

ΑΠΟ ΤΟ ΚΡΑΤΙΚΟ ΜΟΝΟΠΩΛΙΟ ΣΤΟ ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΟ ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ ΣΤΟΥΣ ΘΕΑΤΕΣ : ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ρόη Παναγιωτοπούλου, Επίκουρη Καθηγήτρια Πανεπιστημίου Αθηνών

1. Εισαγωγή

Η δημιουργία του πρώτου δημοτικού ραδιοφωνικού σταθμού το 1987 και των πρώτων ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών το 1989 σήμανε το τέλος του κρατικού μονοπωλίου ενημέρωσης και ψυχαγωγίας στο χώρο των ηλεκτρονικών Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ). Τα συμβάντα ακολούθησαν, με κάποια καθυστέρηση, ανάλογες εξελίξεις στον ευρωπαϊκό ραδιοτηλεοπτικό χώρο. Πρωτίστως όμως, συνδέθηκαν με την πολιτική συγκυρία και τις πολιτικές σκοπιμότητες της χώρας, οι οποίες υπαγορεύθηκαν περισσότερο από διαθέσιμες πολιτικού εντυπωσιασμού απ' τη μια πλευρά, και αμυντικής στάσης ελέγχου της κατάστασης από την άλλη, εν όψει των επικείμενων εκλογών, και όχι από κάποια εμπειριστατωμένη μελέτη των αναγκών και των δυνατοτήτων της ελληνικής ραδιοτηλεοπτικής αγοράς.¹

Η είσοδος του ιδιωτικού κεφαλαίου στο χώρο των ηλεκτρονικών ΜΜΕ συντελείται σε μια περίοδο παρατεταμένης οικονομικής κρίσης και ταυτόχρονα κρίσης στη διαχείριση της πολιτικής εξουσίας. Η αξιοπιστία των κομμάτων έχει τρωθεί χωρίς να διαφαίνονται σημεία ανάκαμψης, ο ρόλος του κοινοβουλίου ως χώρου εκφοράς δημόσιου πολιτικού λόγου έχει υποβαθμιστεί, ενώ οι περισσότεροι συλλογικοί φορείς διεκδίκησης συμφερόντων αδυνατούν να συσπειρώσουν τις δυνάμεις τους.

Οι συγκυρίες επέβαλαν λοιπόν τις δικές τους δυναμικές στη διαδικασία απορύθμισης -όπως επικράτησε να αποκαλείται το φαινόμενο της κατάργησης του κρατικού ραδιοτηλεοπτικού μονοπωλίου- των ηλεκτρονικών ΜΜΕ, η οποία συντελείται σε μια περίοδο που χαρακτηρίζεται από πλήρη ανυπαρξία εθνικής στρατηγικής και συνακόλουθα στερείται οποιασδήποτε προγραμματισμένης και εκλογικευμένης αναδιάρθρωσης.²

1. Πρβλ. Σ. Παπαθανασόπουλος, *Απελευθερώνοντας την Τηλεόραση*, εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα 1993, σελ. 237 και του ίδιου, *Η τηλεόραση στον κόσμο*, εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 1994, σελ. 246.

2. Πρβλ. μεταξύ άλλων το άρθρο του Μ. Χαϊρετάκι, *Οι εξελίξεις και οι τάσεις των ΜΜΕ στην Ελλάδα*, στο: *Manager*, τεύχος 38, Φεβρουάριος 1993, σσ. 11-14.

2. Μεταβολές στο Ραδιοτηλεοπτικό Πεδίο στα Τέλη της Δεκαετίας του '80.

Είναι γνωστό ότι όλες οι μεταπολεμικές κυβερνήσεις χρησιμοποίησαν την κρατική ραδιοτηλεόραση ως μέσο για τη δημοσιοποίηση της πολιτικής τους και για την προβολή του κυβερνητικού έργου, όχι μόνον στις περιόδους αναίρεσης του δημοκρατικού πολιτεύματος, αλλά και σε περιόδους ομαλής λειτουργίας της δημοκρατίας. Καθ' όλη τη διάρκεια μετά τη μεταπολίτευση, τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα δεν κατόρθωσαν ποτέ να διασφαλίσουν τη συνταγματική κατοχύρωση της ανεξαρτησίας τους, κάτι που είχε κατορθώσει ο Τύπος.³ Οι πολίτες είχαν συνηθίσει να ενημερώνονται από τον Τύπο επιλέγοντας την εφημερίδα που εξέφραζε περισσότερο τις πολιτικές τους πεποιθήσεις. Αντίθετα, για μισό περίπου αιώνα το ραδιόφωνο και για περισσότερο από είκοσι χρόνια η τηλεόραση αποτέλεσαν πηγές πληροφόρησης που αναμετέδιδαν τις κυβερνητικές απόψεις σχετικά με την επικαιρότητα. Δεν αποτελεί λοιπόν σύμπτωση, ότι τα δύο μεγάλα κόμματα έχουν αλληλοκατηγορηθεί επανειλημμένα για έντονη παρέμβαση και άμεσο έλεγχο των κρατικών ΜΜΕ.⁴

Κατά τη δεύτερη τετραετία διακυβέρνησης της χώρας από το ΠΑΣΟΚ, η εντεινόμενη οικονομική και πολιτική κρίση εκδηλώθηκε με ακόμη ασφυκτικότερο έλεγχο της ραδιοτηλεόρασης και σχεδόν αποκλειστική προβολή των δραστηριοτήτων των στελεχών του ΠΑΣΟΚ και κυρίως του αρχηγού του. Κάτω απ' αυτές τις συνθήκες τα κόμματα της αντιπολίτευσης υποστήριξαν από κοινού το αίτημα για "ελεύθερη ραδιοφωνία" και "πολυφωνία στα ΜΜΕ", ζητώντας να νομιμοποιηθεί η ιδιωτικοποίηση των ΜΜΕ.⁵

Στα τέλη της δεκαετίας του '80 δημιουργείται πλέον το κατάλληλο έδαφος για την κατάργηση του κρατικού μονοπωλίου αρχικά στο ραδιόφωνο και κατόπιν στην τηλεόραση. Η διαδικασία ιδιωτικοποίησης ευνοείται από τις διεθνείς συνθήκες, αφού η ΕΕ ακολούθησε μια ευνοϊκή πολιτική ως προς την ιδιωτικοποίηση των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας. Επί πλέον, η γενικότερη ιδεολογική τάση περί ιδιωτικοποίησης των επιχειρήσεων και περί περιορισμού της κρατικής παρέμβασης είχε επικρατήσει ως επιλογή και πρακτική στις περισσότερες χώρες της Ευρώπης και τέλος η τεχνολογία της δορυφορικής και καλωδιακής τηλεόρασης προσέφερε νέες δυνατότητες διάδοσης του μέσου.

3. Πρβλ., Ν. Αλιβιζάτος, Κράτος και ραδιοτηλεόραση. Η θεσμική διάσταση, Α. Σάκκουλας, Αθήνα 1986, σελ. 21-23.

4. Για τον κρατικό -που στην πραγματικότητα σημαίνει κυβερνητικό και τελικώς μεταφράζεται σε κομματικό- έλεγχο των ηλεκτρονικών μέσων μαζικής ενημέρωσης, ο οποίος συμπεριέλαβε τόσο τη ροή της πληροφόρησης όσο και τη δομή και λειτουργία των ραδιοτηλεοπτικών σταθμών υπάρχει πλέον ικανός αριθμός δημοσιευμάτων. Πρβλ., μεταξύ άλλων Katsouδης, D., Greece: A Politically Controlled State Monopoly Broadcasting System, στο: West European Politics, 1985, σσ. 137-151, Pasmazoglou, S., The 1980s in the Looking-Glass: PASOK and the Media, στο: Greece, 1981-89. The Populist Decade, ed. by Richard Clogg, The Macmillan Press, London 1993, σσ.94-112, Μανθούλης, Ρ., Το κράτος της τηλεόρασης, εκδόσεις Θεμέλιο, Αθήνα 1981, Παπαθανασόπουλος, Σ., 1993, ό.π., σσ. 237-272 και 1994, ό.π., σσ. 259-270.

5. Το αίτημα για "ελεύθερη" ραδιοφωνία, δηλαδή για κατάργηση κάθε είδους κομματικής παρέμβασης και ελέγχου στις ραδιοφωνικές εκπομπές έγινε αμέσως αποδεκτό από όλους γιατί δανείστηκε λίγη από την αίγλη του ραδιοφωνικού σταθμού του Πολυτεχνείου και υπενήχθη ότι προτίθετο να αναλάβει τον κοινωνικό και πολιτικό ρόλο που είχε παίξει εκείνος σε πολύ διαφορετικές βεβαίως συνθήκες και κοινωνικο-πολιτικές συγκυρίες. Έτσι η ιδιωτικοποίηση του ραδιοφώνου παρουσιάστηκε ως πανελλήνιο αίτημα ανεξαρτήτως πολιτικής ένταξης.

3. Απόπειρες Ρύθμισης της Απορύθμισης ή η Απορύθμιση της Απορύθμισης;

Στην περίπτωση της Ελλάδας η δραστηριοποίηση μεμονωμένων επιχειρηματιών ή μεγάλων ομίλων επιχειρήσεων στα ΜΜΕ συντελέστηκε μέσα σε πρωτοφανή ανυπαρξία νομικού πλαισίου και στηρίχθηκε στην πλέον ωμή καταπάτηση κάθε έννοιας νομιμότητας. Το κράτος και οι κυβερνήσεις έδειξαν στην περίπτωση αυτή πλήρη αδυναμία να εφαρμόσουν το ισχύον νομικό πλαίσιο, πόσο μάλλον να ασκήσουν έλεγχο στις συχνά παράνομες πρακτικές των επιχειρήσεων.

Στα πλαίσια του παρόντος άρθρου δεν είναι δυνατόν να παρουσιαστούν οι διάφορες συγκρούσεις των πολιτικών κομμάτων σχετικά με τις νομικές ρυθμίσεις για τα ΜΜΕ που προέκυψαν από το 1987 μέχρι σήμερα.⁶ Ως βασικό χαρακτηριστικό γνώρισμα της περιόδου αυτής αναδεικνύεται η προσπάθεια της κυβέρνησης του ΠΑΣΟΚ να προλάβει τις εξελίξεις της ραδιοφωνικής αποδέσμευσης από το κρατικό μονοπώλιο προβαίνοντας στην ψήφιση του ν. 1730/87 που θεσπίζει οργανωτικές αναδιατάξεις στην ΕΡΤ και ρυθμίζει την αναδιανομή των ερτζιανών συχνοτήτων στα δορυφορικά κανάλια σε ορισμένες μεγάλες πόλεις.

Τον ίδιο χαρακτήρα βεβαιωμένης κίνησης, για να αντιμετωπισθούν, και πάλι εκ των ενόντων, τα τρέχοντα γεγονότα και για να υπάρξει κάποιο νομικό πλαίσιο, έχει και ο νόμος 1866/89, ο οποίος ψηφίστηκε επί Οικουμενικής Κυβερνήσεως και επιτρέπει τη σύσταση και λειτουργία της "μη-κρατικής" - όπως αναφέρεται - τηλεόρασης. Μετά τους δύο αυτούς νόμους ακολουθούν συμπληρωματικά προεδρικά διατάγματα, διατάξεις, εγκύκλιοι κ.λπ. με στόχο να παρέμβουν διορθωτικά, και μοιραία αποσπασματικά, για να ρυθμίσουν την ήδη διαμορφωζόμενη άναρχη κατάσταση.⁷

Ενδεικτικά αναφέρονται δύο χαρακτηριστικά παραδείγματα που σκιαγραφούν την αναρχία που επικράτησε στο χώρο των ΜΜΕ, αλλά και την ατολμία που διέπει τις εκάστοτε κυβερνήσεις να επιβάλουν το ισχύον νομικό πλαίσιο. Οι διενέξεις μεταξύ των ραδιοφωνικών σταθμών για την τοποθέτηση κεραιών τις οποίες τα πρώτα χρόνια "έστηναν όπου τους βόλευε" εκπέμποντας σε διάφορες συχνότητες και συχνά υπερκαλύπτοντας τις εκπομπές άλλων ραδιοφωνικών σταθμών δημιούργησαν σοβαρά προβλήματα όχι μόνον στη ραδιοφωνία, αλλά και στην υπηρεσία ελέγχου εναέριας κυκλοφορίας, στις συχνότητες των ραδιοσημάτων και των ραντάρ. Μέχρι σήμερα το πρόβλημα της χωροθέτησης των κεραιών και των παραδόσεων στη χρήση των ραδιοφωνικών συχνοτήτων δεν έχει διευθετηθεί ικανοποιητικά.⁸

6. Για σχόλια και απόψεις σχετικά με τις νομικές ρυθμίσεις που αφορούν τη διαδικασία κατάργησης του κρατικού μονοπωλίου στα ΜΜΕ και τις πολιτικές επιλογές των εκάστοτε κυβερνήσεων, πρβλ. μεταξύ άλλων, Βενζέλος Ε. Η ραδιοηλεκτρονική έκρηξη. Συνταγματικά πλαίσια και νομοθετικές επιλογές, εκδόσεις Παρατηρητής Θεσσαλονίκη 1989, Χριστοδουλίδης Α., Ελληνική Ραδιοηλεκτρονική, στο: Σοσιαλιστική θεωρία και πράξη, τεύχος 4, Απρίλης 1988, σσ. 60-68, Ρεσμαζογλου, ό.π., σελ. 97 κ.ε.

7. Εκτός από τους δύο προαναφερθέντες νόμους έχουν ψηφιστεί επίσης οι ακόλουθοι νόμοι 1941/91, 1943/91 και 2173/93, έχουν εκδοθεί τα εξής Προεδρικά Διατάγματα 25/88, 572/89, 236/92 καθώς και οι υπουργικές αποφάσεις 22255/2/90 και 187118/23.7.93.

8. Ο Σ. Παπαθανασόπουλος παρατηρεί εισοχά ότι συχνά "δίνεται η εντύπωση ότι οι ραδιοηλεκτρονικές συχνότητες είναι κάτι το ανάλογο με τα καταπατημένα δάση", πρβλ. Παπαθανασόπουλος Σ., 1994, ό.π., σελ. 257. Σχετικά με τις παρεμβολές των ραδιοσταθμών σε διάφορες συχνότητες των ερτζιανών, πρβλ. τις εφημερίδες, Τα Νέα 11.6.1992, σελ. 12 και Το Βήμα της Κυριακής, 28.5.1995, σελ. Α64.

Η ίδια ατολμία διακρίνεται και στη θεσμοθέτηση και λειτουργία του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοηλεκτρονικής (ΕΣΡ), ενός ανεξάρτητου οργάνου που προβλέπεται από το νόμο 1866/89 με σκοπό τον έλεγχο της λειτουργίας των ΜΜΕ, του οποίου όμως οι αποφάσεις έχουν γνωμοδοτικό χαρακτήρα και συνεπώς δεν είναι δεσμευτικές για την κυβέρνηση, που κρατάει για τον εαυτό της το δικαίωμα να λαμβάνει τις τελικές αποφάσεις. Ενώ λοιπόν θεσπίζονται διάφορα όργανα με σκοπό να εφαρμόσουν τη νομοθεσία, απογυμνώνονται από ουσιαστικές αρμοδιότητες και μοιραία μεταβάλλονται είτε σε συσκέψεις ειδικών με αλληπάλληλες και αλληλοαναιρούμενες ανακοινώσεις, είτε σε "εντολοδόχους" των εκάστοτε κυβερνήσεων, δεδομένου ότι ακόμα και η σύνθεση του ΕΣΡ καθορίζεται με κομματικά κριτήρια.⁹ Η πρακτική αυτή οδήγησε: α) σε παλινοδίες όχι μόνον στον καθορισμό του αριθμού των μελών του ΕΣΡ και στη στελέχωσή του, αλλά και στη διατύπωση των αρμοδιοτήτων του, β) σε αναποτελεσματικότητα - χαρακτηριστικό παράδειγμα η διαδικασία χορήγησης τηλεοπτικών αδειών πανεθνικής και τοπικής εμβέλειας στα διάφορα κανάλια - γ) σε αμφισβήτηση των οργάνων και τελικά δ) σε αναίρεση της σημασίας του οργάνου για τη διευθέτηση των ραδιοηλεκτρονικών προβλημάτων της χώρας.

Αυτά είναι δύο μόνον από τα πάμπολλα παραδείγματα που δείχνουν ότι το μεν κράτος αδυνατεί να επιβάλει την τήρηση των νόμων οι δε ιδιωτικές επιχειρήσεις στα ΜΜΕ αγνοούν τις κρατικές ρυθμίσεις και εξακολουθούν να διαμορφώνουν ένα "άναρχο", "ανεξέλεγκτο" έως και "κανιβαλικό" - όπως χαρακτηρίστηκε - πλέγμα σχέσεων τόσο μεταξύ τους όσο και σε σχέση με το κράτος καταλύοντας κάθε έννοια νομιμότητας.

Το νομικό καθεστώς ευνόησε τη συμμετοχή των επιχειρήσεων του Τύπου στη σύσταση των νέων επιχειρήσεων στα ηλεκτρονικά μέσα, οι οποίες γρήγορα συγκεντρωποιήθηκαν σε μικρό αριθμό επιχειρηματικών ομίλων που δραστηριοποιούνται παράλληλα στους τομείς των κατασκευών, της ναυτιλίας, της ενέργειας (πετρέλαιο) και στις τηλεπικοινωνίες. Επίσης ορισμένοι απ' αυτούς ασχολούνται με επιχειρήσεις στον τομέα του αθλητισμού και του πολιτισμού.

Από τις αρχές της δεκαετίας του '80 μια σειρά νέων επιχειρηματιών ή επιχειρηματικών ομίλων είχε ήδη επεκταθεί στο χώρο του Τύπου είτε αγοράζοντας παλαιούς τίτλους εφημερίδων είτε εκδίδοντας νέες εφημερίδες.¹⁰ Η πολιτική κρίση το 1989 και η τακτική των κυβερνήσεων να αναβάλουν συνεχώς τη ρύθμιση των ραδιοηλεκτρονικών αδειών παίζοντας ένα παιχνίδι πολιτικών σκοπιμοτήτων, δίνει στους εκδότες την ευκαιρία να εξασφαλίσουν ορισμένα σημαντικά οφέλη από την πίεση που άσκησαν στην κυβέρνηση,

9. Πρβλ., ν. 1866/89 άρθρο 2 παρ. 2 και την τροποποίησή του στο ν 2713/93 ΦΕΚ 208, Τ.Α': 16,12,1993 άρθρα 1 και 2.

10. Το ιδιωτικό κεφάλαιο είχε ήδη διεκδικήσει στο χώρο του Τύπου από τις αρχές της δεκαετίας του '80. Εκτός από τους λεγόμενους "παροδοσιακούς εκδότες", δηλαδή εκείνους που είχαν ιδρύσει εφημερίδες και τις κληροδότρισσες στους απογόνους τους (π.χ. Χ. Λαμπράκης, Ε. Βλάχου, οικογένεια Αθανασιάδη, Κύρου κ.ά.), εμφανίζεται μια σειρά από νέους επιχειρηματίες ή επιχειρηματικούς ομίλους οι οποίοι, είτε αγοράζουν παλαιούς τίτλους εφημερίδων είτε εκδίδουν νέες εφημερίδες (π.χ. Αναστασάπουλος την 'Ακρόπολη', Βαρδονσιγιάννης τη 'Μεσημβρινή', Βουδούρης τον 'Ελεύθερο Τύπο'). Επίσης μια νέα κατηγορία εκδοτών εφημερίδων προέρχεται από το χώρο των εκδόσεων βιβλίων (Χ. Τεγόπουλος, Χ. Καλογρίτσας), από το χώρο των επαρχιακών εφημερίδων (οικογένεια Κουρή) ή των δημοσιογράφων (Παπαϊωάννου, Μπαρτζάνοπουλος). Ενδιαφέρουσες πληροφορίες σχετικά με τις μεταβολές στο ιδιοκτησιακό καθεστώς των επιχειρήσεων στον Τύπο και την οικονομική εξέλιξη των διαφόρων εφημερίδων περιέχονται στο άρθρο του Νίκου Κυριαζήδη, Τα οικονομικά του Τύπου, στο: Αντί ειδική έκδοση, περίοδος Β', τεύχος 320, 1986, σσ. 31-36, καθώς επίσης και στα δημοσιεύματα των Ζαούση, Α. και Στράτου, Κ. Οι εφημερίδες 1974-92. Η αθέατη όψη μιας κρίσιμης πορείας, εκδόσεις Γνώση, Αθήνα 1993, σσ. 139-143, Ψυχογιού, Δ., Το αθέατο μέλλον του Αθηναϊκού Τύπου, εκδόσεις Διάλογος, Αθήνα 1992, σσ.14-18, και Ρεσμαζογίου, Σ., ό.π., σελ.101-102.

όπως λχ. ότι οι άδειες για ιδιωτική τηλεόραση θα χορηγούνται κατά προτίμηση σε φορείς που διαθέτουν προηγούμενη εμπειρία και παράδοση στα ΜΜΕ - δηλαδή κυρίως στον Τύπο - και στους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ).¹¹ Είναι προφανές ότι οι ΟΤΑ ούτε τα απαιτούμενα κεφάλαια, ούτε τη δέουσα οργάνωση, αλλά ούτε και την απαραίτητη τεχνογνωσία διαθέτουν για να μπορέσουν να λειτουργήσουν έναν τηλεοπτικό σταθμό και να αποτελέσουν ανταγωνιστικό ή έστω εναλλακτικό φορέα επενδύσεων. Η αναφορά του νόμου στους ΟΤΑ εναρμονίζεται περισσότερο με το πνεύμα της ιδεολογίας του λαϊκισμού που χαρακτηρίζει την πολιτική του ΠΑΣΟΚ και προωθεί τη συμμετοχή συλλογικών φορέων χωρίς να εξετάζεται αν πράγματι οι προτεινόμενοι συλλογικοί φορείς είναι οι κατάλληλοι και επιπλέον έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν το προβάδισμα και τις προνομιακές ρυθμίσεις που τους δίνονται.¹²

Οι εκδότες είναι λοιπόν εκείνοι που ευνοήθηκαν από το ν. 1866/89, παρά το γεγονός ότι ο νόμος θέτει περιορισμό στο ποσοστό σύνθεσης του μετοχικού κεφαλαίου των σταθμών. Σε γενικές γραμμές οι επιχειρηματίες τήρησαν τόσο τον περιορισμό για το ανώτατο όριο για τη συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο των τηλεοπτικών σταθμών, όσο και το κριτήριο της προηγούμενης εμπειρίας στο χώρο των ΜΜΕ. Η στάση αυτή δεν υπαγορεύθηκε από την επιθυμία να συμμορφωθούν προς το νέο νομικό πλαίσιο, αφού στο μέλλον καμία από τις υπόλοιπες νομικές ρυθμίσεις δεν τηρήθηκε, αλλά από την αναγκαιότητα αφενός να μειώσουν το επιχειρηματικό ρίσκο σ' ένα πεδίο της αγοράς κυριολεκτικά παρθένο και αφετέρου να διατηρήσουν μεταξύ τους και προς τρίτους κάποιες ισορροπίες που είχαν προκύψει από τη στάση του Τύπου απέναντι στο σκάνδαλο Κοσκωτά και στις επιδράσεις του στο χώρο των ΜΜΕ. Θα πρέπει επίσης να επισημανθεί ότι τέτοιου είδους ευνοϊκή αντιμετώπιση μιας συγκεκριμένης επαγγελματικής κατηγορίας δεν παρατηρείται σε καμία άλλη χώρα της Ευρώπης.

Η τακτική καταστρατήγησης κάθε νομικής ρύθμισης έμελλε μακροπρόθεσμα να στραφεί εις θάρος των ίδιων των επιχειρήσεων στα ΜΜΕ και μάλιστα σ' ένα νευραλγικό τομέα που αφορά άμεσα την ύπαρξή τους, τη διαφήμιση. Μετά το 1992 δημιουργήθηκαν στην Ελλάδα κατά τα πρότυπα άλλων ευρωπαϊκών χωρών ενώσεις διαφημιστικών εταιρειών (media shops), οι οποίες αποτελούν συνήθως παραρτήματα μεγάλων διαφημιστικών δικτύων με στόχο να διαχειρίζονται το διαφημιστικό χώρο ή χρόνο στα διάφορα ΜΜΕ. Η ραγδαία αύξηση της διαφημιστικής δαπάνης στη χώρα¹³ και η ανάγκη των επιχειρήσεων των ΜΜΕ να εξασφαλίσουν κεφάλαια οδήγησαν στην εμπορευματοποίηση του διαφημιστικού χώρου-

11. Πβλ., νόμο 1866/89 άρθρο 4 παρ. δ.

12. Είναι προφανές ότι η ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία ενός ραδιοφωνικού σταθμού είναι τελείως διαφορετική από εκείνη ενός τηλεοπτικού σταθμού, ο οποίος προϋποθέτει υψηλό κόστος λειτουργίας και εξειδικευμένες τεχνολογικές γνώσεις. Η άρση του κρατικού μονοπωλίου για το ραδιόφωνο θα μπορούσε να επιτευχθεί με χαμηλό σχετικά κόστος αν συνεργάζονταν η ΕΡΤ με τους ΟΤΑ στην εκμετάλλευση των περιφερειακών σταθμών που υπάρχουν σ' όλη την Ελλάδα. Αυτό όμως προκρούει στο ανελαστικό νομικό πλαίσιο που διέπει την ΕΡΤ, και παράλληλα στην έλλειψη κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού και θεσμικού πλαισίου των ΟΤΑ. Σχετικά με τις δυνατότητες ενεργοποίησης των ΟΤΑ για την ίδρυση ραδιοφωνικών σταθμών πβλ., Ταμπάκη, Ν., Η αξιοποίηση των θεσμικών δυνατοτήτων για την ίδρυση και λειτουργία τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών, στο: Ραδιόφωνο και Τοπική Αυτοδιοίκηση, έκδοση ΕΕΤΑΑ, Αθήνα 1988, σσ. 187-194.

13. Το σύνολο της διαφημιστικής δαπάνης σε όλα τα ΜΜΕ ανήλθε σε 77,5 δις το 1990 και σε 336,3 δις το 1994. Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Μ. Χαϊρετάκη, το ποσοστό συμμετοχής των media shops στη διαφημιστική δαπάνη κυμάνθηκε από 54% της με εκτιμήσεις του 1992, σε 52% το 1993 και σε 46% το 1994, με αύξηση κύκλου εργασιών περίπου 20% το 1994 σε σχέση συνολικής δαπάνης το 1992. Πβλ., Χαϊρετάκης, Μ., Τι είναι και τι κάνουν τα Media Shops, εφημερίδα Ελευθεροτυπία, 15.3.1995, σελ. 26-27.

χρόνου, σε μια αγορά που δεν διαθέτει ρυθμίσεις ή που αν διαθέτει τις αγνοεί επιδεικτικά. Αρχικά, επικράτησε η άποψη της ελεύθερης ρύθμισης μέσω των ισορροπιών της αγοράς, όμως σε σύντομο χρονικό διάστημα οι ίδιοι οι επιχειρηματίες των ΜΜΕ που μέχρι τώρα δεν θεώρησαν δεσμευτική καμία νομική ρύθμιση σχετική με τη λειτουργία των επιχειρήσεών τους, εξέδωσαν κοινή ανακοίνωση διαμαρτυρόμενοι για τη λειτουργία των διαφημιστικών ενώσεων τις οποίες κατηγορήσαν για αθέμιτο ανταγωνισμό, ολιγοπωλιακές τάσεις στην αγορά διαφήμισης κ.ά. Παράλληλα ζήτησαν την παρέμβαση του κράτους για να τεθούν κανόνες σ' ένα άκρως επικίνδυνο για την ύπαρξή τους παιχνίδι.

Είναι η πρώτη φορά που αφενός συνενώνονται οι επιχειρηματίες των ΜΜΕ σε κοινή απαίτηση και αφετέρου επιθυμούν κρατική παρέμβαση. Αντίθετα, αντιδρούν αρνητικά σε κάθε απόπειρα περιορισμού της χρήσης οπτικοακουστικών προϊόντων χωρίς να καταβάλουν τα νόμιμα ποσοστά πνευματικών δικαιωμάτων. Είναι προφανές, ότι οι επιχειρήσεις στα ΜΜΕ προσπαθούν με κάθε τρόπο να παρατείνουν την "ανεξέλεγκτη" και άναρχη λειτουργία των πρώτων ετών, λησμονώντας ότι η αγορά είναι δυνατόν να διαμορφώσει γρήγορα τις δικές τις ισορροπίες ισχύος που μπορεί να αποθούν μοιραίες για πολλές επιχειρήσεις.

4. Οι Ιδιωτικές Επιχειρήσεις στο Χώρο των ΜΜΕ.

Η επιχειρηματική δραστηριοποίηση των εκδοτών στην τηλεόραση συντελείται σε πρώτη φάση με την ίδρυση δύο μεγάλων τηλεοπτικών καναλιών στα τέλη του 1989. Απο τότε αρχίζουν ουσιαστικά διαρκείς αναδιατάξεις, προσχωρήσεις, αποχωρήσεις, αγοραπωλησίες μετοχών κ.ά. στο χώρο των ΜΜΕ που διαμορφώνουν διαρκώς νέες εταιρείες και νέες συμμαχίες, σε συνάρτηση πάντα με τις υπόλοιπες δραστηριότητες και τα επιχειρηματικά σχέδια των ιδιοκτητών τους.¹⁴

Οι διαρκείς ανακατατάξεις στον επιχειρηματικό τομέα δεν είναι κάτι το ασυνήθιστο. Κατά τη διετία 1993-94 οι περισσότεροι μέτοχοι των τηλεοπτικών επιχειρήσεων προσπάθησαν να προωθήσουν τα παράλληλα συμφέροντά τους στον κλάδο των κατασκευών κυρίως για να κατακυρώσουν την ανάληψη των μεγάλων δημοσίων έργων όπως προγραμματίστηκαν στα πλαίσια του Β' Κοινοτικού Προγράμματος Στήριξης (ΚΓΣ), σύμφωνα με το οποίο προβλέπεται να διατεθούν 8.6 τρις δρχ.¹⁵ σε δημόσια έργα κατά την επόμενη πενταετία. Αν σκεφθεί κανείς ότι σύμφωνα με μελέτη χρηματοπιστωτικής εταιρείας στα τεχνικά έργα (αρδευτικά, λιμενικά, οδοποιία, οικοδομικά κ.ά.) το Δημόσιο αποτελεί τον κυριότερο αγοραστή με ποσοστό 90%,¹⁶ είναι φανερό πόσο κερδοφόρος μπορεί να αποβεί ο συνδυασμός επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στον τομέα των κατασκευών και παράλληλα στα ΜΜΕ. Το ίδιο φυσικά συμβαίνει και με άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες όπως

14. Για περισσότερα στοιχεία σχετικά με το αρχικό ιδιοκτησιακό καθεστώς των τηλεοπτικών σταθμών, βλ. Παπαθανασόπουλος, Σ., 1994, ό.π., σελ. 271-276.

15. Βλ. κατάλογο με το ύψος χρηματοδότησης, το είδος και την περιοχή των εγκεκριμένων προς χρηματοδότηση έργων από το Β' ΚΓΣ στην εφημερίδα, Το Βήμα της Κυριακής, 31.7.1994, σελ. Ε4 και Ε5.

16. Βλ. Μελέτη της εταιρείας Αθηναϊκή Χρηματοπιστωτική Α.Ε., αρχές 1994, δες εφημερίδα Ελευθεροτυπία 2.11.94.

π.χ. τη ναυτιλία, την ενέργεια, τις τηλεπικοινωνίες κλπ. όπου το κράτος αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους αποδέκτες, αλλά και τον απαραίτητο ρυθμιστή των συμφερόντων.

Στα πλαίσια λοιπόν της "διαπλοκής συμφερόντων" εντάσσεται και η διένεξη που ξέσπασε στους κόλπους της ΕΙΗΕΑ στις αρχές του 1994. Ο ονομαζόμενος "πόλεμος των εκδοτών" έφερε αντιμέτωπους ορισμένους "μικρούς" εκδότες, (δηλαδή εκδότες που οι επιχειρήσεις τους περιορίζονται κυρίως στο χώρο των εκδόσεων και του Τύπου, όπως π.χ. οι κ.κ. Κουρής, Σαρρής, Καραγιαννης, Μάστορας και Μιχαλόπουλος) με τους υπόλοιπους επειδή προσπάθησαν να συνενωθούν και να ιδρύσουν Ανώνυμη Εμπορική και Τεχνική Εταιρεία που εκτός από επιχειρηματικές δραστηριότητες στα μέσα επικοινωνίας είχε ως καταστατικά κατοχυρωμένο σκοπό να επεκταθεί και σε ανάληψη παντός είδους τεχνικών έργων, τουριστικών επιχειρήσεων κλπ.¹⁷ Στην περίπτωση αυτή παρατηρείται μια αντίστροφη στρατηγική. Δηλαδή, ενώ οι "μεγάλοι" επιχειρηματίες ή επιχειρηματικοί όμιλοι έχουν ως βάση διάφορες οικονομικές δραστηριότητες και διευρύνουν τις επιχειρήσεις τους στα ΜΜΕ, οι "μικροί" προσπαθούν να επεκταθούν από τον τομέα των ΜΜΕ στον τομέα των τεχνικών έργων μια που συγκυριακά φαίνεται να διαγράφονται ευνοϊκές προοπτικές. Η σύγκρουση των "μικρών" εκδοτών με τους "μεγάλους" εκδότες - επιχειρηματίες υπήρξε εντονότατη και οι αλληλοκατηγορίες, οι αποκαλύψεις παράνομων δραστηριοτήτων, οι μηνύσεις, οι χαρακτηρισμοί ξεπέρασαν συχνά τα όρια της στοιχειώδους ευπρέπειας.¹⁸ Προς στιγμήν μάλιστα κινδύνευσε η ενότητα της ΕΙΗΕΑ, αφού οι διενέξεις κορυφώθηκαν στις διαδικασίες εκλογής του διοικητικού της συμβουλίου. Όπως χαρακτηριστικά γράφει το Ποντίκι: "Για τον Τύπο η κρίση που αναπόφευκτα θα ερχόταν λόγω τηλεόρασης και ελεύθερης ραδιοφωνίας, συνέπεσε με τη ριζική αλλαγή της σύνθεσης του εκδοτικού σώματος: η εφημερίδα έγινε επουσιώδες προϊόν για τους εκδότες."¹⁹

Μετά την εμφάνιση των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών ο Τύπος περνά κρίση και συναντά δυσκολίες να αποτρέψει την σταθερή μείωση της κυκλοφορίας των εφημερίδων. Είναι γεγονός ότι ο Τύπος αιφνιδιάστηκε από τη δυναμική της τηλεοπτικής ενημέρωσης και από την απώλεια αφενός του πλεονεκτήματος στην ενημέρωση και αφετέρου μιας σειράς έμπειρων στελεχών που προσχώρησαν στα ηλεκτρονικά μέσα. Η μέση κυκλοφορία του συνόλου των ημερησίων εφημερίδων για το χρονικό διάστημα 1988-93 μειώθηκε περίπου στο ένα τρίτο των φύλλων, ενώ το 1994 εμφανίζεται ελαφρά ανάκαμψη στο μέσο αριθμό πωλήσεων της τάξεως του 2% περίπου.²⁰

Οι επιχειρήσεις στον Τύπο αντί να προσπαθήσουν να δημιουργήσουν έναν διαφορετικό, πιο ελκυστικό τρόπο παρουσίασης της ενημέρωσης, στράφηκαν είτε προς το τηλεοπτικό μοντέλο δημοσιογραφίας ή/και προς την παροχή δώρων, προσφορών κ.λπ. Είναι γνωστό ότι τέτοιου είδους πρακτικές μπορούν βραχυπρόθεσμα να αναχαιτίσουν την

17. Πρβλ., εβδομαδιαία εφημερίδα "Το Ποντίκι", 10.2.1994, σελ. 17, 18 και 23.

18. Πρβλ., μεταξύ άλλων Ελευθεροτυπία, 23.2.1994, σελ. 20-21, και 24.2.1994, σελ. 45, Ποντίκι, 24.2.1994, σελ. 34-35, Επενδυτής, 6.3.1994.

19. Πρβλ., εβδομαδιαία εφημερίδα "Το Ποντίκι", 3.3.1994, σελ. 10.

20. Το 1988 ο μέσος όρος πωλήσεων των ημερησίων εφημερίδων ανήλθε σε 1.033.254 φύλλα. Με εξαίρεση το 1989, όπου τα πολιτικά γεγονότα τροφοφόρησαν την αύξηση των πωλήσεων των εφημερίδων (1.128.588 φύλλα), η πτώση του μέσου όρου πωλήσεων μετά το 1990 ήταν ταχύτατη και έφτασε τα 623.121 φύλλα το 1993 γιά να ανέλθει ελαφρά σε 689.348 φύλλα το 1994. Πρβλ., Δρεττάκης, Μ., Η κυκλοφορία των εφημερίδων 1975-92, εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα 1994, σελ. 19, και Παπαθανασόπουλος, Σ., Οι διαχρονικές αναταράξεις στον Τύπο, εφημερίδα Καθημερινή, 16.4.1995, σελ. 63.

πτώση της κυκλοφορίας των εφημερίδων, μακροπρόθεσμα όμως η τακτική αυτή δεν φαίνεται να αποδίδει.²¹ Το άμεσο μέλλον θα είναι κρίσιμο για την επιβίωση των επιχειρήσεων στον Τύπο, μια που θα πρέπει να αναζητηθούν νέες μορφές παρουσίας της έντυπης ενημέρωσης και νέοι τρόποι "συνύπαρξης" με τα ηλεκτρονικά μέσα.

Μολονότι το χρονικό διάστημα από τότε που εμφανίστηκαν τα ιδιωτικά ηλεκτρονικά ΜΜΕ είναι σύντομο, θα μπορούσε να διακριθεί σε δύο περιόδους:

Για το Ραδιόφωνο η πρώτη φάση διήρκεσε από το 1987 μέχρι το 1991 όταν αρχίζουν να εκπέμπουν τα ιδιωτικά τηλεοπτικά κανάλια και η δεύτερη διαρκεί από το 1992 μέχρι σήμερα.

1. Η περίοδος 1987-91, περιλαμβάνει αφενός τα δύο πρώτα χρόνια της "ελεύθερης ραδιοφωνίας", που χαρακτηρίζονται από την απόλυτη κυριαρχία του ραδιοφώνου στον τομέα της ενημέρωσης και της ψυχαγωγίας, και αφετέρου τη σταδιακά φθίνουσα σημασία του ραδιοφώνου ως αποκλειστικού μέσου "μη-κρατικής" ενημέρωσης. Κατά την πρώτη φάση λειτούργησε ένας εκπληκτικός αριθμός ραδιοφωνικών σταθμών, οι οποίοι υπολογίζονται περίπου σε 1200 σταθμούς σε ολόκληρη τη χώρα από τους οποίους εκτιμάται ότι οι 256 εξέπεμπαν στο Λεκανοπέδιο Αττικής.²²

2. Από το 1992 αρχίζει να συγκεντρώνεται η ακροαματικότητα του ραδιοφώνου τουλάχιστον στο Λεκανοπέδιο Αττικής. Με σχετική σταθερότητα στα μερίδια ακροαματικότητας ξεχωρίζουν πέντε ραδιοσταθμοί, οι οποίοι αποσπούν γύρω στο 68% της ακροαματικότητας και περίπου το ίδιο ποσοστό της διαφημιστικής δαπάνης στο ραδιόφωνο.²³ Παρά το γεγονός ότι σύμφωνα με στοιχεία του 1992 όλοι οι ραδιοφωνικοί σταθμοί παρουσιάζονται ζημιογόνοι,²⁴ το μέλλον τους δεν μοιάζει να κινδυνεύει άμεσα και τούτο ισχύει περισσότερο για όσους σταθμούς ανήκουν στους μεγάλους επιχειρηματικούς ομίλους (π.χ. SKY 100.4FM, ANT1, FLASH 9.61FM κ.ά.).

Όσον αφορά την Τηλεόραση η πρώτη περίοδος αφορούσε από το 1989 μέχρι το 1993 και η δεύτερη από το 1994 μέχρι σήμερα.

1. Κατά την πρώτη φάση στο χώρο της τηλεόρασης εμφανίζονται δύο μεγάλα ιδιωτικά κανάλια, τα οποία ήδη από το 1990 αποσπούν γύρω στο 57% της διαφημιστικής δαπάνης και πάνω από το 60% της θεαματικότητας για να φτάσει το 1993 η διαφημιστική δαπάνη στο 96% και η θεαματικότητα περίπου στο 80%.²⁵ Η σύνθεση των μετόχων τους παραμένει σταθερή καθόλο το χρονικό διάστημα. Στο χώρο της τηλεόρασης γίνονται

21. Από τον Απρίλιο του 1993 και ύστερα οι εκδότες αντέδρασαν στην παρατεταμένη διαρθρωτική κρίση των αθηναϊκών κυρίως εφημερίδων όχι αναζητώντας νέους τρόπους για να προσφέρουν καλύτερο επικοινωνιακό προϊόν, αλλά ανταγωνιζόμενοι ποιος θα κάνει την πιο ελκυστική προσφορά με τη μέθοδο των κουπονιών. Η μέθοδος αυτή προσελκύει προσωρινά μόνον το αναγνωστικό κοινό επειδή ελλοχεύει διαρκώς ο κίνδυνος αφενός ο αναγνώστης μετά την πάροδο κάποιου χρονικού διαστήματος να μην βρίσκει πλέον ενδιαφέρουσα την προσφορά αφετέρου οι προσφορές να καταλήξουν να προκαλούν αρνητικές επιπτώσεις στα έσοδα μιας εφημερίδας (όπως π.χ. συνέβει παλαιότερα στο συγκρότημα Maxwell). Σχετικά με τις επιπτώσεις της προσφοράς δώρων, βλ. το άρθρο "Κουπόνια: αλιείς αναγνωστών...". Καθημερινή της Κυριακής, 24.4.1994, σελ. 57.

22. Βλ. Σ. Παπαθανασόπουλος, 1994, ό.π., σελ. 276.

23. Βλ. Technomedia Guide, Οδηγός διαφημιστικών μέσων 1993, σελ. 137.

24. Σύμφωνα με στοιχεία που συνέλεξε και υπολόγισε ο Ν. Κυριαζίδης, ο SKY 100.4FM εμφάνισε ζημιά το 1992 της τάξεως των 78 εκατ. δρχ., ο Flash 9.61FM 264 εκατ. δρχ., ο Antenna FM 168 εκατ. δρχ., ο Galaxy 36 εκατ. δρχ. και ο Κλικ FM 18 εκατ. δρχ. Βλ. Ν. Κυριαζίδης, Ισολογισμοί των ΜΜΕ. Η τηλεόραση ανεβαίνει οι εφημερίδες παλεύουν, στο: Media View, Οκτώβριος - Δεκέμβριος 1993, σελ. 23.

25. Βλ. Σ. Παπαθανασόπουλος, Σ., 1994, ό.π., σελ. 270 και σελ. 287.

προσπάθειες σύστασης και άλλων ιδιωτικών καναλιών με μικρότερη επιτυχία από εκείνη των δύο πρώτων. Σύντομα καθίσταται εμφανές ότι οι απαιτούμενες επενδύσεις για τον εξοπλισμό, την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων καθώς και για την κάλυψη της παραγωγής τηλεοπτικών προγραμμάτων χρειάζονται σημαντικά κεφάλαια, τα οποία οι επιχειρήσεις σε πρώτη φάση προσπάθησαν να καλύψουν από δικά τους αποθέματα.

2. Από το 1994 μέχρι σήμερα παρατηρούνται δύο σημαντικές αλλαγές: α) Η εμφάνιση και παγίωση περισσότερων τηλεοπτικών σταθμών με στόχο να αποσπάσουν κι' αυτά ένα ικανό ποσοστό της θεαματικότητας και συνεπώς της διαφημιστικής δαπάνης που αφενός αναιρεί το "διπολικό σχήμα" των μέχρι στιγμής μεγαλύτερων ιδιωτικών τηλεοπτικών καναλιών και αφετέρου δημιουργεί νέες συνθήκες ανταγωνισμού και ανακατατάξεις στην οργάνωση και στη ροή των προγραμμάτων τους.²⁶ β) Υστερα από πιέσεις έγιναν οι απαιτούμενες νομικές ρυθμίσεις για να μπορέσουν να εισαχθούν οι εταιρείες αυτές στο χρηματιστήριο και να αντλήσουν με τον τρόπο αυτό τα αναγκαία κεφάλαια για την επέκτασή τους. Η πρώτη εταιρεία έκανε ήδη την εμφάνισή της στο χρηματιστήριο το καλοκαίρι του 1994 και υπερκάλυψε το αρχικά αναμενόμενο ποσό. Στά ίχνη της οδεύουν πλέον και άλλες επιχειρήσεις.²⁷

5. Η Κρατική Ραδιοτηλεόραση.

Η κρατική ραδιοφωνία και τηλεόραση εξακολουθεί όσον αφορά το ειδησεογραφικό της πρόγραμμα να παραμένει κάτω από τον ασφυκτικό κυβερνητικό έλεγχο και οι συχνές κομματικές παρεμβάσεις στη διοίκηση εμποδίζουν την εκπόνηση και κυρίως την τήρηση ενός, έστω και μεσοπρόθεσμου, σχεδιασμού για τη στρατηγική ανάπτυξης, τον εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού και των προγραμμάτων. Όμως, πέρα από τα προβλήματα οργάνωσης και λειτουργίας οι παρεμβάσεις δεν βοηθούν στο να ανακτήσει η κρατική ραδιοτηλεόραση το χαμένο κύρος και να εξελιχθεί σε εναλλακτικό ψυχαγωγικό και επιμορφωτικό μέσο ενημέρωσης, τομείς με τους οποίους η ιδιωτική τηλεόραση δεν επιθυμεί να ασχοληθεί.

Τόσο η ακροαματικότητα της ΕΡΑ όσο και η θεαματικότητα της ΕΤ έχουν πλέον περιοριστεί σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Ηδη από τον πρώτο χρόνο λειτουργίας των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών αρχίζει να μειώνεται αισθητά η θεαματικότητα των κρατικών καναλιών που από 28.4% της μέσης θεαματικότητας όλων των κρατικών σταθμών το 1990, που από 13.2% το 1993, για να κατέλθει στο 10.4% το 1994.²⁸ Η ταχύτητα στην πτώση της θεαματικότητας των κρατικών καναλιών δεν συναντάται σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, παρ' όλο που μετά την απορύθμιση όλες οι κρατικές τηλεοράσεις ήταν φυσικό να

26. Σύμφωνα με μετρήσεις της Eurodata TV / AGB για το 1994, τα ποσοστά θεαματικότητας για τα διάφορα κανάλια ανήλθαν σε: 27.9% για τον ANT1, 27.1% για το Mega (μαζί 55.0%), 31.2% για τα υπόλοιπα ιδιωτικά κανάλια, 6.1% για την ET1, 4.3% για την ET2 (μαζί 10.4%) και 3.4% για το βίντεο και τα δορυφορικά κανάλια, πρβλ. Eurodata TV 1994. One Television Year in Europe, Παρίσι, Απρίλιος 1995.

27. Η εταιρεία Τηλέτυπος Α.Ε. στην οποία ανήκει το Mega Channel εισήλθε τον Αύγουστο του 1994 στο Χρηματιστήριο με ύψος εσόδων από δημόσιες εγγραφές 7.1 δις. δρχ. Από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις των ΜΜΕ, ο Antenna TV έχει εκδηλώσει με ύψος πρόθεσης να εισέλθει στο χρηματιστήριο και θα επιχειρήσει να αντλήσει 9.2 δις. δρχ., πρβλ. Καθημερινή, 13.11.1994, σελ. 55.

28. Πρβλ. Παπαθανασόπουλος, Σ., 1994, ό.π. σελ. 270. Για τα στοιχεία του 1994 πρβλ. Eurodata TV 1994, ό.π.

χάσουν ένα σημαντικό μέρος της θεαματικότητάς τους. Το γεγονός αυτό καθιστά αδύνατο τον ανταγωνισμό με τα ιδιωτικά κανάλια, δημιουργεί τεράστιες απώλειες πόρων και αποστρεφεί τα κρατικά ΜΜΕ από τη δυνατότητα να αναδυθούν σε πόλο πολιτιστικού και πολιτικού διαλόγου διαφορετικό από εκείνον που επικρατεί στα ιδιωτικά ηλεκτρονικά ΜΜΕ.

6. Τάσεις και Εξελίξεις στο Χώρο των ΜΜΕ. Μια Πρώτη Αποτίμηση και Ερωτήματα για το Μέλλον.

Η οικονομική, πολιτική και κοινωνική κρίση αποτέλεσαν την κατάλληλη συνθήκη για να δράσουν ανεξέλεγκτα τα ιδιωτικά ραδιοτηλεοπτικά μέσα και στον τομέα των ειδήσεων. Βρίσκουν λοιπόν πρόσφορο έδαφος να καθιερώσουν νέους όρους πολιτικού διαλόγου και να κατασκευάσουν συναίνεση ως προς την "αντικειμενικότητα" και την "πολυφωνία" της πληροφόρησης. Το εύρος των απόψεων που προβάλλονται, τα θέματα τα οποία τονίζονται, η χρονική στιγμή και η διάρκεια με την οποία εμφανίζονται καθώς και η αξιοπιστία των πηγών πληροφόρησης διαμορφώνουν ένα ομοιόμορφο, προκατασκευασμένο "μοντέλο ενημέρωσης και ψυχαγωγίας" από το οποίο είναι φανερό ότι απουσιάζει κάθε κριτική άποψη και ουσιαστική αντιπαράθεση.

Ο κοινωνικός και πολιτικός διάλογος έχει πλέον ξεφύγει από τους παραδοσιακούς χώρους έκφρασής του και σταδιακά τυποποιείται σε ομοιόμορφο, συνθηματικό ραδιοτηλεοπτικό λόγο. Συχνά παρατηρείται το φαινόμενο γύρω από συγκροτήματα των ΜΜΕ να συσπειρώνονται διακομματικές ομάδες πολιτικών, δημοσιογράφων και διανοουμένων που με την παρουσία τους προσφέρουν στα κανάλια κύρος, συνέχιση του διαλόγου με τους προκαθορισμένους κανόνες του παιχνιδιού, και ταυτόχρονα χαμηλού κόστους τηλεοπτικό πρόγραμμα (βλέπε talk show). Οι επιδράσεις στο κοινό εγγράφονται ως διάχυτη τάση κορεσμού και αποπολιτικοποίησης, εντεινόμενη στο μέτρο που η πολιτική δεν κατορθώνει να πείσει τους πολίτες ότι είναι σε θέση να διαχειριστεί αποτελεσματικά τα προβλήματα. Εξάλλου, η πλειονότητα του κοινού μεταβάλλεται σταδιακά από ενεργό υποκείμενο σε παθητικό, απομονωμένο άτομο - τηλεθεατή που διαθέτει αποσπασματική και κατευθυνόμενη πληροφόρηση και σταδιακά επικεντρώνεται στις προσωπικές του προτιμήσεις και στα ατομικά του συμφέροντα.

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η αποδέσμευση των ραδιοτηλεοπτικών μέσων από το κρατικό μονοπώλιο ήταν ένα φαινόμενο που συντελέστηκε στις περισσότερες χώρες της Δυτικής Ευρώπης τα τελευταία χρόνια. Όμως η ελληνική περίπτωση παρουσιάζει ορισμένες ιδιαιτερότητες:

1. Η Ελλάδα είναι η μόνη χώρα όπου τα κρατικά μέσα έχουν κυριολεκτικά παραμεριστεί από τα ιδιωτικά. Η μέση θεαματικότητα όλων των κρατικών καναλιών το 1993 δεν ξεπέρασε το 13.2%, ενώ σε στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες κυμάνθηκε

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αλιβιζάτος, Νίκος, (1986), *Κράτος και ραδιοηλεκτρονική. Η θεσμική διάσταση*, εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα.
- Βενιζέλος, Ευάγγελος, (1989), *Η ραδιοηλεκτρονική έκρηξη. Συνταγματικά πλαίσια και νομοθετικές επιλογές*, εκδόσεις Παρατηρητή, Θεσσαλονίκη.
- Δρεττάκης, Μανώλης, (1994), *Η κυκλοφορία των εφημερίδων 1975-1992*, εκδόσεις Gutenberg Αθήνα.
- Ζαούσης, Αλέξης, Στράτος, Κωνσταντίνος, (1993), *Οι εφημερίδες 1974-92. Η αθέατη όψη μιας κρίσιμης πορείας*, εκδόσεις Γνώση, Αθήνα.
- Katsoudas, Dimitrios, (1985), *Greece: A Politically Controlled State Monopoly Broadcasting System*, στο: *West European Politics*, 1985, σσ. 137-151.
- Κυριαζίδης, Νίκος, (1986), *Τα οικονομικά του Τύπου*, στο: *Αντί, ειδική έκδοση: Τύπος και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*, περίοδος Β' τεύχος 320, σσ. 31-36.
- ιδίου, (1993), *Ισολογισμοί των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης*, στο: *Media View*, Οκτώβριος-Δεκέμβριος, σσ.9-23.
- Μανθούλης, Ροθήρος, (1981), *Το κράτος της τηλεόρασης*, εκδόσεις Θεμέλιο, Αθήνα.
- Παπαθανασόπουλος, Στέλιος, (1993), *Απελευθερώνοντας την τηλεόραση*, εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.
- ιδίου, (1994), *Η τηλεόραση στον κόσμο*, εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Pesmazoglou, Stefanos, (1993), *The 1980s in the Looking-Glass: PASOK and the Media στο: Greece, 1981-89. The Populist Decade*, edited by Richard Clogg, St Martin's Press, New York, σσ.94-112.
- Ταμπακίδης, Νίκος, (1988), *Η αξιοποίηση των θεσμικών δυνατοτήτων για την ίδρυση και λειτουργία Τοπικών Ραδιοφωνικών σταθμών*, στο: *Ραδιόφωνο και Τοπική Αυτοδιοίκηση*, εκδόσεις ΕΕΤΑΑ, Αθήνα, σσ. 187-194.
- Technomedia Guide (1993), *Οδηγός διαφημιστικών μέσων*.
- Χαιρετάκης, Μανώλης, (1993), *Οι εξελίξεις και οι τάσεις των ΜΜΕ στην Ελλάδα*, στο: *Manager*, τεύχος 38, Φεβρουάριος, σσ. 50-53.
- Χριστοδουλίδης, Ανδρέας, (1988), *Ελληνική Ραδιοηλεκτρονική: Στόχοι και προοπτικές, στη Σοσιαλιστική θεωρία και πράξη*, τεύχος 4, Απρίλης, σσ. 60-68.
- Ψυχογιός, Δημήτρης, (1992), *Το αθέβαιο μέλλον του Αθηναϊκού Τύπου*, εκδόσεις Διάυλος Αθήνα.