



**ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ :**  
**Τα Μέσα μαζικής ενημέρωσης στην**  
**καθημερινότητά μας**



**ΤΑΞΗ : Α Λυκείου Ανδρούσας**

**ΜΑΘΗΜΑ : Ερευνητική Εργασία**

**ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : Λαμπρόπουλος Γεώργιος**

## **ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ :**

**Γιάννης Παπαβασιλείου ,  
Σπύρος Κωνσταντόπουλος ,  
Ειρήνη Γεωργακοπούλου**

### **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η εργασία μας αυτή θα αναφερθεί στα Μ.Μ.Ε. ( Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ) και ειδικότερα στα πρώτα Μ.Μ.Ε. καθώς και στην ιστορική τους εξέλιξη με το πέρασμα των χρόνων .



### **ΙΣΤΟΡΙΑ**

Η πορεία των ΜΜΕ στην Ελλάδα είναι μια-γενικά-δύσβατη πορεία , και επηρεάζεται από μια συστοιχία παραγόντων, αλληλένδετων ή μη μεταξύ τους. Ωστόσο, το περιβάλλον των ελληνικών ΜΜΕ δεν χαρακτηριζόταν/διακρινόταν από την τήρηση

ενός πλαισίου προδιαγραφών σχετικά με το συνολικό-ή και τα επιμέρους- «παιχνίδια».

Μια τέτοια «μη τήρηση» πλαισίων λειτουργίας πιθανότατα να δημιουργεί «έξωθεν» πιέσεις για την επιβολή πλαισίων κάποιας μορφής. Δυο είναι, ίσως, οι κύριοι παράγοντες, οι οποίοι συνηγορούν προς αυτή την κατεύθυνση :

-οι ολοένα και μεγαλύτερες επενδύσεις, οι οποίες απαιτούνται για την απρόσκοπτη και αποτελεσματική λειτουργία των ΜΜΕ.

-οι πιέσεις για την απαίτηση εναρμόνισης των κανονισμών λειτουργίας του συνολικού πλέγματος των ελληνικών ΜΜΕ με τούς αντιστοίχους των υπολοίπων κρατών-μελών της Ε.Ε.

Τα πλαίσια τα οποία *επιβάλλονται*- και όχι αυτά που συν-δημιουργούνται και συν-διαπραγματεύονται-καθιστούν τούς όρους του «παιχνιδιού» δυσμενείς, σε όσους τελικά υφίστανται αυτή την *επιβολή*.

## ΕΞΕΛΙΞΗ

Η απορρύθμιση σαν η σταδιακή *ενίσχυση* του ρόλου του επενδυόμενου ιδιωτικού κεφαλαίου στον χώρο των ( κατ' εξοχήν ) ηλεκτρονικών ΜΜΕ, σε συνδυασμό με την βαθμιαία *αποδυνάμωση* του κρατικού ελέγχου στα ηλεκτρονικά ΜΜΕ, δημιουργώντας δύο χρονικά στάδια, τα στάδια

1) της προ-απορρύθμισης ( π.α) –την προϊστορία της απορρύθμισης, και 2) την μετα-απορρύθμιση ( μ.α.)-μία μετα-ιστορία της απορρύθμισης

διαμορφώνοντας ένα μεταίχμιο ανάμεσα στην προϊστορία και την μετα-ιστορία της απορρύθμισης. Ασφαλώς, το κυριότερο αποτέλεσμα της απορρύθμισης ήταν η καθοριστική της συνεισφορά στην εμφανή αλλαγή του συνολικού «κλίματος», της ευρύτερης «ατμόσφαιρας» των ελληνικών ΜΜΕ.

Η αγορά των ΜΜΕ μετατράπηκε, σε σύντομο χρονικό διάστημα, από μία *παραδοσιακή* αγορά ( βιοτεχνικού τύπου ) σε μία *νεωτεριστική* αγορά ( με κάποιες βιομηχανικές καταβολές ), με εμφανή την τάση της πρωτοκαθεδρίας τόσο των ίδιων των ΜΜΕ αλλά *και* του περιεχομένου του, ως *εμπορεύματα*, ενταγμένα σε μία συνεχή διαδικασία ανταλλαγής.

Η δυνατότητα της μαζικής αγοράς διαφημιστικού χώρου ( λ.χ. μέσω των καταχωρήσεων ) και χρόνου ( λ.χ. μέσω των τηλεοπτικών σπώτ ), καθώς και τα διόλου ασήμαντα οφέλη που θα μπορούσαν να υπάρξουν από μία «μαζική»

διαπραγμάτευση χώρου-χρόνου μεταξύ των *διαφημιστικών εταιρειών* ( και των *media shops* και *media specialists*, που είχαν εν τω μεταξύ αρχίσει να ιδρύονται ) και των *διαφημιστικών ΜΜΕ* , άρχισε να μεταβάλλει την ίδια τη λειτουργία της διαφήμισης, από ένα σύνολο δραστηριοτήτων το οποίο σχεδίαζε και υλοποιούσε μια επικοινωνία, με στόχο είτε την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών ή και την δημιουργία μιας θετικής «εικόνας» για τούς πελάτες τους, σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων με επίκεντρο δοσοληψίες οικονομικής φύσεως.

Ένα από τα σημαντικότερα αποτελέσματα της απορρύθμισης ήταν η *ραγδαία αύξηση* του αριθμού των – ηλεκτρονικών, κυρίως- διαύλων, άρα και η συνακόλουθη αύξηση του συνολικού χρόνου εκπομπής, του συνολικού, δηλαδή, διατιθέμενου περιεχομένου.

Ο αυξημένος ( συνολικός ) χρόνος εκπομπής έπρεπε να «καλυφθεί» από διάφορα προγράμματα, από ένα χρονικά διευρυμένο περιεχόμενο, που αναζητούσε εναγωνίως

-τον «άνθρωπο-τηλεθεατή»

-τον «άνθρωπο-ακροατή», και δευτερευόντως τον «άνθρωπο-αναγνώστη».

Αυτοί οι ανθρωπίνι «τύποι» ήταν, ουσιαστικά

-οι διαμεσολαβητές, αλλά και

-οι πρωτεργάτες, στη πραγματικότητα και κυριολεκτικά , οι δημιουργοί

των αναγκιών ( έως πολύ αναγκιών ) εσόδων από τις διαφημιστικές δραστηριότητες-στο βαθμό κατά τον οποίο δεν υπήρχαν εναλλακτικές πηγές εσόδων των ιδίων των ΜΜΕ.

Η αυξημένη αυτή ανάγκη για διαφημιστικά έσοδα *διεύρυνε* τον *εμπορευματικό* χαρακτήρα των ηλεκτρονικών ΜΜΕ, συμπαρασύροντας ωστόσο και τα άλλα ΜΜΕ, τα οποία όφειλαν, και αυτά, να επιβιώσουν σ' αυτό το νέο «περιβάλλον».

Πριν από την απορρύθμιση, η ιδιοκτησιακή δομή των ΜΜΕ ήταν σαφώς οριοθετημένη ' τα *έντυπα* ΜΜΕ ελέγχονταν από ιδιώτες, ενώ τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ υπάγονταν στη δικαιοδοσία του κρατικού ελέγχου. Η οριοθέτηση του ελέγχου των ηλεκτρονικών ΜΜΕ άρχισε να μεταβάλλεται, αρχικά στο *ραδιόφωνο* από το 1987 ( με την έλευση της δημοτικής, αλλά κατόπιν της ιδιωτικής ραδιοφωνίας ), και μετέπειτα στην τηλεόραση, από τα τέλη του 1989 ( με την έλευση της ιδιωτικής/εμπορικής τηλεψίας).

Η νέα αυτή «αγορά» , που διαμορφώθηκε από την αυξημένη ανάγκη κάλυψης του μεγεθυμένου τηλεοπτικού και ραδιοφωνικού χρόνου, δημιούργησε ( στις απαρχές

της απορρύθμισης ) μία σημαντική ζήτηση νέων θέσεων εργασίας στον ευρύτερο χώρο των ΜΜΕ.

## ΟΡΙΣΜΟΣ

Ως **Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ή Επικοινωνίας** (ΜΜΕ) εννοούνται όλα τα διαθέσιμα μέσα με τα οποία μπορεί να ενημερωθεί για προηγούμενα και τρέχοντα συμβάντα ένα μεγάλο πλήθος ανθρώπων. Τα ΜΜΕ χωρίζονται σε:

- *Ασύγχρονα μέσα*, όπως είναι ο τύπος και το Διαδίκτυο, καθώς η πληροφορία τους μεταδίδεται σε διαφορετικές χρονικές στιγμές για κάθε διακριτό χρήστη.
- *Σύγχρονα μέσα*, όπως είναι το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, καθώς όλοι οι χρήστες λαμβάνουν την πληροφορία συγχρόνως.

## Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ

Από τα περιστέρια, ακολούθους της θεάς Αφροδίτης, που έστελναν μηνύματα στους ερωτευμένους, μέχρι τις φρυκτωρίες, που μετέδωσαν στις Μυκήνες το οπτικό μήνυμα για την πτώση της Τροίας, έως τους διαστημικούς δορυφόρους και το Ίντερνετ, η ιστορία των τηλεπικοινωνιών συνδέεται με την ανάγκη του ανθρώπου να επικοινωνήσει, να διαδώσει και να πληροφορηθεί. Ο Σοφοκλής, εξάλλου, αποκαλεί κόρη της Ελπίδας τη θεά Φήμη και η Ίριδα ήταν η πρώτη ουράνια μαντατοφόρισα των θεών του Ολύμπου. Την Ίριδα, όπως γνωρίζουμε, διαδέχτηκε ο θεός Ερμής. Από αυτό καταλαβαίνουμε ότι οι Αρχαίοι Έλληνες έδιναν πολλή μεγάλη σημασία στην επικοινωνία και την πληροφόρηση.



**Φρυκτωρίες** ( φρυκτός= πυρσός + ώρα =φροντίδα). Η ανάγκη για κάτι γρηγορότερο από τους ταχυδρόμους, οδήγησε στην απόφαση να δημιουργηθεί σύστημα μηνυμάτων με φωτιά. Όταν η Τροία έπεσε στα χέρια των Ελλήνων η υπόλοιπη Ελλάδα το έμαθε μέσα σε μια ημέρα χρησιμοποιώντας αυτό το σύστημα επικοινωνίας. Για την μετάδοση του μηνύματος χρησιμοποιήθηκε το σύστημα της **πυρσείας** δηλαδή η χρήση φωτεινών αναμεταδοτών από βουνοκορφή σε

βουνοκορφή. Η διαδρομή του συστήματος ήταν από την Ίδη της Τροίας στο Έρμαιο της Λήμνου μετά στο όρος Άθω, στο Μάκιστο της Εύβοιας κατόπιν, μετά στον Εύριπο, στον Κιθαιρώνα, στα Μέγαρα και τέλος στις Μυκήνες. Οι κορυφές των βουνών δεν επιλέχθηκαν τυχαία. Ακόμα και σήμερα παρατηρούμε ότι υπάρχει καλή ορατότητα μεταξύ τους.

### **Υδραυλικός τηλεγράφος (ο τηλεγράφος του Αινεία)**

Γύρω στα 330 π.χ. ο Αρκάδας στρατηγός Αινείας ο Τακτικός επινοήσε ένα έξυπνο σύστημα τηλεγραφίας. Στους σηματοδοτικούς σταθμούς υπήρχαν 2 πανομοιότυποι κάδοι



κυλινδρικοί γεμάτοι με νερό μέχρι το ίδιο σημείο που είχαν στη βάση τους από μια βρύση ίδιας διαμέτρου, ώστε όταν έτρεχε νερό η ροή του να ήταν ίδια και στους δύο κάδους. Το ύψος των κάδων ήταν περίπου 1,50 μέτρα και το πλάτος τους περίπου μισό μέτρο. Πάνω στο νερό του κάθε κάδου επέπλεε ένα ξύλινο ραβδί που ήταν κάθετα στηριγμένο σε έναν κυλινδρικό φερό που είχε διάμετρο λίγο μικρότερη από τους κάδους. Το ραβδί ήταν χωρισμένο σε παράλληλους



κύκλους που είχαν απόσταση περίπου 6 εκατοστά μεταξύ τους. Στα κενά αυτών των κύκλων ήταν σημειωμένες διάφορες κωδικοποιημένες πληροφορίες στρατιωτικής κυρίως φύσης οι ίδιες και στους 2 κάδους. Η επικοινωνία γινόταν ως εξής όταν επρόκειτο να μεταδοθεί ένα μήνυμα. Ειδοποιούσαν τον επόμενο σταθμό υψώνοντας έναν πυρσό. Όταν ο επόμενος σταθμός ειδοποιούσε και αυτός με έναν πυρσό ότι ήταν έτοιμος, ο πομπός ύψωνε τον πυρσό του και πάλι και τότε άνοιγαν και οι δύο τις βρύσες ταυτόχρονα. Όταν το ραβδί καθώς κατέβαινε έφτανε στο μήνυμα που ήθελαν να μεταδώσουν τότε ο πομπός έσβηνε τον πυρσό και τότε έκλειναν και οι δύο βρύσες. Το μήνυμα είχε μεταδοθεί. Το σύστημα αυτό βασίζεται στο συγχρονισμό κινήσεων πομπού και δέκτη.

### **Ο τηλεγράφος του Πολύβιου**

Ο Έλληνας ιστορικός Πολύβιος είχε επινοήσει ένα σύστημα σηματοδότησης, όπου τα γράμματα της αλφαβήτου ήταν χωρισμένα σε πέντε ομάδες πέντε στήλες από πέντε γράμματα στην κάθε μία. (Η τελευταία στήλη είχε ένα γράμμα λιγότερο). Μετά τις στήλες αυτές τις έγραφαν σε πέντε πινακίδες. Η μετάδοση του μηνύματος γινόταν πάλι με πυρσούς. Ο πομπός πρώτα υψώνει τον πυρσό από αριστερά για να

δείξει ποια πινακίδα πρέπει να προσέξει ο δέκτης έναν πυρσό για την 1<sup>η</sup> πινακίδα δύο για την 2<sup>η</sup> κτλ. Ύστερα υψώνει τον πυρσό από δεξιά για να δείξει ποιο γράμμα πρέπει να προσέξει ο άλλος. Θα πρέπει επίσης να έχουν μια διόπτρα για να βλέπουν καλύτερα.

### **Ανακλαστές ενίσχυσης**

Τα σήματα από τις φωτιές λέγεται ότι βοηθούσαν με ειδικούς ανακλαστές να φανούν αρκετά μακριά. Όπως λέει η ιστορία, ο περίφημος φάρος της Αλεξάνδρειας χρησιμοποίησε ειδικούς ανακλαστές και ίσως κάποιο ειδικό φακό, ώστε να στέλνει το φως του στην μέγιστη δυνατή απόσταση. Λέγεται μάλιστα ότι παρατηρώντας μέσα από αυτό το φακό υπήρχε η δυνατότητα να φανούν ευκολότερα τα μακρινά πλοία αλλά και με τη βοήθεια του να καούν από μακριά εχθρικά πλοία.

### **Ακουστικός τηλέγραφος**

Κάποιες αναφορές λένε για ειδικές μεταλλικές συσκευές (τηλεβόες) που χρησιμοποιήθηκαν από τον στρατό του Μεγάλου Αλεξάνδρου για τις ακουστικές επικοινωνίες. Η εμβέλειά τους λέγεται ότι ήταν περίπου 2500 μέτρα. Είχαν τη μορφή μεταλλικών κυκλικά αναδιπλωμένων χωνιών που κρεμάζονταν σε τρίποδα.



Κάποιοι λένε ότι εδώ έχουμε και την πρώτη μορφή ακουστικού ραντάρ που έδινε τη δυνατότητα ακρόασης μακρινών κινήσεων των εχθρών. Το ακουστικό ραντάρ ξαναχρησιμοποιήθηκε με επιτυχία στον 20<sup>ο</sup> αιώνα για έγκαιρη προειδοποίηση των Άγγλων όταν πλησίαζαν τα Γερμανικά βομβαρδιστικά.

### **ΑΛΛΟΙ ΛΑΟΙ**

Οι Κινέζοι, οι Πέρσες, οι Καρχηδόνιοι όλοι έκαναν χρήση του οπτικού τηλέγραφου. Οι Πέρσες χρησιμοποίησαν το σύστημα των φρυκτωριών κατά τις επιθέσεις τους εναντίον της Ελλάδας. Είχαν επίσης οργανώσει ένα μυστικό δίκτυο επικοινωνίας στην κορυφή της Πεντέλης με ασπίδες οι οποίες αντανακλούσαν τις ακτίνες του ήλιου. Το σύστημα αυτό ονομάστηκε **ηλιοτρόπιο ή ηλιογράφος** και διατηρήθηκε για αρκετούς αιώνες. Οι **Ρωμαίοι** όμως που έμαθαν τόσα πολλά από τους Έλληνες στα θέματα της επιστήμης και της τέχνης και που ήταν και οι ίδιοι σπουδαίοι μηχανικοί συντέλεσαν πολύ λίγο στην εξέλιξη της τηλεγραφίας. Είχαν εγκαταστήσει ένα μεγάλο σύστημα φρυκτωριών. Οι στρατοί των αρχαίων είχαν ιδιαίτερο σύστημα



σηματοδοτών και γι αυτό το λόγο είχαν κτιστεί χιλιάδες πύργοι. Όταν πολιορκούσαν μια πόλη οι επιτιθέμενοι έστηναν κοντάρια στα οποία είχαν στερεώσει πυρσούς και μετέδιδαν σήματα. Την ημέρα χρησιμοποιούσαν και χρωματιστές σημαίες αντί για φωτιά.

από το ένα φυλάκιο στο άλλο. Έτσι μεταδίδονταν τα μηνύματα κατά μήκος του τοίχου

### **Ταχυδρομεία Ίνκας**

Η μέθοδος των αγγελιοφόρων – δρομέων εξελίχθηκε λίγο πολύ από όλους τους λαούς αλλά γνώρισε εκπληκτική εξέλιξη από τους Ίνκας. Η μορφή επικοινωνίας που χρησιμοποιήθηκε στα οροπέδια των Άνδεων ήταν με οργανωμένο σύστημα δρομέων. Η ταχύτητα του δικτύου ήταν τέτοια που αυτοί που έμεναν στην πρωτεύουσα τους πάνω στο βουνό έτρωγε φρέσκο θαλασσινό ψάρι της ίδιας ημέρας.

**Σφυρίγματα** : Οι Γκουάντσε, οι κάτοικοι των Καναρίων Νήσων, χρησιμοποιούσαν μια ειδική γλώσσα σφυριγμάτων για να επικοινωνούν σε μεγάλες αποστάσεις. Λέγεται ότι με τα σφυρίγματα αυτά μπορούσαν να επικοινωνούν σε απόσταση 4 χιλιομέτρων.

### **19<sup>ος</sup> αιώνας**

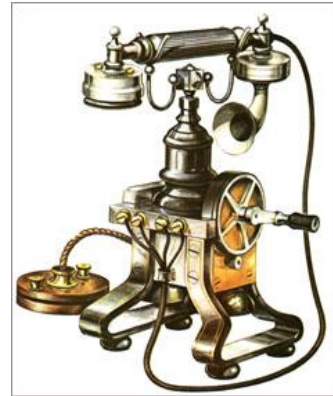
**Ο Ταχυγράφος ή τηλέγραφος** του Γάλλου Κλώντ Σαπέ ήταν η αρχή μιας νέας εποχής. Η συσκευή λειτουργούσε με 3 περιστρεφόμενες μεταλλικές ράβδους που μπορούσαν να μεταδώσουν 196 σήματα και ήταν τοποθετημένη πάνω σε πολύ ψηλό στύλο. Ο χειρισμός γινόταν από το έδαφος με τροχαλίες και οι χειριστές χρησιμοποιούσαν τηλεσκόπιο για να διαβάζουν πιο εύκολα τα μηνύματα τα οποία έφταναν πολύ γρήγορα στον προορισμό τους. Βασικό μειονέκτημα της μεθόδου αυτής ήταν ότι λειτουργούσε μόνο την ημέρα και όταν το επέτρεπαν οι καιρικές συνθήκες.

### **Ηλεκτρικός τηλέγραφος**

Ο ηλεκτρισμός έδωσε μεγάλη βοήθεια στην εξέλιξη των τηλεπικοινωνιών. Πρώτος ο **Μορς** (ζωγράφος το επάγγελμα) ανακάλυψε το 1844 τον **ηλεκτρικό τηλέγραφο**. Αυτός ήταν μια κινούμενη χάρτινη κορδέλα πάνω στην οποία ακουμπούσε η μύτη ενός μολυβιού που ήταν προσαρμοσμένο σε εκκρεμές με ηλεκτρομαγνήτη. (Τα γνωστά σήματα Μορς με τελείες και παύλες).

## Τηλέφωνο (1876)

Οι πρώτοι που χρησιμοποίησαν το τηλέφωνο (όχι ηλεκτρικό) ήταν όπως είδαμε οι Κινέζοι πριν 2000 χρόνια με το σύστημα των σωλήνων στο Σινικό τείχος. Οι Κινέζοι επίσης είχαν εφεύρει και ένα άλλο σύστημα, δηλαδή δύο χάρτινά κύπελλα συνδεδεμένα με σπάγγο όπως το παιδικό παιχνίδι που γνωρίζουμε. Το ηλεκτρικό τηλέφωνο όμως εφευρέθηκε όπως ξέρουμε το 1876 από τον **Γκράχαμ Μπελ**.



## Ο ασύρματος (1895)

Ο Μαρκόνι εφεύρε το 1895 τον ασύρματο σε ηλικία μόλις 21 ετών. Από αυτή την εφεύρεση ωφελήθηκε κυρίως η ναυσιπλοΐα. Μετά τον Μαρκόνι έχουμε μια σειρά από εφευρέσεις στον τομέα της τηλεπικοινωνίας (Ραδιόφωνο, τηλεόραση, κινητό τηλέφωνο, δορυφόροι). Όλες αυτές οι εφευρέσεις συνέβαλαν στον πολιτισμό γιατί οι άνθρωποι μπορούσαν να επικοινωνήσουν με άλλους λαούς, να ανταλλάξουν ιδέες και να επηρεαστούν από αυτούς στον τομέα της τεχνολογίας, της επιστήμης, της τέχνης και των γραμμάτων.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Βλέπουμε ότι από τα πολύ παλιά χρόνια ο άνθρωπος έβαλε το μυαλό του να δουλέψει και επινόησε αρκετούς τρόπους επικοινωνίας. Βλέπουμε επίσης ότι οι Αρχαίοι Έλληνες συνέβαλαν πολύ σε στις τηλεπικοινωνίες. Οι τρόποι επικοινωνίας που επινόησαν οι αρχαίοι ήταν πολύπλοκοι και δύσκολοι στην εφαρμογή τους. Αργότερα τα πράγματα απλοποιήθηκαν και φτάσαμε σήμερα να μπορούμε να επικοινωνούμε με κάθε σημείο του πλανήτη πολύ εύκολα και γρήγορα. Έχουμε φτάσει στο σημείο με τη βοήθεια των δορυφόρων να παρακολουθούμε ένα γεγονός την ώρα που συμβαίνει όσο μακριά και να γίνεται (π.χ. ποδοσφαιρικοί αγώνες).

Οι επικοινωνίες και οι τηλεπικοινωνίες ήταν πάντα βασικές για κάθε πόλη. Το προνόμιο των γρήγορων επικοινωνιών το είχαν οι κυβερνήτες και οι ανώτεροι στρατιωτικοί κάθε περιοχής, ενώ ο λαός βολευόταν όπως όπως πληρώνοντας όμως (ως συνήθως) το συνολικό κόστος όλων των επικοινωνιών του κράτους...

## Ταχυδρόμοι

Ο πρώτος τύπος επικοινωνίας ήταν με πεζούς ή έφιππους δρομείς.

Ο Φιλιππίδης έγινε ο γνωστότερος αγγελιοφόρος δρομέας μεταφέροντας από τον Μαραθώνα στην Αθήνα το μήνυμα της νίκης των Ελλήνων κατά των Περσών, ιδρύοντας, εν αγνοία του αλλά και προς τιμή του, το αγώνισμα του μαραθώνιου. Αλλά και το ολυμπιακό αγώνισμα της σκυταλοδρομίας είναι το κατάλοιπο αρχαίου ταχυδρομικού συστήματος.



σκυταλοδρόμοι

Η σκυτάλη στην αρχαιότητα είχε το μεταφερόμενο μήνυμα. Λέγεται ότι οι Σπαρτιάτες την χρησιμοποιούσαν συστηματικά.

## Σήματα σημαιών

Ένας αρκετά διαδεδομένος τύπος οπτικών σημάτων που χρησιμοποιείται από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα κυρίως απ' τον στρατό, είναι με κινούμενες σημαίες και αντίστοιχο κώδικα κινήσεων. Στο ναυτικό χρησιμοποιείται ακόμη απ' τους σημαιοφόρους. Αλλά και στα αεροδρόμια παρόμοιο απλουστευμένο σύστημα βοηθάει (αναντικατάστατο μέχρι και σήμερα!) στους ελιγμούς των αεροσκαφών στο αεροδρόμιο. Αν δείτε λοιπόν κάποιον να σας κάνει παρόμοια σήματα με σημαίες ορίστε ο τρόπος να αποκωδικοποιήσετε τι θέλει να σας πει!

## Νοηματική



Άλλα πολύ ενδιαφέροντα συστήματα επικοινωνίας με σήματα των χεριών βοηθάνε όπου η φωνή δεν είναι δυνατή ή επιθυμητή. Χρησιμοποιούνται μέχρι σήμερα σε κάποιο βαθμό από όλους μας, είναι το σύστημα επικοινωνίας των χρηματιστών στις χρηματιστηριακές συνεδριάσεις, των δυτών στις καταδύσεις τους, αλλά κυρίως είναι η γλώσσα των κωφαλάλων. Μάλιστα είναι με τον τρόπο της η πρώτη "εσπεράντο" μιας και τα σήματα έχουν διεθνώς την ίδια έννοια και λίγες είναι οι τοπικές διαφοροποιήσεις λόγω διαφοράς κουλτούρας ή γραμματικής. Αν έχει κανείς περισσότερα στοιχεία ως με ενημερώσει για τους κώδικες αυτούς και την ιστορία τους...

Ένα πολύ καλό λεξικό νοηματικής κωφαλάλων βρίσκεται στο.

## Γραφή Braille

Άλλη σύγχρονη κωδικοποιημένη γλώσσα είναι η γραφή Braille που με σύστημα ανάγλυφων κουκίδων δίνει την δυνατότητα σε τυφλά άτομα να μπορέσουν να διαβάσουν με την βοήθεια της αφής.



## ανακλαστήρες ενίσχυσης

Τα σήματα από τις φωτιές λέγεται ότι βοηθούταν με ειδικούς ανακλαστήρες να φανούν αρκετά μακριά. Κάποιες γυαλισμένες ασπίδες λένε ότι ήταν πολύ καλές και για τέτοια χρήση. Αργότερα η χρήση κανονικών κατόπτρων μπορούσε να χρησιμοποιήσει προφανώς και την αντανάκλαση του ηλιακού φωτός για επικοινωνία.

Όπως λέει η Ιστορία, ο περίφημος φάρος της Αλεξανδρείας χρησιμοποιούσε ειδικούς ανακλαστήρες και ίσως και κάποιο ειδικό φακό, ώστε να στέλνει το φως του στην μέγιστη δυνατή απόσταση. Λέγεται μάλιστα ότι παρατηρώντας μέσα από αυτό τον φακό υπήρχε η δυνατότητα να φανούν ευκολότερα τα μακρινά πλοία αλλά και με την βοήθειά του να καούν από μακριά εχθρικά πλοία.

Ο Ιουδαίος Ιστορικός Ιώσηπος αναφέρει τον πρώτο αιώνα μ.Χ. ότι ο φάρος της Αλεξανδρείας ήταν ορατός σε απόσταση 300 σταδίων (περίπου 48 χιλιόμετρα). Συνεπώς συμπεραίνουμε ότι λόγω της καμπυλότητας της γης για να είναι ορατός ο φάρος σε τέτοια απόσταση, πρέπει να είχε ύψος σχεδόν 150 μέτρα. Την ημέρα ήταν ορατός κυρίως απ' τον καπνό της καύσης των ρητινούχων ξύλων. Σε περίπτωση ομίχλης χρησιμοποιούταν μηχανικές σάλπιγγες ώστε να βοηθάνε τα πλοία να προσεγγίζουν το λιμάνι. Παρόμοιες σάλπιγγες χρησιμοποιούταν και σε περίπτωση συναγερμού.

## ταχυδρομικά περιστέρια

Γνωστοί χαριτωμένοι αγγελιοφόροι της ιστορίας είναι τα ταχυδρομικά περιστέρια. Έχουν την άνεση να επιστρέφουν στην φωλιά τους από πολύ μακρινές αποστάσεις μεταφέροντας και μικρά μηνύματα δεμένα σε μικρή θήκη πάνω τους. Εντυπωσιακή και ανεξήγητη είναι και η ικανότητά τους να ξαναβρίσκουν την φωλιά τους από μεγάλες αποστάσεις, ακόμα κι αν αυτή έχει μετακινηθεί σε κάποια απόσταση απ' την αρχική της θέση ή ακόμα κι όταν αυτή είναι διαρκώς μετακινούμενη π.χ. σε πλοίο.



ταχυδρομικά περιστέρια

Η ταχυδρομική χρήση των περιστερών είναι γνωστή απ' την αρχαιότητα και συνεχίστηκε μέχρι και στον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, όπου κάποια περιστέρια παρασημοφορήθηκαν για τις ικανότητές τους. Ακόμα και σήμερα ο στρατός των

ΗΠΑ και του Καναδά διατηρεί ταχυδρομικά περιστέρια για περίπτωση έκτακτης ανάγκης.

Πλήθος πειραμάτων αδυνατεί να αποδείξει την μέθοδο που χρησιμοποιούν τα περιστέρια για να ξαναβρίσκουν την φωλιά τους. Συνδυάζουν όλες τις αισθήσεις τους, αλλά είναι πολλές οι ενδείξεις ότι κάτι άλλο ισχυρότερο κρύβεται να ανακαλυφθεί για αυτή τους την ικανότητα.

Για περισσότερα : Rupert Sheldrake - «Επτά πειράματα που θα αλλάξουν τον κόσμο»  
των εκδόσεων Έσσοπτρο

### **σωληνώσεις τηλεπικοινωνιών**

Αναφορά ακουστικών τηλεπικοινωνιών έχουμε και απ' την Κίνα. Μέσα στο περιβόητο Σινικό τείχος (περίπου 9 μέτρα ψηλό με πύργους των 12 μέτρων και με συνολικό μήκος 6.400 χιλιόμετρα!!) υπάρχουν μεταλλικές σωλήνες. Φωνάζοντας μέσα τους η φωνή φτάνει απ' το ένα φυλάκιο στο άλλο. Με αναμετάδοση τα μηνύματα θα μπορούσαν να ταξιδεύουν με σημαντική ταχύτητα κατά μήκος του τείχους.

Το 1782 ο πατήρ Γκωτέ, εικοσιπεντάχρονος καλόγερος, παρουσιάζει την ίδια ιδέα στην συνεδρίαση της ακαδημίας των Επιστημών στο Λούβρο. Ο βασιλιάς Λουδοβίκος ενθουσιάζεται αλλά όταν ο Γκωτέ ζητά χρηματοδότηση για να κατασκευάσει σωλήνες εκατοντάδων η και χιλιάδων μέτρων η βασιλική οικογένεια οπισθοχωρεί τρομαγμένη μπροστά στο υπέρογκο κόστος. Προφανώς λοιπόν υπάρχει μια μεγάλη παράδοση στις φτηνότερες κατασκευές της Κίνας :)

Γνωστά παραμένουν και τα αφρικανικά τύμπανα ακουστικής επικοινωνίας.

### **σήματα καπνού**

Ξέρουμε ότι οι Ινδιάνοι της βόρειας Αμερικής χρησιμοποιούσαν σήματα καπνού με κάποιο κώδικα για τις επικοινωνίες τους. Σήματα καπνού την μέρα και φωτιές την νύχτα χρησιμοποιούταν και στο Σινικό τείχος για στρατιωτικές επικοινωνίες.

Ακόμα και σήμερα χρησιμοποιούνται καπνογόνα σαν οπτικά σήματα. Σαν παράδειγμα το πορτοκαλί δηλώνει κίνδυνο.

Το 1876 ο Αλεξάντερ Γκράχαμ Μπέλ κατασκευάζει στις ΗΠΑ το πρώτο τηλέφωνο.

## τηλεπικοινωνίες

Σύγχρονοι μελετητές των αρχαίων θεάτρων ανακάλυψαν δείγματα από αρχαία σύρματα τοποθετημένα στα διαζώματα αρχαίων θεάτρων. Μια θεωρία αναφέρει ότι λόγω σχήματος και προσανατολισμού των περισσότερων θεάτρων κάτι τέτοιο θα μπορούσε αρκετά εύκολα να δημιουργήσει κεραία κατάλληλη για εκπομπή η λήψη ηλεκτρομαγνητικών σημάτων!

Συνυπολογίζοντας την αποδεδειγμένη ύπαρξη μπαταριών την ίδια εποχή ίσως να μην είναι πιά τίποτε αδύνατο! Οι ιερείς και όσοι άλλοι είχαν πρόσβαση σε γνώσεις και μυήσεις, δεν ξέρουμε ακόμη τι μάθαιναν, αλλά η ικανότητα τέτοιων τηλεπικοινωνιών θα εξηγούσε πολλά σχετικά με μαντεία, χρησμούς και ακριβείς και αξιόπιστες οδηγίες που έδιναν στους κοινούς θνητούς τα τότε ιερατεία...

## ο θεσμός της ασφάλισης

Ο αυξημένος κίνδυνος κατα την μεταφορά εμπορευμάτων ώθησε από την αρχαιότητα τους εμπλεκόμενους στην δημιουργία του θεσμού της ασφάλισης. Το ίδιο ίσχυε και για άλλους κινδύνους καλύπτοντας διάφορα ατυχήματα με ασφάλειες ζωής, ατυχήματος κλπ. σχεδόν όπως και σήμερα.

Διαβάστε σχετική μελέτη στην σελίδα του κυρίου Σταύρου Γαλάνη όπου καταγράφεται συνοπτικά η ιστορία της ασφάλισης.

## Αρχαία Ελλάδα

Ο πρώτος τρόπος επικοινωνίας ήταν με πεζούς ή έφιππους δρομείς. Ο Φειδιππίδης είναι ο γνωστότερος αγγελιοφόρος. Είναι αυτός που μετέφερε από τον Μαραθώνα στην Αθήνα το μήνυμα της νίκης των Ελλήνων κατά των Περσών. Ένας άλλος τρόπος επικοινωνίας ήταν οι φρυκτωρίες (= η φροντίδα των πυρσών). Δημιουργήθηκε από την ανάγκη για την γρηγορότερη μεταφορά των μηνυμάτων. Τα μηνύματα μεταφέρονταν με τη φωτιά. Με αυτόν τον τρόπο, μεταφέρθηκε το μήνυμα της νίκης των Ελλήνων στην Τροία. Ο υδραυλικός τηλεγράφος είναι ένα άλλο μέσο επικοινωνίας στην Αρχαία Ελλάδα. Ο υδραυλικός τηλεγράφος ήταν εφεύρεση του Αινεία. Ο Αινείας τον ανακάλυψε το 330 π.Χ.. Επίσης ο τηλεγράφος του Πολύβιου ήταν ένα σύστημα σηματοδότησης. Η μετάδοση των μηνυμάτων γινόταν με πυρσούς. Επίσης οι αντανakλαστήρες ήταν ένα περίφημο μέσο μεταφοράς μηνυμάτων. Αυτός ο τρόπος επικοινωνίας χρησιμοποιούνταν στο φάρο της Αλεξάνδρειας. Επιπλέον, ο ακουστικός τηλεγράφος ανακαλύφθηκε από τους Αρχαίους Έλληνες. Χρησιμοποιήθηκε από τον Μέγα Αλέξανδρο κυρίως.

## **Άλλοι Λαοί**

Οι Κινέζοι, οι Πέρσες, οι Καρχηδόνιοι, όλοι έκαναν χρήση του οπτικού τηλεγράφου. Οι Πέρσες χρησιμοποιούσαν το σύστημα των φρυκτωριών κατά τις επιθέσεις τους εναντίον της Ελλάδας. Είχαν επίσης οργανώσει ένα μυστικό δίκτυο επικοινωνίας στην κορυφή της Πεντέλης με ασπίδες οι οποίες αντανακλούσαν τις ακτίνες του ήλιου.

## **Κίνα**

Μέσα στο περιβόητο Σινικό Τείχος υπάρχουν μεταλλικοί σωλήνες. Φωνάζοντας μέσα σε αυτούς η φωνή φτάνει από το ένα φυλάκιο στο άλλο. Έτσι, μεταδίδονταν τα μηνύματα κατά μήκος του τείχους.

## **Φυλές της Αμερικής**

Οι Ινδιάνοι της Βόρειας Αμερικής χρησιμοποιούσαν σήματα καπνού με κάποιο – άγνωστο σε εμάς – κώδικα για τις επικοινωνίες τους. Η μέθοδος των αγγελιοφόρων – δρομέων αναπτύχθηκε πολύ από τους Ίνκας. Αυτή η μορφή επικοινωνίας χρησιμοποιήθηκε στα οροπέδια των Άνδεων με οργανωμένο σύστημα δρομέων. Στα Κανάρια Νησιά, μια φυλή, οι Γκουάντσε, χρησιμοποιούσαν μία ειδική γλώσσα σφυριγμάτων. Λέγεται ότι αυτά τα σφυρίγματα μπορούσαν να ακουστούν σε απόσταση 4 χιλιομέτρων.

## **Βυζάντιο**

Οι Βυζαντινοί είχαν τους καμινοβιγλάτορες, δηλαδή, τις βίγλες (παρατηρητήρια) και τα καμίνια που διατηρούσαν άσβεστη τη φλόγα των πυρσών. Το σύστημα επικοινωνίας των Βυζαντινών έφτανε μέχρι την Ταρσό της Μικράς Ασίας, μία απόσταση 700 χιλιομέτρων. Επίσης, η απόσταση από φανό σε φανό ήταν 100 χιλιόμετρα. Μετά την κατάκτηση του Βυζαντίου από τους Σταυροφόρους το 1204, αυτοί χρησιμοποίησαν το τηλεπικοινωνιακό σύστημα των πύργων. Επίσης, είχαν φτιάξει πολλούς πύργους τους οποίους ονόμαζαν φανούς. Από εκεί πήρε και το Φανάρι της Κωνσταντινούπολης το όνομά του.

## **Μεσαίωνας**

Καμιά σημαντική αλλαγή δεν έγινε από την αρχαιότητα μέχρι τη Γαλλική Επανάσταση το 1789. Το μόνο σύστημα τηλεπικοινωνιών που αναπτύχθηκε ήταν το τηλεσκόπιο (17ος αιώνας) το οποίο βοήθησε ώστε να γίνονται κατανοητά τα σήματα από πολύ μακρινές αποστάσεις. Οι Ολλανδοί χρησιμοποίησαν τους μύλους

κολλώντας γράμματα στη φτερωτή ως σύστημα επικοινωνίας δεδομένου ότι η γεωγραφική μορφή της χώρας τους είναι επίπεδη. Ο Κόντε (1792) χρησιμοποίησε αερόστατα για να μεταδώσει μηνύματα. Το κάθε αερόστατο είχε 8 κυλίνδρους που ανεβοκατέβαιναν με χειρισμούς από το έδαφος και έτσι μπορούσε να μεταδώσει 256 διαφορετικά σήματα. Παρόμοια αερόστατα χρησιμοποιήθηκαν όταν πολιορκούνταν το Παρίσι από τους Γερμανούς το 1871.



Ομάδα εργασίας:  
Αργύρης Ντότσι  
Χρήστος Βλασταράς  
Μένης Κουλέτσης

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εργασία μας θα αναφερθεί στις κοινωνικές επιδράσεις των ΜΜΕ και θα αναφερθούμε στα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των ΜΜΕ, ακόμη για την επίδραση τους προς τους νέους.

### ΟΡΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ

Ως **Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης** ή **Επικοινωνίας** (ΜΜΕ) εννοούνται όλα τα διαθέσιμα μέσα με τα οποία μπορεί να ενημερωθεί για προηγούμενα και τρέχοντα συμβάντα ένα μεγάλο πλήθος ανθρώπων. Τα ΜΜΕ χωρίζονται σε:

- Ασύγχρονα μέσα, όπως είναι ο τύπος και το Διαδίκτυο, καθώς η πληροφορία τους μεταδίδεται σε διαφορετικές χρονικές στιγμές για κάθε διακριτό χρήστη.
- Σύγχρονα μέσα, όπως είναι το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, καθώς όλοι οι χρήστες λαμβάνουν την πληροφορία συγχρόνως.

### ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΩΝ ΜΜΕ

#### ΤΥΠΟΣ

Ο Τύπος διαχωρίζεται πλέον σε ηλεκτρονικό και παραδοσιακό. Ηλεκτρονικός Τύπος είναι η τηλεόραση, οι ιστοσελίδες (pages) κλπ. Παραδοσιακός Τύπος είναι οι εφημερίδες, τα περιοδικά κλπ. Κάπου ανάμεσα είναι και το ραδιόφωνο.



Στην Ελλάδα υπάρχουν πολλοί εκδοτικοί οίκοι και παράγονται από πολλά περιοδικά αναλογικά με τον πληθυσμό.

## **ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ**

Το ραδιόφωνο είναι ένα αρκετά παλιό μέσο μαζικής ενημέρωσης που όμως θεωρείται ως ένας ευχάριστος τρόπος ενημέρωσης και ψυχαγωγίας γιατί περνάει ειδήσεις με άποψη.



## **ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ**

Η Τηλεόραση στην Ελλάδα γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη κυρίως μετά την δημιουργία των ιδιωτικών σταθμών το 1989. Η τηλεόραση πέρα από την ψυχαγωγία και την ενημέρωση των τηλεθεατών κάποιες φορές ενδεχομένως περνάει και λάθος μηνύματα και παρουσιάζει λάθος πρότυπα. Έχει όμως τεράστια επικοινωνιακή δύναμη αφού βρίσκεται δίπλα στον πολίτη οποιαδήποτε ώρα και ημέρα ασκώντας άμεση ή έμμεση επιρροή στη διαμόρφωση των ιδεών και των απόψεων του πάνω σε κάθε ζήτημα και θέμα.

## **ΔΙΑΔΥΚΤΙΟ (INTERNET)**

Η καθημερινή ενημέρωση από ελληνικούς και ξένους διαδικτυακούς τόπους έχει μπει ολοένα και περισσότερο στη ζωή του Ελληνικού κοινού. Οι ελληνικοί διαδικτυακοί τόποι προσφέρουν στην πλειοψηφία τους άμεση ενημέρωση, ενώ ο αυξανόμενος αριθμός τους εγγυάται πλουραλισμό απόψεων. Επιπλέον, σε αυτή την κατεύθυνση βοηθάει και η παρουσία εκατοντάδων ενημερωτικών ιστολογίων (blogs).

## **Ο ρόλος των ΜΜΕ**

Η μεγάλη ανάπτυξη της τεχνολογίας τελειοποίησε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Είναι γεγονός πλέον ότι μπήκαμε σε νέα φάση της ζωής και της λειτουργίας των μέσων μαζικής ενημέρωσης στον τόπο μας. Τεράστιες οι

προοπτικές, οπωσδήποτε όμως και μεγάλοι οι κίνδυνοι, αν δεν υπάρξουν σοβαρές αντιμετώπισεις και αντίστοιχες ρυθμίσεις.

Στις μέρες μας χρησιμοποιούνται τα τελειότερα μέσα, ώστε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να επιφέρουν όλο και περισσότερο θετικές επιδράσεις στην κοινωνία. Έτσι, διερευνώντας το θέμα, θα δούμε πως οι θετικές επιδράσεις είναι πολλές.

Πρώτα πρώτα αναπτύσσουν το πολιτικό κριτήριο του λαού, διαμορφώνουν φιλελεύθερο το πολιτικό του ήθος. Έπειτα πληροφορούν τους πολίτες για τους νόμους και γνωστοποιούν τις θέσεις των κομμάτων. Τέλος ενισχύουν την εθνική συνείδηση και συμβάλουν στη διατήρηση της παράδοσης. Επίσης διευκολύνουν τη λειτουργία του κράτους και ευνοούν την πολυφωνία και το διάλογο.

Επιπλέον ασκούν δημόσιο έλεγχο. Συντελούν δηλαδή στην κατοχύρωση των ελευθεριών του λαού, στηλεύουν την παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, αποκαλύπτουν αδικίες και εγκλήματα, διαφθορές συνειδήσεων και άλλες ατασθαλίες της δημόσιας ζωής.

Εντούτοις με τις διαφημίσεις προβάλλουν τα αγαθά και συντελούν στην κατανάλωση τους. Δημοσιεύουν στατιστικές, προκηρύξεις διαγωνισμών. Στο σημείο αυτό αξίζει να τονίσουμε ότι προωθούν τον τουρισμό, συμβάλλουν στο συντονισμό και στην αναζωογόνηση των οικονομικών δραστηριοτήτων με αποτέλεσμα την οικονομική ανάπτυξη. Εκτός από αυτά, ευαισθητοποιούν την κοινή γνώμη πάνω σε φλέγοντα σύγχρονα προβλήματα, όπως είναι το πρόβλημα της ειρήνης, του αφοπλισμού, η μόλυνση του περιβάλλοντος και η εξαθλίωση των φτωχών χωρών. Τέλος δεν πρέπει να αγνοήσουμε το γεγονός ότι η τηλεόραση ειδικότερα, αποξενώνει τις οικογενειακές σχέσεις, στερεί το διάλογο και την επικοινωνία των μελών της οικογένειας. Παρεμποδίζει σοβαρά μερικές φορές την ομαλή λειτουργία της, επίσης αποχαυνώνει και μετατρέπει τους τηλεθεατές σε παθητικούς δέκτες.

Οι προϋποθέσεις για τη σωστή λειτουργία των μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι να υπάρχει δημοκρατικό πολίτευμα. Αυτό θα οδηγήσει στην ελευθερία έκφρασης και στην ελευθεροτυπία. Βέβαια απαιτείται και έλεγχος των παρεκτροπών τους από τις αρχές της δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Ακόμη επιβάλλεται τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να βρίσκονται έξω από τις διαμάχες των κομμάτων.

Επίσης πρέπει να υπάρχει υπευθυνότητα των λειτουργών του τύπου ως προς τη σωστή μόρφωση, τη μετριοπάθεια, τη σύνεση, την ηθική συνείδηση, τη φιλαλήθεια, την ειλικρίνεια, το θάρρος, την αντικειμενικότητα και τον σεβασμό προς το κοινό. Επιπλέον να υπάρχουν οικονομικές διευκολύνσεις της πολιτείας στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, για να μην ελέγχονται από διάφορους που τα εξαρτούν με χρηματοδοτήσεις. Ωστόσο για την καλύτερη λειτουργία τους απαιτείται η δυσπιστία του κοινού προς κάθε εντυπωσιακή είδηση, κριτικός έλεγχος και

προσπάθεια για διασταύρωση των πηγών ενημέρωσης και επαλήθευση των πηγών. Και τέλος να υπάρχει μια αξιοκρατική επιλογή των λειτουργιών του τύπου και ο έλεγχος της προσφοράς του. Πραγματικά είναι τρομακτική η δύναμη των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Λειτουργούν όμως επικοινωνιακά για την προαγωγή του κοινωνικού συνόλου, μόνο όταν οι άνθρωποι που τα ελέγχουν συνειδητοποιούν την τεράστια ευθύνη τους και μέσα από αυτά υπηρετούν την ελευθερία, τον ανθρωπισμό και τον πολιτισμό.



## **ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΜΕ**

### **ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ:**

1. Υπάρχουν καλής ποιότητας Πρώτες Ύλες σε χαμηλές τιμές ιδιαίτερα για τις επιχειρήσεις του κλάδου Τροφίμων και Επικοινωνιών.
2. Καλής ποιότητας Ανθρώπινο Εργατικό Δυναμικό σε χαμηλές τιμές, ειδικά σε ανειδίκευτους εργάτες
3. Υπάρχει επαρκής αλλά επιφανειακή Γνώση της ελληνικής Αγοράς, των συνηθειών των καταναλωτών, των τάσεων και των προτιμήσεων του.
4. Εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις ελληνικές ΜΜΕ, έχει βελτιωθεί αρκετά την τελευταία εικοσαετία κυρίως λόγω των επιδοτούμενων εκπαιδευτικών προγραμμάτων από την Ε.Ε.
5. Χαμηλό Κόστος εγκατάστασης ειδικά σε ορισμένες περιοχές της ελληνικής περιφέρειας
6. Υπάρχει αρκετά ικανοποιητική ποιότητα μεσαίων και ανωτέρων στελεχών
7. Στην περιοχή παράγονται προϊόντα μέσης προστιθέμενης αξίας, στοιχείο που κάνει πιο ανταγωνιστικές τις ελληνικές ΜΜΕ

### **ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ:**

- 1.η επαρκή εξοικείωση με το Διαδίκτυο.
2. Έλλειψη στοιχειώδους Επιχειρηματικού Σχεδίου, Προγραμματισμού και

Οργάνωσης, Έλλειψη Επαγγελματικού Προσανατολισμού, Στρατηγικών Στόχων κ.α.).

3. Αποτέλεσμα της Έλλειψης του Επιχειρηματικού Σχεδίου και των Στρατηγικών Στόχων είναι οι περισσότεροι επιχειρηματίες να λειτουργούν Ενστικτωδώς, χωρίς Στρατηγική και να συγχέουν τις προσωπικές επιθυμίες και φιλοδοξίες με τους Επιχειρηματικούς Στόχους.

4. Υπάρχει σημαντική σύγχυση μεταξύ του Εκσυγχρονισμού του Μηχανολογικού Εξοπλισμού και της Ανάπτυξης της Τεχνολογίας της Παραγωγής. Ένας μεγάλος αριθμός ΜΜΕ απέκτησαν νέο Μηχανολογικό Εξοπλισμό μέσω των Επιδοτούμενων Προγραμμάτων της Ε.Ε. αλλά δεν κατάφεραν να αποκτήσουν την κατάλληλη Τεχνολογία Παραγωγής. Είναι δύο διαφορετικά αντικείμενα. Το πρώτο το πληρώνεις και το αποκτάς, ενώ το δεύτερο το αναπτύσσεις μέσα από την Επιχείρηση. Εξαίρεση αποτελούν οι επιχειρηματίες οι οποίοι διαθέτουν το επιστημονικό ή προσωπικό ενδιαφέρον για το αντικείμενο που παράγουν. Οι υπόλοιποι χρειάζονται εκπαίδευση, ενημέρωση, έρευνα και συνεχή παρακολούθηση.

5. Οι αρμόδιες Δημόσιες Υπηρεσίες οι οποίες θα έπρεπε να διαθέτουν τις προϋποθέσεις να βοηθήσουν τις ΜΜΕ σε αυτού του είδους τα θέματα όπως είναι π.χ. η αφομοίωση της τεχνολογίας, στερούνταν της απαραίτητης Οργάνωσης Υποδομής και Γνώσεων. Τα Πανεπιστήμια και γενικώς τα Δημόσια Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, λειτουργούν εντελώς ανεξάρτητα από την «Παραγωγή», ενώ θα έπρεπε να αποτελούν βασική παράμετρο συνεργασία με τις ΜΜΕ για την Ανάπτυξη της Οικονομίας.

Θα μπορούσε π.χ. η Πολιτεία να ερευνά από κοινού με τις ΜΜΕ τις Ανάγκες τους και να δημιουργεί τις προϋποθέσεις να παράγει τις αντίστοιχες υπηρεσίες και τα κατάλληλα στελέχη. Οι σχετικές έρευνες είναι πολύ ακριβές για τις ΜΜΕ, όπως είναι και η απόκτηση ειδικευμένων ικανών Στελεχών. Ένα τεράστιο κεφάλαιο το οποίο αποτελεί το υπ' αριθμόν ένα αγχώδες πρόβλημα, όχι μόνο της ΜΜΕ, αλλά και των μεγάλων πολυεθνικών, είναι η δαιδαλώδης Νομοθεσία και Κανονισμοί της Πολιτείας που αφορούν όλες τις Φορολογικές υποχρεώσεις, της επιχείρησης. Θα μπορούσε π.χ. η κάθε συνοικιακή Δ.Ο.Υ. (γραφείο Εφορίας) να διαθέτει από έναν έως πέντε συμβούλους, οι οποίοι δωρεάν να συμβούλευαν γραπτώς τους ΜΜΕ πώς να ανταποκριθούν στις πολύπλοκες φορολογικές υποχρεώσεις τους, οι οποίες πέρα από την πολυπλοκότητά τους και τις διφορούμενες ερμηνείες που συνεπάγονται, είναι και τρομερά δυσνόητες. Τονίζουμε ότι παραλήψεις και λάθη που αφορούν την Νομοθεσία της Φορολογίας, είναι ποινικά κολάσιμες. και η άγνοια του νόμου απαγορεύεται.

6. Οι «παγίδες» του Φορολογικού Συστήματος της χώρας λειτουργούν ανασταλτικά στην ανάπτυξη της κάθε επιχείρησης. Οι κατηγορίες επομένως των Φορολογικών Συμβούλων των Φορολογουμένων, οι οποίοι θα μπορούσαν να εγκατασταθούν στις εφορίες θα μπορούσαν να χωριστούν σε 5 επιχειρηματικές

κατηγορίες επιχειρήσεων:

- Γεωργικές και Ορυκτού πλούτου
- Κτηνοτροφικές
- Βιομηχανικές
- Βιοτεχνικές
- Εμπορικές
- Παροχής Υπηρεσιών

7. Το Μάνατζμεντ των Επιχειρήσεων ασκείται συνήθως από ένα άτομο που είναι ο Ιδιοκτήτης της Επιχείρησης. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται και σε μεγαλύτερου μεγέθους Επιχειρήσεις. Η συνήθεια αυτή έχει σαν αποτέλεσμα να μην λειτουργεί ομαλά η επιχείρηση και σημαντικοί τομείς της επιχείρησης, όπως είναι ο τομέας του Μάρκετινγκ, της Οικονομικής ανάλυσης, κ.α.. να υποβαθμίζονται. Αυτό συμβαίνει λόγω της έλλειψης των απαραίτητων γνώσεων. Είναι σπάνιο για έναν Μικρομεσαίο ή Μεσαίο Επιχειρηματία να είναι ειδικευμένος και στα πέντε Κεφάλαια του Μάνατζμεντ (Σχεδιασμός/Προγραμματισμός, Οργάνωση, Στελέχωση, Διαχείριση – Οικονομική/ Διοικητική, Έλεγχος), και επί πλέον να είναι ειδικευμένος και στο αντικείμενο με το οποίο καταπιάνεται. Έτσι χάνονται σημαντικοί Πόροι της Επιχείρησης σε καθημερινές Δραστηριότητες ρουτίνας, χωρίς να μπορεί ο ΜΜΕ να ασκήσει το «Ορθόδοξο Μάνατζμεντ» το οποίο «Οργανώνει και Νοικοκυρεύει» τη ροή των εργασιών βάσει κάποιου μελετημένου Σχεδίου.

Το μεγάλο ερώτημα: Κατά πόσον η έλλειψη ικανών στελεχών οδήγησε του ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων στην εφαρμογή του συστήματος του ΟΠΘ «One Man Show» ή κατά πόσον η εφαρμογή του συστήματος του ΟΠΘ «One Man Show» εμπόδισε στην πραγματικότητα την Διαδικασία για την δημιουργία Ικανών Στελεχών, τα οποία στην συνέχεια θα αποτελούσαν το αντικείμενο των μεταγραφών σε άλλες εταιρίες και με αυτόν τον τρόπο θα δημιουργούνταν η αγορά των στελεχών. Υπέρ του δεύτερου ενδεχόμενου συνηγορεί η κατάσταση που υπάρχει στις δύο μεγάλες πόλεις Αθήνας και Θεσ/νίκης όπου η αγορά στελεχών λειτουργεί με καλά αποτελέσματα.

8. Έλλειψη στελεχών όπως καταγράφεται από τον επιχειρηματικό κόσμο.

9. Έλλειψη κατάλληλων Συμβούλων οργάνωσης και ανάπτυξης.

## ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΜΕ

Ποια είναι τα σύγχρονα ΜΜΕ και πώς λειτουργούν; Επαρκή συνείδηση του πράγματος δεν έχουμε λόγω του ότι υπάρχει ελλιπής ενημέρωση για τις δυνατότητες

και για τον τρόπο λειτουργίας των Μέσων. Γιατί έχουμε ελλιπή ενημέρωση; Διότι δεν

αντιλαμβανόμαστε ότι τα ΜΜΕ κινούνται σε δύο επίπεδα. Το ένα είναι το επίπεδο

της διαμόρφωσης της προσωπικότητας του σύγχρονου ανθρώπου, όπου ο ρόλος τους

είναι καθοριστικός. Το δεύτερο επίπεδο είναι η διαμόρφωση της κοινωνικής

ευρύτερα και της πολιτικής ζωής ιδιαίτερα, όπου και πάλι τα ΜΜΕ διαδραματίζουν

κυρίαρχο ρόλο. Δεν πρόκειται περί υπερβολής.

Εμείς οι κοινωνιολόγοι στη δουλειά μας χρησιμοποιούμε ευρύτατα τον όρο

«κοινωνικοποίηση», με την έννοια ότι το άτομο από την ώρα που γεννιέται,

υπόκειται σε μια σειρά επιρροές του κοινωνικού περιβάλλοντος, που το

διαμορφώνουν ως κοινωνικό ον. Πρακτικά, αυτό σημαίνει ότι το ανθρώπινο άτομο

πρέπει να μάθει να συμβιώνει ως κοινωνικό άτομο. Η κοινωνικοποίηση παλαιότερα

γινόταν αποκλειστικά με ενδιάμεσα πρόσωπα: τούς γονείς, τους δασκάλους, τα

πρόσωπα γενικότερα του άμεσου κοινωνικού περιβάλλοντος. Σήμερα, τα ΜΜΕ

λειτουργούν ως ένας εκ των βασικών συντελεστών κοινωνικοποίησης, που βαθμιαία

εκτοπίζει τους παραδοσιακούς φορείς της. Διότι τα ΜΜΕ, κυρίως τα ηλεκτρονικά και

πρωταρχικά η τηλεόραση, ασκούν τεράστια επιρροή πάνω στα άτομα. Γιατί αυτή η

τεράστια επιρροή; Διότι δεν λειτουργεί το Μέσο σε σχέση με το αριστερό μέρος του

εγκεφάλου, που είναι η λογική και η ανάλυση, αλλά επενεργεί απευθείας στο



υποσυνείδητο και, επομένως, σε πολύ μεγάλο βαθμό αναιρεί και παραλύει τη λογική

λειτουργία του εγκεφάλου.

Αυτή, λοιπόν, είναι η δυναμική της εντύπωσης που έχουν τα ΜΜΕ.

Κολοσσιαία δυναμική, η οποία βεβαίως κάνει το άτομο δέσμιο σε επιταγές, που κατασκευάζουν και αυτό ακόμα το κύκλωμα των αναγκών. {...} Πρότυπα και σύμβολα επιτυχίας τα πράγματα, όχι οι ανθρώπινες ποιότητες. Ειδικότερα ως προς τα

πρότυπα επιτυχίας. Ποιοι εμφανίζονται ως επιτυχημένοι από τα ΜΜΕ; Οι έχοντες και

κατέχοντες, ανεξάρτητα από τον τρόπο, με τον οποίο τα απόκτησαν, όχι βεβαίως οι άνθρωποι, που εκπληρώνουν κάποια αποστολή και προσφέρουν θετικό έργο στην κοινωνία, ούτε, φυσικά, οι πνευματικοί ταγοί. Με τον τρόπο αυτό δε

διαμορφώνονται πρόσωπα, αλλά προσωπεία, μάσκες ανθρωποειδών, όχι άνθρωποι.

Η λογική της κερδοσκοπικής σκοπιμότητας γίνεται κατευθυντήριο γνώμονας της ζωής και κάθε άλλη λογική θεωρείται ως ουτοπική και «ξεπερασμένη». Το παράδειγμα της χρηματιστηριακής φρενίτιδας στη χώρα μας κατά το πρόσφατο παρελθόν είναι κάτι παραπάνω από αποκαλυπτικό.

Αυτά τα πρότυπα επιτυχίας στηρίζονται και προωθούν την αντίληψη «ο άνθρωπος για τον άνθρωπο λύκος» και προϋποθέτουν τον εκτοπισμό όλων των αισθημάτων και συναισθημάτων αλληλεγγύης και φιλότητας ανάμεσα σε ανθρώπους.

Αυτό συνιστά επάνοδο σε καταστάσεις αγριότητας όπου ελαχιστοποιείται και αυτός ακόμα ο σεβασμός στην ανθρώπινη ζωή και αυξάνεται κάθετα ο δείκτης της κοινωνικής παθολογίας, από τα ναρκωτικά και τη βία ως το έγκλημα. Αρκεί να συνειδητοποιήσουμε ότι στην τηλεόραση ο έρωτας αποσυνδέεται από την αγάπη και

γίνεται σεξισμός, ότι - όπως έχουν αποδείξει σχετικές έρευνες - ένα παιδί επτά ετών



στην Αμερική έχει δει στην τηλεόραση τρεισήμισυ χιλιάδες φόνους. Τα ΜΜΕ διαμορφώνουν μια ανθρώπινη προσωπικότητα βασικά απορρυθμισμένη, αν όχι και παθολογική.

Ποια είναι τα σύγχρονα ΜΜΕ και πώς λειτουργούν; Επαρκή συνείδηση του πράγματος δεν έχουμε λόγω του ότι υπάρχει ελλιπής ενημέρωση για τις δυνατότητες

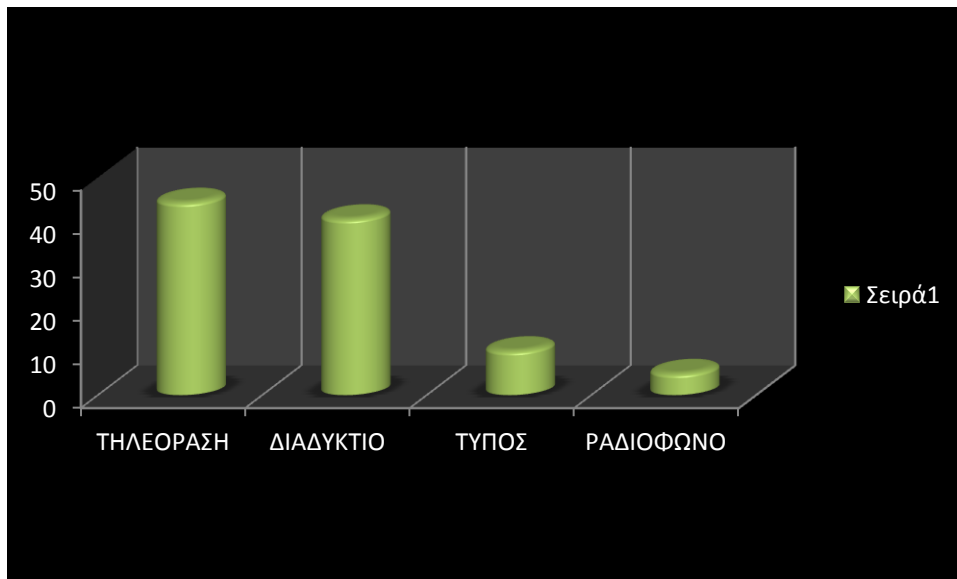
και για τον τρόπο λειτουργίας των και όχι με κριτήριο τα συμφέροντα της ολότητας και της κοινωνίας. Από μέσα πληροφόρησης γίνονται αγωγοί παραπληροφόρησης.

Από μέσα διαφύλαξης των ατομικών ελευθεριών και των κοινωνικών δικαιωμάτων

γίνονται όργανα καταστολής της ανθρώπινης σκέψης, όργανα αποβλάκωσης και



χειρισμού ενός ανθρώπινου πολτού, που έντεχνα κατασκευάζουν. Με τον τρόπο αυτό, όχι μόνο δεν υπηρετούν τη Δημοκρατία, αλλά την υπονομεύουν σε όλα τα μέτωπα, και τούτο διότι η Δημοκρατία προϋποθέτει τον ελεύθερα σκεπτόμενο πολίτη, όχι τον παθητικοποιημένο χειραγωγούμενο ανθρωπάκο.



### Μ.Μ.Ε. ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Ο εικοστός αιώνας, είναι ο αιώνας στον οποίο οι πληροφορίες διαδίδονται με ταχύτατο ρυθμό και η επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων έγινε ευκολότερη σε σχέση με όλα τα προηγούμενα χρόνια. Αυτό οφείλεται στην τεχνολογική πρόοδο και τις εφαρμογές της στην καθημερινότητα των ανθρώπων. Το τηλέφωνο, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση που στην αρχή ήταν <<αξιοθέατα>>, αργότερα υπήρχαν σαν κοινό αγαθό (ένα τηλέφωνο στο γραφείο της κοινότητας, το ραδιόφωνο και αργότερα η τηλεόραση στο καφενείο του χωριού), εξελίχτηκαν σε αγαθά που επιβεβαίωναν την οικονομική και κοινωνική θέση των κατόχων τους και έφθασαν στις μέρες μας να είναι αγαθά που μπορούν να αποκτήσουν όλα τα άτομα ανεξαρτήτως κοινωνικής θέσης ή μορφωτικού επιπέδου.

Η επίδρασή τους στις κοινωνικές δομές υπήρξε καθοριστική. Οι επιπτώσεις και για τα άτομα και για τις κοινωνίες ήταν πολλές, τόσο θετικές όσο και αρνητικές.

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, με τη δυνατότητα συνδυασμού ήχου και εικόνας, εξασφαλίζουν «την τεχνολογική γεφύρωση της πληροφορίας με την κατανόηση». Τα ΜΜΕ αποτελούν στις μέρες μας τις αποκλειστικές σχεδόν πηγές ενημέρωσης για τα τεκταινόμενα στον κόσμο. Όλα τα σύγχρονα μέσα πληροφόρησης και ενημέρωσης, που απευθύνονται στα πλατιά στρώματα του λαού και αφορούν θέματα πολιτικά, κοινωνικά, πολιτιστικά, επιστημονικά, ονομάζονται μαζικά μέσα ενημέρωσης. Η έρευνα έχει δείξει ότι ο τρόπος με τον οποίο τα ΜΜΕ καθορίζουν τη θεματολογία της ενημέρωσης όσον αφορά στο δημόσιο χώρο προσανατολίζει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι σκέφτονται γι' αυτά.

Τα ΜΜΕ όπως ο τύπος (εφημερίδες, περιοδικά, βιβλία), το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, ασκούν καταλυτική επίδραση σε όλα τα επίπεδα ζωής μιας κοινωνίας. Ανάλογα με την ποιότητα της ενημέρωσης, τον τρόπο λειτουργίας τους και το κοινό προς το οποίο απευθύνονται, εξαρτάται το πόσο και πώς θα επηρεάζουν (αρνητικά ή θετικά)

Αρχικά, γίνονται πηγή γνώσεων, πληροφοριών και νέων επιστημονικών και τεχνολογικών εξελίξεων και δεδομένων, πράγμα που βοηθά τον άνθρωπο στην προσαρμογή του στην πραγματικότητα. Επιπλέον, ενημερώνουν για όλα όσα συμβαίνουν σε παγκόσμια κλίμακα και το άτομο (γνωρίζοντας τις αντικειμενικές συνθήκες) μπορεί να προγραμματίσει και να οργανώσει σωστά τη ζωή του. Επίσης, έχει τη δυνατότητα να συγχρονιστεί με τις νέες κοινωνικοπολιτικές και οικονομικές συνθήκες, που δημιουργούνται στην παγκόσμια κοινότητα.

Τα ΜΜΕ προσφέρουν στο ευρύ κοινό πολιτιστικά και πνευματικά αγαθά σύγχρονα και του παρελθόντος και έτσι διευρύνουν τις γνώσεις του και οξύνουν την κρίση του.

Επιπροσθέτως, μέσω των ΜΜΕ αποκτούμε γνώση πολύπλευρη, κρίνουμε και αξιολογούμε τα δρώμενα, προσλαμβάνουμε νέες ιδέες, διαμορφώνοντας ολοκληρωμένη αντίληψη για τα πράγματα. Αυτά συμβάλλουν στην επικοινωνία των λαών και στην αλληλεπίδραση του πολιτισμού τους, στη δημιουργία φιλίας, συνεργασίας αλληλεγγύης και αλληλοσεβασμού. Ενημερώνουν, ευαισθητοποιούν και διαφωτίζουν τους λαούς γύρω από τα μεγάλα, ποικίλα και πολύπλοκα παγκόσμια προβλήματα και προβάλλουν τις προσπάθειες, που γίνονται για την επίλυση τους. Γίνονται τα μέσα διακίνησης των ιδεών και των ιδεολογιών συμβάλλουν στην ανάπτυξη της κρίσης του ατόμου και την απαλλαγή του από δογματισμό και τις προκαταλήψεις, διευρύνουν τους πνευματικούς του ορίζοντες και το κάνουν ενεργό συμμετέχο στα πολιτικά και κοινωνικά δρώμενα. Όταν η πληροφόρηση είναι απροκατάληπτη και πολύπλευρη, ο πολίτης αποκτά άποψη έχοντας έτσι τη δυνατότητα να συμμετάσχει σε κοινωνικό και πολιτικό διάλογο και να ελέγχει την πολιτική ηγεσία. Όταν λειτουργούν βάσει κανόνων δεοντολογίας, μπορούν να αποτελέσουν ψυχαγωγικό και μορφωτικό μέσο των ασθενέστερων οικονομικά στρωμάτων του λαού. Λειτουργούν ως μέσα ελέγχου και κριτικής των ιθυνόντων και συντελούν στην αποτροπή σκανδάλων και κατάχρησης εξουσίας. Ακόμα και σε κοινωνικό επίπεδο ελέγχουν και επικρίνουν την εκμετάλλευση ανθρώπου από άνθρωπο, το ρατσισμό και την αδικία.

Οι πολίτες, τέλος, που είναι ενημερωμένοι κατάλληλα, όταν τα ΜΜΕ λειτουργούν ορθά, ευαισθητοποιούνται για τα κοινωνικά προβλήματα όπως ο ρατσισμός, η βία, η τρομοκρατία, ο αναλφαβητισμός, η καταστρατήγηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και αγωνίζονται στη συνέχεια για την επίλυση αυτών και τη διασφάλιση της κοινωνικής ευρυθμίας. Οι ενημερωμένοι και ευαισθητοποιημένοι πολίτες, αγωνίζονται για τη δικαιοσύνη και την αξιοκρατία και αντιστέκονται στον τυφλό κομματισμό και την πόλωση, ψηφίζουν υπεύθυνα και αγωνίζονται για μια πιο υγιή Δημοκρατία.

Από την άλλη μεριά, όταν από τα ΜΜΕ λείπει η αντικειμενικότητα ή λειτουργούν χάρη συμφερόντων, τότε επιδρούν αρνητικά. Αποπροσανατολίζουν την κοινή γνώμη

από τα πραγματικά προβλήματα, ή διαστρεβλώνουν τα γεγονότα, εξυπηρετώντας κάποια πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα, καθώς και ιδεολογικές σκοπιμότητες.

Καλλιεργούν τα πάθη και τα μίση, ή φανατίζουν το κοινό με την πολιτική και ιδεολογική προπαγάνδα για να πετύχουν συγκεκριμένους σκοπούς. Ενισχύουν το πνεύμα του ρατσισμού και εθνικισμού. Κάνουν «πλύση εγκεφάλου» με την προπαγάνδα, που είναι το προσφορότερο μέσο υπονόμησης της κοινωνίας. Συνεπώς χειραγωγούν, αλλοτριώνουν, ανακατευθύνουν. Καλλιεργούν τη σκανδαλολογία και σπιλώνουν προσωπικότητες του δημοσίου βίου για εξυπηρέτηση κάποιων σκοπιμοτήτων. Προβάλλουν πλαστά πρότυπα ζωής, ή δημιουργούν πλασματικές ανάγκες στα μέλη της κοινωνίας ή προβάλλουν σαν μέγιστη αξία το χρήμα. Επομένως, προωθούν το καταναλωτικό πρότυπο ζωής και τις υλικές αξίες.

Περιορίζουν το διάλογο, λόγω της εικόνας, και κατ' επέκταση την επικοινωνία των ατόμων. Κακομεταχειρίζονται τη γλώσσα, με αποτέλεσμα να την αλλοτριώνουν, να την υποβαθμίζουν και να ασχημονούν σε βάρος της. Χρησιμοποιούν πολλές ξενόφερτες λέξεις. Γίνονται μέσα για την προώθηση της «προπαγάνδας» με την οποία μπορούν να χειραγωγούν τη μεγάλη μάζα του λαού. Προβάλλουν σκηνές ή πράξεις βίας, που επηρεάζουν αρνητικά ειδικά τον ψυχισμό των νέων ανθρώπων και κυρίως των παιδιών. Δημιουργούν τεχνητή ένταση και κινδυνολογία από ανύπαρκτα γεγονότα, ή επιβάλλουν με την τεράστια δύναμη τους ανάξια πρόσωπα σε ανώτερα αξιώματα και υπονομεύουν τους κοινωνικούς και πολιτικούς θεσμούς και την ίδια της ύπαρξη της δημοκρατίας. Παραβιάζουν την ιδιωτική ζωή επώνυμων και ανώνυμων πολιτών. Το θεμελιώδες αυτό αγαθό, της ιδιωτικότητας, κινδυνεύει από την παραβατικότητα πολλών, οι οποίοι λατρεύουν να ζουν μέσα από τη ζωή των άλλων

Τα ΜΜΕ πρέπει να λειτουργούν σωστά. Για να επιτευχθεί αυτό, πρέπει να εφαρμοστούν κάποιοι κανόνες δεοντολογίας, που θα εφαρμόζονται χωρίς φυσικά να γίνεται λογοκρισία. Επίσης σ' αυτό θα συμβάλλει και η στάση το ατόμου απέναντι σ' αυτά, που εξαρτάται από το πνευματικό του επίπεδο και τους αμυντικούς μηχανισμούς, που έχει αναπτύξει.

### **Η ορθή λειτουργία προϋποθέτει τα εξής:**

α) τη λειτουργία δημοκρατικού πολιτεύματος, που κατοχυρώνει την ελευθερία του τύπου, της έκφρασης και τα υποστηρίζει, αφού με αυτά εξασφαλίζεται και η συμμετοχή όλων των κοινωνικών φορέων στη διαμόρφωση της σωστής και αντικειμενικής πληροφόρησης ή και της κριτικής (τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης θετική ή αρνητικής).

- β) τη σφαιρική, ολόπλευρη, ποιοτική και αντικειμενική ενημέρωση του κοινού.
- γ) ποιοτικά και όχι μόνο εμπορικά κριτήρια στην επιλογή των θεμάτων
- δ) προβολή θεμάτων, ειδήσεων και εκδηλώσεων που δεν προσβάλλουν το δημόσιο αίσθημα.
- ε) την έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση του κοινού.
- στ) το ήθος, την πνευματική δραστηριότητα, τη συνειδητοποίηση των ευθυνών των λειτουργών των μέσων μαζικής ενημέρωσης.
- ζ) την κριτική στάση του ίδιου του αποδέκτη, που εξαρτάται φυσικά από την πνευματική του καλλιέργεια και τα πνευματικά του ερεθίσματα.
- η) την αξιολόγηση, τον έλεγχο και τη λογική επεξεργασία των μηνυμάτων από τον αποδέκτη.
- θ) τη σωστή αποκωδικοποίηση των μηνυμάτων, που οφείλεται τόσο στην παιδεία, όσο και την απαλλαγή από φανατισμό ή προκατάληψη του αποδέκτη.

Η τεχνολογική εξέλιξη έδωσε στα μέσα μαζικής ενημέρωσης μια τεράστια δύναμη, που συνδυασμένη και με τα πολύπλοκα πολιτικοοικονομικά και κοινωνικά συμφέροντα, παίζει καταλυτικό ρόλο στην πορεία της ανθρωπότητας

Ομάδα εργασίας:

ΠΕΓΚΥ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΥ

ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΓΙΑΝΝΟΥΛΟΠΟΥΛΟΥ

**ΕΙΣΑΓΩΓΗ:** Ασχοληθήκαμε μετά Μ.Μ.Ε. στην καθημερινή μας ζωή εκεί θα μάθουμε του κινδύνους και πως βοηθάνε.

# ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ



## ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΥΠΟΥ

- Έλλειψη εντυπωσιασμού
- Αντικειμενικότητα
- Επαρκέστερη σύνταξη
- Χρήση υποτακτικού λόγου
- Προσεγμένο-Πλούσιο λεξιλόγιο
- Ακρίβεια-Σαφήνεια
- Ποικιλία θεμάτων
- Επιλογή του αναγνώστη στην ώρα ενημέρωσης

## ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΥΠΟΥ

- Χρειάζεται ελεύθερος χρόνος
- Απαιτεί προσήλωση
- Δυσκολότερο-απαιτητικότερο λεξιλόγιο
- Έγκαιρη άμεση ενημέρωση

## Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Στην εποχή μας τα Μ.Μ.Ε έχουν παρουσιάσει σημαντική τεχνολογική ανάπτυξη. Τα Μ.Μ.Ε έχουν φτάσει σε σημείο όλοι να ασχολούνται μαζί τους με αποτέλεσμα να είναι μέσα στα εκπληκτικότερα επιτεύγματα. Πρέπει να ομολογήσουμε πως είναι ένας καθοριστικός παράγοντας στην ζωή του σύγχρονου ανθρώπου και αυτό γιατί τον βοηθάει κάποιες φορές στην διαμόρφωση της προσωπικότητάς του.

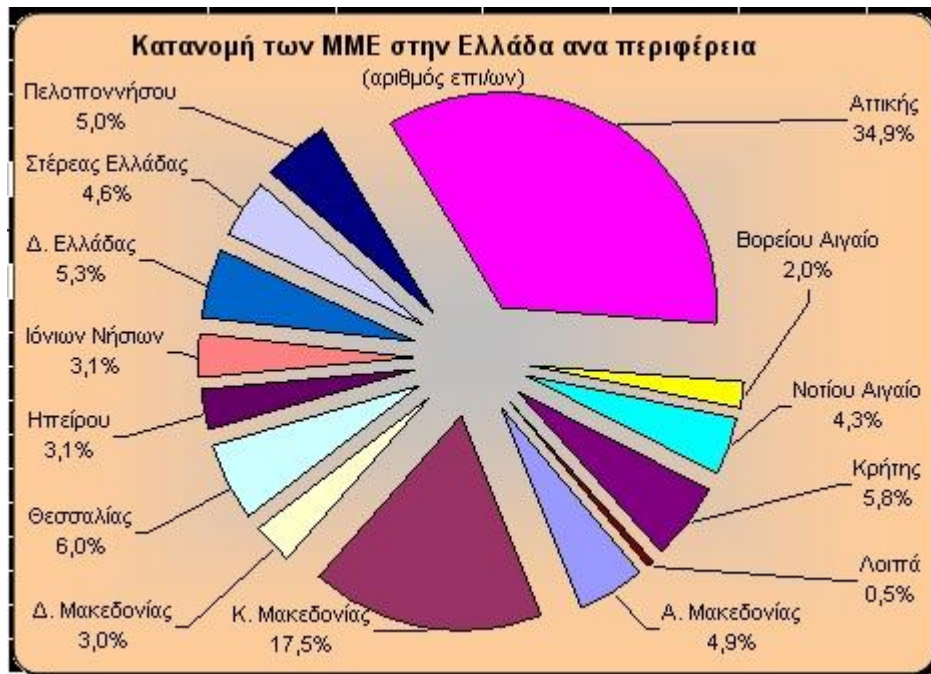
Σήμερα είναι ένα σύνολο ειδησεογραφικών μέσων που απευθύνονται στην σύγχρονη κοινωνία και αυτό γιατί γνωστοποιούν στα ευρύτερα στρώματα όλα τα γεγονότα της δημόσιας ζωής.

Τα Μ.Μ.Ε είναι όργανα ενημέρωσης και πληροφόρησης των πολιτών, βοηθούν στη γνώση και την ενίσχυση του διαλόγου, την διάπλαση της προσωπικότητας και της υπευθυνότητας. Ακόμη έχουν την δυνατότητα να προωθούν πολιτισμούς και τέχνες άλλων λαών.

Δυστυχώς όμως, τα Μ.Μ.Ε έχουν και την αρνητική τους πλευρά, γιατί πολλές φορές λειτουργούν ως όργανα παραπληροφόρησης θέλοντας να παρασύρουν το κοινό σε έναν κόσμο που δημιούργησαν όπως αυτά ήθελαν. Ακόμα, σε περίπτωση



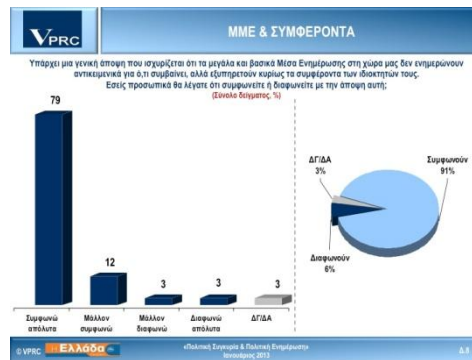
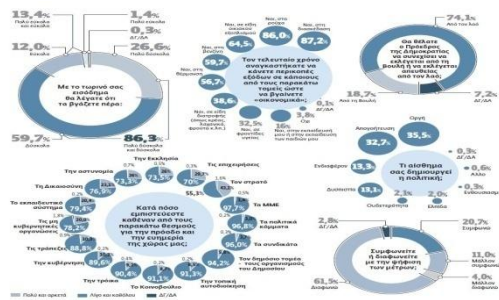
πόλεμοι λειτουργούν ως όργανα προπαγάνδας θέλοντας να αποπροσανατολίσουν την κοινή γνώμη.



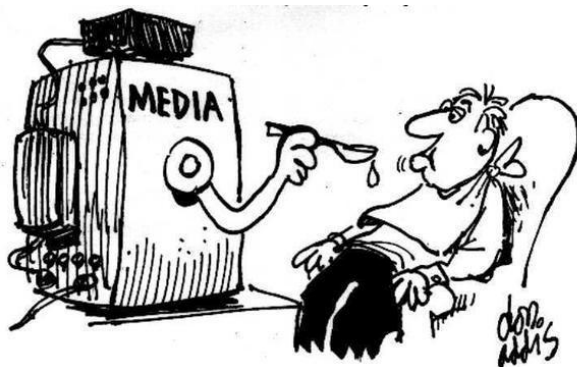
## ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ







Η εξάρτηση του σύγχρονου ανθρώπου από την τηλεόραση συνδέεται και με την επιτακτική ανάγκη του για κοινωνικές σχέσεις.



### Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε.

Ο ρόλος των Μ.Μ.Ε. είναι να μας δίνουν διάφορες πληροφορίες που χρειαζόμαστε. Τα Μ.Μ.Ε. είναι μια πηγή πληροφοριών όπου ο άνθρωπος την χρησιμοποιεί

συνεχώς . Τα Μ.Μ.Ε. είναι : η τηλεόραση , το διαδίκτυο, η εφημερίδα και το ραδιόφωνο.

#### ΤΑ ΠΛΕΩΝΕΚΤΙΜΑΤΑ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε.

Βοηθάνε σε άτομα με αναπηρία όπως ο κουφός που μπορεί να παρακολουθήσει ειδήσεις σε νοηματική γλώσσα. Στους ηλικιωμένους τους κάνει συντροφιά το ραδιόφωνο, τηλεόραση. Επίσης το ραδιόφωνο κρατάει συντροφιά και στους τυφλούς. Ακόμα βοηθάνε στην πληροφορία και στην ενημέρωση .

#### ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ?

Παραπληροφόρηση είναι η σκόπιμη διάδοση ή διοχέτευση ψευδών πληροφοριών και ειδήσεων με στόχο ή με αποτέλεσμα την παραπλάνηση, τη σύγχυση τον αποδέκτη, για την εξυπηρέτηση συμφερόντων. Οι λανθασμένες πληροφορίες διαδίδονται από τον ημερήσιο και περιοδικό τύπο ,την τηλεόραση , το ραδιόφωνο κτλ.



#### Επιδράσεις της τηλεόρασης

Από την τηλεόραση επηρεάζεται εύκολα η συμπεριφορά των παιδιών. Συχνά θεωρούν διάσημους τηλεοπτικούς ήρωες ή τραγουδιστές που πρωταγωνιστούν σε video-clips ως παραδείγματα για μίμηση. Δυστυχώς είναι σπάνια η παρακολούθηση θετικής κοινωνικής συμπεριφοράς και συχνότερη η παρακολούθηση αντικοινωνικής συμπεριφοράς (βία, σεξ, σαδομαζοχισμός, ακραίες καταστάσεις). Ακόμη και τα παιδικά προγράμματα και τα κινούμενα σχέδια περιέχουν βία και προβάλλουν μια ανταγωνιστική και προκλητική συμπεριφορά. Η τηλεοπτική βία (όπως και η βία στις



κινηματογραφικές ταινίες ή στα video-games) κάνει τα παιδιά πιο ανεκτικά στην επιθετικότητα άλλων παιδιών, λιγότερο συναισθηματικά και λιγότερο αρνητικά απέναντι στη βία.

Η τηλεόραση επηρεάζει όλους μας και ως καταναλωτές. Προβάλλει έναν τρόπο ζωής όπου κυριαρχούν τα πολυτελή αυτοκίνητα, οι πισίνες και τα χιλιάδες προϊόντα, που θεωρούνται απαραίτητα για την καθημερινή μας ζωή. Οι διαφημίσεις είναι υπερβολικά ελκυστικές, με πολλή, γρήγορη και επαναλαμβανόμενη δράση, με ωραία μουσική και όμορφα πρόσωπα. Όσο μεγαλύτερη επαφή έχουμε με την τηλεόραση, τόσο μεγαλώνουν οι υλιστικές απαιτήσεις μας.



### **Προϋποθέσεις για τη σωστή λειτουργία των μέσων μαζικής ενημέρωσης**

- Βασική προϋπόθεση για την ορθή λειτουργία των Μ.Μ.Ε. είναι το δίχως άλλο η ύπαρξη και απρόσκοπτη λειτουργία των δημοκρατικών θεσμών, προκειμένου η παρεχόμενη ενημέρωση να παραμένει αδέσμευτη από έξωθεν επιβεβλημένη λογοκρισία. Ωστόσο, εξίσου σημαντικό είναι να διασφαλίζεται κι η ανεξαρτησία των μέσων μαζικής ενημέρωσης από κάθε είδους συμφέροντα (πολιτικά, οικονομικά ή άλλα), ώστε να υπηρετούν το όφελος των πολιτών και όχι το συμφέρον εξωγενών παραγόντων.

- Με δεδομένη την ιδιαίτερη επιρροή που ασκούν τα Μ.Μ.Ε. στους πολίτες θα πρέπει να υπάρξει θεσμοθέτηση κατάλληλων οργάνων για τη διασφάλιση της ανεξάρτητης λειτουργίας τους. Έτσι, ώστε κάθε παρέκκλιση από τις αρχές της αντικειμενικότητας και της δημοσιογραφικής δεοντολογίας να ελέγχεται διεξοδικά προκειμένου να διαπιστώνεται η τυχόν ύπαρξη παραγόντων πίεσης ή εμπορικής συναλλαγής ή άλλου είδους συμφωνίας με τους ιδιοκτήτες των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

- Το ανθρώπινο δυναμικό των μέσων μαζικής ενημέρωσης, όπως και οι ιδιοκτήτες αυτών των μέσων, θα πρέπει να συνειδητοποιούν την έκταση της επιρροής που ασκούν στους πολίτες -τόσο στη διαμόρφωση των απόψεών τους όσο κι ακόμη περισσότερο στη διαμόρφωση της προσωπικότητάς τους-, ώστε να αποζητούν με απόλυτο σεβασμό και αίσθηση ωριμότητας το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για τους πολίτες.

- Σε ό,τι αφορά ειδικότερα την ειδησεογραφική κάλυψη των γεγονότων θα πρέπει να τηρούνται οι αρχές της δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Θα πρέπει, δηλαδή, να γίνεται απολύτως σεβαστή η έννοια της αντικειμενικότητας στην ενημέρωση· η επιδίωξη της έγκυρης ενημέρωσης με συνεχή διασταύρωση των παρεχόμενων πληροφοριών· συναίσθηση της ευθύνης απέναντι στο κοινό και επίγνωση του αντίκτυπου που έχει η κάθε παρεχόμενη είδηση και πληροφορία· αποχή από κάθε είδους χαλκευμένες ειδήσεις ή πληροφορίες που εξυπηρετούν συγκεκριμένα συμφέροντα με το να κατευθύνουν το κοινό προς ορισμένες επιλογές και αποφάσεις· σεβασμός της ακεραιότητας του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, αλλά και σεβασμός απέναντι στον πολίτη και στο δικαίωμα να προφυλάσσει την ιδιωτική του ζωή.

- Συνειδητοποίηση από τη μεριά των πολιτών της ευθύνης που τους αναλογεί μέσω της συναίνεσης απέναντι στην κάποτε εξόφθαλμα μεροληπτική στάση ορισμένων Μ.Μ.Ε. Οι πολίτες οφείλουν να αντιστέκονται στην προσπάθεια χειραγώγησής τους από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

- Καίριο ρόλο στην αυτοπροστασία των πολιτών απέναντι σε φαινόμενα παραπληροφόρησης, αλλά και πνευματικής υποβάθμισης, ενέχει η ατομική προσπάθεια για την καλλιέργεια και ενίσχυση της κριτικής τους σκέψης. Η συνειδητή επιφυλακτικότητα απέναντι στις παρεχόμενες πληροφορίες, θα πρέπει να συνοδεύεται από τη διάθεση για διασταύρωση των πληροφοριών από ποικίλα μέσα και πηγές ενημέρωσης, ώστε να μην επιτυγχάνεται η παγίδευση στη μονόπλευρη ενημέρωση.

- Ιδιαίτερη, μάλιστα, προσοχή θα πρέπει να δοθεί στη διαπαιδαγώγηση των παιδιών και των νέων, καθώς είναι περισσότερο ευάλωτοι τόσο στην παραπληροφόρηση όσο και στην έντεχνη υποβολή συγκεκριμένων προτύπων ζωής και συμπεριφοράς. Θα πρέπει, οπότε, τόσο η οικογένεια όσο και το σχολείο να δίνουν έμφαση στην έγκαιρη διαμόρφωση μιας κριτικής στάσης απέναντι στα Μ.Μ.Ε.

- Απαιτούνται μαθήματα, δραστηριότητες, αλλά και συζητήσεις που θα παρουσιάσουν έγκαιρα στους νέους τους κινδύνους που προκύπτουν από την άκριτη αποδοχή όσων βλέπουν, διαβάζουν ή ακούν από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Βασικό ζητούμενο θα πρέπει να είναι η εξοικείωση με τις τακτικές και τις προθέσεις των Μ.Μ.Ε., ώστε να κάμπτεται ο βαθμός της επιρροής που ασκείται από αυτά στους νέους.

- Η απαίτηση απ' τη μεριά των πολιτών για ενημέρωση υψηλής ποιότητας είναι εξαιρετικά σημαντική και θα πρέπει να συνοδεύεται από τη διάθεση απόρριψης εκείνων των μέσων που δεν σέβονται και δεν υπηρετούν το όφελος των πολιτών.

- Κατά τον ίδιο τρόπο, η απόρριψη εκείνων των προγραμμάτων που δεν ανταποκρίνονται στο ζητούμενο επίπεδο αισθητικής και πνευματικής ποιότητας, μπορεί να οδηγήσει τα Μ.Μ.Ε. στην αναδιαμόρφωση των επιλογών τους.

- Η μεροληπτική ενημέρωση και τα ευτελή προγράμματα δεν θα έχουν θέση σε μια κοινωνία όπου οι πολίτες θα διεκδικούν και θα επιβραβεύουν μόνο εκείνα τα Μ.Μ.Ε. που προσφέρουν υλικό υψηλής ποιότητας. Απαιτείται, επομένως, μια συνειδητή προσπάθεια από τη μεριά των πολιτών για αναβάθμιση των επιλογών τους τόσο στην ενημέρωση όσο και στην ψυχαγωγία.



## Βιβλιογραφία

[www.arnos.gr/2011/dndocuments/lykeio/ek8asesn/nikol/sxediagr/ek8.B.<pororlirof orisipdf](http://www.arnos.gr/2011/dndocuments/lykeio/ek8asesn/nikol/sxediagr/ek8.B.<pororlirof orisipdf)

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%BC%CE%B5>

[http://filologikosoikos.blogspot.gr/2010/07/blog-post\\_9150.html](http://filologikosoikos.blogspot.gr/2010/07/blog-post_9150.html)

Εφημερίδα ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

[http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AD%CF%83%CE%B1\\_%CE%B5%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%AD%CF%81%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AD%CF%83%CE%B1_%CE%B5%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%AD%CF%81%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82)

[https://www.google.gr/search?q=%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%B7+%CE%B5%CE%BE%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%BE%CE%B7+%CF%84%CF%89%CE%BD+%CE%BC.%CE%BC.%CE%B5.&biw=1024&bih=615&source=Inms&sa=X&ei=1RfKVKsKpH4aqj-gKAK&ved=0CAUQ\\_AUoAA&dpr=1#q=%CF%80%CF%81%CF%89%CF%84%CE%B1++%CE%BC.%CE%BC.%CE%B5.](https://www.google.gr/search?q=%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%B7+%CE%B5%CE%BE%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%BE%CE%B7+%CF%84%CF%89%CE%BD+%CE%BC.%CE%BC.%CE%B5.&biw=1024&bih=615&source=Inms&sa=X&ei=1RfKVKsKpH4aqj-gKAK&ved=0CAUQ_AUoAA&dpr=1#q=%CF%80%CF%81%CF%89%CF%84%CE%B1++%CE%BC.%CE%BC.%CE%B5.)

[http://www.minpress.gr/minpress/index/mme\\_gr/list.htm](http://www.minpress.gr/minpress/index/mme_gr/list.htm)

[https://www.google.gr/search?q=%CE%BC%CE%BC%CE%B5&biw=1024&bih=615&source=Inms&tbn=isch&sa=X&ei=4BHKVLzWCKeX7QauqYDwDg&sqi=2&ved=0CAYQ\\_AUoAQ#tbn=isch&q=%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%B7+%CE%B5%CE%BE%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%BE%CE%B7+%CF%84%CF%89%CE%BD+%CE%BC.%CE%BC.%CE%B5.&imgdii=\\_](https://www.google.gr/search?q=%CE%BC%CE%BC%CE%B5&biw=1024&bih=615&source=Inms&tbn=isch&sa=X&ei=4BHKVLzWCKeX7QauqYDwDg&sqi=2&ved=0CAYQ_AUoAQ#tbn=isch&q=%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%B7+%CE%B5%CE%BE%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%BE%CE%B7+%CF%84%CF%89%CE%BD+%CE%BC.%CE%BC.%CE%B5.&imgdii=_)