

ΕΙΣΗΓΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ

ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΠΟΥΚΩΡΟΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΟΣ

Κυρίες και κύριοι,

Ο περιφερειακός Τύπος της Ελλάδας είναι συνυφασμένος με τη σύγχρονη Ελληνική ιστορία. Ιστορικές συνθήκες συντέλεσαν στην ύπαρξη περιφερειακών εφημερίδων, των οποίων η ίδρυση ανάγεται στα πρώτα χρόνια της απελευθέρωσης και ακόμα περισσότερες που η γέννησή τους συμπίπτει με την εποχή της εθνικής ολοκλήρωσης. Περιφερειακές εφημερίδες, αρχαιότερες από όλες τις εφημερίδες του κέντρου. Η ιστορικότητα σε συνδυασμό με τις ιδιαιτερότητες και τις ανάγκες της κάθε εποχής δημιούργησαν την παραδοσιακή σχολή του ελληνικού περιφερειακού Τύπου.

Η Πελοπόννησος της Πάτρας, η Πατρίς του Πύργου, η Σημαία της Καλαμάτας, ο Ταχυδρόμος του Βόλου και πολλές ακόμη εφημερίδες δεν αποτελούν απλά την ιστορία του Τύπου, αλλά κυριολεκτικά την ιστορία του τόπου. Εφημερίδες που άντεξαν πολέμους και εθνικές καταστροφές, χρεωκοπίες και κρίσεις, εφημερίδες που

εξακολουθούν ακόμα και σήμερα, μέσα στην πρωτοφανή κρίση, να στέκονται όρθιες.

Αποτελεί ιστορική αναγκαιότητα για την Πολιτεία, αλλά και για την ίδια την ελληνική κοινωνία η διατήρηση και η συνέχιση του περιφερειακού Τύπου. Στόχος, αφάνταστα δύσκολος, την εποχή της έλλειψης οικονομικών πόρων και της επέκτασης του ίντερνετ και του ηλεκτρονικού τύπου.

Αν ξεκινούσε κανείς να απαριθμήσει τα πλεονεκτήματα του τοπικού Τύπου θα έβρισκε πολλά. Είναι προτιμότερο κατά την άποψή μας να απαριθμήσουμε καταρχήν τα μειονεκτήματα, ώστε να είναι καταφανή στη συνέχεια τα πλεονεκτήματα.

Οι περιφερειακές εφημερίδες είναι οι μοναδικές επιχειρήσεις αναγκασμένες να πορεύονται, πληρώνοντας όλα τα έξοδά τους μετρητοίς και εισπράττοντας όλα τα έσοδά τους με πίστωση. Μισθολόγιο, ασφάλιση εργαζομένων, ενοίκια, ρεύματα, αναλώσιμα, εκτύπωση, καύσιμα, διανομή, πληρώνονται μετρητοίς. Στην εποχή μας δεν υπάρχει καμία πίστωση, ούτε καν πίστωση ημέρας.

Αντίθετα, τα έσοδα από δημοσιεύσεις του Δημοσίου, διαφημίσεις, πωλήσεις φύλλων και συνδρομές καταβάλλονται με καθυστερήσεις που ξεκινούν από τη μία εβδομάδα που διαρκεί η εκκαθάριση στα σημεία πώλησης μέχρι και πολλά χρόνια που εξοφλούνται οι υποχρεώσεις των Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου προς τις εφημερίδες.

Καλούμαστε σήμερα να αντιμετωπίσουμε με σκληρότερο τρόπο από κάθε προηγούμενη εποχή, τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ και τις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες του ίντερνετ.

Η συνεχώς μειούμενη αναγνωσιμότητα στα χρόνια που διανύουμε έχει συρρικνωθεί σε τέτοιο βαθμό, ώστε οι σταθεροί και καθημερινοί αναγνώστες περιφερειακών εφημερίδων να αναζητούνται σήμερα κυρίως ανάμεσα στους

τοπικούς opinion makers (αρχηγοί οικογενειών, αρχηγοί επιχειρήσεων, εκπρόσωποι φορέων, αξιωματούχοι των τοπικών κοινωνιών κ.λπ.). Το υπόλοιπο αναγνωστικό κοινό διαβάσει τοπικό τύπο περίπου τρεις φορές την εβδομάδα.

Η κρατική διαφημιστική δαπάνη έχει εκμηδενιστεί την τελευταία πενταετία, στερώντας έναν ακόμη πόρο από τον περιφερειακό Τύπο. Θα μπορούσα να αναφέρω και πλήθος ακόμη μειονεκτημάτων, τα οποία δύσκολα αμφισβητούνται. Επιτακτικό, όμως, προβάλλει το ερώτημα για το πώς ανθίσταται ο τοπικός Τύπος μέσα σε ένα τόσο εχθρικό οικονομικό περιβάλλον.

Η απάντηση είναι απλή και έχει να κάνει με τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού περιφερειακού Τύπου, ο οποίος διαχρονικά αποτέλεσε και συνεχίζει να αποτελεί σημείο αναφοράς και παράγοντα συνοχής για τις τοπικές κοινωνίες.

Οι ιστορικές τοπικές εφημερίδες αποτέλεσαν διαχρονικά μέσο ανάδειξης των τοπικών προβλημάτων, ακόμη και των ιδιωτικών ζητημάτων και παράλληλα μοχλό πίεσης προς τα κέντρα εξουσίας της περιφέρειας και του κέντρου για την επίλυσή τους. Ο ρόλος αυτός τις καταξίωσε στη συνείδηση των τοπικών κοινωνιών και λειτούργησε ως πολλαπλασιαστής της διαδρομής τους.

Η αμεσότητα των τοπικών εφημερίδων και η δυνατότητα ανάλυσης των γεγονότων τοπικής ή υπερτοπικής σημασίας είναι το μέγιστο πλεονέκτημα των περιφερειακών εφημερίδων, αφού ακόμη δεν έχει βρεθεί ο τρόπος να καλυφθεί από το ίντερνετ ή την τηλεόραση, για διαφορετικούς λόγους, η συνεδρίαση ενός δημοτικού συμβουλίου μικρής πόλης, στο οποίο μπορεί να εξετάζονται ζητήματα ύψιστης σημασίας για τους πολίτες. Αυτό μπορεί να το κάνει με εξαιρετική επιτυχία μόνο η περιφερειακή εφημερίδα. Θα προσθέσουμε εδώ το αυτονόητο ότι σωστός πολίτης είναι ο ενημερωμένος πολίτης. Είναι

αναφαίρετο δημοκρατικό δικαίωμα των πολιτών η ολοκληρωμένη ενημέρωση για ζητήματα που άπτονται της ίδιας της ζωής του.

Οι περιφερειακές εφημερίδες καλύπτουν όλο το φάσμα της τοπικής επικαιρότητας με κάθε λεπτομέρεια. Πράγμα που δεν κατόρθωσε μέχρι τώρα κανενός άλλου είδους μέσο ενημέρωσης. Ενισχύουν τη δημοκρατία και τη διαφάνεια.

Ο πλουραλισμός και η δυνατότητα πρόσβασης και δημοσιοποίησης όλων των απόψεων όλων των φορέων είναι μία δημοκρατική κατάκτηση, η οποία για τεχνικούς και οικονομικούς λόγους δεν έχει επιτευχθεί από τα υπόλοιπα μέσα ενημέρωσης. Αν οποιοσδήποτε ισχυριστεί ότι όλα τα προηγούμενα επιτυγχάνονται από το διαδίκτυο θα είναι ένας ψευδής ισχυρισμός, αφού ακόμα και σήμερα η προσβασιμότητα στο διαδίκτυο στη χώρα μας δεν ξεπερνά το 40%. **Μισή προσβασιμότητα, μισή διαφάνεια, μισή δημοκρατία.** Επιπλέον, η κάθε δημοσίευση στην εφημερίδα συνοδεύεται πάντα από ένα ιστορικό τίτλο και από την υπογραφή του δημοσιογράφου. Γεγονός που αποτελεί εγγύηση αξιοπιστίας.

Σε γενικές γραμμές, αν προσθέσουμε τη χαμηλή τιμή πώλησης των φύλλων, τον πλουραλισμό, την ποιότητα γραφής και τον άμεσο έλεγχο, ο οποίος ασκείται ακόμη και άμεσα από τους ίδιους τους αναγνώστες στο προϊόν των περιφερειακών εφημερίδων, βρισκόμαστε μπροστά σε έναν χάρτη πλεονεκτημάτων που δύσκολα μπορούν να υπερκεράσουν τα υπόλοιπα μέσα ενημέρωσης.

Το βασανιστικό ερώτημα που απασχολεί όλους μας, εργοδότες και εργαζόμενους στο χώρο του ελληνικού περιφερειακού Τύπου, είναι αν η προαναφερθείσα συστάδα πλεονεκτημάτων μπορεί να αντέξει τις ραγδαίες και δυσμενέστερες εξελίξεις, ώστε μέσα από μια νέα επιχειρηματικότητα να αντέξουν οι εφημερίδες ως επιχειρήσεις και ταυτόχρονα ως ιστορικοί τίτλοι.

Τρεις είναι οι παράγοντες- κατά την άποψή μας- που θα καθορίσουν στο μέλλον τη βιωσιμότητα των συγκεκριμένων επιχειρήσεων τύπου. Το κόστος πρώτων υλών και παραγωγής, οι ποιότητα των ανθρωπίνων πόρων και του παραγόμενου προϊόντος και οι πολιτικές αποφάσεις για τις σχέσεις τύπου και δημοσίου.

Αρχίζοντας από τον τελευταίο παράγοντα και σταχολογώντας τις τελευταίες εξελίξεις διαπιστώνουμε ότι η Πολιτεία είναι εκείνη που έχει οφειλές προς τον περιφερειακό τύπο και όχι το αντίστροφο.

Πότε δεν εφαρμόστηκε ο νόμος για τη δίκαιη κατανομή της κρατικής διαφήμισης με το 35% του συνόλου των δαπανών να κατευθύνονται στον τύπο της περιφέρειας.

Στην καλύτερη των περιπτώσεων στις περιφερειακές εφημερίδες, την προηγούμενη δεκαετία, κατευθύνθηκε ένα 10% της κρατικής διαφήμισης. Σήμερα βεβαίως τα κονδύλια κρατικής διαφήμισης έχουν εκμηδενιστεί, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι δεν καθίσταται αναγκαία η τήρηση του υφιστάμενου νομοθετικού πλαισίου.

Άλλοι οικονομικοί πόροι που στερούνται από τον τοπικό Τύπο είναι οι δαπάνες προβολής για τα συγχρηματοδοτούμενα από την Ευρωπαϊκή Ένωση έργα. Ειδικότερα, για το ΕΣΠΑ, το προηγούμενο και το επόμενο, η ευρωπαϊκή νομοθεσία, στο πλαίσιο του στόχου της εμπέδωσης ευρωπαϊκής συνείδησης προβλέπει κονδύλια προβολής κατά κύριο λόγο στα Μέσα της περιοχής όπου εκτελούνται τα έργα από 7 έως 10% του συνολικού προϋπολογισμού των έργων.

Ο λογαριασμός είναι τεράστιος. Πολλά εκατομμύρια ευρώ έχουν κυριολεκτικά πετάξει προς άλλες κατευθύνσεις, στερώντας από τον περιφερειακό Τύπο μια πολύτιμη ευρωπαϊκή πηγή χρηματοδότησης. Δυστυχώς, καμία ελληνική κυβέρνηση δεν τήρησε αυτή τη δέσμευση και κανένα ευρωπαϊκό όργανο δεν προέβη στους αναγκαίους

ελέγχους. Το σύνολο των συγκεκριμένων πόρων είναι τεράστιο. Δυστυχώς, όμως, χρησιμοποιήθηκε για αλλότριους σκοπούς.

Η τελευταία φετινή αλλαγή νομοθεσίας –στα πλαίσια του μνημονίου- για κατάργηση της δημοσίευσης ισολογισμών στον Τύπο, με παράλληλη υποχρέωση δημοσίευσης τους στο Γενικό Μητρώο (ΓΕΜΗ) κατέδειξε την αδυναμία εδραίωσης της διαφάνειας.

Ούτε το 10% των επιχειρήσεων δημοσίευσαν τους ισολογισμούς στην ιστοσελίδα του ΓΕΜΗ. Συσκότιση και αδιαφάνεια. Αλήθεια, ποιος προστατεύει τους συναλλασσόμενους με τις συγκεκριμένες επιχειρήσεις, όταν τα οικονομικά τους μεγέθη παραμένουν στο σκοτάδι ή στο ομιχλώδες ακόμα τοπίο του διαδικτύου;

Το χειρότερο είναι ότι υπάρχει η σκέψη και η πολιτική κατεύθυνση να οδηγηθεί στο διαδίκτυο το σύνολο των δημοσιεύσεων του Δημοσίου. Προκειμένου να εξοικονομηθούν στην ουσία ελάχιστοι πόροι ελλοχεύει ο κίνδυνος να οδηγηθούμε στο βασίλειο της αδιαφάνειας.

Μόνο θεωρητικά ο πολίτης έχει τη δυνατότητα να ερευνά το σύνολο των διευθύνσεων, προκειμένου να ενημερώνεται για προκηρύξεις, διακηρύξεις, διαγωνισμούς και οτιδήποτε άλλο. Πρακτικά τέτοια δυνατότητα δεν υφίσταται για το σύνολο του πληθυσμού. Αντιθέτως, η εφημερίδα είναι γνωστό πως **«ό,τι γράφει, δεν ξεγράφει».**

Στο διαδίκτυο ποιος θα ανεβάζει τις προκηρύξεις, για πόσο θα τις διατηρεί και πόσο θα τις ανεβοκατεβάζει ή και θα τις εξαφανίζει, ουδείς μπορεί να το εγγυηθεί. **Είναι σαν να βάζουμε την αλεπού να φυλάξει το κοτέτσι.**

Ένα λάθος ή μια παρέμβαση στην προκήρυξη ενός διαγωνισμού μπορεί να στοιχήσει όσο όλες οι δημοσιεύσεις σε μια περιφερειακή εφημερίδα. Επιπλέον, οι πολίτες, και όχι μόνο αυτοί που δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, είναι

σαν να καλούνται να βγάλουν το κουνάβι από την τρύπα. Είναι απαραίτητο το πλήρες, διαφανές και στέρεο πλαίσιο σχέσεων ανάμεσα στον Τύπο και στο Δημόσιο αναφορικά με τις δημοσιεύσεις.

Αρκεί να αναφέρουμε ότι ενώ στην Ελλάδα προσπαθούμε **να βγάλουμε από τη μύγα ξύγκι** σπρώχνοντας τις δημοσιεύσεις στο διαδίκτυο, την ίδια ώρα, σύμφωνα με στοιχεία του 2013, ο δήμος της Νέας Υόρκης αυξάνει τις δημοσιεύσεις του στον τοπικό Τύπο κατά 20 εκατομμύρια δολάρια ετησίως, δημοσιεύοντας ακόμα και τις κυκλοφοριακές ρυθμίσεις. Αν η Πολιτεία πραγματικά ενδιαφερόταν για ενημερωμένους και ψύχραιμους πολίτες μέσω της στήριξης του περιφερειακού Τύπου θα μπορούσε να υιοθετήσει, όπως προ τετραετίας συνέβη στη Γαλλία, την επιδότηση συνδρομών σε περιφερειακές εφημερίδες της επιλογής τους για νέους κάτω των 18 ετών.

Δεν αρκεί, βεβαίως, για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στον περιφερειακό Τύπο η ρύθμιση των σχέσεών του με το Δημόσιο. Δεν μιλάμε, άλλωστε, ούτε για επιδοτούμενες, ούτε για κρατικοδίαιτες επιχειρήσεις.

Σπουδαίο κεφάλαιο της νέας επιχειρηματικότητας στον περιφερειακό Τύπο είναι η αξιοποίηση, η εκπαίδευση και η ειδίκευση του προσωπικού. Σε συνεργασία με τις υφιστάμενες πανεπιστημιακές σχολές δημοσιογραφίας θα ήτα εφικτή η εκπαίδευση των επαγγελματιών δημοσιογράφων, αλλά και των διαφημιστών στις νέες τεχνολογίες, με παράλληλη πιστοποίηση της εκπαίδευσής τους.

Η Ρωσία, για παράδειγμα, έχει δημιουργήσει ήδη Ινστιτούτο Περιφερειακού Τύπου. Η δημιουργία Εθνικού Κληροδοτήματος Τύπου και Μουσείου Τύπου θα μπορούσαν να λειτουργήσουν συμπληρωματικά για την αξιοποίηση των ανθρωπίνων πόρων του περιφερειακού Τύπου.

Ασφαλώς, σε ένα περιβάλλον νέας επιχειρηματικότητας ένα από τα βασικά ζητούμενα είναι και η μείωση του κόστους. Η κοινή εκτύπωση που εφαρμόζεται σε ορισμένες περιοχές της Ελλάδος, τα περιφερειακά πρακτορεία ειδήσεων, οι τράπεζες πληροφοριών και οι βάσεις δεδομένων του Δημοσίου, οι οποίες θα πρέπει να επιτρέψουν μεγαλύτερη πρόσβαση, η δημιουργία news rooms, οι ομαδικές συνδρομές σε διεθνή πρακτορεία ειδήσεων, ακόμη και τα κοινά δίκτυα διανομής, είναι ορισμένες ιδέες για τη μείωση του κόστους παραγωγής.

Ούτε βεβαίως η μείωση του κόστους παραγωγής αρκεί, αφού η δημιουργία νέων εσόδων καθίσταται αναγκαία στην εποχή μας. **Το διαδίκτυο από αντίπαλος πρέπει να μετατραπεί σε συνεργάτη του περιφερειακού Τύπου.** Η δημιουργία ενημερωτικών ιστοσελίδων με το λογότυπο ιστορικών εφημερίδων μπορεί να αποτελέσει μια νέα πηγή εσόδων, διότι οι εφημερίδες διαθέτουν την πρωτογενή είδηση, ενώ τα site και blogs τα οποία στηρίζονται σε ένα ή δύο άτομα βασίζονται στην αντιγραφή και στη λογοκλοπή και το χειρότερο σε μη διασταυρωμένες ειδήσεις σε μεγάλο βαθμό.

Είναι ευκαιρία για τις περιφερειακές εφημερίδες να μεταλαμπαδεύσουν το κύρος τους και την αξιοπιστία τους στο διαδίκτυο και έτσι να κερδίσουν ζωτικό χώρο. Αυτοτελώς το διαδίκτυο δεν μπορεί να προσφέρει απασχόληση στο δημοσιογραφικό κόσμο. Αρκεί να αναλογιστούμε ότι σε ολόκληρες τις Ηνωμένες Πολιτείες μόνο 5.000 επαγγελματίες δημοσιογράφοι πλήρους απασχόλησης εργάζονται σε 500 περίπου ενημερωτικές ιστοσελίδες.

Αντιλαμβανόμαστε όλοι ότι τα αντίστοιχα μεγέθη στην Ελλάδα είναι υποπολλαπλάσια.

Τέλος, η ειδίκευση των διαφημιστικών τμημάτων του περιφερειακού Τύπου στην παροχή διαφημιστικών υπηρεσιών μέσω των social media, τομέας

εντελώς ανεκμετάλλευτος στην Ελλάδα, μπορεί να προσφέρει μία ακόμη νέα πηγή εσόδων.

Είμαι δημοσιογράφος και γνωρίζω πολύ καλά ότι αν εκλείψουν οι περιφερειακές εφημερίδες δύσκολα θα μπορώ να υπάρχω. Αναγκαία η προσαρμογή των επιχειρήσεων, αλλά και των εργαζομένων στα νέα δεδομένα.

Σε κάθε περίπτωση, η επιβίωση και η πρόοδος του Τύπου είναι συνυφασμένη με την επιβίωση και την πρόοδο της Δημοκρατίας. Αυτό το τελευταίο ας μην το ξεχνάμε.

Σας ευχαριστώ πολύ.