

Κείμενο

Η δεοντολογία υπάρχει, την έχω συναντήσει...

Υπάρχουν πολλές απόψεις για τη δημοσιογραφία. Οι μεν την αποκαλούν «λειτουργήμα», εφόσον χωρίς ενημερωμένους πολίτες δεν υπάρχει σωστή δημοκρατία. Άλλοι ακούν τη λέξη και γελάνε. Πάντως ο όρος περιλαμβάνει μian υπερβολή: ο Τύπος είναι και επιχείρηση και ο δημοσιογράφος είναι και εργαζόμενος, όπως όλοι οι άλλοι. Ορισμένοι δημοσιογράφοι, εκδότες ή ιδιοκτήτες ηλεκτρονικών ΜΜΕ, ό,τι κι αν λένε επίσημως, ενδιαφέρονται για τη δημοσιογραφία όπως θα ενδιαφέρονταν για την παραγωγή παπουτσιών. Το ζητούμενο είναι γι' αυτούς μόνον το άμεσο κέρδος που αποδίδει μια καλή επιχείρηση ή το έμμεσο που **απορρέει** από την επιρροή που ορισμένοι παράγοντες αποκτούν. Το αποστομωτικό επιχείρημα ενός ιδιαίτερα ειδικού¹ ραδιοτηλεοπτικού «αστέρα», πρωταγωνιστή αθλημάτων, ήταν ότι κέρδιζε (προ δεκαετίας) 1 δισ. τον χρόνο. Βεβαίως, δεν έχουν χαθεί το πάθος, το μεράκι, η θέληση συμμετοχής στα κοινά. Υπάρχουν. Το γνωρίζω. Τα συναντώ.

Οι Αμερικανοί είναι άνθρωποι ντόμπροι. Ο Ρόι Χόουαρντ, ένας από τους ιστορικούς μεγιστάνες του Τύπου, είχε δηλώσει ευθέως στους συνεργάτες του εγκαίνιαζοντας στο Ντιτρόιτ μια από τις εφημερίδες του: «Βρισκόμαστε εδώ αποκλειστικά σαν έμποροι ειδήσεων. Για να πουλάμε διαφήμιση και να την πουλάμε σε τιμή ενδιαφέρουσα για τους επενδυτές. Αλλά πρέπει πρώτα να παράγουμε μια εφημερίδα με ελκυστική ενημέρωση για να έχει καλή κυκλοφορία, ώστε να επιτρέψει στη διαφήμιση να είναι πιο αποτελεσματική». Συμπέρασμα: τα του «λειτουργήματος» πρέπει να αναζητηθούν αλλού. Και τότε ποια η διαφορά με τις εμπορικές τηλεοράσεις μας; Υπάρχουν και άλλες αμερικανικές εφημερίδες στις οποίες κυριάρχησε ο σεβασμός στην είδηση και στην έρευνα, καθώς και στην ευπρέπεια. Η εφημερίδα «New York Times» έχει την αρχή να δημοσιεύει «όλες τις ειδήσεις που πρέπει να τυπώνονται» - σημειώστε το «πρέπει» - με την προσθήκη ότι οι τίτλοι της εφημερίδας «δεν πρέπει να λερώνουν το τραπεζομάντιλο στο οποίο οι αναγνώστες της δοκιμάζουν το πρωινό τους».

Αυτή η διπλή παράδοση **διαιώνίζεται** και στα ηλεκτρονικά μέσα. Τα μεν ζουν και βασιλεύουν μέσα στην πιο απίστευτη - και για μας - αθλιότητα. Τα δε, όπως τα μεγάλα εβδομαδιαία περιοδικά, διπλοτσεκάρουν την κάθε λέξη των παρουσιαστών τους, μπας και περάσει κάποιο λαθάκι. Αν είναι δυνατόν να μην περάσει... Και ποιος θα τολμούσε να ισχυριστεί ότι εφημερίδες όπως η «Washington Post» δεν **επιτελούν** λειτουργήμα;

¹ ειδικός: αυτός που μας προκαλεί ένα ιδιαίτερα έντονο συναίσθημα αποστροφής, απέχθειας

Δεν είναι διαφορετικοί οι προβληματισμοί σε μια χώρα όπου η δημοσιογραφία είναι παραδοσιακά πιο «λογοτεχνική» και πιο «προσωπική», δηλαδή στη Γαλλία, όπου συνυπάρχει η κυρίαρχη «Le Monde», και όχι μόνο, με κάθε λογής «σκουπίδια». Παντού ο Τύπος και τα ΜΜΕ προσφέρουν και την εφημερίδα-χώρο-διαφήμισης (ή το ραδιόφωνο και την τηλεόραση) αλλά και το λειτούργημα. Όπως και στις ΗΠΑ όμως και όπως στις περισσότερες χώρες, όπου οι τεχνολογικές εξελίξεις έγιναν πιο νωρίς αλλά με βραδύτερους από εδώ ρυθμούς, ορισμένοι κανόνες επιζούν και ενίοτε, σε δύσκολες στιγμές, **επικρατούν**. Μερικές φορές και με τη σύμπραξη της ποινικής δικαιοσύνης.

Ποιοι είναι αυτοί οι απλοί κανόνες; Η διασταύρωση των ειδήσεων. Η συνείδηση της ευθύνης απέναντι στο κοινό και την κοινωνία. Η περίσκεψη. Η μη δημοσίευση ακόμη και διασταυρωμένων πληροφοριών για πρόσωπα χωρίς και τη δική τους άποψη. Η αποφυγή κάθε υπερβολής. Η πεποίθηση ότι η συκοφαντία είναι θανάσιμο δημοσιογραφικό αμάρτημα. Η **αντίληψη** ότι ο δημοσιογράφος δεν πρέπει να συγχέει τον ρόλο του με εκείνον του αστυνομικού και του δικαστή. Η δημόσια αναγνώριση του λάθους και η αποκατάσταση κάθε αδικημένου. Η άρνηση δημοσίευσης δοτών πληροφοριών,² καθώς και η άρνηση υπακοής σε εξωδημοσιογραφικά κέντρα και προσταγές. Το ασυμβίβαστο του δημοσιογραφικού επαγγέλματος με τα επαγγέλματα του διαφημιστή, του δημοσιοσχεσίτη και του υπαλλήλου Γραφείων Τύπου. Πολλά από αυτά περιλαμβάνονται και στα δικά μας κείμενα δεοντολογίας. Προβλέπονται και κυρώσεις. Όμως οι παρεκτροπές είναι πολλές, καθημερινές, προκλητικές και επικίνδυνες. Παλαιότερα, μπορεί οι εφημερίδες να ήταν πιο «κομματικές», όμως οι δημοσιογράφοι, χωρίς τα σημερινά «λούσα» των ολίγων, είχαν μεγαλύτερη αξιοπρέπεια. Μεσολάβησε όμως με τη χιονοστιβάδα των ηλεκτρονικών μέσων μια γενικευμένη απορρύθμιση.

Ρ. Σωμερίτης, εφημ. *Το Βήμα*, 10.2.2002 (διασκευή).

ΘΕΜΑΤΑ

A. (Μονάδες 20)

A. Να γράψετε την περίληψη του κειμένου σε 80-100 λέξεις.

(μονάδες 20)

² δοτές πληροφορίες: αυτές που έχει επιβάλει κάποια ανώτερη αρχή

B. (Μονάδες 15)

- B1.** Να εξηγήσετε τη δεοντολογική αρχή της εφημερίδας «New York Times», όπως την παρουσιάζει ο αρθρογράφος: ‘Η εφημερίδα «New York Times» έχει την αρχή να δημοσιεύει «όλες τις ειδήσεις που πρέπει να τυπώνονται» - σημειώστε το «πρέπει» - με την προσθήκη ότι οι τίτλοι της εφημερίδας «δεν πρέπει να λερώνουν το τραπεζομάντιλο στο οποίο οι αναγνώστες της δοκιμάζουν το πρωινό τους»’(60-80 λέξεις).

(μονάδες 10)

- B2.α.** Να διατρέξετε τη δεύτερη παράγραφο (Οι Αμερικανοί... το πρωινό τους) του κειμένου σε δύο παραγράφους.

(μονάδες 3)

- B2.β.** Να αιτιολογήσετε την επιλογή σας.

(μονάδες 2)

Γ. (Μονάδες 15)

- Γ1. α.** Να γράψετε μία συνώνυμη ή σημασιολογικά ισοδύναμη λέξη για καθεμιά από τις λέξεις του κειμένου με την **έντονη γραφή**, λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία τους στο κείμενο: **απορρέει, διαιωνίζεται, επιτελούν, επικρατούν, αντίληψη.**

(μονάδες 5)

- Γ1. β.** Να δημιουργήσετε μία πρόταση για καθεμιά από τις συνώνυμες ή σημασιολογικά ισοδύναμες λέξεις που επιλέξατε, έτσι ώστε να γίνεται φανερή η σημασία τους (μπορείτε να διαφοροποιήσετε τον γραμματικό τύπο ως προς την πτώση, τον αριθμό, το πρόσωπο κ.λ.π.).

(μονάδες 5)

- Γ2.α.** «Το ζητούμενο είναι [...] **μόνον το άμεσο κέρδος που αποδίδει μια καλή επιχείρηση**»

Στην παραπάνω περίοδο λόγου ο συγγραφέας χρησιμοποιεί μία αναφορική πρόταση. Να την εντοπίσετε και να τη χαρακτηρίσετε είτε ως προσδιοριστική είτε ως παραθετική με βάση τις πληροφορίες που περιέχει σε σχέση με τον προσδιοριζόμενο όρο.

(μονάδες 2)

Γ2. β. Να αιτιολογήσετε την απάντησή σας.

(μονάδες 3)