

ΑΠΟΦΑΣΗ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 2/2007 ΤΟΥ ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΟΥ ΠΕΙΘΑΡΧΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ

ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΟ ΠΕΙΘΑΡΧΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

Απόφαση υπ' αριθμ. 2/2007

Το Δευτεροβάθμιο Πειθαρχικό Συμβούλιο της Ενώσεως Συντακτών ΗΕΑ, συνήλθε σήμερα Πέμπτη, 10 Μαΐου 2007, στα επί της οδού Ακαδημίας 20 γραφεία του, υπό την προεδρεία της προέδρου Ελένης Τράϊου και με την παρουσία των τακτικών μελών Μιμής Τουφεξή, Μηνά Παπάζογλου, Χρήστου Πριτσαπίδουλα-Γιαννακόπουλου, Γιώργου Δόγα, καθώς και της γραμματέως Μαρίας Χριστοφοράτου, προκειμένου να εξετάσει την έφεση του συν. Σταύρου Θεοδωράκη κατά της υπ' αριθμ. 17/2006 απόφασης του Πρωτοβαθμίου Πειθαρχικού Συμβουλίου.

Η από 2163/23.01.06 έφεση του εκκαλουμένου συν. Σταύρου Θεοδωράκη, εκρίθη από το ΔΠΣ τυπικά βάσιμη ως νόμιμη και εμπρόθεσμη. Στη συνέχεια, το ΔΠΣ προχώρησε στην εξέταση της έφεσης κατ' ουσίαν.

Το ΠΠΣ είχε ασκήσει αυτεπάγγελτη πειθαρχική δίωξη κατά του εφεσιβάλλοντος συν. Σταύρου Θεοδωράκη με το ακόλουθο σκεπτικό: Το ΠΠΣ αποφάσισε την άσκηση αυτεπάγγελτης πειθαρχικής δίωξης κατά του συν. Σταύρου Θεοδωράκη, για παράβαση του άρθρου 7, παρ. 1, εδ. α' του Καταστατικού και άρθρου 5, παρ. γ' του Κώδικα Αρχών Δεοντολογίας της ΕΣΗΕΑ.

Συγκεκριμένα, ο συνάδελφος κατηγορείται ότι στο περιοδικό «Playboy», τεύχος Νοεμβρίου 2005, διαφημίζει μάρκα

οινοπνευματώδους ποτού (□Johnnie Walker□), παραβιάζοντας την ως άνω σχετική διάταξη του Κώδικα Αρχών Δεοντολογίας, που επιβάλλει στον δημοσιογράφο: «Να μην επιδιώκει και να μη δέχεται τη διαφημιστική χρήση του ονόματος, της φωνής και της εικόνας του, παρά μόνο για κοινωφελείς σκοπούς».

Επίσης, το ΠΠΣ αποφάσισε στη 20η συνεδρίαση (13.12.05) την άσκηση συμπληρωματικής πειθαρχικής δίωξης, σε σχέση με εκείνη που αποφασίσθηκε στη 15η συνεδρίαση του 2005 εναντίον του συν. Σταύρου Θεοδωράκη, για παράβαση του άρθρου 7, παρ. 1, εδ. α□ του Καταστατικού.

Ειδικότερα, εγκαλείται ότι με αλληπάλληλες συνεντεύξεις (περιοδικό □ON-OFF□ Κυριακάτικης Ελευθεροτυπίας 02.10.05 και περιοδικό □Playboy□ Νοεμβρίου 2005) δηλώνει με τρόπο προκλητικό πως άρχισε να ασχολείται και με επιχείρηση εστιατορίου, προβάλλοντας την παράλληλη αυτή επαγγελματική του δραστηριότητα κατά τρόπο ευτελιστικό για το δημοσιογραφικό επάγγελμα».

Για την υπόθεση αυτή το ΠΠΣ εξέδωσε την υπ□ αριθμ. 17/2006 απόφασή του με την οποία έκρινε πειθαρχικά ελεγκτέο τον εφεσιβάλλοντα και στον οποίο επέβαλε ποινή προσωρινής διαγραφής οκτώ μηνών από τα μητρώα της ΕΣΗΕΑ για την πρώτη περίπτωση και για την δεύτερη περίπτωση ποινή απλής επίπληξης.

□ Ο εφεσιβάλλον συν. Στ. Θεοδωράκης στην έφεσή του όπως αυτή συμπληρώθηκε με τις διευκρινίσεις του στις 15.02.07 ενώπιον του ΔΠΣ, υποστήριξε τα εξής:

«□Το ΠΠΣ αποφάσισε με 4 ψήφους έναντι 1, ότι διαφήμιση μάρκα οινοπνευματώδους ποτού σε συνέντευξη που παραχώρησα στο περιοδικό Playboy (Νοέμβριος 2005), παραβιάζοντας την σχετική διάταξη του Κώδικα Δεοντολογίας (άρθρο 5, παρ. γ□), η οποία απαγορεύει την διαφημιστική προβολή του δημοσιογράφου για άλλους εκτός από κοινωφελείς σκοπούς□

□Σύμφωνα με την απόφαση, παραχωρώντας την επίμαχη συνέντευξη στο περιοδικό Playboy διαφήμιση δήθεν γνωστό οινοπνευματώδες ποτό. Κατά την πλειοψηφία, τούτο το έπραξα αποδεχόμενος την ένταξη στην συνέντευξή μου του λογότυπου και του σήματος

μάρκας του εν λόγω ποτού. Ο ισχυρισμός, όμως, αυτός δεν μπορεί να γίνει αποδεκτός, αφού υπολαμβάνει εσφαλμένα ότι προσπάθησα εμμέσως να προωθήσω το εν λόγω οινοπνευματώδες ποτό.

Σύμφωνα με τον ορισμό του ίδιου του νόμου περί προστασία καταναλωτών, ως διαφήμιση νοείται «κάθε ανακοίνωση που γίνεται στα πλαίσια εμπορικής, βιομηχανικής, βιοτεχνικής ή επαγγελματικής δραστηριότητας με στόχο την προώθηση της διάθεσης αγαθών ή υπηρεσιών» (άρθρο 9, παρ. 1, ν. 2251/1994). Εν προκειμένω, όμως, δεν επρόκειτο για μια συνέντευξη που είχε ως σκοπό, έστω και έμμεσο, τη διαφήμιση του επίμαχου προϊόντος, αφού ουδέποτε παρότρυνα ούτε άλλωστε θέλησα να παροτρύνω τους αναγνώστες να αγοράσουν το επίμαχο προϊόν, αλλά για μια συνέντευξη που παραχωρήθηκε με αφορμή βράβευσή μου.

Πράγματι, ύστερα από βράβευσή μου με τον τίτλο του «Walker of tomorrow», που έχει διεθνώς καθιερώσει γνωστό οινοπνευματώδες ποτό, προκειμένου να τιμήσει προσωπικότητες του επιστημονικού, καλλιτεχνικού και δημοσιογραφικού χώρου για το συνολικό έργο τους ή για μια τελευταία σημαντική τους δουλειά, παραχώρησα συνέντευξη σε δημοσιογράφο του περιοδικού Playboy. Στη συνέντευξή μου, για το περιεχόμενο της οποίας συνεννοήθηκα μόνο με τον δημοσιογράφο του εν λόγω περιοδικού, αναφέρθηκα αποκλειστικά στο επάγγελμα του δημοσιογράφου και στη δική μου σταδιοδρομία. Σε κανένα σημείο της δεν υπάρχει έστω και ένα υπονοούμενο ότι πίνω αλκοόλ ή ότι προτιμώ το εν λόγω ποτό, ενώ ούτε καν γίνεται λόγος για τη βράβευσή μου από την εταιρία που προωθεί το ποτό αυτό.

Όσον αφορά δε τη μνεία του προϊόντος στις σελίδες του περιοδικού, αυτή δεν αποφασίστηκε από εμένα, αλλά, όπως συμβαίνει σε όλες τις περιπτώσεις, από τη διεύθυνση του περιοδικού.

Σε κάθε περίπτωση, η προσβαλλόμενη απόφαση παραβιάζει καταφανώς την αρχή της αναλογικότητας, η οποία πλέον κατοχυρώνεται ρητά στο άρθρο 25, παρ. 1 του Συντάγματος. Σύμφωνα με την αρχή αυτή, κατά την επιλογή και την επιμέτρηση της ποινής το αρμόδιο πειθαρχικό όργανο πρέπει να λαμβάνει υπόψη τη βαρύτητα του διαπραχθέντος πειθαρχικού παραπτώματος, το βαθμό υπαιτιότητας του αιτούντος και την προσωπικότητά του

(ΣτΕ 116/2004). Το Πρωτοβάθμιο Πειθαρχικό Συμβούλιο, όμως, κατά την επιμέτρηση της ποινής, δεν έλαβε υπόψη κανένα από τα στοιχεία αυτά».

Ερ.: Ο χαρακτηρισμός σας στο περιοδικό ως «ο σημερινός Walker of tomorrow» είναι διαφημιστικός για το σχετικό ουίσκι ή όχι;

Απ.: Η εμπορική καταχώρηση δεν ήταν εις γνώση μου. Ούτε μου ετέθη ερώτημα γι' αυτό. Τα λεγόμενά μου, τα οποία έχουν αποδοθεί απ' τους δημοσιογράφους δεν περιέχουν οποιοδήποτε τέτοιο χαρακτηρισμό.

Ερ.: Δηλαδή, ως έμπειρος δημοσιογράφος δεν ζητήσατε να δείτε το κείμενο που σας αφορούσε;

Απ.: Όχι βέβαια γιατί ένα κείμενο που θα με ενδιέφερε είναι αυτό της συνέντευξής μου. Το τι θα συνόδευε τη συνέντευξη ούτε το γνώριζα ούτε μπορούσα να το υποθέσω.

Ερ.: Εάν γνώριζα ότι στις σελίδες στις οποίες δημοσιεύθηκε η συνέντευξη θα διαφημιζόταν ένα προϊόν, θα είχατε πρόβλημα να παραχωρήσετε τη συνέντευξή αυτή;

Απ.: Εάν γνώριζα τον τρόπο που παρουσιάστηκαν οι συνεντεύξεις αυτές δε θα δεχόμουν να παραχωρήσω τις συνεντεύξεις, παρά το ότι πολλές φορές όταν παραχωρούμε μια συνέντευξη δε γνωρίζουμε και δεν ενημερωνόμαστε για το πώς ακριβώς θα προβληθούν από τα έντυπα.

Ερ.: Όταν είδατε τη συνέντευξη δημοσιευμένη, τι νιώσατε;

Απ.: Στο Playboy δεν την είχα δει. Είχα δει τις συνεντεύξεις των εφημερίδων. Εκπλάγηκα από τον τρόπο προβολής αλλά ησύχασα διαβάζοντας τη συνέντευξή μου και βλέποντας ότι δεν είχε παραποιηθεί τίποτε. Οπότε ένας αναγνώστης εύκολα θα έβγαζε το συμπέρασμα ότι εγώ δεν είχα καμία σχέση με το προϊόν.

Ερ.: Αφού λέτε ότι δεν έχετε σχέση με τη διαφήμιση πως εξηγείτε το γεγονός ότι εμφανίζεστε σε φωτογραφία που πίσω σας υπάρχει διαφήμιση του Johnnie Walker;

Απ.: Νομίζω πάντως ότι είναι ένα τυχαίο φωτογραφικό στιγμιότυπο τη μέρα που ανακοινώθηκε η βράβευσή μου ως αυτοδημιούργητου δημοσιογράφου.

Ερ.: Τι νιώθετε εσείς που γίνεστε γνωστοί μέσω της τηλεόρασης να σας εκμεταλλεύονται είτε από το κανάλι, από εταιρίες που συνεργάζονται με αυτό κλπ; Νιώθετε αντικείμενο εκμετάλλευσης;

Απ.: Νομίζω ότι η γενικότερη στάση του καθενός μας είναι αυτή που τον χαρακτηρίζει και όχι ένα μεμονωμένο και αποσπασματικό γεγονός. Προσωπικά εγώ, αν εξαιρέσουμε αυτή τη συγκεκριμένη βράβευση, αρνούμαι συνεχώς να συμμετέχω σε οποιαδήποτε γκαλά διοργανώνονται και συνδέουν τη δημοσιογραφία με εμπορικά σήματα.

Ερ.: Σας επέλεξαν για να σας βραβεύσουν. Το βραβείο σε τι συνίστατο; Ήταν χρηματικό ποσό;

Απ.: Και βεβαίως δεν ήταν χρηματικό ποσό, όπως προκύπτει και από τα έγγραφα που έχουν κατατεθεί στο ΠΠΣ. Η βράβευση είχε ως μόνο δέλεαρ την παραχώρηση συνεντεύξεων σε μεγάλης κυκλοφορίας έντυπα.

Ερ.: Ξέρατε αν η εν λόγω εταιρία τις έχει πληρώσει τις σελίδες, όπου θα φιλοξενούνταν η συνέντευξη;

Απ.: Δεν το ξέρω, αλλά δεν το νομίζω καθότι στο παρελθόν έχω χρηματίσει στέλεχος αντίστοιχων περιοδικών, γνωρίζω ότι οι εταιρίες πληρώνουν τους χώρους που δεσμεύει το εμπορικό τμήμα και μόνο. Εγώ τις συνεντεύξεις τις παραχώρησα σε δημοσιογράφους των εντύπων και όχι στα εμπορικά τμήματα».

Στις 15.03.07 προσήλθε ο μάρτυρας του εφεσιβάλλοντος, συν. Γιάννης Βλαστάρης, ο οποίος κατέθεσε τα εξής:

«Αιφνιδιάστηκα από το γεγονός ότι το Πειθαρχικό μας, το Πρωτοβάθμιο ασχολήθηκε με τη συγκεκριμένη υπόθεση την ώρα που η δημόσια ζωή γίνεται μάρτυρας καταφανώς εμπορικών δραστηριοτήτων από δημοσιογράφους.

Δεν θεωρώ ότι η παρουσία μιας συνέντευξης ενός δημοσιογράφου δίπλα σε καταχωρήσεις στο πλαίσιο μιας καμπάνιας ενός προϊόντος, συνιστά παράβαση πολύ περισσότερο που έχουμε και την εκ των υστέρων δήλωση του ιδίου ότι δε θα συναινούσε να δώσει συνέντευξη αν ήξερε ότι θα προκαλέσει τον πειθαρχικό έλεγχο της Ένωσης. Νομίζω πρέπει να συνεκτιμηθεί και η διαδρομή του κάθε συναδέλφου, δηλαδή ο Σταύρος δεν έχει δώσει δείγματα εμπορικών συνεργασιών όπως άλλοι συνάδελφοι, οι οποίοι είτε σταθερά συνεργάζονται με μια φίρμα διαφημίζοντας συγκεκριμένα προϊόντα είτε δανείζοντας την υπογραφή τους στη διαφημιστική προβολή συγκεκριμένων υπηρεσιών ή αγαθών.

Ερ.: Μια από τις συνεντεύξεις του συν. Θεοδωράκη δημοσιεύτηκε στο περιοδικό «Ε» της εφημ. «Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία». Συνεπώς, είσαστε ο καθ' ύλην αρμόδιος να απαντήσει στο ερώτημα αν ο συν. Θεοδωράκης «αποδέχτηκε την ένταξη σε αυτήν -δηλαδή μέσα στις σελίδες, στις οποίες φιλοξενήθηκε η συνέντευξή του- διαφήμισης του λογότυπου και του σήματος μάρκας ούισκι»;

Απ.: Θεωρώ ότι αγνοούσε τη χρήση της συνέντευξης και πολύ περισσότερο την τοποθέτησή της. Και επιμένω στο πρωτογενές στοιχείο που είναι ότι ο Θεοδωράκης μιλάει για τον εαυτό του και τη δημοσιογραφία και δεν ασχολείται καν με το προϊόν. Είναι προφανές ότι αγνοούσε τη χρήση. Δεν προβάλλει ούτε διαφημίζει το προϊόν.

Ερ.: Γνωρίζετε αν έχει δώσει και άλλες συνεντεύξεις;

Απ.: Γνωρίζω ότι έδωσε αλλά δεν ξέρω που.

Ερ.: Ένας άνθρωπος γνώστης των φαινομένων της επικοινωνίας και του σύγχρονου marketing μπορεί να θεωρήσει ότι υπάρχει διαφήμιση χωρίς αμοιβή ή χωρίς επιδίωξη κέρδους;

Απ.: Από τη στιγμή που δεν υπάρχουν στοιχεία αμοιβής δε μπορεί κάποιος να κατηγορηθεί ότι συμμετέχει σε διαφημιστική καμπάνια. Άλλωστε, σε πολλές περιπτώσεις είχαμε συμμετοχή επωνύμων σε καμπάνιες όπου μετέχουν προφανώς αφιλοκερδώς».

Στις 15.03.07 προσήλθε επίσης ο μάρτυρας του εφεσιβάλλοντος, συν. Πάσχος Μανδραβέλης, ο οποίος μεταξύ άλλων κατέθεσε τα εξής:

«Έχω διαβάσει μια συνέντευξη πιθανώς στο «Κ» ή το «Ε» στην οποία δεν είδα άμεση διαφημιστική προβολή του προϊόντος και η έμμεση αφορούσε την αισθητική περισσότερο της σελίδας που φιλοξενήθηκε η συνέντευξη και όχι το δημοσιογραφικό περιεχόμενο.

Ερ.: Γνωρίζετε αν έχει δώσει και άλλες συνεντεύξεις σε άλλα έντυπα, όπου εμπλέκεται και το διαφημιζόμενο προϊόν;

Απ.: Γνωρίζω ότι υπάρχουν άλλες τέσσερις συνεντεύξεις, τις οποίες δε θυμάμαι να έχω διαβάσει. Πρέπει να οριστούν τα όρια της διαφήμισης και κατά την άποψή μου βρίσκονται στην ενεργητική παρότρυνση ενός δημοσιογράφου να αγοράσει κάποιος ένα προϊόν. Αλλιώς, όλη η δημοσιογραφική ύλη μπορεί να

θεωρηθεί συμπλήρωμα της διαφήμισης, αφού χρησιμοποιούν και τα δύο το ίδιο όχημα. Προ μηνός τιμήθηκα με το Βραβείο Καλλιγιά. Χορηγός της εκδήλωσης ήταν η Εθνική Τράπεζα. Το τιμητικό δίπλωμα είχε το λογότυπο της τράπεζας, η εκδήλωση έγινε στο κτίριο της τράπεζας και το βραβείο μου το ενεχείρισε ο πρόεδρος της τράπεζας. Με μια ευρεία έννοια θα μπορούσα εγώ και τέσσερις άλλοι συνάδελφοι που βραβεύτηκαν, να θεωρηθούμε ελεγκτέοι για διαφήμιση της τράπεζας. Νομίζω ότι το συλλογικό μας Όργανο πρέπει να ενθαρρύνει δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς να καθιερώνουν βραβεία αριστείας σε δημοσιογράφους, άσχετα αν αυτοί οι φορείς το κάνουν για διαφημιστικούς σκοπούς (εξάλλου στη χορηγία πάντα εμπεριέχεται η διαφήμιση του χορηγού). Αυτό που ρητά πρέπει να απαγορεύεται είναι η ευθεία διαφήμιση προϊόντων ή εταιριών.

Ερ.: Γνωρίζεις αν ο συν. Σταύρος Θεοδωράκης είχε αποδεχθεί την ένταξη διαφήμισης της συγκεκριμένης μάρκας ουίσκι στις σελίδες, στις οποίες καταχωρήθηκε η συνέντευξή του; Και επίσης εάν συνηθίζεται κάτι τέτοιο;

Απ.: Θα μου έκανε εντύπωση αν ο κ. Θεοδωράκης είχε ερωτηθεί. Οι συνεντευξιαζόμενοι αλλά και οι δημοσιογράφοι παραδίδουν λέξεις και δεν έχουν καμία συμμετοχή στο τελικό αποτέλεσμα διαμόρφωσης κάποιας σελίδας. Μπορεί δηλαδή το κείμενό μου να έχει στην ίδια σελίδα μια διαφήμιση που απεχθάνομαι. Δεν θα μπορούσα ποτέ να ελεγχθώ για αυτό. Παρόλα αυτά δεν γνωρίζω κάτι τέτοιο.

Ερ.: Γνωρίζετε αν ο συν. Θεοδωράκης εισέπραξε χρήματα για τις συνεντεύξεις αυτές ή έστω επεδίωξε να έχει κάποιο κέρδος;

Απ.: Δεν το γνωρίζω αλλά εξ όσων διάβασα στην έφεσή του, το αρνείται κατηγορηματικά και τον πιστεύω.

Ερ.: Επικαλούμαι την δημοσιογραφική σας εμπειρία για να μου απαντήσετε στο ερώτημα που ακολουθεί: υπάρχει διαφήμιση χωρίς προσπορισμό ή επιδίωξη αμοιβής;

Απ.: Από τη στιγμή που δεν υπάρχει αμοιβή δεν νομίζω ότι πρέπει κάποιος να ελεγχθεί για διαφημιστική προβολή».

Στις 22.03.07 προσήλθε η μάρτυρας του εφεσιβάλλοντος, συν. Πόπη Διαμαντάκου, η οποία ανέφερε τα ακόλουθα:

«Κατά την άποψή μου δεν ευθύνεται ο δημοσιογράφος Σταύρος Θεοδωράκης προσωπικά για τη διαχείριση των χρημάτων και το πού θα δημοσιευτεί η διαφήμιση της συγκεκριμένης φίρμας από την οποία είχε βέβαια βραβευτεί ως εξέχων μέλος της δημοσιογραφικής κοινότητας, αλλά για το πώς θα δημοσιευτούν οι διαφημίσεις και το πού την ευθύνη την έχει πάντα το έντυπο όπως και στην περίπτωση αυτή που δημοσιεύτηκαν οι συνεντεύξεις του συναδέλφου. Πιστεύω ότι πρόβλημα δεοντολογίας θα ήταν εάν στις συγκεκριμένες συνεντεύξεις ή σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση δημοσιογραφικής δουλειάς του συναδέλφου ο ίδιος διαφήμιζε τη συγκεκριμένη φίρμα και τη χρήση των προϊόντων της. Σε μια εποχή που στη χώρα μας ενώ ισχύει η ελεύθερη αγορά οι κανόνες για το πώς ακριβώς θα λειτουργούν σε αυτή τόσο οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι όσο και οι επιχειρήσεις, στις οποίες εργάζονται, για τον τρόπο και το ύψος της αμοιβής που θα ανταποκρίνεται με ακρίβεια στην εργασία, την οποία πρόσφεραν, είναι επόμενο όλοι μας να χαράζουμε την επαγγελματική μας πορεία λαμβάνοντας υπόψιν κυρίως την εμπορική λειτουργία των μέσων, στα οποία εργαζόμαστε, πράγμα το οποίο άλλωστε μας το ζητούν.

Προσθέτω επίσης, ότι για να τακτοποιηθεί η αγορά και να μπορέσουν να ισχύσουν οι κανόνες δεοντολογίας θα πρέπει να γίνεται με πρωτοβουλία της ΕΣΗΕΑ μάθημα δεοντολογίας στις πανεπιστημιακές σχολές γιατί η δεοντολογία της δημοσιογραφίας είναι άλλωστε η θεωρία για το πώς γίνεται αυτή η δουλειά. Θα πρέπει να ορκίζονται οι πτυχιούχοι δημοσιογράφοι σε αυτήν για να γίνουν συνείδηση οι αρχές της, γιατί ζούμε σε ένα περιβάλλον που η δεοντολογία ενεργοποιείται κατά περίπτωση και κάτω από μη ομαλές συνθήκες οικονομικές των μέσων στα οποία εργαζόμαστε.

Ερ.: Ξέρετε ότι έχουμε Κώδικα Δεοντολογίας;

Απ.: Βεβαίως.

Ερ.: Και γιατροί και δικηγόροι και άλλοι επαγγελματίες και λειτουργοί ορκίζονται και παρόλα αυτά υπάρχουν πολλαπλά κρούσματα παραβίασης. Πώς λοιπόν ο όρκος θα αλλάξει την κατάσταση των δημοσιογράφων;

Απ.: Γιατί δημιουργείται κοινωνική συνείδηση όταν μέσα από τη

διαδικασία των θεωρητικών σπουδών, πανεπιστημιακών αναγνωρισμένων σπουδών γίνεται σαφές το αντικείμενο της δημοσιογραφίας και έχει επίγνωση τόσο αυτός που επιλέγει να τη σπουδάσει όσο και το κοινωνικό του περιβάλλον τι καλείται να υπηρετήσει. Οπότε η επισήμανση της παράβασης είναι αυτοματισμός από την ίδια την κοινωνία.

Ερ.: Ο κ. Θεοδωράκης το βραβείο που πήρε από τον Johnnie Walker ήταν να δώσει 3 συνεντεύξεις σε 3 περιοδικά. Όταν είδε στην πρώτη συνέντευξη να «πνίγεται» από τις διαφημίσεις της φίρμας και δεν αντέδρασε και στις επόμενες που συνέβη το ίδιο, δε συνιστά αυτό διαφήμιση της εταιρίας αυτής;

Απ.: Δεν γνώριζε τον τρόπο που το περιοδικό θα έβαζε τις διαφημίσεις, δεν είναι δική του ευθύνη και κατά τη γνώμη μου δεν θα μπορούσε να το ελέγξει.

Ερ.: Υπάρχει έγκλημα όταν δεν υπάρχει αποδοχή προϊόντος εγκλήματος; Μπορεί να κατηγορηθεί κάποιος ότι διαφημίζει αν δεν υπάρχει αμοιβή;

Απ.: Κατ' ουσίαν η δουλειά του δημοσιογράφου είναι προβολή. «Διαφημίζουμε» (σε εισαγωγικά) με την έννοια της ενημέρωσης. Η πληροφορία στην ελεύθερη αγορά μπορεί να θεωρηθεί διαφήμιση. Είναι βέβαια ένα μεγάλο θεωρητικό ζήτημα με πολλές παραμέτρους που χρειάζεται χρόνο και σελίδες βιβλίων.

Ερ.: Υπάρχουν Κώδικες Δεοντολογίες και Καταστατικό.

Απ.: Το πρόβλημά μου είναι ότι η Δεοντολογία δεν τηρείται».

□ Το ΔΠΣ έλαβε υπόψη τις καταθέσεις των μελών της Επιτροπής Διαφάνειας και Δεοντολογίας στο ΠΠΣ, οι οποίοι έκαναν τις ακόλουθες τοποθετήσεις:

Παναγιώτης Καρυκόπουλος:

«Μετείχα ως μέλος της Επιτροπής που συνέταξε τον Κώδικα Αρχών Δεοντολογίας, καθώς και της Επιτροπής Διαφάνειας και Δεοντολογίας της ΕΣΗΕΑ, που συγκροτήθηκε τον περασμένο χρόνο. Βάσει του Καταστατικού μας και του Κώδικα Δεοντολογίας της ΕΣΗΕΑ, θεωρώ ότι τα δημοσιεύματα που μου θέσατε υπόψιν μου στο περιοδικό □Playboy□ και στο □On-Off□ της «Κυριακάτικης Ελευθεροτυπίας» και στην «Καθημερινή», στα οποία περιέχονται

εικόνες και γίνονται αναφορές σε συγκεκριμένη μάρκα ούισκι, εμμέσως πλην σαφώς αποτελούν διαφήμιση, αντιβαίνοντας και στο Καταστατικό μας και στον Κώδικα Αρχών Δεοντολογίας.

Ως προς το άλλο δημοσίευμα του περιοδικού «On-Off» με τη συνέντευξη του συν. Θεοδωράκη, πέραν των άλλων, και ο τρόπος που εμφανίζεται κρατώντας κουτάλες και πιρούνες, δεν αντιβαίνει μόνο στον Κώδικα και στο Καταστατικό, αλλά προσβάλλει το κύρος του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

Γενικά πιστεύω ότι και στις δύο περιπτώσεις, παραβιάζει το Καταστατικό και τον Κώδικα Δεοντολογίας. Δεν θεωρώ ότι είναι θετικό το γεγονός της συνεστίασης συναδέλφων από τον δημοσιογράφο και υπουργό Τύπου Θεόδ. Ρουσόπουλο, που έγινε με πρωτοβουλία και πρόσκλησή του, στο συγκεκριμένο εστιατόριο, δεν θεωρώ ορθή την ενέργειά του. Τα ζητήματα της δεοντολογίας αποτελούν ευθύνη των θεσμοθετημένων οργάνων της ΕΣΗΕΑ και δεν αποτελούν νομικό ζήτημα, ώστε να αποφαινεται το νομικό τμήμα, εκτός από διαδικαστικά θέματα»

«Από τα δημοσιεύματα που είδα, δημιουργείται η ακράδαντη εντύπωση ότι ο συν. Θεοδωράκης άνοιξε εστιατόριο και μάλιστα αποδέχεται τον τίτλο της συνεντεύξεως που αναφέρει: «Συνέντευξη με τον εστιάτορα Στ. Θεοδωράκη». Και αν ακόμη υπάρχει εταιρία στην οποία συμμετέχει και πάλι αυτός έχει τον κυρίαρχο και ουσιαστικό ρόλο και επομένως παραβιάζει τον Κώδικα και το Καταστατικό.

Προσκομίζω και δημοσίευμα του περιοδικού «Αθηνόραμα», όπου αναφέρεται βράβευση του εστιατορίου του, με την επισήμανση ότι «ο Στ. Θεοδωράκης εισάγει καινά δαιμόνια στην ελληνική κουζίνα».

Νίκος Κιάος:

«Είχαμε και στο παρελθόν συναδέλφους που είχαν ανοίξει ταβέρνες και εστιατόρια, αλλά δεν κράτησαν αυτές οι δουλειές στο χρόνο ή ορισμένες απ' αυτές είχαν «παρεϊστικό» χαρακτήρα. Το ερώτημα, πάντως, παραμένει και σχετίζεται με τη δεοντολογία.

Όσον αφορά τα άλλα δημοσιεύματα με το ούισκι Johnnie Walker, η εντύπωση που σχημάτισα κοιτάζοντάς τα είναι ότι μπορεί να πει

κάνεις ότι εμμέσως συνδέονται, αλλά μπορεί να είναι και δουλειά του περιοδικού που ενέταξε το ούισκι στη συνέντευξη του συναδέλφου.

Υπάρχει βεβαίως πρόβλημα αν ο δημοσιογράφος διαφημίζει προϊόντα, είτε αμέσως ή εμμέσως. Και το πρόβλημα έχει να κάνει σαφώς με τη δεοντολογία και γνωρίζω ότι το Π.Σ. έχει ασχοληθεί με τέτοιες περιπτώσεις και πολύ καλά έχει πράξει□

□Οποσδήποτε η φωτογραφία ξεφεύγει από το πλαίσιο λειτουργίας του δημοσιογράφου. Είναι ένα ερώτημα πως μπορεί να δεχόμαστε βραβεία από επιχειρήσεις και να προβάλλονται οι βραβεύοντες. Τέτοιου είδους δραστηριότητες οποσδήποτε οδηγούν τη σκέψη στο ότι μπορεί να δημιουργηθούν ιδιαίτεροι δεσμοί-σχέσεις των συναδέλφων που έχουν παρόμοιες δραστηριότητες και αυτές οι σχέσεις μπορεί να δημιουργήσουν ερωτηματικά για την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Όσον αφορά την ΕΣΗΕΑ οφείλει να περιφρουρεί την όσο γίνεται πιο ελεύθερη άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, χωρίς εξαρτήσεις και χωρίς ιδιαίτερες σχέσεις. Οι εξαρτήσεις μπορεί να έχουν σχέση και με άλλου είδους σχέσεις συναδέλφων, της πολιτικής, της επιχειρηματικής δραστηριότητας γενικότερα. Γι□ αυτό και έχουν θεσπιστεί κανόνες».

Χρήστος Κυρίτσης:

«□Όσον αφορά τη συνέντευξή του στο περιοδικό □Playboy□ μετέχει ο εγκαλούμενος δια της συνεντεύξεώς του, εμμέσως πλην σαφώς σε διαφήμιση οινόπνευματώδους ποτού, έστω και αν ο ίδιος δεν διαφημίζει με δηλώσεις του το αναφερθέν προϊόν. Αλλά, και μόνο η παρουσία του δια της φωτογραφίας του στην ίδια σελίδα που διαφημίζεται και το Johnnie Walker, συνιστά διαφήμιση, η οποία βέβαια δεν έγινε για κοινωφελείς σκοπούς□

Η πράξη αυτή έρχεται σε ευθεία αντίθεση με το άρθρο 5, παρ. γ□ του Κώδικα Δεοντολογίας του Δημοσιογραφικού επαγγέλματος, το οποίο απαγορεύει στα μέλη της ΕΣΗΕΑ «να δέχονται τη διαφημιστική χρήση του ονόματος, της φωνής και της εικόνας του, παρά μόνο για κοινωφελείς σκοπούς»□

□Αναφερόμενος στη συνέντευξή του για τη λειτουργία από τον εγκαλούμενο εστιατορίου ή ταβέρνας, αποκομίζω την εντύπωση και

αφήνεται σαφώς να εννοηθεί στις δηλώσεις του ότι έχει, πέραν της δημοσιογραφίας και παράλληλη απασχόληση □επιχείρηση εστιατορίου- η οποία όμως είναι διάφορος από το δημοσιογραφικό λειτούργημα□

□Εμφανιζόμενος ο εγκαλούμενος στο εξώφυλλο, κρατώντας κουτάλες και πιρούνες, μαχαίρια μάγαιρα, και με τη λεζάντα: «Σερβίρω και γαμοπίλαφο», θεωρώ ότι προσβάλλει το δημοσιογραφικό λειτούργημα, αφού εμφανίζεται ως □μάγαιρας□».

Βαγγέλης Δεληπέτρος:

«Διαπιστώνω από τις διαφημίσεις που μου δείχνετε ότι δείχνουν να είναι χορηγία του ίδιου συνεντευξιαζόμενου πιθανόν και σε κάθε περίπτωση εν γνώσει του και όχι εκδοτική επιλογή. Οι συνεντεύξεις του και οι παρουσιάσεις που μου θέσατε υπόψη μου, θεωρώ ότι δείχνουν πως ο κ. Θεοδωράκης είναι ενταγμένος σε ένα □star system□ και προσπαθεί να παραμείνει σ□ αυτό και να κερδίσει απ□ αυτό. Με τους όρους αυτού του συστήματος, που δεν είναι οι όροι της δημοσιογραφίας. Δηλαδή, το σύνηθες του □star system□, όταν μιλάμε για παρουσίαση δημοσιογράφων είναι να μιλάμε, να παρουσιάζεται και να αναδεικνύεται η δημοσιογραφική του εργασία. Δηλαδή, τι κατάφερε δημοσιογραφικά, τις δυσκολίες που αντιμετώπισε, οι στόχοι που θέτει.

Στη προκειμένη περίπτωση δεν συμβαίνει αυτό, αλλά παρουσιάζει επιχειρηματική δραστηριότητα, που αναδεικνύεται από τον ίδιο ως σημαντικότερη.

Πεποίθησή μου είναι ότι θα έπρεπε ο ίδιος να είχε καταθέσει την ταυτότητά του. Είναι διαφορετικό το να ήσουν ή να είσαι ή να εξακολουθείς να είσαι δημοσιογράφος, και διαφορετικό να είσαι μέλος της ΕΣΗΕΑ, που είναι εθελοντική Ένωση□

Πεποίθησή μου είναι ότι στις σημερινές συνθήκες που είναι αρκετά ρευστές και δύσκολες για τους εργαζόμενους δημοσιογράφους, δεν μπορεί να αποκλείεται και η μη δημοσιογραφική εργασία, ως αναγκαστική διέξοδος όταν υπάρχουν επιχειρήσεις ΜΜΕ που για 3 ή και 5 μήνες δεν έχουν πληρώσει δεδουλευμένα, υπάρχει πρόβλημα επιβίωσης. Είναι πιθανό, λοιπόν, δημοσιογράφος να αναγκαστεί σε μη δημοσιογραφική εργασία προσωρινά.

Είναι διαφορετικό, όμως, να είσαι ετεροεπαγγελματίας, να σε ενδιαφέρει και να προωθείς ακριβώς αυτές τις δραστηριότητες, και να θέλεις να παραμένεις μέλος μιας Ένωσης που έχει συγκεκριμένους κανόνες.

Θεωρώ ότι θίγει το δημοσιογραφικό επάγγελμα, αλλά το κύριο κατά τη γνώμη μου είναι ότι τέτοιες εικόνες, δημοσιογράφοι-εστιατορες, δημοσιογράφοι-διαφημιστές, δημοσιογράφοι-τραγουδιστές και οτιδήποτε άλλο, στρεβλώνουν την εικόνα για όλους τους δημοσιογράφους□

□Κυρίως το πρόβλημα είναι ότι διαπλέκεται πλέον η επιχειρηματική δουλειά με την δημοσιογραφική παρουσία, οπότε η μία τείνει να εξυπηρετεί την άλλη. Με βάση τα όσα αναφέρονται στις συνεντεύξεις η εντύπωση που αποκομίζω είναι ότι η επιχείρηση είναι προφανώς δική του□».

□ Στην απολογία του στις 03.04.07 ο εφεσιβάλλων συν. Σταύρος Θεοδωράκης υποστήριξε τα εξής:

«Επαναλαμβάνω ότι δεν διαφήμισα ποτέ τίποτα. Ούτε έλαβα οποιασδήποτε μορφής αμοιβή. Ήλωστε, μετά από 23 χρόνια στις εφημερίδες, στην τηλεόραση και στο ραδιόφωνο είναι πιστεύω γνωστό ότι υπηρετώ το επάγγελμά μας, χωρίς να έχω δώσει ποτέ δικαίωμα για σχόλια που θα με συνδέουν με οικονομικά, πολιτικά ή άλλα συμφέροντα. Ενδεικτικό είναι ότι δεν έχω εργαστεί ποτέ σε γραφεία Τύπου ή εταιρίες που δραστηριοποιούνται στις παρυφές της δημοσιογραφίας.

Ερ.: Έχετε δώσει άλλες συνεντεύξεις στις οποίες πίσω σας εμφανίζεται αφίσα του Johnnie Walker;

Απ.: Όχι βέβαια. Χωρίς να θυμάμαι λεπτομέρειες για το τι εικονίζουν οι επίμαχες συνεντεύξεις, σε καμία άλλη περίοδο δεν έδωσα συνέντευξη που να εικονίζεται χορηγός. Ενδεικτικό είναι ότι παρουσίασα τα λογοτεχνικά βραβεία την προηγούμενη εβδομάδα, όπου χορηγός ήταν επίσης ένα ούισκι, και ζήτησα στις προγραμματισμένες συνεντεύξεις που θα έδινα, να μην υπάρχει το σήμα του χορηγού, πράγμα που έγινε.

Ερ.: Πώς εξηγείται ότι στο κατάστημά σας σε μια φωτογραφία πίσω υπήρχε αφίσα του Johnnie Walker;

Απ.: Θα μου επιτρέψετε να διορθώσω. Δεν πρόκειται για δικό μου

κατάστημα, αλλά για ένα εστιατόριο στην εταιρία του οποίου έχω μετοχές. Η συγκεκριμένη αφίσα, όπως είναι εύκολο να διαπιστώσει κανείς, δεν υπάρχει στο χώρο, μπορεί να υπήρξε κάποια στιγμή στιγμιαία.

Ερ.: Είστε κατά του αλκοόλ ως προϊόντος, ως βιομηχανία; Πρέπει να διαφημίζεται το αλκοόλ;

Απ.: Στο παρελθόν έχω κάνει εκπομπές και θέματα, ενάντια στην κατάχρηση αλκοόλ και έχω ταχθεί δημοσίως υπέρ της αυστηρής νομοθεσίας για την προβολή του αλκοόλ, όπως και του καπνού, ιδιαίτερα στους ανήλικους.

Ερ.: Εργάζεστε ως μισθωτός, με μπλοκάκι ή με εταιρία που έχει σχέση με τα ΜΜΕ;

Απ.: Τόσο στο Mega όσο και στα ΝΕΑ είμαι μισθωτός. Εγώ παίρνω χρήματα απευθείας, δεν μεσολαβεί άλλη εταιρία. Ποτέ στο παρελθόν δεν έχω αμειφθεί έξω από το κύριο επάγγελμα.

Ερ.: Η σχετική διάταξη του Κώδικα Αρχών Δεοντολογίας επιβάλλει στο δημοσιογράφο να μην επιδιώκει και να μη δέχεται τη διαφημιστική χρήση του ονόματος, της φωνής και της εικόνας του, παρά μόνο για κοινωφελείς σκοπούς. Η εμφάνιση της εικόνας σας παραπλεύρως αλκοολούχου ποτού (ουίσκι), τη στιγμή μάλιστα που προσφάτως, επίσημη έκθεση αναφέρει ότι το 18% των παιδιών 14-17 ετών, είναι εξαρτημένα από το αλκοόλ, εξυπηρετεί κοινωφελείς σκοπούς;

Απ.: Αδυνατώ να κατανοήσω τις συνδέσεις που γίνονται στο ερώτημά σας καθότι, όπως σας έχω πει, έχω υπερασπιστεί δημοσίως την απαγόρευση διαφήμισης σε προϊόντα καπνού και αλκοόλ, ειδικά μάλιστα όταν αφορούν ανήλικους καταναλωτές. Επίσης, δεν έχω συναινέσει στη χρήση της φωτογραφίας μου, της φωνής μου ή του ονόματός μου για τη διαφήμιση αλκοολούχων ποτών. Όπως εξήγησα και στην πρώτη εξέτασή μου, στις συνεντεύξεις που παραχώρησα, δεν υπάρχει ούτε μια αποστροφή που να αναφέρεται στα ποτά ή έστω στη διασκέδαση και όπως σας είπε ο Γιάννης Βλαστάρης, διευθυντής της Κυριακάτικης Ελευθεροτυπίας, αγνοούσα το πώς αυτή η συνέντευξη θα προβαλλόταν στο περιοδικό.

Ερ.: Μήπως σας παγιδεύσανε;

Απ.: Ως προς το αποτέλεσμα, σας λέω, ότι αν γνώριζα τον τρόπο

προβολής των συνεντεύξεων δεν θα τις έκανα.

Ήθελα να πω ότι με αφορμή την υπόθεσή μου, είδα διάφορες ποινές και νομίζω ότι σε κάθε περίπτωση, η ποινή που μου επιβλήθηκε είναι εκτός λογικής, καθότι σε πολλές περιπτώσεις που οι συνάδελφοι δέχονται ότι είχαν κάνει διαφήμιση, επιβλήθηκαν κατώτερες αναλογικά ποινές».

□ Το ΔΠΣ αφού έλαβε υπόψη του τις μαρτυρικές καταθέσεις, την απολογία του εφεσιβάλλοντος και τα λοιπά στοιχεία του φακέλου, αποφαινεται ως ακολούθως:

Ο εγκαλούμενος συνάδελφος, όπως απεδείχθη, σύμφωνα με την κρίση της πλειοψηφίας, μετείχε εμμέσως πλην σαφώς στην διαφημιστική καμπάνια μάρκας ουίσκι. Η συνέντευξη που έδωσε με τους όρους και τις φράσεις που περιέχονται ως τίτλοι, υπότιτλοι, συνδέουν άμεσα το κείμενο με το λογότυπο του συγκεκριμένου προϊόντος. Δεν είναι άλλωστε σύμπτωση πως η συγκεκριμένη παραγωγός εταιρεία τον βράβευσε για την δημοσιογραφική του πορεία, πέρα από το γεγονός ότι αυτού του είδους οι βραβεύσεις αποβλέπουν κυρίως σε διαφημιστικούς εμπορικούς στόχους. Το ότι δεν είναι άσχετος προς την συγκεκριμένη διαφήμιση, αντίθετα με όσα εκείνος υποστηρίζει, αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι στο κείμενο της συνέντευξης υπάρχει καταχωρημένη φωτογραφία του, μπροστά από αφίσα με την συγκεκριμένη μάρκα ουίσκι, μέσα από το κατάστημα εστιατορίου του οποίου εμφανίζεται ως βασικός μέτοχος.

Λαμβάνεται πάντως υπόψη η δήλωσή του ότι δεν πρόκειται μελλοντικά να συμμετάσχει σε οποιαδήποτε διαφήμιση.

Ένα μέλος θεωρεί πως διατηρεί επιφυλάξεις για το αν υπήρξε συμμετοχή του εγκαλουμένου στην διαφήμιση.

Κατόπιν των ανωτέρω, ο εγκαλούμενος συν. Σταύρος Θεοδωράκης κρίνεται κατά πλειοψηφία πειθαρχικά ελεγκτέος με ψήφους 4 έναντι 1 κατά το κατηγορητήριο.

Η μειοψηφία τον θεωρεί μη ελεγκτέο πειθαρχικά, λόγω αμφιβολιών.

Ως προς την ποινή, γίνεται δεκτή εν μέρει η έφεσή του και επιβάλλεται κατά πλειοψηφία με ψήφους 3 έναντι 2 επίπληξη με ανάρτηση της απόφασης στους χώρους εργασίας.

Η μειοψηφία πρότεινε επιβολή της ποινής της προσωρινής διαγραφής 3 μηνών από τα μητρώα της ΕΣΗΕΑ.

Η απόφαση καθαρογράφηκε την Πέμπτη, 24.05.07.

Η πρόεδρος Η γραμματέας

Ελένη Τράϊου Μαρία Χριστοφοράτου