

Μαριάννα Ψύλλα

ΟΙ ΜΕΤΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ
ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΙΣΒΟΛΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ
ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
(Η περίπτωση της Οπτικοακουστικής Επικοινωνίας)

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η δεκαετία που διανύουμε χαρακτηρίζεται από την αλματώδη εξέλιξη και ανάπτυξη των «Νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας» με κεντρικό πρωταγωνιστή τη μικρή οθόνη στην παραδοσιακή και σύγχρονη μορφή της. Η τεχνικοοικονομική εξέλιξη έδωσε ώθηση στον τομέα των Επικοινωνιών ώστε σήμερα ο συνδυασμός πληροφορικής, τηλεπικοινωνιών και τηλεόρασης να έχει αλλάξει αισθητά το χάρτη των Οπτικοακουστικών Επικοινωνιών. Πέρα όμως από την τεχνικοοικονομική εξέλιξη, ένας χώρος που σίγουρα χρειάζεται να ερευνηθεί και να εξεταστεί είναι εκείνος που αγγίζει τη σφαίρα των κοινωνικοπολιτικών σχέσεων και ψυχολογικών επιδράσεων.

«Σε ποιο βαθμό άραγε η τεχνολογική εξέλιξη συμβαδίζει με την πολιτιστική, κοινωνική και ψυχολογική αναβάθμιση;» Ερώτημα που πρέπει να διερευνηθεί, να αναλυθεί και παραπέρα να συνδυαστεί με την ύπαρξη ή όχι κοινωνικής ανάγκης για την υιοθέτηση νέων μέσων μαζικής επικοινωνίας.

Στην όλη προβληματική εξάπλωσης και εφαρμογής των «Νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας» η τοπική κοινωνία εμφανίζεται σαν ένας χώρος ιδιαίτερα δελεαστικός. Η χρησιμοποίηση αυτών των μέσων σε μικρή χωρική κλίμακα, με στόχο την αποκέντρωση και την εξυπηρέτηση τοπικών αναγκών, βρίσκει εξάλλου, σε διεθνές επίπεδο, όλο και περισσότερο πρόσφορο έδαφος.

Πρόθεσή μας είναι λοιπόν να παρουσιάσουμε κάποιους προβληματισμούς σχετικά με την εφαρμογή και την εξάπλωση των «Νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας» και τούτο κυρίως σε επίπεδο τοπικό.

Η κ. Μαριάννα Ψύλλα είναι πολιτικός επιστήμονας-επικοινωνιολόγος.

Στόχος μας είναι να ευαισθητοποιήσουμε τον αναγνώστη σ' ένα αντικείμενο σχετικά καινούργιο για την ελληνική πραγματικότητα, όπως είναι τα «Νέα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας», και να παρουσιάσουμε τις προοπτικές που διαφαίνονται με την ενδεχόμενη εφαρμογή τους κυρίως σε χώρους τοπικής κλίμακας.

Η ανάλυση που επιχειρούμε αναπτύσσεται σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος προσπαθούμε, καταρχήν, να περιγράψουμε, όσο το δυνατόν πιο συνοπτικά, τη σημερινή πραγματικότητα και την προβληματική που γεννιέται με την εξάπλωση των «Νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας». Η ανάλυση επικεντρώνεται στο ερώτημα της κοινωνικής ανάγκης που μπορεί να διατυπωθεί με τον ακόλουθο τρόπο: «Υπάρχει πράγματι κοινωνική ανάγκη για την υιοθέτηση των νέων μέσων μαζικής επικοινωνίας;»

Στη συνέχεια επιχειρούμε να αναλύσουμε αυτή την προβληματική προβάλλοντας τα σημαντικότερα ερωτήματα που γεννιούνται σχετικά με την εφαρμογή των νέων μέσων της μαζικής οπτικοακουστικής επικοινωνίας. Τα ερωτήματα αυτά σχετίζονται τόσο με τη νομική, τεχνολογική και οικονομική ρύθμιση που απαιτούνται για την εφαρμογή των νέων μέσων όσο και με την αντιμετώπιση των πολιτιστικών, κοινωνικών και ψυχολογικών ζητημάτων που προκύπτουν από μια τέτοια εφαρμογή.

Στο δεύτερο μέρος της ανάπτυξης μας θεωρούμε αναγκαίο να παρουσιάσουμε τη διεθνή εμπειρία σ' αυτό τον τομέα, δίνοντας έμφαση κυρίως στις σύγχρονες εφαρμογές της τηλεόρασης, εξετάζοντας τη στρατηγική και την τακτική που ακολούθησαν διάφορες ανεπτυγμένες χώρες στον τομέα ανάπτυξης της Οπτικοακουστικής Επικοινωνίας. Η παράγραφος αυτή έρχεται να καλύψει την έλλειψη εμπειρίας της ελληνικής πραγματικότητας στον παραπάνω τομέα. Από την άποψη αυτή η διεθνής εμπειρία στο πεδίο εφαρμογής των οπτικοακουστικών μέσων σε τοπικό επίπεδο αποτελεί χρήσιμο υλικό για προβληματισμό.

Διευκρινίζουμε ότι πολύ συχνά οι αναφορές μας στην εργασία αυτή σχετίζονται με τη μικρή οθόνη, σε μια συγκεκριμένη της μορφή που είναι η τηλεόραση, και ειδικότερα στην περιφερειακή ή τοπική της διάσταση. Η αναφορά αυτή γίνεται για λόγους πρακτικής σκοπιμότητας εφόσον το τηλεοπτικό μήνυμα με οποιαδήποτε τεχνική και αν μεταδίδεται (ερτζιανά κύματα, δορυφορική εκπομπή, ενσύρματη μετάδοση) έχει, τουλάχιστον μέχρι σήμερα, πολύ μεγαλύτερη διάδοση και εφαρμογή από ό,τι οι νέες υπηρεσίες στον τομέα της Οπτικοακουστικής Επικοινωνίας που προκύπτουν, όπως τονίσαμε προηγουμένως, από τον επιτυχή συνδυασμό τηλεόρασης, πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών.

Α. ΓΕΝΙΚΟΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΣ

1. Περιγραφή της σημερινής πραγματικότητας

Το πεδίο αναφοράς της Οπτικοακουστικής Επικοινωνίας είναι τεράστιο. Αν στα παραδοσιακά Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, δηλαδή τη μικρή οθόνη στην κλασική της μορφή (ερτζιανή μετάδοση σημείων), προσθέσουμε τη δορυφορική και καλωδιακή μετάδοση καθώς και τις νέες υπηρεσίες που μπορεί να μας προσφέρει η τεχνολογία στον τομέα της επικοινωνίας, τότε πράγματι ξετυλίγεται μπροστά μας ένας μεγάλος συνδυασμός χρήσεων.

Τα Νέα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας δεν είναι αποτέλεσμα μιας τεχνολογικής επανάστασης αλλά το προϊόν ενός συνδυασμού παλαιών ήδη τεχνικών όπως είναι το τηλέφωνο, η τηλεόραση και η πληροφορική.

Πέρα λοιπόν από τη συνήθη χρήση της μικρής οθόνης για τη λήψη τηλεοπτικών καναλιών (εθνικών, δορυφορικών καθώς και των μελλοντικών περιφερειακών ή τοπικών καναλιών, σ' αυτά προσθέτουμε επίσης και τη σύγχρονη τάση δημιουργίας εξειδικευμένων θεματικών καναλιών), η μικρή οθόνη σε συνδυασμό με τις τηλεπικοινωνίες και την πληροφορική μπορεί να προσφέρει πολλές νέες υπηρεσίες τόσο για ιδιωτική όσο και για επαγγελματική χρήση.

Αναφέρουμε ενδεικτικά τη χρησιμοποίηση της τηλεματικής και της βιντεο-επικοινωνίας με τις ποικίλες υπηρεσίες που προσφέρουν όπως ηλεκτρονικός τηλεφωνικός κατάλογος, πληρωμή και αγορά εξ αποστάσεως μέσω της μικρής οθόνης, αποστολή εξ αποστάσεως μηνυμάτων και αποθήκευσή τους σ' ένα ηλεκτρονικό γραμματοκιβώτιο (messagerie), τηλεσυνεδρίαση, παροχή συμβουλών σε εξειδικευμένα θέματα (teleconsultation), τηλέφωνο με οθόνη με ποικίλες δυνατότητες χρήσεων (visiophone), βιντεοδίσκος, τηλεοβιντεοθήκη που θα επιτρέπει τη μετάδοση προγραμμάτων, κατά προτίμηση μετά από αίτημά μας προς αυτήν κλπ.

Χαρακτηριστικό στη χρήση των νέων αυτών υπηρεσιών είναι το ότι απαιτείται μια διαφορετική στάση του ατόμου στην επικοινωνιακή διαδικασία. Ο χρήστης δεν είναι απλώς ένας παθητικός αποδέκτης μηνυμάτων αλλά είναι δυνατόν να γίνεται και ο ίδιος δημιουργός τους. Μέσα από τις νέες αυτές υπηρεσίες ο χρήστης μπορεί, σε μια απλή τεχνολογικά μορφή, να παρέμβει στο προτεινόμενο πρόγραμμα και σε ένα πιο εξελιγμένο τεχνολογικά σύστημα να τροποποιήσει τη ροή του ίδιου του προγράμματος. Πρόκειται για μια ενεργητική συμμετοχή του χρήστη όπου στην επικοινωνιακή διαδικασία

είναι δυνατή η αλληλεπίδραση (δράση-ανάδραση) ανάμεσα στον πομπό και τον δέκτη.

Η εξέλιξη των Νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας απασχολεί όχι μόνο τους επαγγελματίες της Επικοινωνίας αλλά και όλο τον πολιτικό και βιομηχανικό κόσμο. Από τους ενδιαφερομένους δεν θα πρέπει σίγουρα να παραμελήσουμε τον ίδιο τον πληθυσμό, μια και τον αφορά άμεσα ή θα πρέπει να τον αφορά η όλη συζήτηση γύρω από τα Νέα Μέσα Επικοινωνίας.

Τα ερωτήματα λοιπόν που τίθενται σε σχέση με την εξέλιξη των Νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, αφορούν κυρίως τη θέση αυτών των τελευταίων στις κοινωνικές σχέσεις και το ρόλο τους στην κοινωνική εξέλιξη και αλλαγή. Συγκεκριμένα τίθεται το ερώτημα της κοινωνικής ανάγκης σε σχέση με τη χρησιμοποίηση των Νέων Μέσων Επικοινωνίας.

«Σε ποιο βαθμό λοιπόν οι χιλιάδες των χρηστών διαφορετικού κοινωνικοοικονομικού, πολιτιστικού και μορφωτικού επιπέδου επιζητούν καινούργιες υπηρεσίες στον τομέα της Επικοινωνίας;» ή αλλιώς, «Τα Νέα Μέσα Επικοινωνίας είναι πραγματικά μια κοινωνική ανάγκη;»

Μέσα σ' αυτή την προβληματική εξάπλωσης των Νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, η αποκέντρωση του επικοινωνιακού και πληροφοριακού συστήματος προσφέρει τη δυνατότητα μιας θετικής εξέλιξης προς την κατεύθυνση ανάπτυξης της τοπικής κοινωνίας.

Αξίζει να σημειωθεί σ' αυτό το σημείο η ιδιαιτερότητα του τοπικού στοιχείου συγκριτικά με το εθνικό. Η ίδια η φύση της τοπικής κοινωνίας, με χαρακτηριστικά:

- την απόσταση από τα βασικά κέντρα των αποφάσεων
- τον μικρό πληθυσμό
- την ύπαρξη κοινών προβλημάτων που σχετίζονται με τον τόπο διαβίωσης μπορεί να επιτρέψει τη δημιουργία νέων μορφών οργάνωσης όπου οι τοπικοί φορείς και ο πολίτης μπορούν να έχουν ουσιαστικό ρόλο στην προώθηση της τοπικής ανάπτυξης μέσω της συμμετοχής στα κοινά. Μέσα σ' αυτή τη διαδικασία η πληροφόρηση και η επικοινωνία έρχονται να παίξουν πρωτεύοντα ρόλο. Πράγματι, οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να παραχθούν και να μεταδοθούν οι γνώσεις και οι πληροφορίες σε τοπικό επίπεδο είναι καθοριστικοί παράγοντες σε μια αναπτυξιακή διαδικασία.

Η απελευθέρωση των ερτζιανών κυμάτων σε πολλές χώρες του κόσμου, όπως πρόσφατα και στον ελληνικό χώρο, δίνει τη δυνατότητα λειτουργίας, σ' ένα πρώτο στάδιο της μη κρατικής ραδιοφωνίας και σ' ένα δεύτερο της μη κρατικής τηλεόρασης. Η τελευταία αυτή περίπτωση προκαλεί έντονο ενδιαφέρον λόγω της ποικιλομορφίας αυτού του μέσου και της μεγάλης δυνατότητας εκμετάλλευσής και εφαρμογής του.

Οι δυνατότητες λοιπόν εφαρμογής της τηλεόρασης στην παραδοσιακή

αλλά και σύγχρονη μορφή της, είναι σημαντικές, εξίσου σημαντικά όμως είναι και τα ερωτήματα και οι προβληματισμοί που γεννιούνται με την εξέλιξη αυτού του ιδιαίτερου μέσου επικοινωνίας.

2. Ερωτήματα που προκύπτουν από την ανάπτυξη των Νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας

Τρία είναι κυρίως τα ερωτήματα στα οποία καλούνται να απαντήσουν οι δημιουργοί περιφερειακού ή τοπικού τηλεοπτικού σταθμού.

α) Ποιες θα είναι οι πηγές χρηματοδότησης

β) Ποιο το περιεχόμενο των προγραμμάτων

γ) Πώς θα αντιμετωπισθούν τα πολιτικά, πολιτιστικά και ψυχολογικά εμπόδια στα οποία θα προσκρούσει η εφαρμογή περιφερειακής τηλεόρασης.¹

Είναι αυτονόητο βεβαίως ότι είναι απαραίτητη η προηγούμενη ρύθμιση δύο ακόμη βασικών ζητημάτων, αυτών δηλαδή που αφορούν:

1) τη νομική ρύθμιση λειτουργίας τοπικής τηλεόρασης

2) την τεχνική μορφή εφαρμογής της.

Είναι αναγκαίο ίσως να δώσουμε κάποιες επεξηγήσεις σχετικές με τα παραπάνω ζητήματα. Αν ξεκινήσουμε από τα δύο τελευταία, απαραίτητη είναι καταρχήν η νομική ρύθμιση της λειτουργίας της μη κρατικής τηλεόρασης. Το πρώτο βήμα προς αυτή την κατεύθυνση είναι η θεσμοθέτηση της κατάργησης του μονοπωλίου, ξεκινώντας από το μονοπώλιο του προγραμματισμού σ' ένα πρώτο στάδιο και προχωρώντας στην κατάργηση του μονοπωλίου της εκπομπής (diffusion) σ' ένα δεύτερο στάδιο.

Η κατάργηση λοιπόν του κρατικού μονοπωλίου στον τομέα της τηλεόρασης και οι ειδικές ρυθμίσεις για την αποκέντρωση και την ενθάρρυνση της τηλεοπτικής δημιουργίας και παραγωγής προγραμμάτων θα δώσει νέα ώθηση σ' αυτό το τόσο νευραλγικό μέσο μαζικής επικοινωνίας που είναι η τηλεόραση.

Η τεχνική μορφή εφαρμογής της τηλεόρασης είναι ένα δεύτερο ζήτημα που απαιτεί τη ρύθμισή του, ούτως ώστε ο συνδυασμός των παραδοσιακών και νέων τεχνολογιών να γίνει εφικτός. Η χρησιμοποίηση των ερτζιανών κυμάτων στην περίπτωση της περιφερειακής κυρίως αλλά και τοπικής τηλεόρασης είναι μια λύση. Η χρήση όμως της καλωδιακής τηλεόρασης (μετάδοση

1. «La decentralisation de la communication audiovisuelle: experiences en matiere de cable», Έρευνα της Μ. Ψύλλα, Οκτώβριος 1984. Πηγή: Βιβλιοθήκη Πολιτικής Επιστήμης της Σορβόνης.

δηλαδή του τηλεοπτικού σήματος μέσω ειδικής χάλκινης καλωδίωσης ή οπτικής ίνας) προσφέρει ποικίλες δυνατότητες κυρίως σε επίπεδο τοπικό. Η δημιουργία καλωδιακού δικτύου λοιπόν στις πόλεις δημιουργεί την αναγκαία υποδομή, όχι μόνο για την αποτελεσματική και τέλεια τεχνικά λήψη του τηλεοπτικού μηνύματος αλλά και για τη δυνατότητα συνδυασμού διαφορετικών νέων τεχνολογιών με τη χρησιμοποίηση των ίδιων καλωδίων. Αναφερόμαστε π.χ. στην αναμετάδοση δορυφορικών προγραμμάτων μέσω καλωδίου, στη χρησιμοποίηση της τηλεματικής και της βιντεο-επικοινωνίας, καθώς επίσης και στη λειτουργία ανεξάρτητου τοπικού τηλεοπτικού σταθμού.

Ο συνδυασμός των ερτζιανών κυμάτων και του καλωδίου είναι ίσως η ιδανικότερη λύση αφού έτσι θα έδινε τη δυνατότητα όχι μόνο στις μεγάλες πόλεις — το καλώδιο είναι οικονομικά εφικτό σε πόλεις που ξεπερνούν τους 100.000 κατοίκους— αλλά και στα μικρά αστικά κέντρα καθώς και στις αγροτικές περιοχές να επωφεληθούν των υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει η μικρή οθόνη με την παραδοσιακή και τη νέα μορφή της.

Ας έρθουμε τώρα στα τρία κύρια ερωτήματα που θίξαμε προηγουμένως, αναφέροντας κάποιους προβληματισμούς σχετικούς με την αντιμετώπισή τους.

Το πρώτο ερώτημα που σχετίζεται με τη χρηματοδότηση των περιφερειακών ή τοπικών καναλιών αγγίζει την καρδιά του ζητήματος:

- Ποιος θα χρηματοδοτήσει τα τοπικά κανάλια: το κράτος, οι τοπικοί φορείς, ο ιδιωτικός τομέας;
- Ποιος θα πάρει την πρωτοβουλία της επένδυσης;
- Ποιος θα χρηματοδοτεί τις υπηρεσίες (τα προγράμματα);
- Τι θα πληρώνει το κοινό για τη λήψη αυτών των προγραμμάτων;
- Ποιος θα έχει τη διαχείριση αυτών των καναλιών;

Οι απαντήσεις σ' όλα αυτά τα ερωτήματα είναι ποικίλες ώστε ανάλογα με τη λύση που θα επιλεγεί οδηγούμαστε σε διαφορετική κάθε φορά λειτουργία και οργάνωση των περιφερειακών ή τοπικών καναλιών.

Η λύση ενός τρίτου περιφερειακού ημικρατικού καναλιού χωρίς να ικανοποιεί απόλυτα το αίτημα για αποκέντρωση του τηλεοπτικού επικοινωνιακού συστήματος αποτελεί μια απάντηση στο καυτό αυτό ερώτημα. Η συμμετοχή των τοπικών φορέων στη διαχείριση αυτού του καναλιού είναι η επιθυμητή προοπτική. Η εισδοχή του ιδιωτικού φορέα μέσω της διαφήμισης δίνει την προοπτική επιβίωσης στο κανάλι.

Η δημιουργία επίσης τοπικών καναλιών όπου η τοπική κοινωνία σε συνδυασμό με τον ιδιωτικό τομέα συνεισφέρουν από κοινού στη χρηματοδότηση αυτών των καναλιών είναι μια άλλη λύση. Ο συνδυασμός λοιπόν δημόσιου και ιδιωτικού τομέα είναι μια δελεαστική και ρεαλιστική λύση. Η διαχείριση αυτών των καναλιών σωστό είναι να ανήκει σε μια τοπική εταιρεία. Από

την άλλη η συνεισφορά των ιδιωτικών επιχειρήσεων όσον αφορά τη δημιουργία τεχνικής υποδομής για την παραγωγή προγραμμάτων εμφανίζεται ως μια αναγκαιότητα.

Εξάλλου το ύψος της οικονομικής επιβάρυνσης του κοινού για τη λήψη αυτών των καναλιών είναι στενά συνυφασμένο με την ανταπόκριση του πληθυσμού στην αποδοχή της περιφερειακής και τοπικής τηλεόρασης.

Το περιεχόμενο των προγραμμάτων είναι ένα άλλο κύριας σημασίας ζήτημα για την προώθηση της λειτουργίας ενός νέου μοντέλου τηλεόρασης σε περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο. Από την ποιότητα των προγραμμάτων θα εξαρτηθεί και το αίτημα του κοινού για τη δημιουργία νέων καναλιών. Είναι σίγουρα αναγκαίο να ενθαρρυνθεί όσο είναι δυνατόν η περιφερειακή και τοπική παραγωγή.

Σ' αυτή την ενθάρρυνση θα πρέπει να προστεθεί και η πρωτοβουλία για μια πρωτότυπη εθνική παραγωγή που θα παρέχει υλικό στα τοπικά κανάλια. Σ' αυτή την προσπάθεια είναι αναγκαία η συνεισφορά δημόσιας και ιδιωτικής πρωτοβουλίας ούτως ώστε να υπάρξει ικανοποιητικό αποτέλεσμα όσον αφορά την παραγωγή προγραμμάτων. Η βοήθεια των Υπουργείων Πολιτισμού και Προεδρίας καθώς και της Γραμματείας Νέας Τεχνολογίας, των πανεπιστημίων και των ιδιωτικών επιχειρήσεων είναι απαραίτητη προϋπόθεση σ' αυτή την προσπάθεια. Επίσης η συμμετοχή των δύο εθνικών καναλιών καθώς και του Οπτικοακουστικού Ινστιτούτου που θα δημιουργηθεί θα συμπληρώσει τον κύκλο των αναγκαίων συνεργατών. Σ' αυτόν βέβαια τον κύκλο θα πρέπει να επιμείνουμε στην περιφερειακή και τοπική παραγωγή.

Στο ερώτημα του αν αυτά τα κανάλια θα πρέπει να αναμεταδίδουν ξένους τηλεοπτικούς σταθμούς δεν στεκόμαστε εκ των προτέρων αρνητικοί, αρκεί να υπάρξει ανάλογη ρύθμιση που δεν θα επιτρέπει σε καμία περίπτωση αυτή η αναμετάδοση να ξεπερνά ένα ποσοστό του συνολικού προγράμματος (π.χ. το 20%).

Ερχόμαστε τώρα στο τελευταίο ερώτημα που σχετίζεται με τα πολιτικά, πολιτιστικά και ψυχολογικά εμπόδια στα οποία θα προκρούσει η εφαρμογή περιφερειακής και τοπικής τηλεόρασης.

Αρχίζοντας από τους ψυχολογικούς παράγοντες πρέπει να σημειωθεί ότι η δημιουργία τοπικής τηλεόρασης δημιουργεί σίγουρα αίσθημα αβεβαιότητας στο κοινό που έχει σχέση α) με το περιεχόμενο των προγραμμάτων τα οποία θα κληθεί να παρακολουθήσει, και β) με το ποσόν που θα πρέπει να πληρώσει για να έχει τη δυνατότητα λήψης αυτών των προγραμμάτων.

Πράγματι η λειτουργία τοπικής τηλεόρασης δημιουργεί αντιφατικά αισθήματα: Από τη μια η ύπαρξη μιας τηλεόρασης που ασχολείται «με τις υποθέσεις της πόλης μας», άρα κάπου με τις «δικές μας» υποθέσεις, προκαλεί ένα αίσθημα ευχαρίστησης, και από την άλλη προξενεί φόβο το γεγονός ότι η πα-

ρουσία μιας τέτοιας τηλεόρασης θα συντελέσει ώστε να δημοσιοποιηθούν κάποια «κρυφά» προβλήματα που ασυνείδητα ή συνειδητά αποφεύγουμε να αντιμετωπίσουμε.

Αν η εφαρμογή τοπικής τηλεόρασης συνδυαστεί παραπέρα και με τις νέες τεχνολογίες, και τις νέες υπηρεσίες (προγράμματα) που μπορούν να προσφέρουν (τηλεματική, βιντεο-επικοινωνία, τηλεσυνεδρίαση, αγορά εξ αποστάσεως κλπ.), τότε το αίσθημα αβεβαιότητας που υπογραμμίσαμε παραπάνω είναι ακόμη μεγαλύτερο. Το κοινό έχει σίγουρα άγνοια για τις υπηρεσίες που μπορούν να του προσφέρουν τα Νέα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας· καθετί νέο προκαλεί πάντα αβεβαιότητα.

Οι νέες αυτές υπηρεσίες θα υποχρεώσουν τους χρήστες να αλλάξουν συνήθειες επικοινωνίας. Πράγματι, για να περάσουμε από ένα σύστημα σχετικά παθητικό σ' ένα πεδίο επικοινωνίας όπου θα πρέπει να παίξουμε ενεργητικό ρόλο απαιτείται μια σχετική εκμάθηση και μια ψυχολογική προετοιμασία. Θα πρέπει να προσθέσουμε επίσης ότι και το κόστος των νέων αυτών υπηρεσιών αποτελεί σίγουρα ένα ανασταλτικό εμπόδιο. Το οικονομικό πρόβλημα δημιουργεί ψυχολογικούς και κοινωνικούς δισταγμούς που οφείλονται στην οικονομική και κοινωνική θέση του κάθε ατόμου. Όσον αφορά τη στάση των τοπικών φορέων σχετικά με την υιοθέτηση των νέων υπηρεσιών εδώ τα πράγματα είναι πιο περίπλοκα. Τα ψυχολογικά εμπόδια στην περίπτωση αυτή είναι άμεσα συνδεδεμένα με τις οικονομικές δυνατότητες και τις πολιτικές επιλογές.

Όσον αφορά τα πολιτιστικά εμπόδια, αυτά εμφανίζονται στενά συνδεδεμένα με το περιεχόμενο των προγραμμάτων.

Είναι διαπιστωμένη η απαίτηση του κοινού για προγράμματα που προβάλλουν την τοπική πολιτιστική του ταυτότητα. Επομένως είναι αναγκαίο να επιμείνουμε στην παραγωγή ανάλογων προγραμμάτων, υποστηρίζοντας με κάθε τρόπο (θεσμικό, οικονομικό κλπ.) την παραγωγή τέτοιου είδους τηλεοπτικών προγραμμάτων, σε επίπεδο τόσο τοπικό όσο και εθνικό.

Έτσι η ανάπτυξη του πολιτιστικού επιπέδου του πληθυσμού καλό είναι να βασιστεί σε μεγάλο βαθμό στον πλούτο που η ίδια η χώρα διαθέτει.

Η εισαγωγή ξένων παραγωγών μπορεί να είναι χρήσιμη μέσα στα πλαίσια της γνωριμίας ξένων πολιτιστικών δημιουργιών αλλά αυτό που απαιτείται είναι να καθοριστεί ένας συγκεκριμένος περιορισμένος αριθμός τέτοιων εισαγωγών.

Ένα άλλο στοιχείο που θα πρέπει να προσέξουμε για να αποφύγουμε τις πολιτιστικές ανισότητες ανάμεσα στις διαφορετικές περιοχές της χώρας είναι η διατήρηση μιας ισόρροπης κατανομής όσον αφορά τον αναγκαίο οπτικοακουστικό εξοπλισμό για τη δημιουργία ενός τηλεοπτικού εγχειρήματος.

Όσον αφορά, τέλος, τα πολιτικά προβλήματα που μπορεί να δημιουρ-

γήσει η λειτουργία τοπικής τηλεόρασης, ο κίνδυνος είναι πράγματι αναμφισβήτητος και χρειάζεται να τον πάρουμε σοβαρά υπόψη μας. Η χρησιμοποίηση της τοπικής τηλεόρασης πρέπει να αποφύγει την εξυπηρέτηση πολιτικών σκοπιμοτήτων. Τα τηλεοπτικά κανάλια δεν πρέπει να χρησιμοποιηθούν από τους ανάλογους τοπικούς άρχοντες ώστε να ανεβάσουν την πολιτική τους εικόνα (επιρροή) εν όψει και τυχόν επικείμενων εκλογών.

Η εξάπλωση της τοπικής τηλεόρασης κινδυνεύει ίσως να δημιουργήσει ανισότητες ανάμεσα σε κάποιες μεγάλες πόλεις και σε μικρές αγροτικές περιοχές. Ο αγροτικός πληθυσμός δεν πρέπει να αγνοηθεί σε καμία περίπτωση, τόσο όσον αφορά τη λήψη όσο και τη δημιουργία τηλεοπτικών προγραμμάτων, επειδή αυτός βρίσκεται διεσπαρμένος σε μικρές πληθυσμιακές ομάδες.

Αν θέλουμε πραγματικά να φτάσουμε σε μια υγιή χρήση των Νέων Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας στην υπηρεσία του πληθυσμού πρέπει να επιμείνουμε κυρίως στις κοινωνικοπολιτικές και ψυχολογικές παραμέτρους και όχι μόνο στο οικονομικό, βιομηχανικό και πολιτικό όφελος. Ο ρόλος των πολιτών σε μια τέτοια προσπάθεια πρέπει να είναι ουσιαστικός.

Β. ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η σύντομη καταγραφή της διεθνούς εμπειρίας στον τομέα της εξάπλωσης των τοπικών τηλεοπτικών σταθμών. Μια μικρή αναφορά στην εξέλιξη, καθώς και την αποδοχή ή άρνηση της οπτικοακουστικής επικοινωνίας σε τοπικό επίπεδο στον διεθνή χώρο, μας δίνει μια έστω και μικρή αλλά συγκεκριμένη εικόνα του βαθμού ύπαρξης κοινωνικής ανάγκης για νέες υπηρεσίες στον οπτικοακουστικό τομέα. Δυστυχώς η ελληνική πραγματικότητα είναι πολύ φτωχή σ' αυτό τον τομέα, παρουσιάζει όμως μεγάλες προοπτικές για το άμεσο και απώτερο μέλλον. Αυτή τη στιγμή η εμπειρία, η σχετική με την εξάπλωση της μη κρατικής ραδιοφωνίας, μας δίνει κάποια χρήσιμα στοιχεία.

Στον μη ευρωπαϊκό χώρο, και κυρίως στις ΗΠΑ και τον Καναδά, η διαπίστωση είναι ότι υπάρχει πληθώρα καλωδιακών τηλεοπτικών σταθμών με έντονη θεματική κατηγοριοποίηση. Χωρίς να ξεχνάμε βεβαίως τις ιδιαιτερότητες κάθε χώρας και τη διαφορετική συγκυρία μέσα στην οποία αναπτύχθηκε η τοπική τηλεοπτική επικοινωνία, οι ΗΠΑ και ο Καναδάς (Quebec) ήταν από τις πρώτες περιοχές που υλοποίησαν τη λειτουργία τοπικών ραδιοφωνικών αλλά και τηλεοπτικών σταθμών (βασιζόμενοι κυρίως στην τεχνική του καλωδίου).

Τα 3/4 των σπιτιών στον Καναδά είναι συνδεδεμένα με καλώδιο. Οι ρα-

διοηλεοπτικοί επίσης σταθμοί που εκπέμπουν με τα ερτζιανά κύματα είναι ποικίλοι. Πολιτιστικοί και πολιτικοί είναι κυρίως οι λόγοι ανάπτυξης τοπικών καναλιών σ' αυτή τη χώρα. Αναφέρουμε την ανεπιτυχή εμφάνιση των καλωδιακών σταθμών T.V. - Village (γύρω στα 1970) στο Quebec με ένα περιορισμένο τοπικό πρόγραμμα χωρίς ενδιαφέρον.

Επίσης την προσπάθεια λειτουργίας της T.V.C. της Epinette-Ville που επιχειρήσε τη συμμετοχή των διαφόρων τοπικών οργανισμών και ανεξάρτητων ατόμων με στόχο να δώσει το λόγο σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες. Η λειτουργία αυτού του καναλιού δεν κατάφερε όμως να εκφράσει τα κατώτερα στρώματα, δίνοντας τη προτεραιότητα κυρίως στα στρώματα των διαουουμένων.

Υπάρχουν όμως και παραδείγματα τοπικών τηλεοράσεων με επιτυχή αποτελέσματα, εκεί ακριβώς όπου η κοινωνικοοικονομική και πολιτική συγκυρία παραμερίζοντας στενά συμφέροντα, έδωσε τη δυνατότητα να εκφραστεί η τοπική ανάγκη για ενημέρωση μέσα από διαδικασίες που προωθούν το διάλογο και αφήνουν να ακουστεί η διαφορετική άποψη. Παράδειγμα τέτοιας μορφής τοπικής τηλεόρασης είναι αυτό της πόλης Saint-Basile στα νότια του Quebec.

Ο ευρωπαϊκός χώρος δεν εμφανίζει κοινή εξέλιξη. Το Βέλγιο, η Ολλανδία και η Ελβετία πολύ νωρίς (γύρω στα 1970) είχαν αναπτύξει την καλωδιακή τοπική τηλεόραση ανταποκρινόμενες σε αιτήματα που πηγάζουν από την ιδιαιτερότητα του χώρου τους (ύπαρξη διαφορετικών πολιτισμικών χαρακτηριστικών, διαφορετική γλώσσα κλπ.).

Οι υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες παρουσίασαν καθυστέρηση επιχειρώντας την ανάπτυξη των τοπικών και περιφερειακών καναλιών, κυρίως από τις αρχές του 1980.

Η υιοθέτηση του καλωδίου στις αρχές του 1980 από τη Μεγάλη Βρετανία, την Ομοσπονδιακή Γερμανία και τη Γαλλία έφερε αυτές τις χώρες μπροστά σε μια καινούργια πραγματικότητα. Η καθεμία από αυτές τις χώρες ακολούθησε και ακολουθεί διαφορετική πολιτική που αποσκοπεί στη δημιουργία διαφορετικής φύσης τηλεοπτικών καναλιών.

Το καλώδιο είχε χρησιμοποιηθεί πριν από το 1980 στη Μεγάλη Βρετανία για την καλύτερη λήψη της ερτζιανής τηλεόρασης στις προβληματικές περιοχές.

Από το 1980 στη Μεγάλη Βρετανία υιοθετήθηκε μια πολιτική ανοίγματος προς την ιδιωτική χρηματοδότηση των καλωδιακών σταθμών και την ιδιωτικοποίηση του British Telecom (αποεθνικοποίησή του το φθινόπωρο του 1984). Το κοινό όμως παρουσιάζεται διστακτικό τις νέες υπηρεσίες που προσφέρουν αυτοί οι σταθμοί, κυρίως λόγω της ποιότητας των προγραμμάτων: υπάρχει μεγάλη ποικιλία ξένων εκπομπών και μηδαμινή προσπάθεια για

εκπομπές τοπικού χαρακτήρα. Οι συνδρομητές του καλωδίου έφτασαν στα τέλη του 1984 γύρω στις 146.000, ενώ αρχικά υπολογιζόταν ένας αριθμός πολύ μεγαλύτερος. Το κοινό εμφανίζεται διστακτικό για την πληρωμή νέων προγραμμάτων και προτιμά την αποδοχή συσκευής βίντεο συνδεδεμένης σε καλωδιακό δίκτυο. Η τοπική τηλεόραση λοιπόν στη Μεγάλη Βρετανία είναι στην ουσία ανύπαρκτη.

Στην Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας προωθείται η ανάπτυξη των εμπορικών καναλιών, υποστηρίζεται λοιπόν και σ' αυτή την περίπτωση η ιδιωτική πρωτοβουλία. Στη χώρα αυτή αναπτύσσεται η λογική της περιφερειακής πολιτικής με τη δημιουργία καναλιών σε επίπεδο περιφέρειας.

Αναφέρουμε ενδεικτικά τη δημιουργία τεσσάρων πειραματικών σταθμών στο Ludwigshafen που προσφέρουν στους συνδρομητές τους προγράμματα 19 καναλιών και επιπλέον τα τρία παραδοσιακά κανάλια. Η ανταπόκριση του κοινού εμφανίζεται πολύ μειωμένη. Η χώρα αυτή αν και πέρασε από ένα ποσοστό 0,7% των συνδεδεμένων με καλώδιο σπιτιών το 1981 σε 7% το 1984, παρουσιάζει έναν πολύ μικρό ενθουσιασμό από την πλευρά του κοινού και των ιδιωτών επενδυτών. Επιχειρείται μάλιστα με διάφορους τρόπους να πείσουν την κοινή γνώμη για τη χρησιμότητα της καλωδίωσης (π.χ. με την απαγόρευση ύπαρξης κεραιών για λόγους αισθητικούς).

Αντίθετα στη Γαλλία η επιλογή του καλωδίου, το Νοέμβριο του 1982, συνδυάστηκε με την τοπική επικοινωνία μέσα στα πλαίσια της αποκέντρωσης που υιοθετήθηκε από την τότε κυβέρνηση. Οι αποφάσεις των υπουργικών συμβουλίων της 3ης Νοεμβρίου 1982 και 3ης Μαΐου 1984 έδιναν την πρωτοβουλία για την απόφαση της καλωδίωσης των πόλεων στους τοπικούς φορείς, επιβάλλοντας τη σύσταση τοπικών εταιρειών εκμετάλλευσης που προεδρεύονταν από τους τοπικά εκλεγμένους. Η απόφαση όμως αυτή άργησε πολύ να πραγματοποιηθεί βρίσκοντας εμπόδια στην υλοποίηση μιας τέτοιας προσπάθειας. Η Γαλλία πέρασε μια φάση πειραματική με έντονο προβληματισμό και κάποιες εμπειρίες που έδωσαν τη δυνατότητα κατανόησης ενός τέτοιου εγχειρήματος.

Η περίοδος αυτή ήταν ιδιαίτερα αποτελεσματική όσον αφορά κάποια συμπεράσματα, που πηγάζουν από συγκεκριμένα τηλεοπτικά πειράματα, σχετικά με την κοινωνική ανάγκη δημιουργίας νέων σχημάτων μαζικής επικοινωνίας στις τοπικές κοινωνίες.

Συγκεκριμένα, το πείραμα τοπικής τηλεόρασης στην πόλη Gennevilliers στα βόρεια προάστια του Παρισιού αποτελεί χαρακτηριστική προσπάθεια τοπικής τηλεόρασης με έμφαση στην τοπική παραγωγή προγράμματος.²

2. «Etude socio-semiologique sur la production audiovisuelle d'information et de culture locales», Έρευνα των Μ. Ψύλλα, C. Lalanne, N. Ducastel, Εκδόσεις Ceriam, Παρίσι 1985.

Για τους οργανωτές το πείραμα αυτό αποτελούσε μια περίοδο προβληματισμού και οργάνωσης για τη συμμετοχή των διαφόρων τοπικών φορέων καθώς και μεμονωμένων ατόμων στη διαδικασία σύλληψης και παραγωγής τηλεοπτικού προγράμματος. Η όλη προσπάθεια ήταν ένα είδος δοκιμής που θα έδινε τη δυνατότητα να διαπιστωθεί ο βαθμός συμμετοχής του τοπικού πληθυσμού σε μια τέτοια εμπειρία, καθώς και τα αιτήματά του, για το περιεχόμενο και τη λειτουργία μιας τοπικής τηλεόρασης.

Το πείραμα αυτό πραγματοποιήθηκε την άνοιξη του 1984.

Η αξιολόγηση των αντιδράσεων του πληθυσμού της πόλης με τη χρησιμοποίηση μιας τηλεφωνικής σφυγμομέτρησης στο σύνολο των νοικοκυριών που είχαν τηλεοπτική λήψη, καθώς και μιας μελέτης της ακροαματικότητας με δείγμα 300 ατόμων, αποδείχτηκαν χρήσιμα εργαλεία στα χέρια των μελλοντικών οργανωτών.

Συγκεκριμένα τα αποτελέσματα των ερευνών, που υλοποιήθηκαν από το κέντρο μελετών CERIAM,³ έδωσαν τα εξής στοιχεία:

Στη διάρκεια της πειραματικής φάσης το 30,6% του πληθυσμού της πόλης παρακολούθησε την τοπική τηλεόραση ενώ το υπόλοιπο ποσοστό παρακολούθησε τα τρία κρατικά κανάλια (37% TF1, 30% A2, 2,4% FR3).

Από το ποσοστό των ατόμων που παρακολούθησε το τοπικό κανάλι, το 41% το παρακολουθούσαν τακτικά ενώ το 39% κάποιες φορές και το 20% μόνο μία φορά.

Όσον αφορά την προτίμηση των πολιτών για το είδος και το περιεχόμενο των προγραμμάτων οι έρευνες απέδειξαν ότι οι ενημερωτικές εκπομπές κίνησαν πολύ το ενδιαφέρον των τηλεθεατών αφού το 53% δήλωσε ότι τις παρακολούθησε σε τακτικά χρονικά διαστήματα, και το 31% τις κατέταξε στην πρώτη θέση των προτιμήσεών του.

Όσον αφορά τα ψυχαγωγικά προγράμματα και ιδιαίτερα τα παιχνίδια που προβλήθηκαν σε ζωντανή μετάδοση από τις γειτονιές της πόλης, το ενδιαφέρον των τηλεθεατών ήταν ιδιαίτερα αξιοσημείωτο αφού το 56% τα παρακολούθησε με ενδιαφέρον. Από αυτούς όμως μόνο το 25% τα κατατάσσει στην πρώτη θέση.

Ένα άλλο είδος εκπομπών που κίνησε έντονο ενδιαφέρον ήταν οι εκπομπές με καθαρά τοπικό χαρακτήρα. Αναφέρουμε ενδεικτικά ότι η εκπομπή «Το λιμάνι της Gennevilliers» συγκέντρωσε το 30% της ακροαματικότητας.

Όσον αφορά την προσδοκία των κατοίκων της πόλης σχετικά με το περιεχόμενο τοπικών τηλεοπτικών προγραμμάτων η έρευνα απέδειξε τα εξής:

3. «Une autre optique a Gennevilliers», G. Azemard, J.C. Quiniou, Εκδόσεις Ceriam, Παρίσι 1984.

Το 63% κατά μέσο όρο του πληθυσμού προτιμά προγράμματα τοπικής ενημέρωσης και πληροφόρησης συνδεδεμένα με την πόλη.

Όσον αφορά τις προτιμήσεις της νεολαίας, σε πρώτη θέση έρχεται η ψυχαγωγία με 52%. Οι νέοι προτιμούν τα φιλμ, ειδικές εκπομπές για τη νεολαία και τις αθλητικές εκπομπές.

Η διαφήμιση είναι ιδιαίτερα αγαπητή από τη νεολαία, το 44% των νέων την προτιμούν ενώ μόνο ένα 15% των ενήλικων ατόμων εκδηλώνουν ενδιαφέρον γι' αυτήν.

Όσον αφορά την ανάγκη δημιουργίας νέων υπηρεσιών στον τομέα της επικοινωνίας (τηλεματική, βιντεο-επικοινωνία κλπ.), οι υπηρεσίες της τηλεματικής εκτιμώνται ιδιαίτερα αφού το 39% του πληθυσμού ενδιαφέρεται για τις πληροφορίες διοικητικού περιεχομένου ενώ οι νέοι προτιμούν ιδιαίτερα τα ηλεκτρονικά παιχνίδια (67%).

Όσον αφορά το ποσόν που είναι διατεθειμένοι να πληρώνουν οι κάτοικοι της πόλης για τη λήψη τοπικής τηλεόρασης, το 56% δήλωσε ότι είναι πρόθυμο να πληρώνει τουλάχιστον 50 F.F. το μήνα συνδρομή. Είναι χαρακτηριστικό ότι το ύψος της συνδρομής είναι στενά συνδεδεμένο με την εκδήλωση ενδιαφέροντος για τη δημιουργία τοπικής τηλεόρασης.

Ένα άλλο πείραμα τοπικής τηλεόρασης αποτελεί το «Canal 5» της πόλης Grenoble που πραγματοποιήθηκε το χειμώνα του 1983. Στόχος των δημιουργών ήταν η λειτουργία μιας τοπικής τηλεόρασης με ιδιαίτερη έμφαση στη δημιουργικότητα και τη ζωντανή μετάδοση. Η προσπάθεια αυτή στηρίχτηκε σε επαγγελματίες ιδιώτες που ήταν εξειδικευμένοι στην παραγωγή τηλεοπτικών προγραμμάτων.

Σύμφωνα με τις έρευνες ακροαματικότητας και τις έρευνες γνώμης που πραγματοποιήθηκαν από διάφορους οργανισμούς, τα αιτήματα του πληθυσμού παρουσιάζονται ως εξής:

Η Εταιρεία Μελετών για την Οικονομική και Κοινωνική Ανάπτυξη S.E.D.E.S. (θγατρική του Ταμείου Παρακαταθηκών και Δανείων) πραγματοποίησε τηλεφωνική σφυγμομέτρηση σε ένα σύνολο 1.650 ατόμων και έρευνα γνώμης σε σύνολο 200 νοικοκυρών.⁴ Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι: το 15% παρακολούθησε το «Canal 5» στη διάρκεια της πειραματικής φάσης, ενώ η ακροαματικότητα των κρατικών καναλιών ήταν η ακόλουθη: 17,8% T.F.1, 18,2% A2, 17,9% FR1.

Όσον αφορά τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού που παρακολούθησε το τοπικό κανάλι διαπιστώνουμε ότι το 34% το αποτελούσαν μεσαία στελέχη επιχειρήσεων, το 21% εργάτες και το 20% υπάλληλοι.

4. «Canal 5 l'audience», Μελέτη του S.E.D.E.S. (Société d'Etudes pour le Développement Economique et Social), Δεκέμβριος 1983.

Σύμφωνα με μια άλλη σφυγμομέτρηση που έγινε από την τοπική εφημερίδα *Grenoble Mensuel*,⁵ η δημιουργία τοπικής τηλεόρασης θεωρήθηκε ως το πιο ενδιαφέρον γεγονός της χρονιάς όσον αφορά τον τομέα των Μ.Μ.Ε. στη περιοχή της Grenoble. Η τοπική τηλεόραση έλαβε το 41% των προτιμήσεων ενώ η αγορά της εφημερίδας *Dauphine Libere* από τον μεγάλο επιχειρηματία Hersant έλαβε 20,3% και η δημιουργία του ραδιοφωνικού σταθμού της περιοχής Isere 11,3% (έρευνα σε σύνολο 401 ατόμων αντιπροσωπευτικών του πληθυσμού της πόλης).

Σύμφωνα με μια άλλη έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το C.R.E.S.E.C.⁶ της πανεπιστημιακής σχολής Grenoble III σε ένα μικρό δείγμα 50 νοικοκυριών, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η πλειονότητα προτίμησε τις εκπομπές της τοπικής τηλεόρασης σε σχέση μ' αυτές της περιφερειακής (FR 3) επειδή ακριβώς οι πρώτες άγγιξαν πιο ουσιαστικά τα τοπικά προβλήματα δημιουργώντας ένα αίσθημα εγγύτητας. Η πλειονότητα επίσης των ερωτηθέντων δεν ήταν αρνητική στη διαφήμιση.

Τα πειράματα τοπικής τηλεόρασης στη Γαλλία ήταν αρκετά και πρόσφεραν πλούσιο προβληματισμό σχετικά με την ύπαρξη κοινωνικής ανάγκης για τη δημιουργία τοπικών καναλιών. Παραθέτουμε τα αποτελέσματα μιας σφυγμομέτρησης που πραγματοποιήθηκε στο σύνολο της Γαλλίας σχετικά ακριβώς με το αίτημα δημιουργίας τοπικής τηλεόρασης:

Κάτοικοι	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΔΕΝ ΞΕΡΕΙ
Αγροτικές περιοχές	68,7	26,6	4,7
Περιοχές με λιγότερους από 20.000 κατ.	65,6	28,9	5,5
Περιοχές με 20.000 έως 100.000 κατ.	64,0	33,1	2,9
Περιοχές με περισσότερους από 100.000 κατ.	67,9	25,6	6,5
Περιοχή Παρισιού	58,1	39,6	2,3
Βόρειες Περιοχές	55,4	43,0	1,6
Δυτικές Περιοχές	67,3	26,0	6,8
Ανατολικές Περιοχές	65,8	29,8	4,4
Νοτιοδυτικές Περιοχές	75,0	19,4	5,6
Νοτιοανατολικές Περιοχές	63,0	33,0	4,1
Μεσογειακές Περιοχές	71,2	24,0	4,9

Σφυγμομέτρηση που πραγματοποιήθηκε από το CEO τον Ιούνιο 1984.⁷

5. *Grenoble Mensuel*, αρ. 4, Ιανουάριος 1984.

6. «L'impact de canal 5», M. Hurard G.R.E.S.E.C. (Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication), Φεβρουάριος 1984.

7. Nouveaux programmes et communication audiovisuelle — πρακτικά του συνεδρίου του CNCA (Conseil National de la Communication Audiovisuelle) που οργανώθηκε στο Παρίσι στις 7 και 8 Ιανουαρίου 1986, Εκδόσεις G. Pompidou, Mission TV Cable.

Στην όλη προσπάθεια που ξεκίνησε στη Γαλλία σχετικά με τη λειτουργία καλωδιακής τηλεόρασης σε τοπικό επίπεδο χρειάζεται να προσθέσουμε και τις ενέργειες για την εξάπλωση των ερτζιανών τοπικών τηλεοράσεων. Τα αποτελέσματα της Επιτροπής J. Bredin τον Ιανουάριο του 1985 έδωσαν ιδιαίτερη έμφαση σ' αυτό τον τομέα. Συγκεκριμένα ο Bredin υποστηρίζει τη συμπληρωματικότητα των διαφόρων τεχνικών της τηλεόρασης, δηλαδή των ερτζιανών κυμάτων, του καλωδίου και του δορυφόρου άμεσης εκπομπής.

Στη σημερινή φάση η Γαλλία έχει μπει πλέον στην εφαρμογή τοπικών τηλεοπτικών σταθμών χρησιμοποιώντας τις διάφορες τεχνικές της τηλεόρασης, αυτό που έχει αλλάξει όμως σε σχέση με την αρχική φάση του 1982 είναι ότι η διαχείριση των καναλιών δεν δίνεται πλέον σε τοπικές εταιρείες με προεδρεύοντες εκπροσώπους της τοπικής εξουσίας, αλλά η πρωτοβουλία ανήκει κυρίως στον ιδιωτικό τομέα.

Η ελληνική πραγματικότητα είναι φτωχή σε εμπειρίες στο τομέα των Νέων Μέσων Μαζικής Οπτικοακουστικής Επικοινωνίας σε τοπικό επίπεδο· ειδικότερα για την τηλεόραση βρισκόμαστε μπροστά μόνο σε κάποιους δειλούς προβληματισμούς και κάποιες πρόσφατες μεμονωμένες πρωτοβουλίες. Οι ταχείς όμως ρυθμοί εξέλιξης αυτών των νέων μέσων θα μας οδηγήσουν σύντομα σε μια αλλαγή του τηλεοπτικού χάρτη της χώρας. Η προσπάθεια για την αποκέντρωση του επικοινωνιακού συστήματος στο οποίο ανήκει και η τηλεόραση, γίνεται σήμερα παρά ποτέ και στον τόπο μας επιτακτική. Η απόφαση είναι δύσκολη και οι λύσεις για την εφαρμογή μιας τέτοιας αποκεντρωμένης μορφής είναι ποικίλες. Χρειάζεται σίγουρα συστηματικός προβληματισμός και όσο το δυνατόν σωστότερες επιλογές.

Οι μορφές επικοινωνίας που υιοθετούμε σε μια κοινωνία δεν εξαρτώνται μόνο από τις τεχνικές που θα εφαρμόσουμε αλλά και από το σύνολο των θεσμικών, πολιτικών και πολιτιστικών συνθηκών που δημιουργούμε. Αυτές σε τελευταία ανάλυση καθορίζουν τη συνολική κοινωνική λειτουργία. Ας ελπίσουμε ότι τα Νέα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας θα παίξουν δυναμικό ρόλο μέσα σ' αυτό το σύνολο με την απαραίτητη συμμετοχή όλων μας.