

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ



Πτυχιακή διατριβή

ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΕΣ

ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Μαργαρίτα Καρβούνη

Λεμεσός 2011

Καρούνη Μαγαρίτα

Καρβούνη Μαργαρίτα

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Πτυχιακή διατριβή

ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΕΣ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

Μαργαρίτα Καρβούνη

Επιβλέπουσα καθηγήτρια – Λέκτορας

Δήμητρα Μηλιώνη

Λεμεσός 2011

Καρβούνη Μαργαρίτα

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ

Copyright © Μαργαρίτα Καρβούνη, 2011

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής διατριβής από το Τμήμα Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ-ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα εργασία αφιερώνεται στους πρώτους φοιτητές και απόφοιτους του τμήματος Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου. Η παρούσα εργασία δεν θα μπορούσε να ολοκληρωθεί χωρίς την υποστήριξη της επιβλέπουσας Καθηγήτριας-Λέκτορα Δήμητρας Μηλιώνη, του Τμήματος Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου. Την ευχαριστώ θερμά για την πολύ καλή συνεργασία που είχαμε όλο αυτό το διάστημα, την συνεχόμενη επικοινωνία για οποιοδήποτε θέμα επιθυμούσα, τις χρήσιμες πληροφορίες που μου παρείχε, καθώς και την υποστήριξη για την ολοκλήρωση της υπάρχουσας μελέτης. Ιδιαίτερες ευχαριστίες στην οικογένεια μου, τους φίλους που με στήριξαν στις πολλές ώρες μελέτης και συγγραφής. Τέλος, ένα μεγάλο ευχαριστώ στο Νικόλαο Βλασταρά, για την αμέριστη συμπαράσταση και βοήθεια, καθ' όλη τη διάρκεια της μελέτης.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ-ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	v
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	vi
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	viii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	ix
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	x
1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
2: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ- ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	2
3 : ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ	5
4 : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	12
5 :ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	15
5.1 Γενικές ερωτήσεις ερωτηματολογίου.....	15
5.2 Εσωτερικές πιέσεις και περιοριστικοί παράγοντες.....	25
5.3 Εξωτερικές πιέσεις και περιοριστικοί παράγοντες	26
5.4 Ποιοτική έρευνα για ορισμένες από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου.....	27
5.5 Αποτελέσματα ερευνητικών ερωτημάτων	30
5.5.1:1 ^ο ερευνητικό ερώτημα :Πόσο ισχυρή είναι η λειτουργία του παρεμβατισμού των Κύπριων δημοσιογράφων;.....	31
5.5.2 :2 ^ο ερευνητικό ερώτημα :Πώς λειτουργούν οι Κύπριοι δημοσιογράφοι σε σχέση με την εξουσία; (πολιτική , οικονομική , πηγές) Είναι μακριά ή κοντά από αυτή;	32
5.5.3: 3ο ερευνητικό ερώτημα: Τι θέση παίρνουν ως προς τους νόμους της αγοράς; Πώς οι Κύπριοι δημοσιογράφοι βλέπουν το κοινό τους; Ως πολίτες ή ως καταναλωτές;	33
6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	35
6.1 Συμπεράσματα 1 ^{ου} ερευνητικού ερωτήματος: Πόσο ισχυρή είναι η λειτουργία του παρεμβατισμού των Κύπριων δημοσιογράφων;.....	35
6.2 Συμπεράσματα 2 ^{ου} ερευνητικού ερωτήματος :Πώς λειτουργούν οι Κύπριοι δημοσιογράφοι σε σχέση με την εξουσία; (πολιτική , οικονομική , πηγές) Είναι μακριά ή κοντά από αυτή;	37
6.3 Συμπεράσματα 3 ^{ου} ερευνητικού ερωτήματος :Τι θέση παίρνουν ως προς τους νόμους της αγοράς; Πώς οι Κύπριοι δημοσιογράφοι βλέπουν το κοινό τους; Ως πολίτες ή ως καταναλωτές;	39

6.4 Γενικά Συμπεράσματα.....	41
6.5 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα	43
7 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	44
8 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	46
8.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	46

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1	25
Πίνακας 2	26
Πίνακας 3	31
Πίνακας 4	32
Πίνακας 5	33

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1.....	15
Διάγραμμα 2.....	16
Διάγραμμα 3.....	17
Διάγραμμα 4.....	18
Διάγραμμα 5.....	19
Διάγραμμα 6.....	20
Διάγραμμα 7.....	21
Διάγραμμα 8.....	22
Διάγραμμα 9.....	23
Διάγραμμα 10.....	24

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «Δημοσιογραφικές κουλτούρες στην Κύπρο» εκπονήθηκε από την Μαργαρίτα Καρβούνη, φοιτήτρια του Τμήματος ΕΣΔ του ΤΕΠΑΚ υπό την επίβλεψη της Λέκτορα Δήμητρας Μηλιώνη και ολοκληρώθηκε το Μάιο του 2011.

Σκοπός της έρευνας είναι η ανακάλυψη των χαρακτηριστικών της ομοιόμορφης δημοσιογραφικής κουλτούρας όσον αφορά τα Κυπριακά μέσα. Μέσα από την συγκεκριμένη έρευνα, περιγράφουμε αναλυτικά τα προβλήματα και την αναγκαιότητα της μελέτης για τα δεδομένα της Κύπρου. Εν συνεχεία, αναφερόμαστε στη υπάρχουσα θεωρητική υποδομή για το συγκεκριμένο θέμα, στην μεθοδολογία που θα χρησιμοποιήσουμε για την διεξαγωγή αποτελεσμάτων και έπειτα σε κάποια συμπεράσματα καθώς και ιδέες για μελλοντικές έρευνες. Η παρούσα εργασία στηρίζεται στη θεωρητική προσέγγιση του Hanitzch σε ότι αφορά τους θεσμικούς ρόλους της δημοσιογραφικής κουλτούρας, προσαρμοσμένη στα Κυπριακά δεδομένα. Με βάση τον Hanitzch (2007), οι θεσμικοί ρόλοι χωρίζονται σε τρεις υποκατηγορίες: την παρεμβατικότητα των δημοσιογράφων, την απόσταση που έχουν από την εξουσία και τέλος τον προσανατολισμό τους προς την αγορά. Δεδομένου ότι δεν υπάρχουν παρόμοιες συστηματικές έρευνες για τη δημοσιογραφική κουλτούρα στη Κύπρο, διερευνήθηκαν οι τρεις αυτές υποκατηγορίες, μέσα από την μελέτη και την ανάλυση τριών ερευνητικών ερωτημάτων. Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για να απαντηθούν τα ερωτήματα αυτά, είναι ποσοτική έρευνα επισκόπησης και πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ενός ερωτηματολογίου, τα δεδομένα του οποίου συλλέχθηκαν με την βοήθεια προσωπικών συνεντεύξεων. Το μέγεθος του δείγματος που μελετήθηκε, αποτελείται από 38 άτομα του δημοσιογραφικού χώρου. Βάσει του συγκεκριμένου δείγματος, αναλύσαμε τα αποτελέσματα με την βοήθεια του προγράμματος SPSS και δημιουργήσαμε πίνακες, καταλήγοντας σε κάποια συμπεράσματα.

1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με τον όρο «δημοσιογραφική κουλτούρα» αναφερόμαστε στις επαγγελματικές πεποιθήσεις, αντιλήψεις, αξίες αλλά και πρακτικές που χαρακτηρίζουν το χώρο της δημοσιογραφίας. Αρκετές θεωρητικές προσεγγίσεις, όπως αυτή του Bourdieu (1998), αναφέρονται σε ορισμένα προβλήματα που προκύπτουν κατά τη διαδικασία κοινωνικοποίησης των δημοσιογράφων στις κυρίαρχες αντιλήψεις του επαγγέλματος. Στο χώρο της δημοσιογραφίας υπάρχουν κοινές ιδέες, κοινές αντιλήψεις που οδηγούν σε ομοιομορφία στις απόψεις αλλά και στις πρακτικές των δημοσιογράφων, όσον αφορά τη διαδικασία επιλογής των ειδήσεων, την επιλογή των πηγών και τον τρόπο σύνταξης και παρουσίασης των ειδήσεων. Στην πτυχιακή εργασία θα διερευνήσουμε τη δημοσιογραφική κουλτούρα στην Κύπρο και τα προβλήματα που ωθούν σ' αυτήν. Σκοπός της έρευνας είναι η ανακάλυψη των χαρακτηριστικών της ομοιόμορφης δημοσιογραφικής κουλτούρας όσον αφορά τα Κυπριακά μέσα. Η έρευνα αυτή έχει σαν στόχο την απάντηση του ερωτήματος αυτού, μέσα από την ανάλυση τριών ερευνητικών ερωτημάτων τα οποία θα διερευνηθούν σε βάθος. Η μέθοδος που θα χρησιμοποιήσουμε είναι η συμπλήρωση ερωτηματολόγιων με την βοήθεια συνεντεύξεων στους δημοσιογράφους της Κύπρου. Στην συνέχεια αναφερόμαστε πιο αναλυτικά στην περιγραφή του προβλήματος αυτού και την αναγκαιότητα της μελέτης του. Επίσης, αναλύουμε την υπάρχουσα θεωρητική υποδομή για το συγκεκριμένο θέμα, καθώς και την μεθοδολογία που θα χρησιμοποιήσουμε για την διεξαγωγή αποτελεσμάτων και έπειτα κάποιων συμπερασμάτων που θα δώσουν λύση στο πρόβλημα.

Πολλοί ήταν εκείνοι που μίλησαν για τον όρο της δημοσιογραφικής κουλτούρας και ανέλυσαν κάποια από τα προβλήματα που δεν βοηθούν στη σωστή λειτουργία της δημοκρατίας και της δημοκρατικής δημόσιας σφαίρας λόγω του ότι δεν υφίσταται πολυφωνία, πλουραλισμός και πολλαπλότητα στη δημοσιογραφική λειτουργία. Παρακάτω αναφέρω πιο αναλυτικά τα προβλήματα που οδήγησαν τους ερευνητές να ασχοληθούν με το θέμα αυτό.

2: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ- ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΜΕΛΕΤΗΣ

Τα κυπριακά ΜΜΕ, όπως συμβαίνει με τα ΜΜΕ σε κάθε χώρα, είναι επιφορτισμένα με την ευθύνη να ενημερώνουν και να πληροφορούν το κοινό. Διαδραματίζουν τον ρόλο της τέταρτης εξουσίας, αφού το ίδιο το επάγγελμα των δημοσιογράφων το απαιτεί, με αποτέλεσμα το κοινό να βασίζεται στα Κυπριακά ΜΜΕ για την άσκηση κριτικού ελέγχου στην εξουσία. Πέρα λοιπόν από την ομαλή λειτουργία που προσπαθούν να επιτύχουν, σε ότι αφορά την ενημέρωση των πολιτών, οι δημοσιογράφοι προσπαθούν να δημιουργήσουν σχετικές ισορροπίες όσον αφορά τους νόμους της αγοράς, εφόσον λειτουργούν ως εμπορικές επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει ότι ναι μεν ενημερώνουν τους πολίτες, αλλά παράλληλα πρέπει να ανταπεξέλθουν στους νόμους της ανταγωνιστικής αγοράς. Αναλυτές των κυπριακών ΜΜΕ, όπως ο Α. Σοφοκλέους (2008, σελ. 167-170), αναδεικνύουν ορισμένες παθογένειες στο χώρο των κυπριακών Μέσων: Στον Κυπριακό χώρο τα ΜΜΕ δέχονται πιέσεις από πολιτικούς παράγοντες. Πρέπει να τονίσουμε ότι το φαινόμενο που επικρατεί στην Κύπρο κυρίως σε ότι αφορά τον τομέα της ενημέρωσης είναι ότι πολλά ΜΜΕ είναι εύκολο να επηρεαστούν από κάποια πολιτικά κόμματα και αποτελούν όργανά τους, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να είναι πάντα αντικειμενικά και ακέραια ενώπιον του κοινού τους, ειδικά σε περίοδο προεκλογικών εκστρατειών. Δεν είναι καθόλου σπάνιο και στην κοινωνία της Κύπρου οι δημοσιογράφοι να δείχνουν την αφοσίωση τους σε πολιτικά κόμματα και ειδικά όταν εκείνα τα κόμματα έρθουν στην εξουσία. (Σοφοκλέους 2008,σελ.168)

Ένα ακόμα μεγάλο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι Κύπριοι δημοσιογράφοι είναι ότι οι περισσότεροι εργάζονται κάτω από δύσκολες συνθήκες (αποτέλεσμα της ανταγωνιστικής αγοράς και του μεγάλου αριθμού ΜΜΕ σε μια μικρή αγορά), λόγω του περιορισμένου προσωπικού και αυτό δεν τους επιτρέπει την ειδίκευσή τους. Έτσι, ο ίδιος δημοσιογράφος συχνά υποχρεώνεται να καλύπτει το αστυνομικό ρεπορτάζ, όπως και το πολιτικό και ταυτόχρονα να είναι και υπεύθυνος ύλης. Ο χρόνος του είναι περιορισμένος και δεν μπορεί να κάνει τη δουλειά του όπως εκείνος θα ήθελε. Ένα άλλο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν είναι ότι υπάρχει πολύ περιορισμένο προσωπικό, κυρίως σε ότι αφορά το ραδιόφωνο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ένας δημοσιογράφος να είναι πολλές φορές και συντάκτης και εκφωνητής και παραγωγός, άρα τα

δελτία ειδήσεων και η συλλογή των γεγονότων δεν μπορούν να γίνουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα η εργασία των δημοσιογράφων να μην γίνεται σωστά. Ένα ακόμη σχετικό ζήτημα με τις εργασιακές συνθήκες στα Κυπριακά ΜΜΕ είναι ότι οι δημοσιογράφοι υποαμείβονται σε συνάρτηση με όσα προσφέρουν στον δημοσιογραφικό οργανισμό. Η πολυαπασχόληση και η συνεπαγόμενη έλλειψη χρόνου είναι ένας ακόμη λόγος για τον οποίο οι δημοσιογράφοι λειτουργούν με βάση κάποιες παρόμοιες τακτικές στον επαγγελματικό τους χώρο λόγω της έλλειψης χρόνου και της έλλειψης ιδεών. Στην Κύπρο το φαινόμενο της πολυαπασχόλησης το συναντάμε όταν οι δημοσιογράφοι εργάζονται ταυτόχρονα σε ιδιωτικούς τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς, με αποτέλεσμα να μην έχουν αρκετό χρόνο για να ασχοληθούν με την καλύτερη δυνατή κάλυψη των γεγονότων, ειδικά όταν παρεμβαίνουν στο έργο τους και ισχυροί καναλάρχες. (Σοφοκλέους 2008,σελ.168-170)

Είναι ακόμα σημαντικό να αναφέρουμε ότι οι δημοσιογράφοι στη Κύπρο δεν δέχονται μόνο πιέσεις από τα κόμματα και από τους σταθμούς στους οποίους ανήκουν αλλά και από διαφημιστές και χορηγούς, οι οποίοι διαδραματίζουν επίσης έναν καθοριστικό ρόλο στη λειτουργία των δημοσιογράφων και στη δομή της τελικής είδησης. (Σοφοκλέους 2008,σελ.168)

Με βάση τη Ρούσου (2005, σελ.20-25) και το Κυπριακό πρόβλημα μπορεί να θεωρηθεί ένας παράγοντας που περιορίζει τη δημοσιογραφική λειτουργία στην Κύπρο. Με την τυποποίηση του Κυπριακού προβλήματος από τα ΜΜΕ δημιουργούνται πρόσθετες και πολύπλοκες διαστάσεις για την «πλαισιοποίηση» του συγκεκριμένου προβλήματος και αυτό έχει άμεση επίδραση στο κοινό που αντί να συμμετέχει ενεργά στο θέμα, διαμορφώνει τον τρόπο που σκέφτονται τα ΜΜΕ. Η μόνιμη απειλή του άλυτου Κυπριακού προβλήματος, έχει συμβάλλει στην επικράτηση της σύγχρονης μαζικής κουλτούρας, κυρίως σε ότι αφορά τα τηλεοπτικά μέσα. Η Ρούσου (2005, σελ.20) αναφέρει επίσης ότι η Κυπριακή τηλεόραση «τυποποιεί» το πρόβλημα αυτό σε κάποια σχηματικά πλαίσια, που τα ίδια τα μέσα έχουν δημιουργήσει, με αποτελέσματα να δείχνουν την μια όψη. Με αυτό τον τρόπο, προβάλλεται μόνο η πολιτική πλευρά του ζητήματος και απουσιάζουν τελείως τα προβλήματα, οι συμπεριφορές, οι αξίες, η κουλτούρα και οι αντιλήψεις των Τουρκοκυπρίων και παράλληλα ισχύει και η αντίθετη πλευρά, αφού ούτε στα Τουρκοκυπριακά κανάλια προβάλλονται οι Ελληνοκύπριοι. Έτσι οδηγούμαστε στην «πλαισιοποίηση», όπως αναφέραμε, που έχει άμεση επίδραση στο κοινό της Κύπρου, γιατί

Καρβούνη Μαργαρίτα

υιοθετεί τις αντιλήψεις και τα πιστεύω που προβάλλονται από τους δημοσιογράφους, βλέποντας τον κόσμο υπό το πρίσμα αυτών.

3 : ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Η ομοιομορφία στη δημοσιογραφική κουλτούρα περιορίζει την πολλαπλότητα στη δημοσιογραφική λειτουργία. Όπως αναφέρει ο Φιλίππου (2009), η έννοια της «δημόσιας σφαίρας», όπως την ανέπτυξε ο Γερμανός φιλόσοφος και κοινωνικός επιστήμονας Χάμπερμας (Habermas, 1989) έχει πολύ μεγάλη σημασία για την κριτική ανάλυση του ρόλου των ΜΜΕ. Ο Χάμπερμας προειδοποιεί ότι οι πολίτες μετατρέπονται σε απαθείς καταναλωτές μηνυμάτων και δεν υπάρχει πλέον δημόσια συζήτηση. Όπως αναφέρει ο Παπαθανασόπουλος για την ελληνική δημοσιογραφία (1999, σελ. 510-511), οι δημοσιογράφοι δεν ερμηνεύουν μόνο τις ειδήσεις, αλλά δουλεύουν και ως επαγγελματίες διαμεσολαβητές σε ότι αφορά τα πολιτικά θέματα και παρουσιάζουν τους εαυτούς τους ως εκπροσώπους του «πολίτη» και της κοινής γνώμης. Τα ΜΜΕ συχνά επιχειρούν να διαμορφώσουν την κοινή γνώμη και να προβάλλουν μόνο τα θέματα που επικυρώνουν και εγκρίνουν είτε τα ίδια, είτε η πολιτική ελίτ. Έτσι δεν υπάρχει πολλαπλότητα (δηλαδή πολλές και διαφορετικές απόψεις), ώστε το κοινό των πολιτών να καταφέρει να διαμορφώσει μια ευρεία άποψη. Συνεπώς, αυτό εμποδίζει την ανάπτυξη μιας «κρίσιμης μάζας», δηλαδή αυτής της γνώμης του κοινού η οποία θα μπορούσε να επιλύσει κοινωνικά ζητήματα. Τα ΜΜΕ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε αυτό επειδή η ομοιομορφία στην κουλτούρα των δημοσιογράφων δεν βοηθά το κοινό να μορφωθεί, να αναζητήσει και να αποκτήσει πληροφορίες, ώστε να εκτιμήσει ο ίδιος ο πολίτης με κριτικό πνεύμα τις απόψεις που εισπράττει και να μπορέσει ο ίδιος να τις μετατρέψει σε πληροφορίες και σε γνώση, που θα του χρησιμεύσουν για να μπορέσει να πάρει θέση στη δημοκρατική συζήτηση και το διάλογο.

Σύμφωνα με όσα προαναφέραμε, εντοπίζονται διαφορετικές αιτίες ως προς τα εμφανή και αφανή αίτια που οδηγούν στο φαινόμενο της ομοιόμορφης δημοσιογραφικής κουλτούρας. Ορισμένες από αυτές είναι η εξάρτηση της δημοσιογραφίας από την πολιτική και οικονομική εξουσία. Ο Φιλίππου (2009) διατυπώνει την άποψη ότι η «υγιής δημόσια σφαίρα» είναι αυτή η οποία τα Μέσα φροντίζουν να προβάλλουν πληροφορίες από καλά ενημερωμένες πηγές και ό,τι προβάλλεται να είναι κατανοητό για το ευρύ κοινό. Η ομοιομορφία όμως στη δημοσιογραφική κουλτούρα δεν αφήνει να υπάρξει μια ισορροπία μεταξύ της δημόσιας και των άλλων σφαιρών (πολιτικών και οικονομικών συμφερόντων), με αποτέλεσμα να μην λειτουργεί ορθά η

πληροφόρηση και η ενημέρωση των πολιτών και έτσι να μην μετέχουν ενεργά στις δημοκρατικές διαδικασίες.

Ορισμένες παθογένειες των ΜΜΕ προκύπτουν από την εξέταση του ελληνικού επικοινωνιακού συστήματος. Όπως αναφέρει ο Παπαθανασόπουλος (1997, σελ. 274-288), τα ελληνικά ΜΜΕ, πριν από την άρση του μονοπωλίου, ήταν ένα είδος «ιδεολογικού κρατικού μηχανισμού», δηλαδή ήταν απόλυτα συνυφασμένες με τη δημόσια σφαίρα, και σε μικρότερο βαθμό, με τις συνδικαλιστικές οργανώσεις και τους κρατικούς οργανισμούς. Η απορρύθμιση και η εμπορευματοποίηση της ελληνικής τηλεόρασης έχει οδηγήσει σε σημαντικές αλλαγές στη μορφή και το περιεχόμενο των τηλεοπτικών ειδήσεων. Σήμερα οι ελληνικές τηλεοπτικές ειδήσεις, ειδικά σε ότι αφορά τους ιδιωτικούς σταθμούς, δείχνουν μια προτίμηση σε μεμονωμένες πολιτικές ηγεσίες και δεν βασίζονται σε αφηρημένες πολιτικές ιδέες, όπως συνέβαινε παλιότερα. Συν τις άλλους, εστιάζουν την προσοχή τους στις συγκρούσεις μεταξύ των πολιτικών και των κομμάτων.

Ο Λανς Μπένετ (αναφέρεται στο Φιλίππου, 2009, σελ. 221) αναφέρεται στη δράση των πολιτικών, οι οποίοι προσπαθούν να ελέγξουν τις ειδήσεις. Πολλοί δημοσιογράφοι υποστηρίζουν τις επαγγελματικές τους συνήθειες με τη δικαιολογία ότι είναι σύμφωνες με την ανεξαρτησία και την αντικειμενικότητα, ενώ γνωρίζουν τους ηθικούς κανόνες που πρέπει να τηρούν. Παρόλα αυτά, σε πολλές περιπτώσεις έρχονται αντιμέτωποι με τους κανόνες αυτούς και παγιδεύονται στο να τηρούν κάποια τυποποιημένα συμφέροντα (κυρίως πολιτικά) που τους επιβάλλουν κάποιους περιορισμούς. Στην πραγματικότητα, και η ελληνική δημοσιογραφία πάντα αντιπροσώπευε (και εξακολουθεί να αντιπροσωπεύει) και να υπερασπίζεται τα συμφέροντα των κομμάτων με τα οποία σχετίζεται, δικαιώνοντας τον ισχυρισμό του Herbert Altschull (1997: 259 αναφέρεται στο Παπαθανασόπουλος, 2001, σελ. 519) ότι «το περιεχόμενο των μέσων μαζικής ενημέρωσης αντανακλά αναπόφευκτα τα συμφέροντα εκείνων που πληρώνουν τους λογαριασμούς». Αυτό σημαίνει ότι ειδικά σε μικρές αγορές (όπως είναι η ελληνική αλλά και η κυπριακή), οι ιδιοκτήτες των μέσων που έχουν το κεφάλαιο, έχουν σκοπό το κέρδος και εξαντλούν κάθε πιθανότητα προκειμένου να επωφεληθούν από άλλα επιχειρηματικά συμφέροντα στον ευρύτερο οικονομικό τομέα. Στη δύναμη του κεφαλαίου αναφέρεται και ο Μάνινγκ (2007 σελ.142), τονίζοντας ότι είναι αυτή που απειλεί την ελεύθερη διακίνηση των ιδεών. Στο συγκεκριμένο έργο αναφέρεται ότι η κατάσταση αυτή δεν προκύπτει

(μόνο) ως άμεσος καταναγκασμός των δημοσιογράφων να συμμορφώνονται προς συγκεκριμένες αξίες και πρακτικές. Το μεγαλύτερο πρόβλημα είναι ότι σταδιακά οι δημοσιογράφοι, καθώς κοινωνικοποιούνται σε αυτή την επαγγελματική νοοτροπία, δεν συνειδητοποιούν πλέον αυτή τους τη συμμόρφωση και την ομοιομορφία, αλλά εσωτερικεύουν τους κανόνες αυτούς. Επίσης, ο Χρυσάνθου (2005, σελ. 26) αναφέρεται στην εξάρτηση των δημοσιογράφων από τα πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα. Σύμφωνα με τον Chomsky (1997), «οι άνθρωποι που διευθύνουν τα ΜΜΕ και τα κατέχουν, ανήκουν στην ίδια μικρή ελίτ των ιδιοκτητών και διευθυντών που ελέγχουν την ιδιωτική οικονομία και, συνακόλουθα, το κράτος. Έτσι είναι φυσικό να αντιλαμβάνονται τα γεγονότα, να τα αποσιωπούν, να τα ελέγχουν και να τα διαμορφώνουν σύμφωνα με τα συμφέροντα των ομάδων που εκπροσωπούν, δηλαδή της ατομικής ιδιοκτησίας της οικονομίας - η οποία είναι η πραγματική της βάση. Τα ΜΜΕ απευθύνονται σε μια αγορά η οποία είναι οι διαφημιστές και όχι το κοινό» (αναφέρεται στο Χρυσάνθου, 2005, σελ. 26).

Κατά τον Μάνινγκ (2007, σελ. 143), υπάρχει ισχυρή εξάρτηση των δημοσιογράφων από τις πηγές των ειδήσεων. Η μεγάλη πλειοψηφία των δημοσιογραφικών πηγών είναι οι λεγόμενες «έγκυρες» πηγές, που είναι συνήθως άτομα ή θεσμοί με ισχυρή εξουσία, δηλαδή της πολιτικής και οικονομικής ελίτ. Οι πηγές αυτές όχι μόνο κυριαρχούν αλλά είναι και προνομιούχες σε σχέση με τους δημοσιογράφους και άλλους πολίτες ή οργανισμούς και ουσιαστικά είναι αυτές που ορίζουν την ατζέντα των θεμάτων και τις ειδήσεις που θα παρουσιαστούν καθώς και τον τρόπο παρουσίασης (πλαίσιαση, οπτική γωνία, ερμηνεία). Ουσιαστικά, η συλλογή των ειδήσεων είναι η διαπραγμάτευση του δημοσιογράφου με τις πηγές του. Συνήθως οι σχέσεις που έχουν οι δημοσιογράφοι με τις πηγές τους είναι σταθερές και από φόβο μην τις χάσουν δεν έχουν την ευχέρεια να πάρουν τις πληροφορίες και να τις τροποποιήσουν όπως εκείνοι πιστεύουν. Τόσο οι δημοσιογράφοι όσο και οι πηγές προσπαθούν να αναπτύξουν προσωπικές σχέσεις για να υπάρχει ένας διάυλος επικοινωνίας μεταξύ τους και πολλές φορές οι σχέσεις αυτές μπορεί να εξελιχθούν σε σχέση αλληλεξάρτησης ή απλώς εξάρτησης. Σε αρκετές περιπτώσεις πάντως οι πηγές των δημοσιογράφων τους πιέζουν να προβάλλουν ένα θέμα και λόγω των σχέσεων που έχουν αναπτυχθεί μεταξύ τους δεν μπορούν να αρνηθούν για να μην χάσουν την σταθερή παροχή πληροφοριών που έχουν. Με αυτό τον τρόπο ελέγχεται η ελευθερία του δημοσιογράφου.

Σύμφωνα με την Δουδάκη (2009, σελ.199-227), ορισμένα προβλήματα στη δημοσιογραφική λειτουργία, τα οποία έχουν ευρύτερες συνέπειες, εντοπίζονται και αλλού. Οι δημοσιογράφοι δέχονται πιέσεις από πολλές πλευρές: Πρώτον, οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί θέτουν περιοριστικά πλαίσια μέσα στα οποία πρέπει να κινούνται οι δημοσιογράφοι. Έτσι, η αυτονομία τους περιορίζεται, όταν οι απόψεις τους έρχονται αντιμέτωπες με τα συμφέροντα του δημοσιογραφικού οργανισμού στον οποίο εργάζονται. Με τον τρόπο αυτό ο ειδησεογραφικός οργανισμός περιορίζει ή ακόμα και εκμηδενίζει την αυτόνομη δραστηριότητα σε ένα ρεπορτάζ του ίδιου του δημοσιογράφου. Αυτό το γεγονός ωθεί τους δημοσιογράφους σε μια γρήγορη κοινωνικοποίηση με αποτέλεσμα να υιοθετούν τις αρχές της κυρίαρχης δημοσιογραφικής κουλτούρας, αφού αναπτύσσουν ίδιες αξίες, αρχές και πρακτικές για την κάλυψη των γεγονότων.

Δεύτερον, οι συνάδελφοι λειτουργούν ως βασικές πηγές πίεσης για τον δημοσιογράφο. Οι σχέσεις με τους συνεργάτες τους είναι σχέσεις ανταγωνισμού αλλά και συνεργασίας, άρα υπάρχουν παρόμοιες τακτικές. Οι δημοσιογράφοι, κατά την επαγγελματική συναναστροφή με τους συναδέλφους τους, κοινωνικοποιούνται στο συγκεκριμένο περιβάλλον εργασίας τους και έτσι επηρεάζεται και ο τρόπος άσκησης του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Οι δημοσιογράφοι διαμορφώνουν δίκτυα σχέσεων μέσα από τα οποία αναπτύσσουν κοινές συνθήκες και τρόπους εργασίας, ενώ αποδέχονται και υιοθετούν συγκεκριμένες επαγγελματικές πρακτικές. Εν ολίγοις, διαμορφώνουν μια ενιαία δημοσιογραφική κουλτούρα. Μέσα από αυτή τη συναναστροφή, ο νέος δημοσιογράφος προσπαθεί να ανακαλύψει τα δικαιώματα, τις υποχρεώσεις του, τους κανόνες που πρέπει να τηρεί στον συγκεκριμένο εργασιακό χώρο και διαμορφώνει με αυτό τον τρόπο ίδιες πεποιθήσεις και πρακτικές με τους άλλους συναδέλφους του όσον αφορά το δημοσιογραφικό επάγγελμα.

Κατά την άποψη του Bourdieu (1998), κάποια επιπλέον προβλήματα που προκύπτουν είναι ότι η εξουσία των δημοσιογράφων υποτάσσεται στην εξουσία της αγοράς. Αυτό σημαίνει ότι οι δημοσιογραφικοί οργανισμοί και οι δημοσιογράφοι που εργάζονται σε αυτούς υποτάσσονται στους νόμους της εμπορευματοποίησης. Έτσι προκύπτουν τα ίδια θέματα που αναδεικνύονται σε βάρος άλλων θεμάτων, όχι τόσο επειδή έχουν μεγάλη πολιτική και κοινωνική σημασία, αλλά επειδή ενδιαφέρουν το ευρύ κοινό. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να δημιουργούνται ομοιότητες μεταξύ των δημοσιογράφων αφού καταναγκαστικά προβάλλουν τα ίδια θέματα και είναι

εξαρτημένοι από εξωτερικές δυνάμεις όπως αυτές της ανταγωνιστικής αγοράς. Από την άλλη πλευρά, βέβαια, ο Παπαθανασόπουλος (2001, σελ 519) θεωρεί ότι οι ιδεολογικές και ηθικές επιρροές που επιβάλλονται από την πολιτική εξουσία περιορίζονται από τον έντονο ανταγωνισμό στον τομέα των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Οι Curran & Gurevitch (2001, σελ. 203-226) υποστηρίζουν ότι οι ειδήσεις είναι προϊόν των μεθόδων τους που χρησιμοποιούν, και ουσιαστικά είδηση είναι αυτό που θέλουν να προβάλλουν οι δημοσιογράφοι. Όπως αναφέρουν, οι δημοσιογράφοι δεν παραποιούν τις ειδήσεις αλλά τις κατασκευάζουν όπως εκείνοι τις αντιλαμβάνονται. Με τον τρόπο αυτό δεν θίγουν το θέμα της «πληροφόρησης», αλλά υποβαθμίζουν την πολλαπλότητα της ειδησεογραφίας αφού οι ειδήσεις κατασκευάζονται κυρίως, δεν επιλέγονται μόνο. Στην πραγματικότητα η πραγματική επιρροή δεν εξαρτάται από την ίδια την είδηση αλλά από το πώς οι δημοσιογράφοι την παρουσιάζουν. Πολλά θέματα παρουσιάζουν εικόνα «διπλά αντεστραμμένης πυραμίδας», δηλαδή όσο πιο κοντά στην αλήθεια είναι η πληροφορία τόσο πιο μακριά από την εισαγωγή του θέματος εμφανίζεται. Οι Curran & Gurevitch (2001,σελ.215) μιλούν για την κοινωνικοποίηση των δημοσιογράφων και υποστηρίζουν ότι δεν έχει σημασία ποιοί είναι οι δημοσιογράφοι και από πού προέρχονται, αφού έτσι και αλλιώς κοινωνικοποιούνται και δημιουργούν ίδιες επαγγελματικές αξίες από την καθημερινότητά τους. Ακόμα και οι προσωπικές τους αξίες επηρεάζονται και αυτό οφείλεται στο κοινωνικό τους υπόβαθρο.

Ωστόσο, υπάρχει μία ή πολλές δημοσιογραφικές κουλτούρες; Υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ της επαγγελματικής νοοτροπίας που αναπτύσσεται στο πλαίσιο διαφορετικών χωρών; Ο Hanitzsch (2007) αναφέρει ότι κάθε δημοσιογράφος έχει κάποια χαρακτηριστικά που σχετίζονται άμεσα και προέρχονται από την εθνική κουλτούρα του. Όπως αναφέρει στο άρθρο του, «τα παραδοσιακά ιδανικά της αντικειμενικότητας και της αμεροληψίας φαίνεται να κυριαρχούν σε πολλές αίθουσες τύπου σε όλη την υδρόγειο, και μπορεί κανείς να βρει πολλές ομοιότητες στην επαγγελματική ρουτίνα, τις διαδικασίες σύνταξης και διαδικασίες κοινωνικοποίησης μεταξύ των χώρων». Όπως αναφέρει ο Denis McQuail, με την ανάπτυξη μιας διεθνούς βιομηχανίας των ΜΜΕ βλέπουμε μια «διεθνή κουλτούρα των μέσων ενημέρωσης», η οποία μπορεί να αναγνωριστεί σε παρόμοια πρότυπα παγκοσμίως, καθώς και στο περιεχόμενο

των μορφών, των υφών και στην ίδια την ουσία της επικοινωνίας (McQuail, 1994: 28-9, αναφέρεται στο Παπαθανασόπουλος, 2001). Ο Παπαθανασόπουλος (2001, σελ.506) θεωρεί ότι παρόλο που υπάρχουν ομοιότητες στα συστήματα των μέσων ενημέρωσης σε όλο τον κόσμο, κάθε εθνικό σύστημα διαφέρει από πολλές απόψεις, όταν συγκρίνεται με τα άλλα. Το ίδιο ισχύει και στον τομέα της δημοσιογραφίας, σε ότι αφορά τις πρακτικές της και την επαγγελματική της κουλτούρα, δεδομένου ότι οι οργανώσεις των μέσων μαζικής ενημέρωσης αντικατοπτρίζουν τις διαφορές μεταξύ των πολιτικών συστημάτων, των πολιτικών φιλοσοφιών, των πολιτιστικών χαρακτηριστικών και των οικονομικών συνθηκών. Ο Weaver (1998, αναφέρεται στο Hanitzsch, 2007) υποστηρίζει επίσης ότι υπάρχουν διαφορές μεταξύ των εθνικών και δημοσιογραφικών κουλτουρών. Για να καταλάβουμε τις διαφορές και τις ομοιότητες που υπάρχουν στις επαγγελματικές πρακτικές πρέπει να διερευνήσουμε κάποιες έννοιες όπως αυτή της δημοσιογραφικής κουλτούρας, του πολιτισμού της δημοσιογραφίας, της κουλτούρας-σύνταξης των ειδήσεων, της κουλτούρας των εφημερίδων και της κουλτούρας της παραγωγής ειδήσεων.

Μολονότι τα παραπάνω είναι καλά θεμελιωμένα στη θεωρία για την κοινωνιολογία της δημοσιογραφίας, η έννοια της «κουλτούρας» στη δημοσιογραφία είναι δύσκολα μετρήσιμη. Με βάση τον Hanitzsch (2007), για να αναλύσουμε την έννοια της δημοσιογραφικής κουλτούρας πρέπει να καθορίσουμε τι σημαίνει «κουλτούρα». Η δημοσιογραφική κουλτούρα είναι η ιδεολογία που διαμορφώνει τις σκέψεις και τις αντιλήψεις των δημοσιογράφων μέσα στην κοινωνία. Ουσιαστικά, διαμορφώνει την ταυτότητα κάθε δημοσιογράφου.

Ο Hanitzsch (2007) μελετά την έννοια της κουλτούρας στη δημοσιογραφία και θεωρεί ότι αποτελείται από τρία βασικά συστατικά (θεσμικούς ρόλους, επιστημολογίες και ηθικές ιδεολογίες) και διαιρείται περαιτέρω σε επτά βασικές διαστάσεις: παρεμβατισμός, απόσταση από την εξουσία, προσανατολισμό προς την αγορά, αντικειμενισμός, εμπειρισμός, σχετικισμός και ιδεαλισμός. Η παρούσα εργασία ασχολείται με τους θεσμικούς ρόλους της δημοσιογραφίας, οι οποίοι ρόλοι χωρίζονται σε τρεις υποκατηγορίες: την παρεμβατικότητα των δημοσιογράφων, την απόσταση που έχουν από την εξουσία και τέλος τον προσανατολισμό τους προς την αγορά.

Η παρεμβατικότητα αναφέρεται στον βαθμό κατά τον οποίο οι δημοσιογράφοι μίας χώρας προσυπογράφουν τις αρχές της αντικειμενικότητας και της αμεροληψίας ή παίρνουν ενεργά

θέση επιζητώντας να παρεμβαίνουν στα γεγονότα, είτε υπέρ των κοινωνικά υποπρονομιούχων ομάδων είτε υπέρ κάποιας πολιτικής παράταξης ή ιδεολογίας. Η διάσταση αυτή αντικατοπτρίζει το βαθμό στον οποίο οι δημοσιογράφοι ασκούν μια συγκεκριμένη αποστολή και προωθούν ορισμένες αξίες, ενώ διακρίνεται από υψηλή έως χαμηλή. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει ο παρεμβατικός δημοσιογράφος και από την άλλη πλευρά ο ανεξάρτητος και αμέτοχος, αφιερωμένος στην αντικειμενικότητα και την αμεροληψία.

Η απόσταση από την εξουσία αναφέρεται στο βαθμό στον οποίο οι δημοσιογράφοι αμφισβητούν ανοιχτά τους κατέχοντες την εξουσία ή αν, αντίθετα, λειτουργούν ως φερέφωνα της εξουσίας ή συχνά αυτολογοκρίνονται. Δηλαδή αναφέρεται στη θέση του δημοσιογράφου απέναντι στις θέσεις ισχύος της κοινωνίας.

Τέλος, ο προσανατολισμός προς την αγορά εξετάζει το βαθμό στον οποίο οι δημοσιογράφοι αποδέχονται πλήρως και υποτάσσονται στη λογική της αγοράς ή, αντίθετα, λειτουργούν με γνώμονα το δημόσιο συμφέρον. Εδώ εντάσσεται και ο τρόπος με τον οποίο οι δημοσιογράφοι αντιλαμβάνονται το κοινό τους, δηλαδή αν το θεωρούν κυρίως ένα σύνολο καταναλωτών ή πολιτών. Στην τελευταία αυτή προοπτική, η δημοσιογραφική κουλτούρα ή συμφωνεί έντονα με τη λογική της αγοράς, ή δίνει προτεραιότητα στο δημόσιο συμφέρον και στη δημιουργία μιας πληροφορημένης κοινωνίας.

4 : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η παρούσα εργασία στηρίζεται στη θεωρητική προσέγγιση του Hanitzch (2007) σε ότι αφορά τους θεσμικούς ρόλους, αφού προσαρμόστηκε στα Κυπριακά δεδομένα. Η προσαρμογή αυτή έγινε ως εξής : Αφού συλλέξαμε τις ερωτήσεις εκείνες που απαντούσαν στα συγκεκριμένα ερευνητικά ερωτήματα, εν συνεχεία τις μεταφράσαμε και τις προσαρμόσαμε με βάση την Κυπριακή φύση των μέσων έτσι ώστε να συμφωνούν με την Κυπριακή κουλτούρα. Με βάση τον Hanitzch (2007), οι θεσμικοί ρόλοι χωρίζονται σε τρεις υποκατηγορίες: την παρεμβατικότητα των δημοσιογράφων, την απόσταση που έχουν από την εξουσία και τέλος τον προσανατολισμό τους προς την αγορά, όπως αναφέρεται και πιο πάνω.

Δεδομένου ότι δεν υπάρχουν συστηματικές έρευνες για τη δημοσιογραφική κουλτούρα των Κύπριων δημοσιογράφων, είναι σημαντικό να διερευνηθούν οι τρεις αυτές διαστάσεις στο κυπριακό πλαίσιο, μέσα από τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

- Πόσο ισχυρή είναι η λειτουργία του παρεμβατισμού των Κύπριων δημοσιογράφων;
- Πώς λειτουργούν οι Κύπριοι δημοσιογράφοι σε σχέση με την εξουσία (πολιτική, οικονομική, πηγές ειδήσεων); Είναι μακριά ή κοντά από αυτή;
- Τι θέση παίρνουν ως προς τους νόμους της αγοράς; Πώς οι Κύπριοι δημοσιογράφοι βλέπουν το κοινό τους; Ως πελάτες ή ως καταναλωτές;

Ο λόγος για τον οποίο η τρέχουσα εργασία στηρίζεται σε αυτή την έρευνα γιατί είναι μια από τις πρόσφατες έρευνες που αναφέρονται σε αυτό το θέμα και προσδιορίζει τις κύριες διαστάσεις για να κατανοήσουμε την έννοια της δημοσιογραφικής κουλτούρας. Ο Hanitzsch (2007), σε σχέση με παλαιότερες έρευνες, έχει προσδιορίσει τις επιμέρους διαστάσεις της δημοσιογραφικής κουλτούρας και έχει δημιουργήσει συγκεκριμένα ερωτήματα που μας επιτρέπουν να διερευνήσουμε αυτή την έννοια. Με αυτό τον τρόπο έχει αναλύσει μια γενική έννοια («δημοσιογραφική κουλτούρα») και την έχει κάνει μετρήσιμη. Η έρευνα αυτή άλλωστε δεν αντιτίθεται στις προηγούμενες θεωρητικές προσεγγίσεις για το θέμα της δημοσιογραφικής

κουλτούρας, ενώ εφαρμόζεται στην πράξη σε διάφορες χώρες και δίνει τη δυνατότητα συγκριτικής ανάλυσης

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα είναι ποσοτική έρευνα επισκόπησης και πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ενός ερωτηματολογίου σχεδιασμένου να δώσει απαντήσεις σε όλα τα ερευνητικά ερωτήματα. Δυο από τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, λόγω του ότι δεν μπορούσαν να κωδικοποιηθούν ποσοτικά, κωδικοποιήθηκαν με ποιοτικό τρόπο. Επειδή υπάρχουν ήδη ερωτηματολόγια από προηγούμενες έρευνες που εφαρμόζονται σε άλλες χώρες, αξιοποιήθηκαν, αφού προσαρμόστηκαν στα Κυπριακά δεδομένα με τον τρόπο που προαναφέραμε. Λόγω της ιδιαίτερης φύσης της Κυπριακής κοινωνίας (και δημοσιογραφίας) και δεδομένου ότι οι ερωτήσεις αφορούν ευαίσθητες πτυχές της δημοσιογραφικής λειτουργίας, ελήφθη η απόφαση τα δεδομένα του ερωτηματολογίου να συλλεχθούν με τη χρήση προσωπικών συνεντεύξεων με τους δημοσιογράφους, χωρίς όμως να υπάρχει η παρέμβαση της ερευνήτριας στις απαντήσεις τους. Ο λόγος για τον οποίο έγινε αυτό είναι για να διασφαλιστεί ότι θα απαντηθούν όλες οι ερωτήσεις, επειδή το ερωτηματολόγιο θίγει ευαίσθητες πτυχές της δημοσιογραφίας. Σε χώρες με μεγάλη δυσπιστία στις τηλεφωνικές συνεντεύξεις συνηθίζεται οι συνεντεύξεις να γίνονται διαπροσωπικά, αντί τηλεφωνικά (βλ. <http://www.worldsofjournalism.org/index.htm>) Θεωρήθηκε ότι είναι καλύτερο να απαντηθούν τα ερωτηματολόγια μέσω συνεντεύξεων γιατί τα αποτελέσματα στην έρευνα θα είναι πιο ακριβή αφού η ερευνήτρια μπορεί να λύνει τις απορίες των ερωτώμενων και ακόμα θα είναι σίγουρη ότι θα καταλαβαίνουν απόλυτα τις ερωτήσεις. Όπως αναφέρει ο (Colin Robson, 2007, σελ.322) οι συνεντεύξεις πρόσωπο με πρόσωπο προσφέρουν διερευνητική κατεύθυνση και δίνουν ενδιαφέρουσες αποκρίσεις σε σχέση με τα ερωτηματολόγια που μπορεί πιθανά να αλλάξουν το νόημα ή ακόμα και σε ακραίες περιπτώσεις να το αντιστρέψουν τελείως. Πολλές φορές, οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου μπορούν να προκαλέσουν ψευδείς απαντήσεις λόγω λανθασμένης ερμηνείας, οπότε η παρουσία του συνεντευκτή βοηθά στη μείωση λάθους (Πάντειος Ανωτάτη Σχολή Πολιτικών Επιστημών Σπουδαστήριο Κοινωνιολογίας, 2004, σελ.136)

Στο ερευνητικό πρωτόκολλο του Hanitzsch (2007), οι δημοσιογράφοι διαχωρίζονται με βάση το υψηλό επίπεδο της εκδοτικής ιεραρχίας που έχουν π.χ. σε στρατηγική ηγεσία: κύριοι συντάκτες και αναπληρωτές, στο μέσο επίπεδο: δηλαδή ανώτεροι συντάκτες και τέλος στο χαμηλότερο επίπεδο της εκδοτικής ιεραρχίας (π.χ. δημοσιογράφοι). Στην παρούσα έρευνα ακολουθήθηκε η ίδια λογική και τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε διάφορα στρώματα δημοσιογράφων και ταξινομήθηκαν ανάλογα με τη θέση που κατέχουν. Μια από τις ερωτήσεις προς τους δημοσιογράφους αφορούσε τη θέση στο μέσο που εργάζονται δηλαδή αν είναι απλοί δημοσιογράφοι ή αν κατέχουν μια ανώτερη θέση (αρχισυντάκτες , προϊστάμενοι κ.τ.λ.) Ο τύπος των ερωτήσεων που συμπεριελήφθησαν είναι δομημένες, αφού οι ερωτήσεις είναι διατυπωμένες και προκαθορισμένες με βάση το ερωτηματολόγιο. Τα κριτήρια που επιλέξαμε τους εν λόγω δημοσιογράφους είναι βάσει του μέσου το οποίο εργάζονται δηλαδή εφημερίδες και τηλεοπτικά κανάλια, γιατί τα δυο αυτά μέσα, είναι περισσότερο εξοικειωμένα στο είδος των ερωτήσεων που θέλαμε να απαντηθούν. Το χρονικό διάστημα συλλογής των δεδομένων μου ήταν διάρκειας δυο μηνών. Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων με τη χρήση προσωπικών συνεντεύξεων διήρκησε περίπου 15-20 λεπτά το κάθε ένα. Η παρέμβαση της ερευνήτριας στις απαντήσεις όπως προαναφέραμε δεν υπήρχε, παρά μόνο στην περίπτωση που δεν ήταν κατανοητή μια ερώτηση . Εν συνεχεία βάσει του συγκεκριμένου δείγματος, αναλύσαμε τα αποτελέσματα με την βοήθεια του προγράμματος SPSS και δημιουργήσαμε πίνακες, καταλήγοντας σε κάποια συμπεράσματα.

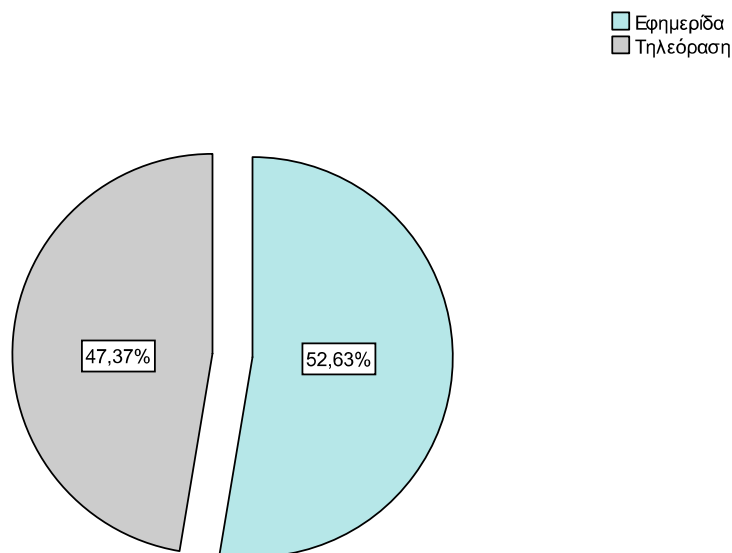
5 :ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

5.1 Γενικές ερωτήσεις ερωτηματολογίου

Με την βοήθεια του ερωτηματολογίου δίνονται απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα που έχουμε ήδη θέσει και βάση αυτών θα καταλήξουμε, εν συνεχεία, σε κάποια χρήσιμα συμπεράσματα. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης έρευνας , το δείγμα των ερευνώμενων είναι 38 δημοσιογράφοι. Το 52,63% αυτών, εργάζεται σε εφημερίδες και το 47,37% εργάζεται σε σταθμούς όπως βλέπουμε στο Διάγραμμα 1.

Διάγραμμα 1

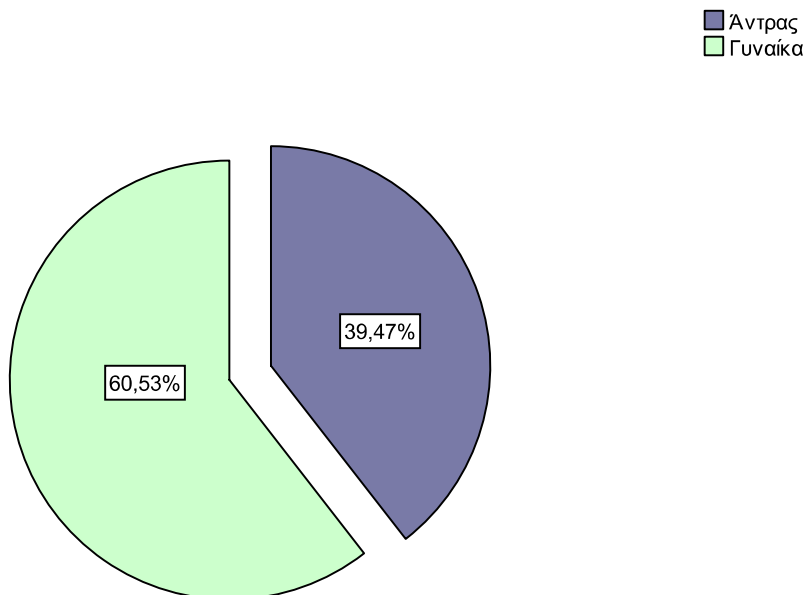
Διάγραμμα1: Σε ποιό μέσο εργάζεστε;



Εν συνεχεία (διάγραμμα 2) διακρίνεται η πλειοψηφία των γυναικών στο δείγμα των ερωτηθέντων, με ποσοστό 60,53%, ενώ στους άνδρες ανήκει το υπόλοιπο 39,47%.

Διάγραμμα 2

Διάγραμμα 2: Φύλο

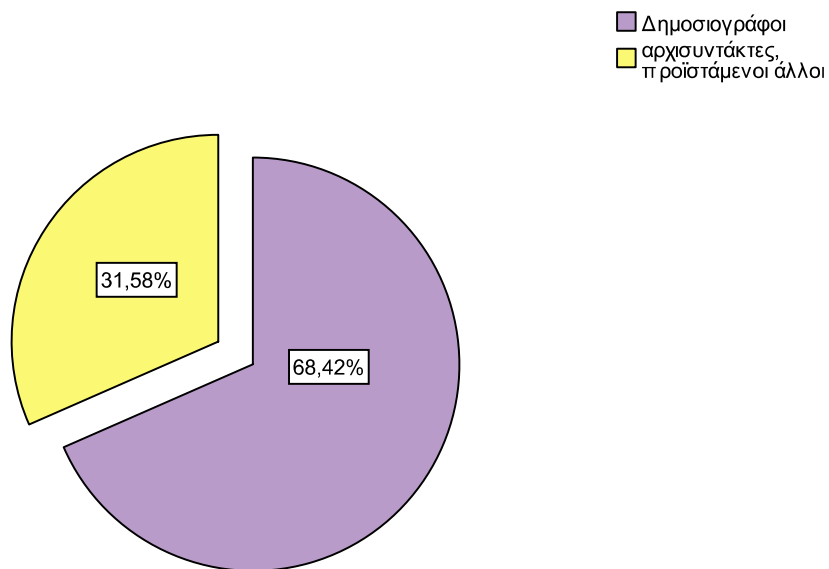


Πηγή : Επεξεργασία απαντήσεων ερωτηματολογίου

Οι δημοσιογράφοι ρωτήθηκαν ποια είναι η θέση τους στο μέσο που εργάζονται. Οι περισσότεροι από αυτούς απάντησαν πως είναι απλοί δημοσιογράφοι με ποσοστό 68,42% , ενώ το 31,58% του δείγματος εργάζονται ως αρχισυντάκτες, προϊστάμενοι, ανταποκριτές, συντάκτες και αλλά. Τα αποτελέσματα αυτά παραθέτονται στο επόμενο διάγραμμα.

Διάγραμμα 3

Διάγραμμα 3: Ποιά είναι η θέση σας στο μέσο που εργάζεστε;

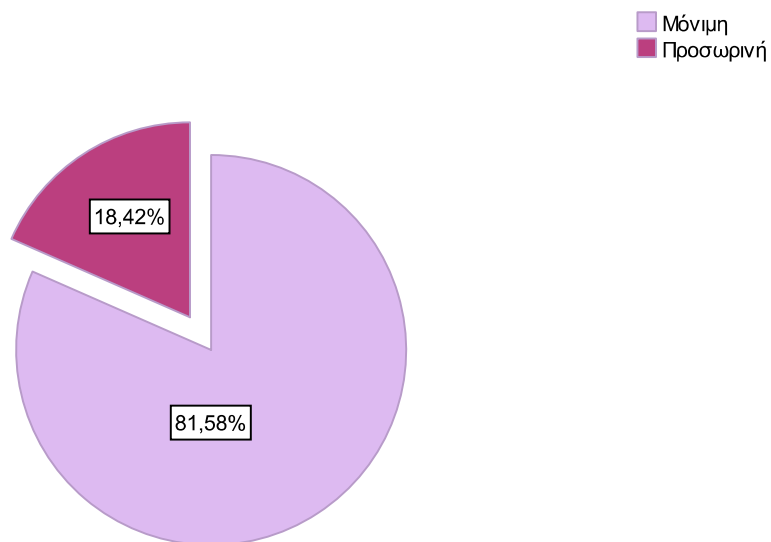


Πηγή: Επεξεργασία απαντήσεων ερωτηματολογίου

Στην ερώτηση αν έχουν μόνιμη ή προσωρινή θέση στο μέσο που δουλεύουν (Διάγραμμα 4), το 81,58% απάντησε ότι έχουν μόνιμη θέση, ενώ μόλις το 18,42% απάντησε πως η θέση που κατέχει είναι προσωρινή (με διάρκεια σύμβασης τριών ή έξι μηνών).

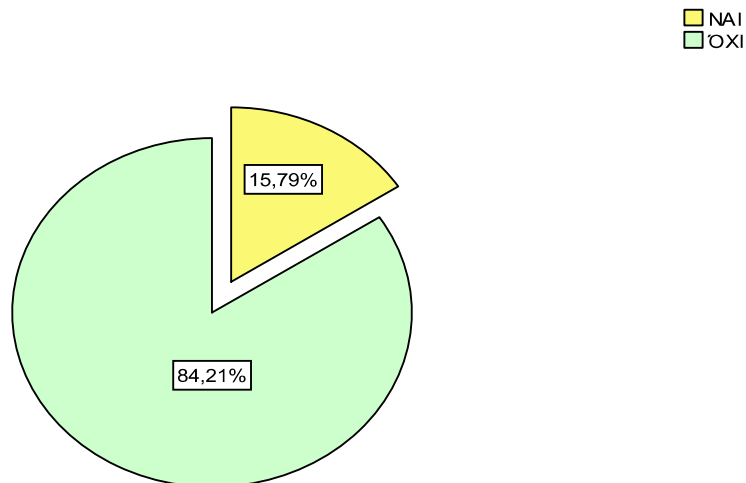
Διάγραμμα 4

Διάγραμμα 4: Έχετε μόνιμη ή προσωρινή θέση



Πηγή: Επεξεργασία απαντήσεων ερωτηματολογίου

**Διάγραμμα 5: Εκτός από την εργασία ως δημοσιογράφος ,
εργάζεστε και κάπου αλλού;**

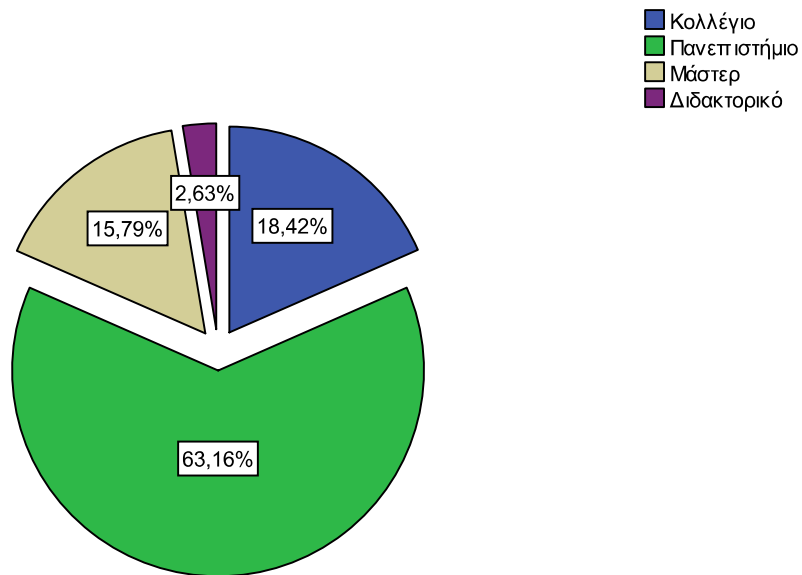


Πηγή : Επεξεργασία απαντήσεων ερωτηματολογίου

Διάγραμμα 5

Το παραπάνω διάγραμμα κάνει σαφές, ότι η πλειοψηφία των δημοσιογράφων στην Κύπρο εργάζονται μόνο ως δημοσιογράφοι , ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό αυτών, εργάζονται και κάπου αλλού (Διάγραμμα 5).

Διάγραμμα 6: Ποιό είναι το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει:



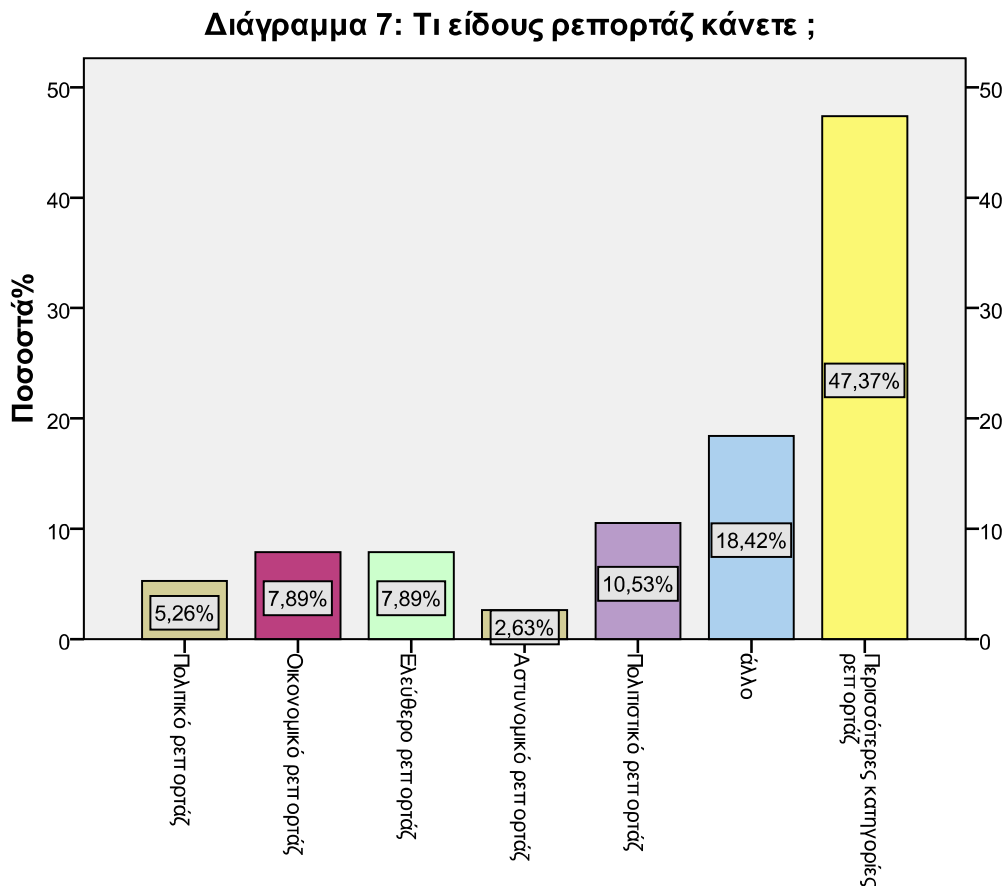
Πηγή : Επεξεργασία απαντήσεων ερωτηματολογίου

Διάγραμμα 6

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων δημοσιογράφων, ο μεγαλύτερος αριθμός αυτών είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου με ποσοστό 63,16% και ακολουθούν με ποσοστό 18,42% οι απόφοιτοι κολλεγίου. Μόνο το 15,79% των δημοσιογράφων έχουν ολοκληρώσει σπουδές μάστερ , ενώ ακόμα μικρότερος είναι ο αριθμός εκείνων που έχουν κάνει διδακτορικό, με ποσοστό 2,63%. (Διάγραμμα 6)

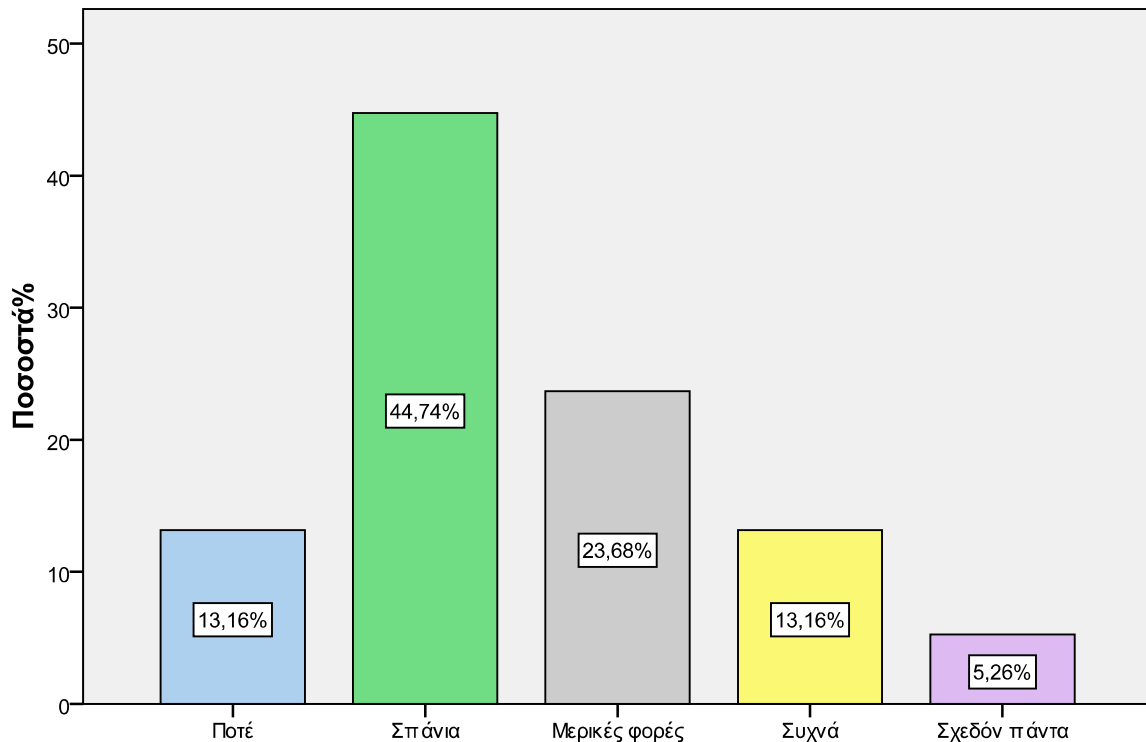
Η επομένη ερώτηση όπως φαίνεται από το (Διάγραμμα 7) που ακολουθεί αναφέρεται στο είδος του ρεπορτάζ που κάνουν οι Κύπριοι δημοσιογράφοι. Παρατηρείται ότι το 47,37% καλύπτει περισσότερα από ένα ρεπορτάζ και δεν εξειδικεύεται σε ένα συγκεκριμένο, ενώ το 18,42% καλύπτει κάποιο άλλο είδος ρεπορτάζ. Επίσης, ένα ποσοστό της τάξης του 10,53% κάνει πολιτιστικό ρεπορτάζ, ενώ το 7,89% των ερωτηθέντων, καλύπτουν ελεύθερο και οικονομικό ρεπορτάζ αντίστοιχα. Μόνο το 5,26% καλύπτει πολιτικό ρεπορτάζ, από αυτά που αναφέρονται στον πίνακα, ενώ το μικρότερο ποσοστό, 2,63%, καλύπτει αστυνομικό ρεπορτάζ.

Διάγραμμα 7



Πηγή: Επεξεργασία απαντήσεων ερωτηματολογίου

Διάγραμμα 8: Ορισμένες φορές προσφέρονται χρηματικά ποσά και δώρα στους δημοσιογράφους από άτομα ή οργανισμούς. Πόσο συχνά πιστεύετε ότι οι δημοσιογράφοι στην Κύπρο δέχονται αυτά τα δώρα ;

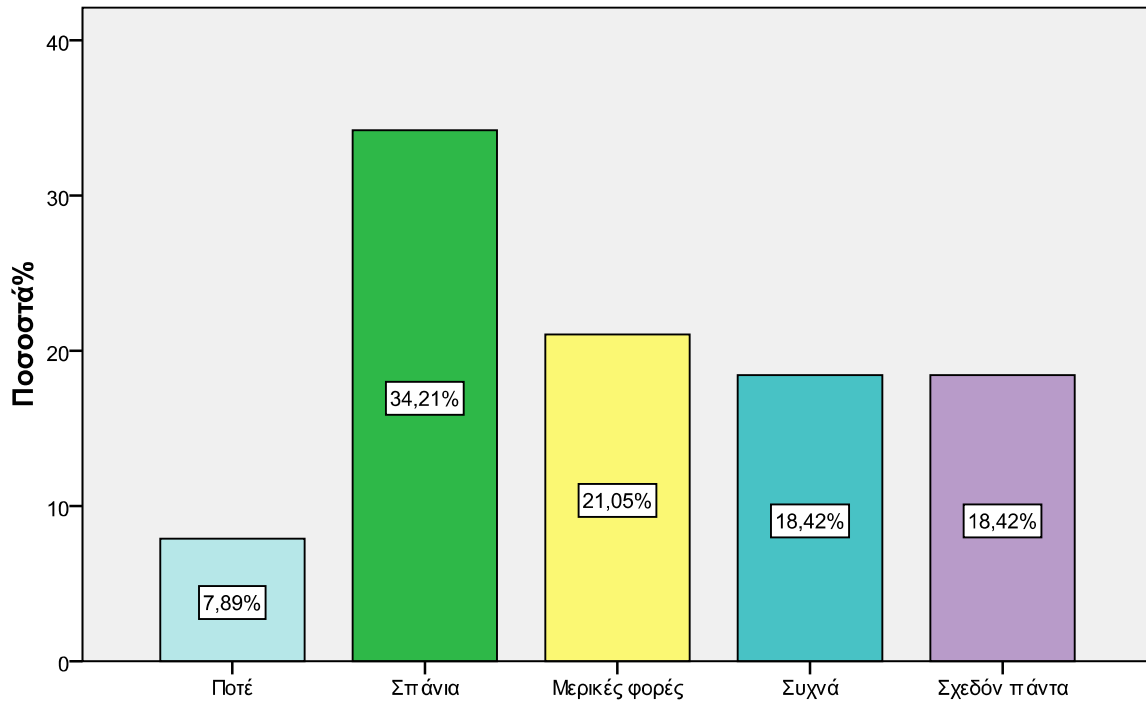


Πηγή : Επεξεργασία απαντήσεων ερωτηματολογίου

Διάγραμμα 8

Με βάση τον παραπάνω πίνακα το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, που αγγίζει το 44,74%, φαίνεται να θεωρούν ότι σπάνια οι δημοσιογράφοι στην Κύπρο δέχονται τα δώρα ή τα χρηματικά ποσά που μπορεί να τους προσφερθούν από άτομα ή οργανισμούς. Με ποσοστό 23,68% οι δημοσιογράφοι απάντησαν ότι μερικές φορές υπάρχει πιθανότητα να τα δέχονται κάποιοι συνάδελφοι τους, ενώ οι απόψεις αυτών που θεωρούν ότι ποτέ δεν δέχονται τέτοια δώρα οι Κύπριοι δημοσιογράφοι καθώς και αυτών που φαίνεται να υποστηρίζουν ότι συχνά οι δημοσιογράφοι δέχονται τέτοιου είδους εισφορές αγγίζει το 13,16%. Ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 5,26%, υποστηρίζει ότι οι δημοσιογράφοι στην Κύπρο δέχονται τα δώρα και τα χρηματικά ποσά σχεδόν πάντα όταν τους προσφέρονται.

Διάγραμμα 9: Οι δημοσιογράφοι μερικές φορές έχουν πρόσβαση σε υλικά προνόμια ή σε διευκολύνσεις π.χ. κάλυψη εξόδων ταξιδιού για να καλύψουν μια είδηση που δεν καταβάλλονται από το μέσο στο οποίο εργάζονται. Ποσό συχνά πιστεύετε ότι οι δημοσιογράφοι στην Κύπρο δέχονται αυτές τις προσφορές;

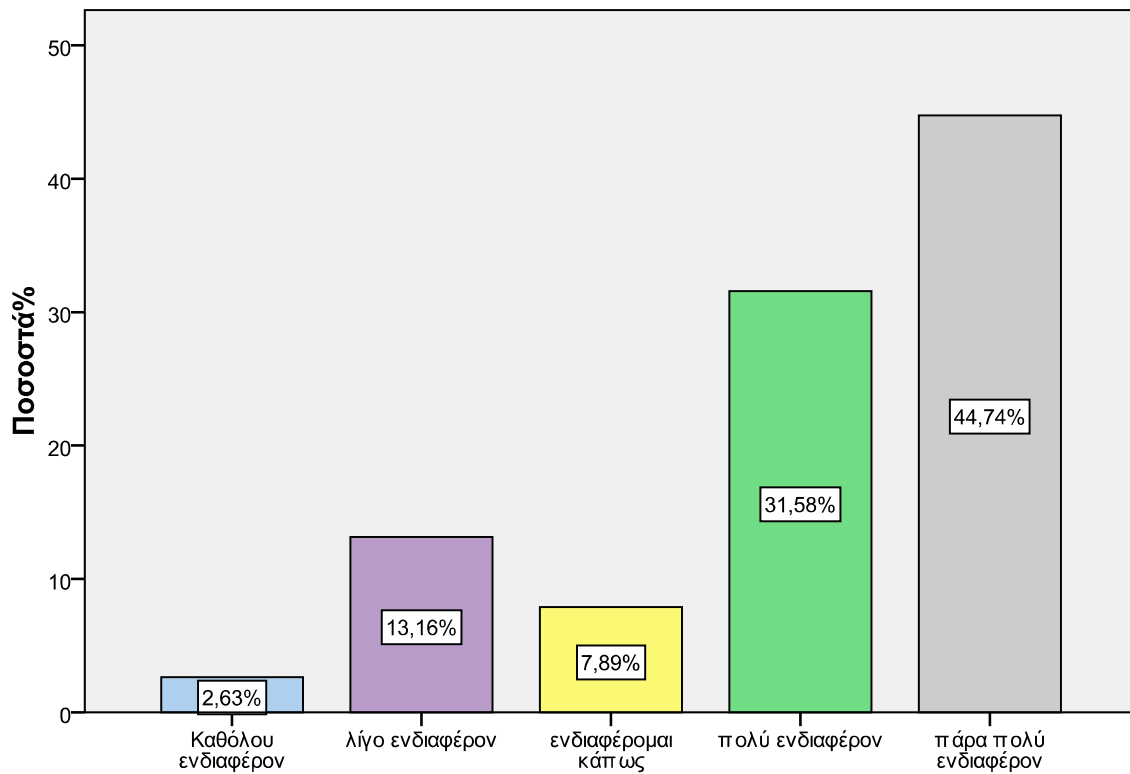


Πηγή : Επεξεργασία απαντήσεων ερωτηματολογίου

Διάγραμμα 9

Οι δημοσιογράφοι στην Κύπρο με βάση το πιο πάνω διάγραμμα φαίνεται να θεωρούν ότι σπάνια δέχονται τέτοιου είδους εισφορές με ποσοστό 34,21%. Με ποσοστό 21,05% αναφέρουν πως μερικές φορές οι Κύπριοι δημοσιογράφοι δέχονται αυτές τις προσφορές. Διαπιστώνουμε μια ισοψηφία εκείνων που πιστεύουν ότι οι δημοσιογράφοι της Κύπρου δέχονται σχεδόν πάντα και πολύ συχνά αντίστοιχα, τέτοιες εισφορές με ποσοστό 18,42%. Το μικρότερο ποσοστό των ερωτηθέντων φαίνεται να πιστεύει ότι οι δημοσιογράφοι ποτέ δεν δέχονται τέτοιου είδους εισφορές με ποσοστό 7,89%.

Διάγραμμα 10: Πόσο ενδιαφέρεστε για την πολιτική ;



Πηγή : Επεξεργασία απαντήσεων ερωτηματολογίου

Διάγραμμα 10

Από τον παραπάνω πίνακα διακρίνουμε ότι το ενδιαφέρον των Κύπριων δημοσιογράφων για την πολιτική είναι πάρα πολύ μεγάλο και πολύ μεγάλο αντίστοιχα με ποσοστά 44,74% και 31,58%. Με 13,16% ενδιαφέρονται λίγο για την πολιτική ενώ το 7,89% ενδιαφέρονται κάπως. Τέλος , καθόλου ενδιαφέρον για την πολιτική δείχνουν το 2,63% .

5.2 Εσωτερικές πιέσεις και περιοριστικοί παράγοντες

Στο επάγγελμα του δημοσιογράφου υπάρχουν ορισμένοι παράγοντες που μπορεί να περιορίσουν την εργασία του σε καθημερινή βάση. Οι παράγοντες αυτοί ως επί το πλείστον αναφέρονται σε εσωτερικές πιέσεις που δέχονται μέσα από τον εργασιακό τους χώρο. Ο πίνακας που ακολουθεί δείχνει τον μέσο όρο επηρεασμού των δημοσιογράφων από τις πιέσεις αυτές. Μέσα από τις ερωτήσεις, τους ζητήθηκε να απαντήσουν πόσο επιδρούν στην καθημερινή τους εργασία τα ακόλουθα. (Η κλίμακα που χρησιμοποιήθηκε είναι από 1 έως 5. Όσο πιο κοντά στο 1 σημαίνει ότι δεν τους επηρεάζουν καθόλου, στο 2 ότι τους επηρεάζουν λίγο, στο 3 ότι τους επηρεάζουν κάπως, στο 4 ότι τους επηρεάζουν πολύ και στο 5 ότι τους επηρεάζουν εξαιρετικά.)

Πίνακας 1

ΠΙΝΑΚΑΣ 1	Απάντησαν	Δεν απάντησαν	Μέσος όρος
Οι προϊστάμενοί σας και οι συντάκτες που βρίσκονται υψηλότερα στην ιεραρχία	38	0	3,76
Έλλειψη πόρων για τη συλλογή των πληροφοριών	38	0	3,61
Διαδικασίες και πρότυπα της παραγωγής ειδήσεων	38	0	3,53
Η αγορά και οι πωλήσεις ή οι μετρήσεις αναγνωσιμότητας - θεαματικότητας	38	0	3,42
Οι προσδοκίες για κέρδος του δημοσιογραφικού οργανισμού στον οποίο εργάζεστε Προσδοκία για κέρδος της οργάνωσης των ειδήσεων	38	0	3,32
Πίεση του χρόνου για να ανταποκριθείτε στις προθεσμίες	38	0	2,89

Με βάση τον πίνακα 1 γίνεται αντιληπτό ότι οι περισσότερες εσωτερικές πιέσεις που δέχονται οι Κύπριοι δημοσιογράφοι είναι από τους προϊστάμενους και τους συντάκτες που βρίσκονται

υψηλότερα στην ιεραρχία και έχουν προνομιά σε σχέση με αυτούς. Ακόμα, η έλλειψη πόρων για τη συλλογή των πληροφοριών, τους επηρεάζει αρκετά με μέσο όρο 3,61, και πολύ κοντινά με μέσο όρο 3,53, βρίσκονται οι διαδικασίες και τα πρότυπα της παραγωγής ειδήσεων. Εν συνεχεία, η αγορά και οι πωλήσεις ή οι μετρήσεις αναγνωσιμότητας - θεαματικότητας, τους επηρεάζουν αλλά όχι σε πολύ μεγάλο βαθμό διότι ο μέσος όρος βρίσκεται στο 3,42. Οι προσδοκίες για κέρδος του δημοσιογραφικού οργανισμού στον οποίο εργάζονται, επηρεάζει σε μικρότερο βαθμό από τα υπόλοιπα, ενώ τέλος, η πίεση του χρόνου για να ανταποκριθούν στις προθεσμίες τους όπως φαίνεται δεν τους επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό.

5.3 Εξωτερικές πιέσεις και περιοριστικοί παράγοντες

Εκτός από τις εσωτερικές πιέσεις που μπορεί να περιορίζουν την εργασία του δημοσιογράφου, υπάρχουν και άλλοι περιορισμοί που πιθανότατα να προέρχονται από παράγοντες εκτός του δημοσιογραφικού οργανισμού. Καλούνται να μας πουν, πόσο επιδρούν στην καθημερινή τους εργασία τα ακόλουθα. (Η κλίμακα που χρησιμοποιήθηκε είναι από 1 έως 5. Ο μέσος όρος κοντά στο 1 σημαίνει ότι δεν τους επηρεάζουν καθόλου, στο 2 ότι τους επηρεάζουν λίγο, στο 3 ότι τους επηρεάζουν κάπως, στο 4 ότι τους επηρεάζουν πολύ και στο 5 ότι τους επηρεάζουν εξαιρετικά.)

Πίνακας 2

ΠΙΝΑΚΑΣ 2	Απάντησαν	Δεν απάντησαν	Μέσος όρος
Νόμοι για τα ΜΜΕ και τη δημοσιογραφία	38	0	3,71
Πηγές των ειδήσεων	38	0	3,50
Επιχειρηματίες	38	0	3,37
Συνάδελφοι σε άλλα μέσα	38	0	3,18

Αναγνώστες, ακροατές ή θεατές	38	0	2,84
Πολιτικοί	38	0	2,66
Κυβερνητικοί ανώτεροι υπάλληλοι	38	0	2,24
Οι φίλοι, οι γνωστοί και η οικογένειά σας	38	0	1,76

Το μεγαλύτερο ποσοστό εξωτερικών πιέσεων που δέχονται οι δημοσιογράφοι όπως αναφέρει ο πίνακας 2 είναι από τους νόμους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και της δημοσιογραφίας. Ακόμα, θεωρούν ότι επηρεάζονται αρκετά από τις πηγές των ειδήσεων και από τους επιχειρηματίες. Υπάρχει ένας επηρεασμός της τάξεως του 3,18 από τους συνάδελφους που εργάζονται σε άλλα μέσα. Οι αναγνώστες, οι ακροατές και οι θεατές ,τους επηρεάζουν αλλά όχι σε πολύ μεγάλο βαθμό, ενώ ακόμα λιγότερο επηρεάζονται από τους πολιτικούς. Τέλος, μικρότερη επιρροή δέχονται από τους κυβερνητικούς ανώτερους υπάλληλους και τους φίλους, τους γνωστούς και την οικογένεια.

5.4 Ποιοτική έρευνα για ορισμένες από τις απαντήσεις του ερωτηματολόγιου

Μέσα στο ερωτηματολόγιο υπάρχουν ανοιχτές ερωτήσεις οι οποίες δεν μπορούν να κωδικοποιηθούν ποσοτικά. Μελετώντας τα δεδομένα μπορούν να εντοπιστούν κοινοί άξονες που επαναλαμβάνονται στις συγκεκριμένες ερωτήσεις και διατυπώνονται έτσι σχετικοί ισχυρισμοί. Οι ισχυρισμοί είναι κάποιες προτάσεις που δηλώνουν κάποια μορφή γενίκευσης μέσα στην εργασία. Πιο κάτω παραθέτουμε τις πιο σημαντικές απαντήσεις που συλλέξαμε από τα ερωτηματολόγια.

Ερώτηση 1 : «Σας παρακαλώ πείτε μου με λίγες λέξεις ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος ρόλος του δημοσιογράφου στην Κύπρο»

Ένας ισχυρισμός που έχει εντοπιστεί μέσα από τα ερωτηματολόγια, είναι ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων απάντησαν ότι ο σημαντικότερος ρόλος του δημοσιογράφου στην Κύπρο είναι η σωστή ενημέρωση του κοινού.

Από το δείγμα , 15 από τα 38 άτομα απάντησαν τον πιο πάνω ισχυρισμό. Αυτό, φαίνεται μέσα από τις δηλώσεις κάποιων δημοσιογράφων που απάντησαν ως ακολούθως :

- *«Η εγκυρότητα και η σωστή ενημέρωση του κοινού είναι ο σημαντικότερος ρόλος του δημοσιογράφου στην Κύπρο»*
- *«Να αναδεικνύει ,να στηρίζει και να ενημερώνει τον πολίτη σε οποιοδήποτε τομέα»*
- *«Η έγκυρη, άμεση και αμερόληπτη ενημέρωση του κοινού»*
- *«Ο σημαντικότερος ρόλος του δημοσιογράφου στην Κύπρο είναι η αντικειμενική και εκτενής ενημέρωση του κοινού, στα πλαίσια της τρέχουσας επικαιρότητας χωρίς παρεμβολές και σχολιασμό»*
- *«Να είναι αντικειμενικός και να μεταφέρει ειδήσεις έχοντας γνώμονα την σωστή ενημέρωση του κοινού»*
- *«Να ενημερώνει σωστά, έγκυρα και έγκαιρα το κοινό»*
- *«Όσο το δυνατόν αντικειμενικότερη ενημέρωση του κοινού για όλα όσα συμβαίνουν στην Κύπρο και στο εξωτερικό.»*

Ένας ακόμη ισχυρισμός που μπορεί να διαπιστωθεί για την συγκεκριμένη ερώτηση, είναι ότι ένα αρκετά ικανοποιητικό ποσοστό των ερωτηθέντων απάντησαν ότι ο σημαντικότερος ρόλος του δημοσιογράφου στην Κύπρο είναι η αντικειμενικότητα του.

Από το δείγμα 8 από τα 38 άτομα απάντησαν τον πιο πάνω ισχυρισμό. Αυτό, φαίνεται μέσα από τις δηλώσεις κάποιων δημοσιογράφων που απάντησαν ως ακολούθως :

- *«Ο δημοσιογράφος πρέπει να λέει πάντα την αλήθεια και να είναι αντικειμενικός»*
- *«Να μεταφέρει τις ειδήσεις όπως συμβαίνουν χωρίς να διαστρεβλώνει και φυσικά να είναι αντικειμενικός»*
- *«Να μην παραπληροφορεί και να μεταφέρει τις ειδήσεις αντικειμενικά»*
- *«Να παρουσιάζει με έντιμο και αληθή τρόπο την πραγματικότητα των τρεχόντων γεγονότων και αυτό θα το καταφέρει μόνο αν είναι απόλυτα αντικειμενικός»*

Ερώτηση 2: *«Μπορείτε να μου πείτε ποιοί είναι οι παράγοντες που περιορίζουν σε σημαντικό βαθμό την ελευθερία σας ως δημοσιογράφος;»*

Ένας ισχυρισμός που έχει εντοπιστεί μέσα από τα ερωτηματολόγια, είναι ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων απάντησαν ότι *οι παράγοντες που περιορίζουν σε σημαντικό βαθμό την ελευθερία του δημοσιογράφου είναι η σχέση της πολιτικής με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.*

Από το δείγμα 12 από τα 38 άτομα απάντησαν τον πιο πάνω ισχυρισμό. Αυτό, φαίνεται μέσα από τις δηλώσεις κάποιων δημοσιογράφων που απάντησαν ως ακολούθως :

- *«Η Πολιτική εξάρτηση και τα διαπλεκόμενα συμφέροντα»*
- *«Η πολιτικοποίηση των Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης»*
- *«Τα εκάστοτε πολιτικά συμφέροντα»*
- *«Η νομοθεσία και οι κώδικες δεοντολογίας σε ότι αφορά τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης περιορίζουν την ελευθερία του δημοσιογράφου ,καθώς και τα υψηλά πολιτικά συμφέροντα»*
- *«Τα οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα που έχουν τα ΜΜΕ»*

5.5 Αποτελέσματα ερευνητικών ερωτημάτων

Τα προαναφερθέντα αποτελέσματα σχετίζονται με τα ερευνητικά μας ερωτήματα αλλά οι πινάκες που ακολουθούν μας δείχνουν μια πιο εκτενή εικόνα των αποτελεσμάτων. Για την διεκπεραίωση τους, διαχωρίσαμε τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου ανά ερευνητικό ερώτημα, με βάση το ποιές από αυτές απαντούν στο κάθε ερώτημα. Δημιουργήσαμε πινάκες με τους μέσους όρους των απαντήσεων που συλλέξαμε από τους ερωτώμενους. Οι απαντήσεις έγιναν σε κλίμακα από 1 έως 5. Το 5 σημαίνει ότι οι δημοσιογράφοι το βρίσκουν εξαιρετικά σημαντικό, το 4 πολύ σημαντικό, το 3 κάπως σημαντικό, το 2 όχι και τόσο σημαντικό και το 1 καθόλου σημαντικό. Όσο πιο κοντά βρίσκονται οι τιμές του μέσου όρου στη τιμή 5, τόσο μεγαλύτερη σημασία έχει για τους δημοσιογράφους η συγκεκριμένη ερώτηση, και το ίδιο ισχύει και για τις υπόλοιπες.

5.5.1:1^ο ερευνητικό ερώτημα :Πόσο ισχυρή είναι η λειτουργία του παρεμβατισμού των Κύπριων δημοσιογράφων;

Πίνακας 3

ΠΙΝΑΚΑΣ 3	Απάντησαν	Δεν απάντησαν	Μέσος όρος
Να είμαι απόλυτα αμερόληπτος παρατηρητής.	38	0	4,55
Δεν επιτρέπω οι προσωπικές πεποιθήσεις και αντιλήψεις μου να επηρεάσουν το ρεπορτάζ μου	38	0	4,16
Παραμένω απόλυτα αμερόληπτος στη δουλειά μου.	38	0	4,08
Να επιδιώκω ανοιχτά την κοινωνική αλλαγή.	38	0	3,58
Να επηρεάζω την κοινή γνώμη	38	0	3,53
Να καθορίζω την πολιτική ατζέντα	38	0	2,89
Θεωρώ ότι οι δημοσιογράφοι μπορούν να απεικονίσουν τα πράγματα όπως είναι	38	0	2,50

Βάσει του παραπάνω πίνακα 3 αποτυπώνονται τα αποτελέσματα του μεγέθους της παρεμβατικότητας των Κυπρίων δημοσιογράφων. Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό με μέσο όρο 4,55 φαίνεται να είναι απόλυτα αμερόληπτοι παρατηρητές , ενώ το αμέσως επόμενο ποσοστό δεν επιτρέπουν οι προσωπικές πεποιθήσεις και αντιλήψεις τους να επηρεάσουν το ρεπορτάζ τους. Εν συνεχεία με μέσο όρο 4,08 παραμένουν απόλυτα αμερόληπτοι στη δουλειά τους. Συν τοις άλλοις, με μέσο όρο 3,58 δεν επιδιώκουν ανοιχτά την κοινωνική αλλαγή .Έπειτα βλέπουμε, ότι ένα σχετικά μεγάλο σύνολο του δείγματος δεν θεωρεί και τόσο σημαντικό να καθορίσει την πολιτική ατζέντα , αφού ο μέσος όρος αγγίζει το 2,89. Τέλος , δεν συμφωνούν έντονα στο ότι οι δημοσιογράφοι ,μπορούν να απεικονίσουν τα πράγματα όπως είναι, αφού ο μέσος όρος στην ερώτηση αυτή αγγίζει το μικρότερο ποσοστό.

5.5.2 :2^ο ερευνητικό ερώτημα :Πώς λειτουργούν οι Κύπριοι δημοσιογράφοι σε σχέση με την εξουσία; (πολιτική , οικονομική , πηγές) Είναι μακριά ή κοντά από αυτή;

Πίνακας 4

ΠΙΝΑΚΑΣ 4	Απάντησαν	Δεν απάντησαν	Μέσος όρος
Να ασκώ κριτικό έλεγχο στην κυβέρνηση	38	0	3,74
Να δημιουργώ μια θετική εικόνα της πολιτικής και επιχειρηματικής ηγεσίας	38	0	3,68
Να υποστηρίζω τις επίσημες πολιτικές για να επιτευχθεί ευημερία και ανάπτυξη	38	0	3,37

Να ασκώ κριτικό έλεγχο στις ελίτ επιχειρήσεων	38	0	2,97
---	----	---	------

Με βάση τον παραπάνω πίνακα παρουσιάζεται η λειτουργία των Κυπρίων δημοσιογράφων με την εξουσία και το κατά πόσο μακριά ή κοντά βρίσκονται από αυτή. Αναλυτικότερα, οι δημοσιογράφοι φαίνεται να ασκούν κριτικό έλεγχο στην κυβέρνηση με μέσο όρο 3,74. Επίσης, με μέσο όρο 3,68 επιδιώκουν να δημιουργήσουν μια θετική εικόνα της πολιτικής και επιχειρηματικής ηγεσίας. Εν συνεχεία, με μέσους όρους της τάξης του 3,37 και 2,97 συνηθίζεται να υποστηρίζουν τις επίσημες πολιτικές για να επιτευχθεί ευημερία και ανάπτυξη και ασκούν κριτικό έλεγχο στην ελίτ των επιχειρήσεων.

5.5.3: 3ο ερευνητικό ερώτημα: Τι θέση παίρνουν ως προς τους νόμους της αγοράς; Πώς οι Κύπριοι δημοσιογράφοι βλέπουν το κοινό τους; Ως πολίτες ή ως καταναλωτές;

Πίνακας 5

ΠΙΝΑΚΑΣ 5	Απάντησαν	Δεν απάντησαν	Μέσος όρος
Να δίνω τη δυνατότητα στους απλούς ανθρώπους να εκφράζουν τις απόψεις τους	38	0	4,47
Να παραδίδω γρήγορα τις πληροφορίες στο κοινό	38	0	4,42
Να παρέχω στους πολίτες τις πληροφορίες που χρειάζονται ώστε να λαμβάνουν τις	38	0	3,68

πολιτικές αποφάσεις τους			
Να επικεντρώνομαι κυρίως σε ειδήσεις που προσελκύουν το ευρύτερο δυνατό κοινό	38	0	3,53
Να παρακινώ τους ανθρώπους να συμμετέχουν σε πολιτικές δραστηριότητες και πολιτικές συζητήσεις	38	0	3,32

Τα αποτελέσματα από τον παραπάνω πίνακα 5 μας εξηγούν πώς οι Κύπριοι δημοσιογράφοι βλέπουν το κοινό τους, δηλαδή αν το αντιμετωπίζουν σαν πολίτες ή σαν καταναλωτές και τι θέση παίρνουν ως προς τους νόμους της αγοράς. Με μέσο όρο 4,47 θεωρούν αρκετά σημαντικό να δίνουν τη δυνατότητα στους απλούς ανθρώπους να εκφράζουν τις απόψεις τους. Επιπροσθέτως, θεωρούν εξίσου σημαντικό, με μέσο όρο 4,42, να παραδίδουν γρήγορα τις πληροφορίες στο κοινό.. Με μέσο όρο 3,68 παρέχουν στους πολίτες τις πληροφορίες που χρειάζονται ώστε να λαμβάνουν τις πολιτικές αποφάσεις τους. Εν συνεχεία , με μέσο όρο 3,53 επικεντρώνονται κυρίως σε ειδήσεις που προσελκύουν το ευρύτερο δυνατό κοινό.. Τέλος, δεν θεωρούν πολύ σημαντικό, με μέσο όρο 3,32 να παρακινούν τους ανθρώπους να συμμετέχουν σε πολιτικές δραστηριότητες και πολιτικές συζητήσεις.

6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

6.1 Συμπεράσματα 1^ο ερευνητικού ερωτήματος: Πόσο ισχυρή είναι η λειτουργία του παρεμβατισμού των Κύπριων δημοσιογράφων;

Όπως γνωρίζουμε το δημοσιογραφικό επάγγελμα, όπως και κάθε άλλο επάγγελμα, έχει τους δικούς του κανόνες και κώδικες δεοντολογίας. Η εργασία του δημοσιογράφου χρειάζεται εγρήγορση, γνώσεις, πνευματική καλλιέργεια, ανεξαρτησία και αμεροληψία. Στον Κυπριακό δημοσιογραφικό χώρο οι δημοσιογράφοι γνωρίζουν τις έννοιες αυτές και όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα στην ερώτηση «ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος ρόλος του δημοσιογράφου στην Κύπρο», ένα σεβαστό ποσοστό δημοσιογράφων θεωρεί ότι ο σημαντικότερος ρόλος του, είναι να λειτουργεί με αντικειμενικότητα. Από τα αποτελέσματα της έρευνας (Πίνακας 3) βλέπουμε ότι οι δημοσιογράφοι προσπαθούν να είναι όσο πιο αντικειμενικοί παρατηρητές μπορούν και συγχρόνως να παραμένουν αμερόληπτοι στη δουλειά τους. Δεν τους ενδιαφέρει σε μεγάλο βαθμό να καθορίζουν την πολιτική ατζέντα, δηλαδή δεν έχουν σαν προτεραιότητα να καθορίζουν την σειρά και την μορφή των ειδήσεων, καθώς και το πόσο αυτά θα επηρεάσουν το κοινό. Από την άλλη πλευρά όμως, επιδιώκουν ανοιχτά την κοινωνική αλλαγή και υποστηρίζουν κάποιες προτάσεις, επηρεάζοντας την κοινή γνώμη. Όπως αναφέραμε παραπάνω, (Πίνακας 3), αν και οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι δεν επιτρέπουν οι προσωπικές πεποιθήσεις και αντιλήψεις τους, να επηρεάσουν την εργασία τους, παρόλα αυτά δεν πιστεύουν ότι μπορούν να απεικονίσουν την πραγματικότητα όπως έχει. Συν τοις άλλοις, κάποιοι εσωτερικοί παράγοντες επηρεάζουν την παρεμβατικότητά τους, αφού δέχονται πιέσεις σε μεγάλο βαθμό από τους προϊστάμενους και τους συντάκτες που βρίσκονται υψηλότερα στην ιεραρχία (Πίνακας 1). Όπως αναφέρει η Δουδάκη (2009,σελ.199), οι δημοσιογράφοι δέχονται πιέσεις από τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς οι οποίοι τους θέτουν περιοριστικά πλαίσια μέσα στα οποία πρέπει να κινούνται, και αυτός είναι ο λόγος που η αυτονομία τους περιορίζεται.

Με βάση τον Σοφοκλέους (2008, σελ.168) «στα Κυπριακά μέσα και κυρίως στις εφημερίδες για να μπορέσουν να επιβιώσουν προσδένονται σε κάποια πολιτικά κόμματα και αποτελούν εκφραστικά όργανά τους. Με αυτό τον τρόπο χάνουν την αντικειμενικότητα και την ακεραιότητά τους ειδικά σε περίοδο προεκλογικών εκστρατειών». Παρόλο που τα περισσότερα

ΜΜΕ στην Κύπρο είναι πολιτικοποιημένα, οι δημοσιογράφοι δηλώνουν ότι δεν δέχονται εξωτερικές πιέσεις άμεσα από τους πολιτικούς (Πίνακας 2) και αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι πολιτικοί να μην επηρεάζουν την αμεροληψία τους. Βέβαια, αν λάβουμε υπόψη τις ελεύθερες απαντήσεις που παρέθεσαμε παραπάνω στην (Ερωτηση 2), εντοπίζουμε ότι η πολιτικοποίηση είναι έντονη και προβληματική διότι περιορίζει σε μεγάλο βαθμό την ελευθερία τους.

Συμπερασματικά, διαπιστώνουμε ότι οι δημοσιογράφοι στην Κύπρο, προσπαθούν να είναι όσο το δυνατόν λιγότερο παρεμβατικοί. Παρόλα αυτά, δεν είναι απολύτως ξεκάθαρο αυτό διότι μέσα από τις απαντήσεις τους παρουσιάζονται και κάποια στοιχεία παρεμβατικότητας. Η απόλυτη αντικειμενικότητα δεν συνεπάγεται υπαγόρευση μόνο της αποστασιοποιημένης ενημέρωσης. Οι παρεμβατικοί δημοσιογράφοι νιώθουν την υποχρέωση όχι μόνο να ενημερώνουν, αλλά και να διαμορφώνουν - κατευθύνουν την κοινή γνώμη. Δεν σημαίνει ότι ένας δημοσιογράφος με το να είναι απόλυτα αντικειμενικός και αμερόληπτος ξεφεύγει από την «κοινωνική ευθύνη» για την κοινή γνώμη, δηλαδή δεν είναι πάντα απαραίτητο ότι η απόλυτη αντικειμενικότητα είναι αυτή που συμβαδίζει με την σωστή ενημέρωση σε ότι αφορά το κοινό. Άλλωστε δεν μπορεί να υπάρξει ποτέ απόλυτη αντικειμενικότητα, γιατί ο κάθε δημοσιογράφος αντιλαμβάνεται διαφορετικά την έννοια αυτή, και πάντα υπάρχουν στοιχεία παρεμβατισμού όσο και να προσπαθούν οι δημοσιογράφοι να είναι αμερόληπτοι.

6.2 Συμπεράσματα 2^ο ερευνητικού ερωτήματος :Πώς λειτουργούν οι Κύπριοι δημοσιογράφοι σε σχέση με την εξουσία; (πολιτική , οικονομική , πηγές) Είναι μακριά ή κοντά από αυτή;

Μέσα από τις απαντήσεις των Κύπριων δημοσιογράφων καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι βρίσκονται κοντά στην εξουσία. Με βάση τον (Πίνακα 4), το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων δεν ασκούν κριτικό έλεγχο στην ελίτ των επιχειρήσεων. Αυτό σχετίζεται άμεσα με την άποψη του Chomsky (1997), που αναφέρει ότι «οι άνθρωποι που διευθύνουν τα ΜΜΕ και τα κατέχουν, ανήκουν στην ίδια μικρή ελίτ των ιδιοκτητών και διευθυντών που ελέγχουν την ιδιωτική οικονομία και, συνακόλουθα, το κράτος. Έτσι είναι φυσικό να αντιλαμβάνονται τα γεγονότα, να τα αποσιωπούν, να τα ελέγχουν και να τα διαμορφώνουν σύμφωνα με τα συμφέροντα των ομάδων που εκπροσωπούν». Όπως αναφέρει η Δουδάκη (2009 σελ.199), οι δημοσιογράφοι δέχονται πιέσεις από τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς και θέτουν περιοριστικά πλαίσια μέσα στα οποία πρέπει να κινούνται. Για τον λόγο αυτό, πρέπει να δημιουργούν μια θετική εικόνα της πολιτικής και επιχειρηματικής ηγεσίας στην οποία ανήκουν και, όπως φαίνεται από τον (Πίνακα 4), ισχύει το φαινόμενο αυτό στη Κύπρο. Ο Χρυσάνθου (2005, σελ. 26) αναφέρεται στην εξάρτηση των δημοσιογράφων από τα πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα και αυτό έρχεται σε αντίθεση με την απάντηση των δημοσιογράφων που δηλώνουν ότι ασκούν κριτικό έλεγχο στην κυβέρνηση (Πίνακας 4). Στην ερώτηση που τους τέθηκε σχετικά με τους παράγοντες που περιορίζουν σε σημαντικό βαθμό την ελευθερία του δημοσιογράφου, οι περισσότεροι θεώρησαν ότι η σχέση της πολιτικής με τα ΜΜΕ τους περιορίζει αρκετά. Τέλος, βλέπουμε ότι δεν είναι και τόσο αποστασιοποιημένοι, επειδή υποστηρίζουν κάπως τις επίσημες πολιτικές για να επιτευχθεί ευημερία και ανάπτυξη, άρα κάποιοι από αυτούς είναι φερέφωνα των πολιτικών κόμματος και συμφερόντων. Η άποψη αυτή συμφωνεί εν μέρει με τον Λανς Μπένετ (αναφέρεται στο Φιλίππου, 2009, σελ. 221), ο οποίος υποστηρίζει ότι οι δημοσιογράφοι σε πολλές περιπτώσεις έρχονται αντιμέτωποι με τους κανόνες δεοντολογίας και παγιδεύονται στο να τηρούν κάποια τυποποιημένα συμφέροντα (κυρίως πολιτικά) που τους επιβάλλουν κάποιους περιορισμούς.

Συμπερασματικά, οι δημοσιογράφοι είναι περισσότερο κοντά στην εξουσία , λειτουργούν με βάση το συμφέρον των ειδησεογραφικών οργανισμών που ανήκουν και ελέγχουν περισσότερο την κυβέρνηση γιατί μπορεί να είναι διαφοροποιημένοι πολιτικά με βάση το κόμμα που υποστηρίζει το μέσο που εργάζονται. Όπως αναφέρει ο Σοφοκλέους (2008, σελ. 167-168), το φαινόμενο που επικρατεί στην Κύπρο κυρίως σε ότι αφορά τα ΜΜΕ είναι ότι κάθε ένα από αυτά είναι επιρρεπές στην ευθυγράμμισή τους με κάποια πολιτικά κόμματα, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να είναι πάντα αντικειμενικά και ακέραια στο κοινό τους. Αυτό όμως δεν είναι απόλυτα ξεκάθαρο μέσα από τις απαντήσεις τους, γιατί η πολιτική δεν νοείται μόνο ως ενδιαφέρον για τα επίσημα πολιτικά κόμματα, αλλά και ως ενδιαφέρον για τα δημόσια πράγματα (που μπορεί να συνεπάγεται μια αντίθετη και κριτική στάση απέναντι στους κατέχοντες την εξουσία και τον τρόπο με τον οποίο την ασκούν). Δεν σημαίνει απαραίτητα ότι το ενδιαφέρον για την πολιτική αποσκοπεί στα πολιτικά συμφέροντα , αλλά μπορεί να έχει άμεση επίδραση στο καλό του κοινού.

6.3 Συμπεράσματα 3^ο ερευνητικού ερωτήματος :Τι θέση παίρνουν ως προς τους νόμους της αγοράς; Πώς οι Κύπριοι δημοσιογράφοι βλέπουν το κοινό τους; Ως πολίτες ή ως καταναλωτές;

Οι Κύπριοι δημοσιογράφοι ενδιαφέρονται για το κοινό τους και το αντιμετωπίζουν ως πολιτικό κοινό, δηλαδή ως πολίτες. Οι περισσότεροι δηλώνουν ότι τους παρέχουν τις πληροφορίες που χρειάζονται ώστε να λαμβάνουν τις πολιτικές αποφάσεις τους (Πίνακας 5).Ακόμα, πολύ σημαντικό θεωρούν να δίνουν τη δυνατότητα στους απλούς πολίτες να εκφράζουν τις απόψεις τους, αφού έχει συγκεντρώσει ένα πολύ υψηλό ποσοστό βάσει του (Πίνακα 5). Αυτό συνεπάγεται ότι τους ενδιαφέρει άμεσα να παραθέτονται οι απόψεις του κοινού. Επίσης ,ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος θεωρεί ότι πρέπει να παραδίδουν γρήγορα τις πληροφορίες στο κοινό. Η έμφαση στην άμεση παράδοση της πληροφορίας μπορεί να παραπέμπει στον πληροφοριακό ρόλο και στην προσαρμογή στις ανάγκες της αγοράς. Τα κυπριακά ΜΜΕ (Σοφοκλέους, 2008, σελ. 167), «όπως συμβαίνει σε κάθε χώρα, είναι επιφορτισμένα με την ευθύνη να ενημερώνουν και να πληροφορούν το κοινό. Διαδραματίζουν το ρόλο της τέταρτης εξουσίας και είναι υπεύθυνοι διαμορφωτές της κοινής γνώμης, αφού το ίδιο το επάγγελμά τους το απαιτεί, με αποτέλεσμα το κοινό να βασίζεται σε αυτά». Στην ερώτηση «ποιος είναι ο σημαντικότερος ρόλος του δημοσιογράφου στην Κύπρο», η πλειοψηφία του δείγματος απάντησε ότι είναι η σωστή ενημέρωση του κοινού. Μέσα από αυτό φαίνεται ότι οι Κύπριοι δημοσιογράφοι σέβονται το κοινό τους. Όπως αναφέρει ο Sanders (2008, σελ.133), τα ΜΜΕ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε αυτό, επειδή η ομοιομορφία στην κουλτούρα των δημοσιογράφων δεν βοηθά το κοινό να μορφωθεί, να αναζητήσει και να αποκτήσει πληροφορίες, ώστε να εκτιμήσει ο ίδιος ο πολίτης με κριτικό πνεύμα τις απόψεις που εισπράττει και να μπορέσει ο ίδιος να τις μετατρέψει σε πληροφορίες και σε γνώση, που θα του χρησιμεύσουν για να μπορέσει να πάρει θέση στη δημοκρατική συζήτηση και το διάλογο.

Από την άλλη πλευρά βλέπουμε ότι δεν τους παρακινούν όσο θα έπρεπε να συμμετέχουν σε πολιτικές δραστηριότητες και πολιτικές συζητήσεις (Πίνακας 5) και με βάση τη Ρούσου (2005, σελ. 20), αντί το κοινό να συμμετέχει ενεργά σε σοβαρές και πολύπλοκες διαστάσεις όπως αυτή του Κυπριακού προβλήματος, υιοθετεί τις αντιλήψεις των δημοσιογράφων, διαμορφώνοντας την άποψη του, με βάση αυτά που προβάλλουν οι δημοσιογράφοι. Επιπροσθέτως ,οι Κύπριοι δημοσιογράφοι επικεντρώνονται κυρίως σε ειδήσεις που προσελκύουν το ευρύτερο δυνατό κοινό (Πίνακας 5), αφού ενδιαφέρονται για την τηλεθέαση και ο ανταγωνισμός στα Κυπριακά

Μέσα είναι μεγάλος. Κατά την άποψη του Bourdieu (1998), προκύπτουν τα ίδια θέματα που αναδεικνύονται σε βάρος άλλων θεμάτων, όχι τόσο επειδή έχουν μεγάλη πολιτική και κοινωνική σημασία, αλλά επειδή ενδιαφέρουν το ευρύ κοινό.

Συμπερασματικά καταλήγουμε ότι οι δημοσιογράφοι της Κύπρου δεν βλέπουν το κοινό τους πρωτίστως ως καταναλωτές αλλά ως πολίτες. Από την άλλη πλευρά όμως, η εμπορευματοποίηση και οι νόμοι της αγοράς, τους υπαγορεύουν την προσέλκυση μαζικού κοινού, αφού όπως προκύπτει από την έρευνα επικεντρώνονται σε ειδήσεις που προσελκύουν το ευρύ κοινό, και έτσι το αντιμετωπίζουν, κάποιες φορές ως καταναλωτές για να ανταπεξέλθουν στα συμφέροντα της αγοράς και της πολιτικής ελίτ. Διότι όπως αναφέρει και ο Φιλίππου (2009), «τα ΜΜΕ συχνά επιχειρούν να διαμορφώσουν την κοινή γνώμη και να προβάλλουν μόνο τα θέματα που επικυρώνουν και εγκρίνουν είτε τα ίδια είτε η πολιτική ελίτ. Έτσι δεν υπάρχει πολλαπλότητα (δηλαδή πολλές και διαφορετικές απόψεις), ώστε το κοινό των πολιτών να καταφέρει να διαμορφώσει μια ευρεία άποψη».

6.4 Γενικά Συμπεράσματα

Μέσα από την παρούσα έρευνα εντοπίσαμε τα χαρακτηριστικά της δημοσιογραφικής κουλτούρας στην Κυπριακή κοινωνία. Αρχικά, τα περισσότερα από τα Κυπριακά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης είναι κομματικοποιημένα, αφού όπως δείχνει η έρευνα οι δημοσιογράφοι ενδιαφέρονται σε μεγάλο βαθμό για την πολιτική, και επηρεάζει την εργασία τους. Από τα αποτελέσματα φαίνεται ότι ασκείται κριτικός έλεγχος στην κυβέρνηση σε μεγάλο βαθμό, και αυτό έρχεται σε αντίθεση με το ότι υποστηρίζουν τις επίσημες πολιτικές που σημειώνει και αυτό, αντίστοιχα μεγάλα ποσοστά. Η αντίθεση αυτή έχει ενδιαφέρον, διότι πιθανώς οφείλεται στο ότι τα μέσα είναι πολιτικοποιημένα και συναρτώνται με διαφορετικό κόμμα το καθένα - με αποτέλεσμα οι δημοσιογράφοι να απαντούν τις σχετικές ερωτήσεις με βάση τη θέση του μέσου απέναντι στο συγκεκριμένο κόμμα που είναι στην εξουσία. Ακόμα, όπως αναφέρει ο Σοφοκλέους (2008, σελ.168) «στα Κυπριακά μέσα και κυρίως στις εφημερίδες για να μπορέσουν να επιβιώσουν προσδένονται σε κάποια πολιτικά κόμματα και αποτελούν εκφραστικά όργανά τους». Οι Κύπριοι δημοσιογράφοι είναι ενίοτε αναγκασμένοι να εξυπηρετούν οικονομικά, πολιτικά και κομματικά συμφέροντα, αφού τα Μέσα στα οποία εργάζονται δεν τους επιτρέπουν να δρουν με απόλυτη ανεξαρτησία. Ένα ακόμη χαρακτηριστικό που υπάρχει στην Κυπριακή δημοσιογραφία είναι ότι οι δημοσιογράφοι δείχνουν να γνωρίζουν πολύ καλά τους κώδικες δεοντολογίας και τους κανόνες που πρέπει να τηρούν, όμως η φύση των Κυπριακών ΜΜΕ τους αναγκάζει πολλές φορές να μην μπορούν να τηρούν τους κανόνες, διότι δεν μπορούν να έρθουν αντιμέτωποι με τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς στους οποίους εργάζονται. Αυτό σημαίνει ότι η αντικειμενικότητα και η αμεροληψία δεν είναι οι κύριοι παράγοντες που ενδιαφέρουν τους δημοσιογράφους, αλλά το πόσο υποστηρίζει το μέσο στο οποίο εργάζονται το κόμμα που βρίσκεται στην εξουσία. Επίσης, δέχονται εσωτερικές και εξωτερικές πιέσεις, άλλες σε μεγαλύτερο και άλλες σε μικρότερο βαθμό, που τους επηρεάζουν στην εργασία τους.

Από την έρευνα προκύπτει επίσης ότι η πλειοψηφία των δημοσιογράφων καλύπτει περισσότερα από ένα ρεπορτάζ και έτσι επιβεβαιώνεται η διαπίστωση του Σοφοκλέους (2008, σελ. 167-170) ότι ένα ακόμα μεγάλο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι Κύπριοι δημοσιογράφοι είναι ότι οι περισσότεροι εργάζονται σε δύσκολες συνθήκες (αποτέλεσμα της ανταγωνιστικής αγοράς και

του μεγάλου αριθμού ΜΜΕ σε μια μικρή αγορά) λόγω του περιορισμένου προσωπικού και αυτό δεν τους επιτρέπει την ειδίκευσή τους. Έτσι, ο ίδιος δημοσιογράφος συχνά υποχρεώνεται να καλύπτει το αστυνομικό ρεπορτάζ όπως και το πολιτικό και ταυτόχρονα να είναι και υπεύθυνος ύλης. Σε ότι αφορά τις εξωτερικές πιέσεις, η έρευνα δείχνει ότι οι πηγές των ειδήσεων τους επηρεάζουν αρκετά. Κατά τον Μάνινγκ (2007, σελ. 142), οι πηγές αυτές όχι μόνο κυριαρχούν αλλά είναι και προνομιούχες σε σχέση με τους δημοσιογράφους και άλλους πολίτες ή οργανισμούς και ουσιαστικά είναι αυτές που ορίζουν την ατζέντα των θεμάτων και τις ειδήσεις που θα παρουσιαστούν καθώς και τον τρόπο παρουσίασης των θεμάτων (πλασιώση, οπτική γωνία, ερμηνεία). Συνήθως οι σχέσεις που έχουν οι δημοσιογράφοι με τις πηγές τους είναι σταθερές και από επιφυλακτικότητα να μην τις χάσουν, δεν έχουν την ευχέρεια να πάρουν τις πληροφορίες και να τις τροποποιήσουν όπως εκείνοι πιστεύουν. Όσον αφορά τους συναδέλφους τους, τους επηρεάζουν, αλλά όχι σε μεγάλο βαθμό, γεγονός που έρχεται σε σχετική αντίθεση με τα ευρήματα της Δουδάκη (2009, σελ.201) για τους Έλληνες δημοσιογράφους, που αναφέρει ότι οι δημοσιογράφοι, κατά την επαγγελματική τους συναναστροφή, κοινωνικοποιούνται στο συγκεκριμένο περιβάλλον εργασίας και έτσι επηρεάζεται και ο τρόπος άσκησης του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Επίσης, διαμορφώνουν δίκτυα σχέσεων μέσα από τα οποία αναπτύσσουν κοινές συνθήκες και τρόπους εργασίας, ενώ αποδέχονται και υιοθετούν συγκεκριμένες επαγγελματικές πρακτικές.

Δυστυχώς στις μέρες μας, όχι μόνο στον Κυπριακό επικοινωνιακό περιβάλλον αλλά και γενικότερα, όλοι λειτουργούν με βάση το συμφέρον τους, κάτι που οδηγεί τις σημερινές νεοφιλελεύθερες απόψεις να αποδέχονται μόνο τις επιλογές που υπαγορεύει η αγορά και να μη θεωρούν σημαντική την προάσπιση του «δημόσιου συμφέροντος». Γιατί, καλώς ή κακώς, η δύναμη του κεφαλαίου είναι αυτή που χειραγωγεί τις ιδέες, τις πρακτικές και τις αντιλήψεις όχι μόνο για τον κόσμο των μέσων αλλά και στην ίδια την κοινωνία μας, αφού τα ΜΜΕ είναι η σμίκρυνση και ταυτόχρονα καθρέφτης της κοινωνικής πραγματικότητας.

6.5 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Με την ολοκλήρωση της παρούσας έρευνας συμπεραίνουμε ότι κρίνεται αναγκαία η πραγματοποίηση παρόμοιων ερευνών στον Κυπριακό χώρο. Μελετώντας την υπάρχουσα βιβλιογραφία, διαπιστώνουμε ότι δεν έχουν πραγματοποιηθεί παρόμοιου τύπου έρευνες στην Κύπρο.

Η συγκεκριμένη έρευνα θα μπορούσε να επεκταθεί στο μέλλον, με ένα μεγαλύτερο και αντιπροσωπευτικό δείγμα δημοσιογράφων, διότι η προσέγγιση ορισμένων δημοσιογράφων δεν είχε αποτελέσματα, αφού κάποιιοι από αυτούς δεν ήθελαν να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο με τη διαδικασία των συνεντεύξεων λόγω του ότι ήταν χρονοβόρο. Σε μια παρόμοια μελλοντική έρευνα, η βιβλιογραφική ανασκόπηση θα μπορούσε να είναι πιο πλούσια και να περιλαμβάνει την ανασκόπηση θεμάτων που αξίζει να διερευνηθούν περισσότερο, όπως οι έννοιες «δημόσια σφαίρα» και «δύναμη του κεφαλαίου», οι οποίες δεν αναλύθηκαν σε βάθος, καθώς έχουν ιδιαίτερη σημασία για την κατανόηση της δημοσιογραφικής κουλτούρας.

Επίσης, μια μελλοντική επέκταση της συγκεκριμένης έρευνας θα μπορούσε να αφορά τη συλλογή των δημογραφικών χαρακτηριστικών των δημοσιογράφων της Κύπρου (πόσοι είναι, τι είδους ρεπορτάζ καλύπτουν, πόσοι είναι άντρες και γυναίκες). Αυτό δεν κατέστη εφικτό διότι δεν υπήρχε ανταπόκριση σε αυτά τα ερωτήματα από τους αρμόδιους φορείς και έτσι δεν μπορέσαμε να γενικεύσουμε τα ευρήματά της έρευνας σε ευρύτερα σύνολα. Ακόμα, σε μια μελλοντική έρευνα αν υπήρχαν περισσότερες ερωτήσεις για την πολιτική τοποθέτηση των δημοσιογράφων θα ήταν πιο σαφή τα αποτελέσματα και θα καταλήγαμε σε πιο ακριβή συμπεράσματα. Ακόμα, θα είχε ενδιαφέρον σε μια μελλοντική έρευνα, να υπήρχαν περισσότερες ερωτήσεις και περισσότερη ανάλυση στην έννοια της αμεροληψίας, για να διερευνηθεί περαιτέρω πως αντιλαμβάνονται και ορίζουν την έννοια αυτή οι Κύπριοι δημοσιογράφοι.

Τέλος, από τη στιγμή που η έρευνα του Hanitzsch (2007) μελέτησε τη δημοσιογραφική κουλτούρα άλλων χώρων, θα μπορούσε να γίνει σύγκριση των αποτελεσμάτων με αυτά της Κύπρου, έτσι ώστε να εξαχθούν κάποια συμπεράσματα για το τι συμβαίνει στην Κύπρο σε σχέση με άλλες χώρες. Στη συγκεκριμένη έρευνα δεν πραγματοποιήθηκε κάτι αντίστοιχο λόγω έλλειψης χρόνου.

7 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bourdieu, P. (1998). *Για την τηλεόραση / Sur la television : Suivi de L'emprise du journalisme.* *greek.liber/ Λόγοι Δράσης* Αθήνα Πατάκης.
- Colin Robson. (2007). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου Ένα μέσον για κοινωνικούς επιστήμονες και επαγγελματίες ερευνητές* (Βασιλική Νταλάκου , Κατερίνα Βασιλικού Trans.).
- Curran, James. Gurevitch, Michael. Κίκιζας, Δημήτρης. (2001). *Μέσα μαζικής επικοινωνίας και κοινωνία* (Μετάφραση του: Mass media and society Trans.). Αθήνα Πατάκης.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. *Communication Theory* 17.4, , 367-385.
- Δουδάκη, Β. (2009). Νοθογενής δημοσιογραφική κουλτούρα και υβριδικές δημοσιογραφικές ταυτότητες στην τηλεόραση." *Ο κόσμος της τηλεόρασης: θεωρία, ανάλυση προγραμμάτων και ελληνική πραγματικότητα.*
- Μανινγκ, Π. (2007). *Κοινωνιολογία της ενημέρωσης, Ειδήσεις και πηγες ειδήσεων.* Αθήνα: Καστανιώτη.
- Φιλίππου, Ν. (2009). *Τα κυπριακά ΜΜΕ εις τον τύπον των ήλων: πρωτογενείς έρευνες για το σχέδιο Ανάν και τα δημοψηφίσματα του 2004, τις διεθνείς ειδήσεις και τη δημόσια σφαίρα.* Ινστιτούτο Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας.
- Χρύσανθος Χρυσάνθου. (2005). *Μαθήματα Δημοσιογραφίας Τα κριτήρια για την αξιολόγηση , την ιεράρχηση και την επιλογή των ειδήσεων* ΕΛΛΗΝ-Γ.ΠΑΡΙΚΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.
- Hanitzsch, T. (2011). *World of journalism.* <http://www.worldsofjournalism.org/index.htm>
- Karen Sanders, Mark Hanna, María Rosa Berganza and José Javier Sánchez Aranda. (2008). *Becoming journalists*

A comparison of the professional attitudes and values of british and spanish journalism

StudentsEuropean JOURNAL OF COMMUNICATION.

- Stylianos Papathanassopoulos. (2001).

Media commercialization and journalism in greece EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATION

- Πάντειος Ανωτάτη Σχολή Πολιτικών Επιστημών Σπουδαστήριο Κοινωνιολογίας. (2004.).

Εισαγωγή στη μεθοδολογία και τις τεχνικές των κοινωνικών ερευνών / Γενική εποπτεία Βασίλης Φίλιας, επιμέλεια 1ου μέρους Πέτρος Παππάς ; επίμετρο Μιχάλης Μειμάρης.

- Ρούσου, Ν. (Ed.). (2005a). *Τηλεόραση & τηλεκουltούρες : στην κόψη της παγκοσμιοποίησης*.

(Λευκωσία (Κύπρος) ed.) Intercollege- Λευκωσία.

- Σοφοκλέους, Α. Κ., 1940-. (2008). Τα κυπριακά μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Καρβούνη Μαργαρίτα

8 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

8.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Θα ήθελα να μου πείτε ποια είναι η θέση σας στο μέσο που εργάζεστε:

- a) Είστε δημοσιογράφος;
- b) Είστε αρχισυντάκτης; προϊστάμενος; Άλλο; (συμπλήρωσε:)

ΕΝΑΡΞΗ

Δουλεύετε σε :

Εφημερίδα Τηλεόραση

Φύλο

Αντρας Γυναίκα

Έχετε μόνιμη ή προσωρινή θέση;

Μόνιμη Προσωρινή Άλλο

Εκτός από την εργασία ως δημοσιογράφος, εργάζεστε και κάπου αλλού;

Ναι Όχι

Τι είδους ρεπορτάζ κάνετε ;

Πολιτικό ρεπορτάζ Οικονομικό ρεπορτάζ Ελεύθερο ρεπορτάζ Στυνομικό ρεπορτάζ

Πολιτιστικό ρεπορτάζ Άλλο; (συμπλήρωσε:.....) Περισσότερα από ένα

Σας παρακαλώ πείτε μου με λίγες λέξεις ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος ρόλος του δημοσιογράφου στην Κύπρο

.....
.....
.....

Ο ακόλουθος πίνακας περιγράφει μερικά από τα πράγματα που κάνουν οι δημοσιογράφοι. Παρακαλώ πείτε μου σε μια κλίμακα από 1 έως 5 πόσο σημαντικό είναι κάθε ένα από τα παρακάτω στην εργασία σας. Το 5 σημαίνει ότι το βρίσκετε εξαιρετικά σημαντικό, το 4 ότι είναι πολύ σημαντικό, το 3 ότι είναι κάπως σημαντικό, το 2 ότι είναι όχι τόσο σημαντικό και το 1 ότι δεν είναι καθόλου σημαντικό.

Να είμαι απόλυτα αμερόληπτος παρατηρητής	1	2	3	4	5
Να ασκώ έλεγχο στην κυβέρνηση	1	2	3	4	5
Να επικεντρώνομαι κυρίως σε ειδήσεις που προσελκύουν το ευρύτερο δυνατό κοινό	1	2	3	4	5
Να καθορίζω την πολιτική ατζέντα	1	2	3	4	5
Να επηρεάζω την κοινή γνώμη	1	2	3	4	5
Να υποστηρίζω τις επίσημες πολιτικές για να επιτευχθεί ευημερία και ανάπτυξη	1	2	3	4	5
Να επιδιώκω ανοιχτά την κοινωνική αλλαγή	1	2	3	4	5
Να ασκώ έλεγχο στις ελίτ των επιχειρήσεων	1	2	3	4	5
Να παρέχω στους πολίτες τις πληροφορίες που χρειάζονται ώστε να λαμβάνουν τις πολιτικές αποφάσεις τους	1	2	3	4	5
Να δημιουργώ μια θετική εικόνα της πολιτικής και επιχειρηματικής ηγεσίας	1	2	3	4	5
Να παρακινώ τους ανθρώπους να συμμετέχουν σε πολιτικές δραστηριότητες και πολιτικές συζητήσεις	1	2	3	4	5
Να δίνω τη δυνατότητα στους απλούς ανθρώπους να εκφράζουν τις απόψεις τους	1	2	3	4	5
Να παραδίδω γρήγορα τις πληροφορίες στο κοινό	1	2	3	4	5
Να παρέχω ανάλυση και ερμηνεία σε σύνθετα προβλήματα	1	2	3	4	5

Οι ακόλουθες δηλώσεις περιγράφουν διαφορετικές προσεγγίσεις στον τρόπο κάλυψης των γεγονότων και σύνταξης των ειδήσεων. Παρακαλώ πείτε μου σε μια κλίμακα από 1 έως 5 πόσο έντονα συμφωνείτε ή διαφωνείτε. Το 1 σημαίνει ότι διαφωνείτε έντονα, το 2 ότι διαφωνείτε κάπως, το 3 ότι ούτε συμφωνείτε ούτε διαφωνείτε, το 4 ότι συμφωνείτε κάπως και το 5 ότι συμφωνείτε έντονα.

Η δουλειά μου περιέχει ανάλυση των γεγονότων και των θεμάτων	1	2	3	4	5
Θεωρώ ότι τα γεγονότα μιλούν από μόνα τους	1	2	3	4	5
Παραμένω απόλυτα αμερόληπτος στη δουλειά μου	1	2	3	4	5
Κάνω ισχυρισμούς μόνο εάν τεκμηριώνονται με ισχυρές αποδείξεις και από αξιόπιστες πηγές	1	2	3	4	5
Θεωρώ ότι οι δημοσιογράφοι μπορούν να απεικονίσουν τα πράγματα όπως είναι	1	2	3	4	5
Σε μια διένεξη, καθιστώ πάντα σαφές ποια πλευρά βρίσκεται σε πλεονεκτικότερη θέση	1	2	3	4	5
Πάντα αποφεύγω πληροφορίες που δεν εξακριβώνονται	1	2	3	4	5
Δεν επιτρέπω οι προσωπικές πεποιθήσεις και αντιλήψεις μου να επηρεάσουν το ρεπορτάζ μου	1	2	3	4	5
Υπάρχουν ηθικές αρχές τόσο σημαντικές που πρέπει να	1	2	3	4	5

Καρβούνη Μαργαρίτα

τηρούνται από όλους τους δημοσιογράφους, ανεξάρτητα από τη συγκεκριμένη περίπτωση					
Τα ηθικά διλήμματα στην κάλυψη ειδήσεων είναι συχνά τόσο σύνθετα που οι δημοσιογράφοι πρέπει να έχουν την άδεια να διατυπώνουν ατομικά τους δικούς τους κώδικες δεοντολογίας	1	2	3	4	5

Πόσο ενδιαφέρεστε για την πολιτική;

Εξαιρετικά Πολύ Κάπως
Λίγο Καθόλου

Μπορείτε να μου πείτε ποιοι είναι οι παράγοντες που περιορίζουν σε σημαντικό βαθμό την ελευθερία σας ως δημοσιογράφος;

.....
.....
.....

Πιο κάτω αναφέρονται δύο δηλώσεις σχετικά με την εργασία σας. Παρακαλώ πείτε μου, σε μια κλίμακα από 1 έως 5, πόσο έντονα συμφωνείτε ή διαφωνείτε (το 1 σημαίνει ότι διαφωνείτε έντονα και το 5 ότι συμφωνείτε έντονα)

Έχω μεγάλο έλεγχο πάνω στη δουλειά που κάνω	1	2	3	4	5
Μου επιτρέπεται να συμμετέχω στη λήψη αποφάσεων που επηρεάζουν τη δουλειά μου	1	2	3	4	5

Στον πίνακα που ακολουθεί αναφέρονται ορισμένοι παράγοντες που μπορεί να περιορίζουν τη δουλειά σας σε καθημερινή βάση. Παρακαλώ πείτε μου πόσο επιδρούν στην καθημερινή σας εργασία τα ακόλουθα. Το 1 σημαίνει ότι δεν σας επηρεάζουν καθόλου, το 2 ότι σας επηρεάζουν λίγο, το 3 ότι σας επηρεάζουν κάπως, το 4 ότι σας επηρεάζουν πολύ και το 5 ότι σας επηρεάζουν εξαιρετικά.

Διαδικασίες και πρότυπα της παραγωγής ειδήσεων	1	2	3	4	5
Πίεση του χρόνου για να ανταποκριθείτε στις προθεσμίες	1	2	3	4	5
Έλλειψη πόρων για τη συλλογή των πληροφοριών	1	2	3	4	5
Η αγορά και οι πωλήσεις ή οι μετρήσεις αναγνωσιμότητας/θεαματικότητας	1	2	3	4	5
Οι προϊστάμενοί σας και οι συντάκτες που βρίσκονται υψηλότερα στην ιεραρχία	1	2	3	4	5
Οι προσδοκίες για κέρδος του δημοσιογραφικού οργανισμού στον οποίο εργάζεστε Προσδοκία για κέρδος της οργάνωσης των ειδήσεων	1	2	3	4	5

Καρβούνη Μαργαρίτα

Άλλοι περιορισμοί στη δημοσιογραφική εργασία μπορεί να προέρχονται από παράγοντες εκτός του δημοσιογραφικού οργανισμού. Παρακαλώ πείτε μου πόσο επιδρούν στην καθημερινή σας εργασία τα ακόλουθα. Το 1 σημαίνει ότι δεν σας επηρεάζουν καθόλου, το 2 ότι σας επηρεάζουν λίγο, το 3 ότι σας επηρεάζουν κάπως, το 4 ότι σας επηρεάζουν πολύ και το 5 ότι σας επηρεάζουν εξαιρετικά.

Οι φίλοι, οι γνωστοί και η οικογένειά σας	1	2	3	4	5
Συνάδελφοι σε άλλα μέσα	1	2	3	4	5
Αναγνώστες, ακροατές ή θεατές	1	2	3	4	5
Κυβερνητικοί ανώτεροι υπάλληλοι	1	2	3	4	5
Πολιτικοί	1	2	3	4	5
Νόμοι για τα ΜΜΕ και τη δημοσιογραφία	1	2	3	4	5
Επιχειρηματίες	1	2	3	4	5
Πηγές των ειδήσεων	1	2	3	4	5

Ορισμένες φορές προσφέρονται χρηματικά ποσά και δώρα στους δημοσιογράφους από άτομα ή οργανισμούς. Πόσο συχνά πιστεύετε ότι οι δημοσιογράφοι στην Κύπρο δέχονται αυτά τα δώρα ;

Σχεδόν πάντα	5
Συχνά	4
Μερικές φορές	3
Σπάνια	2
Ποτέ	1

Οι δημοσιογράφοι μερικές φορές έχουν πρόσβαση σε υλικά προνόμια ή σε διευκολύνσεις π.χ. κάλυψη εξόδων ταξιδιού για να καλύψουν μια είδηση που δεν καταβάλλονται από το μέσο στο οποίο εργάζονται. Πόσο συχνά πιστεύετε ότι οι δημοσιογράφοι στην Κύπρο δέχονται αυτές τις προσφορές;

Σχεδόν πάντα	5
Συχνά	4
Μερικές φορές	3
Σπάνια	2
Ποτέ	1

Ποιο είναι το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει ;

Λύκειο	1
Τεχνικό λύκειο	2
Κολλέγιο	3
Πανεπιστήμιο	4
Μάστερ	5
Διδακτορικό	6