



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ:
«ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΜΜΕ»

Διπλωματική Εργασία με θέμα:

**«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη- Η ευθύνη των Μέσων:
Η περίπτωση του BBC»**



ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΤΣΑΚΑΡΕΣΤΟΥ ΜΠΙΕΤΤΥ
ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΖΕΡΒΑ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ- ΚΥΡΙΑΚΗ
ΑΡ.ΜΗΤΡΩΟΥ: 6205Μ026

Ακαδημαϊκό έτος :2006-2007

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ (ΕΚΕ)

Η ΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ (ΕΡΕΥΝΑ)

Η ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΚΕ

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΚΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ

ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ «ΤΕΤΑΡΤΗΣ ΕΞΟΥΣΙΑΣ»- Η ΠΡΩΤΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ «ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ»

Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ BBC

ΕΤΑΙΡΙΚΟΙ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΤΟΥ BBC ΓΙΑ ΤΟ 2000 ΕΩΣ ΤΟ 2006

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Επιχειρηματικό περιβάλλον

Οι σύγχρονες επιχειρήσεις είναι σύνθετες και αρκετά πολύπλοκες οντότητες, οι οποίες παρουσιάζουν δυσκολίες κατανόησης και ερμηνείας των τρόπων και των μεθόδων λειτουργίας και συμπεριφοράς τους στην αγορά και στην κοινωνία. Το εσωτερικό και εξωτερικό τους περιβάλλον χαρακτηρίζεται από πολυπλοκότητες που επιβάλλουν κάθε προσπάθεια αλλαγών στην επιχείρηση να είναι καλά προετοιμασμένη και να εφαρμόζεται από ανθρώπους που διαθέτουν γνώση, συστηματικότητα, σύνεση και διαίσθηση. Οι αλλαγές στο επιχειρηματικό, κοινωνικό και οικονομικό πεδίο απαιτούν γνώση, εμπειρία και πάνω από όλα υπομονή. Ο χρόνος και η σύγχρονη πειστική πραγματικότητα αναγκάζουν τις επιχειρήσεις να είναι συνεχώς σε επιφυλακή και σε μια μόνιμη προσπάθεια προσαρμογής. Ταυτόχρονα όμως χρειάζονται μια καλά οργανωμένη πορεία και ορθή κατεύθυνση.

Η οργάνωση και ο προγραμματισμός όχι μόνο αλλαγών και καταστάσεων της ζωής και της δράσης των επιχειρήσεων, αλλά γενικότερα όλων των εκδηλώσεων της ανθρώπινης δημιουργίας, φαίνεται ότι έχει ανάγκη από κάποια ευρύτερη προετοιμασία και μελέτη. Η ζωή των επιχειρήσεων έχει ανάγκη στρατηγικών προγραμμάτων γιατί οι επιχειρήσεις στην εποχή μας είναι μεγάλοι οργανισμοί, πολλές φορές έχουν εκτεταμένες και σύνθετες εγκαταστάσεις, παράγουν ταυτόχρονα δεκάδες ή εκατοντάδες προϊόντα, δραστηριοποιούνται την ίδια στιγμή σε πολλές χώρες και απασχολούν χιλιάδες εργαζόμενους. Οι όροι παγκοσμιοποίηση, αστάθεια, υπευθυνότητα χρησιμοποιούνται όλο και συχνότερα στην τρέχουσα ζωή και στη δράση επιχειρήσεων και κυβερνητικών ή κρατικών οργανισμών. Σε μια εποχή αβεβαιότητας και πολυπλοκότητας οι επιχειρήσεις αναζητούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Ένα τέτοιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για αρκετές επιχειρήσεις είναι τα στρατηγικά προγράμματα ή τα προγράμματα στρατηγικού χαρακτήρα, με τα οποία προσπαθούν να μειώσουν την αβεβαιότητα των καταστάσεων και να κατανοήσουν την πολυπλοκότητα των φαινομένων. Επιχειρούν έτσι να πλησιάσουν περισσότερο την πραγματικότητα, να προτείνουν οράματα, να ορίσουν σκοπούς, να προσδιορίσουν στόχους, να χαράξουν κατευθύνσεις και πολιτικές. Δοκιμάζουν δηλαδή τρόπους με τους οποίους όχι μόνο επιβιώνουν, αλλά αναπτύσσονται, αυξάνουν το μερίδιο της αγοράς των προϊόντων τους, αλλάζουν, ανανεώνονται και μετασχηματίζονται. Ταυτόχρονα καταβάλλουν συνεχείς προσπάθειες και εξαντλούν κάθε δυνατότητα για αποδοτικότερη διοίκηση, οργάνωση, λειτουργία και έλεγχο όλων των δραστηριοτήτων τους με σκοπό την καλύτερη αξιοποίηση μέσων και πόρων- ανθρώπινων, οικονομικών κ.ά.

Αποστολή της επιχείρησης

Η πραγματοποίηση της αποστολής (mission statement) μιας επιχείρησης αποτελεί ουσιαστικό μέρος των επιδιώξεων της. Αυτό είναι ευνόητο, καθώς τότε και μόνο τότε η επιχείρηση δικαιώνεται, τόσο από τους μετόχους όσο και από την ευρύτερη κοινωνία. Η αποστολή λοιπόν της επιχείρησης δεν είναι κάτι αφηρημένο, που εκφράζεται με ένα γενικόλογό κείμενο, αλλά κάτι πολύ ουσιαστικό, που αντιπροσωπεύει της επιχείρηση, τους σκοπούς της, τα προϊόντα της, τη γενικότερη επιχειρηματική φιλοσοφία της.

Η διακήρυξη της αποστολής της επιχείρησης σύμφωνα με την παραδοσιακή λογική θα μπορούσε να περιέχει μια αναφορά για την απόκτηση χρημάτων και την μεγιστοποίηση των κερδών της. Είναι όμως σίγουρα κάτι πολύ πιο σημαντικό. Γιατί στην εποχή μας οι επιδιώξεις της επιχείρησης προχωρούν πέρα από την ιδέα ότι η επιχείρηση είναι απλώς ένας μηχανισμός που παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες, πουλά τα προϊόντα στην αγορά και εισπράττει από τις πωλήσεις, αποκομίζοντας κέρδη. Οι λόγοι για την ανάγκη ύπαρξης αποστολής στις επιχειρήσεις και της με σαφήνεια διατύπωσής της έτσι όπως συνοψίζονται από τον Greenley, είναι οι εξής:

- 1) Γενική αποδοχή του σκοπού της επιχείρησης, έτσι ώστε να υπάρχει μια σύμπτωση απόψεων για το σκοπό της επιχείρησης σε μια συγκεκριμένη αγορά και σε συγκεκριμένο κλάδο επιχειρηματικής δραστηριότητας, με ουσιαστική χρησιμοποίηση των διαθέσιμων πόρων. Η γενική αποδοχή του σκοπού της επιχείρησης επιβάλλει οργανωμένη και μεθοδική χρησιμοποίηση των πόρων της επιχείρησης, οικονομικών, ανθρώπινων κ.α.
- 2) Το επιχειρηματικό κλίμα και η φιλοσοφία, στοιχεία που αντικατοπτρίζουν τις γενικότερες απόψεις για τη συγκεκριμένη επιχειρηματική δραστηριότητα, τις αξίες στις οποίες πιστεύει η επιχείρηση κ.ά.
- 3) Το μακροπρόθεσμο όραμα της επιχείρησης, που σημαίνει ότι η επιχείρηση σκοπεύει και οραματίζεται κάτι πολύ περισσότερο από τους συγκεκριμένους αντικειμενικούς στόχους και τις προβλέψεις.
- 4) Το πεδίο δράσης της επιχείρησης. Πολλές φορές χρειάζεται μια εξειδίκευση για τους πελάτες στους οποίους απευθύνεται ή για το τμήμα της αγοράς που την ενδιαφέρει.
- 5) Η παρακίνηση του προσωπικού. Η αποστολή της επιχείρησης πολλές φορές περιλαμβάνει αναφορές στους εργαζόμενους της, τους οποίους πρέπει για λόγους ουσίας να εμφανίζει ως συμμετοχούς στην πραγματοποίηση και στην υπηρετήση του σκοπού και των επιδιώξεων της γενικότερα (Greenley 1989).

Greenley G.1989, Strategic Management, Prentice- Hall, London

Η έκφραση της αποστολής μέσα από μια διακήρυξη πρέπει να περιέχει τα βασικά προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρηση, τους πελάτες στους οποίους προσβλέπει, τις

αγορές στις οποίες υπολογίζει να αναπτύξει τις δραστηριότητες της, την τεχνολογία που χρησιμοποιεί, την ανάπτυξη και την κερδοφορία της, καθώς και την κοινωνική ευθύνη και την εικόνα που επιθυμεί να έχει.

Οι προσεγγίσεις των εταιρειών όσον αφορά τις ευθύνες τους και τις σχέσεις τους με τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη ποικίλουν ανάλογα με τις κλαδικές και τις πολιτιστικές διαφορές. Αρχικά, αφού οι εταιρείες διατυπώσουν αυτή τη δήλωση αποστολής, τον κώδικα συμπεριφοράς, ή το «πιστεύω» τους δηλώνοντας το σκοπό και τις βασικές αρχές τους καθώς και τις ευθύνες τους απέναντι στα ενδιαφερόμενα μέρη με τα οποία συνδιαλέγονται, αυτές οι αξίες πρέπει στη συνέχεια να μετατραπούν σε πράξη σε όλη την οργάνωση, από τις στρατηγικές έως τις καθημερινές αποφάσεις. Αυτό το γεγονός συνεπάγεται πρακτικές όπως την εισαγωγή μιας κοινωνικά ή περιβαλλοντικά υπεύθυνης διάστασης σε σχέδια και προϋπολογισμούς και την αξιολόγηση των εταιρικών επιδόσεων στους τομείς αυτούς, τη σύσταση «κοινοτικών συμβουλευτικών επιτροπών», τη διεξαγωγή κοινωνικών ή περιβαλλοντικών ελέγχων και τη δημιουργία συνεχιζόμενων εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) είναι μια έννοια σύγχρονη, αφού μόλις πριν λίγα χρόνια άρχισε ουσιαστικά να σχηματοποιείται και να εξελίσσεται σε αντικείμενο συζήτησης, τόσο σε επιχειρηματικό όσο και σε πολιτικό και κοινωνικό επίπεδο. Ωστόσο, η ουσία της είναι τόσο διαχρονική όσο και η ίδια η έννοια της επιχειρηματικότητας. Στηρίζεται στο γεγονός ότι κάθε επιχείρηση αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνίας μέσα στην οποία δραστηριοποιείται. Ότι επηρεάζει και αντίστοιχα επηρεάζεται από τα δεδομένα της εκάστοτε εποχής, του τόπου, των ανθρώπων.

Σύμφωνα με το Business Dictionary των εκδόσεων Harper Collins Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει «μια επιχειρηματική φιλοσοφία η οποία αναγκάζει τις επιχειρήσεις να συμπεριφέρονται ως καλοί- ενεργοί πολίτες, όχι όμως μόνο υπακούοντας τους νόμους αλλά διεξάγοντας τις παραγωγικές δραστηριότητες τους αλλά και το ίδιο το marketing με έναν τρόπο ο οποίος αποφεύγει να δημιουργήσει περιβαλλοντική μόλυνση ή εξασθένιση των παγκόσμιων πηγών ενέργειας. Κάποιες επιχειρήσεις έχουν αρχίσει ήδη να συμπεριφέρονται με έναν πιο κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο, επειδή ανησυχούν για την δημόσια εικόνα τους, εν μέρει γιατί οι ίδιοι οι διευθύνοντες το επιθυμούν αλλά και επειδή υπάρχει ο φόβος των περιβαλλοντικών και καταναλωτικών ομάδων πίεσης αλλά και των μέσων ενημέρωσης. Είναι αδιαμφισβήτητο ότι η κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά των επιχειρήσεων μπορεί να αποβεί

κερδοφόρα στο άμεσο μέλλον, ακόμα και αν χρειαστεί να θυσιάσουν κάποια κέρδη της επιχείρησης».

Το ευρέως διαδεδομένο πρότυπο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του Carroll (1979) διακρίνει τέσσερις τύπους ευθυνών για μια εταιρία: Πρώτη, η οικονομική ευθύνη της, οι δραστηριότητες της δηλαδή να αποβαίνουν κερδοφόρες. Δεύτερη, η νομική ευθύνη της, να τηρεί κατά γράμμα τους νόμους της κοινωνίας μέσα στην οποία δραστηριοποιείται. Τρίτη, η ηθική ευθύνη της να κάνει πράγματα σωστά, ακριβή και δίκαια και τέλος η τέταρτη, η φιλανθρωπική ευθύνη της, να συνεισφέρει σε διάφορους κοινωνικούς, εκπαιδευτικούς, ψυχαγωγικούς ή πολιτιστικούς σκοπούς.

Σύμφωνα με τον ορισμό του «Πράσινου Βιβλίου» της επιτροπής των Ευρωπαϊκών κοινοτήτων η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι μια έννοια με την οποία οι εταιρίες αποφασίζουν οικειοθελώς να συμβάλλουν για μια καλύτερη κοινωνία και ένα καθαρότερο περιβάλλον. Σε μια περίοδο που η Ευρωπαϊκή Ένωση προσπαθεί να αναγνωρίσει τις κοινές αρχές εγκρίνοντας το χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων, όλο και περισσότερες ευρωπαϊκές εταιρείες αναγνωρίζουν την κοινωνική τους ευθύνη με τρόπο όλο και πιο σαφή, θεωρώντας την ως μέρος της ταυτότητας τους. Αυτή η ευθύνη εκφράζεται προς όλους τους υπαλλήλους και γενικότερα σε όλους τους παράγοντες που μπορούν να επηρεαστούν από μια επιχείρηση και οι οποίοι με την σειρά τους μπορούν να επηρεάσουν την επιτυχία της. (Πράσινο Βιβλίο,2001 παρ.8)

Οι παράγοντες που καθοδηγούν αυτή την τάση προς την εταιρική κοινωνική ευθύνη, σύμφωνα με το Πράσινο Βιβλίο είναι οι εξής:

- 1) Οι νέες ανησυχίες και προσδοκίες των πολιτών, των καταναλωτών, των δημοσίων αρχών και των επενδυτών στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και της βιομηχανικής αλλαγής σε μεγάλη κλίμακα.
- 2) Τα κοινωνικά κριτήρια που επηρεάζουν όλο και περισσότερο τις επενδυτικές αποφάσεις των ατόμων και των φορέων, τόσο ως καταναλωτών όσο και ως επενδυτών.
- 3) Η αυξημένη ανησυχία για τις ζημιές που προκαλεί η οικονομική δραστηριότητα στο περιβάλλον.
- 4) Η διαφάνεια στις επιχειρηματικές δραστηριότητες που επήλθε με την επανάσταση στις επικοινωνίες και τις σύγχρονες τεχνολογίες της πληροφορίας και των επικοινωνιών. (Πράσινο Βιβλίο,2001 παρ.10)

Όσον αφορά την ανάπτυξη της επιχείρησης, η επιδίωξη του οικονομικού κέρδους, αν και θεμιτή, δεν θεωρείται σήμερα ούτε αυτοσκοπός αλλά ούτε και αρκετή για να διασφαλίσει την

επιχειρηματική επιτυχία. Η μακροπρόθεσμη επίτευξη των στόχων μιας επιχείρησης εξαρτάται πλέον όλο και περισσότερο από τη στάση της απέναντι σε όλους όσους εμπλέκονται στη δραστηριότητα της αλλά και από την έμπρακτη, οικειοθελή συμμετοχή της στη βιώσιμη ανάπτυξη και πρόοδο της κοινωνίας.

Είναι θετικό το γεγονός ότι προς αυτή την κατεύθυνση δραστηριοποιούνται ήδη χιλιάδες εταιρείες σε παγκόσμιο επίπεδο. «Στο έγγραφο θέσης με τον τίτλο “Releasing Europe’s employment potential: Companies’ views on European Social Policy beyond 2000” UNICE (Union of Industrial and Employers’ Confederations of Europe) τονίστηκε ότι όταν οι ευρωπαϊκές εταιρείες δρουν κατά τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο, θεωρούν τους εαυτούς τους ως αναπόσπαστο μέρος της κοινωνίας, θεωρούν τα κέρδη ως τον κεντρικό στόχο της εταιρείας αλλά όχι το μόνο αίτιο ύπαρξης της και επιλέγουν έναν μακροπρόθεσμο προβληματισμό για τις στρατηγικές αποφάσεις και επενδύσεις.» (Πράσινο Βιβλίο,2001)

Ωστόσο, υφίσταται ακόμη- σε μεγάλο βαθμό και στη χώρα μας- η άποψη ότι η ΕΚΕ αφορά αποκλειστικά τις μεγάλες επιχειρήσεις. Δεν είναι λίγες οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δηλώνουν αδυναμία να εφαρμόσουν προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, επικαλούμενες συνήθως το οικονομικό κόστος, τις περιορισμένες δυνατότητες λόγω μεγέθους ή απλώς τη δυσπιστία τους ως προς την πραγματική συμβολή τέτοιων πρακτικών στην προώθηση των επιχειρηματικών τους στόχων.

Προκειμένου να αρθούν όλες αυτές οι επιφυλάξεις, χρειάζεται να γίνουν ευρύτερα κατανοητές τόσο οι απαιτήσεις όσο και τα οφέλη μιας κοινωνικά υπεύθυνης επιχειρηματικής δράσης. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει σημαντικές συνέπειες σε όλους τους οικονομικούς και κοινωνικούς φορείς καθώς και στις δημόσιες αρχές, που πρέπει να τις λάβουν υπόψη κατά τον καθορισμό των ενεργειών τους.

Ορισμένα κράτη μέλη έχουν αναγνωρίσει τη σημασία της και έχουν ήδη λάβει δραστήρια μέτρα για την προώθησή της. Επειδή όλα τα κράτη μέλη αντιμετωπίζουν παρόμοιες προκλήσεις, το κάθε κράτος θα μπορούσε να επωφεληθεί από την εμπειρία των άλλων κρατών. Επιπλέον, πρέπει να εξασφαλιστεί ότι οι προσεγγίσεις στην εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι συνεκτικές και σύμφωνες με τις κοινοτικές πολιτικές και με τις διεθνείς υποχρεώσεις. «Στη Δανία για παράδειγμα, το Υπουργείο Κοινωνικών Υποθέσεων ξεκίνησε το 1994 την εκστρατεία με θέμα “Our Common Concern- the social responsibility of the corporate sector” (Η κοινή μας ανησυχία- η κοινωνική ευθύνη του κλάδου των επιχειρήσεων) και το 1998 συγκρότησε το Κέντρο της Κοπεγχάγης». (Πράσινο Βιβλίο,2001)

Η ΕΚΕ οφείλει να αναδειχθεί, όχι μόνο σε μια ηθικά αποδεκτή πρακτική αλλά και σ’ ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις σύγχρονες επιχειρήσεις. Οι λόγοι, ακόμα και αν δεν είναι άμεσα ορατοί, είναι σίγουρα πολλοί και αποδεδειγμένα βάσιμοι.

Με την εθελοντική εφαρμογή προγραμμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, μια επιχείρηση βελτιώνει τη συνολική της εικόνα, χτίζει σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης με όλους όσους

επηρεάζουν την δραστηριότητα τους και δημιουργεί καλύτερες προϋποθέσεις για τη μελλοντική της ανάπτυξη. Άμεσο όφελος μπορεί να προκύψει από την ενίσχυση της εμπιστοσύνης και των σχέσεων με τους πελάτες- καταναλωτές, οι οποίοι όλο και περισσότερο δείχνουν να επιβραβεύουν με την προτίμησή τους τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις. Μεγαλύτερη αναφορά για αυτό το θέμα θα γίνει παρακάτω, σχολιάζοντας τα ευρήματα της έρευνας για την υπεύθυνη κατανάλωση και την στάση των καταναλωτών απέναντι στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Η ΕΚΕ επιδρά επίσης θετικά και σε επίπεδο ανθρώπινου δυναμικού, αφού συμβάλλει στην αύξηση της ικανοποίησης, της δέσμευσης και της παραγωγικότητας των εργαζομένων αλλά και την προσέλκυση νέων αξιόλογων στελεχών.

«Η πείρα από τις επενδύσεις στις περιβαλλοντικά υπεύθυνες τεχνολογίες και επιχειρηματικές πρακτικές δείχνει ότι η υπέρβαση της τήρησης του νόμου μπορεί να συμβάλει ενεργά στην ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης. Ακόμη, η υπέρβαση των ορίων των βασικών νομικών υποχρεώσεων στον κοινωνικό τομέα, π.χ. επαγγελματική κατάρτιση, συνθήκες εργασίας, σχέσεις διοίκησης- υπαλλήλων, μπορεί επίσης να έχει άμεσο αντίκτυπο στην παραγωγικότητα και την ποιότητα της παραγωγής. Ανοίγει τον δρόμο για την διαχείριση της αλλαγής και το συνδυασμό της κοινωνικής ανάπτυξης με τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα». (Πράσινο Βιβλίο,2001)

«Η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν θα πρέπει ωστόσο να θεωρηθεί υποκατάστατο των κανονιστικών ρυθμίσεων ή της νομοθεσίας όσον αφορά τα κοινωνικά δικαιώματα ή τα περιβαλλοντικά πρότυπα, συμπεριλαμβάνοντας την ανάπτυξη νέας κατάλληλης νομοθεσίας. Σε χώρες στις οποίες δεν υπάρχουν τέτοιες ρυθμίσεις, οι προσπάθειες πρέπει να επικεντρωθούν στη θέσπιση του κατάλληλου ρυθμιστικού ή νομοθετικού πλαισίου για τον καθορισμό ενιαίας βάσης πάνω στην οποία μπορούν να αναπτυχθούν οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές». (Πράσινο Βιβλίο,2001)

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις οφείλουν στο σύνολο τους και ανεξάρτητα από το μέγεθος τους να αντιληφθούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη όχι ως κόστος ή πολυτέλεια αλλά ως μακροπρόθεσμη στρατηγική επένδυση. Προϋπόθεση, βεβαίως, γι' αυτό είναι να υπάρξει μια γενικότερη ευαισθητοποίηση εκ μέρους της πολιτείας, των θεσμικών και κοινωνικών φορέων αλλά και των ίδιων των πολιτών, που οφείλουν να συμβάλλουν ενεργά στην εδραίωση της ΕΚΕ, στηρίζοντας και επιβραβεύοντας τις επιχειρήσεις που την εφαρμόζουν.

Καταναλωτές και κοινωνικά/ οικολογικά σήματα

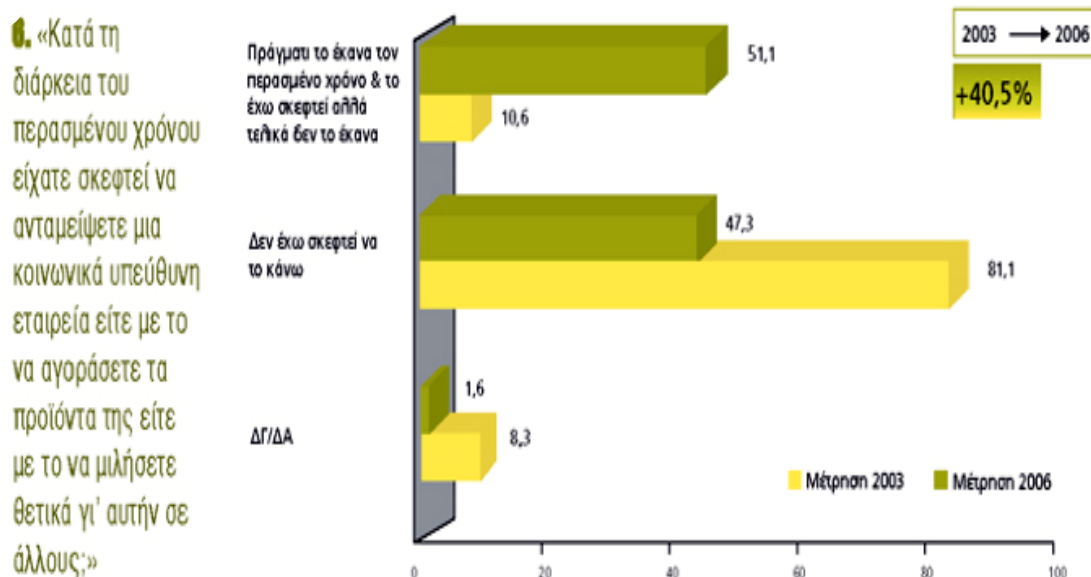
Έρευνες έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές θέλουν όχι μόνο καλά και ασφαλή προϊόντα αλλά θέλουν επίσης να γνωρίζουν αν έχουν παραχθεί με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο. Για πολλούς ευρωπαίους καταναλωτές η δέσμευση που έχει αναλάβει μία εταιρεία απέναντι στην κοινωνική της ευθύνη, είναι σημαντική κατά την αγορά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Αυτό το γεγονός δημιουργεί ενδιαφέρουσες εμπορικές ευκαιρίες, καθώς ένας σημαντικός αριθμός καταναλωτών δηλώνει ότι θα ήταν πρόθυμος να πληρώσει ακριβότερα για τέτοια προϊόντα, αν και μέχρι σήμερα μόνο μια μειονότητα το πράττει. Τα θέματα κοινωνικής ευθύνης τα οποία απασχολούν περισσότερο τους ευρωπαίους καταναλωτές είναι η προστασία της υγείας και της ασφάλειας των εργαζομένων, ο σεβασμός των ανθρώπινων δικαιωμάτων σε όλες τις δραστηριότητες των εταιρειών και σε όλη την αλυσίδα προμηθευτών (π.χ. η μη προσφυγή στην παιδική εργασία), η διασφάλιση του περιβάλλοντος γενικότερα και ειδικότερα η μείωση των εκπομπών αερίων φαινομένου του θερμοκηπίου. Ωστόσο οι πρωτοβουλίες κοινωνικής και οικολογικής σήμανσης έχουν περιορισμένη εμβέλεια και δύναμη αντίκτυπο, λόγω του ότι γενικά περιορίζονται σε συγκεκριμένους τομείς της λιανικής αγοράς, και όσον αφορά τα κοινωνικά σήματα συνήθως καλύπτουν μόνον εισαγόμενα προϊόντα και είναι προσιτές μόνον στους εύπορους καταναλωτές. Συνεπώς, το μερίδιό τους στην αγορά αυξάνεται αλλά εξακολουθεί να είναι μικρό, γεγονός που καθιστά εμφανή την ανάγκη για βελτίωση της αποτελεσματικότητας αυτών των σημάτων.

Τα κοινωνικά σήματα που συνεπάγονται την εγγύηση ότι ένα συγκεκριμένο αντικείμενο παράχθηκε χωρίς εκμετάλλευση και κατάχρηση τείνουν, δυστυχώς σε κάποιες περιπτώσεις, να παρουσιάζουν έλλειψη διαφάνειας και ανεξάρτητης επαλήθευσης των ισχυρισμών τους.

Η έρευνα για την «Υπεύθυνη Κατανάλωση και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη 2007» ουσιαστικά πιστοποιεί σχεδόν όλα τα παραπάνω. Διεξήχθη στην Ελλάδα τον Δεκέμβριο του 2006, σε δείγμα 1.000 πολιτών. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 24 χώρες, από μεγάλους φορείς επικοινωνίας και έρευνας αγοράς σε κάθε χώρα, με την άδεια της канаδικής εταιρίας δημοσκοπήσεων GlobeScan Inc. η οποία ειδικεύεται σε θέματα διερεύνησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην Ελλάδα η έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε για 3^η φορά από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας, με τη συνεργασία του Παντείου Πανεπιστημίου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών. Το τεχνικό μέρος της έρευνας έχει αναλάβει η MRB HELLAS.

Η ΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

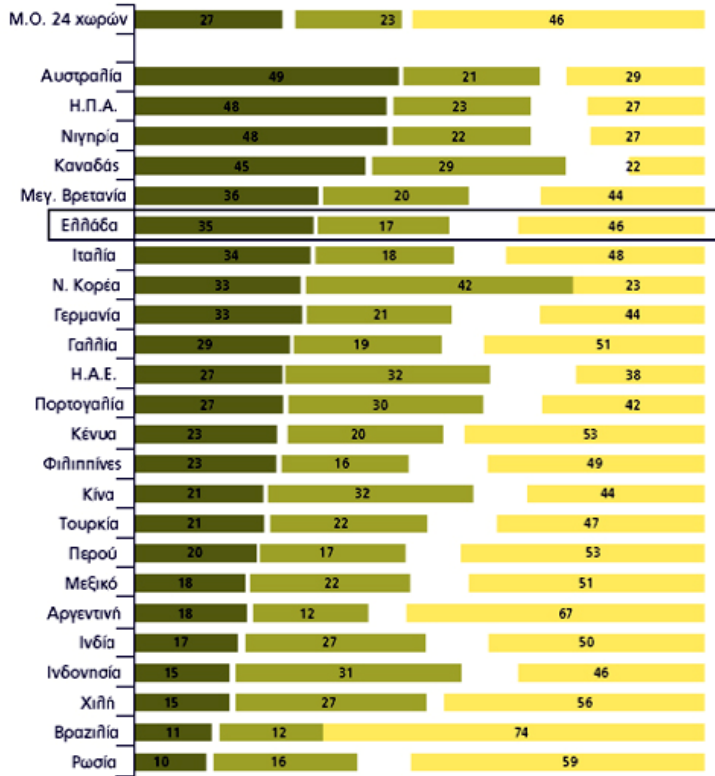
Η έρευνα για την Υπεύθυνη Κατανάλωση και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συγκεντρώνει σημαντικά ευρήματα για τους Έλληνες καταναλωτές και τον τρόπο που αντιμετωπίζουν τις εταιρείες και τα προϊόντα τους. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας το 34,3% των Ελλήνων καταναλωτών, στην διάρκεια του προηγούμενου έτους (2006), έχει ανταμείψει μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία (είτε μέσω αγοράς ενός προϊόντος είτε μέσω θετικών σχολίων που εκφράστηκαν για τη συγκεκριμένη εταιρεία) ενώ το 16,8% έχει σκεφτεί να το πράξει. (51,1 % συνολικά - έχει πράξει και έχει σκεφτεί να ανταμείψει μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία). Ο παρακάτω πίνακας είναι κατατοπιστικός.



Η ενσυνείδητη πράξη επιβράβευσης ή η αντίστοιχη σκέψη μιας τέτοιας ενέργειας (51,1%) σημειώνει μια σημαντική αύξηση σε σύγκριση με τη έρευνα CSR που πραγματοποιήθηκε πριν 2 χρόνια. (από 10,6% /CSR 2003 σε 51,1% CSR 2006.). Η υπεύθυνη πράξη της ανταμοιβής μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρείας τοποθετεί την Ελλάδα στην 6^η θέση στην κατάταξη των 24 χωρών, που έχει διενεργηθεί η έρευνα CSR 2006.

«Κατά τη διάρκεια του περασμένου χρόνου είχατε σκεφτεί να ανταμείψετε μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία είτε με το να αγοράσετε τα προϊόντα της είτε με το να μιλήσετε θετικά γι' αυτήν σε άλλους;»

■ Πράγματι το έκανα
■ Το έχω σκεφτεί
■ Δεν έχω σκεφτεί να το κάνω
 Το λευκό διάστημα απεικονίζει τις απαντήσεις ΔΕ/ΔΑ



Αντίστοιχα, σύμφωνα με την ίδια έρευνα το 50,9% των ελλήνων καταναλωτών, στην διάρκεια του προηγούμενου έτους έχει «τιμωρήσει» μια κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρεία (είτε μέσω μη αγοράς ενός προϊόντος είτε μέσω αρνητικών σχολίων που εκφράστηκαν για τη συγκεκριμένη εταιρεία) ενώ 14% των καταναλωτών έχει σκεφτεί να το πράξει. (64,9% συνολικά - έχει πράξει και έχει σκεφτεί να τιμωρήσει μια κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρεία).

Η ενσυνείδητη πράξη «τιμωρίας» ή η αντίστοιχη σκέψη μιας τέτοιας ενέργειας σημειώνει μια σημαντική αύξηση σε σχέση με τις 2 προηγούμενες έρευνες CSR. (15,9%/CSR 2003 σε 30,9% /CSR 2005 σε 64,9%/CSR 2006)

Στη δημογραφική ανάλυση των υπεύθυνων πολιτών/ καταναλωτών μεγαλύτερη *υπευθυνότητα* παρουσιάζεται σε γυναίκες, σε νεότερες ηλικίες, ανώτερης και ανώτατης μόρφωσης.

[ως προς την επιβράβευση 34,3%: γυναίκες (37,9%) 25-34 (43,3%) 35-44 (42,1%) με ανώτερα και ανώτερα επίπεδα μόρφωσης (44,2% και 45,7% αντίστοιχα)]

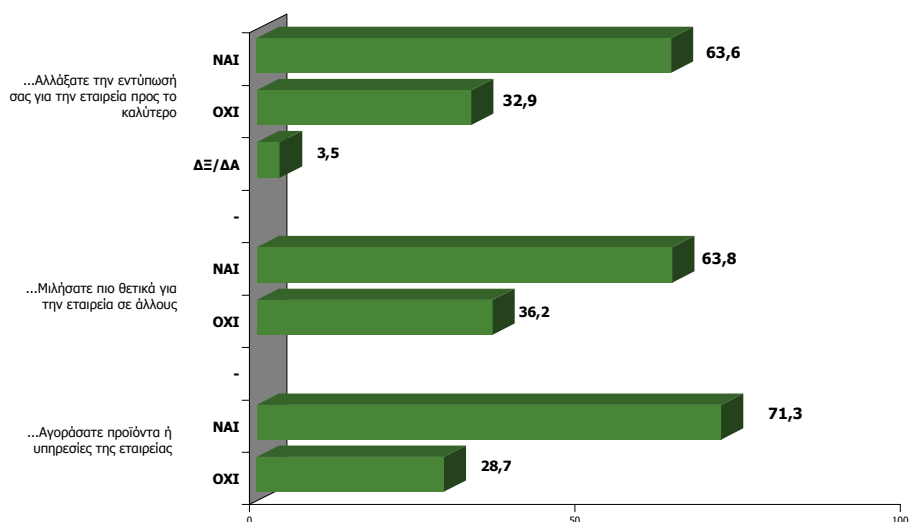
[ως προς την «τιμωρία» 50,9%: γυναίκες (53%) 25-34 (58,2%) 35-44 (55,8%), 45-54 (56,1%) με ανώτερα και ανώτερα επίπεδα μόρφωσης (59,1% και 60,1% αντίστοιχα)]

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Ο Έλληνας καταναλωτής στην πλειοψηφία του (76,5%) δεν γνωρίζει τον εκάστοτε κοινωνικό/ περιβαλλοντικό απολογισμό μιας εταιρείας και 9,3% των ερωτηθέντων, σύμφωνα

με την ίδια έρευνα, τον έχει διαβάσει ή τον γνωρίζει έστω και λίγο. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι το ποσοστό των ερωτώμενων καταναλωτών που γνωρίζει/ έχει διαβάσει τον εκάστοτε κοινωνικό / περιβαλλοντικό απολογισμό μιας εταιρείας (9,3%) επηρεάστηκε θετικά για αυτήν, καθώς αναφέρει ότι η γνώμη του έχει βελτιωθεί προς το καλύτερο για την εταιρεία (63,6%), έχει μιλήσει θετικά για αυτήν (63,8%) αλλά έχει προχωρήσει σε αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών της (71,3%) .

Ρωτήθηκαν όσοι έχουν διαβάσει έναν ή έχουν ρίξει μια ματιά σε έναν κοινωνικό/ περιβαλλοντικό απολογισμό



ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Προσδοκίες από τις εταιρείες

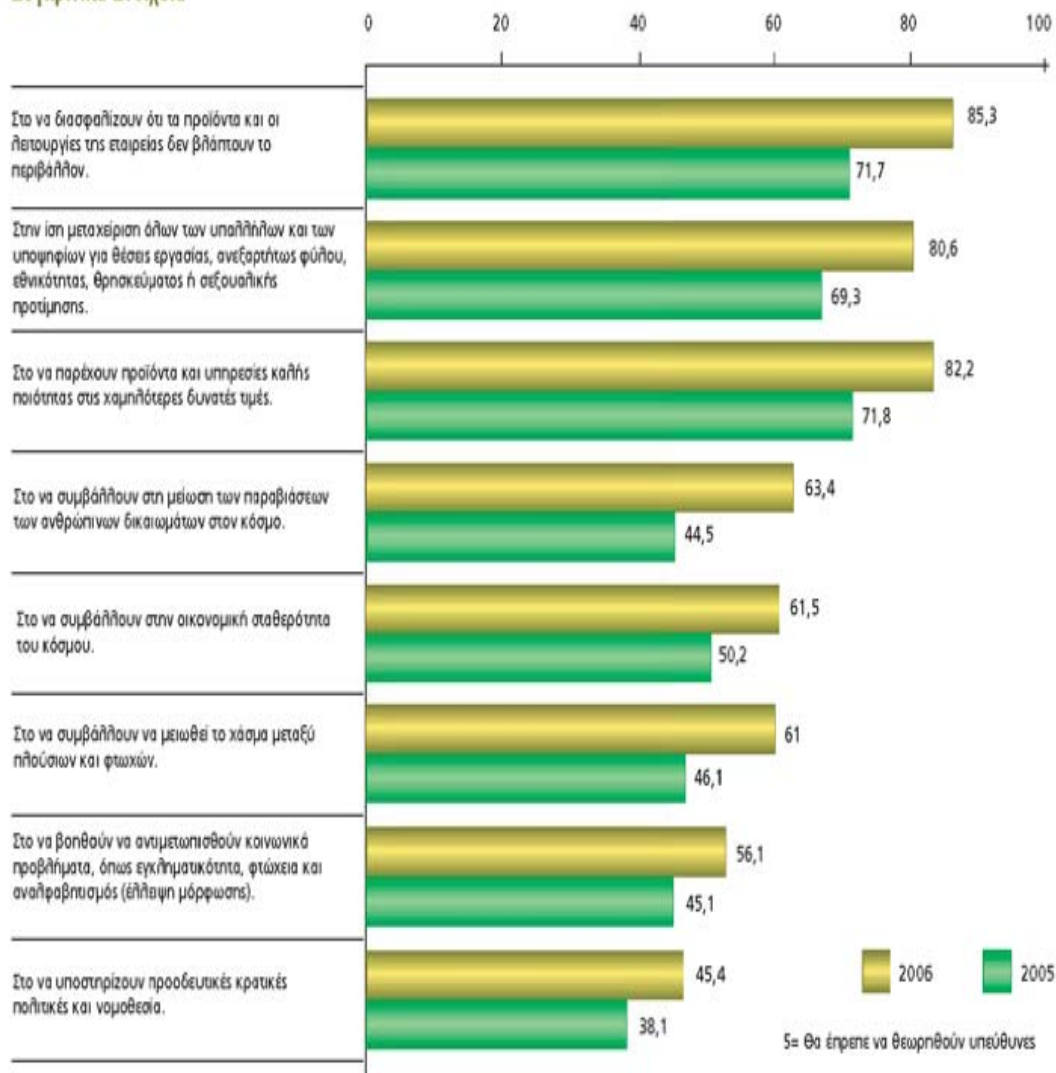
Ο Έλληνας καταναλωτής θεωρεί ότι οι εταιρείες - πρωταρχικά- θα πρέπει να είναι υπεύθυνες για θέματα που σχετίζονται με την οργάνωση και την παραγωγική διαδικασία μιας εταιρείας. Παράλληλα το 50% στην Ελλάδα θεωρεί ότι μπορεί να επηρεάσει την υπεύθυνη στάση των εταιρειών.

Πιο συγκεκριμένα, η υπευθυνότητα μιας εταιρείας, σύμφωνα με την έρευνα, θα πρέπει να εστιάζεται στο να διασφαλίζει ότι τα προϊόντα και οι λειτουργίες της δεν βλάπτουν το περιβάλλον (85,3%), ότι όλα τα υλικά που χρησιμοποιεί για να φτιάξει τα προϊόντα της έχουν παραχθεί με κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνο και σωστό τρόπο (84,1%), στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών καλής ποιότητας στις χαμηλότερες δυνατές τιμές (82,2%), σε έλλειψη διακρίσεων όλων των εργαζομένων στην εργασία, (80,6%) και τέλος στο να μειώσει την επίδρασή της στις κλιματολογικές αλλαγές (72,2%).

↓ Προσδοκίες από τις Εταιρείες

Θέματα για τα οποία θα έπρεπε να θεωρούνται υπεύθυνες οι εταιρείες.

Συγκριτικά Στοιχεία



Αξιολόγηση εταιρειών/ επιμέρους κλάδων ως προς την εταιρική ευθύνη

Σύμφωνα με τους Έλληνες καταναλωτές, ο κλάδος Η/Υ και υψηλής τεχνολογίας ανταποκρίνεται καλύτερα στις κοινωνικές του υποχρεώσεις απέναντι στην κοινωνία (ανάμεσα στην καλύτερη εταιρεία και πάνω από το μέσο όρο 41,7%), σημειώνοντας αύξηση 5,7% από την αντίστοιχη έρευνα της προηγούμενης χρονιάς.

Άλλοι κλάδοι εταιρειών που ανταποκρίνονται καλύτερα στις υποχρεώσεις τους είναι οι εταιρείες τηλεπικοινωνιών (36,5% με σταθερά ποσοστά από την προηγούμενη μέτρηση CSR 2005), οι φαρμακευτικές εταιρείες (35,4% με αύξηση 7,1% από την προηγούμενη μέτρηση CSR 2005) και οι εταιρείες ρουχισμού (35,1% με μείωση 3,2% από την προηγούμενη μέτρηση).

Οι αυτοκινητοβιομηχανίες συγκεντρώνουν ποσοστό 28,4% στην θετική τους αξιολόγηση για την κοινωνική τους ευθύνη (αύξηση 2,5% από την προηγούμενη μέτρηση) από τους Έλληνες καταναλωτές. Οι εταιρείες τροφίμων και οι εταιρείες αλκοολούχων ποτών επίσης καταγράφουν ποσοστά 20,5% και 20% αντίστοιχα. Τέλος, 27,3% των ερωτηθέντων αξιολογούν θετικά τα ΜΜΕ σε σχέση με την κοινωνική τους ευθύνη, σημειώνοντας σημαντική μείωση 16,3% από την προηγούμενη μέτρηση (τηλεοπτικά κανάλια 43,6% - μέτρηση CSR 2005) .

Η εσωτερική και εξωτερική διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η εσωτερική διάσταση

Σε μια εταιρία, οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές αφορούν κυρίως τους υπαλλήλους και συνδέονται με θέματα όπως η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, η υγεία και η ασφάλεια καθώς και η διαχείριση της αλλαγής ενώ οι περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές σχετίζονται κυρίως με την διαχείριση των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή. Ανοίγουν το δρόμο για τη διαχείριση της αλλαγής και το συνδυασμό της κοινωνικής ανάπτυξης με τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα.

- Διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού

«Σήμερα μία από τις κυριότερες προκλήσεις για τις εταιρείες είναι η προσέλκυση και η συγκράτηση εξειδικευμένου εργατικού προσωπικού. Στο πλαίσιο αυτό, τα σχετικά μέτρα μπορούν να περιλαμβάνουν τη δια βίου μάθηση, την παραχώρηση αρμοδιοτήτων και εξουσιών στους εργαζομένους, την καλύτερη ενημέρωση σε όλη την επιχείρηση, την καλύτερη ισορροπία μεταξύ εργασίας, οικογένειας και ελεύθερου χρόνου, τη μεγαλύτερη ποικιλομορφία του εργατικού δυναμικού, την ίση αμοιβή και τις προοπτικές σταδιοδρομίας για τις γυναίκες, τον καταμερισμό των κερδών και τα συστήματα παροχής μεριδίων του

μετοχικού κεφαλαίου, καθώς και τον προβληματισμό σχετικά με την απασχολησιμότητα και την εξασφάλιση της εργασίας. Έχει επίσης αποδειχθεί ότι η ενεργός εποπτεία και διαχείριση των υπαλλήλων που απουσιάζουν από την εργασία τους λόγω αναπηρίας ή τραυματισμού έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των δαπανών. Οι υπεύθυνες πρακτικές πρόσληψης, ιδιαίτερα με την εφαρμογή της αρχής των μη διακρίσεων, πιθανότατα θα διευκολύνουν να προσλαμβάνονται άτομα από εθνικές μειονότητες, μεγαλύτεροι σε ηλικία εργαζόμενοι, γυναίκες, μακροχρόνια άνεργοι και μειονεκτούντα άτομα». (Πράσινο Βιβλίο,2001)

- Προσαρμογή στην αλλαγή

«Η αναδιάρθρωση με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο σημαίνει ότι εξισορροπούνται και λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα και οι ανησυχίες όλων εκείνων που θίγονται από τις αλλαγές και τις αποφάσεις. Στην πράξη, η διαδικασία συχνά είναι τόσο σημαντική όσο και η ουσία για την επιτυχία της αναδιάρθρωσης. Ειδικότερα, αυτό συνεπάγεται τη συμμετοχή και την ανάμιξη όλων των ενδιαφερόμενων μέσω της ανοικτής ενημέρωσης και των διαβουλεύσεων. Επιπλέον, η αναδιάρθρωση πρέπει να προετοιμαστεί καλά, με τον προσδιορισμό των σημαντικότερων κινδύνων, τον υπολογισμό του συνολικού κόστους, άμεσου και έμμεσου, που συνδέεται με εναλλακτικές στρατηγικές και πολιτικές, και τέλος με την αξιολόγηση όλων των εναλλακτικών λύσεων που ενδεχομένως θα μειώσουν την ανάγκη για απολύσεις. Οι εταιρείες πρέπει να αναλάβουν το μερίδιο της ευθύνης που τους αναλογεί προκειμένου να εξασφαλίσουν την απασχολησιμότητα του προσωπικού τους». (Πράσινο Βιβλίο,2001)

- Διαχείριση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου και των φυσικών πόρων

«Γενικά η μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων μπορούν να μειώσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Ενδέχεται να ωφελήσει και τις επιχειρήσεις μειώνοντας τους λογαριασμούς κατανάλωσης ενέργειας και διάθεσης των αποβλήτων καθώς και τις δαπάνες για τις πρώτες ύλες και για την απορρύπανση. Οι μεμονωμένες εταιρείες έχουν καταλήξει ότι η μειωμένη χρήση μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη αποδοτικότητα και ανταγωνιστικότητα.

Μια άλλη προσέγγιση που διευκολύνει την εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι το κοινοτικό σχέδιο διαχείρισης και ελέγχου στον τομέα του περιβάλλοντος (EMAS) ISO 19000. Ενθαρρύνει τις εταιρείες να δημιουργήσουν οικειοθελώς επιτόπου ή σε όλους τους τόπους όπου δραστηριοποιούνται, συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης και ελέγχου που

προωθούν συνεχώς βελτιώσεις σε περιβαλλοντικές επιδόσεις. Η περιβαλλοντική δήλωση είναι δημόσια και επικυρώνεται από διαπιστευμένους περιβαλλοντικούς επαληθευτές». (Πράσινο Βιβλίο,2001)

Η εξωτερική διάσταση

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη επεκτείνεται πέρα από την εταιρεία στην τοπική κοινότητα και αφορά ένα ευρύ σύνολο ενδιαφερομένων μερών οι οποίοι είναι όχι μόνο οι εργαζόμενοι και οι μέτοχοι αλλά και οι επιχειρηματικοί εταίροι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, οι δημόσιες αρχές και οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ) που εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες ή ασχολούνται με το περιβάλλον. Σε έναν κόσμο πολυεθνικών επενδύσεων και παγκόσμιων αλυσίδων εφοδιασμού, η εταιρική κοινωνική ευθύνη πρέπει να επεκταθεί πέρα από τα σύνορα της Ευρώπης. Η ταχεία παγκοσμιοποίηση έχει ενθαρρύνει τη συζήτηση του ρόλου και την ανάπτυξη της παγκόσμιας διακυβέρνησης. Επίσης η ανάπτυξη εθελοντικών πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορεί να θεωρηθεί ότι συμβάλει σε αυτό.

- Τοπικές κοινότητες

«Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αφορά επίσης την ένταξη των εταιρειών στο τοπικό περιβάλλον τους είτε αυτό είναι στην Ευρώπη είτε στον υπόλοιπο κόσμο. Οι εταιρείες συνεισφέρουν στις κοινότητες τους παρέχοντας θέσεις εργασίας, μισθούς, κοινωνικές παροχές καθώς και φόρους. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρείες εξαρτώνται από την υγεία, τη σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν. Η φήμη μιας εταιρείας στον τόπο εγκατάστασής της, η εικόνα της ως εργοδότη και ως παραγωγού αλλά και ως παράγοντα στην τοπική σκηνή, σίγουρα επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα της.

Υπάρχει επίσης αλληλεπίδραση μεταξύ εταιρειών και του τοπικού φυσικού περιβάλλοντός τους. Ορισμένες βασίζονται σε ένα καθαρό περιβάλλον για την παραγωγή τους ή την προσφορά των υπηρεσιών τους- καθαρός αέρας, καθαρά ύδατα ή δρόμοι χωρίς κίνηση. Μπορεί επίσης να υπάρχει σχέση μεταξύ του τοπικού φυσικού περιβάλλοντος και της ικανότητας των επιχειρήσεων να προσελκύουν εργαζομένους στην περιοχή στην οποία έχουν εγκατασταθεί. Από την άλλη πλευρά, οι επιχειρήσεις μπορεί επίσης να είναι υπεύθυνες για ορισμένες ρυπογόνες δραστηριότητες: θόρυβος, φως, μόλυνση των υδάτων, εκπομπές αερίων, ρύπανση του εδάφους και περιβαλλοντικά προβλήματα που συνδέονται με τις μεταφορές και τη διάθεση αποβλήτων». (Πράσινο Βιβλίο,2001)

- Επιχειρηματικοί εταίροι, προμηθευτές και καταναλωτές

«Οι μεγάλες εταιρείες είναι παράλληλα επιχειρηματικοί εταίροι των μικρότερων εταιρειών, είτε ως πελάτες, προμηθευτές, υπεργολάβοι ή ανταγωνιστές. Οι εταιρείες πρέπει να γνωρίζουν ότι οι κοινωνικές τους επιδόσεις μπορούν να επηρεαστούν ως αποτέλεσμα των πρακτικών των εταίρων και των προμηθευτών τους σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού. Το αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης δεν θα περιοριστεί στην ίδια την εταιρεία αλλά θα επηρεάσει και τους οικονομικούς της εταίρους. Αυτό συμβαίνει ιδίως στις μεγάλες εταιρείες που έχουν αναθέσει εξωτερικά ένα μέρος της παραγωγής ή των υπηρεσιών τους και συνεπώς ενδέχεται να έχουν αποκτήσει πρόσθετη εταιρική κοινωνική ευθύνη όσον αφορά τους προμηθευτές και το προσωπικό τους, λαμβάνοντας υπόψη ότι μερικές φορές η οικονομική ευημερία αυτών των προμηθευτών εξαρτάται κυρίως ή ολικώς από μια μεγάλη εταιρεία». (Πράσινο Βιβλίο,2001)

- Ανθρώπινα δικαιώματα

«Η εταιρική κοινωνική ευθύνη ενέχει έντονη διάσταση των δικαιωμάτων του ανθρώπου, ιδιαίτερα όσον αφορά τις διεθνείς δραστηριότητες και τις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού. Τα ανθρώπινα δικαιώματα είναι ένα ιδιαίτερα πολύπλοκο θέμα, το οποίο θέτει πολιτικά, νομικά και ηθικά διλήμματα. Οι εταιρείες αντιμετωπίζουν προκλήσεις, στις οποίες περιλαμβάνονται ερωτήματα σχετικά με τους τρόπους προσδιορισμού των τομέων ευθύνης τους σε αντιδιαστολή με εκείνους των κυβερνήσεων, σχετικά με την εξασφάλιση ότι οι επιχειρηματικοί εταίροι τους συμμορφώνονται με τις βασικές αξίες τους και τους τρόπους προσέγγισης κρατών με ευρείες παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Η ίδια η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει την υποχρέωση, στο πλαίσιο της πολιτικής για τη συνεργασία, να εξασφαλίσει την τήρηση των κανόνων εργασίας, την προστασία του περιβάλλοντος και το σεβασμό των δικαιωμάτων του ανθρώπου. Αντιμετωπίζει επίσης την πρόκληση να εξασφαλίσει πλήρη συνοχή μεταξύ της αναπτυξιακής και της εμπορικής πολιτικής της καθώς και της στρατηγικής ανάπτυξης του ιδιωτικού τομέα στις αναπτυσσόμενες χώρες ιδίως μέσω της προώθησης των ευρωπαϊκών επενδύσεων.

Ύστερα από αυξανόμενη πίεση των ΜΚΟ και των ομάδων των καταναλωτών, οι εταιρείες και οι κλάδοι υιοθετούν όλο και περισσότερο κώδικες συμπεριφοράς που καλύπτουν τις εργασιακές συνθήκες, τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις περιβαλλοντικές πτυχές, ειδικότερα όσον αφορά τους υπεργολάβους και τους προμηθευτές τους. Αυτό συμβαίνει για διάφορους

λόγους, ιδίως για να βελτιώσουν την εταιρική εικόνα τους και να μειώσουν τους κινδύνους αρνητικών αντιδράσεων από τους καταναλωτές. Ωστόσο οι κώδικες συμπεριφοράς δεν αποτελούν εναλλακτική λύση στους εθνικούς, κοινοτικούς και διεθνείς νόμους και δεσμευτικούς κανόνες: οι δεσμευτικοί κανόνες εξασφαλίζουν τα ελάχιστα πρότυπα που ισχύουν για όλους, ενώ οι κώδικες συμπεριφοράς και άλλες εθελοντικές πρωτοβουλίες μπορούν μόνον να τα συμπληρώσουν και να προωθήσουν υψηλότερα πρότυπα για όσους τα υιοθετούν.

Όσον αφορά τα δικαιώματα του ανθρώπου, είναι αναγκαίο να επαληθεύονται σε μόνιμη βάση τα συστήματα συμμόρφωσης με τους κώδικες και η εφαρμογή τους. Η επαλήθευση αυτή πρέπει να διαμορφωθεί και να διεξαχθεί σύμφωνα με προσεκτικά καθορισμένα πρότυπα και κανόνες που να ισχύουν για τις οργανώσεις και τα άτομα που αναλαμβάνουν τον επονομαζόμενο «κοινωνικό έλεγχο». Η εποπτεία, στην οποία πρέπει να συμμετέχουν οι ενδιαφερόμενοι παράγοντες όπως οι δημόσιες αρχές, οι συνδικαλιστικές οργανώσεις και οι ΜΚΟ, είναι σημαντική προκειμένου να εξασφαλιστεί η αξιοπιστία των κωδίκων συμπεριφοράς. Μια ισορροπία μεταξύ των εσωτερικών και των εξωτερικών συστημάτων επαλήθευσης θα μπορούσε να βελτιώσει τη σχέση κόστους αποτελέσματος, ειδικότερα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Κατά συνέπεια, πρέπει να εξασφαλιστεί μεγαλύτερη διαφάνεια και βελτιωμένοι μηχανισμοί υποβολής εκθέσεων όσον αφορά τους κώδικες συμπεριφοράς.

Στις 15/1/1999, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο εξέδωσε ψήφισμα με τίτλο «Προδιαγραφές της ΕΕ που διέπουν τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις οι οποίες δρουν σε αναπτυσσόμενες χώρες: προς έναν Ευρωπαϊκό Κώδικα Συμπεριφοράς» με τον οποίο ζητά αφενός την καθιέρωση ενός ευρωπαϊκού κώδικα συμπεριφοράς, ο οποίος θα συμβάλει στη μεγαλύτερη τυποποίηση των εθελοντικών κωδίκων συμπεριφοράς βασιζόμενος στις διεθνείς προδιαγραφές και θα περιέχει διατάξεις σχετικά με τις διαδικασίες καταγγελίας και διορθωτικών μέτρων, και αφετέρου τη δημιουργία της Ευρωπαϊκής Πλατφόρμας Επιτήρησης (European Monitoring Platform)». (Πράσινο Βιβλίο,2001)

Η πορεία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης Παγκόσμια

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει ήδη αναλάβει το ρόλο των κυβερνήσεων σε πολλές χώρες της Ευρώπης αλλά και την Αμερική. Βέβαια, η εφαρμογή της ΕΚΕ, σύμφωνα με την ατζέντα των εθνικών κυβερνήσεων παρουσιάζει σημαντικές αποκλίσεις ανάλογα με την εθνική πολιτική και τις διαφορετικές προσεγγίσεις τους. Πριν την οποιαδήποτε μορφή κοινωνικής ευθύνης οι κυβερνήσεις κάθε χώρας πρέπει να συνυπολογίζουν και να λαμβάνουν υπόψη τους τόσο την κατάσταση του κράτους- πρόνοια, όπως επίσης και την δική τους κοινωνική

ατζέντα. Θα πρέπει επίσης, να συνυπολογίζεται ο βαθμός ανάπτυξης του κοινωνικού κεφαλαίου, έτσι ώστε να προσαρμόζουν ανάλογα την στρατηγική τους για την επίτευξη συμπράξεων και προσεγγίσεων που εμπλέκουν πολλούς εταίρους. Σημαντικό επίσης είναι, να μη διαρραγεί ο παραδοσιακός τρόπος με τον οποίο οι επιχειρήσεις συνδέονται με την κοινωνία.

Ας δούμε όμως επιγραμματικά την πορεία κάποιων ευρωπαϊκών χωρών προς τα χνάρια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

ΟΛΛΑΝΔΙΑ

Όταν στη δεκαετία του '90 η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αναπτυσσόταν σταθερά στην Ευρωπαϊκή Ένωση, στην Ολλανδία το έδαφος ήταν ήδη γόνιμο. Οι τρεις πρωταγωνιστές της –κυβέρνηση, επιχειρήσεις και ενεργός κοινωνία- είχαν ήδη αναλάβει το δέοντα και αλληλοσυμπληρούμενο ρόλο τους για το κοινό στοίχημα της βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικής συνοχής. Καταρχήν, η κυβέρνηση «παραχώρησε» πολλά από τα καθήκοντα των δημοσίων υπηρεσιών της στον ιδιωτικό τομέα, ο οποίος είχε μεν την απόλυτη ελευθερία να ενεργεί αυτοβούλως και με γνώμονα την ισορροπία μεταξύ ζήτησης και προσφοράς, με την προϋπόθεση, όμως, ότι τηρούνται τα όρια και τα σημεία αναφοράς όπως τα έχει προκαθορίσει η κυβέρνηση. Πρέπει να σημειωθεί ότι η ενεργός κοινωνία στη χώρα αυτή έχει έντονη παρουσία με δεδομένο ότι το 80% του πληθυσμού είναι μέλη κάποιας μη κυβερνητικής οργάνωσης. Παράλληλα, οι διαφορετικές κυβερνήσεις συνασπισμών που διαδέχτηκαν η μια την άλλη, προώθησαν όλες με την ίδια ένταση τη σημασία που έχει για τη χώρα η εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Το Dutch Social and Economic Council που είναι συμβουλευτικό όργανο της κυβέρνησης, έχει αναλάβει έναν καταλυτικό ρόλο για την προώθηση της ΕΚΕ στη χώρα αυτή. Το 2000, ύστερα από αίτημα του Υπουργείου Οικονομικών και αφού προηγήθηκε συζήτηση στο Εθνικό Κοινοβούλιο, συνέταξε τη Συμβουλευτική Έκθεση για την « Ολλανδική Προσέγγιση στην ΕΚΕ», με την οποία και προτείνονται δυνητικοί τρόποι για την εφαρμογή των σχετικών πολιτικών. Η ανταπόκριση της κυβέρνησης ήταν τον Μάρτιο του 2001 να εκδώσει έγγραφο με τίτλο « Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η Προοπτική της Κυβέρνησης», με το οποίο προσυπέγραψε τα κύρια σημεία της Συμβουλευτικής έκθεσης και υποσχέθηκε την υποστήριξη της για την περαιτέρω ανάπτυξη της. Μεταξύ των άλλων, η κυβέρνηση ίδρυσε Ειδικό Σώμα για να διευκολύνει τις επιχειρήσεις να συμμορφώνονται με τις κατευθυντήριες γραμμές του ΟΟΣΑ ,αλλά και προκειμένου να ενημερώνονται ευρύτερα, ώστε να τις ερμηνεύουν κατά το σωστό τρόπο.

Επιπλέον, ζήτησε από το Συμβούλιο Ετήσιων Απολογισμών να βοηθήσει τους ενδιαφερόμενους ώστε να βελτιώσουν τους απολογισμούς ΕΚΕ που εκδίδουν. Το αποτέλεσμα ήταν να γίνει αναθεώρηση συγκεκριμένων οδηγιών, κατά τρόπο ώστε να διευκολύνονται και οι επιχειρήσεις όταν συντάσσουν τους απολογισμούς ΕΚΕ. Οι προτάσεις της κυβέρνησης πριν τεθούν σε εφαρμογή, εγκρίθηκαν από το κοινοβούλιο. Και το μοναδικό θέμα που έμεινε ανεπίλυτο (ή μάλλον απερρίφθη η σχετική γνώμη μέρους των βουλευτών) ήταν η επιβολή υποχρεωτικής έκδοσης απολογισμών ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις.

Εννοείται ότι, εξίσου έντονη δραστηριότητα για την προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σημειώνεται και από την τοπική αυτοδιοίκηση. Ενώ αποφασιστικής σημασίας «πρωταγωνιστής» στον τομέα αυτό είναι και ο χρηματοοικονομικός τομέας, με τον οποίο η κυβέρνηση έχει στενή και άμεση συνεργασία για την προώθηση κοινών επενδυτικών στόχων με βάση ηθικά και περιβαλλοντικά κριτήρια. «Την επόμενη δεκαετία η ΕΚΕ θα αποτελεί πλέον αυτόματο τομέα της στρατηγικής όλων των επιχειρήσεων», αναφέρει η συντάκτρια της σχετικής έκθεσης κα. Jacqueline Cramer. Και η αισιοδοξία της είναι απόλυτα αντικειμενική.

ΓΑΛΛΙΑ

Η πρώτη κυβερνητική πρωτοβουλία στη Γαλλία ανήκει στην κυβέρνηση του κ. Lionel Jospin. Δημιούργησε μια προπαρασκευαστική Επιτροπή στην οποία συμμετείχαν όλοι οι ενδιαφερόμενοι με προκείμενο τη διαμόρφωση Εθνικής Στρατηγικής για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Η επόμενη κυβέρνηση του κ. Raffarin, ίδρυσε στο τέλος του 2002 το Εθνικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, το οποίο τον Απρίλιο του 2003, εξέδωσε την τελική Έκθεση του με την οποία καθορίζονταν έξι κύριες Στρατηγικές Κατευθυντήριες Γραμμές. Η φιλοσοφία του κειμένου είναι ότι «η κοινωνική ευθύνη μοιράζεται σε όλους χωρίς διακρίσεις μεταξύ των συμπρωταγωνιστών». Στις προτάσεις ήταν και η ίδρυση Ινστιτούτου Ανώτατων Σπουδών για επαγγελματική κατάρτιση στην Βιώσιμη Ανάπτυξη, η προώθηση της επαγγελματικής εκπαίδευσης ύστερα από διάλογο με τους ενδιαφερόμενους, η εκπαίδευση των Ορκωτών Λογιστών, η εισαγωγή του μαθήματος στις Σχολές Διοίκησης Επιχειρήσεων, η ακαδημαϊκή έρευνα, η παροχή διευκολύνσεων και κινήτρων προς τους «σχεδιαστές εργαλείων ΕΚΕ» με ευρωπαϊκή εμβέλεια και η προώθηση μιας Διεθνούς Συμφωνίας.

Το 2003 η αρμόδια κυβερνητική επιτροπή υιοθέτησε για την επόμενη πενταετία την Εθνική Στρατηγική για την Βιώσιμη Ανάπτυξη, με την οποία η ΕΚΕ προωθείται μέσα από τρεις στόχους: με τη δημιουργία συστήματος αναφοράς σε εθνικό επίπεδο, με την ανάλυση των

βέλτιστων πρακτικών και με την ανάπτυξη Κοινωνικά Υπεύθυνων Επενδύσεων. Παράλληλα, η κυβέρνηση ενθάρρυνε τις επιχειρήσεις να συμμετέχουν εθελοντικά σε διαδικασίες για τη βιώσιμη ανάπτυξη και ιδιαίτερα σε πιστοποιημένες δράσεις για την προστασία του περιβάλλοντος.

Η ΕΚΕ προωθείται από το δημόσιο τομέα μέσα από κρατικά όργανα, δημόσιες και ημικρατικές υπηρεσίες και οργανισμούς. Σημαντικό οικονομικό «εργαλείο» του είναι το Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων (Caisse des Depots et Consignations), ο ρόλος του οποίου είναι σημαντικός για την κοινωνική συνοχή. Επίσης, για την προώθηση της ΕΚΕ μέσω των Κοινωνικά Υπεύθυνων Επενδύσεων λειτουργεί ειδική ιστοσελίδα.

Το 2001 ψηφίστηκε νέος νόμος (άρθρο υπ' αριθ. 116) που επιβάλλει στις εισηγμένες εταιρείες να αναφέρουν στους ετήσιους απολογισμούς τους περιβαλλοντικές και κοινωνικά υπεύθυνες δραστηριότητες, ενώ το 2003 με διευκρινιστική απόφαση, τους ζητείται να κάνουν αναφορά και στις σχέσεις τους με υπό- εργολάβους, για τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους σε τοπικό επίπεδο, αλλά και για το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων όταν εκείνοι αναπτύσσουν δραστηριότητες εκτός των συνόρων της χώρας.

Ωστόσο, όπως μας πληροφορούν οι συντάκτες της σχετικής έκθεσης Francois Beaujolin και Michel Carpon, η εφαρμογή του νόμου δεν συνοδεύτηκε από ανάλογες επιδόσεις στο χώρο των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων αλλά και των θυγατρικών των μεγάλων επιχειρηματικών ομίλων.

NORΒΗΓΙΑ

Την ευθύνη για την προώθηση της ΕΚΕ στη Νορβηγία, η κυβέρνηση της την έχει αναθέσει – κατά μεγάλο μέρος της- στο Υπουργείο Εξωτερικών, με κεντρικό στόχο την προστασία των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων. Από το 1998 το εν λόγω υπουργείο έχει ιδρύσει το Consultative Body for Human Rights and Norwegian Economic Involvement Abroad (Συμβουλευτικό Σώμα για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου και την Νορβηγική Οικονομική Συμμετοχή στο Εξωτερικό), το οποίο έχει θεσπίσει Κατευθυντήριες Οδηγίες οι οποίες προωθούν το ρόλο των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται εκτός της χώρας. Στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος, η Κυβέρνηση της Νορβηγίας –μαζί με τη Δανία- ήταν από τους πρωτοπόρους υπέρ της θέσπισης συστημάτων ελέγχου για τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου. Ήταν, επίσης, η πρώτη χώρα που επέμενε για τη θέσπιση ποσοστώσεων για την συμμετοχή των γυναικών στα συμβούλια των επιχειρήσεων.

Στη χώρα αυτή, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη θεωρείται μέρος της πολιτικής και κοινωνικής παράδοσης. Δεν ξαφνιάζει κανέναν, λοιπόν, το ότι υπάρχει ομοφωνία ανάμεσα στην Κυβέρνηση και τις βιομηχανίες, για το ότι η επιβολή νόμων και κανονισμών δεν είναι ο

αποτελεσματικότερος τρόπος για να προωθείται η όποια βελτίωση επιδιώκεται. Γιατί, πιστεύεται, ότι η πρόβλεψη για το ποιες είναι οι καλύτερες δυνατές λύσεις είναι μια δύσκολη υπόθεση. Δεν είναι ακόμη περίεργο το ότι στη χώρα αυτή οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις – σε αντίθεση με αυτό που συμβαίνει στην υπόλοιπη Ευρώπη- βρίσκονται στην κορυφή της βαθμολογίας από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (αν και η Νορβηγία δεν είναι μέλος της ΕΕ) σε ότι αφορά την εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Η κρατική εταιρεία Statoil – ως γνωστόν η Νορβηγία είναι πετρελαιοπαραγωγός χώρα- συμμετέχει στους χρηματιστηριακούς δείκτες DJSI και FTSE4Good. Κατόπιν συστάσεων της αρμόδιας Επιτροπής του Κοινοβουλίου, η κυβέρνηση αποφάσισε ότι υπάρχει ανάγκη για επιπλέον κατευθυντήριες γραμμές και απαίτησε από τις εισηγμένες εταιρείες να ευθυγραμμισθούν με τις Αρχές του Global Compact του ΟΗΕ. Ωστόσο, μετά το 2004, η έμφαση μετατοπίστηκε- ως προς τη σημασία που έχει η εταιρική διακυβέρνηση- από τη μητρική εταιρεία στις δραστηριότητες της ίδιας ή των θυγατρικών τους στο εξωτερικό.

Ο διάλογος των εκάστοτε κυβερνήσεων με τις μη κυβερνητικές οργανώσεις είναι διαρκής και μόνιμος και αποτελεί τη ζωντανή παρουσία της ΕΚΕ στην καθημερινή ζωή των Νορβηγών. Η πρωτοβουλία “Inclusive Work” θεωρείται μοναδική στο είδος της: η κυβέρνηση και οι επιχειρήσεις συνεργαζόμενες, προσπαθούν να προβλέψουν και να αξιολογήσουν το πως θα εξελιχθούν οι κοινωνικές προκλήσεις (λχ. κοινωνικό στρες, κόστος ασθενειών και ανικανότητας προς εργασία) και προσπαθούν να τις αντιμετωπίσουν εκ των προτέρων, αναζητώντας τις αρχικές αιτίες τους. Επιπλέον, από το 2002, η κυβέρνηση μαζί με τις Ενώσεις Εργοδοτών και Εργαζομένων έχουν συνυπογράψει «Επιστολή Πρόθεσης» με το Διεθνή Οργανισμό Υγείας για την περαιτέρω βελτίωση της εργασιακής ζωής.

ΒΡΕΤΑΝΙΑ

Αρμόδια υπουργός για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στη σημερινή κυβέρνηση της Βρετανίας στο πλαίσιο του χαρτοφυλακίου της για τη Βιομηχανία και το Εμπόριο, από τον Μάιο 2006, είναι η κα. Margaret Hodge. Χρονολογικά, είναι η τέταρτη κατά σειρά υπουργός αρμόδια για την ΕΚΕ. Προκάτοχος της ήταν από το 2002, ο κ. Stephen Timms, ο οποίος το 2004, στο πλαίσιο του υπουργείου του ίδρυσε την CSR Academy (Ακαδημία για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη). Προγενέστεροι του ήταν οι Kim Howells Douglas Alexander.

Η βρετανική κυβέρνηση έχει θέσει στον πυρήνα ευθύνης της την προώθηση της ΕΚΕ και ταυτόχρονα ενθαρρύνει την έρευνα και ανάπτυξη στο συγκεκριμένο τομέα. Υποστηρίζει τις επιχειρήσεις, επιβραβεύει τα επιτεύγματα τους και συμμετέχει ως εταίρος στις δραστηριότητες τους άλλοτε με συγχρηματοδοτήσεις, άλλοτε με οικονομικά κίνητρα και άλλοτε «μεσιτεύοντας» προκειμένου να δημιουργήσουν τις δικές τους συμπράξεις. Διαθέτει

ένα υποδειγματικό δίκτυο ηλεκτρονικής και άλλης ενημέρωσης και εγγυάται την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών εκ μέρους των δημόσιων αρχών. Το Υπουργείο που είναι αρμόδιο και για την ΕΚΕ συνεργάζεται στενά με τις επιχειρήσεις για την προώθηση ενεργειών για την προστασία του περιβάλλοντος και για την ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής. Οι πρωτοβουλίες της κυβέρνησης ανάλογα με την εμβέλεια τους κατανέμονται σε εθνικές και περιφερειακές.

Η προώθηση της κυβερνητικής στρατηγικής για τη βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί έργο «Ομάδων Δράσης», «Ομάδων Εργασίας» και «Δημόσιων Υπηρεσιών» που έχουν συσταθεί και λειτουργούν σε επίπεδο κυβέρνησης. Όλα τα υπουργεία και το καθένα χωριστά, εφαρμόζουν πολιτική ΕΚΕ και η προσπάθεια που καταβάλλεται είναι οι πρωτοβουλίες για τη βιώσιμη ανάπτυξη να εκπορεύονται από υψηλό διοικητικό επίπεδο. Στο Υπουργικό Συμβούλιο λειτουργούν υπό-επιτροπές υπουργών, έργο των οποίων είναι η ένταξη της βιώσιμης ανάπτυξης στα κρίσιμα υπουργεία και στις υπηρεσίες τους. Οι «Ομάδες Δράσης» αποτελούνται από ανώτερους λειτουργούς και συμμετέχουν συχνά υπουργοί. Αναλαμβάνουν δράση για συγκεκριμένα θέματα και συνεργάζονται σε σταθερή βάση με εξωτερικούς φορείς εργαζομένων και εθελοντών όταν διαθέτουν την απαιτούμενη εμπειρία.

Η «Ομάδα Δράσης για την εφαρμογή των Αρχών της Βιώσιμης Ανάπτυξης στις Προμήθειες», συστάθηκε τον Μάιο 2005, και εργάζεται ήδη από τις 12 Ιουνίου 2006 με βάση το Σχέδιο Δράσης για τις Δημόσιες Προμήθειες, φιλοδοξώντας ότι το 2009 θα φέρει τη Βρετανία στην κορυφή της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον τομέα αυτό. Η μικτή κυβερνητική «Ομάδα Εργασίας» εργάζεται για την εφαρμογή των Αρχών της Βιώσιμης Ανάπτυξης στον τουρισμό σε συμμόρφωση της χώρας με τις δεσμεύσεις που ανέλαβε στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Συνεδρίου Κορυφής για την Βιώσιμη Ανάπτυξη 2005. Την παρακολούθηση της προόδου των εργασιών της συγκεκριμένης Ομάδας Εργασίας έχει αναλάβει διυπουργική επιτροπή.

Όσο για τις «Δημόσιες Υπηρεσίες», είναι μηχανισμοί που χρησιμοποιεί η κυβέρνηση προκειμένου να παρακολουθεί την πρόοδο και να θέτει σε εφαρμογή τις πρωτοβουλίες για την βιώσιμη ανάπτυξη.

Όλα τα υπουργεία- συμπεριλαμβανομένων τόσο του Γραφείου Πρωθυπουργού όσο και της Βασιλικής Αυλής- διαθέτουν το δικό τους «Σχέδιο Δράσης» για την ΕΚΕ, για την πορεία του οποίου είναι υπόλογα στην κυβέρνηση.

Το έτος 2000, ο πρωθυπουργός της Βρετανίας κάλεσε τις κορυφαίες εταιρείες του Χρηματιστηριακού Δείκτη FTSE 350 να εκδώσουν απολογισμούς για την περιβαλλοντική συμπεριφορά τους, προσφέροντας τους παράλληλα, τεχνική βοήθεια και κατευθυντήριες οδηγίες σύμφωνα με τις οποίες η «ΕΚΕ αποτελεί εθελοντική δράση των εταιρειών πέραν της συμμόρφωσης τους με τα νόμιμα και με τις ελάχιστες νομοθετικές απαιτήσεις, προκειμένου να ανταποκριθούν στα ανταγωνιστικά συμφέροντα τους όπως και σε αυτά της κοινωνίας,

γενικότερα». Σύμφωνα με σχετική έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2003, προέκυψε ότι τουλάχιστον μία στις δυο εταιρείες είχαν ανταποκριθεί στην πρωθυπουργική αυτή έκκληση και δημοσίευσαν περιβαλλοντικούς απολογισμούς. Επίσης, από τον Ιούλιο 2001 με νομοθετική ρύθμιση καλούνται οι διαχειριστές Επαγγελματικών Συνταξιοδοτικών να δηλώνουν τη συμμετοχή τους σε επενδύσεις με περιβαλλοντικά και ηθικά κριτήρια. («Μέρισμα», Περιοδική έκδοση για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, Μάιος 2007)

ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα αρμόδιος φορέας για την εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, το οποίο είναι ένα μη κερδοσκοπικό Σωματείο επιχειρήσεων και επιχειρηματικών φορέων. Ιδρύθηκε το 2000 από μια μικρή ομάδα επιχειρήσεων και επιχειρηματικών φορέων και σήμερα στα μέλη του συγκαταλέγονται 80 επιχειρήσεις και 6 επιχειρηματικοί φορείς.

Αποστολή του είναι η προώθηση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και η διάδοση της τόσο προς τον επιχειρηματικό κόσμο όσο και προς το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον. Ως απώτερος στόχος του ορίζεται η κινητοποίηση όλων των ενδιαφερόμενων μερών για την ισόρροπη επίτευξη κερδοφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης.

Κύριοι άξονες δράσης για την πραγμάτωση της αποστολής του είναι οι εξής:

- Συνεχής και έγκαιρη ενημέρωση σε όλα τα επιμέρους θέματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.
- Δικτύωση και συνεργασία με επιχειρήσεις, συλλογικούς και άλλους φορείς, σε κάθε επίπεδο, για την ανταλλαγή και διάχυση πληροφοριών αλλά και την ανάπτυξη κοινών πρωτοβουλιών.
- Σχεδιασμός και ανάπτυξη προγραμμάτων και συμπράξεων για την προώθηση προγραμμάτων κοινωνικής προσφοράς και την από κοινού αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων.
- Μεταφορά, προσαρμογή και διάδοση καλών πρακτικών στον τομέα της κοινωνικής συνοχής και της Εταιρικής κοινωνικής Ευθύνης.

Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας

Μπορούμε σήμερα να κάνουμε λόγο για ορισμένα φαινόμενα του αιώνα μας τα οποία επιδρούν περισσότερο στη ζωή και την κουλτούρα του σύγχρονου ανθρώπου, από ό,τι μερικά άλλα. Κάποια από αυτά είναι τα Μ.Μ.Ε στο σύνολό τους. Απασχολούν τον άνθρωπο σε όλα τα γεωγραφικά μήκη και πλάτη της γης περισσότερο από κάθε άλλα στον τομέα της ψυχαγωγίας και της ενημέρωσης. Μέσω αυτών ο άνθρωπος κατακλύζεται με πληροφορίες και γεγονότα, με αποτέλεσμα να τον υποχρεώνουν σε έναν διαφορετικό τρόπο ζωής. Τα Μ.Μ.Ε ως φαινόμενο, συζητούνται από παιδαγωγούς, ακαδημαϊκούς, δασκάλους, κοινωνιολόγους, ψυχολόγους και ερευνητές, οι οποίοι προσπαθούν να δώσουν μια εξήγηση του φαινομένου ώστε να εξυπηρετεί καλύτερα τον άνθρωπο και να μην έχει δυσμενείς επιπτώσεις στην προσωπικότητά του.

Όταν τα Μ.Μ.Ε άρχισαν να διαδίδονται στον κόσμο, ήταν φυσικό, ορισμένοι επιστήμονες να κληθούν να εκφράσουν την γνώμη τους για τις επιπτώσεις που θα ήταν δυνατό να προκύψουν. Χαρακτηριστική είναι η άποψη του Μ. Μ. Λιούαν, ότι «ζούμε σε έναν κατακλυσμό πληροφοριών και αυτό οφείλεται χωρίς άλλο στα Μ.Μ.Ε. Χάρη σε αυτά έχει κατακλυσθεί όλος ο κόσμος από πληροφορίες. Οι άνθρωποι σε οποιαδήποτε γωνιά της γης επικοινωνούν, πληροφορούνται, καλύπτουν τις βασικές ψυχικές τους ανάγκες και μιμούνται χωρίς άλλο μέσω ενός παγκόσμιου δικτύου μέσω μαζικής επικοινωνίας» (Βερνίκος/Δασκαλοπούλου, 2002, σ.22-23).

Η παγκόσμια επέκταση των Μ.Μ.Ε έχει αποκτήσει τεράστια δύναμη επιρροής και εξουσίας, με αποτέλεσμα να βιώνουμε περισσότερο ίσως από κάθε άλλη εποχή αυτό που ο Schneider αποκαλεί «Κοινωνία των Μ.Μ.Ε» (Βερνίκος/Δασκαλοπούλου, 2002, σ.54). Δεν θα ήταν ακραίο λοιπόν, να υποστηριχθεί ότι τα σύγχρονα Μ.Μ.Ε συμβάλλουν ουσιαστικά στο εποικοδόμημα της κοινωνίας μέσω των δραστηριοτήτων τους κατέχοντας σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωσή της.

Το ζήτημα της κουλτούρας είναι κλειδί για την κατανόηση των διαφορετικών αντιλήψεων γύρω από τη σχέση κουλτούρας και μαζικών μέσων. Η κουλτούρα και η αναδιάταξή της στην σύγχρονη εποχή συνδέεται κατά ένα μεγάλο μέρος της με τα Μ.Μ.Ε, καθώς η κουλτούρα νοείται ως σύνολο περιεχομένων που διακινούνται σε μια αγορά επικοινωνίας και τα μαζικά μέσα ως μηχανισμός που διεκπεραιώνει την ελεύθερη συναλλαγή ανάμεσα στους προμηθευτές και τους παραλήπτες των περιεχομένων.

ΤΟ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΤΟΠΙΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η απορύθμιση του τηλεοπτικού πεδίου στα τέλη της δεκαετίας του '80 μεταμόρφωσε το τηλεοπτικό πεδίο της χώρας θέτοντας νέους όρους και δημιουργώντας καινούργιους πρωταγωνιστές. Η Ελλάδα ως μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης επηρεάζεται άμεσα από την κοινή πολιτική της Ευρώπης που με την έκδοση της Πράσινης Βίβλου για μια «Τηλεόραση Χωρίς Σύνορα» διαμόρφωσε το κατάλληλο πλαίσιο για μια φιλελεύθερη πολιτική στο τηλεοπτικό πεδίο. Σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα κάνει την εμφάνιση του και το ιδιωτικό συμφέρον στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και έτσι δημιουργούνται 140 ιδιωτικοί τηλεοπτικοί σταθμοί - εθνικοί και τοπικοί - ανατρέποντας με αυτό τον τρόπο το κρατικό μονοπώλιο. Με την έλευση του τηλεοπτικών σταθμών αναπτύσσεται παράλληλα και η διαφημιστική αγορά, η οποία έδωσε τεράστια ώθηση στην ελληνική και όχι μόνο τηλεόραση. Επέτρεψε επίσης την ανάπτυξη ενός ολόκληρου τομέα παραγωγής τηλεοπτικών προγραμμάτων, αλλά και την εισαγωγή προγραμμάτων από άλλες χώρες.

«Προς το τέλος του 1989 εμφανίζονται στους τηλεοπτικούς μας δέκτες τα δύο πρώτα ιδιωτικά κανάλια, το Mega Channel και ο Antenna TV, γεγονός που σηματοδοτεί την ουσιαστική αναδιάρθρωση του επικοινωνιακού πεδίου της χώρας. Με την πάροδο λίγων μηνών το ένα τηλεοπτικό κανάλι μετά το άλλο εμφανίζονται σε ολόκληρη την Ελληνική επικράτεια, εκπέμποντας είτε σε πανελλαδική είτε σε τοπική εμβέλεια. Το 1994 εμφανίζεται και το πρώτο συνδρομητικό κανάλι, το Filmnet, που προσέφερε εμπορικές ταινίες και ζωντανούς αγώνες ποδοσφαίρου. Το 1997 η EPT 2 μετεξελίσσεται σε NET με ενημερωτικό κυρίως προφίλ και η ET1 σε ψυχαγωγικό κανάλι ενώ πλέον από κρατική αποκαλείται δημόσια τηλεόραση. Το 1999 παρέχεται επίσημη άδεια λειτουργίας ψηφιακής δορυφορικής τηλεόρασης στο Nova και την Multichoice Hellas». (Το ΒΗΜΑ, 21/11/1999).

Κάπως έτσι ξεκίνησε πριν περίπου 40 χρόνια να εκπέμπει στην Ελλάδα αυτό το «κουτί» που άλλοτε ονομάζεται «παράθυρο στον κόσμο» και άλλοτε «κουτί της διαφθοράς». Σαραντα χρόνια έχουν περάσει από τις πρώτες πειραματικές τηλεοπτικές εκπομπές στην Ελλάδα, 33 από την πρώτη επίσημη εκπομπή κρατικού καναλιού και ήδη 18 από το ξεκίνημα της ιδιωτικής τηλεόρασης. Ενημέρωση, ψυχαγωγία και παρέα από τη μία, απομόνωση, αποπροσανατολισμός και αποβλάκωση από την άλλη, δημιουργούν μια πολύ ευαίσθητη ισορροπία. Ο Ζάν Καζνέβ γράφει στο πρόλογο του βιβλίου του, Ο Άνθρωπος τηλεθεατής, ότι «Είναι γεγονός ότι τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας θεωρούνται συνηθέστερα ως υπεύθυνα για την εξάπλωση της βίας, την αποπνευματοποίηση του κοινού, για ό,τι αποκαλούμε ως πλύση εγκεφάλου, για την αποδυνάμωση της πολιτικής συνείδησης και του

ουσιαστικού προβληματισμού, για τον υποβιβασμό του πολιτιστικού επιπέδου και την εν γένει επιτεδοποίηση του ανθρώπου». Το σίγουρο είναι ότι η τηλεόραση, αποτελεί αναμφισβήτητα την πιο σημαντική εφεύρεση του 20^{ου} αιώνα.

Η πιο πρόσφατη έρευνα που διεξήχθη για την τηλεόραση, δημοσιεύθηκε στην «Καθημερινή» στις 6/05/2007, έγινε από την εταιρεία δημοσκοπήσεων VPRC και ήταν ποσοτική έρευνα, με τηλεφωνικές συνεντεύξεις και χρήση δομημένου ερωτηματολογίου. Το δείγμα της έρευνας ανέρχεται σε 603 άτομα και ο χρόνος διεξαγωγής της ήταν από 23 έως 25 Απριλίου 2007. Αποτέλεσμα, δυστυχώς, της έρευνας ήταν ότι το 72% των ερωτηθέντων δεν ήταν ικανοποιημένοι από την ενημέρωση που προσφέρει η τηλεόραση στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένος αισθάνεστε από την ποιότητα της ενημέρωσης στην Ελλάδα» το 66% απάντησε ότι είναι δυσαρεστημένοι και μόνο το 33% ότι είναι ικανοποιημένοι. Επίσης το 78% των ερωτηθέντων βρίσκει ότι οι ειδήσεις στην τηλεόραση δεν είναι αντικειμενικές και το 50% πιστεύει ότι οι δημοσιογράφοι «μάλλον» ελέγχουν και διασταυρώνουν τα στοιχεία τους πριν τα παρουσιάσουν στα δελτία ειδήσεων. Σε άλλη ερώτηση, το 66% των ερωτηθέντων, μετά από ένα δελτίο ειδήσεων που έχει δει στην τηλεόραση, έχει σκεφτεί ότι έχει χάσει το χρόνο του και το 60% των ανθρώπων που παρακολουθούν πολιτικές εκπομπές στη τηλεόραση αισθάνονται δυσαρεστημένοι από την ποιότητα αυτών. Τέλος, το 67% των ερωτώμενων πιστεύει ότι όταν οι δημοσιογράφοι των ειδήσεων, ερευνούν στα δελτία της τηλεόρασης μια υπόθεση, που αφορά κάποιο πρόσωπο παραβιάζουν και δεν σέβονται τα ατομικά δικαιώματα αυτού του προσώπου. Με όλα αυτά τα δεδομένα είναι λοιπόν φυσικό επακόλουθο οι άνθρωποι της σημερινής κοινωνίας να στρέφονται σε άλλου είδους ενημέρωση πιο αντικειμενική, πιο γρήγορη και περισσότερη συμβατή με τα νέα μέσα που τους προσφέρει απλόχερα η εξέλιξη της τεχνολογίας.

«Το πολιτικό προσωπικό της χώρας αναζητά ακροατήριο και ψήφους στο γυαλί. Παράλληλα, οι πολιτικοί των παραθύρων αδυνατούν να αντιληφθούν ότι η ελληνική κοινωνία, κατά συντριπτική πλειονότητα, είναι δυσαρεστημένη από την τηλεοπτική ενημέρωση. Δεν ικανοποιείται, δεν ενημερώνεται, δεν μαθαίνει. Οι ειδήσεις σήμερα, σύμφωνα με την έρευνα, συμφύρονται με το κουτσομπολιό σε ένα συνεχές σόου. Κανείς δεν μπορεί να ξεχωρίσει που τελειώνει η είδηση, το πραγματικό και που αρχίζει η μυθοπλασία, η υπερβολή, η δραματοποίηση και το χάχανο. Η εμπορική τηλεόραση αδυνατεί να παρακολουθήσει την πολύπτυχη σύγχρονη ζωή, αξιοποιώντας τα ισχυρά εργαλεία που της προσφέρει η τεχνολογία, αδυνατεί να διδαχθεί από τη δυναμική των νέων μέσων. Δεν

αφουγκράζεται την κοινωνία καθώς αλλάζει και εξελίσσεται. Οι κατασκευαστές της έχουν κολλήσει στα '90s, στον εύκολο λαϊκισμό, την αναπαραγωγή του ταμπλόιντ τύπου και των περιοδικών lifestyle. Η εμπορική τηλεόραση ασθμαίνει πίσω από την πραγματική ζωή, γι' αυτό μετατρέπει κάθε πολιτική- κοινωνική συζήτηση σε καφενέ και χάβρα. Γι' αυτό την περιφρονούν οι νέοι και οι μορφωμένοι. Τα πιο δυναμικά τμήματα του πληθυσμού είναι στραμμένα ήδη σε άλλες πηγές και άλλα μέσα για ενημέρωση και για ψυχαγωγία: στο Διαδίκτυο, στον σοβαρό Τύπο, στα new media, στο ακαριαίο «από στόμα σε στόμα». Η εμπορική τηλεόραση μέσα σε δεκαοκτώ χρόνια κατάφερε να γεράσει χωρίς να ενηλικιωθεί. Απαξιεί το ενημερωτικό της προϊόν προτού καν το αναπτύξει». (Καθημερινή, 6/05/2007)

Αυτή μπορεί να είναι η μια πλευρά της τηλεόρασης, σε αυτήν την έρευνα όμως θα καταδείξουμε και το άλλο πρόσωπο των μέσων, αυτών που προτεραιότητα τους είναι ο άνθρωπος, το περιβάλλον, οι συνθήκες εργασίας, τα ανθρώπινα δικαιώματα και όχι μόνο το κέρδος, η διαφήμιση, οι επιχειρηματικοί ελιγμοί και οι δημόσιες σχέσεις. Θα επικρίνουμε, θα κατακρίνουμε θα σχολιάσουμε και θα καταδείξουμε την αλήθεια, το μέτρο, την πραγματικότητα. Ποια είναι η ευθύνη των μέσων σήμερα; Που αρχίζει και που τελειώνει το δέον, το πρέπον; Ποιος αποφασίζει για το «δημόσιο συμφέρον», ποιος επιλέγει τι θα δούμε σήμερα στις ειδήσεις; Ποια είναι τα όρια της δημοσιογραφικής δεοντολογίας, ποια είναι τα όρια τελικά του απλού τηλεθεατή και ποια τα όρια του επιχειρηματία; Γιατί όπως πολύ σωστά είχε πει και ο Robert Greenwald στην ταινία του «OUTFOXED: Rupert Murdoch's War on Journalism» «Τα Μέντια είναι το κυρίαρχο σύστημα μιας δημοκρατίας. Εάν δεν είναι λειτουργούν σωστά, τότε ούτε η ίδια η δημοκρατία μπορεί να λειτουργήσει...Αυτά που μαθαίνουν οι άνθρωποι είναι αυτά που τα μέσα επιλέγουν να τους παρουσιάσουν. Αν αποφασίσουν να μην τα παρουσιάσουν, τότε δεν θα τα μάθουν ποτέ».

Ξεκινώντας την ανάλυση, αναφέρουμε τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των μέσων απέναντι στην κοινωνία και τον άνθρωπο σύμφωνα με την θεωρία της μαζικής επικοινωνίας για τον 21^ο αιώνα του Ντένις Μακουέλ.

Δικαιώματα και υποχρεώσεις των μέσων ενημέρωσης

Τα ΜΜΕ οφείλουν και θα έπρεπε να είναι οργανωμένα και να λειτουργούν προς όφελος του ευρύτερου δημοσίου συμφέροντος ή γενικά του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου. Οι μορφές της οργάνωσης έχουν να κάνουν με τη δομή των ΜΜΕ, ενώ η «συμπεριφορά» αναφέρεται σε ζητήματα δομής και λειτουργίας των ΜΜΕ και κατ' επέκτασιν στον τρόπο με τον οποίο τα ΜΜΕ επιτελούν τα επιλεγμένα ή κατανεμημένα καθήκοντα τους.

Η έννοια του δημοσίου συμφέροντος είναι αρχικά απλή ως προς την κατανόηση της αλλά συνάμα και αμφιλεγόμενη στην κοινωνική και πολιτική θεωρία. Όπως εφαρμόζεται στα ΜΜΕ, η απλή της σημασία είναι ότι τα ΜΜΕ επιτελούν έναν αριθμό σημαντικών και ουσιαστικών λειτουργιών στη σύγχρονη κοινωνία, οι οποίες αποτελούν μέρος του γενικού συμφέροντος. Αυτές λοιπόν οι λειτουργίες πρέπει να επιτελούνται ορθά. Αυτό, προϋποθέτει ότι θα πρέπει να υπάρχει ένα επικοινωνιακό σύστημα το οποίο να λειτουργεί σύμφωνα με τις αντίστοιχες βασικές αξίες που κυριαρχούν στην υπόλοιπη κοινωνία, ιδίως σε σχέση με τη δικαιοσύνη, την αμεροληψία, τη δημοκρατία, καθώς και σε τρέχουσες κοινωνικές και πολιτιστικές ηθικές αξίες. Σε μικρότερο βαθμό, μπορούμε να πούμε ότι αποτελεί στοιχείο του δημοσίου συμφέροντος, δηλαδή τα ΜΜΕ να μην προξενούν κοινωνικά προβλήματα ή ακραία παραπτώματα. Όμως η ιδέα του δημοσίου συμφέροντος συμπεριλαμβάνει και θετικές προσδοκίες, καθώς και ορισμένους περιορισμούς και μορφές υπευθυνότητας.

Το μεγαλύτερο όμως πρόβλημα που αντιμετωπίζεται σε σχέση με τα ΜΜΕ είναι ότι τα περισσότερα δεν δημιουργήθηκαν τόσο για να υπηρετήσουν το δημόσιο συμφέρον όσο για να επιτύχουν κάποιο δικό τους στόχο. Ο στόχος τους συχνά προσδιορίζεται με βάση πολιτισμικούς, επαγγελματικούς ή πολιτικούς όρους, αλλά πιο συχνά ο στόχος των ΜΜΕ, ως επιχειρήσεων είναι αναμφίβολα το κέρδος. Μερικές φορές επιτελούν ταυτόχρονα και τους δυο στόχους. Σε περίπτωση που τα ΜΜΕ λειτουργούν ως εμπορική επιχείρηση, όπως κυρίως αυτό συμβαίνει, η άποψη των ΜΜΕ για το δημόσιο συμφέρον είναι πως αυτό τείνει να ταυτίζεται με ό,τι ενδιαφέρει το κοινό. Μια τέτοια θέση βέβαια, όπως είναι φυσικό, μετατοπίζει την ευθύνη για τους κανόνες, τις δεοντολογίες, τις αξίες κτλ. στην κοινωνία.

«Ο Held (1970) έχει περιγράψει δυο από τις βασικές εκδοχές όσον αφορά στη σύνθεση του δημοσίου συμφέροντος, και με πιο τρόπο το περιεχόμενο του μπορεί να προσδιοριστεί. Μια από αυτές είναι η «πλειοψηφική» άποψη, σύμφωνα με την οποία το ζήτημα θα πρέπει να διευθετηθεί με αναφορά στη λαϊκή ψήφο. Στην περίπτωση των ΜΜΕ, αυτό θα έτεινε να εξομοιώσει το δημόσιο συμφέρον με το να «προσφέρεται στο κοινό αυτό που θέλει», ικανοποιώντας έτσι την πλειονότητα των καταναλωτών στην αγορά των ΜΜΕ. Η αντίθετη άποψη αποκαλείται «μονιστική» ή απόλυτη, αφού το δημόσιο συμφέρον εκλαμβάνεται ως

έκφραση μιας μοναδικής κυρίαρχης αξίας ή ιδεολογίας. Κάτι τέτοιο θα οδηγούσε, στην καλύτερη περίπτωση, σε ένα πατερναλιστικό σύστημα στο οποίο οι αποφάσεις σχετικά με το τι είναι καλό ή όχι θα λαμβάνονται από τους κυβερνώντες ή τους ειδήμονες. Ανάμεσα στην εκδοχή της ελεύθερης αγοράς του δημοσίου συμφέροντος και στο πατερναλιστικό μοντέλο υπάρχουν εναλλακτικές εκδοχές. Ωστόσο καμία δεν προσφέρει ένα σαφή προσανατολισμό. Η βασική εναλλακτική εκδοχή του δημοσίου συμφέροντος εμπλέκει το διάλογο και τη δημοκρατική λήψη αποφάσεων από τη μια πλευρά και από την άλλη ad hoc αξιολογήσεις για το τι αποτελεί ή όχι δημόσιο συμφέρον σε μια δεδομένη περίπτωση». (Μακουέιλ, 2003)

Στην πράξη, τα εφαρμοζόμενα μέσα της πολιτικής, της νομοθεσίας και των ρυθμίσεων στην περίπτωση των ΜΜΕ φαίνεται μάλλον να συμφωνούν όσον αφορά στα κύρια συστατικά του δημοσίου συμφέροντος, και προχωρούν πολύ πιο μακριά από την ελάχιστη απαίτηση, δηλαδή του να μην προξενούν βλάβες. Κρίνοντας από πολλές περιπτώσεις στις οποίες έπρεπε να οριστεί το δημόσιο συμφέρον, τα βασικά προαπαιτούμενα από τα ΜΜΕ παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

Βασικά προαπαιτούμενα του δημοσίου συμφέροντος από τα ΜΜΕ, (Μακουέιλ, 2003):

- Πλουραλισμός στην ιδιοκτησία των ΜΜΕ
- Ελευθερία έκδοσης
- Πολυμέρεια ενημέρωσης που είναι διαθέσιμη στο κοινό
- Ποικιλία έκφρασης της γνώμης
- Εκτεταμένη (σχεδόν οικουμενική) κάλυψη
- Ποιότητα της ενημέρωσης και του πολιτισμού που είναι διαθέσιμα στο κοινό
- Επαρκής υποστήριξη του δημοκρατικού πολιτικού συστήματος
- Σεβασμός του δικαστικού συστήματος
- Σεβασμός των ατομικών και γενικών ανθρωπίνων δικαιωμάτων

Η περίπτωση της «τέταρτης εξουσίας»- η πρώτη αναφορά στην έννοια της «κοινωνικής ευθύνης»

«Ως απάντηση στις ευρέως διαδεδομένες επικρίσεις κατά του Αμερικανικού Τύπου, λόγω κυρίως του κιτρινισμού και της εμπορευματοποίησης, καθώς και της πολιτικής του ανισομέρειας και των μονοπωλιακών του τάσεων, το 1942 συστήθηκε μια ανεξάρτητη εξεταστική επιτροπή. Ιδρυτής της επιτροπής ήταν ο εκδότης Henry Luce και συνέχισε με πρόεδρο τον Robert Hutchins, πρύτανη του Πανεπιστημίου του Σικάγου (Blanchard,1977). Στόχος της επιτροπής ήταν να «διερευνήσει εκείνες τις περιοχές και συνθήκες στις οποίες ο Τύπος των ΗΠΑ λειτουργεί σωστά ή όχι, να ανακαλύψει αν περιορίζεται η ελεύθερη έκφραση, και σε ποιο βαθμό αυτοί οι περιορισμοί στην ελευθερία της έκφρασης προέρχονται από την πίεση της κυβέρνησης για λογοκρισία, από τους αναγνώστες ή τους διαφημιστές, ή από την ανοησία των ιδιοκτητών του ή την ατολμία της διοίκησης του»

Η έκθεση της επιτροπής αυτής επινόησε για πρώτη φορά την έννοια της «κοινωνικής ευθύνης» και προσδιόρισε τα βασικά δημοσιογραφικά κριτήρια, των οποίων τη διατήρηση θα έπρεπε να αναζητήσει ο Τύπος. Ένας υπεύθυνος Τύπος θα έπρεπε να «παρέχει μια περιεκτική, πιστή, κατανοητή και λεπτομερή καταγραφή της επικαιρότητας με δημοσιεύματα που να δίνουν υπόσταση στα τεκταινόμενα.

Δεύτερον, θα όφειλε να «λειτουργεί ως ένας δημόσιος χώρος για την ανταλλαγή σχολίων και κριτικής» και παράλληλα «να είναι φορέας της δημόσιας έκφρασης». Τρίτον, ο Τύπος όφειλε να παρέχει μια «αντιπροσωπευτική εικόνα των ομάδων που συνιστούν την κοινωνία» και να παρουσιάζει και να αποσαφηνίζει τους «στόχους και τις αξίες της κοινωνίας».

Η έκθεση άσκησε κριτική στον «κιτρινισμό» του Τύπου και την παρεμβατικότητα του εκδότη στη διαμόρφωση των ειδήσεων. Σε γενικές γραμμές, τα πορίσματα της επιτροπής υποστήριξαν την ιδέα ενός Τύπου αμερόληπτου, κοινωνικά σημαντικού, ενημερωτικού και ανεξάρτητου, ο οποίος θα απέφευγε την προσβολή των μειονοτήτων ή την ενθάρρυνση του εγκλήματος, της βίας ή της πολιτικής αναταραχής. Η κοινωνική ευθύνη θα έπρεπε να επιτευχθεί με αυτοέλεγχο, χωρίς κυβερνητική παρέμβαση, αν και σε έσχατη ανάγκη ακόμα και αυτή θα ήταν δικαιολογημένη. Ο Siebert και οι συνεργάτες του τοποθετούν την κοινωνική ευθύνη στο πλαίσιο της θετικής ελευθερίας- «ελευθερία για» παρά «ελευθερία από». Επισημαίνουν πως: «Με βάση τη θεωρία της κοινωνικής ευθύνης υποστηρίζεται ότι η κυβέρνηση δεν θα πρέπει να επιτρέπει μερικώς την ελευθερία. Πρέπει να την προάγει με δυναμικό τρόπο...Όταν όμως είναι αναγκαίο, η κυβέρνηση θα πρέπει να δρα για να προασπίζει την ελευθερία των πολιτών της» (1956,σ.95) Οι ενέργειες της κυβέρνησης που αναφέρονται περιλαμβάνουν νομοθεσία που θα απαγορεύει «κατάφωρες καταχρήσεις» και

μπορεί επιπλέον να «παρεμβαίνει στον τομέα των επικοινωνιών για να συμπληρώνει τα υπάρχοντα ΜΜΕ».

Η παράδοση της κοινωνικής ευθύνης η οποία απέκτησε το θεωρητικό της υπόβαθρο στην Αμερικανική Επιτροπή του 1947, στην πραγματικότητα, τέθηκε σε εφαρμογή με πολύ μεγαλύτερη αποφασιστικότητα και επιρροές τις δυο δεκαετίες μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο και σε άλλες χώρες, ιδίως στη Δυτική Ευρώπη. Το κίνητρο είχε τρεις πτυχές: την επιθυμία να γίνει μια νέα αρχή στους παλαιούς θεσμούς μετά τον πόλεμο, τη γενική άνοδο μιας πιο «προοδευτικής» πολιτικής και την εμπειρία ενός κινήματος συγκέντρωσης του ιδιοκτησιακού καθεστώτος του Τύπου που αναβίωσε φόβους του μονοπωλίου των ιδιωτικών μέσων». (Μακουέλ, 2003, σ.180-182)

Η θεωρία της κοινωνικής ευθύνης των Μέσων σύμφωνα με τον Μακουέλ (Μακουέλ, 2003, σ.183) :

- Τα ΜΜΕ έχουν υποχρεώσεις απέναντι στην κοινωνία και η ιδιοκτησία των ΜΜΕ είναι ένα δημόσιο καταπίστευμα
- Τα ενημερωτικά μέσα θα πρέπει να είναι αξιόπιστα, ακριβή, δίκαια, αντικειμενικά και σημαντικά
- Τα ΜΜΕ θα πρέπει να είναι ελεύθερα αλλά αυτορρυθμιζόμενα
- Τα ΜΜΕ θα πρέπει να ακολουθούν συμφωνημένους κώδικες δεοντολογίας
- Κάτω από ορισμένες συνθήκες, η κυβέρνηση μπορεί να χρειαστεί να παρέμβει για να προστατεύσει το δημόσιο συμφέρον

Η έννοια της «υπευθυνότητα» και η διαφορά της με την έννοια της «ευθύνης»

Ο Feintuck (1999,σ. 120) ορίζει την έννοια της υπευθυνότητας σε δυο εκδοχές. Η πρώτη αναφέρεται στο «αίτημα να είναι κανείς υπόλογος για τις πράξεις του είτε απευθείας στην κοινωνία είτε διαμέσου των δημόσιων εποπτικών αρχών». Ο δεύτερος σημαίνει ότι «κάποιος μπορεί να τιμωρηθεί εάν συλληφθεί να καταπατά κάποιες από τις υποχρεώσεις που επιβάλλει η κοινωνία ή τις προσδοκίες που η τελευταία έχει δώσει στην άσκηση της εξουσίας». Ο Μακουέλ (2003 σ.215) ορίζει την υπευθυνότητα των ΜΜΕ ως το σύνολο των εθελούσιων ή επιβαλλόμενων διαδικασιών διαμέσου των οποίων τα ΜΜΕ ανταποκρίνονται άμεσα ή έμμεσα στην κοινωνία όσον αφορά στην ποιότητα ή/και στις επιπτώσεις της δημοσιοποίησης,

με συγκεκριμένη αναφορά στο ζήτημα του γενικού συμφέροντος. Σύμφωνα ακόμη με τον ίδιο, οι διαδικασίες της υπευθυνότητας των ΜΜΕ σε μια ανοιχτή κοινωνία θα πρέπει να διέπονται από τρία γενικά κριτήρια που τις διαφοροποιούν από άλλα συστήματα ελέγχου.

Α) Θα πρέπει να προστατεύουν και να προωθούν την ελευθερία της έκδοσης.

Β) Θα πρέπει να παρεμποδίζουν ή να περιορίζουν οποιαδήποτε «βλάβη» που προέρχεται από τη δημοσιοποίηση ενός θέματος, τόσο προς τους πολίτες ατομικά, όσο και προς την κοινωνία.

Γ) Θα πρέπει να προωθούν τις θετικές πλευρές της δημοσιότητας από το να είναι απλώς περιοριστικές.

Το πρώτο από αυτά τα κριτήρια αντανακλά, σύμφωνα πάντα με τον Μακουέιλ (2003), την πρωταρχική σημασία που έχει το αίτημα της ελευθερίας της έκφρασης στις δημοκρατικές κοινωνίες. Το δεύτερο υπονοεί ότι οι «κοινωνικές» υποχρεώσεις στην πρώτη φάση είναι οι υποχρεώσεις απέναντι στους ανθρώπους οι οποίοι έχουν δικαιώματα, ανάγκες και ενδιαφέροντα. Το τρίτο κριτήριο δίνει έμφαση στο διάλογο και στην αλληλόδραση ανάμεσα στα ΜΜΕ και στους άλλους κοινωνικούς θεσμούς.

«Σε αντιδιαστολή με την έννοια της υπευθυνότητας (accountability) διακρίνουμε και την έννοια της ευθύνης (responsibility). Η τελευταία αναφέρεται στις υποχρεώσεις και στις προσδοκίες που απευθύνονται στα ΜΜΕ. Η υπευθυνότητα, από την άλλη πλευρά, αναφέρεται κυρίως στις διαδικασίες διαμέσου των οποίων τα ΜΜΕ καλούνται να δώσουν εξηγήσεις». (Μακουέιλ, 2003, σ.216) Όπως ο Hodges (1986) έχει επισημάνει: το ζήτημα της ευθύνης είναι το παρακάτω: σε ποιες κοινωνικές ανάγκες θα έπρεπε να περιμένουμε από τους δημοσιογράφους να ανταποκριθούν; Το ζήτημα της υπευθυνότητας είναι το εξής: με ποιο τρόπο μπορεί η κοινωνία να υποχρεώσει τους δημοσιογράφους να λογοδοτήσουν για την ευθύνη των δημοσιευμάτων τους; Η ευθύνη έχει να κάνει με τον προσδιορισμό μιας ορθής συμπεριφοράς, ενώ η υπευθυνότητα με την επιβολή της.

Σύμφωνα με τον Μακουέιλ (Μακουέιλ, 2003, σ.217) υπάρχουν δυο εναλλακτικά μοντέλα υπευθυνότητας. Για να υπάρξει υπευθυνότητα, πρέπει να υπάρξει κάποιας μορφής ανταπόκριση σε αυτό που κάνουν τα μέσα (δημοσιοποίηση) και τα μέσα πρέπει να προσέξουν για αυτήν τους την πράξη. Η υπευθυνότητα σημαίνει ότι υπάρχει απάντηση σε κάποιον ή σε κάτι, σύμφωνα με ορισμένα κριτήρια και με διαφορετικούς βαθμούς υποχρέωσης από την πλευρά των μέσων. Συνδυάζοντας μερικές από αυτές τις ιδέες, είναι δυνατόν να σχεδιαστούν δυο εναλλακτικά μοντέλα υπευθυνότητας: το πρώτο μπορεί να αποκληθεί «μοντέλο της υποχρέωσης» (liability) και το δεύτερο «μοντέλο της ανταπάντησης» (answerability).

«Το μοντέλο της υποχρέωσης δίνει έμφαση στην ενδεχόμενη βλάβη και στον κίνδυνο που τα δημοσιεύματα των ΜΜΕ μπορούν να προκαλέσουν στα άτομα ή στην κοινωνία (για

παράδειγμα, ο κίνδυνος ως προς τα δημόσια ήθη ή την τάξη). Τα μέτρα που λαμβάνονται σε αυτό το μοντέλο περιλαμβάνουν ποινές που θα επιβάλλονται σύμφωνα με το νόμο.

Αντίθετα, το μοντέλο της ανταπάντησης, δεν προσβλέπει στη σύγκρουση. Δίνει έμφαση στο δημόσιο διάλογο, στη διαπραγμάτευση, στην προθυμία και το διάλογο. Τα θεωρεί ότι είναι αποδοτικότερα μέσα για να γεφυρωθούν οι τυχόν διαφορές που προκύπτουν ανάμεσα στα ΜΜΕ και στους επικριτές τους ή αυτούς που επηρεάζουν τα δημοσιεύματα των ΜΜΕ. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται είναι κυρίως ρητορικά παρά υλικά, καθώς και οι οποιεσδήποτε ποινές είναι ρητορικές (π.χ., δημοσιοποίηση απολογίων, διορθώσεις ή ανταπαντήσεις)». (Μακουέιλ, 2003 σ.217)

Κώδικες δημοσιογραφικής δεοντολογίας

Η ανάπτυξη του επαγγελματισμού στον δημοσιογραφικό χώρο οφείλεται στην αποφυγή της εμπορευματοποίησης των μέσων και της πολιτικής ανεξαρτησίας. «Ο επαγγελματισμός προσέλαβε διάφορες μορφές, μεταξύ των οποίων της οργάνωσης διαμέσου ενώσεων, της συγκρότησης Συμβουλίων Τύπου και της κατάρτισης κωδίκων δεοντολογίας». (Μακουέιλ, 2003 σ.183)

Οι κώδικες δημοσιογραφικής δεοντολογίας αναφέρονται σε μια σειρά αρχών συμπεριφοράς που υιοθετούνται και ελέγχονται από τους ίδιους τους δημοσιογράφους. Το φαινόμενο αυτό αντανακλά τη γενική διαδικασία επαγγελματισμού της δημοσιογραφίας αλλά και την ευχή της βιομηχανίας των ΜΜΕ να προστατευτεί από την κριτική και ιδίως από την απειλή εξωτερικής παρέμβασης και τη μείωση της αυτονομίας της. Το περιεχόμενο τους προσφέρει μια καλή ιδέα για το «δέον» στη δημοσιογραφική πρακτική. «Οι περισσότεροι κώδικες εστιάζουν στην παροχή αξιόπιστης πληροφόρησης και στην αποφυγή παραποίησης, αποσιώπησης, προκατάληψης, κιτρινισμού και εισβολής στην προσωπική ζωή (Harris,1992). Ορισμένοι κώδικες προχωρούν ακόμα περισσότερο, εκφράζοντας απόψεις για τον ευρύτερο ρόλο της δημοσιογραφίας στην κοινωνία. Κάποιοι κώδικες συμπεριλαμβάνουν την απαγόρευση των διακρίσεων στη βάση της φυλής/ εθνικότητας/ θρησκείας, το σεβασμό του ιδιωτικού χώρου, την απαγόρευση δωροδοκιών ή άλλων προνομίων». (Μακουέιλ, 2003 σ.184)

Αρκετοί επικοινωνιακοί οργανισμοί όμως, είναι σημαντικό να αναφέρουμε, ειδικά στην τηλεόραση, έχουν διαμορφώσει εσωτερικούς κώδικες δεοντολογίας, οι οποίοι παρέχουν στους συντάκτες και τους παραγωγούς κατευθυντήριες γραμμές. Αυτοί είναι κατά κάποιο τρόπο διαφορετικοί από τους επαγγελματικούς κώδικες, επειδή κυρίως βοηθούν στον εσωτερικό έλεγχο και την υπευθυνότητα.

Σημαντικά όμως θέματα προκύπτουν σχετικά με το βαθμό αυτονομίας ή το βαθμό ελευθερίας της έκφρασης αυτών που εργάζονται στα ΜΜΕ (δημοσιογράφοι, αρθρογράφοι,

αρχισυντάκτες, παραγωγοί). Υπάρχει μια ένταση ανάμεσα στην ελευθερία και την ευθύνη στο πλαίσιο του επικοινωνιακού οργανισμού, η οποία πολύ συχνά δυστυχώς υποβαθμίζεται προς όφελος της ιδιοκτησίας. Σε οποιαδήποτε περίπτωση, δεν μπορούμε να στηριχθούμε στον εσωτερικό έλεγχο ή στη διοίκηση για να ικανοποιηθεί η ευρύτερη κοινωνική ανάγκη για την υπευθυνότητα των ΜΜΕ. Ο εσωτερικός έλεγχος μπορεί να είναι είτε πολύ αυστηρός (προστατεύοντας έτσι τον οργανισμό από προσδοκίες), και αυτό ίσως προκαλεί μια μορφή αυτολογοκρισίας, είτε μπορεί να είναι υπερβολικά προσηλωμένος στην υπηρεσία των συμφερόντων του επικοινωνιακού οργανισμού παρά της κοινωνίας.

Η δημόσια ραδιοτηλεόραση

Στις ΗΠΑ ο όρος «δημόσια ραδιοτηλεόραση» αναφέρεται σε ένα μικρής απήχησης ραδιοτηλεοπτικό δίκτυο που χρηματοδοτείται από τηλεθεατές και ακροατές σε εθελοντική βάση και το οποίο επιλέγει να εκπληρώνει συγκεκριμένους πολιτιστικούς στόχους.

Σε πολλές άλλες χώρες, ιδίως στη Δυτική Ευρώπη, η δημόσια ραδιοτηλεοπτική υπηρεσία αναφέρεται σε ένα σύστημα που συστήθηκε από το νόμο και γενικά έχει χρηματοδοτηθεί από δημόσια κονδύλια (συντά ένα υποχρεωτικό ανταποδοτικό τέλος, που πληρώνεται από τα νοικοκυριά) και του έχει απονεμηθεί ένας μεγάλος βαθμός δημοσιογραφικής και οργανωτικής αυτονομίας. Η γενική αιτιολόγηση για την ύπαρξη και λειτουργία των δημόσιων φορέων είναι το ότι αυτοί θα έπρεπε να υπηρετούν το δημόσιο συμφέρον ικανοποιώντας τις επικοινωνιακές ανάγκες της κοινωνίας και των πολιτών σε μια δημοκρατική κοινωνία.

Οι στόχοι που μπορούν να επιτευχθούν επαρκώς μόνο από μια δημόσια μορφή ιδιοκτησίας και/ή ρύθμισης, σύμφωνα με τον Μακουέλ, είναι οι εξής:

- Καθολικότητα στη γεωγραφική κάλυψη (λήψη και μετάδοση)
- Πολυμέρεια στην παροχή περιεχομένου για όλες τις βασικές προτιμήσεις, ενδιαφέροντα και ανάγκες του κοινού, όπως προσπάθεια προβολής όλων των γνώμων και πεποιθήσεων της κοινωνίας
- Παροχή περιεχομένου για μειονότητες
- Προάσπιση του εθνικού πολιτισμού, της γλώσσας και της ταυτότητας
- Ανταπόκριση στις ανάγκες του πολιτικού συστήματος, προβολή απόψεων με ισόρροπο και αμερόληπτο τρόπο σε αμφιλεγόμενα ζητήματα
- Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την «ποιότητα», όπως αυτή ορίζεται σε διαφορετικές χώρες

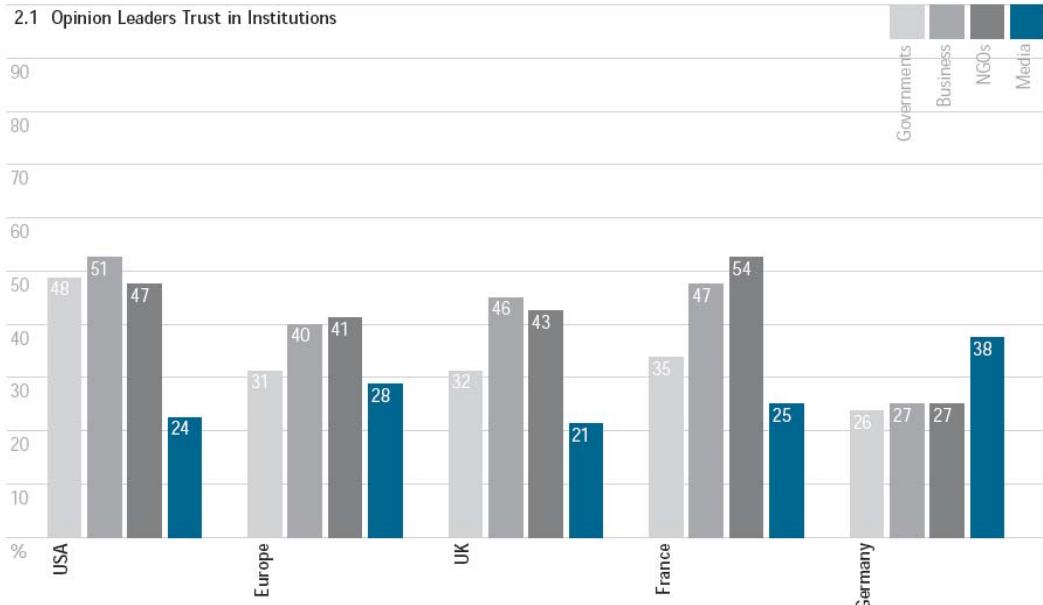
«Γενικά αυτοί οι στόχοι είναι τρόποι που εκπληρώνουν την έννοια του «δημοσίου συμφέροντος». Το άλλο μέρος της «θεωρίας» που αφορά στη μορφή της οργάνωσης

περιλαμβάνει την άποψη ότι η ελεύθερη αγορά θα αποτύγχανε να ικανοποιήσει αυτούς τους στόχους επειδή δεν θα ήταν επικερδείς. Η θετική εκδοχή της θεωρίας υποστηρίζει ότι ένα αποτελεσματικό σύστημα για την ικανοποίηση του δημοσίου συμφέροντος πρέπει να εξασφαλίσει συγκεκριμένες συνθήκες. Αυτές περιλαμβάνουν: κάποια στοιχεία δημόσιας χρηματοδότησης, έναν υψηλό βαθμό ανεξαρτησίας από το κράτος στο βαθμό που είναι σύμφωνος με μορφές χρηματοδότησης και με συνεχείς διαδικασίες ευθύνης απέναντι στο κοινό και απέναντι στο πολιτικό σύστημα. Η βασική αδυναμία της «θεωρίας» της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης βρίσκεται σε δυο πηγές έντασης. Η μία είναι ανάμεσα στην απαραίτητη ανεξαρτησία και την απαραίτητη υπευθυνότητα για τους πόρους που ελήφθησαν και τους στόχους που επιτεύχθηκαν. Η άλλη είναι ανάμεσα στην επίτευξη των στόχων που έχουν οριστεί από την «κοινωνία» στο δημόσιο συμφέρον και την ικανοποίηση των αιτημάτων του κοινού (ως καταναλωτές στην ευρύτερη επικοινωνιακή αγορά). Χωρίς στόχους δημοσίου συμφέροντος δεν υπάρχει καμία δικαιολογία για τη συνέχιση της, αλλά χωρίς κοινό οι στόχοι της δημόσιας υπηρεσίας δεν μπορούν τελικά να επιτευχθούν». (Μακουέιλ, 2003 σ.191)

«Η περίπτωση του BBC»

Μια βασική υπόθεση στην εργασία μας είναι ότι τα Μέσα διαδραματίζουν ένα πολύ σημαντικό ρόλο στην κοινωνία αλλά και στην διασφάλιση της δημοκρατίας. Όπως είχε υποστηρίξει και ο επίτιμος καθηγητής δημοσιογραφίας στο Πανεπιστήμιο της Γαλλίας Claude- Jean Bertrand, «δεν μπορεί να υπάρξει δημοκρατία χωρίς ενημερωμένους πολίτες και δεν μπορούν να υπάρξουν ενημερωμένοι πολίτες χωρίς ποιοτικά μέσα ενημέρωσης». (“Through the looking glass, Corporate Responsibility in the Media and Entertainment Sector”).

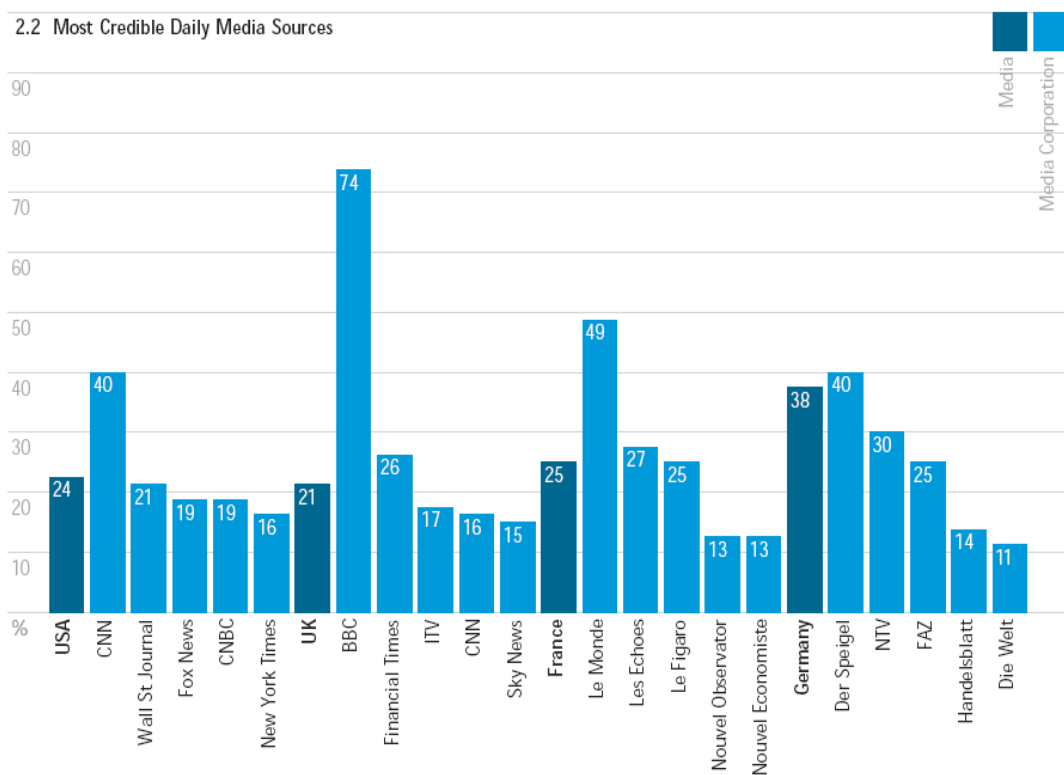
Παρόλα αυτά δύο σημαντικά ευρήματα για τα Μέσα, τα οποία φαίνονται και από τον παρακάτω πίνακα, ανατρέπουν λίγο τα δεδομένα αφού αποδεικνύουν ότι οι άνθρωποι δεν εμπιστεύονται τα Μέσα Ενημέρωσης, τους δημοσιογράφους και τους πολιτικούς ενώ αντίθετα οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), ακόμα και σε σύγκριση με άλλους οργανισμούς ή εταιρίες κερδίζουν σχεδόν πάντα τα πρωτεία.



Υπάρχει επίσης διάχυτο σε όλες σχεδόν τις κοινωνίες ένα διαρκώς αυξανόμενο ενδιαφέρον στον τομέα της βιώσιμης ανάπτυξης και την οικοδόμηση της δημόσιας κατανόησης για ζητήματα περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος από τα Μέσα. «Το Περιβαλλοντικό πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών κάλεσε πρόσφατα όλα τα Μέσα και τους διαφημιστές να προωθήσουν περισσότερο την βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή ενώ τον Ιανουάριο του 2004 ο Γενικός Γραμματέας των Ηνωμένων Εθνών, Kofi Annan, κάλεσε τα Μέσα να διαδραματίσουν ένα πιο σημαντικό και υπεύθυνο ρόλο στη μάχη ενάντια στον ιό του Aids χρησιμοποιώντας την «ασύγκριτη δύναμη» τους. Αρκετά Μέσα, όπως το CBS, ανταποκρίθηκαν θετικά παραχωρώντας δωρεές αλλά και παράγοντας αρκετά άρθρα με άμεσο περιεχόμενο τους το θέμα του ιού». (“Through the looking glass, Corporate Responsibility in the Media and Entertainment Sector”)

Το σίγουρο είναι ότι όλα τα Μέσα ενημέρωσης πρέπει να υποδείξουν τον καλύτερο τους εαυτό και να κινήσουν τις διαδικασίες έτσι ώστε να αναλάβουν υπεύθυνα την κοινωνική τους ευθύνη. «Όπως τα McDonald’s και η Coca-Cola αναπτύσσουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες στον τομέα της διατροφής και όλοι περιμένουμε από αυτές να αναλάβουν τις ευθύνες των διατροφικών επιδράσεων τους ή όπως περιμένουμε από τις εταιρείες Shell και BP να αναλάβουν τα περιβαλλοντικά τους καθήκοντα, έτσι πρέπει να περιμένουμε και από τα Μέσα ενημέρωσης να αναλάβουν την κοινωνική και πολιτιστική δράση και ευθύνη τους» (“Through the looking glass, Corporate Responsibility in the Media and Entertainment Sector”).

Το BBC είναι σίγουρα και με διαφορά, όπως φαίνεται και από τον παρακάτω πίνακα, το πιο ευρέως διαδεδομένο κανάλι, όχι μόνο στην Μεγάλη Βρετανία όπου και εδρεύει, αλλά σε ολόκληρο τον κόσμο. Κατέχει αδιαμφισβήτητα την πρωταγωνιστική θέση από όλα τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας στον κόσμο, αναφέρεται ως ηγετική μορφή στα Μέσα Ενημέρωσης και γι' αυτό το λόγο αποτελεί κορυφαίο παράδειγμα προς μίμηση. Το ισχυρό του δημοσιογραφικό πρόσωπο, η δημιουργικότητα του, η καινοτομία και η ακεραιότητα του είναι τα πιο προσφιλή «προτερήματα» του. Κάθε εβδομάδα 250.000 άνθρωποι από όλον τον πλανήτη έρχονται σε επαφή με τις υπηρεσίες του, είτε μέσω της τηλεόρασης, είτε του ραδιοφώνου, είτε των περιοδικών, είτε του διαδικτύου. Πολλά από τα ερευνητικά του ντοκιμαντέρ και τα πρωτοποριακά του προγράμματα στην τηλεόραση, το ραδιόφωνο και το διαδίκτυο, για την ιστορία και τη φύση, έχουν βραβευθεί παγκοσμίως και έχουν εμπνεύσει και υποκινήσει χιλιάδες ανθρώπους που τα έχουν παρακολουθήσει.



Σκοπός της λειτουργίας του BBC είναι:

« Να εμπλουτίσει τις ζωές των ανθρώπων με προγράμματα και υπηρεσίες, που ενημερώνουν, εκπαιδεύουν και ψυχαγωγούν ».

Αποστολή του BBC είναι:

« Να είναι η πιο δημιουργική επιχείρηση που υπάρχει στον κόσμο ».

Οι **αξίες** του BBC είναι:

- Εμπιστοσύνη στο ίδρυμα του BBC: *«Είμαστε ανεξάρτητοι, αμερόληπτοι και ειλικρινείς ».*
- *« Το κοινό βρίσκεται στο κέντρο οποιασδήποτε λειτουργίας μας ».*
- *« Έχουμε εξέχουσα θέση στη παράδοση ποιότητας με ταυτόχρονη χρηματική αξία».*
- *« Η δημιουργικότητα είναι η κινητήρια δύναμη της επιχείρησης ».*
- *« Σεβόμαστε ο ένας τον άλλο και εξυμνούμε την διαφορετικότητα μας, έτσι ώστε ο καθένας μας να δίνει τον καλύτερο του εαυτό ».*
- *« Είμαστε ένα BBC: υπέροχα πράγματα συμβαίνουν όταν δουλεύουμε μαζί»*

Το BBC διευκρινίζει στην αποστολή του, ότι «δημιουργούμε προγράμματα τα οποία διασκεδάζουν, γοητεύουν, εκπαιδεύουν, εμπνέουν και αγγίζουν τις ζωές των ανθρώπων» και ορίζει τους στόχους του:

- Να προάγει την μάθηση και την μόρφωση
- Να διεγείρει την δημιουργικότητα
- Να απεικονίσει τις κοινότητες της Μεγάλης Βρετανίας
- Να ενδυναμώσει τα πολιτικά φρονήματα και δικαιώματα
- Να αντανakλά τον κόσμο και την Μεγάλη Βρετανία
- Να διαδώσει τα πλεονεκτήματα της ψηφιακής τεχνολογίας .

Το περιβάλλον αποτελεί μείζον θέμα ενασχόλησης για το BBC και όπως δηλώνει και η διευθύντρια του ραδιοφωνικού και μουσικού τμήματος περιβάλλοντος το 2000 «ελπίζω τα επόμενα χρόνια να υπάρξει πρόοδος » και δεσμευόμαστε όλοι, «να αναφέρουμε με πιο συγκεκριμένα δεδομένα και πληροφορίες την εξέλιξη των προσπαθειών και των προγραμμάτων του καναλιού».

Ο γενικός διευθυντής του BBC, Greg Dyke, δηλώνει το 2000, ότι το BBC βιώνει μια περίοδο μεγάλων αλλαγών, ενώ η πρόκληση της ψηφιακής εποχής που παρουσιάζεται σε έναν οργανισμό που έχει ιδρυθεί το 1920 δεν θα πρέπει να υποτιμηθεί. Και συνεχίζει λέγοντας ότι όπως ο κόσμος αλλάζει, έτσι αλλάζει και το BBC, τώρα στρέφουμε την προσοχή μας στις ευθύνες που έχουμε ως μέλη-πολίτες ενός παγκόσμιου οργανισμού. Αναγνωρίζει ότι οι περισσότερες δραστηριότητες του BBC έχουν άμεσο αντίκτυπο στο περιβάλλον και όπως και όλες οι άλλες επιχειρήσεις που διαπιστώνουν το ίδιο, θα πρέπει να κάνουν κάτι γι' αυτό. Θα πρέπει συνεχίζει, να αναγνωρίσουν τις επιδράσεις που δημιουργούν στο περιβάλλον και να θέσουν σε εφαρμογή ειδικά περιβαλλοντικά προγράμματα με τα οποία θα ενημερώνουν το κοινό για αυτά τα θέματα. Αυτό με τη σειρά του θα οδηγήσει σε βελτιωμένα περιβαλλοντικά προγράμματα και θα εξασφαλίσει ότι οι δραστηριότητες τους σήμερα δεν εκθέτουν τις ζωές των μελλοντικών γενεών.

Το BBC σε αριθμούς.

Με μια πρώτη ματιά το BBC έχει μειωμένη επίδραση στο περιβάλλον. Δεν ανήκει στην κατηγορία των κατασκευαστικών επιχειρήσεων ή των βιομηχανικών μονάδων που μολύνουν το περιβάλλον, αλλά ως ηγετική μορφή στην παραγωγή και μετάδοση ειδήσεων, επιδρά σε αυτό διαφορετικά όπως ότι καταναλώνει μεγάλες ποσότητες ενέργειας και χρησιμοποιεί φυσικούς πόρους. Σύμφωνα με έρευνες της επιχείρησης, το 2000 ένας τυπικός υπάλληλος του BBC χρησιμοποίησε τόσο ηλεκτρικό ρεύμα όσο θα χρησιμοποιούσε κατά μέσο όρο ένα νοικοκυριό στην Αγγλία για τέσσερα ολόκληρα χρόνια.

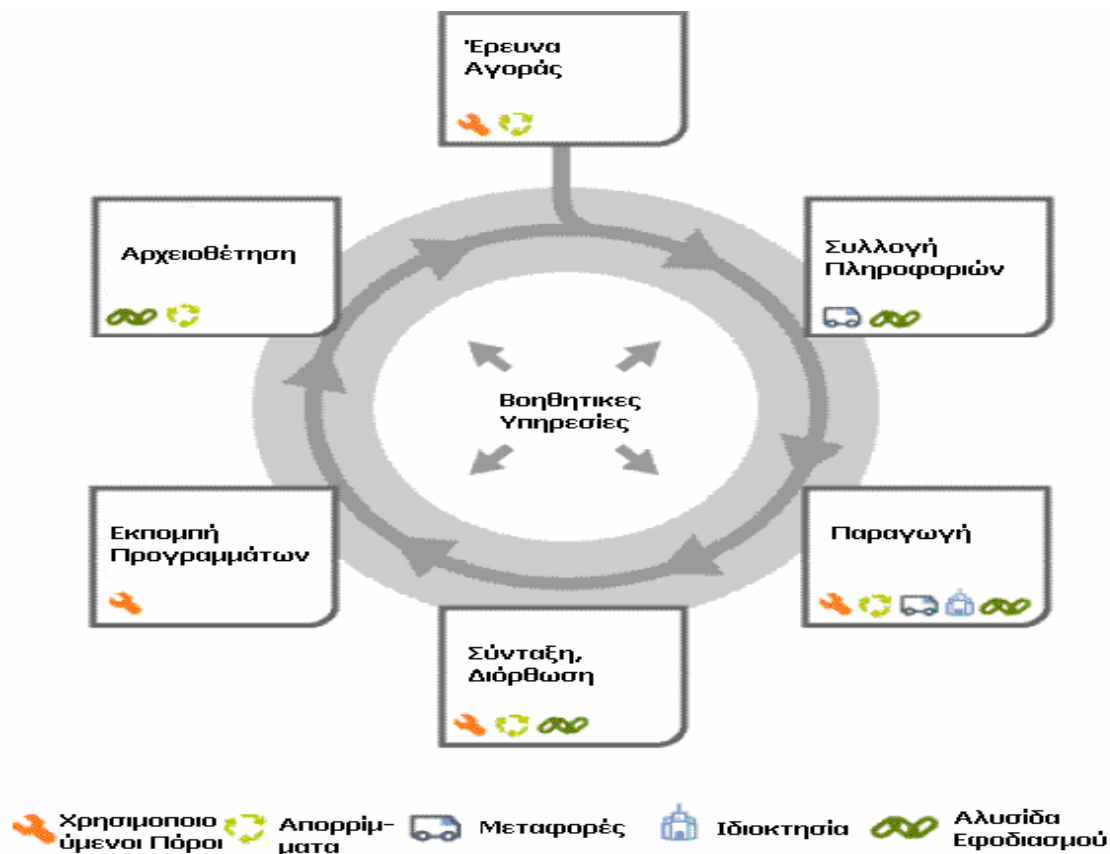
Διακρίνοντας μόνο κάποια βασικά γεγονότα και νούμερα που έχουν σχέση με την λειτουργία του BBC μπορούμε εύκολα να διαπιστώσουμε γιατί χρειάζεται να ενεργήσει υπέρ του περιβάλλοντος.

Προσωπικό	24.000
«Λειτουργικές βάσεις» στην Μ. Βρετανία	522
Παγκόσμιο κοινό	153 εκατομμύρια ακροατές εβδομαδιαίως Παγκοσμίως 178 εκατομμύρια νοικοκυριά σε όλο τον κόσμο παρακολουθούν το BBC
Εισόδημα	2,4. δις δολάρια αμοιβές συνδρομής, 205 εκ. δολάρια από τις Παγκόσμιες Υπηρεσίες του BBC (περιλαμβάνει δωρεές και συνδρομές) και 96 εκατομμύρια Δολάρια μετρητά συνεισφορά από το Παγκόσμιο BBC.
Κυριότερες Δημόσιες υπηρεσίες του BBC	<i>Δίκτυο Τηλεόρασης:</i> BBC One, BBC Two, BBC Choice, BBC Knowledge, BBC News 24, Ceefax, BBC Text, BBC Parliament <i>Δίκτυο Ραδιοφώνου:</i> BBC Radio 1, BBC Radio 2, BBC Radio 3, BBC Radio 4, BBC Radio 5 Live, BBC Asian Network <i>Εθνικά και Περιφερειακά Δίκτυα:</i> Regional TV and Radio, τοπικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί <i>Διαδίκτυο:</i> BBC Online, BBC News Online, BBC Sports Online, BBC Education Online <i>Παγκόσμιες Υπηρεσίες του BBC:</i> BBC World Service στα αγγλικά και σε 43 άλλες γλώσσες, BBC World Service Online
Εμπορικές υπηρεσίες	<i>Παγκόσμιο BBC:</i> BBC World, BBC Prime, BBC America <i>Σε συνεργασία με την Flextech:</i> UK Horizon, UK Style, UK Drama, UK Gold, UK Gold 2, Play UK <i>Σε συνεργασία με το Discovery:</i> People and Arts, Animal Planet <i>Σε συνεργασία με τα Foxtel και Pearson:</i> UKTV (Australia) <i>Online:</i> beeb.com

Αντιλαμβάνεται κανείς διαβάζοντας τα παραπάνω την αλληλεπίδραση ενός μεγάλου οργανισμού με το περιβάλλον. Μια απλουστευμένη προσέγγιση είναι οι επιμέρους προσπάθειες προστασίας του περιβάλλοντος όπως η ανακύκλωση της γραφικής ύλης, η βιντεοδιάσκεψη αντί για πρόσωπο με πρόσωπο σύσκεψη, ή ακόμα και το να σβήνουν τα φώτα στο τέλος της ημέρας. Μια πιο ολοκληρωμένη όμως προσέγγιση, είναι η δημιουργία ολοκληρωμένου περιβαλλοντικού προγράμματος, νέα αγοραστική προσέγγιση και επανεξέταση του τρόπου χρήσης της ενέργειας στα κτίρια του BBC, το οποίο με συγκεκριμένους όρους ονομάζεται «*Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*». Όλες αυτές οι προτάσεις θα μειώσουν αισθητά την επίδραση που μπορεί να έχει στο περιβάλλον η λειτουργία της επιχείρησης. Το BBC προσθέτει επίσης, ότι τα μέτρα που μπορεί να λάβει μια επιχείρηση για το περιβάλλον εκτείνονται πέρα από το να τοποθετήσει κάδους ανακύκλωσης και φυσικό

φωτισμό, πρέπει να ενσωματώσει την περιβαλλοντική πολιτική στον πυρήνα των δραστηριοτήτων της επιχείρησης αλλά και σε κάθε στάδιο της ξεχωριστά.

Το παρακάτω διάγραμμα δείχνει μια γενική προσέγγιση του τρόπου που το BBC δημιουργεί το πρόγραμμά του, από την αρχική ιδέα, την παραγωγή μέχρι την αρχειοθέτηση. Μέσα σε αυτό το διάγραμμα φαίνονται καθαρά οι περιβαλλοντικές επιρροές που θέλει να έχει στην λειτουργία του το BBC.



Ο Dr Tom Woollard, διευθυντής του *Environmental Resources Management* (ERM) και ειδικός περιβαλλοντικός σύμβουλος, επιβεβαίωσε την πολιτική και την προσέγγιση του BBC για θέματα περιβάλλοντος. Εκτός των άλλων δήλωσε ότι, το BBC έχει υιοθετήσει μια γερή βάση για να θέσει σε εφαρμογή το περιβαλλοντικό *management* σε όλη την επιχείρηση. Συμπλήρωσε λέγοντας, ότι έχει γίνει ένα σημαντικό ποσοστό προπαρασκευαστικής δουλειάς για να επιτύχει τον στόχο, ενώ η επιχειρησιακή δομή, οι στόχοι και η δημόσια έκθεση είναι όλα έτοιμα για να τεθούν σε λειτουργία.

Το BBC αναγνωρίζει ότι η καινοτόμα δουλειά που έχει ξεκινήσει από κάποια τμήματα της επιχείρησης χρειάζεται να διαχυθεί σε ολόκληρο τον οργανισμό. Πρέπει τα στελέχη να ενημερωθούν και να εκπαιδευτούν για να μπορέσουν να «αγκαλιάσουν» ολόκληρο το περιβαλλοντικό πρόγραμμα. Έτσι ο οργανισμός αποφάσισε να αναπτύξει την περιβαλλοντική του ευθύνη σε εννέα επιμέρους τομείς:

Το BBC δεσμεύτηκε την περίοδο 2000-2001 για τα παρακάτω θέματα:

1) Ενημέρωση

Το BBC πληροφορεί, παρακινεί και ενθαρρύνει όλο το προσωπικό του να παίζει έναν ενεργό ρόλο στην Περιβαλλοντική Πολιτική που έχει αναπτύξει και έχει δεσμευτεί για την λειτουργία αυτής.

2) Περιβάλλον και κοινότητα

Το BBC επιδεικνύει και αναλαμβάνει τις ευθύνες του ως ένας καλός γείτονας συνεισφέροντας ενεργά στην βελτίωση της ζωής της κοινότητας δίνοντας κίνητρα και υποστηρίζοντας χρηματικά, περιβαλλοντικά εγχειρήματα.

3) Συνεχής βελτίωση

Το BBC θέτει συγκεκριμένους στόχους βελτίωσης, ελέγχει την πρόοδο και δημοσιεύει τα αποτελέσματα του σε ετήσια περιβαλλοντική έκθεση η οποία στην συνοπτική της μορφή βρίσκεται στον γενικό ετήσιο οδηγό του BBC είτε ακόμα στο διαδίκτυο είτε σε έντυπη μορφή.

4) Management ιδιοκτησίας

Το BBC συνεχώς βελτιώνει τα κτίρια του έτσι ώστε να είναι οικονομικά, λειτουργικά και εκσυγχρονισμένα. Όλα τα καινούργια κτίρια ικανοποιούν περιβαλλοντικά κριτήρια και έχουν σχεδιαστεί για να συνεισφέρουν θετικά στην τοπική κοινωνία και την χωροταξία.

5) Ενέργεια

Το BBC μειώνει την κατανάλωση ενέργειας και ταυτόχρονα αυξάνει την ενεργειακή αποδοτικότητα. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω χρήσης εναλλακτικών και ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

6) Χημικές εκκενώσεις και εκπομπές

Το BBC μειώνει τις βλαβερές για το περιβάλλον εκπομπές ουσιών από τα κτίρια του και όλες οι δραστηριότητες του εναρμονίζονται με τις ήδη υπάρχουσες νομοθετημένες πρακτικές για το περιβάλλον.

7) Απορρίμματα

Το BBC ενημερώνει για την προσπάθεια μείωσης της αλόγιστης εκροής απορριμμάτων και προωθεί την ανακύκλωση και την επαναχρησιμοποίηση των υλικών.

8) Μεταφορά

Το BBC αναπτύσσει σχέδια μεταφοράς υπαλλήλων και συνεργάζεται με τις τοπικές αρχές και τις εταιρίες μεταφορών για να μειώσει την ατμοσφαιρική ρύπανση και τη κυκλοφοριακή συμφόρηση.

9) Προμήθειες

Το BBC ευνοεί τους προμηθευτές που υιοθετούν τις καλύτερες περιβαλλοντικές πρακτικές.

Περιβαλλοντικό Management:

Τμήματα του BBC που ασχολούνται με το περιβάλλον:

A) Τμήμα απορριμμάτων

Το BBC θέλει να έχει άμεση επιρροή στο θέμα της επεξεργασίας των απορριμμάτων. Αυτό δεν σημαίνει να κάνει απλά ανακύκλωση των συσκευασιών, γιατί μια από τις σημαντικές προτεραιότητες που θέλει να θέσει το BBC είναι η περιβαλλοντικά ορθή διανομή των χιλιάδων κασετών βίντεο και ήχου που παράγει καθημερινά. Ακόμη, το BBC θέλει να διαθέσει την γραφική ύλη που παράγει (χαρτιά, χαρτόνια, περιοδικά, κορδέλες μαγνητοφώνων), τον τεχνικό εξοπλισμό, τα επικίνδυνα απορρίμματα (λάμπες, ψυγεία, μπαταρίες), τα έπιπλα αλλά και τα κατασκευαστικά υλικά προς ανακύκλωση. Το 2000 στο Λονδίνο παρήχθησαν 4.600 τόνοι απορριμμάτων, το 15% των οποίων ανακυκλώθηκαν και το υπόλοιπο, δυστυχώς, κατέληξε σε χωματερές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ανακύκλωσης του BBC, αποτελεί η μέθοδος που ανακυκλώνονται τα μη χρησιμοποιούμενα φιλμ. Το συγκεκριμένο τμήμα που ασχολείται με αυτόν τον τομέα αποφάσισε ότι υπάρχει καλύτερη μέθοδος διάθεσης των απορριμμάτων από την συμπίεση και την ταφή. Τα μεταλλικά δοχεία των φιλμ στέλνονται προς ανακύκλωση σε ένα ειδικό κέντρο από όπου τους αφαιρείται η κινηματογραφική κορδέλα και μετά μεταφέρονται σε κλιβάνους αποτέφρωσης στο Νότινχαμ. Εκεί, πολτοποιούνται μαζί με άλλα οικιακά απορρίμματα και αποτεφρώνονται. Αυτό όμως που έχει μεγαλύτερη σημασία είναι ότι η θερμική ενέργεια που παράγεται κατά την διάρκεια της αποτέφρωσης χρησιμοποιείται για να ηλεκτροδοτήσει και να παράγει θέρμανση και ζεστό νερό στην περιφέρεια του Νότινχαμ. Το BBC, γνωρίζει ότι αυτή η μέθοδος δεν είναι ευνοϊκά

οικονομική για το ίδιο αλλά τουλάχιστον συνεισφέρει στην περιβαλλοντική προστασία και αυτό συνάδει με την υποχρέωση που έχει αναλάβει να προωθήσει την μείωση, την ανακύκλωση και την επαναχρησιμοποίηση των απορριμμάτων. Ένα ακόμα παράδειγμα της σωστής επαναχρησιμοποίησης των απορριμμάτων είναι η πολιτική που έχει υιοθετήσει το BBC να ανανεώνει τους υπολογιστές του, μετά από τρία χρόνια λειτουργίας, με καινούργιους και οι παλιοί να δίνονται σε άλλες επιχειρήσεις μιας και το διάστημα χρησιμοποίησής τους είναι πολύ μικρό και σίγουρα μπορούν να φανούν χρήσιμοι σε κάποιους άλλους αντί να καταστραφούν. Ο Martin Smith, υπεύθυνος του τεχνολογικού τμήματος του BBC αναφέρει σχετικά: «Αυτός είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος να εξασφαλίσουμε ότι είμαστε άριστα εξοπλισμένοι τεχνολογικά, κάτι το οποίο είναι αναγκαίο για το BBC, και ταυτόχρονα να βοηθήσουμε να χρησιμοποιηθούν οι υπολογιστές μας από άλλες επιχειρήσεις αντί να καταστραφούν. Ήταν ακόμη αρκετά σύγχρονοι, όταν σταματήσαμε να δουλεύουμε με αυτούς, και σίγουρα μπορούν να τους χρησιμοποιήσουν και άλλες επιχειρήσεις.»

Τέλος, πρέπει να αναφέρουμε ότι σε ολόκληρο τον οργανισμό του BBC έχουν τοποθετηθεί κάδοι ανακύκλωσης προς διευκόλυνση όλων των εργαζομένων με στόχο την μείωση των απορριμμάτων και την επαναχρησιμοποίησή τους.

B) Τμήμα Κοινής Ωφέλειας

Το BBC χρησιμοποιεί καθημερινά πολλή ενέργεια και νερό. Το 2000 κατανάλωσε για παράδειγμα, τόση ενέργεια όση θα κατανάλωναν 120.000 νοικοκυριά και χρησιμοποίησε 466.000 κυβικά νερού που ήταν αρκετά για να γεμίσουν 700 πισίνες Ολυμπιακών διαστάσεων.

Καθώς η τεχνολογία αλλάζει από την αναλογική στην ψηφιακή, το BBC, όπως και όλες οι επιχειρήσεις, έχουν να αντιμετωπίσουν μια καινούργια περιβαλλοντική πρόκληση. Αν και τα ψηφιακά μέσα μετάδοσης είναι περισσότερο ενεργειακά αποδοτικά, οι επιπρόσθετες διευκολύνσεις που προσφέρουν, έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση της γενικής ενεργειακής κατανάλωσης. Το BBC βαδίζοντας πάνω σε αυτό το δεδομένο, προσπαθεί να μειώσει την ενεργειακή κατανάλωση και να αυξήσει την ενεργειακή αποδοτικότητα. Ρυθμίζει για παράδειγμα, επακριβώς το σύστημα του κλιματισμού έτσι ώστε να μην ξεπερνάει κάποιες συγκεκριμένες ώρες λειτουργίας κάθε εβδομάδα. Επιπρόσθετα, έχει εγκαταστήσει στο κεντρικό τμήμα του BBC, στο τηλεοπτικό κέντρο, ειδικές τουαλέτες οι οποίες με ορθή χρήση του νερού, εξοικονομούν 5.500 λίτρα νερού ημερησίως σε σύγκριση με τις παλιότερες.

Γ) Τμήμα Μεταφορών και Διαδρομών

Το BBC έχει τεράστια επίδραση στα θέματα των μεταφορών αφού διαθέτει 24.000 υπαλλήλους, χιλιάδες προμηθευτές και ένα ευρύ κοινό που επισκέπτεται καθημερινά τις εγκαταστάσεις του. Έτσι λοιπόν, πολλοί άνθρωποι μετακινούνται καθημερινά αρκετά χιλιόμετρα είτε για να πάνε και να γυρίσουν από τη δουλειά τους, είτε μεταξύ των κτιρίων, είτε απλά για να παρευρεθούν σε συσκέψεις. Το τμήμα μεταφορών και διαδρομών του BBC, με διευθυντή τον Jamie Hindhaugh, έχει ως στόχο να μειώσει την κυκλοφοριακή συμφόρηση και την ατμοσφαιρική ρύπανση. Σύμφωνα με έρευνες της κυβέρνησης το 2000 για την ποιότητα ζωής, αν καμία εφαρμογή δεν τεθεί σε λειτουργία άμεσα, η κυκλοφοριακή συμφόρηση θα συνεχίσει να αυξάνεται φτάνοντας το 30% περισσότερο τα επόμενα 20 χρόνια. Μόνο για το 2000 για παράδειγμα, το προσωπικό του BBC διένυσε περίπου 17 εκατομμύρια χιλιόμετρα οδικώς, 10 εκατομμύρια χιλιόμετρα με το τρένο και 38 εκατομμύρια χιλιόμετρα από αέρος λόγω επαγγελματικών ταξιδιών. Στόχος του BBC είναι να αναπτύξει αποτελεσματικές υπηρεσίες μεταφορών και να μειώσει τα μη αναγκαία ταξίδια και όλες τις μετακινήσεις στις απολύτως απαραίτητες. Αρκετά από τα στελέχη του BBC ήδη προσπαθούν να αυξήσουν τον αριθμό των υπαλλήλων οι οποίοι θα διεξάγουν συσκέψεις μέσω της τηλεδιάσκεψης και κάποιιο άλλοι εξετάζουν το ενδεχόμενο της «τηλε-εργασίας» από το σπίτι. Το BBC, έχει επίσης αναπτύξει σχέδια μεταφοράς υπαλλήλων σε μερικές περιοχές γύρω από τη Μεγάλη Βρετανία και συνεργάζεται στενά με τις τοπικές αρχές και άλλους ιθύνοντες για να περιορίσουν την κυκλοφοριακή συμφόρηση. Ήδη ένα λεωφορείο μικρών διαδρομών για τους υπαλλήλους έχει ξεκινήσει να κάνει κάποιες διαδρομές μέσα στο Λονδίνο για να μειώσει το περιβαλλοντικό «βάρος» που μπορεί να δημιουργεί το BBC στο κεντρικό Λονδίνο από την χρησιμοποίηση ιδιωτικών οχημάτων. Η επιλογή των διαδρομών γίνεται μετά από ανάλυση των δρομολογίων που χρειάζεται να διανύσουν οι υπάλληλοι, το κόστος αυτών και τον αριθμό των ανθρώπων και των αυτοκινήτων που θα χρησιμοποιηθούν. Ο Jamie Hindhaugh επιβεβαιώνει ότι η μεταφορά των υπαλλήλων από το ειδικό λεωφορείο στον χώρο εργασίας τους βρήκε μεγάλη ανταπόκριση και προσθέτει ότι το χρησιμοποιούν περίπου 300 επιβάτες καθημερινά και έτσι μειώνει στις 2.000 διαδρομές τα δρομολόγια των υπαλλήλων που θα γινόντουσαν ανά εβδομάδα.

Μια άλλη πολιτική που έχει υιοθετήσει το BBC στην περιοχή Kingswood Warren του Λονδίνου ονομάζεται «πολιτική πράσινης μεταφοράς». Προσπαθεί να μειώσει το ποσοστό των αυτοκινήτων στην περιοχή με το να προωθεί τους υπαλλήλους να μοιράζονται ένα κοινό αυτοκίνητο. Αν και η διαδικασία πειθούς των υπαλλήλων σε αυτό τον τομέα είναι λίγο αργή, τα τελευταία πέντε χρόνια έχει παρατηρηθεί μια αύξηση της τάξεως του 10%. Τα πλεονεκτήματα αυτού του είδους της πολιτικής είναι πολλά όπως

ελαχιστοποίηση της κίνησης στους δρόμους, μείωση των εξόδων μετακίνησης και της ατμοσφαιρικής ρύπανσης και τέλος καλύτερευση των επικοινωνιακών σχέσεων μεταξύ των υπαλλήλων. Αξιοσημείωτο είναι να αναφέρουμε τέλος, ότι το BBC έχει επενδύσει στον τομέα των μεταφορών και με την αγορά 28 επιπλέον οχημάτων που μεταφέρουν τα τηλεοπτικά συνεργεία τα οποία λειτουργούν μόνο με πετρέλαιο αντί για βενζίνη.

Δ) Αλυσίδα εφοδιασμού και προμηθειών

Το BBC είναι ένας ισχυρός αγοραστής αγαθών και υπηρεσιών, ξοδεύοντας κάθε χρόνο 700 εκατομμύρια δολάρια. Ήδη απαριθμεί 20.000 προμηθευτές που προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες, από μεταφορικές υπηρεσίες και παραγωγικούς πόρους μέχρι γραφική ύλη. Αυτό σημαίνει για το BBC ότι, με την ορθή επιλογή των προϊόντων, έχει την ευκαιρία να επιδράσει θετικά σε παγκόσμια περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα. Ήδη το περιοδικό που εκδίδει το BBC World, με τίτλο “*BBC Wildlife*”, παράγεται με ειδικά πιστοποιημένο χαρτί από το *Forest Stewardship Council* (FSC) ενώ είναι διαθέσιμο επίσης και στο διαδίκτυο. Το τμήμα εφοδιασμού και προμηθειών του BBC στοχεύει, μέσα από την πολιτική του, να ευνοήσει τους προμηθευτές αυτούς οι οποίοι υιοθετούν τις καλύτερες περιβαλλοντικές πρακτικές στις επιχειρήσεις τους. Με στόχο αυτόν το σκοπό, θα εξασφαλίσει ειδικό τμήμα βοθηιών και συμβουλών για τους διευθυντές οι οποίοι ασχολούνται με το κομμάτι των προμηθειών.

Στο τέλος του 2000, το περιοδικό “*BBC Wildlife*”, ήταν το πρώτο καταναλωτικό περιοδικό που εκδόθηκε και είχε το FSC (Forest Stewardship Council) logo στο εξώφυλλο του. Είναι η πρώτη φορά επίσης που το *Forest Stewardship Council* επέτρεψε σε ένα εμπορικό περιοδικό να δημοσιευθεί με το αυστηρά ελεγχόμενο logo του. Ο David Halford από το BBC Worldwide αναφέρει ότι «αφού το περιοδικό είναι το τρίτο μεγαλύτερο σε κυκλοφορία περιοδικό του Λονδίνου και καταναλώνονται περίπου 50.000 τόνοι χαρτιού κάθε χρόνο, αισθανθήκαμε ότι είχαμε υποχρέωση απέναντι στους αναγνώστες μας να τους διαβεβαιώσουμε ότι παράγουμε το χαρτί μας υπεύθυνα». Και εν συνεχεία προσθέτει: «Νομίζω ότι είναι υπέροχο που το BBC Worldwide δεσμεύτηκε να χρησιμοποιήσει χαρτί περιβαλλοντολογικά προστατευμένο. Οι αναγνώστες μας δεν θα περίμεναν τίποτα λιγότερο από εμάς».

Επιπλέον, στον τομέα εφοδιασμού και προμηθειών, το BBC δίνει τη δυνατότητα στο προσωπικό του να προμηθευτεί γραφικά είδη τα οποία είναι φιλικά προς το περιβάλλον. Ο Steve Pannell, ο οποίος εργάζεται στον τομέα προμηθειών του BBC εξηγεί: «Με την όλο και μεγαλύτερη δέσμευση του BBC προς το περιβάλλον, ελπίζουμε ότι με το πέρασμα του χρόνου οι χρήστες θα ενθαρρύνονται περισσότερο να αγοράσουν φιλικά

προς το περιβάλλον ή ανακυκλωμένα προϊόντα, ακόμα και αν υπάρχει μια μικρή διαφορά κόστους. Το 2000 το τμήμα προμηθειών του BBC αποφάσισε να διαθέσει έναν μεγάλο αριθμό διαφημιστικών καταλόγων σε ηλεκτρονική μορφή αντί να τους τυπώσει σε χαρτί. Από αυτή και μόνο την κίνηση, αποφεύχθη η παραγωγή 5.000 περίπου καταλόγων, διασώζοντας έτσι 2.000 περίπου κομμάτια χαρτιού».

Ε) Τμήμα Ιδιοκτησίας

Το ιδιοκτησιακό management είναι αναμφίβολα μια από τις ουσιώδες πηγές άμεσης περιβαλλοντικής επίδρασης για το BBC. Με την κατοχή άνω των 500 κτιρίων σε όλη την Μεγάλη Βρετανία οι πιθανές επιδράσεις αφορούν από τη γη, την ενέργεια και το νερό μέχρι την εκκένωση χημικών απορριμμάτων, την εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα, τα κατασκευαστικά υλικά ή ακόμα και την χωροταξία ή την βιοποικιλότητα. Το BBC αναλαμβάνει τις ευθύνες του απέναντι στους μετόχους του, στο προσωπικό του, στο κοινό του και στις τοπικές κοινωνίες που εδράζει τις οποίες προσπαθεί να ωφελήσει. Πιο συγκεκριμένα, θέλει να δημιουργήσει πιο φιλικά προς το περιβάλλον κτίρια και για αυτό το λόγο χρησιμοποιεί μια νέα μέθοδο που ονομάζεται *Building Research Establishment Environmental Assessment Method* (BREEAM), με την οποία κάνει χρήση των καλύτερων πρακτικών λύσεων και εξασφαλίζει περιβαλλοντική και διαρκή ανάπτυξη, ως μέρος του ευρύτερου ιδιοκτησιακού management. Στα καινούργια κτίρια που φτιάχνει το BBC με την καινούργια αυτή μέθοδο έχει πολλά πλεονεκτήματα, όπως μείωση του ενεργειακού κόστους και παράλληλα, αύξηση της ποιότητας του εργασιακού περιβάλλοντος με αποτέλεσμα την μείωση της αρνητικής επίδρασης στο περιβάλλον. Ο Simon Wooden, ο οποίος είναι υπεύθυνος στο κατασκευαστικό τμήμα εξηγεί: «Χρησιμοποιούμε τεχνικές φυσικού εξαερισμού, όπως ηλεκτρονικά παράθυρα, υψηλής αποτελεσματικότητας φωτισμό, τεχνικές νυχτερινής εξαέρωσης και εγκαταστάσεις αερισμού με αισθητήρες που μειώνει την ανάγκη ύπαρξης κλιματιστικού μηχανήματος μέσα στο χώρο. Αν και υπήρχαν αρκετές αρχικές δυσχέρειες, οι άνθρωποι που δουλεύουν τώρα στα ανανεωμένα γραφεία τους αισθάνονται ήδη χαρούμενοι στον καινούργιο τους χώρο και εμείς ευχόμαστε αυτές οι τεχνικές να εφαρμοστούν σε περισσότερα κτίρια μας».

Όλες οι διαδικασίες ανάπτυξης απαιτούν, εκτός από το να ικανοποιούν τα οικονομικά κριτήρια, να αντικατοπτρίζουν επίσης και τους περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς στόχους. Όλος ο σχεδιασμός των καινούργιων κτιρίων γίνεται βασιζόμενος πάνω σε αυτά τα δεδομένα. Το ζητούμενο είναι η αποταμίευση ενέργειας, η περιορισμένη χρήση ηλεκτρικού φωτός, υψηλά επίπεδα μόνωσης και υπόγειες εγκαταστάσεις ειδικών

μηχανισμών. Σημαντικό είναι επίσης να μειώνεται η χρήση κλιματιστικών και να προωθείται έτσι ο φυσικός εξαερισμός.

Σύμφωνα με την κυβέρνηση της Μεγάλης Βρετανίας η ιδέα της εφαρμογής όλων αυτών είναι μεν απλή, αλλά πρέπει να συγκεντρώσει πέντε βασικούς στόχους, όχι μόνο για την Μεγάλη Βρετανία αλλά για όλο τον κόσμο.

Οι στόχοι αυτοί είναι:

- Κοινωνική πρόοδος, η οποία να αναγνωρίζει τις ανάγκες του καθενός ξεχωριστά
- Αποτελεσματική προστασία του περιβάλλοντος
- Συνετή χρήση των φυσικών πόρων
- Διατήρηση υψηλών και σταθερών οικονομικών επιπέδων
- Ανάπτυξη και απασχόληση

Εταιρική Αναφορά για το 2001-2002

Το 2002, περισσότεροι από 27.000 άνθρωποι δουλεύουν στο BBC και μεταδίδονται πάνω από 340.000 ώρες εκπομπών σε ολόκληρη τη Μεγάλη Βρετανία. Το 2001, το BBC κατέκτησε το ρεκόρ των 72% στις Επιχειρήσεις που ασχολούνται με το Περιβάλλον, συναγωνιζόμενο 350 μεγάλες Βρετανικές επιχειρήσεις. Κατατάχθηκε επίσης δεύτερο στον τομέα των μέσων μαζικής επικοινωνίας.

Σε αυτήν την δεύτερη ετήσια έκθεση που δημοσιεύει αποδεικνύεται πόσο πολύ προσπαθεί να κάνει περισσότερα πράγματα για την κοινωνία, καταγράφοντας πάντα με αριθμούς και δεδομένα την πορεία του. Ανέπτυξε δείκτες απόδοσης και έθεσε νέους στόχους για να συνθέσει τις δυνάμεις του και να τις ευθυγραμμίσει με τους κοινούς στόχους της κυβέρνησης. Ήδη υπάρχει ένα εσωτερικό επικοινωνιακό περιβαλλοντολογικό πρόγραμμα με στόχο να αναδείξει το προφίλ των περιβαλλοντολογικών θεμάτων και να εξασφαλίσει πρακτικές συμβουλές για το προσωπικό και διαδικτυακή ενημέρωση γύρω από θέματα περιβάλλοντος. Αυτό είναι το πρώτο βήμα σε αυτό το ήδη τρέχων πρόγραμμα για να πείσει το προσωπικό του στην ανάληψη δράσεων. Η ιστοσελίδα που μπορεί να επισκεφθεί ο καθένας στο διαδίκτυο για να δει την πλήρη περιβαλλοντική έκθεση του BBC, αλλά και για το ποιος οργανισμός κέρδισε το πρώτο βραβείο περιβαλλοντικά ευσυνείδητου στην Μεγάλη Βρετανία είναι η εξής: www.bbc.co.uk/info/environment.

Η Jenny Abramsky, γενική Διευθύντρια Ραδιοφώνου και Μουσικής του BBC Environment Champion δηλώνει: «Το 2000 ήταν ένα αρκετά δραστήριο έτος για την περιβαλλοντική ομάδα του BBC. Είχαμε να διανύσουμε μεγάλες αποστάσεις για να κατανοήσουμε και να μειώσουμε την αρνητική περιβαλλοντική επίδραση των επιχειρήσεων μας. Συνεχίσαμε να ασχολούμαστε με την περιβαλλοντική ατζέντα πάνω στα πέντε σημεία – κλειδιά που μας απασχολούν.

Αυτά είναι τα ακόλουθα:

- 1) utilities (Χρήσιμοι φυσικοί πόροι)
- 2) απόβλητα
- 3) μεταφορές
- 4) αλυσίδα προμηθευτών και τέλος,
- 5) ιδιοκτησιακό.

Το 2002 επίσης κατορθώσαμε να κάνουμε αξιοσημείωτες πράξεις υπεύθυνης λειτουργίας. Η χαμηλή παραγωγή άνθρακα στο κεντρικό μας κτίριο στο Λονδίνο μας βοήθησε να μειώσουμε την εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα στο 5%. Στη Γλασκόβη, το καινούργιο μας κτίριο στο Pacific Quay, σχεδιάστηκε με τέτοιο τρόπο ώστε η πρόσοψη του να απορροφά το φυσικό

φως. Ακολουθήσαμε το παράδειγμα του περιοδικού BBC Wildlife και για το περιοδικό BBC Music έτσι ώστε να τυπώνεται και αυτό σε χαρτί από ειδικά εγκεκριμένα δάση. Μπορούμε να κάνουμε περισσότερα; Φυσικά και μπορούμε και θα τα κάνουμε».

Το BBC στην καινούργια του στρατηγική για το 2001-2002 έλαβε υπόψη το κάλεσμα της Κυβέρνησης, ότι οι 350 μεγαλύτερες εταιρίες της Μεγάλης Βρετανίας θα πρέπει να αναφέρουν ανοιχτά τις περιβαλλοντικές δραστηριότητες τους. Για να οδηγηθεί σε βελτιώσεις ανέπτυξε δώδεκα νέους δείκτες απόδοσης για τα περιβαλλοντικά θέματα που απασχολούν περισσότερο το BBC. Για τα περισσότερα από αυτά, όπως για παράδειγμα η υπερθέρμανση του πλανήτη, οι στόχοι που έχει θέσει το BBC ευθυγραμμίζονται με τους στόχους της Κυβέρνησης. Οι δείκτες αυτοί θα βοηθούν το BBC να γνωστοποιήσει σε όλους, τους στόχους του και την απόδοσή του. Οι νέοι αυτοί δείκτες αναφέρονται στους πέντε κυριότερους περιβαλλοντικούς τομείς που έχει αναπτύξει το BBC μέσω μια σειράς δραστηριοτήτων που έχει αναλάβει με ειδικά γκρουπ (working group). Κάθε γκρουπ έχει ένα επιπρόσθετο εσωτερικό σύνολο από δείκτες για την μέτρηση της εσωτερικής προόδου του.

Υπερθέρμανση του πλανήτη

Η Κυβέρνηση της Μεγάλης Βρετανίας έχει ορίσει ως εθνικό στόχο να μειώσει τις εκπομπές αερίων που προκαλούν το φαινόμενο του θερμοκηπίου από το 20% που ήταν η βάση πριν 20 χρόνια στο 1% κάθε χρόνο. Το διοξείδιο του άνθρακα είναι η κύρια αιτία εμφάνισης του φαινομένου του θερμοκηπίου, το οποίο δημιουργείται από την καύση φυσικού καυσίμου για να δημιουργήσει ηλεκτρικό και κίνηση στα οχήματα. Κάθε επιχείρηση η οποία καταναλώνει ενέργεια για τα κτίρια της και τις μεταφορές της είναι υπεύθυνη για την εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα και για αυτό το λόγο η Κυβέρνηση κάλεσε τις 350 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της Μεγάλης Βρετανίας να αναφερθούν ανοιχτά στις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Το BBC ρύθμισε την ολική εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα (126.027 τόνοι) στην μονάδα παραγωγής του, δηλαδή στον αριθμό και τις ώρες των προγραμμάτων που μεταδίδει. Το 2002, παρήγαγε 0,37 τόνους διοξειδίου του άνθρακα κάθε ώρα μετάδοσης. Παίρνοντας ως βάση το 2002, θέτει ως στόχο να φτάσει στο 8 % μείωσης του διοξειδίου του άνθρακα κάθε ώρα μετάδοσης για τα επόμενα οκτώ χρόνια.

Τι είναι τα Working groups

Τα Working groups καθιερώθηκαν το 2001 και παρέχουν στο BBC μια στρατηγική μελέτη και συζήτηση για ειδικά περιβαλλοντικά θέματα φέρνοντας σε επικοινωνία αντιπροσώπους από όλες τις θέσεις και τα τμήματα των επιχειρήσεων του BBC. Τα γκρουπ αυτά όρισαν ειδικούς δείκτες και στόχους απόδοσης συγκεντρώνοντας σχετικές πληροφορίες και

παρέχοντας μια ολοκληρωμένη πηγή πληροφοριών για να μπορέσουν να προσδιορίσουν την καλύτερη πρακτική σε καθένα από τα πέντε ζητήματα για το περιβάλλον που έχει θέσει η επιχείρηση.

Τα κυριότερα θέματα που απασχολούν το BBC την περίοδο 2001-2002:

Χρήσιμοι φυσικοί πόροι (Utilities)

Το BBC υπόκειται συνεχώς σε αλλαγές γιατί εισάγονται νέα κανάλια και νέες ψηφιακές υπηρεσίες. Συνεπώς, η κατανάλωση ενέργειας και νερού για τις νέες επιχειρήσεις του BBC έχει αυξηθεί μαζί με τις ανάγκες της εύρυθμης λειτουργίας 500 κτιρίων. Με το πέρασμα των χρόνων το Working group του τομέα των φυσικών πόρων (Utilities) επικεντρώθηκε στην όσο πιο αποτελεσματική λειτουργία των ήδη υπάρχοντων κτιρίων με στόχο την μείωση ή έστω τον περιορισμό της κατανάλωσης της ενέργειας. Όπως και οι περισσότερες επιχειρήσεις, έτσι και το BBC έχει επικεντρωθεί στην μείωση του ποσοστού του διοξειδίου του άνθρακα- την κύρια αιτία εμφάνισης του φαινομένου του θερμοκηπίου και της κλιματολογικής αλλαγής- το οποίο παράγεται από τα καιγόμενα φυσικά καύσιμα που παράγουν ηλεκτρισμό. Για να επιτευχθεί αυτό, υπάρχουν δυο στόχοι, ο πρώτος αναφέρεται στην χρησιμοποίηση ενεργειακών πηγών με λιγότερο διοξείδιο (ονομαζόμενη και «πράσινη» ενέργεια) και ο δεύτερος αναφέρεται στην μείωση της ενέργειας διαμέσου εξυπνότερης χρήσης αυτής. Το 2001 η αναλογία της χρήσης του BBC αυτής της μορφής ενέργειας εκτινάχθηκε από το 0,3% στο 14%. Δυστυχώς, δεν μπόρεσε να επιτευχθεί ο στόχος του 2001 της μείωσης του διοξειδίου του άνθρακα στο 1% όπως είχε αρχικά προγραμματιστεί. Η ολική εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα αυξήθηκε περίπου στο 5% και δυστυχώς έχουν αυξηθεί και οι εκπομπές του άνθρακα ανά ώρα μετάδοσης. Το ίδιο το BBC δηλώνει ότι «δεν φανήκαμε απόλυτα ικανοί να μετριάσουμε αυτήν την αύξηση και δεσμευόμαστε να επιλύσουμε αυτό το ζήτημα στο ερχόμενο έτος».

Απορρίματα

Το BBC έχει θέσει δυο βασικούς στόχους στο ζήτημα των απορριμμάτων. Ο αρχικός είναι η μείωση του ποσού των απορριμμάτων που παράγονται και ο δεύτερος είναι η ανακύκλωση όσο περισσότερων γίνεται. Το Working group στον τομέα των απορριμμάτων στοχεύει τις κινήσεις του στην μεγάλη ροή των απορριμμάτων και κυρίως στο χαρτί, στις θήκες από τις κορδέλες των μαγνητοφώνων και τις βιντεοκασέτες.

-Χαρτί

Η κύρια προτεραιότητα του BBC για το 2001 ήταν η αύξηση του ποσοστού του χαρτιού που ανακυκλώνεται και η μείωση των απορριμμάτων που καταλήγουν στις χωματερές. Το 2002, με την τοποθέτηση ειδικών κάδων ανακύκλωσης σε πολλές περιοχές της Μεγάλης Βρετανίας, το 17% του συνολικού ποσοστού των απορριμμάτων ανακυκλώνονταν σε αντίθεση με το 12% των απορριμμάτων που κατέληγε για ανακύκλωση το 2001. Στη Σκωτία, από τους πρώτους κιάλας μήνες που τοποθετήθηκαν ξεχωριστοί κάδοι ανακύκλωσης μαζεύτηκαν 6,5 τόνοι χαρτιού προς ανακύκλωση. Στο Λονδίνο, πράσινοι κάδοι χρησιμοποιήθηκαν για να μαζέψουν τα χρησιμοποιημένα χαρτιά. Αυτά τα χαρτιά στέλνονταν σε ένα εργοστάσιο άλεσης για να πολτοποιηθούν και να γίνουν χαρτιά για την τουαλέτα και χαρτοπετσέτες για τα γραφεία του BBC στο Λονδίνο.

Το BBC έχει επίσης μειώσει τον αριθμό των εφημερίδων και των περιοδικών που αγοράζει, εξοικονομώντας έτσι και χρήματα αλλά και περισσότερο χαρτί. Τα περιοδικά διανέμονται τώρα σε κάθε τμήμα και όχι σε κάθε υπάλληλο ξεχωριστά και οι καθημερινές εφημερίδες βρίσκονται μόνο σε ηλεκτρονική μορφή στο Διαδίκτυο.

-Θήκες για τις κορδέλες των μαγνητοφώνων

Το τμήμα προμηθειών του BBC έχει διαπραγματευθεί με την Hewlett Packard (HP) ότι θα λαμβάνει πόντους για όσες θήκες από κορδέλες μαγνητοφώνων επιστρέφει. Οι θήκες αυτές θα ανακυκλώνονται και θα μετατρέπονται σε διάφορα προϊόντα, όπως κώνοι διαγράμμισης της τροχαίας. Το BBC θα λαμβάνει πόντους για κάθε θήκη που θα επιστρέφει και αυτοί αυτομάτως θα μετατρέπονται σε χρήματα τα οποία θα δίνονται δωρεά σε φιλανθρωπικούς σκοπούς.

-«Tools for Schools»

Από τον Δεκέμβριο του 2001, το τεχνολογικό τμήμα του BBC ανακύκλωσε 6.729 αντικείμενα εξοπλισμού υπολογιστών για να τα δώσει δωρεά στην μη κυβερνητική οργάνωση «Tools for Schools». Αυτό το σχέδιο, όπως αναφέρεται και από το όνομα του, επισκευάζει υπολογιστές, μόνιτορ, και φορητούς μικροϋπολογιστές που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις και τα μετατρέπουν ώστε να λειτουργούν σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο για αποκλειστική χρήση σε σχολεία.

- Βιντεοκασέτες

Το τμήμα πόρων του BBC καθαρίζει και επαναχρησιμοποιεί τις ψηφιακές κασέτες τηλεοπτικών εκπομπών λόγω της ευκολίας που προσφέρει η ανακύκλωση. Οι χρησιμοποιημένες κασέτες επανασχεδιάζονται κάτω από αυστηρούς ποιοτικούς ελέγχους και έπειτα ξαναπωλούνται, σε πολύ μειωμένη τιμή, στα τηλεοπτικά προγράμματα του BBC όπως οι ειδήσεις και τα σπορ. Περίπου το 75% των κασετών αυτών προσαρμόζονται σε υψηλά περιβαλλοντικά στάνταρ. Πολλές από τις κασέτες όμως που δεν φτάνουν τα όρια που έχει θέσει το BBC μεταπωλούνται σε χρήστες με λιγότερες απαιτήσεις, όπως για παράδειγμα τα πανεπιστήμια και τα σχολεία, αντί να καταστραφούν. Όσον αφορά τις αναλογικές κασέτες, που η χρήση τους φθίνει σιγά-σιγά λόγω της ανόδου των ψηφιακών, αυτές ανακυκλώνονται άμεσα. Ήδη από τον Μάρτιο του 2002 έχουν ανακυκλωθεί 2.500 κασέτες.

Μεταφορές

Όσον αφορά τις μεταφορές, στόχος του BBC είναι να μειώσει τις περιβαλλοντικές επιδράσεις των επιχειρήσεων του και να μειώσει τα καθημερινά επαγγελματικά ταξίδια. Διατείνεται ότι έχει ήδη βρει λύσεις για να μειώσει τον αριθμό των ταξιδιών και των μεταφορών, όπως επίσης και να μειώσει τα επίπεδα εκπομπής διοξειδίου του άνθρακα. Το προσωπικό του BBC όπως και τα συμβαλλόμενα μέρη κάνουν έναν σημαντικό αριθμό ταξιδιών κάθε μέρα, από και προς τον τόπο εργασίας, όπως επίσης σε συσκέψεις και σε εξωτερικά γυρίσματα. Συνολικά, το 2002 το προσωπικό ταξίδευσε 155.000 χιλιόμετρα για επαγγελματικούς σκοπούς και έκανε 300.000 διαδρομές με μίνι βαν. Ως αποτέλεσμα, εισάγει ένα νέο πρόγραμμα μεταφορών για να μειωθεί αυτός ο αριθμός.

Με την εισαγωγή το 2001, του λεωφορείου του BBC για μικρές διαδρομές μεταξύ των περιοχών W1 και W12 του Λονδίνου, υπήρξε μείωση κατά 10.000 των διαδρομών που γίνονταν μέσω του υπόγειου σιδηρόδρομου, του ταξί και του αυτοκινήτου και 25% αύξηση των ατόμων που το χρησιμοποιούσαν σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Το 2002 όλα τα λεωφορεία του BBC αναβαθμίζονται με νέα τεχνολογία και μηχανές εσωτερικής καύσης (diesel) ενώ παράλληλα αυξάνεται η χωρητικότητα τους για να δέχονται 58% περισσότερους επιβάτες σε κάθε διαδρομή. Με την βοήθεια αυτών των λεωφορείων έχουν μειωθεί επίσης και οι μεταφορές αγαθών και προϊόντων που γίνονταν μέσα στο Τηλεοπτικό Κέντρο του BBC κατά περίπου 30 με 40 διαδρομές την εβδομάδα. Το BBC, αξίζει να σημειωθεί ότι, είναι μια από τις 15 επιχειρήσεις στην Μεγάλη Βρετανία που έχουν επιλεγεί να συμμετέχουν σε ένα δοκιμαστικό πρόγραμμα 18 μηνών για να χρησιμοποιήσουν ένα νέο καινοτόμο ηλεκτρικό αυτοκίνητο από την Ford.

Το BBC προσπαθεί να αναπτύξει πολλούς τρόπους για να μειώσει την ανάγκη μετακίνησης, για επαγγελματικούς λόγους, με το αυτοκίνητο. Το ποσοστό του προσωπικού που μετακινείται για δουλειά με τα μέσα μαζικής μεταφοράς είναι ήδη πολύ υψηλό, περίπου 60% για το Λονδίνο, αλλά παρόλα αυτά αναπτύσσονται κίνητρα για να αυξηθεί κάνοντας χρήση εξυπηρετήσεων προς το προσωπικό, όπως για παράδειγμα τηλεδιάσκεψη ή βιντεοδιάσκεψη.

Ένα άλλο πιλοτικό πρόγραμμα έχει επίσης ξεκινήσει για να ενθαρρύνει το προσωπικό σε περισσότερο λειτουργικούς τρόπους δουλειάς. Πενήντα άτομα από το προσωπικό του BBC από όλη την Μεγάλη Βρετανία λαμβάνουν μέρος σε ένα πιλοτικό πρόγραμμα τηλεδιάσκεψης έχοντας ως βάση εργασίας το σπίτι τους. Περίπου 338.552 χιλιόμετρα διαδρομών για επαγγελματικούς σκοπούς έχουν αποφευχθεί και αυτό συμβαίνει γιατί, κατά τη διάρκεια του προγράμματος, οι πενήντα υπάλληλοι του BBC κάνουν την διαδρομή από το σπίτι τους στη δουλειά τους μόνο δυο φορές την εβδομάδα αντί για πέντε.

Ένα άλλο κίνητρο μείωσης της χρήσης αυτοκινήτων και κατ' επέκτασιν των διαδρομών είναι η προώθηση χρήσης του ποδηλάτου. Το προσωπικό μπορεί να παρακολουθήσει ειδικά σεμινάρια για να εξετάσει τα ποδήλατα ή αν χρειαστεί να τα επισκευάσει και να πάρει συμβουλές από ειδικούς του είδους.

Αλυσίδα Εφοδιασμού και Προμηθειών

Η επίδραση του BBC στο περιβάλλον μέσω των αγοραστικών του δραστηριοτήτων είναι εμφανής και αξιοσημείωτη. Ο αντίκτυπος των επιλογών έρχεται άμεσα ως αποτέλεσμα, μέσω της επιλογής των προϊόντων, αλλά και έμμεσα μέσω των δραστηριοτήτων των προμηθευτών. Το Working group του τμήματος εφοδιασμού και προμηθειών θέλει να επικεντρωθεί σε τέσσερις στόχους. Πρώτον, να επεκταθεί ο βαθμός στον οποίο τα περιβαλλοντικά δεδομένα χρησιμοποιούνται ως κριτήρια για την επιλογή των προμηθευτών. Δεύτερον, να αναζητηθούν περισσότερο περιβαλλοντικά υπεύθυνες πηγές, τρίτον να υπάρξει συνεργασία με προμηθευτές για να μειώσουν την περιβαλλοντική τους επίδραση ενώ τέλος, να μειωθεί το συνολικό ποσό των αγαθών που αγοράζονται, βελτιώνοντας έτσι την αλυσίδα εφοδιασμού και εκπαιδύοντας το προσωπικό των προμηθειών.

Το 2002 το BBC προσπάθησε να μειώσει τον αριθμό των προμηθευτών και εισήγαγε μια νέα περιβαλλοντική πολιτική, την οποία χρησιμοποίησε για να αποτιμήσει σε ποιο βαθμό τα νέα γραφικά και τεχνολογικά είδη που είχε αγοράσει από αυτούς είχαν επίδραση στο περιβάλλον. Αυτό βοήθησε στο να βελτιωθεί ένα ερωτηματολόγιο προμηθευτών, το οποίο σήμερα χρησιμοποιείται για να αξιολογήσει τους εκατό καλύτερους προμηθευτές του BBC.

-BBC και περιοδικά

Το BBC επέκτεινε τις προσπάθειες του να χρησιμοποιηθεί το 100% πιστοποιημένο χαρτί από το FSC (Forest Stewardship Council) και σε άλλες εκδόσεις του. Το περιοδικό BBC Music, είναι τώρα το δεύτερο μοναδικό καταναλωτικό περιοδικό, μετά το BBC Wildlife, που διαθέτει και αυτό το logo του FSC. Με αυτό επιβεβαιώνει ότι η ξυλεία που χρησιμοποιήθηκε για να φτιαχτεί το χαρτί προέρχεται από δάση τα οποία ελέγχονται και διαχειρίζονται με τα υψηλότερα οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια. Και αυτό είναι αναγκαίο να συμβεί, γιατί η ποσότητα του χαρτιού που χρειάζεται για να τυπωθεί κάθε μήνα ενός είδους περιοδικό είναι τέτοια (24 τόνοι), που είναι αυτόματα ισοδύναμη με το βάρος τεσσάρων διώροφων λεωφορείων.

Ιδιοκτησιακό καθεστώς

Το Working group του τμήματος της ιδιοκτησίας του BBC, είναι υπεύθυνο για την βελτίωση του περιβαλλοντικού προφίλ των κτιρίων των επιχειρήσεων στη Μεγάλη Βρετανία. Το 2002 το Working group είχε επικεντρωθεί σε δυο κυρίως ζητήματα. Αρχικά, να αναπτυχθεί ένα καλύτερο σύστημα βαθμολόγησης, το οποίο να αντικατοπτρίζει την διαφορετική φύση των κτιρίων των media και κατά δεύτερον, να εξασφαλισθεί ότι όλα τα περιβαλλοντικά ζητήματα εξετάζονται λεπτομερώς όταν αγοράζονται καινούργια κτίρια ή όταν ανακαινίζονται.

Το BBC συνεργάζεται με το εθνικό Ίδρυμα Κτιριακών Μελετών (Building Research Establishment- BRE) για να αναπτύξει ένα μέσο έτσι ώστε να καταγράφεται η περιβαλλοντική επίδραση των μεντιακών και ραδιοφωνικών κτιρίων, λαμβάνοντας πάντα υπόψη την σπάνια φύση των υψηλών τεχνολογικών κτιριακών υπηρεσιών. Είναι σημαντικό να καταμετρηθεί η απόδοση της χρήσης ενέργειας, νερού, χημικών εκκενώσεων όζοντος, εκπομπής διοξειδίου του άνθρακα, κατασκευαστικά απορρίμματα και η χωροταξία γενικότερα. Αυτό το νέο μέσο θα βοηθήσει έτσι ώστε να αναγνωριστούν οι ανεπάρκειες αλλά και οι ευκαιρίες για βελτίωση γενικότερα.

Εταιρική Αναφορά για το 2002-2003

Το BBC το 2003 εμφανίζεται πιο οργανωμένο σε θέματα εταιρικής ευθύνης με μεγαλύτερα κίνητρα και περισσότερες πρωτοβουλίες. Αναθέτει την περιβαλλοντική ανασκόπηση για τα έτη 2002 και 2003 σε έναν εξωτερικό συνεργάτη του (KPMG) και το αποτέλεσμα το επιβραβεύει αναμφίβολα. Με αυτή την τρίτη Περιβαλλοντική Έκθεση του BBC, καλύπτονται δραστηριότητες που πραγματοποιήθηκαν το χρονικό διάστημα 2002 με 2003. Αναφέρεται σε πρακτικές που είναι ήδη εν εξελίξει σε ότι αφορά την Περιβαλλοντική Πολιτική αλλά και με ποιο τρόπο διαχειρίστηκε τις περιβαλλοντικές επιδράσεις που μπορεί να προκαλούσε με τα απορρίμματα, την μεταφορά, την ενέργεια, το νερό, τα κτίρια και τέλος την προμηθευτική αλυσίδα.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα της δημιουργίας και αναμετάδοσης προγραμμάτων του BBC αλλάζει και δυο καινούργιες τάσεις κάνουν την εμφάνιση τους σε αυτή την Έκθεση. Πρώτον, ο τρόπος με τον οποίο η τεχνολογία αλλάζει τις επιχειρήσεις – με την έλευση της ψηφιακής τεχνολογίας, το διαδίκτυο, τα νέα μέσα και τα νέα κανάλια- και πως, ως αποτέλεσμα επιδρά αυτό και στο περιβάλλον. Και δεύτερον, πως το BBC έχει αρχίσει να βασίζεται περισσότερο στους υπηρεσιακούς συνέταιρους του με σκοπό την διάδοση περιβαλλοντικών πρακτικών. Όλες αυτές οι αλλαγές έχουν ωθήσει το BBC να σκέφτεται πιο διευρυμένα και πιο άμεσα τα περιβαλλοντικά ζητήματα και τις υποχρεώσεις του. Ο Greg Dyke, γενικός διευθυντής του BBC, σχολιάζει: «Είμαι πολύ χαρούμενος που παρουσιάζω την τρίτη Περιβαλλοντική Έκθεση του BBC, στην οποία θέτουμε και τους περιβαλλοντικούς μας στόχους αλλά και τις προσπάθειες που έχουμε κάνει για να τους επιτύχουμε κατά τη διάρκεια του 2002 και του 2003. Αυτή η έκθεση είναι ένα πολύ σημαντικό παράδειγμα της δέσμευσης του BBC για καθαρή και άμεση έκθεση της ευρύτερης επίδρασης μας στην κοινωνία σε συνδυασμό με αναφορά της απόδοσης μας στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο και τις νέες μεντιακές υπηρεσίες. Είναι σίγουρο ότι έχουμε κάνει αρκετά αλλά μπορούμε σίγουρα ακόμα περισσότερα. Οι υποσχέσεις μας εκφράζονται με στόχους, όπως το να αυξήσουμε την ανακύκλωση των απορριμμάτων στο 55% και να μειώσουμε την εκπομπή βλαβερών ουσιών για το περιβάλλον στο 8% για κάθε ώρα αναμετάδοσης. Το 2004, το BBC θα εκδώσει την πρώτη ολοκληρωμένη έκθεση για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, η οποία μαζί με την Ετήσια Αναφορά και τον Απολογισμό θα καλύψουν ολοκληρωτικά την δέσμευση μας στην υπηρεσία των κοινοτήτων στην Μεγάλη Βρετανία αλλά και παγκόσμια, καθώς επίσης και την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική απόδοση μας».

Το BBC έχει δεσμευτεί να πετύχει τους στόχους του, τους σκοπούς του και να διαφυλάξει τις αξίες του με έναν τρόπο αμετάβλητο, διαρκή και περιβαλλοντικά σωστό. Στοχεύει στην ελαχιστοποίηση κάθε εχθρικής επίδρασης προς το περιβάλλον που μπορεί να προέρχεται από τις λειτουργίες του, και στην συνεχή βελτίωση της περιβαλλοντικής του απόδοσης. Πιο επιγραμματικά, το BBC έχει ως σκοπό να επιτύχει στους ακόλουθους τομείς:

- A)** Ενέργεια
- B)** Εκκενώσεις και Εκπομπές αερίων
- Γ)** Απορρίμματα
- Δ)** Μεταφορές
- E)** Κτιριακή Διαχείριση
- ΣΤ)** Προμήθειες
- Z)** Περιβάλλον και Κοινότητα
- H)** Συνεχής Βελτίωση
- Θ)** Συνεχής Ενημέρωση

Το BBC συνεργάζεται και δουλεύει με ειδικές ομάδες από όλους του κλάδους με σκοπό την δημιουργία μιας συγκεκριμένης πολιτικής και κατ' επέκτασιν στρατηγικής. Συνεργάζεται συστηματικά με την κυβέρνηση αλλά και με διάφορες μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ) καθώς επίσης και εταιρίες επικοινωνίας ή και άλλα κανάλια με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών και την διάχυση ιδεών και γνώσεων. Παρακάτω, αναλύουμε τα σημαντικότερα εξ' αυτών θέματα καθώς τα περισσότερα από αυτά αλληλεπιδρούν το ένα στο άλλο.

A) Ενέργεια και Κλιματολογικές αλλαγές

Είναι σίγουρο ότι δεν είναι δυνατό να λειτουργήσει μια επιχείρηση χωρίς να παράγει βλαβερά αέρια, αλλά μπορεί όμως να τα περιορίσει στο ελάχιστο. Το BBC, ακόμα και αν χρησιμοποιεί περισσότερο ηλεκτρισμό, ικανοποιεί τους στόχους του για την εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα. Το αυξανόμενο πρόγραμμα του BBC και η απόδοση των καναλιών του βασίζονται στην ενέργεια- για να διαχειριστεί στούντιο, γραφεία, εξοπλισμούς και μεταδόσεις. Μια αύξηση των ωρών μετάδοσης στην τηλεόραση, το ραδιόφωνο και το διαδίκτυο την περίοδο 2002-2003 σε 404,053 ώρες (σε σύγκριση με 343,865 ώρες την περίοδο 2001-2002) απεικόνισε καθαρά την κατανάλωση ενέργειας- 490 δισεκατομμύρια βατ την ώρα (425 δισεκατομμύρια βατ το 2001-2002). Η παραγωγή του BBC βέβαια, αντιμετώπισε πολλές αλλαγές το 2002 όπως για παράδειγμα την έλευση των ψηφιακών

προγραμμάτων και καναλιών (το οποίο αναπόφευκτα δημιούργησε την ανάγκη αύξησης των εξοπλισμών), την τεράστια επέκταση του διαδικτυακού υλικού στο BBCi και τέλος την μεγαλύτερη αλληλεπίδραση του κοινού.

Δέκα μόνο κτίρια του BBC καταναλώνουν το 75% της ενέργειας που καταναλώνει συνολικά όλη η επιχείρηση. Ένα ενεργειακό πρόγραμμα πρέπει να είναι έτοιμο να τεθεί σε λειτουργία για να επιτρέψει στο BBC να μετρά, να ελέγχει και να γνωρίζει επακριβώς πιο κτίριο χρησιμοποιεί περισσότερη ενέργεια για να μπορεί να πράξει τα ανάλογα.

Το 2002, το BBC το 22% περίπου της ενέργειας που κατανάλωσε ήταν «πράσινη», ήταν δηλαδή ενέργεια που προήλθε από ανανεώσιμες πηγές, όπως υδροηλεκτρικούς σταθμούς, γεωθερμικές πηγές, συνδυασμός θερμικής ενέργειας και ηλεκτρισμού (CHP) και στροβιλοφόρους κινητήρες που χρησιμοποιούσαν αέρια από τους τόπους υγειονομικής ταφής των απορριμμάτων. Μια ηλεκτρική γεννήτρια συνδυασμού θερμικής ενέργειας και ηλεκτρισμού (CHP) χρησιμοποιείται στο Κέντρο Τηλεόρασης του BBC στο Λονδίνο και προμηθεύει 22 δισεκατομμύρια βατ ηλεκτρισμού καθώς και απευθείας θερμότητα στα στούντιο και τα γραφεία του BBC, εξοικονομώντας 10,602 τόνους εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα.

Ο στόχος του BBC για το 2003 είναι να μειώσει το επίπεδο των βλαβερών αερίων που παράγει για κάθε ώρα αναμετάδοσης προγράμματος, φτάνοντας στο 8% μέχρι το 2010, κάτι το οποίο συνάδει βέβαια και με την κυβερνητική νομοθεσία. Το 2002, τα επίπεδα βλαβερών αερίων (εκτιμώμενα ως διοξείδιο του άνθρακα) μειώθηκαν στους 0,43 τόνους ανά ώρα αναμετάδοσης (χαμηλότερα από τους 0,44 τόνους ανά ώρα μετάδοσης το 2001-2002). Αυτό επιτεύχθηκε μέσω της χρήσης τεχνολογιών χαμηλών εκπομπών άνθρακα, όπως για παράδειγμα ο συνδυασμός θερμότητας και ηλεκτρισμού όπως έγινε στο Κέντρο Τηλεόρασης αλλά και με την χρήση «πράσινου» ηλεκτρισμού. Το 2002, 7% της ηλεκτρικής ενέργειας του BBC προερχόταν από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, όπως αεροδυναμικές τουρμπίνες και υδροηλεκτρική ενέργεια. Συνολικά, περίπου το 22% της ολικής κατανάλωσης ενέργειας του BBC έχει μηδενική εκπομπή άνθρακα.

Γ) Ανακύκλωση Απορριμμάτων

Τα προγράμματα ανακύκλωσης στα γραφεία του BBC από το 2002 περιλαμβάνουν την ανακύκλωση μπαταριών, τις θήκες των ταινιών, τις κασέτες όπως επίσης και τα χαρτιά. Οι εφημερίδες, τα χαρτόνια, τα αλουμινένια δοχεία και τα γυαλιά ανακυκλώνονται και αυτά καθώς η χρήση τους είναι εξίσου μεγάλη. Η ανακύκλωση απορριμμάτων για το 2002 έφτασε στο ποσοστό του 32% σε σύγκριση με το 2001 που το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 17%, βάζοντας έτσι το BBC στο δέλεαρ να φτάσει μέχρι το 2005 στο 55%. Για να προωθήσει την επαναχρησιμοποίηση του γραφειακού εξοπλισμού το BBC εισήγαγε το 2002 το πρόγραμμα

“*Swapshop*”, το οποίο στηρίζεται σε ένα διαδικτυακό «σημειωματάριο» το οποίο επιτρέπει στο προσωπικό να μεταφέρει τα μη χρησιμοποιούμενα πια αντικείμενα, όπως έπιπλα, ηλεκτρονικές συσκευές μέχρι και στηρίγματα γραφείου από το ένα τμήμα στο άλλο.

-“ *Swapshop* ”:

Το “*Swapshop*” δημιουργήθηκε από το δίκτυο του προσωπικό του BBC, τον Νοέμβριο του 2002, ύστερα από προτάσεις του ίδιου του προσωπικού. Την πρώτη μέρα λειτουργίας του αναρτήθηκαν εννέα αντικείμενα στην εσωτερική ιστοσελίδα του BBC και αμέσως αγοράστηκαν όλα. Όλες τις υπόλοιπες μέρες λειτουργίας του, είναι αναρτημένα το λιγότερο 25 αντικείμενα ημερησίως, από γραφεία, βιβλιοθήκες, τραπέζια, καρέκλες μέχρι Χριστουγεννιάτικα διακοσμητικά και γραφεία συνεδριάσεων. Το πρόγραμμα αυτό εκτός του ότι μειώνει τα απορρίμματα ανακυκλώνει ταυτόχρονα και τον γραφειακό εξοπλισμό ανέξοδα.

-“ *Slim your bin* ”:

Ένα ακόμη πρόγραμμα ανακύκλωσης του BBC είναι και το “*Slim your bin*”. Το 2002 τρεις τοπικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί συμμετείχαν στην καμπάνια “*Slim your bin*” με σκοπό την προώθηση του προγράμματος ανακύκλωσης. Τα ραδιόφωνα BBC Radios Essex, Cambridgeshire και Northampton ασχολήθηκαν εκτενώς με θέματα μείωσης των απορριμμάτων περιλαμβάνοντας συζητήσεις και συνεντεύξεις με ανθρώπους της τοπικής κοινωνίας και παρέχοντας πληροφορίες από τον διαδικτυακό τόπο του BBC. Οι ακροατές μπορούσαν να μάθουν για θέματα που αφορούσαν από την διάθεση των δικών τους απορριμμάτων μέχρι τις συνέπειες της άλογης διάθεσης αυτών. Μέσω των ραδιοφωνικών προγραμμάτων δίνονταν επίσης πληροφορίες για καλύτερη μορφή ανακύκλωσης και βοήθεια για εύρεση της τοποθεσίας των κάδων ανακύκλωσης. Η καμπάνια του BBC Radios Essex διήρκησε δυο μήνες και είχε ως αποτέλεσμα πάνω από 800 τηλεφωνήματα για περισσότερες πληροφορίες και προτάσεις για το πρωτοποριακό πρόγραμμα “*Slim your bin*”. Και οι τρεις ραδιοφωνικοί σταθμοί ανέφεραν ότι η καμπάνια αυτή δημιούργησε την μεγαλύτερη ζήτηση- σε ραδιοφωνικό επίπεδο- από οποιαδήποτε άλλη είχε γίνει ποτέ σε τοπικό επίπεδο και ότι δεσμεύονται να οργανωθούν παρόμοια γεγονότα και κατά τη διάρκεια του 2003.

Δ) Μεταφορές

Στο φαινόμενο της υπερθέρμανσης του πλανήτη που επιδεινώθηκε κατά τη διάρκεια του 2002 (1,48 κιλά διοξειδίου του άνθρακα ανά άτομο) σε σχέση με το 2001 (1,23 κιλά) ήταν επιτακτική η συνδρομή του BBC. Το 2003, το πρόγραμμα του BBC *“Cardiff”* βοήθησε αισθητά στην μείωση ναύλων και καυσίμων. Το πρόγραμμα αυτό βασίζεται σε ένα μηχανογραφημένο σύστημα κράτησης το οποίο αυτόματα αναγνωρίζει παρόμοια ταξίδια τα οποία λαμβάνουν χώρα την ίδια ώρα και προσφέρει οχήματα τα οποία μπορεί να τα μοιράζονται δυο ή και περισσότερα άτομα.

- *“Cardiff”*:

Το BBC έχει δεσμευτεί να μειώσει την κυκλοφορική συμφόρηση και την μόλυνση του περιβάλλοντος αλλά αναγνωρίζει παράλληλα ότι οι επιλογές μεταφοράς του προσωπικού είναι περιορισμένες λόγω της κτιριακής θέσης του γραφείου και των τοπικών υπηρεσιών. Οι ιθύνοντες του BBC γνωρίζουν επίσης ότι τα μέσα μαζικής μεταφοράς δεν εξυπηρετούν τις απαιτήσεις πολλών μελών του προσωπικού, ιδίως αυτών που μένουν σε απομακρυσμένες ή αγροτικές περιοχές. Ακολουθώντας λοιπόν την προτροπή ενός μέλους του προσωπικού η ιδέα του *“Cardiff”* ξεκίνησε το 2002. Λεπτομέρειες για το πρόγραμμα δίνονται και από τα γραφεία του *“Cardiff”* αλλά και από το εσωτερικό δίκτυο του BBC, το οποίο είναι προσβάσιμο από όλο το προσωπικό. Ο τρόπος λειτουργίας του *“Cardiff”* είναι απλός καθώς κάθε μέλος του προσωπικού, το οποίο είναι διατεθειμένο να προσφέρει το αυτοκίνητο του και σε άλλους συναδέλφους του, δίνει απλώς λεπτομέρειες για το που βρίσκεται το σπίτι του, κάθε πότε μπορεί να συνεισφέρει στο δίκτυο μεταφοράς και πως μπορεί να υπάρξει επικοινωνία μεταξύ των μελών. Όλες λοιπόν αυτές οι πληροφορίες αναρτώνται στο εσωτερικό δίκτυο και το προσωπικό μπορεί έτσι να βρει ποια διαδρομή το βολεύει καλύτερα για τη μετακίνησή του. Την πρώτη κιόλας μέρα προώθησης του προγράμματος περισσότεροι από 35 άνθρωποι έδωσαν πληροφορίες στο δίκτυο. Μετά από την επιτυχία αυτή το BBC σκέφτεται ήδη να αναπτύξει και ένα σύστημα μεταφοράς υπαλλήλων μέσα στο χώρο του BBC.

Ε) Κτιριακή Διαχείριση

Τα καινούργια γραφεία στο White City του Λονδίνου έχουν στόχο να κατακτήσουν μια εξαιρετική περιβαλλοντική κατάταξη. Τα γραφεία στο Birmingham περιλαμβάνουν ηλιακή φωτοσκίαση και χρησιμοποιούν φυσικό φωτισμό. Το ξύλο που χρησιμοποιήθηκε επίσης,

κατά τη διάρκεια της κατασκευής είναι από βιώσιμες πηγές. Παρακάτω αναφέρονται δυο χαρακτηριστικά παραδείγματα ευφυούς κτιριακής διαχείρισης από δυο διευθυντές του BBC.

Να τι μπορούν να κάνουν οι managers των κτιρίων! Ευφυή παραδείγματα προς μίμηση.

Οι managers των κτιρίων σε όλη την χώρα ενθαρρύνθηκαν να μειώσουν την κατανάλωση ενέργειας και μερικοί από αυτούς ανταποκρίθηκαν με πρωτοτυπία και εξυπνάδα. Στο BBC του Caversham, για παράδειγμα, όπου ο φωτισμός καταναλώνει το 15% του λογαριασμού ρεύματος (κάτι το συνηθισμένο για τα περισσότερα γραφεία) ο διευθυντής του γραφείου εγκατέστησε υψηλής συχνότητας και ενεργειακής αποδοτικότητας φώτα τα οποία ταυτόχρονα λειτουργούν με ανιχνευτές κίνησης (δηλαδή αν δεν υπάρχει κάποια κίνηση στο χώρο, δεν ανάβουν και τα φώτα) και χρονικό περιορισμό. Το αναμενόμενο κέρδος ήταν περίπου 46 κιλοβάτ την ημέρα. Ο διευθυντής επίσης, αναβάθμισε το boiler έτσι ώστε να κιαει περισσότερο αποτελεσματικά και να κλείνει μόνο του όταν ο χώρος θα έχει φτάσει σε μια ικανοποιητική θερμοκρασία.

Ένας ακόμη διευθυντής στο BBC του Belfast τοποθέτησε κινητήρες διαφορετικών ταχυτήτων στα κλιματιστικά σε χώρους όπου βρίσκονται μηχανήματα. Αυτό τους επέτρεψε να διατηρούν την θερμοκρασία τους σταθερή ανεξαρτήτου ζέστης που μπορεί να έχει ο χώρος που είναι τοποθετημένα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την εξοικονόμηση περίπου 342 κιλοβάτ ωρών ηλεκτρισμού (ισοδύναμο δηλαδή με 102 τόνους διοξειδίου του άνθρακα).

ΣΤ) Προμηθευτές

Περιβαλλοντικές πληροφορίες για τους προμηθευτές εξασφαλίστηκαν το 2002 μέσω ενός περιεκτικού ερωτηματολογίου. Αυτό δείχνει ότι το 63% των κυριότερων προμηθευτών του BBC έχουν περιβαλλοντική πολιτική.

-«Συνέργιες» μεταξύ αλληλεξαρτώμενων μετοχικά επιχειρήσεων με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος.

Οι θυγατρικές επιχειρήσεις, χρησιμοποιούνται πολύ συχνά από το BBC με στόχο την οικονομικότερη απόδοση δημιουργίας προγραμμάτων και την επίτευξη συνεργιών. Με την αρωγή αυτών, πολλές λειτουργίες που παλιότερα τις αναλάμβανε το ίδιο το BBC τώρα διεξάγονται απευθείας από τους συνεταιίρους. Εξειδικευμένες εταιρίες επενδύουν πιο εύκολα σε τεχνολογικές βελτιώσεις που μπορεί να χρειάζεται το BBC και μπορούν έτσι να επιτύχουν

οικονομικές και περιβαλλοντικές διασφαλίσεις. Οι θυγατρικές εταιρίες μπορούν να πάρουν διάφορες μορφές. Για παράδειγμα, οι εταιρίες *BBC Technology Ltd* και *BBC Resources Ltd* ανήκουν εξ' ολοκλήρου στο BBC και εκμισθώνουν και προμηθεύουν τεχνολογικό εξοπλισμό και εξοπλισμό για τα στούντιο στο BBC. Η *BBC Property Partnership*, είναι μια επιχείρηση που συνεργάζεται με το BBC και την *Land Securities Trillium (LST)* η οποία καλύπτει την τροφοδοσία, τον καθαρισμό των κτιρίων, την ασφάλεια, την παροχή επίπλων και την αποβολή των απορριμμάτων από το BBC. Η LST επίσης, κατασκευάζει και κατέχει κάποια κτίρια του BBC. Η εταιρία *Medas* είναι επίσης, μια συνεργατική εταιρία του BBC, η οποία είναι εξολοκλήρου εξωτερική, και διαχειρίζεται το μισθολόγιο και τις πληρωμές του BBC. Αποδεικνύεται έτσι συμπερασματικά ότι, οι αυτόνομες θυγατρικές εταιρίες μπορούν να παρέχουν τις καλύτερες περιβαλλοντικές λύσεις σε έναν τόσο μεγάλο οργανισμό όσο είναι το BBC.

-Οι Προμηθευτές

Η τεχνολογία βρίσκεται στο κέντρο αυτού που κάνει το BBC- να δημιουργεί προγράμματα, να τα μεταδίδει ψηφιακά, να αναπτύσσει διαδικτυακά κανάλια, ιστοσελίδες και εκπαιδευτικό υλικό, όπως επίσης να παράγει περιοδικά, βιβλία και κασέτες. Καθώς η τεχνολογία αλλάζει, έτσι δημιουργούνται και προκλήσεις έτσι ώστε το BBC να είναι πιο αποτελεσματικό και λιγότερο σπάταλο.

Τα κωδικοποιημένα σήματα που μεταδίδονται από το BBC παραλαμβάνονται σε μορφή εξοπλισμού, ήδη κατασκευασμένα από άλλες εταιρίες, και αγοράζονται από ανθρώπους που θέλουν να δουν και να ακούσουν τα προγράμματα αυτά. Έτσι λοιπόν, αν και το BBC δεν έχει καμία ευθύνη του πως κατασκευάστηκαν αυτοί οι εξοπλισμοί, ποιοι τους αγοράζουν ή πως διατείνονται, αποτελεί παρ' όλα αυτά κομμάτι της ευρύτερης βιομηχανίας και στηρίζει την κυβέρνηση και τα σχέδια των προμηθευτών για να μειώσει τις περιβαλλοντικές επιδράσεις. Η κυβέρνηση και οι προμηθευτές συνεργάζονται τώρα σε κατευθυντήριες γραμμές και κανονισμούς, όπως η κατευθυντήρια οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την απόρριψη των ηλεκτρονικών εξοπλισμών, η οποία μπήκε σε λειτουργία το Φεβρουάριο του 2003 για να διασφαλίσει ότι:

- ο Εξαρτήματα και εξοπλισμοί θα πρέπει να καταναλώνουν την λιγότερη δυνατή ενέργεια και όταν βρίσκονται σε χρήση αλλά και όταν βρίσκονται σε κατάσταση αναμονής (διότι, η τηλεόραση, για παράδειγμα, καταναλώνει το 5% της ενέργειας όλων των νοικοκυριών στη Μεγάλη Βρετανία).
- ο Οι προμηθευτές θα πρέπει να χρησιμοποιούν ανακυκλωμένα υλικά αλλά και υλικά που μπορούν να ανακυκλωθούν.

- Οι προμηθευτές επίσης δεν θα πρέπει να χρησιμοποιούν συγκεκριμένα επικίνδυνα υλικά.
- Οι προμηθευτές θα πρέπει να αναφέρουν πληροφορίες για την κατανάλωση ενέργειας του κάθε προϊόντος ή του εξαρτήματος που πουλάνε και τέλος,
- Οι εξοπλισμοί θα πρέπει να μπορούν να επιστραφούν και να ανακυκλωθούν χωρίς καμία χρηματική υποχρέωση για τον πελάτη.

Το BBC προτείνει στους καταναλωτές να αγοράζουν εξοπλισμούς και ψηφιακά κουτιά που αναγράφουν στις ετικέτες τους ικανοποιητικά στοιχεία για την κατανάλωση ενέργειας που έχουν. Ακόμη, συμβουλεύει να κλείνουν πάντα τις ηλεκτρονικές συσκευές τους αντί να τις έχουν σε κατάσταση αναμονής και να δίνουν πάντα τις παλιές συσκευές για ανακύκλωση. Από το 2008, οι προμηθευτές, οι έμποροι και οι τοπικές αρχές θα χρειαστεί και νομικά να παρέχουν κέντρα ανακύκλωσης στους πολίτες.

Z) Περιβάλλον και Κοινότητα

Το BBC γνωρίζει την επίδραση που έχουν ή μπορεί να έχουν οι καινούργιες ή οι ήδη υπάρχουσες κτιριακές του εγκαταστάσεις σε κάθε κοινότητα και σε κάθε άνθρωπο ξεχωριστά. Στην περιοχή White City του Λονδίνου, στην οποία το BBC έχει εγκαταστάσεις, οργανώνονται κάθε μήνα συναντήσεις με ομάδες κατοίκων για να συζητήσουν τις ανησυχίες τους σχετικά με την κυκλοφοριακή συμφόρηση και τον θόρυβο που μπορεί να παράγει το κτίριο και η λειτουργία του BBC.

H) Συνεχής Βελτίωση

-Νερό

Το 2002, κάθε άτομο στο BBC κατανάλωσε περίπου 30 κυβικά νερού- συνολικά δηλαδή όλο το προσωπικό του BBC κατανάλωσε 534,010 κυβικά νερού, αρκετά για να γεμίσουν 2.700.000 μπανιέρες- δηλαδή 20% περισσότερο από το 2001. Προσπάθειες για την βελτίωση της γενικής κατανάλωσης νερού συνεχίζουν να γίνονται και ειδικότερα σε μικρότερες τοποθεσίες, κυρίως κατά τη διάρκεια του 2005. Ένα σχέδιο το οποίο βρίσκεται σε διαδικασία υλοποίησης για την μείωση του νερού είναι οι οικονομικές τουαλέτες, οι οποίες εξοικονομούν 4,5 λίτρα νερού σε κάθε πάτημα από το καζανάκι. Αυτό ενδεχομένως λειτουργεί εξοικονομώντας 648 λίτρα νερού την ημέρα και 236,520 λίτρα το χρόνο. Δοκιμές

έχουν ήδη γίνει σε κάποιες περιοχές του Λονδίνου, παρόλα αυτά τα προβλήματα με την διαδικασία εγκατάστασης και με την τεχνολογία παραμένουν ακόμη άλυτα.

-Κτιριακές υποδομές

Η κατασκευή, η χρήση, η διατήρηση και η κατεδάφιση κτιρίων συνεπάγεται κατανάλωση ενέργειας και υλικών καθώς επίσης και δημιουργία απορριμμάτων, με αποτέλεσμα την κλιματική αλλαγή, την ελάττωση πόρων και τέλος την μόλυνση.

Το BBC στοχεύει στην βελτίωση των κτιριακών του εγκαταστάσεων και για αυτό το λόγο συνεργάζεται με συνεταίρους ανάπτυξης ιδιοκτησιών με σκοπό να συμπεριλάβει περιβαλλοντικές και σταθερές θεωρήσεις στο σχέδιο και την κατασκευή καινούργιων κτιρίων. Για να μπορέσει να μετρήσει την περιβαλλοντική απόδοση των κτιρίων, το BBC, έφτιαξε το 2001 ένα δείκτη βασισμένο στην μέθοδο BREEAM- *Building Research Establishment Environmental Assessment Method*- η οποία δεν είναι κατάλληλη για όλα τα είδη κτιρίων, ειδικά για όσα μεταδίδουν εντατικά ενέργεια. Το 2001, 22% των κυριότερων κτιρίων του BBC είχαν τέτοιους δείκτες μέτρησης. Το 2002 το 40,5% των νέων κτιρίων υπό κατασκευή είχαν ήδη μετρηθεί. Για τα ήδη υπάρχοντα κτίρια, ένα νέο σύστημα μέτρησης θα αναπτυχθεί για να προσδιοριστούν ποια είναι τα καλύτερα και ποια τα χειρότερα κτίρια, έτσι ώστε να τοποθετηθούν οι επενδύσεις όπου χρειάζεται. Το 2001, ο νέος σύνεταiros του BBC για την ιδιοκτησία διεξήγαγε την πρώτη ετήσια έρευνα προσωπικού για τα κτίρια – καλύπτοντας θέματα όπως η συντήρηση, η καθαριότητα, η ασφάλεια και η αλληλογραφία. Υπήρχε επίσης τομέας για το περιβάλλον, για την ανακύκλωση, εναλλακτικές λύσεις για το ιδιωτικό αυτοκίνητο, για την ενέργεια και την άνεση και όλα αυτά επικουρικά θα βοηθούσαν το BBC να διαμορφώσει την κτιριακή του στρατηγική. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι υπάρχει ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον των υπαλλήλων για περιβαλλοντικά θέματα- και πιο πολύ για την ανακύκλωση- αλλά το προσωπικό επικεντρώνεται κυρίως στην άνεση και την καθαριότητα του εργασιακού περιβάλλοντος.

Θ) Συνεχής Ενημέρωση

Το BBC ενημερώνει το προσωπικό του για τα περιβαλλοντικά θέματα και τις καινούργιες πρωτοβουλίες του, μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, μέσω των περιοδικών εκδόσεων, των συσκέψεων και τέλος μέσω της εσωτερικής εφημερίδας που εκδίδει, την *Ariel*. Το εσωτερικό δίκτυο της εταιρίας πληροφορεί και δίνει οδηγίες προς το προσωπικό για θέματα ανακύκλωσης και μείωσης των απορριμμάτων, όπως και για τα καινούργια προγράμματα που αναλαμβάνει, όπως το “Swapshop” το οποίο, όπως προαναφέρθηκε, βοηθάει τα εσωτερικά

τμήματα της εταιρίας να εμπορεύονται διάφορα έπιπλα και άλλο εξοπλισμό. Όλα τα καινούργια μέλη του προσωπικού ενημερώνονται μέσω της παρακολούθησης ενός βίντεο, το οποίο τους κατατοπίζει στο πως να δουλεύουν πιο αποτελεσματικά και πως να μάθουν να συνεισφέρουν στο περιβαλλοντικό πρόγραμμα του BBC. Σε διάφορα τμήματα του BBC σε ολόκληρη την Μεγάλη Βρετανία, τα μέλη του προσωπικού έχουν διορισθεί ως περιβαλλοντικοί αντιπρόσωποι για να συμμετέχουν και να διευθύνουν τις τοπικές δράσεις και πρωτοβουλίες του BBC.

-Σύγκριση με άλλα μέσα

Ένας τρόπος με τον οποίο το BBC μπορεί να μετράει την περιβαλλοντική του απόδοση είναι συγκρινόμενο με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις. Αυτό μπορεί να γίνει για τις επιχειρήσεις που έχουν σχέση με το περιβάλλον, με τον Εταιρικό Περιβαλλοντικό Πίνακα, ο οποίος «κρίνει», με ένα κοινά αποδεκτό κριτήριο, τις επιχειρήσεις στη Μεγάλη Βρετανία. Το 2001 το BBC κέρδισε 72% και το 2002 75%. Από τις δώδεκα επιχειρήσεις στον τομέα της επικοινωνίας και των μέσων, το BBC κατέλαβε την τρίτη θέση.

Η Κοινωνική Ευθύνη «μετριέται», για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε κοινότητες, με τον Πίνακα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ο οποίος δίνει ένα επιχειρηματικό προφίλ της κάθε εταιρίας σε μια κλίμακα μέτρησης από το «Α» (η πρόοδος είναι μετρήσιμη και αναφέρεται) μέχρι το «Γ» (ξεκινάει να διαφαίνεται πρόοδος).

Το BBC για το 2002, έλαβε τα παρακάτω σκορ στους ακόλουθους τομείς:

- Εταιρική στρατηγική: A
- Management σε θέματα Κοινότητας: B
- Περιβαλλοντικό Management: A
- Management σε θέματα Αγοράς: A
- Διοίκηση Εργασιακού περιβάλλοντος: A

Από τις δέκα επιχειρήσεις που συμμετείχαν και δραστηριοποιούνται στον τομέα της επικοινωνίας και των μέσων το BBC εξελέγη πρώτο. Το BBC συμμετέχει επίσης και στο Μεντιακό Φόρουμ Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με σκοπό την ανταλλαγή ιδεών και πρακτικών, καθώς επίσης είναι και μέλος του Γκρουπ Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, το οποίο είναι το κυριότερο επιχειρηματικό παγκόσμιο δίκτυο εταιριών, το οποίο διευκολύνει συγκρίσεις των εταιριών σε επίπεδο εταιρικό και βιομηχανικό. Η κοινωνική απόδοση του BBC μετριέται από τον δείκτη *London Benchmarking Group* (LBG), ο οποίος εκτιμά την απόδοση των κυριότερων εταιριών στη Μεγάλη Βρετανία.

Εταιρική Αναφορά για το 2003-2004

(Πρώτη ολοκληρωμένη ανάλυση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης)

Το BBC το 2004, εκδίδει την πρώτη ολοκληρωμένη ανάλυση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και δηλώνει εκ των προτέρων ότι προσπάθησε πολύ για να ορίσει επακριβώς την έννοια και το τι σημαίνει «κοινωνική ευθύνη» για την λειτουργία της επιχείρησης. Συνεχίζει λέγοντας ότι αυτή η παρουσίαση είναι μια προσπάθεια να θέσει με σειρά και συνοχή τις φιλοδοξίες του.

Η βασική αποστολή του BBC είναι να εμπλουτίσει τις ζωές των ανθρώπων με προγράμματα και υπηρεσίες, που ενημερώνουν, εκπαιδεύουν και ψυχαγωγούν. Σε συνάρτηση με αυτό, το BBC έχει ως στόχο να είναι ένας εταιρικά υπεύθυνος συμπολίτης, ενεργώντας στη σφαίρα του δημοσίου συμφέροντος με σκοπό να ενδυναμώσει και να εμπλουτίσει τις κοινότητες και γύρω από τη Μεγάλη Βρετανία αλλά και παγκόσμια.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη για το BBC σημαίνει υπεράσπιση των αξιών του με ακεραιότητα και ηθική συνέπεια, για τους ανθρώπους που δουλεύουν για αυτό, για το κοινό του, για τους επαγγελματικούς προμηθευτές του και τις κοινότητες μέσα στις οποίες λειτουργεί, με απώτερο σκοπό να διατηρήσουν όλοι την πίστη τους σε αυτό.

Η κοινωνική επίδραση του BBC είναι περισσότερο φανερή μέσω της εκπλήρωσης υποχρεώσεων δημοσίου συμφέροντος και διαμέσου περιβαλλοντικών, ηθικών, φιλανθρωπικών και κοινοτικών δεσμεύσεων. Το BBC στοχεύει ακόμα, να υπηρετήσει το κοινό του βλέποντας το όμως ως μέλη μιας ευρύτερης κοινωνίας και όχι ως απλούς καταναλωτές. Με την βοήθεια των προγραμμάτων και των υπηρεσιών του ελπίζει να αποκτήσει αξία για το κοινό του εμπλουτίζοντας την ζωή πολιτιστικά και δημιουργικά, υποστηρίζοντας την δημοκρατία, προσφέροντας δια βίου μάθηση, ενδυναμώνοντας τις κοινότητες να δουν τι κοινό έχουν και που διαφέρουν και γενικότερα να υποστηρίξει τον παγκόσμιο ρόλο που έχει, με το να κατακτήσει τον τίτλο του πιο έμπιστου μέσου ενημέρωσης για την Μεγάλη Βρετανία αλλά και παγκοσμίως.

Με την πρώτη αυτή ουσιαστικά έκθεση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης το 2004, το BBC κάνει λόγο και για τις αρχές που διέπουν τη λειτουργία του. Το κοινό του έχει πολλές απαιτήσεις από αυτό και επειδή η αμεροληψία αποτελεί το κεντρικό σημείο όλων των λειτουργιών του, τα προγράμματα που εκπέμπει πρέπει να είναι ακριβή, δίκαια και να αντικατοπτρίζουν την διαφορετικότητα. Το κοινό δηλαδή, πρέπει να είναι σε θέση να εμπιστευτεί την ακεραιότητα των προγραμμάτων του. Το BBC δηλώνει αρχικά, ότι σέβεται την ιδιωτική ζωή και ξεκαθαρίζει ότι η παρείσφρηση σε αυτή, αν χρειαστεί να γίνει ποτέ, θα γίνει με σκοπό το δημόσιο συμφέρον. Αναφέρει ακόμα ότι, τα προγράμματα του αντικατοπτρίζουν την διαφορετικότητα των απόψεων του κοινού του. Θεωρεί επίσης ότι έχει

υποχρέωση να εξασφαλίσει την ευημερία των «μικρών» του τηλεθεατών και δηλώνει ότι δεν θα πρέπει ποτέ να φανεί ή να δοθεί η εντύπωση, ότι τα προγράμματα του υποστηρίζουν ή προωθούν κάποιο προϊόν, κάποια υπηρεσία ή κάποια εταιρία. Αυτές οι αρχές προφυλάσσονται πολύ αυστηρά στις κατευθυντήριες οδηγίες των παραγωγών του BBC (BBC Producers' Guidelines), των εξωτερικών του συνεργατών και των ανεξάρτητων παραγωγών του και είναι συμβατικά υποχρεωμένοι να τις εφαρμόζουν και να τις τηρούν με ευλάβεια. Οι κατευθυντήριες αυτές γραμμές δημοσιεύονται και εκδίδονται επίσης, έτσι ώστε το κοινό να είναι ενήμερο για τις αρχές οι οποίες διέπουν την λειτουργία του και να κρίνουν ανάλογα την απόδοση του σταθμού.

Δυο βασικές προτεραιότητες ακόμη του BBC, είναι να αναπτύξει πολιτικές ανθρωπίνων δικαιωμάτων και ηθικής, κατάλληλες να εφαρμοστούν για έναν μεντιακό οργανισμό ο οποίος λειτουργεί στη σφαίρα του δημοσίου συμφέροντος.

Η έκθεση αυτή καλύπτει την περίοδο από τον Απρίλιο του 2003 μέχρι τον Οκτώβριο του 2004 και είναι αποτέλεσμα εσωτερικών και εξωτερικών συσκέψεων και διαβουλεύσεων με ειδικούς συμβούλους για θέματα κοινωνικής ευθύνης και στενή συνεργασία μεταξύ των τμημάτων του BBC. Μέσα από αυτήν την έκθεση διαφαίνονται οι κυριότερες γραμμές κοινωνικής ευθύνης του BBC για την περίοδο 2003- 2004 σε πέντε βασικά σημεία:

- 1) το κοινό
- 2) την επιχείρηση
- 3) τις κοινότητες
- 4) τα γραφεία και τέλος,
- 5) το περιβάλλον.

Το κοινό

Το BBC γνωρίζει ότι μέσω των προγραμμάτων του έχει μεγάλη επιρροή στο κοινό και για αυτό το λόγο θέλει να ενεργεί με υπευθυνότητα, να εκπληρώνει τις υποχρεώσεις του στο δημόσιο συμφέρον αλλά και να εισακούει και να ανταπαντά στις εκκλήσεις του κοινού του. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη επιτυγχάνεται κυρίως μέσω της επίδρασης των προγραμμάτων που προβάλλει εμπλουτίζοντας την ποιότητα ολόκληρης της κοινωνίας. Τα προγράμματα αγγίζουν τις ζωές των ανθρώπων έτσι όπως κανένα άλλο μέσο δε μπορεί να κάνει. Η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και η διαδικτυακή παρουσία του BBC έχουν την ικανότητα να πληροφορούν σε εκατομμύρια ανθρώπους ζητήματα και συζητήσεις που περιβάλλουν την υπεύθυνη συμπεριφορά και να ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να πάρουν θέση ή ακόμα και να εκθέτουν ανάρμοστες συμπεριφορές. Το BBC παρέχει επίσης την δυνατότητα στο κοινό του

και εξασφαλίζει τα μέσα να συμμετέχει, να μαθαίνει και να βοηθά στο να γίνονται ενεργοί πολίτες. Οι συνεχείς προσπάθειες να βελτιωθεί ο διάλογος μεταξύ του κοινού και του BBC, βοηθά στην καλύτερευση του μέσου και στην εύρεση καλύτερων τρόπων να εκπληρωθούν οι υποχρεώσεις του BBC για το δημόσιο συμφέρον.

Όσον αφορά τις λειτουργίες του BBC για το κοινό αυτές καλύπτουν τα εξής θέματα:

A) Προστασία των παιδιών

Τα παιδιά είναι ιδιαίτερα εύαλωτα και επηρεάζονται πολύ γρήγορα από αυτά που βλέπουν και από αυτά που άκουνε. Οι γονείς όμως πρέπει να έχουν εμπιστοσύνη στο ότι το BBC παρέχει στα παιδιά ένα ασφαλές και με πολλά κίνητρα περιβάλλον μέσα στο οποίο τα παιδιά μπορούν να παίξουν, να μάθουν, να ψυχαγωγηθούν, να διεκδικήσουν και να ενθαρρυνθούν να συμμετέχουν. Είτε αφορά την τηλεόραση, το διαδίκτυο ή το ραδιόφωνο το BBC έχει ειδικές ευθύνες για τα νεότερα μέλη του κοινού του. Το 2003, η πολιτική προστασίας των παιδιών για το BBC (BBC Child Protection Policy) εισήγαγε συμπληρωματικές οδηγίες για την προστασία των παιδιών, και για αυτά που είναι συμμετέχοντες στα προγράμματα, και για όσα παιδιά είναι στο κοινό ή δουλεύουν ως απόκτηση εμπειρίας σε αυτό.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το διαδίκτυο, το οποίο είναι ένα μέσο το οποίο συχνά ανησυχεί τους γονείς. Το BBC ήδη παρέχει μια μηχανή αναζήτησης φιλική προς την οικογενειακή χρήση, η οποία περιλαμβάνει 12.000 συνιστώμενες σελίδες στον ιστοχώρο. Το *CBBC Club House* είναι μια πιλοτική ιστοσελίδα μέσα από την οποία τα παιδιά μπορούν να κάνουν φίλους, να συμμετέχουν, να ξεκινήσουν δική τους ομάδα συζήτησης ή να δημιουργήσουν δική τους σελίδα στο ιστοχώρο, όλα όμως αυτά σε ένα προστατευμένο διαδικτυακό περιβάλλον.

B) Αντανάκλαση της διαφορετικότητας στην Μεγάλη Βρετανία

Ευθύνη του BBC είναι να υπηρετεί όλα τα τμήματα της κοινωνίας στη Μεγάλη Βρετανία με παραγωγές που απεικονίζουν και αντιπροσωπεύουν την σύνθεση ολόκληρου του έθνους, ακριβώς όπως είναι και στην πραγματικότητα. Το BBC, έχοντας δεσμευτεί ως προς αυτό, πρωτοπόρησε το 2003 επιλέγοντας σε μια σειρά κοινωνικού χαρακτήρα ("Every time I look at you"), με θέμα τις πολυπλοκότητες των σχέσεων, για τους πρωταγωνιστικούς ρόλους δυο άτομα με ειδικές ανάγκες. Βέβαια, η συμμετοχή των ατόμων αυτών τις ώρες υψηλής τηλεθέασης αγγίζει μόνο το 1% και το BBC έχει ως στόχο να προωθήσει με την πολιτική του καλύτερη αντιμετώπιση για τα άτομα με

αναπηρία. Το 2004 επίσης, στους Παραολυμπιακούς αγώνες της Αθήνας το *BBC Sport, News and Nations & Regions* ήταν το πρώτο κανάλι που έστειλε αντιπροσώπους για να καλύψουν το γεγονός και ταυτόχρονα μετέδιδε 20 ώρες συνεχόμενα και ζωντανά τα αθλήματα και τις εξελίξεις.

Γ) Παγκόσμια επιρροή

Το BBC παρέχει τις τηλεοπτικές, ραδιοφωνικές και μέσω ίντερνετ υπηρεσίες του παγκόσμια σε εκατό εκατομμύρια ανθρώπους. Ανεξάρτητες έρευνες που διεξήχθησαν κατά τη διάρκεια του 2003, σε διάφορες χώρες του κόσμου, έδειξαν ότι το BBC διατηρεί τη θέση του σταθερά, ως η πιο αξιόπιστη πηγή ενημέρωσης στον κόσμο. Σε αντίθεση όμως με άλλες επιχειρήσεις, το BBC, κάποιες φορές, χρειάζεται να λειτουργήσει και σε χώρες με τυραννικά καθεστώτα. Το παγκόσμιο δίκτυο αντιπροσώπων του BBC το οποίο βρίσκεται σχεδόν σε κάθε χώρα, πολύ συχνά εργάζεται κάτω από δύσκολες συνθήκες με σκοπό να μεταδώσει ακριβείς και έγκυρες πληροφορίες. Τα γραφεία του BBC που λειτουργούν σε χώρες με τέτοια καθεστώτα, σε πολλές περιπτώσεις, έχουν ελάχιστες σχέσεις με την κυβερνώσα αρχή. Για παράδειγμα στην Ζιμπάμπουε, οι σχέσεις είναι τόσο τεταμένες που απαγορεύτηκε στο BBC να μεταδίδει. Οι προτεραιότητες του BBC σε αυτές τις περιπτώσεις είναι να προστατεύσει το προσωπικό του και να διατηρήσει την αμεροληψία και την αντικειμενικότητα του, σε συνδυασμό με την συνεχή καταγραφή της εκμετάλλευσης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Ένα ακόμη παράδειγμα παγκόσμιας επιρροής, είναι το γεγονός το οποίο έλαβε χώρα τον Νοέμβριο του 2003, κατά την διάρκεια του οποίου και οι 43 πολυγλωσσικές υπηρεσίες του BBC World Service ένωσαν τις δυνάμεις τους παγκόσμια και για πρώτη φορά για δυο εβδομάδες με σκοπό την ενημέρωση για τον ιό του HIV/Aids. Η εκστρατεία αυτή, η οποία στέφθηκε με απόλυτη επιτυχία και θα αποτελέσει μοντέλο και για μετέπειτα εκστρατείες του BBC, περιελάμβανε δημόσιες συζητήσεις (debates), αποκλειστικές συνεντεύξεις, αναλύσεις ειδικών, αποκλειστικές πληροφορίες και μαρτυρίες ανθρώπων. Οι ακροατές μπορούσαν να μοιραστούν τις απορίες και τις σκέψεις τους με παγκόσμιους ηγέτες, όπως ο Colin Powell, με κυβερνητικούς αντιπροσώπους αλλά ακόμα και με φορείς του ιού.

Δ) Διάδοση της μάθησης

Η διάδοση της μάθησης αποτελεί σημείο αναφοράς για την λειτουργία του BBC και ταυτόχρονα πρωταρχικό σκοπό. Το 2004, το BBC εισήγαγε μια στρατηγική μάθησης η οποία είχε στόχο να εμπλουτίσει την γνώση μέσα από τη διαδικασία επίδρασης των

προβαλλόμενων προγραμμάτων. Σημαντικό παράδειγμα αποτελούν τα προγράμματα του Radio 3 “*Discovering Music*” και “*Making Tracks*” τα οποία προορίζονται για μικρότερης ηλικίας κοινό αλλά έχουν ως στόχο την δημιουργία γνώσεων στην κλασική μουσική και την ενθάρρυνση των παιδιών για συνεχές ενδιαφέρον για τη μουσική. Το 2004 επίσης, το οποίο ήταν Ολυμπιακό έτος, η δημιουργία της ιστοσελίδας “*Sport Academy*”, με σκοπό την ενθάρρυνση των ανθρώπων για συμμετοχή στα αθλήματα, κέρδισε οκτώ εκατομμύρια επισκέψεις και ένα εκατομμύριο χρήστες των δυνατοτήτων της ιστοσελίδας.

Ε) Στήριξη, πέρα από την απλή αναμετάδοση συμβάντων

Το BBC υπηρετεί το κοινό του προβάλλοντας ακόμη και σειρές ή ευαίσθητα θέματα που μπορεί να διαταράσσουν ή να ενοχλήσουν στη θέαση τους το ευρύ κοινό. Ο οργανισμός όμως έχει ταυτόχρονα δεσμευτεί να προσφέρει κατάλληλη υποστήριξη για να βοηθήσει το κοινό μετά την μετάδοση κάποιων «ευαίσθητων» προγραμμάτων. Από την εποχή του 1966, με την προβολή της σειράς “*Cathy Come home*” και την εναλλαγή των απόψεων ολόκληρου του έθνους, μετά την προβολή του προγράμματος, για τους άστεγους, το BBC έχει πια παράδοση στην αντιμετώπιση τέτοιων θεμάτων, είτε είναι δραματικά, είτε είναι πραγματικά είτε σε μορφή ντοκιμαντέρ. Οι παραγωγοί των προγραμμάτων περπατώντας πάνω σε μια λεπτή γραμμή καλύπτοντας τέτοια ευαίσθητα θέματα συνεργάζονται αρμονικά με τις οδηγίες του BBC για ποιότητα και αξιοπρέπεια και μαζί θέτουν τις παραμέτρους μετάδοσης.

Το 2003 δημιουργήθηκε για πρώτη φορά η τηλεφωνική γραμμή *Action Line* του BBC η οποία λειτουργεί, μετά από κάθε τηλεοπτική ή ραδιοφωνική αναμετάδοση, με 2.000 γραμμές υποστήριξης και βοήθειας το χρόνο. Συνεργάζεται επίσης με 4.000 φιλανθρωπικούς και δημόσιους οργανισμούς για συμβουλευτικούς σκοπούς. Μόνο για το 2003, καταμετρήθηκαν 561.000 κλήσεις και το 72% των κλήσεων ανέφερε, εκτός των άλλων, ότι η *Action Line* του BBC «ήταν ένας από τους καλύτερους τρόπους συγκέντρωσης πληροφοριών».

Ζ) Ενθάρρυνση των ενεργών πολιτικών δικαιωμάτων των πολιτών

Το BBC έχει δεσμευτεί να θέσει νέα δεδομένα στην μεντιακή βιομηχανία για να βοηθήσει το ευρύ κοινό να συμπλεχθεί με την τοπική και εθνική ζωή. Το 2001, οι εθνικές εκλογές είχαν την μεγαλύτερη αποχή που είχε καταμετρηθεί ποτέ από το 1929. Ενώ δεν είναι αρμοδιότητα του BBC να πείσει τους ανθρώπους να ασκήσουν τα εκλογικά τους δικαιώματα, το εθνικό δημόσιο όμως κανάλι της Μεγάλης Βρετανίας, θα πρέπει να

διαδραματίζει έναν πολύ σημαντικό ρόλο, εξηγώντας και αναλύοντας στους ψηφοφόρους την δύναμη της ψήφου στις εκλογικές αναμετρήσεις. Με την δύναμη του διαδικτύου, το iCan του BBC δίνει την δυνατότητα σε όποιον δεν είναι αναμειγμένος με τα πολιτικά ζητήματα της Μεγάλης Βρετανίας να βρει αντικειμενικές πληροφορίες για αυτά, μιας και το BBC κρατάει μια αντικειμενική απόσταση από τις πολιτικές ενέργειες της χώρας .

Η πρωτοβουλία του BBC, ακόμη, να ξεκινήσει στα σχολεία της Μεγάλης Βρετανίας το πρόγραμμα “*Schools Question Time*” με σκοπό να ενδυναμώσει τους νέους να συμμετέχουν στην δημοκρατία και να αναπτύξουν τις δικές τους γνώμες στέφθηκε με απόλυτη επιτυχία και δίνει την δύναμη στους ανθρώπους του BBC να το συνεχίσουν και τις επόμενες χρονιές το ίδιο παράδειγμα.

Η) Υποστήριξη νέων ταλέντων

Χρηματοδοτούμενο από το κράτος, το BBC έχει ως στόχο όχι μόνο να εξυμνήσει την δημιουργικότητα του κοινού της Μεγάλης Βρετανίας, αλλά και να οδηγήσει στην ανακάλυψη, στην αξιοποίηση και την προβολή νέων ταλέντων. Χαρακτηριστικά παραδείγματα όλων αυτών είναι ότι το 65% όλης της μουσικής του Radio 1 είναι από καινούργιους καλλιτέχνες και μόνο το 45% αυτής προέρχεται από ήδη αναγνωρισμένους καλλιτέχνες της Μεγάλης Βρετανίας. Ακόμη, τα 2/3 των τραγουδιών που παίζονται στο Radio 2 δεν ακούγονται σε κανέναν άλλο ραδιοφωνικό σταθμό της Μεγάλης Βρετανίας ενώ το Radio 3 αναμετέδωσε την περίοδο 2003/2004 πενήντα καινούργια κομμάτια κλασσικής μουσικής και το Radio 4 μόνο για το 2003 350 κομμάτια. Την ίδια χρονιά η συγγραφική ομάδα του BBC βοήθησε 3.500 στιχουργούς και συγγραφείς να αναπτύξουν τις δεξιότητες τους.

Το BBC, με όλες αυτές τις πρωτοβουλίες που έχει αναλάβει, θέλει να έχει διαρκή επικοινωνία με το κοινό του, πρέπει να καταλαβαίνει τις ανάγκες του, τις ανησυχίες του, τα γούστα του και τις προτιμήσεις του, με σκοπό να μπορεί να μεταδίδει την αλλαγή της κοινωνικής ζωής στη Μεγάλη Βρετανία. Αν και ξεκαθαρίζει εξ αρχής ότι η σχέση με το κοινό του δεν ήταν πάντα η ενδεδειγμένη, τώρα πια συνεχώς προσπαθεί να αφογκράζεται τις απόψεις και την κριτική του κοινού του.

Το 2003, το BBC βελτίωσε τον τρόπο που χειρίζονταν τα παράπονα του κοινού του και διεξήγαγε πιο ενδελεχή έρευνα σε κρίσιμα θέματα με σκοπό να επιβεβαιώσει ότι το περιεχόμενο των απαντητικών επιστολών του ήταν ικανοποιητικό. Το BBC τώρα πια εισακούει με πολλούς διαφορετικούς τρόπους το κοινό του. Μόνο για το 2003 ξόδεψε 4,8 εκατομμύρια δολάρια με σκοπό την έρευνα του κοινού του, είτε για τα αγαπημένα τους

προγράμματα, είτε για τις εθνικές μειονότητες, είτε για τα άτομα με κινητικά προβλήματα, είτε ακόμη για το κοινό των άνω των 50 ετών.

Οι περισσότεροι άνθρωποι που έρχονται σε επαφή με το BBC είτε τηλεφωνούν, είτε στέλνουν e-mail ή αποστέλλουν ταχυδρομικώς στις πληροφορίες του BBC τα σχόλια και τις παρατηρήσεις τους. Το 2003/2004 η εικοσιτετράωρη γραμμή εξυπηρέτησης του BBC δέχτηκε πάνω από 2,2 εκατομμύρια τηλεφωνήματα, γράμματα και mails. Όλα τα παράπονα προωθούνται στους ανώτερους διευθυντές και επικεφαλείς των προγραμμάτων και μετά ανακοινώνονται και στο εσωτερικό δίκτυο του προσωπικού, το *Gateway*, έτσι ώστε όλοι να μπορούν να βρουν εύκολα τις απόψεις του κοινού. Είναι εύκολο να αντιληφθεί κάποιος ότι όταν το κοινό του BBC είναι τόσο μεγάλο, εννέα στους δέκα ανθρώπους παρακολουθούν την τηλεόραση του BBC, 63% του πληθυσμού ακούει το ραδιόφωνο του BBC και εννέα εκατομμύρια μπαίνουν στην ιστοσελίδα του (www.bbc.co.uk), η δυνατότητα που δίνει το ίδιο το κοινό με το να εκφράσει τα παράπονα και τα σχόλια του αποκτά αυτόματα ιδιαίτερη σημασία.

Η υπηρεσία πληροφοριών του BBC έχει ως στόχο να απαντά στο 90% των τηλεφωνημάτων που δέχεται μέσα σε τριάντα δευτερόλεπτα, σε όλα τα e-mail μέσα σε εικοσιτέσσερις ώρες και σε όλα τα γράμματα μέσα σε περίπου δέκα ημέρες. Το 75% περίπου των πληροφοριών που ζητάει το κοινό είναι ευθύς ερωτήσεις, οι οποίες συνήθως μπορούν να απαντηθούν αμέσως, το 17% είναι σχόλια τα οποία αναρτώνται στον διαδικτυακό τόπο του BBC, το 8% είναι παράπονα τα οποία διαχειρίζεται αρχικά ο τομέας πληροφοριών του BBC και όλα τα υπόλοιπα είναι επαινετικά σχόλια για το πρόγραμμα του σταθμού. Το 2003 ο τομέας παραπόνων του BBC απάντησε σε 1.640 παράπονα σχετικά με 875 διαφορετικά θέματα, από τα οποία 389, ολοκληρωτικά ή μερικά, αντιμετωπίστηκαν άμεσα.

Το BBC παρατήρησε ότι το 2004 υπήρξε μια καθυστέρηση στο χρόνο απάντησης των θεμάτων που έφταναν στο γραφείο παραπόνων του BBC. Μόνο το 35,5% αυτών απαντιόταν στο προβλεπόμενο χρόνο των είκοσι ημερών ή τριανταπέντε για περίπλοκα θέματα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ταξινόμηση της διαδικασίας των παραπόνων και την ανάπτυξη νέου κώδικα εφαρμογής με στόχο την άμεση ανταπάντηση των παραπόνων. Ο διευθυντής του γραφείου παραπόνων θα είναι επίσης ο επικεφαλής του ελέγχου της αποτελεσματικότητας της διαδικασίας.

Το BBC, σεβόμενο το κοινό του, αγωνίζεται επίσης να κρατήσει μια ισορροπία στις προωθητικές του ενέργειες είτε μέσω των τηλεοπτικών σταθμών, είτε μέσω του ραδιοφώνου, είτε μέσω εξωτερικής διαφήμισης, εκδόσεων, τοιχοκολλήσεων, άρθρων σε εφημερίδες και περιοδικά είτε ακόμα και στην διαδικτυακή διαφήμιση. Με τη χρήση συστήματος αξιολόγησης και τήρησης των προτεραιοτήτων, έχει θέσει ως στόχο να εξασφαλίσει ότι οι

τηλεθεατές και οι ακροατές του δεν θα βομβαρδίζονται με ανεπιθύμητες πληροφορίες για το BBC. Σύμφωνα με ανεξάρτητες έρευνες που διεξήγαγε η εταιρία Hall & Partners το 2003 μόνο το 6% των ερωτηθέντων απάντησε ότι επηρεάζονται αρνητικά από τις προωθητικές ενέργειες του BBC και σε άλλη έρευνα με καταγραφή ψήφων, της εταιρίας MORI, μόνο το 3% δήλωσε ότι «το μόνο πράγμα που αντιπαθούν στο BBC είναι οι τόσες πολλές διαφημίσεις που αφορούν το ίδιο».

Η Επιχείρηση

Το BBC είναι μια επιχείρηση 3,7 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Ταυτόχρονα, παρέχει απασχόληση σε περισσότερα από 27.000 άτομα, συνεργάζεται με 10.000 εξωτερικούς συνεργάτες, κατέχει περίπου 250 εταιρίες παραγωγής και περισσότερους από 15.000 προμηθευτές. Μόνο για την περίοδο 2003/2004 επένδυσε ένα δισεκατομμύριο δολάρια σε ελεύθερους παραγωγούς, εξωτερικούς συνεργάτες, νέα αποκτηθέντα προγράμματα και πληρωμές σε καλλιτέχνες και δημιουργούς- μια πραγματικά άνιση επένδυση σε σύγκριση με τις πιο παραγωγικές βιομηχανίες της Μεγάλης Βρετανίας. Στον επιχειρησιακό τομέα καταβάλλει συνεχείς προσπάθειες να συμπεριφερθεί έξυπνα και υπεύθυνα σε ολόκληρη την αλυσίδα προμηθειών. Αναγνωρίζει επίσης, ότι εκτός από τις υποχρεώσεις που έχει το ίδιο το BBC να αποδείξει την υπευθυνότητά του, πρέπει ταυτόχρονα να επιβεβαιώσει και τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές αρχές που διέπουν και τους προμηθευτές του και να ενθαρρύνει όλες τις υπεύθυνες πρακτικές. Το 2003, εισήγαγε μια νέα διάσταση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε ολόκληρη την αλυσίδα προμηθειών. Μέσα σε αυτή δεσμεύτηκε να προμηθεύεται προϊόντα από ανανεώσιμες πηγές και πιο συγκεκριμένα να αυξήσει την αναλογία του ξύλου και γενικά των προϊόντων από χαρτί τα οποία προέρχονται από ελεγμένα δάση ή διαμέσου της ανακύκλωσης. Απαιτεί επίσης από τους άμεσους και έμμεσους προμηθευτές που συνεργάζονται με το BBC να τηρούν τις καλύτερες επαγγελματικές πρακτικές, συμπεριλαμβανομένων της ασφάλειας των εργαζομένων, του βιώσιμου εργασιακού περιβάλλοντος, του σεβασμού του ατόμου και των ίσων ευκαιριών. Για όλους τους καινούργιους προμηθευτές αλλά και για όλους όσους συνεργάζονται ήδη με το BBC, για τα επόμενα χρόνια, θα αναμένεται η τήρηση των αρχών και η συμμόρφωση τους σε αυτές θα ελέγχεται τακτικά.

Οι κοινότητες

Το BBC επενδύει σε χρόνο και χρήμα σφυρηλατώντας δυνατούς δημιουργικούς δεσμούς με τις κοινότητες στις οποίες δραστηριοποιείται με σκοπό να υπηρετήσει καλύτερα τα ποικιλόμορφα ακροατήρια του και να εμπλουτίσει το περιεχόμενο των προγραμμάτων του με θέματα που αντικατοπτρίζουν τις ζωές και τις κουλτούρες ολόκληρης της Μεγάλης Βρετανίας. Το BBC πιστεύει ότι η δυνατή σχέση με την κοινότητα είναι απαραίτητη εάν θέλει να καταλάβει και να υπηρετήσει το κοινό που το παρακολουθεί. Διαμέσου της στενής εμπλοκής με τους ανθρώπους της τοπικής κοινωνίας θα ανακαλυφθούν νέα ταλέντα και καινούργιοι τρόποι δημιουργίας- όπως για παράδειγμα η αναμετάδοση και παραγωγή θεμάτων από ανθρώπους των τοπικών κοινοτήτων. Όλες οι δραστηριότητες του BBC που αφορούν τα προγράμματα για τις τοπικές κοινωνίες ενθαρρύνουν την συμμετοχή και την αίσθηση του «ανήκειν». Μέσα από αυτές τις δραστηριότητες δίνεται η δυνατότητα στο κοινό να συμμετέχει στην παραγωγή και αναμετάδοση ιστοριών ακριβώς όπως ο καθένας επιθυμεί, με το δικό του στυλ, τρόπο και λεξιλόγιο δίνοντας έτσι την ευκαιρία σε παραπάνω από 50 κοινότητες της Μεγάλης Βρετανίας, να συνεισφέρουν με τις ικανότητες τους, στην πρόσβαση στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση.

Παράλληλα με αυτό το πρόγραμμα, υπάρχουν και οι ψηφιακές ιστορίες, οι οποίες είναι μικρές ιστορίες που γυρίζονται σε ψηφιακή μορφή από απλούς συνηθισμένους ανθρώπους της κοινότητας. Με μια μικρή βοήθεια από τους παραγωγούς του BBC, οι οποίοι επιλέγουν την ιστορία που τους φαίνεται πιο ολοκληρωμένη, διαλέγουν αυτή που θέλουν να δημοσιευτεί, γράφουν το σενάριο και με διάφορες εξειδικευμένες λειτουργίες το γυρίζουν σε ψηφιακή μορφή και είτε αναμεταδίδεται μέσω της σελίδας του BBC στο διαδίκτυο, είτε κάποιες από αυτές παίζονται και στα κανάλια της τηλεόρασης.

Όλα αυτά τα προγράμματα λειτουργούν φυσικά, εκτός από την βοήθεια των τοπικών ανθρώπων, και με την εθελοντική εργασία των δημοσιογράφων και του προσωπικού γενικότερα του BBC. Η κοινοτική συνεισφορά των υπαλλήλων, εκτός των άλλων, προσφέρει πολύτιμη προσωπική εμπειρία λόγω της συνδιαλλαγής με το κοινό, κάτι το οποίο δεν μπορεί με τίποτα να αποκομισθεί μέσω της δουλειάς στο γραφείο. Το 2002 σε μια δειγματοληπτική έρευνα, το 25% του προσωπικού απάντησε ότι προσέφεραν εθελοντικά τις υπηρεσίες τους μετά από την παρότρυνση του ίδιου του BBC. Σύμφωνα με τις μετρήσεις αυτό σημαίνει 47.000 ώρες εθελοντικής εργασίας. Στόχος του BBC είναι μέχρι το 2005 να έχει αυξηθεί η εθελοντική προσφορά των υπαλλήλων στο 5%. Χαρακτηριστικό παράδειγμα εθελοντικής προσφοράς αποτελεί το γεγονός ότι μέρος του προσωπικού του BBC παρακολούθησε μαθήματα νοηματικής γλώσσας για να μπορέσει να βοηθήσει και να εκπαιδεύσει νέους άνεργους ανθρώπους με προβλήματα ακοής.

Όπως και όλες οι επιχειρηματικές δραστηριότητες του BBC έτσι και όλα τα κοινοτικά προγράμματα υπόκεινται σε αξιολόγηση με σκοπό τον εμπλουτισμό των προγραμμάτων του BBC και την αποτίμηση των προσπαθειών. Η μέτρηση και η αξιολόγηση στον τομέα των κοινοτήτων γίνεται μέσω του μοντέλου *London Benchmarking Group* (LBG) το οποίο χρησιμοποιείται ευρέως σε πάνω από 100 ηγεμονικές επιχειρήσεις της Μεγάλης Βρετανίας και κατέχει διεθνώς αναγνωρισμένα εύσημα.

Το BBC έχει μακρά παράδοση επίσης, ενεργειών που ενθαρρύνουν και υποστηρίζουν τις φιλανθρωπικές δράσεις των κοινοτήτων. Ως επιχείρηση δημοσίου συμφέροντος, το BBC συνεργάζεται στενά με άλλους οργανισμούς και συνενώνει τις δυνάμεις του προς όφελος της κοινωνικής ευημερίας. Αν και από τον καταστατικό χάρτη της επιχείρησης δεν επιτρέπεται στο BBC να χρησιμοποιεί τα χρήματα του δημοσίου προς όφελος φιλανθρωπικών δωρεών και αγαθοεργών κινήσεων το BBC προσπαθεί μέσω άλλων λύσεων να βοηθήσει όσους έχουν ανάγκη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα χρήματα τα οποία μαζεύτηκαν από τηλεοπτικές εκπομπές ή τηλεπαιχνίδια λόγω της χρήσης τηλεφωνικών γραμμών επικοινωνίας ή ψηφοφορίας και δόθηκαν σε διάφορες φιλανθρωπικές οργανώσεις.

Για παράδειγμα, έδωσε πολλά χαμόγελα χαράς όταν δώρισε σε μικρούς μουσικούς τα μουσικά όργανα των παικτών των τηλεπαιχνιδιών “*Fame Academy 1&2*” αλλά ακόμη και όταν με τα έσοδα από τα τηλεφωνήματα ψηφοφορίας και πωλήσεων των δίσκων εισήγαγε ένα πρόγραμμα υποτροφιών με στόχο να βοηθήσει τους μουσικούς από 16 έως 30 ετών να συνεχίσουν τις σπουδές τους.

Το ίδρυμα “*Children in Need*”, το οποίο ανήκει ουσιαστικά στο BBC, κατά τη διάρκεια των 25 χρόνων λειτουργίας του έχει μαζέψει πάνω από 350 εκατομμύρια δολάρια για τα μειονεκτικά παιδιά- το ρεκόρ των 31 εκατομμυρίων δολαρίων το σημείωσε το 2003. Το 2002 όλο το προσωπικό του BBC δώρισε στο ίδρυμα ένα εκατομμύριο δολάρια. Κάθε ένα δολάριο που δόθηκε πήγε κατευθείαν στα παιδιά που το έχουν περισσότερο ανάγκη και το κεφάλαιο που μαζεύεται συσσωρευτικά, αποτελεί πηγή για τις μεγαλύτερες δωρεές των περισσότερων φιλανθρωπικών οργανώσεων για παιδιά.

Ο χώρος του γραφείου

Στόχος του BBC είναι να αποτελέσει την πιο δημιουργική επιχείρηση στον κόσμο με κέντρο το ίδιο το κοινό της. Για να το επιτύχει αυτό χρειάζεται να γίνει μια βιομηχανικά ηγετική μορφή επιχείρησης αυξάνοντας συνεχώς τον αριθμό των προσλήψεων του με τους πιο δημιουργικούς ανθρώπους. Το 2003, μια έρευνα προσωπικού κατέδειξε ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι στο BBC πίστευαν ότι το κοινό βρίσκεται στην καρδιά όλων όσων κάνουν και ότι η δημιουργικότητα είναι η ζωογόνος δύναμη όλης της επιχείρησης. Η συνεργασία όμως

των συναδέλφων παραμένει ακόμα μια πρόκληση για το BBC, και ταυτόχρονα οι μισοί μόνο υπάλληλοι πιστεύουν ότι το «ένα και μοναδικό BBC» είναι πια πραγματικότητα.

Θέλοντας το BBC να αυξήσει την δημιουργικότητα του προσωπικού του, επένδυσε το 2003 40 εκατομμύρια δολάρια σε προγράμματα συνεχούς εκπαίδευσης και επιμόρφωσης. Το 2003, ο τομέας της εκπαίδευσης και της ανάπτυξης του BBC παρέδωσε 3.800 μαθήματα για 22.000 ανθρώπους εντός και εκτός του BBC, καθώς επίσης και 55.000 ώρες διαδικτυακής εκμάθησης. Δέσμευση του BBC, είναι να προσφέρει περισσότερη εκπαίδευση, που να είναι ειδικά σχεδιασμένη για τους υπαλλήλους και τους εξωτερικούς συνεργάτες του, ως μορφή όμως δικαιώματος και όχι ως, προνόμιο.

Το BBC θέλει επίσης να παραμείνει ανοιχτό σε κάθε νέο ταλέντο, από κάθε κοινωνική ομάδα και αν προέρχεται αλλά να είναι σίγουρο ότι προσλαμβάνει νέους ανθρώπους, οι οποίοι μοιράζονται τις ίδιες αξίες μαζί του. Για αυτό το λόγο, αν και η γενική πολιτική του είναι να δημοσιεύει κενές θέσεις εργασίας μόνο μέσα στον ίδιο τον χώρο του γραφείου, περίπου το 50 % των θέσεων που δημοσιεύτηκαν το 2003 ήταν εκτός του BBC. Με αυτόν τον τρόπο θέλει να διευρύνει τις ομάδες συνεργασίας που έχει και με άλλες κοινωνικές ομάδες, όπως για παράδειγμα με τις εθνικές μειονότητες ή τους νέγρους.

Ένα άλλο ζήτημα που απασχολεί και το ίδιο το BBC αλλά και το προσωπικό του, είναι το ζήτημα της πληρωμής. Γενικά, οι μισθοί βασίζονται στις ήδη υπάρχουσες θεσμοθετημένες ρυθμίσεις με τα συνδικάτα, αλλά όσον αφορά το BBC, το προσωπικό πληρώνεται ανάλογα και με την απόδοση στην εκάστοτε θέση εργασίας. Η τελευταία έρευνα προσωπικού έδειξε ότι μόνο το 43% πιστεύει ότι ο μισθός του είναι δίκαιος, συγκρινόμενος με παρόμοιες δουλειές σε άλλες εταιρείες. Το BBC εξετάζει το ζήτημα των μισθών και του συστήματος αξιολόγησης, με σκοπό να ευθυγραμμίσει και να εξισορροπήσει τους μισθούς περισσότερο με την εξωτερική αγορά εργασίας και να δημιουργήσει ένα πιο ξεκάθαρο πλαίσιο σταδιοδρομίας για καθένα μέλος του προσωπικού.

Το περιβάλλον

Η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί σημείο εκκίνησης κάθε συζήτησης που αφορά την εταιρική κοινωνική ευθύνη για το BBC. Έχει δεσμευτεί να προσφέρει στο κοινωνικό σύνολο αλλά με έναν τρόπο που θα βελτιώνει την περιβαλλοντική απόδοση του συνεχώς και θα πρέπει να επιδεικνύει κάθε στιγμή τον τρόπο που διαχειρίζεται τις λειτουργίες του. Το 2003 περιόρισε τις βλαβερές εκπομπές αερίων στο 17% και την ολική κατανάλωση ενέργειας στο 5%. Περισσότερα από ένα εκατομμύρια αντίτυπα του εβδομαδιαίου περιοδικού *Radio Times* τυπώνονται πια σε χαρτί ειδικά εγκεκριμένο και πιστοποιημένο (FSC), ενώ το κτίριο Media Village του BBC στο Λονδίνο κέρδισε την υψηλότερη περιβαλλοντική βαθμολογία

BREEAM. Η εκπομπή επίσης του BBC World, *Earth Report*, η οποία άγγιξε τον αριθμό των 260 εκατομμυρίων τηλεθεατών, κέρδισε επίσης το 2004, το διεθνή βραβείο Zayed για το περιβάλλον.

Το 2003, το BBC μείωσε επίσης, την ποσότητα διοξειδίου του άνθρακα που παρήγαγε ανά ώρα μετάδοσης στο 17%, δηλαδή 0,378 τόνοι λιγότεροι, με την βοήθεια του «πράσινου» ανανεώσιμου ηλεκτρικού ρεύματος για τα κτίρια. Μείωσε ακόμα την χρήση ενέργειας από το 1,296 kWh για κάθε ώρα αναμετάδοσης που ήταν το 2002, στο 1,176 kWh. Κατάφερε επίσης να μειώσει τις εκπομπές βλαβερών ουσιών ανά άτομο λόγω των μεταφορών, από το 1,483 kgs στο 1,1150 kgs λόγω της χρήσης «πράσινων» καυσίμων και χρήσης περισσότερων μέσων μαζικής μεταφοράς. Δυστυχώς, δεν κατάφερε να κρατήσει το υψηλό ποσοστό ανακύκλωσης που είχε το 2002 στο 32% και έπεσε στο 21%, κυρίως λόγω του ότι άλλαξε ο συμβαλλόμενος εργολάβος στον τομέα των απορριμμάτων. Νέα όμως μέτρα και πρωτοβουλίες που θα παρθούν το 2004, θα έχουν σίγουρα θετικότερα αποτελέσματα.

Εταιρική Αναφορά για το 2004-2005

Το BBC για το 2004- 2005 εκδίδει τον απολογισμό του για την εταιρική κοινωνική ευθύνη πιο συνοπτικά, αναφέροντας πολλά παραδείγματα από τη δράση του και ουσιαστικά χωρίζοντας τα θέματα του στους εξής τομείς:

- ο Μάθηση
- ο Πολιτικά δικαιώματα
- ο Άτομα με κινητικά προβλήματα
- ο Κοινότητες
- ο Εθελοντισμός
- ο Περιβάλλον
- ο Φιλανθρωπικές οργανώσεις
- ο Διεθνή θέματα

Ο γενικός διευθυντής του BBC για το 2004-2005, Mark Thompson, αναφέρει ότι στην ανασκόπηση αυτή τονίζεται κυρίως το αμείωτο ενδιαφέρον σε συνδυασμό με την δέσμευση και την υποχρέωση που νοιώθει το προσωπικό του BBC να μεταδώσει τις φιλοδοξίες του και να εμπλουτίσει τις ζωές των κοινοτήτων στη Μεγάλη Βρετανία αλλά και σε ολόκληρο τον κόσμο. Η πρόκληση, εκτός από το να αναφέρουν τι έχει ήδη γίνει σε κάθε τομέα ξεχωριστά, είναι με την βοήθεια των νέων τεχνολογιών να δημιουργήσουν ένα πιο ανοιχτό και πιο δημιουργικό BBC με διαρκή και σταθερή πορεία στο μέλλον.

Μάθηση

Στον τομέα της μάθησης και της διάχυσης της γνώσης το BBC τήρησε με τον καλύτερο τρόπο τις υποσχέσεις του. Οι μοναδικές ιστορίες ζωής που έζησαν και είχαν να διηγηθούν οι απλοί άνθρωποι από τις αναμνήσεις τους στον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο αρχειοθετήθηκαν στο διαδίκτυο για λογαριασμό του κράτους με την βοήθεια του BBC Learning και του κοινοτικού προγράμματος *WW2 People's War*. Την ημέρα εορτασμού για τα θύματα του Δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου, το 2003, που ουσιαστικά εγκαινιάστηκε η σελίδα στον διαδικτυακό τόπο χιλιάδες φωτογραφίες και αληθινές ιστορίες απλών ανθρώπων που έζησαν από κοντά την φρίκη του πολέμου προστέθηκαν στην ιστοσελίδα με σκοπό την διάδοση τους, πριν να είναι ακόμα πολύ αργά. Το σχέδιο αυτό, ουσιαστικά ολοκληρώθηκε σε δυο φάσεις. Στην πρώτη φάση δημιουργήθηκε ένα δίκτυο από συνδεδεμένα κέντρα, το οποίο βοήθησε τους μεγαλύτερους σε ηλικία ανθρώπους που δεν είχαν γνώσεις υπολογιστών να

συνεισφέρουν τις ιστορίες τους στον διαδικτυακό τόπο (bbc.co.uk/ww2) People's War και να κάνουν ταυτόχρονα χρήση των λειτουργιών του διαδικτύου. Στην δεύτερη φάση, η οποία ξεκίνησε τον Απρίλιο του 2005, οι δημοσιογράφοι του BBC σε όλο τον κόσμο εξέθεταν τις ήδη υπάρχουσες ιστορίες και φωτογραφίες των ανθρώπων και ενθάρρυναν και άλλους να ακολουθήσουν το παράδειγμα τους, έτσι ώστε να μην χαθεί ούτε ένα κομμάτι αυτής της πολύτιμης ιστορίας. Το πρόγραμμα αυτό είναι τώρα στο τελευταίο του στάδιο, στο οποίο διαβεβαιώνεται ότι όποιος θέλει να συνεισφέρει μια ακόμη ιστορία, μπορεί πολύ εύκολα να το κάνει στην ιστοσελίδα του BBC με την υποστήριξη που μπορεί να χρειάζεται από το προσωπικό του ίδιου του οργανισμού.

Το 2004 που διεξήχθη μια έρευνα στο εσωτερικό του BBC φάνηκε ότι όλοι αναγνωρίζουν τα θετικά αποτελέσματα αυτής της προσπάθειας, όπως για παράδειγμα ότι ενθαρρύνουν τους μεγαλύτερους σε ηλικία ανθρώπους να νοιώθουν ότι αφήνουν ένα σημαντικό κληροδότημα για τις επόμενες γενιές, ότι εξυψώνουν την αυτοεκτίμησή τους και τέλος ότι ενδυναμώνουν τις σχέσεις μεταξύ των γενεών αλλά και μεταξύ του BBC και των συνεταιρικών κοινοτικών κέντρων που έχει στην διάθεση του για αυτό το πρόγραμμα. Το αρχειακό υλικό που έχει μαζευτεί παραμένει «ανοιχτό» στο κοινό και από την ιστοσελίδα του ίδιου του BBC αλλά και των διαδικτυακών τόπων των συνεργατών του.

Με στατιστικά στοιχεία:

33.589 ιστορίες αναρτήθηκαν στον διαδικτυακό τόπο του BBC,
3.229 φωτογραφίες δημοσιεύτηκαν,
101.986 e-mails και ανακοινώσεις στάλθηκαν στο BBC,
1.700 εθελοντές «προσλήφθηκαν» και εκπαιδεύτηκαν από το BBC και την CSV στην Αγγλία και στην Βόρεια Ιρλανδία,
200 εθελοντές «προσλήφθηκαν» και εκπαιδεύτηκαν στην Σκωτία (από το BBC) και στην Ουαλία (από το BBC και την WDVA),
2.500 συνδεδεμένα κέντρα παρείχαν ηλεκτρονική υποστήριξη και βοήθεια σε όποιον ήθελε να προσθέσει την δική του ιστορία.

Ένα ακόμη πρόγραμμα του BBC που προωθούσε την συνεχή μάθηση για το 2004-2005 ήταν το "RaW". Τα σενάρια από τις σειρές αλλά και τα παιχνίδια ή τα κουίζ που προβάλλει το BBC, έδωσαν την ιδέα στο προσωπικό του να δημιουργήσουν, τον Οκτώβριο του 2005, την μεγαλύτερη που έγινε ποτέ λογοτεχνική καμπάνια στοχεύοντας στο να βοηθήσουν περίπου δώδεκα εκατομμύρια νέους ανθρώπους να ασχοληθούν με την δημιουργική ανάγνωση και γραφή. Με έμφαση κυρίως στον ανεπίσημο τρόπο γραφής, η τριετής καμπάνια "RaW" (Read and Write) έχει ως στόχο να κεντρίσει το ενδιαφέρον των ανθρώπων για να τους εμπνεύσει

να πάρουν πρωτοβουλίες και να ξεκινήσουν το γράψιμο. Στις πρώτες κιόλας δυο εβδομάδες λειτουργίας του προγράμματος 500.000 άνθρωποι επισκέφθηκαν την ιστοσελίδα του BBC (bbc.co.uk/raw) και 5.240 συνεργαζόμενα με το πρόγραμμα “*RaW*” κέντρα, όπως για παράδειγμα το 88% των Βρετανικών βιβλιοθηκών, συμφώνησαν να βοηθήσουν στην καμπάνια προσφέροντας σχετικό υλικό.

Πολιτικά Δικαιώματα

Το Radio 4 στο πρόγραμμα “*Today*” αφιέρωσε τέσσερις εβδομάδες μέσα στο 2005 και ξεκίνησε ένα πείραμα για να δει εάν οι απλοί πολίτες μπορούν να λύσουν τα προβλήματα που οι πολιτικοί δεν μπορούν. Σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο του Newcastle το πρόγραμμα του BBC επέλεξε τυχαία 24 κατοίκους της περιοχής Reading του Λονδίνου και τους ανέθεσε την ιδιότητα των «ενόρκων» με σκοπό να βρουν λύσεις σε προβλήματα τοπικών και εθνικών κυβερνήσεων, κυρίως σε θέματα σεβασμού. Δυο φορές την εβδομάδα και για δύομισι περίπου ώρες ερχόντουσαν σε επαφή με ειδικούς συμβούλους με τους οποίους συζητούσαν, κατέθεταν τις μαρτυρίες τους και επέλεγαν πια υπόδειξη θα μπορούσε να προχωρήσει σε ανώτερο επίπεδο. Μια επιβλέπουσα ομάδα ανθρώπων έλεγχε την επιλογή των ενόρκων και την αμεροληψία στην διάρκεια της διαδικασίας. Οι απόψεις των «ενόρκων» καταγράφονταν κάθε εβδομάδα στο ραδιόφωνο και προωθούνταν στην ιστοσελίδα του Radio 4. Οι τοπικοί κυβερνητικοί ιθύνοντες δέχτηκαν να ενημερωθούν από τους «ενόρκους» και να συζητήσουν τις συστάσεις και υποδείξεις τους, οι οποίες περιελάμβαναν για παράδειγμα, καλύτερη καθοδήγηση των εφήβων στο σχολείο και περισσότερες δωρεές στο ίδρυμα αστέγων του Reading.

Ο πολιτικός ρεπόρτερ του προγράμματος *Today* του Radio 4, Polly Billington, ο οποίος ήταν και ο επικεφαλής του πειράματος δεν γνωρίζει σίγουρα εάν το πείραμα ήταν αποτελεσματικό στο να επηρεάσει τις πολιτικές αποφάσεις, οι πολίτες όμως, ως «ένορκοι», είναι σίγουρο ότι θα συνεχίσουν την προσπάθεια τους και θα πιέζουν όσο μπορούν για να αλλάξουν τα θέματα που τους αφορούν.

Άτομα με κινητικά προβλήματα

Το BBC έχει δεσμευτεί πολλές φορές να κάνει ό,τι περισσότερο μπορεί για να δώσει ευκαιρίες έκφρασης και στα άτομα με σοβαρά κινητικά προβλήματα. Τον Οκτώβριο του 2005, ξεκίνησε ένα πρωτοποριακό συνέδριο για τα άτομα αυτά με την συμμετοχή των κορυφαίων διευθυντών του BBC και εικοσιτεσσάρων από των σημαντικότερων οργανώσεων για άτομα με κινητικά προβλήματα. Οι ιθύνοντες του συνεδρίου, από την μεριά των οργανώσεων, τόνισαν ότι πρέπει να ανοιχτεί ένας νέος διάλογος για την σωστή και δίκαιη

αναπαράσταση των ατόμων με κινητικά προβλήματα από όλα τα μέσα. Αρχικά ανέφεραν την χαμηλή συμμετοχή αναπαράσταση των ατόμων αυτών στην τηλεόραση του BBC για την περίοδο 2003-2004, η οποία ήταν στις ώρες αιχμής λιγότερο από 1% , συγκρινόμενο με το 2,7% του προσωπικού του BBC που έχει κάποιο τέτοιο πρόβλημα και φυσικά το 10,1% του γενικότερου πληθυσμού της Μεγάλης Βρετανίας που έχει κάποιου είδους κινητική αναπηρία. Το BBC, από τη μεριά του, δεσμεύτηκε να στοχεύσει στην άνοδο της πρόσληψης προσωπικού με κινητικά προβλήματα για το 2007, στο 4% και την εισαγωγή τον Απρίλιο του ίδιου έτους, μιας νέας και καινούργιας στρατηγικής για την διαφορετικότητα, εν γένει. Στην στρατηγική αυτή το BBC έχει στόχο να βάλει την κινητική ανικανότητα των ανθρώπων στην καρδιά της επιχειρηματικής λειτουργίας του και να δημιουργήσει δεσμούς μεταξύ της δημιουργικότητας και της ενόρασης των εργαζομένων του με στόχο να αγγίξει όλα τα είδη του κοινού της Μεγάλης Βρετανίας.

Μια επικοινωνιακή καμπάνια, αναφερόμενη στα άτομα με κινητικά προβλήματα, θα ξεκινήσει τον Απρίλιο του 2007, με στόχο να ενθαρρύνει και άλλα άτομα με παρόμοιο πρόβλημα να απευθυνθούν στο BBC για εύρεση εργασίας. Κανείς βέβαια δεν ξέχασε, κατά τη διάρκεια του συνεδρίου, να αναφερθεί στο ότι το BBC κατά τη διάρκεια του 2004 μετέδωσε αρκετά προγράμματα, κοινωνικά, δραματικά είτε και ντοκιμαντέρ, με πρωταγωνιστικούς ρόλους άτομα με κινητικά προβλήματα. Όλοι ανεγνώρισαν ότι το BBC είναι η μόνη σοβαρή επιχείρηση στη Μεγάλη Βρετανία που ασχολείται συστηματικά με θέματα που αφορούν ανθρώπους με κινητικά προβλήματα, έχοντας ταυτόχρονα επιτυχία και αναγνώριση σε αυτό που κάνει. Το συνέδριο έκλεισε με τον προγραμματισμό του επόμενου συνεδρίου για το 2006, στο οποίο οι ανώτεροι διευθυντές του BBC θα παραθέσουν την πρόοδο των στόχων που έχει θέσει το ίδιο το BBC με στόχο να διατηρηθεί ανοιχτός αυτός ο δημιουργικός διάλογος που έχει ξεκινήσει για τα άτομα με κινητικά προβλήματα.

Κοινότητα

Το BBC προσπαθεί μέσα από τοπικά προγράμματα και ομαδικές εκδηλώσεις να συνεισφέρει στην ομαλότερη και πιο παραγωγική διαβίωση των κατοίκων των τοπικών κοινοτήτων της Μεγάλης Βρετανίας. Με δική του πρωτοβουλία διοργανώνει, για παράδειγμα, τοπικές αθλητικές εκδηλώσεις οι οποίες διευκολύνουν την συνεργασία και την κοινωνικοποίηση των νέων ανθρώπων της κοινότητας. Παράλληλα, δίνει την ευκαιρία σε μαθητές να δημιουργήσουν τα δικά τους αυθεντικά προγράμματα στο ραδιόφωνο, αφηγούμενοι καθημερινές ιστορίες της τοπικής τους κοινωνίας. Πιο συγκεκριμένα, ο ραδιοφωνικός σταθμός Stoke έδωσε την ευκαιρία σε 350 εφήβους από 16 διαφορετικά σχολεία να δημιουργήσουν και να αναμεταδώσουν τριάντα ώρες ραδιοφωνικού προγράμματος μέσω της

εκπομπής “*Making Waves*”. Συνεργαζόμενα τα παιδιά με έναν ραδιοφωνικό παραγωγό για πέντε ολόκληρες εβδομάδες είχαν την δυνατότητα να μάθουν πως γίνεται η συλλογή των ειδήσεων και των γεγονότων, πως διαμορφώνεται το εκάστοτε κοινό ανά ώρα μετάδοσης, πως παίρνονται οι διοικητικές αποφάσεις, πως γίνεται η σύνταξη του προγράμματος και τέλος πως αυτό αναμεταδίδεται. Όλο το πρόγραμμα είχε διάρκεια 18 μήνες και τα θέματα που καλύφθηκαν ήταν οι θρασύδειλες συμπεριφορές των νέων, τα κοινωνικά στερεότυπα, οι εγκληματικές πράξεις, η σεξουαλική συμπεριφορά, ο ρατσισμός και γενικά οι φοβίες των νέων σήμερα. Το υλικό που δημιουργήθηκε έδωσε την ευκαιρία σε δασκάλους να το χρησιμοποιήσουν κατά την διάρκεια της διδασκαλίας τους και βοήθησε τους μαθητές να αποκτήσουν σημαντικές «επαγγελματικές» εμπειρίες που θα τους βοηθήσουν στο μέλλον στην επιλογή της επαγγελματικής τους καριέρας.

Το BBC ανέλαβε επίσης την πρωτοβουλία να χρηματοδοτήσει την ετήσια εκπαίδευση 36 μαθητών και δασκάλων από το Λονδίνο, και πιο συγκεκριμένα από τις περιοχές Peckham, Willesden και Middlesbrough, στο κινηματογραφικό γύρισμα ταινιών μικρού μήκους σε τρεις ακαδημίες της Μεγάλης Βρετανίας. Το αποτέλεσμα ήταν οι ταινίες των τεσσάρων λεπτών που γυρίστηκαν να προβληθούν στο Φεστιβάλ ταινιών μικρού μήκους που έγινε τον Μάιο του 2005, στην Μεγάλη Βρετανία. Κατά τη διάρκεια του Φεστιβάλ οι συμμετέχοντες, μαθητές και δάσκαλοι, είχαν επίσης την ευκαιρία να συνομιλήσουν με σημαντικούς κινηματογραφικούς και τηλεοπτικούς παραγωγούς. Με το πέρας του προγράμματος οι συμμετέχοντες ήταν σε θέση και είχαν το δικαίωμα να μεταδώσουν τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους σε άλλους συνομηλίκους τους που ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με τα καλλιτεχνικά κινηματογραφικά δρώμενα.

Εθελοντισμός

Η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και το διαδίκτυο έχουν την δύναμη και την ικανότητα να εμπνέουν και να υποκινούν μαζικά το κοινό να αναλάβει εθελοντική δράση. Ο Αύγουστος του 2005 ήταν αφιερωμένος στην δωρεά οργάνων και η επικοινωνιακή καμπάνια που διεξήχθη σε όλα τα μέσα είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση, κατά 100.000, των ονομάτων που προστέθηκαν στην λίστα των υποψηφίων δωρητών οργάνων. Το νούμερο αυτό είναι περισσότερο εντυπωσιακό αν αναλογιστεί κάποιος ότι είναι δώδεκα φορές μεγαλύτερο από τον εβδομαδιαίο μέσο όρο εγγραφής δωρητών στη Μεγάλη Βρετανία.

Τον Ιούνιο του ίδιου έτους η ιστοσελίδα του *Action Network* του BBC είχε «οριστεί», κατά τη διάρκεια της εθνικής εβδομάδας εθελοντισμού, ως η ηλεκτρονική πύλη του παγκόσμιου εθελοντικού δικτύου. Όποιος χρήστης του διαδικτύου επιθυμούσε μπορούσε εύκολα να γράψει την «εθελοντική» άποψη του για κάποιο θέμα, το οποίο μπορεί να ήταν από το πως

μπορεί ο καθένας να βοηθήσει εθελοντικά τις γυναίκες που έχουν «πιαστεί» στα πλοκάμια του αγοραίου έρωτα (trafficking) μέχρι του πώς μπορεί να προφυλαχθούν από εξαφάνιση τα σπάνια ζώα της χώρας. Η ανταπόκριση του κόσμου ήταν πολύ μεγάλη και άμεση καθώς πάνω από 80.000 άνθρωποι εξέθεσαν ελεύθερα τις απόψεις τους και πάνω από 20 εθελοντικές ειδικές οργανώσεις θέλησαν να προσφέρουν την πολύτιμη βοήθεια τους.

Περιβάλλον

Ο μακροπρόθεσμος στόχος του BBC, όσον αφορά το περιβάλλον, είναι να κινητοποιήσει όσους περισσότερους ανθρώπους μπορεί με στόχο να αυξήσει τους πράσινους χώρους με σπάνια είδη ζώων στη Μεγάλη Βρετανία και να ενημερώσει ταυτόχρονα τον κόσμο για την πολύτιμη αξία της φύσης. Θα ήθελε, δηλαδή, να επιτύχει την αύξηση των κήπων και των πάρκων που διαθέτει η χώρα για να δημιουργήσει έτσι πιο φυσικούς και ευχάριστους χώρους και για τα ζώα αλλά και για τους ίδιους τους ανθρώπους. Για να το επιτύχει όμως αυτό χρειάζεται να ξεκινήσει μια πολύ καλή επικοινωνιακή στρατηγική, η οποία να προβάλλει τα μηνύματα της μέσω της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου και του διαδικτύου ταυτόχρονα. Το δυσάρεστο γεγονός σε αυτό είναι ότι οι έρευνες έχουν ήδη καταγράψει τους κλιματολογικούς παράγοντες που αρχίζουν να επηρεάζουν την Μεγάλη Βρετανία και έτσι οι κινήσεις πρέπει να είναι, δυστυχώς λόγω χρονικού περιορισμού, άμεσες, γρήγορες και εντατικές. Το πρόγραμμα του BBC, Video Nation, έδωσε την ευκαιρία στους πολίτες, κατά την διάρκεια του 2005, να συνεισφέρουν στην ενημέρωση των φυσικών περιβαλλοντικών αλλαγών δημιουργώντας ένα δικό τους «πράσινο» βίντεο το οποίο θα αναμεταδιδόταν στην ιστοσελίδα του Video Nation.

Η αυξανόμενη κάλυψη των κλιματικών αλλαγών από τα μέσα φαίνεται και στα παρακάτω στοιχεία:

Μέσα	2004-5	2003-4
Ειδήσεις	168 θέματα	71 θέματα
Παιδικά προγράμματα	7 εκπομπές	5 εκπομπές
Ραδιόφωνο	96 συζητήσεις	68 συζητήσεις
Διαδίκτυο	292 αναφορές	123 αναφορές

Όσον αφορά τις κλιματικές αλλαγές, από το λιώσιμο των πάγων στην Ανταρκτική μέχρι την βουνοκορφή στη Χαβάη που μετράει την αύξηση των βλαβερών αερίων στην ατμόσφαιρα, το BBC είναι το μόνο κανάλι το οποίο είναι αφοσιωμένο στο περιβάλλον και τον πλανήτη. Ήδη από τις έρευνες φάνηκε ότι, το 2004, τα προγράμματα που κάλυπταν περιβαλλοντικά θέματα,

όπως για παράδειγμα οι εκπομπές *Springwatch*, *Blue Peter*, *Working Lunch* και *Gardener's World* διπλασιάστηκαν μόνο μέσα σε ένα χρόνο, αποδεικνύοντας έτσι πόσο πολύ αγγίζει τον κόσμο αυτό το σοβαρό πρόβλημα.

Ο καταστροφικός τυφώνας «Κατρίνα», που είχε ως αποτέλεσμα χιλιάδες νεκρούς, μπορεί να οφείλεται ολοκληρωτικά στην υπερθέρμανση του πλανήτη αλλά στόχος του BBC και των εκπομπών του δεν είναι να τρομοκρατήσει τον κόσμο αλλά να βοηθήσει, δίνοντας βήμα στην επιστήμη, να αναλυθεί τι μπορεί να απαντηθεί και τι όχι.

Φιλανθρωπικές οργανώσεις

Η φιλανθρωπική οργάνωση του BBC "*Children in need*" είναι η πιο γνωστή και «αναγνωρίσιμη» οργάνωση της Μεγάλης Βρετανίας. Το έργο που έχει διατελέσει είναι πολύ σημαντικό και στα 25 χρόνια λειτουργίας της η ανάπτυξη και η επιτυχία της είναι απaráμιλλα. Βέβαια, παράλληλα με την επιτυχία των φιλανθρωπιών είναι αλήθεια ότι οι ανάγκες των παιδιών συνεχώς αυξάνονται. Το 2004, οι εκκλήσεις των φιλανθρωπικών οργανώσεων είχαν ως αποτέλεσμα την συγκέντρωση 34,1 εκατομμυρίων δολαρίων. Δυστυχώς όμως, η κάλυψη των πραγματικών αναγκών και οι απαιτήσεις των προβλεπόμενων προγραμμάτων αναλογούν στο πενταπλάσιο αριθμό αυτών των χρημάτων- στο πόσο δηλαδή των 175 εκατομμυρίων δολαρίων.

Οι ανάγκες των παιδιών προβάλλουν τώρα πιο σοβαρές όσο ποτέ άλλοτε :

- Περίπου 10.000 παιδιά ηλικίας 5 με 7 ετών προσέχουν και φροντίζουν τα μικρότερα αδέρφια τους για 50 ή περισσότερες ώρες εβδομαδιαίως γιατί οι γονείς τους λείπουν από το σπίτι για δουλειές.
- Κάθε χρόνο, 15.000 παιδιά ηλικίας 16 ετών και άνω εξαναγκάζονται από τους γονείς τους να φύγουν από το σπίτι (η κατηγορία αυτών των παιδιών ονομάζεται "the thrown away children").
- Κάθε μέρα, περίπου ένα αγόρι ηλικίας 15 έως 24 αυτοκτονεί στην Μεγάλη Βρετανία.
- Το να μεγαλώσει ένα παιδί με κινητικά προβλήματα κοστίζει, στην οικογένεια του, τρεις φορές περισσότερο από το να μεγαλώσει ένα υγιές παιδί.

Σύμφωνα λοιπόν με αυτά τα δεδομένα, η φιλανθρωπική οργάνωση του BBC "*Children in need*" πρέπει να αναπτυχθεί σε έναν δυναμικό οργανισμό που θα προκαλέσει βαθιές αλλαγές στη κοινωνία και θα διαδραματίσει έναν ουσιαστικό ρόλο στην εξάλειψη των προβλημάτων που αφορούν τα παιδιά.

Μια ακόμη φιλανθρωπική οργάνωση η οποία συνεργάζεται με το BBC είναι η "*Comic Relief*", η οποία έχει ως στόχο την εξάλειψη της φτώχειας και της κοινωνικής αδικίας. Στα 20

χρόνια λειτουργίας της έχει ασχοληθεί με πολύ σοβαρά ζητήματα, όπως την κρίση του Aids στην Αφρική, την βία στο σπίτι και με τους άστεγους στην Μεγάλη Βρετανία.

Η φιλανθρωπική δράση του BBC δεν σταματάει βέβαια μόνο εδώ. Το BBC, θέλοντας να βοηθήσει τους νέους ανθρώπους με ταλέντο, πρωτοβουλίες και όρεξη για δουλειά χρηματοδοτεί μέσω των υποτροφιών που δίνει όσους θέλουν να συνεχίσουν τα όνειρα τους αλλά λόγω οικονομικών δυσκολιών δεν μπορούν. Μέχρι το τέλος του 2005, το BBC είχε διαθέσει 1,25 εκατομμύρια δολάρια μέσω των υποτροφιών “*Fame Academy*” για να βοηθήσει νέους μουσικούς παραγωγούς που δεν είχαν την οικονομική δυνατότητα να συνεχίσουν τις σπουδές τους.

Διεθνή Θέματα

Στόχος του BBC είναι να φέρει όλο τον κόσμο σε επαφή καταρρίπτοντας τα τείχη της προκατάληψης, δημιουργώντας ταυτόχρονα δεσμούς ενότητας. Μέσα στα πλαίσια αυτής της δέσμευσης 400 σχολεία της Μεγάλης Βρετανίας «ενώθηκαν» με άλλα τόσα σχολεία της Αφρικής μέσω του σχεδίου *BBC World Class*. Τον Ιούλιο του 2005, 300 ακόμα σχολεία, τα ονόματα των οποίων βρίσκονται στην ιστοσελίδα του BBC www.bbc.co.uk/worldclass, ανέβασαν το νούμερο των «ενοποιημένων» σχολείων στα 720. Απώτερος στόχος, είναι το νούμερο αυτό να φτάσει στα 1000 «ενοποιημένα» σχολεία.

Σκοπός αυτού του σχεδίου δεν είναι η φιλανθρωπία αλλά το να γίνει σαφές πόσα κοινά στοιχεία μπορεί να έχουν οι άνθρωποι, οι καθηγητές και οι μαθητές, ακόμα και αν βρίσκονται σε άλλη ήπειρο και πως μπορούν να βοηθηθούν όλοι στην πολύπλευρη απόκτηση γνώσεων. Η συνεργασία αυτή επιτεύχθηκε και με την βοήθεια εξωτερικών συνεργατών, όπως το Βρετανικό Συμβούλιο, τα ραδιόφωνα Five Live, CBBC’s Xchange, η παιδική ραδιοφωνική εκπομπή του BBC 7’ *Big Toe*, το BBC Four, το World Service, το bbc.co.uk αλλά και τέλος όλα τα εθνικά και τοπικά δίκτυα του BBC.

Ο οργανισμός του BBC, θέλοντας να διευρύνει το ενημερωτικό του πλαίσιο σε όλα τα πέρατα του κόσμου προσπαθεί να εγκατασταθεί ακόμα και σε χώρες που το πολιτικό τους τοπίο δεν ευνοεί για τέτοιου είδους «οράματα». Παρόλα αυτά, το ραδιόφωνο του BBC στο νότιο Ιράκ, το Al Mirbad, είναι ένα αδιάψευστο γεγονός της επίμονης προσπάθειας του, και τα 6,7 εκατομμύρια δολάρια που χρειάστηκαν για να ξεκινήσει να εκπέμπει, αποτελούν το μεγαλύτερο κατασκευαστικό σχέδιο μεντιακού μέσου που έχει γίνει ποτέ από την ανεξάρτητη διεθνή φιλανθρωπική οργάνωση του BBC, “*BBC World Service Trust*”.

Ο ραδιοφωνικός σταθμός εκπέμπει από την περιοχή Basra του Ιράκ και ο διευθυντής αυτού του σχεδίου, Abir Award, δεν υποτιμά την σπουδαία βοήθεια της τοπικής κοινότητας λέγοντας ότι «η ομάδα στην Basra και εμείς στο World Service Trust είμαστε απέραντα

υπερήφανοι για το γεγονός ότι είναι ένας Ιρακινός ραδιοφωνικός σταθμός, χτισμένος από Ιρακινούς με Ιρακινό προσωπικό που εκπέμπει εξ' ολοκλήρου για τα γεγονότα της καθημερινής Ιρακινής κοινότητας» .

Ο ραδιοφωνικός σταθμός Al Mirbad χρηματοδοτείται μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2006. Από εκεί και πέρα το προσωπικό στην περιοχή Basra και το World Service Trust αναπτύσσουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο με στόχο να προσελκύσουν περαιτέρω υποστήριξη από τοπικές ή διεθνείς πηγές.

Εταιρική Αναφορά για το 2006

Το BBC για το 2006 φαίνεται πιο οργανωμένο, πιο ειλικρινές και πιο ρεαλιστικό από ποτέ. Η έκθεση για την εταιρική κοινωνική ευθύνη για το έτος 2006 ονομάζεται “Outreach” και περιλαμβάνει όλα όσα έγιναν, αλλά και όσα δεν μπόρεσαν να γίνουν μέσα στο χρονικό διάστημα του 2006. Η ίδια η ομάδα του BBC δηλώνει ότι θα ήθελε η έκθεση αυτή να είναι όσο το δυνατόν πιο ευχάριστη αλλά και συνάμα διδακτική. «Αν έγιναν κάποια λάθη ή δεν ικανοποιήθηκαν οι στόχοι είτε του BBC, είτε των συνέταιρων του θα είμαστε οι πρώτοι που θα το πούμε. Αν πάλι υπάρχουν ακόμα πολλά πράγματα να γίνουν και να κάνουμε θα το πούμε και αυτό ανοιχτά». Κάπως έτσι ξεκινά η πρώτη διαδικτυακή αναφορά εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για το BBC, με διάθεση ρεαλιστική αλλά ταυτόχρονα και ουσιαστικού απολογισμού.

Στο πλαίσιο της αναφοράς αυτής ο απολογισμός της κοινωνικής ευθύνης χωρίζεται για κάθε στόχο σε περαιτέρω ενότητες, τριάντα στο σύνολο, και υπό-ενότητες.

Υπηρετώντας το κοινό

Το BBC διευκρινίζει, ακόμα μια φορά, ότι ο ρόλος του δεν είναι απλά να δημιουργεί και να εκπέμπει προγράμματα απολαυστικά ή παρακινητικά. Θεωρεί ότι είναι σημαντικό να ανταποκρίνεται και να ανταπαντά σε ερωτήματα τα οποία αφορούν και ενδιαφέρουν το κοινό του, έτσι ώστε να το βοηθήσει να αντιληφθεί καλύτερα τον κόσμο παρακινώντας το να συμμετάσχει δημιουργικά μέσα σε αυτόν.

Το BBC αναφέρει σχετικά με αυτό ότι, μετά τις βομβιστικές επιθέσεις στο Λονδίνο στις 7/7/2005 έλαβε πολλά μηνύματα και ερωτήματα, κυρίως από παιδιά, τα οποία προσπαθούσαν να αντιληφθούν το τι συνέβαινε. Αυτό το συμβάν έδωσε την ευκαιρία στο BBC να αποδείξει τις δεσμεύσεις του και έτσι δημιούργησε μια πρωτοποριακή δραματική-κοινωνική σειρά η οποία ονομάστηκε “*That Summer Day*” και ουσιαστικά σκιαγράφησε, πολύ προσεκτικά, τις αντιδράσεις των νέων ανθρώπων σε αυτό το αποτρόπαιο γεγονός. Ο διευθυντής του προγράμματος Jon East δήλωσε ότι: «Αμέσως μετά τις βομβιστικές επιθέσεις στο Λονδίνο, ουσιαστικά λίγα μόνο λεπτά μετά, δεχτήκαμε εκατοντάδες μηνύματα από παιδιά στα mail μας. Αυτό μας έκανε να σκεφτούμε ότι τα παιδιά μας χρειάζονται και έπρεπε να εξετάσουμε τις εμπειρίες, τις ελπίδες και τους φόβους τους».

Η ομάδα παραγωγής της σειράς επισκέφθηκε πέντε σχολεία μέσης εκπαίδευσης σε διάφορες περιοχές του Λονδίνου και μίλησε με πάνω από 500 μαθητές ηλικίας 11 με 15 ετών καθώς επίσης και με διάφορα γκρουπ υποστήριξης, ψυχολόγους και ιατρούς με την βοήθεια των

οποίων δημιουργήθηκε το πρόγραμμα για να δώσει την ευκαιρία στα παιδιά να μιλήσουν ανοιχτά για τα συναισθήματα τους. Επιπλέον, το BBC εγκαινίασε και μια τηλεφωνική γραμμή βοήθειας, η οποία απαντούσε στα τηλεφωνήματα που προέκυπταν μετά την λήξη του προγράμματος, ενώ επίσης στην ιστοσελίδα του BBC, bbc.co.uk/cbbc, μπορούσε ο κάθε χρήστης να βρει συνδέσμους ή συμβουλές που αφορούσαν το πως να αντιμετωπιστούν οι άσχημες αναμνήσεις και τα συναισθήματα που συνοδεύουν αυτές. Η συγκεκριμένη σειρά, *“That Summer Day”*, προβλήθηκε επίσης και στο Παιδικό Κινηματογραφικό Φεστιβάλ του Λονδίνου, τον Νοέμβριο του 2006, αποσπώντας πολύ θετικές κριτικές.

Πολιτικά φρονήματα

Το BBC επιθυμεί να βοηθήσει και να κινητοποιήσει τους ανθρώπους να εμπλακούν με τα ζητήματα της τοπικής κοινωνίας, να αναλάβουν δράση για θέματα που αφορούν τη ζωή και την διαβίωση τους και τέλος να αναλογιστούν πως μπορούν να λάβουν μέρος στον δημοκρατικό διάλογο. Όλα τα μέσα γενικότερα, μπορεί να έχουν έναν πολύ ουσιαστικό ρόλο στο να βοηθήσουν τις διάφορες κοινότητες να έρθουν πιο κοντά και αυτό ακριβώς προσπάθησε και προσπαθεί να κάνει το BBC μέσω αρκετών δράσεων του. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η τηλεοπτική εκπομπή *“Question Time”*, από τον παρουσιαστή της οποίας ζητήθηκε να τροποποιηθεί για το 2006 σε μια πιο «ειδική έκδοση», η οποία θα παραγόταν και θα παρουσιαζόταν από τους νικητές του παιχνιδιού *“School Question Time”*. Οι νικητές αυτού του παιχνιδιού είναι μαθητές από τέσσερα διαφορετικά σχολεία, οι οποίοι μαζί με την βοήθεια του παρουσιαστή, David Dimbleby και την ομάδα του, παρουσίασαν και πρόβαλλαν το τηλεπαιχνίδι στην δική τους εκδοχή στο πρόγραμμα του BBC One. Ήδη το τηλεπαιχνίδι αυτό αποτελεί μέρος ενός μεγαλύτερου εκπαιδευτικού προγράμματος, το οποίο υποστηρίζεται από το Ινστιτούτο Πολιτικών Δικαιωμάτων. Σκοπός αυτής της αλλαγής ήταν να βοηθηθούν τα σχολεία στο να βελτιώσουν τον δημόσιο προφορικό λόγο των παιδιών και γενικότερα να παρακινηθούν οι νέοι να ασχοληθούν περισσότερο με την κοινωνία και την πολιτική. Μεταξύ του Σεπτεμβρίου και του Νοεμβρίου του 2006, πάνω από 3.990 σχολεία προμηθεύτηκαν από το διαδίκτυο το ενημερωτικό και υποστηρικτικό υλικό της εκπομπής με σκοπό να βοηθηθούν οι καθηγητές στο να διδάξουν καλύτερα το μάθημα της πολιτικής διαπαιδαγώγησης στα σχολεία τους. Ο παρουσιαστής του παιχνιδιού, David Dimbleby, δήλωσε: «Για μία ακόμη φορά οι νέοι άνθρωποι έδειξαν ότι είναι παθιασμένοι με την πολιτική και πιο συγκεκριμένα με τα θέματα που επηρεάζουν την ζωή τους».

Ένα ακόμη παράδειγμα του BBC που αποδεικνύει τον στόχο που έχει βάλει στην ενδυνάμωση του πολιτικού φρονήματος είναι το δεύτερο συνέδριο το οποίο οργάνωσε τον Μάρτιο του 2006, ως μια ακόμη προσπάθεια να βρει τρόπους για να παρακινήσει τους

ανθρώπους να συμμετέχουν περισσότερο στα θέματα της κοινωνίας. Σκοπός του συνεδρίου ήταν να συζητηθούν τα πάντα που έχουν σχέση με το πολιτικό φρόνημα, από τον εθελοντισμό μέχρι τις εκλογές. Περισσότερα από εκατό άτομα έλαβαν μέρος, συμπεριλαμβανομένων των φιλανθρωπικών οργανώσεων, των πολιτικών γκρουπ και των εθελοντικών κινημάτων. Η καλύτερη ιδέα που προήλθε από αυτό το συνέδριο ήταν το πρόγραμμα “*Making It!*”, το οποίο στοχεύει στο να ενημερώσει όσο μεγαλύτερο κοινό γίνεται από το Νοτιοανατολικό Λονδίνο με σκοπό να εξαγοραστεί ο ραδιοφωνικός σταθμός Kent και έτσι οι απλοί πολίτες της περιοχής να είναι υπεύθυνοι για την έρευνα, την παραγωγή και την αναμετάδοση των ειδήσεων με λίγη μόνο βοήθεια από το ήδη υπάρχον προσωπικό του σταθμού.

Απεικονίζοντας την διαφορετικότητα

Το BBC έχει πολλές φορές ξεκαθαρίσει ότι θέλει να απεικονίζει όλα τα είδη κοινού που υπάρχουν στον κόσμο, και πιο συγκεκριμένα στην Μεγάλη Βρετανία. Σκοπός του είναι να μεταδίδει προγράμματα το περιεχόμενο των οποίων να μπορεί να το απολαμβάνει ένα διαφορετικό και διαρκώς αυξανόμενο κοινό. Το BBC, για παράδειγμα, είναι το μοναδικό κανάλι το οποίο έδωσε πρωταγωνιστικούς ρόλους σε άτομα με κινητικά προβλήματα και απεικόνισε τα θέματα που αντιμετωπίζουν τα άτομα αυτά με τόσο ρεαλιστική αλλά συνάμα και ρομαντική ματιά.

Όσον αφορά αυτή την ειδική ομάδα πληθυσμού το BBC έχει δώσει και άλλες φορές την δυνατότητα αναπαράστασης των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν και οι ίδιοι οι άνθρωποι αλλά και οι οικογένειές τους. Η κοινωνική- δραματική σειρά “*Magnificent 7*”, την οποία μετέδωσε το BBC Two, ασχολήθηκε ακριβώς με αυτό το ζήτημα των αυτιστικών παιδιών και των οικογενειών τους, καθώς επίσης και το θρίλερ “*Soundproof*” το οποίο μετέδιδε το BBC Two, απεικόνιζε και αυτό την αρμονική συνύπαρξη κουφών και μη ανθρώπων. Το BBC έχει επίσης ασχοληθεί και με θέματα κοινωνικού ρατσισμού, εθνικών μειονοτήτων αλλά και με θέματα που άπτονται θρησκευτικών ζητημάτων. Έχει κερδίσει, επίσης, τα μισά από τα είκοσι βραβεία της Επιτροπής για θέματα Φυλετικής Ισότητας και το βραβείο του «Μεντιακού Οργανισμού της Χρονιάς» για το 2006, λόγω της αναγνώρισης της σημαντικής συνεισφοράς και εκτίμησης που έχει δείξει το BBC σε θέματα φυλετικών σχέσεων και κοινωνικής ποικιλομορφίας στην Μεγάλη Βρετανία.

Εισακούγοντας το κοινό

Κάθε μέρα το τμήμα πληροφοριών του BBC συλλέγει και καταγράφει όλα τα τηλεφωνήματα και τα e-mails που δέχεται για τα προγράμματα του, είτε αυτά είναι σχόλια, είτε είναι

παράπονα είτε θετική κριτική. Για το 2005 μόνο, έλαβε 870.979 τηλεφωνήματα, δηλαδή περίπου 2.386 τηλεφωνήματα την ημέρα. Για να μπορέσει να βοηθηθεί και το BBC από αυτή την διαδικασία, οι πληροφορίες που συλλέγονται στέλνονται απευθείας στους διευθυντές και τους παραγωγούς προγραμμάτων του οργανισμού έτσι ώστε να τους δώσει ένα δείγμα του τι σκέφτεται ο κόσμος για τα προγράμματα που παρακολουθεί. Έρευνα που διεξήχθη από την εταιρία MORI έδειξε ότι το 2005/2006 το BBC είχε καλύτερη ανταπόκριση στα παράπονα του κοινού του. Αυτό δηλαδή σημαίνει ότι, το 38% των ανθρώπων που ερωτήθηκαν βρήκαν ότι το BBC απάντησε καλύτερα από όσα αναμένανε, ενώ ένα 47% δηλώνει ότι η απάντηση ήταν τουλάχιστον τόσο καλή όσο περίμεναν. Τα περισσότερα ζητήματα της επικοινωνίας του κοινού, αφορούν ερωτήματα προς το BBC και το 75% αυτών απαντάται άμεσα. Το 2005/2006 μόνο 206 παράπονα εξετάστηκαν από την ανεξάρτητη αρχή του BBC διεύθυνσης παραπόνων (ECU), από τα οποία τα 40 (19,5%) έχουν ήδη μερικώς ή ολοκληρωτικά εγκριθεί. Το ECU είχε ως στόχο να απαντάει στο 80% των παραπόνων μέσα σε είκοσι μέρες (ή σε 35 μέρες για πιο περίπλοκα θέματα) κάτι το οποίο όμως δεν κατέστη εφικτό. Με τις νέες όμως διαδικασίες, που θα εισαχθούν από τον Ιανουάριο του 2007, ελπίζει να επιτύχει τον στόχο του.

Κοινότητες

Το BBC έχει συνεισφέρει σημαντικά στην κατανόηση των ζητημάτων που οι κοινότητες της Μεγάλης Βρετανίας διαφαίνονται να έχουν ομοιότητες αλλά και πολιτιστικές διαφορές. Σίγουρα, αυτό που ενδιαφέρει περισσότερο το BBC είναι να φέρει τους ανθρώπους πιο κοντά και να τους ενώσει με ισχυρούς δεσμούς, για αυτό το λόγο αναζητά τρόπους που θα βοηθήσει το κοινό του να συμμετέχει σε κάθε τι που κάνει. Αυτό προσπαθεί να το επιτύχει με το να:

- A) Ενθαρρύνει τους ανθρώπους να μαθαίνουν καινούργιες δεξιότητες
- B) Βοηθάει τα κοινοτικά προγράμματα μέσω της χρηματοδότησης
- Γ) Ενθαρρύνει τον εθελοντισμό
- Δ) Συνεργάζεται με τα παιδιά
- E) Διαδραματίζει έναν πιο ουσιαστικό ρόλο στο να υποστηρίζει τις τοπικές κοινότητες
- Z) Ενθαρρύνει τους ανθρώπους να μην μένουν στάσιμοι

Το 2005 επένδυσε 26,2 εκατομμύρια δολάρια για κοινοτικά προγράμματα, δηλαδή 19% αύξηση σε σύγκριση με το 2004. Η «Μεγάλη οθόνη» αποτελεί ένα σημαντικό παράδειγμα κοινοτικής πρωτοβουλίας αφού το BBC είχε τοποθετήσει επτά γιγαντοοθόνες σε διάφορες περιοχές της Μεγάλης Βρετανίας για να αναμεταδίδουν δωρεάν ειδήσεις, αθλητικά νέα, καιρό, μουσική αλλά ταυτόχρονα και τα νέα της τοπικής κοινότητας.

- Προώθηση της γνώσης

Το πρόγραμμα του BBC Video Nation είναι μια ήδη γνωστή μέθοδος που χρησιμοποίησε το BBC και το 2005 για να βοηθήσει τους ανθρώπους, χρησιμοποιώντας την τεχνολογία, να συζητήσουν οτιδήποτε τους ενδιαφέρει από την φτώχεια μέχρι την ποίηση. Το 2006, η ομάδα του Video Nation δημιούργησε ένα πρόγραμμα, «30 Ημέρες 30 Κοινότητες», το οποίο έδινε την ευκαιρία στο τοπικό κοινό του BBC να μιλήσει για την ζωή του στην κοινότητα και πως αυτή επηρεάζεται από τις πολιτισμικές και εθνικές τους καταβολές.

Το πρόγραμμα επίσης “*Skillswise*” είναι ένα ακόμη κοινοτικό πρόγραμμα το οποίο όμως απευθύνεται κυρίως στους ενήλικες που θέλουν να βελτιώσουν την ανάγνωση, την γραφή και τα μαθηματικά τους. Στόχο έχει να εξελιχθεί σε ένα πετυχημένο διαδικτυακό κοινοτικό πρόγραμμα που φέρνει σε επαφή καθηγητές και μαθητές με έναν τρόπο δημιουργικό και παρακινητικό, μοιράζοντας εμπειρίες και ιδέες. Για το 2006, περίπου 410.000 άνθρωποι το μήνα χρησιμοποίησαν την ιστοσελίδα, σημείωσε δηλαδή 60% μεγαλύτερη αύξηση σε σχέση με το 2005.

-Φιλανθρωπικές δωρεές

Αν και το καταστατικό του BBC δεν επιτρέπει τις άμεσες δωρεές, όπως έχει ξαναειπωθεί, αυτό δεν αποτελεί εμπόδιο για το BBC να μην προσπαθεί να βοηθήσει όσους το έχουν ανάγκη. Το BBC κάνει δωρεές σε φιλανθρωπικές οργανώσεις ή σε εθελοντικούς συνεταιρισμούς και όσον αφορά το 2006 οι δωρεές περιελάμβαναν:

- 24.000 δολάρια σε έναν παιδότοπο στην περιοχή Wiltshire, με σκοπό να πληρωθεί ένας ειδικός σύμβουλος για να βοηθήσει τα παιδιά που αντιμετωπίζουν προβλήματα επικοινωνίας
- 39.848 δολάρια σε ένα σχέδιο δημιουργίας γηπέδου ποδοσφαίρου για την περιοχή Birmingham, το οποίο θα βοηθήσει τα παιδιά να ξεφύγουν από τους κινδύνους των ναρκωτικών και των συμμοριών
- 52.852 δολάρια σε μια φιλανθρωπική οργάνωση στο Northumberland για να δημιουργήσει μεγαλύτερους χώρους υποδοχής.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι το BBC έχει ξεκινήσει την φιλανθρωπική του δράση από το 1927.

Σε αντίθεση με άλλα τηλεοπτικά μέσα, το BBC δεν επιδιώκει να κάνει κέρδος από τις τηλεφωνικές ψηφοφορίες που έχουν κάποια τηλεπαιχνίδια. Από την στιγμή που με αυτά τα χρήματα καλύπτει τα βασικά του έξοδα, όλα τα υπόλοιπα προορίζονται για φιλανθρωπικούς σκοπούς. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το τηλεπαιχνίδι “Fame Academy”, το οποίο αν

και τώρα πια δεν μεταδίδεται, έχει αφήσει μια σημαντική «κληρονομιά». Με τα χρήματα τα οποία μαζεύτηκαν συστάθηκε η υποτροφία Fame Academy η οποία συγκέντρωνε τα χρήματα από τις τηλεφωνικές ψηφοφορίες του Fame Academy αλλά και άλλων παρόμοιων τηλεπαιχνιδιών. Έτσι λοιπόν, για το 2006 μαζεύτηκαν συνολικά 2,6 εκατομμύρια δολάρια με τα οποία αγοράστηκαν καινούργια μουσικά όργανα για 155 παιδιά ηλικίας 11 με 15, και 37.500 δολάρια δόθηκαν ως υποτροφίες για τρία χρόνια για να βοηθηθούν πέντε μουσικοί κλασσικού ρεπερτορίου.

-Συνεργασία με παιδιά

Τα παιδιά αποτελούν μια πολύ σημαντική ομάδα κοινού, ίσως την σημαντικότερη, αφού έχουν τα δικά τους χαρακτηριστικά γνώρισμα και είναι περισσότερο ευαίσθητα σε σχέση με τις άλλες ομάδες πληθυσμού. Το BBC έχει αποδείξει πολλάκις την ευθύνη που αισθάνεται απέναντι τους και αναζητά συνεχώς πρωτοποριακούς τρόπους να παρέχει στους νέους ανθρώπους εμπειρίες και ευκαιρίες εξέλιξης. Δεκάδες προγράμματα στοχεύουν αποκλειστικά στα παιδιά με σκοπό είτε την ψυχαγωγία είτε την εκπαίδευση τους. Το BBC έχει δημιουργήσει εκπαιδευτικές ιστοσελίδες όπως η *BBC Bitesize* και η *BBC Jam* όπως επίσης και δημιουργικές- ψυχαγωγικές διαδικτυακές ευκαιρίες όπως το *BBC Blast* και το *MusicLab*. Το πρόγραμμα "*School Report*", σχεδιασμένο από το τμήμα ειδήσεων του BBC δίνει την ευκαιρία σε παιδιά 12 με 13 ετών να δημιουργήσουν το δικό τους σύντομο δελτίο ειδήσεων και να το προβάλλουν μετά στο διαδίκτυο. Με αυτήν την ευκαιρία τα παιδιά αντιλαμβάνονται τι σημαίνει να είσαι δημοσιογράφος και πως παράγεται ένα τηλεοπτικό δελτίο ειδήσεων.

Το πρόγραμμα *BBC Bitesize* είναι ακόμη μια εκπαιδευτική πρωτοβουλία του BBC. Ουσιαστικά μέσω του διαδικτύου βοηθάει τα παιδιά στην επανάληψη των κυριότερων μαθημάτων τους με την χρήση διάφορων διαγωνισμάτων. Οι χρήστες αυτής της ιστοσελίδας φτάνουν στο νούμερο ρεκόρ των 2,5 εκατομμυρίων παιδιών, δηλαδή το 70% των νέων. Σε σύγκριση με το 2005, η αύξηση που σημειώθηκε είναι 50%. Το 2006, το BBC προχώρησε και σε πιο πρωτοποριακές εξελίξεις καθώς το περιεχόμενο της ιστοσελίδας μπορεί να είναι διαθέσιμο πλέον και μέσω κινητών τηλεφώνων και διαδραστικής τηλεόρασης. Ακόμη, οι χρήστες μπορούν να «κατεβάσουν» MP3 αρχεία και ειδικά εκπαιδευτικά παιχνίδια επανάληψης των μαθημάτων, συνδυάζοντας έτσι διασκέδαση με μάθηση. Υπάρχουν ακόμη ειδικές ιστοσελίδες για ανθρώπους με μαθησιακές δυσκολίες και άλλα προβλήματα.

- Υποστήριξη τοπικών κοινοτήτων

Το Media Village στο White City του Δυτικού Λονδίνου διαδραματίζει έναν πολύ σημαντικό ρόλο στην ανάπλαση των μη προνομιούχων και παραμελημένων περιοχών του

Δυτικού Λονδίνου. Κατά τη διάρκεια των σταδίων του σχεδιασμού του, είχε αναγνωριστεί ότι υπήρχε ανάγκη το καινούργιο κτίριο του BBC να ήταν απολύτως ενοποιημένο με το ήδη υπάρχον περιβάλλον της κοινότητας και ότι τα καινούργια κτίρια, και το Media Centre, θα έπρεπε να παρείχαν όλες τις απαιτούμενες υπηρεσίες στους κατοίκους της περιοχής. Το ισόγειο του Media Centre, για παράδειγμα, στεγάζει ένα ταχυδρομείο και ένα super market, για να εξυπηρετεί και τους κατοίκους της περιοχής και το προσωπικό του BBC.

Γενικά, το BBC συνεργάζεται και επικοινωνεί όσο περισσότερο μπορεί με τους κατοίκους και τις τοπικές αρχές, έτσι ώστε να βελτιώσει την πρόσβαση των ανθρώπων στις πηγές και τις παροχές που προσφέρει το BBC. Το 2006, ήταν ένα έτος ανάπτυξης για τα Open Centres, όπως το Media Centre, καθώς άνοιξαν δυο καινούργια στο Coventry και στο Leicester, ανεβάζοντας έτσι τον αριθμό, οκτώ στην Αγγλία και ένα στην Ουαλία. Οι στόχοι των Open Centres είναι κυρίως τέσσερις. Πρώτον, να συνεργάζονται και να επικοινωνούν με τις κοινότητες, δεύτερον να προεκτείνονται σε καινούργια ακροατήρια, τρίτον να εξελίσσουν τις βασικές γνώσεις για τα μέσα ενημέρωσης και τελευταίο να προωθούν το ίδιο το BBC. Είναι σημαντικό να αναφερθεί τέλος ότι, τα κέντρα αυτά χρηματοδοτούνται, κατά κύριο λόγο, από το BBC αλλά συνεργάζονται επίσης με εξωτερικές εκπαιδευτικές και μη κερδοσκοπικές οργανώσεις σε όποια περιοχή του πλανήτη και αν βρίσκονται. Η επιλογή, βέβαια, αυτών των εξωτερικών συνεργατών γίνεται με πολύ αυστηρά κριτήρια μετρώντας την επίδραση που θα έχουν οι πράξεις και οι δράσεις τους στην κοινότητα.

Το BBC έχει επίσης ξεκινήσει, από το 2005, ένα νέο εκπαιδευτικό κοινοτικό πρόγραμμα το οποίο παρέχει δωρεάν μαθήματα ηλεκτρονικών υπολογιστών στους κατοίκους των κοινοτήτων, αλλά μέσα σε ειδικά διαμορφωμένα λεωφορεία του ίδιου του BBC. Ήδη, στην Αγγλία υπάρχουν δέκα τέτοια λεωφορεία, καθώς επίσης δύο διαθέτει η Ουαλία και ένα η Βόρεια Ιρλανδία. Στο διάστημα 2005- 2006 370.000 άνθρωποι επισκέφθηκαν τουλάχιστον ένα λεωφορείο.

Οι άνθρωποι του BBC, είναι αλήθεια, ότι θα ήθελαν να επεκτείνουν τις δραστηριότητες τους για να βοηθήσουν και τις τοπικές κοινωνίες και προς την Βόρεια πλευρά της Αγγλίας. Οι ήδη υπάρχουσες προτάσεις αφορούν την περιοχή του Salford με σκοπό να αναπτυχθεί η περιοχή οικονομικά, πολιτισμικά αλλά και βιομηχανικά. Το BBC συνεργάζεται ήδη με μια Βορειοδυτική αναπτυξιακή εταιρεία (NWDA) με σκοπό να σχεδιάσουν μαζί τα πλάνα τους. Είναι χαρακτηριστικό ότι η εταιρεία πιστεύει ότι αν δημιουργηθεί τελικά κάποιο Open Centre στην περιοχή του Salford αυτό αυτόματα θα δημιουργήσει 4.400 επιπλέον θέσεις εργασίας και θα αυξήσει κατά 1,5 δισεκατομμύρια δολάρια την τοπική οικονομική αγορά για τα επόμενα δέκα χρόνια.

Το BBC, στο πλαίσιο υποστήριξης των κοινοτήτων αλλά και των ανθρώπων γενικότερα, έχει δημιουργήσει την δική του φιλανθρωπική οργάνωση, την *World Service Trust*, η οποία έχει ως στόχο να βελτιώσει την ζωή των ανθρώπων του Τρίτου κόσμου και να διαχειριστεί το

θέμα της φτώχειας, με την πρωτοποριακή χρήση των μέσων. Η *World Service Trust* ιδρύθηκε το 1999 και μέχρι σήμερα λειτουργεί σε περισσότερες από πενήντα χώρες με την βοήθεια αρκετών συνεταιρικών οργανώσεων και τοπικών ή εθνικών αναπτυξιακών εταιριών. Τα βασικά θέματα με τα οποία καταπιάνεται είναι η βελτίωση της υγείας, της εκπαίδευσης και των τοπικών μέσων ενημέρωσης. Το πιο πρόσφατο είναι η πολύ επιτυχημένη καμπάνια ενημέρωσης που οργάνωσε για τον ιό του Aids στο Αφγανιστάν, η οποία ονομάζεται “New Home New Life”.

Συνεταιρισμοί

Το BBC αναγνωρίζοντας την επίδραση που μπορεί να έχουν οι συνεταιρισμοί, θέλει να δημιουργεί συνεχώς νέες εργασιακές σχέσεις με στόχο να ανοιχτούν μπροστά του καινούργιες λεωφόροι δημιουργικών ευκαιριών. Για παράδειγμα, έχει διαπιστώσει ότι για να έχει μεγαλύτερο ποσοστό επίδρασης στο κοινό του, θα ήταν χρήσιμο να δημιουργήσει επίσημους δεσμούς και δίκτυα επικοινωνίας με άλλες μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις οι οποίες μοιράζονται συμπληρωματικούς στόχους. Διαμέσου αυτών των συνεταιρισμών ισχυροποιούνται οι σχέσεις και οι διασυνδέσεις με την ευρύτερη κοινωνία και μπορούν να πραγματοποιηθούν πιο εύκολα όλες οι δυνατότητες πολλών προγραμμάτων και επικείμενων σχεδίων.

Το 2006 συνεχίστηκε, για παράδειγμα, η καμπάνια “*Breathing Places*”, η οποία είχε ως στόχο την υποκίνηση εκατομμυρίων ανθρώπων να ενασχοληθούν ενεργά και δραστικά με την βελτίωση του τοπικού φυσικού περιβάλλοντος. Με την βοήθεια και κάποιων συνεταιριστικών οργανώσεων, όπως η Countryside Agency, η National Trust και η Forestry Commission, έχουν ήδη δημιουργηθεί δεκάδες «τοπία ανάσας» σε ολόκληρη την Μεγάλη Βρετανία.

Το BBC, το 2005, εισήγαγε ένα νέο Συνεταιριστικό Κώδικα ο οποίος περιγράφει τις βασικές υποχρεώσεις των συνεταιίρων του με σκοπό όλα τα ζητήματα να αντιμετωπίζονται δίκαια και με αμεροληψία. Με τον νέο αυτό Κώδικα παρουσιάζεται επίσης και η νέα προσέγγιση του BBC για την συνεργατική λειτουργία.

Ολόκληρος ο Συνεταιριστικός Κώδικας του BBC συνοψίζεται σε δώδεκα θέματα:

- 1) Το BBC αναζητά να εργαστεί με συνεταιίρους οι οποίοι μοιράζονται τις ίδιες δεσμεύσεις με το BBC, να προσφέρουν δηλαδή στο κοινωνικό γίγνεσθαι της Μεγάλης Βρετανίας, αλλά και στο διεθνές κοινό, διαμέσου των δράσεων που θα αναλάβουν μαζί.

- 2) Το BBC θα εισέρχεται σε συνεταιρισμό με πνεύμα εξερεύνησης, αμεροληψίας και ειλικρίνειας στις ιδέες, αναγνωρίζοντας παράλληλα ότι οι συνεταιρισμοί μπορεί να πάρουν πολλές κατευθύνσεις και μορφές.
- 3) Το BBC πρέπει να διαβεβαιώσει από την αρχή ότι οι αρχικές του δεσμεύσεις για αμεροληψία και ακεραιότητα δεν θα συμβιβάζονται με κανενός είδους συνεταιριστικούς διακανονισμούς και ακόμη ότι παραμένει ο μοναδικός ελεγκτής της απόδοσης του.
- 4) Το BBC θα διαδίδει τους συνεταιριστικούς στόχους του ευρέως και ξεκάθαρα σε όλους. Οι πιο πρόσφατοι στόχοι σχετικά με τις συνεταιριστικές ευκαιρίες θα είναι διαθέσιμοι και στην ηλεκτρονική σελίδα του, στην bbc.co.uk.
- 5) Το BBC θα απαντά σε όλες τις δυνατικές ή μη προτάσεις συνεργασίας σε σύντομο χρονικό διάστημα και με τον ανάλογο τρόπο. Κάθε ευκαιρία συνεργασίας θα κρίνεται κάτω από δίκαια κριτήρια και αν τυχόν δεν προκύπτει συνεργασία το BBC θα πρέπει να εξηγεί και το γιατί.
- 6) Το BBC θα συνεργάζεται με πιθανούς συνέταιρους του, πριν ακόμη προκύψει η συμφωνία, για να προσδιορίσουν τους αμοιβαίους αποδεκτούς στόχους, τα χρονοδιαγράμματα, τις αξίες και τις αποδόσεις. Και κατά τη διάρκεια όμως του συνεταιρισμού θα βρίσκεται σε διαρκή επικοινωνία με όλα τα συμβαλλόμενα μέρη για να επιβεβαιώνεται ότι όλοι οι συνέταιροι έχουν ξεκάθαρες δεσμεύσεις και προσδοκίες.
- 7) Το BBC θα συνεργάζεται δίκαια με όλους τους συνέταιρους για να επιθεωρούν τους στόχους, τα χρονοδιαγράμματα, τις αξίες και τις αποδόσεις σε τακτά χρονικά διαστήματα. Όπου χρειαστεί, θα επιθεωρούν και θα βελτιώνουν και την απόδοση του ίδιου του BBC με το να διαχειρίζονται τους συνεταιρισμούς του και να επιμένουν στην τήρηση του Συνεταιριστικού Κώδικα.
- 8) Το BBC θα συνεργάζεται με όλους τους συνέταιρους για να διαβεβαιώνεται ότι όλοι οι συνεταιρισμοί είναι αμοιβαία ευεργετημένοι, ότι η αναγνώριση για τον κάθε συνεταιρισμό μοιράζεται δίκαια σε όλα τα συμβαλλόμενα μέρη και ότι, όπου χρειάζεται, το προφίλ του συνεταιρισμού θα υπερτονίζεται σε εξωτερικά και εσωτερικά ακροατήρια κοινού.
- 9) Το BBC στοχεύει στο να βελτιώνει συνεχώς την εσωτερική διαχείριση των συνεταιρισμών του με το να προσφέρει κατευθυντήριες οδηγίες και ειδική εκπαίδευση στο προσωπικό του, προσπαθώντας επίσης να συνεργάζεται με τους συνέταιρους του για να προσδιορίσει και να αναπτύξει έτσι τις δομές, τις δεξιότητες και τους ανθρώπους που θα υποστηρίξουν αυτούς τους συνεταιρισμούς του.
- 10) Όλοι οι συνεταιρισμοί θα εκτελούνται κάτω από γραπτές και υπογεγραμμένες συμφωνίες. Με το πέρας των συζητήσεων και των συμφωνιών μεταξύ των

συνεταίρων, αυτοί οι όροι θα αντικατοπτρίζουν την φιλοδοξία και την φύση του συνεταιρισμού και θα παρουσιάζουν την συνεισφορά, τις υποχρεώσεις, τις διορθώσεις και τις ασφαλιστικές δικλίδες για τα δικαιώματα και τα ενδιαφέροντα του καθενός συνεταίρου ξεχωριστά.

- 11) Οι συνεταιρισμοί πρέπει να εκφράζουν τις αξίες του BBC, να υπόκεινται σε υποχωρήσεις ανταγωνιστικών νόμων και να συμμορφώνονται με τις κατευθυντήριες γραμμές του BBC, του δίκαιου εμπορίου, των εμπορικών σημάτων και όποιων άλλων εφαρμόσιμων κανονισμών και νόμων.
- 12) Το BBC δεσμεύεται να συνεργάζεται στενά με τους συνέταιρους του με σκοπό να επιλυθούν οι οποιεσδήποτε διαφορές τους όσο το δυνατόν γρηγορότερα. Παρόλα αυτά οποιεσδήποτε άλυτες παρεξηγήσεις συμβαίνουν, θα διευθετούνται από συγκεκριμένο στέλεχος του BBC, το οποίο με την βοήθεια κάποιου αντιπροσώπου από την μεριά του συνέταιρου θα επιθεωρούν και θα ενεργούν ως απαιτείται.

Ο συγκεκριμένος Συνεταιριστικός Κώδικας ορίζει ξεκάθαρα τι ψάχνει το BBC για τους συνεταιρισμούς του και τι δεσμεύσεις πρέπει να γίνουν και από τις δυο πλευρές για να προχωρήσει η συνεργασία.

Εργασιακό περιβάλλον

Το προσωπικό του BBC ζητάει συνεχώς και επίμονα ο οργανισμός να φέρεται πιο φιλικά προς το περιβάλλον σε κάθε του δραστηριότητα. Να αποδεικνύει δηλαδή συνεχώς ότι ανακυκλώνει όσο περισσότερο μπορεί, χρησιμοποιεί μικρότερη ποσότητα ενέργειας και μειώνει συνεχώς τον αριθμό των απορριμμάτων. Τον Νοέμβριο του 2006 το BBC ανέλαβε μια μεγάλη πρωτοβουλία με τίτλο “*Big Switch off Day*” ζητώντας από το προσωπικό του να σβήνει τα μη χρησιμοποιούμενα μέσα, όπως τα φωτοτυπικά, και να κλείνουν για όλη την νύχτα τους υπολογιστές τους, εξοικονομώντας έτσι περισσότερη ενέργεια. Τα αποτελέσματα ήταν εντυπωσιακά. Σε όλα τα κτίρια του BBC στο Λονδίνο και στη Σκωτία, εκεί όπου βρίσκεται και το μεγαλύτερο ποσοστό του προσωπικού, 2,6 τόνοι διοξειδίου του άνθρακα δεν εκκενώθηκαν στην ατμόσφαιρα ως αποτέλεσμα της πρωτοβουλίας του BBC. Βέβαια, αυτές οι πρωτοβουλίες για να έχουν αποτέλεσμα και στο μέλλον δεν πρέπει να γίνονται μόνο σε περιορισμένο χρονικό διάστημα αλλά συνεχόμενα. Ο στόχος των κτιρίων στο Λονδίνο και στη Σκωτία είναι να μειώνουν την ενεργειακή κατανάλωση χρόνο με το χρόνο στο 3%. Επίσης, θέλουν να βοηθήσουν το BBC να βρεθεί στα επίπεδα των διεθνών περιβαλλοντικών πρακτικών του ISO 14001 μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2008. Γι αυτό το λόγο έχουν εισάγει νέες διαρθρωτικές επεμβάσεις και αλλαγές όπως για παράδειγμα ένα σύστημα μέτρησης για να ελέγχουν την ενεργειακή κατανάλωση, την απελευθέρωση αερίων και τέλος την χρήση

νερού. Στο κτίριο του Λονδίνου συγκεκριμένα, έχει ξεκινήσει ένα νέο πιλοτικό πρόγραμμα για να κλείνουν τα φώτα στις 7 το απόγευμα αντί για τις 11 το βράδυ. Οι αισθητήρες επίσης, έχουν ρυθμιστεί έτσι, ώστε τα φώτα τα οποία ανάβουν με την κίνηση του ανθρώπου να κλείνουν μετά από 15 λεπτά λειτουργίας, εφόσον δεν έχει παρατηρηθεί κίνηση στον χώρο αντί για μισή ώρα που ίσχυε μέχρι πρότινος.

- Προσωπικό

Το BBC απασχολεί περίπου 24.500 ανθρώπους σε όλον τον πλανήτη, σε διάφορα επαγγέλματα από κάμεραμαν μέχρι λογιστές και από δημοσιογράφους μέχρι τεχνικούς. Το BBC έχει αποδείξει πολλές φορές κατά την διάρκεια της λειτουργίας του, ότι το ταλέντο και η ικανότητα του προσωπικού του θα επιβραβεύεται. Η ετήσια έρευνα προσωπικού, η οποία διεξάγεται κάθε χρόνο από την εταιρεία MORI, είναι ένας τρόπος να εισακουστούν τα «θέλω» του προσωπικού και να δει το BBC τι κάνει καλά και σε τι πρέπει να αλλάξει τακτική. Όσον αφορά την έρευνα που διεξήχθη το 2006, 11.337 μέλη του προσωπικού απάντησαν σε σχετικό ερωτηματολόγιο και τα βασικά αποτελέσματα ήταν ότι όταν:

- Το 85% του προσωπικού δηλώνει υπερήφανο που δουλεύει για λογαριασμό του BBC
- Το 83% του προσωπικού πιστεύει ότι το BBC έχει ανάγκη από διαρθρωτικές αλλαγές και επεμβάσεις
- Δυστυχώς όμως, μόνο το 33% του προσωπικού αισθάνεται ότι η επικοινωνία μέσα στο BBC είναι ανοιχτή και ειλικρινής.

Το BBC έχει δεσμευτεί να υποστηρίζει και να ενθαρρύνει το προσωπικό του έτσι ώστε να είναι πιο δημιουργικό. Το 2006 ξεκίνησε δυο νέα πιλοτικά προγράμματα, το *Audience Festival* και το *Storytelling Festival*, με σκοπό να αποκτήσει βαθύτερη και καλύτερη γνώση στο τι θέλει ακριβώς το προσωπικό του από αυτό. Οι νέες αυτές πρωτοβουλίες δίνουν επίσης την δυνατότητα στο BBC να καταλάβει τι θέλει και το ίδιο το κοινό του από αυτό, γιατί του δίνεται η ευκαιρία να μιλήσει απευθείας με αυτό και να ανταλλάξουν και απόψεις πάνω στα θέματα που τους απασχολούν. Το 2006, συμμετείχαν στην έρευνα 1.317 μέλη του κοινού και 5.323 μέλη του προσωπικού του BBC, με σκοπό να βρεθεί τι κοινά στοιχεία έχουν ή δεν έχουν αυτές οι δυο ομάδες. Τα αποτελέσματα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

Ερώτηση	Προσωπικό	Κοινό
Ανησυχείτε για τα χρήματα;	51%	42%
Είστε ευχαριστημένοι από τη δουλειά σας;	62%	38%
Βγαίνετε τακτικά έξω για φαγητό;	40%	14%
Είστε απογοητευμένοι από τους πολιτικούς;	45%	44%

Το BBC προσπαθεί, όλα αυτά τα χρόνια, το προσωπικό το οποίο εργάζεται για λογαριασμό του να είναι αντιπροσωπευτικό, όσο είναι δυνατό, του κοινού το οποίο υπηρετεί. Το 2006 για παράδειγμα, το 2,6% του προσωπικού είχε κάποιο κινητικό πρόβλημα, το 10,4% προερχόταν από κάποια εθνική μειονότητα και το 5,1% των διοικητικών στελεχών του είχαν κάποιου είδους σχέση, γενεαλογικά, με εθνικές μειονότητες. Αυτά τα στοιχεία όμως, για να απεικονίζουν καλύτερα την πραγματικότητα πρέπει, με το πέρασμα του χρόνου, να αυξάνονται σταδιακά, κάτι για το οποίο το BBC έχει δεσμευτεί. Ο παρακάτω πίνακας δείχνει πιο ξεκάθαρα τα παραπάνω στοιχεία:

Διαφορετικότητα στον εργασιακό χώρο το 2006 για το BBC

Γυναίκες	49,9%
Γυναίκες σε διοικητικές θέσεις	39,1%
Εθνικές μειονότητες	10,6%
Εθνικές μειονότητες σε διοικητικές θέσεις	5,1%
Άτομα με κινητικά προβλήματα	2,6%

Το BBC παρέχει επίσης στο προσωπικό του μαθήματα εκπαίδευσης και προσωπικής εξέλιξης. Το τμήμα Training & Development του BBC, παρέδωσε, μεταξύ Απριλίου και Νοεμβρίου του 2006, 4.785 είδη μαθημάτων και εκπαίδευσε συνολικά 23.107 ανθρώπους. Αυτό επιτεύχθηκε, βέβαια, και με την βοήθεια των ηλεκτρονικών μαθημάτων, μέσω του διαδικτύου, όπου έγινε πιο αποτελεσματική χρήση του υλικού και του προσωπικού του BBC. Στα εκπαιδευτικά τμήματα, τα οποία παρέχει το BBC, μπορεί να λάβει μέρος ελεύθερα όποιος το επιθυμεί ακόμα και αν, δεν ανήκει στο εργασιακό δυναμικό του.

Επίσης, παρέχεται εκπαίδευση και σε άλλες εξωτερικές εταιρείες του επικοινωνιακού και μεντιακού χώρου, οι οποίες το επιθυμούν. Ήδη, έχουν δηλώσει συμμετοχή 150 εταιρείες. Τα χρήματα από αυτά τα εκπαιδευτικά προγράμματα, το BBC τα διαθέτει στην επανεπένδυση και στην δωρεά νέων και καλύτερων εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Το ζητούμενο βέβαια όλων αυτών των προγραμμάτων είναι, μετά το πέρας της εκπαίδευσης, οι συμμετέχοντες να είναι σε θέση να χρησιμοποιήσουν όσα έμαθαν και στο εργασιακό τους περιβάλλον, για το καλό της επιχείρησης για την οποία δουλεύουν. Στοιχεία και δεδομένα από αυτήν την υπόθεση, ήδη, συλλέγονται και αξιολογούνται. Από τα πρώτα, πάντως στοιχεία το 81% των ερωτηθέντων απάντησε ότι χρησιμοποιεί σταδιακά, όλο και περισσότερο, όλα όσα έχει μάθει στα προγράμματα κατάρτισης, στον εργασιακό του χώρο.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παγκοσμιοποίηση και η απελευθέρωση των αγορών, οι εξελίξεις στις τεχνολογίες και στις επικοινωνίες, η αυξανόμενη επιρροή της κοινωνίας των πολιτών και των μη κυβερνητικών οργανώσεων, η αλλαγή του παραδοσιακού ρόλου του κράτους, είναι παράγοντες που αλληλοσυνδέονται και διαμορφώνουν ένα νέο κοινωνικοπολιτικό πλαίσιο στη σημερινή κοινωνία. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, οι επιχειρήσεις επαναδιαπραγματεύονται τη θέση και τις ευθύνες τους απέναντι στην κοινωνία. Η ενσωμάτωση δραστηριοτήτων με κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική διάσταση, δεν νοείται πια ως έκφραση φιλανθρωπίας ούτε ως αφορμή για δημόσιες σχέσεις, αλλά συνειδητή επιλογή ενεργούς συμμετοχής στη συλλογική προσπάθεια για κοινωνική συνοχή, ευημερία και πρόοδο.

Στο νέο αυτό οικονομικό περιβάλλον, οι εταιρείες δεν κρίνονται πλέον μόνο με βάση τα οικονομικά τους αποτελέσματα, την ευρωστία τους ή την οικονομική τους δύναμη. Η κοινωνία έχει άλλες, περισσότερο σύνθετες απαιτήσεις για το ρόλο και τις ευθύνες των εταιρειών, με κριτήρια και κοινωνικά και περιβαλλοντικά και πολιτιστικά.

Οι διεθνείς πρακτικές μέχρι σήμερα έχουν δείξει ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν αφορά μία μόνο διεύθυνση της επιχείρησης, καθώς δεν μπορεί να ταυτιστεί ούτε μόνο με τις πολιτικές στο εσωτερικό της επιχείρησης και τους εργαζομένους της, ούτε με τις στρατηγικές της για την ανάπτυξή της στις αγορές, ούτε μόνο με την προβολή της εικόνας της επιχείρησης. Η ώριμη προσέγγιση της ΕΚΕ αντικατοπτρίζεται σε όλες τις δραστηριότητες της επιχείρησης που σχετίζονται με τους εργαζομένους την κοινωνία, τους πελάτες, το περιβάλλον και γενικότερα όλους τους συμμετόχους (Stakeholders). Ουσιαστικά η ΕΚΕ έχει να κάνει με την αποτελεσματική και ισορροπημένη διαχείριση των αναγκών όλων των συμμετόχων με ενέργειες που υπερβαίνουν την εκάστοτε νομοθεσία.

Όπως ήδη έχει εφαρμοστεί σε ώριμες εταιρείες η αποτελεσματική διαχείριση της ΕΚΕ απαιτεί τον συντονισμό πολλών τμημάτων της εταιρείας. Το ουσιαστικό νόημα που κρύβεται πίσω από τη φιλοσοφία της κοινωνικής εταιρικής ευθύνης, δεν είναι μόνο οι χορηγίες ή φιλανθρωπίες που συχνά συνοδεύονται από εκτενείς φωτογραφήσεις σε εφημερίδες και περιοδικά. Υπάρχουν πολλοί τρόποι τους οποίους μπορεί να μεταχειριστεί ή «άλφα» ή η «βήτα» επιχείρηση, προκειμένου να αφήσει το στίγμα της στην κοινή γνώμη ως εταιρεία με αυξημένη Εταιρική Κοινωνική και Ηθική Ευθύνη. Ενας από τους πιο σημαντικούς και ολοκληρωμένους τρόπους είναι μέσα από ετήσιες εκθέσεις όπου πέρα από τα οικονομικά αποτελέσματα αποτυπώνονται τα κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά σε βάθος χρόνου. Η δημιουργία μιας τέτοιας έκθεσης γίνεται περισσότερο αντιληπτή ως ένα εργαλείο επικοινωνίας με τους συμμετόχους (μέτοχους, πελάτες, εργαζόμενους, συνεργάτες, κοινωνία)

που μπορεί να οδηγήσει σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, και καλύτερη φήμη εφόσον χρησιμοποιείται με τον σωστό τρόπο.

Όσον αφορά τα Media και ιδιαιτέρως τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ίσως να επικρατεί η αντίληψη ότι αποτελούν «άβατο» για την αναζήτηση πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Συμβαίνει όμως, όπως όλες οι επιχειρήσεις, έτσι και οι επιχειρήσεις των ΜΜΕ να πρέπει να συμβάλουν στο τρίπτυχο της βιώσιμης ανάπτυξης «περιβάλλον, άνθρωποι, κοινότητα». Δεν μιλάμε, βέβαια για την ευθύνη τους για εγκυρότητα και αξιοπιστία στην πληροφόρηση και στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Γιατί η ευθύνη αυτή, πέρα από το ότι διέπεται από νομοθεσία και κώδικες, συμβαίνει να βρίσκεται σταθερά και κάτω από τον μεγεθυντικό φακό του ελέγχου του κοινού στο οποίο και απευθύνονται. Άρα, η ευθύνη αυτή θεωρείται δεδομένο πως υπόκειται σε συντεταγμένες συμμόρφωσης.

Μεγάλοι και λιγότερο μεγάλοι οργανισμοί ΜΜΕ φιλοδόξησαν και τελικά αναδείχθηκαν «ηγέτες» της ΕΚΕ στον κλάδο τους και έχουν δεσμευθεί να συμπεριφέρονται «ως καλοί πολίτες». Αυτόν τον στόχο έβαλε το 2000, και το παγκοσμίου φήμης και εμβέλειας BBC, με ορίζοντα το 2005 να έχει αναδειχθεί, που όντως τελικά επιτεύχθει, ο «ηγέτης» των μη δημόσιων οργανισμών στα θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Εξαρχής, επίσης, είχε δηλώσει ότι ήταν πρόθυμο να μοιραστεί τη σχετική εμπειρία του και με άλλους μη δημόσιους οργανισμούς και, ακόμη, να δημιουργήσουν ένα πλαίσιο που θα ταίριαζε καλύτερα σε μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις. Σήμερα το BBC εκδίδει τον ετήσιο απολογισμό του με τις εταιρικές δραστηριότητες και τα επιτεύγματά του στο τρίπτυχο «περιβάλλον – άνθρωποι – κοινότητα» σύμφωνα με τον δικό του ορισμό, που προσδιορίζει το τι πρέπει να είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ενός οργανισμού παροχής υπηρεσιών ενημέρωσης.

Ιδιαίτέρως ευαισθητοποιημένο σε θέματα περιβάλλοντος, το BBC, πέρα από την επιτυχία των ενημερωτικών προγραμμάτων του και με τη συμμετοχή του κοινού για την προστασία της άγριας φύσης, πέρα από την εκστρατεία που βρίσκεται ήδη σε εξέλιξη και θα συνεχισθεί ως το 2008 για την εξάπλωση του πράσινου σε κάθε ελεύθερο χώρο, έχει επιτύχει και τους δικούς του δείκτες περιβαλλοντικής προστασίας. Η ανακύκλωση απορριμμάτων βρίσκεται στο 31% με φιλόδοξο στόχο του το 32%. Μείωσε τις εκπομπές CO₂ και το 95% της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας προέρχεται από εναλλακτικές πηγές όπως υδροηλεκτρικοί σταθμοί, αιολικές εγκαταστάσεις, φυσικό αέριο κ.ά.

Όλες οι επιχειρήσεις γενικά θα πρέπει να εφαρμόσουν την κοινωνική εταιρική ευθύνη συστηματικά στην πολιτική τους, για ένα καλύτερο αύριο, μειώνοντας έτσι το επιχειρηματικό ρίσκο και αυξάνοντας τις πιθανότητες της επιβιώσής τους.

Σε πανεπιστημιακό επίπεδο, η έρευνα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποτελεί ένα πολύ ενδιαφέρον θέμα προς μελέτη είτε σε διπλωματικό είτε σε διδακτορικό επίπεδο. Όσον αφορά την Ελλάδα, ο δρόμος είναι μακρύς αλλά σίγουρα έχει ενδιαφέρον να μελετηθεί σε βάθος

χρόνου ποια είναι η αντιμετώπιση των ελλήνων καταναλωτών απέναντι στις εταιρείες με ανεπτυγμένη δράση κοινωνικής ευθύνης, ποια είναι η συμπεριφορά τους απέναντι σε εταιρείες που δεν υιοθετούν τέτοιες πρακτικές και φυσικά την έρευνα της στάσης των μικρομεσαίων ελληνικών επιχειρήσεων που ακόμα διστάζουν να εμπλακούν με το θέμα, ίσως λόγω κυριαρχίας μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων. Μια δεύτερη πολύ ενδιαφέρουσα επίσης πλευρά του θέματος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, είναι η έρευνα στον τομέα των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και δη των οπτικοακουστικών μέσων. Αν και στην Ελλάδα μόνο ο τηλεοπτικός σταθμός ΣΚΑΙ αναλαμβάνει κάποιες ενέργειες, κυρίως περιβαλλοντικές (πχ. «Παρατηρητήριο στην Πάρνηθα» μετά την καταστροφική πυρκαγιά), θα ήταν χρήσιμο να βρεθούν τα αίτια αυτής της έλλειψης μιας οργανωμένης δράσης κοινωνικής ευθύνης, αν δηλαδή οφείλεται σε άγνοια, σε έλλειψη χρηματικών πόρων, σε έλλειψη ειδικευμένου επί του θέματος προσωπικού ή σε κάτι άλλο, και ταυτόχρονα να αναζητηθεί η πλευρά των καταναλωτών στο θέμα, δηλαδή πως βλέπουν την στάση των Media σε θέματα κοινωνικής ευθύνης, πως θα ήθελαν να είναι, και πολύ ενδιαφέρον επίσης θα ήταν ακόμη, να διερευνηθεί το ποσοστό των τηλεθεατών που πιστεύει λανθασμένα ότι άλλου είδους ενέργειες των τηλεοπτικών καναλιών (πχ. τηλεμαραθώνιοι) αποτελούν για αυτούς δράση κοινωνικής ευθύνης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον θα είχε επίσης να γίνει κάποια συγκριτική μελέτη των τηλεοπτικών μέσων με αξιολογη δράση στην ΕΚΕ, όπως είναι το βρετανικό BBC, με άλλα εγχώρια τηλεοπτικά κανάλια. Πώς θα μπορούσαν δηλαδή να παραδειγματιστούν τα ελληνικά μέσα με τις πρωτοβουλίες που έχει αναλάβει το BBC; Η ελληνική υπηρεσία του BBC, για παράδειγμα, που έχει κλείσει από το 2005 ξεκινώντας μια λαμπρή πορεία στις 24 Σεπτεμβρίου 1939, θα ήταν μια πολύ καλή ευκαιρία ανοίγοντας ξανά τις πόρτες της να αποτελέσει τον πυρήνα βοήθειας των ελληνικών μέσων σε θέματα κοινωνικής ευθύνης.

Με την εκπόνηση αυτή της διπλωματικής μελέτης, προστίθεται ένα ακόμα λιθαράκι στο σύγχρονο αυτό φαινόμενο της εποχής μας που ονομάζουμε «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη». Η πορεία ακόμη για την ολοκλήρωση του «οικοδομήματος» είναι μεγάλη και απαιτεί συνεχή ενημέρωση, πίστη στις αξίες, αγάπη για το περιβάλλον και τον άνθρωπο και πάνω από όλα υπομονή και αφοσίωση. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, αν και έχουν κατακριθεί πολύ τα τελευταία χρόνια, αποτελούν αδιαμφισβήτητο αρωγό σε αυτήν την προσπάθεια και σίγουρα παράδειγμα προς μίμηση για άλλες επιχειρήσεις. Το BBC έδειξε ξεκάθαρα τον δρόμο, σίγουρα υπάρχουν κριτικές, σίγουρα γίνονται και λάθη. Αλλά η ουσία είναι ότι η φύση, καλώς ή κακώς αργά ή γρήγορα, εκδικείται. Έτσι είναι οι νόμοι της φύσης, αυτή είναι η πορεία της ιστορίας και της ανθρωπότητας. Ας δώσουμε την ευκαιρία στα παιδιά μας να ζήσουν σε έναν κόσμο που τους αξίζει και ας συμπαρασταθούμε σε όσους μας τείνουν το χέρι να βοηθήσουμε τον κόσμο μας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βερνίκος, Νικόλας / Δασκαλοπούλου, Σοφία 2002: Πολυπολιτισμικότητα,

Αθήνα: Κριτική

Εταιρικές Αναφορές BBC 2000-2006, www.bbc.uk

Έρευνα για την τηλεόραση, δημοσιεύθηκε στην «Καθημερινή» στις 6/05/2007, από την εταιρεία δημοσκοπήσεων VPRC

Έρευνα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Υπεύθυνη Κατανάλωση- Ας δώσουμε το παρών», 3^η Μεγάλη Έρευνα καταναλωτή SCR 2007

Εφημερίδα «Καθημερινή» 27 Οκτ, 2006, με τίτλο «Και στα ΜΜΕ υπάρχουν ευαισθητοποιημένοι» της δημοσιογράφου Χριστίνας Δαμουλιάνου

Εφημερίδα «Το ΒΗΜΑ», 16/10/2005 , Σελ.: Α56 με τίτλο «Δημοσιογραφία χωρίς δημοσιογράφους»

Εφημερίδα «Καθημερινή», 04-02-07, με τίτλο «Κάθε πολίτης είναι και ένας ρεπόρτερ»

Εφημερίδα «Ελευθεροτυπία», 10/2/2005, σελ. 9

Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, www.csrhellas.gr

Ζάν Καζνέβ «Ο Άνθρωπος τηλεθεατής», Πύλη, 1979

Μακουέλ Ντένις, «Η θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας για τον 21^ο αιώνα», Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα 2003

Περιοδική Έκδοση για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη «Μέρισμα» από την «Καθημερινή», Μάιος 2007

«Πράσινο Βιβλίο, Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Βρυξέλλες, 18.7.2001 COM(2001) 366 τελικό

Patrick Dunleavy, «Η Διδακτορική Διατριβή», Εκδόσεις Πλέθρον, 2006

Gillmor Dan, «Εμείς είμαστε το μέσο», εκδόσεις Οξύ, 2006

«Le Monde Diplomatique- Μάχες για τα Μέσα» Εισαγωγή: Ignacio Ramonet, εκδόσεις Σαββάλας

Shirley Sagawa, Fli Segal, “Common Interest Common Good, Creating Value through Business and Social sector Partnerships”, Harvard business School Press, Boston, Massachussetts, 2000

McIntosh, Leipziger, Jones, Coleman, “Corporate Citizenship Successful Strategies for Responsible Companies”, Financial Times, Pitman Publishing

Georgina Born, Tony Prosser, “The Modern Law Review, Vol.64, No. 5. (Sep.,2001), pp.657-687 (Jstor)

Frederick S. Kiley, Alfred P. Holman, “The English Journal”, Vol.50, No. 9. (Dec., 1961), pp. 635-637 (Jstor)

John Coatman, “The Public Opinion Quarterly”, Vol.15, No.2. (Summer, 1951), pp.287-298 (Jstor)

Matten Dirk, Crane Andrew, “Corporate Citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization”, Academy of Management Review 2005, Vol.30, No. 1, 166-179

Sixth Framework Programme Priority 7, “Citizens and Governance in a Knowledge Based Society”, Understanding and Responding to Societal Demands on Corporate Responsibility (Response)

Greenwald Robert, “Outfoxed: Rupert Murdoch’s War on Journalism”, Full transcript

Discussion Paper, “Through the Looking Glass, Corporate Responsibility in the Media and Entertainment Sector”

Business Dictionary Harper Collins editions