική ανάλυση (όσον αφορά στη δομή και τη γλώσσα των επικοινωνιακών κειμένων) στη νέα δομή του επικοινωνιακού πεδίου (απόρροια της ευρύτερης αναδιάταξής του και της ανάπτυξης των νέων μέσων, και των επιπτώσεών τους στο ευρύτερο επικοινωνιακό περιβάλλον).⁴⁰ Η τάση αυτή δεν συνεπάγεται βεβαίως την εγκατάλειψη των προηγούμενων θεωρήσεων προς όφελος μιας στερείας εμπειρικής παράθεσης ποσοτικών στοιχείων, αλλά την επανεκτίμηση των βασικών εννοιών της έρευνας και κυρίως τη διερεύνηση των ουσιαστικών επιδράσεων της δομής και λειτουργίας των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας στο κοινωνικό σύνολο.



Συγκλίσεις

Αν και οι διαφορετικές και συχνά αντίθετες οπτικές αποτελούν ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της θεωρίας της μαζικής επικοινωνίας,⁴¹ οι μελετητές κατά την τελευταία δεκαετία έχουν προβεί σε διάφορες προσπάθειες που επιδιώκουν μια σύγκλιση ανάμεσα στις αντιτιθέμενες προσεγγίσεις.⁴² Οι πρωτοβουλίες της Διεθνούς Ένωσης Επικοινωνίας, που αναφέραμε προηγουμένως, αποσκοπούσαν να ενθαρρύνουν το διάλογο προς χάριν κάποιου συμβιβασμού στις αντικρουόμενες θεωρητικές και μεθοδολογικές οπτικές.

Οι πρόσφατες έρευνες στους δημοσιογραφικούς οργανισμούς, για παράδειγμα, μπορούν να θεωρηθούν ως μια απόπειρα συμβιβασμού ανάμεσα στην πλουραλιστική και την κριτική προσέγγιση. Επιπλέον, η προσέγγιση της πολιτικής οικονομίας δεν παρουσίασε τις ίδιες απόλυτες θέσεις που είχε προηγουμένως: η Σχολή του Birmingham σιωπηρώς αναγνώρισε, κατά ένα μέρος τουλάχιστον, την ισχύ δύο βασικών ισχυρισμών της πλουραλιστικής άποψης: ότι δηλαδή η ιδιοκτησία των ΜΜΕ απομακρύνεται από το διαχειριστικό έλεγχο εξαιτίας της αυξανόμενης κάθετης και οριζόντιας συγκέντρωσης του ιδιοκτησιακού καθεστώτος, και ότι οι δημοσιογράφοι απολαμβάνουν ένα σημαντικό βαθμό ανεξαρτησίας από τον έλεγχο της ιδιοκτησίας. Οι μελετητές της πολιτικής οικονομίας, όπως ο Golding, άρχισαν να αποδέχονται την αναδυόμενη διάκριση ανάμεσα στην ιδεολογία της διεύθυνσης ενός οργανισμού και στις προσωπικές αξίες των δημοσιογράφων.⁴³

Όλα αυτά δεν σημαίνουν βεβαίως τον αναπροσανατολισμό των κριτικών θεωρήσεων. Πρόκειται μάλλον για μια αναθεώρηση των αρχικών παραδοχών που υποστήριζαν ότι η κοινωνία κυριαρχείται από την άρχουσα τάξη. Επιπλέον, οι νέες θέσεις τους τείνουν να πλησιάζουν τις πλουραλιστικές απεικονίσεις των ΜΜΕ ως ένα πεδίο αντιπαράθεσης. Ωστόσο, αυτό που διαφοροποιεί τις κριτικές προσεγγίσεις από τις πλουραλιστικές είναι δύο στοιχεία.

Το πρώτο είναι ότι οι ομάδες και οι τάξεις μέσα στην κοινωνία δεν έχουν την ίδια πρόσβαση στα ΜΜΕ ούτε τις ίδιες πηγές, με τις οποίες μπορούν να δημοσιοποιούν τις απόψεις και τα ενδιαφέροντά τους. Αν και σε αυτό το σημείο η πλουραλιστική προσέγγιση έχει αναθεωρήσει τις απόψεις της, ιδίως στις μελέτες που διερευνούν τις σχέσεις που αναδύονται ανάμεσα στους δημοσιογραφικούς οργανισμούς και στα κέντρα εξουσίας, καθώς και εκείνες που υποστηρίζουν ότι η αγορά δεν λειτουργεί ουδέτερα ανάμεσα στα αντικρουόμενα συμφέροντα μιας κοινωνίας. Το δεύτερο στοιχείο είναι ότι η πλουραλιστική προσέγγιση σταδιακά άρχισε να αποδέχεται το επιχείρημα ότι η ιδιοκτησία είναι αυτή τελικά που επηρεάζει το δημοσιογραφικό προϊόν, παρά την όποια αυτονομία των δημοσιογράφων, και ότι η αγορά σπανίως λειτουργεί με τρόπο ουδέτερο ανάμεσα στα αντιτιθέμενα συμφέροντα της κοινωνίας.

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 καταγράφεται μια τάση αναθεώρησης των βασικών θεωρητικών παραδοχών στο πεδίο της επικοινωνιακής θεωρίας και έρευνας, καθώς και μια τάση σύγκλισης των αντίπαλων «στρατοπέδων». Θα ήταν, ωστόσο, μάλλον αφελές να αναμένουμε μια πλήρη σύγκλιση ανάμεσα σε παραδοσιακά αντίθετες οπτικές. Στην πράξη η σύγκλιση παραμένει το ζητούμενο. Υπάρχουν, εντούτοις, δείγματα πραγματικής σύγκλισης, είτε ανάμεσα σε προσεγγίσεις που έχουν κάποια κοινά στοιχεία, είτε ανάμεσα σε αντίθετες προσεγγίσεις. Λαμβάνοντας όμως υπ' όψιν τα διαφορετικά σημεία εκκίνησης και τα διαφορετικά συμπεράσματα, μια πλήρης σύμπλευση ανάμεσα σε αντίθετες θέσεις είναι μάλλον απίθανη. Αν και υπό το βάρος των τρεχουσών εξελίξεων του επικοινωνιακού πεδίου, θα ανέμενε κανείς μια έρευνα που να βασίζεται σε νέες αντιλήψεις, οι οποίες θα αντιμετώπιζαν τα σύγχρονα προβλήματα και κρίσιμα ζητήματα. Ενδεχομένως θα έπρεπε να υπάρχουν περισσότερες απόπειρες που να συνδυάζουν τις θεωρίες της λήψης του κοινού με το περιεχόμενο των ΜΜΕ, την οργάνωση των ΜΜΕ και το περιβάλλον που επηρεάζει το τελικό προϊόν τους.

Δείγματα αυτής της θεώρησης προσφέρει κατά τη γνώμη μας η «θεωρία του Μέσου» (medium theory) που αντιπροσωπεύεται από τις προσεγγίσεις των Harold Adams Innis⁴⁴, Walter Ong⁴⁵, Marshall McLuhan⁴⁶ και, κυρίως, από τις πρόσφατες θεωρήσεις νεότερων επικοινωνιολόγων, όπως ο Neil Postman⁴⁷ και ο Joshua Meyrowitz⁴⁸. Προσεγγίσεις στις οποίες αδίκως, κατά την άποψή μας, έχει δοθεί η «ετικέτα» της τεχνοκρατικής θεωρήσης, προφανώς από εκείνους που ουδεμία ή ελάχιστη σχέση έχουν με την τεχνολογία και κυρίως αγνοούν τις επιπτώσεις που μπορεί η τελευταία να επιφέρει, όταν ευρέως διαδοθεί και χρησιμοποιηθεί από το κοινωνικό σύνολο.

Όταν ο McLuhan αναφέρει ότι το «μέσο είναι το μήνυμα», αυτό που επισημαίνει είναι ότι κάθε διαφορετικό μέσο επικοινωνίας

δημιουργεί νέες δυνατότητες όσον αφορά στην επικοινωνία. Η γραμματική και η τεχνολογία του κάθε μέσου επιτρέπουν, ή ακόμη απαιτούν, ορισμένο τρόπο χρήσης τους. Όταν οι θεωρητικοί του Μέσου υποστηρίζουν ότι τα Μέσα έχουν *a priori*, σημαίνει ότι τα Μέσα ταξινομούν ή κατηγοριοποιούν το περιεχόμενο που μεταφέρουν, ανεξάρτητα αν πρόκειται για ειδήσεις ή ψυχαγωγία.⁴⁹ Με άλλα λόγια, ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τον κόσμο άλλαξε με τη μεταβολή της δομής και της τεχνολογίας των επικοινωνιακών διαύλων. Η θεωρία του Μέσου επικεντρώνεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε ατομικού μέσου ή κάθε ιδιαίτερου τύπου μέσων. Με άλλα λόγια, η θεωρία του Μέσου θέτει το ερώτημα ποια είναι τα σημαντικά και σταθερά χαρακτηριστικά κάθε μέσου επικοινωνίας και με ποιο τρόπο αυτά τα χαρακτηριστικά το καθιστούν τεχνολογικά, ψυχολογικά και κοινωνικά διαφορετικό από άλλα μέσα και από τη διαπροσωπική αλληλλόδραση.⁵⁰

Η θεωρία του Μέσου εξετάζει μεταβλητές όπως οι αισθήσεις που απαιτούνται για να παρακολουθήσουν το συγκεκριμένο μέσο, ο αμφίδρομος ή μονοδρομικός χαρακτήρας της επικοινωνίας, η ταχύτητα διαβίβασης των μηνυμάτων, ο βαθμός δυσκολίας στην αποκωδικοποίηση ή την κωδικοποίηση των μηνυμάτων, ο αριθμός των ανθρώπων που μπορούν να παρακολουθήσουν το ίδιο μήνυμα την ίδια στιγμή κ.ο.κ. Οι μελετητές της θεωρίας του Μέσου υποστηρίζουν ότι τέτοιες μεταβλητές επηρεάζουν τη χρήση του μέσου και την κοινωνική, πολιτική και ψυχολογική του επίδραση.

Η πρόσφατη θεματολογία της επικοινωνιακής έρευνας

Ακόμα και μια διαγώνια ανάγνωση στις κυριότερες επιστημονικές επιθεωρήσεις για τα ΜΜΕ και την Επικοινωνία, σε συλλογικούς τόμους για την επικοινωνία, όπως αυτοί της Διεθνούς Ένωσης Επικοινωνίας, καθώς και σε άλλες εκδόσεις που περιέχουν απόψεις για τη θεωρία και την έρευνα της μαζικής επικοινωνίας, θα αποκαλύψουν μια ευρεία ποικιλία θεμάτων, τα οποία θα μπορούσαν να ταξινομηθούν υπό το κεφάλαιο «μαζική επικοινωνία». Ομολογουμένως, η σύνθετη φύση της μαζικής επικοινωνίας, η εξ ίσου σύνθετη σχέση της με άλλους τομείς της κοινωνίας καθώς και οι σύγχρονες τεχνολογικές εξελίξεις των ΜΜΕ προκαλούν πολυάριθμα θέματα προς διερεύνηση.

Αλλά δεν έχουμε μόνο μια αύξηση του αριθμού των θεμάτων στο χώρο της θεωρίας και της έρευνας της μαζικής επικοινωνίας. Έχουμε ένα νέο τρόπο ταξινόμησης της γνώσης. Όπως ο Peters παρατηρεί, οι περιοχές της μελέτης γίνονται όλο και περισσότερο εξειδικευμένες και παράλληλα το να αναφέρεται κανείς σε μία από αυτές είναι σαν να αναφέρεται ταυτόχρονα και σε αρκετές άλλες.⁵¹ Αυτή η τάση εξειδίκευσης φαίνεται όχι μόνο στην πρόσφατη βιβλιογραφία που αναφέραμε παραπάνω, αλλά και στα σύγχρονα πανεπιστημιακά προγράμματα των ΗΠΑ και της Δυτικής Ευρώπης.

Μερικά δημοφιλή θέματα στη θεωρία της μαζικής επικοινωνίας αναφέρονται παρακάτω. Βέβαια ο κατάλογος είναι ενδεικτικός και δεν έχει παρατεθεί με σειρά σπουδαιότητας ή με τον όγκο που έχει στη σύγχρονη βιβλιογραφία:

- Νέα μέσα, νέες τεχνολογίες της επικοινωνίας και η διάδοση των καινοτομιών.

- Νεωτερικότητα, παγκοσμιοποίηση των Μέσων και το δημόσιο συμφέρον.

- Η πολιτική και ο σχεδιασμός του επικοινωνιακού πεδίου.
- Θέματα που αφορούν τις σχέσεις των δύο φύλων, τα παιδιά με τα Μέσα και γενικότερα οι αναπαραστάσεις των Μέσων.
- Τα Μέσα Ενημέρωσης, η συγκρότηση της ημερήσιας θεματολογίας, ο εθνικισμός και τα ζητήματα ταυτότητας.
- Επικοινωνία και πολιτισμός.
- Επικοινωνία, μεσοποίηση και οι επιδράσεις των Μέσων.
- Η σύγχρονη σχέση των Μέσων (παλαιών και νέων) με την πολιτική.
- Τα μηνύματα, τα νοήματα και η «πλαισίωση» των Μέσων.
- Ζητήματα Δεοντολογίας και η δομή και λειτουργία του πεδίου.

Κλείνοντας αυτό το συνοπτικό σημείωμα για τις πρόσφατες εξελίξεις στη διεθνή έρευνα και θεωρία της μαζικής επικοινωνίας, θα πρέπει να επισημανθούν κάποιες σημαντικές επαναποθετήσεις όσον αφορά το κέντρο του ενδιαφέροντος αρκετών μελετών: Αυτές είναι:

Πρώτον, μια αυξανόμενη έμφαση στη θεωρία της μαζικής επικοινωνίας όσον αφορά τη συγκρότηση του νοήματος και την ανθρώπινη δράση.⁵²

Δεύτερον, μια σημαντική τάση που καταγράφεται στα πανεπιστημιακά προγράμματα των Σχολών της Επικοινωνίας και των ΜΜΕ σε όλη τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, όπου δημιουργούνται νέα μαθήματα που εστιάζονται σε επιμέρους τομείς του επικοινωνιακού πεδίου, επικοινωνιακών πρακτικών και εφαρμογών.

Τρίτον, η αγωνία των μελετητών σε ποιο βαθμό και με ποιο τρόπο η «κοινωνία της πληροφορίας» θα προκαλέσει αλλαγές στην επικοινωνία και τις κοινωνικές δομές.

Όλα αυτά βεβαίως καταδεικνύουν ότι το θεωρητικό και ερευνητικό πεδίο της μαζικής επικοινωνίας βρίσκεται σε μια διαρκή κίνηση και αναζήτηση, το οποίο με τη σειρά του συνιστά μια αναβάθμιση του κλάδου των επικοινωνιών στο πεδίο των κοινωνικών επιστημών.

Η επικοινωνιακή θεωρία και έρευνα στην Ελλάδα

Στη χώρα μας, ιδίως τα τελευταία χρόνια, έχει συντελεστεί μια πραγματικά κοσμογονική αλλαγή στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, καθώς έχουν εμφανιστεί νέα τηλεοπτικά κανάλια, νέοι ραδιοφωνικοί σταθμοί, νέα περιοδικά και εφημερίδες, νέες πανεπιστημιακές Σχολές Επικοινωνίας και εργαστήρια δημοσιογραφικών σπουδών, και πρόσφατα νέες δικτυακές πύλες. Όλα αυτά μαζί συνιστούν όχι μόνο ένα νέο επικοινωνιακό πεδίο, αξιο ιδιαίτερης προσοχής και μελέτης, αλλά και ένα χώρο που αρχίζει να αποκτά ξεχωριστή θέση μέσα στο πλαίσιο της ελληνικής κοινωνίας.

Ωστόσο, έως πρόσφατα η έρευνα στη μαζική επικοινωνία στη χώρα μας ήταν υποβαθμισμένη και αντίστοιχα η σχετική βιβλιογραφία, που έχει ασχοληθεί συστηματικά και σε βάθος με την ανάλυση των φαινομένων της μαζικής επικοινωνίας, ήταν πενιχρή. Πριν περίπου μια δεκαετία, η Σεραφετινίδου επισήμανε την έλλειψη συστηματικών κοινωνιολογικών ερευνών γύρω από τις μαζικές επικοινωνίες και σημείωνε: «δεν υπάρχουν ούτε καν μεμονωμένα στοιχεία που θα μπορούσαμε να παραθέ-

σουμε».⁵³ Πράγματι, εάν ανατρέξει κανείς σε μελέτες και δημοσιεύσεις που έχουν επικεντρωθεί στα ελληνικά ΜΜΕ στη δεκαετία του 1980, θα διαπιστώσει ότι, εκτός από ελάχιστες εξαιρέσεις,⁵⁴ οι περισσότερες από αυτές που υπήρχαν ήταν περισσότερο δημοσιογραφικού ενδιαφέροντος.⁵⁵ Ωστόσο, υπάρχουν κάποιες μελέτες που ασχολήθηκαν με τα ΜΜΕ κυρίως όμως προερχόμενες από νομικούς οι οποίοι εξέταζαν το θεσμικό πλαίσιο.⁵⁶ Στην ίδια περίοδο, πάντως, κατά καιρούς εμφανίζονται κάποιες μελέτες από κοινωνιολόγους, πολιτικούς επιστήμονες και ψυχολόγους.⁵⁷

Σε γενικές γραμμές, έως τις αρχές της δεκαετίας του 1990, η έρευνα όσον αφορά τη μαζική επικοινωνία στην Ελλάδα ήταν όχι μόνον πενιχρή, αλλά και αποσπασματική.⁵⁸ Λόγου χάρη, αναφερόμενος στην τηλεοπτική βία ο Βουιδάσκης παρατηρούσε στις αρχές της δεκαετίας του 1990, ότι όταν προσπαθούμε να κοιτάξουμε το πρόβλημα της τηλεοπτικής βίας στη χώρα μας με βάση τα πορίσματα εμπειρικών ερευνών, «βρισκόμαστε μπροστά στη δυσκολία της εύρεσης ... για τον απλούστατο λόγο ότι δεν υπάρχουν τέτοιες συστηματικές έρευνες, αφού η ίδια η έρευνα σε αυτό τον τομέα θα μπορούσε να πει κανείς ότι είναι ανύπαρκτη».⁵⁹

Στην πράξη υπήρχε μια τάση αποφυγής εκ μέρους των επιστημόνων και ερευνητών να ασχοληθούν ενταγώς με τα ΜΜΕ. Τούτο βέβαια οφείλεται και στο γεγονός ότι δεν υπήρχε κάποια πανεπιστημιακή σχολή ή ερευνητικό κέντρο που να επικεντρώνεται στην επικοινωνία και τα ΜΜΕ, ούτε βέβαια υπήρχε χρηματοδότηση αντίστοιχων ερευνών. Οι μόνες έρευνες που υπήρχαν ήταν κάποιες, μάλλον με τα σημερινά δεδομένα απλές καταγραφές Μέσων από ιδιωτικές εταιρείες ερευνών.

Η κατάσταση αυτή στην ουσία οδήγησε την επιστημονική έρευνα της μαζικής επικοινωνίας στη χώρα μας στο να παραμείνει υποβαθμισμένη, αν όχι ανύπαρκτη. Κυρίως όμως δημιούργησε μια εικόνα ότι η έρευνα στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας ήταν είτε αμιγώς ποσοτική για τις ανάγκες της αγοράς είτε δημοσιογραφική χωρίς επιστημονικό υπόβαθρο. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο ότι στη χώρα μας τα νέα πανεπιστημιακά τμήματα Επικοινωνίας και ΜΜΕ (Καποδιστριακού και Εθνικού, του Παντείου και του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου) έχουν αντιμετωπιστεί μ' ένα μάλλον διαφορετικό τρόπο: από τη μία πλευρά, οι πανεπιστημιακοί των άλλων κλάδων τα θεωρούν ως τμήματα επαγγελματικού προσανατολισμού και εφαρμοσμένης έρευνας θέτοντας υπό αίρεση την ακαδημαϊκή τους επάρκεια, ενώ από την άλλη πλευρά, η δημοσιογραφική κοινότητα τα αντιμετωπίζει ως τμήματα με εντελώς θεωρητικό προσανατολισμό στο πρόγραμμα σπουδών, το οποίο δεν ανταποκρίνεται στις πρακτικές συνθήκες του επαγγέλματος.

Ωστόσο, η ύπαρξη των πανεπιστημιακών τμημάτων σε συνδυασμό με το αυξανόμενο ενδιαφέρον της κοινής γνώμης για τα ΜΜΕ στη χώρα μας υπήρξαν καταλυτικά στοιχεία για την ανάπτυξη του θεωρητικού και ερευνητικού πεδίου. Παράλληλα, ένα μέρος του θεωρητικού κενού που υπάρχει στην ελληνική βιβλιογραφία έχει γίνει προσπάθεια, δειλή στην αρχή, με πιο γοργά βήματα αργότερα, να καλυφθεί με μεταφράσεις βασικών βιβλίων από το εξωτερικό κυρίως αγγλοσαξονικής, και κατά δεύτερο λόγο γαλλικής, προέλευσης.

Καθώς τα ΜΜΕ στη χώρα μας γρήγορα κατέλαβαν το κέντρο του δημόσιου διαλόγου (αν όχι και των ανησυχιών), μια σειρά μελετών και ερευνών άρχισαν να εκπονούνται, τόσο στο πλαίσιο των πανεπιστημιακών τμημάτων, όσο και από ιδιωτικές εταιρείες ερευνών, καθώς και από δημόσια ερευνητικά κέντρα. Γεγονός είναι ότι την τελευταία δεκαετία καταγράφεται μια αύξηση των μελετών, αν και σε σύγκριση με άλλες χώρες η σχετική βιβλιογραφία παραμένει μικρή. Κι αυτό γιατί αφενός το χρονικό διάστημα είναι μικρό, τα πανεπιστημιακά τμήματα έχουν πλήρη λειτουργία λιγότερο από δέκα χρόνια, και αφετέρου η χρηματοδότηση των ερευνών παραμένει περιορισμένη. Στην πράξη, οι πανεπιστημιακές έρευνες οφείλονται κυρίως στην προσωπική ανάμειξη και το ενδιαφέρον των πανεπιστημιακών ερευνητών παρά σε άλλους παράγοντες.

Αυτή η κατάσταση έχει ως αποτέλεσμα, και λόγω της έλλειψης κονδυλίων έρευνας, οι περισσότερες από τις έρευνες να αντανακλούν, όπως είναι αναμενόμενο, τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα των ερευνητών (κυρίως ποιοτικού περιεχομένου), παρά να αποτελούν σημεία αναφοράς για τη χάραξη μιας επικοινωνιακής πολιτικής (που παραμένει ανύπαρκτη). Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχουν αρκετές αξιόλογες έρευνες/εργασίες που εκπονούνται από μεταπτυχιακούς φοιτητές στα πλαίσια των σπουδών τους, όπως και έρευνες που προέρχονται από διδακτορικές διατριβές Ελλήνων φοιτητών που σπουδάζουν σε πανεπιστημιακές σχολές του εξωτερικού, αλλά και πρόσφατα στη χώρα μας, οι οποίες όμως, ή οι περισσότερες από αυτές, δεν είναι γνωστές στο ευρύτερο ερευνητικό κοινό.

Ωστόσο, η έλλειψη χρηματοδότησης ανεξάρτητων στην ουσία ερευνών φαίνεται και από την ουσιαστική έλλειψη χρηματοδότησης δημοσίων ερευνητικών φορέων, όπως το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, ή και από την για πολλά χρόνια υπολειτουργία του Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων (ΙΟΜ).⁶⁰ Άλλη μια περίπτωση είναι το Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Εφαρμοσμένης Επικοινωνίας του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Το Ινστιτούτο αυτό παρά τα πολύ πενιχρά έσοδά του, που προέρχονται αποκλειστικά από έρευνες, έχει κατορθώσει μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα (ιδρύθηκε το 1996) να πραγματοποιήσει αρκετές έρευνες και παράλληλα να εκδώσει μια σειρά βιβλίων. Όμως και σε αυτή την περίπτωση, η όλη ερευνητική πορεία οφείλεται στις ιδιαίτερες προσπάθειες των ερευνητών του, παρά σε μια σταθερή χρηματοδότηση εκ μέρους δημόσιων ή ιδιωτικών φορέων που θα αποτελούσε τη μαγιά για τη δημιουργία ενός πόλου έρευνας.⁶¹

Από την άλλη πλευρά, καταγράφεται μια άνθηση των εταιρειών έρευνας δημοσκοπήσεων, και αρκετές από αυτές έχουν κάνει αρκετές ποσοτικές έρευνες τόσο στα Μέσα, όσο και στην πολιτική επικοινωνία. Οι έρευνες σχετικά με τα Μέσα αποτυπώνουν συνήθως τη δημογραφική σύνθεση του κοινού των Μέσων καθώς και του τρόπου ζωής του κοινού, τη χρήση και κατανάλωση των Μέσων, και κυρίως ακμάζουν γιατί σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό επικοινωνιακό περιβάλλον τα στοιχεία τους είναι αναγκαία για τη διαφημιστική αγορά. Όπως σημειώνει ο Χαιρετάκης, οι κυριότερες κατηγορίες ερευνών για τα Μέσα είναι η έρευνα τηλεθέασης με πιο διαδομένη αυτή των «ανθρωπομετρητών»

(peoplemeters), οι πανελλήνιες έρευνες των ΜΜΕ με στοιχεία που εξάγονται από ένα κατάλληλο πανελλήνιο δείγμα, οι έρευνες για την ακροατικότητα του ραδιοφώνου και ειδικές (κατά παραγγελία) έρευνες για μεμονωμένα ή για συνδυασμούς ΜΜΕ.⁶²

Η θέση που κατέχει στις μέρες μας η επικοινωνία ως επιστημονικό πεδίο στη χώρα μας είναι παρόμοια με εκείνη που επικρατούσε στο εξωτερικό ως τη δεκαετία του 1970. Με άλλα λόγια, στην πράξη όχι μόνον δεν αντιμετωπίζεται ως «αυτόνομο πεδίο», αλλά και θεωρείται προέκταση της κοινωνικής ψυχολογίας, της κοινωνιολογίας, των σπουδών πολιτισμού, της πολιτικής επιστήμης. Αυτό δεν θα πρέπει να θεωρηθεί εξ ορισμού κακό, το αντίθετο θα έλεγα, γιατί στη χώρα μας η επικοινωνία είναι κάτι το νέο ακόμη. Το πρόβλημα βέβαια είναι να παραμείνει ως έχει και στην επόμενη δεκαετία.

Πιστεύω, ότι σταδιακά και στη χώρα μας, με την εμφάνιση όλο και περισσότερων, κυρίως νεώτερων σε ηλικία μελετητών (εφόσον τους δοθούν οι ακαδημαϊκές ευκαιρίες), θα εισέλθει στο, αποκαλούμενο στη διεθνή ιστορία της επικοινωνιακής έρευνας, τρίτο στάδιο που θα οδηγήσει σε μια εναργέστερη και πληρέστερη, ενδεχομένως πιο συγκροτημένη, μελέτη και έρευνα της μαζικής επικοινωνίας (αρκεί, και πάλι, να δοθούν οι δυνατότητες). Με άλλα λόγια, η εμπλοκή διαφόρων πεδίων των κοινωνικών θεωριών στην επικοινωνιακή έρευνα και στην Ελλάδα θα προσφέρει τη «μαγιά» για την αυτονόμηση του πεδίου, που σημειωτέον αν χαρακτηρίζεται από κάτι, αυτό είναι ο διεπιστημονικός του χαρακτήρας.

Έτσι, αυτό που παρατηρείται και στην Ελλάδα είναι μελέτες που ασχολούνται:

- με το θεσμικό πλαίσιο των ΜΜΕ.⁶³
- με την κοινωνιολογία των ΜΜΕ.⁶⁴
- με την ψυχοκοινωνιολογική πλευρά των ΜΜΕ, κυρίως στους νέους και τα παιδιά.⁶⁵
- με την ευρύτερη πολιτισμική διάσταση της επικοινωνίας.⁶⁶
- με την οργανωσιακή, διαχειριστική διάσταση και την πολιτική των Μέσων.⁶⁷
- με την πολιτική επικοινωνία.⁶⁸

Υστερόγραφο

Η θέση που κατέχει η μελέτη και η έρευνα της μαζικής επικοινωνίας στη χώρα μας είναι αντίστοιχη με αυτήν που έχει καταγραφεί στο εξωτερικό κατά τα πρώτα στάδια της ανάπτυξης της. Οι επαγγελματίες της επικοινωνίας στη χώρα μας θεωρούν τους μελετητές των ΜΜΕ πολύ θεωρητικούς για να τους συμβουλευτούν, οι θεωρητικοί των άλλων κοινωνικών επιστημονικών αρκετά πρακτικούς. Αυτό, όπως συνιστά η διεθνής εμπειρία, σηματοδοτεί ότι η θεωρία και η έρευνα των ΜΜΕ αρχίζει να συγκροτείται και στη χώρα μας, καθώς, πιστεύω, ότι πολύ σύντομα όλες οι πλευρές σταδιακά θα αναγνωρίσουν τη συμβολή των μελετητών των επικοινωνιακών φαινομένων. Και αυτό γιατί ο σύγχρονος επικοινωνιολόγος οφείλει να προτείνει λύσεις στα σύγχρονα φαινόμενα. Ακόμη, η ενασχόλησή του με ένα πεδίο που βρίσκεται σε διαρκή κίνηση και στο οποίο καταγράφονται, λόγω των συνεχών τεχνολογικών εξελίξεων, τούς κρατά σε εγρήγορση με τα φαινόμενα που αναλύουν, ενδεχομένως πολύ περισσότερο από ότι άλλοι κλάδοι των κοινωνικών επιστημών.

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

1. Μακ Κουέιλ, Ντ. *Εισαγωγή στη Θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα: Καστανιώτης, 1997, σ. 85-95.
 2. Μακ Κουέιλ, Ντ., 1997, ό.π., σ. 575.
 3. Shoemaker, P. J. «Communication in crisis: theory, curricula and power» στο *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4 (1993), σ. 146-153.
 4. Shoemaker, 1993, ό.π., σ. 146 και Beniger, J. R. «Communication: embrace the subject, not the field» στο *Journal of Communication*, Vol. 43 No. 3 (1993), σ. 18-25.
 5. Lang, K. and Lang, G. E. «Perspectives on communication» στο *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 3 (1993), σ. 92-99.
 6. Littlejohn, S. W. *Theories of Human Communication*, Belmont, California: Wadsworth, 1992, Jensen, K. B. «When is meaning? Communication theory, pragmatism and mass media reception» στο Anderson, J. A. (ed.) *Communication Yearbook 14*. Newbury Park: Sage, 1991, σ. 3-32.
 7. Crowley, D. and Mitchell, D. (eds.) *Communication Theory Today*. Cambridge: Polity Press, 1994, σ. 3-4.
 8. Swanson, D. L. «The Political Media Complex» στο *Communication Monographs*, Vol. 59 (1992), σ. 397-400 και Swanson, D. L. «Fragmentation, the field and the future» στο *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4 (1993), σ. 163-172.
 9. Παπαθανασόπουλος, Σ. (επ.) *Επικοινωνία και Κοινωνία από τον εικοστό στον εικοστό πρώτο αιώνα*, Αθήνα: Καστανιώτης, 2000, σ. 17.
 10. Βλέπε τα αφιερώματα της *Journal of Communication*, Vol. 33, No. 3 (1983) και Vol. 43, No. 3&4 (1993) και Dervin, B., Grossberg, L., O'Keefe, D. & Wartella, E. (eds.) 1989 *Rethinking communication*, Vol. 1, Newbury Park: Sage, 1989 και Dervin, B., Grossberg, L., O'Keefe, D. & Wartella, E. (eds.) *Rethinking communication* Vol. 2, Newbury Park: Sage, 1989.
 11. Swanson, 1993, ό.π., σ. 167.
 12. Kavoori, A. P. and Gurevitch, M. «The purebred and the platypus: disciplinary and site in mass communication research» στο *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4 (1993), σ. 175-181.
 13. Peters, J. D. «Genealogical notes on 'the field'» στο *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4 (1993), σ. 132-139.
 14. Servaes, J. «Après le déluge» στο Dervin, B., Grossberg, L., O'Keefe, D. & Wartella, E., 1989, ό.π., σ. 214-218.
 15. Swanson, 1993, ό.π., σ. 167-169.
 16. Jensen, K. B. and Rosengren, K. E. «Five traditions in Search of the Audience» στο *European Journal of Communication*, Vol. 5, No 2 & 3 (1990), σ. 207-238.
 17. Curran, J. «The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal» στο *European Journal of Communication*, Vol. 5, No 2 & 3 (1990), σ. 135-164.
 18. Curran, J. et al. (eds.) *Mass Communication and Society*, Arnold: London 1977 και Gurevitch, M., Bennet, T. Curran, J. and Woolcott, J. (eds) *Culture, Society and the Media*, London: Routledge, 1982.
 19. Halloran, J. D., Elliot, P. and Murdock, G. *Communications and Demonstrations*, Harmondsworth: Penguin, 1970.
 20. Curran, 1990, ό.π., σ. 136-7.
 21. Βλέπε: Glasgow Media Group, *Bad News*, London: Routledge and Kegan Paul, 1976, Glasgow Media Group, *More Bad News*, Routledge and Kegan Paul, 1980, σ. 160 και εξής, καθώς και την ανθολογία τους στο Eldridge, J. (ed.) *Glasgow Media Group, reader volume 1: News Content, Language and Visuals*, London: Routledge, 1995.
 22. Εκτός ενδεχομένως του Martin Harrison, ο οποίος διαφώνησε πλήρως με τα συμπεράσματα της Ομάδος της Γλασκώβης. Βλέπε: Harrison, M. *TV News: Whose Bias? A casebook analysis of strikes, television and media strikes*, London: Policy Journals, 1985.
 23. Curran, 1990, ό.π., σ. 138-139.

24. Hall, S. «The Rediscovery of "Ideology": return of the repressed in media studies» στο Gurevitch, M., Bennet, T. Curran, J. and Woolcott, J. (eds) *Culture, Society and the Media*, London: Routledge, 1982.
 25. Βλέπε τις μελέτες τους: Williams, R. *The Long Revolution*, London: Chatto & Windus, 1958, *Television*, Hall, S. «Coding and Encoding in the Television Discourse» στο Hall S., Hobson, D., Lowe, P. & Willis, P. (eds.) *Culture, Media and Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-79*, London: Hutchinson, 1980, Hoggart, R. *The Uses of Literacy*, Harmondsworth: Penguin, 1957. Στα ελληνικά βλέπε: Williams, R. *Κουλτούρα και Ιστορία*, (Μετάφραση: Αποστολίδου Βένα) Αθήνα: Γνώση, 1994. Επίσης, σχετικά με τις αναλύσεις του Williams για το τηλεοπτικό μέσο βλ.: Laing, S. «Raymond Williams and the Cultural Analysis of Television» στο *Media Culture and Society*, Vol. 13 (1991) σ. 153-169. Στα ελληνικά για το έργο Williams βλέπε: Αποστολίδου, Β. «Ο Raymond Williams και η αγγλική σχολή της κουλτούρας» στο Williams, R. *Κουλτούρα και Ιστορία*, Αθήνα: Γνώση, 1994, σ. 11-65.
 26. Newcomb, H. *Television, the Critical View*, 5th edition, New York: Oxford University Press, 1994, σ. 8-11.
 27. Burns, T. *The BBC: Public Institution and Private World*, London: MacMillan, 1977.
 28. Briggs, A. *The History of Broadcasting in the United Kingdom*, Oxford: Oxford University Press, 1979, Williams, R. *Technology and Cultural Form*, London: Fontana, 1974.
 29. Garnham, N. *Structures of Television*, London: British Film Institute, 1978, Garnham, N. «Contribution to a Political Economy of Mass Communications» στο *Media, Culture and Society*, Vol. 1, No. 2 (1979), σ. 1-19, Murdoch, G. and Golding, P. «Capitalism, Communication and Class relations» στο Curran, J. Gurevitch, M. and Woolcott, J. (eds) *Mass Communications and Society*, London: Edward Arnold, 1977, σ. 12-43.
 30. Βλέπε τις μελέτες των: Fiske, J. and Hartley, J. *Reading Television*, Methuen, 1978 (Στην ελληνική γλώσσα: Fiske, J. and Hartley, J. *Η Γλώσσα της Τηλεόρασης*, (μετάφραση Ράνια Ασρινάκη), Αθήνα: Επικοινωνία & Κουλτούρα, 1992). Βλέπε επίσης: Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. & Willis, R., 1980, ό.π.
 31. Seiter, E. «Semiotics, Structuralism and Television» στο Allen, C. R., 1992, σ. 31-52. Βλέπε επίσης τη συλλογική μελέτη Vande Berg, L. R. and Werner, L. (eds) *Television Criticism: Approaches and Applications*, New York: Longman, 1991.
 32. Curran, 1990, ό.π., σ. 140-141.
 33. Curran, 1990, ό.π., σ. 141.
 34. Βλέπε: Fiske, J. *Media Matters: Everyday Culture and Political Change*, Minnesota: University of Minnesota Press, 1994, Fiske, J. *Power Plays, Power Works*, London: Verso, 1993, Fiske, J. *Television Culture*, London: Methuen, 1987.
 35. Για να το δει κανείς καλύτερα αυτό, αξίζει να ανατρέξει στα παλαιότερα τεύχη της βρετανικής, αλλά με διεθνή απήχηση, ακαδημαϊκής επιθεώρησης *Screen*. Βλέπε επίσης: Moores, S. *Interpreting Audiences: an Ethnography of Media Consumption*, London: Sage, 1993, σ. 12-16.
 36. Βλέπε επίσης Goodwin, A. and Whannel, G., ό.π., σ. 6-12.
 37. Βλέπε τις κριτικές που άσκησαν στις μελέτες τους οι: Ang, I. *Desperately Seeking the Audience*, London: Routledge, 1991, Morley, D. *Television Audiences and Cultural Studies*, London: Routledge, 1992, Silverstone, R. *Television and Everyday Life*, London: Routledge, 1994, Collins, R. *Television*, London: Routledge, 1990, Tester, K. *Media, Culture and Morality*, London: Routledge, 1994.
 38. Βλέπε: Schudson, M. *Discovering the News*, New York: Basic Books, 1978 και Schudson, M. *The Power of News*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1995.
 39. Βλέπε: Gans, H.J. «Reopening the Black Box: Toward a Limited

Effects Theory» στο Levy, M.R. and Gurevitch, M. (eds) *Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field*, New York: Oxford University Press, σ. 271-77 και Gans, H.J. *Popular Culture and High Culture*, New York: Basic Books, 1974 και McQuail, D. «New Roles for New Times?» στο *Media Studies Journal*, Vol. 9, No. 3 (1995), σ. 11-19.
 40. Βλέπε τις αναλύσεις που παρατίθενται στις μελέτες: Giltin, T. (ed.) *Watching Television: A Pantheon Guide to Popular Culture*, New York: Pantheon, 1986, καθώς και τεύχος της *European Journal of Communication*, Vol. 5 No. 2-3 (1990) που είναι αφιερωμένο στην έρευνα των επικοινωνιών στην Ευρώπη με τίτλο «Communications Research in Europe: the State of the Art».
 41. Livingstone, S.M. and Lunt, P.K. «Expert and Lay Participation in Television Debates: An Analysis of Audience Discussion Programmes» στο *European Journal of Communication*, Vol. 7 (1992), σ. 9-35.
 42. Livingstone, S. M. «The rise and fall of audience research: an old story with a new ending» στο *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4 (1993), σ. 5-15.
 43. Golding, P. and Middleton, S. *Images of Welfare*, Oxford: Martin Robertson, 1982.
 44. Innis, H. A. *Empire and Communications*, Toronto: Toronto University Press, 1972.
 45. Ong, W. *Orality and Literacy: the Technologizing of the World*, London: Methuen, 1982.
 46. McLuhan, M. and Fiore, Q. *The Medium is the Massage*, New York: Bantam, 1967.
 47. Postman, N. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of the Show Business*, New York: Penguin Books, 1985.
 48. Αναφέρομαι στην εξαιρετική και για μερικούς εγκυκλοπαιδική μελέτη του Meyrowitz, J. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York: Oxford University Press, 1985.
 49. Βλέπε: Kerckhove, de D. «Notes for an Epistemology of Television» στο *The World and I*, Ιούνιος 1992, σ. 475-494.
 50. Meyrowitz, J. «Medium Theory» στο: Crowley, D. and Mitchell, D. (eds) *Communication Theory Today*, Polity Press, Cambridge, 1995, σ. 50-77.
 51. Peters, 1993, ό.π., σ. 132-133.
 52. Crowley & Mitchell 1994, ό.π., σ. 2 και McQuail, 1997, ό.π., σ. 570.
 53. Σεραφετινίδου, Μ. *Κοινωνιολογία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα: Gutenberg, 1987, σ. 15.
 54. Γκιζέλης, Γ. «Χαρακτηριστικά και τάσεις των Αθηναίων τηλεθεατών: Συμπεράσματα από μια έρευνα» στην *Επιθεώρηση των Κοινωνικών Ερευνών*, Τεύχος 28 (1976), σ. 339-349.
 55. Μανθούλης, Π. *Το Κράτος της Τηλεόρασης*, Αθήνα: Εξάντας, 1981, Καρζής, Θ. *Ελληνική ραδιοτηλεόραση, προβλήματα και λύσεις*, Αθήνα: Κάκτος, 1981, Κάτρερ, Γ. Ν. *Δοκιμές για την Τηλεόραση*, Αθήνα: Δωδώνη, 1981, Καρυκόπουλος, Γ. *Διακόσια Χρόνια Ελληνικού Τύπου*, Αθήνα: Γρηγόρης, 1984.
 56. Δαγτόγλου, Π. Δ. *Ραδιοτηλεόραση και Σύνταγμα*, Αθήνα: Σάκκουλας, 1976.
 57. Carmocolias, D. G. *Political Communication in Greece 1965-1967: the Last Two Years of a Parliamentary Democracy*, Athens: National Centre of Social Research, 1974, Μεταξάς, Ι. Α. Δ. *Πολιτική Επικοινωνία*, Αθήνα: Ολκός, 1976, Ναυριδής, Κ., Σόλμαν, Μ. Τσαούλα, Ν. *Η Αλήθεια στη Χώρα των Θαυμάτων: το παιδί ως διαφημιστικό αντικείμενο*, Αθήνα: Υποδομή, 1986.
 58. Βλέπε επίσης: Κοιμνηνού, Μ. «Κριτικός Λόγος ή Κρίση του Λόγου: Εμπνευσία για τη διαφορετική θεωρητική προσέγγιση των Μέσων Ενημέρωσης στην Δύση και την Ελλάδα» στο Λυριντζής, Χ. και Κοιμνηνού, Μ. (επ.) *Κοινωνία, Εξουσία και ΜΜΕ*, Αθήνα: Παπαζήσης, 1988, σ. 361-4.
 59. Βουιδάσκης, Β. Κ. *Η Τηλεοπτική Βία και Επιθετικότητα και οι Επι-*

δράσεις τους στα παιδιά και στους νέους, Αθήνα: Γρηγόρης, 1992, σ. 261-262. Στο ίδιο αναφέρονται όλες σχεδόν οι γνωστές εμπειρικές έρευνες για την τηλεόραση στη χώρα μας έως το 1991, ό.π., σ. 261-293.
 60. Η περίπτωση του ΙΟΜ είναι μάλλον ενδεικτική για τη δημόσια ανεξάρτητη έρευνα, αφού συστάθηκε το 1989 ως ερευνητικό όργανο της κρατικής τηλεόρασης ΕΡΤ, αλλά έως το 1993 υπήρχε μόνο στα χαρτιά. Το 1993 ο τότε υπουργός Τύπου και ΜΜΕ με ένα Προεδρικό Διάταγμα αποφάσισε την αναβάθμιση του Ινστιτούτου. Ωστόσο, παρά τις εξαγγελίες, για πολλά χρόνια το ΙΟΜ δεν είχε στελεχωθεί με τους απαραίτητους ερευνητές.
 61. Οι πρόσφατες εκδόσεις του Ερευνητικού Πανεπιστημιακού Ινστιτούτου Εφαρμοσμένης Επικοινωνίας του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών είναι: *Η «κατασκευή» της πραγματικότητας και τα ΜΜΕ*, (επιμέλεια Ρ. Παναγιωτοπούλου, Π. Ρηγοπούλου, Μ. Ρήγγου, Σ. Νοτάρης), Αθήνα: Αλεξάνδρεια, 1998· *Ζητήματα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας* (επιμέλεια: Σ. Παπαθανασόπουλος και Μ. Κοιμνηνού, Αθήνα: Καστανιώτης, 2000)· *Η Βία στην Ελληνική Τηλεόραση*, (Σ. Παπαθανασόπουλος), Αθήνα: Καστανιώτης, 1999· *Το Κοινοβούλιο στον Τύπο και την Τηλεόραση*, (Ν. Δεμερτζής και Α. Αρμενάκης), Αθήνα: Βουλή των Ελλήνων, 1999· *Κοινοβούλιο και Μ.Μ.Ε., Πρακτικά Συνεδρίου, Βουλή των Ελλήνων, 2000· Νέες Τεχνολογίες και Παλαιοί Φόβοι στο Σχολικό Σύστημα* (Κ. Διαμαντάκη, Μ. Ντάβου και Γ. Πανούσης), Παπαζήσης, 2001.
 62. Χαιρετάκης, Μ. «Οι Τάσεις των ΜΜΕ στην Ελλάδα, μια κατ' εξοχήν ποσοτική αποτύπωση» στα *Τετράδια 1* (1997), Αθήνα: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, 1997, σ. 33.
 63. Βλέπε ενδεικτικά: Δαγτόγλου, Π. Δ. *Ραδιοτηλεόραση και Σύνταγμα*, Αθήνα: Σάκκουλας, 1989, 4η έκδοση, Αλιβιζάτος, Ν. *Κράτος και Ραδιοτηλεόραση*, Αθήνα: Θεμέλιο, 1986, Κόρσος, Δ. *Τύπος και Ραδιοτηλεόραση*, Αθήνα: Σάκκουλας, 1987, Δαγτόγλου, Π. Δ. *Τύπος και Σύνταγμα*, Αθήνα: Σάκκουλας, 1989, Βενιζέλος, Ε. Β. *Η Ραδιοτηλεοπτική Έκρηξη, Συνταγματικά Πλαίσια και Νομοθετικές Ανταλλαγές*, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής, 1989, Κριμπάς, Γ. Η. *Κωδικοποίηση νομοθεσίας περί μέσων ενημέρωσης*, Αθήνα: Σάκκουλας, 1992, Ζέρη, Π. *Θεσμοί Εποπτείας στο Ραδιοτηλεοπτικό Σύστημα: Στόχοι, διαδικασίες, δυνατότητες δράσεις*, Αθήνα: Οδυσσεάς, 1996, Καρακώστας, Ι. και Τσεβάς, Α. *Η Νομοθεσία των ΜΜΕ*, Αθήνα: Σάκκουλας, 2000, Κουτρούμπα-Μαχαίρα, Ε. *Σύμβαση Διαφήμισης και ΜΜΕ*, Αθήνα: Σάκκουλας, 2000.
 64. Βλέπε ενδεικτικά: Σεραφετινίδου, Μ. *Κοινωνιολογία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα: Gutenberg, 1987, Ναυριδής, Κ., Δημητρακόπουλος, Γ. και Πασχαλίδης, Γ. (επ.) *Τηλεόραση και Επι-κοινωνία*, Θεσσαλονίκη: Παρατηρητής, 1988, Τσαρδάκης, Δ. *Μαζική Επικοινωνία και Πραγματικότητα*, Αθήνα: Παπαζήσης, 1990, Δουλκέρη, Τ. *Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Ισότητα των Δύο Φύλων*, Αθήνα: Παπαζήσης, 1990, Μπασαντής, Δ. *Βιβλίο και Επικοινωνία*, Αθήνα: Οδυσσεάς, 1993, Πλειός, Γ., *Κινούμενη Εικόνα και Καλλιτεχνική Επικοινωνία*, Αθήνα: Δελφίνι, 1993, Αρμενάκης, Α., Γκοτσόπουλος, Θ., Δεμερτζής, Ν., Παναγιωτοπούλου, Ρ. «Ο Εθνικισμός στον Ελληνικό Τύπο: Το Μακεδονικό Ζήτημα κατά την περίοδο Δεκεμβρίου 1991-Απριλίου 1993» στην *Επιθεώρηση των Κοινωνικών Ερευνών*, Τεύχος 89-90 (1996), σ. 188-231, Παναγιωτοπούλου, Ρ. «Η Κατασκευή Εθνοκεντρικών Στερεοτύπων από τον Τύπο στο παράδειγμα του Μακεδονικού Ζητήματος» στην *Επιθεώρηση των Κοινωνικών Ερευνών*, Τεύχος 89-90 (1996), σ. 232-274, Τσαγκαρουσιάνου, Ρ. «Πολιτική Κουλτούρα και Μαζική Επικοινωνία στη Σύγχρονη Ελλάδα: Ο Αθηναϊκός Τύπος και οι Πολιτικές Μειονότητες» στο Δεμερτζής, Ν. (επ.) *Η Ελληνική Πολιτική Κουλτούρα Σήμερα*, Αθήνα: Οδυσσεάς, 1994, σ. 329-349.
 65. Βλέπε ενδεικτικά: Ναυριδής και άλλοι 1986, ό. π., Κορωναίου, Α. *Νέοι και ΜΜΕ*, Αθήνα: Οδυσσεάς, 1992, Γκιζέλης, 1976 ό. π., Βουιδάσκης, ό. π., Ντάβου, Μ. *Οι Διεργασίες της Σκέψης στην Εποχή της Πληροφορίας, Θέματα Γνωστικής Ψυχολογίας και Επικοινωνίας*, Αθήνα:

Παπαζήσης, 2000, Ντάβου, Μ. «Δροσίζοντας τα Θερμά Μέσα: Μια επαναξιολόγηση της θέσης και της Χρήσης των Μέσων στη Ζωή της Σύγχρονης Οικογένειας» στο *Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, Τεύχος 27 (1999), σ. 123-152.

66. Βλέπε ενδεικτικά: Καραποστόλης, Β. *Συμβίωση και Επικοινωνία στην Ελλάδα*, Αθήνα: Πλέθρον, 1987, Βέλτσος, Γ. *Για την Επικοινωνία*, Αθήνα: Καστανιώτης, 1985, Βέλτσος, Γ. *Μη-Κοινωνιολογία*, Αθήνα: Νεφέλη, 1987, Ποταμιάνος, Δ. *Απουσιολόγιο Επικρατείας, το τηλεοπτικό μήνυμα από την σκοπιά της πολιτικής επικοινωνίας*, Αθήνα: Καστανιώτης, 1991, Δοξιάδης, Κ. *Ιδεολογία και Τηλεόραση: για τη διασκευή ενός μυθιστορητήματος*, Αθήνα: Πλέθρον, 1993, Ρήγου, Μ. *Η Ετερότητα του Άλλου, Δοκίμιο για μια τρέχουσα μεταηθική*, Αθήνα: Πλέθρον, 1995, Ρήγου, Μ. *Ο Αναγνώστης Άμλετ*, Αθήνα: Πλέθρον, 2001, Ρηγοπούλου, Π. *Ο Νάρκισσος, Στα ίχνη της εικόνας και του μύθου*, Αθήνα: Πλέθρον, 1994, Σταυρακάκης, Φ. «Για την δύναμη της Διαφήμισης: Ψυχικές και Κοινωνικές Διαστάσεις» στο *Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, Τόμος Ε, Τεύχος 18 (1996), σ. 133-154, Σκαρπέλος, Γ. *Terra Virtualis*, Αθήνα: Πλέθρον, 1999, Μανιάτης, Γ. *Το Πρόσωπο και το Πρόσωπο*, Αθήνα: Στάχυ, 2000.

67. Βλέπε ενδεικτικά: Παναγιωτοπούλου, Ρ. *Η Επικοινωνία στις Οργανώσεις*, Αθήνα: Κριτική, 1997, Ζέρη, Π. *Ιδιωτική Ραδιοτηλεόραση, το παράδειγμα των ΗΠΑ*, Αθήνα: Παπαζήσης, 1990, Λέανδρος, Ν. *Μαζικά έντυπα επικοινωνία στην Ελλάδα, Οικονομικές και τεχνολογικές προσεγγίσεις*, Αθήνα: Δελφίνι, 1992, Λέανδρος, Ν. *Πολιτική Οικονομία των ΜΜΕ: Η αναδιάρθρωση της βιομηχανίας των Μέσων στην εποχή της πληροφορικής επανάστασης*, Αθήνα: Καστανιώτης, 2000, Ψυχολιός, Δ. *Το Αβέβαιο Μέλλον του Αθηναϊκού Τύπου*, Αθήνα: Δίαυλος, 1992, Παπαθανασόπουλος, Σ. (επ.) *Επικοινωνία και Κοινωνία από τον εικοστό στον εικοστό πρώτο αιώνα*, Αθήνα: Καστανιώτης, 2000, Παπαθανασόπουλος, Σ. *Η Τηλεόραση και το Κοινό της*, Αθήνα: Καστανιώτης, 2000, Παπαθανασόπουλος, Σ. *Η βία στην ελληνική τηλεόραση*, Αθήνα: Καστανιώτης, 1999, Παπαθανασόπουλος, Σ. *Η Δύναμη της Τηλεόρασης*, Αθήνα: Καστανιώτης, 1993, Παπαθανασόπουλος, Σ. *Η Τηλεόραση στον Κόσμο*, Αθήνα: Παπαζήσης, 1994, Παπαθανασόπουλος, Σ. *Απελευθερώνοντας την Τηλεόραση*, Αθήνα: Καστανιώτης, 1993, Μπασαντή, Δ. και Στράτος, Κ. (επ.) *Ο Κόσμος των Ειδήσεων: από την Εφημε-*

ρίδα στην Τηλεόραση, Αθήνα: Γνώση, 1991, Ζαούσης, Α. και Στράτος, Κ. *Οι Εφημερίδες 1974-1992, η αθέατη όψη μιας κρίσιμης πορείας*, Αθήνα: Γνώση, 1993. Δρετάκης, Μ. *Η κυκλοφορία των εφημερίδων 1975-1992*, Αθήνα: Gutenberg, 1994, Δεμερτζής, Ν. *Τοπική Δημοσιότητα και Επαρχιακός Τύπος στην Ελλάδα*, Αθήνα: ΑΤΕ, 1996, Χαϊρετάκης, Μ. *Τηλεόραση και Διαφήμιση*, Αθήνα: Σάκκουλας, 1998, Ζώτος, Γ.Χ. *Διαφήμιση: Σχεδιασμός και Λειτουργία στα πλαίσια της επιχείρησης*, Θεσσαλονίκη: University Studio Press, 1992, Ζώτος, Γ. Χ. *Διαφήμιση: Αναφορά στον οικονομικό και κοινωνικό ρόλο της*, Θεσσαλονίκη: University Studio Press, 1992, Κολοβός, Ν. *Κινηματογράφος, η τέχνη της βιομηχανίας*, Αθήνα: Καστανιώτης, 2000, Ασανίδου, Σ. *Ο Μύθος του παθητικού τηλεθεατή*, Αθήνα: Δρομέας, 2000, Γκαντζιάς, Γ. και Καμάρας, Δ. *Ψηφιακή Επικοινωνία, Νέα Μέσα και Ελληνική Κοινωνία των πληροφοριών*, Αθήνα: Zeno Publishers/All Media, 2001, Δεμερτζής, Ν. και Σκαμνάκης, Α. (επ.) *Περιφερειακά ΜΜΕ στην Ευρώπη*, Αθήνα: Παπαζήσης, 2000. Βρύζας, Κ. *Παγκόσμια Επικοινωνία και Πολιτισμικές Ταυτότητες*, Αθήνα: Gutenberg, 1997.

68. Βλέπε ενδεικτικά: Μεταξάς, Α.-Ι. Δ. *Προεισαγωγικά για τον Πολιτικό Λόγο, δεκατέσσερα μαθήματα για το στυλ*, Αθήνα: Α.Ν. Σάκκουλας, 1995, Δεμερτζής, Ν. και Καφετζής, Π. «Πολιτικός Κυνισμός, Πολιτική Αλλοτρίωση και ΜΜΕ: Η Περίπτωση της Τρίτης Ελληνικής Δημοκρατίας» στο Λυριντής, Χρ., Νικολακόπουλος, Η., Σωτηρόπουλος, Δ. (επ.) *Κοινωνία και Πολιτική: Όψεις της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας 1974-1994*, Αθήνα: Θεμέλιο, 1996, σ. 174-245, Κομνηνού, Μ. «Κρίση του Τύπου - Κρίση Εξουσίας: Οι Εκλογές της 5ης Νοεμβρίου 1989» στο Λυριντής, Χ. και Νικολακόπουλος, Η. (επ.) *Εκλογές και Κόμματα στη Δεκαετία του '80: Εξελίξεις και Προοπτικές του Πολιτικού Συστήματος*, Αθήνα: Θεμέλιο, 1990, σ. 289-306, Κομνηνού, Μ. «Ο Ρόλος των ΜΜΕ στην Γ' Ελληνική Δημοκρατία» στο Λυριντής, Χρ., Νικολακόπουλος, Η., Σωτηρόπουλος, Δ. (επ.) *Κοινωνία και Πολιτική: Όψεις της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας 1974-1994*, Αθήνα: Θεμέλιο, 1996, σ. 219-246, Δεμερτζής, Ν. και Α. Αρμενάκης *Το Κοινοβούλιο στον Τύπο και την Τηλεόραση*, Αθήνα: Βουλή των Ελλήνων/ΕΠΙΕΕ, 1999. Βλέπε επίσης το αφιέρωμα της «ΜΜΕ και Πολιτική» (επιμέλεια Ν. Δεμερτζής) της *Ελληνικής Επιθεώρησης Πολιτικής Επιστήμης*, Τεύχος 16 (2000).