

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ	5
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
2. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	13
2.1. Δημόσια και ιδιωτική τηλεόραση	13
2.2. Ιδιωτική τηλεόραση και δημόσια ευθύνη	14
2.3. Ρυθμιστική παρέμβαση	17
2.4. Ελεύθερη αγορά	22
3. ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	25
3.1. Έλλειψη ποιότητας	25
3.1.1. Η έμμεση αγορά	26
3.1.2. Το υψηλό κόστος παραγωγής	28
3.2. Αρνητικές επιδράσεις του περιεχομένου	30
3.2.1. Ο καταστροφικός ανταγωνισμός	31
3.2.2. Η απάθεια του κοινού	34
4. ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟΙ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	37
4.1. Κίνητρα για τη βελτίωση της ποιότητας	37
4.1.1. Άμεσα κίνητρα	38
4.1.2. Έμμεσα κίνητρα	41
4.1.3. Δικαιώματα ιδιοκτησίας πάνω στην ποιότητα	43

5. ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΠΙΕΣΗΣ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	49
5.1. Η αυτορρύθμιση των επαγγελματικών οργανώσεων	49
5.2. Κώδικες ποιοτικού προγράμματος	51
5.3. Κώδικες ποιοτικού προγράμματος και ανταγωνισμός	54
6. ΕΠΙΛΟΓΟΣ	57
7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	61