



ΠΑΒ

1468

01 Νοε, 2010

Ηλίας Μόσιαλος - Βουλευτής ΠΑ.ΣΟ.Κ. Επικρατείας

Αθήνα, 25.10.2010

ΑΝΑΦΟΡΑ

Προς κ. Τηλέμαχο Χυτήρη,

Αναπληρωτή Υπουργό Πολιτισμού και Τουρισμού

Επισυνάπτω για ενημέρωσή σας άρθρο του Περικλή Βασιλόπουλου Δημοσιογράφου/
Διευθυντή της Μ.Κ.Ο Ένωση Πολιτών για την ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ με θέμα τις Δημόσιες
Ραδιοτηλεοράσεις στην Ψηφιακή Εποχή στο πλαίσιο της Στρατηγικής ΕΥΡΩΠΗ
2020.

Με εκτίμηση,

Ηλίας Μόσιαλος

Βουλευτής Επικρατείας

Οι Δημόσιες Ραδιοτηλεοράσεις στην Ψηφιακή Εποχή στο πλαίσιο της Στρατηγικής ΕΥΡΩΠΗ 2020

Του Περικλή Βασιλόπουλου

Ο ερχομός της Ψηφιακής Εποχής και του Διαδικτύου έχει ήδη φέρει επαναστατικές αλλαγές στον ραδιοτηλεοπτικό χώρο. Δίπλα στην παραδοσιακή Αναλογική Τηλεόραση, την Δορυφορική και Καλωδιακή Τηλεόραση έρχεται πλέον η Επίγεια Ψηφιακή Τηλεόραση (DVB), η τηλεόραση διαμέσου των τηλεπικοινωνιακών ευρυζωνικών δικτύων (IPTV), η τηλεόραση στο Διαδίκτυο (Web TV), η φορητή (mobile TV) και ο ανταγωνισμός γύρω από το τηλεοπτικό περιεχόμενο (content) συμπληρώνεται με τον ανταγωνισμό των καναλιών διανομής (platforms) αλλά και τις χρηστικές υπηρεσίες πέραν του περιεχομένου. Η Ευρωπαϊκή Ένωση στη νέα Στρατηγική της Λισσαβώνας με τίτλο «Ευρώπη 2020: Στρατηγική για έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη» προβλέπει την ανάπτυξη μιας ενιαίας αγοράς Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών με τη συνύπαρξη των δικτύων ΤΠΕ και Ραδιοτηλεοράσεων, ρυθμίζει την ανάπτυξη του θεμιτού ανταγωνισμού εντός των επιμέρους αγορών, την κατοχύρωση του πλουραλισμού και την οριοθέτηση της συνύπαρξης δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Με δεδομένο τον κεντρικό ρόλο της τηλεόρασης στη λειτουργία της Δημοκρατίας αλλά και την διεκπεραίωση της καθημερινότητας σε όλες τις σύγχρονες κοινωνίες, ο ρόλος των Δημοσίων Ραδιοτηλεοράσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση όπως καθορίζεται από το Πρωτόκολλο της Συνθήκης του Άμστερνταμ θα παραμείνει ουσιαστικός και στη νέα Ψηφιακή Εποχή. Μερικές αλλαγές όμως που διαπιστώνονται σε πανευρωπαϊκό επίπεδο θα καθορίσουν το μέλλον των δημοσίων Ραδιοτηλεοράσεων άρα και της ΕΡΤ την επόμενη δεκαετία. Η μείωση των κρατικών ενισχύσεων όπου υπάρχουν, η μείωση του ρόλου της διαφήμισης στα έσοδα των δημοσίων φορέων, ο συνδυασμός του ανταποδοτικού τέλους με την παροχή κοινοφελών μη εμπορικών προγραμμάτων και ο πιθανός διαμοιρασμός του με

άλλους μη κρατικούς, κοινωφελείς φορείς, και τέλος, η στροφή στην παροχή συμπληρωματικών υπηρεσιών προς τον πολίτη και την κοινωνία πέραν της καθιερωμένης παροχής ποιοτικού, ενημερωτικού και ψυχαγωγικού προγράμματος. Αυτές οι νέου τύπου υπηρεσίες εντάσσονται ως βασικός άξονας στην πολιτική της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Corporate Social Responsibility) των Δημοσίων Ραδιοτηλεοράσεων που αποτελεί επίσης και ένα διατυπωμένο στόχο στην επίσημη στρατηγική «Ευρώπη 2020». Κεντρικός άξονας της νέας κατεύθυνσης είναι ότι οι Δημόσιοι Φορείς Ραδιοτηλεόρασης στοχεύουν στην ενδυνάμωση του πολίτη τηλεθεατή/ ακροατή και όχι στην αξιοποίηση του πελάτη καταναλωτή τηλεοπτικών υπηρεσιών. Η ανάπτυξη νέων, συμπληρωματικών υπηρεσιών προς όφελος του πολίτη και της κοινωνίας που πλαισιώνουν το βασικό πρόγραμμα πήρε την μορφή της Επικοινωνιακής Αγωγής του Πολίτη στην Ψηφιακή Εποχή, με στόχο την εξισορρόπηση των αρνητικών συνεπειών της τηλεθέασης στους νέους, την εκπαίδευση των πολιτών στην παραγωγή περιεχομένου και όχι μόνο στην κατανάλωσή του, την προώθηση του Πολιτισμού μέσα από χορηγίες αλλά και την υποστήριξη των τεχνών και της κινηματογραφίας, την εξοικονόμηση ενέργειας και τη μείωση του οικολογικού αποτυπώματος για την Κλιματική Αλλαγή, την υποστήριξη των Ατόμων με Αναπηρία. Κοινό χαρακτηριστικό όλων αυτών των δράσεων είναι η αύξηση της Δημόσιας Αξίας (Public Value) μέσα από τον πολλαπλασιασμό του κοινωνικού μερίσματος και της προστιθέμενης αξίας στην Δημόσια Ραδιοτηλεόραση σε τομείς όπου τα ιδιωτικά κανάλια δεν μπορούν, δεν θέλουν και δεν υποχρεούνται να προσφέρουν. Κοινό μήνυμα είναι ότι οι Δημόσιες Ραδιοτηλεοράσεις δεν παράγουν μόνο ποιοτικό ραδιοτηλεοπτικό πρόγραμμα που διανέμουν ως Καθολικοί Πάροχοι στο σύνολο της Επικράτειας έως

και το τελευταίο χωριό σε όλους τους πολίτες αλλά επίσης προσφέρουν πολλές ακόμη υπηρεσίες κρίσιμες για την οικονομία και την Κοινωνία της Γνώσης και της Καινοτομίας. Ήδη από τις αρχές του 2000 το BBC εκδίδει ετήσιο Κοινωνικό Απολογισμό Εταιρικής Υπευθυνότητας που περιλαμβάνει τον απολογισμό όλων των δράσεων του Ομίλου, πέραν από το πρόγραμμα (Beyond Broadcast) σε έξι βασικές κατηγορίες:

- Ενδυνάμωση ιδιότητας του πολίτη (sustaining citizenship and civil society)
- Προώθηση της Δια Βίου Εκπαίδευσης και μάθησης
- Υποστήριξη της Δημιουργικότητας και της αριστείας στον Πολιτισμό
- Εφαρμογή 5ετούς πλάνου Περιβαλλοντικής Βελτίωσης για την καταπολέμηση της Κλιματικής Αλλαγής
- Ανάδειξη των περιφερειών του Η.Β και το άνοιγμα στον κόσμο.
- Ψηφιακός Αλφαριθμητισμός και προώθηση των ΤΠΕ.

Τον συντονισμό των 30 δράσεων/προγραμμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του BBC συντονίζει μια κεντρική επιτελική υπηρεσία με τίτλο BBC Outreach που εποπτεύει επίσης φιλανθρωπικά ιδρύματα που έχει ιδρύσει η εταιρεία (ενώ προωθεί τον Εθελοντισμό στο εσωτερικό της (24 χιλιάδες εργαζόμενοι, 5,4 δις. ευρώ ανταποδοτικό τέλος, 250 ευρώ ετήσιο ανταποδοτικό τέλος). Μερικά από τα πιο χαρακτηριστικά και επιτυχημένα προγράμματα στον άξονα ενδυνάμωσης του πολίτη είναι: BBC Newschool Report όπου σε συνεργασία με 500 σχολεία, μαθητές ηλικίας 11-14 χρόνων εμπυχώνονται να γράψουν για μια ημέρα το δικό τους δελτίο ειδήσεων που στη συνέχεια κατόπιν επιλογής εντάσσονται στο πρόγραμμα του BBC. Το Schools Question Time όπου 12 σχολεία υποστηρίζονται να δημιουργήσουν τη δική τους ζωντανή ενημερωτική εκπομπή. Το πρόγραμμα "Me and my Movie" (Εγώ και η Ταινία μου) απευθύνεται σε 10 χιλιάδες νεαρούς μαθητές προτρέποντάς τα να φτιάξουν την δική τους ψηφιακή ταινία χρησιμοποιώντας ερασιτεχνικές ψηφιακές

κάμερες και το Διαδίκτυο. Το 2008 με αφορμή τα 2.500 χρόνια από τη Δημοκρατία του Κλεισθένη και με συνεργασία του τμήματος ΕΚΕ με το BBC Radio 4, το World Service και το BBC News δημιουργήθηκε μια παγκόσμια πλατφόρμα συζήτησης με τίτλο «Why Democracy?» (Γιατί Δημοκρατία;) με συντονισμένη παραγωγή ντοκιμαντέρ και διαδικτυακών συζητήσεων. Εξαιρετικά σημαντικό πρόγραμμα επίσης είναι το 5ετές πλάνο του BBC για ενεργειακή εξοικονόμηση πόρων, ανακύκλωση, χρήση του νερού κλπ. Οι δράσεις του BBC outreach και της ΕΚΕ της εταιρείας, δείχνουν το τι μπορεί να κάνει μια δημόσια Ραδιοτηλεόραση όταν θελήσει να αξιοποιήσει σωστά και δημιουργικά το ανταποδοτικό τέλος που εισπράττει από όλους τους πολίτες χρηματοδότες του. Αλλά το BBC δεν αποτελεί πλέον εξαίρεση. Ο γαλλικός δημόσιος φορέας France Televisions με 5 κανάλια πανεθνικής εμβέλειας, 40 θυγατρικές και ένα Ίδρυμα Κοινωνικής Προσφοράς έχει πλέον ως βασικό σύνθημα «Τηλεόραση στην Υπηρεσία του Πολίτη», έχει υιοθετήσει χάρτα Δεσμεύσεων για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, έχει θεσμοθετήσει εσωτερικό συνήγορο του Τηλεθεατή ενώ εφαρμόζει διευρυμένο πρόγραμμα οικολογικής και ενεργειακής εξοικονόμησης πόρων. Ακολουθούν οι δημόσιες Ραδιοτηλεοράσεις Σκανδιναβικών χωρών αλλά και η ΕΡΤ παρόλες τις ασυνέχειες και αντιφάσεις που καθορίζουν το ελληνικό ραδιοτηλεοπτικό τοπίο. Η ΕΡΤ ήδη από την περίοδο 1999- 2002 ανέπτυξε μεμονωμένες δράσεις ΕΚΕ που από το 2006 με την ίδρυση του Κέντρου Ενημέρωσης και Επικοινωνίας Πολιτών (Κ.Ε.Ε.Π) και την έκδοση των Κοινωνικών Απολογισμών 2005-2007 και 2008/2009 πήραν πιο συγκεκριμένη μορφή με την ανάπτυξη 15 πιλοτικών δράσεων. Οι Δημόσιες Ραδιοτηλεοράσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση για δεύτερη φορά μετά το τέλος του κρατικού μονοπωλίου την δεκαετία του '80 καλούνται να αποδείξουν την κεντρική σημασία τους επαναπροσδιορίζοντας τον ρόλο τους στην Ψηφιακή Εποχή.