



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΩΝ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Διπλωματική Εργασία

ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

ΜΜΕ και περιβάλλον στην Ελλάδα:

**Η μέθοδος διαχείρισης των γενικότερων περιβαλλοντικών θεμάτων από τον
Τύπο – Ο ρόλος των ιδιοκτητών ΜΜΕ, των δημοσιογράφων και η
αποτελεσματικότερη χρήση των πηγών περιβαλλοντικής πληροφόρησης.**

Επιβλέπων: **Γρ. Ι. Τσάλτας**
Ομότιμος Καθηγητής Διεθνούς Δικαίου
Τμήμα Διεθνών, Ευρωπαϊκών και Περιφερειακών Σπουδών

Αθήνα, Δεκέμβριος 2017



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΩΝ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Διπλωματική Εργασία

ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

ΜΜΕ και περιβάλλον στην Ελλάδα:

**Η μέθοδος διαχείρισης των γενικότερων περιβαλλοντικών θεμάτων από τον
Τύπο – Ο ρόλος των ιδιοκτητών ΜΜΕ, των δημοσιογράφων και η
αποτελεσματικότερη χρήση των πηγών περιβαλλοντικής πληροφόρησης.**

Επιβλέπων: **Γρ. Ι. Τσάλτας**
Ομότιμος Καθηγητής Διεθνούς Δικαίου
Τμήμα Διεθνών, Ευρωπαϊκών και Περιφερειακών Σπουδών

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή την
.....2018.

.....
Γρ. Ι. Τσάλτας
Ροδοθεάτος

.....
Ευάγγ. Ραυτόπουλος

.....
Γερ.

Ομότιμος Καθηγητής Παντείου Καθηγητής Παντείου
Παντείου

Διδάκτωρ

Αθήνα, Δεκέμβριος 2017

.....
ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

Copyright © ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΟΥ 2017.

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All Rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικό ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του **Παντείου Πανεπιστημίου**.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	8
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	5
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	8
ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ.....	13
ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΤΑ ΜΜΕ	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1Ο	13
ΓΕΝΙΚΑ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ	14
1.1 Θεωρητική προσέγγιση.....	14
1.2 Το περιβάλλον μέσα από τα «Μέσα».....	17
1.2.1. Η σημασία της κάλυψης.....	20
1.2.2. Το περιβαλλοντικό αποτύπωμα της κάλυψης.....	22
1.3. Περιβαλλοντική είδηση και κοινωνία.....	23
1.4 Τα περιβαλλοντικά ρεπορτάζ μέσα στο χρόνο - Ιστορική αναδρομή.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2Ο	37
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΩΝ ΜΜΕ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ	38
2.1 Η επαγγελματική κουλτούρα της δημοσιογραφίας	38
2.2 Ο ρόλος των πηγών πληροφόρησης	39
2.3 Ο ρόλος των επιχειρήσεων Τύπου.....	42
2.3.1 Μεγάλες επιχειρήσεις Τύπου και συρρίκνωση της πολυφωνίας.....	44
2.4 Μέσα μαζικής ενημέρωσης και διαφήμιση	46
2.5. Οι εταιρείες δημοσίων σχέσεων και τα think-tanks ως εργαλεία επηρεασμού των ΜΜΕ	48
2.5.1. Climategate ή Journalismgate;	54
2.6 Ο ρόλος του κοινού.....	58
ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ	61
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ, ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ.....	61
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3Ο	61
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΚΡΙΣΗΣ	62
3.1. Οι προκλήσεις των δημοσιογράφων.....	62

3.1.1. Η εργασιακή ασφάλεια στην κορυφή των προτεραιοτήτων των δημοσιογράφων.....	62
3.1.2. Οι δημοσιογράφοι στον κόσμο των νέων μέσω.....	65
3.2. Οικονομική κρίση και Τύπος στην Ελλάδα: Η διαχείριση των περιβαλλοντικών θεμάτων σε συνθήκες κρίσης.....	66
3.3 Περιβαλλοντική εκπαίδευση: Η αναγκαιότητα εκπαίδευσης των δημοσιογράφων και ο ρόλος των ειδικών επιστημόνων.....	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4Ο	73
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΧΥΤΑ ΣΤΗΝ ΚΕΡΑΤΕΑ ΚΑΙ ΤΥΠΟΣ.....	74
4.1. Σύντομο ιστορικό.....	74
4.2. Αναζήτηση και συλλογή υλικού	75
4.3. Το χρονικό των γεγονότων	78
4.4. Παρουσίαση αποτελεσμάτων και σχολιασμός	82
4.4.1 Εφημερίδα «Ελευθεροτυπία».....	82
4.4.2. Εφημερίδα “Καθημερινή”	84
4.4.3. Εφημερίδα «Το Βήμα».....	86
4.4.4 Εφημερίδα «Τα Νέα».....	87
4.4.5. Εφημερίδα «Έθνος».....	89
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	90
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	93

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη» του Τμήματος Διεθνών, Ευρωπαϊκών και Περιφερειακών Σπουδών του Παντείου Πανεπιστημίου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών. Θα ήθελα επ' αυτού να ευχαριστήσω θερμά όλους τους καθηγητές του προγράμματος για την αμέριστη συμπαράσταση και τις γνώσεις που μου προσέφεραν.

Ιδιαίτερα ευχαριστώ τον επιβλέποντα την διπλωματική μου εργασία Ομότιμο Καθηγητή Διεθνούς Δικαίου κ. Γρηγόρη Τσάλτα και τον πρόεδρο του ΠΜΣ Περιβαλλοντική Διακυβέρνηση και Βιώσιμη Ανάπτυξη Καθηγητή κ. Ευάγγελο Ραυτόπουλο για τις πολύτιμες γνώσεις, την άψογη συνεργασία που είχαμε καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς και την κατανόηση που επέδειξαν στις δυσκολίες των εργαζόμενων φοιτητών. Ήταν για μένα τιμή και προνόμιο να συνεργαστώ μαζί τους.

Ευχαριστώ από καρδιάς για την αμέριστη συμπαράσταση, τον χρόνο του και την συμβολή του στη συγγραφή της διπλωματικής μου, τον πρόεδρο του τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του ΕΚΠΑ, αναπληρωτή Καθηγητή κ. Γιώργο Πλειό.

Τέλος, ευχαριστώ τους συμφοιτητές και φίλους για τις υπέροχες στιγμές που μοιραστήκαμε. Περισσότερο απ' όλους ευχαριστώ την οικογένειά μου που στάθηκε δίπλα μου στις δυσκολίες και τις χαρές που σήμαινε η παρακολούθηση του προγράμματος.

Αθήνα, Δεκέμβριος 2017

Βασιλειάδου Κωνσταντίνα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η δυνατότητα που έχουν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης μέσω του λόγου, της εικόνας και του ρεπορτάζ, να συμπεριλάβουν το περιβάλλον στην ατζέντα της πολιτικής και κοινωνικής συζήτησης, ώστε να ευαισθητοποιήσουν και να ενεργοποιήσουν δυναμικά πολίτες και πολιτικούς, είναι εξαιρετικά μεγάλη. Περιβαλλοντικά ζητήματα βρίσκονται καθημερινά στην επικαιρότητα όχι μόνο την εγχώρια αλλά και την παγκόσμια, καθώς έχουν άμεσο έρεισμα στη ζωή των ανθρώπων.

Μπορεί σε κάποιες περιπτώσεις, διεθνή περιβαλλοντικά θέματα να μην «αγγίζουν» πλατιές μάζες πολιτών επειδή θεωρούνται μακρινά, άρα, ίσως και αδιάφορα, όμως το γεγονός ότι το ζήτημα της κλιματικής αλλαγής έφτασε στην κορυφή της παγκόσμιας πολιτικής ατζέντας, οφείλεται στη σημαντικότητα προβολή του από τα ΜΜΕ. Στα ελληνικά ΜΜΕ, το ενδιαφέρον του Τύπου γνωρίζει κατακόρυφη άνοδο το έτος 2007, κάτι το οποίο δικαιολογείται από το συνδυασμό δύο παραγόντων: των μεγάλων πυρκαγιών στην Ελλάδα το καλοκαίρι του 2007 (Πάρνηθα, Πελοπόννησος, Εύβοια) και τη δημοσιοποίηση της έκθεσης για την κλιματική αλλαγή της Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)¹. Από το 2007 και μετά λοιπόν, ο Τύπος αρχίζει να αλλάζει τον τρόπο που ασχολείται με τα περιβαλλοντικά θέματα ποσοτικά, αλλά και ποιοτικά.

Ο Τύπος καθημερινά δημοσιεύει και παρεμβαίνει με άρθρα ή ρεπορτάζ σε περιβαλλοντικά ζητήματα μείζονος -και όχι μόνο- σημασίας. Οι ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί εντάσσουν στην ειδησεογραφία τους περιβαλλοντικές θεματικές. Η συχνότητα και η ένταση στην προβολή δεν χαρακτηρίζεται από σταθερότητα αλλά εξαρτάται από πλήθος παραγόντων, όπως η επικαιρότητα.

Ωστόσο η λειτουργία των Μ.Μ.Ε., οι σκοποί για τους οποίους χρησιμοποιούνται και ο έλεγχος τον οποίο καλούνται να ασκήσουν καθορίζονται σε μεγάλο βαθμό από τις κυρίαρχες πολιτικές και οικονομικές αρχές, που αποτελούν τα θεμέλια της κοινωνίας, μέσα στην οποία λειτουργούν τα συγκεκριμένα μέσα. Γενικότερα, τα Μ.Μ.Ε. λειτουργούν κάτω από συνθήκες πίεσης και ποικίλους

¹ Η IPCC (Διακυβερνητική Επιτροπή για την Αλλαγή του Κλίματος) είναι επιστημονική διακυβερνητική επιτροπή υπό την αιγίδα του Οργανισμού Ηνωμένων.

περιορισμούς που ασκούνται, πέρα από το επικρατούν πολιτικό και οικονομικό καθεστώς, από τους ιδιοκτήτες των μέσων, από τους διαφημιστές, από ισχυρούς κοινωνικούς οργανισμούς (π.χ. μη κυβερνητικές οργανώσεις), από ομάδες πίεσης πολιτών, και από τις ίδιες τις πηγές πληροφοριών των Μ.Μ.Ε.

Η εργασία αυτή θέλει να ερευνήσει τους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν τη λειτουργία των Μ.Μ.Ε. αναφορικά με την προβολή περιβαλλοντικών θεμάτων. Ποιες παράμετροι συντελούν ώστε ένα θέμα, ένα ρεπορτάζ ή ένα άρθρο να προβληθεί ή να αποσιωπηθεί από ένα Μέσο; Ή ακόμη και να προβληθεί με έναν τρόπο στρεβλό ή παραμορφωτικό της αλήθειας;

Με δεδομένο ότι οι ιδιοκτήτες των Μ.Μ.Ε. διαδραματίζουν πρωταρχικό ρόλο στον καθορισμό των αρχών λειτουργίας του μέσου αλλά και της θέσης που αυτό κατέχει σε μια κλίμακα ιδεολογικο-πολιτικών τάσεων που περιλαμβάνει από νεοφιλελεύθερες ή συντηρητικές έως προοδευτικές και περισσότερο ριζοσπαστικές, η εργασία θα επιχειρήσει να εξετάσει τους συσχετισμούς μεταξύ ιδιοκτησίας των Μέσων και προβολής μείζονων περιβαλλοντικών θεμάτων.

Ένα ακόμη ζήτημα που θα μας απασχολήσει είναι ο ρόλος της διαφήμισης κατά τη διαδικασία λήψης απόφασης για την προβολή ή μη ενός ρεπορτάζ. Με ποιο τρόπο το ύψος των εσόδων από τον τομέα της διαφήμισης καθορίζει, αντίστοιχα, και το μέγεθος της πίεσης που θα δεχθεί το μέσο από τους διαφημιστές; Καθώς μέσω της διαφήμισης, οι διαφημιστές ή οι διαφημιζόμενοι έχουν τη δυνατότητα να επηρεάζουν τα Μ.Μ.Ε. –τα οποία, κατά κανόνα, αντλούν από τη διαφήμιση το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων τους, δεν είναι λίγες οι φορές κατά τις οποίες τα ρεπορτάζ προβάλλονται υπό το πρίσμα επιχειρηματικών συμφερόντων.

Κομβικής σημασίας παράμετρος την οποία θα επιχειρήσει να διαφωτίσει η εργασία είναι ο ρόλος που παίζουν στη διαμόρφωση της «αλήθειας» του περιβαλλοντικού ρεπορτάζ οι ίδιες οι πηγές πληροφόρησης των δημοσιογράφων. Τα Μ.Μ.Ε. αναζητούν στις πηγές πληροφοριών το απαιτούμενο υλικό, ενώ, από την άλλη μεριά, οι ίδιες οι πηγές προσπαθούν, με το υλικό που διαθέτουν, να αποκτήσουν πρόσβαση σε αυτά. Πως καθορίζονται οι ισορροπίες μεταξύ δημοσιογράφου και πηγής προκειμένου να δημοσιοποιηθεί το ρεπορτάζ; Πως καθορίζεται η σπουδαιότητα και το κύρος που αποκτά κάθε πηγή σε σχέση με τις άλλες; Από ποιους παράγοντες εξαρτάται ο τρόπος που χρησιμοποιείται από τα Μ.Μ.Ε.;

Άλλος ένας παράγοντας που επηρεάζει τα Μ.Μ.Ε. είναι το κοινό. Συχνά υποστηρίζεται ότι τα Μ.Μ.Ε. εκπέμπουν αυτό που επιθυμεί το κοινό, ωστόσο η απόφαση για τη μετάδοση και το περιεχόμενο ενός μηνύματος εξαρτάται περισσότερο από το ίδιο το μέσο και τις πιέσεις της αγοράς, παρά από την επιθυμία του κοινού. Παρ' όλα αυτά, τις περισσότερες φορές τα Μ.Μ.Ε. εκπέμπουν τα μηνύματα κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να εναρμονίζονται με τις ήδη υπάρχουσες προσδοκίες και αξίες, καθώς και με τη «γλώσσα» που χρησιμοποιεί το κοινό. Ποιες παραμέτρους λαμβάνουν υπόψη οι επαγγελματίες των μέσων κατά τη δημοσιοποίηση του ρεπορτάζ; Παίξει ρόλο ο τύπος και το ύφος του μέσου όπου εργάζονται; Επεξεργάζονται το περιεχόμενο του μηνύματος απλοποιώντας ή απορρίπτοντας τις τυχόν εξειδικευμένες φράσεις που προέρχονται από την πηγή, έτσι ώστε το τελικό κείμενο να γίνει εύκολα κατανοητό από το κοινό; Και με τι κόστος για την ουσία του θέματος;

Είναι σημαντικό λοιπόν, υψηλής ποιότητας περιβαλλοντικές σπουδές, να αποτελούν μέρος του εκπαιδευτικού μας συστήματος. Στις ελληνικές σχολές δημοσιογραφίας, της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, απουσιάζει οποιαδήποτε μορφή περιβαλλοντικής εκπαίδευσης ή και απλής ενημέρωσης για το περιβάλλον και τα προβλήματά του.

Ωστόσο, οι απόφοιτοι των παραπάνω σχολών, στο πλαίσιο της δουλειάς τους, θα ασχοληθούν και με περιβαλλοντικά θέματα. Γίνεται, λοιπόν, κατανοητό ότι δεν είναι δυνατόν να μιλάμε για αποτελεσματική Περιβαλλοντική Πληροφόρηση, όταν αυτοί που οφείλουν να πληροφορήσουν το κοινό είναι, οι ίδιοι, ανεπαρκώς καταρτισμένοι.

Κρίνεται απαραίτητη η περιβαλλοντική εκπαίδευση των δημοσιογράφων, των παραγωγών τηλεόρασης και ραδιοφώνου και όσων άλλων σχετίζονται με την εκπομπή μηνυμάτων μέσα από τα Μ.Μ.Ε.;

Ορισμένα ακόμη βασικά ερωτήματα τα οποία εγείρονται και καλούμαστε να απαντήσουμε είναι τα παρακάτω: Με ποιο τρόπο ο επαγγελματίας δημοσιογράφος ακόμη κι όταν είναι περιβαλλοντικά ενημερωμένος θα δημοσιεύσει ένα έγκυρο επιστημονικά και ταυτόχρονα κατανοητό ρεπορτάζ; Πόσο σημαντική είναι η συνεργασία του ρεπόρτερ με ειδικούς επιστήμονες; Με ποιόν τρόπο δύναται να

αποφευχθεί η αποσπασματική ενημέρωση της κοινής γνώμης και να αποδοθεί μια ολοκληρωμένη εικόνα της οικολογικής κρίσης και των τρόπων αντιμετώπισής της;

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ
ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΤΑ ΜΜΕ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

ΓΕΝΙΚΑ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ

1.1 Θεωρητική προσέγγιση.

«Η ελευθερία του Τύπου είναι μια απόλυτη αξία όχι μόνο επειδή η ανεμπόδιστη ροή πληροφοριών είναι απαραίτητη για το δημοκρατικό σύστημα, ούτε μόνο επειδή η τέταρτη εξουσία χρησιμεύει ως έλεγχος της ισχύος των άλλων τριών, αλλά επειδή η δημόσια έκφραση είναι απαραίτητη για την συλλογική αυτογνωσία που διατηρεί μια κοινωνία πολιτικά ζωντανή. . . . Τα μέσα ενημέρωσης κάνουν για τη Δημοκρατία ό,τι η εκκλησιαστική λειτουργία για τη θρησκεία, η ποίηση για την εμπειρία, η χειρωνακία για το συναίσθημα. Με λόγια βγαλμένα από τη σιωπή, ο Τύπος σου λέει ποιος είσαι»².

Σε όλες τις σύγχρονες βιομηχανικές δημοκρατίες, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης αποτελούν θεμελιώδες στοιχείο της δομής και της διαδικασίας κοινωνικής διακυβέρνησης. Η λήψη κυβερνητικών αποφάσεων και νομοθετικών πρωτοβουλιών συνδέονται άμεσα με την αντίληψη που διαμορφώνει για τα θέματα η κοινή γνώμη, με κύρια πηγή διαμόρφωσής της τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ).

Τα ΜΜΕ, κατά γενική παραδοχή, συνιστούν θεσμούς που διαμεσολαβούν μεταξύ της προσωπικής εμπειρίας, της αντίληψης που έχουν τα άτομα για τον κόσμο γύρω τους και της πραγματικότητας. Κατέχουν δηλαδή μια θέση μεταξύ των υποκειμένων και των γεγονότων της κοινωνικής πραγματικότητας. Αυτός ο διαμεσολαβητικός ρόλος των ΜΜΕ γίνεται διαφορετικά αντιληπτός ως προς το είδος και το βαθμό αλλά και ως προς την ίδια την έννοια της διαμεσολάβησης³. Οι διάφορες απόψεις κλιμακώνονται από την αντίληψη ότι τα ΜΜΕ συνιστούν έναν «καθρέφτη» που αντανακλά ή διαστρεβλώνει σκόπιμα τα γεγονότα μέχρι την αντίληψη ότι η πραγματικότητα κατασκευάζεται καθώς συνιστά μια μορφή αφήγησης μεταξύ «παραγωγών» και «καταναλωτών» της μαζικής επικοινωνίας. Συνεπώς, ο λόγος των ΜΜΕ συνιστά σημασιοδοτική πρακτική χωρίς καμία άλλη αντιστοιχία προς κάποια

² James Carroll, «The Fall of Bob Woodward», Boston Globe, Nov. 21, 2005, at A15.

³ Βλ. επισκοπήσεις των διάφορων προσεγγίσεων και θεωρητικών ρευμάτων στα Hall S., 1986· McQuail, 1997· Bennett, 1982β, ελλ. μετάφ. 1988· McGuigan, 1992, σ. 45-85· Heck, 1992· Rakow, 1986· Gitlin, 1978· van Zoonen L., 1994, 2001· Κωνσταντινίδου, 1992α, 1998.

αυθεντική, αντικειμενική «ουσία» ή κατάσταση πραγμάτων⁴. Όπως λέει ο G. Gerbner⁵: «*Η πραγματικότητα δεν είναι παρά μια αφήγηση. Δεν ισχυρίζομαι ότι δεν υπάρχουν γεγονότα αυτόνομα, πέρα από την ανθρώπινη συνείδηση. Κάθε άλλο. Όμως πιστεύω ότι τα γεγονότα των οποίων έχουμε συνείδηση προκύπτουν από τις αφηγήσεις μας γι' αυτά*».

Η πρώτη θεώρηση (φιλελεύθερο πλουραλιστικό μοντέλο) επισημαίνει πως τα ΜΜΕ μέσα από την παραγωγή των μηνυμάτων τους συντελούν στην αναπαραγωγή της κυρίαρχης ιδεολογίας ενώ στη δεύτερη (κριτικές θεωρήσεις) πως το κοινό των ΜΜΕ αποτελούμενο από διαφορετικές κοινωνικές κατηγορίες μπορεί εν δυνάμει να αντισταθεί στην κυρίαρχη ιδεολογία του περιεχομένου των ΜΜΕ⁶. Η συναίνεση του κοινού στην πρώτη θεώρηση είναι μια φυσική πηγή κοινωνικής συμφωνίας ενώ στην κριτική θεώρηση γίνεται αντιληπτή ως κατασκευασμένη μορφή συμφωνίας που είναι προς όφελος των κυρίαρχων κοινωνικών ομάδων σε βάρος των υπολοίπων. Η συγκεντρωτική δομή των ΜΜΕ δεν εξυπηρετεί ασφαλώς την πολυφωνία των μηνυμάτων τους.

Τα Μ.Μ.Ε είναι οι κατεξοχήν μηχανισμοί που παράγουν καθημερινά γνωστικές και συμβολικές αναπαραστάσεις της κοινωνικής πραγματικότητας, οι οποίες διαφοροποιούνται από το σύνθετο εκλογικευτικό πρότυπο που προτείνει η επιστημονική προσέγγιση. Ο Ιγνάτιο Ραμονέ τα χαρακτηρίζει «κατασκευαστές της αλήθειας»⁷.

Πέντε είναι τα χαρακτηριστικά που περιγράφουν τη λειτουργία των μέσων ενημέρωσης⁸: 1) η συνεχής μετάδοση πληροφοριών, 2) η πληροφόρηση σε πραγματικό χρόνο, 3) οι περιορισμοί που επιβάλλονται από την έμφαση στη ζωντανή κάλυψη των γεγονότων, 4) η «παγκόσμια» μετάδοση της είδησης, 5) η κυριαρχία των εντυπωσιακών τηλεγραφικών τίτλων.

⁴ Κωνσταντινίδου, Χ. (2002). «Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και η παραγωγή νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές», μέρος Α, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών. Τομ. 108, σ. 141

⁵ Gerbner G., 1998α, «Η "κατασκευή" της πραγματικότητας και τα ΜΜΕ», στο Παναγιωτοπούλου Ρ. κ.ά. (επιμ.), σ. 425-432.

⁶ Κωνσταντινίδου, Χ. (2002). «Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και η παραγωγή νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές». μέρος Α, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών. Τομ. 108, σ. 141-149.

⁷ Ραμονέ, Ιγνάσιο (1999), «Η Τυραννία των ΜΜΕ», μτφρ. Φωτεινή Μουρκούση, Πόλις, σ. 115-137.

⁸ Gilboa, Eytan (2002α). «Global Communication and Foreign Policy», Journal of Communication, pp. 731-748.

Για τον καθηγητή Γλωσσολογίας και μαχητικό κριτικό της εξωτερικής πολιτικής των ΗΠΑ Νόαμ Τσόμσκι και τον Έντουαρντ Χέρμαν η δεσπόζουσα πολιτική θεωρία που αφορά στα μέσα ενημέρωσης είναι αυτή της «κατασκευής της συναίνεσης» καθώς τα Μ.Μ.Ε απεικονίζουν και γενικά υποστηρίζουν την επίσημη πολιτική της κυβέρνησης⁹. Ο Ν. Τσόμσκι υποστηρίζει ότι τα ΜΜΕ στις ΗΠΑ είναι, αν όχι «φερέφωνα», τουλάχιστον εκφραστές των συμφερόντων του κυρίαρχου πολιτικού και οικονομικού κατεστημένου, δηλαδή των πολυεθνικών. *«Ο ρόλος των ΜΜΕ είναι να υπερασπίζονται την πολιτική, οικονομική και κοινωνική ατζέντα των προνομιούχων ομάδων που κυριαρχούν στην κοινωνία και στο κράτος. Οι έλεγχοι τους οποίους ασκεί η οικονομική και η πολιτική εξουσία μέσω των ΜΜΕ στις “Δημοκρατίες της Δύσης” διαφέρουν από αυτούς των ολοκληρωτικών καθεστώτων κι έτσι οι “Τάιμς της Νέας Υόρκης” δεν είναι η σοβιετική “Πράβδα”.* Ωστόσο, το τελικό αποτέλεσμα όσων αποτυπώνονται στο χαρτί είναι εφάμιλλης ομοιογένειας και συμμόρφωσης», υποστηρίζει.

Από την πλευρά του ο W. L. Bennet¹⁰ υποστηρίζει πως τα ΜΜΕ τείνουν να εστιάζουν σε πρόσωπα και όχι σε θεσμούς, να καλύπτουν την κοινωνική πραγματικότητα δραματοποιημένα με στόχο να προσελκύσουν το μεγαλύτερο δυνατό ακροατήριο, απομονώνουν τα γεγονότα από το κοινωνικό τους πλαίσιο και αποφεύγουν να διαταράσσουν την υπάρχουσα τάξη πραγμάτων.

⁹ Edward Herman & Noam Chomsky, *«Manufacturing Consent»*, Pantheon, Νέα Υόρκη 2002. Η έκφραση «η κατασκευή της συναίνεσης» ανάγεται στον Αμερικανό δοκιμογράφο Γουόλτερ Λίπμαν. Ο τελευταίος, ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του '20, αμφισβητώντας την ικανότητα του κοινού ανθρώπου να αυτοπροσδιορίζεται με σύνεση, διατύπωσε την άποψη ότι οι ελίτ των διανοουμένων «αποστειρώνουν» την πληροφορία προτού προσεγγίσει τη μάζα.

¹⁰ Bennett WL (2002) News: *«The Politics of Illusion»*, 5th edition. New York, NY, USA: Longman, pp 111-148.

1.2 Το περιβάλλον μέσα από τα «Μέσα».

Μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις της εποχής αφορά στη σχέση που διαμορφώνουν οι κοινωνίες με τη φύση και το περιβάλλον καθώς οι σημερινές επιλογές αναμένεται να επηρεάσουν τις επόμενες γενιές. Η κλιματική αλλαγή, η εξάντληση των φυσικών πόρων, η λειψυδρία και η ατμοσφαιρική ρύπανση δεν θεωρούνται πλέον αμιγώς επιστημονικά ζητήματα, αλλά έχουν εισχωρήσει στο δημόσιο λόγο, βρίσκονται ψηλά στην πολιτική ατζέντα και προβάλλονται από τα μέσα ενημέρωσης κατά την τελευταία εικοσαετία¹¹.

Ο περιβαλλοντισμός¹² είναι ένας στρατηγικά ορθολογικός τρόπος ανάλυσης της πολυπλοκότητας των παγκόσμιων συνθηκών, με την ελπίδα να κατευθυνθεί η κοινωνία - μέσω της επιστήμης, του νόμου και της διακυβέρνησης - προς μια βιώσιμη μακροχρόνια επιβίωση. Η τάση αυτή υιοθετείται σταδιακά από ολοένα και ευρύτερες κοινωνικές ομάδες καθώς η υπερθέρμανση του πλανήτη, οι κλιμακούμενοι κίνδυνοι από πλημμύρες και τυφώνες και οι επιπτώσεις χημικών ουσιών στο ανθρώπινο ορμονικό και ανοσοποιητικό σύστημα χτυπούν πλέον «την πόρτα» ενός μεγάλου αριθμού κατοίκων του πλανήτη. Για πολλά χρόνια αυτές και άλλες περιβαλλοντικές ανησυχίες καταπνίγονταν από εκπροσώπους βιομηχανιών και εταιρείες δημοσίων σχέσεων. Και παρ' ότι οι πρακτικές των συγκεκριμένων πολιτικο-επιχειρηματικών κέντρων εφαρμόζονται απαράλαχτες η πληθώρα των περιβαλλοντικών επιστημών που λαμβάνει καθυστερημένα δημόσια αναγνώριση, σηματοδοτεί την αναπόφευκτη ενσωμάτωση των περιβαλλοντικών αρχών στη δημόσια πολιτική.

Οι μελετητές της περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας και γενικότερα των σχέσεων περιβάλλοντος και ΜΜΕ, αν και διαφωνούν στον ιδιαίτερο τρόπο με τον οποίο συμβαίνει, συμφωνούν σε γενικές γραμμές, ότι τα ΜΜΕ αποτελούν την κύρια πηγή διαμόρφωσης αντιλήψεων για το περιβάλλον στο σύγχρονο κόσμο^{13 14}. Οι άνθρωποι αντλούν την πληροφόρησή τους για τα περισσότερα θέματα της

¹¹ Alison Anderson, 2014. *“Media Environment and the Network Society”*, Research Gate, University of Plymouth, pp.162-170.

¹² Κίνημα που επιδιώκει την προστασία, αποκατάσταση και βελτίωση του φυσικού περιβάλλοντος, διαθέσιμο στο www.lexigram.gr/lex/eni/περιβαλλοντισμός#Hist1

¹³ Weingart P, Engels A, Pansegrau P (2000) *«Risks of communication: Discourses on climate change in science, politics, and the mass media»*. Public Underst Sci 9: 261–283.

¹⁴ Boykoff M, Rajan R., 2007. *«Signals and noise. Mass-media coverage of climate change in the USA and the UK»*. EMBO reports, PMC US National Library of Medicine, National Institutes of Health.

ειδησεογραφίας από τα ΜΜΕ, κυρίως την TV, τις εφημερίδες και το ίντερνετ, με τα θέματα περιβάλλοντος να συμπεριλαμβάνονται στο ίδιο πλαίσιο¹⁵.

Λίγα πράγματα αποτελούν σε τόσο μεγάλο βαθμό αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής των σύγχρονων ανθρώπων όσο οι ειδήσεις, οι οποίες συνιστούν ένα είδος στιγμιαίας ιστορικής καταγραφής του ρυθμού, της προόδου, των προβλημάτων και των ελπίδων της κοινωνίας¹⁶. Οι δημοσιογραφικές ιστορίες για το περιβάλλον και οι ανησυχίες του κοινού διαμορφώνουν τις σχετικές πολιτικές αποφάσεις που λαμβάνονται, με τον ίδιο τρόπο που η επιστημονική έρευνα για το περιβάλλον διαμορφώνει τη δημοσιογραφική κάλυψη και την σημασία που αποδίδει το κοινό.

Τα Μ.Μ.Ε. αποτελούν σημαντικούς διαμεσολαβητές από τους οποίους ο μέσος πολίτης αντλεί πληροφορίες για να σχηματίσει γνώμες και να πάρει θέση απέναντι σε θέματα για τα οποία δεν μπορεί να έχει άμεση πείρα και βιώματα¹⁷. Ο Τύπος, πέρα από την ενασχόλησή του με την πολιτική επικαιρότητα, κρατά ενήμερο το κοινό και για τις εξελίξεις από το χώρο των επιστημών, ειδικά δε γι' αυτές που αφορούν άμεσα στις ζωές των ανθρώπων.

Ωστόσο η κάλυψη επιστημονικών θεμάτων από τα μη-εξειδικευμένα μέσα ενημέρωσης, όπως οι ημερήσιες εφημερίδες, υφίσταται την κριτική των επιστημόνων, των σχολιαστών και επικοινωνιολόγων ειδικευμένων στα μαζικά μέσα ενημέρωσης. Τα ΜΜΕ έχουν κατηγορηθεί μεταξύ άλλων ότι δε διαθέτουν επαρκή χώρο και χρόνο για επιστημονικά θέματα, ότι αναφέρουν τα θέματα με ανακρίβεια και ότι υπερβάλουν στην πολιτική και μη-επιστημονική σπουδαιότητά τους παραδιδόμενα στην δραματοποίηση και τον εντυπωσιασμό¹⁸.

Ζητούμενο σε περιπτώσεις προβολής ενός επιστημονικού θέματος αποτελεί η χρησιμοποιούμενη γλώσσα καθώς ο μη καταρτισμένος αναγνώστης πρέπει να μπορεί να παρακολουθήσει το κείμενο χωρίς να αλλοιώνεται η ουσία του επιστημονικού έργου. Πολλές φορές ωστόσο η επιστήμη μένει εκτός κειμένου και η ιστορία διαμορφώνεται γύρω από τα αποτελέσματα και κυρίως τα συναισθήματα που

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Bennett WL (2002) *News: The Politics of Illusion*, 5th edition. New York, NY, USA: Longman, pp 76-107.

¹⁷ Hans Peter Peters, John T. Lang, Magdalena Sawicka, William K. Hallman, 2007. "Culture and Technological Innovation: Impact of Institutional Trust and Appreciation of Nature on Attitudes towards Food Biotechnology in the USA and Germany", *International Journal of Public Opinion Research*, Volume 19, Issue 2, 1 July 2007, pp 191–220, Oxford Academic.

¹⁸ Bucchi, M. and Mazzolini, R.G., 2003, "Science coverage in the Italian daily press (1946-1997)", *Public Understanding of Science*, 12, pp 7-24.

μπορούν να προκύψουν από τα φαινόμενα που περιγράφει το επιστημονικό έργο, όπως φόβος ή ενθουσιασμός.

Σε μια κοινωνία όμως που το ατομικό συχνά υπερβαίνει το συνολικό, τα κίνητρα του Τύπου πολλές φορές έχουν τεθεί υπό αμφισβήτηση. Οι διασυνδέσεις μεταξύ εκδοτών και επιχειρηματικών ή πολιτικών κέντρων αποτελούν κοινή πεποίθηση στη σύγχρονη κοινωνία. Δεδομένης της εξάρτησης, σε αρκετές περιπτώσεις, της επιστημονικής έρευνας από τα ίδια αυτά κέντρα (προς ανεύρεση πόρων), διαφαίνεται μία νοητή γραμμή η οποία ξεκινάει από την επιδοτούμενη (από το κράτος ή από ιδιώτες) επιστημονική έρευνα και καταλήγει στο “πλασάρισμα” των αποτελεσμάτων της στο κοινό, μέσω φυσικά του Τύπου.

Στην περίπτωση της ερευνητικής δημοσιογραφίας αυτή η διαδρομή γίνεται αντίστροφα. Οι επιστημονικές αλήθειες που αναδύονται σε σχέση με την καταστροφή του περιβάλλοντος ή με θέματα που άπτονται της ανθρώπινης υγείας συχνά θίγουν επιχειρηματικά και οικονομικά συμφέροντα. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελούν επιστημονικά στοιχεία που αναδύθηκαν κατά τη δημοσιογραφική διερεύνηση θεμάτων τα οποία απασχόλησαν στη συνέχεια έντονα την κοινή γνώμη, με τα ρεπορτάζ για τις μεγάλες εργοστασιακές μονάδες ή τις βιομηχανικές εγκαταστάσεις που μολύνουν τον υδροφόρο ορίζοντα, να βρίσκονται στο επίκεντρο. Συνέπεια της έντονης ρύπανσης αποτέλεσε η δημιουργία κλίματος έντονης και βάσιμης ανησυχίας για την πρόκληση βλαβών στην υγεία^{19 20 21 22 23 24}.

¹⁹ Βασιλειάδου Ν. (2006), «*Βρύσες που στάζουν μόλυβδο*», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 16/04/2006, διαθέσιμο στο <https://asopossos.wordpress.com/2007/10/23/%CE%B2%CF%81%CF%8D%CF%83%CE%B5%CF%82-%CF%80%CE%BF%CF%85-%CF%83%CF%84%CE%AC%CE%B6%CE%BF%CF%85%CE%BD-%CE%BC%CF%8C%CE%BB%CF%85%CE%B2%CE%B4%CE%BF-2006/>

²⁰ Βασιλειάδου Ν. (2009), «*Καρότα με νικέλιο και χρώμιο*», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 17/05/2009, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=45022>

²¹ Βασιλειάδου Ν. (2009), «*Βρύσες που στάζουν χρώμιο*», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 8/11/2009, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=99803>

²² Βασιλειάδου Ν. (2009), «*Στην Εύβοια κρύβεται ένα τοξικό μυστικό*», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 21/09/2009, διαθέσιμο στο <https://antigoldgr.org/blog/2009/09/21/larco-evi/> και στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=84254>

²³ Βασιλειάδου Ν. (2010), «*Φράγμα για τα νερά με χρώμιο*», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 4/07/2010, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=179816>.

²⁴ Βασιλειάδου Ν. (2010), «*Δικαστική μάχη για το εξασθενές χρώμιο*», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 21/02/2010, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=134226>

1.2.1. Η σημασία της κάλυψης

Ένας από τους λόγους που η κλιματική αλλαγή είχε τόσο ισχυρή διείσδυση στο δημόσιο λόγο και τα μέσα ενημέρωσης τα τελευταία χρόνια, πέρα από την αντικειμενική σημασία για την ανθρώπινη ζωή και την επιστημονική αξία του θέματος, είναι και ο τρόπος που τα ΜΜΕ καλύπτουν τα φυσικά επακόλουθα του φαινομένου.

Οι εικόνες από καταστροφικούς τυφώνες , πρωτοφανείς πλημμύρες και πυρκαγιές που συχνά αφήνουν πίσω τους ανθρώπινα θύματα, παγετώνες που αποκολλώνται, πηκτούς και πολικές αρκούδες που αναζητούν ένα κομμάτι πάγου για να σταθούν αποτελούν ακριβώς τα κατάλληλα πλάνα για τον σκηνοθέτη των τηλεοπτικών ειδήσεων ή τον συντάκτη ύλης της εφημερίδας. Κι αυτό γιατί οι επαγγελματίες των μέσων γνωρίζουν ότι η οπτικοποίηση της καταστροφής αιχμαλωτίζει την προσοχή του θεατή ή του αναγνώστη περισσότερο κι από την ίδια την καταστροφή. Μιλώντας για ΜΜΕ-επιχειρήσεις ιδιωτικές ή και δημόσιες η υψηλή τηλεθέαση και αναγνωσιμότητα αποτελούν ζητούμενα. Με δεδομένη την επικράτηση της εικόνας καταστροφής έναντι του επιστημονικού λόγου η κλιματική αλλαγή αποτέλεσε, τα τελευταία χρόνια, για τους επαγγελματίες των μέσων, ιδανικό θέμα για κάλυψη.

Αναλόγως εντυπωσιακές εικόνες πρόσφεραν στα ελληνικά μέσα, θέματα όπως η μόλυνση του Ασωπού ποταμού με εξασθενές χρώμιο, η διαχείριση των απορριμμάτων και τα μεταλλεία χρυσού της Eldorado Gold στις Σκουριές. Τα πλάνα από το «κόκκινο» ποτάμι, οι απέραντες εκτάσεις των ΧΥΤΑ με τα γλαροπούλια που αναζητούν τροφή ανάμεσα στα σκουπίδια και τα απονεκρωμένα βουνά της εξόρυξης ήρθαν να προκαλέσουν για δικαίωση το οπτικό νεύρο του θεατή, αποκαλύπτοντας όσα οι επιστήμονες και τα κινήματα προσπαθούσαν να κάνουν με στοιχεία και λογικά επιχειρήματα. Σαφώς, άλλες εκφάνσεις της περιβαλλοντικής καταστροφής δεν οπτικοποιούνται εύκολα, όπως οι επιπτώσεις του ρυπασμένου περιβάλλοντος στην ανθρώπινη υγεία ή η ατμοσφαιρική ρύπανση.

Όπως καταγράφει η ακαδημαϊκή έρευνα, η σχέση ανάμεσα στον κόσμο των ΜΜΕ και τον πραγματικό, αναφορικά με το περιβάλλον, διέπεται από εντυπωσιασμό,

ανακρίβεια, προκαταλήψεις, και κάλυψη που χαρακτηρίζεται από αβεβαιότητα, στατιστική του κινδύνου και οικονομικές παραμέτρους^{25 26 27}.

Ανεξάρτητα από την καταστροφολογική ή ψυχραιμη διάθεση που επιδεικνύουν τα σύγχρονα μέσα κατά την ειδησεογραφική κάλυψη, έχουν τη δυνατότητα, με τη δυναμική που διαθέτουν, να διαμορφώνουν απόψεις για το περιβάλλον προάγοντάς τες ενίοτε και σε κοινωνικό ζήτημα. Ανάλογα με την οικονομικο-πολιτική προσέγγιση της ιδιοκτησίας προάγουν/ευνοούν ορισμένο τρόπο ζωής που έχει μεγάλες ή μικρότερες επιπτώσεις στο περιβάλλον. Για παράδειγμα ένας μεγάλος τηλεοπτικός σταθμός προβάλλει καταναλωτικό μοντέλο που επηρεάζει μεγάλες μάζες καταναλωτών και δημιουργεί αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον, ωθώντας σε υπερκαταναλωτισμό, και συνεπακόλουθα υπερκατανάλωση φυσικών πόρων, ενέργειας και δημιουργία αποβλήτων.

Επίσης τα MME δημιουργούν, ευνοούν ή αναπαράγουν πολιτικές για το περιβάλλον ή και δράση επιστημονικών ή άλλων φορέων. Η ενημέρωση των πολιτών, η στάση τους και οι πράξεις τους αναφορικά με τους κινδύνους από το περιβάλλον σε μεγάλο βαθμό είναι αποτέλεσμα του επιστημονικού διαλόγου ο οποίος διαμεσολαβείται από τα MME^{28 29}.

Η δημοσιότητα αποτελεί τον παράγοντα κλειδί της περιβαλλοντικής ανησυχίας καθώς προκειμένου οι κοινωνίες να ασχοληθούν με ένα συγκεκριμένο θέμα και να το θεωρήσουν ως κοινωνικό πρόβλημα είναι απαραίτητο η σχετική πληροφορία να μεταδοθεί από τα μαζικά μέσα ενημέρωσης³⁰.

Τα μέσα είναι οι τεχνολογικές συσκευές που διαδίδουν συμβολικό περιεχόμενο σε μεγάλα, ετερογενή και ευρέως διασκορπισμένα ακροατήρια κάνοντας τη μαζική επικοινωνία εφικτή. Η κοινωνιολόγος Gaye Tuchman υποστηρίζει πως οι ειδήσεις ανακατασκευάζουν τον κοινωνικό κόσμο και αποτελούν το παράθυρο του κόσμου, προσδιορίζοντας «τι θέλουμε να ξέρουμε και τι πρέπει να ξέρουμε»³¹. Σύμφωνα με

²⁵ Eleanor Singer, (1990), «A Question of Accuracy: How Journalists and Scientists Report Research on Hazards», *Journal of Communication*, Volume 40, Issue 4, pp 102–116.

²⁶ Allan Bell, (1994), «Media (mis)communication on the science of climate change», *Sage Journals*, Volume: 3 issue: 3, pp 259-275.

²⁷ Stuart Allan, (2002), «Media, Risk, and Science», Open University Press., Philadelphia, pp 97-121.

²⁸ Baruch Fischhoff, (1995) «Risk Perception and Communication Unplugged: Twenty Years of Process», *Risk Analysis*, Vol. 15, No. 2, pp 1-9.

²⁹ Paul Slovic, (2000), «The Perception of Risk», Earthscan Publications, London, pp 201-238.

³⁰ Juraite, K. (2002). *Construction of Public Opinion on Environmental Issues in the Media*. Sociologija. Mintis ir veiksmai, pp 90-99.

³¹ Ibid.

τον Hannigan³² τα περιβαλλοντικά προβλήματα παρουσιάζονται συχνά με οικονομικούς όρους καθώς συνδέονται άμεσα με οικονομικές πολιτικές, είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με θέματα υγείας και το περιβάλλον θεωρείται ως μία περιοχή πολιτικής όπως η υγεία, η παιδεία και οι κοινωνικές υπηρεσίες. Ο Downs από την μεριά του υποστηρίζει πως τα περιβαλλοντικά θέματα προσελκύουν την ευρεία προσοχή των μέσων επικοινωνίας και στη συνέχεια αποσύρονται από τη δημόσια θέα παρά το γεγονός πως παραμένουν σε μεγάλο βαθμό ανεπίλυτα³³. Οι ερευνητές επισημαίνουν πως τα υψηλά επίπεδα κάλυψης από τα μέσα για το θέμα του περιβάλλοντος δεν διαρκούν για μεγάλο χρονικό διάστημα.

1.2.2. Το περιβαλλοντικό αποτύπωμα της κάλυψης

Οι επιχειρήσεις MME επεμβαίνουν στο περιβάλλον καταναλώνοντας πόρους κι ενέργεια (λ.χ. εφημερίδες που χρειάζονται χαρτί ή ο τηλεοπτικός/ραδιοφωνικός δέκτης/υπολογιστής που καταναλώνει ρεύμα) ή δημιουργούν σκουπίδια που επιβάλλουν περιβαλλοντική πολιτική (λ.χ. ανακύκλωση).

Σύμφωνα με το Trinity College της Δυτικής Αυστραλίας, χρειάζονται 17 20χρονα δέντρα για την παραγωγή 1 τόνου δημοσιογραφικού χαρτιού. Για παράδειγμα, χρειάζονται 75,000 δέντρα ετησίως για την παραγωγή των κυριακάτικων New York Times.

Η έκδοση της κυριακάτικης *Minneapolis Star Tribune*, με μέσο αριθμό σελίδων 172 και κυκλοφορία 606,698 φύλλα απαιτεί την κοπή 4,472 δέντρων την εβδομάδα ή 232,544 το χρόνο. Φυσικά θα πρέπει να υπολογιστεί ότι ένα ποσοστό (40%) του χαρτιού προέρχεται από ανακύκλωση, ωστόσο το μεγαλύτερο προέρχεται από την κοπή νέων δέντρων.

Σύμφωνα με το Sweden's Royal Institute of Technology ένα άτομο που χρησιμοποιεί ηλεκτρονικό υπολογιστή με επιφάνεια εργασίας 160 watt και οθόνη 120

³² Hannigan J. (1995). *“Environmental Sociology: A Social Constructionist Perspective”*, London and New York: Routledge, pp 50-71.

³³ Sampei, Y., Aoyagi-Usui, M. (2009). «*Mass-media coverage, its influence on public awareness of climate-change issues, and implications for Japan’s national campaign to reduce greenhouse gas emissions*». *Global Environmental Change* 19, pp 203–212.

watt διαβάζοντας κείμενα στο διαδίκτυο για 30 λεπτά κάνει πράγματι περισσότερες περιβαλλοντικές ζημιές απ' ό,τι αν είχε αγοράσει αντίστοιχη έντυπη έκδοση.

1.3. Περιβαλλοντική είδηση και κοινωνία

Αναφορικά με την ειδησεογραφική κάλυψη των γεγονότων από τα ΜΜΕ καθώς και την πολύπλοκη και μεταβαλλόμενη φύση της στο σύγχρονο κοινωνικό πλαίσιο, προτείνονται από τους μελετητές³⁴ τρεις ευρείες προσεγγίσεις:

Η προσέγγιση της Πολιτικής Οικονομίας δίνει έμφαση στην επιρροή της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης, της εταιρικής χρηματοδότησης και της διαφήμισης στο περιεχόμενο των ειδήσεων. Κατ' αυτό τον τρόπο τα ΜΜΕ άλλοτε δίνουν βήμα και άλλοτε καταστέλλουν απόψεις. Τα συμφέροντα των εταιρειών ΜΜΕ και τα συμφέροντα των διαφημιζόμενων, μπορεί να αποθαρρύνουν την κριτική στην αδράνεια των κυβερνήσεων σχετικά με διάφορα θέματα όπως για παράδειγμα στην κλιματική αλλαγή και τον ρόλο της βιομηχανίας.

Αυτό μπορεί να μην συμβαίνει απαραίτητα μέσω άμεσης παρέμβασης στη σύνταξη της είδησης. Πιο συχνά, η εξάρτηση των διαφημιστικών εσόδων από τις βιομηχανίες π.χ. ορυκτών καυσίμων μπορεί να οδηγήσει δημοσιογράφους να αυτολογοκρίνουν τα ρεπορτάζ τους και να τα παρουσιάζουν μ' έναν τρόπο που δεν θίγει τα συμφέροντα των βιομηχανιών. Ο Gelbspan³⁵ τεκμηριώνει την περίπτωση ενός τηλεοπτικού συντάκτη που «απειλήθηκε» από εταιρείες πετρελαίου και αυτοκινητοβιομηχανίες ότι θα απέσυραν τις διαφημίσεις τους από το κανάλι όπου εργαζόταν, μετά από ένα ρεπορτάζ που συνέδεε μια τεράστια πλημμύρα με την κλιματική αλλαγή.

Σε διαφορετικό βαθμό η καθεμία, οι εφημερίδες αφιερώνουν ένα σημαντικό μέρος του χώρου τους για να διαφημίσουν εταιρείες πετρελαίου, αεροπορικά ταξίδια και αυτοκίνητα³⁶. Ενώ τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης πιθανώς αποστασιοποιούνται

³⁴ Anderson Alison, 2009. "Media, Politics and Climate Change: Towards a New Research Agenda". Sociology Compass, Volume 3, Issue 2, Pages 166–182.

³⁵ Gelbspan Ross, 2005. "Snowed: Why is the US Media Silent on Global Warming?" Mother Jones online publication. http://www.motherjones.com/cgi-bin/print_article.pl?url=http://www.motherjones.com/news/feature/2005/05/snowed.html

³⁶ Monbiot, George 2007. "The Editorials Urge Us to Cut Emissions, But the Ads Tell a Very Different Story", The Guardian, August 14th.

από ρεπορτάζ ή οποιαδήποτε αναφορά θίγει τα εταιρικά τους συμφέροντα, θα ήταν υπερβολικά απλοϊκό να πούμε ότι οι δεσμοί με τις βιομηχανίες ορυκτών καυσίμων αποτρέπουν πλήρως την κριτική αναφορά. Όπως παρατηρεί η Carvalho ³⁷, υπάρχει πάντα χώρος στα μέσα για να εκφραστεί μια ποικιλία απόψεων. Πράγματι, έρευνες από δημοσιογράφους όπως ο Andy Revkin³⁸ στις Ηνωμένες Πολιτείες και ο George Monbiot³⁹ στο Ηνωμένο Βασίλειο έχουν παίξει σημαντικό ρόλο στην αποκάλυψη καίριας σημασίας παραμέτρων της πολιτικής του σκεπτικισμού της κλιματικής αλλαγής.

Για παράδειγμα το 2005, ο Andy Revkin των New York Times αποκάλυψε διασύνδεση μεταξύ της «βιομηχανίας» των αρνητών της κλιματικής αλλαγής και του Λευκού Οίκου. Η έρευνα διαπίστωσε ότι ο Phillip Cooney, δικηγόρος χωρίς ιδιαίτερη επιστημονική κατάρτιση και πρώην λομπίστας της Αμερικανής Βιομηχανίας Πετρελαίου επεξεργαζόταν συχνά τις κυβερνητικές εκθέσεις για το κλίμα δίνοντας έμφαση σε αμφιβολίες σχετικά με τη σύνδεση της κλιματικής αλλαγής και τις εκπομπές από ορυκτά καύσιμα^{40 41}.

Η προσέγγιση του Στρουκτουραλισμού, ασχολείται κυρίως με την έννοια της ιδεολογίας και κοινωνικούς παράγοντες στην παραγωγή των ειδήσεων, δίνει έμφαση στη σχέση των δημοσιογράφων με τις πηγές τους καθώς και στον τρόπο που οι συντάκτες οργανώνουν τις καθημερινές τους πρακτικές, που σε κάποιο βαθμό βασίζονται σε μια προκαθορισμένη ατζέντα προβλέψιμων ειδήσεων⁴². Η στενότητα χρόνου αποτελεί σημαντικό εμπόδιο που προδιαθέτει και ωθεί τους δημοσιογράφους προς τις θεσμικές πηγές που θεωρούνται αξιόπιστες.

Παρόλο που μοιράζεται ορισμένα κοινά σημεία με την προσέγγιση της Πολιτικής Οικονομίας, ο Στρουκτουραλισμός απορρίπτει την άποψη ότι το περιεχόμενο των ειδήσεων μπορεί απλώς να θεωρηθεί ότι καθορίζεται μόνο από οικονομικούς παράγοντες.

³⁷ Carvalho, Anabela 2007. *“Ideological Cultures and Media Discourses on Scientific Knowledge: Re-reading News on Climate Change”* Public Understanding of Science 16: 223–43

³⁸ Revkin, Andrew 2005. *“Bush Aide Softened Greenhouse Gas Links to Global Warming”*, New York Times, June 8th.

³⁹ Monbiot, George 2006. *«Heat: How to Stop the Planet from Burning»*. Penguin Books, London, UK

⁴⁰ Ibid Monbiot, George 2006

⁴¹ Revkin, Andrew 2005. *“Bush Aide Softened Greenhouse Gas Links to Global Warming”*, New York Times, June 8th.

⁴² Anderson Alison, 2009. *“Media, Politics and Climate Change: Towards a New Research Agenda”*. Sociology Compass, Volume 3, Issue 2, Pages 166–182.

Η δομημένη καθημερινή δημοσιογραφική ρουτίνα και τα δημοσιογραφικά πρότυπα οδηγούν σε μια τάση υπερβολικής επίκλησης στοιχείων από επίσημες αρχές. Η μελέτη του Stuart Hall κ.α.⁴³, “Policing the Crisis”, επέστησε την προσοχή στους τρόπους με τους οποίους οι επίσημες πηγές (όπως π.χ. κυβερνητικοί αξιωματούχοι και εισαγγελικές, αστυνομικές αρχές) τείνουν να ωφεληθούν από την πρόσβαση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και να γίνουν «καθοριστικοί παράγοντες» καίριας σημασίας ζητημάτων. Μέσω αυτών των διαδικασιών, σημειώνεται προνομιακή προβολή συγκεκριμένων παραμέτρων ενός θέματος και υποβάθμιση ή και απόκρυψη άλλων. Για παράδειγμα η κλιματική αλλαγή⁴⁴. Τόσο οι επιστήμονες που υποστηρίζουν την ύπαρξη της κλιματικής αλλαγής όσο και οι πολέμιοι της άποψης παραπονούνται ότι η κάλυψη των ειδησεογραφικών γεγονότων χαρακτηρίζεται από προκατάληψη. Ο αγώνας για ν’ αποκτήσουν οι δυο πλευρές ευνοϊκή κάλυψη δεν είναι ισότιμος καθώς οι επίσημες πηγές τείνουν να έχουν περισσότερους οικονομικούς πόρους και προνομιακή πρόσβαση στους δημοσιογράφους⁴⁵.

Από την πλευρά τους πολλοί συντάκτες του περιβαλλοντικού ρεπορτάζ εκφράζουν έντονο προσωπικό ενδιαφέρον για ζητήματα που καλύπτουν αλλά διαφοροποιούνται ως προς το βαθμό με τον οποίο πιστεύουν ότι πρέπει να τα υπερασπιστούν ή να τα αντιπαλέψουν. Τυπικά, τονίζουν την αξία της ουδετερότητας, ωστόσο ορισμένοι θεωρούν καθήκον τους να ενημερώνουν το κοινό μέσω της ανάληψης ενός ρόλου υπεράσπισης⁴⁶. Όπου υπάρχει εμφανής αμφισβήτηση για ένα περίπλοκο ζήτημα, τότε οι δημοσιογράφοι συχνά στηρίζονται στην έννοια της ισορροπίας και καλύπτουν αμφότερες τις πλευρές της ιστορίας. Οι McCright και Dunlap⁴⁷ υποστηρίζουν ότι αυτή η πρακτική έχει οδηγήσει τον ποιοτικό αμερικανικό Τύπο να παράγει μια προκατειλημμένη αναφορά στην κλιματική αλλαγή που συνεπάγεται ότι η επιστημονική κοινότητα χωρίζεται στη μέση.

⁴³ Hall, Stuart, Charles Critcher, Tony Jefferson, John Clarke and Brian Robert, 1978. «*Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*». London, UK: Macmillan.

⁴⁴ Newell, Peter 2000. «*Climate for Change: Non-State Actors and the Global Politics of the Greenhouse*». Cambridge, UK: Cambridge University Press, pp 68-94.

⁴⁵ Anderson, Alison 1997. «*Media, Culture and the Environment*». Press Sociology Compass, Volume 3, Issue 2, Pages 166–182.

⁴⁶ Ibid Anderson, Alison 1997

⁴⁷ McCright, Aaron M. and Riley E. Dunlap 2003. “*Defeating Kyoto: The Conservative Movement’s Impact on U.S. Climate Change Policy*” Social Problems 50: 348–73

Τα στοιχεία δείχνουν ότι η «ισορροπημένη» κάλυψη μπορεί να ενισχύσει την αβεβαιότητα και να ενθαρρύνει την πολιτική αδράνεια^{48 49 50}. Μελέτες δείχνουν ότι οι αμερικανικές εφημερίδες κύρους τείνουν να στρεβλώνουν τα επιστημονικά δεδομένα της κλιματικής αλλαγής, δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στην αβεβαιότητα απ' ό, τι παρόμοιες εφημερίδες στη Νέα Ζηλανδία, τη Φινλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο⁵¹.

Αναλυτικές μελέτες του δημοσιογραφικού λόγου προσφέρουν μια σε βάθος εξέταση του τρόπου με τον οποίο γλωσσικές «μανιέρες» χρησιμοποιούνται στην κάλυψη ειδήσεων. Όπως παρατηρεί η Carvalho⁵²: «...ο ρόλος της ιδεολογίας στην απόδοση επιστημονικών όρων στα μέσα ενημέρωσης εξακολουθεί να είναι καταφανώς υπό έρευνα». Η μελέτη της για το δημόσιο διάλογο περί κλιματικής αλλαγής όπως εμφανίζεται στον ποιοτικό βρετανικό τύπο προσφέρει μια ιδιαίτερα διορατική ανάλυση για το πώς οι ιδεολογικές απόψεις των εφημερίδων, που προκύπτουν από αντίθετα αξιακά συστήματα, μπορούν να διαμορφώσουν τον επιστημονικό λόγο και τη γνώση. Η αξιοπιστία που δίνεται σε διάφορους κοινωνικούς παράγοντες όπως η IPCC διαπιστώθηκε ότι διαφέρει σημαντικά μεταξύ των εφημερίδων του Ηνωμένου Βασιλείου⁵³. Υπάρχουν σημαντικές διακυμάνσεις στο εσωτερικό του ποιοτικού Τύπου με τον The Guardian να τείνει να δώσει το μεγαλύτερο χώρο σε ζητήματα κλιματικής αλλαγής στις αρχές της δεκαετίας του 2000⁵⁴. Επιπλέον, έρευνα που έγινε στο Ηνωμένο Βασίλειο δείχνει ότι η υπερθέρμανση του πλανήτη έχει λάβει σημαντικά μεγαλύτερη κάλυψη σε ποιοτικές εφημερίδες παρά σε εφημερίδες μαζικής κυκλοφορίας.

Σε αντίθεση με τις παραπάνω προσεγγίσεις ο Κουλτουραλισμός (Culturalism) δίνει μικρή έμφαση σε οικονομικούς παράγοντες και τις διαδικασίες παραγωγής ειδήσεων και εστιάζει στον τρόπο που οι πολιτισμικοί κανόνες εντάσσονται στο

⁴⁸ Boykoff, Maxwell T. and J. Timmons Roberts 2007. *“Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses”* Human Development Report 2007/8, United Nations Development Programme Occasional paper, Human Development Report Office.

⁴⁹ Corbett, Julia. B. and Jessica L. Durfee 2004. *“Testing Public (Un)Certainty of Science: Media Representations of Global Warming.”* Science Communication 26: 129–51.

⁵⁰ Ibid McCright, Aaron M. and Riley E. Dunlap 2003

⁵¹ Dispensa, Jaclyn Marisa and Robert J. Brulle 2003. *“Media’s Social Construction of Environmental Issues: Focus on Global Warming – a Comparative Study”* International Journal of Sociology and Social Policy 23: 74–105.

⁵² Carvalho, Anabela 2007. *“Ideological Cultures and Media Discourses on Scientific Knowledge: Re-reading News on Climate Change”* Public Understanding of Science 16: 223–43

⁵³ Carvalho, Anabela and Jacquelin Burgess 2005. *“Cultural Circuits of Climate Change in the UK Broadsheet Newspapers, 1985–2003”*, Risk Analysis 25: 1457–1470.

⁵⁴ Hargreaves, Ian, Justin Lewis and Tammy Speers 2003. *“Towards a Better Map: Science, the Public and the Media”*. Swindon, UK: Economic and Social Research Council Report, 23–46.

πλαίσιο της ειδησεογραφικής κάλυψης⁵⁵. Εδώ η έννοια της πλαισίωσης είναι ιδιαίτερα χρήσιμη καθώς αποτελεί έναν τρόπο οργάνωσης ιδεών σε νοηματικές κατηγορίες που ενισχύει κάποιες πτυχές των ειδήσεων έναντι άλλων. Τα πλαίσια αποτελούν τρόπους οργάνωσης ιδεών (συχνά εξαιρετικά αμφισβητούμενων) σε σημαντικές κατηγορίες και δίνουν προβάδισμα σε ορισμένες οπτικές έναντι άλλων⁵⁶.

Η έννοια του πλαισίου αντλείται από την αρχιτεκτονική και τον κινηματογράφο, και χρησιμοποιείται ως ένα μεταφορικό σχήμα για να ερμηνεύσει τον ρόλο των Μέσων στη διαδικασία παραγωγής, προβολής και διάχυσης πληροφορίας, καθώς και για να αναδείξει τι σηματοδοτεί αυτή η διεργασία στο κοινό⁵⁷. Ουσιαστικά το πλαίσιο λειτουργεί ως ένα προκαθορισμένο πεδίο νοητικών διεργασιών εντός του οποίου το άτομο εστιάζει τη σκέψη του, σε συγκεκριμένα στοιχεία τα οποία εμφανίζονται μέσα σε αυτό. Είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι η πλαισίωση κινείται πάντα σε ένα δίπολο, καθώς εμπεριέχει τόσο τη διαδικασία της συμπερίληψης όσο και του αποκλεισμού της πληροφορίας, αλλά και την έμφαση σε κάποια στοιχεία έναντι κάποιων άλλων⁵⁸. Η δράση του πλαισίου, λοιπόν, είναι η δράση τοποθέτησης της πληροφορίας σε μία «κορνίζα» από την οποία λείπει ή τονίζεται ανάλογα η πληροφορία ή μέρος της⁵⁹ ⁶⁰. Όπως προκύπτει από μελέτη των Kahneman και Tversky (1984), η παράλειψη της πληροφορίας είναι τόσο σημαντική όσο η συμπερίληψή της.

Οι Nisbet και Mooney⁶¹ σημειώνουν πως η κλιματική αλλαγή πλαισιώθηκε με διαφορετικούς τρόπους από Αμερικανούς πολιτικούς. Για παράδειγμα, οι Δημοκράτες τείνουν να χρησιμοποιούν όρους όπως «το κουτί της Πανδώρας» για να καταδείξουν μεταφορικώς την καταστροφή, ενώ οι Ρεπουμπλικανοί τείνουν να τονίζουν το χρηματικό πλαίσιο και το πλαίσιο επιστημονικής αβεβαιότητας. Ευρωπαϊκές μελέτες δείχνουν ότι οι αναφορές στην κλιματική αλλαγή είναι κινδυνολογικές, βυθισμένες

⁵⁵ Anderson Alison, 2009. *“Media, Politics and Climate Change: Towards a New Research Agenda”*. Sociology Compass, Volume 3, Issue 2, Pages 166–182.

⁵⁶ Entman, Robert M. 1993. *“Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm”* Journal of Communication 43, pp 51–58.

⁵⁷ Carragee, K. M. and Roefs, W., 2004. *“The Neglect of Power in Recent Framing Research”*. Journal of Communication 54(2), pp. 214–233.

⁵⁸ Hallahan K., 1999. *“Seven Models of Framing: Implications for Public Relations”*. Journal of Public Relations Research, 11(3): pp. 205–242.

⁵⁹ Entman, M. R., 1993. *“Framing: Toward clarification of a Fractured Paradigm”*. Journal of Communication. 43, pp. 51–58.

⁶⁰ Ibid Hallahan K., 1999.

⁶¹ Nisbet, Matthew and Chris Mooney 2006. *“The Next Big Storm: Can Scientists and Journalists Work Together to Improve Coverage of the Hurricane-Global Warming Controversy?”* Sceptical Inquirer, August 3rd, pp. 62–83.

στη γλώσσα του φόβου και της καταστροφής^{62 63}. Τέτοιες κινδυνολογικές αναφορές έχουν αποδειχθεί αντιπαραγωγικές⁶⁴. Τόσο ο Hulme όσο και οι Ereaut και Segnit βασίζονται στην έννοια των «γλωσσικών επαναλήψεων». Αυτό μπορεί να οριστεί ως: «... συστήματα γλωσσικών προσδιορισμών τα οποία χρησιμοποιούνται συνήθως για την περιγραφή και αξιολόγηση δράσεων, γεγονότων και ανθρώπων». Προσφέρουν διαφορετικούς τρόπους σκέψης, έκφρασης και δράσης ως διαφορετική εκδοχή του τι μπορεί να θεωρηθεί «κοινή λογική».

Στη βάση μιας συζήτησης και σημειολογικής ανάλυσης οι Ereaut και Segnit⁶⁵ προσδιορίζουν τρεις κύριες εκδοχές για την κλιματική αλλαγή, στο Ηνωμένο Βασίλειο: το «κινδυνολογικό σενάριο» (απαισιόδοξο, βλέποντας την κλιματική αλλαγή ως κάτι πέρα από τον ανθρώπινο έλεγχο), το «καθησυχαστικό σενάριο» (αισιόδοξο, στάση «όλα θα πάνε καλά») και το «σενάριο μικρών δράσεων» (αισιόδοξο, αν όλοι κάνουμε μικρά πράγματα προκειμένου να μετριάσουμε τους κινδύνους). Καταλήγουν ότι τα μηνύματα των μέσων ενημέρωσης τείνουν να είναι «συγκεχυμένα, χαοτικά και αντιφατικά». Πιο πρόσφατα, ο Risbey⁶⁶ αναγνωρίζει την εμφάνιση μιας τέταρτης εκδοχής μέσα στο λόγο (όπως αναφέρεται στα γραπτά του δημοσιογράφου του Guardian, George Monbiot⁶⁷, για παράδειγμα), που θεωρεί την αλλαγή του κλίματος ως ανησυχητική εάν δεν ενεργήσουμε σύντομα, αλλά αν ληφθούν ριζοσπαστικά βήματα (τόσο μικρά όσο και μεγάλα) δεν είναι πέρα από τον έλεγχό μας.

Αν οι δημοσιογράφοι ακολουθούσαν μια περισσότερο μετριοπαθή και λιγότερο επεισοδιακή προσέγγιση για την κάλυψη του ζητήματος, αυτό θα οδηγούσε

⁶² Ereaut, Gill and Nat Segnit 2006. *Warm Words: How are we Telling the Climate Story and Can we Tell it Better?* London, UK: Institute for Public Policy Research, pp 1-32, διαθέσιμο στο <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=8EE585A679BA4343B2A325C6D3378F7D?doi=10.1.1.397.7554&rep=rep1&type=pdf>

⁶³ Hulme, Mike 2007. *Mediated Messages about Climate Change: Reporting the IPCC Fourth Assessment in the UK Print Media.* School of Environmental Sciences, University of East Anglia, Norwich, UK and Tyndall Centre for Climate Change Research, Science Communication, pp 1-24, διαθέσιμο στο <https://mikehulme.org/wp-content/uploads/2007/09/hulme-all-mediated-messages.pdf>

⁶⁴ Bell, Allan 1994. *Media (Mis) Communication on the Science of Climate Change* Public Understanding of Science 3: 259–275

⁶⁵ Ibid Ereaut, Gill and Nat Segnit 2006

⁶⁶ Risbey, James S. 2008. *The New Climate Discourse: Alarmist or Alarming?* Global Environmental Change 18: 26–37.

⁶⁷ Monbiot, George 2007. *The Editorials Urge Us to Cut Emissions, But the Ads Tell a Very Different Story* The Guardian, August 14th.

σε βελτίωση της κατάστασης⁶⁸. Παρόλο που η κάλυψη της υπερθέρμανσης του πλανήτη εντάσσεται πια στα θέματα προτεραιότητας, οι επαγγελματίες των μέσων ενημέρωσης θα πρέπει να βρουν νέους τρόπους με την πάροδο του χρόνου, ιδιαίτερα όταν υπερισχύουν άλλα «ανταγωνιστικά» θέματα, όπως η οικονομία.

⁶⁸ Boykoff, Maxwell T. and J. Timmons Roberts 2007. «*Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses.*» Human Development Report 2007/8, United Nations Development Programme Occasional paper, Human Development Report Office.

1.4 Τα περιβαλλοντικά ρεπορτάζ μέσα στο χρόνο - Ιστορική αναδρομή.

Η επιστήμη του περιβάλλοντος και τα μέσα ενημέρωσης συνδέθηκαν για πρώτη φορά τη δεκαετία του 1930 με τους New York Times το 1932 να γράφουν χαρακτηριστικά «πως η όψη και το κλίμα της γης αλλάζουν αναπόφευκτα. Η αλλαγή αυτή που λαμβάνει χώρα αργά και το αποτέλεσμα της είναι υπό εξέταση ...»⁶⁹. Η συμβολή του ανθρώπινου παράγοντα στην αλλαγή του κλίματος καταγράφηκε στα μέσα πιο καθαρά τη δεκαετία του 1950 όταν η Saturday Evening Post δημοσίευσε το άρθρο των Abarbanel και McClusky με τον τίτλο «Is the World Getting Warmer?» διερευνώντας τη σχέση της αλλαγής της ατμοσφαιρικής θερμοκρασίας και μεταβολών όπως η άνοδος της στάθμης της θάλασσας⁷⁰.

Τη δεκαετία του '60 την κοινή γνώμη του δυτικού κόσμου αρχίζουν να απασχολούν διάφορα περιβαλλοντικά προβλήματα. Το απλό ενδιαφέρον στην πορεία του εξελίχτηκε και κατέληξε να εκφράζεται στο σύνολό του από ένα ευρύτατο και μαζικό κοινωνικό κίνημα, το οποίο ονομάστηκε “οικολογικό”⁷¹.

Ήταν η εποχή που η υποβάθμιση του περιβάλλοντος είχε φθάσει σε επίπεδα ισχυρής κρίσης και ήταν αδύνατον πλέον να αγνοηθεί, καθώς είχαν ήδη προηγηθεί οι πυρηνικές δοκιμές σε διάφορα σημεία του πλανήτη. Παράλληλα τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.), τα οποία είχαν αποκτήσει μεγάλη δύναμη κυρίως στις Η.Π.Α. έδωσαν τεράστια δημοσιότητα στα περιβαλλοντικά θέματα επηρεάζοντας το κοινό τους.

Το αντιπυρηνικό κίνημα αποτέλεσε πρόδρομο και βασική συνιστώσα των οικολογικών κινημάτων. Η ένταση των πυρηνικών εξοπλισμών και η συχνότητα των πυρηνικών δοκιμών στην ατμόσφαιρα στη διάρκεια της δεκαετίας του '50, συνάσπισαν χιλιάδες άτομα σε ένα δυναμικό αντιπυρηνικό αγώνα που κλιμακώθηκε αρχικά ενάντια στις πυρηνικές δοκιμές και τις στρατιωτικές χρήσεις της πυρηνικής ενέργειας. Αργότερα, κατά τη δεκαετία του '70, όταν αναπτύχθηκαν σημαντικά και οι

⁶⁹ Ibid Boykoff, M, T. Roberts, T, J. (2007)

⁷⁰ Ξένος Γ., 2016 «Το περιβάλλον στα ελληνικά μαζικά μέσα επικοινωνίας – Η περίπτωση των πυρκαγιών», Διπλωματική Εργασία, Επικοινωνία και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, επιβλέπων καθηγητής Γιώργος Πλειός, ΠΜΣ Επικοινωνία και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, ΕΚΠΑ, σελ. 17-18.

⁷¹ Καραβανής Σ., 2011, «Η προβολή των περιβαλλοντικών θεμάτων από τον Ελληνικό Τύπο (1996-2010)», Διπλωματική Εργασία, Σχολή Εφαρμοσμένων Μαθηματικών και Φυσικών Επιστημών, επιβλέπων καθηγητής Αλέξανδρος Παπαγιάννης, ΕΜΠ σελ. 17, 40-43.

ειρηνικές – παραγωγικές χρήσεις της πυρηνικής ενέργειας, η πυρηνική διαμαρτυρία γενικεύτηκε ενάντια σε όλες τις χρήσεις της πυρηνικής ενέργειας. Το αντιπυρηνικό κίνημα έγινε μαζικό και αναπτύχθηκε σε όλες τις χώρες του ανεπτυγμένου κόσμου, τροφοδοτώντας με ιδεολογικά κίνητρα το ευρύτερο οικολογικό κίνημα που ακόμα ήταν υπό διαμόρφωση.

Σύμφωνα με το οικολογικό κίνημα, το περιβάλλον δεν είναι εξωτερικό στοιχείο του ανθρώπου και δεν είναι μόνο πόρος και αγαθό προς εκμετάλλευση, αλλά το συνολικό σύστημα ζωής που ενσωματώνει τον άνθρωπο, ο οποίος δεν είναι το απόλυτο κέντρο της δημιουργίας, αλλά ένας από τους πόλους της οικόσφαιρας.

Οι καινούργιες αυτές αντιλήψεις περί περιβάλλοντος και της προστασίας του, υποστηρίζονται θερμά σχεδόν από το σύνολο της επιστημονικής κοινότητας, προωθούνται πολύ από τα Μ.Μ.Ε. και φυσικά τις ενστερνίζεται ένα πολύ μεγάλο μέρος της κοινής γνώμης. Πλήθος επιστημονικών δημοσιευμάτων κάνουν την εμφάνισή τους. Βιβλία, άρθρα σε περιοδικά και πολλές μελέτες εκδίδονται, προσπαθώντας να ενημερώσουν το κοινό για θέματα οικολογίας.

Η γένεση και συνεχιζόμενη διόγκωση του οικολογικού κινήματος σε συνδυασμό με την ένθερμη υποστήριξή του από πολλούς επιστήμονες καθώς και από τα Μ.Μ.Ε., θα έχει σαν αποτέλεσμα την άσκηση έντονης πίεσης προς του κυβερνώντες του πλανήτη, οι οποίοι είτε πείστηκαν, είτε αναγκάστηκαν να παραμερίσουν διαφορές που ήδη υπήρχαν και να προβούν σε πολιτικές πρωτοβουλίες διεθνούς συνεργασίας, με σκοπό την από κοινού προστασία του περιβάλλοντος.

Μετά τη λήξη του ψυχρού πολέμου και το «πάγωμα» των πυρηνικών εξοπλισμών το ενδιαφέρον του οικολογικού κινήματος και του Τύπου αρχίζει να μετατοπίζεται σε ένα άλλο παγκόσμιας σημασίας ζήτημα: την κλιματική αλλαγή. Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1980, η συζήτηση για την υπερθέρμανση του πλανήτη στα έντυπα μέσα ενημέρωσης, δεν ήταν συχνή. Ωστόσο, το ενδιαφέρον κλιμακώνεται και στα μέσα της δεκαετίας του 1980 οι σαράντα πιο έγκυρες παγκόσμιας κυκλοφορίας αγγλόφωνες εφημερίδες αυξάνουν την κάλυψη για το θέμα, σε μεγάλο βαθμό⁷².

Στα τέλη της δεκαετίας του 1980 παρατηρήθηκε η πρώτη απότομη αύξηση της κάλυψης στις βρετανικές και αμερικανικές καθημερινές εφημερίδες, καθώς τα

⁷² Boykoff, Maxwell T. and J. Timmons Roberts 2007. «*Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses*» Human Development Report 2007/8, United Nations Development Programme Occasional paper, Human Development Report Office.

θέματα αυτά γίνονταν όλο και πιο πολιτικοποιημένα^{73 74}. Ενώ οι Ηνωμένες Πολιτείες βίωναν ξηρασία και κατέγραφαν υψηλές θερμοκρασίες το καλοκαίρι του 1988, ο επιστήμονας της NASA James Hansen σε μια ομιλία του στο Κογκρέσο ανέφερε ότι ήταν κατά 99% σίγουρος ότι μια μακροπρόθεσμη τάση προς την υπερθέρμανση του πλανήτη ήταν σε εξέλιξη. Εκείνο τον Σεπτέμβριο, η πρώην Βρετανίδα Πρωθυπουργός Margaret Thatcher έκανε την περίφημη «πράσινη» ομιλία της στη Βασιλική Εταιρεία, προωθώντας το θέμα περαιτέρω στην ατζέντα⁷⁵. Στα μέσα και τα τέλη της δεκαετίας του '80 ο επιστημονικός λόγος είχε επικρατήσει, με τους επιστήμονες της κλιματικής αλλαγής να εμφανίζονται ως οι κυριότερες πηγές ειδήσεων. Μετά την παρέμβαση της M. Thatcher, οι επιστήμονες έχαναν τον οριστικό έλεγχο της συζήτησης, καθώς οι πολιτικοί φορείς προσπαθούσαν όλο και περισσότερο να διαμορφώσουν την ατζέντα⁷⁶.

Η σχετικά μεγάλη ιστορία έρευνας για τον ρόλο των media κατά την προβολή περιβαλλοντικών θεμάτων ξεκινάει από τη δεκαετία του 1990 που αρχίσαμε να βλέπουμε την εμφάνιση μιας σειράς μελετών που επικεντρώνονταν ειδικά στην κλιματική αλλαγή. Τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε αυξανόμενο ενδιαφέρον μεταξύ των μελετητών διαφορετικών επιστημονικών κλάδων να ερευνήσουν τον τρόπο που αναφέρονται τα MME στην κλιματική αλλαγή. Μερικές μελέτες απεικονίζουν στιγμιαίες τάσεις^{77 78}, ενώ άλλες προσπαθούν να παρακολουθήσουν την εξέλιξη των θεμάτων μέσα σε ένα σημαντικό χρονικό διάστημα^{79 80}.

Από το 2000, οι σχετικοί κίνδυνοι άρχισαν να αντιμετωπίζονται από τα MME με μεγαλύτερη έμφαση καθώς το θέμα ανέβαινε στην πολιτική ατζέντα και οι

⁷³ Boykoff, Maxwell T. and Jules M Boykoff 2004. «*Balance as Bias: Global Warming and the US Prestige Press*» Global Environmental Change Vol. 14, pp. 125–136

⁷⁴ Wilkins, Lee 1993. «*Between the Facts and Values: Print Media Coverage of the Greenhouse Effect 1987–1990*» Public Understanding of Science, Vol. 2, pp. 71–84.

⁷⁵ Anderson, Alison 1997. «*Media, Culture and the Environment*». London, UK: UCL Press, p.168.

⁷⁶ Carvalho, Anabela and Jacquelin Burgess 2005. «*Cultural Circuits of Climate Change in the UK Broadsheet Newspapers, 1985–2003*», Risk Analysis Vol 25, pp. 1457–70

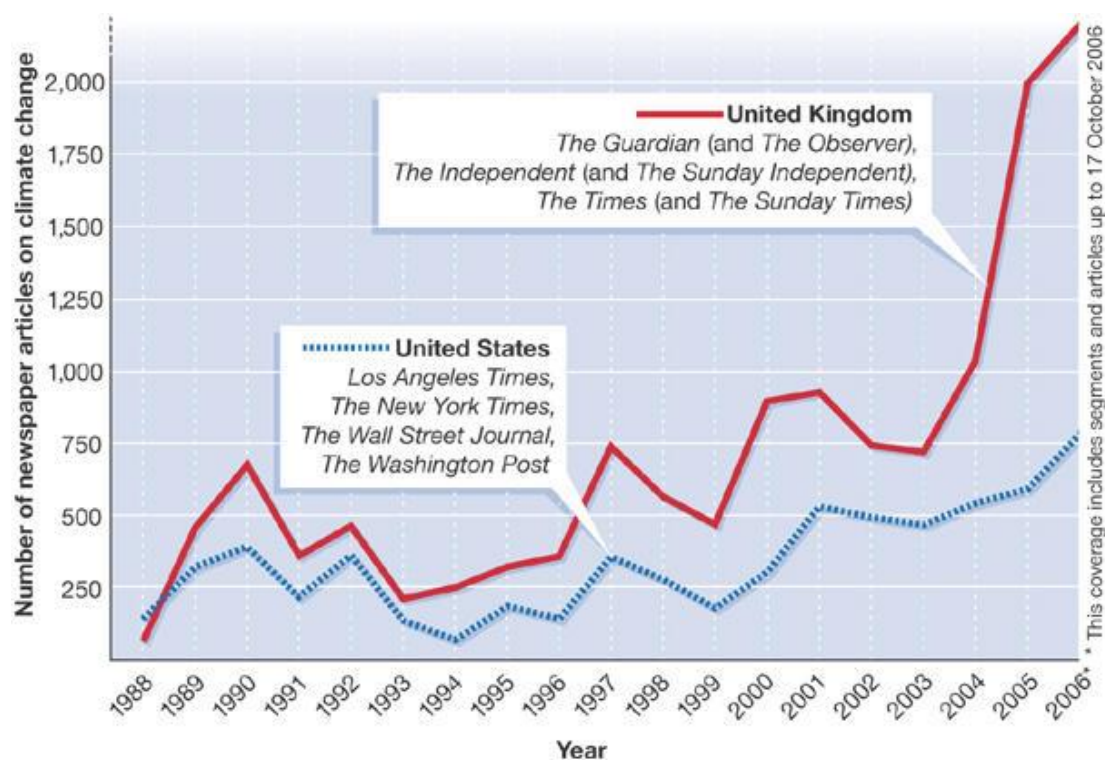
⁷⁷ Antilla, Lisa (2005). «*Climate of Scepticism: US newspaper Coverage of the Science of Climate Change*» Global Environmental Change. Vol. 15, pp. 338–52.

⁷⁸ Hulme, Mike 2007. «*Mediated Messages about Climate Change: Reporting the IPCC Fourth Assessment in the UK Print Media.*» School of Environmental Sciences, University of East Anglia, Norwich, UK and Tyndall Centre for Climate Change Research, Science Communication, pp 1-24, διαθέσιμο στο <https://mikehulme.org/wp-content/uploads/2007/09/hulme-all-mediated-messages.pdf>

⁷⁹ Boykoff, Maxwell T. and Maria Mansfield 2008. «*Ye Olde Hot Aire: Reporting on Human Contributions to Climate Change in the UK Tabloid Press*» Environmental Research Letters Vol 3, pp. 8.

⁸⁰ Carvalho, Anabela and Jacquelin Burgess 2005. «*Cultural Circuits of Climate Change in the UK Broadsheet Newspapers, 1985–2003*» Risk Analysis Vol 25, pp. 1457–70.

δημοσιογράφοι άρχισαν να συνδέουν όλο και περισσότερο τα δραματικά καιρικά φαινόμενα (όπως οι πλημμύρες και τα κύματα καύσωνα) με την παγκόσμια κλιματική αλλαγή⁸¹. Παλιές μελέτες δείχνουν ότι το ρεπορτάζ συχνά επηρεαζόταν από την έλλειψη γνώσης των δημοσιογράφων σχετικά με αυτά τα θέματα⁸². Ενώ ορισμένα δημοσιεύματα δεν απέδιδαν με ακρίβεια την επιστήμη του κλίματος άλλα ρεπορτάζ περιλάμβαναν πιο σύνθετες επιστημονικές πληροφορίες⁸³.



Πίνακας 1: Η κάλυψη της κλιματικής αλλαγής από τις εφημερίδες των ΗΠΑ και του Ηνωμένου Βασιλείου από το 1988 έως το 2006 (Πηγή: Maxwell T Boykoff and S Ravi Rajan, 2007, «*Signals and noise. Mass-media coverage of climate change in the*

⁸¹ Ibid Carvalho, Anabela and Jacquelin Burgess 2005.

⁸² Wilson, Kris M. 2000. "Drought, Debate, and Uncertainty: Measuring Reporters' Knowledge and Ignorance about Climate Change" Public Understanding of Science, Vol. 9, pp. 1–13.

⁸³ Boykoff, Maxwell T. and J. Timmons Roberts 2007. "Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses" Human Development Report 2007/8, United Nations Development Programme Occasional paper, Human Development Report Office, διαθέσιμο στο <http://rockyanderson.org/wp-content/uploads/2016/04/MediacoverageofCC-current-trends.pdf>

USA and the UK», EMBO reports, PMC US National Library of Medicine, National Institutes of Health)

Μελέτες δείχνουν ότι γενικά τα μέσα ενημέρωσης δίνουν μικρή έκταση σε θέματα σχετικά με την προσαρμογή στην αλλαγή του κλίματος (που μπορεί να είναι μια προληπτική ή αντιδραστική ενέργεια) και αντ' αυτού επικεντρώνονται σε μέτρα που στοχεύουν στη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου στην ατμόσφαιρα⁸⁴. Πολλές από τις μελέτες που αναφέρθηκαν παραπάνω βοήθησαν να διαπιστωθεί πόση προσοχή έχει δοθεί από τα μέσα ενημέρωσης στην κλιματική αλλαγή, από τα τέλη της δεκαετίας του '80. Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1980, η συζήτηση για την υπερθέρμανση του πλανήτη στα έντυπα μέσα ενημέρωσης, δεν ήταν συχνή.

Μεταξύ του 1991 και του 1996, υπήρξε μια γενικά μεγάλη πτώση της κάλυψης του θέματος από τον Τύπο λόγω της «κόπωσης» που επέφερε στο αναγνωστικό κοινό αλλά και τα ανταγωνιστικά ζητήματα (κυρίως η καθοδική οικονομική μεταστροφή και ο πόλεμος στο Ιράκ) που ανέκυψαν και υπήρχε επείγουσα ανάγκη να καλυφθούν. Εξαίρεση σ' αυτή την πτωτική τάση αποτέλεσε η στιγμή της κυκλοφορίας της έκθεσης της IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) το 1995⁸⁵ ⁸⁶. Μετά από αυτήν την κάμψη, υπήρξε μια δεύτερη απότομη αύξηση της κάλυψης μεταξύ του 1997 και του 2003, καθώς οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής έγιναν περισσότερο απτές.⁸⁷ ⁸⁸. Παρ' όλα αυτά μια μελέτη (που περιορίστηκε στην εξέταση της κάλυψης της επικεφαλίδας σε βρετανικές «ποιοτικές» εφημερίδες και tabloid) βρήκε ένα «αρκετά περιορισμένο» ποσοστό κάλυψης μεταξύ του 1996 και του 2000⁸⁹.

Υπάρχουν πολύ λιγότερα ερευνητικά στοιχεία σχετικά με την κάλυψη του θέματος από τις τηλεοπτικές ειδήσεις κατά την περίοδο αυτή. Ωστόσο, μία μελέτη διαπίστωσε ότι σε σύγκριση με τη δεκαετία του 1970 και τη δεκαετία του 1980, οπότε και υπήρχαν μόνο λίγες ιστορίες, μεταξύ 1990 και 1999 τα τρία τηλεοπτικά αμερικανικά δίκτυα μετέδωσαν 100 ειδήσεις σχετικά με την υπερθέρμανση του

⁸⁴ Ibid Boykoff, Maxwell T. and J. Timmons Roberts 2007.

⁸⁵ Anderson, Alison and Ivor Gaber 1993. "The Yellowing of the Greens." British Journalism Review Vol 4, pp. 49–53.

⁸⁶ Boykoff, Maxwell T. and Jules M. Boykoff 2007. "Climate Change and Journalistic Norms: A Case Study of US Mass-Media Coverage" Geoforum, Vol. 38, pp. 1190–204.

⁸⁷ Ibid Boykoff, Maxwell T. and Jules M. Boykoff (2007)

⁸⁸ Boykoff, Maxwell T. 2008. "Lost in Translation? United States Television News Coverage of Anthropogenic Climate Change, 1995–2004" Climate Change Vol 86, pp. 1–11.

⁸⁹ Gavin, Neil T. 2007. "Global Warming and the British Press", Unpublished paper presented at Political Studies Association Conference, University of West England, Bristol, September.

πλανήτη⁹⁰. Το αποκορύφωμα στην κάλυψη αυτής της χρονικής περιόδου μπορεί ευθέως να σχετιστεί με σημαντικά πολιτικά γεγονότα όπως το πρωτόκολλο του Κιότο το 1997. Το συγκεκριμένο γεγονός καλύφθηκε σε πολύ σημαντικό βαθμό από τα ειδησεογραφικά μέσα ενημέρωσης και ταυτόχρονα υπήρξε πολύ έντονη παρουσία των μέσων ενημέρωσης στο χώρο διεξαγωγής των σχετικών συζητήσεων: πάνω από 3.500 δημοσιογράφοι και πάνω από 400 ειδησεογραφικοί όμιλοι από 160 χώρες⁹¹. Η αύξηση του ενδιαφέροντος ήταν σχετικά βραχύβια. Ο Alex Kirby, πρώην ανταποκριτής περιβάλλοντος για το BBC News, σχολίασε:

«Ανησυχητικό ή όχι, η κλιματική αλλαγή γίνεται ένα όλο και πιο δύσκολο θέμα να πουλήσεις σε πολλά από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ... Οι συντάκτες απλά βαριούνται με αυτό που κάνουν πιστεύοντας ότι είναι μια παλιά ιστορία που έχουν ακούσει πριν»⁹².

Ωστόσο, μεταξύ 2003 και 2006, παρατηρήθηκε σταθερή αύξηση της προσοχής μεταξύ των κορυφαίων εφημερίδων στις Ηνωμένες Πολιτείες, με ακόμη πιο έντονη αύξηση να παρατηρείται στο Ηνωμένο Βασίλειο^{93 94}. Η προβολή της ταινίας του Αλ Γκορ, «Μια ενοχλητική αλήθεια», διαδραμάτισε σαφώς ένα ρόλο στην αύξηση της κάλυψης το 2006. Κατά την ίδια περίοδο, σημειώθηκε επίσης αύξηση της κάλυψης στην Αυστραλία / Νέα Ζηλανδία, τη Μέση Ανατολή, την Ασία, την Ανατολική Ευρώπη και τη Νότια Αφρική, αν και σε μικρότερο βαθμό από ό, τι στο Ηνωμένο Βασίλειο⁹⁵. Η ειρωνεία είναι ότι στις αναπτυσσόμενες χώρες υπήρξε συγκριτικά μικρή κάλυψη της κλιματικής αλλαγής από τα ΜΜΕ αν και είναι πιθανό να υποστούν τις χειρότερες επιπτώσεις. Το 2006, υπήρξε τέσσερις φορές μεγαλύτερη κάλυψη θεμάτων σχετικά με την κλιματική αλλαγή στον ποιοτικό Τύπο του Ηνωμένου Βασιλείου από ό, τι το 2003. Ενώ στις Ηνωμένες Πολιτείες κατά την ίδια

⁹⁰ Sachsman, David 2000. *"The Role of the Mass Media in Shaping Public Perceptions and Awareness of Environmental Issues,"* Climate Change Communication Conference, Ontario, Canada, 22–24 June. In *Climate Change Communication: Proceedings of an International Conference*, edited by Daniel Scott. Waterloo: University of Waterloo.

⁹¹ Leggett, Jeremy 2001. *"The Carbon War: Global Warming and the End of the Oil Era"*. New York Routledge pp 75-101.

⁹² Kirby, Alex 2001. *"The Media and Climate Change"*. Keynote speech, Alliance for the Sustainability Transition, The European Climate Forum, Potsdam 3–4 October.

⁹³ Boykoff, Maxwell T. 2007. *"Flogging a Dead Norm? Newspaper Coverage of Anthropogenic Climate Change in the USA and UK from 2003–2006"*, *Area* 39: 470–81.

⁹⁴ Ibid Boykoff, Maxwell T. and J. Timmons Roberts 2007.

⁹⁵ Lbid.

περίοδο, η κάλυψη αυξήθηκε στην ελίτ του εθνικού Τύπου κατά περίπου δυνόμισι φορές⁹⁶.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, πολλές από τις εφημερίδες μαζικής κυκλοφορίας άρχισαν επίσης να αυξάνουν την κάλυψη σε τέτοιου είδους θέματα. Για παράδειγμα, το Σεπτέμβριο του 2006, η μεγαλύτερη ημερήσια εφημερίδα της Βρετανίας, η «The Sun», ξεκίνησε την εκστρατεία «Go Green with the Sun». Προηγουμένως, η εφημερίδα κάλυπτε θέματα κλιματικής αλλαγής σποραδικά και αποσπασματικά. Μεταξύ Οκτωβρίου 2000 και τέλους Δεκεμβρίου 2006, η «The Sun», και η έκδοση της Κυριακής, «Τα Νέα του Κόσμου», σημείωναν μόνο 18 τίτλους για ιστορίες σχετικά με την υπερθέρμανση του πλανήτη⁹⁷. Αν και τα περιβαλλοντικά ζητήματα ήταν μόνο ένα από τα θέματα ενδιαφέροντος των μέσων ενημέρωσης, πολλοί μελετητές χρησιμοποίησαν αυτό το μοντέλο για να εξηγήσουν την άνοδο και την πτώση του ενδιαφέροντος για το κλίμα^{98 99 100}.

Ο Downs (1972)¹⁰¹ υποδεικνύει ότι τα κοινωνικά ζητήματα συνήθως περνούν από έναν κύκλο έντονου ενδιαφέροντος ακολουθούμενο από την αυξανόμενη πλήξη. Σε γενικές γραμμές, ο Downs υποστηρίζει ότι ένα ζήτημα είναι πιθανό να εξαφανιστεί από το ενδιαφέρον των ΜΜΕ εάν η δραματική / ψυχαγωγική του αξία μειώνεται, εάν δεν επηρεάζει πλέον τον καθένα, ή εάν δεν βρίσκεται πλέον στα συμφέροντα των κατόχων της εξουσίας ώστε να συνεπάγεται σοβαρές αναταραχές και δικαστικά έξοδα. Ωστόσο, προέβλεψε ότι τα περιβαλλοντικά ζητήματα είναι απίθανο να ξεπεραστούν λόγω των εγγενών τους ιδιοτήτων¹⁰².

⁹⁶ Boykoff, Maxwell T. and Jules M. Boykoff 2007. "Climate Change and Journalistic Norms: A Case Study of US Mass-Media Coverage." *Geoforum* 38: pp 1190-1204

⁹⁷ Gavin, Neil T. 2007. "Global Warming and the British Press", Unpublished paper presented at Political Studies Association Conference, University of West England, Bristol, September.

⁹⁸ Trumbo, Craig 1996. "Constructing Climate Change: Claims and Frames in US News Coverage of an Environmental Issue" *Public Understanding of Science* 5: pp 269-283.

⁹⁹ McComas, Katherine and James Shanahan 1999. "Telling Stories about Global Climate Change" *Communication Research* 26: pp 30-57.

¹⁰⁰ Newell, Peter 2000. "Climate for Change: Non-State Actors and the Global Politics of the Greenhouse". Cambridge, UK: Cambridge University Press, pp 68-94.

¹⁰¹ Downs, Anthony 1972. "Up and Down with Ecology: The 'Issue Attention Cycle'." *Public Interest* 28: pp 38-50.

¹⁰² Anderson, Alison 1997. *Media, Culture and the Environment*. London, UK: UCL Press.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΩΝ ΜΜΕ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ

2.1 Η επαγγελματική κουλτούρα της δημοσιογραφίας

Σε αντίθεση με άλλα θέματα, το ειδησεογραφικό ενδιαφέρον για το περιβάλλον σε «κανονική» περίοδο, όταν δεν συμβαίνουν έκτακτα και σημαντικά γεγονότα, είναι σχετικά χαμηλό, καθώς το κοινό επικεντρώνεται σε γεγονότα που προκαλούν το συναίσθημα, όπως το έγκλημα, αναφέρουν έρευνες.

Σημαντική επίδραση στην κάλυψη του περιβάλλοντος και στη μορφοποίηση του ρεπορτάζ διαδραματίζει η επαγγελματική κουλτούρα της δημοσιογραφίας. Οι δημοσιογραφικές πρακτικές παραγωγής των ειδήσεων και τα ασφυκτικά χρονοδιαγράμματα των ρεπόρτερ σε συνδυασμό με την εκ των πραγμάτων πιεστική φύση της δουλειάς συντελούν ώστε οι επαγγελματίες να καταφεύγουν στα ειδησεογραφικά πρακτορεία, στην «επίπεδη», «ανώδυνη» θεματολογία, στις επίσημες πηγές ενημέρωσης και όχι στην ερευνητική δημοσιογραφία. Έχει μεγάλη σημασία αν στα ΜΜΕ κυριαρχεί η προσανατολισμένη στα γεγονότα ή η σχολιαστική δημοσιογραφία, η εξάρτηση από τις επίσημες πηγές ή η ερευνητική δημοσιογραφία κ.ά.

Για παράδειγμα σε μέσα και χώρες όπου επικρατεί ο προσανατολισμός στα γεγονότα, η δημοσιογραφία και η προσφυγή στις επιστημονικές πηγές έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην περίπτωση του φαινομένου του θερμοκηπίου¹⁰³ ενώ αντίθετα στις περιπτώσεις που οι δημοσιογράφοι ακολούθησαν την αρχή της ισορροπημένης δημοσιογραφίας καταγράφηκε διαστρέβλωση της επιστημονικής γνώσης¹⁰⁴ καθώς η ισομερής και ισότιμη προβολή υπερασπιστών της ανθρωπογενούς προέλευσης της κλιματικής αλλαγής όσο και πολέμιων οδήγησε το κοινό σε σύγχυση για το τι τελικά ισχύει. Η «αμεροληψία» ως δημοσιογραφική αρχή αποδείχθηκε στη συγκεκριμένη

¹⁰³ Lee Wilkins and Philip Patterson, (1990), *“Risky business: Covering slow-onset hazards as rapidly developing news”*, Journal Political Communication, Volume 7, - Issue 1, pp 11-23

¹⁰⁴ Boykoff, M.T., Boykoff, J.M., (2004). *“Balance as bias: global warming and the US prestige press”*. Global Environmental Change 14, pp 125-136.

περίπτωση ανεπαρκής για την σωστή ενημέρωση των πολιτών καθώς οι δημοσιογράφοι αρκέστηκαν στην προβολή όλων των εμπλεκόμενων πλευρών για το θέμα αποφεύγοντας να αποδώσουν με έμμεσο ή άμεσο τρόπο την προσωπική τους εικόνα και τα συμπεράσματα.

2.2 Ο ρόλος των πηγών πληροφόρησης

Στις σύγχρονες δημοκρατίες υπάρχει η προσδοκία ότι τα μέσα ενημέρωσης διευκολύνουν το δημοκρατικό πολίτευμα μέσω της παροχής πληθώρας πληροφοριών από τις οποίες οι πολίτες μπορούν να ενημερωθούν και να διαμορφώσουν άποψη. Αυτό το μοντέλο, ωστόσο, προϋποθέτει ότι όσοι έχουν σημαντική συμβολή σ' ένα θέμα που πραγματεύονται τα ΜΜΕ, μπορούν να εξασφαλίσουν πρόσβαση. Ο βαθμός στον οποίο το λιγότερο ισχυρό και πολιτικά περιθωριοποιημένο μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση στα ΜΜΕ, είναι μία από τις σημαντικότερες συζητήσεις σχετικά με τις δημοκρατικές διαδικασίες. Κι αυτό έχει συνέπειες στην ποικιλομορφία των πληροφοριών και τα ερμηνευτικά πλαίσια μέσω των οποίων κατανοούμε την κοινωνία¹⁰⁵.

Ο S. Cottle¹⁰⁶ υποστηρίζει ότι ερωτήσεις όπως «ποιων οι φωνές και οι απόψεις δομούν τον λόγο των ειδήσεων και ενημερώνουν, κατευθύνονται στην καρδιά των δημοκρατικών απόψεων και των ριζοσπαστικών ανησυχιών για τα μέσα ενημέρωσης». Ο τρόπος που εκπροσωπούνται κοινωνικές ομάδες και συμφέροντα όταν εξασφαλίζουν ασφαλή πρόσβαση στα ΜΜΕ είναι επίσης "μέρος του πακέτου πρόσβασης στα μέσα" και έχει επιπτώσεις στον τρόπο που τα μέσα ενημέρωσης εκπληρώνουν τη δημοκρατική τους λειτουργία.

Η σχέση μεταξύ των δημοσιογραφικών πηγών και των μέσων είναι αλληλοεξαρτώμενη. Οι πηγές προσπαθούν να επιτύχουν το μέγιστο δυνατό βαθμό επηρεασμού του δημοσιογράφου ώστε να περάσουν στα ΜΜΕ το μήνυμα που εξυπηρετεί τα συμφέροντά τους αλλά και τη μεγαλύτερη κάλυψη στις θέσεις τους. Οι δημοσιογράφοι από την πλευρά τους έχουν ως στόχο να αποσπάσουν τις πληροφορίες που θέλουν από τις πηγές.

¹⁰⁵ Manning. Paul (2001) *"News and News Sources: A Critical Introduction"*, London: Sage, pp 107-135.

¹⁰⁶ Cottle, Simon (2003) *"News, Public Relations and Power"*, London: Sage, pp 3-24.

Η αναζήτηση της αθέατης όψης της είδησης είναι αυτή που θα δώσει στο ρεπορτάζ πρωτοτυπία, δημοσιογραφικό κύρος – που επιδιώκει ο ρεπόρτερ και η διεύθυνση σύνταξης – και την ταυτότητα της αποκλειστικής είδησης – που επίσης επιθυμούν οι δυο πλευρές. Κρίσιμη για αυτό το επίπεδο θεωρείται η αξιοποίηση των πηγών. Σύμφωνα με την ανάλυση των Hall et al¹⁰⁷, η συνεχής προσφυγή στις πηγές γίνεται για δύο λόγους: Λόγω της ανάγκης για συνεχή ροή ειδήσεων που παρουσιάζεται στις εφημερίδες και τα υπόλοιπα ΜΜΕ αφενός και της πλήρωσης των όρων της εγκυρότητας και της αντικειμενικότητας αφετέρου. Η προσφυγή στις δηλώσεις δημοσίων προσώπων, σημαίνει ταυτόχρονα και την μεταβίβαση της ευθύνης στις πηγές. Από τις πηγές εξαρτάται η έγκυρη πληροφόρηση του δημοσιογράφου, η αξιοπιστία της είδησης, η έκταση και προβολή της ως κύριο άρθρο/ πρώτη είδηση, η ζωντανή σύνδεση.

Η εμπιστευτικότητα των δημοσιογραφικών πηγών προστατεύεται από το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων που έχει επανειλημμένα τονίσει ότι το Άρθρο 10 (Ελευθερία της έκφρασης) του νόμου της Ευρωπαϊκής Σύμβασης για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα διασφαλίζει όχι μόνο την ουσία και το περιεχόμενο των πληροφοριών και ιδεών, αλλά και τα μέσα μετάδοσης. Γενικότερα, στον Τύπο έχει αναγνωριστεί το ευρύτερο πεδίο προστασίας της νομολογίας του Δικαστηρίου.

Στη σχέση μεταξύ πηγών και δημοσιογράφων παρατηρούνται τρεις πτυχές κλειδιά¹⁰⁸.

- Στους δημοσιογραφικούς οργανισμούς μεγάλης κλίμακας με 24ωρη ροή πληροφοριών ο προγραμματισμός πρέπει να είναι τέτοιος ώστε έτοιμη παροχή δημοσιογραφικού περιεχομένου να είναι πάντα διαθέσιμη,
- κάποιες πηγές διαθέτουν μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη στη σχέση τους με τα μέσα σε σύγκριση με άλλες και γι' αυτό οι ισχυρές πηγές απολαμβάνουν μία «προνομιούχα» πρόσβαση στα μέσα λόγω της οικονομικής ή πολιτικής τους δύναμης και
- τα ενδιαφέροντα των πηγών και των δημοσιογραφικών οργανισμών μπορούν να συγκλίνουν εκεί όπου υπάρχει αμοιβαίο συμφέρον, για παράδειγμα αυτό συμβαίνει όταν οι πολιτικοί χρησιμοποιούν τα μέσα προκειμένου να προσεγγίσουν ένα μεγάλο

¹⁰⁷ Hall, Stuart et al. (1978) *"Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order"*, London: Methuen, pp 115-120

¹⁰⁸ Anderson, A. G. (2002). *"The Media Politics of Oil Spills"*. Spill Science & Technology Bulletin, Vol. 7, Nos. 1-2, pp. 7-15.

ακροατήριο ή όταν τα μέσα βασίζονται σε πολιτικούς για να έχουν πρόσβαση σε εσωτερικές πληροφορίες (inside information).

Είναι σημαντικό οι πηγές που χρησιμοποιούνται για τη σύνταξη των ιστοριών να δίνουν ακριβείς πληροφορίες σχετικά με το τι συνέβη ή τι ειπώθηκε¹⁰⁹. Οι δημοσιογράφοι πολλές φορές διαπιστώνουν την αξιοπιστία μιας πηγής κατά τη διάρκεια του ρεπορτάζ. Στην περίπτωση που μέσω της διασταύρωσης μιας πρωτογενούς πληροφορίας διαπιστώσουν ότι η πηγή είναι αναξιόπιστη απομακρύνονται απ' αυτήν ή την αξιοποιούν σε αντιδιαστολή με άλλες.

Ποιος είναι ο τρόπος και οι επαγγελματικές πρακτικές με τις οποίες τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης αντλούν τις πληροφορίες τους;¹¹⁰ Το μοντέλο της ιεραρχίας της αξιοπιστίας του Μπέκερ υποστηρίζει ότι όσοι βρίσκονται στα υψηλότερα κλιμάκια της κοινωνίας είναι πιο πιθανό να κληθούν να παρουσιάσουν τις γνώσεις τους από ό, τι οι «υποδεέστερες» ομάδες λόγω της πρόσβασής τους στις εσωτερικές λειτουργίες των γραφειοκρατικών οργάνωσης της κοινωνίας: «κάθε ιστορία που λένε όσοι βρίσκονται στην κορυφή αξίζει να θεωρηθεί ως κάτι σημαντικό και αξιόπιστο ... Έτσι, η αξιοπιστία και το δικαίωμα ακρόασης διανέμονται διαφορετικά μέσω των τάξεων του συστήματος»¹¹¹.

Η αξιοπιστία είναι επίσης κεντρική στη θεωρία του πρωταρχικού ορισμού του Hall et al¹¹². Αυτό βασίζεται στην ιδέα ότι οι κοινωνικές ιεραρχίες καθορίζουν τον μηχανισμό με τον οποίο οι ελίτ αποκτούν προνομιακή πρόσβαση στα μέσα ενημέρωσης. Θεωρεί ότι η πίεση των προθεσμιών και οι επαγγελματικές απαιτήσεις για αντικειμενικότητα συνδυάζονται για να δημιουργήσουν μια υπερβολική πρόσβαση σε πηγές που ανήκουν στην ελίτ της κοινωνίας με αποτέλεσμα την επανάληψη και διαιώνιση κυρίαρχων ιδεολογιών. Αυτός ο ντετερμινισμός εξασφαλίζει ότι οι πρωταρχικοί ορισμοί προέρχονται από ομάδες και θεσμούς που ανήκουν στην ελίτ, που εύκολα μπορούν να βρεθούν και να θεωρηθούν αξιόπιστοι μέσω της διαρθρωτικής τους θέσης και του αντιπροσωπευτικού τους καθεστώτος: «οι δημοσιογράφοι είναι πολύ πιθανό για την κατανόηση των γεγονότων να πάρουν τα πλαίσια που προσφέρονται από τέτοιους θεσμούς ως σημείο εκκίνησης για τις

¹⁰⁹ The News Manual, Volume 3, Chapter 59: Sources of information, διαθέσιμο στο https://www.thenewsmanual.net/Manuals%20Volume%203/volume3_59.htm

¹¹⁰ Chris Atton, Emma Wickenden, (2005) «Sourcing Routines and Representation in Alternative Journalism: A Case Study Approach», Journalism Studies, Volume 6, - Issue 3, pp 347-359

¹¹¹ Becker, Howard S. (1967) 'Whose Side are We on?', Social Problems 14, pp. 239-247.

¹¹² Hall, Stuart et al. (1978) "Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order", London: Methuen pp 115-120.

εκθέσεις τους "¹¹³. Η εξουσία, η νομιμότητα και η αυθεντικότητα τέτοιων πηγών, σύμφωνα με τους Hall et al., εξασφαλίζουν την πρωτοκαθεδρία τους ως πρωταρχικές πηγές.

Ο Schlesinger και ο Tumber¹¹⁴ είναι μεταξύ πολλών που επικρίνουν τη θεωρία των Hall et al., καθώς υποστηρίζουν ότι παρουσιάζει μια μονολιθική αντίληψη των πηγών που δεν είναι ευέλικτη και δεν λαμβάνει επαρκώς υπόψη τη ροή ανεπίσημων πληροφοριών που δέχονται, εξετάζουν και ενδεχομένως προβάλλουν οι δημοσιογράφοι. Καταλήγουν δε στο γεγονός ότι «αναμφισβήτητα υπάρχουν τα επιχειρήματα για να διαφωνήσει κανείς με την άποψη ότι η δημοσιογραφική πρακτική προωθεί γενικά τις απόψεις και τα συμφέροντα των επίσημων πηγών ή των πηγών που έχουν εξουσία».

Ο P. Manning¹¹⁵ έδειξε πως ορισμένες πηγές, συμπεριλαμβανομένων των περιβαλλοντικών οργανώσεων, όπως οι Φίλοι της Γης και η Greenpeace, μπορεί μερικές φορές να περιθωριοποιούνται ενώ άλλες απολαμβάνουν ισχυρή προβολή ως πρωταρχικής σημασίας πηγές. Η άποψη αυτή ενισχύει τη θεωρία των Schlesinger και Tumber για την αξιοποίηση μη θεσμικών πηγών κατά τη διενέργεια του ρεπορτάζ και τη μετακίνησή τους από το «περιθώριο» στο «κέντρο» της δομής της είδησης. Οι μεταβολές της πολιτικής εξουσίας, η εμφάνιση κοινωνικών κινημάτων, οι επιστημονικές αντιθέσεις μέσα στην ακαδημαϊκή κοινότητα, η μεταβαλλόμενη σχέση μεταξύ επιστήμης και πολιτικής και η δημόσια κατανόηση της επιστήμης, είναι μερικές από τις σύνθετες ιστορικές δυνάμεις που έχουν επηρεάσει την κίνηση μιας πηγής από την περιθώρια στο κέντρο (μερικές φορές η κίνηση είναι αντίστροφη).

2.3 Ο ρόλος των επιχειρήσεων Τύπου.

¹¹³ Manning. Paul (2001) *"News and News Sources: A Critical Introduction"*, London: Sage, pp 107-135.

¹¹⁴ Schlesinger, Philip and Tumber, Howard (1994/1999) *"Reporting Crime: The Media Politics of Criminal Justice"*, Oxford: Clarendon Press, 1994. Excerpted in: Howard Tumber (Ed), *News: A Reader*, Oxford: Oxford University Press, 1999, pp. 257-266.

¹¹⁵ Ibid Manning Paul (2001)

Τι ρόλο παίζουν τα ΜΜΕ στο πώς αντιλαμβανόμαστε και αντιδρούμε στα περιβαλλοντικά προβλήματα γύρω μας; Ποιοι είναι σήμερα οι ιδιοκτήτες των συστημικών μέσων; Και πώς οι επιχειρήσεις τα χρησιμοποιούν για δικό τους όφελος;

Οι μελετητές της Επικοινωνίας και των ΜΜΕ ομονοούν ότι η σημαντικότερη παρέμβαση των ΜΜΕ στο περιβάλλον προκύπτει από την επιχειρηματική, οικονομική και ιδεολογική βάση της ιδιοκτησίας, τα θέματα και τις απόψεις που εκφράζονται με άμεσο ή έμμεσο τρόπο στις ειδήσεις και επηρεάζουν τη δράση των ατόμων ή τον εφησυχασμό τους. Η ισηγορία και η πολυφωνία, αναιρούνται σε συνθήκες κρατικού μονοπωλιακού ελέγχου των Μ.Μ.Ε. και υπονομεύονται με τη συγκέντρωση της ιδιοκτησίας τους σε γιγαντιαίες κερδοσκοπικές επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν την κοινή γνώμη σαν καταναλωτή και προσπαθούν να χειραγωγήσουν το φρόνημα, τις συνήθειες και την εν γένει συμπεριφορά της.

Πρόκειται άλλωστε για μεγάλες επιχειρήσεις που διοικούνται όπως οποιαδήποτε άλλη κερδοσκοπική επιχείρηση. Τα κυριότερα μέσα ενημέρωσης είναι παγκόσμιας εμβέλειας όσον αφορά το πεδίο εφαρμογής τους (πχ το CNN) και ανήκουν σε περιορισμένο αριθμό μεγάλων πολυεθνικών εταιρειών. Η General Electric (GE) είναι ένα παράδειγμα πολυεθνικής εταιρείας που έχει στην κατοχή της ΜΜΕ καθώς λειτουργεί το NBC Universal, ένα από τα μεγαλύτερα ραδιοτηλεοπτικά δίκτυα των ΗΠΑ.

Αλλά πώς έγινε αυτό; Πώς οι πολυεθνικές έχουν τόσο μεγάλη επιρροή; Αν κοιτάξουμε πίσω στην ιστορία των ΗΠΑ βρίσκουμε κάποιες εξηγήσεις¹¹⁶. Η βιομηχανία των μέσων άλλαξε άρδην κατά τη διάρκεια του 20ου αιώνα καθώς πριν, τα περισσότερα ήταν τοπικά και εθνικά και όχι παγκοσμιοποιημένα και ιδιωτικοποιημένα όσο σήμερα. Οι πρώτες μορφές των παγκοσμιοποιημένων μέσων ήταν το ραδιόφωνο και η κινηματογραφική βιομηχανία και ήταν περίπου τη δεκαετία του 1920 που εταιρείες και έθνη άρχισαν να αντιλαμβάνονται τη σημασία τους ως πολιτικών εργαλείων. Κατά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου ξεκίνησε η μετάβαση από τα τοπικά και δημόσια μέσα στα παγκόσμια και τα εταιρικά μέσα.

Αναλυτικά, κατά τη διάρκεια του 19ου αιώνα το κράτος ασκούσε σε μεγάλο βαθμό έλεγχο πάνω σε αυτές τις επιχειρήσεις. Με το πέρασμα του χρόνου

¹¹⁶ Peet, Richard and Elaine Hartwick (2009): *Theories of Development: Contentions, Arguments, Alternatives*, The Guilford Press, pp 110-113.

ιδιωτικοποιούνταν ολοένα και περισσότερο, κάτι που αρχικά τροφοδοτήθηκε από την ανάγκη να δημιουργηθούν ιδιωτικά οικονομικά κέντρα για να ενισχυθεί η «πολεμική μηχανή» της εποχής καθώς και η επέκταση του αποικιακού κράτους και ο ιμπεριαλισμός που έλαβε χώρα κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου.

Όμως, καθώς οι εταιρείες μεγάλωναν και γίνονταν πλουσιότερες, η πολιτική τους δύναμη αυξανόταν ακόμη περισσότερο. Κατά τη διάρκεια του ίδιου αιώνα, η ιδιωτικοποίηση αυξήθηκε με ταχύτατους ρυθμούς, καθώς εισήχθησαν νόμοι για την εξυπηρέτηση των εταιρικών συμφερόντων. Το 1868 το Ανώτατο Δικαστήριο των ΗΠΑ αποφάσισε υπέρ των ιδιωτικών εταιρειών Τύπου ώστε να τους δοθούν τα ίδια δικαιώματα και προστασίες με αυτές των «φυσικών προσώπων». Αυτό άνοιξε το δρόμο για τις επιχειρήσεις να προσεγγίζουν και να επηρεάζουν την κυβέρνηση έχοντας τα ίδια δικαιώματα με τους μεμονωμένους πολίτες. Οι εταιρικές δωρεές και οι πιέσεις που χρησιμοποιήθηκαν για να «κυριαρχήσουν στη δημόσια σκέψη και το λόγο», ήταν η φυσική συνέπεια αυτής της δικαστικής απόφασης. Η Elizabeth Campbell¹¹⁷ σημειώνει ότι ως εκ τούτου οι εταιρείες σήμερα ελέγχουν τόσο μεμονωμένους πολιτικούς όσο και ολόκληρα πολιτικά κόμματα στις ΗΠΑ.

Οι πρώτες μορφές παγκόσμιων μέσων ενημέρωσης ήταν η ραδιοφωνική και η κινηματογραφική βιομηχανία. Το 85% όλων των ταινιών που πρόβαλαν οι κινηματογράφοι μέχρι το 1914 προερχόταν από τις ΗΠΑ. Και ήταν περίπου εκείνη η εποχή που οι επιχειρήσεις και τα έθνη άρχισαν να αντιλαμβάνονται τη σημασία των μέσων ενημέρωσης ως πολιτικό εργαλείο. Στο τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, οι ΗΠΑ χρησιμοποίησαν με επιτυχία τα μέσα ενημέρωσης για να ενισχύσουν την εικόνα τους ως κορυφαίας υπερδύναμης στον κόσμο. Μετά τον Β Παγκόσμιο Πόλεμο ξεκίνησε η μετάβαση από τοπικά και κρατικά μέσα ενημέρωσης σε παγκόσμια και εταιρικά μέσα ενημέρωσης. Και με την επιτυχή εξάπλωση των αγγλικών μέσων ενημέρωσης σε όλο τον κόσμο οι διαφημίσεις αυξήθηκαν ταχύτατα.

2.3.1 Μεγάλες επιχειρήσεις Τύπου και συρρίκνωση της πολυφωνίας.

¹¹⁷ Campbell H., Elizabeth, 2008: *"Twenty Lessons in Environmental Sociology"*, Oxford University Press, part 2, p.95.

Η General Electric (GE) είναι μία από τις έξι επιχειρήσεις που ελέγχει τις περισσότερες ειδήσεις, σχόλια και ψυχαγωγία στις ΗΠΑ. Εκτός από την GE, αυτές οι έξι εταιρείες είναι η AOL-Time Warner, η Viacom, η Disney, η NewsCorp και η Bertelsmann. Οι ίδιες κατατάσσονται μεταξύ των πλουσιότερων εταιρειών του κόσμου. Πριν από 25 χρόνια υπήρχαν περίπου 50 διαφορετικοί ιδιοκτήτες εταιρειών Τύπου στα αμερικανικά μέσα μαζικής ενημέρωσης. Όπως μπορεί κανείς να φανταστεί από τη στιγμή που υπάρχουν μόνο έξι υπερμεγέθεις εταιρείες MME στις ΗΠΑ, που επικεντρωμένες στα συμφέροντά τους ελέγχουν ταυτόχρονα την πλειοψηφία των μέσων ενημέρωσης, η πολυφωνία και η διαφοροποίηση περιορίζονται.

Από τη στιγμή που σημειώνεται έλλειψη διαφορετικότητας δεν έχει σημασία, όπως σημειώνει η Campbell¹¹⁸, αν υπάρχουν περισσότερες πληροφορίες. Λιγότερη ποικιλομορφία σημαίνει λιγότερο δημοκρατικά MME. Στις ΗΠΑ, για παράδειγμα, οι κορυφαίες πηγές των μέσων ενημέρωσης, όπως το CNN, η Fox News και οι New York Times κ.λπ., προμηθεύουν τις τοπικές εφημερίδες και τους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς με εθνικά και διεθνή νέα. Έτσι, ενώ οι ειδήσεις διαχέονται και καταγράφονται σε πολλά διαφορετικά MME, η βασική πηγή πληροφόρησης παραμένει η ίδια.

Οι Richard Peet και Elaine Hartwick επισημαίνουν επίσης ότι τα κυρίαρχα μέσα μαζικής ενημέρωσης σπάνια έχουν οποιαδήποτε κάλυψη ή συζητήσεις σχετικά με τις αριστερές και σοσιαλιστικές θεωρίες ανάπτυξης που επικρίνουν την σημερινή κεφαλαιοκρατική κοινωνία¹¹⁹. Υποστηρίζουν ότι αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα μεγάλα μέσα ενημέρωσης ελέγχονται σε μεγάλο βαθμό από ιδιωτικά συμφέροντα που θέλουν να προβάλουν μόνο συντηρητικές και "κατά το πλείστον" φιλελεύθερες απόψεις και θέματα. "Πράγματι, οι περισσότεροι άνθρωποι ακόμη και στις «ελεύθερες δημοκρατίες» περνούν από τη ζωή χωρίς να ακούνε τις μεγάλες κρίσιμες ιδέες και τις πολιτικοοικονομικές θεωρίες των αριστερών διανοουμένων», ισχυρίζονται οι συγγραφείς.

Ταυτόχρονα σε μια προσπάθεια να αυξήσουν τα εισοδήματά τους και να διασφαλίσουν τα κέρδη τους, τα MME μειώνουν τα κόστη τους απ' όπου μπορούν. Και δυστυχώς, αυτό σημαίνει λιγότερο ποιοτική και αντικειμενική ειδησεογραφική

¹¹⁸ Ibid Campbell H., El., (2008)

¹¹⁹ Peet, Richard and Elaine Hartwick (2009): *Theories of Development: Contentions, Arguments, Alternatives*, The Guilford Press, pp 110-113.

δημοσιογραφία και περισσότερο φθηνή "ενημερωτική ψυχαγωγία" (infotainment). Ένα μεγάλο κόστος για τις εταιρίες ΜΜΕ είναι οι ανταποκριτές και οι δημοσιογράφοι πεδίου (αποστολές, επιτόπιο, ελεύθερο ρεπορτάζ). Η έρευνα και το επιτόπιο ρεπορτάζ είναι, ακόμη και σε εθνικό και τοπικό επίπεδο, δαπανηρά και οι ανταποκριτές που εδρεύουν στο εξωτερικό είναι με τη σειρά τους, ακόμη πιο δαπανηροί.

Ένα ακόμη αποτέλεσμα των μέτρων εξοικονόμησης κόστους είναι ότι τα μέσα επικοινωνίας εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τις "επίσημες πηγές" κατά τη διενέργεια του ρεπορτάζ. Η Campbell¹²⁰ σημειώνει ότι παγκοσμίως τα κυρίαρχα ΜΜΕ υποστηρίζουν τις ιστορίες τους με πληροφορίες από "εμπειρογνώμονες" που παρέχονται από επιχειρήσεις και κυβερνήσεις. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το Πεντάγωνο, ως κυβερνητικός φορέας, και η Exxon Mobil, ως ιδιωτική εταιρεία. Και οι δύο έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν στους ειδησεογραφικούς οργανισμούς «ειδικούς» που είναι διαθέσιμοι να δώσουν απαντήσεις σε δημοσιογραφικές ερωτήσεις και να κάνουν δηλώσεις.

Σύμφωνα με την Campbell, αυτή η εξάρτηση είναι επικίνδυνη, καθώς μπορεί να κάνει τους δημοσιογράφους να διστάζουν να κριτικάρουν, να αμφισβητήσουν ή να συζητήσουν τις πληροφορίες που παρέχονται από αυτές τις κυβερνητικές και επιχειρηματικές πηγές (κύκλους), καθώς μπορεί να «βλάψουν την εδραιωμένη σχέση τους».

2.4 Μέσα μαζικής ενημέρωσης και διαφήμιση

Στα σύγχρονα καπιταλιστικά συστήματα στόχος των εταιρειών μέσω ενημέρωσης, κυρίως δε όσων ανήκουν σε ιδιωτική βάση, είναι η εξασφάλιση της βιωσιμότητας και της κερδοφορίας τους στον μέγιστο δυνατό βαθμό. Η διαφήμιση αποτελεί αδιαμφισβήτητα μία από τις κύριες πηγές εισοδήματος. Αυτό σημαίνει ότι τα μέσα ενημέρωσης οφείλουν να συμμορφώνονται και να ανταποκρίνονται στις επιθυμίες των διαφημιστικών εταιρειών, ώστε να μην χάνουν την πηγή εισοδήματός τους. Οι εταιρείες που μπορούν να αντέξουν οικονομικά να διαφημίσουν το προϊόν τους στα ΜΜΕ είναι συνήθως πολυεθνικές που μοιράζονται και ωθούν την

¹²⁰ Ibid Campbell H., El (2008), p.96-97.

καπιταλιστική ιδεολογία της ελεύθερης αγοράς. Η Campbell¹²¹ γράφει ότι οι μεγάλες διαφημιστικές εταιρείες σπάνια θέλουν να υποστηρίξουν (σπονσοράρουν) εκπομπές ή προγράμματα που ασκούν σοβαρή περιβαλλοντική, κοινωνική ή πολιτική κριτική σε οποιαδήποτε δραστηριότητα του διαφημιζομένου.

Η τοποθέτηση προϊόντων στα μέσα ενημέρωσης αποτελεί μια βιομηχανία πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων στις μέρες μας¹²². Εταιρείες όπως η Pepsi πληρώνουν τεράστια ποσά για να δουν το προϊόν τους σε τηλεοπτική εκπομπή. Και για να μπορέσουν να επηρεάσουν το κοινό, δηλαδή τους καταναλωτές τους, οι επιχειρήσεις δαπανούν κατ' άτομο περισσότερο από το μισό από ό, τι δαπανάται για την εκπαίδευση σε όλο τον κόσμο. Με τη βοήθεια της διαφήμισης οι εταιρείες μπορούν να κατασκευάσουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες του κοινού για τα διάφορα προϊόντα τους. Η ιδεολογία που διαδίδεται με τη βοήθεια των συστημικών μέσων και της διαφημιστικής βιομηχανίας ενθαρρύνει απόλυτα και αδιαμφισβήτητα τη μαζική κατανάλωση και προωθεί την κατανάλωση ως ευτυχία.

Καθώς οι εταιρείες επιδιώκουν να μεγιστοποιήσουν τα περιθώρια κέρδους τους θέλουν να διαφημίσουν τα προϊόντα τους στο ευρύτερο δυνατό κοινό. Όταν τα μέσα ενημέρωσης είναι κερδοφόρα θέλουν να προσελκύσουν όσο το δυνατόν περισσότερους θεατές ή αναγνώστες για να μπορούν να πουλήσουν περισσότερες διαφημίσεις και να αυξήσουν το εισόδημα των χορηγών τους. Και όπως σημειώνει η Campbell¹²³, φαίνεται ότι τα μεγαλύτερα ακροατήρια μπορούν να συγκεντρωθούν όταν προσφέρονται νέα που έχουν να κάνουν με κουτσομπολιά διασημοτήτων, σεξ, βία ή άλλες τακτικές αξίας «σοκ», προτίμηση που εκμεταλλεύονται τα κυρίαρχα μέσα μαζικής ενημέρωσης συγκεντρώνοντας την κάλυψή τους σε αυτή τη θεματολογία. Έτσι, τα πιο σύνθετα κοινωνικά, πολιτικά ή περιβαλλοντικά ζητήματα παραμένουν πίσω, στις σκιές του παρασκηνίου, πίσω από τα νέα του "infotainment" και των "διαφημιστικών ρεπορτάζ".

¹²¹ Ibid Campbell H., El (2008), p.97-102

¹²² Peet, Richard and Elaine Hartwick (2009): *Theories of Development: Contentions, Arguments, Alternatives*, The Guilford Press, pp 127-131.

¹²³ Ibid Campbell H., El (2008), p.97-102

2.5. Οι εταιρείες δημοσίων σχέσεων και τα think-tanks ως εργαλεία επηρεασμού των MME.

Λόγω του μεγέθους, της εξουσίας και της εμπλοκής τους στις σύγχρονες κοινωνίες, οι επιχειρήσεις μέσων ενημέρωσης διαδραματίζουν έναν από τους σημαντικότερους ρόλους στη διαμόρφωση των προσωπικών αξιών και των σκέψεων κάθε γενιάς, καθώς και στις πολιτικές και περιβαλλοντικές θέσεις των πολιτών.

Σύμφωνα με την Campbell¹²⁴, οι σημερινές εταιρίες μέσων ενημέρωσης έχουν "σχεδόν απόλυτη ισχύ" να αποφασίσουν τι είδους θέματα θα συζητηθούν και δεν θα συζητηθούν στις τηλεοράσεις, τα ραδιόφωνα και τις εφημερίδες. Η ίδια επισημαίνει ότι στα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης τα περιβαλλοντικά θέματα δεν συζητούνται ποτέ με τρόπο που να δείχνει τις εταιρείες ως την πηγή του προβλήματος ή της περιβαλλοντικής υποβάθμισης.

Φέροντας το παράδειγμα της υπερθέρμανσης του πλανήτη, τονίζει ότι στις ΗΠΑ, η συζήτηση για την κλιματική αλλαγή επικεντρώνεται κατά κύριο λόγο στην ερώτηση εάν πρόκειται για πρόβλημα ή όχι. Αυτή η ερώτηση κατάφερε να παραμείνει ζωντανή στην επικαιρότητα και τις συζητήσεις των MME κυρίως χάρη στο έργο των δεξαμενών σκέψης (think-tank) και εταιρειών δημοσίων σχέσεων (Public Relations, PR) που χρηματοδοτούνται από εταιρείες.

Αυτές οι εταιρίες δημοσίων σχέσεων και τα think-tanks κατάφεραν να καλλιεργήσουν στο κοινό την αίσθηση ότι εξακολουθούν να υφίστανται σαφείς αμφιβολίες για την προέλευση της υπερθέρμανσης του πλανήτη και ότι τα επιχειρήματα είναι ισορροπημένα και από τις δύο πλευρές του φάσματος των επιχειρημάτων.

Μια έρευνα της Gallup¹²⁵ που δημοσιεύθηκε τον Μάρτιο του 2009 δείχνει ότι ένας αυξανόμενος αριθμός Αμερικανών (41%) πιστεύει ότι τα MME «υπερβάλλουν» για την υπερθέρμανση του πλανήτη. Πρόκειται, σύμφωνα με την έρευνα, για το υψηλότερο επίπεδο δημόσιου σκεπτικισμού που έχει αναφερθεί ποτέ για το θέμα

¹²⁴ Ibid Campbell H., El (2008), p.110-116

¹²⁵ Saad L., (2009), "Increased Number Think Global Warming Is 'Exaggerated'", Gallup News, διαθέσιμο στο <http://news.gallup.com/poll/116590/Increased-Number-Think-Global-Warming-Exaggerated.aspx>

αυτό, στις ΗΠΑ. Ένα ακόμη εύρημα δείχνει επίσης ότι οι Αμερικανοί έχουν αρχίσει να αισθάνονται λίγο λιγότερο ανήσυχοι για την κλιματική αλλαγή.

Η συνολική ανησυχία έχει μειωθεί από 65% το 2007, και 66% το 2008, σε 60% το 2009. Σύμφωνα με την Gallup η υπερθέρμανση του πλανήτη ήταν το μόνο περιβαλλοντικό ζήτημα για το οποίο η ανησυχία του κοινού «μειώθηκε σημαντικά», κατά τη διάρκεια του 2008. Και, τέλος, τα στοιχεία έδειξαν ότι 16 % των Αμερικανών, ποσοστό ρεκόρ σύμφωνα με την έρευνα, πιστεύει ότι οι επιπτώσεις της αλλαγής του κλίματος δεν θα συμβούν ποτέ. Ωστόσο είναι εξίσου σημαντικό να σημειώσουμε ότι η πλειοψηφία των Αμερικανών εξακολουθεί να πιστεύει ότι η αλλαγή του κλίματος απεικονίζεται σωστά, ή ακόμα και υποτιμάται, στα μέσα ενημέρωσης.

Καθώς οι άνθρωποι συνήθως τείνουν να διάκινται θετικά για θέματα για τα οποία δεν υπάρχουν ξεκάθαρες αμφιβολίες, πρέπει να πούμε ότι αυτές οι εταιρίες PR και τα think-tank πέτυχαν να δημιουργήσουν «κατασκευασμένη αμφιβολία». Το Ινστιτούτο Ανταγωνιστικής Επιχείρησης (Competitive Enterprise Institute), το Ίδρυμα Heritage (Heritage Foundation) και το ινστιτούτο CATO (CATO institute), που βρίσκονται στο πολιτικό κέντρο της Ουάσιγκτον, αποτελούν παραδείγματα ισχυρών think-tank που χρηματοδοτούνται από εταιρίες και έχουν τεράστια επιρροή στη διαμόρφωση της συζήτησης για την υπερθέρμανση του πλανήτη, στα ΜΜΕ.

Τα think-tanks χρησιμοποιούν τόσο συναισθηματικά επιχειρήματα όσο και τακτικές για να δημιουργήσουν «κατασκευασμένη αμφιβολία» στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Παραδείγματα επιχειρημάτων μπορεί να είναι ότι οποιαδήποτε περικοπή στην κατανάλωση ενέργειας θα βλάψει τους εργαζόμενους, τους ηλικιωμένους και τους φτωχούς σε όλο τον κόσμο. Ή ότι οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας (ΑΠΕ) είναι τόσο δαπανηρές, όσο και επιβλαβείς για το περιβάλλον¹²⁶.

Προωθούν επίσης τις απόψεις συγκεκριμένων επιστημόνων που διαφοροποιούνται και διαφωνούν με τη συντριπτική πλειοψηφία των επιστημόνων και επιστημονικών ιδρυμάτων που ομονοούν σχετικά με την ανθρωπογενή προέλευση της κλιματικής αλλαγής. Ένα άλλο παράδειγμα είναι ο διαλυμένος πλέον «Συνασπισμός του Παγκόσμιου Κλίματος» (Global Climate Coalition), ο οποίος

¹²⁶ Leufstedt S, (2010), *"The mass media and our environment"*, Greenblog, διαθέσιμο στο <http://green-blog.org/news/business-politics/the-mass-media-and-our-environment-r692/>

δημιουργήθηκε προσεκτικά από τις εταιρίες δημοσίων σχέσεων για να δώσει την εντύπωση μιας φιλικής λαϊκής οργάνωσης ενώ ταυτόχρονα ασκεί πιέσεις ενάντια στις φιλοπεριβαλλοντικές μεταρρυθμίσεις. Αυτή η αποκαλούμενη οργάνωση λαϊκής βάσης συμπεριλάμβανε περίπου 50 διαφορετικές εμπορικές ενώσεις και επιχειρήσεις που ασχολούνταν με τον τομέα του πετρελαίου, του άνθρακα, του φυσικού αερίου, της αυτοκινητοβιομηχανίας και της χημικής βιομηχανίας.

Οι τακτικές που χρησιμοποίησε η αγροχημική βιομηχανία από το 1962, παράλληλα με την κυκλοφορία του ευρείας κυκλοφορίας δημοφιλούς βιβλίου «Silent Spring» από την Rachel Carson, είναι ένα ακόμη παράδειγμα. Το βιβλίο της Carson επέκρινε τη χρήση επικίνδυνων τοξινών, όπως το DDT, και συνέβαλε στη δημιουργία κοινής συνείδησης για την προκληθείσα περιβαλλοντική καταστροφή. Η αγροχημική βιομηχανία αποκρίθηκε προκαλώντας χιλιάδες αρνητικές κριτικές για το «Silent Spring», διπλασιάζοντας ταυτόχρονα τον προϋπολογισμό για δημόσιες σχέσεις. Σύμφωνα με την Campbell¹²⁷ εκτιμάται ότι οι επιχειρήσεις και οι εταιρείες στις ΗΠΑ δαπανούν κάθε χρόνο 1 δισεκατομμύριο δολάρια σε εταιρείες δημοσίων σχέσεων και think-tanks που τις βοηθούν να ασκούν πιέσεις εναντίον περιβαλλοντικών μεταρρυθμίσεων, νόμων και να προστατεύονται από τα MME.

Στις 30 Μαρτίου 2010 η Greenpeace αποκάλυψε ότι η αμερικανική εταιρεία Koch Industries, μια ιδιωτική εταιρεία πετρελαίου, ήταν σημαντικός οικονομικός παράγοντας των σκεπτικιστών της παγκόσμιας υπερθέρμανσης, τόσο στην Ευρώπη όσο και στις ΗΠΑ¹²⁸. Η περιβαλλοντική οργάνωση σε αναφορά της με τίτλο «Exposing the dirty money behind fake climate science», τόνιζε ότι η Koch Industries έδωσε περίπου 48 εκατομμύρια δολάρια σε διαφορετικές ομάδες σκεπτικιστών και think-tanks για το κλίμα, μεταξύ 1997 και 2008. Τα χρήματα πήγαν σε πολλά γνωστά συντηρητικά και φιλελεύθερα think-tank όπως το Ίδρυμα Heritage, (Heritage Foundation), το Αμερικανοί για την Ευημερία (Americans for Prosperity), το Ινστιτούτο του Μανχάταν (Manhattan Institute), το Ινστιτούτο Cato, (Cato institute) και το Ίδρυμα για την έρευνα για τα οικονομικά και το περιβάλλον (Foundation for research on economics and the environment). Η Greenpeace ισχυρίζεται ότι όλες

¹²⁷ Ibid Campbell H. El. (2008) pp. 132-135

¹²⁸ Greenpeace 2010, Exposing the dirty money behind fake climate science, διαθέσιμο <http://www.greenpeace.org/international/en/news/features/dirty-money-climate-30032010/>

αυτές οι οργανώσεις είναι "στην πρώτη γραμμή της συζήτησης για την υπερθέρμανση του πλανήτη επιχειρηματολογώντας σθεναρά ότι δεν υφίσταται πρόβλημα".

Ο Guardian γράφει επίσης ότι η Koch Industries δαπάνησε περίπου 6 εκατομμύρια δολάρια (5.7 εκατομμύρια) σε διάφορες πολιτικές εκστρατείες και άλλα 37 εκατομμύρια δολάρια για την άσκηση πίεσης υπέρ των ορυκτών καυσίμων¹²⁹. "Οι βιομηχανίες Koch παίζουν έναν αθόρυβο αλλά κυρίαρχο ρόλο στη συζήτηση για την υπερθέρμανση του πλανήτη. Αυτή η ιδιωτική, «περιφερειακή», εταιρία έχει καταστεί βασικός οικονομικός άξονας των αρνητών της κλιματικής αλλαγής και της αντίστασης στην καθαρή ενέργεια. Επανειλημμένως οι οργανώσεις που χρηματοδοτούνται από τα ιδρύματα Koch καθοδήγησαν την επίθεση στην επιστήμη του κλίματος και τους επιστήμονες, τις «πράσινες θέσεις εργασίας», την ανανεώσιμη ενέργεια και την πρόοδο της κλιματικής πολιτικής».

Μπορεί κάποιος να σκεφτεί ότι αυτές οι ομάδες αρνητών της κλιματικής αλλαγής χρηματοδοτούνται αποκλειστικά από εταιρίες πετρελαίου, φυσικού αερίου και άνθρακα που μπορεί να έχουν κάτι να κερδίσουν δημιουργώντας μια ομίχλη σύγχυσης και αμφιβολίας γύρω από την υπερθέρμανση του πλανήτη. Αλλά αυτό δεν είναι απόλυτο. Το ίδρυμα CATO χρηματοδοτείται για παράδειγμα από γνωστές εταιρείες όπως η Comcast, η FedEx, η GM, η Honda, η Microsoft, η TimeWarner, η Toyota, η Visa, η VW και η WalMart μεταξύ άλλων. Αυτές οι εταιρείες, σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του CATO το 2007, συνεισέφεραν οικονομικά στο think-tank και βοήθησαν να χρηματοδοτηθεί μια «παράλογη αντεπιστημονική διαφήμιση» σε μεγάλες αμερικανικές εφημερίδες όπως η The New York Times το 2009¹³⁰.

Η Campbell¹³¹ ισχυρίζεται ότι η κυβερνητική δράση για περιβαλλοντικά ζητήματα όπως η υπερθέρμανση του πλανήτη καθυστερεί, επειδή αυτά τα θέματα δεν μπορούν να συζητηθούν "σοβαρά" στα συστημικά ΜΜΕ. Αντίθετα, λέει, τα μεγάλα μέσα ενημέρωσης και οι εταιρίες που τα έχουν δίνουν προβάδισμα σε απλοϊκά θέματα όπως η δυσφήμιση μεμονωμένων οικολόγων και οι "αμφιλεγόμενες

¹²⁹ Vidal John, 2010, "US oil company donated millions to climate sceptic groups, says Greenpeace", The Guardian, διαθέσιμο στο <https://www.theguardian.com/environment/2010/mar/30/us-oil-donated-millions-climate-sceptics>

¹³⁰ Leufstedt S, (2010), "The mass media and our environment", Greenblog, διαθέσιμο στο <http://green-blog.org/news/business-politics/the-mass-media-and-our-environment-r692/>

¹³¹ Ibid Campbell H. El. (2008)

επιστημονικές εκθέσεις" αντί να συζητούν τα μεγαλύτερα και σκληρότερα ερωτήματα.

Γράφει η Campbell: "Όταν κανείς απομειώνει σύνθετα ζητήματα, όπως η υπερθέρμανση του πλανήτη, σε απλοϊκά θέματα ειδικού ενδιαφέροντος προκαλώντας μάλιστα ερωτήματα για το εάν υπάρχουν πραγματικά, οι πολίτες που «καταναλώνουν» τα μέσα ενημέρωσης καθίστανται ανίκανοι να κατανοήσουν, να ενεργήσουν και να αμφισβητήσουν τα δεδομένα. Αντιθέτως προτιμούν εύκολες απαντήσεις, εύκολα νοήματα και απλοϊκές φράσεις. Τα ακροατήρια γίνονται απαθή, κυνικά και εφησυχασμένα εξαιτίας του τρόπου που παρουσιάζουν τα ΜΜΕ τα περιβαλλοντικά θέματα, κάτι που έχει οδηγήσει σε μια αυξανόμενη έλλειψη ενδιαφέροντος για την εμπλοκή τους με αυτά».

Και αυτή η έλλειψη ενδιαφέροντος αποτελεί σοβαρή απειλή για τη Δημοκρατία η οποία απαιτεί από τον πολίτη να εμπλέκεται ενεργά με τα κοινά και να είναι σωστά ενημερωμένος, προκειμένου να ενεργεί σωστά. «Μια αποκαλούμενη Δημοκρατία που εξυπηρετεί μόνο τα εταιρικά συμφέροντα δεν πρόκειται ποτέ να ακολουθήσει μια πορεία προς την κοινωνική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα», καταλήγει η Campbell.

Το ερώτημα που θέτουν αρκετοί μελετητές είναι αν και σε ποιο βαθμό έχουν πρόσβαση στα ΜΜΕ ανεξάρτητες επιστημονικές ομάδες, φορείς, κινήσεις πολιτών και περιβαλλοντικές οργανώσεις. Και αυτό γιατί οι ίδιοι έχουν παρατηρήσει πόσο οι ισχυρές βιομηχανικές ομάδες, λόμπι ειδικών συμφερόντων και εταιρείες δημοσίων σχέσεων στις Ηνωμένες Πολιτείες χειραγώγησαν επιστημονικές απαιτήσεις και εκμεταλλεύτηκαν τα μέσα ενημέρωσης¹³².

Ο Παγκόσμιος Συνασπισμός για το Κλίμα (Global Climate Coalition), μια ομάδα συμφερόντων επιχειρήσεων από τη βιομηχανία ορυκτών καυσίμων, ιδρύθηκε το 1989 για να αμφισβητήσει την επιστημονική βάση της υπερθέρμανσης του πλανήτη. Αυτή η ομάδα, η οποία είχε 54 μέλη της βιομηχανίας, δαπάνησε τεράστια χρηματικά ποσά για την άσκηση πίεσης και τις δημόσιες σχέσεις¹³³. Μόνο το 1993, ένα μέλος της ομάδας, το American Petroleum Institute, αναφέρθηκε ότι έχει

¹³² Antilla, Lisa 2005. 'Climate of Scepticism: US newspaper Coverage of the Science of Climate Change.' Global Environmental Change 15: 338–52.

¹³³ Revkin Andrew, 2009, "Industry Ignored Its Scientists on Climate", The New York Times, διαθέσιμο στο <http://www.nytimes.com/2009/04/24/science/earth/24deny.html>

δαπανήσει 1,8 εκατομμύρια δολάρια σε εταιρεία δημοσίων σχέσεων στην προσπάθειά του να μην εφαρμοστεί ένας προτεινόμενος φόρος στα ορυκτά καύσιμα¹³⁴.

Υπήρξαν επίσης πολύ ισχυροί δεσμοί μεταξύ του πετρελαϊκού γίγαντα Exxon Mobil και δεξαμενών σκέψης που εξέφραζαν σκεπτικισμό για την κλιματική αλλαγή, όπως η American Enterprise Institute. Η Royal Society¹³⁵ του Ηνωμένου Βασιλείου διαπίστωσε ότι το 2005, η Exxon Mobil χρηματοδότησε με 3,9 εκατομμύρια δολάρια 39 οργανισμούς που αμφισβητούν την επιστήμη της παγκόσμιας αλλαγής κλίματος. Επιπλέον, σύμφωνα με την Union of Concerned Scientists των ΗΠΑ, μεταξύ 1998 και 2005, η εταιρεία διέθεσε σχεδόν 16 εκατομμύρια δολάρια σε ένα δίκτυο 43 ομάδων που αμφισβήτησαν την επιστημονική συναίνεση για την ανθρωπογενή προέλευση της υπερθέρμανσης του πλανήτη. Τον Σεπτέμβριο του 2006, η Royal Society (Βασιλική Εταιρεία) έστειλε επιστολή στην Exxon Mobil ζητώντας να αποσύρει την υποστήριξη της από δεξαμενές σκέψης που εξέφραζαν σκεπτικισμό για την κλιματική αλλαγή.

Ο Peter Jacques¹³⁶ πραγματοποίησε ποσοτική ανάλυση σε 141 Αγγλικά περιβαλλοντικά βιβλία που δημοσιεύτηκαν μεταξύ 1972 και 2005 εκφράζοντας σκεπτικισμό και διαπίστωσε ότι πάνω από το 92% συνδέονταν με συντηρητικά think tanks (CTTs), που εδρεύουν κυρίως στις Ηνωμένες Πολιτείες. Επιπλέον, η ανάλυση 50 από τα think tanks αποκάλυψε ότι το 90% απ' όσα ασχολούνταν με περιβαλλοντικά ζητήματα προβάλλοντας σκεπτικισμό στις εκδόσεις και τους ιστοτόπους τους, και τα 8 που ενδιαφέρονταν κυρίως για την αλλαγή του κλίματος είχαν υιοθετήσει μια σκεπτικιστική άποψη. Μια βασική στρατηγική των CTT (Conservative Think Tanks) είναι να σπείρουν τον σπόρο των αμφιβολιών ή με τα λόγια τους να δημιουργήσουν αβεβαιότητα.

Ένα άρθρο στην εφημερίδα Guardian¹³⁷ αποκάλυψε ότι το American Enterprise Institute, που χρηματοδοτήθηκε από την Exxon Mobil, προσέφερε σε

¹³⁴ Gelbspan, Ross 1995. *'The Heat is On: The Warming of the World's Climate Sparks a Blaze of Denial.'* Harpers Magazine.

¹³⁵ Η Royal Society είναι ανεξάρτητη επιστημονική ακαδημία με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο. Ιδρύθηκε το 1660 και από τότε λειτουργεί αδιάλειπτα. Συγκεντρώνει πολλούς από τους κορυφαίους επιστήμονες του κόσμου και επιδιώκει την τελειότητα στην επιστήμη. Περισσότερες πληροφορίες στο <https://royalsociety.org/>

¹³⁶ Jacques, Peter J., Riley E. Dunlap and Mark Freeman 2008. *'The Organisation of Denial: Conservative Think Tanks and Environmental Scepticism.'* Environmental Politics 17: 349–85.

¹³⁷ Sample Ian, 2007, *"Scientists offered cash to dispute climate study"*, The Guardian, διαθέσιμο στο <https://www.theguardian.com/environment/2007/feb/02/frontpagenews.climatechange>

επιστήμονες και οικονομολόγους 10.000 δολάρια στον καθένα ως πληρωμή για άρθρα που αποσκοπούσαν στην υπονόμευση της έκδοσης μιας έκθεσης της IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change, 2007), που αποτελεί επιστημονικό, διακυβερνητικό όργανο υπό την αιγίδα των Ηνωμένων Εθνών. Η έκθεση είχε γραφτεί από διεθνείς εμπειρογνώμονες και είχε θεωρηθεί ως η πιο ολοκληρωμένη επισκόπηση των επιστημών της κλιματικής αλλαγής, μέχρι τότε. Προετοιμαζόταν προκειμένου να αποτελέσει βάση για διεθνείς διαπραγματεύσεις και νέους στόχους εκπομπής αέριων ρύπων έτσι ώστε πετύχει η συμφωνία του Κυότο, η πρώτη φάση της οποίας έληγε το 2012.

Οι δημόσιες σχέσεις, λοιπόν, έχουν παίξει έναν πολύ σημαντικό ρόλο στη συζήτηση για τις κλιματικές αλλαγές εφαρμόζοντας ολοένα και πιο εξελιγμένες στρατηγικές με στόχο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Το να εξετάσει κανείς την υπόγεια διαμάχη μεταξύ πηγών ειδήσεων, είναι ζωτικής σημασίας για την κατανόηση του τρόπου και της φύσης των ειδήσεων που έχουν σχέση με την κλιματική αλλαγή, με την πάροδο του χρόνου.

2.5.1. Climategate ή Journalismgate;

Οποιαδήποτε αναφορά σχετικά με το ρόλο που παίζουν τα μέσα ενημέρωσης στον τρόπο με τον οποίο το κοινό αντιλαμβάνεται και αντιδρά στα περιβαλλοντικά ζητήματα δεν είναι πλήρης χωρίς να μιλήσουμε για το "Climategate", όπως το ονόμασαν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Το Climategate είναι αυτό που οι σκεπτικιστές του κλίματος χαρακτηρίζουν ως "το τελευταίο καρφί στο φέρετρο" της "θεωρίας της ανθρωπογενούς υπερθέρμανσης του πλανήτη"¹³⁸.

Η ρίζα αυτού του «κλιματικού σκανδάλου», όπως το περιέγραψαν τα συστημικά μέσα ενημέρωσης, ήταν κάποιες συζητήσεις μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μεταξύ επιστημόνων σε ερευνητική μονάδα για το κλίμα, στο Πανεπιστήμιο East Anglia της Μεγάλης Βρετανίας. Τα e-mails, που παραβιάστηκαν παρανόμως και δημοσιοποιήθηκαν ηλεκτρονικά το Νοέμβριο του 2009, αναφέρθηκε

¹³⁸ Carrington Damian, 2011, "Q&A: 'Climategate'", The Guardian, διαθέσιμο στο <https://www.theguardian.com/environment/2010/jul/07/climate-emails-question-answer>

ότι ήταν ενδείξεις προσπάθειας χειραγώγησης και πρόληψης της δημοσιοποίησης επιστημονικών δεδομένων για το κλίμα.

Όπως ήταν αναμενόμενο, ξέσπασε έντονη διαμάχη μεταξύ των επιστημόνων της ερευνητικής ομάδας που ισχυρίζονταν ότι τα μηνύματα περιείχαν αποσπασματικές πληροφορίες και δεν απέδιδαν το πλήρες νόημα της συζήτησης, από τη μια, και των σκεπτικιστών της κλιματικής αλλαγής, από την άλλη, που ισχυρίζονταν ότι τα -emails αυτά αποδείκνυαν ότι η ανθρωπογενής κλιματική αλλαγή είναι απάτη^{139 140}.

Το θέμα απασχόλησε τόσο έντονα τον Τύπο που σύμφωνα με τον δημοσιογράφο της «The Telegraph», Christopher Booker, ο όρος Climategate εμφανιζόταν πάνω από 9 εκατομμύρια φορές στο ιντερνετ λίγες μόνο μέρες μετά το ξέσπασμα του «σκανδάλου»¹⁴¹.

Η δυναμική της ιστορίας αυτής ήταν τεράστια και τις συνέπειές της εκμεταλλεύτηκαν ακόμη και οι σκεπτικιστές του κλίματος στη Σουηδία που φάνηκε να ανασαίνουν με ανακούφιση από τον τρόπο κάλυψης των ειδήσεων του Climategate. Ο Lars Bern, ένας από τους ιδρυτές της Πρωτοβουλίας της Στοκχόλμης (Stockholm Initiative), ενός σουηδικού think-tank που αρνείται τη στενή σχέση μεταξύ κλιματικής αλλαγής και ανθρώπινης δραστηριότητας, ισχυρίστηκε ότι αυτή ήταν η απόδειξη της «συστηματικής χειραγώγησης» των δεδομένων της θερμοκρασίας από τους ειδικούς, για το κλίμα, επιστήμονες των Ηνωμένων Εθνών.

Αλλά ήταν το Climategate πραγματικά το μεγάλο σκάνδαλο που οι σκεπτικιστές της κλιματικής αλλαγής και σε μεγάλο βαθμό τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης ισχυρίστηκαν ότι ήταν; Φυσικά και όχι. Τον Απρίλιο του 2010, μια ανεξάρτητη έρευνα που ετοιμάστηκε για να ερευνήσει την υπόθεση Climategate κατέληξε στο συμπέρασμα ότι δεν υπήρχε "κανένα απολύτως αποδεικτικό στοιχείο για οποιαδήποτε παρατυπία"¹⁴².

¹³⁹ Pappas Stephanie, 2011, «*Climate Scientist Calls Hacked 'Climategate' Emails 'Truly Pathetic'*», Live Science, διαθέσιμο στο <https://www.livescience.com/17151-climategate-emails-michael-mann.html>

¹⁴⁰ Booker Christopher, 2009, «*Climate change: this is the worst scientific scandal of our generation*», The Telegraph, διαθέσιμο στο <http://www.telegraph.co.uk/comment/columnists/christopherbooker/6679082/Climate-change-this-is-the-worst-scientific-scandal-of-our-generation.html>

¹⁴¹ Ibid Booker Ch., 2009.

¹⁴² Adam David, 2010, «*Scientists cleared of malpractice in UEA's hacked emails inquiry*», The Guardian, διαθέσιμο στο <https://www.theguardian.com/environment/2010/apr/14/oxburgh-uea-cleared-malpractice>

Ο Λόρδος Oxburgh, επικεφαλής της έρευνας και πρώην πρόεδρος της επιτροπής επιστήμης και τεχνολογίας της Βουλής των Λόρδων, απάλλαξε τους επιστήμονες από τις κατηγορίες για κακή πρακτική. Όπως είπε «ό, τι και να ειπώθηκε στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι βασικές αρχές της επιστήμης φαίνεται να τηρήθηκαν δίκαια και σωστά». Αλλά μήπως η απαλλαγή των εμπλεκόμενων επιστημόνων από το Πανεπιστήμιο της Ανατολικής Αγγλίας καλύφθηκε από τα συστημικά ΜΜΕ τόσο όσο οι ψευδείς ισχυρισμοί των σκεπτικιστών του κλίματος; Μήπως κάποιο από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προσπάθησε να μάθει ποιος παραβίασε τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου; Η απάντηση είναι αρνητική. Γιατί, όπως λέει ο συγγραφέας και δημοσιογράφος Johann Hari¹⁴³:

"... όταν πρόκειται για την κάλυψη της υπερθέρμανσης του πλανήτη, είμαστε παγιδευμένοι στη λογική μιας εξέγερσης ανταρτών. Οι επιστήμονες του κλίματος πρέπει να έχουν πάντα δίκιο 100% αλλιώς αν κάνουν κατά 0,01% σφάλμα έχουμε «σκάνδαλο» και οι ίδιοι αποκαλούνται απατεώνες. Αντιθέτως, οι αρνητές της κλιματικής αλλαγής αρκεί να έχουν δίκιο κατά ένα 0,01% και το αφήγημά τους ενισχύεται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Δεν έχει σημασία το γεγονός ότι οι εναλλακτικές θεωρίες τους βασίζονται σε αποδεδειγμένα ψευδείς ισχυρισμούς, αφού έτσι συμβαίνει με όλους τους κορυφαίους «στοχαστές» σε αυτό το κίνημα”.

Απάντηση στο ερώτημα γιατί οι σκεπτικιστές του κλίματος αρκεί να έχουν δίκιο μόνο στο 0,01% των ισχυρισμών τους για να ενισχύσουν την παρουσία τους στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, μπορούμε να δώσουμε ανατρέχοντας στην πρόσφατη εταιρική εξέλιξη των κυριότερων ΜΜΕ.

Τα κυρίαρχα μέσα παγκόσμιας εμβέλειας ενδιαφέρονται μόνο για τα περιθώρια κέρδους τους και επικεντρώνονται σε «ψυχαγωγικές ειδήσεις» και σε ιστορίες όπως το Climategate, καθώς τους βοηθούν να ενισχύσουν την ελεύθερη αγορά που στηρίζουν οι ιδιοκτήτες τους και καθοδηγείται από την καταναλωτική ατζέντα. Το κυριότερο και πιο απτό παράδειγμα του πώς οι εταιρείες ελέγχουν τις συζητήσεις και τις αναφορές στα συστημικά μέσα ενημέρωσης είναι το Climategate, για την υπερθέρμανση του πλανήτη. Υπάρχουν, βεβαίως, άλλα παραδείγματα

¹⁴³ Leufstedt S, (2010), “The mass media and our environment”, Greenblog, διαθέσιμο στο <http://green-blog.org/news/business-politics/the-mass-media-and-our-environment-r692/>

περιβαλλοντικών ζητημάτων και θεμάτων που τα ΜΜΕ δεν έχουν καταφέρει να οριοθετήσουν επαρκώς.

Δύο από αυτά είναι η διαχείριση των απορριμμάτων και τα θέματα που σχετίζονται με την ενέργεια. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης αποτυγχάνουν να ενημερώσουν το κοινό για τα εκατομμύρια τόνους οικιακών, χημικών και εταιρικών αποβλήτων που πλήττουν μεγάλο αριθμό ανθρώπων την ημέρα. Η Campbell υποστηρίζει¹⁴⁴ ότι είναι "μη θέμα" επειδή τα άτομα που επηρεάζονται από τα απόβλητα δεν είναι "κάτοχοι εξουσίας" ή το κοινό-στόχος των εταιριών ΜΜΕ.

Όταν πρόκειται για ζητήματα που σχετίζονται με την ενέργεια, όπως η εξόρυξη πετρελαίου, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης συχνά τα απλοποιούν θέτοντας μόνο το ερώτημα αν κάποιος είναι υπέρ ή κατά. Αλλά ακόμη κι αυτή η έκθεση "των δύο πλευρών της ιστορίας" δεν μπορεί να καλύψει ένα τόσο σύνθετο ζήτημα, όπως είναι η ενέργεια. Τα κυρίαρχα ΜΜΕ δεν εξηγούν ούτε εξετάζουν, για τους θεατές και τους αναγνώστες τους, τις σχέσεις μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης ενέργειας, την εξάρτησή μας από τα ορυκτά καύσιμα καθώς κι εκείνους που ελέγχουν τις πηγές ενέργειας. Με απλά λόγια, τα ΜΜΕ αποτυγχάνουν να συσχετίσουν περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα με τους κοινωνικοοικονομικούς παράγοντες και τις δυνάμεις που τα έχουν δημιουργήσει. Κατά συνέπεια, υποστηρίζει η Campbell, οι άνθρωποι αποκομίζουν από τα ΜΜΕ την εντύπωση ότι ο πόλεμος κατά της τρομοκρατίας, η ενεργειακή κατανάλωση και η εταιρική δύναμη, για παράδειγμα, είναι θέματα εντελώς άσχετα μεταξύ τους.

Ενδεικτικό του βαθμού της διαστρέβλωσης των συμβάντων και της απροκάλυπτης χειραγώγησης του κοινού που επιχειρούν και ενίοτε καταφέρνουν τα κραταιά ΜΜΕ είναι και το παρακάτω γεγονός. Ο Rush Limbaugh, ένας ακραία συντηρητικός πολιτικός σχολιαστής και ραδιοφωνικός παρουσιαστής μιας από τις δημοφιλέστερες εκπομπές των ΗΠΑ, προκάλεσε σοκ με τις δηλώσεις του για το σκάνδαλο της Deepwater Horizon, στον Κόλπο του Μεξικού. Ο Limbaugh 7 χρόνια μετά ο ατύχημα, δηλαδή το καλοκαίρι του 2017, ισχυρίστηκε ότι η έκρηξη στην υπεράκτια εξέδρα της BP θα μπορούσε να είναι ένα «οικολογικό σαμποτάζ για την Ημέρα της Γης» και ότι ο καθαρισμός δεν είναι απαραίτητος: «Ο ωκεανός θα το φροντίσει μόνος του αν τον αφήσουμε», είχε υποστηρίξει ο Limbaugh θεωρώντας ότι

¹⁴⁴ Ibid Campbell H. El., pp. 132-135

η διαδικασία "είναι φυσική, είναι τόσο φυσική όσο το νερό των ωκεανών"¹⁴⁵. Όλα αυτά ειπώθηκαν από την εκπομπή του που αριθμεί περισσότερους από 13 εκατομμύρια ακροατές, τη στιγμή δε που πέρα από την ανυπολόγιστη περιβαλλοντική καταστροφή, η έκρηξη στην εξέδρα είχε προκαλέσει το θάνατο σε 11 εργαζόμενους.

2.6 Ο ρόλος του κοινού

Η σχέση ανάμεσα στα Μ.Μ.Ε. και το κοινό θεωρείται από τους μελετητές σχέση αλληλεπίδρασης και αλληλεξάρτησης. Η ανάλυση του τρόπου με τον οποίο κατανοεί το κοινό τα μηνύματα και η επίδραση που ασκούν έχουν τροφοδοτήσει σχεδόν από τις αρχές του αιώνα τον προβληματισμό των πολιτικών, των εκπαιδευτικών, της κοινής γνώμης και των μελετητών της μαζικής επικοινωνίας¹⁴⁶. Η θεώρηση της παντοδυναμίας των ΜΜΕ, η οποία ασκούσε μεγάλη επιρροή από τις αρχές του 20ού αιώνα, αρχίζει να αμφισβητείται ήδη από τις κοινωνικο-ψυχολογικές προσεγγίσεις και τις αντίστοιχες εμπειρικές μελέτες της περιόδου 1940-60¹⁴⁷.

Εκείνη την περίοδο τίθενται για πρώτη φορά τα ζητήματα της διαφοροποίησης του κοινού, της «επιλεκτικής έκθεσης, επιλεκτικής αντίληψης και επιλεκτικής συγκράτησης των μηνυμάτων»¹⁴⁸. Το ζήτημα της επίδρασης του μηνύματος στο κοινό θεωρείται αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης τριών παραγόντων: της φύσης του μέσου, του συγκεκριμένου περιεχόμενου και της προσωπικότητας και ψυχοσύνθεσης των ατόμων που απαρτίζουν το κοινό. Σ' αυτό το πλαίσιο, το άτομο προσλαμβάνει, αναπλάθει, ερμηνεύει, αποδέχεται ή απορρίπτει τα μηνύματα των ΜΜΕ σε αρμονία με τις ήδη διαμορφωμένες του απόψεις και πεποιθήσεις, τον κοινωνικό και οικογενειακό του περίγυρο. Καθοριστικό δε ρόλο στη διαδικασία πρόσληψης, μέσω της διαμεσολάβησης στην κατανόηση και ερμηνεία των μηνυμάτων, παίζουν οι οδηγητές γνώμης -*opinion leaders*-, το πλέγμα των διαπροσωπικών σχέσεων και επιρροών που περιβάλλει το δέκτη¹⁴⁹.

¹⁴⁵ Chow Lorraine, 2017, "Rush Limbaugh Claims BP Oil Spill Didn't Harm Environment", Ecowatch, διαθέσιμο στο <https://www.ecowatch.com/rush-limbaugh-bp-oil-spill-2450348261.html>

¹⁴⁶ Κωνσταντινίδου, Χ. 2002. «Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και η παραγωγή νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές». Μέρος Α, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών. Τομ. 108, σ. 162-181.

¹⁴⁷ Curran J., 1982, «Communications, Power and Social Order», στο Gurevitch M. et al., «Culture, Society and the Media», Methuen and Co. Ltd., London, pp 198-230.

¹⁴⁸ Σεραφετινίδου Μ., 1987, "Κοινωνιολογία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας", Αθήνα, Gutenberg, σελ. 267-327.

¹⁴⁹ Ibid Σεραφετινίδου Μ., 1987.

Εντούτοις, η πραγματική τομή στην ανάλυση των επιδράσεων των ΜΜΕ έρχεται με την ανάπτυξη των προσεγγίσεων των «χρήσεων και ικανοποιήσεων»¹⁵⁰. Για πρώτη φορά το ζήτημα της πρόσληψης των μηνυμάτων τίθεται με κοινωνιολογικούς όρους και εξετάζεται το κοινωνικό σύστημα, οι δομές στις οποίες εντάσσονται οι διάφορες κατηγορίες κοινού και ο τρόπος με τον οποίο αντιλαμβάνονται, αξιολογούν και ερμηνεύουν τα μηνύματα. Η προσέγγιση των «χρήσεων και ικανοποιήσεων» στηρίζεται στην παραδοχή ότι η «χρήση των ΜΜΕ αποτελεί περισσότερο μια αλληλοδραστική διαδικασία που συνδυάζει το περιεχόμενο των μέσων, τις προσωπικές ανάγκες, τις αντιλήψεις, τους ρόλους, τις αξίες και το κοινωνικό πλαίσιο μέσα στο οποίο βρίσκεται και λειτουργεί ένα άτομο»¹⁵¹.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον ορισμό του McQuail¹⁵²: «(1) Οι προσωπικές κοινωνικές περιστάσεις και οι ψυχολογικές διαθέσεις επηρεάζουν (2) τις γενικές συνήθειες της χρήσης των μέσων και (3) τις απόψεις και τις προσδοκίες σχετικά με τα προνόμια που προσφέρουν τα ΜΜΕ, που διαμορφώνουν (4) τις συγκεκριμένες ενέργειες της χρήσης των μέσων και της κατανάλωσης, που ακολουθούνται από (5) τις εμπειρικές αξιολογήσεις (με συνέπεια την περαιτέρω χρήση των ΜΜΕ) και πιθανόν για (6) εφαρμογές των προνομίων που εφαρμόζονται σε άλλους τομείς της εμπειρίας και της κοινωνικής δραστηριότητας».

Ο Eco είναι από τους πρώτους κριτικούς στοχαστές που διατύπωσε, ήδη από τη δεκαετία του '60, με σημειωτικούς όρους την άποψη ότι το κοινό αποκωδικοποιεί ανάλογα με την εμπειρία του, την καταγωγή, το περιβάλλον και τα κοινωνικά συμφραζόμενα τα μηνύματα των ΜΜΕ προδίδοντας κάθε φορά διαφορετικό νόημα στα γεγονότα, στην πραγματικότητα κ.λπ..¹⁵³

Όπως τονίζει σε άρθρο του το 1968¹⁵⁴, πιστεύει ότι το νόημα του μηνύματος αλλάζει σύμφωνα με τον κώδικα με τον οποίο το ερμηνεύει ο αναγνώστης: «Ο Δέκτης μεταμορφώνει το Σήμα σε Μήνυμα, αλλά αυτό το Μήνυμα είναι ακόμη η κενή μορφή στην οποία ο Παραλήπτης μπορεί να αποδώσει διάφορα νοήματα

¹⁵⁰ McQuail D., 1997, *Εισαγωγή στη θεωρία της μαζικής επικοινωνίας*, Αθήνα, Καστανιώτης, κεφ. 15, 16, 17, 18, 19, σελ. 415-543.

¹⁵¹ Ibid

¹⁵² Ibid

¹⁵³ Κωνσταντινίδου, Χ. (2002). «Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και η παραγωγή νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές». Μέρος Α, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών. Τομ. 108, σ. 162-181..

¹⁵⁴ Eco U., 1982, «Για ένα σημειολογικό ανταρτοπόλεμο», στο *Η σημειολογία στην καθημερινή ζωή*, Αθήνα, Μαλλιάρη-Παιδεία.

ανάλογα με τον κώδικα που εφαρμόζει». Και συνεχίζει: «ο κόσμος των μαζικών επικοινωνιών είναι γεμάτος από "ασύμφωνες" ερμηνείες. Θα έλεγα ότι το ευμετάβλητο των ερμηνειών είναι ένας μόνιμος νόμος των μαζικών επικοινωνιών. Τα μηνύματα ξεκινούν από την πηγή και φτάνουν σε διαφορετικά κοινωνικά περιβάλλοντα, όπου ισχύουν διαφορετικοί κώδικες».

Η ιδέα ότι οι αναγνώστες δημιουργούν τα δικά τους μηνύματα ενυπάρχει και στην προσέγγιση του Hall¹⁵⁵. Παρόλα αυτά, τόσο στο έργο του Eco όσο και στην προσέγγιση του Hall, η έμφαση παραμένει στην ανάλυση της εξουσίας των ΜΜΕ και των κειμένων που παράγουν και όχι στην ανάλυση της πρόσληψης των διάφορων κατηγοριών κοινού.

Τα ΜΜΕ μπορεί να έχουν την πρόθεση, μέσω της παροχής εκπομπών, δημοσιευμάτων, ταινιών, τηλεοπτικών δελτίων ειδήσεων κ.λπ., να ασκήσουν ιδεολογική χειραγώγηση και να επηρεάσουν προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση το κοινό τους, αλλά στην πραγματικότητα το κοινό είναι αυτό που κατασκευάζει το νόημα. Κατά συνέπεια τις περισσότερες φορές τα ΜΜΕ εκπέμπουν τα μηνύματα κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να εναρμονίζονται με τις ήδη υπάρχουσες προσδοκίες, αξίες και με τη ‘‘γλώσσα’’ που χρησιμοποιεί το κοινό.

Από την πλευρά τους οι επαγγελματίες των μέσων, ανάλογα με τη κατηγορία του μηνύματος που θα μεταδοθεί και τον τύπο του μέσου όπου εργάζονται, εξειδικεύουν ή απλοποιούν το περιεχόμενο του μηνύματος χρησιμοποιώντας ή απορρίπτοντας κατάλληλες εκφράσεις που τυχόν προέρχονται από τη πηγή. Αυτή η πρακτική της απλοποίησης ενέχει κινδύνους για τη μετάδοση περισσότερο σύνθετων επιστημονικών, οικονομικών ή πολιτικών θεμάτων καθώς η εκλαΐκευση ειδικών όρων με σκοπό τη διαμόρφωση ενός ελκυστικού κειμένου για τον αναγνώστη ενδέχεται όχι μόνο να απομειώσουν την αξία της επιστημονικής ή άλλης είδησης αλλά και να την αλλοιώσουν.

¹⁵⁵ Hall S., 1992b, «*The Question of Cultural Identity*», στο S. Hall, D. Held, T. McGrew, «*Modernity and its Future*», London, Polity, σ. 273-326.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ, ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΚΡΙΣΗΣ

3.1. Οι προκλήσεις των δημοσιογράφων.

Οι δημοσιογράφοι που καλύπτουν ρεπορτάζ για το περιβάλλον αντιμετωπίζουν ασυνήθιστα δύσκολες στιγμές. Μια πρωτοφανής σειρά οικονομικών, πολιτικών και τεχνολογικών εξελίξεων μετασχημάτισαν και εξακολουθούν να μετασχηματίζουν την εργασία τους σε κάτι που δεν έχει καμία ομοιότητα με αυτό που φαινόταν μόνο μερικά χρόνια πριν.

Θέσεις εργασίας δεν υπάρχουν πια ή έχουν μειωθεί, ΜΜΕ κλείνουν ή μεταφέρουν τη δυναμική τους στο διαδίκτυο¹⁵⁶. Για πολλούς από τους αφοσιωμένους άνδρες και γυναίκες που έχουν επιλέξει τη σταδιοδρομία της περιβαλλοντικής δημοσιογραφίας, η δουλειά έχει μετατραπεί από μια ιδεαλιστική σταυροφορία για να σώσουν τον πλανήτη σε έναν πάρα πολύ πραγματικό αγώνα για επιβίωση, με λίγες ελπίδες να κάνουν τη διαφορά στον κόσμο.

3.1.1. Η εργασιακή ασφάλεια στην κορυφή των προτεραιοτήτων των δημοσιογράφων.

Η κλιματική αλλαγή και η ενεργειακή πολιτική θα είναι οι δύο μεγαλύτερες ιστορίες για τους περιβαλλοντικούς δημοσιογράφους τα επόμενα χρόνια, σύμφωνα με δημοσκόπηση που πραγματοποιήθηκε το 2011 από την Εταιρεία Δημοσιογράφων Περιβαλλοντικού ρεπορτάζ (Society of Environmental Journalists-SEJ) των ΗΠΑ και το επιστημονικό περιοδικό NewsPro πριν από το 21^ο ετήσιο συνέδριο της SEJ.

Η δημοσκόπηση έλεγξε τα μέλη του οργανισμού σχετικά με θέματα που έχουν να κάνουν με τις θέσεις εργασίας όσων καλύπτουν περιβαλλοντικά ζητήματα. Μεταξύ των ευρημάτων της μελέτης¹⁵⁷.

¹⁵⁶ Dennis R. Liff, *“Environmental Journalists are asked to do more with less”*, NewsPro, The magazine for news professionals, October 2011, page 3.

¹⁵⁷ Hillary Atkin, *“Job security tops list of challenges”*, NewsPro, The magazine for news professionals, October 2011, page 6.

- Οι δημοσιογράφοι που καλύπτουν περιβάλλον θεωρούν ότι η μεγαλύτερη πρόκληση που αντιμετωπίζουν στην εργασία τους είναι η ασφάλεια στη δουλειά τους.
- Λένε ότι οι μεγαλύτερες αλλαγές στην δουλειά τους τα τελευταία πέντε χρόνια περιλαμβάνουν τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης και πολυμέσων.
- Βλέπουν την αυξημένη συνειδητοποίηση σχετικά με τα «πράσινα» ζητήματα και την τάση για κατανάλωση τροφής που καλλιεργείται τοπικά ως τις πιο θετικές περιβαλλοντικές τάσεις στις ΗΠΑ.

Ειδικότερα, απαντώντας στην ερώτηση «Ποια είναι η μεγαλύτερη πρόκληση στη δική σου εργασία ως δημοσιογράφος που καλύπτει περιβαλλοντικά ζητήματα;» το 32,5% δήλωσε ότι ήταν η δική του ασφάλεια εργασίας. Το 23,7% δήλωσε ότι ήταν οι πηγές κατά τη δόμηση της είδησης, το 18,4% επέλεξε την απάντηση "η προτεραιότητα που δίνει στα θέματα το ειδησεογραφικό μου μέσο" και το 3,5% επέλεξε "αντιπαράθεση των αναγνωστών / αντιπολίτευση / θυμός που ανατροφοδοτούν το περιβαλλοντικό ζήτημα. Τέλος το 21,9% επέλεξε "άλλα".

Ένας από τους ερωτηθέντες δήλωσε: "Ως freelance δημοσιογράφος, εξασφαλίζω αρκετές αποστολές για να αναπτύξω σταθερά μια ειδικότητα ως περιβαλλοντικός δημοσιογράφος. Είναι δύσκολο να αναπτύξεις σχέσεις με πηγές, εξοικείωση με τα θέματα και συνέπεια στην κάλυψη όταν πρέπει να καταπιαστείς με διαφορετικά θέματα".

Άλλοι είχαν παρόμοιες παρατηρήσεις. Ένας δημοσιογράφος έγραψε: «Η δημοσιογραφία έχει αλλάξει δραστικά. Αρκετά από τα ειδησεογραφικά μέσα ή τους οργανισμούς για τους οποίους δούλευα έκλεισαν, αγοράστηκαν ή έχασαν τους συντάκτες τους. Ουσιαστικά ο μισθός που βγάζω από άλλες δραστηριότητες (γράφοντας λόγους, κάνοντας εργαστήρια, προγράμματα επιχορηγήσεων, ηλεκτρονική εκπαίδευση και άλλες μη σχετικές δραστηριότητες) είναι οικονομικά νάνος μπροστά σ αυτό που μπορώ να βγάλω από την περιβαλλοντική δημοσιογραφία. Αυτό είναι ένα πρόσφατο φαινόμενο».

Ένας άλλος ερωτώμενος πρόσθεσε ότι η μεγάλη πρόκληση είναι "η εύρεση της αμιγώς τοπικής γωνίας σε αυτές τις ιστορίες". Κοιτάζοντας τη μεγάλη εικόνα, η εκτελεστική διευθύντρια του SEJ, Beth Parke, συμφώνησε με τα ευρήματα. "Η μεγαλύτερη πρόκληση για τα μέλη του SEJ θα πρέπει να είναι η απώλεια καλώς

αμειβόμενων θέσεων δημοσιογράφων που καλύπτουν περιβαλλοντικά ζητήματα. Τα τελευταία πέντε χρόνια, όλο και περισσότεροι δημοσιογράφοι, που εργάζονται σε κάθε τύπο μέσων ενημέρωσης, γίνονται freelancer ή αφήνουν το επάγγελμα γενικά", δήλωσε η Parke. "Άνθρωποι που εξακολουθούν να έχουν δουλειά είναι αβέβαιοι πόσο καιρό θα κρατήσει η τύχη τους. Μόνιμες συνεργασίες ή θέσεις εργασίας σε βιώσιμα ή MME που ευημερούν είναι δύσκολες να υπάρξουν ή να διατηρηθούν. Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι τα ζητήματα απασχόλησης είναι κεντρικά για τους δημοσιογράφους αυτή τη στιγμή, όπως είναι για όλους σχεδόν τους άλλους».

Απαντώντας στην ερώτηση "Ποια θεωρείτε ως την πιο σημαντική περιβαλλοντική ιστορία τα επόμενα χρόνια;" το 37,7% δήλωσε την παγκόσμια αλλαγή του κλίματος, το 29,8% ανέφερε τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και την ενεργειακή πολιτική και το 11,4% δήλωσε τα προβλήματα υγιεινού πόσιμου νερού.

Ορισμένοι σχολίασαν ότι η ερώτηση είναι δύσκολη επειδή σχεδόν όλες οι απαντήσεις είναι διασυνδεδεμένες. "Είναι τόσο βαθιά συνδεδεμένες μεταξύ τους", δήλωσε ένας δημοσιογράφος που καλύπτει περιβαλλοντικό ρεπορτάζ. "Και αυτή είναι η ιστορία, ότι το περιβάλλον μας, ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί ο κόσμος μας, είναι ένα απίστευτα πολύπλοκο, διασυνδεδεμένο σύστημα. Ως δημοσιογράφοι, επομένως, η πιο σημαντική ιστορία που πρέπει να προβάλουμε είναι η διασύνδεση μεταξύ των διαφόρων θεμάτων, των σχέσεων και των επιπτώσεων, που έχουν αυτά τα διαφορετικά θέματα για τη ζωή μας".

Σχετικά με το ποιες πιστεύουν οι δημοσιογράφοι ότι είναι οι πιο ελπιδοφόρες φιλοπεριβαλλοντικές τάσεις στις Ηνωμένες Πολιτείες, το 30,7% δήλωσε ότι είναι η γενικά αυξημένη συνείδηση για τα πράσινα θέματα, το 28,1% ότι είναι το κίνημα "φάε τοπικά" και το 17,5% ότι είναι η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και οικιακών ενεργειακών πηγών, όπως οι ηλιακοί συλλέκτες και οι ενεργειακά αποδοτικοί λαμπτήρες.

Ερωτηθέντες για τη μεγαλύτερη αλλαγή στις εργασιακές απαιτήσεις τα τελευταία πέντε χρόνια, το 29,8% ξεχώρισε την κοινωνική δικτύωση, το 27,2% ανέδειξε την πολυπλοκότητα των πολυμέσων, το 19,3% επέλεξε την ανάγκη για περισσότερη τεχνογνωσία σχετικά με τα θέματα και το 14% δήλωσε το blogging.

Η Parke λέει ότι θα βοηθούσε τους δημοσιογράφους που αγαπούν το περιβαλλοντικό ρεπορτάζ εάν περισσότεροι άνθρωποι ζητούσαν από τα MME που

εμπιστεύονται για την ενημέρωσή τους την όσο το δυνατό μεγαλύτερη κάλυψη περιβαλλοντικών θεμάτων και ήταν πρόθυμοι να δαπανήσουν μερικά από τα δικά τους χρήματα για να την εξασφαλίσουν.

«Χρειαζόμαστε συνδρομές και επενδύσεις από επιχειρήσεις όλων των ειδών για την υποστήριξη της ανεξάρτητης δημοσιογραφίας στα μέσα ενημέρωσης», ανέφερε. "Καλύτερες προοπτικές για την οικονομία γενικά θα φρόντιζαν πολλά από αυτά τα θέματα».

3.1.2. Οι δημοσιογράφοι στον κόσμο των νέων μέσων

Μια από τις προκλήσεις του να εργάζεται κανείς σε ταχέως μεταβαλλόμενα επαγγέλματα όπως η δημοσιογραφία ή οι επικοινωνίες είναι η δυσκολία να πάρει ανάσα και ν' αφιερώσει χρόνο για να κοιτάξει τη διαδρομή που έχει διανύσει.

Το τοπίο των ΜΜΕ έχει αλλάξει άρδην από τη δεκαετία του 1990 που στην Αμερική είχε μόλις δημιουργηθεί η καλωδιακή τηλεόραση και το Διαδίκτυο ήταν ως επί το πλείστον ένα όνειρο¹⁵⁸. Η καλωδιακή τηλεόραση, ο παγκόσμιος ιστός και η εποχή της πληροφορίας έχουν ανοίξει έναν κόσμο επιλογών για τους καταναλωτές οι οποίοι στην πλειοψηφία τους προτιμούν να διασκεδάζουν με δεύτερης ποιότητας προγράμματα (τύπου reality show και κουτσομπολίστικα προγράμματα), παρά να ενημερώνονται.

Η δουλειά των δημοσιογράφων που καλύπτουν περιβαλλοντικά θέματα δεν ταιριάζει σε αυτή τη θλιβερή δυναμική, αλλά στην πραγματικότητα κάνει το έργο τους, και την αποστολή φορέων όπως το SEJ, περισσότερο σπουδαία. Σε μια εποχή που το επάγγελμα του δημοσιογράφου, οι κυβερνήσεις, το περιβάλλον και η οικονομία χαρακτηρίζονται από διαφορετικού βαθμού δυσλειτουργίες, ειλικρινείς και αξιόπιστες αναφορές σχετικά με τις περιβαλλοντικές προκλήσεις δεν ήταν ποτέ πιο κρίσιμες.

Μεγάλοι ειδησεογραφικοί όμιλοι έχουν στοιχιστεί πίσω από τα διοικητικά τους συμβούλια, και έμπειροι δημοσιογράφοι με την απαραίτητη κρίση και μνήμη για

¹⁵⁸ Peter Dykstra, "Where do reporters fit in the new media world?", NewsPro, The magazine for news professionals, October 2011, page 50.

θεσμικά θέματα επιστήμης και περιβάλλοντος είναι συχνά μεταξύ των πρώτων που εξαφανίζονται. *«Η περιβαλλοντική δημοσιογραφία έχει διανύσει αρκετά μεγάλη πορεία ώστε να έχει τη δική της ιστορία και τη δική της φήμη. Μπορούμε να είμαστε υπερήφανοι και για τα δύο. Ο SEJ υπάρχει εδώ και μια γενιά: στέρεος βράχος σε ένα τοπίο που μεταβάλλεται. Μερικοί από τους βετεράνους έχουν συνταξιοδοτηθεί - είτε κατ' επιλογή είτε όχι - από την ενεργό δράση, αλλά ο οργανισμός έχει παράσχει υποδομή προκειμένου οι δημοσιογράφοι να μπορούν να εξειδικεύονται στο συγκεκριμένο είδος ρεπορτάζ»*, σημειώνει ο Peter Dykstra, επικεφαλής του SEJ και δημοσιογράφος ειδικός σε θέματα περιβάλλοντος.

Καθώς η SEJ εισέρχεται στη δεύτερη γενιά της, η αποστολή της αλλάζει, συνεχίζει ο ίδιος. *«Οι βετεράνοι γίνονται μέντορες και πρότυπα για νέους δημοσιογράφους που εργάζονται σε νέα μέσα. Οι νέες ιστορίες που καλούνται να αφηγηθούν είναι οι τεράστιες προκλήσεις της εξαφάνισης των ενδιαιτημάτων και της αλλαγής του κλίματος, αλλά και η αναζήτηση λύσεων. Όταν ήμουν υπεύθυνος για τον τομέα επιστήμης και περιβάλλοντος του CNN, συνήθιζα να λέω στην ομάδα μου ότι μια καλή ιστορία είναι αυτή που φαίνεται έξυπνη την ημέρα που τη μεταδίδουμε και ακόμα πιο έξυπνη 20 χρόνια αργότερα. Οι ιστορίες που έγιναν από τα μέλη του SEJ δύο δεκαετίες πριν, φαίνονται αρκετά έξυπνες σήμερα. Και ακόμα κι αν πολλές από τις ειδήσεις που καλύπτουμε δεν είναι διασκεδαστικές, η καλύτερη υπηρεσία που μπορούμε να προσφέρουμε είναι να διατηρήσουμε το ίδιο πρότυπο. Να συνεχίζουμε να τις λέμε»* καταλήγει.

3.2. Οικονομική κρίση και Τύπος στην Ελλάδα: Η διαχείριση των περιβαλλοντικών θεμάτων σε συνθήκες κρίσης.

Κατά την δετία της οικονομικής ύφεσης ο χώρος του Τύπου ήταν από τα πρώτα «θύματα» και ίσως όχι αναίτια, καθώς για πολλά χρόνια η άκριτη και δίχως εχέγγυα εύρυθμη λειτουργία διόγκωσή του, τοποθέτησε την ελληνική δημοσιογραφία σε ένα υπόβαθρο σαθρό και τις επιχειρήσεις Τύπου σε αναμενόμενη επισφάλεια.

Η οικονομική κρίση έφερε λουκέτο σε 23 εφημερίδες, πτωχεύσεις επιχειρήσεων ΜΜΕ και 60% μείωση στις αποδοχές των δημοσιογράφων. Τα στοιχεία

για τις επιπτώσεις της κρίσης στον χώρο των ΜΜΕ, όπως περιγράφονται στο επίσημο υπόμνημα που κατέθεσε στον υπουργό Ψηφιακής Πολιτικής Νίκο Παππά το ΔΣ της ΕΣΗΕΑ¹⁵⁹ σε συνάντησή τους τον Δεκέμβριο του 2017, που έγινε στο πλαίσιο της υπόσχεσης του υπουργού για ενίσχυση του Τύπου στη χώρα μας στα πρότυπα των ευρωπαϊκών χωρών, είναι σαρωτικά. Στο υπόμνημα περιγράφεται με στοιχεία το μεγάλο κραχ των ΜΜΕ από το 2009 έως και το 2017, έτος κατά το οποίο οδηγήθηκαν σε πτώχευση τα δύο μεγαλύτερα εκδοτικά συγκροτήματα, Πήγασος και ΔΟΛ. Συγκεκριμένα:

- Από το 2009 έως και το 2010 έκλεισαν 4 εφημερίδες: «Απογευματινή», «Χώρα», «Σφήνα» και «Ελεύθερος Τύπος», που επανεκδόθηκε υπό άλλη ιδιοκτησία.
- Από το 2011 έως και το 2012 έβαλαν λουκέτο άλλες 12 εφημερίδες: «Ελευθεροτυπία», «Αδέσμευτος Τύπος», «Αυριανή», «Ελεύθερος», «Εξπρές», «Ισοτιμία», «Εξέδρα των Σπορ», «Κιτρινόμαυρη Ώρα», «Score Live», «Financial Box», «Φίλαθλος» και «Σύμβουλος».
- Από το 2013 έως και το 2014 σταμάτησε η έκδοση 7 ακόμη εντύπων: «Κέρδος», «Παρασκευή και 13», «Νίκη», «Ελλάδα Αύριο», «Derby News», «Newsbomb», ενώ ανεστάλη και η καθημερινή έκδοση της «Βραδυνής».
- Το 2017 είναι το έτος της κατάρρευσης των μεγάλων συγκροτημάτων αλλά και της εξαφάνισης του έντυπου Τύπου στη Θεσσαλονίκη («Μακεδονία», «Θεσσαλονίκη»), ενώ έκλεισαν οι εφημερίδες «Εθνος», «Εθνος της Κυριακής», «Ημερησία» και «Ημερησία Σαββατοκύριακου». Οι τρεις πρώτοι τίτλοι επανήλθαν στην κυκλοφορία από την Dimera, σε συνεργασία με την 24Media.

Από το 2009 μέχρι και σήμερα οι αποδοχές των εργαζομένων, όσων δηλαδή έχουν παραμείνει στον χώρο του Τύπου, έχουν υποστεί μείωση κατά 60%. Χιλιάδες θέσεις εργασίας έχουν χαθεί, ενώ στα περισσότερα έντυπα κυριαρχεί η πληρωμή έναντι. Στους καταλόγους της ΕΣΗΕΑ υπάρχουν καταγεγραμμένοι 669 άνεργοι, εκ των οποίων οι 370 προέρχονται από εφημερίδες. Ακόμη, 323 δημοσιογράφοι βρίσκονται σε επίσχεση εργασίας. Οι άνεργοι, βέβαια, στην πραγματικότητα είναι πολύ περισσότεροι, καθώς πολλοί από αυτούς που έχασαν τη δουλειά τους δεν κατάφεραν να απορροφηθούν στα ΜΜΕ που συνεχίζουν να λειτουργούν σήμερα.

¹⁵⁹ Τυπολογίες, Το παρόν, 2017, «Όλεθρος για τον Τύπο τα Μνημόνια» διαθέσιμο στο <http://www.typologies.gr/olethros-gia-ton-typo-ta-mnimonia/>, 24

Κάτω απ' αυτές τις συνθήκες ελάχιστες από τις επιχειρήσεις Τύπου που παρέμειναν στο προσκήνιο και δεν κατέρρευσαν έχουν την «πολυτέλεια» να διαθέτουν συντάκτες αποκλειστικής απασχόλησης για καθένα από τα υπουργεία ή τους τομείς, πχ το περιβάλλον. Η συνήθης πρακτική στο βωμό της εξοικονόμησης πόρων επιτάσσει ο ίδιος συντάκτης να καλύπτει περιβάλλον και ταυτόχρονα διάφορα, ετερόκλητα θέματα για τα οποία πολλές φορές δεν διαθέτει καμία ειδική γνώση, κατάρτιση ή ακόμη και δημοσιογραφική πηγή.

Αυτή η πολυδιάσπαση των ενδιαφερόντων και του αντικειμένου του συντάκτη σε συνδυασμό με τα εξαντλητικά ωράρια εργασίας, συνεπάγεται την απόσπασή του από την ενασχόλησή του με τα διαρκώς εξελισσόμενα επιστημονικά και πολιτικά δεδομένα που σχετίζονται με το περιβάλλον και συνεπακόλουθα την απομάκρυνση από το αντικείμενό του.

Την ίδια στιγμή εξακολουθεί να ισχύει αυτό που ίσχυε πάντα και δεν σχετίζεται απόλυτα με την κρίση: η βαρύτητα της άποψης του δημοσιογράφου για το ρεπορτάζ είναι σαφώς μικρότερη από τους νόμους της αγοράς που κατά μείζονα ρόλο προσδιορίζουν το περιεχόμενο μιας εφημερίδας, ενός δελτίου ειδήσεων, μιας ενημερωτικής εκπομπής. Η αναγνωσιμότητα, η θεαματικότητα, η ακροαματικότητα ή αλλιώς τα «κλικ» και ο χρόνος παραμονής σε ειδησεογραφικούς ιστότοπους είναι οι παράγοντες που προσδιορίζουν σε μεγάλο βαθμό τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης Τύπου. Όσα περισσότερα μάτια βλέπουν ένα MME τόσο αυξάνεται η ονομαστική του αξία στην αγορά, τόσο περισσότερο γίνεται ελκυστικό στους διαφημιστές. Οι διαφημιστές επιδιώκουν καταχωρίσεις προϊόντων σε αυτά πληρώνοντας συνήθως υψηλά ποσά, προκειμένου και αυτοί με τη σειρά τους να φέρουν τα επιθυμητά αποτελέσματα στον διαφημιζόμενο που προσδοκά κέρδη. Σε αυτή την «εμπορική» αλυσίδα ο ρόλος του δημοσιογράφου είναι δευτερεύων.

3.3 Περιβαλλοντική εκπαίδευση: Η αναγκαιότητα εκπαίδευσης των δημοσιογράφων και ο ρόλος των ειδικών επιστημόνων.

Οι ρίζες και οι καταβολές της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, πρέπει να αναζητηθούν στο παγκόσμιο οικολογικό κίνημα της δεκαετίας του '60, στη γιγάντωση του οποίου συνέβαλαν οι διαμαρτυρίες της παγκόσμιας κοινότητας για τις

πυρηνικές δοκιμές. Εκείνη την περίοδο όχι μόνο οικολογικές οργανώσεις αλλά και επιστήμονες απαιτούσαν την ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης σε όλους τους τομείς της ζωής των πολιτών.

Σ' ένα δεύτερο χρόνο η επιστημονική κοινότητα διατυπώνει με επίσημο πλέον τρόπο την εκτίμηση ότι η περιβαλλοντική εκπαίδευση των πληθυσμών αποτελεί ένα από τα βασικά εργαλεία προστασίας του περιβάλλοντος. Στη Συνδιάσκεψη της Στοκχόλμης (1972) για το ανθρώπινο περιβάλλον η 96^η πρόταση ζητά την ανάπτυξη της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης προκειμένου να συντελέσει καθοριστικά στην αντιμετώπιση της παγκόσμιας περιβαλλοντικής κρίσης.

Τα συμπεράσματα του Διεθνούς Συνεδρίου του Βελιγραδίου (13-22 Οκτωβρίου 1975), διατυπώθηκαν στη « Χάρτα του Βελιγραδίου »¹⁶⁰ η οποία αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά κείμενα για τη μετέπειτα πορεία και εξέλιξη της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης. Στο Συνέδριο βασικός σκοπός της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης καθορίζεται «η διάπλαση ενός παγκόσμιου πληθυσμού με συνείδηση και ενδιαφέρον για το συνολικό περιβάλλον και τα περιβαλλοντικά προβλήματα».

Η 1^η Παγκόσμια Διακυβερνητική Διάσκεψη για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση στην Τιφλίδα της Γεωργίας¹⁶¹ (1977) εξειδικεύει περισσότερο τις σχετικές παραμέτρους και αναδεικνύει, για πρώτη φορά, στη Διακήρυξή της τον καίριο ρόλο των ΜΜΕ στην περιβαλλοντική εκπαίδευση. «Τα ΜΜΕ παίζουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης προσεγγίζοντας το ευρύτερο κοινό.» (Τιφλίδα 1977, σελ. 21, 31).

Εξειδικεύοντας, η Διάσκεψη προτείνει προς τα Κράτη-Μέλη να ενθαρρύνουν τη διάδοση της γνώσης σχετικά με την προστασία και βελτίωση του περιβάλλοντος με τη χρήση του Τύπου, του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης αλλά και να οργανώσουν εκπαιδευτικά προγράμματα για δημοσιογράφους, εκδότες εφημερίδων,

¹⁶⁰ U.N.E.S.C.O.-U.N.E.P. Enviromental Education Newsletter", vol.1, no1, 1976, διαθέσιμο στο <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001533/153391eb.pdf>

¹⁶¹ Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε. και Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς 1999. «Η Διακήρυξη της Τιφλίδας». Σειρά: Βασικά κείμενα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, τ. 2, διαθέσιμο στο https://www.ekke.gr/estia/Inteduc/Ba_Keim_PEEKPE/TeX 2.pdf

παραγωγούς του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης έτσι ώστε να είναι σε θέση να χειρίζονται κατάλληλα τα περιβαλλοντικά θέματα.

Είναι η πρώτη φορά που αναγνωρίζεται ο πρωταρχικός ρόλος που διαδραματίζουν τα Μ.Μ.Ε. σε αυτήν τη διαδικασία καθώς απευθύνονται σε όλο το φάσμα των πολιτών και παράλληλα μπορούν να παρέχουν εμπειριστατωμένη πληροφόρηση, είτε συνεργαζόμενα με επιστήμονες είτε μέσω δημοσιογράφων αποκλειστικής απασχόλησης με περιβαλλοντικά θέματα. Αναγνωρίζεται παράλληλα η αναγκαιότητα εκπαίδευσής των δημοσιογράφων ώστε να αποκτούν τη δυνατότητα κατ' αρχήν να εκτιμήσουν και να αξιολογήσουν οι ίδιοι ένα επιστημονικό θέμα και εν συνεχεία να το αποδώσουν με κατανοητό αλλά ακριβή τρόπο προς το κοινό.

Σ' αυτή την κατεύθυνση καθοριστικό ρόλο διαδραματίζουν εξειδικευμένοι επιστήμονες-δάσκαλοι που θα εκπαιδεύσουν τους επαγγελματίες των ΜΜΕ ανοίγοντας νέους επιστημονικούς δρόμους και προσφέροντας πολύτιμες γνώσεις. Ομοίως, η συμμετοχή στην εκπαιδευτική διαδικασία, δημοσιογράφων ευαισθητοποιημένων περιβαλλοντικά που καλύπτουν τα εν λόγω θέματα κινούμενοι όχι μόνο από βιοποριστικά αλλά και ιδεολογικά κίνητρα, συμβάλλει στην άρτια ενημέρωση και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του κοινού. Αναπτύσσεται λοιπόν μια σχέση αλληλεπίδρασης με αμφίδρομα οφέλη μεταξύ των δυο. Οι δημοσιογράφοι αξιοποιούν τους επιστήμονες ως πηγές, αντλώντας στοιχεία καίριας σημασίας από το έργο τους ή προβάλλοντας την επιστημονική τους άποψη και οι επιστήμονες αξιοποιούν τους δημοσιογράφους ως πομπούς, προκειμένου να επικοινωνήσουν το μοναχικό πολλές φορές έργο τους σε ευρύτερες μάζες. Η αρμονική συνεργασία μεταξύ επιστημόνων και δημοσιογράφων μόνο οφέλη μπορεί να αποφέρει στο περιβάλλον, στην κοινωνία και στους ίδιους.

Ο ρόλος των Μ.Μ.Ε. στην περιβαλλοντική πληροφόρηση και εκπαίδευση του κοινού έχει τονιστεί και στο “Διεθνές Συνέδριο για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και Κατάρτιση” στη Μόσχα, το 1987. Στη Διάσκεψη της Μόσχας η αναφορά στα Μ.Μ.Ε. εντάσσεται στο κεφάλαιο που αφορά στην εκπαίδευση και την ενημέρωση του κοινού. Αρχικά σημειώνεται η σπουδαιότητα της προβολής των περιβαλλοντικών

θεμάτων από τα Μ.Μ.Ε. και τονίζεται η ανάγκη ανάπτυξης μιας μαζικής κουλτούρας σχετικής με το περιβάλλον. Προτείνονται οι εξής δράσεις¹⁶²:

- Δράση 1η: Παραγωγή εκπαιδευτικών προγραμμάτων σχετικά με τα ΜΜΕ. Στη συγκεκριμένη δράση σημειώνεται, μεταξύ άλλων, ότι θεωρείται αναγκαία η ενσωμάτωση περιβαλλοντικής διάστασης σε προγράμματα κατάρτισης των δημοσιογράφων, σκηνοθετών τηλεόρασης, κ.ο.κ. και προτείνεται η διεξαγωγή διεπιστημονικών σεμιναρίων μικρής διάρκειας τόσο για τους εργαζομένους στα ΜΜΕ, όσο και για τα εκπαιδευόμενα στελέχη των ΜΜΕ.
- Δράση 2η: Χρήση νέων μέσων επικοινωνίας και μεθόδων ενεργητικής διδασκαλίας.
- Δράση 3η: Δημιουργία τράπεζας οπτικοακουστικού υλικού.
- Δράση 4η: Χρήση και ανάπτυξη εκθέσεων και μουσείων
- Δράση 5η: Ανάπτυξη κοινής δράσης UNESCO- UNEP. Προτείνεται μεταξύ άλλων συνεργασία μεταξύ επιστημονικών ιδρυμάτων και ΜΜΕ ώστε η από κοινού δημιουργία προγραμμάτων ραδιοφώνου, τηλεόρασης με μικρό κόστος, να έχει το βέλτιστο αποτέλεσμα

Ταυτόχρονα στο 36ο κεφάλαιο της Agenda 21 σημειώνεται ότι¹⁶³: «Ανάλογα με τις ειδικές συνθήκες κάθε χώρας, μπορεί να δοθεί μεγαλύτερη στήριξη για την εκπαίδευση, την κατάρτιση και την ενημέρωση του κοινού σε σχέση με το περιβάλλον και την ανάπτυξη, μέσω των παρακάτω μέτρων...» Ανάμεσα στα μέτρα είναι «να διευκολυνθεί η χρήση των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας με χαμηλό ή μηδενικό κόστος για τους στόχους της εκπαίδευσης...»

Τέλος, στη Διακήρυξη της Θεσσαλονίκης¹⁶⁴ αναφέρεται: «Τα Μ.Μ.Ε. καλούνται να ευαισθητοποιηθούν και να κινητοποιήσουν την τεχνογνωσία τους και

¹⁶² Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε. και Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς, 1999. «Η Διάσκεψη της Μόσχας». Σειρά: Βασικά κείμενα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, τ. 3, διαθέσιμο στο https://www.ekke.gr/estia/Inteduc/Ba_Keim_PEEKPE/Teux_3.pdf

¹⁶³ United Nations Conference on Environment & Development, Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992

AGENDA 21, διαθέσιμο στο <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>

¹⁶⁴ <https://www.ekke.gr/estia/Unesco/results.htm>

τους διαύλους διάχυσης πληροφοριών για να διαδώσουν τα κύρια μηνύματα και να βοηθήσουν να μετατραπεί η πολυπλοκότητα των σχετικών θεμάτων σε ουσιαστική και εύληπτη πληροφορία για το κοινό. Το δυναμικό των νέων πληροφοριακών συστημάτων πρέπει να χρησιμοποιηθεί ορθά για το σκοπό αυτό».

Ένα περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένο κοινό συμβάλει στη βελτίωση της ποιότητας κάλυψης των περιβαλλοντικών θεμάτων από τα Μ.Μ.Ε. καθώς απαιτεί σφαιρική και σε βάθος ενημέρωση. Συντελεί κατ' αυτό τον τρόπο στη βελτίωση της ποιότητας του δημοσιογραφικού έργου. Όσο περισσότερος χώρος και χρόνος δίνεται από τα μέσα στα ρεπορτάζ του είδους τόσο περισσότερο οξύνεται η ευαισθητοποίηση του κοινού, τόσο περισσότερο αυξάνεται η απαίτησή του για εμπειριστατωμένη ενημέρωση. Από την πλευρά του ο δημοσιογράφος όσο αντικειμενικότερα περιγράφει τις πραγματικές διαστάσεις του περιβαλλοντικού προβλήματος αποδίδοντας βέβαια βαρύτητα σε ό,τι ο ίδιος, σύμφωνα με την κατάρτιση και επιστημοσύνη του, θεωρεί μείζον τόσο καλύτερα υπηρετεί το λειτούργημα της αδέσμευτης ενημέρωσης. Στο σημείο αυτό, ωστόσο, ο υποκειμενισμός του συντάκτη θα πρέπει να θεωρείται δεδομένος.

Στη χώρα μας ελάχιστα βήματα έχουν γίνει προς την κατάρτιση ενός συνολικού σχεδίου περιβαλλοντικής εκπαίδευσης των πολιτών. Ο ρόλος λοιπόν των Μ.Μ.Ε. γίνεται ακόμα πιο σημαντικός.

Στην επίσημη δημόσια εκπαίδευση των δημοσιογράφων στην Ελλάδα σημειώνεται παντελής απουσία οποιασδήποτε μορφής περιβαλλοντικής εκπαίδευσης ή απλής ενημέρωσης για το περιβάλλον και τα προβλήματα του, όπως αποδεικνύεται από τα προγράμματα σπουδών των αντίστοιχων τμημάτων της ελληνικής τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (Τμήμα Επικοινωνίας και Μ.Μ.Ε., Πάντειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Επικοινωνίας και Μ.Μ.Ε., Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μ.Μ.Ε., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης).

Ο βαθμός περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης του δημοσιογράφου, είτε είναι απότοκο εκπαίδευσης είτε αποτελεί στάση ζωής, επηρεάζει τον τρόπο εργασίας του και την καθημερινή επαγγελματική του ρουτίνα. Όσο υψηλότερος είναι, τόσο περισσότερο ο ρεπόρτερ επιχειρεί, σε βάρος πολλές φορές της προσωπικής του διευκόλυνσης, να φέρει στην επιφάνεια πτυχές περιβαλλοντικών ζητημάτων που ένας απονευρωμένος επαγγελματισμός ενδεχομένως θα άφηνε στο σκοτάδι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΧΥΤΑ ΣΤΗΝ ΚΕΡΑΤΕΑ ΚΑΙ ΤΥΠΟΣ

4.1. Σύντομο ιστορικό

Η προσπάθεια της πολιτείας να κατασκευάσει ΧΥΤΑ σε αρχαιολογικό χώρο στην Κερατέα, στη βάση ενός παρωχημένου μοντέλου διαχείρισης απορριμμάτων, ξεσήκωσε τον Δεκέμβριο του 2010 οξείες κοινωνικές αντιδράσεις που σταδιακά υπερέβησαν το τοπικό επίπεδο και έλαβαν κινηματικά χαρακτηριστικά. Η χωροθέτηση μιας Ολοκληρωμένης Εγκατάστασης Διαχείρισης Απορριμμάτων (ΟΕΔΑ) όπου θα γινόταν η επεξεργασία του 1/3 των αποβλήτων της Αττικής σε έκταση 500 στρεμμάτων, στα 5 χλμ απόσταση από τον οικιστικό ιστό, θεωρήθηκε από τους κατοίκους περιβαλλοντικά επιζήμια, κοινωνικά απαράδεκτη, πολιτικά άστοχη και διοικητικά έκνομη. Καθώς η Οδηγία 2008/98/ΕΚ της ΕΕ για τη διαχείριση των αποβλήτων δίνει προτεραιότητα στην πρόληψη δημιουργίας, την προετοιμασία για επαναχρησιμοποίηση, την ανακύκλωση, την ανάκτηση πόρων και ενέργειας και τελευταία αφήνει την τελική διάθεση υπολειμμάτων, οι κάτοικοι και οι εκπρόσωποί τους στη Συντονιστική Επιτροπή είχαν στη φαρέτρα τους ένα ισχυρό επιχείρημα. Επρόκειτο να κατασκευαστεί στην πόλη τους μια εγκατάσταση υπερμεγέθους με ευθέως ανταγωνιστικές λειτουργίες προς τις κατευθύνσεις της ΕΕ, καθώς βασιζόταν στην επεξεργασία μεγάλων ποσοτήτων σύμμεικτων απορριμμάτων από το εργοστάσιο που επρόκειτο να λειτουργήσει στο χώρο αλλά και τη δημιουργία του ΧΥΤΑ, ο οποίος θα προηγείτο χρονικά στην κατασκευή. Η Οδηγία 2008/98/ΕΚ ενσωματώθηκε τελικά στο εθνικό δίκαιο με το νόμο 4042/2012 (ΦΕΚ24/Α/13-2-2012), εισάγοντας με επίσημο πλέον τρόπο το νέο μοντέλο διαχείρισης στην ελληνική έννομη τάξη.

Ωστόσο μέχρι να γίνει αυτό, ιδιαίτερα δε από τις 11 Δεκεμβρίου 2010 μέχρι τις 18 Απριλίου 2011, η Κερατέα αποτέλεσε το επίκεντρο της αντίδρασης στο «δίκιο του ισχυρού», στα «επιχειρηματικά συμφέροντα» και στην πολιτικο-οικονομική διαπλοκή. Καθώς η χώρα περνούσε το κατώφλι των μνημονίων η αντίδραση έλαβε

επιπρόσθετα χαρακτηριστικά πολιτικής διαμαρτυρίας και εναντίωσης σε ένα ισχυρό και συμπαγές σύστημα που συνέθλιβε τη βούληση του ανίσχυρου. Προμετωπίδα του συστήματος αυτού αποτέλεσαν οι αστυνομικές δυνάμεις που στρατιωτικοποίησαν την περιοχή για 128 μέρες δημιουργώντας όρους κατοχής και οδήγησαν τους κατοίκους σε ένα ιδιότυπο αντάρτικο στο οποίο επιδόθηκαν προκειμένου να απομακρύνουν από την πόλη την εργοληπτική κοινοπραξία.

Τα περισσότερα ΜΜΕ, ευρισκόμενα σε στενή πολιτική σχέση αλληλεξάρτησης με το κυβερνών κόμμα και την επιχειρηματική ελίτ που άμεσα ή έμμεσα εξαρτούσε τα οικονομικά της συμφέροντα από την κατασκευή του έργου στην Κερατέα απέδωσαν μια εντελώς στρεβλή εικόνα της ιστορίας ενώ κάποια άλλα την υποβάθμισαν και την αποσιώπησαν. Η Κερατέα αποτέλεσε ένα παράδειγμα ειδησεογραφικού συμβάντος, το οποίο παρά τα αντικειμενικά του χαρακτηριστικά, επικοινωνήθηκε στην κοινή γνώμη περνώντας μέσα από το «διυλιστήριο» της πανίσχυρης πολιτικο-επιχειρηματικής βάσης των συστημικών ΜΜΕ. Κατά συνέπεια η κυρίαρχη αφήγηση υπήρξε εχθρική απέναντι στον αγώνα των κατοίκων εστιάζοντας μόνο στα βίαια γεγονότα διαμαρτυρίας με στόχο την απομόνωση ή και τον στιγματισμό των διαμαρτυρομένων και αποσιωπώντας την περιβαλλοντική και οικονομική ζημιά, τη διαπλοκή, τις μεθοδεύσεις και την κατάλυση κάθε έννοιας υγιούς επιχειρηματικότητας.

4.2. Αναζήτηση και συλλογή υλικού

Η συλλογή των δεδομένων της έρευνας βασίστηκε σε μια προσέγγιση που περιλάμβανε ρεπορτάζ για λογαριασμό της εφημερίδας Ελευθεροτυπία με επίκεντρο τη διαχείριση των απορριμμάτων, τόσο κατά τη διάρκεια των γεγονότων της Κερατέας (11/12/2010 – 18/04/2011) όσο προγενέστερα και μεταγενέστερα αυτών. Το ρεπορτάζ βασίστηκε σε επιτόπια παρατήρηση, συνεντεύξεις δημοσιεύσιμες και μη (on-off the record), έρευνα στο πεδίο καθώς και διερεύνηση εγγράφων, ηλεκτρονικών πηγών και διασταύρωση των δεδομένων, προφορικών και γραπτών. Ιδιαίτερη βαρύτητα δόθηκε στη διερεύνηση των συσχετισμών μεταξύ των πρωταγωνιστών των επιχειρηματικών ομίλων και της πολιτικής ηγεσίας με σκοπό να εξακριβωθεί η βαθύτερη αιτία πίσω από το διαμορφωθέν πολεμικό σκηνικό στην πόλη.

Η ερευνητική προσέγγιση για την παρούσα εργασία (case study) βασίστηκε επίσης σε μια εισήγηση για το ρόλο του Τύπου στην Κερατέα, του Γιώργου Ιατρού¹⁶⁵ κατά την ΙΕ' Επιστημονική Συνάντηση Ν.Α. Αττικής, που διοργανώθηκε από την Εταιρεία Μελετών Νοτιοανατολικής Αττικής και το Δήμο Κρωπίας. Βασίστηκε τέλος στην αναζήτηση και συλλογή των σχετικών άρθρων από το διαδίκτυο χρησιμοποιώντας λέξεις κλειδιά ή τους τίτλους των άρθρων, όταν αυτοί ήταν διαθέσιμοι.

Αρχικά έγινε η επιλογή των εφημερίδων στο αρχείο των οποίων θα γινόταν η αναζήτηση. Με βάση τα στατιστικά στοιχεία που ανακτήθηκαν από τον διαδικτυακό τόπο της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (<http://www.eihea.com.gr/eihea.php?contentid=67>) αυτές είναι οι: “Το Βήμα”¹⁶⁶, “Η Καθημερινή”, “Ελευθεροτυπία”, “Τα Νέα” (η πρώτη κυριακάτικη, η δεύτερη πρωινή και οι άλλες δύο απογευματινές). Και οι τέσσερις εφημερίδες βρίσκονταν ανάμεσα στις πέντε πρώτες θέσεις της κυκλοφορίας καθ’ όλη τη διάρκεια των γεγονότων της Κερατέας, δηλαδή από το Δεκέμβριο του 2010 μέχρι τον Απρίλιο του 2011 και του κινήματος εναντίωσης στην κατασκευή του ΧΥΤΑ, αποτελώντας χαρακτηριστικό δείγμα του ημερήσιου τύπου στην Ελλάδα. Το υλικό μας αποτελείται λοιπόν από άρθρα που δημοσιεύθηκαν σε αυτές τις 4 εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας, τόσο στα καθημερινά φύλλα τους, όσο και στις κυριακάτικες εκδόσεις τους και παράλληλα αναρτήθηκαν στο δικτυακό τόπο των εφημερίδων, από όπου και αντλήθηκαν.

¹⁶⁵ Ο Γιώργος Ιατρού, μαθηματικός και συγγραφέας υπήρξε μέλος της Συντονιστικής Επιτροπής Κατοίκων Κερατέας και από τα πρόσωπα που πρωταγωνίστησαν στο κίνημα που αναπτύχθηκε. Τον Οκτώβριο του 2013, στην ΙΕ' Επιστημονική Συνάντηση Ν.Α. Αττικής που διοργανώθηκε από την Εταιρεία Μελετών Νοτιοανατολικής Αττικής (<http://www.emena.gr/>) και το Δήμο Κρωπίας συμμετείχε με την εισήγηση «Η στάση του ημερήσιου και περιοδικού τύπου στη διάρκεια του αγώνα των κατοίκων της Κερατέας κατά του ΧΥΤΑ 1996-2013», διαθέσιμο στο <http://www.archaiologia.gr/wp-content/uploads/2013/10/%CE%A0%CE%A1%CE%9F%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%9C%CE%9C%CE%91-%CE%99%CE%95-%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%A3%CE%A4%CE%97%CE%9C%CE%9F%CE%9D%CE%99%CE%9A%CE%97%CE%A3-%CE%A3%CE%A5%CE%9D%CE%91%CE%9D%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%97%CE%A3-%CE%9D%CE%9F%CE%A4%CE%99%CE%9F%CE%91%CE%9D%CE%91%CE%A4%CE%9F%CE%9B%CE%99%CE%9A%CE%97%CE%A3-%CE%91%CE%A4%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%97%CE%A3.pdf>. Η εν λόγω εισήγηση δημοσιεύθηκε στα πρακτικά της ΙΕ' Επιστημονικής Συνάντησης και στις 9/12/2015 με την ευκαιρία των 5 χρόνων από την εισβολή των ΜΑΤ στην Κερατέα δημοσιεύθηκε στο blog που δημιούργησαν οι κάτοικοι προκειμένου να γνωστοποιήσουν τον αγώνα τους (η εισήγηση διαθέσιμη στο <http://www.forkeratea.com/2015/12/1996-2013/>)

¹⁶⁶ Στις 25 Νοεμβρίου 2010 «Το Βήμα» διακόπτει την καθημερινή έντυπη έκδοσή του και συνεχίζει μόνο με την Κυριακάτικη και την διαδικτυακή, διαθέσιμο στο <http://www.tovima.gr/society/article/?aid=369743>

Κατά τη διάρκεια της έρευνας αναζητήθηκαν δημοσιεύματα και ρεπορτάζ από την εφημερίδα «Έθνος», καθώς τόσο η καθημερινή όσο και η Κυριακάτικη έκδοση κατείχε θέση μέσα στην πρώτη πεντάδα της κυκλοφορίας. Ωστόσο η διαδικτυακή πύλη της εφημερίδας είναι υπό κατασκευή¹⁶⁷, απότοκο της αλλαγής στο ιδιοκτησιακό καθεστώς που συντελέστηκε το καλοκαίρι του 2017. Κατά συνέπεια δεν στάθηκε δυνατό να ανευρεθούν δημοσιεύματα της εποχής.

Η αναζήτηση στο αρχείο των παραπάνω εφημερίδων έγινε με βάση λέξεις - κλειδιά, οι οποίες καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα της υπόθεσης «Κερατέα». Αυτές είναι οι: Κερατέα, ΧΥΤΑ, εργολάβοι, κάτοικοι, ΜΑΤ, καθώς και τα ονόματα πολιτικών, επιχειρηματιών και εταιρειών που εμπλέκονταν στην υπόθεση.

Στη συνέχεια, τα αποτελέσματα που προέκυπταν από την αναζήτηση στο ηλεκτρονικό αρχείο των εφημερίδων, εξεταζόντουσαν ένα - ένα καθώς προκύπτανε και άρθρα που περιείχαν και μεμονωμένες λέξεις προερχόμενες από τις λέξεις - κλειδιά (π.χ. Κερατέα), τα οποία μπορούσε να αφορούν οποιοδήποτε άλλο θέμα. Αυτό δυσκόλεψε και έκανε πιο χρονοβόρα την αναζήτηση, προσέδωσε όμως μεγαλύτερη αξιοπιστία σε αυτήν. Από τα άρθρα που τελικά συλλέχθηκαν, επιλέχθηκαν τα έξι (6) πιο αντιπροσωπευτικά για την κάθε εφημερίδα. Βάσει αυτών η παρούσα μελέτη περίπτωσης θα επιχειρήσει να αποδώσει την εικόνα που μετέδιδαν οι μεγαλύτερες εφημερίδες στο αναγνωστικό κοινό για την υπόθεση Κερατέα.



ΤΑ ΝΕΑ

ΤΟ ΒΗΜΑ
ΤΙΣ ΚΥΡΙΑΚΕΣ

¹⁶⁷ Ιστοσελίδα της εφημερίδας Έθνος, διαθέσιμη στο <http://www.ethnos.gr/>



Πίνακας 2: Τα λογότυπα των υπό εξέταση εφημερίδων.

4.3. Το χρονικό των γεγονότων

Η κινητοποίηση των κατοίκων της Κερατέας ενάντια στην κατασκευή ΧΥΤΑ στην πόλη τους παρότι έγινε γνωστή στο ευρύ κοινό λόγω του αγώνα των 128 ημερών (11 Δεκεμβρίου 2010 – 18 Απριλίου 2011) απέναντι στις αστυνομικές δυνάμεις που συνόδευσαν τον εργολάβο κατά την εγκατάσταση των μηχανημάτων στην επίδικη έκταση, εντούτοις είχε ξεκινήσει πολύ νωρίτερα.

Η αφετηρία της διαμάχης βρίσκεται πίσω στο 1995 όταν ο αρχαιολογικός χώρος Οβριοκάστρου, στα 5 χλμ από την πόλη, κηρύχθηκε Α΄ Ζώνη απολύτου προστασίας λόγω αρχαιολογικού ενδιαφέροντος (ΦΕΚ 1070/29.12.1995). Ακριβώς την ίδια ημέρα που δημοσιεύθηκε το ΦΕΚ, ο αρμόδιος φορέας για τη διαχείριση των απορριμμάτων, ο επονομαζόμενος ΕΣΔΝΚΑ (Ενιαίος Σύνδεσμος Δήμων και Κοινοτήτων Νομού Αττικής)¹⁶⁸, δημοσιοποιεί έγγραφο στο οποίο υποδεικνύει το Οβριόκαστρο ως χώρο για κατασκευή ΧΥΤΑ.

¹⁶⁸ Ο ΕΔΣΚΝΑ (Ενιαίος Σύνδεσμος Δήμων και Κοινοτήτων Αττικής) ιδρύθηκε στις 6/10/1970 με κοινή απόφαση των νομαρχών Αττικής και Πειραιά. Στις 16/12/ 2011 ο φορέας μετονομάστηκε σε ΕΔΣΝΑ (Ειδικός Διαβαθμιδικός Σύνδεσμος Νομού Αττικής) με απόφαση του Υπουργού Εσωτερικών. Στον ΕΔΣΝΑ πλέον μετέχουν η Μητροπολιτική Περιφέρεια Αττικής και υποχρεωτικά όλοι οι Δήμοι του Νομού Αττικής. Ονομάζεται Διαβαθμικός επειδή συμμετέχουν και οι δύο βαθμοί Αυτοδιοίκησης.

Ο ΕΣΔΚΝΑ εμμένει στην άποψή του περί χωροθέτησής στην Κερατέα και το 2001 την προτείνει σε νέα μελέτη. Δυο χρόνια αργότερα, το 2003, η τότε υπουργός ΠΕΧΩΔΕ, Βάσω Παπανδρέου με νόμο που αφορά στον Περιφερειακό Σχεδιασμό για τη διαχείριση των Απορριμμάτων στην Αττική (ΠΕΣΔΑ) χωροθετεί το έργο στο ίδιο σημείο. Ο Δήμος Κερατέας προσφεύγει στο Συμβούλιο της Επικρατείας (ΣτΕ) εναντίων της περιβαλλοντικής μελέτης χάνει ωστόσο την υπόθεση το 2007¹⁶⁹. Έκτοτε ξεκινά μια περίοδος επώασης της διαμάχης. Οι κάτοικοι συγκροτούν συντονιστική επιτροπή και σε συνεργασία με τη δημοτική αρχή φροντίζουν, μέσα από εκδηλώσεις διαμαρτυρίας, συγκέντρωση υπογραφών και διανομή ενημερωτικού υλικού, να διευρύνουν τον κύκλο της υποστήριξης.

Από την απορριπτική απόφαση του ΣτΕ και μετά η συντονιστική επιτροπή των κατοίκων (Συντονιστική Επιτροπή αγώνα κατά του ΧΥΤΑ) ανασυστήνεται και συνεδριάζει κάθε δεκαπέντε μέρες με σημαντικά αυξημένη τη συμμετοχή των κατοίκων (από 100 έως 400 άτομα). Επιπρόσθετα εγκαινιάζεται στο Οβριόκαστρο ένα αυτοσχέδιο παρατηρητήριο στο οποίο οι κάτοικοι εναλλάσσουν βάρδιες προκειμένου να είναι έτοιμοι να αντιδράσουν σε οποιαδήποτε κίνηση του εργολάβου. Οι κάτοικοι έρχονται σε επαφή με κατοίκους περιοχών όπου πρόκειται να κατασκευαστούν παρόμοια έργα (Γραμματικό, Λευκίμμη) προκειμένου να συντονίσουν τις αντιδράσεις τους και φροντίζουν να ενημερωθούν για εναλλακτικές μορφές διαχείρισης των απορριμμάτων.

Το ξημέρωμα της 11ης Δεκεμβρίου 2010 οπότε και οι δυνάμεις της αστυνομίας επιχείρησαν να εισέλθουν στο χώρο του Οβριόκαστρου συνοδεύοντας τα μηχανήματα του εργολάβου, σηματοδότησε την κορύφωση της διαμάχης που απέκτησε αναβαθμισμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά και εθνική εμβέλεια όχι μόνο λόγω της βαρύτητας που έδωσαν τα ΜΜΕ στο θέμα «Κερατέα», το καθένα βέβαια μέσα από το δικό του πλέγμα πολιτικο-επιχειρηματικών συμφερόντων, αλλά και

¹⁶⁹ Η απόφαση του ΣτΕ αναφέρεται στη χωροθέτηση ΧΥΤΑ στη θέση Βραγόνι και όχι στον χαρακτηρισμένο αρχαιολογικό χώρο Οβριόκαστρο. Με δεδομένο ότι οι κάτοικοι βρίσκονταν ήδη σε κινητοποιήσεις, οι μελετητές και το ΥΠΕΧΩΔΕ άλλαξαν το όνομα του αρχαιολογικού χώρου χωρίς να αλλάξουν τα σχέδια. Έτσι αντί για Οβριόκαστρο χρησιμοποίησαν το όνομα του διπλανού λόφου, Βραγόνι, για τον ίδιο ακριβώς χώρο (η είδηση διαθέσιμη στο <http://www.naftemporiki.gr/story/160259/prasino-fos-stin-kataskeui-xyta-stin-keratea-apo-to-ste>).

λόγω της πολιτικής χροιάς που προσέδωσε στα γεγονότα η προσφυγή της Ελλάδας στον μνημονιακό δρόμο.¹⁷⁰

Με την είσοδο της αστυνομικής δύναμης στην πόλη ήχησαν οι σειρήνες της πολιτικής προστασίας αλλά και οι καμπάνες των δύο εκκλησιών της Κερατέας, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο σχέδιο προετοιμασίας των κατοίκων. Τα αυτοκίνητα του δήμου καλούσαν τους κατοίκους να μεταβούν στον λόφο του Οβριόκαστρου. Εκεί, αστυνομικοί συνόδευαν οχήματα του εργολάβου προκειμένου να ξεκινήσει το έργο για το οποίο είχε εκδοθεί απόφαση: η δημιουργία χώρου υγειονομικής ταφής απορριμμάτων (ΧΥΤΑ).

Τις επόμενες ημέρες και εβδομάδες οι αντιδράσεις των κατοίκων κορυφώθηκαν. Διαδηλώσεις, επεισόδια με την αστυνομία, πετροπόλεμος, μάχες πολλές φορές σώμα με σώμα με τους άνδρες των ΜΑΤ, ξυλοδαρμοί, χημικά, συλλήψεις, μολότοφ. Η Κερατέα μετατράπηκε σε πεδίο μάχης για 128 ημέρες. Σύμβολο του αγώνα τους το «Άπαρτο Κάστρο» η πρόχειρη ξύλινη κατασκευή που στήθηκε στη λεωφόρο Λαυρίου προκειμένου να λειτουργεί ως τόπος συνάθροισης και οργανωτικό επίκεντρο. Οικογένειες, μαθητές, γονείς, μικρά παιδιά έδιναν καθημερινά τον δικό τους αγώνα ενάντια στη δημιουργία ΧΥΤΑ. Συγχρόνως αναπτύχθηκε ένα κίνημα αλληλεγγύης από οργανώσεις, κοινωνικές ομάδες που όχι μόνο μετέβαιναν στην πόλη για συμπαράσταση αλλά έκαναν γνωστό τον αγώνα της Κερατέας μέσω εναλλακτικών δικτύων ενημέρωσης.

Η βίαιη αντιπαράθεση με την αστυνομία τελείωσε στις 18 Απριλίου 2011 ύστερα από συμφωνία μεταξύ του υπουργείου Περιβάλλοντος και της δημοτικής αρχής με την ταυτόχρονη αποχώρηση των δυο πλευρών και την αποκατάσταση της κυκλοφορίας στη λεωφόρο Λαυρίου.

Το τελικό αποτέλεσμα ήταν νικηφόρο για τους κατοίκους και από δικαστικής πλευράς. Στις 24 Ιουνίου 2011 εκδόθηκε η υπ' αριθμόν 2983 απόφαση του Πολυμελούς Πρωτοδικείου Αθηνών με την οποία το έργο σταμάτησε. Η κοινοπραξία που το είχε αναλάβει υποχρεώθηκε, μεταξύ άλλων, να σταματήσει κάθε είδους εργασία και να απομακρύνει τα μηχανήματά της από τα επίδικα ακίνητα, όπως αναφέρεται στη σχετική απόφαση. Επρόκειτο για δικαίωση των κατοίκων αλλά και της τότε δημοτικής αρχής.

¹⁷⁰ Την Παρασκευή 23 Απριλίου 2010, ο τότε πρωθυπουργός της Ελλάδας, Γιώργος Παπανδρέου ανακοίνωσε από το Καστελόριζο την προσφυγή της Ελλάδας στον μηχανισμό στήριξης.

Μέχρι και τον Σεπτέμβριο του 2017 είχαν διεξαχθεί 20 ποινικές δίκες με κατηγορούμενους συλληφθέντες κατά τη διάρκεια των επεισοδίων. Σε όλες οι κατηγορούμενοι έχουν δικαιωθεί¹⁷¹.

Ένα από τα σημαντικότερα κίνητρα που ώθησαν τους κατοίκους σε κινητοποιήσεις ήταν η διάχυτη οσμή διαφθοράς και διαπλοκής που θεωρούσαν ότι απειλεί το περιβάλλον και την πόλη τους¹⁷². Τα εταιρικά μέλη της εργοληπτικής κοινοπραξίας που θα κατασκεύαζε τον ΧΥΤΑ Κερατέας είχαν συνεργαστεί σε πλήθος έργων διαχείρισης απορριμμάτων με επιχειρηματία-εκδότη εφημερίδας που έχει χαρακτηριστεί ως «εθνικός εργολάβος», λόγω της ανάληψης πλήθους δημοσίων έργων σε συνδυασμό με τη στενή σχέση που διατηρούσε με το τότε κυβερνών κόμμα. Σε ορισμένα έργα διαχείρισης οι παραπάνω εταιρείες κατέβαιναν στους διαγωνισμούς σε κοινοπρακτικά σχήματα ενώ σε άλλα ξεχωριστά. Τα εν λόγω έργα αναλαμβάνονταν τελικά από τις συγκεκριμένες μεγάλες επιχειρήσεις, είτε αυτές κατέβαιναν σε κοινοπραξίες, είτε κατακύρωναν τους διαγωνισμούς ως μειοδότες, είτε αναλαμβάνουν υπεργολαβίες η μια για λογαριασμό της άλλης^{173 174}.

Αρκετά χρόνια πριν την κορύφωση της διαμαρτυρίας στην Κερατέα, το 2003 συγκεκριμένα, εκπρόσωποι του «εθνικού εργολάβου» διαφήμιζαν στην πόλη μια πανάκριβη τεχνολογία επεξεργασίας απορριμμάτων επιχειρώντας να πείσουν για τα οφέλη της¹⁷⁵. Η τεχνολογία όχι μόνο είχε βραχύβιο ορίζοντα λόγω της σχετικής Οδηγίας της ΕΕ¹⁷⁶ αλλά αποδείχθηκε παντελώς ανταγωνιστική με αυτή καθώς

¹⁷¹ Τριάντης Β., «Στο σκαμνί η Κερατέα για το φρένο στον ΧΥΤΑ», εφημερίδα Documento, 17/09/2017, διαθέσιμο στο <http://www.documentonews.gr/article/sto-skamni-h-keratea-gia-to-freno-ston-xyta>

¹⁷² Βασιλειάδου Ν., «Κόκκινο και από αρχαιολόγους για τον ΧΥΤΑ», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 13/2/2011, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=250836>

¹⁷³ Βασιλειάδου Ν., «Μακροχρόνιο φλερτ με την Κερατέα από τον όμιλο Μπόμπολα», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 27/2/2011, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=255020>

¹⁷⁴ Γελαντάλις Μ., «Λάτσης και αδελφοί Λασκαρίδη στο παιχνίδι των σκουπιδιών», Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 27/2/2011, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=255021>

¹⁷⁵ Βασιλειάδου Ν., «Μακροχρόνιο φλερτ με την Κερατέα από τον όμιλο Μπόμπολα», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 27/2/2011, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=255020>

¹⁷⁶ Οδηγία 2008/98/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 19ης Νοεμβρίου 2008 «για τα απόβλητα και την κατάργηση ορισμένων οδηγιών». Αναφορικά με τη διαχείριση των απορριμμάτων η Οδηγία δίνει προτεραιότητα στην πρόληψη, την προετοιμασία για επαναχρησιμοποίηση, την ανακύκλωση, την ανάκτηση πόρων και ενέργειας και τελευταία αφήνει την τελική διάθεση υπολειμμάτων, διαθέσιμη στο http://www.opengov.gr/minenv/wp-content/uploads/downloads/2011/03/nomos_plaisio.pdf. Με το νόμο 4042/2012 (ΦΕΚ24/Α/13-2-

απαιτούσε μεγάλες ποσότητες σύμμεικτων απορριμμάτων. Αντιθέτως η ΕΕ κατεύθυνε τη διαχείριση στη λογική της πρόληψης δημιουργίας απορριμμάτων, της μείωσής τους, της διαλογής στην πηγή και της ανακύκλωσης.

Η συγκεκριμένη τεχνολογία επεξεργασίας την οποία διέθετε μόνο ο εθνικός εργολάβος και μια από τις εταιρείες που είχαν αναλάβει το έργο κατασκευής του ΧΥΤΑ Κερατέας¹⁷⁷ είχε προωθηθεί και από το ΥΠΕΚΑ. Για τους παραπάνω λόγους ο δήμος Λαυρεωτικής έθετε σε ανακοίνωσή του ρητορικά το εξής ερώτημα: «Πώς γίνεται να δηλώνει δημόσια ότι η κυβέρνηση δεν προκαταλαμβάνει και δεν προαποφασίζει μια τεχνολογία ως προτιμότερη έναντι κάποιας άλλης και την ίδια ακριβώς στιγμή ο πρώην περιφερειάρχης κ. Λιακόπουλος να αποκλείει όλες τις άλλες τεχνολογίες που εφαρμόζονται σε προηγμένες χώρες και να κάνει κι αυτός ευθέως λόγο για απολύτως συγκεκριμένη τεχνολογία που όλως τυχαίως ταυτίζεται με την τεχνολογία που περιγράφει ο κ. Ραγκούσης»¹⁷⁸.

Όλες αυτές οι παράμετροι συνέτειναν στο να ισχυροποιείται μεταξύ των κατοίκων και μέρους της κοινής γνώμης η αντίληψη για τη «μαφία των σκουπιδιών» και το «κράτος των εργολάβων» καθώς και για τα οικονομικά συμφέροντα που προωθούσαν το έργο.

4.4. Παρουσίαση αποτελεσμάτων και σχολιασμός

Παρακάτω θα παραθέσουμε τα αποτελέσματα της έρευνάς μας ξεχωριστά για κάθε εφημερίδα. Κρίθηκε απαραίτητο να γίνει και μία μικρή παρουσίαση του προφίλ της κάθε εφημερίδας, κάτι που θα μας βοηθήσει να βγάλουμε πιο εμπεριστατωμένα συμπεράσματα από την ανάλυση των δεδομένων μας.

4.4.1 Εφημερίδα «Ελευθεροτυπία»

Η Ελευθεροτυπία ξεκίνησε να εκδίδεται στις 21 Ιουλίου 1975 και υπήρξε η πρώτη εφημερίδα που εκδόθηκε μετά τη μεταπολίτευση, καθώς οι υπόλοιπες της

2012) η οδηγία-πλαίσιο για τα απόβλητα, 2008/98/ΕΚ, ενσωματώθηκε στο εθνικό δίκαιο, διαθέσιμο στο <http://www.ypeka.gr/Default.aspx?tabid=238&>.

¹⁷⁷ Γελαντάλις Μ., Ιωάννου Χρ., Γεώργας Β., «Στα πάνω & στα κάτω τους», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 20/02/2011, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=253099>

¹⁷⁸ Ανακοίνωση του δήμου Λαυρεωτικής, 12/01/2011

εποχής είτε απλά επανεκδόθηκαν μετά τη διακοπή της κυκλοφορίας τους κατά την περίοδο της χούντας των Συνταγματαρχών, είτε δεν είχαν διακόψει την κυκλοφορία τους. Το Νοέμβριο του 1975 κυκλοφόρησε η “Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία”, η πρώτη κυριακάτικη έκδοση απογευματινής εφημερίδας. Αρκετά χρόνια αργότερα, τον Απρίλιο του 1991, εντάχθηκε στην κυριακάτικη έκδοση το περιοδικό Έψιλον, το πρώτο ένθετο περιοδικό στην ιστορία του ελληνικού Τύπου.

Πολιτικά αντιπροσώπευε το χώρο της προοδευτικής αριστεράς και της κεντροαριστεράς, προσφέροντας παράλληλα βήμα σε πολιτικούς αντιπάλους. Αντιπολιτεύθηκε τις κυβερνήσεις της Νέας Δημοκρατίας ενώ με την άνοδο του ΠΑΣΟΚ στην εξουσία φάνηκε να έχει φιλοκυβερνητικό χαρακτήρα ασκώντας παράλληλα, κατά περιόδους, έντονη κριτική. Οι σελίδες της έδωσαν βήμα σε ενεργούς πολίτες, κινήματα, επιστήμονες, εκπροσώπους της διανόησης.

Μέχρι τον Δεκέμβριο του 2011 εκδότρια εταιρεία ήταν η «Χ.Κ. Τεγόπουλος Εκδόσεις Α.Ε.», εταιρεία που ασχολήθηκε αμιγώς με τον κλάδο των εκδόσεων. Στη συνέχεια την έκδοση ανέλαβε η εταιρεία «Τρίτη Όψη ΑΕ Εντύπων και Ηλεκτρονικών Εκδόσεων». Η κυκλοφορία της εφημερίδας διεκόπη στις 14 Νοεμβρίου 2014.

Η «Ελευθεροτυπία» βρέθηκε στον ένα πόλο της απόλυτης συμπαράστασης του αγώνα της Κερατέας¹⁷⁹. Το πρώτο άρθρο που δημοσίευσε έγινε αμέσως μετά την εισβολή (Δευτέρα 13/12/2010). Το υπόγραφε ο Βίκτωρ Νέτας με τίτλο «Σοσιαλισμός και Βαρβαρότητα» και ήταν μια οξεία κριτική στην εισβολή των ΜΑΤ με αναφορά στο προεκλογικό δίλημμα του τότε πρωθυπουργού «Σοσιαλισμός ή Βαρβαρότητα»¹⁸⁰. Οι απόψεις των αρθρογράφων της εφημερίδας ήταν όλες υπέρ του αγώνα των κατοίκων και αξιοποιούσαν με τον καλύτερο τρόπο τα επιχειρήματά τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τα άρθρα των Γ. Τριάντη¹⁸¹, Γ. Σταματόπουλου, Στάθη (Σταυρόπουλου)¹⁸² κ.α. Σύμφωνα με τον Γ. Ιατρού¹⁸³, «επίσης το ρεπορτάζ ΥΠΕΧΩΔΕ – Περιφέρειας για το πρόβλημα των ΧΥΤΑ ήταν πλούσιο, ενημερωτικό

¹⁷⁹ Ιατρού Γ., «Η στάση του ημερήσιου και περιοδικού τύπου στη διάρκεια του αγώνα των κατοίκων της Κερατέας κατά του ΧΥΤΑ 1996-2013», εισήγηση στην ΙΕ΄ Επιστημονική Συνάντηση Ν.Α. Αττικής που διοργανώθηκε από την Εταιρεία Μελετών Νοτιοανατολικής Αττικής, 17-20/10/2013, διαθέσιμη στο <http://www.forkeratea.com/2015/12/1996-2013/>.

¹⁸⁰ Νέτας Β., «Σοσιαλισμός και βαρβαρότητα;», εφημερίδα Ελευθεροτυπία, 13/12/2010, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=232757>

¹⁸¹ Τριάντη Γ., «Εκεί, στην Κερατέα», εφημερίδα Ελευθεροτυπία, 15/4/2011, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=267627>

¹⁸² Σταυρόπουλος Σ., «κατάχωση ...», εφημερίδα Ελευθεροτυπία, 17/11/2011, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=252177>.

¹⁸³ Ibid Ιατρού Γ.

αποκαλυπτικό (Άρης Χατζηγεωργίου¹⁸⁴, Νάντια Βασιλειάδου¹⁸⁵). Το αποκορύφωμα της προσφοράς της εφημερίδας στον αγώνα της Κερατέας ήταν το καθημερινό ρεπορτάζ από τα μπλόκα της Κερατέας τις 128 μέρες που οφείλονται στον φωτορεπόρτερ Σπύρο Τσακίρη και στον συντάκτη Αλέξανδρο Κυριακόπουλο¹⁸⁶».

4.4.2. Εφημερίδα “Καθημερινή”

Η εφημερίδα «Καθημερινή» είναι καθημερινή πρωινή εφημερίδα που εκδίδεται στην Αθήνα και κυκλοφορεί σε όλη την Ελλάδα. Ιδρύθηκε από το Γεώργιο Βλάχο, ο οποίος κυκλοφόρησε το πρώτο φύλλο στις 15 Σεπτεμβρίου 1919. Το 1951 πέρασε στα χέρια της κόρης του Ελένης Βλάχου, η οποία διέκοψε την κυκλοφορία τον Απρίλιο του 1967 λόγω της χούντας των συνταγματαρχών. Η εφημερίδα επανεκδόθηκε στις 15/9/1974.

Απηχεί τις απόψεις της συντηρητικής παράταξης και της κεντρο-δεξιάς. Χωρίς το τελικό αποτέλεσμα να αλλοιώνει το κυρίαρχο ιδεολογικό προφίλ, θεωρείται πολυσυλλεκτική καθώς αρκετές φορές φιλοξενεί διαφορετικές απόψεις.

Εκδότρια εταιρία είναι η «Η Καθημερινή Α.Ε» Έκδοση Εντύπων-Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, συμφερόντων οικογένειας Αλαφούζου που κατέχει παράλληλα ηγετική θέση στον εφοπλισμό^{187 188}.

Αναφορικά με το θέμα «Κερατέα» η εφημερίδα κράτησε μια αμφιλεγόμενη στάση. Σύμφωνα με τον Γ. Ιατρού¹⁸⁹ «ενώ οι συντάκτες της Καθημερινής που ασχολούνται με το ρεπορτάζ ΥΠΕΧΩΔΕ-Περιφέρειας (Έλενα Καρανάτση¹⁹⁰, Γ. Σουλιώτης, Μ. Δελιθανάση) και οι ρεπόρτερ στις 128 μέρες αγώνα (Κώστας

¹⁸⁴ Χατζηγεωργίου Άρ., «Η μάχη της Κερατέας», εφημερίδα Ελευθεροτυπία, 13/12/2010, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=232838>

¹⁸⁵ Βασιλειάδου Ν., «Κάτι «βρομάει» από τη Φυλή ως την Κερατέα», εφημερίδα Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, 24/12/2010, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=235962>

¹⁸⁶ Κυριακόπουλος Αλ., «Κερατέα: ΜΑΤωμένα Χριστούγεννα», εφημερίδα Ελευθεροτυπία, 20/12/2010, διαθέσιμο στο <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=234668>

¹⁸⁷ Εφημερίδα Καθημερινή, 2017, «Αριστείδης Ι. Αλαφούζος: 1924 – 2017», διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/909829/gallery/epikairothta/ellada/aristeidhs-i-alafoyzos-1924---2017>

¹⁸⁸ Ιστοσελίδα της KYKLADES MARITIME CORPORATION, διαθέσιμη στο <http://www.kykmar.gr/>

¹⁸⁹ Ibid Ιατρού Γ.

¹⁹⁰ Καρανάτση Έλ., «Μυρίζει «μπαρούτι» στην Κερατέα με φόντο την κατασκευή του ΧΥΤΑ», εφημερίδα Καθημερινή, 19/2/2010, διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/385528/article/epikairothta/ellada/myrizei-mparoyti-sthn-keratea-me-fonto-thn-kataskeyh-toy-xyta>

Ονισέκνο κ.α.) μεταφέρουν αντικειμενικά το πρόβλημα της χωροθέτησης ΧΥΤΑ και ό,τι συνέβη τότε στην Κερατέα οι συντάκτες γνώμης και ιδιαίτερα ο Στέφανος Κασσιμάτης και ο Πάσχος Μανδραβέλης είναι λάβροι εναντίον του αγώνα...».

Είναι ωστόσο, μαζί με την Ελευθεροτυπία, οι μόνες εφημερίδες που στις 13/7/2011 δημοσιεύουν την τελεσίδικη Εφετειακή απόφαση του Πρωτοδικείου με την οποία το έργο στον αρχαιολογικό χώρο του Οβριόκαστρου κρίνεται παράνομο.

Κάποιες φορές στις σελίδες της εφημερίδας αναπτύσσεται ένας ετεροβαρής διάλογος¹⁹¹ μεταξύ μελών της Συντονιστικής και των βασικών αρθρογράφων που αμφισβητούν ευθέως τις προθέσεις των κατοίκων και τάσσονται ξεκάθαρα υπέρ της κατασκευής του ΧΥΤΑ, χωρίς τις περισσότερες φορές να αναφέρονται στην κρατική βία και καταστολή αλλά και τις «ακροβασίες» της διοίκησης που έφεραν τη διαχείριση των απορριμμάτων σε αδιέξοδο.

Ενδεικτικά αναφέρονται τα άρθρα «Το πρώιμο αντιμνημονιακό μοντέλο»¹⁹², στη στήλη «Απόψεις» άρθρο με τίτλο «Οι ρίζες της πολιτικής βίας»¹⁹³, καθώς και άρθρο στις 22/6/2014 με τίτλο «Η πρόοδος της οπισθοδρόμησης» που αναφέρεται στο «Οβριόκαστρο των Ίνκας»¹⁹⁴

Ο Στέφανος Κασσιμάτης στη διάρκεια των κινητοποιήσεων αποκαλούσε την Κερατέα «εξοχικό των Εξαρχείων»¹⁹⁵ ενώ στο ίδιο μήκος κύματος κινήθηκε και η αρθρογραφία του Άγγελου Στάγκου ο οποίος μετά τη συμφωνία αποχώρησης των ΜΑΤ την Μ. Δευτέρα 18/4/2011 σε άρθρο με τίτλο «Στην Κερατέα χάθηκε ο πόλεμος»¹⁹⁶ συμπεραίνει ότι «ίσως στην Κερατέα η κυβέρνηση να μην έχασε τη μάχη αλλά ένα ολόκληρο πόλεμο».

¹⁹¹ Ibid Ιατρού Γ.

¹⁹² Μανδραβέλης Π., «Το πρώιμο αντιμνημονιακό μοντέλο», εφημερίδα Καθημερινή, 10/6/2012, διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/730540/opinion/epikairothta/arxeio-monimes-sthles/to-prwimo-antimnhmoniako-montelo>

¹⁹³ Απόψεις, «Οι ρίζες της πολιτικής βίας», εφημερίδα Καθημερινή, 25/8/2012, διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/51100/opinion/epikairothta/politikh/oi-rizes-ths-politikh-s-vias>

¹⁹⁴ Μανδραβέλης Π., «Η πρόοδος της οπισθοδρόμησης», εφημερίδα Καθημερινή, 22/6/2014, διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/772855/opinion/epikairothta/politikh/h-proodos-ths-opisodromhshs>

¹⁹⁵ Κασσιμάτης Στ. «Η δυναστεία των Παπανδρέου-Μινέικο», εφημερίδα Καθημερινή, 15/04/2011, (διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/724746/opinion/epikairothta/arxeio-monimes-sthles/h-dynasteia-twn-papandreou-mineiko>)

¹⁹⁶ Στάγκος Άγγ., «Στην Κερατέα χάθηκε ο πόλεμος», εφημερίδα Καθημερινή, 18/04/2011, (διαθέσιμο στο https://forkeratea.blogspot.gr/2011/04/blog-post_1555.html#ixzz1K9r40LHB)

4.4.3. Εφημερίδα «Το Βήμα»

Η εφημερίδα “Το Βήμα” είναι κυριακάτικη εφημερίδα πανελλαδικής κυκλοφορίας που εκδίδεται στην Αθήνα. Στις 25/11/2010 σταμάτησε η κυκλοφορία της ως ημερήσιας πρωινής εφημερίδας καθώς κρίθηκε οικονομικά ασύμφορη και συνεχίστηκε η έντυπη κυριακάτικη και η καθημερινή διαδικτυακή έκδοση.

“Το Βήμα της Κυριακής” εκδίδεται στη σημερινή του μορφή από τις 22/1/1984. Απηχεί τις απόψεις του κεντρώου χώρου αλλά και της συντηρητικής παράταξης. Διαχρονικά η εφημερίδα κράτησε υποστηρικτική στάση προς τις κυβερνήσεις του ΠΑΣΟΚ και της ΝΔ οι οποίες με τη σειρά τους παρείχαν μια σειρά οικονομικών και τραπεζικών προνομίων και διευκολύνσεων στην εκδοτική επιχείρηση.

Η εφημερίδα “Το Βήμα”, μέχρι τον Ιούνιο του 2017, ανήκε στην ίδια εκδοτική εταιρεία με αυτήν της εφημερίδας “Τα Νέα” (Δ.Ο.Λ. Α.Ε.). Ο ΔΟΛ ΑΕ εμφανίζεται ταυτόχρονα μέτοχος σε πλήθος εταιρειών ΜΜΕ¹⁹⁷ καθώς και άλλων επιχειρήσεων δημιουργώντας ένα συμπαγές και φαινομενικά άτρωτο εταιρικό σύστημα. «Βήμα» και «Νέα», γράφει ο Γ. Ιατρού τάχθηκαν στον ακριβώς αντίθετο πόλο της «Ελευθεροτυπίας» διακείμενες αρνητικά προς τον αγώνα των κατοίκων και την επιχειρηματολογία τους. Αντιθέτως, υπερθεμάτιζαν υπέρ της κατασκευής ΧΥΤΑ χωρίς να δημοσιεύεται η αντίθετη άποψη¹⁹⁸. Επιστολές διαμαρτυρίας που έστειλε επανειλημμένα το γραφείο τύπου του Δήμου Κερατέας, αλλά και ιδιώτες δεν δημοσιεύτηκαν ποτέ, όπως λέει ο Γ. Ιατρού.

Η οπτική του ομίλου για την Κερατέα διοχετευόταν σε όλο το φάσμα των ΜΜΕ που διέθετε (MEGA, Βήμα, Νέα, Βήμα fm, in.gr) με αποτέλεσμα οι διαφορετικές δημοσιογραφικές απόψεις και τα ανεξάρτητα μέσα να εμφανίζονται ως ισχνή μειοψηφία μέσα στην πληθώρα ομοιογενών, προπαγανδιστικών πολλές φορές απόψεων.

Ο Γ. Ιατρού στην εισήγησή του για το ρόλο του Τύπου στην Κερατέα αναφέρεται σε μερικά χαρακτηριστικά δημοσιεύματα των εφημερίδων «Βήμα» και

¹⁹⁷ Οργανόγραμμα του ομίλου ΔΟΛ ΑΕ, διαθέσιμο στο <http://www.dol.gr/omilos.aspx>

¹⁹⁸ Μουτούση Ν., «Στην Κερατέα οι μάχες, στη Φυλή τα σκουπίδια», εφημερίδα «Τα Νέα», 10/02/2011 διαθέσιμο στο <http://www.tanea.gr/news/greece/article/4617479/?iid=2>

«Νέα» για τα οποία η Συντονιστική Επιτροπή των Κατοίκων αλλά και η δημοτική αρχή είχε στείλει απαντήσεις με τις απόψεις των κατοίκων καθώς και το βιβλίο «Ο αρχαιολογικός χώρος του Οβριοκάστρου Κερατέας». Όπως σημειώνει, «οι διευθύνσεις των εφημερίδων τις πέταγαν στο καλάθι των αχρήστων. Καμία δημοσίευση ως όφειλαν»¹⁹⁹.

Μεταξύ αυτών άρθρο του Ριχάρδου Σωμερίτη στο διαδικτυακό «Βήμα» με τίτλο «Το αντάρτικο της Κερατέας»²⁰⁰ και της δημοσιογράφου Λώρης Κέζα^{201 202}.

Τα άρθρα γνώμης για την Κερατέα συνοψίζουν την οπτική της εφημερίδας στο δίπτυχο «το έργο πρέπει να γίνει γιατί είναι απαραίτητο» και «οι κάτοικοι τορπιλίζουν τη νομιμότητα». Στην κατεύθυνση αυτή άρθρο του Δ. Κ. Ψυχογιού με τίτλο «Οδοφράγματα στην προκοπή και την πρόοδο»²⁰³, του Π. Καψή με τίτλο «Είδες η Κερατέα»²⁰⁴ στο οποίο εκθειάζεται η σημασία του έργου και γίνεται αναφορά «στη γενικευμένη ανομία που προκάλεσαν οι κάτοικοι και οι συμπαραστάτες τους» αλλά και του Ν. Χασαπόπουλου με τίτλο «Ο Κουφοντίνας ονειρεύεται αντάρτικο νέου τύπου», στο οποίο σύμφωνα με τον συντάκτη ο Δ. Κουφοντίνας ζητεί μικρές εξεγέρσεις τύπου Κερατέας²⁰⁵.

4.4.4 Εφημερίδα «Τα Νέα»

“Τα Νέα” αποτελούν ημερήσια απογευματινή εφημερίδα που εκδόθηκε για πρώτη φορά το 1931 και από τότε κυκλοφορεί αδιάλειπτα. Επίσης κυκλοφορούν “Τα Νέα Σαββατοκύριακο” κάθε Σάββατο. Η εφημερίδα ανήκει στην ίδια εκδοτική εταιρεία (Δ.Ο.Λ. Α.Ε.) με αυτήν της εφημερίδας “Το Βήμα” και ως φυσικό

¹⁹⁹ Ibid Ιατρού Γ.

²⁰⁰ Σωμερίτης Ριχ. «Το αντάρτικο της Κερατέας», 10/2/2011, διαδικτυακό Βήμα, διαθέσιμο στο <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=384297>

²⁰¹ Κέζα Λ., “Τα σκουπίδια αλλού», 10/2/2011, διαδικτυακό Βήμα, διαθέσιμο στο <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=383832&wordsinarticle=%CE%9A%CE%B5%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%AD%CE%B1>

²⁰² Κέζα Λ., «Σκανδιναβοί και Αρβανίτες», 4/10/2013, διαδικτυακό Βήμα, διαθέσιμο στο <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=496547>

²⁰³ Ψυχογιός Δ. Κ., «Οδοφράγματα στην προκοπή και την πρόοδο», εφημερίδα «Βήμα της Κυριακής», 9/10/2011, διαθέσιμο στο <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=424190&h1=true#commentForm>

²⁰⁴ Καψής Π., «Είδες η Κερατέα;», 17/8/2011, διαδικτυακό Βήμα διαθέσιμο στο <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=415340>

²⁰⁵ Χασαπόπουλος Ν. «Ο Κουφοντίνας ονειρεύεται αντάρτικο νέου τύπου», εφημερίδα «Βήμα της Κυριακής», 27-5-2012, διαθέσιμο στο <http://www.tovima.gr/society/article/?aid=459648>

επακόλουθο διατηρεί παρόμοια προσέγγιση σε όλες τις θεματικές ρεπορτάζ καθώς και στην αρθρογραφία.

Ο Γ. Ιατρού φέρνει ορισμένα παραδείγματα άρθρων τα οποία συμπυκνώνουν τη φιλοσοφία του συγκροτήματος ΔΟΛ για την περιβαλλοντική διάσταση της κατασκευής ΧΥΤΑ ως τρόπου διαχείρισης απορριμμάτων αλλά και της κοινωνικής διάστασης που έλαβε το ενδεχόμενο κατασκευής του. Στις 30/3/2011 ο Τάκης Θεοδωρόπουλος αρθρογράφος στα «ΝΕΑ» στο άρθρο του «Οι Κούροι της Κερατέας»²⁰⁶ γράφει «αν κάποιος διαβάσει τις επίσημες ανακοινώσεις του κράτους της Κερατέας θα νομίσει πως το περιώνυμο Οβριοκάστρου είναι ένα από τα σημαντικότερα μνημεία της Ελληνικής αρχαιότητας» και τελειώνει «Πώς το Οβριόκαστρο έγινε κεντρικό πολιτικό ζήτημα στην Ελλάδα του Μνημονίου;» Σύμφωνα με τον Γ. Ιατρού ο αρθρογράφος αρνήθηκε συνάντηση με εκπροσώπους των κατοίκων και δημοσίευση του αντίλογου.

Την Τετάρτη 30/3/2011 μετά την εισβολή των ΜΑΤ για 2η φορά στην πόλη πρωτοσέλιδος τίτλος των «Νέων» γράφει «Λιβύη η Κερατέα» ενώ το κύριο άρθρο της εφημερίδας «Λύση τώρα στην Κερατέα»²⁰⁷ ζητάει να μη τιναχτεί στον αέρα ο σχεδιασμός για τη διαχείριση των απορριμμάτων. Με το ίδιο αίτημα επανέρχεται η εφημερίδα, αν και με τρόπο ειρωνικό (... «το εν λόγω έργο να ζήσουμε να το θυμόμαστε...»), με άρθρο στις 20/04/2011²⁰⁸, λίγο μετά την αποχώρηση των ΜΑΤ από την πόλη.

Μετά τις 128 μέρες των κινητοποιήσεων και την αποχώρηση των ΜΑΤ ακολουθεί πληθώρα άρθρων που συνδέουν τις κοινωνικές αντιδράσεις με κινήματα, οργανώσεις, πολιτικές ομάδες στις παρυφές της νομιμότητας²⁰⁹ χωρίς να γίνεται αναφορά στη δικαστική απόφαση που δεν δημοσιεύθηκε ποτέ στα «Νέα» και στο «Βήμα». Η Κερατέα αποτελεί παράδειγμα προς αποφυγή για το συγκρότημα και μέχρι και το 2013 συνεχίζεται η δημοσίευση σχετικών άρθρων. Στις 22-2-2013, πρωτοσέλιδο άρθρο των «Νέων» με τίτλο «Εδώ θριαμβεύει το δόγμα μακριά από την

²⁰⁶ Θεοδωρόπουλος Τ., «Οι Κούροι της Κερατέας», εφημερίδα «Τα Νέα», 30/3/2011, διαθέσιμο στο <http://www.tanea.gr/PrintArticle/?article=4624686&iid>

²⁰⁷ Κύριο άρθρο, «Λύση τώρα στην Κερατέα», εφημερίδα «Τα Νέα», 30/03/2011, διαθέσιμο στο <http://www.tanea.gr/opinions/all-opinions/article/4624685/?iid=2>

²⁰⁸ Κύριο άρθρο, «Το μέλλον της Κερατέας», εφημερίδα «Τα Νέα», 20/04/2011, διαθέσιμο στο <http://www.tanea.gr/opinions/all-opinions/article/4627598/?iid=2>

²⁰⁹ Τσιντσίνης Μ., «Από την Κερατέα στη Βαϊμάρη», εφημερίδα «Τα Νέα», 11/06/2012, διαθέσιμο στο <http://www.tanea.gr/opinions/all-opinions/article/4728503/?iid=2>

αυλή μας – τρανό παράδειγμα η Κερατέα»²¹⁰, επαναφέρει το δόγμα NIMBY την ώρα που το έργο έχει χαρακτηριστεί από τις δικαστικές αρχές παράνομο.

4.4.5. Εφημερίδα «Έθνος».

Η στάση της συγκεκριμένης εφημερίδας, κατά τη διάρκεια των γεγονότων στην Κερατέα, χρήζει ιδιαίτερης μελέτης και προσοχής καθώς μέχρι και το καλοκαίρι του 2017 η εταιρεία που εξέδιδε το Έθνος, δηλαδή η Πήγασος Εκδοτική ΑΕ, αποτελούσε εταιρεία συμφερόντων ομίλου Μπόμπολα. Η εμπλοκή του συγκεκριμένου εκδότη--εργολάβου δημοσίων έργων²¹¹ στα μεγαλύτερα και σημαντικότερα έργα διαχείρισης απορριμμάτων ανά τη χώρα αλλά και οι συσχετισμοί κι οι συνεργασίες με τους εργολάβους της Κερατέας αποτέλεσαν την αιτία για την οποία τα γεγονότα στην Κερατέα αλλά και το πλήγμα που θα επέφερε στο περιβάλλον η κατασκευή του ΧΥΤΑ σχεδόν “εκμηδενίστηκαν” μέσα από τα φύλλα της εφημερίδας. Αντιθέτως προβλήθηκε εκτενώς η επιχειρηματολογία από τη σκοπιά των επιχειρηματιών σε βαθμό που υπερέβαινε κάθε δημοσιογραφική δεοντολογία και επαγγελματισμό. Οι δε κοινωνικές αντιδράσεις αποστερημένες από κάθε επιχείρημα περί νομιμότητας, περιβαλλοντικής ζημιάς και ορθής διοικητικής διαχείρισης αποδόθηκαν στην αντίληψη “not in my back yard».

²¹⁰ Στήλη «Γνώμη», «Το αίσχος των παράνομων χωματερών», εφημερίδα «Τα Νέα», 22/02/2013 διαθέσιμο στο <http://www.tanea.gr/opinions/all-opinions/article/5002641/to-aisxos-twn-paranomwn-xwmaterwn/>

²¹¹ Ιστοσελίδα της εταιρείας ΕΛΛΑΚΤΩΡ όπου εμφανίζονται οι κυριότερες συμμετοχές της, διαθέσιμη στο http://www.etae.gr/kyries_symmetoxes_tis_ellaktor/

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ελευθερία του Τύπου αποτελεί διαχρονικά μια ανεκτίμητη αξία καθώς η ανεμπόδιστη ροή πληροφοριών και η δημοσιοποίηση κάθε πτυχής της δημόσιας ζωής αποτελεί την πεμπτούσια της σύγχρονης δημοκρατίας. Από την έρευνα προκύπτει ότι το αγαθό αυτό στην πράξη καταστρατηγείται. Ιδίως τα θέματα του περιβάλλοντος που αγγίζουν ευαίσθητες πτυχές της επιχειρηματικότητας και της πολιτικής εξαρτούν τη δημοσιοποίησή τους από πλήθος παραγόντων που δεν σχετίζονται πάντα με την αντικειμενική αξία του ρεπορτάζ.

Η εταιρική-οικονομική βάση της ιδιοκτησίας των ΜΜΕ, ο αντίκτυπος που εκτιμάται ότι θα έχει το ρεπορτάζ στο κοινό και κατ' επέκταση στους διαφημιστές αλλά και οι σχέσεις διαπλοκής μεταξύ των επιχειρήσεων Τύπου, των πηγών του ρεπορτάζ και της πολιτικής και οικονομικής ελίτ κάθε χώρας, αποτελούν ορισμένες από τις παραμέτρους που συντελούν στη δημοσιοποίηση, την παραποίηση ή την απόκρυψη σημαντικών γεγονότων από την κοινή γνώμη. Αποτελώντας ένα κρίκο σε αυτή την «εμπορική» αλυσίδα, ο δημοσιογράφος καλείται να αποκαλύψει την αλήθεια της ιστορίας του αποφεύγοντας ο ίδιος σκοπέλους που θα είχαν ως αποτέλεσμα την ευθεία λογοκρισία του ή τη δυσαρέσκεια των διαφημιστών που τροφοδοτούν τη βιωσιμότητα του μέσου όπου εργάζεται, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τον ίδιο και εργασιακή του ασφάλεια. Σε ένα παγκόσμιο μιντιακό τοπίο όπου οι λειτουργία των επιχειρήσεων ΜΜΕ προσδιορίζεται από την κερδοφορία και τον πρώτο ρόλο διαδραματίζει η εμπορικότητα της είδησης και όχι η αξία της αλήθειας ο δημοσιογράφος εργάζεται βαδίζοντας καθημερινά σε σχοινί ισορροπίας.

Ωστόσο ανεξάρτητα από τις παθογένειες των μέσων, ήταν αυτά που ανέδειξαν στην κορυφή της πολιτικής ατζέντας το θέμα της κλιματικής αλλαγής και καθοδήγησαν τη διεθνή κοινότητα στη λήψη μέτρων για την υπερθέρμανση του πλανήτη. Η σύμβαση-πλαίσιο των Ηνωμένων Εθνών για τις κλιματικές μεταβολές (UNFCCC) και το Πρωτόκολλο του Κιότο πιθανώς δεν θα είχαν κυρωθεί αν δεν είχε μεσολαβήσει η κλιμακούμενη από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 έντονη ενασχόληση των μέσων με το ζήτημα.

Στην κατεύθυνση της αξιόπιστης πλην όμως κατανοητής για το ευρύ κοινό απόδοσης των επιστημονικών θεμάτων, αναγνωρίζεται η αναγκαιότητα εκπαίδευσης των δημοσιογράφων ώστε εφοδιασμένοι με πολύτιμες γνώσεις να συμβάλουν στην άρτια ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού για θέματα που αφορούν την ίδια τη ζωή του και τη συνέχισή της πάνω στον πλανήτη Γη.

Από παράδειγμα λειτουργίας του Τύπου στη σκιά της διαπλοκής και των αλληλεξαρτώμενων κέντρων αποτέλεσε η Κερατέα, όχι μόνο κατά τη διάρκεια των 128 ημερών της κορύφωσης των αντιδράσεων αλλά και κατά τα διαστήματα που προηγήθηκαν και ακολούθησαν αυτού. Η αλληλοσυμπληρούμενη επιχειρηματική βάση των εμπλεκόμενων με το έργο και με πλήθος έργων διαχείρισης απορριμμάτων εταιρειών και εκδοτικών συγκροτημάτων, συνετέλεσε ώστε τα ρεπορτάζ είτε να αποδίδουν με τρόπο στρεβλό την πραγματικότητα, είτε το θέμα να περνάει «στα ψιλά» των εφημερίδων. Ακόμη και ΜΜΕ χωρίς άμεση οικονομική εμπλοκή στο έργο κράτησαν μια στάση που κυμαινόταν μεταξύ ουδετερότητας και αρνητικής διάθεσης προς τους κατοίκους και τα επιχειρήματά τους. Ο λόγος θα πρέπει να αναζητηθεί στην ιδεολογικο-πολιτική εγγύτητα της τότε κυβέρνησης και της ιδιοκτησίας των εν λόγω μέσων.

Με δεδομένα τα παραπάνω, κυριάρχησε στο μιντιακό σκηνικό η αντίληψη ότι οι κάτοικοι δεν θέλουν τον ΧΥΤΑ εμφορούμενοι από το δόγμα “not in my back yard”. Και όχι γιατί σύμφωνα με τα στοιχειοθετημένα επιχειρήματά τους επρόκειτο περί μιας γιγάντιας εγκατάστασης που όχι μόνο θα έβλαπτε ανεπανόρθωτα το περιβάλλον αλλά στηριζόταν σε μια παρωχημένη αντίληψη περί διαχείρισης των απορριμμάτων που απείχε παράλληλα από τις σχετικές κατευθύνσεις της ΕΕ.

Μοναδική εξαίρεση στη συντελούμενη εκστρατεία παραπληρόφησης που εξαπλωνόταν όσο κλιμακώνονταν οι αντιδράσεις των κατοίκων αποτέλεσε η εφημερίδα Ελευθεροτυπία. Τόσο οι αρθρογράφοι όσο και οι δημοσιογράφοι της κατέγραψαν με σεβασμό στη δεοντολογία τα γεγονότα και τα ερμήνευσαν βασιζόμενοι πρωτίστως σε τεκμήρια και δευτερευόντως στην ιδεολογικό-πολιτική προσέγγιση της εφημερίδας που ταυτιζόταν, πάντως, εν πολλοίς με τα προβαλλόμενα επιχειρήματα των κατοίκων. Ο τρόπος κάλυψης του συγκεκριμένου θέματος από την εφημερίδα αποτέλεσε θα λέγαμε υπόδειγμα λειτουργίας του Τύπου μέσα σε ένα πολιτικό και μιντιακό περιβάλλον που τέθηκαν με συμπαγή, ενιαίο και σχεδόν

εχθρικό τρόπο απέναντι στο αίτημα για χρηστή διαχείριση των αποβλήτων. Ο πλουραλιστικός χαρακτήρας της εφημερίδας συνετέλεσε ώστε να δοθεί βήμα σε όλους τους εμπλεκόμενους χωρίς ωστόσο να τηρηθεί η τακτική των ίσων αποστάσεων και της κακώς εννοούμενης αμεροληψίας. Η Ελευθεροτυπία έδειξε εξ αρχής ότι υιοθετεί την επιχειρηματολογία των κατοίκων δίνοντας όμως παράλληλα το λόγο στους πολιτικούς, τους επιχειρηματίες, τους μελετητές και όλους όσοι είχαν δημιουργήσει το αδιέξοδο. Δεν έπαψε να ενοχλεί και να αποκαλύπτει την ώρα που τα περισσότερα ΜΜΕ ευθυγραμμίζονταν πίσω από την τότε επιχειρηματική και πολιτική ελίτ. Ή όπως είχε πει ο Τζωρτζ Όργουελ «δημοσιογραφία θα πει να δημοσιεύεις όσα ενοχλούν τους άλλους και δεν θέλουν να μαθευτούν. Όλα τα άλλα είναι δημόσιες σχέσεις».

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξενόγλωσση

Allan Bell, (1994), «*Media (mis)communication on the science of climate change*», Sage Journals.

Atwater, T., Salwen, M. B., & Anderson, R. B. (1985), *Media agenda-setting with environmental issues*. Journalism Quarterly.

Anderson, A. (1991), *Source strategies and the communication of environmental affairs*. Media, Culture, and Society.

Anderson, Alison and Ivor Gaber 1993. 'The Yellowing of the Greens.' British Journalism Review.

Anderson, Alison 1997. *Media, Culture and the Environment*. London, UK: UCL Press

Anderson, A. G., 2002. *The Media Politics of Oil Spills*. Spill Science & Technology Bulletin.

Anderson Alison , 2014. "*Media Environment and the Network Society*", Research Gate, University of Plymouth.

Anderson Alison, 2009. *Media, Politics and Climate Change: Towards a New Research Agenda*. Sociology Compass

Antilla, Lisa, 2005. 'Climate of Scepticism: US newspaper Coverage of the Science of Climate Change.' Global Environmental Change.

Baruch Fischhoff, 1995 «*Risk Perception and Communication Unplugged: Twenty Years of Process*», Risk Analysis .

Bell, Allan 1994. *'Media (Mis) Communication on the Science of Climate Change.'*
Public Understanding of Science 3

Bennett WL, 2002 *News: The Politics of Illusion*, 5th edition. New York, NY, USA:
Longman

Becker, Howard S., 1967 *'Whose Side are We on?'*, Social Problems 14.

Boykoff, Maxwell T. and Jules M Boykoff 2004. *'Balance as Bias: Global Warming
and the US Prestige Press.'* Global Environmental Change.

Boykoff, Maxwell T. and Jules M. Boykoff 2007. *'Climate Change and Journalistic
Norms: A Case Study of US Mass-Media Coverage.'* Geoforum.

Boykoff M, Rajan R., 2007. *«Signals and noise. Mass-media coverage of climate
change in the USA and the UK»* EMBO reports, PMC US National Library of
Medicine, National Institutes of Health.

Boykoff, Maxwell T. and J. Timmons Roberts 2007. *'Media Coverage of Climate
Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses.'* Human Development Report
2007/8, United Nations Development Programme Occasional paper, Human
Development Report Office.

Boykoff, M, T. Roberts, T, J. (2007). *Media Coverage of Climate Change: Current
Trends, Strengths, Weaknesses.* Human Development Report 2007/2008. *Fighting
climate change: Human solidarity in a divided world.* Human Development Report
Office Occasional Paper.

Boykoff, Maxwell T. 2007. *«Flogging a Dead Norm? Newspaper Coverage of
Anthropogenic Climate Change in the USA and UK from 2003–2006»* Area 39

Boykoff, Maxwell T. 2008. *'Lost in Translation? United States Television News
Coverage of Anthropogenic Climate Change, 1995–2004.'* Climate Change.

Boykoff, Maxwell T. and Maria Mansfield 2008. *“Ye Olde Hot Aire: Reporting on Human Contributions to Climate Change in the UK Tabloid Press”* Environmental Research Letters.

Bowman, J.S. (1978), American daily newspapers and the environment, The Journal of Environmental Education.

Bowman, J.S., Hanaford K. (1977), Mass media and the environment since Earth Day, Journalism, Quarterly.

Brossard, Dominique, James Shanahan and Katherine McComas 2004. *«Are Issue-Cycles Culturally Constructed? A Comparison of French and American Coverage of Global Climate Change»* Mass Communication & Society.

Bucchi, M. and Mazzolini, R.G., *“Science coverage in the Italian daily press (1946-1997)”*, Public Understanding of Science, 2003.

Campbell H., Elizabeth, 2008: Twenty Lessons in Environmental Sociology. Oxford University Press.

Carvalho, Anabela and Jacquelin Burgess 2005. *‘Cultural Circuits of Climate Change in the UK Broadsheet Newspapers, 1985–2003.’* Risk Analysis 25.

Carvalho, Anabela 2007. *‘Ideological Cultures and Media Discourses on Scientific Knowledge: Re-reading News on Climate Change.’* Public Understanding of Science

Carragee, K. M. and Roefs, W., 2004. *The Neglect of Power in Recent Framing Research.* Journal of Communication.

Chris Atton, Emma Wickenden, (2005) *«Sourcing Routines and Representation in Alternative Journalism: A Case Study Approach»*, Journalism Studies.

Connect, “U.N.E.S.C.O.-U.N.E.P. Environmental Education Newsletter”, vol.1, no1, 1976.

Cottle, Simon (2003) *News, Public Relations and Power*, London: Sage

Corbett, Julia. B. and Jessica L. Durfee 2004. '*Testing Public (Un) Certainty of Science: Media Representations of Global Warming.*' *Science Communication*.

Corbett, J. (1992), Rural and urban newspaper coverage of wildlife: Conflict, community and bureaucracy, *Journalism Quarterly*.

Curran J., 1982, «Communications, Power and Social Order», στο Gurevitch M. et al., *Culture, Society and the Media*, Methuen and Co. Ltd., London.

David B. Sachsman, James Simon, JoAnn Myer Valenti,(2008), *Environment Reporters and U.S. Journalists: A Comparative Analysis*, Applied Environmental Education and Communication, Fairfield University.

Dennis R. Liff, "Environmental Journalists are asked to do more with less", *NewsPro*, *The magazine for news professionals*, October 2011.

Dispensa, Jaclyn Marisa and Robert J. Brulle 2003. '*Media's Social Construction of Environmental Issues: Focus on Global Warming – a Comparative Study.*' *International Journal of Sociology and Social Policy* 23.

Downs, Anthony 1972. 'Up and Down with Ecology: The "Issue Attention Cycle".' *Public Interest*.

Eleanor Singer, (1990), «*A Question of Accuracy: How Journalists and Scientists Report Research on Hazards*», *Journal of Communication*, Allan, 2002.

Entman, Robert M. 1993. '*Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm.*' *Journal of Communication* 43.

Edward Herman & Noam Chomsky, «*Manufacturing Consent*», Pantheon, Νέα Υόρκη 2002.

Ereaut, Gill and Nat Segnit 2006. *Warm Words: How are we Telling the Climate Story and Can we Tell it Better?* London, UK: Institute for Public Policy Research.

Gavin, Neil T. 2007. 'Global Warming and the British Press', Unpublished paper presented at Political Studies Association Conference, University of West England, Bristol, September.

Gerbner G., 1998α, «*Η "κατασκευή" της πραγματικότητας και τα ΜΜΕ*», στο Παναγιωτοπούλου Ρ. κ.ά. (επιμ.)

Gelbspan, Ross 1995. '*The Heat is On: The Warming of the World's Climate Sparks a Blaze of Denial.*' Harpers Magazine, December

Gelbspan, Ross 2004. *Boiling Point*. New York, NY: Perseus.

Gelbspan, Ross 2005. *Snowed: Why is the US Media Silent on Global Warming?* Mother Jones online publication.

Monbiot, George 2007. '*The Editorials Urge Us to Cut Emissions, But the Ads Tell a Very Different Story.*' The Guardian August 14th

Gilboa, Eytan (2002α). "*Global Communication and Foreign Policy*". *Journal of Communication*.

Hall, Stuart et al. (1978) *Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order*, London: Methuen

Hall S., 1992b, «*The Question of Cultural Identity*», στο S. Hall, D. Held, T. McGrew, *Modernity and its Future*, London, Polity.

Hall, Stuart, Charles Critcher, Tony Jefferson, John Clarke and Brian Robert 1978. *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*. London, UK: Macmillan

Hallahan K., 1999. *Seven Models of Framing: Implications for Public Relations*. Journal of Public Relations Research

Hargreaves, Ian, Justin Lewis and Tammy Speers 2003. *Towards a Better Map: Science, the Public and the Media*. Swindon, UK: Economic and Social Research Council Report.

Hannigan J. (1995). *Environmental Sociology: A Social Constructionist. Perspective*. London and New York: Routledge

Hans Peter Peters, John T. Lang, Magdalena Sawicka, William K. Hallman , 2007. "Culture and Technological Innovation: Impact of Institutional Trust and Appreciation of Nature on Attitudes towards Food Biotechnology in the USA and Germany", International Journal of Public Opinion Research, Oxford Academic.

Hillary Atkin, "Job security tops list of challenges", *NewsPro, The magazine for news professionals*, October 2011.

Hilgartner, Stephen and Charles L. Bosk 1988. 'The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model.' American Journal of Sociology.

Hulme, Mike 2007. 'Mediated Messages about Climate Change: Reporting the IPCC Fourth Assessment in the UK Print Media.' Science Communication

Jacques, Peter J., Riley E. Dunlap and Mark Freeman 2008. 'The Organisation of Denial: Conservative Think Tanks and Environmental Scepticism.' Environmental Politics.

James Carroll, *The Fall of Bob Woodward*, Boston Globe, Nov. 21, 2005.

Juraite, K. (2002). *Construction of Public Opinion on Environmental Issues in the Media*. Sociologija. Mintis ir veiksmai

Lee Wilkins and Philip Patterson, (1990), "Risky business: Covering slow-onset hazards as rapidly developing news", *Journal Political Communication*

Leggett, Jeremy 2001. *The Carbon War: Global Warming and the End of the Oil Era*. London, UK: Routledge.

Mark Neuzil and William Kovarik (1996), *Mass Media and Environmental Conflict: America's Green Crusades*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Manning. Paul (2001) *News and News Sources: A Critical Introduction*, London: Sage

McCallum, D. D., Hammond, S. L., & Covello, V. T. (1991), *Communicating about environmental risks: How the public uses and perceives information sources*, *Health Education Quarterly*.

McComas, Katherine and James Shanahan 1999. 'Telling Stories about Global Climate Change.' *Communication Research*.

McQuail D., 1997, *Εισαγωγή στη θεωρία της μαζικής επικοινωνίας*, Αθήνα, Καστανιώτης.

McCright, Aaron M. and Riley E. Dunlap 2003. '*Defeating Kyoto: The Conservative Movement's Impact on U.S. Climate Change Policy*.' *Social Problems*.

Monbiot, George 2007. '*The Editorials Urge Us to Cut Emissions, But the Ads Tell a Very Different Story*.' *The Guardian* August 14th.

Monbiot, George 2006. *Heat: How to Stop the Planet from Burning*. London, UK: Random House

Newell, Peter 2000. *Climate for Change: Non-State Actors and the Global Politics of the Greenhouse*. Cambridge, UK: Cambridge University Press

Nisbet, Matthew and Chris Mooney 2006. *'The Next Big Storm: Can Scientists and Journalists Work Together to Improve Coverage of the Hurricane-Global Warming Controversy?'* Sceptical Inquirer, August 3rd.

Ostman, R.E., Parker, J.L. (1986/1987), *A Public's Environmental Information Sources and Evaluations of Mass Media*, The Journal of Environmental Education.

Paul Slovic, (2000), "The Perception of Risk", Earthscan Publications, London,

Painter, James 2007. 'All Doom and Gloom? International TV Coverage of the April and May 2007 IPCC Reports.'

Peet, Richard and Elaine Hartwick 2009: *Theories of Development: Contentions, Arguments, Alternatives*. The Guilford Press.

Penelope Canan, Melanie Hartman (2007), *Science–Journalism Collaboration: An Experiment in Closing the Communication Gap*, Applied Environmental Education and Communication.

Peter Dykstra, *"Where do reporters fit in the new media world?"*, NewsPro, The magazine for news professionals, October 2011.

Project for Excellence in Journalism (2006) *The State of the News Media 2006*. Washington, DC, USA: Project for Excellence in Journalism.
www.stateofthenewsmedia.org

Revkin, Andrew 2005. 'Bush Aide Softened Greenhouse Gas Links to Global Warming.' New York Times, June 8th.

Risbey, James S. 2008. *'The New Climate Discourse: Alarmist or Alarming?'* Global Environmental Change 18.

Sachsman, David 2000. 'The Role of the Mass Media in Shaping Public Perceptions and Awareness of Environmental Issues,' Climate Change Communication Conference, Ontario, Canada, 22–24 June. In Climate Change Communication: Proceedings of an International Conference, edited by Daniel Scott. Waterloo: University of Waterloo.

Sampei, Y., Aoyagi-Usui, M. (2009). *Mass-media coverage, its influence on public awareness of climate-change issues, and implications for Japan's national campaign to reduce greenhouse gas emissions*. Global Environmental Change 19.

Kirby, Alex 2001. 'The Media and Climate Change'. Keynote speech, Alliance for the Sustainability Transition, The European Climate Forum, Potsdam 3–4 October.

Schlesinger, Philip and Tumber, Howard (1994/1999) *Reporting Crime: The Media Politics of Criminal Justice*, Oxford: Clarendon Press, 1994. Excerpted in: Howard Tumber (Ed), *News: A Reader*, Oxford: Oxford University Press, 1999.

Stuart Allan, (2002), *"Media, Risk, and Science"*, Open University Press., Philadelphia.

Sharlin, H. I. (1985), A case study in the communication of health risks, Report submitted to the Office of Policy Analysis, Washington D.C.: U.S.

S. Holly Stocking and Lisa W. Holstein (2009), *Manufacturing doubt: journalists' roles and the construction of ignorance in a scientific controversy*, Public Understanding of Science.

Trumbo, Craig 1996. 'Constructing Climate Change: Claims and Frames in US News Coverage of an Environmental Issue.' Public Understanding of Science.

Tsekos, Ch.A. & Matthopoulos, D.P.(2008), *Environmental news in Greece: Evaluation of the way newspapers deal with environmental issues*, International Journal of Environmental Studies.

Weingart P, Engels A, Pansegrau P (2000) *Risks of communication: Discourses on climate change in science, politics, and the mass media*. Public Underst Sci.

Wilkins, Lee 1993. '*Between the Facts and Values: Print Media Coverage of the Greenhouse Effect 1987–1990.*' Public Understanding of Science.

Wilson, Kris M. 2000. '*Drought, Debate, and Uncertainty: Measuring Reporters' Knowledge and Ignorance about Climate Change.*' Public Understanding of Science.

Ελληνική

Αγγελίδης, Ζ. 1993. *Εισαγωγή στην Περιβαλλοντική Εκπαίδευση*. Art of Text, Θεσσαλονίκη.

Βαλούκος Στ, Δαρεμάς Γ., Δεμερτζής Ν., Κομνηνού Μ., Κούρτη Ευαγγ., Λεβεντάκος Δ., Παϊδούση Χρ., Συναδινός Ιουλ., (2004), «*Τηλεόραση και ελληνική κοινωνία*», εκδόσεις Εικών.

Δεμερτζής Ν. (2003), «*Πολιτική επικοινωνία*», εκδόσεις Παπαζήσης

Eco U., 1982, «*Για ένα σημειολογικό ανταρτοπόλεμο*», στο *Η σημειολογία στην καθημερινή ζωή*, Αθήνα, Μαλλιάρη-Παιδεία.

Λουκέρης, Δ. (2000), Το μάθημα της Μελέτης του Περιβάλλοντος υπό το πρίσμα της Περιβαλλοντικής Αγωγής, Διδακτορική Διατριβή, Φιλοσοφική Σχολή Παν/μιου Αθηνών, Αθήνα.

Μορφωτικό Ίδρυμα της ΕΣΗΕΑ, (2008), *Περιβάλλον SOS Environment*, Αθήνα

Μπέμπη Στυλιανή, Ηλιάδου Αικατερίνη, Καπετσώνης Κωνσταντίνος, Μεντεσίδης Ιωάννης, Μουστάκη Ουρανία, Παρσέλιας Παναγιώτης, Σατσόγλου Ελισάβετ, Σιδηροπούλου Μαρία (2004), *Αναπαράσταση των προστατευόμενων περιοχών στον οικολογικό και τουριστικό τύπο*, 2ο Πανελλήνιο συνέδριο της ΠΕΕΚΠΕ με θέμα: «Βιώσιμη Ανάπτυξη – Περιβαλλοντική Εκπαίδευση – Τοπικές Κοινωνίες» 15/17 Οκτωβρίου 2004 – Ουρανούπολη, , www.peekpe.gr.

Παπαδημητρίου Ε., (2006), *Περιβαλλοντική Πολιτική και Οικολογική Κρίση*, εκδ. Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.

Παπαδημητρίου Β. (2000), *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση*, εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.

Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε. και Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς 1999. «*Η Διακήρυξη της Τιφλίδας*». Σειρά: Βασικά κείμενα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, τ. 2.

Π.Ε.ΕΚ.Π.Ε. και Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς 1999. «*Η Διάσκεψη της Μόσχας*». Σειρά: Βασικά κείμενα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, τ. 3.

Πλειός Γ., (2011), «*Η κοινωνία της ενημέρωσης, ειδήσεις και νεωτερικότητα*», εκδόσεις Καστανιώτη

Πλειός Γ. (2002), «*Η ιδιωτικοποίηση των ΜΜΕ και η διαμόρφωση του (τηλεοπτικού) τοπίου πολιτικού λόγου*», στο Δεμερτζής Ν. (επιμέλεια), *Η πολιτική επικοινωνία στην Ελλάδα*, εκδόσεις Παπαζήση.

Πλειός Γ. (2005), «*Περιεχόμενο και ποιότητα πολιτικής ενημέρωσης: Η πολιτική θεματολογία*», Ζητήματα Επικοινωνίας, Τεύχος 3 (2005), εκδόσεις Καστανιώτη.

Πρακτικά της ημερίδας «*Η Συνεισφορά των ΜΜΕ στην Αειφόρο Ανάπτυξη και το Περιβάλλον*», συνδιοργάνωση Κέντρο Αειφορίας (CSE), οργανισμός FIT ON EARTH, Off The Record Consulting, 3 Ιουνίου 2010, γραφείο Ευρωπαϊκού κοινοβουλίου, Αθήνα.

Ραμονέ, Ιγνάσιο (1999), *Η Τυραννία των ΜΜΕ*, Αθήνα: Πόλις

Σεραφετινίδου Μ., 1987, *Κοινωνιολογία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας*, Αθήνα, Gutenberg.

Σκαναβή-Τσαμπούκου Κ.,(2004), *Περιβάλλον και Κοινωνία, Μια σχέση σε αδιάκοπη εξέλιξη*, εκδ. Καλειδοσκόπιο, Αθήνα.

Σκαναβή-Τσαμπούκου Κ.,(2004), *Περιβάλλον και Επικοινωνία, Δικαίωμα στην επιλογή*, εκδ. Καλειδοσκόπιο, Αθήνα.

Τσάλτας, Γρ., (2003), «*Γιοχάνεσμπουργκ: το Περιβάλλον μετά τη Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για την Αειφόρο Ανάπτυξη*», (επιμ.- παρουσ.), εκδ. Ι. Σιδέρης, Αθήνα.

Τσάλτας Γρ., Κατσιμπάρδης Κ. (2009), «*Διεθνής κλιματική πολιτική*», (επιμ.- παρουσίαση), εκδόσεις Σιδέρης, Αθήνα.

Τσάλτας, Γρ., Ι., Πλατιάς, Χ., (2010), «*Ευρωπαϊκή Ένωση και Περιβάλλον, Ανατομία μιας Κοινής Ευρωπαϊκής Πολιτικής*», εκδ. Ι. Σιδέρης, Αθήνα.

Τσέκος, Χ. και Ματθόπουλος, Δ. (2004), *Περιβαλλοντική πληροφόρηση και μέσα μαζικής επικοινωνίας (ΜΜΕ)*, Πρακτικά 1ο Πανελλήνιου Περιβαλλοντικού Συνεδρίου «Σύγχρονα Περιβαλλοντικά Θέματα», Νέα Ορεστιάδα 7-9.5.04.

Τσέκος, Χ. & Ματθόπουλος, Δ. (2005), «*Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και ΜΜΕ, δυνατότητες και δυσχέρειες στην άτυπη εκπαιδευτική διαδικασία*», 2ο Πανελλήνιο

Συμπόσιο «Έμπνευση, Στοχασμός και Φαντασία στην περιβαλλοντική Εκπαίδευση», Ελληνική Εταιρία, 1-3 Απριλίου 2005.

Φλογαΐτη, Ε., (1993), «Περιβαλλοντική Εκπαίδευση», Ελληνικές Πανεπιστημιακές Εκδόσεις, Αθήνα.

Φραγκονικολόπουλος Χρήστος, 2005 *MME, Κοινωνία και Πολιτική. Ρόλος και λειτουργία στη σύγχρονη Ελλάδα..*

Χριστίνα Κωνοταντινίδου, 2002, «Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και η παραγωγή νοήματος. Θεωρητικές προσεγγίσεις και προοπτικές». Μέρος Α', Τομ. 108, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης

Ηλεκτρονικές πηγές

Ιστότοπος United Nations Conference on Environment & Development
Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992, Agenda 21, διαθέσιμος στο
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>

Ιστότοπος της εφημερίδας Ελευθεροτυπία, διαθέσιμος στο www.enet.gr

Ιστότοπος της εφημερίδας Καθημερινή, διαθέσιμος στο www.kathimerinh.gr

Ιστότοπος της εφημερίδας Το Βήμα, διαθέσιμος στο www.tovima.gr

Ιστότοπος της εφημερίδας Τα Νέα, διαθέσιμος στο www.tanea.gr

Ιστότοπος της εφημερίδας Έθνος, διαθέσιμος στο www.ethnos.gr

Ιστότοπος της εφημερίδας Documento, διαθέσιμος στο www.documentonews.gr

Ιστότοπος της εφημερίδας Πρώτο Θέμα, διαθέσιμος στο www.protothema.gr

Ιστοτοπος της εφημερίδας Το Ποντίκι, διαθέσιμος στο www.pontiki.gr

Ιστοτοπος Τυπολογίες, διαθέσιμος στο www.typologies.gr

Ιστότοπος Asopossos, διαθέσιμος στο <https://asopossos.wordpress.com/>

Ιστότοπος της εφημερίδας The Guardian, διαθέσιμος στο www.theguardian.gr

Ιστότοπος της εφημερίδας The Telegraph, διαθέσιμο στο www.telegraph.co.uk

Ιστότοπος της εφημερίδας The New York Times, διαθέσιμος στο www.nytimes.com

Ιστότοπος greenblog, διαθέσιμος στο <http://green-blog.org/>

Ιστότοπος εταιρείας Gallup, διαθέσιμος στο <http://news.gallup.com>

Ιστοτοπος Greenpeace, διαθέσιμος στο <http://www.greenpeace.org/>

Ιστότοπος lexigram, διαθέσιμος στο www.lexigram.gr

Ιστοτοπος Livescience, διαθέσιμος στο <https://www.livescience.com>

Ιστότοπος Ecowatch, διαθέσιμος στο <https://www.ecowatch.com>

Ιστότοπος The News manual, διαθέσιμος στο <https://www.thenewsmanual.net>