

# “ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΣ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ” Ομιλία του πρ. της ΕΣΗΕΑ κ. Αριστείδη Μανωλάκου στο Βόλο

Ομιλία του Προέδρου της ΕΣΗΕΑ κ. Αριστείδη Μανωλάκου στην εκδήλωση με θέμα “Ο ρόλος του Τύπου σήμερα και η δημοσιογραφική δεοντολογία” που οργάνωσε η Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Θεσσαλίας, Στ. Ελλάδας και Εύβοιας στο Βόλο, στην αίθουσα “Γιάννης Κορδάτος” του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας:

## ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΣ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ

“Ένας λόγος περί δεοντολογίας ό,τι και αν αφορά δηλώνει την ανάγκη να προσδιοριστεί το δέον μιας υπόθεσης. Πώς πρέπει να αντιμετωπίζεται, πώς πρέπει να συμπεριφέρονται οι συντελεστές της, ποιες πρέπει να είναι οι σχέσεις τους και ποια τα κριτήρια στη βάση των οποίων θα αξιολογηθούν οι προσπάθειές τους και το τελικό αποτέλεσμα. Η ενημέρωση, όπως αποκαλούμε στις μέρες μας την άντληση της πληροφορίας και της είδησης, την ανάλυσή της και τη διάχυσή της στο κοινωνικό σύνολο, δεν ξεφεύγει από αυτό το πλαίσιο.

Η μεταπολίτευση στη χώρα μας εκτός των άλλων χαρακτηρίστηκε από μια έκρηξη και μια γιγάντωση των μέσων ενημέρωσης και υπήρξε μάρτυρας πολλών συζητήσεων γύρω από το θέμα της δεοντολογίας. Καταγράφηκαν, ειδικά την τελευταία δεκαετία, αρκετές απόπειρες εφαρμογής μέτρων δεοντολογίας σε θεσμικό επίπεδο. Συνολικά μιλώντας μπορούμε να πούμε ότι όσα θετικά και όσα αρνητικά διαπιστώνονται στο θέμα της δεοντολογίας συνιστούν μια ακτινογραφία της ενημέρωσης, δείχνουν -για όποιον τουλάχιστον θέλει να παρατηρήσει το φαινόμενο στις

λεπτομέρειές του- σε βάθος την κατάσταση, σε όλες τις πλευρές της.

Στο σημείο αυτό πρέπει να κάνουμε μια επισήμανση. Αφορά τα μέσα ενημέρωσης διεθνώς αλλά και στη χώρα μας. Υπάρχει ένα σημείο-τομή στην ενημέρωση που προσδιορίζεται από το πριν και το μετά του ηλεκτρονικού τύπου, των ηλεκτρονικών μέσων. Άλλοι από εμάς από βιωματική εμπειρία και άλλοι εξ ακοής γνωρίζουμε ότι υπήρχε μια εποχή πριν, όταν δεν είχε γίνει η έκρηξη των ηλεκτρονικών μέσων, όπου κυριαρχούσε ο Τύπος και η μορφή του συγκεκριμένου εκδότη, συνήθως με άποψη για το έντυπο που έθετε σε κυκλοφορία. Στην εποχή αυτή ωρίμασε και έδωσε πνευματικούς καρπούς και μια συγκεκριμένη γενιά δημοσιογράφων που ανάμεσά τους συγκαταλέγονται ορισμένα μεγάλα ονόματα της ελληνικής δημοσιογραφίας. Ακολούθησε η εποχή της ηλεκτρονικής ενημέρωσης, η οθόνη και η εικόνα έγιναν απαραίτητα συνοδευτικά της καθημερινής ζωής των ανθρώπων. Το τοπίο της ενημέρωσης με την εμφάνιση κυρίως της ιδιωτικής ραδιοτηλεόρασης έγινε πολυδαίδαλο. Οι εκδότες έγιναν ανώνυμες μετοχικές εταιρείες. Η ανάγκη ρυθμίσεων και κανόνων πρόβαλε επιτακτική. Δεν τα αναφέρω αυτά επειδή είμαι νοσταλγός του παρελθόντος. Πολύ περισσότερο δεν είμαι αντίπαλος της εξέλιξης. Ορισμένα πράγματα και στον χώρο της ενημέρωσης συμβαίνουν αντικειμενικά, αλλά όχι με τρόπο μοιραίο.

Ακριβώς σε αυτό το σημείο οφείλουμε να σκύψουμε και να αναρωτηθούμε αν όλοι αναγνωρίζουμε την αναγκαιότητα μιας κοινωνικής και πολιτικής συναίνεσης σε ό,τι αφορά την ενημέρωση. Στη συνέχεια να εξετάσουμε τι εννοεί ο καθένας όταν αναφέρεται στη δεοντολογία του πράγματος. Και να εξετάσουμε τέλος αν όλοι εννοούμε το ίδιο πράγμα και τι μπορεί να σημαίνει αυτό. Για να γίνω πιο σαφής, θυμίζω ότι τον χειμώνα που πέρασε ακούσαμε από επίσημα κυβερνητικά χείλη ότι ρυθμιστής των ζητημάτων της ενημέρωσης είναι η αγορά. Αυτή είναι μια βασική άποψη στις ημέρες μας που αντανακλάται, όπως θα δείξω στη συνέχεια, και στο ζήτημα της δεοντολογίας. Προφανώς είναι μια άποψη που έρχεται σε ευθεία αντίθεση με την έννοια της δεοντολογίας. Η αγορά, είτε εννοούμε την οικονομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων της ενημέρωσης είτε τη

διαμόρφωση καταναλωτικών συνηθειών που επηρεάζουν τα προϊόντα της ενημέρωσης, είχε, έχει και θα έχει τους δικούς της νόμους κίνησης. Η δεοντολογία ξεκινά από κοινωνικές ανάγκες πολύ ευρύτερες -αφορά την ίδια την υπόσταση του καθημερινού μας πολιτισμού που επηρεάζεται από τη στάση και τις συμπεριφορές της αγοράς, εν προκειμένω της αγοράς της ενημέρωσης- και επιζητεί να επιδράσει πάνω τους ευεργετικά.

Αλλά ας γίνουμε πιο συγκεκριμένοι. Ας δούμε αναλυτικά ποιοι είναι οι παράγοντες που καθορίζουν σήμερα αυτό που αποκαλούμε δεοντολογία.

### **1. Οι επιχειρήσεις της ενημέρωσης**

Θα ξεκινήσω από τις επιχειρήσεις της ενημέρωσης, του Τύπου και των ηλεκτρονικών μέσων. Ξέρουμε όλοι ότι υπάρχει ένα πλήθος από αρνητικά φαινόμενα που αφορούν κυρίως την τηλεόραση, δευτερευόντως το ραδιόφωνο – και από τα οποία δεν εξαιρείται ο Τύπος. Μπορούμε να τα συμπεριλάβουμε κάτω από τον τίτλο, Ισοπέδωση. Αναφέρομαι σε εκείνες τις πολλές περιπτώσεις όπου στο προϊόν της ενημέρωσης, κυρίως ειδήσεις και ενημερωτικές εκπομπές, δυσκολευόμαστε να διακρίνουμε το ουσιαστικό από το ανούσιο, την αλήθεια από την κατασκευασμένη είδηση, την πληροφόρηση από την από-πληροφόρηση που συνοδεύει τον καταϊγισμό ειδήσεων και πληροφοριών για κάποιο θέμα, χωρίς κριτήρια, χωρίς ανάλυση των δεδομένων. Καθώς όλα αυτά συνέχισαν να συμβαίνουν για χρόνια κάτω από το πέπλο μιας σιωπηρής αποδοχής, φτάσαμε να μιλάμε για σκουπίδια, που δυστυχώς οι στατιστικές έρευνες δείχνουν ότι αφορούν και τον κύριο κορμό της ενημέρωσης, δηλαδή τις ειδήσεις ή δελτία ειδήσεων και όχι μόνο τις πολυποίκιλες εκπομπές λόγου ή τοκ-σόου. Τα τελευταία δύο χρόνια περίπου, το θέμα των δελτίων ειδήσεων ξεπέρασε κάθε φαντασία. Δελτία της μιάμισης ώρας, στην ουσία μαγκαζίνο, όπου ειδήσεις για κρίσιμα ζητήματα της εσωτερικής και διεθνούς πολιτικής επικαιρότητας αραδιάζονται δίπλα σε “ειδήσεις” για το φόρεμα της τάδε τραγουδίστριας ή δίπλα σε αναρίθμητα περιστατικά του αστυνομικού δελτίου που συνήθως εκχυδαϊζουν την ανθρώπινη απελπισία και την προσφέρουν

βορά στα πιο ταπεινά μας αισθήματα. Αυτό είναι το τέλος της είδησης και το βάρος της ευθύνης πέφτει σε όλους μας, πολιτεία-πολιτικούς, επιχειρηματίες, δημοσιογράφους – διευθυντικά στελέχη ή απλούς εργαζόμενους, προφανώς με ανισόμερο τρόπο.

### **α. Προϋποθέσεις λειτουργίας των επιχειρήσεων ΜΜΕ**

Ποιες είναι οι κύριες αιτίες αυτού του κατήφορου; Η πρώτη και κυριότερη πρέπει να αναζητηθεί στην οργάνωση της δημοσιογραφικής παραγωγής στα μέσα ενημέρωσης. Το θέμα, είναι κατανοητό, συνδέεται άμεσα με το πώς στήνονται και λειτουργούν οι επιχειρήσεις της ενημέρωσης. Με ποιες προϋποθέσεις, ποια κριτήρια βιωσιμότητας εμφανίζεται μια εφημερίδα, ένα ραδιόφωνο, ένα κανάλι. Δεν είναι τυχαίο ότι σε διάστημα μόλις ενός χρόνου είδαμε να κλείνει η “Αθηναϊκή”, επίσης η “Εξουσία” και η “Εκτροπή” του Ομίλου Ανδρουλιδάκη, να μετατρέπεται σε εβδομαδιαία εφημερίδα το “Athens News”, να αγνοείται η τύχη μιας εφημερίδας 20 ημερών, ο “Ανεξάρτητος”. Και επιπλέον αντιμετωπίσαμε την πολύμηνη κρίση στα ηλεκτρονικά μέσα του Ομίλου Ανδρουλιδάκη, Tempo και Planet στα οποία κόπηκαν τα δελτία ειδήσεων. Μάλιστα στον Planet κατά παράβαση της αδειοδότησης την οποία είχε πάρει ως ενημερωτικός σταθμός. Εδώ δίπλα στα ξερά κυριολεκτικά καίγονται και τα χλωρά. Διότι υπάρχουν επιχειρήσεις στις οποίες υπάρχουν στελέχη με παράδοση και γνώση ή επιχειρήσεις που έχουν τη δυνατότητα να οργανώσουν τη δημοσιογραφική παραγωγή με υψηλές προδιαγραφές. Αλλά από τη στιγμή που η αγορά υποδεικνύει έμμεσα πλην όμως με σαφήνεια ότι όλα μπορεί να συμβούν, εφημερίδες που στήνονται στο πόδι, ραδιοφωνικοί σταθμοί που εκπέμπουν προγράμματα μέσω κομπιούτερ, τηλεοπτικά κανάλια που κάνουν “δημοσιογραφικές αποκλειστικότητες” οι οποίες αποδεικνύονται ρεπορτάζ-μαϊμού κατασκευασμένα στα στούντιο – και όλοι αυτοί “χτυπάνε” διαφημιστικά πακέτα, ανταγωνίζονται σε πωλήσεις, σε ακροαματικότητα, σε τηλεθέαση, και το αποδεικνύουν αυτό οι μετρήσεις, έχουμε φτάσει στον κόμπο.

### **β. Η λογική της αγοράς και του μάρκετινγκ**

Εκεί εμφανίζεται η δεύτερη αιτία. Είναι η προσδοκία του κάθε μέσου να κυριαρχήσει στην αγορά της ενημέρωσης. Ή για να λέμε τα πράγματα με το όνομά τους, το μέγιστο οικονομικό κέρδος και πώς επιτυγχάνεται αυτό. Ας αναρωτηθούμε τι σημαίνει το γενικευμένο φαινόμενο των ημερών μας, όπου ο διευθυντής μάρκετινγκ έχει συνήθως την βαρύνουσα και τελική γνώμη για τη γραμμή πλεύσης του μέσου, ακόμη και όταν αυτό αφορά το είδος του δελτίου ειδήσεων που εκπέμπει ή, για να αναφερθούμε στον Τύπο, την έκταση που θα πάρουν στις σελίδες της τάδε εφημερίδας οι πολιτικές ειδήσεις, τα διεθνή θέματα ή τα κοινωνικά ή τέλος πάντων πόσα και τι είδους ένθετα θα συνοδεύουν μια εφημερίδα ώστε να χρειάζεται κάποιος τσάντα ή σακούλα ιδίως τις Κυριακές για να τη σηκώσει. Ο ανταγωνισμός φτάνει τότε να υπερσκελίσει την ποιότητα και την εγκυρότητα της ενημέρωσης. Τα άλλοθι για να συμβαίνει αυτό μπορεί να είναι πολλά. Συχνά ακούμε να λέγεται ότι αυτό θέλει ο κόσμος. Είναι η πιο ευτελής εκδοχή, αυτή που υποτίθεται ότι αναγορεύει σε κριτή το θύμα, γιατί ο κόσμος, το κοινό, είναι το ένα θύμα αυτής της δύσκολης κατάστασης. Ο εθισμός των πολλών με την κακή ποιότητα της ενημέρωσης δεν προκύπτει τυχαία ούτε αυτόματα. Τελικά η αναζήτηση της ποιότητας στην ενημέρωση δεν είναι το σύγχρονο αυγό του Κολόμβου. Υπάρχει διέξοδος και αυτή εκτός των άλλων βρίσκεται και στο σεβασμό της αρχής της συντακτικής ευθύνης την οποία διεκδικούν οι δημοσιογραφικές ενώσεις και θέλουν να κατοχυρώσουν στις συλλογικές συμβάσεις τους. Είναι η αρχή εκείνη που επιβάλλει το περιεχόμενο της ενημέρωσης να το καθορίζουν οι συντάκτες, μια αρχή την οποία υποστηρίζει ενεργά η Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων.

## **2. Οι δημοσιογράφοι: Θύτες και θύματα**

Οι δημοσιογράφοι είναι ακριβώς το άλλο θύμα που εμφανίζεται με έναν ιδιαίτερο τρόπο στο ρόλο του θύτη. Τελικά, ναι, υπάρχει η ευθύνη των δημοσιογράφων για την ποιότητα της ενημέρωσης, αλλά πρέπει να δούμε τι είδους είναι αυτή η ευθύνη και πώς φτάνουμε να μιλάμε γι' αυτήν. Δεν είναι τυχαίο ότι μια πρόσφατη έρευνα της VPRC έδειξε ότι οι Έλληνες δημοσιογράφοι έχουν χαμηλό

βαθμό αυτο-εκτίμησης. Για να το κατανοήσουμε αυτό όμως οφείλουμε να σταθμίσουμε σειρά από άλλα ζητήματα. Η ίδια έρευνα τα αναδεικνύει ανάγλυφα.

### **α. Παιδεία**

Ένα από τα ζητήματα αυτά αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης των δημοσιογράφων. Τη γενική παιδεία τους και την εξειδίκευσή τους στη συγκεκριμένη εργασία που αναλαμβάνουν. Υπάρχουν σοβαρά προβλήματα που εν έτει 2002 εξακολουθούν να παραμένουν ως εκκρεμότητες. Προβλήματα που αφορούν την “οργανωμένη εκπαίδευση” δημοσιογράφων και θέτω σε εισαγωγικά τη λέξη γιατί όλοι ξέρουμε ότι το ποιος τελικά θα γίνει πραγματικά δημοσιογράφος είναι συνάρτηση πολλών παραγόντων και φυσικά συνάρτηση και κάποιου ταλέντου. Αυτό άλλωστε προσδιορίζει το επάγγελμά μας ως ανοιχτό επάγγελμα. Ωστόσο η οργανωμένη εκπαίδευση είναι ένα κρίσιμο μέγεθος που δεν υπηρετείται σύμφωνα με τις τεράστιες ανάγκες που υπάρχουν μόνο από τα πανεπιστημιακά τμήματα ΜΜΕ και πολύ περισσότερο δεν υπηρετείται από το άναρχο τοπίο των ιδιωτικών κέντρων δημοσιογραφίας. Γι’ αυτό το τόσο σημαντικό θέμα της εκπαίδευσης η πολιτεία έχει την υποχρέωση να δώσει λύσεις. Η ΕΣΗΕΑ έχει κάνει σχετικό διάβημα στον υπουργό Παιδείας με συγκεκριμένες προτάσεις.

### **β. Εργασιακά προβλήματα**

Μιλώντας πάντα για τους δημοσιογράφους πρέπει να προσθέσουμε τα εργασιακά προβλήματα και τις επιπτώσεις που έχουν στο παραγόμενο προϊόν. Είμαστε όμως όλοι υποχρεωμένοι να αντιληφθούμε ότι όπως λέει το σύνθημα της Διεθνούς Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων “Δεν υπάρχει ενημέρωση όταν ο δημοσιογράφος εργάζεται σε συνθήκες φτώχειας, διαφθοράς και φόβου”. Κι αν νομίζουμε ότι απέχει πολύ η ελληνική πραγματικότητα από αυτό, αρκεί να απαριθμήσω τίτλους θεμάτων: ελαστικές σχέσεις εργασίας και πολυθεσία, χαμηλές αμοιβές για την πλειονότητα και υψηλές όχι μόνο για τους δημοσιογράφους-σταρ αλλά και για όσους αποδέχονται να υπηρετήσουν τη μέγιστη ευτέλεια, το είδαμε και αυτό να συμβαίνει σε έντυπα που ανταγωνίζονται σε



κιτρινισμό εφημερίδες του είδους της αγγλικής “Star”. Είναι βέβαιο ότι παραλείπω πολλά ζητήματα στο κεφάλαιο αυτό, που όμως έχουν αναδειχτεί με επάρκεια από τις κινητοποιήσεις των δημοσιογράφων στη διάρκεια όλου του περασμένου χειμώνα.

Τελικά, αυτός ο Δημοσιογράφος παράγει προϊόντα ενημέρωσης σε αυτά τα σημερινά ΜΜΕ.

Όμως υπάρχουν και άλλα ζητήματα που εκκρεμούν και δυσχεραίνουν τη λειτουργία των μέσων ενημέρωσης και την εργασία των δημοσιογράφων. Θα επαναλάβω για πολλοστή φορά την ανάγκη να ρυθμιστεί διά νόμου το ζήτημα των αστικών αποζημιώσεων που ταλαιπωρεί τον Τύπο χωρίς να αντιμετωπίζει επί της ουσίας το πρόβλημα της έκθεσης της αξιοπρέπειας των θιγομένων.

### **3. Δεοντολογία και Αυτορύθμιση**

Αντιμέτωποι με αυτή την κατάσταση, φτάσαμε στο σημείο πολλοί να μιλάνε για την ανάγκη αυτορύθμισης και στο χώρο των επιχειρήσεων και μεταξύ των δημοσιογράφων. Έτσι μπαίνουμε στο καθαυτό κεφάλαιο της δεοντολογίας. Γιατί πρέπει να υπάρχει μια άποψη για τη δεοντολογία για να συμφωνήσουμε στο τι εννοούμε αυτορύθμιση. Τι από όλα όσα διαδραματίζονται μπορούν να αυτορυθμιστούν και για ποια απαιτείται θεσμική παρέμβαση. Είναι για παράδειγμα θέμα αυτορύθμισης η έκταση του δελτίου ειδήσεων και είδαμε τελευταία κινήσεις στην κατεύθυνση του περιορισμού του χρόνου των τηλεοπτικών δελτίων. Δεν αρκεί όμως να περιοριστεί μόνο ο χρόνος. Πρέπει να γίνουν πρακτικά βήματα για την αναβάθμιση των δελτίων ειδήσεων. Πρέπει να υπάρξει αυτο-έλεγχος για το περιεχόμενο των ενημερωτικών εκπομπών, να συγκροτηθούν συμβούλια σε κάθε μέσο ενημέρωσης. Να υπάρξει αυτορύθμιση στα μέσα ενημέρωσης και στους δημοσιογράφους για καυτά προβλήματα που μας απασχόλησαν και πρόσφατα, όπως το ζήτημα της κρυφής κάμερας και με αφορμή αυτό το ζήτημα γενικά του τρόπου άντλησης πληροφοριών. Και εδώ επανέρχομαι στην ευθύνη των δημοσιογράφων αφού η αυτορύθμιση αυτούς αφορά κυρίως. Τα μέλη της ΕΣΗΕΑ έχουν ψηφίσει ήδη από το 1998 με το συντριπτικό ποσοστό του 85% Κώδικα Δεοντολογίας. Κάναμε προσπάθειες από τότε να συσταθεί ένα κοινό Συμβούλιο Τιμής με

την ΕΙΗΕΑ και έχουμε ενεργοποιήσει σχετικές διαδικασίες. Στο θέμα αυτό είμαστε κατηγορηματικοί: οι δημοσιογράφοι οφείλουμε να εφαρμόζουμε τον κώδικα δεοντολογίας του επαγγέλματος. Δεν είναι δυνατόν να συνεργούμε στην καταρράκωση των πολιτισμικών μας αξιών, στο δημόσιο και ιδιωτικό βίο. Υπάρχει εν τέλει και το δικαίωμα του δημοσιογράφου στην άρνηση να ακολουθήσει εντολές που παραβιάζουν τη δεοντολογία. Πρέπει μέσα από τα σωματεία μας να συμβάλουμε στον εξανθρωπισμό των ΜΜΕ και να ανεβάσουμε την αξιοπιστία του επαγγέλματος. Τότε θα μπορούμε πιο αποτελεσματικά να μιλάμε και για όσα χρειάζεται να αλλάξουν, να βελτιωθούν και στο επίπεδο των θεσμών, εκεί που τον πρώτο λόγο και αντίστοιχα την πρώτη ευθύνη έχει η εκάστοτε κυβέρνηση αυτής της χώρας, η Βουλή, τα πολιτικά κόμματα.

#### **4. Οι Θεσμοί**

Υπάρχει ένα συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας για τα μέσα ενημέρωσης, υπάρχουν νόμοι, από μια άποψη υπάρχει πολυνομία αλλά δεν είναι βέβαιο ότι όλα αυτά μας εξασφαλίζουν από τα καθημερινά και συνεχή ατοπήματα. Βέβαια δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι πριν από όλα υπάρχει το Σύνταγμα που αναφέρεται με συγκεκριμένες διατάξεις στο “κοινωνικό αγαθό” της ενημέρωσης και η παραβίαση αυτών των διατάξεων δεν μπορεί να μην επισύρει ηθικές και πειθαρχικές κυρώσεις. Εν τέλει, με καθυστέρηση, αποκτήσαμε και Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, μια ανεξάρτητη αρχή την οποία η ΕΣΗΕΑ στήριξε από την πρώτη στιγμή. Μάλιστα υπάρχει και μνημόνιο συνεργασίας ΕΣΗΕΑ-ΕΣΡ για θέματα δεοντολογίας. Όμως είδαμε όλοι τη συνέχεια, ουσιαστικά το μνημόνιο δεν έχει ενεργοποιηθεί, για παράδειγμα αναφέρω τον έλεγχο των εργασιακών σχέσεων και των καταβολών στα ασφαλιστικά ταμεία των δημοσιογράφων. Πώς όμως να υπάρξει ουσιαστική λειτουργία του ΕΣΡ όταν η μεταφορά αρμοδιοτήτων σε αυτό δεν συνοδεύτηκε από την απαιτούμενη ενίσχυσή του ώστε να είναι σε θέση στην πράξη και όχι κατ’ όνομα να ασκεί αυτές τις αρμοδιότητες; Υπάρχει άλλωστε ένα ερώτημα πόσο ανεξάρτητη υπήρξε μέχρι τώρα η ανεξάρτητη αρχή και εξαιτίας του λόγου που



προανέφερα αλλά και άλλων παραγόντων.

## **5. Το κοινωνικό μέτωπο**

Τίποτε όμως δεν θα μας ικανοποιεί τελικά, αν το γράμμα των νόμων, οι θεσμοί, οι διακηρύξεις καλής θέλησης για αυτορύθμιση – παραμένουν εκτός κοινωνικού ελέγχου. Αυτό είναι και το πεδίο στο οποίο ίσως σημειώνεται η μεγαλύτερη καθυστέρηση. Χωρίς κοινωνική πίεση για τη δεοντολογία του αποτελέσματος της ενημέρωσης δεν μπορεί να περιμένουμε θεαματικές αλλαγές.

Είναι λοιπόν αναγκαία μια πλατιά, δημόσια διαβούλευση στην οποία μπορούν και πρέπει να πάρουν μέρος, οι πνευματικοί άνθρωποι της χώρας, η ακαδημαϊκή κοινότητα, οι διανοούμενοι, μαζί με τους δημοσιογράφους που μέσα από τις ανασυγκροτημένες -στο πνεύμα και τις ανάγκες της σημερινής εποχής- ενώσεις τους έχουν να καταθέσουν την πλούσια αρνητική αλλά και θετική εμπειρία τους. Σε αυτή την κατεύθυνση υπάρχουν αποφάσεις που δεν πρέπει να μένουν στα χαρτιά. Το συνέδριο της ΠΟΕΣΥ έχει ψηφίσει, για παράδειγμα, ομόφωνα τη συγκρότηση οργάνων παρατήρησης των ΜΜΕ. Αλλά και η ΕΣΗΕΑ μελετά το ενδεχόμενο στο νέο καταστατικό της να συμπεριλάβει τη λειτουργία ενός Παρατηρητηρίου των μέσων ενημέρωσης, με τη συμμετοχή και διανοουμένων και εκπροσώπων κοινωνικών φορέων. Με αντίστοιχο πνεύμα, προτείνουμε και τον Συνήγορο ή Διαμεσολαβητή, ως αυτορυθμιστικό παράγοντα, και όχι διά του νόμου επιβεβλημένο, στα μέσα ενημέρωσης της χώρας μας.

## **6. Δέκα Προτάσεις**

Ανακεφαλαιώνοντας τις σκέψεις που σας εξέθεσα για το πολύπλευρο θέμα “Δημοσιογράφος και δεοντολογία” θέλω να τονίσω για μία ακόμη φορά την ανάγκη για άμεσα μέτρα σε επίπεδο θεσμικό και αυτορυθμιστικό. Συγκεκριμένα:

- 1.** Σεβασμός στις συνταγματικές αρχές για την ενημέρωση και τήρηση των νόμων που τις εξειδικεύουν.
- 2.** Θεσμοθέτηση όρων και προϋποθέσεων βιωσιμότητας των επιχειρήσεων Τύπου και ΜΜΕ.

3. Ρύθμιση διά νόμου του ζητήματος των αστικών αποζημιώσεων.
4. Ριζική βελτίωση της εκπαίδευσης των δημοσιογράφων. Επίλυση των λειτουργικών προβλημάτων των πανεπιστημιακών τμημάτων ΜΜΕ. Ρυθμίσεις στο καθεστώς των σπουδών που παρέχονται από ΙΕΚ. Διάλογος όλων των ενδιαφερόμενων πλευρών για τα θέματα εκπαίδευσης και κατάρτισης των δημοσιογράφων.
5. Κατοχύρωση στις Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας της αρχής της Συντακτικής Ευθύνης.
6. Σεβασμός του δικαιώματος αρνησικυρίας των δημοσιογράφων ή αλλιώς Ρήτρα Συνείδησης για το δημοσιογραφικό επάγγελμα.
7. Τήρηση των Κωδίκων Δεοντολογίας και ενίσχυση του ΕΣΡ.
8. Μέτρα αυτορύθμισης στα ΜΜΕ. Αυτο-έλεγχος για τις ενημερωτικές εκπομπές με τη συγκρότηση σε κάθε μέσο ενημέρωσης ειδικών για το ζήτημα συμβουλίων.
9. Συγκρότηση Παρατηρητηρίου των μέσων ενημέρωσης σε κοινωνικό επίπεδο.
10. Συνήγορος ή διαμεσολαβητής ως κοινωνικός θεσμός για τη λειτουργία και τον σχετικό έλεγχο των κανόνων αυτορύθμισης.

Όλα αυτά συνδέονται, όπως είναι φανερό, και με τα εργασιακά προβλήματα των δημοσιογράφων.

Ελπίζουμε και αισιοδοξούμε ότι με παρόμοιους τρόπους είναι δυνατόν ένα κοινωνικό μέτωπο της ενημέρωσης να εμποδώνει την ουσία της δεοντολογίας και στους νέους δημοσιογράφους που μπαίνουν συνήθως με πολλά όνειρα στο επάγγελμα, αλλά και ευρύτερα μέσα στην κοινωνία.”