



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ ΑΠΟ
ΤΗΝ ΜΕΤΑΠΟΛΙΤΕΥΣΗ ΜΕΧΡΙ ΤΗΝ ΣΗΜΕΡΙΝΗ
ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ
ΑΛΛΑΓΗΣ**

ΤΣΟΥΔΗ ΘΕΟΝΥΜΦΗ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Πιστοποιείται ότι η πτυχιακή εργασία με θέμα :

« Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕ ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΤΑΠΟΛΙΤΕΥΣΗ ΜΕΧΡΙ ΤΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ »

Της φοιτήτριας του Τμήματος ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ & ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΤΣΟΥΔΗΣ ΘΕΟΝΥΜΦΗΣ ΜΕ ΑΡΙΘΜΟ ΜΗΤΡΩΟΥ

Παρουσιάστηκε δημόσια και εξετάστηκε στο τμήμα ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ & ΜΜΕ στις

 26 / 06 / 2018

Ο ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ

ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

Δρ. ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΟΥΓΙΑΣ

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω ότι είμαι ο συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, έχω αναφέρει τις οποίες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών η λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Ακόμη δηλώνω ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία ότι θα αναλάβω πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχτεί ότι δεν μου ανήκει.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 1

ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

ΤΣΟΥΔΗ ΘΕΟΝΥΜΦΗ

2271



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 2

ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

.....

.....

.....

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 3

ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

.....

.....

.....

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Για την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας μου θα ήθελα να ευχαριστήσω την βιβλιοθήκη του Πολυτεχνείου των Χανίων και τη δημοτική βιβλιοθήκη του Ηρακλείου για την συνεχή εξυπηρέτηση και επιείκεια στο δανεισμό των βιβλίων που χρησιμοποιήθηκαν. Ιδιαίτερες ευχαριστίες στο Σωτήριο Τριανταφύλλου καθηγητή μου στα αντικείμενα που πραγματεύεται η πτυχιακή εργασία και επιβλέπων της πτυχιακής μου εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Μέσα από την παρούσα πτυχιακή εργασία θα γυρίσουμε πίσω στο παρελθόν να μελετήσουμε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης από την περίοδο της μεταπολίτευσης μέχρι την σημερινή περίοδο οικονομικής κρίσης και ανάπτυξης της τεχνολογίας και πως εκείνες επηρεάζουν την εξέλιξη των ΜΜΕ στην Ελλάδα. Ένα ερώτημα το οποίο θα επιχειρήσει η συγκεκριμένη πτυχιακή να απαντήσει είναι το πως ανασυγκροτείται η βιομηχανία των Μέσων και ποια τα νέα δεδομένα που προκύπτουν.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναφερθήκαμε και αναλύσαμε την ιστορική αναδρομή του Τύπου (εφημερίδων) από τις περιόδους 1790 με την έναρξη του ελληνικού τύπου στην Βιέννη έως και το 1989 με την ιδιωτική τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Πιο συγκεκριμένα αναλύσαμε την έναρξη της πρώτης ελληνικής εφημερίδας στην Βιέννη, πως τα προεπαναστατικά έντυπα λειτουργούν ως κατευθυντήριο μέσο, ο ελληνικός τύπος στα 7 χρόνια της Δικτατορίας, καθώς και το ιδιωτικό ραδιόφωνο και η τηλεόραση την δεκαετία του 1980.

Το δεύτερο κεφάλαιο έχει ως βασικό θέμα την ανάλυση της ιστορικής αναδρομής του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης, την αναφορά στην ελεύθερη ραδιοφωνία του 1987 και στην ιδιωτική τηλεόραση του 1989.

Στο τρίτο κεφάλαιο επικεντρωθήκαμε στο πως η οικονομική κρίση επηρεάζει τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Αναπτύξαμε τον ορισμό της οικονομικής κρίσης, και παρουσιάσαμε την οικονομική κρίση του 2008 στην Ελλάδα και το πώς αυτή επηρέασε τις επιχειρήσεις και πιο συγκεκριμένα τον Τύπο.

Το τέταρτο κεφάλαιο συμπεριλαμβάνει την εισοδο του ίντερνετ στη ζωή μας αλλά πιο συγκεκριμένα πως το ίντερνετ επηρεάζει τα υπόλοιπα μέσα ενημέρωσης, αφού πλέον αρκεί ο άνθρωπος να έχει στην ιδιοκτησία του ένα μέσο όπως ο υπολογιστής, το κινητό ή τη ταμπλέτα και ίντερνετ για να ακούσει, διαβάσει, παρακολουθήσει τις ειδήσεις αλλά και να ψυχαγωγηθεί μέσω αυτού. Επικεντρωθήκαμε στην διαδικτυακή δημοσιογραφία, στο διαδικτυακό ραδιόφωνο και τηλεόραση και πως τα social media επηρεάζουν αυτά τα είδη καθώς και στα φαινόμενα churnalism και copy paste.

Το πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο αυτής της πτυχιακής περιλαμβάνει την έρευνα και μελέτη βάσει ερωτηματολογίου που δόθηκε σε τέσσερις ομίλους που ασχολούνται με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στην Κρήτη με την βάση τους να είναι στο Ηράκλειο της Κρήτης. Τα κανάλια της Creta TV, της Κρήτη TV, της εφημερίδας Πατρίδα και της ΕΡΤ Ηρακλείου κλήθηκαν να απαντήσουν σε ένα ερωτηματολόγιο των δέκα ερωτήσεων που είχαν ως στόχο να δώσουν στοιχεία για την μελέτη αυτής της έρευνας με θέμα: πως η οικονομική κρίση και η τεχνολογική αλλαγή επηρέασαν αυτούς τους ομίλους.

ABSTRACT

Through this thesis we will go back to the past to study the media from the period of the post-modernization period to the current period of economic crisis and the development of technology and how they affect the evolution of the Greek capital. A question that will attempt this particular diploma to answer is how the media industry is being reconstructed and what new data emerges.

In the first chapter we discussed and analyzed the historical news of newspapers from the 1790s to the beginning of the Greek press in Vienna until 1989 with private television and radio. In particular, we analyzed the beginning of the first Greek newspaper in Vienna, that the pre-revolutionary forms serve as a guiding instrument, the Greek press at the 7th Dictatorship, as well as private radio and television in the 1980s.

The second chapter deals with the analysis of historical retrospection of radio and television, the reference to free radio broadcasting in 1987 and private television in 1989.

In the third chapter, we focused on how the economic crisis affects the media. We developed the definition of the economic crisis, and presented the 2008 financial crisis in Greece and how it affected businesses and more specifically the press.

The fourth chapter includes the introduction of the Internet into our lives, but more specifically that the Internet affects the rest of the media, since it is enough for a person to own a medium such as a computer, mobile or tablet and the Internet to listen, read, watch the news and entertain through it. We focused on online journalism, online radio and television, and how social media affect these species as well as the phenomena of churnalism and copy paste.

The fifth and final chapter of this dissertation includes research and study based on a questionnaire given to four media groups in Crete with their base being in Heraklion, Crete. The channels of Creta TV, Cretan TV, Patrida and ERT Heraklion were asked to answer a questionnaire of the ten questions that were meant to provide data on the study of this research: How the economic crisis and technological change influenced these groups.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Οικονομική Κρίση, Τύπος, Δημοσιογραφία, Διαδικτυακή Δημοσιογραφία, Ραδιόφωνο, Διαδικτυακό Ραδιόφωνο, Τηλεόραση, Διαδικτυακή Τηλεόραση, Εφημερίδα, Διαδίκτυο, Τεχνολογία.

KEYWORDS

Financial crisis, Press, Journalism, Internet Journalism, Radio, Internet Radio, Television, Internet Television, Newspaper, Internet, Technology

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	v
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	vi
ABSTRACT.....	vii
1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	17
1.1. Έναρξη ελληνικού τύπου μέχρι πριν την Δικτατορία.....	17
1.1.1. Έναρξη ελληνικού τύπου στην Βιέννη.....	17
1.1.2. Ο ελληνικός τύπος το 1821.....	21
1.1.3. Ο ελληνικός τύπος μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο.....	22
1.2. Ο τύπος στην Δικτατορία.....	25
1.2.1. Τα 7 χρόνια της Δικτατορίας.....	25
1.2.2. Οι οικονομικές και πολιτικές μέθοδοι πιέσεων κατά του Τύπου.....	26
1.2.3. Κάλυψη του καθεστώτος των συνταγματαρχών από τον Τύπο.....	27
1.3. Ο Ελληνικός τύπος μετά την μεταπολίτευση.....	30
1.3.1. Τι έγινε το 1974;.....	30
1.3.2. Τι έγινε από το 1974 και μετά στον τύπο;.....	33
1.4. Η δεκαετία του 1980 στα μμε.....	34
1.4.1. Κρίσιμη περίοδος (1980-1989).....	34
1.4.2. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης το 1985.....	37
2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	39
2.1. Πως ξεκίνησε το ραδιόφωνο στην Ελλάδα;.....	39
2.1.1. Ιδιωτική Ραδιοφωνία του 1987 έως σήμερα.....	40
2.2. Ιστορική αναδρομή τηλεόρασης στην Ελλάδα μέχρι και πριν την ιδιωτικοποίηση της τηλεόρασης το 1987.....	42
2.2.1. Ιδιωτική Τηλεόραση του 1989 έως σήμερα.....	43
2.2.2. Τι γίνεται τελικά με τις τηλεοπτικές άδειες;.....	46
3. ΠΩΣ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΑ ΜΜΕ.....	49
3.1. Οικονομική κρίση.....	49
3.1.1. Τι αποκαλούμε Οικονομική Κρίση.....	49
3.1.2. Τα πλαίσια της παγκόσμιας κρίσης χρέους.....	50
3.1.3. Το χρονικό της παγκόσμιας κρίσης του 2008.....	50
3.1.4. Οι αιτίες της κρίσης.....	51
3.1.5. Η κρίση χρέους και τα αίτια αυτής σε εθνικό επίπεδο.....	51
3.1.6. Τα αίτια της ελληνικής κρίσης χρέους.....	52
1. Η διεθνής επενδυτική θέση της Ελλάδος.....	52
2. Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας.....	53
3.2. Οι Επιπτώσεις της κρίσης στις επιχειρήσεις.....	55
3.2.1. Οι Επιπτώσεις τα πρώτα χρόνια της κρίσης στις ελληνικές επιχειρήσεις.....	55

3.2.2.	Κύρια προβλήματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα λόγω της οικονομικής κρίσης.....	56
3.2.3.	Αποτίμηση των επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις	59
3.3.	Η επιρροή της κρίσης στα ελληνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης.....	61
3.3.1.	Επιπτώσεις της οικονομικής ύφεσης στη λειτουργία των ελληνικών ΜΜΕ.....	61
3.3.2.	Πώς επηρέασε η ύφεση τον Τύπο τα τελευταία χρόνια	65
3.3.3.	Κρίση των μμε, διαδίκτυο και νέες τεχνολογίες	69
4.	ΠΩΣ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	71
4.1.	Το διαδίκτυο στην Ελλάδα.....	71
4.2.	Η δικτυακή και η διαδικτυακή τηλεόραση.....	72
4.2.1.	Διαφορές IPTV με τη δικτυακή τηλεόραση (Internet-TV).....	75
4.3.	Το ψηφιακό ραδιόφωνο.....	76
4.4.	Η διαδικτυακή δημοσιογραφία.....	78
4.4.1.	Δημοσιογραφία και διαδίκτυο	78
4.4.2.	Η δημοσιογραφία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	78
4.4.3.	Πως τα Social Media επηρεάζουν τα μμε και την ενημέρωση.....	79
4.4.4.	Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της διαδικτυακής ενημέρωσης	81
4.5.	Τα φαινόμενα Churnalism και «Copy-paste».....	83
4.6.	Νέο επιχειρηματικό μοντέλο δημοσιογραφίας.....	86
5.	ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ.....	89
5.1.	Ερευνητική μέθοδος.....	89
5.2.	Μεθοδολογία Συνεντεύξεων.....	90
5.3.	Μεθοδολογία και σκοπός έρευνας παρούσης εργασίας.....	91
5.4.	Συνεντεύξεις	93
	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	98
	Βιβλιογραφία.....	101

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1.	Το πρώτο φύλλο της "Εφημερίς" των αδελφών Μαρκίδων Πούλιου,31/12/1790 ...	18
Εικόνα 2.	Εξώφυλλο από την εφημερίδα "Εφημερίς"	19
Εικόνα 3.	Εξώφυλλο της εφημερίδας "Ερμής ο Λόγιος"(Βιέννη 1817)	20
Εικόνα 4.	Εξώφυλλο από το περιοδικό "Καλλιόπη"	20
Εικόνα 5.	Το εξώφυλλο της ελληνικής εφημερίδας "Αθηνά", 28/02/1819	21
Εικόνα 6.	Από αριστερά: Η ΒΡΑΔΥΝΗ, 23/7/74. Με έκτατη και πρώτη έκδοση μετά το κλείσιμο της ανακοινώνεται η επάνοδος Καραμανλή. Από δεξιά: Η ΒΡΑΔΥΝΗ, 24/7/74. Κλίμα γιορτής παρουσιάζεται στην εφημερίδα.....	32

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1. Τα σημαντικότερα προβλήματα στη λειτουργία των ΜΜΕ	56
Γράφημα 2. Αποτύπωση του προβλήματος ρευστότητας των ΜΜΕ	57
Γράφημα 3. Μέση ημερήσια κυκλοφορία εφημερίδων σε φύλλα(1955-2011).....	62
Γράφημα 4. Πωλήσεις (σε χιλιάδες) εφημερίδων και περιοδικών (2011-2016)	65
Γράφημα 5. Πωλήσεις εφημερίδων (σε χιλιάδες φύλλα), κατά κατηγορία: 2014, 2015 και 2016	67
Γράφημα 6. Πωλήσεις περιοδικών (σε χιλιάδες τεύχη), κατά είδος: 2014, 2015 και 2016	68
Γράφημα 7. Διείσδυση IPTV στην Ευρώπη	74

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Η διαφημιστική δαπάνη σε έντυπα και ραδιοηλεκτρονικά Μέσα (σε εκατ. ευρώ), 2000-2011	63
Πίνακας 2. Πωλήσεις εφημερίδων και περιοδικών (2011-2016).....	66
Πίνακας 3. Πωλήσεις εφημερίδων σε φύλλα, κατά κατηγορία : 2014, 2015 και 2016.....	66
Πίνακας 4. Πωλήσεις περιοδικών σε τεύχη, κατά είδος : 2014, 2015 και 2016	68

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε μια εποχή ραγδαίων τεχνολογικών αλλαγών και οικονομικής κρίσης όπως αυτή που διανύουμε, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης δεν έχουν μείνει ανεπηρέαστα. Διέρχονται και αυτά περίοδο βαθιάς κρίσης και σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές αλλαγές και τις μεταβαλλόμενες συνθήκες των τελευταίων ετών, έχουν οδηγηθεί σε πλήρη αλλαγή σκηνικού. Έτσι λοιπόν γεννιούνται ζητήματα όπως πώς αναδιαρθρώνεται η βιομηχανία των Μέσων και ποια τα νέα δεδομένα που προκύπτουν; Την απάντηση σε αυτό το ερώτημα θα επιχειρήσει να δώσει η προτεινόμενη πτυχιακή εργασία, η οποία θα αναλύσει την αναδιάρθρωση της βιομηχανίας των Μέσων από την περίοδο της Μεταπολίτευσης, όταν ξεκίνησε μια νέα και η πλέον ελεύθερη περίοδος για τα ΜΜΕ στη χώρα μέχρι το σήμερα και θα ερευνήσει πώς επηρεάστηκαν τέσσερις όμιλοι του χώρου των ΜΜΕ στο Ηράκλειο της Κρήτης από την οικονομική κρίση και τις τεχνολογικές αλλαγές.

1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1.1. Έναρξη ελληνικού τύπου μέχρι πριν την Δικτατορία

Σύμφωνα με την άποψη της ιστορικού που μελετούσε τον νεοελληνικό διαφωτισμό, Αικατερίνης Κουμαριανού, η σημασία του έντυπου και πιο συγκεκριμένα η έκδοση φύλλου είχε ως αποτέλεσμα την δημιουργία συσπειρώσεων για την εξυπηρέτηση του εθνικού σκοπού (Κουμαριανού, 2005). Μέσα από την λειτουργία των εφημερίδων οι Έλληνες που έλειπαν από την πατρίδα τους μπόρεσαν να συνειδητοποιήσουν την κοινή τους εθνική ταυτότητα, να διαμορφώσουν την ελληνική τους γλώσσα καθώς και να γνωρίσουν τις νέες αλλαγές που συνέβαιναν στην δυτική Ευρώπη.

Θα αναφερθεί και θα αναλυθεί η έναρξη του ελληνικού τύπου μέχρι πριν την Δικτατορία. Πιο συγκεκριμένα η έκδοση της πρώτης ελληνικής εφημερίδας στην Βιέννη, οι αδελφοί Μαρκίδες Πούλιου και το έργο τους, τα προεπαναστατικά αλλά και τα επαναστατικά έντυπα όχι μόνο ως μέσο πληροφόρησης αλλά και ως κατευθυντήριο μέσο, καθώς και η έναρξη του ελληνικού τύπου μετά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο αλλά και πριν την Δικτατορία.

1.1.1. Έναρξη ελληνικού τύπου στην Βιέννη

Ο ελληνικός τύπος γεννήθηκε στα τέλη του 18^{ου} αιώνα και κορυφώθηκε στην πρωτεύουσα της Αυστρίας, την Βιέννη, σε μια εποχή που διαδιδόταν ο διαφωτισμός, η Βιέννη χαρακτηριζόταν ως σημαντικό κέντρο του ελληνικού εμπορίου.

Το 1784 εκδόθηκε η πρώτη ελληνική εφημερίδα από τον τυπογράφο και εκδότη που καταγόταν από την Ζάκυνθο, Γεώργιο Βεντότη, λόγω διπλωματικών πιέσεων από την Τουρκία προς τις αυστριακές αρχές αυτό είχε ως αποτέλεσμα την διακοπή της έκδοσης της εφημερίδας τον Ιούλιο του ίδιου έτους (Καραμπαγλίδης, 2016). Το 1788 ο έμπορος Δημήτριος Θεοχάρης ζητεί άδεια έκδοσης εφημερίδας η οποία όμως δεν δόθηκε από την αυστριακή διοίκηση. Έναν χρόνο αργότερα εδόθη αλλά η εφημερίδα δεν κυκλοφόρησε για άγνωστους λόγους. Το 1789 κάνουν την εμφάνιση τους στον ελληνικό τύπο οι τυπογράφοι και αδελφοί Μαρκίδες Πούλιου (Πούμπλιος και Γεώργιος) από τη Σιάτιστα της Δυτικής Μακεδονίας προσπαθώντας μάταια να γίνουν εκδότες, αλλά το αίτημα τους απορρίπτεται (Καραμπαγλίδης, 2016). Μετά από πολλή επιμονή τον Οκτώβριο του 1790 πετυχαίνουν το εγχείρημα τους και εκδίδουν την «Εφημερίς», την πρώτη ελληνική σωζόμενη εφημερίδα στο τυπογραφείο του Ιωσήφ Μπαουμάϊστερ. Στο τυπογραφείο του αρχικά εργάστηκαν ως τυπογράφοι αλλά δυο χρόνια αργότερα το 1792 ύστερα από την πρόσληψη του τελευταίου ως οικοδιδάσκαλου, τα αδέρφια Μαρκίδες ανέλαβαν την διεύθυνση του τυπογραφείου φέροντας για αρχή ως εκδοτική σφραγίδα την ένδειξη την Παρά Ιωσήφ Μπαουμάϊστερ και αργότερα την Παρά Μαρκίδ. Πούλιου ή Παρά τοις αυταδέλφοις Μαρκίδ. Πούλιου (Ζαφείρης, 2016).

Από το 1791 ως το 1797 σε εκείνο το τυπογραφείο τύπωσαν 56 ελληνικά βιβλία, εκ των οποίων το βιβλίο του Ρήγα Φεραίου από το πρώτο του ταξίδι στην Βιέννη το *Σχολείον των ντελικάτων Εραστών* αλλά και την επαναστατική ομολογία του Ρήγα, ένα μονόφυλλο μεγάλου σχήματος που περιείχε μεταξύ άλλων Δίκαια του ανθρώπου, Επαναστατική προκήρυξη και

τον Θούριον (Ζαφείρης, 2016). Τέλος τα δυο αδέλφια ανέλαβαν την πώληση και την διακίνηση των χαρτών του Ρήγα Φεραίου ενώ η Εφημερίς δημοσίευε συχνά αγγελίες και ανέλαβε την πώληση για τη «Χάρτα της Ελλάδος» (Ζαφείρης, 2016). Η συνεργασία τους με τον Ρήγα και η αποκάλυψη ότι στο τυπογραφείο τους τυπώθηκε και εκδόθηκε η επαναστατική του ομολογία, έφερε ως αποτέλεσμα την δίωξη τους από τις αυστριακές αρχές, την απαγόρευση της κυκλοφορίας της εφημερίδας και το οριστικό κλείσιμο του τυπογραφείου τον Ιούνιο του 1798 (Χατζηγεωργίου, 2012).

Ο Γεώργιος κατέληξε στην Πολίχνη Furth κοντά στην Νυρεμβέργη αφού πέρασε από την Γαλλία όπου και πήρε άσυλο, αλλά και από την Αγκώνα. Πέθανε το 1830 στην Νυρεμβέργη και θάφτηκε σε οικογενειακό τάφο. Όταν συνελήφθη ο Γεώργιος, ο αδελφός του Πούμπλιος που βρισκόταν εκτός αυστριακής επικράτειας πήγε να πολεμήσει μαζί με τον Ναπολέοντα στην Ιταλία, όπου και κατέληξε στην Βενετία για να συνεχίσει το εκδοτικό του έργο. Για τα τελευταία χρόνια της ζωής του δεν υπάρχουν στοιχεία.

i. Η Εφημερίς ή Εφημερίς του Ρήγα



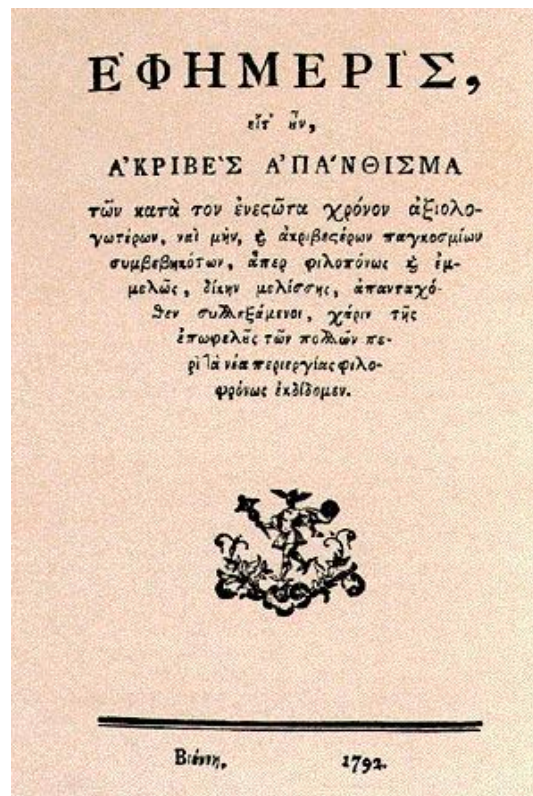
Εικόνα 1. Το πρώτο φύλλο της "Εφημερίς" των αδελφών Μαρκίδων Πούλιου, 31/12/1790
 Πηγή: <http://www.fourtounis.gr/arhtra/2011/07/10/10-07-2011.html>

Στις 31 Δεκεμβρίου του 1791 κυκλοφορεί το πρώτο εβδομαδιαίο δισέλιδο φύλλο με τίτλο «Εφημερίς» από το τυπογραφείο των αδελφών Γεώργιο και Πούμπλιο Μαρκίδες Πούλιου. Λόγω της στενής συνεργασίας των αδελφών με τον Ρήγα Φεραίο έμεινε γνωστή ως η «Εφημερίς του Ρήγα» (Ζαφείρης, 2016). Παρόλο που δεν είχε συγκεκριμένο αριθμό σελίδων

(άλλες φορές ήταν τετρασέλιδη, εξασέλιδη και πιο σπάνια δεκασέλιδη) είναι η πρώτη ελληνική εφημερίδα που σώζεται ως και σήμερα σε διάφορες βιβλιοθήκες στην Αθήνα, στην Κοζάνη, στο Ιάσιο και στο Βουκουρέστι εκτός από τα φύλλα του έτους 1795 και 1796. Εκδοθείσα ως και τον Δεκέμβριο του 1797 κυκλοφορούσε κάθε Τρίτη και Παρασκευή ενώ το 1792 η *Εφημερίς* άλλαξε το σχήμα της μικραίνοντας το σε μέγεθος 17x11 εκατοστά και προσθέτοντας περισσότερες σελίδες σε αυτό (Ζαφείρης, 2016).

Αξίζει να σημειωθεί ότι ήταν ένα έντυπο ειδησεογραφικού περιεχομένου χωρισμένο ανά τίτλους που έφεραν το όνομα της χώρας ή της πόλης των εκάστοτε ειδήσεων. Ειδήσεων που αφορούσαν τις στρατιωτικό-πολιτικές αλλά και διεθνείς εξελίξεις τις οποίες αντλούσε από άλλες ξενόγλωσσες εφημερίδες κυρίως από την Αυστρία. Δημοσίευε επίσης πληροφορίες για την Γαλλική Επανάσταση και άλλα ευρωπαϊκά γεγονότα, καθώς και ειδήσεις που αφορούσαν τον ελληνισμό, κείμενα συνθηκών ειρήνης, ισοτιμίες νομισμάτων και τέλος γεγονότα της κοινωνικής ζωής της Βιέννης (Ζαφείρης, 2016).

Τέλος μαζί με το έντυπο της εφημερίδας , δημοσίευε αγγελίες που αφορούσαν την έκδοση ελληνικών βιβλίων, ζητώντας από τους αναγνώστες της να υποστηρίξουν την εκάστοτε έκδοση προαγοράζοντας ένα και δυο αντίτυπα (Ζαφείρης, 2016).



Εικόνα 2. Εξώφυλλο από την εφημερίδα "Εφημερίς"

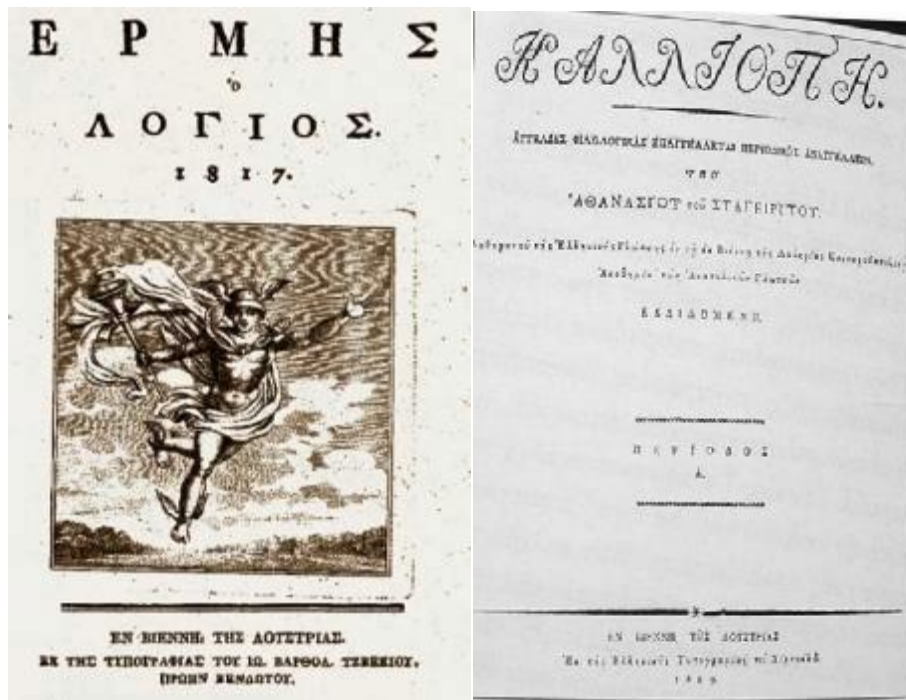
Πηγή: <https://commons.wikimedia.org/wiki>

ii. Άλλα προεπαναστατικά έντυπα

Σύμφωνα με την Αικατερίνη Κουμαριανού, στο βιβλίο της παρουσιάζονται και άλλα οκτώ προεπαναστατικά έντυπα(εφημερίδες και περιοδικά) που αξίζει να αναφερθούν. Έτσι εκτός από την Εφημερίς των αδελφών Μαρκίδων Πούλιου, άλλο ένα προεπαναστατικό έντυπο που προσέφερε ενημέρωση και στήριξε την επανάσταση του 1821 ήταν ο «*Ερμής ο Λόγιος ή Φιλολογική Αγγελία*» (Κουμαριανού, 1955). Το οποίο κυκλοφόρησε το 1811 στην Βιέννη και

το πρώτο ελληνικό φιλολογικό περιοδικό με επικεφαλής τον Αδαμάντιο Κοραή και διευθυντή τον Άνθιμο Γαζή αρχιμανδρίτη στον ελληνικό ναό του Αγίου Γεωργίου και συνέχισε την έκδοση του για μια τουλάχιστον δεκαετία (Χατζηγεωργίου, 2012). Έβγαινε ανά δεκαπέντε ημέρες κάθε 1^η και 15^η ημέρα κάθε μήνα και αποτελούνταν από δεκαέξι σελίδες δίστηλες και κόστιζε 15 γρόσια ετησίως, ενώ υποστήριζε τις ιδέες του Κοραή περί γλωσσικού ζητήματος και άλλων εθνικών ζητημάτων.

Ακολουθούν κι άλλες εφημερίδες και περιοδικά με όχι και τόσο μεγάλη πορεία στην ελληνική τυπογραφία, όπως οι «*Ειδήσεις δια τα Ανατολικά μέρη*» των Ιωσήφ Φραγκίσκος Χαλλ και Ευφρόνιος Ραφαήλ Πόποβιτς αλλά και το περιοδικό «*Η Καλλιόπη*» (Χατζηγεωργίου, 2012). Η πρώτη εφημερίδα εκδιδόταν για πέντε μήνες από τον Ιούλιο έως τον Δεκέμβριο του 1811 κάθε Τρίτη και Παρασκευή, η οποία «δεν ανταποκρίθηκε στις ανάγκες και προσδοκίες των Ελλήνων» και έκλεισε. Το δεύτερο ήταν οκτασέλιδο περιοδικό το οποίο ξεκίνησε να κυκλοφορεί στις αρχές του Ιανουαρίου το 1819 στην Βιέννη από τον Αθανάσιο Σταγειρίτη, καθηγητή της ελληνικής γλώσσας στην Κайсароваσική Ακαδημία των ανατολικών γλωσσών στην αυστριακή πρωτεύουσα. Επειδή υποστήριζε το γλωσσικό ζήτημα το οποίο γινόταν έντονο και εκφραζόταν μέσω του περιοδικού αυτού, διέκοψε οριστικά την έκδοση της (Χατζηγεωργίου, 2012).

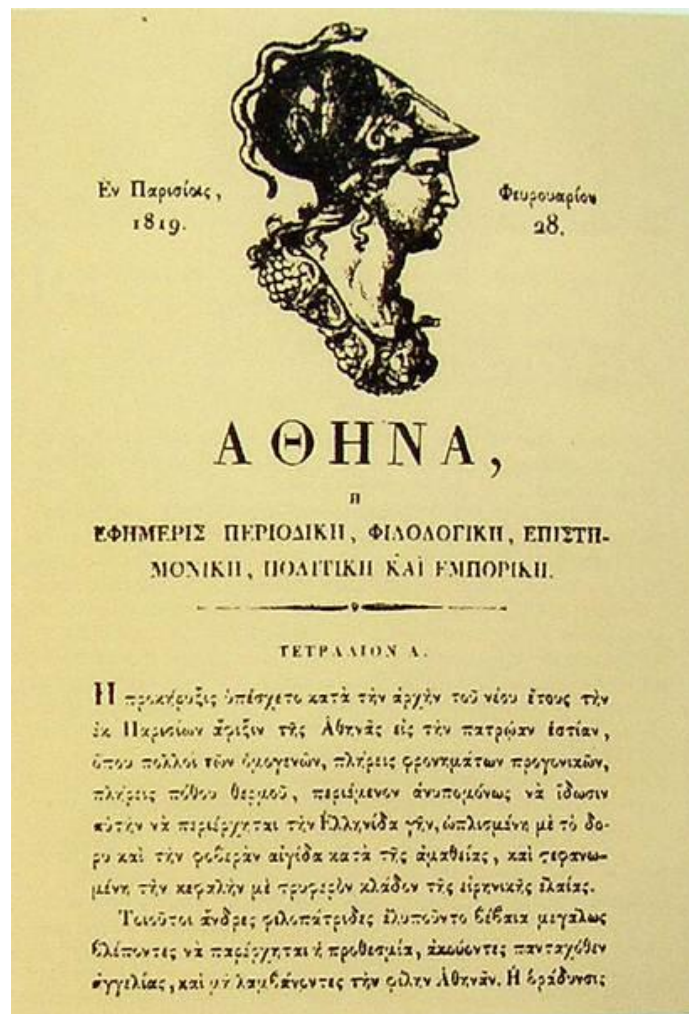


Εικόνα 3. Εξώφυλλο της εφημερίδας "Ερμής ο Λόγιος"(Βιέννη 1817)
Εικόνα 4.Εξώφυλλο από το περιοδικό "Καλλιόπη"

Πηγή: <http://www.fourtounis.gr/arthra/2011/07/10/10-07-2011.html>

Σύμφωνα με την Αικατερίνη Κουμαριανού «μια προσπάθεια του Σ.Κονδού οπαδό του Διαφωτισμού και του Αδαμάντιου Κοραή, που έβρισκε μεγάλη ανταπόκριση αλλά πολεμήθηκε σκληρά με ελληνικές και ξένες αντιδράσεις επειδή δημοσίευε άρθρα και κείμενα προωθημένης και προοδευτικής ιδεολογίας και εθνικών προβληματισμών» είναι αυτή της εφημερίδας «*Μέλισσα*» (Κουμαριανού, 1955) ,η οποία κυκλοφορούσε από το 1819 ως το 1821.

Την αντίστοιχη ελληνική έκδοση εφημερίδας στην Βιέννη, προσπαθεί να την κάνει επιτεύξιμη για τρεις μόλις μήνες στο Παρίσι ο Παναγιώτης Ιωαννίδης στις 28 Φεβρουαρίου του 1819, κυκλοφορώντας το περιοδικό με πλήρη τίτλο: «Αθηνά: η Εφημερίς περιοδική, φιλολογική, επιστημονική και εμπορική. Εν Παρισίσις, εν τη τυπογραφία του Ι. Μ Εβεράρτου» ως και τον Μάιο του 1819 όπου σταμάτησε η έκδοση της. Ο ίδιος τον Ιούλιο του ίδιου έτους αποτυγχάνει εκδίδοντας το ένα και μοναδικό φύλλο του περιοδικού «Μουσείον». Τέλος σειρά παίρνει η «Ιονική ή Εφημερίς των Ηνωμένων Επαρχιών των Ιονίων Νήσων» η εκδόθηκε τον Ιούλιο του 1814 έως και τον Δεκέμβριο του 1817. Σκοπός της ήταν να δημοσιεύει τους νόμους και τις αποφάσεις και μετέπειτα ειδήσεις του εσωτερικού και του εξωτερικού (Χατζηγεωργίου, 2012).



Εικόνα 5. Το εξώφυλλο της ελληνικής εφημερίδας "Αθηνά", 28/02/1819

1.1.2. Ο ελληνικός τύπος το 1821

Το νέο καθεστώς στις εφημερίδες που προκύπτει από το ξέσπασμα της Ελληνικής Επανάστασης και μετά, ορίζει νέους στόχους και προτεραιότητες στις εφημερίδες εκείνης της εποχής, οι οποίες προσπαθούν να καλύψουν την επικαιρότητα των πολεμικών δρώμενων

από την μια και από την άλλη να ενημερώσουν τους πολίτες για τις κοινωνικό-πολιτικές εξελίξεις της Ελλάδας (Κουμαριανού, 2005). Κατά την διάρκεια της Ελληνικής Επανάστασης εμφανίζονται σιγά σιγά τα πρώτα τυπογραφεία στις περιοχές που ελευθερώνονται όπως στην Καλαμάτα – Κόρινθο(1821-1822), στο Μεσολόγγι(1823-1825), στα Ψαρά(1824), στην Ύδρα(1824-1827), στην Αθήνα(1825-1826) και τέλος στο Ναύπλιο(1825-1827) που θα ιδρυθεί το τυπογραφείο της Διοίκησης. Στα οποία τυπώθηκαν πενήντα διαφορετικά βιβλία και φυλλάδια, 216 μονόφυλλα και 7 ελληνόγλωσσες και ξενόγλωσσες εφημερίδες.

Σε ελεύθερο ελληνικό πλέον έδαφος ξεκινάει το ταξίδι του ο ελληνικός προεπαναστατικός τύπος τόσο στις έντυπες, η *Σάλπιγξ Ελληνική* (Καλαμάτα,1821), τα *Ελληνικά Χρονικά* (Μεσολόγγι, 1824-1826), η *Εφημερίς Αθηνών* (Αθήνα,1824-1826), ο *Φίλος του Νόμου*(Ύδρα,1824-1827), η *Γενική Εφημερίς της Ελλάδος* (Ναύπλιο, Αίγινα, Πόρος, 1825-1827), η *Ανεξάρτητος Εφημερίς της Ελλάδος* (Ύδρα, Αίγινα 1827-1828),όσο και στις χειρόγραφες εφημερίδες των πρώτων χρόνων του πολέμου (Κουμαριανού, 2005).

Η πρώτη εκδοθείσα εφημερίδα της επανάστασης του 1821 ήταν η «Σάλπιγξ Ελληνική» από τον Θεόκλητο Φαρμακίδη στις 1 Αυγούστου. Μόλις τρία φύλλα εκδόθηκαν από μια μικρή τυπογραφική μηχανή που έφερε από την Τερνέστη και εγκατέστησε στην Καλαμάτα ο αρχηγός της Επανάστασης Δημήτριος Υψηλάντης. Αυτά τα 3 φύλλα της εφημερίδας με ημερομηνίες 1^η, 5^η και 20^η Αυγούστου του 1821 διασώζονται στην Βιβλιοθήκη της Βουλής. Την συνολική εποπτεία της εφημερίδας και τον έλεγχο των κείμενων πριν δημοσιευτούν την είχε ο Δημήτριος Υψηλάντης ενώ την έκδοση της την ανέθεσε στον Θεόκλητο Φαρμακίδη. Μετά την έκδοση και του τρίτου φύλλου, η κυκλοφορία της εφημερίδας θα σταματήσει καθώς ο Θεόκλητος Φαρμακίδης τόνισε πως δεν πρόκειται να αντέξει τις συνεχόμενες επεμβάσεις προληπτικής δημοσιογραφίας λέγοντας: «Δεν ενέδωσα εις το δεσποτικόν μέτρον της προεξετάσεως» (Μιχαηλίδης, 2012).

Στο διάστημα 1828-1833 παράλληλα με τις διαπραγματεύσεις για τον τελευταίο διακανονισμό του ελληνικού ζητήματος ο Τύπος είχε αξιόλογη πορεία παρόλο που αγωνιζόταν για το δικαίωμα ελεύθερης γνώμης στο έντυπο φύλλο. Εκείνη η περίοδος ήταν κρίσιμη αφού δημιουργήθηκαν τα πρώτα μέτρα από την εξουσία για τον περιορισμό της ελευθερίας του τύπου(Ψήφισμα του Ιωάννη Καποδίστρια, Απρίλιος 1831) (Κουμαριανού, 2005).

Αξίζει να αναφερθεί ο πολύχρονος αγώνας(από τον 19^ο έως και τον 2^ο αιώνα) ξεχωριστών ελλήνων δημοσιογράφων που υπερασπίστηκαν την ανεξαρτησία του Τύπου, την ελευθερία του λόγου και των ιδεών. Ενώ ήταν κατοχυρωμένα τα δικαιώματα περί ελευθερίας του τύπου, η εξουσία συνέχισε να επεμβαίνει με διάφορες κινήσεις με σκοπό την απαγόρευση της ελεύθερης έκφρασης στον Τύπο (Κουμαριανού, 2005).

1.1.3. Ο ελληνικός τύπος μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο

Μετά το τέλος του Β' παγκοσμίου πολέμου και πιο συγκεκριμένα το 1952, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ε.Ι.Ε.Α(Ένωσης Ιδιοκτητών Εφημερίδων Αθηνών) από τις 67 εφημερίδες που κυκλοφορούσαν πανελλαδικά, οι 16 κυκλοφορούσαν ημερησίως στην Αθήνα. Μερικές από τις εφημερίδες που κυκλοφορούσαν στην Αθήνα το 1952 ήταν σύμφωνα με τα στοιχεία της Ε.Ι.Ε.Α οι πρωινές *Αυγή*, *Καθημερινή*, *Βήμα*, *Ακρόπολις*, *Ελευθερία*, *Ελεύθερος Λόγος* και οι απογευματινές *Απογευματινή*, *Βραδινή*, *Εστία*, *Αθηναϊκή*, *Έθνος*, *Προοδευτικός Φιλελεύθερος* (Ψυχογιός, 2003).

Με τον Β' παγκόσμιο πόλεμο παρατηρείται σημαντική συρρίκνωση της κυκλοφορίας των εφημερίδων η οποία μειώθηκε στα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια καθώς αυξήθηκε η θεματολογία των εφημερίδων. Το 1960 στην Ελλάδα υπήρχαν τέσσερα εκδοτικά συγκροτήματα ενώ κυκλοφορούσαν μεμονωμένες εφημερίδες και έντυπα που αφορούσαν τα

κόμματα. Τα εκδοτικά συγκροτήματα εκείνης της εποχής είναι το συγκρότημα Λαμπράκη που λειτουργεί έως και σήμερα ως Δημοσιογραφικός Οργανισμός Λαμπράκη(ΔΟΛ) το οποίο εξέδιδε τα *Νέα*, το *Βήμα*, την αθλητική εφημερίδα *Ομάδα*, την πνευματική επιθεώρηση *Εποχές*, και τέλος το περιοδικό *Ταχυδρόμος* που έβγαινε κάθε εβδομάδα το οποίο αργότερα μετονομάστηκε σε *Οικονομικός Ταχυδρόμος*. Το δεύτερο εκδοτικό συγκρότημα ήταν ο Όμιλος Βλάχου που άνηκε στην Ελένη Βλάχου, ο οποίος εξέδιδε την *Καθημερινή*, την *Μεσημβρινή*, τα περιοδικά *Εικόνες* και *Εκλογή* καθώς και τις εκδόσεις Γαλαξίας που δημιούργησαν πρώτες στην Ελλάδα την πρώτη σειρά βιβλίων τσέπης. Το συγκρότημα των αδελφών Μπότση, Νάσου και Διονυσίου Μπότση στο οποίο άνηκαν οι εφημερίδες *Ακρόπολις*, η *Απογευματινή*, και τα περιοδικά *Πρώτο* και *Οικογένεια* και τέλος ήταν ο όμιλος του Γεώργιου Αθανασιάδη που εξέδιδε την απογευματινή εφημερίδα *Βραδινή*, την οικονομική εφημερίδα *Ναυτεμπορική* και για ένα διάστημα την πρωινή εφημερίδα *Ημέρα*. Την περίοδο εκείνη εκτός από τις εφημερίδες και τα περιοδικά που προαναφέρθηκαν, κυκλοφορούσαν ακόμη οι εφημερίδες *Εστία* και η *Αθηναϊκή* του Γιάννη Παπαγεωργίου καθώς και τα περιοδικά *Θησαυρός* και το *Έθνος*, αλλά και δυο πρωινές εφημερίδες η *Ελευθερία* και ο *Ελεύθερος Κόσμος* (Ψυχογιός, 2003).

1.1.4. Ο ελληνικός τύπος πριν την δικτατορία

Μια από τις περιόδους που η ελευθερία του ελληνικού τύπου άρχισε να μειώνεται και η συνταγματική προστασία περί τύπου να αναστέλλεται, ήταν η επταετία της δικτατορίας (Στράτος, 1995). Σύμφωνα με το Σύνταγμα του 1952 τέθηκαν σε λειτουργία μια σειρά από άρθρα, ένα από αυτά ήταν το άρθρο 14 που κατοχύρωνε το δικαίωμα της ελεύθερης έκφρασης και σκέψης και την ελευθερία του Τύπου. Μαζί με την αναστολή των άρθρων εφαρμόστηκε και ο νόμος περί «καταστάσεως πολιορκίας» του 1912.

Σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου η κυβέρνηση είχε το δικαίωμα να απαγορεύει την «καθ'οιονδήποτε τρόπον» δημοσίευση πληροφοριών σε έντυπα και εφημερίδες αλλά και να κατασχέσει ή να διακόψει «εφ'ωρισμενον χρόνον» την έκδοση μιας εφημερίδας (Αλιβαζάτος, 1983).

Μέχρι τότε κυκλοφορούσαν δεκατέσσερις εφημερίδες εκ των οποίων συνέχισαν οι εννέα. Πολλές ήταν εκείνες που σταμάτησαν την έκδοση τους για πολιτικούς λόγους, όπως η *Καθημερινή*, η *Μεσημβρινή*, η *Ελευθερία*, η *Αυγή*, και η *Δημοκρατική Αλλαγή*. Ενώ από αυτές που συνέχισαν να εκδίδονται περιλαμβάνονται η *Εστία*, και ο *Ελεύθερος Κόσμος* που υποστήριξαν τα νέα δεδομένα της κατάστασης από την αρχή, η *Απογευματινή*, η *Ακρόπολις* και η *Βραδυνή* που ήταν ανεξάρτητες και τα *Νέα*, το *Βήμα*, το *Έθνος* και η *Αθηναϊκή* που βρισκόντουσαν στο χώρο του κέντρου με την *Αθηναϊκή* να σταματά την έκδοση της λίγο αργότερα και το *Έθνος* να συνεχίζει έως το 1970 (Στράτος, 1995).

ΑΚΡΟΠΟΛΙΣ

ΤΕΤΑΡΤΗ 26 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1935
ΕΠΙΘΕΤΟ 650

ΑΔΕΛΦΟΦΙΛΙΑ
Β. ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΗΣ
Εφεύρεση Όχι Μόνο
Βασικά στοιχεία του έργου

ΤΙΜΗ ΔΕΚΑΚΑΘΗΚΥΡΙΑΚΩΝ
ΑΤΤΑΧΕΣ 4 σελίδες 120 Δ. 20 Δ. 20 Δ. 20 Δ. 20 Δ. 20 Δ. 20 Δ.
Α. Γ. ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΗΣ Α. Α. ΑΝΑΡΧΗΤΗΣ ΔΕΛΦΙΝΟΥ 44

Τα γενικά χαρακτηριστικά είναι τα ακόλουθα: 1. Η μορφή είναι κλασική, 2. Η γραμμή είναι καθαρή, 3. Η σύνθεση είναι αρμονική, 4. Η διακόσμηση είναι απλή, 5. Η επιλογή των χρωμάτων είναι κατάλληλη.

Κατά της ελευθερίας της βίας, η οποία είναι η μόνη δίκαιη βία, η οποία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί.

Αυτή η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

ΧΡΟΝΙΚΑ

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Πολιτικά

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Η βία είναι η μόνη βία που μπορεί να δικαιολογηθεί, η μόνη βία που μπορεί να είναι δίκαιη.

Εικόνα 6. Εφημερίδα Ακρόπολις, πρώτη σελίδα 31/12/1883
Πηγή: [https://el.wikipedia.org/wiki/Ακρόπολις_\(εφημερίδα\)](https://el.wikipedia.org/wiki/Ακρόπολις_(εφημερίδα))

1.2. Ο τύπος στην Δικτατορία

Δυο νέες εφημερίδες που ήρθαν στο φως την περίοδο της δικτατορίας αλλά δεν κατάφεραν να επιβιώσουν ήταν η *Νέα Πολιτεία*(1968-1974) και τα *Σημερινά*(1971-1974). Η λογοκρισία ωστόσο ήταν ένας παράγοντας που σημάδεψε τον ελληνικό τύπο μιας και την περίοδο της επταετίας πέρασε από διάφορα στάδια. Ξεκίνησε με την πλήρη υποταγή των εφημερίδων το πρώτο διάστημα μετά το πραξικόπημα της 21^{ης} Απριλίου του 1967, την «χαλάρωση» την περίοδο 1969-1971, την κατάργηση των περιορισμών το 1973 και την επιστροφή πάλι στην υποταγή μετά από τα γεγονότα του Πολυτεχνείου.

Οι εφημερίδες ωστόσο αυτή την επταετία(1967-1974) κάλυψαν ειδησεογραφικά την αρθογραφία δώδεκα σημαντικών γεγονότων που σημάδεψαν αυτά τα 7 χρόνια, παρ' όλες τις πολιτικό οικονομικές πιέσεις που ασκήθηκαν από το καθεστώς σε αυτές.

Τα δώδεκα σημαντικά γεγονότα που καλύφθηκαν ειδησεογραφικά από τις εφημερίδες σύμφωνα με τον Στράτο Κωνσταντίνο είναι α) το πραξικόπημα της 21^{ης} Απριλίου του 1967, β) το κίνημα του Κωνσταντίνου(13/12/67) γ) το δημοψήφισμα για το νέο Σύνταγμα(29/12/69), δ) η κηδεία του Γεώργιου Παπανδρέου(3/11/68), ε) η αποχώρηση της Ελλάδας από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο(12/12/69), στ) η επίσκεψη του Άγκνιου στην Αθήνα(16/10/71), ζ) το κίνημα του Ναυτικού(25/5/73), η) το δημοψήφισμα για το προεδρικό πολίτευμα(29/7/73), θ) ο σχηματισμός της πολιτικής κυβέρνησης Μαρκεζίνη(7/10/73), ι) τα γεγονότα του Πολυτεχνείου(17/11/73), ια) η ανατροπή του Γεώργιου Παπαδόπουλου από τον Δημήτριο Ιωαννίδη(25/11/73) και ιβ) η κατάρρευση της Δικτατορίας(24/7/74) (Στράτος, 1995).

Η αντίδραση των εφημερίδων σε όλα αυτά τα γεγονότα εμφανίζεται στην διατύπωση ενός άρθρου, στην ερμηνεία μιας είδησης, στην δημοσίευση επίσημων ανακοινώσεων και αποσπασμάτων από ομιλίες μελών των εκάστοτε κυβερνήσεων, στον τρόπο που τοποθετούσαν ένα άρθρο, σε ποια στήλη και με τι τίτλο, αλλά καθώς και τι λεζάντες και φωτογραφίες το συνοδεύουν, στο πόσο μεγάλο ή μικρό είναι ένα άρθρο και τέλος στο είδος των γελοιογραφιών και στην ύπαρξη ή μη υπογραφής σε κύρια άρθρα των εφημερίδων.

1.2.1. Τα 7 χρόνια της Δικτατορίας

Όπως αναφέρθηκε στην εισαγωγή της δεύτερης ενότητας "Ο τύπος στην δικτατορία", η ελευθερία του ελληνικού τύπου πέρασε κάποιες κρίσιμες αλλαγές όσων αφορά την δημοσίευση των άρθρων ακόμα και την έκδοση των ίδιων των εφημερίδων.

Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με τον Ιωάννη Ζίγδη «το Υπουργείο Προεδρίας λίγες ημέρες μετά το πραξικόπημα εξέδωσε απόφαση με την οποία συνέστησε την Υπηρεσία Λογοκρισίας» (Ζίγδης, 1977); (Στράτος, 1995). Η Υπηρεσία Λογοκρισίας υποστήριζε ότι έπρεπε να γίνεται προληπτικός έλεγχος κάθε εντύπου πριν από την κυκλοφορία του αλλά και απαγόρευση κάθε δημοσίευσης πληροφοριών, σχολίων, φωτογραφιών και γελοιογραφιών που σκοπός τους ήταν η δυσφήμιση της γενικής πολιτικής της "Εθνικής Κυβέρνησης" και της συνταγματικής τάξης καθώς και στην υπονόμευση της εσωτερικής και εξωτερικής ασφάλειας της χώρας. Καθόριζε επίσης και τον τρόπο της δημοσίευσης ενός άρθρου σε σχέση με κάποιο άλλο αν δηλαδή θα ήταν δίστηλο ή πεντάστηλο, σε ποιο σημείο της σελίδας θα προβαλλόταν, τι τίτλο θα έφερνε. Έτσι οι εφημερίδες ήταν υποχρεωμένες να δέχονται εντολές από τη Γενική Γραμματεία Τύπου και Πληροφοριών και το Υπουργείο Προεδρίας. Για αυτό το λόγο ήταν αναγκασμένες να προσκομίζουν στην υπηρεσία δυο δοκίμια κάθε φύλλου και τα δυο πρώτα φύλλα κάθε έκδοσης για να εγκρίνεται το περιεχόμενό τους. Κάποιες υπουργικές αποφάσεις το 1967 και 1968 έκαναν υποχρεωτική τη δημοσίευση ορισμένων πληροφοριών επίσημων ή ανεπίσημων (Αλιβαζάτος, 1983).

Το καθεστώς θέλησε να αντικατασταθούν τα προηγούμενα μέτρα με καινούρια τον Ιανουάριο του 1968 (Ζίγδης, 1977); (Αλιβαζάτος, 1983) και να θεσμοθετηθούν τον Ιανουάριο του 1969 με υπουργική απόφαση που επέτρεπε την πρώτη χαλάρωση της λογοκρισίας. Σύμφωνα λοιπόν με τα νέα μέτρα το καθεστώς άφησε ελεύθερες τις εφημερίδες να δημοσιεύουν καλοπροαίρετα κριτική και σχόλια αλλά και την αναδημοσίευση άρθρων από ξένες εφημερίδες. Με αυτόν τον τρόπο οι εκδότες των εφημερίδων έγιναν πιο υπεύθυνοι όσων αφορά τις πηγές των πληροφοριών στις οποίες στήριζαν την κριτική τους, τα υπόλοιπα παρέμεναν στον έλεγχο της κυβέρνησης η οποία είχε το δικαίωμα να υπαγορεύει τη δημοσίευση ειδήσεων. Αυτή η κατάσταση συνεχίστηκε μέχρι και τον Οκτώβριο του 1969 όπου και σταμάτησε να ισχύει και το Νοέμβριο συνοδεύτηκε με το νόμο "Περί Τύπου" με τη μορφή νομοθετικού διατάγματος (Αλιβαζάτος, 1983).

Με τον καινούριο νόμο η δημοσίευση κάποιων θεμάτων όπως η εθνική ασφάλεια, η εδαφική ακεραιότητα και η δημοσίευση κριτικής και η δημόσια τάξη εάν ωθούσαν στη μη συμμόρφωση απέναντι στη νομοθεσία παρέμεναν απαγορευμένα. Απαγορευμένη έμεινε και η δημοσίευση κειμένων, εικόνων ή παραστάσεων που μπορούσαν να "προκαλέσουν αναζωπύρωση των πολιτικών παθών" καθώς και τίτλων, εικόνων, παραστάσεων που δεν απέδιδαν το "ακριβές περιεχόμενον των δημοσιευμάτων" και μπορούσαν "να δημιουργήσουν εντύπωση εις το κοινόν διάφορον εκείνης, ήτις συνάγεται εκ του καθόλου περιεχομένου του δημοσιεύματος" (Στράτος, 1995).

Ο νόμος αυτός περί τύπου συμπληρώθηκε το 1971 από νομοθετικό διάταγμα για την επαγγελματική κατάσταση των δημοσιογράφων. Τα μέτρα που κατοχύρωναν την ελευθερία του τύπου και την απαγόρευση της λογοκρισίας ήταν σε αναστολή έως και τον Αύγουστο του 1973 και τέθηκαν σε εφαρμογή με την ισχύ του ψηφίσματος Ιουνίου-Ιουλίου αλλά ανεστάλησαν ξανά στις 17 Νοεμβρίου όπου και κηρύχθηκε για δεύτερη φορά κατάσταση πολιορκίας. Αυτός ο τερματισμός της πρώτης περιόδου πολιορκίας ξεκίνησε με την ακύρωση της κατάστασης σε όλη τη χώρα τον Αύγουστο του 1973. Επανήλθε με τα γεγονότα του Πολυτεχνείου, τα νέα δεδομένα της κατάστασης αυτής εξελιχτήκαν με την φθορά της υπηρεσίας της λογοκρισίας παρέχοντας στις εφημερίδες την εναλλακτική λύση να συνεργαστούν μαζί της ή να διακόψουν την έκδοση τους και να κλείσουν (Ντεγιάννης, 1990). Ο νόμος αυτός «περί καταστάσεως πολιορκίας» είχε επιβληθεί για άλλη μια φορά και συνεχίστηκε ως την κατάρρευση της δικτατορίας το 1974 (Στράτος, 1995).

1.2.2. Οι οικονομικές και πολιτικές μέθοδοι πιέσεων κατά του Τύπου

Η προσοχή των κυβερνήσεων στρέφεται στις εφημερίδες και στα άλλα μέσα μέσω κάποιων μορφών πιέσεων που τους ασκούνται έμμεσα ή άμεσα με την μορφή επιδοτήσεων και επιχορηγήσεων, την κατάργηση των φορολογικών ελαφρύνσεων και την χορήγηση τραπεζικών πιστώσεων καθώς και τον εμποδισμό της διανομής.

Το μειονέκτημα ή πλεονέκτημα αυτών των μεθόδων πίεσης κρινόταν από το αν η εφημερίδα υποστήριζε ή αρνιόταν να υποστηρίξει το έργο και τον ρόλο της κυβέρνησης. Πιο συγκεκριμένα, οι επιδοτήσεις συχνά ήταν πληρωμένες καταχωρίσεις και διαφημίσεις καθώς και ανακοινώσεις και δημοσιεύσεις δημόσιων οργανισμών ενώ οι επιχορηγήσεις ξεκινούσαν με κάποιες διευκολύνσεις στην προμήθεια δημοσιογραφικού χάρτου (όπως στην κατάργηση του των δασμών), απαλλαγές φόρων, χαμηλότοκα δάνεια και ελαφρύνσεις. Το νέο σύστημα που είχε δημιουργηθεί την περίοδο της δικτατορίας, και πιο συγκεκριμένα με το νομοθετικό διάταγμα "περί τύπου" το 1969 επιβάρυνε περισσότερο εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας παρά εκείνες με μικρή. Ξεκίνησαν διαπραγματεύσεις μεταξύ εκδοτών και κυβέρνησης λόγω του δασμολογικού συστήματος, με αποτέλεσμα οι δασμοί να μειωθούν το Δεκέμβριο του 1973 και τελικά να καταργηθούν λίγο αργότερα. Η κατάργηση των φορολογικών ελαφρύνσεων που απολάμβαναν οι εφημερίδες είχε ως αποτέλεσμα την ήττα των

εφημερίδων που επέλεγαν να "μην συνεργαστούν" με τα νέα δεδομένα του καθεστώτος με αντίτιμο το να χάσουν το προνόμιο των δημόσιων δημοσιεύσεων και των κρατικών οργανισμών. Το καθεστώς είχε φτάσει σε σημείο να επηρεάζει τον τύπο σε όλο του το φάσμα, με τους δημόσιους οργανισμούς να επιλέγουν σε ποιες εφημερίδες θα δώσουν τις δημοσιεύσεις τους ή να διακόπτουν την συνεργασία τους με εφημερίδες που δεν υποστήριζαν την πολιτική της κυβέρνησης, με το καθεστώς να ασκεί πίεση ανάμεσα στη σχέση διαφημιστών και διαφημιζόμενων αλλά και την καθιέρωση ετήσιων εφορικών ελέγχων. Το αποτέλεσμα όλων αυτών ήταν να μειωθούν τα κέρδη των εφημερίδων που δεν υποστήριζαν την κυβέρνηση και τα όσα έπραττε εκείνη. Άλλες μέθοδοι πίεσης ήταν η χορήγηση τραπεζικών πιστώσεων καθώς και ο εμποδισμός της διανομής των εφημερίδων. Με την τελευταία μέθοδο πολλά πρακτορεία της επαρχίας να λαμβάνουν συχνά εντολή να μην διανείμουν εφημερίδες που δεν υποστήριζαν την κυβέρνηση ή ακόμη και να τις αποσύρουν από την κυκλοφορία επιστρέφοντας τα φύλλα τους στο κέντρο (Στράτος, 1995).

1.2.3. Κάλυψη του καθεστώτος των συνταγματαρχών από τον Τύπο

Το πρωί της 21ης Απριλίου του 1967, ένα διάστημα προεκλογικό μιας και είχαν προκηρυχτεί εκλογές για την 28η Μαΐου η κυβέρνηση του Παναγιώτη Κανελλόπουλου ανατράπηκε από αξιωματικούς του στρατού υπό την ηγεσία του αξιωματικού Γεώργιου Παπαδόπουλου, Νικολάου Μακαρέζου, και Στυλιανού Παττάκου. Με την ονομασία "Εθνοσωτήριω Επανάσταση" κατέλαβαν την εξουσία με πραξικόπημα. Σχηματίστηκε κυβέρνηση με πρωθυπουργό τον εισαγγελέα του Άρειου Πάγου Κωνσταντίνο Κόλλια, μια κίνηση που χαρακτηρίζεται από πολλούς ως "πρωθυπουργός μαριονέτα" μιας και την πραγματική εξουσία την είχαν αξιωματικοί του στρατού. Υπουργοί, απλοί πολίτες, βουλευτές, πολιτικά πρόσωπα καθώς και δημοσιογράφοι, συντάκτες και διευθυντές εφημερίδων συνελήφθησαν ή τέθηκαν σε περιορισμό σύμφωνα με τον Κωνσταντίνο Στράτο (Στράτος, 1995). Οι πρωινές εφημερίδες είχαν ήδη βγει σε κυκλοφορία με τα νέα της ημέρας αλλά ελάχιστα φύλλα είχαν μπορέσει να κυκλοφορήσουν μιας και μόνο δυο εφημερίδες κατάφεραν και συμπεριέλαβαν στα πρωτοσέλιδα τους ένα μικρό άρθρο με τα όσα συνέβησαν εκείνο το βράδυ της 21^{ης} Απριλίου.

Πιο συγκεκριμένα η *Καθημερινή* στο πρωτοσέλιδο της είχε ένα μονόστηλο άρθρο με τίτλο «Την 2αν πρωινής εξερράγη στρατιοτικών κίνημα. Συνελήφθησαν πολιτικοί άνδρες» (Καρακούση, 2012). Πέντε εφημερίδες (η *Καθημερινή*, και η *Μεσημβρινή*, η *Ελευθερία*, η *Αυγή*, και η *Δημοκρατική Αλλαγή*) δεν εμφανίστηκαν ξανά ενώ οι *Ακρόπολις*, *Ελεύθερος Κόσμος*, και το *Βήμα* ήταν οι μοναδικές που κυκλοφόρησαν με πολλές ομοιότητες στις σελίδες τους εκείνη την Κυριακή της 23ης Απριλίου. Πιο αναλυτικά στην εφημερίδα του *Ελεύθερου Κόσμου* ο μεγαλεπήβολος τίτλος που κοσμούσε την πρώτη σελίδα ήταν "ο στρατός ανέλαβε την εξουσία" ενώ ο υπότιτλος ήταν ίδιος με αυτόν του *Βήματος* "Ωρκίσθη Κυβέρνησις υπό τον Εισαγγελέα του Άρειου Πάγου κ. Κ Κόλλια. Όσων αφορά το *Βήμα* της 23ης Απριλίου τα γεγονότα της 21ης Απριλίου κάλυψαν το ένα τρίτο του πρωτοσέλιδου, ενώ ο τίτλος που συντρόφευε το άρθρο ήταν η είδηση "Ωρκίσθη Κυβέρνησις υπό τον κ. Κ.Κόλλια" και υπότιτλος η είδηση "Το διάγγελμα του Πρωθυπουργού και αι προγραμματικά δηλώσεις της Κυβερνήσεως". Εν συνεχεία των εφημερίδων ο *Ελεύθερος Κόσμος* είχε αφιερώσει τα δυο τρίτα του πρωτοσέλιδου στο κύριο άρθρο με τίτλο "Η μοιραία πορεία" που είχε θέμα τα γεγονότα της 21ης Απριλίου και ήταν υπογεγραμμένο από τον εκδότη Σάββα Κωνσταντόπουλο όπως αναγράφεται στο βιβλίο του Κων/νου Στράτου Αντίθεση και Διαφωνία (Στράτος, 1995). Παράλληλα στην απογευματινή ζώνη οι πρώτες απογευματινές

εφημερίδες εμφανίστηκαν την 24η Απριλίου με τα *Νέα*, την *Απογευματινή* και την *Βραδυνή*¹ να κυκλοφορούν παρόμοιους τίτλους εφημερίδων με μικρές διαφορές και κεντρικό θέμα τα όσα συνέβησαν σύμφωνα με επίσημες ανακοινώσεις όμως. Η κάλυψη των γεγονότων της ανατροπής τελείωσε την Τρίτη 25 Απριλίου, τις επόμενες ημέρες τα νέα των εφημερίδων περιορίστηκαν σε επίσημες δηλώσεις του πρωθυπουργού και ορισμένων μελών του συμβουλίου (Στράτος, 1995).

Σύμφωνα με το βιβλίο του Κων/νου Στράτου «Είναι δύσκολο να γίνει εξαγωγή κάποιων συμπερασμάτων για την στάση των εφημερίδων από την κάλυψη εκείνης της εβδομάδας. Ο γενικός διαχωρισμός που προκύπτει είναι πως η αντίθεση και η διαφωνία εμφανίζονται ανάμεσα σε εφημερίδες που συνέχισαν την έκδοσή τους και σε εκείνες που σταμάτησαν, με τις δεύτερες να εκδηλώνουν την διαφωνία τους με τις εξελίξεις και συνεπώς αντίθεση στο καθεστώς» (Στράτος, 1995). Ωστόσο θα λέγαμε ότι οι ομοιότητες στις εφημερίδες που συνέχιζαν την έκδοσή τους ήταν ιδιαίτερες, είχαν υιοθετήσει έναν προσεκτικό τρόπο σχολιασμού, ερμηνείας και κάλυψης των γεγονότων δημοσιεύοντας κυρίως μόνο επίσημες ανακοινώσεις. Σύμφωνα με τη μελέτη του Κωνσταντίνου Στράτου για την στάση που κράτησε ο Τύπος το μόνο σίγουρο στοιχείο ήταν ότι οι εφημερίδες ήταν αδύνατο να γνωρίζουν λίγες ημέρες μετά το πραξικόπημα της 21ης Απριλίου τις εξελίξεις στο πολιτικό σκηνικό της χώρας, και βάσει αυτών να διαμορφώσουν τις κινήσεις τους και την πολιτική τους. Υπήρχαν εφημερίδες που από μόνες τους πήραν την πρωτοβουλία και έκλεισαν και δεν κυκλοφόρησαν ξανά επειδή δεν συμφωνούσαν με τις πολιτικές εξελίξεις, υπήρχαν άλλες που από την αρχή υποστήριξαν και συμφωνήσαν με το νέο καθεστώς, και τέλος υπήρχαν και εκείνες που είχαν μια ουδέτερη συμμετοχή, δεν έπαιρναν ξεκάθαρα μια θέση προς την αποδοχή ή την απόρριψη των όσων συνέβαιναν αλλά με το να συνεχίζουν να κυκλοφορούν ήταν σαν να είχαν αποδεχτεί τη νέα κατάσταση (Στράτος, 1995).

1.2.4. Τα γεγονότα του Πολυτεχνείου

Ένα από τα δυνατά αιτήματα των φοιτητών στο Πολυτεχνείο ήταν οι εκλογές στους φοιτητικούς συλλόγους, η αντίσταση τους στο καθεστώς είχε ξεκινήσει πολύ νωρίτερα σιγά σιγά όμως πήρε μεγαλύτερες διαστάσεις με αποκορύφωμα την κατάληψη της Νομικής και το Νοέμβριο του 1973 τα γεγονότα του Πολυτεχνείου και τα πρώτα συνθήματα να κάνουν την εμφάνισή τους όπως το γνωστό "Ψωμί Παιδεία Ελευθερία" (Στράτος, 1995).

Η στάση της κυβέρνησης για αυτό το αίτημα ήταν αρνητική και το προαύλιο του Πολυτεχνείου άρχισε να γεμίζει από τις 14 Νοεμβρίου. Οι συνομιλίες μεταξύ κυβέρνησης και Πολυτεχνείου έφτασαν σε αδιέξοδο με αποτέλεσμα οι εξελίξεις να πάρουν μεγάλες διαστάσεις στις 16 του μηνός, ενώ στις 17 Νοεμβρίου "Επιβλήθηκε και πάλι κατάσταση πολιορκίας και διατάχθηκε επέμβαση του στρατού" (Στράτος, 1995). Εξελίξεις που δεν πτόησαν τους φοιτητές με αποτέλεσμα να συνεχιστούν η διαμαρτυρία και η αντίσταση τους στο καθεστώς που τους επιβαλλόταν και να δημιουργηθεί ένα κλίμα πανικού και σύγχυσης αλλά και αιματηρής βίας. Το 1975 το *Βήμα* είχε δημοσιεύσει ένα κατάλογο με 43 ονόματα νεκρών θυμάτων ενώ στη

¹ Η ιδιοκτησία των αθηναϊκών εφημερίδων ήταν συγκεντρωμένη. Οι ιδιοκτήτες και οι εκδότες ήταν λιγότεροι από τον αριθμό των φύλλων που κυκλοφορούσαν. Τα *Νέα* και το *Βήμα* είχαν εκδότη τον Χρήστο Λαμπράκη, η *Ακρόπολις* και η *Απογευματινή* το Νάσο Μπότση, η *Καθημερινή* και η *Μεσημβρινή* την Ελένη Βλάχου και η *Βραδυνή* και η *Ναυτεμπορική* τον Τζώρτζη Αθανασιάδη (Στράτος, 1995).

δίκη του Πολυτεχνείου αναφέρθηκαν μόλις 24. Ο αριθμός των θυμάτων εκείνης της ημέρας παραμένει άγνωστος² (Στράτος, 1995).

Στις 16 Νοεμβρίου τα γεγονότα περί Πολυτεχνείου ήταν πρώτα σε όλες τις εφημερίδες. Οι τίτλοι ποικίλουν με κάποιες εφημερίδες να τονίζουν άλλες λέξεις και να δίνουν διαφορετικό νόημα στα γεγονότα σύμφωνα με την υπεράσπιση τους προς το καθεστώς ή όχι. Σύμφωνα με τον Κωνσταντίνο Στράτο ο *Ελεύθερος Κόσμος* «*χαρακτηρίζει τα γεγονότα αναταραχή ενώ στην περιγραφή των συνθημάτων προηγείται ο χαρακτηρισμός καθαρώς*» (Στράτος, 1995). Στο *Βήμα* και στην *Βραδυνή* υπάρχουν τίτλοι με παρόμοιο περιεχόμενο περί συνθημάτων όμως απουσιάζει η λέξη «καθαρώς» δίνοντας μεγαλύτερη ανάλυση στις εξελίξεις του Πολυτεχνείου. Αξίζει να σημειωθεί ότι η *Βραδυνή* ήταν η μόνη εφημερίδα που δημοσίευε στην πρώτη σελίδα ένα κύριο άρθρο με πλαίσιο και θέμα τα γεγονότα και τίτλο «Τα φοιτητικά», ενώ έδειχνε φανερά την υπεράσπιση της ως εφημερίδα στο πλευρό των φοιτητών (Στράτος, 1995). Με δραματικούς τίτλους σε έντονα μαύρα γράμματα και με περιεχόμενο βασισμένο στην σύγκρουση φοιτητών και αστυνομίας άνοιξαν πολλές εφημερίδες την ημέρα της 17^{ης} Νοεμβρίου. Πιο συγκεκριμένα η εφημερίδα του *Ελεύθερου Κόσμου* είχε ως τίτλο «Αιματηρά μάχαι στο κέντρο των Αθηνών» και υπότιτλος «Διαδηλωτάί έβαλλον με πυροβόλα όπλα κατά των αστυνομικών» αλλά και ο τίτλος της εφημερίδας *Ακροπόλεως* ήταν «Τανκς κατήλθαν τη νύχτα στην Αθήνα – Νεκροί και τραυματίες στις συγκρούσεις διαδηλωτών – αστυνομίας», ενώ ο τίτλος του *Βήματος* ήταν «Νεκροί και τραυματίαι στο κέντρο των Αθηνών κατά την βίαιαν διάλυσιν διαδηλώσεων» (Στράτος, 1995). Οι δυο πρώτες εφημερίδες του Ελεύθερου Κόσμου και της Ακρόπολις περιέγραφαν με λεπτομέρεια και στόμφο τα γεγονότα αλλά και με πολλές φωτογραφίες, ο Ελεύθερος Κόσμος έδωσε μεγαλύτερη βαρύτητα στις ζημιές που είχαν δημιουργηθεί με αιτία την συγκέντρωση των διαδηλωτών οι οποίοι σύμφωνα με την εφημερίδα είχαν χρησιμοποιήσει βία κατά της αστυνομίας (Στράτος, 1995).

Σε αντίθεση με τον Ελεύθερο Κόσμο που κατά εκείνη την εφημερίδα η βία προήρθε από τους διαδηλωτές, στην εφημερίδα το *Βήμα* η βία και οι ζημιές προήρθε από εκείνους που θέλησαν να σταματήσουν και να διαλύσουν την διαδήλωση, δηλαδή την αστυνομία. Σε παρόμοιο μοτίβο προχώρησαν και οι εφημερίδες *Εστία* και *Βραδυνή* ενώ οι κυριακάτικες εφημερίδες στις 18 Νοεμβρίου ήταν επικεντρωμένες στην δημοσίευση φωτογραφιών με τα γεγονότα της διαδήλωσης, μιας και τα άρθρα τους ήταν περιορισμένα λόγω του στρατιωτικού νόμου που είχε μόλις επιβληθεί. Το διάγγελμα του Γεώργιου Παπαδόπουλου και η κήρυξη του στρατιωτικού νόμου σύμφωνα με τον Κωνσταντίνο Στράτο ήταν θέματα που απασχόλησαν τις εφημερίδες του *Ελεύθερου Κόσμου* και της *Ακροπόλεως* που είχε ως πρωτοσέλιδο την προκήρυξη του αρχηγού των ένοπλων δυνάμεων σύμφωνα με την οποία απαγορευόταν η δημοσίευση ανησυχητικών ειδήσεων (Στράτος, 1995).

Από εκείνη την ημέρα και μετά οι ανακοινώσεις περί των γεγονότων του Πολυτεχνείου είχαν περιοριστεί, και το *Βήμα* δεν κυκλοφόρησε εκείνη την ημέρα αλλά στις 23 Νοεμβρίου εξηγώντας στο πρωτοσέλιδο του τον λόγο που απουσίαζε 5 ημέρες. Πιο συγκεκριμένα η ανακοίνωση έγραφε: «Δια λόγους τεχνικούς, αφορώντας εις εργατικήν διαφοράν, το Βήμα δεν ηδυνήθη να κυκλοφορήσει από πενθημέρου. Η διευθέτησις των δυσκολιών αυτών επιτρέπει και πάλιν σήμερον την κυκλοφορίαν του» (Στράτος, 1995). Σύμφωνα λοιπόν με το βιβλίο του Κωνσταντίνου Στράτου πραγματικός λόγος ήταν μια φράση στο κύριο άρθρο της εφημερίδας στις 17 Νοεμβρίου που υπονοούσε ότι η μόνη διέξοδος από την κρίση ήταν η «αποκατάσταση της ανόθευτης λαϊκής κυριαρχίας» (McDonald, 1983); (Στράτος, 1995). Είχε ζητηθεί από τον υφυπουργό ότι δημοσιευτεί να είναι αποδεκτό από την κυβέρνηση, και κατά συνέπεια όσον αφορά την συγκεκριμένη εφημερίδα να αλλάξουν την φράση και να βάλουν κάτι διαφορετικό, το οποίο όμως η εφημερίδα το αρνήθηκε. Έτσι ο γενικός γραμματέας της

² Σπύρος Μαρκεζίνης υπ., σελ. 385-441, R. Clogg ό.π., σελ.197, Σ. Γρηγοριάδης ό.π., τόμος III και C. M. Woodhouse ό.π., σελ.186-207

ένωσης των τυπογράφων κάλεσε το σωματείο σε απεργία με αποτέλεσμα τη διακοπή της εκτύπωσης και της κυκλοφορίας. Στα ίδια πλαίσια κύλησε και η εφημερίδα *Βραδυνή* η οποία στις 19 Νοεμβρίου ο τίτλος της ήταν «9 Νεκροί, 148 Τραυματίαι ο επίσημος απολογισμός των συγκρούσεων» ,στο πρωτοσέλιδο της εμφανιζόταν η προκήρυξη για την δημοσίευση ανησυχητικών ανακοινώσεων. Την ημέρα εκείνη η *Βραδυνή* έκλεινε 50 χρόνια λειτουργίας και έκδοσης της και το κύριο άρθρο ήταν αφιερωμένο στην επέτειο της, με τις επίσημες ανακοινώσεις και τις δηλώσεις να είναι περιορισμένες (Στράτος, 1995).

Σύμφωνα με την μελέτη του Κωνσταντίνου Στράτου στο βιβλίο του *Αντίθεση και Διαφωνία* πριν την κήρυξη του στρατιωτικού νόμου η *Βραδυνή* και το *Βήμα* έδειχναν την συμπάρασταση τους προς τους φοιτητές δείχνοντας την διαφωνία τους με την πολιτική του καθεστώτος και μετά τον στρατιωτικό νόμο έμμεσα δέχτηκαν τις συνέπειες αυτής της προτίμησης. Αμέτοχη έμεινε η εφημερίδα *Ακρόπολις* όσων αφορά τα γεγονότα με το να δημοσιεύει μόνο ανακοινώσεις της κυβέρνησης και επίσημες δηλώσεις χωρίς να δείχνει την στάση της όπως οι υπόλοιπες εφημερίδες. Ενώ οι εφημερίδες *Ελεύθερος Κόσμος* και η *Εστία* σε μεγαλύτερο βαθμό έδειχναν άμεσα την αποδοχή και συμφωνία τους με την πολιτική του καθεστώτος (Στράτος, 1995).

1.3. Ο Ελληνικός τύπος μετά την μεταπολίτευση

Με τον όρο «Μεταπολίτευση» εννοείται η περίοδος μετά την πτώση της Χούντας των Συνταγματαρχών το 1974, και την αλλαγή του πολιτεύματος σε προεδρευόμενη κοινοβουλευτική δημοκρατία. Η αρχή της ιστορικής περιόδου της μεταπολίτευσης βρίσκεται στο καλοκαίρι του '74, ενώ δεν είναι ξεκάθαρο εάν και τότε αυτή έληξε. Κύρια χαρακτηριστικά των πρώτων χρόνων της περιόδου είναι η νομιμοποίηση του Κομμουνιστικού Κόμματος Ελλάδος(ΚΚΕ), όπως και των άλλων αριστερών κομμουνιστικών κομμάτων, το νέο Σύνταγμα, και η προσπάθεια απόλυσης των πληγών που είχαν ανοίξει οι ιδεολογικές διαμάχες από την απελευθέρωση μέχρι το 1974 (Τσαχάκης, 2012). Κάποιες πηγές αναφέρονται στην μεταπολίτευση ως κάτι που έχει διάρκεια και χωρίζεται με γεγονότα.

Πιο συγκεκριμένα ο Γεώργιος Πλειός (Πλειός, 2014) γράφει στο άρθρο του για την μεταπολίτευση «ως την πρώτη μεταπολιτευτική περίοδο που ξεκινάει από το 1974 και τελειώνει το 1989» δίνοντας στους αναγνώστες την αίσθηση ότι θα υπάρξει και συνέχεια κι'άλλων περιόδων.

1.3.1. Τι έγινε το 1974;

Το καλοκαίρι του '74 συνέβη ένα σημαντικό γεγονός που συμπεριλαμβάνεται στις δώδεκα πιο σημαντικές ειδήσεις της επταετίας, και αυτό δεν είναι τόσο η κάλυψη της τούρκικης εισβολής από τον Τύπο όσο της κατάρρευσης της δικτατορίας και της ανάληψης των ινίων της χώρας από τον Καραμανλή. Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με τον Κωνσταντίνο Στράτο (Στράτος, 1995) ενώ οι ελληνοτουρκικές σχέσεις είχαν επιδεινωθεί στις 15 Ιουλίου ο πρόεδρος της Κύπρου Αρχιεπίσκοπος Μακάριος ανετράπη. Η κίνηση αυτή είχε υποστηριχτεί από το καθεστώς της δικτατορίας. Η Τουρκία ζήτησε από τη Μεγάλη Βρετανία την βοήθεια κοινής δράσης σύμφωνα με τη συνθήκη εγγύησης του 1960, η βρετανική κυβέρνηση δεν συμμετείχε σε αυτή τη βοήθεια και έτσι στις 20 Ιουλίου η Τουρκία αποφάσισε να επέμβει μονομερώς στην Κύπρο. Με αυτή της την εισβολή η Τουρκία αποκάλυψε την σύγχυση που επικρατούσε στη κυβέρνηση και τη διεθνή απομόνωση της Ελλάδας. Ο πόλεμος μεταξύ των δυο γειτονικών χωρών τελικά απετράπη, και στις 23 Ιουλίου ο πρόεδρος Φαίδωνας Γκιζίκης

κάλεσε σε σύσκεψη τους πολιτικούς ηγέτες και αποφασίστηκε από κοινού η επάνοδος του Κωνσταντίνου Καραμανλή ο οποίος θα αναλάμβανε τα καθήκοντα του πρωθυπουργού. Τα ξημερώματα της 24^{ης} Ιουλίου ο παλιός πολιτικός κατέφθασε στην Αθήνα από το Παρίσι και ορκίστηκε κατευθείαν πρωθυπουργός, ενώ η δικτατορία είχε καταρρεύσει και η μεγαλύτερη περίοδος της Ελλάδας ως ακυβέρνητη είχε πια τελειώσει (Στράτος, 1995). Από ειδησεογραφικής κάλυψης οπτική ματιά οι εφημερίδες είχαν παρόμοιο σχολιασμό στα πρωτοσέλιδα τους από τις αρχές του 1974 και μετά την αποκατάσταση της δημοκρατίας όσων αφορά τις ελληνοτουρκικές σχέσεις.

Το πρώτο γεγονός με το οποίο ασχολήθηκαν οι Αθηναϊκές εφημερίδες ήταν η αποκατάσταση της Δημοκρατίας, με την έκδοση της *Βραδυνής* στις 23 Ιουλίου να είναι η πρώτη που ανακοίνωσε την επάνοδο Καραμανλή πριν γίνει ήδη επίσημα γνωστή η επιστροφή. Πιο συγκεκριμένα ήταν η πρώτη έκδοση της εφημερίδας μετά το κλείσιμο της στις 30 Νοεμβρίου της προηγούμενης χρονιάς, με το πρωτοσέλιδο να απεικονίζει ολόκληρο την φωτογραφία του πολιτικού και με μεγάλα έντονα γράμματα σε όλο το πλάτος της ο τίτλος: «ΕΡΧΕΤΑΙ!» και υπότιτλος: « Ο Κ. Καραμανλής στις 12 θα βρίσκεται στην Αθήνα». Με την ίδια είδηση εμφανίστηκε πάλι στις 24 Ιουλίου αυτή τη φορά με τίτλο: «Κυβέρνησι Καραμανλή» και την πρώτη σελίδα αφιερωμένη στη φωτογραφία από τη τελετή ορκωμοσίας, στο κύριο άρθρο της και σε ένα δεύτερο άρθρο πλαισιωμένο με τίτλο «Και πάλιν κοντά σας» στο οποίο η *Βραδυνή* έκανε γνωστό στους αναγνώστες της την επανέκδοση της «εις τον στίβον της ενεργού δημοσιογραφικής ζωής ύστερα από μακράν και ακούσιαν διακοπήν οκτώ μηνών» (Στράτος, 1995).



Εικόνα 6. Από αριστερά: Η ΒΡΑΔΥΝΗ, 23/7/74. Με έκτατη και πρώτη έκδοση μετά το κλείσιμο της ανακοινώνεται η επάνοδος Καραμανλή. Από δεξιά: Η ΒΡΑΔΥΝΗ, 24/7/74. Κλίμα γιορτής παρουσιάζεται στην εφημερίδα.

Σύμφωνα με τον Κωνσταντίνο Στράτο στο βιβλίο του Αντίθεση και Διαφωνία, η *Βραδυνή* περιέγραφε σε ένα ακόμη άρθρο την τριπλή γιορτή της ημέρας, πρώτα την αποκατάσταση της δημοκρατίας, έπειτα την «θριαμβευτική επάνοδο και ορκωμοσία του Κ. Καραμανλή» και τέλος «την επανέκδοσή της». Στο κύριο άρθρο της είχε εκφραστεί θετικά για την προσωπικότητα του Καραμανλή και το σχηματισμό της κυβέρνησης. Οι πρωινές εφημερίδες εκδηλώθηκαν με τον ίδιο ενθουσιασμό την 24^η Ιουλίου με την εφημερίδα του *Ελεύθερου Κόσμου* να αφιερώνει στο πρωτοσέλιδο της μια ολοσέλιδη φωτογραφία του Κωνσταντίνου Καραμανλή και με τίτλο: «Ήλθε ο Καραμανλής. Αι ευχαί και ελπίδες του Έθνους τον συνοδεύουν». Ενώ το κύριο άρθρο υπογραφόμενο από τον Σάββα Κωνσταντόπουλο είχε τίτλο: « Η μόνη λύσις: Καραμανλής», λίγο πιο κάτω τονιζόταν κάτι διαφορετικό από την έως τότε στάση της εφημερίδας, «Κατά την ιδικήν μας γνώμην, μετά τον Νοέμβριον του 1973» σημειώνει, «είχε ωριμάσει πλέον ως μοναδική διέξοδος η περίπτωσης Καραμανλή» (Στράτος, 1995).

Με παρόμοιο τόνο χαράς εκδηλώθηκαν και οι πρωινές εφημερίδες, με τον *"Ελεύθερο Κόσμο"* και την *"Ακρόπολις"* να αφιερώνουν την πρώτη τους σελίδα στην είδηση της ορκωμοσίας του Καραμανλή με την διαφορά ότι ο *Ελεύθερος Κόσμος* φιλοξενούσε και μια ολοσέλιδη φωτογραφία του καινούριου πρωθυπουργού καθώς και ένα κύριο άρθρο με την υπογραφή του Σάββα Κωνσταντόπουλου ενώ έκφερε και την γνώμη της ως εφημερίδα κάτι το οποίο δεν είχε ξαναγίνει μέχρι τότε. Από την άλλη η *Ακρόπολις* δεν φιλοξενούσε φωτογραφία του πρωθυπουργού στο πρωτοσέλιδο της αλλά στις επόμενες σελίδες υπήρχε μια σειρά από φωτογραφίες από την άφιξη του και την σύσκεψη των πολιτικών που είχαν αποφασίσει την επάνοδο του (Στράτος, 1995). Με παρόμοιο τόνο σχολιασμού ακλουθήσαν και οι υπόλοιπες εφημερίδες και τίτλους που εξέφραζαν την ανακούφιση τους από την κατάρρευση της δικτατορίας. Πιο συγκεκριμένα στο *"Βήμα"* την Τετάρτη 24 Ιουλίου ο τίτλος της εφημερίδας ήταν "Πολιτική κυβέρνησις υπό τον κ. Καραμανλή. Βαθεία μεταβολή εις την Ελλάδα και την Κύπρον-Πολύωροι συσκέψεις στρατιωτικής ηγεσίας και πολιτικών" ενώ ο τίτλος του κύριου άρθρου ήταν "Ενωμένοι και ελεύθεροι". Ακολουθεί η *"Εστία"* στην στήλη τα "Σημερινά" με τίτλους "Ο κ. Καραμανλής ωρκίσθη την πρωίαν ως νέος Πρωθυπουργός της Ελλάδος" και με θέμα "Πίστιν εις την πατρίδα!", η μόνη διαφορά με τις υπόλοιπες εφημερίδες ήταν ότι στο πρωτοσέλιδο του Βήματος δημοσιεύτηκαν και άλλες ειδήσεις όπως η αποκατάσταση της δημοκρατίας στην Κύπρο με το σχηματισμό προσωρινής κυβέρνησης. (Στράτος, 1995).

Σύμφωνα με τον Κων/νο Στράτο στο βιβλίο του Αντίθεση και Διαφωνία «μέσα από την αβεβαιότητα και τα συσσωρευμένα εθνικά προβλήματα που χαρακτήριζαν το πολιτικό κλίμα των ημερών παρουσιάζεται ένας ευρύτερος ενθουσιασμός σε όλες τις εφημερίδες για την επάνοδο του Καραμανλή και την αποκατάσταση της Δημοκρατίας ανεξάρτητα με το ποια ήταν η στάση τους στα πολιτικά δρώμενα της χώρας την επταετία». Αναμενόμενη ήταν όμως και η υποστήριξη των γεγονότων από την *"Ακρόπολις"*, ενώ δεν είχε κάνει κριτική για τον Καραμανλή είχε υποστηρίξει στο παρελθόν παθητικά το καθεστώς και ήταν μια εφημερίδα που ανήκε στο χώρο της ΕΡΕ³ που αυτόματα υπήρχε υποστήριξη στο πρόσωπο του Καραμανλή. Εν συνέχεια και ο *Ελεύθερος Κόσμος* και η *Εστία* ήταν εφημερίδες φιλικές στο καθεστώς της επταετίας με τον *Ελεύθερο Κόσμο* να υποστηρίζει τον Καραμανλή από παλιά, αλλά να παραμένει άγνωστος ο λόγος αυτής της θετικής τους στάσης προς το εκάστοτε

³ Εθνική ριζοσπαστική Ένωση. Ήταν ένα πολιτικό κόμμα που ιδρύθηκε στις 4/1/1956 από τον Κων/νο Καραμανλή το οποίο έλαβε μέρος στις άμεσως εκλογές του Φεβρουαρίου 1956, κερδίζοντας στη σειρά τρεις εκλογικές αναμετρήσεις, των ετών 1956, 1958 και 1961. Η ΕΡΕ ήταν ένα αρχηγικό κόμμα, το οποίο όμως εξέφρασε την κοινωνική επιθυμία για ευημερία, ενσωματώνοντας τις αναζητήσεις ποικίλων δυνάμεων: από βενιζελικούς, λαϊκούς και ριζοσπάστες φιλελεύθερους ως σκληρούς αντικομμουνιστές (Φίλανδρος, 2014).

καθεστώς της επταετίας. Τέλος μόνο το *Βήμα* εμφανίζεται κάπως πιο επιφυλακτικό σε σύγκριση με τις άλλες εφημερίδες, αλλά αυτή του η στάση είναι δικαιολογημένη λόγω της πολιτικής γραμμής που ακλουθούσε στα χρόνια της δημοκρατίας η οποία υποστήριζε την Ένωση Κέντρου ένα κόμμα αντίθετο στην ΕΡΕ που υποστήριζε τις κυβερνήσεις Καραμανλή.

1.3.2. Τι έγινε από το 1974 και μετά στον τύπο;

Ο τύπος χωρίζεται σε δυο κύριες περιόδους βάσει των γεγονότων πολιτικών ή μη που επηρέαζαν την εκάστοτε εποχή, και η κάθε κύρια περίοδος σε δυο επιμέρους περιόδους ανά κύρια περίοδο. Η 1^η κύρια περίοδος (1952-1982) για την οποία θα αναφερθούμε σε αυτή την υποενότητα χωρίζεται σε : α) 1952-1973 και β) 1974-1982 ενώ η 2^η κύρια περίοδος σε (1983-2010) σε : α) 1983-1997 και β) 1998-2010.

Η πρώτη κύρια περίοδος (1952-1982) στιγματίζεται από διάφορα γεγονότα όπως το τέλος του εμφύλιου πολέμου (1949), την δικτατορία του '67 και την μεταπολίτευση του '74 αλλά και από γεγονότα που επηρεάζουν τον ρόλο και την λειτουργία του Τύπου, όπως την εμφάνιση των κυριακάτικων εφημερίδων, την έλευση και την καθιέρωση της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου. Η δεύτερη επιμέρους περίοδος (1974-1982) για την οποία θα αναφερθούμε για τις χρονολογίες από 1974 έως και 1979 σε αυτή την υποενότητα, σημαδεύεται από την κατάρρευση της δικτατορίας και τον ερχομό και την σύγχρονη δημοκρατία που «έφερε» ο Κωνσταντίνος Καραμανλής στην Ελλάδα. Ενώ σε αυτή την περίοδο οι εφημερίδες που εμφανίζονται στη πρωινή ζώνη είναι : η *Καθημερινή*, η *Ακρόπολις*, το *Βήμα*, ο *Ριζοσπάστης* και ο *Ελεύθερος Κόσμος*, και η *Αυγή* με μέση διάρκεια ζωής τα 9 χρόνια. Από αυτές η *Καθημερινή* και η *Ακρόπολις* κυριαρχούσαν ενώ είναι αναμενόμενο ότι εφημερίδες που δεν υποστήριζαν κάποιο πολιτικό κόμμα και το μερίδιό τους ήταν κάτω του 10% δεν ήταν βιώσιμες. Στην απογευματινή ζώνη εμφανίζονται οι : η *Βραδυνή*, το *Έθνος*, τα *Νέα*, η *Απογευματινή*, η *Εστία* και η *Ελευθεροτυπία* με μέση διάρκεια ζωής τα 7 με 8 χρόνια ενώ κυρίαρχες στην απογευματινή ζώνη ήταν οι εφημερίδες τα *Νέα*, η *Ελευθεροτυπία* και η *Απογευματινή*. Μεταξύ πρωινών και απογευματινών εφημερίδων υπερτερούσαν οι δεύτερες οι οποίες από το 1980 έως και το 1982 που τελειώνει η δεύτερη επιμέρους περίοδος της 1^{ης} κύριας περιόδου αυξάνονται σε αντίθεση με τις πρωινές που μειώνεται η ζήτηση τους (Κουμπάρηλης, 2009).

1.4. Η δεκαετία του 1980 στα μμε

Η δεκαετία του 1980 χαρακτηρίζεται μια μεταβατική περίοδος για τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στην Ελλάδα μιας και το '79 έκανε την εμφάνιση της στην Ελλάδα η έγχρωμη τηλεόραση ενώ το '87 μετά την απελευθέρωση της ραδιοφωνίας ενισχύθηκε το αίτημα για ιδιωτική τηλεόραση. Μια δεκαετία μετά το '89 εμφανίζονται στην τηλεόραση τα δυο πρώτα ιδιωτικά κανάλια. Ωστόσο η δεκαετία του '80 θεωρείτο «χρυσή εποχή» για τον ελληνικό τύπο αν και ο Φεβρουάριος του 1982 στιγματίστηκε από την διακοπή της ημερήσιας κυκλοφορίας του *Βήματος* που τότε πουλούσε καθημερινά 52.000 φύλλα. Εκείνη τη δεκαετία πρωτοβγήκαν στην ελληνική αγορά οι εξής εφημερίδες η *Μεσημβρινή* που επανεκδόθηκε από τον Χ.Σιαμαντά και τον Π.Λαμπρία το 1980 και στην συνέχεια πέρασε στα χέρια της οικογένειας Βαρδινογιάννη, η *Αυριανή* (1981) και ο *Δημοκρατικός Λόγος* (1986) που αργότερα έγινε Λόγος με εκδότες τους αδελφούς Κουρή οι οποίοι το 1989 έκδοσαν την εφημερίδα *Νίκη*. Προστέθηκε η *Ελεύθερη Ωρα* (1981) από τον Γρηγόρη Μιχαλόπουλο, το *Έθνος* που εκδίδεται το 1981 από τον επιχειρηματία Γεώργιο Μπόμπολα και το δημοσιογράφο Αλέκο Φιλιππίδου (προηγουμένως διευθυντή της Απογευματινής και της Ελευθεροτυπίας και σημαντικό στέλεχος άλλων εφημερίδων), ο *Ελεύθερος Τύπος* (1983) από τον Α.Βουδούρη, η *Πρώτη* (1986) και η *Εποχή* (1988), η *Εξόρμηση* (1989) και τέλος οι *24 ώρες* που έκανε την εμφάνιση της για δέκα μόλις μήνες το 1988 από τον εκδότη Γ.Κοσκωτά και την πρώτη ημέρα της κυκλοφορίας της πούλησε 170.000 φύλλα στην Αθήνα και 105.000 στις επαρχίες (Λυρίτσης, 2009).

1.4.1. Κρίσιμη περίοδος (1980-1989)

Από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 είχε αρχίσει να τίθεται πιο έντονα το αίτημα για μη κρατική ραδιοφωνία και προς τα μέσα, για τηλεόραση. Και ενώ η ραδιοπειρατεία ξεκίνησε την δεκαετία του 1960 στην Ελλάδα με σταθμούς μικρής εμβέλειας να εκπέμπουν στα μεσαία κύματα και αργότερα στα fm και με μοναδικό τους μέλημα την ψυχαγωγία των ακροατών, με σχεδόν ανύπαρκτο ειδησεογραφικό περιεχόμενο, το φαινόμενο αυτό συνεχίστηκε και την δεκαετία του '80 με μεγάλη απήχηση. Επηρεαζόμενοι από τη δημιουργία αυτοδημιούργητων σταθμών σε Γαλλία και Ιταλία κινητοποιήθηκαν μέρη της Αριστεράς στην Ελλάδα και πήραν σχετικές πρωτοβουλίες (Πασχαλίδης, 2010).

Στις αρχές της δεκαετίας εμφανιστήκαν φοιτητικοί πειρατικοί σταθμοί (Μπαρμπούτης, 2001) με παραγωγούς μαθητές που μετέδιδαν πρόγραμμα με ξένα ροκ και ελληνικά τραγούδια ενώ είχαν το δικό τους φανατικό κοινό. Αξίζει να αναφερθεί ένας από τους ιστορικούς ραδιοπειρατές ο Γιώργος Κυρλάκης που λειτουργούσε με το ψευδώνυμο "Easy Rider" και που ήταν ο δημιουργός του «Εδώ Πολυτεχνείο» κατασκευάζοντας ένα πρόχειρο ραδιοπομπό μεσαίων κυμάτων ο οποίος ήταν η φωνή της ηρωικής εξέγερσης του Πολυτεχνείου το Νοέμβριο του 73 στην Αθήνα (Ορφανίδης, 2018). Ακόμα εμφανίστηκαν και εφήμεροι σταθμοί με πολιτική ειδησεογραφία όπως ο Ράδιο Αντίλαλος του περιοδικού Αντί (Ρήγου, 2010).

Η ίδια δεκαετία σηματοδοτήθηκε από κάποιες σημαντικές εξελίξεις και στον Τύπο, μιας και ονομάστηκε η χρυσή περίοδος ανάπτυξης του τύπου με την έκδοση πληθώρας νέων εφημερίδων. Πιο συγκεκριμένα όμως στην αρχή του 1980 αρχίζει να αναπτύσσεται το μοντέλο του εκδότη-επιχειρηματία (Χαραλαμπόπουλος, 2017). Τον Μάρτιο του 80 ανοίγει η *Αυριανή* από τα αδέρφια Κουρή, η οποία με τον επιθετικό της σχολιασμό αναλαμβάνει να χτυπήσει τα στελέχη και τους υπουργούς της Νέας Δημοκρατίας παρουσιάζοντας τους σχεδόν πάντοτε ως προδότες. Αυτή όμως η επιθετική συμπεριφορά της *Αυριανής* ήταν αποτέλεσμα της κυβέρνησης Ράλλη που προσπάθησε να περιορίσει τα βήματα της εφημερίδας απαγορεύοντας τη πώληση της σε μειωμένη τιμή(μόλις 5 δρχ. ενώ οι υπόλοιπες

κόστιζαν 15 δρχ.), και αποκλείοντας τους συντάκτες της από τις καθιερωμένες ενημερώσεις των δημοσιογράφων (Χαραλαμπόπουλος, 2017).

Με αυτόν τον τρόπο δημιουργήθηκε και το φαινόμενο του «αυριανισμού» όπου η εφημερίδα είχε το ρόλο του «δημόσιου κατήγορου» επικρίνοντας σκληρά κατά καιρούς την κυβέρνηση και δείχνοντας την συμπάθεια της στα ηγετικά στελέχη του ΠΑΣΟΚ. (Βούρος, 2011) Ο Ανδρέας Παπανδρέου με την είσοδο του στο πολιτικό σκηνικό με το Πασόκ γνώριζε την αξία του έλεγχου των ΜΜΕ και φρόντισε από τη πρώτη στιγμή να δημιουργήσει μέσα τα οποία θα είναι υπέρ του και θα τον στηρίζουν στην άνοδο του στην εξουσία. Για αυτό το λόγο δημιουργεί ένα «κομματικό τύπο» ο οποίος μόνο στα χαρτιά δήλωνε «ανεξάρτητος» ενώ στη πράξη κινούσε τα νήματα και έλεγχε τα ΜΜΕ τα γραφεία της κεντροαριστεράς (Χαραλαμπόπουλος, 2017).

Παραμονές των εκλογών του 81 ανοίγει ο Γιώργος Μπόμπολας την εφημερίδα Έθνος και κάνει εμφανέστατη τη προτίμηση του στο κόμμα του Ανδρέα Παπανδρέου, σε συνδυασμό με την εφημερίδα Αυριανή υπήρχαν οι δυο πρώτοι «υποστηρικτές» του κόμματος, με το κατάλληλο τίμημα. Πιο συγκεκριμένα τα αδέρφια Κουρή εξασφάλισαν μια ευνοϊκή μεταχείριση μιας και ήταν από τους πρώτους που τους δόθηκε άδεια τηλεοπτικού σταθμού, ενώ ο Γεώργιος Μπόμπολας σύμφωνα με το άρθρο του Λευτέρη Χαραλαμπόπουλου στο περιοδικό Repost, στην αρχή δειλά και αργότερα πιο εμφανέστατα μετατράπηκε σε «εθνικό εργολάβο». Στα ίδια χνάρια ακλούθησαν και άλλες εφημερίδες όπως η *Ελευθεροτυπία* του Κίτσου Τεγόπουλου αλλά και τα *Νέα* και *Βήμα* του δημοσιογραφικού οργανισμού Λαμπράκη (Χαραλαμπόπουλος, 2017). Όπως και τότε έτσι και τώρα οι εκδότες των εφημερίδων στηρίζουν με τον ένα ή με τον άλλο τρόπο την τότε εξουσία, αφού με τον τρόπο αυτό διαιωνίζουν το σύστημα που «ταΐζει» τους ίδιους ή τα έμμεσα «αφεντικά τους». «Η ανεξάρτητη δημοσιογραφία τις περισσότερες φορές είναι ένας μύθος καθώς κινείται στα όρια που καθορίζει η τότε πολιτική ηγεσία και τα οικονομικά συμφέροντα της χώρας» (Χαραλαμπόπουλος, 2017).

Στα τέλη του 1982 η ΕΡΤ πήρε υπό τον έλεγχό της την ΥΕΝΕΔ⁴, την οποία μέχρι τότε διαχειρίζονταν οι Ένοπλες Δυνάμεις. Το 1982 με το νόμο 1288 η ΥΕΝΕΔ ονομάστηκε ΕΡΤ2 και συγκροτείται ως «αποκεντρωμένη» δημόσια υπηρεσία του Υπουργείου Προεδρίας και ο αρμόδιος Υπουργός είχε τον πλήρη έλεγχό της (Ασπιώτη, 2015). Η χρονιά του 85 ήταν μια χρονιά που συνελήφθησαν πολλοί από τους παραγωγούς και υποστηρικτές του σταθμού «Κανάλι 15», ένας από αυτούς ήταν και ο καθηγητής της Νομικής Φαίδων Βεγλέρης, γεγονός που προκάλεσε αντιδράσεις στον τύπο (Μπαρμπούτης, 2001); (Ρήγου, 2010) . Με την απελευθέρωση της ραδιοφωνίας ο νόμος προέκρινε τους ιδιωτικούς και τους δημοτικούς σταθμούς (Πασχαλίδης, 2010) και το φαινόμενο της ραδιοπειρατείας εξασθένησε και εξαφανίστηκε. Το κανάλι 15 συνέχισε να εκπέμπει και μετά την απελευθέρωση της ραδιοφωνίας ως τις αρχές του 1990.

Ο πρώτος νόμιμος ιδιωτικός ελληνικός ραδιοφωνικός σταθμός που εξέπεμψε στις 31 Μαΐου του 1987 ήταν ο Αθήνα 9.84 (Κλειαμάκη, 2006) , ενώ ακολούθησαν το κανάλι 1 στον Πειραιά στις 26 Ιουνίου και το Σεπτέμβριο του ίδιου έτους στην Θεσσαλονίκη ο FM100 (Zaharopoulos, 2003). Από νομικής τοποθετήσεως το Σύνταγμα του 1975 διατήρησε τον έλεγχο της ραδιοφωνίας από το κράτος και τον επέκτεινε και στην τηλεόραση. Ο νόμος που μετέτρεψε το ΕΙΡΤ σε ΕΡΤ(230/1975) δεν άλλαξε σημαντικά το καθεστώς λειτουργίας της ραδιοφωνίας. Το κρατικό μονοπώλιο στη ραδιοφωνία κατάργησε ο νόμος (1730/1987) (Ρήγου, 2010).

⁴ Η Υπηρεσία Ενημερώσεως Ενόπλων Δυνάμεων (Υ.Ε.Ν.Ε.Δ.) ήταν ο τηλεοπτικός και ραδιοφωνικός σταθμός των Ενόπλων Δυνάμεων που υπαγόταν στην ευθύνη της Γεωγραφικής Υπηρεσίας Στρατού (Δεμέτης, 2015).

Με το νόμο αυτό στα τέλη του '87 η ΕΡΤ1 και η ΕΡΤ2 συγχωνεύονται σε νέο ραδιοηλεκτρονικό φορέα με την επωνυμία ΕΡΤ Α.Ε που είναι δημόσια επιχείρηση και ανήκει στο δημόσιο τομέα (ν. 1256/1982) (Δεμέτης, 2015). Η ΕΡΤ πλέον ως ενιαίος φορέας περιλαμβάνει τις: ΕΡΤ1, ΕΡΤ2, την ΕΡΑ(ελληνική ραδιοφωνία), το Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων(ΙΟΜ), και την εταιρεία παραγωγής και εμπορίας εκπομπών και προγραμμάτων ραδιοηλεόρασης (Δεμέτης, 2015). Τα επόμενα χρόνια που ακλούθησαν δημιουργήθηκε πληθώρα ρυθμιστικών νόμων και διατάξεων οι οποίες προσπαθούσαν να ρυθμίσουν το χαοτικό τοπίο που υπήρχε και στο ραδιόφωνο και στη τηλεόραση, μέχρι και τη περίοδο της ιδιωτικής τηλεόρασης το 1989. Το 1987, αφού νωρίτερα είχε εμφανιστεί ένας πολύ μεγάλος αριθμός παράνομων («πειρατικών») σταθμών, επιτράπηκε η ίδρυση δημοτικών ή ιδιωτικών, δηλαδή μη κρατικών, σταθμών φέρνοντας πληθώρα ενημερωτικών και ψυχαγωγικών διαύλων σε όλη τη χώρα (Κούσιου, 2018). Σταδιακά οι ιδιωτικοί επικράτησαν των κρατικών σταθμών, αν και οι τελευταίοι ανέκαμψαν μετά το 2000. Λόγω, τέλος, της οικονομικής κρίσης πολλοί σταθμοί έχουν περιορίσει το πρόγραμμά τους ή έχουν κλείσει (Κούσιου, 2018).

Υπό την πίεση για ιδιωτική τηλεόραση στις αρχές Σεπτεμβρίου ξεκινάει να εκπέμπει η ΕΤ3 το τρίτο δημόσιο κανάλι με έδρα τη Θεσσαλονίκη και δοκιμαστικό πρόγραμμα 90 λεπτών . Στις 24 Οκτωβρίου 1988 η ΕΡΤ για πρώτη φορά ξεκίνησε την αναμετάδοση έξι δορυφορικών καναλιών: CNN International των ΗΠΑ, Horizon της (πρώην) ΕΣΣΔ5, Super Channel του Ηνωμένου Βασιλείου, Rai Due της Ιταλίας, Sat1 της Γερμανίας και TV5 της Γαλλίας (Καστρινός, 2008). Στις 30 Νοεμβρίου, ιδρύεται η Γενική Διεύθυνση ΕΡΤ Βορείου Ελλάδος με έδρα τη Θεσσαλονίκη(ΕΡΤ3) ενώ η ΕΤ2 επαναλανσάρεται με νέο λογότυπο και σήματα (Χατζηδημητρίου, 2015). Ενώ στα μέσα Δεκεμβρίου αρχίζει το τρίωρο δοκιμαστικό της πρόγραμμα, το πρόγραμμα της ήταν επικεντρωμένο σε θέματα που απασχολούσαν την Μακεδονία και κυρίως την Βόρεια Ελλάδα ενώ εξαρτιόταν από την ΕΡΤ όσον αφορά τον εξοπλισμό.

Σημαντικότερες επιπτώσεις είχε για την ΕΡΤ η είσοδος των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών που ξεκίνησε το 1989. Το μερίδιο τηλεθέασης των τριών σταθμών της ΕΡΤ συρρικνώθηκε αμέσως μετά την ίδρυση ιδιωτικών δικτύων, τα έσοδα μειώθηκαν και έμπειρο τεχνικό προσωπικό μετακινήθηκε στα ιδιωτικά δίκτυα (Γρηγόρης, 2005); (Βαλούκος, 2008). Τον Ιανουάριο η ΕΤ3 αρχίζει τις δικές της καθημερινές εκπομπές ενώ στις 25 Φεβρουαρίου αρχίζει την κανονική εκπομπή προγράμματος. Η ίδρυση του ΕΣΡ⁶ ανακοινώθηκε την άνοιξη του 1989 από τον Δημήτρη Μαρούδα, αναπληρωτή υπουργό Προεδρίας της Κυβερνήσεως και κυβερνητικό εκπρόσωπο της κυβέρνησης του Ανδρέα Παπανδρέου, αλλά η συγκρότηση και η έναρξη της λειτουργίας του πραγματοποιήθηκαν στις 28 Νοεμβρίου του 1989, σε εφαρμογή του Νόμου 1866/89 (Βαλσάμη, 2016). Κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του το ΕΣΡ παρήγαγε τέσσερις κώδικες για τους όρους λειτουργίας των ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών στην Ελλάδα: έναν για την διαφήμιση, έναν κώδικα δεοντολογίας δημοσιογράφων, έναν για τα προγράμματα που επιτρέπεται να παρουσιάζονται και έναν για την κατανομή των συχνοτήτων και τους όρους τεχνικής χρήσης τους από τους αδειούχους σταθμούς. Οι σχετικές προσωρινές άδειες διάρκειας επτά ετών δόθηκαν στις 24 Ιουλίου 1989

⁵ Η Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών, συντομογραφικά αποκαλούμενη Ε.Σ.Σ.Δ. Η Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών (ΕΣΣΔ) ήταν το μεγαλύτερο σε έκταση κράτος, το δεύτερο σε οικονομική και στρατιωτική ισχύ και η τρίτη χώρα σε πληθυσμό. Η πρωτεύουσά του ήταν η Μόσχα. Ιδρύθηκε το 1922. Διαλύθηκε το 1991. Στην ΕΣΣΔ, το 1922, ενώθηκαν η Ρωσική Σοβιετική Σοσιαλιστική Δημοκρατία, η Ουκρανική ΣΣΔ, η Λευκορωσική ΣΣΔ και η Σοβιετική Ομοσπονδιακή Σοσιαλιστική Δημοκρατία της Υπερκαυκασίας (αποτελούμενη από τη Γεωργία, την Αρμενία, και το Αζερμπαϊτζάν). Όλες αυτές οι Δημοκρατίες είχαν εμφανιστεί μετά την Οκτωβριανή Επανάσταση. Από το 1956 έως και το 1991 στην ΕΣΣΔ υπήρχαν 15 κοινοτικές Δημοκρατίες. (Βαγενάς, 2008)

⁶ Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοηλεόρασης είναι Ανεξάρτητη Αρχή συνταγματικά κατοχυρωμένη και αποκλειστικά αρμόδια, ανάμεσα στα άλλα, για τις τηλεοπτικές άδειες (Αλεξίου, 2017).

για δύο σταθμούς, το Mega Channel που άρχισε να εκπέμπει στις 20 Νοεμβρίου και τη Νέα Τηλεόραση που δεν εξέπεμψε ποτέ. Αντίθετα, στις 31 Δεκεμβρίου άρχισε να εκπέμπει ο ANΤ1 ενώ, νωρίτερα, αλλά προς το τέλος της χρονιάς, είχε αρχίσει να εκπέμπει και το Κανάλι 29 των εκδοτών της Αυριανής, Γιώργου και Μάκη Κουρή. Το Mega Channel και η Νέα Τηλεόραση ήταν επιχειρήσεις που στηρίζονταν από μεγάλους εκδότες των εφημερίδων, ενώ ο Antenna βασιζόταν στα κεφάλαια του εφοπλιστή Μίνωα Κυριακού. (Βαλσάμη, 2017)

1.4.2. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης το 1985

Το έτος 1985 στιγματίστηκε από διάφορα συγκλονιστικά γεγονότα για τα δρώμενα της χώρας. Αρχικά το έτος '85 ξεκίνησε με μια ακόμη αιματηρή δολοφονία από την «17N» την 21η Φεβρουαρίου όπου και δολοφονούνται στη γωνία Βουκουρεστίου και Τσακάλωφ στο Κολωνάκι ο εκδότης της εφημερίδας Απογευματινή Νίκος Μομφεράτος και ο οδηγός που τον μετέφερε Γιώργος Ρουσέτης. Πιο συγκεκριμένα ένοπλοι πλησίασαν το αυτοκίνητο που επέβαιναν ο Μομφεράτος και ο Ρουσέτης και άνοιξαν πυρ με δυο 45άρια, το αυτοκίνητο του εκδότη έπεσε πάνω σε βιτρίνα καταστήματος ενώ οι δράστες εξαφανίστηκαν. Κατά τον τίτλο της Απογευματινής: «ο εκδότης βρήκε ακαριαίο θάνατο με τέσσερις σφαίρες στη καρδιά». (Θεοδωράκης, 2002)

Τον Ιούνιο του ίδιου έτους ο Ανδρέας Παπανδρέου μετά τη νίκη του ΠΑΣΟΚ στις εκλογές στις 2/6/85 έλαβε εντολή σχηματισμού κυβέρνησης από το πρόεδρο της Δημοκρατίας Χρήστο Σαρτζετάκη και ορκίστηκε μετά από τρεις ημέρες. Μετά την επανέκδοση του τον Ιούλιο του '84 με την φιλοδοξία της καινούριας αρχής αλλά χωρίς αίσιο τέλος, η καθημερινή έκδοση του Βήματος σταμάτησε τον Οκτώβριο του 1985 και αυτή τη φορά η διακοπή κράτησε πάνω από δεκατρία ολόκληρα χρόνια μέχρι τον Μάρτιο του 1999. (Σαραντάκος, 2010). Πιο συγκεκριμένα το απόγευμα της 14/11/1985 ΕΠΕΝίτες μαχαίρωσαν στο υπόγειο της Ομόνοιας τρεις τούρκους αριστερούς πολιτικούς πρόσφυγες που μοίραζαν προπαγανδιστικό υλικό κατά της Χούντας του στρατηγού Εβρέν. Οι ακροδεξιοί για αντίποινα τα ξημερώματα της 16ης Νοεμβρίου έκαψαν το βιβλιοπωλείο «Ελεύθερος Τύπος» (Κωστόπουλος, 2017). Ο Γιώργος Καρατζαφέρης στην βιντεοεφημερίδα TV press είπε: «Απ' ότι φαίνεται, το μόνο τυχαίο γεγονός σ' αυτές τις τραγικές ημέρες ήταν ο άδικος θάνατος αυτού του παιδιού» «Η σφαίρα δεν είχε υπολογιστεί στο σενάριο και παραλίγο να χαλάσει τη συνταγή. Κατά τα άλλα, όλα ήταν μέσα στο παιχνίδι», όμως η ίδια ειδησεογραφική βιντεοεφημερίδα ξεκαθάρισε προς αποφυγή παρεξηγήσεων πως «η ευθύνη για τον θάνατο του δεκαπεντάχρονου αναρχικού δεν βαρύνει αποκλειστικά ή περισσότερο τον αστυνομικό που πυροβόλησε τον αναρχικό, αλλά εκείνους που οδήγησαν τον αναρχικό στην κάννη του περιστρόφου του αστυνομικού».

Εν συνέχεια στα Νέα στις 24/11 ο Παναγιώτης Λαφαζάνης αναφέρει στην ανάλυση που κάνει σε άρθρο πως: «Η στάση της αστυνομίας και ο ρόλος κάποιων αναρχοαυτόνομων στοιχείων στα γεγονότα θύμιζε τη γνωστή λαϊκή παροιμία "το ένα χέρι νίβει τ' άλλο και τα δυο το πρόσωπο". Το πρόσωπο και το σκηνικό μιας επιχείρησης κινδυνολογίας». Η αριστεροκρατούμενη Καθημερινή θα αποφανθεί πως ο «αδόκητος θάνατος» του μικρού Καλτεζά οφειλόταν απλώς στον «λαϊκισμό» των σοσιαλιστών. (Κωστόπουλος, 2017) Την αμέσως επόμενη ημέρα της 17ης Νοεμβρίου ο τίτλος στο εξώφυλλο της εφημερίδας το Έθνος ήταν: «Νεκρός από σφαίρα στο Πολυτεχνείο». Εννέα μέρες αργότερα στις 26 Νοεμβρίου του 1985 η τρομοκρατική οργάνωση «17 Νοέμβρη» παίρνει εκδίκηση για τον άτυχο θάνατο του μικρού Καλτεζά όπως ανέφερε σε προκήρυξη της και πυροδοτεί παγιδευμένο με εκρηκτικά αυτοκίνητο δίπλα σε λεωφορείο των ΜΑΤ στην Καισαριανή με αποτέλεσμα να τραυματιστεί θανάσιμα ο αρχιφύλακας Νίκος Γεωργακόπουλος και να τραυματιστούν 14 αστυνομικοί. (Δεμέτης, 2015) «Βόμβα θερίζει 13 των ΜΑΤ. Με καλωδιακό μηχανισμό. Περίεργο τηλεφώνημα 17 Νοέμβρη» έγραφε στο πρωτοσέλιδο της η

Ελευθεροτυπία στις 27/11, ενώ στις 28/11 η εφημερίδα βγήκε με τίτλο: «Προκήρυξη: Η 17 Νοέμβρη πήρε την ευθύνη».

Με τη πειρατεία στους ραδιοφωνικούς σταθμούς να συνεχίζεται, το '85 συνελήφθησαν αρκετοί παραγωγοί και υποστηρικτές του σταθμού «Κανάλι 15» μεταξύ τους και ο καθηγητής Νομικής Φαίδων Βεγλήρης , γεγονός που προκάλεσε αντιδράσεις στον τύπο. (Ρήγου, 2010); (Μπαρμπούτης, 2001)

2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1. Πως ξεκίνησε το ραδιόφωνο στην Ελλάδα;

Στις αρχές του 1920 αναφέρονται οι πρώτες προσπάθειες για πειραματισμούς με ραδιοφωνικές εκπομπές στις δυτικές χώρες. Στην Ελλάδα οι πρώτοι πειραματισμοί για ραδιοφωνία έγιναν το 1922 από τον καθηγητή Φυσικής του ΕΚΠΑ Κώστα Πετρόπουλο ο οποίος προσπάθησε να προπαγανδίσει το νέο μέσο στον τύπο (Μπαρμπούτης, 2001), το 1923 από τη Διοίκηση Ραδιοφωνίας του Υπουργείου Ναυτικών(ΔΡΥΝ) στο Βοτανικό ⁷ και το 1925 από ιδιωτική τεχνική σχολή (Πλέχοβα, 2002); (Ρήγου, 2010). Το 1926 εξέπεμψε για πρώτη φορά στη Θεσσαλονίκη ο Χρήστος Τσιγγιρίδης ο οποίος ήταν εισαγωγέας επιχειρηματίας ραδιοφωνικών σταθμών. (Πλέχοβα, 2002)

Το 1929 μετά από κάποιες δοκιμές δημιούργησε τον δικό του σταθμό επειδή ήθελε να αυξήσει τις πωλήσεις των ραδιοφώνων, μετέδιδε διαφημίσεις, αναγγελίες, και ειδήσεις σε συνεργασία με την εφημερίδα Μακεδονία (Χαιρετάκης, 2014). Το κύριο διάστημα λειτουργίας του σταθμού αναγράφεται μεταξύ του 1936 έως το 1945 όπου και ιδρύθηκε η ΕΙΡ και ανέλαβε την ευθύνη λειτουργίας του σταθμού. Υπό περιόδου Μεταξά ο σταθμός του Τσιγγιρίδη αντιμετώπιστηκε με εχθρότητα επειδή μετέδιδε μη αρεστές ειδήσεις (Πλειός, 2005), αργότερα στην Κατοχή μετέδιδε αναγκαστικά την γερμανική προπαγάνδα, εφευρίσκοντας βλάβες για να μεταδίδει λιγότερο χρόνο το πρόγραμμα (Πλέχοβα, 2002). Το καθεστώς της 4^{ης} Αυγούστου του '36 προσπάθησε να δημιουργήσει έναν κρατικό ραδιοφωνικό σταθμό με τη βοήθεια της Ναζιστικής Γερμανίας η οποία είχε επενδύσει στο ραδιόφωνο ως μέσο προπαγάνδας (Χαιρετάκης, 2014), έτσι το 1936 ιδρύθηκε η ΥΡΕ(Υπηρεσία Ραδιοφωνικών Εκπομπών) (Πλειός, 2005); (Δουλκέρη, 1979). Το Μάρτιο του '38 ξεκίνησε να εκπέμπει ο ΡΣΑ(Ραδιοφωνικός Σταθμός Αθηνών) ενώ με κανονικό πρόγραμμα στις 21 Μαΐου (Γιαΐσης, 2001); (Ρήγου, 2010) με πρώτη εκφωνήτρια την Αφροδίτη Λαουτάρη (Κάρτερ, 2004). Κατά τη διάρκεια του ελληνοϊταλικού πολέμου το ραδιόφωνο χρησιμοποιήθηκε ως επί τω πλείστον για την κινητοποίηση της ελληνικής πλευράς⁸, ενώ λίγο πριν την είσοδο των γερμανών στην Αθήνα, ο εκφωνητής σε μια δραματική έκκληση κάλεσε τους ακροατές να μην πιστεύουν το σταθμό που σε λίγο θα μετέδιδε ψέματα. Αμέσως μετά την γερμανική εισβολή στην Ελλάδα ο ΡΣΑ μετέδιδε γερμανική προπαγάνδα (Κάρτερ, 2004), ενώ το προσωπικό όπως προαναφέρθηκε εφεύρισκε διάφορες βλάβες για να διακόπτει συνέχεια. Οι κατοχικές αρχές προσπάθησαν να σφραγίσουν ραδιόφωνα επιβάλλοντας ποινές για τα αδήλωτα ή ασφράγιστα ραδιόφωνα χωρίς όμως επιτυχία (Χαιρετάκης, 2014) για να ακούγεται μόνο ο ΡΣΑ.

Λίγο πριν αποχωρήσουν οι Γερμανοί από την Αθήνα τον Οκτώβριο του 1944 προσπάθησαν να ανατινάξουν τους πομπούς του σταθμού στα Λιόσια καταστρέφοντας τελικά μόνο τον ένα από τους τρεις (Γιαΐσης, 2001); (Κλειμαμάκη, 2006). Μετά την απελευθέρωση, στις 16 Ιουλίου του 1945 ιδρύθηκε το ΕΙΡ (Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας) το οποίο προσπάθησε να ανασυγκροτήσει το ραδιόφωνο. Το 1947 ίδρυσε ψυχαγωγικό σταθμό στη Θεσσαλονίκη (Ρήγου, 2010) που ήταν ενημερωτικό και επιμορφωτικό, το 1952 το δεύτερο σταθμό με όνομα «Δεύτερο Πρόγραμμα» που ήταν περισσότερο ψυχαγωγικό και το 1954 τον τρίτο σταθμό ονόματι «Τρίτο Πρόγραμμα» το οποίο εξαρχής μετέδιδε κλασική μουσική (Κάρτερ,

⁷ Βλ. Συλλογικό λεύκωμα, 70 χρόνια ελληνική ραδιοφωνία.

⁸ Η ανακοίνωση από τον εκφωνητή Κώστα Σταυρόπουλο ότι η Ελλάδα είναι σε εμπόλεμη κατάσταση δεν είναι η αυθεντική, αλλά αναπαραγωγή που έγινε για αφιέρωμα που μεταδόθηκε το 1966. Το αυθεντικό χάθηκε γιατί το 1940 οι εκπομπές δεν ηχογραφούνταν (Κάρτερ, 2004).

2004). Ένα χρόνο μετά την ίδρυση του πρώτου προγράμματος με έδρα τη Θεσσαλονίκη, άρχισε να λειτουργεί και ο Ραδιοφωνικός Σταθμός των Ένοπλων Δυνάμεων (Γιαΐσης, 2001). Σύμφωνα με το νόμο 1663/1951 ιδρύθηκαν αρκετοί στρατιωτικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί που έγιναν γρήγορα δημοφιλείς αποσπώντας κέρδη από τους δημόσιους (Katsoudas, 2007). Μετά τον πόλεμο οι αλλαγές ήταν λίγες λόγω γραφειοκρατικής δομής του ΕΙΡ που δεν επιθυμούσε να αναπτυχθεί ένα άλλο μοντέλο ραδιοφωνίας (Ρήγου, 2010), ωστόσο για πολλά χρόνια το ραδιόφωνο ήταν η βασική πηγή ενημέρωσης στην Ελλάδα αμέσως μετά τις εφημερίδες (Χαιρετάκης, 2014).

Η δεκαετία του 1960 στιγματίστηκε από το φαινόμενο των ραδιοπειρατών⁹ οι οποίοι με σταθμούς μικρής εμβέλειας σε Αθήνα και σε άλλες πόλεις έπαιζαν πολλά είδη μουσικής που δεν παίζονταν στους κρατικούς σταθμούς, ενώ το ειδησεογραφικό περιεχόμενο τους ήταν ανύπαρκτο μιας και δεν έπαιρναν θέση στα πολιτικά δρώμενα της εποχής για να αποφύγουν τις διώξεις (Μπαρμπούτης, 2001).

Στα μέσα της δεκαετίας του 1970 έγινε μια ιδιαίτερη προσπάθεια για ένα διαφορετικό μοντέλο ραδιοφώνου από το Μάνο Χατζιδάκι όταν του ανατέθηκε η διεύθυνση της ραδιοφωνίας και αργότερα του Τρίτου Προγράμματος. Ο σταθμός μετέδιδε ποιοτικό πρόγραμμα με μεγάλη απήχηση στο κοινό, ωστόσο όμως οι συγκρούσεις ανάμεσα στον Χατζιδάκι και την γραφειοκρατία της ΕΡΤ καθώς και της νέας διοίκησης από την κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ που εξελέγη το 1981 οδήγησαν στο τέλος αυτού του εγχειρήματος με την παραίτηση του το 1982 (Ρήγου, 2010)

Το φαινόμενο της ραδιοπειρατείας των σταθμών συνεχίστηκε και τη δεκαετία του 1980 παρά τις διώξεις από τις αρχές, ενώ στις αρχές του 1980 άρχισαν να εμφανίζονται πειρατικοί σταθμοί με πιο μόνιμο πρόγραμμα (Πασχαλίδης, 2014) και φοιτητικοί (Μπαρμπούτης, 2001) αλλά και σταθμοί με πολιτικό περιεχόμενο όπως ο *Ράδιο Αντίλαλος* του περιοδικού *Αντί* (Ρήγου, 2010). Τέλος μετά την καθιέρωση της ελεύθερης ραδιοφωνίας και καθώς ο νόμος προέκρινε τους ιδιωτικούς και τους δημοτικούς σταθμούς (Πασχαλίδης, 2014), το φαινόμενο της ραδιοπειρατείας άρχισε να ελαττώνεται και σταδιακά εξαφανίστηκε με αποτέλεσμα αρκετοί ραδιοπειρατές να εργαστούν σε ιδιωτικά ραδιόφωνα.

2.1.1. Ιδιωτική Ραδιοφωνία του 1987 έως σήμερα

Ενώ από τις αρχές του 1980 είχε αρχίσει να τίθεται έντονα το αίτημα για μη κρατική ραδιοφωνία, μετά τις εκλογές του '85 όταν η αντιπολίτευση και συγκεκριμένα η Νέα Δημοκρατία επικράτησε στην Αθήνα, στην Πειραιά, και στην Θεσσαλονίκη, οι δήμαρχοι Μιλτιάδης Έβερτ, ο Ανδρέας Ανδριανόπουλος και ο Σωτήρης Κούβελας αντίστοιχα κίνησαν τα νήματα για την ίδρυση δημοτικών σταθμών (νόμος 1730/1987) (Ρήγου, 2010). Η τότε κυβέρνηση αναγκάστηκε να θεσμοθετήσει την μη κρατική ραδιοφωνία, ενώ την ίδια ώρα, και οι μεγάλοι εκδότες άρχιζαν να προετοιμάζονται στο παρασκήνιο για την οργάνωση καναλιών (Δάμπασης, 2002); (Κορνηνού, 2001); (Παπαθανασόπουλος, 1994).

Ο πρώτος νόμιμος ιδιωτικός ραδιοσταθμός ήταν ο Αθήνα 9.84 που εξέπεμψε στις 31 Μαΐου 1987 με ακροαματικότητα 52% (Κλειαμάκη, 2006), διευθυντής του σταθμού τότε ήταν ο δημοσιογράφος Γιάννης Τζαννετάκος και πρόεδρος της δημοτικής επιχείρησης ο Νίκος Απέργης. Ο σταθμός δεν είχε άδεια λειτουργίας και οι εγκαταστάσεις του βρισκόταν στο κτίριο του Δήμου στην οδό Λιοσίων (Παστάκας, 2016). Ακολούθησε το Κανάλι 1 στον Πειραιά στις 26 Ιουνίου και τον Σεπτέμβριο ο FM100 στη Θεσσαλονίκη (Zaharopoulos, 2003).

⁹ Οι ραδιοπειρατές εκμεταλλεύονταν το γεγονός ότι η κατασκευή ενός πομπού ήταν φτηνή και εύκολη και μπορούσε να γίνει από τους ίδιους (Μπαρμπούτης, 2001).

Σύντομα «γεννήθηκαν» πολλοί σταθμοί στη χώρα φέρνοντας την λεγόμενη «Άνοιξη της Ραδιοφωνίας». Στη συνέχεια προστέθηκε και το θέμα ανάπτυξης τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών που ως στόχο θα είχαν την ενημέρωση και την ψυχαγωγία των κατοίκων ενός ή περισσότερων δήμων(Αντώνης, 2001),ο πρώτος τέτοιος σταθμός ήταν ο Δίαυλος 10 που εξέπεμψε υπό την ευθύνη των δήμων Αττικής (Zaharopoulos, 2003).

Στην αρχή τα δημοτικά ραδιόφωνα ήταν ιδιαίτερα διαδεδομένα και προσέλκυαν όλο και περισσότερους ακροατές(Αντώνης, 2001),αργότερα όμως επικράτησαν οι ιδιωτικοί σταθμοί και ιδιαίτερα εκείνοι που ήταν πιο εξοπλισμένοι και είχαν καλύτερη χρηματοδότηση(Ρήγου, 2010). Όσοι σταθμοί είχαν δημιουργηθεί είχαν εξαρτηθεί από τις δημοτικές παρατάξεις που είχαν την πλειοψηφία και συσσώρευαν μεγάλα χρέη, εν τέλει οι δημοτικοί σταθμοί υποχώρησαν μπροστά στο εμπορικό ραδιόφωνο(Ρήγου, 2010).

Στα τέλη της δεκαετίας του 1980 τα σχέδια για δημιουργία δικτύων σταθμών δεν είχαν συνέχεια. Όσοι σταθμοί είχαν δημιουργηθεί μέχρι εκείνο το χρονικό σημείο εξαρτιόντουσαν από τις δημοτικές παρατάξεις που είχαν τη πλειοψηφία και συσσώρευαν μεγάλα χρέη (Κούσιου, 2018). Αυτή η απουσία συγκεκριμένου πλαισίου έφερε την λεγόμενη «άνοιξη της ραδιοφωνίας» με πολλούς ημιμόμους σταθμούς.

Το 1987 επιδεινώθηκαν τα γραφειοκρατικά προβλήματα στο δημόσιο ραδιόφωνο(EPA) υπό την διοικητική συνένωση τηλεόρασης και ραδιοφώνου της EPT AE, με αποτέλεσμα να την βάλει στο περιθώριο σε σχέση με την τηλεόραση που και αυτή πιέστηκε από την ιδιωτική τηλεόραση μετά το 1989. Η ποιότητα του προγράμματος υποβαθμίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του '90 με τις ακροαματικότητες να υποχωρούν αισθητά (Κούσιου, 2018). Με τους νόμους 1730/1987 και 1866/1989 καταργήθηκε το κρατικό μονοπώλιο ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών εκπομπών (Τσακόπουλος, 2010). Επιτράπηκε δηλαδή η ίδρυση και λειτουργία τοπικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών, εφόσον είχε χορηγηθεί διοικητική άδεια αυτοτελώς(όχι δηλαδή στο πλαίσιο της διαγωνιστικής διαδικασίας) και βάσει συγκεκριμένων προϋποθέσεων και κριτηρίων (Τσακόπουλος, 2010). Με την εφαρμογή των νόμων αυτού εκδόθηκε μεγάλος αριθμός αδειών ραδιοφωνικών σταθμών και πιο συγκεκριμένα παραχωρήθηκε άδεια εκπομπής σε 280 ραδιοφωνικούς σταθμούς για ένα έτος με δυνατότητα ανανέωσης της άδειας αυτής (Τυροβούζης, 2003). Παράλληλα από το έτος 1989 άρχισαν να λειτουργούν πολλοί ιδιωτικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί χωρίς διοικητική άδεια (Τσακόπουλος, 2010). Η ελευθερία του λόγου στο ραδιόφωνο ακόμα και σήμερα δε προστατεύεται από το Σύνταγμα όπως γίνεται με τον Τύπο¹⁰.

Στις αρχές του 1990 οι ιδιωτικοί σταθμοί αλλά πιο συγκεκριμένα εκείνοι που επικεντρωνόντουσαν στην ενημέρωση του κοινού (ο Σκάι, ο Αντέννα και ο Flash) κατέγραφαν υψηλές ακροαματικότητες και ήταν έντονα πολιτικοποιημένοι (Κούσιου, 2018). Χαρακτηριστικό παράδειγμα ο σταθμός του Σκάι που την περίοδο 1990-1993 «ενεπλέχθη σε διαμάχη με την κυβέρνηση Μητσοτάκη, με τις ακροαματικότητες να χτυπούν κόκκινο» σύμφωνα με το άρθρο της Χριστιάνας Κούσιου (Κούσιου, 2018). Μετά τη χρηματιστηριακή κρίση τα ραδιόφωνα έκαναν περικοπές προσωπικού και προγραμμάτων, ενώ ταυτόχρονα ενισχύθηκαν τα κρατικά ραδιόφωνα που διατήρησαν τον ψυχαγωγικό και ενημερωτικό τους ρόλο καθώς και τα αθλητικά ραδιόφωνα που είχαν πιο ελλιπές πρόγραμμα όσον αφορά την πολιτική ενημέρωση (Κούσιου, 2018). Πιο συγκεκριμένα το 1994 υπολογίζεται ότι σε όλη την Ελλάδα υπήρχαν 1.200 ραδιοφωνικοί σταθμοί, από τους οποίους οι 256 ήταν στο λεκανοπέδιο. Με το νόμο 2328/95, γνωστό και ως νόμο «του Βενιζέλου» γίνεται μια προσπάθεια παρέμβασης της εξουσίας στα θέματα χορήγησης των αδειών (Τυροβούζης, 2003). Πιο συγκεκριμένα λήγουν όλες οι άδειες που είχαν δοθεί με το νόμο 1730/1987 και προβλέπεται να χορηγούνται άδειες για τέσσερα χρόνια (Τυροβούζης, 2003). Χαρακτηριστικό

¹⁰ Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων,2006. «Τετράδια επικοινωνίας. Το ραδιόφωνο στην Ελλάδα» σελ.83

αυτής της χαοτικής κατάστασης που είχε διαμορφωθεί στον οπτικοακουστικό χώρο ήταν ότι σύμφωνα με την έρευνα του Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων, μεταξύ της δεκαετίας 1988 και 1998 ζήτησαν άδεια λειτουργίας 1.734 ραδιοφωνικοί σταθμοί σε όλη τη χώρα, αλλά μέχρι την έναρξη των διαδικασιών του νόμου 2328/1995 κανονική άδεια είχαν πάρει μόνο 122 ιδιωτικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί ανάμεσα τους και δημοτικοί (Τυροβούζης, 2003). Μια δεκαετία μετά, το 2005 το ΕΣΡ καταμέτρησε 777 σταθμούς. Το κοινό της ραδιοφωνίας παρέμεινε σταθερό τη δεκαετία 1990 και 2000 παρά την έλευση της ιδιωτικής τηλεόρασης (Κούσιου, 2018).

Τέλος ερχόμαστε στο σήμερα που λόγο της οικονομικής και πολιτικής κρίσης της χώρας αλλά και λόγω των τεχνικών διευκολύνσεων, ιδιαίτερη διάδοση στο χώρο των ΜΜΕ γνωρίζει το διαδικτυακό ραδιόφωνο που επικεντρώνεται κυρίως σε μουσικό πρόγραμμα, γίνονται ακόμα και προσπάθειες για αυτόνομους σταθμούς από εργαζόμενους σταθμών που έκλεισαν και πλέον διαχειρίζονται μόνοι το πρόγραμμα και την επιχείρηση (Κούσιου, 2018).

2.2. Ιστορική αναδρομή τηλεόρασης στην Ελλάδα μέχρι και πριν την ιδιωτικοποίηση της τηλεόρασης το 1987

Η ιστορία της Ελληνικής τηλεόρασης ξεκινάει το 1951 με το νόμο 1663 που προβλέπει την ίδρυση και λειτουργία ραδιοτηλεοπτικών σταθμών των Ένοπλων Δυνάμεων ενώ ταυτόχρονα προβλέπεται και η λειτουργία της Υπηρεσίας Ενημέρωσης Ένοπλων Δυνάμεων (ΥΕΝΕΔ) που θα είχε την αρμοδιότητα για την εγκατάσταση και λειτουργία ραδιοτηλεοπτικών σταθμών (Γκουγκούμη, 2013). Εν συνέχεια το 1959 κατασκευάζεται ο πρώτος τηλεοπτικός πομπός και γίνονται οι πρώτες πειραματικές εκπομπές από το προσωπικό της 128 Σμηναρχίας Εκπαίδευσης Τηλεπικοινωνιών Ηλεκτρονικών στο Καβούρι Αττικής (Παπανικολάου, 2003). Ένα χρόνο αργότερα, στις αρχές της δεκαετίας του 1960 ξεκινάει η πειραματική μετάδοση τηλεοπτικών εκπομπών στη Θεσσαλονίκη, με τον πρώτο πειραματικό σταθμό να λειτουργεί το 1961 στη Θεσσαλονίκη από τη ΔΕΗ στα πλαίσια της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης και να διαρκεί όσο και η έκθεση (Παπανικολάου, 2003); (Γκουγκούμη, 2013). Η απήχηση στο κοινό ήταν μεγάλη, τα σχέδια για μια πιο μόνιμη τηλεοπτική παρουσία δεν υλοποιήθηκαν αλλά δεν εγκαταλείφθηκαν εντελώς και το εγχείρημα δεν είχε συνέχεια (Βαλούκος, 2008). Δυο χρόνια αργότερα όμως η ΔΕΗ λειτούργησε έναν πειραματικό πομπό τηλεόρασης αυτή τη φορά στην Αθήνα, αλλά πάλι ο σταθμός δε λειτούργησε πολύ λόγω αντιδράσεων από την πλευρά του Εθνικού Ιδρύματος Ραδιοφωνίας (ΕΙΡ), το οποίο είχε την αποκλειστικότητα ως προς τα δικαιώματα παραγωγής και εκπομπής τηλεοπτικών προγραμμάτων σύμφωνα με σχετική Συντακτική Πράξη (Παπανικολάου, 2003).

Αξίζει να αναφερθεί ότι από τα πρώτα πειραματικά βήματα της τηλεόρασης, υπήρχαν χορηγίες και προσφορές προγραμμάτων υποδεικνύοντας ότι η στενή σχέση διαφήμισης, χορηγίας και τηλεόρασης αναπτύχθηκε από την αρχή σύστασης του μέσου (Βαλούκος, 2008). Το 1965 το ζήτημα ίδρυσης τηλεοπτικού σταθμού έρχεται στο προσκήνιο ξανά με το Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας (ΕΙΡ) να δημιουργεί σταθμό με δοκιμαστικές εκπομπές που ξεκίνησαν το φθινόπωρο της ίδιας χρονιάς με επικεφαλής τους Μιχάλη Γιαννακάκο, διευθυντή μελετών του ιδρύματος και τον Γιώργο Κάρτερ συντονιστή των προγραμμάτων (Δάμπασης, 2002). Σχεδόν ταυτόχρονα με το ΕΙΡ το καλοκαίρι του 1965 μια ομάδα οπλιτών και βαθμοφόρων της Γεωγραφικής Υπηρεσίας Στρατού θα πραγματοποιήσουν δοκιμαστικές τηλεοπτικές εκπομπές που θα έχουν ως αποτέλεσμα να δημιουργήσουν την Τηλεόραση των Ένοπλων Δυνάμεων (ΤΕΔ) που άρχισε να εκπέμπει στα τέλη Φεβρουαρίου στο *Κανάλι 10* με τακτικό πρόγραμμα (Δάμπασης, 2002) και η οποία στη συνέχεια θα λειτουργήσει στα πλαίσια της Υπηρεσίας Ενημερώσεως Ένοπλων Δυνάμεων (ΥΕΝΕΔ) από τα τέλη του 1970 έως το 1982 (Παπανικολάου, 2003).

Το 1970 το Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοτηλεόρασης μετεξελίσσεται σε Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας και Τηλεόρασης (Ε.Ι.Ρ.Τ). Το γεγονός ότι η ελληνική τηλεόραση έκανε τα πρώτα της βήματα κατά τη διάρκεια της δικτατορίας είχε ως αποτέλεσμα να θεωρείται ένα μέσο άσκησης της προπαγάνδας. Πιο συγκεκριμένα η Ε.Ι.Ρ.Τ κατευθυνόταν και ελεγχόταν από το κράτος και η ΥΠΕΝΕΔ ήταν υπό την χρήση και τον έλεγχο των Ένοπλων Δυνάμεων και εντασσόταν στην άμεση αρμοδιότητα του Υπουργού Άμυνας (Παπαστάθη, 2017). Οι συνθήκες αυτές επηρέασαν την αντίληψη που δημιουργήθηκε για τον σκοπό και τον ρόλο της τηλεόρασης εφόσον αυτή αναπτύχθηκε σε ένα αυταρχικό πλαίσιο υποστηρίζοντας τα συμφέροντα της εξουσίας (Παπαστάθη, 2017). Το 1975 το Ε.Ι.Ρ.Τ μετονομάζεται σε Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση (ΕΡΤ). Το 1979 η εικόνα της τηλεόρασης από ασπρόμαυρη γίνεται έγχρωμη μέσω του γαλλικού συστήματος Secam έναντι του γερμανικού PAL, εφόσον αυτή ήταν η επιλογή του τότε πρωθυπουργού Κωνσταντίνου Καραμανλή (Βαλούκος, 2008). Η δεκαετία που επακολούθη σημειώνει πολλές αλλαγές στον χώρο της τηλεόρασης λόγω της εισόδου της ιδιωτικής τηλεόρασης (Παπαστάθη, 2017). Με την νίκη του ΠΑΣΟΚ στις εκλογές του '81, υπήρχαν προσδοκίες για μεγάλες αλλαγές στον χώρο της τηλεόρασης που τελικά δεν πραγματοποιήθηκαν. Τέλος το Νοέμβριο του 1982 το κανάλι των Ένοπλων Δυνάμεων ΥΠΕΝΕΔ αποστρατικοποιείται και μετονομάζεται σε ΕΡΤ2 (Δάμπασης, 2002); (Βαλούκος, 2008); (Παπαθανασόπουλος, 1994), διακρινόμενο από το κανάλι της ΕΡΤ η οποία μετονομάστηκε σε ΕΡΤ1. Αυτά τα δυο κανάλια πέρασαν σε έναν πιο στενό έλεγχο σε ότι αφορά τη διοίκηση και το ενημερωτικό πρόγραμμα, με αποτέλεσμα την υπέρ προβολή των κυβερνητικών δραστηριοτήτων και τις συχνές αλλαγές διοικήτων¹¹ για πολιτικούς λόγους (Papathanassopoulos, 1990).

2.2.1. Ιδιωτική Τηλεόραση του 1989 έως σήμερα

Εν όψει του νόμου 1730/1987 που αφορούσε την εισαγωγή των ιδιωτικών σταθμών στα ραδιόφωνα και δεν προέβλεπε τη δημιουργία μη κρατικών τηλεοπτικών σταθμών, είχε ήδη γίνει γνωστή η πρόθεση της κυβέρνησης να χορηγήσει σχετικές άδειες (Παπαθανασόπουλος, 1994). Με το νόμο αυτό λοιπόν η ΕΡΤ1 και ΕΡΤ2 συγχωνεύονται σε έναν ενιαίο φορέα την ΕΡΤ Α.Ε που λειτουργεί ως ανώνυμη εταιρία νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου (Αναγνωστάκη, 2013). Το 1989 ιδρύεται το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης για την εποπτεία του ραδιοτηλεοπτικού πεδίου. Λίγο πριν τις εκλογές του '89 τότε η κυβέρνηση ανακοίνωσε ότι το νέο κυβερνητικό σχήμα που θα προέκυπτε από την εκλογική αναμέτρηση που θα χορηγούσε δυο προσωρινές άδειες για την λειτουργία ιδιωτικών τηλεοπτικών καναλιών (Τυροβούζης, 2003). Αυτές οι άδειες θα δίνονταν μετά από απόφαση τεσσάρων υπουργών της κυβέρνησης Τζανετάκη με το σκεπτικό ότι θα κάνουν δοκιμαστικές και πειραματικές εκπομπές μιας και το μονοπώλιο της μετάδοσης το είχε ακόμα η ΕΡΤ (Τυροβούζης, 2003).

Το 1989 υπό την κυβέρνηση Τζανετάκη, ψηφίστηκε ο νόμος 1866/1989 με τον οποίο καταργήθηκε το κρατικό τηλεοπτικό μονοπώλιο και επιτράπη η χορήγηση αδειών ίδρυσης και λειτουργίας μη κρατικών τηλεοπτικών σταθμών τοπικής εμβέλειας (Τυροβούζης, 2003). Προτεραιότητα δόθηκε σε φορείς που είχαν σχέση με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης, ενώ ο νόμος 1866 δεν λειτούργησε μέχρι σήμερα αφού μετά από την ψήφιση του δεκάδες κανάλια άρχιζαν να καταλαμβάνουν τις συχνότητες και όχι μόνο με τοπική εμβέλεια (Τυροβούζης, 2003). Με τον παραπάνω νόμο δόθηκαν δυο προσωρινές άδειες λειτουργίας στους τηλεοπτικούς σταθμούς *Mega Channel* και *Νέα Τηλεόραση*, με τον δεύτερο σταθμό να μην λειτουργήσει ποτέ (Παπαστάθη, 2017). Το Mega

¹¹ Στο διάστημα 1981-1989 άλλαξαν στην ΕΡΤ 13 πρόεδροι και γενικοί διευθυντές και 16 διευθυντές ειδήσεων. (Παπαθανασόπουλος, 1994)

Channel ξεκίνησε την πρώτη εκπομπή σήματος στις 20 Νοεμβρίου του 1989, ενώ στις 31 Δεκεμβρίου του 1989 ξεκίνησε εκπομπή σήματος ο Ant1 (Παπαστάθη, 2017), λίγο αργότερα τον Ιανουάριο του 1990 άρχισε να εκπέμπει και το Κανάλι 29 των εκδοτών της Αυριανής, Γιώργου και Μάκη Κουρή έχοντας εξασφαλίσει πρώην μηχανήματα της EPT με εκπομπές πολιτικού χαρακτήρα (Βαλσάμη, 2017). Με την πάροδο λίγων μηνών το ένα τηλεοπτικό κανάλι άρχισε να εμφανίζεται μετά το άλλο στην Ελλάδα εκπέμποντας είτε πανελλαδικά είτε τοπικά (Αναγνωστάκη, 2013). Τον Φεβρουάριο του 1990 ξεκίνησε να εκπέμπει το New Channel του οποίου πρώτος ιδιοκτήτης ήταν ο τότε δήμαρχος της Θεσσαλονίκης Σωτήρης Κουβέλας ο οποίος είχε υπό την ιδιοκτησία του και τον τηλεοπτικό σταθμό TV100, ενώ τα δυο αυτά κανάλια είχαν συνεργαστεί πολλές φορές μεταξύ τους ανταλλάζοντας δελτία ειδήσεων αλλά και προγράμματα (Βαλσάμη, 2017). Ως προσπάθεια προσέγγισης της ομογένειας και του διεθνούς κοινού το 1990 αρχίζει η μετάδοση του δορυφορικού προγράμματος της EPT στην Ευρώπη και στην Μέση Ανατολή μέσα από τη συμφωνία των κυβερνήσεων Ελλάδας και Κύπρου (Παπανικολάου, 2003).

Τον Ιούλιο του 1993 η κυβέρνηση αποφάσισε την χορήγηση αδειών επτά ετών πανελλαδικής εμβέλειας στους εξής σταθμούς: Mega, Antenna, New Channel, Seven X, Νέα Τηλεόραση και Κανάλι 29 (Τυροβούζης, 2003). Ενώ άδειες τοπικής εμβέλειας στην Αθήνα πήραν οι Tele City, Super Hellas, ΤηλεΤώρα ενώ στη Θεσσαλονίκη η Μακεδονία TV, και στην Μακεδονία η TV 100 (Τυροβούζης, 2003). Μέχρι το 1993 δεν ήταν γνωστός ο αριθμός των διαθέσιμων συχνοτήτων ούτε το πόσες άδειες μπορούσαν να χορηγηθούν. Στις 21 Σεπτεμβρίου του 1993 άρχισε να εκπέμπει για πρώτη φορά το κανάλι του ΣΚΑΙ με έμφαση στην ενημέρωση και στα αθλητικά¹². Παράλληλα με τα γεγονότα που συνέβαιναν η συνδρομητική τηλεόραση έκανε την εμφάνισή της στην Ελλάδα τον Οκτώβριο του 1994 όταν οι ελληνικές αρχές χορήγησαν άδεια για την λειτουργία του πρώτου συνδρομητικού καναλιού του Filmnet που ανήκει στην εταιρία Multichoice/ Netmed Hellas και είναι μέρος του ομίλου NetMed NV (Αραμπατζή, 2012). Ωστόσο για να μπορέσει να λειτουργήσει το εγχείρημα της συνδρομητικής τηλεόρασης στην Ελλάδα, η Multichoice/ Netmed Hellas μίσθωσε μια από τις συχνότητες της EPT με σκοπό να προσφέρει την επιλογή μετάδοσης ψυχαγωγικού προγράμματος που αποτελούνταν από κινηματογραφικές ταινίες και ζωντανούς αγώνες ποδοσφαίρου και μπάσκετ (Αραμπατζή, 2012). Τον Αύγουστο του 1996 η Multichoice/ Netmed Hellas εισήγαγε άλλα δυο κανάλια στην συνδρομητική τηλεόραση αφότου μίσθωσε μια δεύτερη συχνότητα της EPT, το Supersport ένα κανάλι που μεταδίδει νέα και ειδήσεις και αγώνες αθλητικού περιεχομένου και το κανάλι K-TV που μεταδίδει κινούμενα σχέδια παιδικού περιεχομένου (Αραμπατζή, 2012). Με την προώθηση αυτών των δυο καναλιών έλπιζε να αυξήσει τους συνδρομητές της, και για να το καταφέρει αυτό αγόρασε τα τηλεοπτικά δικαιώματα των πρωταθλημάτων ποδοσφαίρου και μπάσκετ με αποτέλεσμα η προβολή αγώνων ελληνικού πρωταθλήματος κάθε εβδομάδα ευρωπαϊκών αγώνων ποδοσφαίρου και αγώνων μπάσκετ στο Ηνωμένο Βασίλειο, την Ισπανία, την Λατινική Αμερική, την Γερμανία και την Ολλανδία είχε ως αποτέλεσμα το 2000 ο αριθμός των συνδρομητών να φτάσει στους 290.000 (Αραμπατζή, 2012).

Με την υπουργική απόφαση 1558/Ε, ΦΕΚ Νο785, 1.9.97 διαμορφώθηκαν οι συχνότητες και οι τεχνικές προδιαγραφές για τη λειτουργία ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών (Τυροβούζης, 2003). Σύμφωνα με την παραπάνω απόφαση προβλέπονται 397 δίαυλοι σε 38 κέντρα εκπομπής, 6 άδειες λειτουργίας εθνικής εμβέλειας, 58 άδειες λειτουργίας τοπικής εμβέλειας, και 26 άδειες ειδικά για την Αττική (Τυροβούζης, 2003). Το 1998 η οικονομική κρίση χτύπησε τον όμιλο Αλαφούζου που οδηγήθηκε στην πώληση του σταθμού και την μετέπειτα μετατροπή του στον Alpha (Λεάνδρος, 2013). Τον Μάρτιο του 1998 έληξε η προθεσμία κατάθεσης αιτήσεων για άδειες χορήγησης λειτουργίας σε κανάλια πανελλαδικής, περιφερειακής και τοπικής εμβέλειας ενώ όσοι είχαν καταβάλει εμπρόθεσμα τα χαρτιά τους θεωρήθηκε ότι λειτουργούν νόμιμα σύμφωνα με την παράταση που είχε δοθεί από τον τότε υπουργό Τύπου Δημήτρη Ρέππα με την απόφαση 4786/ε3/3/99 (Τυροβούζης, 2003). Τον Δεκέμβριο του 2000 το ΕΣΡ «διαβίβασε τη γνωμοδότηση του Συμβουλίου για τις άδειες

¹² «Έναρξη τηλεοπτικού σταθμού ΣΚΑΪ 21-09-1993», 1993, Πηγή: <https://www.youtube.com/watch?v=NdPC-zCGNj4>

στους ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς Αττικής και Θεσσαλονίκης και τους φακέλους υποψηφιοτήτων για δέκα τηλεοπτικούς σταθμούς πανελλαδικής εμβέλειας στον Κ. Δημήτρη Ρέππα προκειμένου να ληφθεί απόφαση για τη χορήγηση έξι αδειών» (Τυροβούζης, 2003). Τουλάχιστον μέχρι τις αρχές του 2002 εκείνοι αλλά και πολλοί άλλοι τηλεοπτικοί σταθμοί επέμψαν παράνομα είτε θεωρούνταν νόμιμοι λειτουργούντες αν και δεν διέθεταν άδεια (Τυροβούζης, 2003). Την δεκαετία του 2000 δεν υπήρχαν σημαντικές αλλαγές, τα ιδιωτικά κανάλια να μην κυριαρχούσαν αλλά έχαναν σταδιακά θεατές ενώ τα δημόσια κανάλια να ανταγωνίζονται τα ιδιωτικά.

Το 2006 ξεκίνησαν οι προσπάθειες για την μετάβαση στην ψηφιακή τηλεόραση, τόσο οι νομοθετικές με τον νόμο 3592/2007 όσο και οι τεχνικές από τα κανάλια με προγραμματισμένη τελικά ημερομηνία το 2012 (Parathanasopoulos, 2014). Τελικά ολοκληρώθηκαν οι προετοιμασίες στις 6 Φεβρουαρίου του 2015 καθυστερημένα πολύ σε σχέση με άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹³.

Η οικονομική κρίση που ξέσπασε στην χώρα μας το 2008 άρχισε να γίνεται αντιληπτή στα κανάλια κυρίως μετά το 2010 (Λέανδρος, 2013). Εξαιτίας της κρίσης έκλεισε το ALTER το 2012 ένα πανελλαδικής εμβέλειας κανάλι, και δεκάδες τοπικής και περιφερειακής εμβέλειας κάθε χρονιά. Το 2018 δεν ήταν λίγες οι φορές που το κοινό ενημερωνόταν για το ενδεχόμενο κλείσιμο του MEGA μιας και ο σταθμός από το 2012 αντιμετώπιζε σοβαρά οικονομικά προβλήματα ενώ από το 2016 άρχισε να προβάλλει στο πρόγραμμα του αποκλειστικά αρχείο σε επανάληψη. Ταυτόχρονα δεν είναι μόνο αυτά τα προβλήματα που απέφερε η οικονομική κρίση στο πέρασμα της, συχνό φαινόμενο στην τηλεόραση όσον αφορά στο ψυχαγωγικό κομμάτι είναι η μετάδοση ξένων σειρών κυρίως τούρκικης και κυπριακής παραγωγής στα ιδιωτικά κανάλια, λόγω της μείωσης των εσόδων από τις διαφημίσεις αλλά και του προϋπολογισμού των καναλιών. Από την άλλη είναι και το φαινόμενο της επανάληψης και της σύμπτωσης του περιεχομένου ιδιαίτερα στους σταθμούς που βρίσκονται υπό την ίδια ιδιοκτησία όπως ο ANTENNA και το Μακεδονία TV (Βώβου, 2013). Στις 27 Απριλίου του 2011 πραγματοποιείται η πρώτη ζωντανή μετάδοση ελεύθερου σήματος υψηλής ευκρίνειας (high definition) από το πρόγραμμα της EPT HD, μέσω της επίγειας ψηφιακής τηλεόρασης ενώ στις 27 Ιανουαρίου του 2016 ξεκίνησαν σταδιακά οι ιδιωτικοί σταθμοί εθνικής εμβέλειας να μεταδίδουν ταυτόχρονα το σήμα τους σε υψηλή ευκρίνεια ξεκινώντας πρώτοι ο SKAI και το STAR. Τα μεσάνυχτα της 11^{ης} Ιουνίου του 2013 ανακοινώθηκε το κλείσιμο της EPT από την συγκυβέρνηση με αποτέλεσμα την απόλυση περίπου 2.800 υπαλλήλων (Γαλάνης, 2013). Οι εργαζόμενοι ωστόσο εξακολουθούσαν να εκπέμπουν το πρωί μέσω του ιστοτόπου της τηλεόρασης, ενώ σε ένδειξη αλληλεγγύης καλούν τους πολίτες να συγκεντρωθούν στο ραδιομέγαρο της Μεσογείων (Γαλάνης, 2013). Η διακοπή σήματος από την EPT είχε προκαλέσει προβλήματα και στη μετάδοση ξένων τηλεοπτικών δικτύων που μεταδίδονται στην Ελλάδα με ψηφιακό σήμα. Πιο συγκεκριμένα δεν γίνεται ψηφιακή μετάδοση του PIK (RIKSAT), του BBC και της Deutsche Welle, που ανήκουν όλα στο ίδιο «μπουκέτο» της ERT Digital (μαζί με το κανάλι της Βουλής). Στο δελτίο των 18:00 ο υπουργός Σ. Κεδικόγλου χαρακτήρισε την EPT «θύλακα αδιαφάνειας» και τον τρόπο λειτουργίας της «σκανδαλώδη», και με αυτό τον τρόπο ανακοίνωσε το κλείσιμο της δημόσιας τηλεόρασης (Γαλάνης, 2013). Τρεις εβδομάδες μετά την εισβολή των ΜΑΤ στο ραδιομέγαρο της EPT, η δημόσια τηλεόραση βρίσκεται σε ένα μετέωρο στάδιο μεταξύ μεταβατικού και μόνιμου αφού η κανονική λειτουργία της NEPIT θα καθυστερήσει. Από την άλλη πλευρά, οι πρώην εργαζόμενοι της EPT συνεχίζουν τις προσπάθειες τους να μεταδώσουν μέσω www.ertopen.com διαδικτυακό ραδιόφωνο και τηλεοπτικό πρόγραμμα, χωρισμένοι σε εννέα ομάδες που θα αναλάβουν διαφορετικούς τομείς (Γαλάνης, 2013). Έξι μήνες αργότερα και πιο συγκεκριμένα στις 27 Ιανουαρίου του 2014, με απόφαση που δημοσιεύτηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως και που υπογράφηκε από τον υπουργό

¹³ «Το χρονοδιάγραμμα ολοκλήρωσης της επίγειας ψηφιακής τηλεόρασης», Το Βήμα, 29/10/2014. Πηγή: <http://www.tovima.gr/media/article/?aid=645540>

Οικονομικών κ. Γιάννης Στουρνάρας και τον αρμόδιο για την δημόσια τηλεόραση υφυπουργό κ. Παντελής Καψής, η διαχείριση της Δημόσιας Τηλεόρασης περνάει στην NEPIT ΑΕ. Ένα χρόνο αργότερα, τον Μάρτιο του 2015 σύμφωνα με το άρθρο του Δημήτρη Γαλάνη στην εφημερίδα *Το Βήμα*, βασική προεκλογική δέσμευση της κυβέρνησης ήταν η αποκατάσταση της ΕΡΤ με το νομοσχέδιο για την επαναλειτουργία της να δέχεται τις τελευταίες διορθώσεις (Γαλάνης, 2015). Το νομοσχέδιο προέβλεπε την ανανέωση όλων των συμβάσεων αορίστου χρόνου που υπήρχαν στην ΕΡΤ τον Ιούνιο του 2013, από αυτή την «αναβίωση» εξαιρούνται το προσωπικό ειδικών θέσεων, οι ειδικοί σύμβουλοι, όσοι δεν επιθυμούν να επιστρέψουν στην ΕΡΤ, και όσοι είναι συνταξιούχοι, ταυτόχρονα διατηρούνται και οι συμβάσεις αορίστου χρόνου που είχαν δοθεί στην NEPIT (Γαλάνης, 2015). Ο νόμος υπ' αριθμό 4324(ΦΕΚ Α 44/2015) υπερψηφίστηκε στις 29 Απριλίου και η ΕΡΤ εξέπεμψε ξανά στις 11 Ιουνίου του 2015 (Σταυρόπουλος, 2015).

2.2.2. Τι γίνεται τελικά με τις τηλεοπτικές άδειες;

Εισαγωγικά θα πρέπει να αναφερθεί ότι για την χορήγηση, ανανέωση ή ανάκληση για άδειες ίδρυσης, λειτουργίας και εγκατάστασης των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών το ΕΣΡ είναι αρμόδιο αποκλειστικά, όπως και για τους όρους και τις προϋποθέσεις του διαγωνισμού, με βάση το νόμο 4339/2015 (Παπαδάκου, 2017). Σύμφωνα με απόφαση του Υπουργού Τύπου και ΜΜΕ το Σεπτέμβριο κάθε έτους και αν εφόσον υπάρχουν διαθέσιμες συχνότητες προκηρύσσεται ένας συγκεκριμένος αριθμός θέσεων αδειών κατά κατηγορία σταθμών με σκοπό να είναι διαθέσιμο ένα 40% των επίγειων συχνοτήτων σε σταθμούς τοπικής και περιφερειακής εμβέλειας (Μουστακλή, 2015). Το θέμα με τις τηλεοπτικές άδειες για τα ιδιωτικά κανάλια δεν είχε λυθεί από το 1989, οι προσωρινές άδειες που είχαν δοθεί τότε αναθεωρήθηκαν ενώ μια άλλη άγωνα προσπάθεια για χορήγηση αδειών είχε γίνει το 1993-1994 αλλά και πάλι σημειώθηκαν καθυστερήσεις (Παπαθανασόπουλος, 1994).

Στο διαγωνισμό για τις τηλεοπτικές άδειες πανελλαδικής εμβέλειας που έγινε το 2016 η Τηλέτυπος ΑΕ η εταιρία που της ανήκει το κανάλι Mega κατέθεσε αίτηση για άδεια η οποία απορρίφθηκε από το αρχικό στάδιο επειδή οι φάκελοι που κατέθεσαν είχαν ελλιπή στοιχεία. Μαζί με την αίτηση του Mega απορρίφθηκαν και οι αιτήσεις των Dimera Media Investments Limited με έδρα την Κύπρο και ο Ανεξάρτητος Τηλεοπτικός Πάροχος Περιεχομένου Ανώνυμη Εταιρία του Ίβαν Σαββίδη (Γραμμέλη, 2016). Ενώ οι υποψήφιοι σταθμοί που περνούσαν στην επόμενη φάση είναι οι εξής: Ειδήσεις Ντοτ Κομ Ανώνυμη Ραδιοτηλεοπτική και Εμπορική Εταιρεία Παροχής Πληροφοριών και Ενημέρωσης (ΣΚΑΪ ΑΕ), Νέα Τηλεόραση Ανώνυμη Εταιρεία (NTV), Antenna TV Ανώνυμος Εταιρεία, Alpha Δορυφορική Τηλεόραση Α.Ε. (Alpha), Ιωάννης-Βλαδίμηρος Χ. Καλογρίτσας Τηλεόραση Πανελλαδικής Κάλυψης Μονοπρόσωπη Ανώνυμη Εταιρεία (Τ.Π.Κ. μ.α.ε.), Ραδιοτηλεοπτική ΑΕ (Ε RADIOTV), Άλτερ Εγκο Επιχείρηση Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης Ανώνυμος Εταιρεία (ΑΛΤΕΡ ΕΓΚΟ ΜΜΕ ΑΕ) (Γραμμέλη, 2016). Όλα αυτά όμως ακυρώθηκαν αφού ο νόμος κρίθηκε αντίθετος με το άρθρο 15 παρ. 2 του Συντάγματος και πιο συγκεκριμένα ότι αντίκειται στη συγκεκριμένη συνταγματική διάταξη το άρθρο 2 παρ. 2 του νόμου 4339/2015 (Παπαδάκου, 2017). «Την απόφαση για την αντισυνταγματικότητα του νόμου ανακοίνωσε ο ίδιος ο πρόεδρος του Ανωτάτου Δικαστηρίου κ. Ν. Σακελλαρίου, ο οποίος τόνισε ότι λόγω της απόφασης η οποία ελήφθη με ψήφους 14 – 11, ακυρώνεται η απόφαση του τότε υπουργού Επικρατείας για τη μεταβίβαση των αρμοδιοτήτων σε αυτόν σχετικά με τις τηλεοπτικές άδειες και ακόμα ακυρώνεται η απόφαση του ΓΓ Ενημέρωσης περί σύστασης πενταμελούς επιτροπής για τη διενέργεια του διαγωνισμού χορήγησης τηλεοπτικών αδειών» (Παπαδάκου, 2017). «Το σκεπτικό της απόφασης αναμένει και το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης προκειμένου να ξεκινήσει τον διαγωνισμό για τις τηλεοπτικές άδειες» σύμφωνα με την Παπαδάκου Γιάννα στο άρθρο της στο *Βήμα* (Παπαδάκου, 2017). Όπως εκτίμησε ο αντιπρόεδρος του ΕΣΡ κ. Μορώνης στην αρμόδια επιτροπή της Βουλής «τέλος του 2017 ή το 2018 θα διεξαχθεί ο νέος

διαγωνισμός για την αδειοδότηση των σταθμών και ότι η διαδικασία θα διαρκέσει τουλάχιστον δυο μήνες από την δημοσιοποίηση της προκήρυξης ενώ το τίμημα θα ανέλθει στα 35.000.000 ευρώ» (Αντωνόπουλος, 2017). Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με τον αντιπρόεδρο του ΕΣΡ κ. Μορώνη «τα 35 εκατομμύρια υπολογίστηκαν από την διαίρεση των 240 εκατομμύρια ευρώ με τον αριθμό 7 που είναι και οι άδειες» (Αντωνόπουλος, 2017). Ενώ για το πώς προκύπτει ο αριθμός 7 των αδειών σημείωσε ότι «τα κανάλια που χωράνε την συγκεκριμένη στιγμή είναι 12 αλλά λόγω ότι η ΕΡΤ απασχολεί τον ένα πολυπλέκτη της Digea ο αριθμός αυτόματα μειώνεται στο 9 και δεν επελέγη καθώς κρίνεται σκόπιμο να κρατηθεί φάσμα για δυο ή τρία κανάλια θεματικού ενδιαφέροντος», ενώ ο κ. Κουτρουμάνος ανέφερε ότι «προέκυψε από οικονομικά και κοινωνικά κριτήρια» (Αντωνόπουλος, 2017). Για την χορήγηση των 7 αδειών οι 4 τηλεοπτικοί σταθμοί ζητούσαν να παγώσει η διαγωνιστική διαδικασία με τιμή εκκίνησης τα 35 εκατομμύρια ευρώ και υποστήριζαν ότι οι αποφάσεις των Υπουργών Ψηφιακής Πολιτικής και Οικονομικών είναι αντισυνταγματικές και αντίθετες στην ελληνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία και στην ΕΣΔΑ (Μάνδρου, 2018). Βάσει των προαναφερθέντων η Ολομέλεια του Συμβουλίου της Επικράτειας απέρριψε τις αιτήσεις των ασφαλιστικών μέτρων και προσφυγών των τεσσάρων τηλεοπτικών σταθμών (Ant1, Alpha, Star, ΣΚΑΪ) (Μάνδρου, 2018). Τον Ιανουάριο του 2018 το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης έλαβε 6 προσφορές από τις εταιρίες που εκπροσωπούν τα κανάλια (Ant1, Alpha, Star, Epsilon, Σκαι και Τηλεοπτική Ελληνική ΑΕ) για τον διαγωνισμό αδειοδότησης τηλεοπτικών σταθμών (Μανδραβέλης, 2018). Κατά το άνοιγμα των προσφορών στόχος ήταν να ελεγχτεί αν τηρήθηκε ο όρος του διαγωνισμού περί ύπαρξης μετοχικού κεφαλαίου ανερχόμενου στα 8 εκατομμύρια ευρώ, ενώ οι υποψήφιοι ενδιαφερόμενοι ελέγχθηκαν για την φερεγγυότητα κάλυψης της πρώτης από τις δέκα συνολικά δόσεις της άδειας που ανέρχεται στα 3.5 εκατομμύρια ευρώ (Μανδραβέλης, 2018). Ωστόσο έκπληξη προκαλεί η μη συμμετοχή του Mega στον διαγωνισμό αλλά και της εταιρίας Alter Ego που ελέγχει το πρώην συγκρότημα Λαμπράκη (Μανδραβέλης, 2018).

Στις 13 Μαρτίου του 2018 συνεδρίασε το ΕΣΡ και αποφάσισε τον τερματισμό της λειτουργίας του Mega, πιο συγκεκριμένα το διατακτικό της απόφασης αναφέρει ότι: «Το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης αναγνωρίζει ότι ο τηλεοπτικός σταθμός με το διακριτικό τίτλο «MEGA CHANNEL» εμπίπτει στη ρύθμιση του άρθρου 28 παρ. 10 του Ν. 4496/2017 και υποχρεώνει τη λειτουργούσα αυτόν εταιρία με την επωνυμία «ΤΗΛΕΤΥΠΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ» να τερματίσει τη λειτουργία του» (Γράμμελη, 2018). Η απόφαση λήφθηκε κατά πλειοψηφία με 6 ψήφους θετικών και 3 αρνητικούς, ενώ πιο συγκεκριμένα το σκεπτικό της απόφασης αναφέρει ότι: « Ο τηλεοπτικός σταθμός με το διακριτικό τίτλο «MEGA CHANNEL» λειτούργησε επί πολλά έτη με βάση σχετικές διοικητικές πράξεις ως ενημερωτικός σταθμός εθνικής εμβέλειας, δεν έλαβε δε μέρος στην διαδικασία αδειοδότησης τηλεοπτικών σταθμών εθνικής εμβέλειας ενημερωτικού χαρακτήρα, που άρχισε με την προκήρυξη 1/2017 του ΕΣΕ(δημοσιευθείσα την 27/11/2017). Ο σταθμός αυτός δεν είχε υποβάλλει δήλωση αλλαγής φυσιογνωμίας του προγράμματος του, είναι δε κοινώς γνωστό (πανελλήνιο πασίδηλο) ότι από το μήνα Σεπτέμβριο του 2016 διέκοψε τη μετάδοση ειδήσεων και ενημερωτικών προγραμμάτων», προσθέτοντας ότι « πρέπει να αποφασιστεί ο τερματισμός της λειτουργίας του» (Γράμμελη, 2018). Με τον τρόπο αυτό τα μέλη του ΕΣΡ απέρριψαν το βασικό επιχείρημα του καναλιού ότι από τον Οκτώβριο του 2017 εκπέμπει μόνο ψυχαγωγικό πρόγραμμα και είναι θεματικό κανάλι, γεγονός που του εξασφαλίζει εκπομπή μέχρι την προκήρυξη του διαγωνισμού για τις θεματικές άδειες. Πλέον η απόφαση του ΕΣΡ θα αναρτηθεί ηλεκτρονικά στη Διαύγεια και θα σταλεί στην Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) η οποία με τη σειρά της θα ενημερώσει τη Digea για να ρίξει το σήμα εκπομπής του Mega (Γράμμελη, 2018). Η μοναδική λύση για να δοθεί «παράταση ζωής» για το κανάλι του Mega είναι το Διοικητικό Συμβούλιο της Τηλέτυπος να δώσει εντολή στους δικηγόρους της εταιρίας να καταθέσουν ασφαλιστικά μέτρα και προσφυγή αναίρεσης της απόφασης στο ΣΤΕ (Γράμμελη, 2018). Εάν και εφόσον αυτά τα ασφαλιστικά μέτρα γίνουν δεκτά το Mega μπορεί να συνεχίσει να εκπέμπει έως και την εκδίκαση της υπόθεσης η οποία μπορεί να γίνει από ένα μήνα έως και ένα χρόνο (Γράμμελη,

2018). Οι τελευταίες εξελίξεις της εφημερίδας *Η Καθημερινή* στο άρθρο της Ιωάννας Μάνδρου «Ο πρόεδρος του ΣΤΕ «παγώνει» το μαύρο του Mega», είναι λίγο ελπιδοφόρες μιας και εξιστορούν το «πάγωμα» της απόφασης του ΕΣΡ μέχρι να συζητηθεί η αίτηση αναστολής που έχει καταθέσει η διοίκηση της Τηλέτυπος και έως ότου κριθεί η απόφαση του ΕΣΡ στην δίκη που αναμένεται στις 4 Μαΐου του 2018 (Μάνδρου, 2018).

3. ΠΩΣ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΑ ΜΜΕ

3.1. Οικονομική κρίση

3.1.1. Τι αποκαλούμε Οικονομική Κρίση

Η έννοια της οικονομικής κρίσης περιγράφει το φαινόμενο, κατά το οποίο μια οικονομία χαρακτηρίζεται από μια διαρκή και αισθητή μείωση της οικονομικής της δραστηριότητας. Με τον όρο οικονομική δραστηριότητα εννοούμε την απασχόληση, το εθνικό προϊόν, τις επενδύσεις κλπ (Χαρδούβελης, 2011).

Η οικονομική κρίση, περιγράφει τη φάση καθόδου της οικονομίας και η εμφάνιση της για πολλούς σημαίνει την ευκαιρία αλλαγής των λανθασμένων μηχανισμών που ακολουθήθηκαν στο παρελθόν και επικράτησης νεώτερων. Η κρίση αυτή, ορίζεται από την λογική αλληλουχία στην οποία περιλαμβάνεται η μεγέθυνση, η ύφεση, η καινοτομία και η παρακμή (Χαρδούβελης, 2011).

Σύμφωνα με την οικονομική θεωρία, ο οικονομικός κύκλος χωρίζεται σε τέσσερις φάσεις, η χρονική διάρκεια των οποίων δεν είναι δεδομένη, αλλά εξαρτάται από μια σειρά από παράγοντες και κυρίως από το βάθος της κρίσης και τις κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις της. Σε γενικές γραμμές και χωρίς να αποκλείονται ταλαντεύσεις και πισωγυρίσματα στα πλαίσια ενός και μόνο κύκλου, οι φάσεις είναι:

- Η φάση της κρίσης. Στα όριά της σημειώνεται συνεχής πτώση της παραγωγής. Στην εξεταζόμενη, δηλαδή, περίοδο έχουμε μικρότερο όγκο παραγωγής εμπορευμάτων από την προηγούμενη.
- Η φάση της ύφεσης. Η έναρξη της φάσης αυτής αρχίζει όταν σταματάει η πτωτική τάση της παραγωγής και η οικονομία περνά σε μια φάση στασιμότητας.
- Η φάση της ανάκαμψης. Εδώ η παραγωγή παρουσιάζει αυξητική τάση, αλλά το επίπεδό της δεν έχει καλύψει ακόμα τα προ της κρίσης επίπεδα και υπολείπεται από αυτά.
- Η φάση της ανόδου. Η παραγωγή έχει καλύψει τα προ-κρίσης επίπεδα και εξακολουθεί να εξελίσσεται με αυξανόμενους ρυθμούς, μέχρι να ξεσπάσει η νέα κρίση.

Αυτό που αποκαλούμε «οικονομική κρίση» είναι αυτό που η θεωρία της οικονομίας ονομάζει φάση ύφεσης, η δεύτερη φάση δηλαδή κατά τη διάρκεια ενός οικονομικού κύκλου. Πιο συγκεκριμένα, η φάση της ύφεσης χαρακτηρίζεται από εκτεταμένη ανεργία, έλλειψη επενδύσεων και ανεπαρκή ζήτηση καταναλωτικών αγαθών. Αυτό σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις που παράγουν τόσο καταναλωτικά όσο και κεφαλαιουχικά αγαθά έχουν αχρησιμοποίητη ή πλεονάζουσα παραγωγική δυναμικότητα. Επί πρόσθετα, η παραγωγή και τα εισοδήματα βρίσκονται στο χαμηλότερο επίπεδο τους, οι τιμές, αν δεν μειώνονται, τουλάχιστον δεν αυξάνονται ή αυξάνονται ελάχιστα και τα κέρδη των επιχειρήσεων είναι χαμηλά. Μάλιστα πολλές επιχειρήσεις έχουν ζημιές αντί για κέρδη. Το γενικό επιχειρηματικό κλίμα δεν είναι ευνοϊκό για την ανάληψη επενδύσεων και επικρατεί απαισιοδοξία για το μέλλον. Η ένταση των παραπάνω φαινομένων διαφέρει από κύκλο σε κύκλο. Όσο περισσότερο έντονα είναι τα συμπτώματα αυτά, τόσο πιο βαθιά είναι η ύφεση. Τέτοια ήταν η μεγάλη ύφεση του 1930 που συντάραξε τις προηγούμενες καπιταλιστικές χώρες και κυρίως τις ΗΠΑ (Χαρδούβελης, 2011)

3.1.2. Τα πλαίσια της παγκόσμιας κρίσης χρέους

Η κατάσταση της διεθνούς αλλά και της εθνικής οικονομίας σήμερα αντιμετωπίζουν ίσως τη μεγαλύτερη ύφεση μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Σύμφωνα με τους Aizenman & Jinhajak «η χρηματοοικονομική κρίση, ξεκίνησε στις ΗΠΑ πριν από το 2008, μετατράπηκε σε κρίση χρηματοπιστωτικού συστήματος σε παγκόσμια βάση και μεταφέρθηκε στην πραγματική οικονομία με ταχύ ρυθμό» (Aizenman, 2009). Μια σειρά από γεγονότα, που μέχρι πριν από τρία χρόνια φάνταζαν απίθανο να συμβούν, οδήγησαν τους παγκόσμιους ρυθμούς ανάπτυξης σε απότομη πτώση και εκτόξευσαν την ανεργία και την ανασφάλεια στο σύνολο σχεδόν των χωρών. Η κρίση ξεκίνησε πριν από το 2008, η Ομοσπονδιακή Τράπεζα των ΗΠΑ έπαιζε τον παραδοσιακό ρόλο των κεντρικών τραπεζών, την άσκηση της νομισματικής πολιτικής και σε πολύ σπάνιες περιπτώσεις λειτούργησε ως δανειστής έσχατης ανάγκης (Tully, 2006).

Επειδή η FED επηρεάζει τη διαθεσιμότητα και την τιμή του κεφαλαίου οδήγησε ορισμένους να υποστηρίζουν ότι έτσι ενίσχυσε τη ζήτηση για επικίνδυνα περιουσιακά στοιχεία κρατώντας χαμηλά τα επιτόκια, δηλαδή τα χαμηλά επιτόκια οδήγησαν στην φούσκα των ακινήτων, αλλά αυτή η άποψη είναι μόνο η μία πλευρά του ζητήματος γιατί υπάρχει και η θέση του προέδρου της ομοσπονδιακής τράπεζας, που λέει ότι υπάρχουν και άλλοι λόγοι που μπορούν να εξηγήσουν την ρευστότητα στην αμερικανική οικονομία όπως η εισροή κεφαλαίων από τις ασιατικές χώρες και η συστημική αλληλεξάρτηση των οικονομιών (Keller, 2008); (Stocker, 2008).

Η χαλαρή νομισματική πολιτική που ακολουθήθηκε από τις αρχές του 2000, επιδείνωσε τόσο τις εγχώριες μακροοικονομικές ανισορροπίες των ΗΠΑ, όσο και τις παγκόσμιες ανισορροπίες. Η φούσκα των ακινήτων οδήγησε πολλά νοικοκυριά της εργατικής τάξης να επωμιστούν μεγάλες υποχρεώσεις. Την ίδια στιγμή μια ολέθρια μείωση των αποταμιεύσεων στις ΗΠΑ, έλαβε χώρα. Ταυτόχρονα, κατά την περίοδο πριν την κρίση η υπερβολική αύξηση των αποταμιεύσεων προερχόμενη κυρίως από την Κίνα, την Ιαπωνία, τη Γερμανία και τις χώρες εξαγωγής πετρελαίου, διατηρούσε τα μακροπρόθεσμα επιτόκια χαμηλά (Keller, 2008); (Stocker, 2008).

3.1.3. Το χρονικό της παγκόσμιας κρίσης του 2008

Αναφορικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που φαίνεται να είχε η οικονομική κρίση του 2008, η αρχή της τοποθετείται το 2006, δηλαδή την εποχή που ο τομέας των ακινήτων οδηγήθηκε σε μεγάλη χρεοκοπία των στεγαστικών δανείων κυμαινόμενου επιτοκίου. Η συγκεκριμένη στρέβλωση μεταφέρθηκε, στη συνέχεια, στην αγορά των στεγαστικών δανείων τα οποία ανήκαν στην κατηγορία της μειωμένης εξασφάλισης (Χαρδούβελης, 2011).

Κατά τη διάρκεια των ετών 2000-2007, μπορεί να υποστηριχθεί η άποψη πως, η παγκόσμια οικονομία λειτουργούσε σε ένα περιβάλλον απεριόριστης αισιοδοξίας. Πιο αναλυτικά, κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης περιόδου, σημειώθηκε η υψηλότερη μέση παγκόσμια ανάπτυξη των τελευταίων ετών (Χαρδούβελης, 2011).

Στα πλαίσια της λειτουργίας του χρηματοοικονομικού τομέα η αισιοδοξία που επικρατούσε, ήταν ακόμα μεγαλύτερη. Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980, στις αναπτυσσόμενες οικονομίες της Ευρώπης και των Η.Π.Α., ο χρηματοοικονομικός τομέας είχε σημειώσει ιδιαίτερα σημαντική εξέλιξη, με τεράστια έσοδα και αγοραία προστιθέμενη αξία, της οποίας το ειδικό βάρος στην οικονομία διαρκώς αυξάνονταν. Πιο αναλυτικά, ο χρηματοοικονομικός τομέας μεγεθυνόταν και εμφανιζόταν ατρόμητος, ξεπερνώντας τα όρια λειτουργίας του ως απλού

διαμεσολαβητικού μηχανισμού αλλά και τις δυνατότητες ουσιαστικού ελέγχου από εθνικές κυβερνήσεις, αρχές και τους υπάρχοντες διεθνείς οργανισμούς (Χαρδούβελης, 2011).

Η αισιοδοξία, όπως προαναφέρθηκε, φαίνονταν να φτάνει σε πολύ υψηλά επίπεδα, που ακόμα και ένα χρόνο μετά το ξέσπασμα της κρίσης, δεν φαίνεται να είχε γίνει αντιληπτή η κρισιμότητα της κατάστασης. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια του 2007, τα διεθνή χρηματιστήρια είχαν αποσυνδεθεί πλήρως από την απαισιοδοξία την οποία φαίνεται να εξέπεμπε η αγορά ομολόγων, ιδίως μετά τον Αύγουστο της ίδιας χρονιάς. Οι ειδικοί επί του θέματος φαίνεται να είχαν ορθή αντίληψη των ρίσκων, ωστόσο αδυνατούσαν να κατανοήσουν ότι η κατάρρευση ήταν προ των πυλών. Γι' αυτό το λόγο και στις Η.Π.Α., τον Σεπτέμβριο του 2008, αποφάσισαν να επιτρέψουν τη χρεοκοπία της επενδυτικής τράπεζας Lehman Brothers (Χαρδούβελης, 2011).

3.1.4. Οι αιτίες της κρίσης

Στα τέλη της δεκαετίας του '90, οι τράπεζες επενδύσεων είχαν δημιουργήσει μια σειρά από εργαλεία που στόχο τους είχαν τη μεταβίβαση και διάχυση των πιστωτικών κινδύνων (Williams, 2011).

Πρώτον, οι τράπεζες υιοθέτησαν νέες λογιστικές μεθόδους, και ιδίως τη μέθοδο απολογισμού «mark - to - market», η οποία οδήγησε σε αποτίμηση των στοιχείων ενεργητικού με βάση τις εκάστοτε αγοραίες τιμές. Δεύτερον, οι τράπεζες είχαν εφεύρει παράγωγα προϊόντα εφαρμοζόμενα στις πιστώσεις, τα «credit default swaps»/CDS. Όπως υποδηλώνει ο αγγλικός όρος «swap», πρόκειται για ανταλλαγή ανάμεσα σε κάποιον που αγοράζει κάλυψη και κάποιον που πουλάει κάλυψη. Ο πρώτος πουλάει στον δεύτερο έναντι περιοδικά καταβαλλόμενου ασφαλιστρού τον κίνδυνο μιας ορισμένης πίστωσης, της οποίας όμως διατηρεί την κυριότητα στον ισολογισμό του. Ο πωλητής κάλυψης ανταμείβεται για τον κίνδυνο τον οποίο εφεξής θα φέρει. Αυξάνει τα έσοδά του χωρίς να δεσμεύσει κανένα κεφάλαιο, εφόσον δεν προκόψει ατύχημα με την ασφαλισμένη πίστωση μέχρι το τέλος της σχετικής σύμβασης. Η πράξη αυτού του είδους δεν απαιτεί, από πλευράς του, να δεσμευθούν εγγυητικά κεφάλαια για την πίστωση. Ως εκ τούτου, ο αγοραστής του κινδύνου βρίσκεται με μεγάλο βάρος καθώς, εάν ο τελικός δανειζόμενος δεν ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του, γεγονός λιγότερο ή περισσότερο πιθανό, πολύ επαχθές, όμως, όταν συμβεί, τότε ο ίδιος θα πρέπει να αποπληρώσει την αξία του δανείου (Williams, 2011).

Η ασφάλιση του πιστωτικού κινδύνου τρίτων έχει νόημα, μόνον άμα κανείς ποντάρει ότι θα υπάρξει παράλληλη και διαρκής αύξηση τόσο των χορηγούμενων πιστώσεων όσο και των αξιών των στοιχείων ενεργητικού. Αν μια τέτοια υπόθεση επαληθευθεί, τότε ο αγοραστής κινδύνου κερδίζει πολλά. Στην αντίθετη όμως περίπτωση, οι ζημίες που καταγράφει είναι σημαντικές. Πέραν τούτου, ο αγοραστής κάλυψης (ο πωλητής CDS, δηλαδή), από τη στιγμή που ξεφορτώνεται τον πιστωτικό κίνδυνο από τον ισολογισμό του, δεν είναι υποχρεωμένος να διατηρεί αποθεματικό κεφάλαιο έναντι αυτής της πίστωσης (Williams, 2011).

3.1.5. Η κρίση χρέους και τα αίτια αυτής σε εθνικό επίπεδο

Το πλαίσιο της ελληνικής οικονομικής κρίσης δεν μπορεί να γίνει αντιληπτό ως ένα μεμονωμένο γεγονός. Ξεσπά στο μέσο δύο συστημικών κρίσεων και συνιστά επακόλουθο της χρηματοπιστωτικής κρίσης των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής (ΗΠΑ) του 2008 και η αφορμή της κρίσης της ζώνης του ευρώ (Marcussen, 2009). Είναι πιθανό ότι, αν δεν ήταν η Ελλάδα θα ήταν κάποιο άλλο ευάλωτο κράτος μέλος στη θέση της και η κρίση της

ευρωζώνης δε θα είχε αποφευχθεί. Η κρίση στις ΗΠΑ έδρασε σαν καταλύτης (Οικονόμου, 2010).

Αναφορικά με την διαδικασία της διάγνωσης της ελληνικής κρίσης, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι η παραπάνω παρατήρηση καθώς πέρα από τις εγγενείς θεμελιώδεις αδυναμίες της ελληνικής οικονομίας, εντοπίζονται αίτια που συνδέονται αναπόσπαστα με τις παραπάνω δύο κρίσεις. Στην Ελλάδα η κρίση αλλάζει χαρακτήρα και από χρηματοπιστωτική μετατρέπεται σε κρίση χρέους, καθώς το υψηλό δημόσιο χρέος της γίνεται στόχος των αγορών ως το αδύναμο σημείο της ελληνικής οικονομίας. Ωστόσο, αυτός ο χαρακτηρισμός δεν την προσδιορίζει απόλυτα δεδομένου ότι η ελληνική κρίση έχει ποικίλες εκφάνσεις (Οικονόμου, 2010).

3.1.6. Τα αίτια της ελληνικής κρίσης χρέους

Το δημοσιονομικό έλλειμμα και το έλλειμμα στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών (δίδυμα ελλείμματα), το δημόσιο χρέος και το εξωτερικό χρέος, το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας και το έλλειμμα αξιοπιστίας συνθέτουν την εικόνα της ελληνικής οικονομίας (Marcussen, 2009). Η εικόνα αυτή ήταν που επηρέασε τις αγορές και έτσι, ο εξωτερικός δανεισμός της χώρας, όπου μετά την ένταξη της στην ΟΝΕ φάνταζε δεδομένος και απρόσκοπτος, κατέστη, μέσα σε λίγο διάστημα, απαγορευτικός.

Η διαδικασία της ένταξης σε ένα πρόγραμμα δημοσιονομικής εξυγίανσης δεν ήταν πρωτόγνωρη εμπειρία, μα ούτε η Ελλάδα βρίσκεται για πρώτη φορά τόσο κοντά στο χείλος της χρεοκοπίας. Περίπου το ήμισυ της περιόδου από το 1829 μέχρι το 2006 η Ελλάδα βρίσκεται σε κατάσταση αθέτησης πληρωμών ή αναδιάρθρωσης του χρέους της (Reinhart, 2008); (Rogoff, 2008). Στη διάρκεια των τριών τελευταίων δεκαετιών, η χώρα τέθηκε πολλές φορές υπό δημοσιονομική επιτήρηση. Υπενθυμίζονται, τα δύο προγράμματα λιτότητας το 1985-1987 και το 1990-1993 και η δημοσιονομική και νομισματική πειθαρχία για την επίτευξη της Σύγκλισης, προκειμένου να εξασφαλίσει την ένταξη της στον πυρήνα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), τη ζώνη του ευρώ. Επίσης, για την παράβαση του Συμφώνου Σταθερότητας και Ανάπτυξης εισήλθε σε καθεστώς δημοσιονομικής εποπτείας το 2004 από το οποίο βγήκε το 2007, ενώ από τον Απρίλιο του 2009 η ελληνική οικονομία υπήχθη στη Διαδικασία Υπερβολικού Ελλείμματος, επειδή τα δημοσιονομικά ελλείμματα των δύο τελευταίων ετών είχαν υπερβεί αδικαιολόγητα το όριο που έθετε το Σύμφωνο Σταθερότητας και Ανάπτυξης (ΣΣΑ), ήτοι το 3% του ΑΕΠ (Δούμκου, 2014).

Τα αίτια της ελληνικής κρίσης διακρίνονται σε ιθαγενή (ελληνικά), συστημικά περιφερειακά, αφού αφορούν στην αρχιτεκτονική της ευρωζώνης και συστημικά διεθνή, δεδομένου του τρόπου που λειτουργεί το παγκόσμιο σύστημα και δη, οι διεθνείς κεφαλαιαγορές. Η διάκριση αυτή έγινε γιατί και στα τρία επίπεδα εντοπίζονται τρωτά σημεία ο συνδυασμός των οποίων συνέβαλε στο ξέσπασμα της ελληνικής κρίσης. Άλλωστε η Ελλάδα δεν είναι ένα απομονωμένο κράτος αλλά αποτελεί πλήρες μέλος της ΕΕ, μοιράζεται με άλλα δεκαέξι κράτη ένα κοινό νόμισμα και όλα αυτά λαμβάνουν χώρα μέσα σε ένα παγκόσμιο σύστημα που διέπεται από τους κανόνες της παγκοσμιοποίησης (Οικονόμου, 2010).

1. Η διεθνής επενδυτική θέση της Ελλάδος

Στην χώρα μας, η καθαρή διεθνής επενδυτική θέση, εμφανίζεται επιδεινούμενα αρνητική με τα κυρίαρχα συστατικά της μέρη (υποχρεώσεις στο εξωτερικό) να είναι οι επενδύσεις χαρτοφυλακίου και τα δάνεια ενώ η πολυεθνικοποίηση της ελληνικής οικονομίας (Άμεσες

Ξένες Επενδύσεις) εμφανίζει αναιμικές επιδόσεις. Κατά συνέπεια, τα αυξανόμενα ελλείμματα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών χρηματοδοτούνται από εξωτερικό δανεισμό και όχι από επενδύσεις. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι, τα δάνεια που εισέρρευσαν στη χώρα έως το 2009 ανήλθαν σε 400 δισ. ευρώ, από τα 70 δισ. το 1999. Πράγματι, η Ελλάδα καταγράφει χαμηλές επιδόσεις στην προσέλκυση επενδύσεων αλλά διαθέτει σημαντικές δυνατότητες για την προσέλκυση αυτών (Οικονόμου, 2010). Έχει σημειωθεί ότι η μείωση του εργατικού κόστους δεν αποτελεί βιώσιμη πολιτική προσέλκυσης επενδύσεων, αντίθετα χρειάζεται να διορθωθούν οι αγκυλώσεις στην αγορά εργασίας, να ενισχυθεί η παραγωγικότητα και να αξιοποιηθεί το ανθρώπινο δυναμικό της χώρας. Σε αντίθεση με την Ελλάδα, η Ιρλανδία και η Πορτογαλία, που επίσης υπόκεινται σε αυστηρή δημοσιονομική πειθαρχία, η πρώτη βρίσκεται μέσα στους δέκα πρώτους δημοφιλέστερους προορισμούς επενδύσεων και η Πορτογαλία μεταπήδησε από την 116η θέση στην 68^η (Οικονόμου, 2010).

2. Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας

Η βασική διαχρονική ιδιομορφία του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών στην περίπτωση της Ελλάδος εντοπίζεται στο χρόνιο έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου και στο πλεόνασμα στο ισοζύγιο υπηρεσιών, μεταβιβάσεων και χρηματοοικονομικών συναλλαγών με μεγάλη εξάρτηση από τις υπηρεσίες, κυρίως τον τουρισμό και τις μεταβιβάσεις τόσο τις δημόσιες όσο και τις ιδιωτικές (Μπαμπανάσης, 2004). Ωστόσο, παρατηρείται έλλειμμα στο ισοζύγιο εισοδημάτων καθώς οι πληρωμές για τόκους, μερίσματα και κέρδη υπερβαίνουν τις αντίστοιχες εισπράξεις.

Το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου αντικατοπτρίζει την αυξημένη εγχώρια ζήτηση εξαιτίας της υπερκυκλικής δημοσιονομικής και της χαλαρής νομισματικής πολιτικής, της εισροής σημαντικών πόρων από τα Διαρθρωτικά Ταμεία της ΕΕ και τον υπερδανεισμό των νοικοκυριών και επιχειρήσεων (Οικονόμου, 2010). Περαιτέρω, το παθητικό εμπορικό ισοζύγιο της χώρας εκφράζει το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας. Σε περίπτωση που ο ρυθμός ανόδου των αμοιβών των συντελεστών παραγωγής είναι υψηλότερος από το ρυθμό βελτίωσης της παραγωγικότητας, τότε το κατά μονάδα κόστος παραγωγής των εγχωρίων παραγομένων προϊόντων αυξάνεται. Αν αυτή η αύξηση, εκφρασμένη σε κοινό νόμισμα, είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη αύξηση του κατά μονάδα κόστους παραγωγής στις ανταγωνίστριες χώρες, τότε η ανταγωνιστικότητα της εγχώριας οικονομίας επιδεινώνεται» (Μπαμπανάσης, 2004).

3. Το ελληνικό δημοσιονομικό πρόβλημα και τα «δίδυμα ελλείμματα»

Τα έσοδα από τη φορολογία και οι αποταμιευτικοί πόροι συνιστούν την κύρια πηγή κάλυψης των δημοσίων ελλειμμάτων και του χρέους. Το άνισο και παλαιωμένο φορολογικό σύστημα, μη βασιζόμενο σε καθολικές και ενιαίες αρχές φορολόγησης συνιστά «ανοιχτή πληγή» της ελληνικής οικονομίας (Δρεπτάκης, 2011). Τα φορολογικά έσοδα στην Ελλάδα αντλούνται κυρίως από την επιβολή έμμεσων φόρων και δη του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας ενώ η άμεση φορολογία προέρχεται κυρίως από τη φορολόγηση μισθών και συντάξεων (Σταθάκης, 2011).

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat, τα δημόσια έσοδα κυμαίνονταν την περίοδο 1995-2009 κατά μέσο όρο στο 39.3% του ΑΕΠ έναντι των δημοσίων δαπανών στο 45.3% του ΑΕΠ, εμφανίζοντας σε σταθερή βάση ένα δημοσιονομικό έλλειμμα της τάξεως του 6% (μέσος όρος ευρωζώνης 2,5-3%). Η αιτία της υστέρησης των εσόδων έναντι των δημοσίων

δαπανών βρίσκεται στη μη διευρυμένη φορολογική βάση και την εκτεταμένη φοροδιαφυγή. Η μη φορολόγηση των ατομικών εισοδημάτων και των επιχειρηματικών κερδών εδράζεται στο καθεστώς ειδικής μεταχείρισης εκατοντάδων επαγγελματιών και επιχειρήσεων διαφόρων κλάδων (Δρεπτάκης, 2011).

Επιπλέον, το σημερινό φορολογικό σύστημα χαρακτηρίζεται κατακερματισμένο, πολύπλοκο και σύνθετο ενθαρρύνοντας έτσι τη διαφθορά και τη φοροδοτική ασυνέπεια. Η φοροδιαφυγή και η παραοικονομία είναι κεφαλιώδους σημασίας διαρθρωτικές αδυναμίες της ελληνικής οικονομίας και η κύρια ευθύνη επιρρίπτεται στην εκάστοτε ελληνική κυβέρνηση, η οποία με την ανοχή που έχει επιδείξει συμβάλλει στη διόγκωση του προβλήματος και όχι στην εξάλειψή του (Δρεπτάκης, 2011).

4. Διαχρονικές στρεβλώσεις στην ελληνική διακυβέρνηση και τη διαμόρφωση πολιτικής

Η ανάπτυξη της Ελλάδος βασίζεται σε μια επιχειρηματική και εθνική στρατηγική παρωχημένη, μη προσαρμοσμένη στα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας και την επένδυση στη γνώση, την καινοτομική επίδοση των επιχειρήσεων και τη διάχυση νέων τεχνολογιών (Μπαμπανάσης, 2004). Από την άλλη πλευρά, η ελληνική επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται από τη ροπή προς την παραοικονομία, τη φοροδιαφυγή, την εισφοροδιαφυγή, την ελαστική και παράνομη εργασία και την έλλειψη κινήτρων για τεχνολογικό και θεσμικό εκσυγχρονισμό και οράματος για μακροπρόθεσμα οφέλη (Αργείτης, 2011). Ενδεικτικός της χαμηλής ανταγωνιστικής θέσης της ελληνικής οικονομίας στον τομέα της επιχειρηματικότητας είναι ο Δείκτης Ευχέρειας Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (Ease of Doing Business Index), όπου στη λίστα των εκατό χωρών η Ελλάδα απουσιάζει (Αργείτης, 2011).

Τα πλαίσια της ελληνική κρίσης φαίνεται πως δεν έχουν προηγούμενο. Η σύγκρισή της με την κρίση της Αργεντινής του 2002, όταν η χώρα εγκατέλειψε τη σταθερή ισοτιμία με το δολάριο, υποτιμώντας το μέσο κατά 300%, δεν ευσταθεί απόλυτα. Η Ελλάδα ως κράτος-μέλος της Οικονομικής και Νομισματικής Ένωσης (ΟΝΕ), *«μετέχει σε ένα νομισματικό πλαίσιο πολύ πιο δεσμευτικό από την πρόσδεση του μέσο με το δολάριο, γεγονός που κάνει την ύφεση βαθύτερη»* (Αργείτης, 2011).

Ο De Grauwe σημειώνει ότι: *«οι χώρες μέλη μίας νομισματικής ένωσης αντιμετωπίζουν τα ίδια προβλήματα με τις αναδυόμενες χώρες καθώς και τα δύο σύνολα «αναγκάζονται» να εκδίδουν ομόλογα (και κατά συνέπεια το χρέος τους αποτιμάται) σε ένα νόμισμα, στο οποίο δεν μπορούν να ασκήσουν κανέναν έλεγχο»* (De Grauwe, 2010). Ωστόσο, για τα μέλη της νομισματικής ένωσης διακρίνει μία επιπλέον δυσκολία οι χρηματοπιστωτικοί τομείς των κρατών μελών εμφανίζουν σημαντικό βαθμό ολοκλήρωσης, το οποίο σημαίνει ότι οι κάτοχοι των κρατικών ομολόγων (ενός κράτους) είναι διάσπαρτοι μέσα στην Ένωση. Συμπεραίνει λοιπόν ότι, σε περίπτωση που ένα κράτος βρεθεί, όπως και συνέβη, σε έντονη οικονομική δυσχέρεια τότε είναι πολύ πιθανό να υπάρξουν εξωτερικές επιδράσεις (externalities), με κίνδυνο διάχυσης της κρίσης στο εσωτερικό της Ένωσης (spill over effects).

3.2. Οι Επιπτώσεις της κρίσης στις επιχειρήσεις

Όταν μια επιχείρηση πλήττεται από οικονομική κρίση έχει να αντιμετωπίσει τις εξής επιπτώσεις:

1. Απώλειες από την κρίση στις επιχειρήσεις: Οι απώλειες που μια κρίση μπορεί να επιφέρει, μπορούν να συνοψιστούν στις εξής (Burnett, 2002):
 - σημαντικές απώλειες κερδών της επιχείρησης, που μπορεί να επιφέρει τη χρεωκοπία της
 - ανεπιθύμητη δημόσια και κυβερνητική επιτήρηση
 - ζημιά στην ακεραιότητα και στο όνομα της επιχείρησης
 - αντιπαραγωγική εργασία εργαζομένων και αντιπαραγωγική διάθεση χρόνου και κεφαλαίων
 - αρνητικό ηθικό εργαζομένων
2. Κέρδη από την κρίση στις επιχειρήσεις: Μια κρίση παράγει εκτός από απώλειες, και κέρδη. Τα πιθανά κέρδη για μία επιχείρηση είναι τα εξής (Burnett, 2002):
 - ανακαλύπτονται νέα και ικανότερα στελέχη
 - επιταχύνονται οι αλλαγές
 - υποβόσκοντα προβλήματα έρχονται στην επιφάνεια
 - αλλαγές στο ανθρώπινο δυναμικό
 - ανάπτυξη νέων στρατηγικών
 - ανάπτυξη συστημάτων προειδοποίησης
 - εμφάνιση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων

3.2.1. Οι Επιπτώσεις τα πρώτα χρόνια της κρίσης στις ελληνικές επιχειρήσεις

Το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων αντιμετωπίζει πλέον πολλαπλά προβλήματα ένεκα του γενικού αρνητικού οικονομικού περιβάλλοντος. Ο κατασκευαστικός/ οικοδομικός τομέας ήδη ασφυκτιά από την κεφαλαιακή στενότητα και την αδυναμία δανεισμού και δημιουργεί τις πρώτες στρατιές ανέργων. Η ναυτιλία είναι ήδη βυθισμένη σε βαθιά κρίση και η καταβράθρωση των ναύλων, λόγω συρρίκνωσης της παγκόσμιας ζήτησης, οδηγεί σε παροπλισμό πολλών μεγάλων σκαφών. Ο τουρισμός, με τα προϋπάρχοντα χρόνια διαρθρωτικά προβλήματα και τον ελάχιστο βαθμό ανταγωνιστικότητας, είναι επόμενο να δεχθεί το ισχυρότερο πλήγμα από την πλανητική κρίση του χρηματοπιστωτικού συστήματος και την επερχόμενη παγκόσμια οικονομική ύφεση (Σκουλάς, 2008).

Όπως προκύπτει από την έρευνα του IOBE, το ποσοστό απώλειας εσόδων κατά το 2009-2010 εξαιτίας της κρίσης εκτιμήθηκε σε 5,5% για τις ελληνικές επιχειρήσεις. Περισσότερο αρνητική εικόνα παρουσιάζουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη Βιομηχανία και το Εμπόριο (80% των επιχειρήσεων) ενώ δυσμενέστερες εκτιμήσεις διατυπώνουν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Εμπορία και Επισκευή Αυτοκινήτων/ Πώληση Καυσίμων (92% των επιχειρήσεων). Αντίθετα, ανθεκτικότερες στην κρίση εμφανίζονται οι επιχειρήσεις στους κλάδους της Ιδιωτικής Υγείας και Ιδιωτικής Εκπαίδευσης (Σκουλάς, 2008).

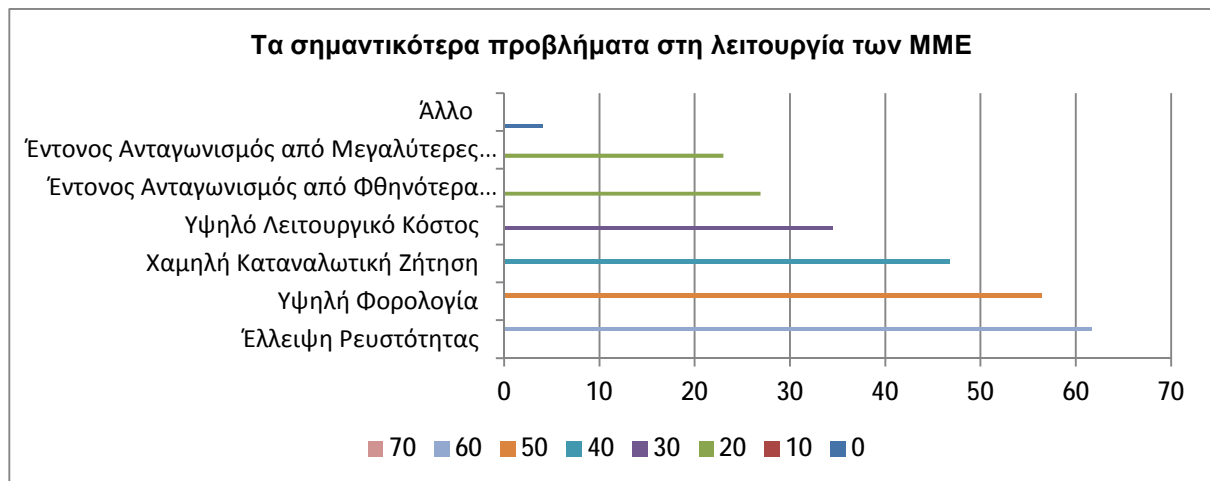
Η αντιμετώπιση της κρίσης σαφώς δεν είναι μια εύκολη υπόθεση. Σήμερα, μπορούμε να διαγνώσουμε ότι η κρίση απαιτεί την υιοθέτηση του κατάλληλου μείγματος νομισματικής και δημοσιονομικής πολιτικής και το συντονισμό σε διεθνές επίπεδο (Σκουλάς, 2008).

Στην Ελλάδα, η βασική ιδέα ήταν να υποστηριχθεί το τραπεζικό σύστημα, ώστε να στηριχτούν οι χιλιάδες μέτοχοι των τραπεζών, τα εκατομμύρια των καταθετών και φυσικά να διευκολυνθεί η πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό με χαμηλά επιτόκια, τόσο των επιχειρήσεων όσο και των καταναλωτών. Αν κάποια τράπεζα ζητήσει να ενταχθεί στο παραπάνω σχέδιο θα μπει ορισμένοι υψηλοί μισθοί και τα bonus των στελεχών της και φυσικά το ελληνικό δημόσιο θα λάβει ως αντάλλαγμα προνομιούχες μετοχές της τράπεζας, ενώ θα συμμετέχει και εκπρόσωπός του με δικαίωμα βέτο στο διοικητικό συμβούλιο. Επιπλέον, το δημόσιο θα είναι σε θέση, όταν αυτό κρίνει, να προβεί σε πώληση των μετοχών του, ώστε να αποκομίσει και το ανάλογο κέρδος (Σκουλάς, 2008).

3.2.2. Κύρια προβλήματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα λόγω της οικονομικής κρίσης

Πλήθος ερευνητικών εργασιών¹⁴ αποδεικνύει ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τα πρώτα και σημαντικότερα θύματα μιας παρατεταμένης οικονομικής κρίσης. Επίσης, οι ΜΜΕ είναι αυτές που επηρεάζονται δυσανάλογα σε σχέση με το μέγεθος τους από την οικονομική ύφεση, λόγω των περιορισμένων οικονομικών πόρων τους και την κύρια εξάρτησή τους από τον τραπεζικό δανεισμό, ωθώντας τις στην καταβολή υψηλότερων επιτοκίων από τις μεγάλες επιχειρήσεις, γεγονός που τις επιβαρύνει ακόμα περισσότερο οικονομικά σε περιόδους κρίσης¹⁵.

Οι μικρές και μεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις της Ελλάδας αντιμετωπίζουν έναν αριθμό κρίσιμων και σημαντικών προβλημάτων τα οποία αποτυπώνονται στην παρακάτω εικόνα γραφήματος.



Γράφημα 1. Τα σημαντικότερα προβλήματα στη λειτουργία των ΜΜΕ

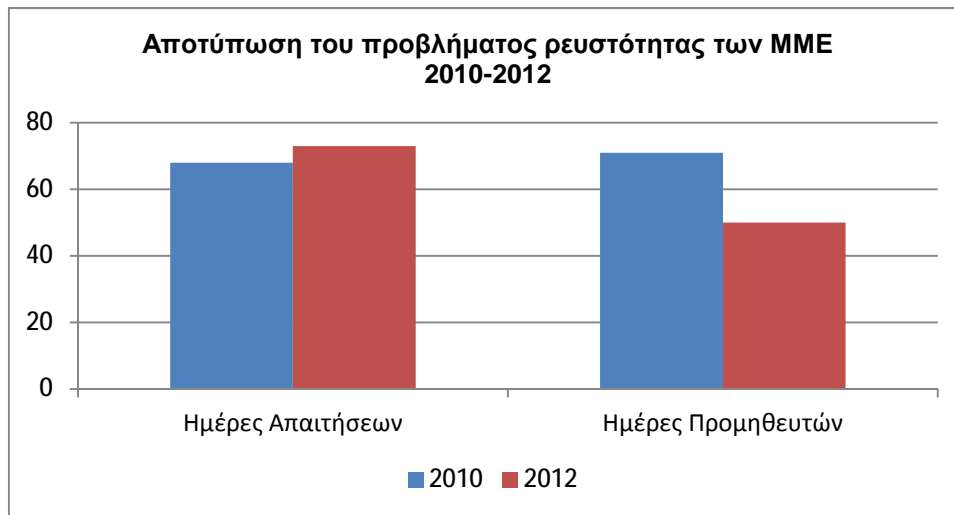
Πηγή: Ε.Σ.Ε.Ε - Ιανουάριος 2013

¹⁴ Το άρθρο με τίτλο: «Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα και Οικονομική Κρίση» παρουσιάζεται στον ιστοτοπο <http://www.indepanalysis.gr/analyseis/arthra/mikromesaies-epicheirhseis-sthn-ellada-kai-oikonomikh-krish>, τελευταία πρόσβαση(02/05/2018).

¹⁵ Βλ. υποσημείωση 14.

Από την παρουσίαση του παραπάνω γραφήματος παρατηρούμε ότι ως κυριότερα προβλήματα αναδείχθηκαν η έλλειψη ρευστότητας (61,6%), η υψηλή φορολογία (56,4%) και η χαμηλή καταναλωτική ζήτηση (46,8%). Επιπλέον προβλήματα των ΜΜΕ αποτελούν το υψηλό λειτουργικό κόστος (34,5%), ο έντονος ανταγωνισμός από φθηνότερα εισαγόμενα προϊόντα (26,9%) και ο έντονος ανταγωνισμός από μεγαλύτερες επιχειρήσεις (23,0%) (Intelligent Deep, 2013).

Όπως αντιλαμβανόμαστε το πρόβλημα ρευστότητας είναι το κυριότερο από τα προβλήματα που καταγράφονται σε σχέση με τη δυνατότητα απρόσκοπτης λειτουργίας και βιωσιμότητας των ελληνικών ΜΜΕ ως ορατό αποτέλεσμα της τρέχουσας οικονομικής κρίσης.



Γράφημα 2. Αποτύπωση του προβλήματος ρευστότητας των ΜΜΕ

Πηγή: Ε.Τ.Ε - Μάρτιος 2013

Εξετάζοντας το δεύτερο γράφημα, είναι άμεσα αντιληπτό το πρόβλημα από την έλλειψη ρευστότητας που ταλαιπωρεί τα ελληνικά ΜΜΕ. Είναι γεγονός, ότι οι καθυστερήσεις εισπράξεων από πελάτες έχουν αυξηθεί ενώ οι πληρωμές προς προμηθευτές γίνονται συντομότερα. Συγκεκριμένα, η χρονική απόκλιση της μεταξύ είσπραξης των απαιτήσεων και της αποπληρωμής των προμηθευτών είναι 23 ημέρες υπέρ της αποπληρωμής των προμηθευτών, ενώ το 2010 ο χρόνος εισπράξεων και πληρωμών ήταν πιο ισορροπημένος, αφού η χρονική διαφορά άγγιζε τις 5 ημέρες υπέρ της είσπραξης των απαιτήσεων. Αυτό είχε το θετικό στοιχείο ότι τα κεφάλαια των προμηθευτών αποπληρώνονταν σε μεταγενέστερο χρόνο σε σχέση με τη χρονική περίοδο είσπραξης των απαιτήσεων και χρησιμοποιούνταν σαν κεφάλαια κίνησης. Αντιθέτως, το 2012 η ένταση της κρίσης και ο φόβος μη αποπληρωμής των υποχρεώσεων, ώθησε τους προμηθευτές να ζητούν σε πολλές περιπτώσεις προκαταβολικές πληρωμές ή αποπληρωμή σε εύλογο χρονικό διάστημα (Intelligent Deep, 2013).

Το πρόβλημα διογκώνεται ακόμα περισσότερο αν αναλογιστούμε τον περιορισμένο ρόλο των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων στη προώθηση κεφαλαιακών πόρων προς τις ΜΜΕ, καθώς και την αποφυγή επενδυτικών κεφαλαίων από άλλες πηγές (Intelligent Deep, 2013).

Στον ζωτικό τομέα της χρηματοδότησης, σύμφωνα με την SBA (2013), η Ελλάδα εμφανίζει τη χαμηλότερη επίδοση στην ΕΕ και, δυστυχώς, η τάση αυτή φαίνεται να επιδεινώνεται με το χρόνο. Πιο συγκεκριμένα, σχεδόν το 1/3 των αιτήσεων για χορήγηση δανείων που υποβάλλουν οι ελληνικές ΜΜΕ απορρίπτονται (μέσος όρος της ΕΕ: 15%), γεγονός που

οφείλεται στην απροθυμία των τραπεζών να χορηγήσουν δάνειο. Επίσης, ο συνολικός χρόνος που απαιτείται μέχρι την ημέρα καταβολής της πληρωμής είναι υπερδιπλάσιος του μέσου όρου της ΕΕ (113 ημέρες έναντι 53), οι πληρωμές που δεν πραγματοποιήθηκαν αντιστοιχούν στο 4,9 % του συνόλου (μέσος όρος της ΕΕ: 2,9%), ενώ οι επενδύσεις σε κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου αντιστοιχούν μόλις στο ένα δέκατο του μέσου όρου, γεγονός που δείχνει - μεταξύ άλλων - την αρνητική διάθεση για εταιρικούς συνασπισμούς και την αποφυγή ξένων επενδυτών να χρηματοδοτήσουν επενδυτικά σχέδια σε ασταθές οικονομικοκοινωνικό περιβάλλον (Intelligent Deep, 2013).

Όσον αφορά στη μόχλευση, σχεδόν το 75% των ΜΜΕ έχουν συνάψει δάνειο, ενώ το 30% έχει πρόβλημα υπερδανεισμού. Μέσα σε διάστημα ενός έτους το ποσοστό υπερδανεισμένων ΜΜΕ έχει αυξηθεί σημαντικά, αν αναλογιστούμε ότι το 2012 το ποσοστό αυτό ήταν 25%. Αυτό το γεγονός αξιολογείται από τις επιχειρήσεις ως δυσχερέστερο συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, ενώ η γενικότερη δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση αποτελεί το πλέον πιεστικό πρόβλημα για το 1/3 των ΜΜΕ (Intelligent Deep, 2013).

Όλοι αυτοί οι παράγοντες είναι ικανοί να θέσουν σε άμεσο κίνδυνο όχι μόνο την ανταγωνιστικότητά των ΜΜΕ αλλά ακόμα και την ίδια τη βιωσιμότητά τους (Intelligent Deep, 2013).

Τέσσερα χρόνια αργότερα, σε μελέτη που εκπονήθηκε το 2017 στο πλαίσιο του Φόρουμ Μεσαίων και Μικρών Επιχειρήσεων του ΣΕΒ, με το συντονισμό του Τομέα Βιομηχανίας, Αναπτυξιακών Πολιτικών και Δικτύων του ΣΕΒ, για την ανάδειξη των πραγματικών ζητημάτων και των τεκμηριωμένων πολιτικών για την ταχύτερη παραγωγική μεγέθυνση των μεσαίων και μικρών επιχειρήσεων που αντέχουν στην κρίση, αποτυπώθηκαν τα σημαντικότερα ευρήματα για τη σημερινή κατάσταση των μμε.

Σύμφωνα με τη σχετική μελέτη, αντιπροσωπεύουν το 99,9% του συνολικού αριθμού των ελληνικών επιχειρήσεων, το 87% της απασχόλησης και το 19,3% του ΑΕΠ. Ωστόσο, ο πολύ μεγάλος αριθμός των πολύ μικρών επιχειρήσεων (96,9% έναντι 93% στην Ε.Ε.) και ο συνακόλουθος παραγωγικός κατακερματισμός αποτελούν τροχοπέδη για την ανταγωνιστικότητά τους. Χαρακτηριστικότερο παράδειγμα, η πολύ χαμηλή παραγωγικότητα των ΜμΕ στην Ελλάδα, η οποία κυμαίνεται στο 50% του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Ωστόσο, μεταξύ των μμε, οι μεσαίες επιχειρήσεις εμφανίζουν 178% μεγαλύτερη φαινόμενη παραγωγικότητα από τις πολύ μικρές και 40% από τις μικρές.

Ένα άλλο σημαντικό εύρημα, είναι ότι η ευελιξία του πολύ μικρού μεγέθους δε μετασχηματίζεται σε απόδοση, με τις πολύ μικρές επιχειρήσεις (το 96,9% του συνόλου) να παράγουν περίπου το 9,3% του ΑΕΠ, ενώ οι μικρές και οι μεσαίες (το 3% του συνόλου) να παράγουν περίπου το 10% του ΑΕΠ. Τέλος, πλέον οι μμε έχουν εξελιχθεί σε "τροφοδότη" της ανεργίας (από 2,39 εκατ. εργαζόμενους το 2008, σε 1,79 εκατ. το 2014). Προκλήσεις για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις παραμένουν : α) η διεύρυνση της πελατειακής βάσης, ιδιαίτερα στο εξωτερικό, β) η πρόσβαση στη χρηματοδότηση και διευθέτηση κόκκινων δανείων, γ) η μείωση του κόστους συμμόρφωσης, εξάλειψη γραφειοκρατίας και απλοποίησης ρυθμιστικού πλαισίου, δ) η μείωση της υπερφορολόγησης και των υψηλών ασφαλιστικών εισφορών, ε) η αντιμετώπιση του αθέμιτου ανταγωνισμού και της δυσλειτουργίας των ελεγκτικών μηχανισμών και τέλος στ) οι σύγχρονες εταιρικές και ατομικές δεξιότητες που απαιτούνται για την ανταγωνιστικότητά και επιβίωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη σημερινή εποχή.¹⁶

16 ΣΕΒ-ΕΥ: Ποιες μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντέχουν στην κρίση, <http://www.euro2day.gr/news/economy/article/1582137/sevey-poies-mikromesaies-epiheirhseis-antehoy-n-sth.html> τελευταία πρόσβαση 10/05/2018)

Κάνοντας μία βασική σύγκριση με τα προβλήματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που είχαν καταγραφεί το 2013, παρατηρούμε ότι τα περισσότερα προβλήματα που είχαν, συνεχίζουν να παραμένουν, όπως είναι η υπερφορολόγηση, η έλλειψη ρευστότητας και η δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση και δανεισμό κλπ. Ωστόσο, για να μπορέσουν να επιβιώσουν από τη κρίση, προκύπτουν και άλλοι παράγοντες όπως είναι η διεύρυνση των πωλήσεων στο εξωτερικό (εξαγωγές), η ανάπτυξη νέων εταιρικών και ατομικών δεξιοτήτων, η εξάλειψη της γραφειοκρατίας από πλευράς κρατικών υπηρεσιών κλπ.

3.2.3. Αποτίμηση των επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Τα τελευταία 9 έτη η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα έχει υποστεί βαρύ πλήγμα, αφού έχουν κλείσει πάνω από 240.000 μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, με αποτέλεσμα την απώλεια περίπου 750.000 θέσεων εργασίας. Κατά περιόδους δημοσιεύονται διάφορες μελέτες οι οποίες παρουσιάζουν τις αιτίες και την υφιστάμενη κατάσταση. Η πλειοψηφία των μελετών καταλήγει σε κάποιες κοινές αιτίες, οι οποίες αφενός σχετίζονται με τα δομικά προβλήματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και τον μεγάλο βαθμό εξάρτησής τους από την εγχώρια ζήτηση και την υπό επένδυση στην παραγωγή διεθνώς εμπορεύσιμων αγαθών και υπηρεσιών, τα οποία προϋπήρχαν αφετέρου οφείλονται στην περιορισμένη δυνατότητα πρόσβασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην τραπεζική χρηματοδότηση και το ασταθές πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο καλούνται να επιβιώσουν. Τα τελευταία δύο χρόνια οι δείκτες για την οικονομική κατάσταση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχουν επιδεινωθεί ακόμη περισσότερο, λόγω των καθυστερήσεων στις αξιολογήσεις και των καθυστερήσεων των δόσεων οι οποίες εν μέρει ανακούφιζαν μέρος της πραγματικής οικονομίας, αλλά και του κλίματος πολιτικής και οικονομικής αστάθειας στο οποίο συνέβαλλαν σε μεγάλο βαθμό οι πολιτικές αποφάσεις της παρούσας κυβέρνησης (Ζιγγιρίδης, 2017).

Οι κλάδοι των μμε στους οποίους παρατηρούνται οι μεγαλύτερες απώλειες είναι των κατασκευών και του χονδρικού και λιανικού εμπορίου. Συγκεκριμένα, ο κλάδος των κατασκευών μετράει κατά την περίοδο των τελευταίων 9 ετών την απώλεια 82.000 επιχειρήσεων, 215.000 θέσεων εργασίας και 2,5 δισ. ευρώ προστιθέμενης αξίας και ο κλάδος του εμπορίου την απώλεια 61.000 επιχειρήσεων (σ.σ. πρόκειται για το καθαρό ισοζύγιο), 206.000 θέσεων εργασίας και 9,6 δισ. ευρώ προστιθέμενης αξίας (Ζιγγιρίδης, 2017).

Είναι χαρακτηριστικό ότι στην αποτύπωση του δεύτερου εξαμήνου του 2016, το 75% των επιχειρήσεων δηλώνουν επιδείνωση της οικονομικής κατάστασής τους και ότι ο μέσος όρος μείωσης του κύκλου εργασιών κυμάνθηκε στο 20,6% ενώ ο ισολογισμός του 2016 για το 43,1% των επιχειρήσεων αυτών, των μικρών και πολύ μικρών, κατέγραψε ζημίες και σχεδόν 2 στις 3 επιχειρήσεις διαπίστωσαν και σε αυτό το εξάμηνο μείωση της ζήτησης 63,4% και των παραγγελιών 69,7%. Επιπλέον 3 στις 4 επιχειρήσεις δήλωσαν επιδείνωση του δείκτη ρευστότητας και ως φυσικό επακόλουθο ο δείκτης αποεπένδυσης παραμένει σε υψηλά επίπεδα με μόλις το 3,4% των επιχειρήσεων να προτίθεται να προβεί σε νέες επενδύσεις (Ζιγγιρίδης, 2017).

Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν σήμερα οι μικρομεσαίες ελληνικές επιχειρήσεις είναι η συσσώρευση φορολογικών υποχρεώσεων και το απόθεμα χρεών που δημιουργήθηκε σε συνδυασμό με τα τρέχοντα υψηλά φορολογικά βάρη. Το 40% των επιχειρήσεων δεν θα είναι σε θέση να ανταποκριθεί σε φορολογικές και ασφαλιστικές εισφορές και αυτό βεβαίως δεν είναι άσχετο από το γεγονός ότι το 50,3% των μικρών επιχειρήσεων που έχουν αναλάβει δημόσιο έργο έχει «λαμβάνειν» από δομές του, σύμφωνα

με έρευνα του ΙΜΕΓΣΒΕΕ. Ένα ακόμη στοιχείο που προκύπτει από την παραπάνω έρευνα είναι ο χαμηλός βαθμός διείσδυσης της τεχνολογίας στις μικρές επιχειρήσεις και αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι στις αρχές του 2016, το 61,2% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι διαθέτει e-banking, ενώ τερματικό POS διαθέτει το 39,9% των επιχειρήσεων. Ο χαμηλός βαθμός διείσδυσης στην τεχνολογία οφείλεται σε έλλειψη κινήτρων από την μεριά της πολιτείας και τα αυξημένα κόστη τραπεζικών προμηθειών (Ζιγγιρίδης, 2017).

Συνεχίζοντας και αναλύοντας τα νούμερα της οικονομίας που αντανακλούν την μαύρη πραγματικότητα για τις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων με καθυστερημένες οφειλές αφορά τις υποχρεώσεις προς ασφαλιστικά ταμεία 30% περίπου. Το 25% των επιχειρήσεων δεν αποπληρώνει εγκαίρως τις οφειλές του στις ΔΕΚΟ. Οι ληξιπρόθεσμες οφειλές προς τις τράπεζες έχει το 15% των μικρών επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία της ΤΤΕ, τα ληξιπρόθεσμα χρέη των επιχειρήσεων ανέρχονταν τον Σεπτέμβριο του 2015 στα 110 δις, εκ των οποίων οι μικρές επιχειρήσεις έχουν ανοίγματα 20 δις (Ζιγγιρίδης, 2017).

Ο προβληματισμός εντείνεται από το γεγονός ότι σύμφωνα με τα αποτελέσματα πρόσφατης μελέτης της EndeavorGreece, το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων που συστάθηκαν το 2016 εξακολουθούν να δραστηριοποιούνται σε κλάδους με προσανατολισμό την εγχώρια και όχι σε κλάδους μεταποίησης ή υψηλού τεχνολογικού περιεχομένου. Η αδράνεια και οι νωχελικές αντιδράσεις της πολιτείας απέναντι σε αυτή την κατάσταση είναι χαρακτηριστική. Οι δημόσιες δαπάνες ύψους 2,7 δις. είναι αφιερωμένες σε επενδυτικές προτεραιότητες για τη στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την περίοδο 2014-2020, από τις οποίες όμως μόνον το 5,9% έχει δαπανηθεί. Πρόκειται για κονδύλια που εντάσσονται στο πλαίσιο της προγραμματικής περιόδου 2014-2020 (Ζιγγιρίδης, 2017).

Το επιχειρηματικό και πολιτικό περιβάλλον στο οποίο καλούνται να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα διαμορφωθεί από πολλούς παράγοντες στο μέλλον. Οι καταναλωτές θα είναι περισσότερο πληροφορημένοι και με αυξημένη καταναλωτική συνείδηση κάτι που θα οδηγήσει πολλές επιχειρήσεις σε αναδιάρθρωση των δομών και των διαδικασιών τους. Οι επιχειρηματίες θα οδηγηθούν να αναπτύξουν δραστηριότητες οι οποίες θα τους ανοίξουν αγορές εκτός Ελλάδος. Η διαφοροποίηση, η εξωστρέφεια, η καινοτομία και η επενδυτική δραστηριότητα σε τεχνολογικά προηγμένα συστήματα θα συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων (Ζιγγιρίδης, 2017).

Οι ικανότητες και οι στρατηγικές των επιχειρήσεων θα αποτελέσουν μέρος της ανάπτυξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας της ενίσχυσης και ανάπτυξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι οι δημόσιες πολιτικές, οι οποίες μπορεί να συμβάλλουν περισσότερο αν εστιασθούν σε μια σαφή στρατηγική διεθνούς ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, με βάση την καινοτομική διαφοροποίηση. Με ενίσχυση των μηχανισμών πρόσκτησης και εφαρμογής ιδεών, της διεθνούς δικτύωσης, της εξωστρέφειας και με επικέντρωση πόρων και προγραμμάτων σε αιχμές τεχνολογικής διαφοροποίησης παρά σε γενική στήριξη (Ζιγγιρίδης, 2017). Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούσαν και θα αποτελούν την ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας και μέσα από αυτές θα έλθει η ανάκαμψη της πραγματικής οικονομίας (Ζιγγιρίδης, 2017).

3.3. Η επιρροή της κρίσης στα ελληνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης

3.3.1. Επιπτώσεις της οικονομικής ύφεσης στη λειτουργία των ελληνικών ΜΜΕ

Οι τεχνολογικές εξελίξεις, η γενικότερη ανοδική πορεία της οικονομίας και της διαφημιστικής δαπάνης όπως και το καθεστώς ανομίας που επικράτησε στο ραδιοτηλεοπτικό πεδίο ευνόησαν την επέκταση και τις στρατηγικές διαφοροποίησης δραστηριοτήτων των Μέσων μαζικής ενημέρωσης. Τα χαρακτηριστικά, η οικονομική συγκρότηση και η εσωτερική διάρθρωση των συγκεκριμένων επιχειρήσεων, μεταμορφώθηκαν μέσα σε λίγα μόλις χρόνια.

Το σύνολο των μεγάλων επιχειρήσεων της βιομηχανίας των ΜΜΕ κατέβαλε έντονες προσπάθειες για τη δημιουργία θυγατρικών, συχνά σε συνεργασία με ξένες εταιρείες, για την επέκταση σε νέες αγορές τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό (κυρίως στα Βαλκάνια και την Ανατολική Ευρώπη) και για την ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων εμπορευματοποίησης της πληροφορίας. Έτσι, μέσα σε λιγότερο από μια εικοσαετία, περάσαμε από την εποχή των εξειδικευμένων οικογενειακών επιχειρήσεων που συγκέντρωναν την προσοχή τους σε κάποια έντυπα Μέσα, στην εποχή των επιχειρηματικών ομίλων που επεκτείνουν τη δράση τους σ' ολόκληρο το φάσμα των ΜΜΕ αλλά και στο ηλεκτρονικό εμπόριο, τα πολυμέσα, το διαδίκτυο, τον πολιτισμό και τις τηλεπικοινωνίες (Λεάνδρος, 2013)

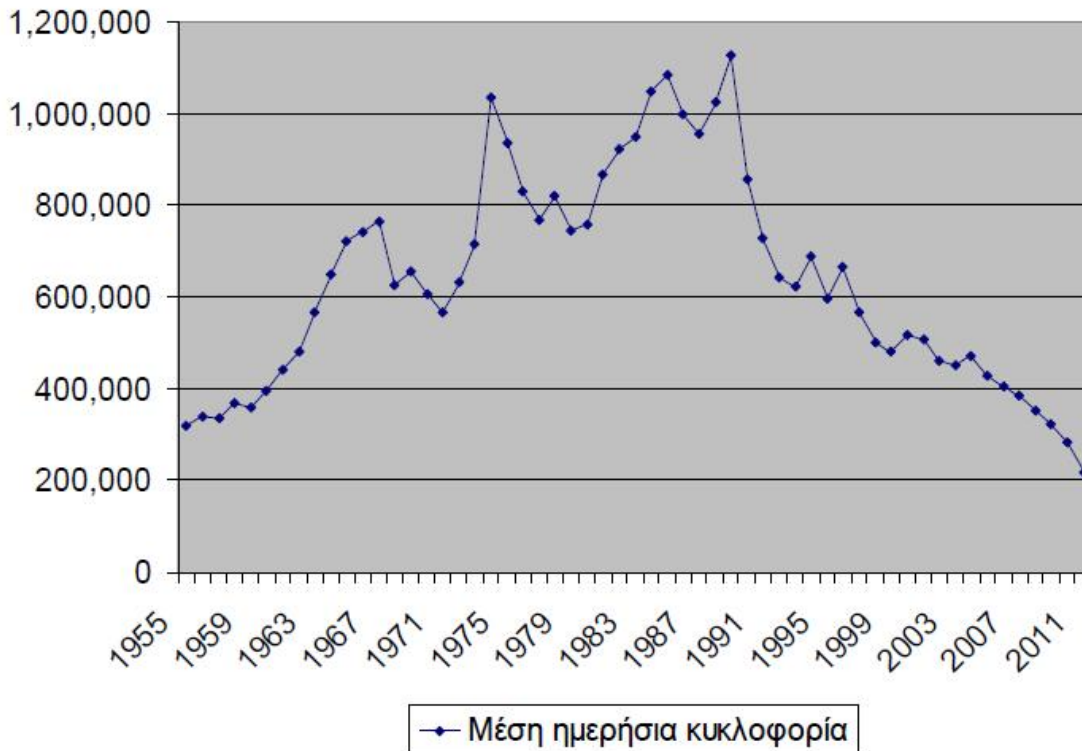
Γενικότερα μπορούμε να μιλήσουμε για μια «Χρυσή Εποχή» για τις επιχειρήσεις των Μέσων η οποία διήρκεσε περίπου ένα τέταρτο του αιώνα, δηλαδή από τις αρχές τις δεκαετίας του 1980 μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 2000. Οι τεχνολογικές εξελίξεις επέτρεψαν τη μείωση του κόστους παραγωγής ιδιαίτερα των έντυπων Μέσων και την επέκταση σε νέους τομείς επιχειρηματικής δράσης. Η διαφημιστική δαπάνη κινήθηκε ανοδικά, όπως και οι κυκλοφορίες αρκετών κατηγοριών έντυπων Μέσων (Χαιρετάκης, 2010). Η πολιτική εξουσία ευνόησε με ποικίλους τρόπους (ευνοϊκές φορολογικές και άλλες ρυθμίσεις, δημόσια έργα και κρατικές προμήθειες, επιχορηγήσεις, κρατική διαφήμιση), αλλά κυρίως με την ασυδοσία που επικράτησε στο ραδιοτηλεοπτικό πεδίο τη μεγέθυνση και την υψηλή κερδοφορία των επιχειρήσεων ΜΜΕ. Τέλος, η άνοδος του χρηματιστηρίου στη δεκαετία του 1990 και ο εύκολος τραπεζικός δανεισμός προσέφεραν τους πόρους για συσχετισμένη και ασυσχέτιστη διαφοροποίηση δραστηριοτήτων και τη δημιουργία μεγάλων ομίλων Μέσων μαζικής ενημέρωσης (Λεάνδρος, 2013).

Την ίδια περίοδο βέβαια διαμορφώθηκαν και κάποιες από τις συνθήκες που οδήγησαν σε ταχύτατη επιδείνωση των χρηματοοικονομικών δεδομένων πολλών επιχειρήσεων του κλάδου τα τελευταία χρόνια. Σύμφωνα με τον Λεάνδρο, το σημαντικότερο πρόβλημα είναι ότι στις περισσότερες περιπτώσεις δεν υπήρξε συστηματική και καλά μελετημένη στρατηγική δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Λεάνδρος, 2013). Ορισμένοι όμιλοι επιδίωξαν την επίτευξη οικονομιών εύρους δραστηριοτήτων και συνέργιες που αφορούν την παροχή διοικητικών, χρηματοοικονομικών, νομικών, εμπορικών και λογιστικών υπηρεσιών, καταχώρηση διαφημίσεων, την προώθηση του εμπορικού σήματος του ομίλου και την αξιοποίηση του περιεχομένου μέσα από διαφορετικά κανάλια διανομής (Λεάνδρος, 2013).

Ωστόσο οι περισσότερες επιχειρήσεις Μέσων δεν κατέβαλλαν συστηματικές προσπάθειες για την ποιοτική αναβάθμιση των προϊόντων τους. Οι προσπάθειες αυτές απαιτούν σοβαρή ενασχόληση, προγραμματισμό, σημαντικές δαπάνες και έμφαση στην εκπαίδευση, στην ανάπτυξη των ικανοτήτων και ευρύτερα στη σωστή διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού.

Είναι όμως περισσότερο ανθεκτικές στην αλλαγή των συνθηκών καθώς στηρίζονται στην ισχυρή σχέση των καταναλωτών με το παραγόμενο προϊόν και στην ενίσχυση του κύρους του εμπορικού σήματος της εταιρείας (Λέανδρος, 2013).

Μετά το 1989 η μέση ημερήσια κυκλοφορία των πολιτικών εφημερίδων εθνικής κυκλοφορίας ακολουθεί μια έντονα πτωτική πορεία που οδηγεί τον Τύπο στα επίπεδα της δεκαετίας του 1950 και ίσως ακόμα χαμηλότερα (εικόνα 7).



Γράφημα 3. Μέση ημερήσια κυκλοφορία εφημερίδων σε φύλλα(1955-2011)

Πηγή: Media services, 1955-2011

Από 1,13 εκατ. φύλλα το 1989 η μέση ημερήσια κυκλοφορία κατρακύλησε στα 597,7 χιλιάδες φύλλα το 1995, 518,5 χιλιάδες φύλλα το 2000, 430,1 χιλιάδες φύλλα το 2005, 351,7 χιλιάδες φύλλα το 2008 και 216,5 χιλιάδες φύλλα το 2011. Αντιδρώντας στην κυκλοφοριακή κάμψη οι περισσότεροι εκδότες υιοθέτησαν μια πολιτική προσφορών και δώρων που σε κάποιες περιπτώσεις τόνωσε για μικρά χρονικά διαστήματα την κυκλοφορία των εφημερίδων, αλλά συνολικά οδήγησε σε απαξίωση του περιεχομένου. Οι εφημερίδες διαφήμιζαν τις προσφορές τους και αγοράζονταν όλο και περισσότερο για τα DVD και τα άλλα δώρα που προσέφεραν ενώ η σημασία της αρθρογραφίας και της ενημέρωσης σιγά-σιγά περιορίστηκε τουλάχιστον στη συνείδηση των περισσότερων αναγνωστών (Λέανδρος, 2013).

Είναι γεγονός ότι ο Τύπος αντιμετωπίζει μια βαθιά δομική κρίση καθώς το διαδίκτυο καλύπτει σε μεγάλο βαθμό τις ανάγκες ενημέρωσης που παλαιότερα ικανοποιούσαν οι εφημερίδες (Meyer, 2009); (Pullet, 2009); (Gillmor, 2006). Όμως η πτώση της κυκλοφορίας των αθηναϊκών εφημερίδων είναι πολύ μεγαλύτερη απ' ό,τι στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες και βέβαια έχει ξεκινήσει πολύ πριν τη μαζική διάδοση του διαδικτύου (Λέανδρος, 2013).

Η δραματική επιδείνωση της οικονομικής κατάστασης της χώρας ιδιαίτερα μετά την υπογραφή της δανειακής σύμβασης (μνημόνιο) το Μάιο 2010 και την επιβολή ελέγχου από την τρόικα των δανειστών μας δεν θα μπορούσε ασφαλώς να αφήσει ανεπηρέαστες τις επιχειρήσεις των Μέσων μαζικής ενημέρωσης. Οι κυκλοφορίες εφημερίδων και περιοδικών

μειώθηκαν, αλλά το σημαντικότερο είναι η μεγάλη υποχώρηση των διαφημιστικών εσόδων (Λέανδρος, 2013).

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του παρακάτω πίνακα η συνολική διαφημιστική δαπάνη στα έντυπα και ραδιοτηλεοπτικά μέσα παρουσίασε ανοδική τάση μετά το 2000 φτάνοντας τα 2,7 δις. ευρώ το 2008 έναντι 1,5 δις. ευρώ το 2000. Η εξέλιξη αυτή ευνόησε όλες τις κατηγορίες ΜΜΕ που αύξησαν σημαντικά τα έσοδά τους, αλλά η μεγαλύτερη αύξηση παρατηρήθηκε στα περιοδικά που το 2008 απορρόφησαν περισσότερο από το 40% του συνόλου. Η τάση αυτή αντιστράφηκε τα τελευταία χρόνια: το μερίδιο των περιοδικών μειώθηκε και αυξήθηκε αυτό της τηλεόρασης (Λέανδρος, 2013).

Έτος	Εφημερίδες	Περιοδικά	Ραδιόφωνο	Τηλεόραση	Σύνολο
2000	302,5	470,4	70,5	665,1	1.508,5
2001	255,3	532,2	70,8	661,0	1.519,3
2002	253,5	604,8	87,7	712,6	1.658,6
2003	302,4	684,7	98,5	720,8	1.806,4
2004	353,2	803,5	115,6	768,1	2.040,4
2005	407,4	886,2	113,9	784,7	2.192,2
2006	452,4	978,1	119,4	793,6	2.343,5
2007	499,7	1.047,5	165,6	941,5	2.654,3
2008	478,6	1.113,3	215,0	862,0	2.668,9
2009	441,7	889,8	166,2	714,8	2.212,5
2010	434,1	746,0	124,2	583,2	1.887,5
2011	359,9	579,9	87,8	566,3	1593,9

Πίνακας 1. Η διαφημιστική δαπάνη σε έντυπα και ραδιοτηλεοπτικά Μέσα (σε εκατ. ευρώ), 2000-2011

Πηγή: Media services, 2000-2011

Καθώς ο ρυθμός αύξησης του ΑΕΠ περιορίστηκε σε μόλις 1% το 2008 και η οικονομία περιήλθε σε βαθιά και παρατεταμένη ύφεση η διαφημιστική δαπάνη παρουσίασε μείωση όπως θα μπορούσε να αναμένει κανείς. Σε τρέχουσες τιμές η συνολική διαφημιστική δαπάνη μειώθηκε σε 2,2 δις. ευρώ το 2009, ή κατά 17,1% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Πρόκειται ασφαλώς για σημαντική μείωση η οποία όμως αποδείχτηκε απλώς ο προάγγελος όσων θα ακολουθούσαν. Το 2010 η συνολική διαφημιστική δαπάνη περιορίστηκε σε 1,9 δις. ευρώ και το 2011 σε μόλις 1,6 δις. ευρώ, δηλαδή μειώθηκε κατά 28% τη διετία 2010-2011 (Λέανδρος, 2013).

Η επίδραση ήταν βέβαια πολύ σημαντική στον κύκλο εργασιών όλων των ΜΜΕ. Η μείωση των πωλήσεων προκάλεσε μεγάλη επιδείνωση των οικονομικών αποτελεσμάτων των περισσότερων επιχειρήσεων, παρά τις προσπάθειες περιορισμού του κόστους παραγωγής και των δαπανών διοικητικής λειτουργίας (Λέανδρος, 2013).

Ως αποτέλεσμα της ραγδαίας επιδείνωσης των οικονομικών συνθηκών στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια, εφημερίδες και περιοδικά υποχρεώθηκαν να διακόψουν την έκδοσή τους, η απασχόληση μειώθηκε, ενώ η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων του κλάδου υπέστησαν μείωση του κύκλου εργασιών και της κερδοφορίας τους και σε κάποιες περιπτώσεις κήρυξαν πτώχευση.

Πολλοί μιλάνε για «φούσκα των Μέσων που έσκασε» κατά τα πρότυπα των χρηματιστηριακών αγορών. Επικαλούνται, χωρίς να έχουν άδικο, την πληθώρα των

τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών και των έντυπων Μέσων σε μια αγορά που είναι σχετικά μικρή. Όμως, η πραγματικότητα είναι σύνθετη και οι αιτίες των σημερινών προβλημάτων σχετίζονται τόσο με τις ιδιαίτερες εξελίξεις στην Ελλάδα, την κρίση του συστήματος εξουσίας και τη χρεοκοπία του προτύπου διαχείρισης της οικονομίας που διαμορφώθηκε μετά τη μεταπολίτευση, όσο και με γενικότερες τάσεις και μετασχηματισμούς που επιφέρει η μετάβαση στη νέα ψηφιακή και δικτυακή εποχή (Παπαθανασόπουλος, 2010); (Castells, 2009); (Meyer, 2009); (Kung Lucy, 2008).

Όπως και στους άλλους τομείς της οικονομίας, τα ελληνικά ΜΜΕ, και ιδίως οι εργαζόμενοι σε αυτά, βιώνουν έντονα τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης. Δυστυχώς η κρίση δεν θα μπορούσε να αποφευχθεί, αφού τα ελληνικά μέσα επικοινωνίας λειτουργούν σε μια μικρή αγορά ανεπαρκή για να υποστηρίξει το πλήθος επικοινωνιακών εκροών είτε πρόκειται για εφημερίδες, περιοδικά, κανάλια, ραδιόφωνα, ψηφιακές πλατφόρμες και ιστότοπους. Το ζητούμενο είναι εάν η παρούσα κρίση θα αποτελέσει ένα νέο ξεκίνημα. Μπορεί ναι, μπορεί και όχι αφού πολύ πιθανόν οι ιθύνοντες των ελληνικών ΜΜΕ, ως καθαρόαιμοι φορείς μιας «μεταπρατικής νοοτροπίας», να μην έχουν μάθει τίποτε, όπως ακριβώς έκαναν τα προηγούμενα χρόνια, ακολουθώντας δηλαδή την πρακτική του «προχωράμε και όπου βγει» (Σμυρναίος, 2011).

Πώς μπορεί να ισχύει μια τέτοια πρόβλεψη; Αν το παρελθόν και το παρόν προμηνύουν το μέλλον, τότε μια τέτοια πρόβλεψη είναι περισσότερο ασφαλής από οποιαδήποτε άλλη. Άλλωστε, η χώρα μας αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα που επιβεβαιώνει ότι οι οικονομοτεχνικές μελέτες ελάσσονα σημασία έχουν για τη χάραξη στρατηγικής, τουλάχιστον στο χώρο της μαζικής επικοινωνίας. Κι αυτό γιατί στη χώρα μας τα ΜΜΕ δεν λειτουργούν ως επιχειρήσεις με την έννοια κόστους-οφέλους, αλλά με γνώμονα άλλες σκοπιμότητες, συμφέροντα και προοπτικές. Μπορεί τα ελληνικά ΜΜΕ να επηρεάζονται από τις διεθνείς εξελίξεις, αλλά καθώς αυτές επέρχονται με μια χρονική υστέρηση, οι αλλαγές συντελούνται σε εξαιρετικά σύντομο χρονικό διάστημα και είναι επώδυνες. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, παρά τον υψηλό βαθμό προσαρμοστικότητας που επιδεικνύουν τα ελληνικά ΜΜΕ, να μην μπορούν να εμπεδώσουν τα αίτια και την πορεία αυτών των εξελίξεων (Σμυρναίος 2011). Καθώς η εποχή των «παχιών αγελάδων» έφτασε πλέον με τη σφραγίδα της Τρόικα στο τέλος της, δεν υπάρχουν πλέον περιθώρια, όπως στο παρελθόν για τις γνωστές «επιδοτήσεις» στο χώρο των μέσων επικοινωνίας. Δυστυχώς τα ελληνικά ΜΜΕ έχουν εισέλθει σε φάση συρρίκνωσης, που ενδεχομένως να αποτελέσει το νέο δομικό τους χαρακτηριστικό (Σμυρναίος, 2011).

Στον τομέα των εφημερίδων, η μέση κυκλοφορία τα τελευταία 20 χρόνια παρουσιάζει μια επίμονη πτώση, αλλά ουδείς ασχολήθηκε σοβαρά και τώρα στον «γαλαξία του διαδικτύου» όλοι αναρωτιούνται τί θα γίνει. Αντί οι εκδότες να επενδύσουν στο περιεχόμενο και στην προσέλκυση του νεανικού κοινού αναλώθηκαν σε έναν διαγωνισμό εξω δημοσιογραφικών δώρων, η διάρκεια των οποίων είναι παροδική και πρόσκαιρη. Οι «παντογνώστες» διευθυντές τους σαγηνεύοντας τους ιδιοκτήτες των φύλλων τους τώρα διαπιστώνουν την ένδειά τους. Αλλά αυτό είναι το λιγότερο κακό. Καθώς εφημερίδες διακόπτουν την κυκλοφορία τους συμπαρασύρουν δημοσιογράφους και άλλους εργαζόμενους και, σε τελική ανάλυση, τους εντάσσουν σε έναν διαρκώς διογκούμενο «εφεδρικό στρατό ανεργίας», ενώ οι υπόλοιποι τελούν σ' ένα καθεστώς μόνιμης ανασφάλειας, με ότι αυτό συνεπάγεται. Η κατάσταση όμως είναι δυστυχώς δυσμενέστερη, αφού η κρίση και η ανασφάλεια αποτελεί πλέον καθεστώς ακόμη και στα αποκαλούμενα «καλύτερα μαγαζιά» (Σμυρναίος 2011).

Στην πράξη βρισκόμαστε στην απαρχή της «εποχής του μεγάλου ξεκαθαρίσματος». Αν η διαφήμιση είναι το «DNA» της ιδιωτικής ραδιοτηλεόρασης, τότε οι ιδιωτικοί ραδιοφωνικοί και ιδίως τηλεοπτικοί σταθμοί θα πρέπει να ανησυχούν. Η πάλαι ποτέ «τρελή αυξητική πορεία» της διαφημιστικής δαπάνης αποτελεί πια ένα «νοσταλγικό παρελθόν» προκαλώντας πονοκέφαλο (και βεβαίως γκρίνιες και απολύσεις) στους ιθύνοντες των σταθμών. Καθώς δεν υπάρχουν μαγικές συνταγές, οι προϋπολογισμοί θα είναι απελπιστικά «σφικτοί» με

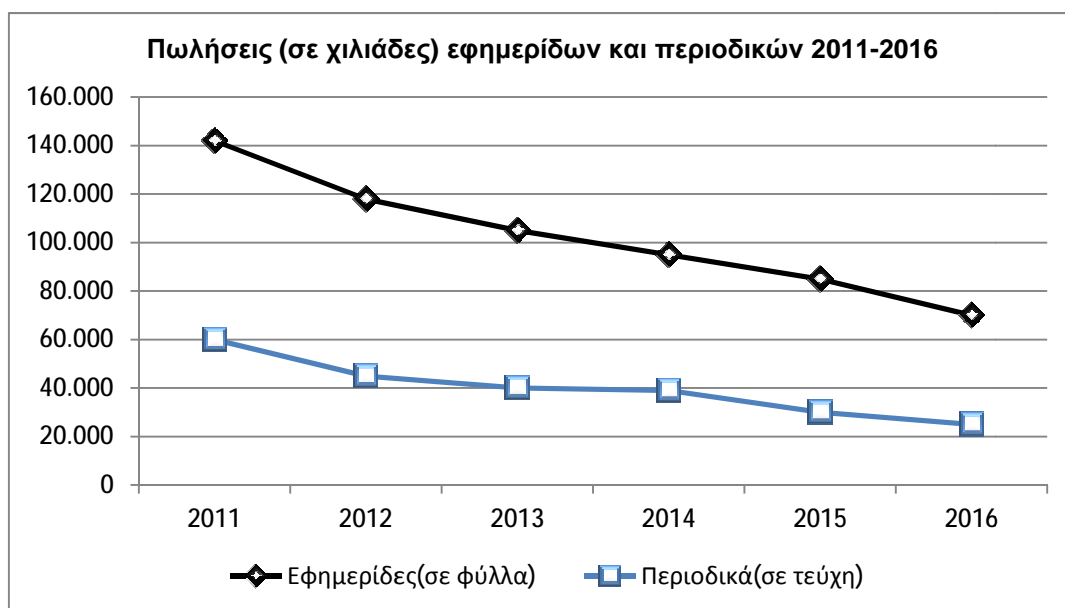
προφανώς αρνητικά αποτελέσματα όσον αφορά στην ποιότητα του προσφερόμενου περιεχομένου. Ενδεχομένως, η ελληνική τηλεόραση, μετά το ατέλειωτο «ενημερωτικό βουητό», θα συνεχίσει να βιώνει την εποχή των «ομιλούντων κεφαλιών» σε διάφορες εκδοχές και αθρόες εισαγωγές με ότι αυτό συνεπάγεται (Σμυρναίος 2011).

Οποιαδήποτε πρόβλεψη για το μέλλον είναι τόσο επισφαλής, όσο και η πρόβλεψη του δελτίου καιρού για το επόμενο τρίμηνο. Όμως, χρόνο με το χρόνο καθίσταται εμφανές ότι τα ελληνικά Μέσα εισέρχονται σε μια περίοδο συρρίκνωσης, όπου θα επικρατήσουν ένας μικρός αριθμός εφημερίδων, περιοδικών, ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών, διαδικτυακών κόμβων, οι οποίοι θα έχουν παράλληλα προβεί σε σημαντικές και μακροπρόθεσμες επενδύσεις και θα λειτουργούν ως υγιείς παρά «επιδοτούμενες» επιχειρήσεις (Σμυρναίος 2011).

3.3.2. Πώς επηρέασε η ύφεση τον Τύπο τα τελευταία χρόνια

Η Έρευνα Ημερήσιου και Περιοδικού Τύπου διενεργείται από το έτος 1979 σύμφωνα με το Ν.3832/2010. Πρόκειται για μία απογραφική έρευνα η οποία διενεργείται σε μηνιαία βάση με ετήσια αναφορά των στοιχείων με συγκέντρωση από τα Πρακτορεία Διανομής Τύπου, στοιχείων των πωλήσεων των εφημερίδων (σε φύλλα) και των περιοδικών (σε τεύχη).

Η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) ανακοίνωσε τα αποτελέσματα της Έρευνας Ημερήσιου και Περιοδικού Τύπου για το έτος 2016, τα οποία και παρουσιάζονται / αναλύονται στη συνέχεια.



Γράφημα 4. Πωλήσεις (σε χιλιάδες) εφημερίδων και περιοδικών (2011-2016)

Πηγή: www.statistics.gr

Πωλήσεις	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Εφημερίδες (σε φύλλα)	144.235.465	116.964.789	104.733.649	95.404.106	85.222.397	71.641.595
Ετήσια μεταβολή %		-18,9	-10,5	-8,9	-10,7	-15,9
Περιοδικά (σε τεύχη)	59.887.063	46.717.544	39.692.337	36.801.123	29.518.379	26.856.559
Ετήσια μεταβολή %		-22,0	-15,0	-7,3	-19,8	-9,0

Πίνακας 2. Πωλήσεις εφημερίδων και περιοδικών (2011-2016)

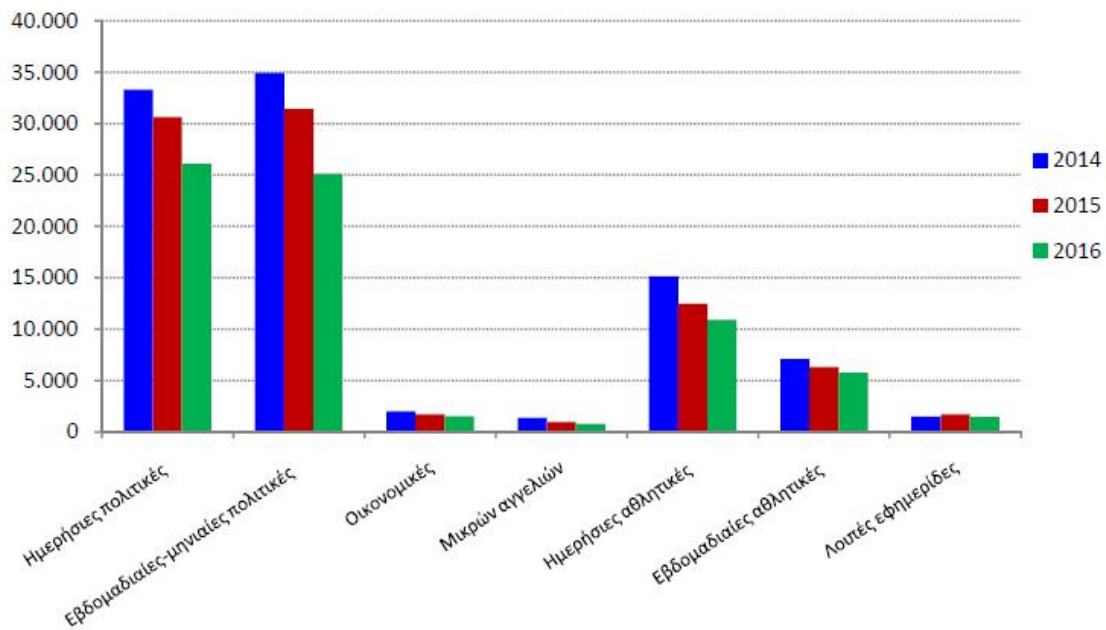
Πηγή: www.statistics.gr

Κατά το έτος 2016, σε σχέση με το έτος 2015, παρατηρείται μείωση κατά 15,9% στις συνολικές πωλήσεις εφημερίδων, ενώ αύξηση παρουσιάζεται μόνο στις πωλήσεις των Θρησκευτικών εφημερίδων κατά 13,2%. Κατά το έτος 2016 οι ξενόγλωσσες εφημερίδες που εκδίδονταν στη χώρα και διανέμονταν από τα πρακτορεία διανομής τύπου δεν εμφάνισαν κυκλοφορία επειδή σταμάτησε η έκδοσή τους. Κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 με το έτος 2014, παρατηρείται μείωση κατά 10,7% στις συνολικές πωλήσεις Εφημερίδων ενώ παρουσιάζεται αύξηση μόνο στις πωλήσεις των «Λοιπών εφημερίδων» κατά 14,1% η οποία οφείλεται στην αύξηση των πωλήσεων των Θρησκευτικών εφημερίδων κατά 410,1% (εικόνα 7, εικόνα 8).

Εφημερίδες	2014	2015	2016	Μεταβολή % 2015/2014	Μεταβολή % 2016/2015
Σύνολο	95.404.106	85.222.397	71.641.595	-10,7	-15,9
Πολιτικές εφημερίδες (σύνολο)	68.301.628	62.035.614	51.201.432	-9,2	-17,5
Ημερήσιες πολιτικές	33.338.341	30.629.406	26.086.818	-8,1	-14,8
Πρωινές	5.807.492	5.654.895	5.439.436	-2,6	-3,8
Απογευματινές	27.530.849	24.974.511	20.647.382	-9,3	-17,3
Εβδομαδιαίες-μηνιαίες πολιτικές	34.963.287	31.406.208	25.114.614	-10,2	-20,0
Οικονομικές εφημερίδες	2.029.877	1.694.770	1.519.165	-16,5	-10,4
Μικρών αγγελιών	1.389.299	977.967	773.609	-29,6	-20,9
Αθλητικές εφημερίδες (σύνολο)	22.194.210	18.814.648	16.679.475	-15,2	-11,3
Ημερήσιες αθλητικές	15.127.170	12.495.267	10.914.836	-17,4	-12,6
Εβδομαδιαίες αθλητικές	7.067.040	6.319.381	5.764.639	-10,6	-8,8
Λοιπές εφημερίδες (σύνολο)	1.489.092	1.699.398	1.467.914	14,1	-13,6
Ποικίλης ύλης	1.027.289	988.343	769.960	-3,8	-22,1
Ξενόγλωσσες	92.734	34.434	0	-62,9	-100,0
Θρησκευτικές	78.147	398.648	451.189	410,1	13,2
Διάφορες	290.922	277.973	246.765	-4,5	-11,2

Πίνακας 3. Πωλήσεις εφημερίδων σε φύλλα, κατά κατηγορία : 2014, 2015 και 2016

Πηγή: www.statistics.gr



Γράφημα 5. Πωλήσεις εφημερίδων (σε χιλιάδες φύλλα), κατά κατηγορία: 2014, 2015 και 2016

Πηγή: www.statistics.gr

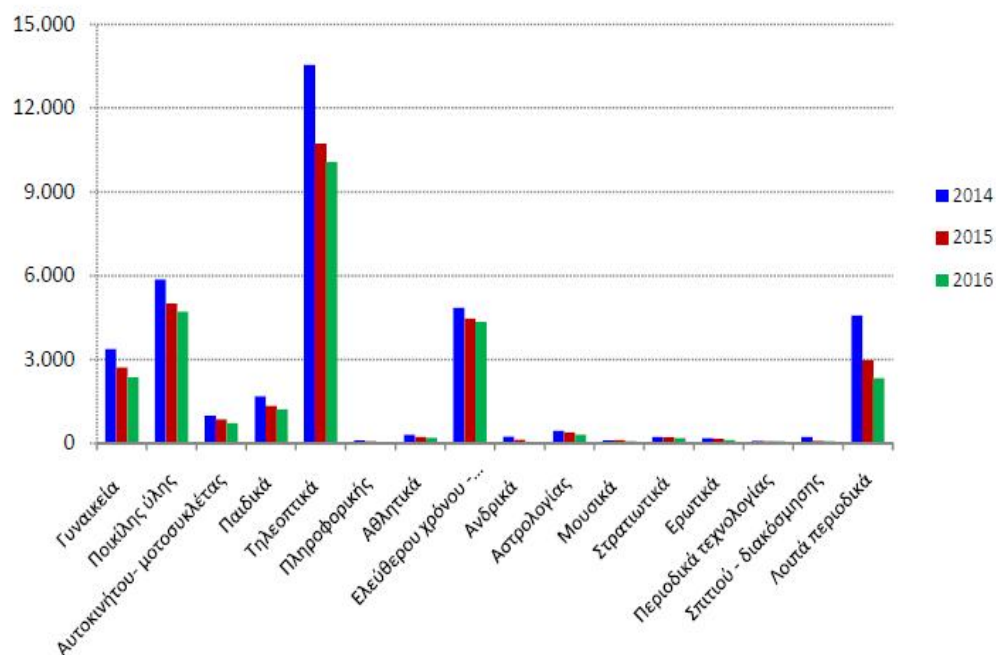
Σε σχέση με το έτος 2015, στο έτος 2016 παρατηρείται μείωση κατά 9,0% στις συνολικές πωλήσεις Περιοδικών καθώς και σε όλες τις επιμέρους κατηγορίες αυτών, με κυριότερες μειώσεις, σύμφωνα με το επίπεδο κυκλοφορίας τους, την κατηγορία των Γυναικείων περιοδικών κατά 13,1%, των Τηλεοπτικών περιοδικών κατά 6,3%, των περιοδικών Ελευθέρου Χρόνου κατά 2,6% και των περιοδικών Ποικίλης Ύλης κατά 5,9%. Κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 σε σχέση με το 2014, παρατηρείται μείωση κατά 19,8% στις συνολικές πωλήσεις των Περιοδικών με κυριότερες μειώσεις στην κατηγορία των Γυναικείων περιοδικών κατά 19,2%, των Τηλεοπτικών περιοδικών κατά 20,8%, των περιοδικών Ελευθέρου Χρόνου κατά 7,9% και των περιοδικών Ποικίλης Ύλης κατά 14,8%, ενώ αύξηση παρουσιάζεται μόνο στις πωλήσεις των Μουσικών περιοδικών κατά 10,3% (εικόνα 10, γράφημα 5).¹⁷

¹⁷ «Έρευνα Ημερήσιου και Περιοδικού Τύπου έτους 2016», www.statistics.gr, 28/04/2017, (goo.gl/Gwscyj), τελευταία πρόσβαση 12/05/2018)

Περιοδικά	2014	2015	2016	Μεταβολή % 2015/2014	Μεταβολή % 2016/2015
Σύνολο	36.801.123	29.518.379	26.856.559	-19,8	-9,0
Γυναίκες	3.365.668	2.718.464	2.362.295	-19,2	-13,1
Ποικίλης ύλης	5.867.013	5.001.280	4.706.113	-14,8	-5,9
Αυτοκινήτου - μοτοσυκλέτας	981.618	855.361	717.180	-12,9	-16,2
Παιδικά	1.682.668	1.344.089	1.220.431	-20,1	-9,2
Τηλεοπτικά	13.542.366	10.731.127	10.059.251	-20,8	-6,3
Πληροφορικής	102.151	65.267	46.144	-36,1	-29,3
Αθλητικά	314.099	213.474	197.929	-32,0	-7,3
Ελεύθερου χρόνου - ψυχαγωγίας	4.842.395	4.460.422	4.345.126	-7,9	-2,6
Ανδρικά	246.151	121.732	45.019	-50,5	-63,0
Αστρολογίας	438.569	387.447	305.942	-11,7	-21,0
Μουσικά	104.679	115.445	83.757	10,3	-27,4
Στρατιωτικά	234.130	206.785	188.242	-11,7	-9,0
Ερωτικά	189.065	147.331	118.918	-22,1	-19,3
Περιοδικά τεχνολογίας	90.105	71.619	65.073	-20,5	-9,1
Σπιτιού - διακόσμησης	221.433	95.786	71.857	-56,7	-25,0
Λοιπά περιοδικά	4.579.013	2.982.750	2.323.282	-34,9	-22,1

Πίνακας 4. Πωλήσεις περιοδικών σε τεύχη, κατά είδος : 2014, 2015 και 2016

Πηγή: www.statistics.gr



Γράφημα 6. Πωλήσεις περιοδικών (σε χιλιάδες τεύχη), κατά είδος: 2014, 2015 και 2016

Πηγή: www.statistics.gr

3.3.3. Κρίση των μμε, διαδίκτυο και νέες τεχνολογίες

Από το 2007 τα παραδοσιακά ΜΜΕ περνούν μια από τις χειρότερες κρίσεις της ιστορίας τους σε διεθνές επίπεδο. Στις μεγάλες αγορές των ΗΠΑ και της Ευρώπης η οικονομική κρίση έφερε σημαντική μείωση της διαφημιστικής δαπάνης. Παράλληλα ο τύπος και κυρίως οι καθημερινές πολιτικές εφημερίδες υποφέρουν από διαρκή πτώση των πωλήσεων, όπως παρουσιάστηκε και προηγουμένως (Σμυρναίος, 2011).

Στην Ελλάδα η κρίση στον χώρο των ΜΜΕ άρχισε να γίνεται αισθητή το 2008 και πλέον έχει λάβει διαστάσεις χιονοστιβάδας: καθίζηση της διαφήμισης και της κυκλοφορίας, μεγάλες ζημιές και αθρόες απολύσεις στα συγκροτήματα ΜΜΕ (Σμυρναίος, 2011).

Οι λόγοι που εξηγούν αυτή την κατάσταση στην Ελλάδα είναι συγκυριακοί – όπως η οικονομική κρίση – αλλά και δομικοί. Για παράδειγμα η διαγώνια συγκέντρωση που θριάμβευσε τις τελευταίες δύο δεκαετίες στη χώρα επέτρεψε σε επιχειρηματίες να συντηρούν για χρόνια ζημιογόνα ΜΜΕ με σκοπό την άσκηση πίεσης στην πολιτική εξουσία, τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και εν τέλει την εξυπηρέτηση αλλότριων σκοπών. Το σκάσιμο της Ελληνικής «φούσκας» μοιραία λοιπόν επέφερε εκατόμβη στο χώρο. Πλέον, τα παραδοσιακά εκδοτικά συγκροτήματα βλέπουν ως μόνη σανίδα σωτηρίας τους το διαδίκτυο. Η ιδέα αυτή όμως, πέρα από τον τεχνολογικό ντετερμινισμό που τη χαρακτηρίζει, αγνοεί κάποια βασικά προβλήματα οικονομικής και κοινωνικής φύσης (Σμυρναίος, 2011). Η σύγκλιση των τεχνολογιών της πληροφορικής, των τηλεπικοινωνιών και των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας επέφερε σημαντικές αλλαγές σε όλους τους τομείς της κοινωνικής ζωής, με αποτέλεσμα να οδηγούμαστε σε όλο και περισσότερο προς μια Κοινωνία της Πληροφορίας. Η ραγδαία εξέλιξη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και Επικοινωνίας τα τελευταία χρόνια έχει ενδυναμώσει σε πολύ μεγάλο βαθμό την επιρροή της «τέταρτης εξουσίας» ανά το παγκόσμιο. Η ψηφιακή επανάσταση έφερε μαζί της πλειάδα προκλήσεων, μία εκ των οποίων είναι η μετεξέλιξη των ειδήσεων στα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Εκατομμύρια άνθρωποι βρίσκονται συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο κάθε λεπτό ενώ συνεχώς περνούν από μπροστά τους πολλές από τις εκατοντάδες χιλιάδες αναρτήσεις ειδήσεων, φωτορεπορτάζ ή βίντεο (Κωστάκης, 2011).

Πρόκειται για μια εποχή που η έννοια της δημοσιογραφίας επαναπροσδιορίζεται, τα νέα μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας αποτελούν μια μεγάλη πρόκληση και όλα τα μέσα προσπαθούν να εντάξουν στο δυναμικό τους ανθρώπους με γνώσεις στην Επικοινωνία και γενικότερα στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, αναγνωρίζοντας τη δυναμική τους (Κωστάκης, 2011). Το διαδίκτυο αποτελεί πεδίο διαφημιστικού υπέρ ανταγωνισμού και όχι ολιγοπωλίου όπως η τηλεόραση και ο τύπος. Αυτό σημαίνει ότι, σε μια μικρή αγορά όπως η Ελλάδα, εκατοντάδες ιστότοποι ανταγωνίζονται για την προσοχή του (μικρού σχετικά) κοινού και για την διαφημιστική δαπάνη που αυτή συνεπάγεται (Κωστάκης, 2011).

Το μοντέλο που κερδίζει τη μάχη της επισκεψιμότητας είναι αυτό του copy-paste και της σκανδαλογίας (χαμηλό κόστος/πολλά κλικ) στο οποίο ειδικεύονται pure-players¹⁸ και ψευδο blogs. Παράλληλα για να φτάσουν στο κοινό οι παραγωγοί περιεχομένου εξαρτώνται όλο και περισσότερο από ενδιάμεσους όπως η Google, η Apple και το Facebook που κρατούν για τον εαυτό τους τη μερίδα του λέοντος της διαφημιστικής υπεραξίας (Σμυρναίος, 2011).

Την ίδια στιγμή το διαδικτυακό κοινό, έχοντας καλύψει την ανάγκη του για βασική ενημέρωση και ψυχαγωγία, αρνείται να πληρώσει για επιγραμμικά κακέκτυπα εφημερίδων και καναλιών. Αντίθετα, οι ίδιοι οι χρήστες συμμετέχουν στην παραγωγή και κυρίως στη διάδοση της

¹⁸ Οι pure-players είναι εταιρίες που έχουν μόνο ηλεκτρονικό κατάστημα ή παρέχουν ηλεκτρονικές/ψηφιακές υπηρεσίες

πληροφορίας μέσω συμμετοχικών εργαλείων και διαδικασιών. Στο διαδίκτυο ο πλουραλισμός και η καινοτομία στην ενημέρωση, με όλες τις αντιθέσεις τους, προέρχονται από τα κάτω και όχι από τα γραφεία υψηλόβαθμων στελεχών συγκροτημάτων επικοινωνίας (Σμυρναίος, 2011).

4. ΠΩΣ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

4.1. Το διαδίκτυο στην Ελλάδα

Σταθερά ανοδική ήταν η πορεία της διείσδυσης της χρήσης του Διαδικτύου στην Ελλάδα με τα ποσοστά να έχουν φθάσει πλέον πολύ κοντά στο ζενίθ τους, δεδομένου ότι στα μεγάλα αστικά κέντρα είναι ελάχιστοι εκείνοι που δεν χρησιμοποιούν -έστω και μία φορά την εβδομάδα- το Internet, ενώ πλέον ακόμη και στις πιο απομακρυσμένες περιφέρειες τα ποσοστά κινούνται σε πολύ υψηλά επίπεδα.

Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της Focus Bari και της έρευνας Web ID της τελευταίας, η διείσδυση του διαδικτύου στην Ελλάδα φθάνει στο 82% του πληθυσμού ηλικίας 13-70 ετών, ποσοστό που μοιάζει εντυπωσιακά υψηλό για μία χώρα που θεωρείται ότι έχει μείνει πίσω σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη αναφορικά με την αξιοποίηση του Internet. Μάλιστα, το ποσοστό διείσδυσης (χρήση τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα) στα αστικά κέντρα ανέρχεται πλέον στο 92% καθώς το διαδίκτυο αποτελεί βασικό κομμάτι της καθημερινότητας σχεδόν όλων των Ελλήνων, οι μισοί εκ των οποίων έχουν λογαριασμό στο Facebook (Μαλλάς, 2017).

Η κατάσταση δεν ήταν πάντα έτσι και σύμφωνα με τα στοιχεία που έδειξε η Ξένια Κούρτογλου, διευθύνουσα σύμβουλος της Focus Bari, στο πρόσφατο E-Business Forum που διοργάνωσε η ΕΕΔΕ, η πορεία της διείσδυσης ήταν σταθερά ανοδική την τελευταία 20ετία. Το διαδίκτυο έκανε την εμφάνιση του στις αρχές της δεκαετίας του '90 και αρχικά περιοριζόταν σε χρήστες που είχαν πρόσβαση μέσω ερευνητικών και ακαδημαϊκών κέντρων (Δημόκριτος, ΙΤΕ) για να κάνουν στη συνέχεια την εμφάνιση τους οι πρώτοι πάροχοι υπηρεσιών πρόσβασης (ISPs) όπως ήταν η Hellas On Line, η Forthnet κ.ά. Το 1995 που ξεκινά η Focus Bari να παρακολουθεί τη διείσδυση του Διαδικτύου, μόλις το 1% των κατοίκων στα μεγάλα αστικά κέντρα (πληθυσμός πάνω από 50.000 κάτοικοι) είχε πρόσβαση. Το ποσοστό αυτό στα μεγάλα αστικά κέντρα είχε φθάσει στο 21% στις αρχές της δεκαετίας του 2000 οπότε η Focus Bari επεκτείνει το δείγμα της προκειμένου να περιλάβει και τις ημιαστικές περιοχές. Η διείσδυση στο πιο ευρύ δείγμα έφθανε μόλις στο 12%, καθώς ακόμη το διαδίκτυο είναι κάτι που δείχνει να χρειάζεσαι ειδικές γνώσεις για να το αξιοποιήσεις. Όμως, η γρήγορη επέκταση της χρήσης των προσωπικών υπολογιστών έχει ως αποτέλεσμα να αρχίσει να αυξάνεται και η διείσδυση του διαδικτύου. Ειδικά μετά το 2005 που εμφανίζονται στην Ελλάδα οι πρώτες ADSL συνδέσεις, αυτό σημαίνει ότι δεν χρειάζεται να απασχολείς την τηλεφωνική γραμμή του σπιτιού και οι ταχύτητες είναι αρκετά καλύτερες, η διείσδυση κινείται με εντυπωσιακά γρήγορου ρυθμούς. Από το 31% του 2004 φθάνουμε στο 56% του 2010, με τα νούμερα να συνεχίζουν να αφορούν τα αστικά κέντρα και τις ημιαστικές περιοχές (Μαλλάς, 2017).

Την τρέχουσα δεκαετία, η άνοδος συνεχίζεται περαιτέρω με την επικρατούσα άποψη να είναι πως το Facebook και η αυξημένη δημοτικότητα των social media σε συνδυασμό με την εμφάνιση των smartphones βοήθησαν σημαντικά ώστε η διείσδυση του διαδικτύου να ενισχυθεί σημαντικά. Το αποτέλεσμα είναι το 2016 να κλείσει με τη διείσδυση πανελλαδικά να φθάνει στο 79% σε πανελλαδικό επίπεδο (ηλικίες 13-70 ετών) και στο 90% στα αστικά κέντρα, ενώ τα πιο πρόσφατα στοιχεία (Οκτώβριος 2017) κάνουν λόγο για ποσοστά της τάξεως του 92% και του 82% (Μαλλάς, 2017).

Αξίζει να σημειωθεί ότι στα παιδιά ηλικίας 10-12 ετών τα ποσοστά χρήσης κυμαίνονται σε επίπεδα της τάξεως του 90%, κάτι που σημαίνει ότι τα επόμενα χρόνια, είναι πολύ πιθανό τα ποσοστά χρήσης να ενισχυθούν ακόμη περισσότερο, γεγονός που ενδέχεται να επηρεάσει

ακόμη περισσότερο την καθημερινότητα μας, αν σκεφτεί κανείς την αύξηση που παρατηρείται στη χρήση του διαδικτύου για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών ή την ενημέρωση και την ψυχαγωγία (Μαλλάς, 2017).

4.2. Η δικτυακή και η διαδικτυακή τηλεόραση

Τα τελευταία χρόνια ακούμε και διαβάζουμε όλο και πιο συχνά τον όρο «IPTV» και που σίγουρα τα αμέσως επόμενα χρόνια θα τον συναντάμε όλο και πιο συχνά αλλά και πιο αποτελεσματικά απ' ό,τι σήμερα.

Είναι γεγονός πως οι μεγάλες και γρήγορες συνδέσεις που αναπτύχθηκαν τα τελευταία χρόνια έχουν κάνει τη διαδικτυακή τηλεόραση διαθέσιμη στον καθένα. Η εξάπλωση των οπτικών ινών που συμβάλλει στην πιο υψηλή απόδοση της ευρυζωνικότητας, κάνει προσιτή την δικτυακή τηλεόραση σε κάθε σπίτι καθώς επί της ουσίας αυτό που χρειάζεται είναι ένας υπολογιστής και μια σύνδεση στο διαδίκτυο. Η ψηφιακή τηλεόραση ήταν το πιο σημαντικό επίτευγμα στον τομέα της τεχνολογίας όσον αφορά την τηλεόραση από τότε που δημιουργήθηκε το μέσο αυτό. Η ψηφιακή τηλεόραση προσφέρει στους θεατές περισσότερες επιλογές και κάνει την εμπειρία της τηλεθέασης πιο διαδραστική. Το αναλογικό σύστημα μετάδοσης του σήματος της τηλεόρασης λαμβάνει χώρα περισσότερο από 60 χρόνια. Σε αυτήν την περίοδο οι θεατές έζησαν την μετάβαση από τις ασπρόμαυρες τηλεοράσεις, στις έγχρωμες (Κωνσταντινίδης, 2015).

Σήμερα η τηλεόραση περνάει ένα νέο στάδιο μετάβασης από την συμβατική αναλογική τηλεόραση, στη νέα ψηφιακή τηλεόραση και στον κόσμο της ψηφιακής τεχνολογίας. Οι περισσότεροι διαχειριστές δικτύων τηλεόρασης έχουν ήδη αναβαθμίσει τον υπάρχοντα δικτυακό εξοπλισμό τους με σύγχρονες ψηφιακές πλατφόρμες οι οποίες απαιτούνται για την υλοποίηση της ψηφιακής τηλεόρασης. Γενικά, αυτή είναι μια προσπάθεια να απομακρύνουν τους θεατές από τις παραδοσιακές αναλογικές υπηρεσίες της τηλεόρασης και να τους οδηγήσουν, μέσα από την ψηφιακή τεχνολογία, σε νέα μονοπάτια οικιακής ψυχαγωγίας. Μία νέα τεχνολογία, η οποία ονομάζεται Internet Protocol-based television (IPTV), ή πιο απλά IPTV έχει κάνει την εμφάνισή της και έχει ήδη εισχωρήσει σε πολλούς τηλεπικοινωνιακούς οργανισμούς (Κωνσταντινίδης, 2015).

Σύμφωνα με την ITU-T FG IPTV (International Telecommunication Union focus group on IPTV) το IPTV (Internet Protocol Television) ορίζεται ως «η υπηρεσία διαμοιρασμού πολυμεσικών εφαρμογών, όπως τηλεόρασης/βίντεο/ήχου/κειμένου/γραφικών μέσα από δίκτυα IP με τέτοιο τρόπο ώστε να υπάρχουν τα απαιτούμενα επίπεδα ποιότητας υπηρεσίας, εμπειρίας, ασφάλειας, διαδραστικότητας και αξιοπιστίας». Ακόμη, υπηρεσία IPTV είναι «η μετάδοση τηλεοπτικού σήματος μέσω ευρυζωνικής σύνδεσης που χρησιμοποιεί το πρωτόκολλο επικοινωνίας IP». Διακρίνεται από την ευρύτερη κατηγορία Internet Television καθώς χρησιμοποιεί ένα «κλειστό» δίκτυο και όχι το δημόσιο Internet. Στην δυτική Ευρώπη, οι περισσότερες υπηρεσίες IPTV δίνονται πάνω σε μια DSL σύνδεση, ενώ σε μερικές χώρες παρέχεται επίσης πάνω από συνδέσεις οπτικών ινών. Η υπηρεσία IPTV παρέχεται από τηλεπικοινωνιακούς παρόχους, συνήθως σε συνδυασμό με ευρυζωνική σύνδεση και υπηρεσίες VoIP. Συμπεριλαμβάνει συνήθως την παροχή:

- Ψηφιακού τηλεοπτικού περιεχομένου
- Καινοτόμων υπηρεσιών τηλεόρασης (time shifted TV, parental control, pay-per-view, personal video recording)
- Video on demand με δυνατότητες ίδιες με αυτές που προσφέρει ένα DVD player (fast forward, rewind, pause κτλ.)

- Άλλων υπηρεσιών ψυχαγωγίας / περιεχομένου (μουσική, παιχνίδια, πρόσβαση στο διαδίκτυο)

Έχοντας καλύτερη ποιότητα εικόνας από αυτή της αναλογικής τηλεόρασης, μια σειρά υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, δυνατότητες προσωποποίησης, ποικιλία περιεχομένου και ευκολία πρόσβασης σε αυτό, αποτελεί μια αναβαθμισμένη και ολοκληρωμένη εμπειρία ψυχαγωγίας μέσα από την τηλεόραση. Η υπηρεσία αυτή, αναμένεται στο μέλλον να εξελιχθεί σε μια καθαρά διαδραστική εμπειρία για τον χρήστη, με υπηρεσίες όπως picture sharing, video messaging, chatting κ.α.

Η ψηφιακή τηλεόραση επιτρέπει την αύξηση της ποιότητας της μετάδοσης βίντεο και ήχου και διευρύνει τον αριθμό των τηλεοπτικών προγραμμάτων που μεταφέρονται σε ένα εύρος συχνοτήτων. Το DVB (Digital Video Broadcasting) είναι η πιο δημοφιλής σουίτα, διεθνώς αποδεκτή με ανοικτά πρότυπα για την ψηφιακή τηλεόραση. Τα DVB πρότυπα απαριθμούνται από την μέθοδο μεταφοράς σήματος:

- δορυφορικής (DVB-S, DVB-S2)
- καλωδιακής (DVB-C)
- επίγειας τηλεόρασης (DVB-T)

Από την άλλη πλευρά, η δικτυακή τηλεόραση (Internet television) αναφέρεται συχνά στην διεθνή βιβλιογραφία ως IPTV (Internet Protocol TeleVision), αν και έχουν εκφραστεί ορισμένες διαφωνίες για αυτό, τόσο επειδή ο όρος IPTV σε ορισμένες χώρες έχει ήδη καταχωριστεί ως εμπορικό σήμα (trademark), όσο διότι ουσιαστικά η IPTV αποτελεί μόνο ένα κομμάτι της δικτυακής τηλεόρασης.

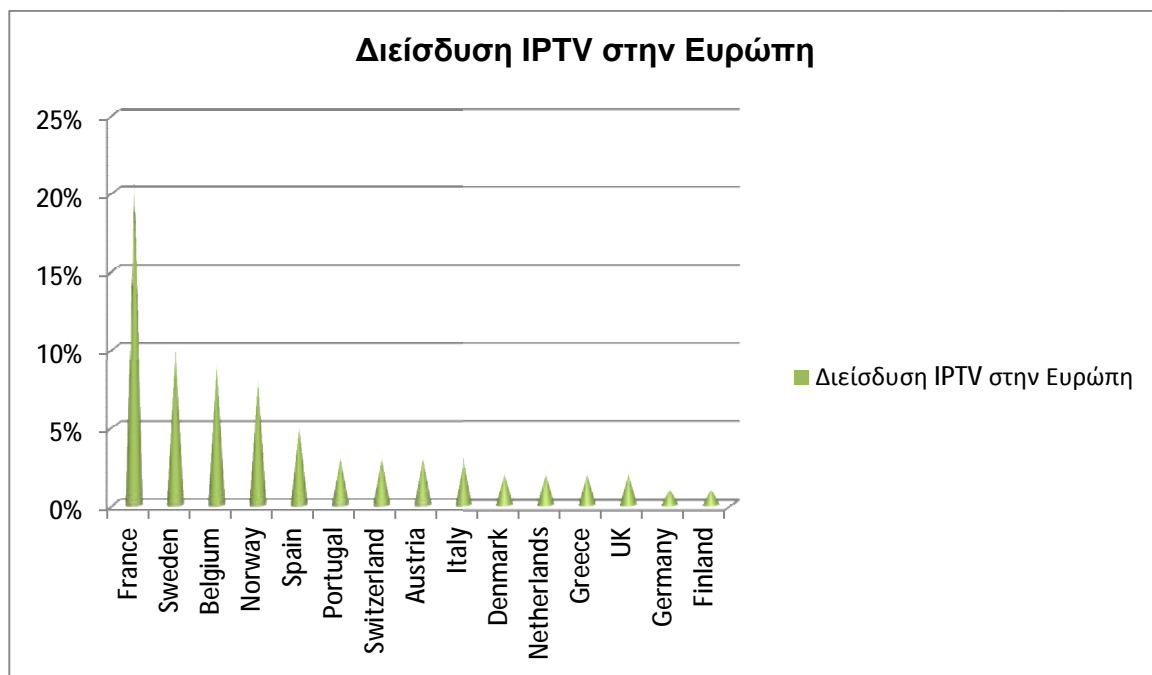
Με πιο τεχνικούς όρους, η «δικτυακή τηλεόραση» μπορεί να περιγραφεί ως ένα σύστημα κατά το οποίο το ψηφιακό τηλεοπτικό σήμα εκπέμπεται σε συνδρομητές-χρήστες του Internet με τη βοήθεια του IP (πρωτοκόλλου Internet) και μιας ευρυζωνικής (broadband) σύνδεσης. Η υπηρεσία αυτή συχνά παρέχεται σε συνδυασμό με το βίντεο κατ' απαίτηση (video -on-demand) και μπορεί να περιλαμβάνει ταυτόχρονα και άλλες δικτυακές υπηρεσίες (π.χ. τηλεφωνία μέσω Internet- VoIP), οπότε έχουμε το λεγόμενο triple play (Internet, τηλεφωνία και βίντεο). Το τηλεοπτικό σήμα, που «φέρει» το περιεχόμενο, είναι συνήθως κωδικοποιημένο σε μορφή αναγνωρίσιμη από υπολογιστή ή άλλα ψηφιακά μέσα και διανέμεται μέσω της μεθόδου IP Multicast, με την οποία η πληροφορία μπορεί να αποσταλεί ταυτόχρονα σε πολλούς αποδέκτες- υπολογιστές (Κωνσταντινίδης, 2015).

Το IPTV έχει καλύτερη ποιότητα εικόνας από την απλή τηλεόραση, προσφέρει ποικιλία περιεχομένου, ευκολία πρόσβασης σε αυτό, με μια εύχρηστη και απλή διεπαφή (EPG- Electronic program guide), και πολλές άλλες δυνατότητες που το καθιστούν μια καθαρά διαδραστική εμπειρία για τον χρήστη. Το IPTV αποτελεί την τελευταία λέξη της τεχνολογίας όσον αφορά την ψηφιακή διασκέδαση στο "σαλόνι" και ανοίγει νέους ορίζοντες στο λεγόμενο "home entertainment". Το IPTV έχει ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια σε Ευρώπη και Ασία, αποτέλεσε προπομπό για νέες τεχνολογίες και προετοίμασε το έδαφος για το λεγόμενο "quadruple play", που αποτελείται από το συνδυασμό των υπηρεσιών τηλεφωνίας, Internet, IPTV και την προσθήκη κινητής τηλεφωνίας (Κωνσταντινίδης, 2015).

Και όσο τα πράγματα από τεχνικής πλευράς εξελίσσονται περαιτέρω, το ευρυζωνικό Internet και η ψηφιακή τεχνολογία καθίστανται εξαιρετικά σημαντικό στοιχείο στην αλυσίδα της διανομής τηλεοπτικών εκπομπών. Ολοένα περισσότερες εταιρείες παραγωγής «τοποθετούν» τα προϊόντα τους στον κυβερνοχώρο. Εκτός των άλλων πλεονεκτημάτων, επιζητούν έτσι να κατακτήσουν θεατές που ίσως δεν θα κέρδιζαν ποτέ παραμένοντας στα ερτζιανά κύματα, το καλώδιο ή τον δορυφόρο. Τα ως τώρα αποτελέσματα από παρόμοιες απόπειρες στις ΗΠΑ αποδεικνύονται ιδιαίτερα ενθαρρυντικά παραδείγματα. Ειδικά για το

κομμάτι των θεατών που για ποικίλους λόγους δεν μπορούν να παρακολουθούν ενημερωτικές εκπομπές ή σίριαλ σε τακτικές ώρες και μέρες προβολής, φαίνεται ότι το Internet θα αποτελέσει μια δικτυακή εναλλακτική λύση αφού οποιαδήποτε ώρα επιθυμούν μπορούν να συνδεθούν, να κατεβάσουν ό,τι θέλουν και να το δουν όποτε θέλουν. Ωστόσο, το πρότυπο DVB εξακολουθεί να είναι μια μονόδρομη τηλεόραση, γι' αυτό δεν έχει διαδραστικές λειτουργίες που να επιτρέπουν στους χρήστες να επηρεάσουν την αναπαραγωγή (Κωνσταντινίδης, 2015).

Η επόμενη γενιά της τηλεόρασης που έχει ήδη ξεκινήσει είναι η αμφίδρομη ψηφιακή τηλεόραση με κάποια διαδραστικά χαρακτηριστικά. Τώρα οι χρήστες μπορούν να παρακολουθούν τηλεοπτικά προγράμματα και να κάνουν αναπαραγωγή. Για παράδειγμα, μπορείτε να διακόψετε προσωρινά τη ζωντανή τηλεοπτική εκπομπή για να τη συνεχίσετε αργότερα, και στη συνέχεια γρήγορα προς τα εμπρός και όλες τις άλλες γνωστές λειτουργίες αναπαραγωγής (Κωνσταντινίδης, 2015).



Γράφημα 7. Διείσδυση IPTV στην Ευρώπη

Το IPTV, εκτός από τηλεοπτικά προγράμματα, παρέχει επιπλέον διαδραστικές (interactive) υπηρεσίες και με ένα σημαντικό χαρακτηριστικό, το Video on Demand (VoD): αυτή η υπηρεσία επιτρέπει στους χρήστες να παρακολουθούν οποιαδήποτε ταινία από τη βιβλιοθήκη ταινιών του VoD server, μπορώντας να χρησιμοποιήσουν την παύση και rewind χαρακτηριστικά.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας, η αύξηση της ταχύτητας των δικτύων, η εξέλιξη των οικιακών και τερματικών συσκευών έχουν δημιουργήσει ένα ευρύτερο ανταγωνιστικό πλαίσιο, στο οποίο εμπλέκονται εταιρείες με διαφορετική επιχειρηματική δραστηριότητα, αλλά με κοινό στόχο: να κυριαρχήσουν στην αγορά του "Home entertainment" (Κωνσταντινίδης, 2015).

4.2.1. Διαφορές IPTV με τη δικτυακή τηλεόραση (Internet-TV)

Παρόλο που και τα δυο περιβάλλοντα βασίζονται στον ίδιο πυρήνα τεχνολογιών, δεν είναι το ίδιο και διαφέρουν στα εξής:

1. Διαφορετικές πλατφόρμες

Όπως λέει και το όνομα, το Internet TV χρησιμοποιεί το δημόσιο Internet για να παραδώσει βίντεο στους χρήστες. Το IPTV, σε αντίθεση με το Internet TV, χρησιμοποιεί ασφαλή ιδιωτικά δίκτυα για να παραδώσει βίντεο στους χρήστες. Αυτά τα ιδιωτικά δίκτυα διαχειρίζονται από τον πάροχο της υπηρεσίας IPTV.

2. Γεωγραφική απόσταση

Τα δίκτυα που ανήκουν σε τηλεπικοινωνιακούς φορείς δεν είναι προσπελάσιμα σε χρήστες του Internet και βρίσκονται σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές. Αντιθέτως, το Internet δεν έχει γεωγραφικούς περιορισμούς και οι υπηρεσίες της τηλεόρασης μπορούν να προσπελαστούν από κάθε γωνιά του πλανήτη.

3. Ιδιοκτησία της υποδομής του δικτύου

Όταν ένα βίντεο στέλνεται μέσω του δημοσίου Internet, κάποια από τα πακέτα που μεταφέρουν το βίντεο μπορούν να καθυστερήσουν ή να χαθούν τελείως καθώς περνούν από πολλά δίκτυα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, οι πάροχοι βίντεο μέσω Internet να μην μπορούν να εγγυηθούν μία αξιόπιστη τηλεθέαση που να συγκρίνεται με μία παραδοσιακή επίγεια, καλωδιακή ή δορυφορική τηλεθέαση. Γενικά το βίντεο που παίζεται μέσω του Internet μπορεί να έχει κολλήματα («σπασίματα») και η ανάλυσή του να είναι αρκετά χαμηλή. Σε αντίθεση με αυτό, το βίντεο μέσω του IPTV στέλνεται μέσω ενός δικτύου υποδομής που συνήθως ανήκει στον πάροχο (ή έχει ολοκληρωτικά τα δικαιώματα διαχείρισής του). Έτσι, ο πάροχος μπορεί να οργανώσει το δίκτυό του με τέτοιο τρόπο ώστε να έχει την μεγαλύτερη δυνατή αποτελεσματικότητα και να υποστηρίζει την μεταφορά υψηλής ποιότητας βίντεο (Κωνσταντινίδης, 2015).

4. Μηχανισμός προσπέλασης

Ένα ψηφιακό set-top box απαιτείται για την προσπέλαση και την αποκωδικοποίηση του βίντεο ενός συστήματος IPTV, όπως και ένας υπολογιστής απαιτείται σχεδόν πάντα για την προσπέλαση υπηρεσιών Internet. Το λογισμικό του Set-top box ποικίλλει και εξαρτάται από το περιεχόμενο TV που θα λαμβάνει. Για παράδειγμα το κατέβασμα περιεχομένου από κάποιο site, πολλές φορές απαιτεί και την εγκατάσταση ενός media player για την προβολή του υλικού. Επίσης, στην προκειμένη περίπτωση απαιτείται και ένα digital rights management (DRM) system έτσι ώστε να δίνει την πρόσβαση όπου υπάρχουν τα αντίστοιχα δικαιώματα.

5. Κόστος

Ένα μεγάλο ποσοστό των βίντεο, που διακινούνται μέσω του δημοσίου Internet, είναι διαθέσιμα στους χρήστες δωρεάν. Αυτό όμως σιγά σιγά αλλάζει, καθώς ένας μεγάλος αριθμός εταιρειών πολυμέσων αρχίζουν να χρεώνουν τις υπηρεσίες Internet TV. Γενικά το κόστος αυτών των υπηρεσιών είναι ανάλογο με το κόστος των παραδοσιακών υπηρεσιών συνδρομητικής τηλεόρασης. Κάποιοι, γι αυτόν τον λόγο, πιστεύουν ότι οι έννοιες Internet TV και IPTV είναι συνυφασμένες και ότι στο μέλλον θα σημαίνουν το ίδιο πράγμα (Κωνσταντινίδης, 2015).

4.3. Το ψηφιακό ραδιόφωνο

Οι τεχνολογίες ψηφιακού ραδιοφώνου (Digital Audio Broadcasting, DAB και DAB+) αλλάζουν την έννοια της ραδιοφωνίας, όπως τη γνωρίζουμε από το αναλογικό ραδιόφωνο, και μετατρέπουν το ψηφιακό ραδιόφωνο σε ένα φορέα διανομής πολυμεσικών υπηρεσιών (εικόνα, ήχος, slideshow, mobile TV κ.α.) μέσω δικτύων ευρυεκπομπής. Τα δίκτυα αυτά μπορούν να υποστηρίξουν υπηρεσίες που μέχρι τώρα δεν παρέχονται ή δεν διανέμονται μέσω δικτύων κινητών επικοινωνιών (Κρέτσος, 2018).

Το αποτέλεσμα των παραπάνω εξελίξεων είναι η ακρόαση υψηλής ποιότητας ήχου (ποιότητας CD), η δυνατότητα επιλογής πολλαπλάσιων ραδιοφωνικών προγραμμάτων από τον μέχρι σήμερα τεχνολογικά διαθέσιμο αριθμό, καθώς και η ευκολία συντονισμού και λήψης χωρίς παρεμβολές για τον ακροατή. Επί πλέον θα παρέχει την δυνατότητα μετάδοσης κειμένου και γραφικών. Σήμερα, πάνω από 475 εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο μπορούν να χρησιμοποιήσουν περισσότερες από 800 διαφορετικές υπηρεσίες DAB. Το πρώτο βήμα για την εφαρμογή των τεχνολογιών αυτών στον ελλαδικό χώρο είναι ο σχεδιασμός ενός χάρτη συχνοτήτων ψηφιακής ραδιοφωνίας, όπου θα καθορίζονται οι χρήσεις των συχνοτήτων DAB που διαθέτει η Ελλάδα, σύμφωνα με τις αποφάσεις της RRC GE06, στη Band III και στην L-Band. Οι συχνότητες αυτές θα μπορούν στη συνέχεια να διατεθούν για την υλοποίηση δικτύων DAB/DMB στον ελλαδικό χώρο (Κρέτσος, 2018).

Η εισαγωγή του ψηφιακού ραδιοφώνου δεν θα επηρεάσει τεχνολογικά την λειτουργία του αναλογικού ραδιοφώνου στα FM, καθόσον η εκπομπή τους γίνεται μέσω διαφορετικών συχνοτήτων. Ο Γενικός Γραμματέας Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων, κος Βασίλης Μαγκλάρας, δήλωσε σχετικά με το θέμα: *«Η εισαγωγή νέων τεχνολογιών στον τομέα του ραδιοφώνου μέσω του χάρτη συχνοτήτων για το ψηφιακό ραδιόφωνο δίνει την δυνατότητα στις επιχειρήσεις του χώρου να προσφέρουν νέες και αναβαθμισμένες υπηρεσίες προς τους πολίτες και τους καταναλωτές. Επιπλέον, οι νέες τεχνολογίες εκπομπής λειτουργούν με χαμηλότερη ισχύ, κάτι το οποίο αποφέρει πολλαπλά οφέλη, όπως εξάλειψη τυχόν παρεμβολών που προκαλείται στην αεροναυτική ραδιοπλοήγηση και χαμηλότερη ηλεκτρομαγνητική ρύπανση σε σχέση με τις αναλογικές τεχνολογίες, ενώ παράλληλα δίνεται η δυνατότητα παροχής αναβαθμισμένων υπηρεσιών ήχου και εικόνας»* (Μαγκλάρας, 2017).

«Για άναρχο ραδιοφωνικό τοπίο με απολύσεις, κακές εργασιακές σχέσεις και χαμηλά έσοδα από διαφήμιση» έκανε λόγο ο ΓΓ Ενημέρωσης και Επικοινωνίας Λευτέρης Κρέτσος σε ημερίδα για το ψηφιακό ραδιόφωνο, με τίτλο «The future of broadcast radio in Europe with DAB+». Σύμφωνα με τον ίδιο, *«το μόνο πρόβλημα που μπορεί να ενέχει το πέρασμα στο ψηφιακό ραδιόφωνο είναι το κόστος στον καταναλωτή τονίζοντας ωστόσο, ότι μια κυβέρνηση μπορεί να δώσει κίνητρα στους καταναλωτές»*.

«Η Ελλάδα καθυστερεί, αλλά έχει τον δυναμισμό να μπει στο μέλλον των ψηφιακών μεταδόσεων. Μένουν να γίνουν πολλά για να γίνει η χώρα φιλική στο ψηφιακό ραδιόφωνο», συμπλήρωσε και σημείωσε ότι «ψηφίστηκε πλέον η πρώτη νομοθεσία για το ψηφιακό ραδιόφωνο και η Ελλάδα μπήκε στον χάρτη των χωρών που ακολουθούν το ψηφιακό ραδιόφωνο» (Μαγκλάρας, 2017).

Τα οικονομικά και ποιοτικά οφέλη της ψηφιακής εκπομπής ανέλυσαν στην συνέχεια ο πρόεδρος της WorldDAB Patrick Hannon και ο επικεφαλής Ραδιοφώνου της EBU Graham Dixon. Οι περισσότερες χώρες κλείνουν τα fm. Το ραδιόφωνο παίζει καίριο ρόλο στη ζωή των Ευρωπαίων πολιτών. Είναι το μέσο που εμπιστεύονται και πρέπει να προχωρήσει.

«Στην Ελλάδα το φάσμα είναι υπερπλήρες και αυτό σημαίνει κακή ποιότητα και έλλειψη καινοτομίας», δήλωσε ο κ. Hannon. Συμπλήρωσε ωστόσο ότι η DAB+ επιτρέπει την εισαγωγή σταθμών εθνικής εμβέλειας, καλύτερη ποιότητα και βελτιωμένη πληροφορία. «Πιστεύω ότι το μέλλον είναι ψηφιακό», ανέφερε ο επικεφαλής Ραδιοφώνου της EBU Graham Dixon. Το ραδιόφωνο είναι σημαντικό γιατί ενώνει τις κοινωνίες σε έναν χώρο που κυριαρχούν τα fake news. «Το ενδιαφέρον με την ημερίδα είναι ότι μεταφέρεται γνώση και εμπειρία από άλλες χώρες της Ευρώπης για το πώς λειτουργεί εκεί το ψηφιακό ραδιόφωνο, το οποίο -πρέπει να συνειδητοποιήσουμε -ότι είναι το μέλλον του ραδιοφώνου», δήλωσε ο Πρόεδρος της Ένωσης Δημοτικών Ραδιοτηλεοπτικών ΜΜΕ Ελλάδος και αντιπρόεδρος του ΔΣ του Αθήνα 9.84, Μιχάλης Κυριακίδης (Κρέτσος, 2018).

4.4. Η διαδικτυακή δημοσιογραφία

4.4.1. Δημοσιογραφία και διαδίκτυο

Σε πολλές χώρες, στις αίθουσες διδασκαλίας και στα αμφιθέατρα καταγράφονται αλλαγές, καθώς η νέα γενιά φοιτητών δημοσιογραφίας και ΜΜΕ ωθείται να επανεξετάσει τις επιλογές της σταδιοδρομίας της αφού τόσο το ίδιο το επάγγελμα, όσο και οι παραδοσιακές επιχειρήσεις του κλάδου προσπαθούν να αντιμετωπίσουν τις οικονομικές και τεχνολογικές αλλαγές κι ενδεχομένως το νέο θεσμικό περιβάλλον που δημιουργείται (Παπαθανασόπουλος, 2017).

Γεγονός είναι ότι η έλευση του διαδικτύου σε συνδυασμό με τη σύγκλιση και την ψηφιοποίηση των μέσων επικοινωνίας, σε μια εποχή όπου πολλαπλασιάζεται ο όγκος των πληροφοριών, και η σύγχρονη κοινωνία επικοινωνεί όλο και περισσότερο διαμέσου των μέσων επικοινωνίας, έχει θεωρηθεί ότι το διαδίκτυο θα οδηγήσει στην επανίδρυση της δημοσιογραφίας σε μια καλύτερη μορφή. Το διαδίκτυο θα προκαλέσει την πλήρη απελευθέρωση της δημοσιογραφίας, αφού η διαδραστικότητα του θα επιφέρει την εξαφάνιση της παλαιάς τάξης της δημοσιογραφίας και θα συμβάλλει στην ανάδυση όχι μόνον νέας, αλλά και καλύτερης μορφής δημοσιογραφίας (Παπαθανασόπουλος, 2017).

Παρά ταύτα η τηλεόραση παραμένει η κυρίαρχη πηγή ενημέρωσης. Και το πιο σημαντικό: οι μεγάλοι δημοσιογραφικοί φορείς έχουν επεκταθεί στον κυβερνοχώρο.

Με άλλα λόγια, η ανάπτυξη του διαδικτύου όχι μόνον δεν έχει αμφισβητήσει τους μεγάλους ειδησεογραφικούς φορείς, αλλά και τους έχει προσφέρει τη δυνατότητα να επεκτείνουν την ηγεμονία τους σε όλο το νέο επικοινωνιακό πεδίο, καθώς και να εξαγοράζουν εν δυνάμει νεοεισερχόμενους ανταγωνιστές (Παπαθανασόπουλος, 2017).

Η μελέτη των Lee-Wright, Phillips και Witscghe (Changing Journalism, Routledge) για το μέλλον της βρετανικής δημοσιογραφίας καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η δημοσιογραφία αντί να αναγεννιέται, όπως προβλεπόταν από τους υπερασπιστές του διαδικτύου, έχει εισέλθει σε μια πορεία υποβάθμισης. Λιγότεροι δημοσιογράφοι αναμένεται να δημιουργούν περισσότερο περιεχόμενο, ως επακόλουθο των συνεχιζόμενων απολύσεων από τις αίθουσες σύνταξης, της ενοποίησης της online και offline παραγωγής ειδήσεων και της ανάγκης ανανέωσης των θεμάτων σε εικοσιτετράωρη βάση. Τα περιορισμένα μέσα συνεισφέρουν γενικά στην αυξανόμενη εξάρτηση από ένα είδος δημοσιογραφίας, η οποία γίνεται όλο και συχνότερα, από το γραφείο, παρά εκεί που «κτυπούν» οι ειδήσεις. Σε μια εποχή που η κοινή γνώμη αναζητείται μέσα από τις «αυτοματοποιημένες» έρευνες δημοσκόπησης, ενώ η μέση διάρκεια ζωής των θεμάτων της δημόσιας θεματολογίας μειώνεται, η δημοσιογραφία πρέπει και πάλι να επαναπροσδιορίσει/ αναζητήσει τη θέση της σε μια κοινωνία που αλλάζει (Παπαθανασόπουλος, 2017)

4.4.2. Η δημοσιογραφία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Ζούμε σε μια εποχή όπου η ταχύτητα με την οποία η ενημέρωση «διακινείται» στη σύγχρονη κοινωνία αυξάνεται σταθερά. Για το δημοσιογράφο, η γρήγορη κάλυψη σημαίνει λιγότερο χρόνο για την επιλογή και την επεξεργασία της είδησης. Επιπλέον, η χρονική διαφορά ανάμεσα στο γεγονός και την κάλυψη μειώνεται. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι δημοσιογράφοι να έχουν στη διάθεσή τους λιγότερο χρόνο για να διερευνήσουν ένα θέμα. Αυτές οι εξελίξεις σηματοδοτούν ότι το επάγγελμα της παραδοσιακής δημοσιογραφίας μπορεί να παρακαμφθεί

αρκετά εύκολα. Ήδη αυτό εν μέρει γίνεται με την αύξηση των κάθε λογής ιστολογίων, σελίδων κοινωνικής δικτύωσης και ιστοσελίδων που προέρχονται είτε από δημοσιογράφους ή απλούς πολίτες (Παπαθανασόπουλος, 2017).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν μια καινοτομία αλλά όταν πρόκειται για έκτακτη είδηση μπορούν να αποτελέσουν ταυτόχρονα ευλογία και κατάρα. Τόσο το Facebook όσο και κυρίως το Twitter μπορούν να προσφέρουν επιτόπιο ρεπορτάζ με μια αμεσότητα που κάποτε ήταν αδιανόητη. Μπορούν να διαδίδουν, επίσης, φήμες και ψευδείς πληροφορίες στο χρόνο που χρειάζεται για να πληκτρολογήσει κανείς 140 χαρακτήρες στο «έξυπνο κινητό» του. Οι τρομοκρατικές εκρήξεις στο Μαραθώνιο της Βοστώνης της 15/4/2013 και τα πρόσφατα γεγονότα στην Κωνσταντινούπολη αλλά και σε άλλες πόλεις της Τουρκίας αποτελούν παραδείγματα και των δύο. Παρήχθη ένα πλήθος τιτιβισμάτων που αφενός ενημέρωναν κι αφετέρου προκαλούσαν σύγχυση και πανικό (Παπαθανασόπουλος, 2017).

Από την άλλη πλευρά, σύμφωνα με έρευνες, οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στα άτομα να λαμβάνουν εύκολα μέρος σε συζητήσεις με φίλους, την οικογένειά τους, και με αυτόν τον τρόπο έτσι να συμμετέχουν σε ευρύτερα δίκτυα. Με τη βοήθεια των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης, το διαδίκτυο αλλάζει γρήγορα τον τρόπο που οι άνθρωποι καταναλώνουν την ενημέρωση. Μελέτες στο εξωτερικό καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι τα άτομα που ενημερώνονται κυρίως διαμέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης το κάνουν αυτό γιατί προτιμούν να παραμένουν διασυνδεδεμένα με άλλους ανθρώπους, να διατηρήσουν τις σχέσεις, καθώς και να συζητούν και να σχολιάζουν τα θέματα της επικαιρότητας με φίλους τους διαμέσου των κοινωνικών τους δικτύων (Παπαθανασόπουλος, 2017).

Παράλληλα, η κοινωνική διάσταση της πληροφορίας εξατομικεύεται σε αυξητική κλίμακα. Είναι πλέον όλο και περισσότερο δύσκολο να οργανώσει κανείς τις πληροφορίες, να τις συγκεντρώσει και να προκαλέσει κάποιο διάλογο. Η «δημοσιογραφία» -εάν ποτέ υπήρξε ως τέτοια- καταρρέει. Από τη μια πλευρά, υπάρχει ανάγκη για «μεσίτες» της πληροφορίας, και από την άλλη, για διαχειριστές και αγωγούς του δημοσίου διαλόγου (Παπαθανασόπουλος, 2017).

4.4.3. Πως τα Social Media επηρεάζουν τα μμε και την ενημέρωση

Τίτλοι ειδήσεων στο διαδίκτυο όπως: «Σεισμός στο Twitter από τη συνάντηση Βαρουφάκη – Ντάισελμπλουμ», «η viral φωτογραφία της ημέρας», «Το tweet του Όλι Ρεν που προκάλεσε σάλο» δείχνουν, ότι στον διαδραστικό κόσμο της ιντερνετικής ενημέρωσης οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, έχουν κυρίαρχο ρόλο, καθώς με την παρουσία ή απουσία τους διαμορφώνουν άποψη και περιεχόμενο και συχνά γίνονται μέρος της ίδιας της είδησης. Πώς, όμως, μια είδηση, μια φωτογραφία ή ένα βίντεο γίνεται viral; Ποιος είναι ο καθοριστικός παράγοντας, για να αποφασίσει ένας χρήστης να κάνει "κλικ" σε μία είδηση και όχι σε κάποια άλλη ή να την μοιραστεί με τους διαδικτυακούς φίλους του; Και τι πιστεύει ο ίδιος χρήστης πως τον επηρέασε να "ανοίξει" τη συγκεκριμένη είδηση;

Απαντήσεις σε αυτά τα ερωτήματα δίνει μεγάλη διαδικτυακή έρευνα, που εκαναν τα Εργαστήρια Εφαρμογών Πληροφορικής και Ηλεκτρονικών Μέσων του Τμήματος Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης. Η έρευνα δείχνει ότι οι αριθμοί των ταυτόχρονων χρηστών, των αναγνωστών ενός άρθρου ή δημοσίευσης, ο συγγραφέας ή η πηγή προέλευσης του κειμένου, καθώς και το πλήθος των κοινοποιήσεων (shares, re-tweets) και likes σε έναν ιστότοπο MME, είναι

ιδιαίτερα σημαντικοί, στο τι πιστεύει ο κάθε χρήστης σε σχέση με την επιρροή που υφίσταται ο ίδιος, όσο και οι φίλοι του και ο κοινωνικός του περίγυρος.

Στην έρευνα συμμετείχαν 9.150 χρήστες του διαδικτύου (5.845 γυναίκες και 3.305 άνδρες, 10 έως 79 ετών), οι οποίοι απάντησαν σε ερωτηματολόγιο σχετικά με θέματα ευχρηστίας και λειτουργικότητας διαδικτυακών τόπων, όπως επίσης και σε συνάφεια με τις προσωπικές προτιμήσεις και επιλογές τους. Τα ΜΜΕ που συνεργάστηκαν στην έρευνα ήταν ένα μεγάλο ειδησεογραφικό portal, η ιστοσελίδα εφημερίδας νησιωτικής περιοχής, η ιστοσελίδα τηλεοπτικού σταθμού πανελλαδικής εμβέλειας, καθώς και ενός ραδιοφωνικού σταθμού της Αττικής, ενώ αξιοποιήθηκε η δυνατότητα συλλογής απαντήσεων μέσα από την ηλεκτρονική αλληλογραφία (email) και τους λογαριασμούς του ΑΠΘ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Όπως αναφέρεται στα συμπεράσματα της έρευνας, η οποία ξεκίνησε στις 1/1/2014 και ολοκληρώθηκε στις 30/3/2014, προέκυψε πως οι αριθμοί των ταυτόχρονων χρηστών, των αναγνωστών ενός άρθρου/ δημοσίευσης, καθώς και το πλήθος των κοινοποιήσεων (shares, re-tweets)/ αγαπημένων (likes) καθίστανται ιδιαίτερα σημαντικοί στη διαμόρφωση απόψεων και στην αλληλεπίδραση ανθρώπου υπολογιστή.

Πιο συγκεκριμένα, από την ανάλυση των απαντήσεων στο ερωτηματολόγιο, όπου οι χρήστες βαθμολόγησαν τους παράγοντες που διαμορφώνουν γνώμη σε κλίμακα 1 έως 5 (όσο πιο μεγάλος ο αριθμός τόσο πιο μεγάλη και η επιρροή), αξίζει να γίνει ιδιαίτερη αναφορά στους παρακάτω παράγοντες:

- Ιντερνετικός ναρκισσισμός

Τα πολλά "likes" και "shares" σε ένα δημοσίευμα στο διαδίκτυο είναι πολύ πιθανό να προσελκύσουν ακόμη περισσότερους αναγνώστες. Οι χρήστες που συμμετείχαν στην έρευνα βαθμολόγησαν την επιρροή που ασκεί το πλήθος των κοινοποιήσεων/ προτιμήσεων, σε βαθμό 2,28 για τους ίδιους, σε βαθμό 2,74 για τους φίλους τους και σε βαθμό 3,06 για τον κοινωνικό τους περίγυρο.

- Η δύναμη του συγγραφέα

Η πηγή (source) και ο συγγραφέας ενός άρθρου εύλογα αποτελεί ένα ακόμη κριτήριο, βάσει του οποίου ο χρήστης θα επιλέξει ή όχι να το "κλικάρει". Οι συμμετέχοντες στην έρευνα βαθμολόγησαν την επιρροή που τους ασκεί ο συγκεκριμένος παράγοντας με 3,36 και αντίστοιχα σε βαθμό 3,2 για τους φίλους τους και 3,34 για τον κοινωνικό τους περίγυρο.¹⁹

- Πόσοι είδαν αυτή τη δημοσίευση

Όσον αφορά την επιρροή που ασκεί το πλήθος των χρηστών που διάβασαν/ είδαν ένα άρθρο (online article), οι συμμετέχοντες στην έρευνα τη βαθμολόγησαν με 2,49 για τους ίδιους, με 2,71 για τους φίλους τους και με 3,1 για τον κοινωνικό τους περίγυρο.

- Online Users

Πολλαπλασιαστικό παράγοντα, ως προς το πόσο δημοφιλές είναι ένα δημοσίευμα, συνιστά και το πλήθος των χρηστών που είναι ταυτόχρονα συνδεδεμένοι στον ίδιο διαδικτυακό τόπο (online users). Οι συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν πως επηρεάζονται από την

¹⁹ Πως τα social media επηρεάζουν την ενημέρωση, <http://www.topontiki.gr>, 03/02/2015, (<http://www.topontiki.gr/article/95146/pos-ta-social-media-epireazoun-tin-enimerosi>, τελευταία πρόσβαση 30/04/2018)

παράμετρο αυτή σε βαθμό 2,3, ενώ για τους φίλους τους έκριναν πως επηρεάζονται σε βαθμό 2,48 και για τον κοινωνικό τους περίγυρο σε βαθμό 2,91.

- Εμείς και οι άλλοι

Από τα πλέον ενδιαφέροντα ευρήματα της έρευνας είναι, ότι οι ερωτηθέντες χρήστες θεωρούν ότι το "κλίμα" που διαμορφώνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζει τη γνώμη τους για ένα άρθρο/ διαδικτυακό ενημερωτικό μέσο λιγότερο, έναντι των φίλων τους και του κοινωνικού τους περίγυρου. *«Τα ευρήματα επιβεβαιώνουν την ύπαρξη του φαινομένου του Τρίτου Προσώπου στη διαδικτυακή δραστηριότητα (Web Third - Person Effect, WTPE), φαινόμενο που αναφέρεται στην τάση των ατόμων να εκτιμούν ότι τα μηνύματα που μεταδίδουν τα ΜΜΕ επηρεάζουν περισσότερο τους άλλους παρά τους ίδιους»* εξηγεί στο ΑΠΕ-ΜΠΕ ο υποψήφιος Διδάκτορας του Εργαστηρίου Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας του Τμήματος Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας Νίκος Αντωνόπουλος, μέλος της ομάδας του ΑΠΘ που εκπόνησε την έρευνα. Σύμφωνα με τον κύριο Αντωνόπουλο, *«η αντίληψη αυτή αφορά στο τι θέλουμε να πιστεύουμε για τον εαυτό μας, θέλουμε να τον βλέπουμε ανώτερο από τους άλλους, ιδιαίτερα όσον αφορά αντικρουόμενα μηνύματα, όπου τείνουμε να διαχωρίζουμε τον εαυτό μας από άλλες υποομάδες»*.²⁰

4.4.4. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της διαδικτυακής ενημέρωσης

Σύμφωνα με τη Λήδα Τσενέ, Διδάκτωρ Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού *«τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης μαθαίνουν στους δημοσιογράφους την τέχνη να ακούν, να ανταποκρίνονται περισσότερο στις ανάγκες των ενεργών κοινοτήτων, να διεκδικούν τον ρόλο τους ως καταλύτες αλλαγής και καινοτομίας, προσεγγίζοντας τη δημοσιογραφία όχι ως προϊόν αλλά ως υπηρεσία»*. Όπως εκτίμησε η ίδια, *«το κλειδί είναι οι δημοσιογράφοι να βρουν νέους τρόπους να υπηρετήσουν το δημόσιο συμφέρον, καθώς τα παραδοσιακά ΜΜΕ δεν το κάνουν αυτό, και να χτίσουν διαύλους επικοινωνίας με τις φωνές εκείνες που δεν ακούγονται»* (Τσενέ, 2012).

«Το διαδίκτυο δημιούργησε και νέες απαιτήσεις. Ο δημοσιογράφος καλείται να γίνει πιο δημιουργικός. Να σκέφτεται όχι μόνο την είδηση αλλά και τον τρόπο παρουσίασής της», είπε ο Charlie Beckett, Καθηγητής του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του LSE. Σύμφωνα με τον ίδιο *«τα νέα έρχονται γρηγορότερα αλλά και πιο αργά, καθώς η πρώτη είδηση φτάνει παντού αμέσως, αλλά το κοινό περιμένει περισσότερες λεπτομέρειες. Μια είδηση μπορεί να πάρει μεγάλες διαστάσεις μέσα από το διαδίκτυο και κάποια άλλη, που παλιά θεωρούνταν μικρή, να απευθυνθεί σε εξειδικευμένο κοινό»* (Beckett, 2015) .

Τίποτε όμως δεν έχει μόνο μία πλευρά και το διαδίκτυο δεν θα αποτελούσε εξαίρεση. Το διαδίκτυο έχει κληρονομήσει αυτούσια τα αρνητικά των παραδοσιακών ΜΜΕ και ορισμένα σε χειρότερη μορφή, όπως είναι η επικράτηση του λαϊκισμού, η αναζήτηση των "κλικ" πάση θυσία, η αντιγραφή (γνωστή ως copy-paste), η κυριαρχία σύντομων, εύκολων κειμένων και εύπεπτων θεματικών, η ανυπαρξία ερευνητικής δημοσιογραφίας. Και η εικόνα όλων των παραπάνω συμπληρώνουν τα καθαυτό μειονεκτήματα της ψηφιακής δημοσιογραφίας:

²⁰ Πως τα social media επηρεάζουν την ενημέρωση, <http://www.topontiki.gr>, 03/02/2015, (<http://www.topontiki.gr/article/95146/pos-ta-social-media-epirezoyin-tin-enimerosi> , τελευταία πρόσβαση 30/04/2018)

δυσκολία διασταύρωσης ειδήσεων, διάδοση ανυπόστατων φημών, αβέβαιη αναζήτηση στιβαρών οικονομικών μοντέλων στη βάση της υγιούς νέας δημοσιογραφίας. Και πιθανώς το σημαντικότερο: η γενικότερη εξέλιξη του διαδικτύου προς μια ολιγοπωλιακή διάρθρωση, μέσα στην οποία τα κανάλια διάδοσης της ψηφιακής πληροφορίας βρίσκονται υπό τον έλεγχο τεράστιων εταιρειών που δρουν ως μεσάζοντες ανάμεσα στον δημοσιογράφο, τα ΜΜΕ και το κοινό, όπως οι Google, Apple, Facebook, Amazon. «*Η διάρθρωση αυτή*», τόνισε ο Ν. Σμυρναίος, «*εντείνει την εξάρτηση δημοσιογράφων, εκδοτών και κοινού από αυτούς τους ενδιάμεσους και αντικατοπτρίζει νέους τρόπους ελέγχου που αποδεικνύονται ισχυρότεροι των παραδοσιακών*» (Μαυρούλη, 2016)

4.5. Τα φαινόμενα Churnalism και «Copy-paste»

Στην εποχή μας παρατηρούμε και βιώνουμε σε παγκόσμιο επίπεδο, το επικοινωνιακό και δημοσιογραφικό πεδίο να αλλάζει. Οι αλλαγές που πραγματοποιούνται στο πεδίο της ενημέρωσης σηματοδοτούν την υποβάθμιση του κοινωνικού ρόλου της δημοσιογραφίας και των δημοσιογράφων. Η εμπορευματοποίηση της πληροφορίας, η άνοδος της επιχειρηματικής διάστασης των μέσων, η στενή σχέση των ενημερωτικών οργανισμών με την πολιτική, η υποβάθμιση του ρόλου του δημοσιογράφου, οι ελλείψεις που παρουσιάζουν τα ρυθμιστικά εργαλεία του δημοσιογραφικού τοπίου και η εκρηκτική άνοδος του διαδικτύου συνιστούν παράγοντες που συνθέτουν τη κρίση στον χώρο των μέσων ενημέρωσης.

Σε ένα περιβάλλον ταχύτατων αλλαγών, αστραπιαίας ενημέρωσης και πολλαπλών πηγών πληροφόρησης, ο ρόλος και το προφίλ του δημοσιογράφου μεταβάλλονται και επαναπροσδιορίζονται διαρκώς. Οι δημοσιογράφοι αντιμετωπίζουν προβλήματα στην προσπάθειά τους να διατηρήσουν την ποιότητα της ενημέρωσης, γεγονός που οφείλεται και στην επικράτηση των «παρά δημοσιογράφων» έναντι των αληθινών ρεπόρτερ. Οι ψηφιακές και άλλες καινοτομικές εφαρμογές στη σύγχρονη ειδησεογραφία παγιδεύουν, διευκολύνοντας την ανεξέλεγκτη αναπαραγωγή και ανακύκλωση πληροφοριών, χωρίς ασφαλιστικές δικλείδες, τις οποίες παρέχουν τα κριτήρια ποιότητας των ειδήσεων. Στο νέο επικοινωνιακό πεδίο εκδηλώνονται δυο φαινόμενα, που αποδεικνύουν τις παθογένειες του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, η δημοσιογραφία «churnalism» και η δημοσιογραφία του «copy-paste» (Καϊτατζή, 2010).

Ο όρος «churnalism» έχει πιστωθεί στον δημοσιογράφο του BBC Waseem Zakir, ο οποίος επινόησε τη συγκεκριμένη λέξη, προκειμένου να περιγράψει τον σύγχρονο τρόπο παραγωγής ειδήσεων στις αίθουσες σύνταξης. Η λέξη προέρχεται από τη συνένωση της αγγλικής φράσης churn out με τη λέξη journalism. Η φράση churn out μεταφορικά σημαίνει παράγω κάτι σε μεγάλη ποσότητα που υστερεί σε ποιότητα ταχύτατα. Ουσιαστικά, πρόκειται για αναδημοσίευση μεγάλου όγκου πληροφοριών, τυποποιημένων και προκατασκευασμένων ειδήσεων από συγκεκριμένες πηγές, όπως πρακτορεία ειδήσεων, γραφεία τύπου και θεσμικά πρόσωπα, χωρίς περαιτέρω έρευνα ή διασταύρωση. Οι δημοσιογράφοι προβαίνουν σε αυτή την πρακτική προκειμένου να ανταποκριθούν στην αυξανόμενη πίεση του χρόνου και του κόστους παραγωγής ειδήσεων (Καϊτατζή, 2010).

Η φράση copy-paste σημαίνει αντιγραφή-επικόλληση και χρησιμοποιείται για να περιγράψει το φαινόμενο κατά το οποίο οι δημοσιογράφοι αντιγράφουν ολόκληρες ειδήσεις ή μέρος τους, χωρίς να αναφέρουν την πηγή προέλευσης, δημιουργώντας έτσι την εντύπωση ότι πρόκειται για προϊόν προσωπικού ρεπορτάζ. Στον διαδικτυακό χώρο, όπου η διαδικασία της αντιγραφής - επικόλλησης καθίσταται πιο εύκολη, οι ειδήσεις παράγονται και διανέμονται με ταχύτερους ρυθμούς και σε μεγαλύτερες ποσότητες από ποτέ. Αποτέλεσμα αυτού είναι να μην υπάρχει σύνθεση και πραγματική παροχή ενημέρωσης, αλλά και διαφοροποίηση του προϊόντος των μέσων ενημέρωσης (Καϊτατζή, 2010).

Η έκρηξη της πληροφορίας που ακολούθησε την είσοδο των νέων τεχνολογιών στο χώρο της επικοινωνίας καλλιέργησε προσδοκίες όχι μόνο για τον πλουραλισμό των ΜΜΕ, αλλά και για την πολυφωνία της ενημέρωσης. Η πολύ αναμενόμενη «διαδικτυακή επανάσταση» πραγματοποιήθηκε, αλλά δυστυχώς όχι μόνο δεν οδήγησε στην βελτίωση της ποιότητας της δημοσιογραφίας, αλλά φαίνεται ότι αποτέλεσε το όχημα για να αποκαλυφθούν οι χρόνιες παθογένειες των «λειτουργιών» της δημόσιας ενημέρωσης. Όπως παρατηρεί η Russel, το ότι ορισμένοι δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν τα Δελτία Τύπου και τα γραφεία Τύπου ως πηγές για τα άρθρα τους αποτελούσε πάντα το «βρώμικο, μικρό μυστικό της δημοσιογραφίας» (Russell, 2008). Η κρίση όμως στα ΜΜΕ και οι συνακόλουθες περικοπές των δημοσιογράφων σε συνδυασμό με την αυξανόμενη πίεση για περισσότερη και ταχύτερη

ενημέρωση φανέρωσαν την επικράτηση των διαφημιστών ή «παρά δημοσιογράφων» έναντι των αληθινών ρεπόρτερ.

Το 2008, ο δημοσιογράφος Nick Davies σε άρθρο του στο *Guardian* αναφερόμενος στην σύγχρονη εικόνα της δημοσιογραφίας τόνιζε χαρακτηριστικά: «Μια βιομηχανία, της οποίας κύριο έργο ήταν να φιλτράρει τις ψευδείς ειδήσεις, σήμερα έχει γίνει τόσο ευάλωτη στη χειραγώγηση, ώστε να συμμετέχει στην μαζική παραγωγή του ψεύδους, την διαστρέβλωση και την προπαγάνδα» (Davies, 2008). Παρατηρούσε τότε, ότι οι δημοσιογράφοι δεν λειτουργούσαν ως ρεπόρτερ, αλλά ως «churnalists», αναπαράγοντας ειδήσεις από δεύτερο χέρι, χωρίς πρώτα να έχει διασταυρωθεί το περιεχόμενό τους, στηριζόμενοι στα Δελτία Τύπου των διαφόρων φορέων και επιχειρήσεων. Τρία χρόνια αργότερα με τη δημιουργία της πλατφόρμας του *churnalism.com*, η εικόνα της δημοσιογραφίας που παρουσιάζει ο Davies, επιβεβαιώνεται και εμπειρικά, καταδεικνύοντας και στην πράξη πως η σημερινή δημοσιογραφία έχει ως ένα βαθμό μετατραπεί σε «τέχνη του copy-paste» (Γιαννούλη, 2013).

Το *Churnalism.com* είναι μια νέα ιστοσελίδα που ξεκίνησε από την Media Standards Trust, η οποία έχει την έδρα της στο Ηνωμένο Βασίλειο, με στόχο να προσδιορίσει σε ποιο βαθμό και με ποιο τρόπο οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί της Βρετανίας αντιγράφουν Δελτία Τύπου. Το κοινό, από την πλευρά του, μπορεί να εισάγει το περιεχόμενο ενός Δελτίου Τύπου στο ειδικά διαμορφωμένο παράθυρο της πλατφόρμας και στη συνέχεια η μηχανή αναζήτησης «churn» συγκρίνει το περιεχόμενο του καταχωρημένου κειμένου με περισσότερα από 3 εκατομμύρια άρθρα από τις διαδικτυακές εκδόσεις των βρετανικών εφημερίδων, του BBC News και του Sky News, αναζητώντας ομοιότητες. Αν η μηχανή αναζήτησης βρει άρθρα στα οποία υπάρχει ομοιότητα με το συγκρινόμενο κείμενο σε ποσοστό μεγαλύτερο του 20%, τότε εμφανίζει τα άρθρα αυτά ως πιθανά προϊόντα *churnalism* (*churn*). Με τον τρόπο αυτό το κοινό μπορεί να διαπιστώσει σε τι ποσοστό ένα Δελτίο Τύπου έχει χρησιμοποιηθεί αυτούσιο σε ένα άρθρο, σε τι ποσοστό ένα άρθρο βασίζεται σε στοιχεία από ένα Δελτίο Τύπου, ενώ παράλληλα μπορεί να αντιπαραβάλλει ταυτόχρονα τα δύο κείμενα, προβαίνοντας σε μια πιο λεπτομερή ανάλυση των κοινών τους σημείων (Γιαννούλη, 2013). Πηγή έμπνευσης για τη δημιουργία του *Churnalism.com* αποτέλεσε σύμφωνα με το διευθυντή της Media Standards Trust, Martin Moore, το βιβλίο του Nick Davies «Flat Earth News» (Davies, 2008). Στο βιβλίο του, ο Davies παρουσιάζει αποτελέσματα έρευνας που πραγματοποιήθηκε από το Πανεπιστήμιο Cardiff σε δείγμα 2.000 άρθρων από τις τέσσερις μεγαλύτερες εφημερίδες της Βρετανίας (Times, Telegraph, Guardian, Independent), αλλά και από την Daily Mail, σύμφωνα με τα οποία το 80% των άρθρων που δημοσιεύονται στηρίζονται είτε καθ' ολοκληρία είτε εν μέρει σε δευτερογενές υλικό, το οποίο έχει παραχθεί είτε από ειδησεογραφικά πρακτορεία είτε από τη βιομηχανία δημοσίων σχέσεων, δηλαδή στα Δελτία Τύπου. Αξίζει να σημειωθεί ότι όταν οι ερευνητές αναζήτησαν στοιχεία που να αποδεικνύουν ότι οι πληροφορίες που οι δημοσιογράφοι αντλούσαν από τα Δελτία Τύπου, έχουν διασταυρωθεί προσωπικά από τους ίδιους, διαπίστωσαν ότι αυτό συνέβαινε μόνο στο 12 % των περιπτώσεων. Σε παρόμοια αποτελέσματα κατέληξε και η έρευνα του Reich (Reich, 2010), σύμφωνα με την οποία το 73% των ειδήσεων σε εννιά ειδησεογραφικούς οργανισμούς του Ισραήλ στηρίζεται σε Δελτία Τύπου (Reich, 2010). Τα αποτελέσματα αυτά επιβεβαίωσε αργότερα μέσω ενός ιδιότυπου πειράματος, ο κινηματογραφιστής Chris Atkins, ο οποίος άρχισε να στέλνει Δελτία Τύπου για ψευδή γεγονότα, περιμένοντας να δει τις αντιδράσεις των ΜΜΕ (Atkins, 2011). Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του “penazzle”, ενός τατουάζ για άνδρες, το οποίο εμπνεύστηκε ο Atkins για τις ανάγκες της έρευνάς του. Παρόλο που το προϊόν δεν υπήρχε και το site προώθησης του προϊόντος κατασκευάστηκε μέσα σε λίγες ώρες, το θέμα άρχισε να αναδύεται στον βρετανικό Τύπο, με άρθρα που είχαν αντιγράψει σε μεγάλο βαθμό αυτούσιο το περιεχόμενο του Δελτίου Τύπου. Κανένας από τους δημοσιογράφους δεν κατέβαλε προσπάθεια για να διαπιστώσει αν πράγματι υπάρχει το προϊόν πριν αρχίσει να δημοσιεύει άρθρα γι' αυτό (Γιαννούλη, 2013).

Από τα παραπάνω καθίσταται σαφώς, ότι οι άλλοτε υπερασπιστές της αλήθειας, οι μαχόμενοι δημοσιογράφοι, -οι οποίοι βρίσκονταν όλη μέρα εκτός γραφείου για να

συνθέσουν τα κομμάτια του ρεπορτάζ-, τώρα έχουν μετατραπεί σε παθητικούς κειμενογράφους, οι οποίοι στην καλύτερη περίπτωση συνθέτουν το υλικό που τους παρέχεται έτοιμο από τα Δελτία Τύπου. Μάλιστα, αρκετοί είναι αυτοί που εκτιμούν ότι οι επαγγελματίες της διαφήμισης γνωρίζουν πολύ καλύτερα τον τρόπο δουλειάς των δημοσιογράφων, απ' ότι οι δημοσιογράφοι τον χώρο της διαφήμισης. Και βέβαια, χρησιμοποιούν αυτή την γνώση, προσφέροντας στους δημοσιογράφους Δελτία Τύπου, έτοιμα προς δημοσίευση. Υπάρχουν περιπτώσεις, όπου οι δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν στα άρθρα τους δηλώσεις που αποδίδονται σε τρίτους, αυτούσιες, όπως εμφανίζονται στα Δελτία Τύπου, χωρίς βέβαια να αναφέρουν την προέλευση της πηγής τους, δημιουργώντας την εντύπωση ότι πρόκειται για προϊόν προσωπικού τους ρεπορτάζ. Μάλιστα, κάποιοι δεν διστάζουν να αναπαράγουν ακόμα και τον τίτλο του Δελτίου Τύπου, με αποτέλεσμα σε μια σχετική αναζήτηση στο διαδίκτυο να συναντά κανείς τον ίδιο τίτλο σε άρθρα και ρεπορτάζ διαφορετικών ΜΜΕ. Υπάρχει όμως και μια έμμεση, αλλά περισσότερο επικίνδυνη συνέπεια της εξάρτησης της δημοσιογραφίας από τα Δελτία Τύπου: Σε μια εποχή, όπου οι δημοσιογράφοι δεν έχουν αρκετό χρόνο για να βρουν θέματα, τα καλογραμμένα, συνοδευόμενα από πλούσιο οπτικοακουστικό υλικό, Δελτία Τύπου, βρίσκουν εύκολα τον δρόμο τους προς τη δημοσιότητα, καθορίζοντας με άλλα λόγια την δημοσιογραφική ατζέντα (Γιαννούλη, 2013).

Είναι σίγουρο πως η εμφάνιση του *churnalism* πυροδοτήθηκε από μια σειρά επιλογών των στελεχών της παγκόσμιας βιομηχανίας, η οποία αποσκοπούσε στη μείωση του κόστους παραγωγής των ειδήσεων και κατέστη πραγματικότητα χάρη στην εμφάνιση του διαδικτύου και τη συνεχή εξέλιξη των νέων τεχνολογιών. Όπως παρατηρεί ο Roulet, «στην εποχή της αέναης ροής της πληροφορίας, το διαδίκτυο παράγει δεδομένα με γρηγορότερο ρυθμό απ' ότι παράγει ερμηνείες γι' αυτά τα δεδομένα» (Roulet, 2009). Με άλλα λόγια, το ίντερνετ, όχι μόνο δεν υποκαθιστά την λειτουργία της ενημέρωσης που παραδοσιακά επιτελεί η δημοσιογραφία, αλλά δημιουργεί ένα νέο πεδίο αγοράς, το οποίο χαρακτηρίζεται από την αναγκαιότητα της ερμηνείας και της σύνθεσης της συνεχούς ροής της πληροφορίας. Το *churnalism.com* αποτελούσε τον σημερινό «καθρέφτη» της δημοσιογραφίας. Μολονότι, δεν αποτελεί τη λύση στη σημερινή υποβάθμιση της ποιότητας της δημοσιογραφίας, βοήθησε το κοινό να αντιληφθεί το πόσο εξαρτημένη είναι η σημερινή ενημέρωση από το «*churnalism*» (Γιαννούλη, 2013).

Ο ρόλος του κοινού στην αναβάθμιση της δημοσιογραφίας έχει μελετηθεί από αρκετούς ερευνητές οι οποίοι εστιάζουν στις δομές οργάνωσης, στις μορφές, αλλά και στα πλεονεκτήματα μιας νέας συμμετοχικής μορφής, η οποία στη βιβλιογραφία απαντάται με ποικίλους όρους, όπως «open source journalism», «participatory news», «civic/public/communitarian journalism» και πιο συχνά ως «citizen journalism». Ο Jarvis χρησιμοποιεί τον πιο εύστοχο όρο «*networked journalism*» για να αναφερθεί στο ίδιο φαινόμενο, θέλοντας να τονίσει ότι η «*δημοσιογραφία των πολιτών*» εκτείνεται πέραν του απλουστευτικού δίπολου «*επαγγελματίες – πολίτες/ερασιτέχνες*» (Jarvis, 2006). Πρόκειται για μια συνεργατική μορφή δημοσιογραφίας, η οποία περιλαμβάνει την δυναμική συμμετοχή του κοινού σε όλα τα στάδια παραγωγής των ειδήσεων: από την επιλογή του θέματος μέχρι και την τελική δημοσίευση ενός θέματος, όπου οι αναγνώστες με τα σχόλια, τις ερωτήσεις τους, την προσθήκη νέων στοιχείων μπορούν να συμβάλλουν στην βελτίωση του «τελικού προϊόντος», ακόμη και να οδηγήσουν τη δημοσιογραφική έρευνα σε νέα μονοπάτια. Ωστόσο, ούτε κι αυτά τα δημοσιογραφικά εγχειρήματα κατορθώνουν πάντα να αποφύγουν τον σκόπελο του «*churnalism*» (Γιαννούλη, 2013).

Το διαδίκτυο και η ανάγκη αέναης τροφοδότησης της πληροφόρησης δεν έθεσαν σε δοκιμασία μόνο την επαγγελματική δεινότητα των δημοσιογράφων. Πρωτίστως αποτέλεσαν ένα «*stress-test*» του δημοσιογραφικού ήθους. Οι δομικοί περιορισμοί στο επάγγελμα του δημοσιογράφου δεν συνιστούν άλλοθι για την σημερινή εικόνα της δημοσιογραφίας. Οι

δημοσιογράφοι φέρουν την απόλυτη ευθύνη για το τελικό «προϊόν» που υπογράφουν. Και ίσως το αντίδοτο να μην είναι τόσο περίπλοκο όσο κάποιοι φαντάζονται. Οι πολίτες δείχνουν τον δρόμο. Και ίσως τελικά ο Meyer να έχει δίκιο όταν λέει ότι ίσως να μην χρειαζόμαστε περισσότερα «γεγονότα», αλλά περισσότερη αλήθεια για τα γεγονότα αυτά (Meyer, 2012)

Από τα παραπάνω καθίσταται σαφές, ότι οι άλλοτε υπερασπιστές της αλήθειας, οι μαχόμενοι δημοσιογράφοι, έχουν πλέον μετατραπεί σε παθητικούς κειμενογράφους, οι οποίοι στην καλύτερη περίπτωση συνθέτουν υλικό που τους παρέχεται έτοιμο. Είναι σίγουρο πως η εμφάνιση των φαινομένων του «churnalism» και του «copy-paste» πυροδοτήθηκε από μια σειρά επιλογών των στελεχών της παγκόσμιας βιομηχανίας, η οποία αποσκοπούσε στη μείωση του κόστους παραγωγής των ειδήσεων και κατέστη πραγματικότητα χάρη στην εμφάνιση του διαδικτύου και στη συνεχή εξέλιξη των νέων τεχνολογιών. Η θεραπεία στη σημερινή κρίση της δημοσιογραφίας είναι η εμφάνιση ενός νέου τύπου δημοσιογραφικής κάλυψης των γεγονότων, που ονομάζεται «evidence-based narrative», δηλαδή τεκμηριωμένη αφήγηση. Αυτή η νέα μορφή δημοσιογραφίας συνδυάζει την ικανότητα διενέργειας έρευνας που οδηγεί σε αξιόπιστα στοιχεία και συμπεράσματα (precision journalism) με την ικανότητα ερμηνείας και περιγραφής των γεγονότων, με έναν τρόπο που να εγκλωβίζει το ενδιαφέρον του κοινού (narrative journalism) (Γιαννούλη, 2013).

Καταλήγοντας, για να ανακτήσει τη χαμένη αξιοπιστία της, η δημοσιογραφία πρέπει να επιστρέψει στις ρίζες της, στην επιτόπια έρευνα και στο ρεπορτάζ. Η μόνη ελπίδα επιβίωσης των παραδοσιακών ΜΜΕ είναι να ενισχυθούν οι θεμελιώδεις πρακτικές της δημοσιογραφίας, έρευνες, αναλύσεις σε βάθος, οπτικές γωνίες που δεν υπάρχουν σε κανένα άλλο μέσο. Οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί που θα προσφέρουν τη δυνατότητα στους αναγνώστες τους να νοηματοδοτήσουν τον περίπλοκο κόσμο που τους περιβάλλει με έγκυρα άρθρα και αναλύσεις θα επιβιώσουν στην ψηφιακή εποχή. Το ζητούμενο είναι ο δημοσιογράφος να εφεύρει ξανά τον εαυτό του, στηριζόμενος στις αρχές και τη δεοντολογία του δημοσιογραφικού λειτουργήματος (Poulet, 2009)

4.6. Νέο επιχειρηματικό μοντέλο δημοσιογραφίας

Τα τελευταία χρόνια, πληθαίνουν τα άρθρα στον διεθνή τύπο, τα ακαδημαϊκά έντυπα και στα συνέδρια που αναφέρονται στο μέλλον των μέσων ενημέρωσης και της δημοσιογραφίας. Μια πρόταση έχει αρχίσει να αναδύεται, η οποία όχι μόνο αναταράσσει τα κύματα στον τομέα της δημοσιογραφίας - αλλά έχει και τη δυνατότητα να επαναπροσδιορίσει τον τρόπο με τον οποίο καταναλώνουμε και μοιραζόμαστε τα μέσα ενημέρωσης (Παπαθανασόπουλος, 2013).

Πρόκειται για την ανάδειξη μιας νέας μορφής δημοσιογραφίας πιο ολοκληρωμένης, αφού ο δημοσιογράφος θα πρέπει να είναι σε θέση όχι μόνον να καλύπτει τα θέματα, αλλά και να τα παράγει χρησιμοποιώντας όλες τις διαθέσιμες τεχνολογίες. Ένα παρακλάδι αυτής της «ολοκληρωμένης δημοσιογραφίας» είναι η «επιχειρηματική Δημοσιογραφία» και αναφέρεται σε ένα πεδίο των μέσων ενημέρωσης, όπου η δημοσιογραφία είναι το σημείο αναφοράς πάνω στην οποία μπορεί κανείς να δημιουργήσει περιεχόμενο που απευθύνεται σε επιχειρήσεις και υπηρεσίες που μπορούν να αποφέρουν χρήματα (Παπαθανασόπουλος, 2013).

Αντί λοιπόν να χρησιμοποιείται η δημοφιλής οπτική της δημοσιογραφίας ως ένα είδος επαγγελματικής δημόσιας υπηρεσίας ή λειτουργήματος που πρέπει να προσφέρεται στους πολίτες του κόσμου - η επιχειρηματική δημοσιογραφία προσφέρει την ευκαιρία να σκεφτούμε τη δημιουργία και παραγωγή περιεχομένου με επιχειρηματικά κριτήρια. Καθώς αποκτά δημοτικότητα, το πεδίο αυτό έχει επίσης τη δυνατότητα να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο

βρίσκουμε και καταναλώνουμε τις πληροφορίες, και να αλλάξει τον κόσμο μας στη διαδικασία της επικοινωνίας και της ενημέρωσης (Παπαθανασόπουλος, 2013).

Στη συνέχεια αναφέρονται μερικοί τρόποι που αποδεικνύουν πως αυτό συμβαίνει ήδη:

- Νέα γενιά δημοσιογράφων.

Όπως ήταν αναμενόμενο, η ιδέα της επιχειρηματικής δημοσιογραφίας έχει ήδη δρομολογηθεί σε αμερικανικά πανεπιστήμια και αντίστοιχοι καθηγητές δημοσιογραφίας έχουν αρχίσει να ενσωματώνουν τη λογική της στα μαθήματά τους τόσο σε προπτυχιακό όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο.

- Νέες Ιδέες που έχουν αντίκτυπο στα παραδοσιακά μέσα.

Στα μέσα του 2010, μια εξαιρετική πειραματική ιστοσελίδα με τον τίτλο True/Slant εξαγοράστηκε από το Forbes. Στο τελευταίο ιστολόγιο του, ο μπλόγκερ Michael Roston σημειώνει ότι αυτό που έκανε η ιστοσελίδα ήταν το μοναδικό σχήμα που δημιουργήθηκε με 300 συγγραφείς που είχαν κίνητρα να δημιουργήσουν περιεχόμενο απευθείας για το κοινό τους, αντί να παρεμβάλλεται ένα φίλτρο σύνταξης. Μια άλλη περίπτωση είναι η ιστοσελίδα <http://www.spot.us>, όπου οι δημοσιογράφοι μπορούν να μοιραστούν με το αναγνωστικό κοινό ιδέες για θέματα προς διερεύνηση και συγκεντρώνουν το ποσό που απαιτείται για την έρευνα από το κοινό.

Αυτό το νέο μοντέλο σύνταξης άνοιξε στην περιοχή και έδειξε στον κόσμο ότι υπήρχε μια έγκυρη θέση για αυτό το είδος της δημοσιογραφίας - και ένα μέρος που ένα «παραδοσιακό» μέσο ενημέρωσης, όπως το Forbes προσέδωσε μεγάλη αξία. Καινοτόμες προσπάθειες προκαλούν όχι μόνον το ενδιαφέρον, αλλά και πρωτοστατούν στη δημιουργία και παραγωγή νέων μορφών περιεχομένου. Με άλλα λόγια, σε αυτά τα μαθήματα πρέπει να διδάσκουν και άνθρωποι που προέρχονται από τη διαδικτυακή δημοσιογραφία και βεβαίως δημοφιλείς μπλόγκερ. Συνδυασμοί με μεγάλες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι η επιμέλεια περιεχομένου. Μια από τις μεγαλύτερες τάσεις που διαμορφώνει ήδη το μέλλον του μάρκετινγκ είναι η έμφαση στην επιμέλεια του περιεχομένου ως έναν προτεινόμενο τρόπο για να παρέχουν αξία στους καταναλωτές και να μοιραστούν μια εμπειρία χωρίς κατ'ανάγκη τη δημιουργία περιεχομένου.

Οι νέοι δημοσιογράφοι πρέπει να είναι «ολοκληρωμένοι δημοσιογράφοι» με την έννοια ότι θα γνωρίζουν και θα είναι σε θέση να δουλέψουν τόσο με τα οπτικοακουστικά όσο και με τα έντυπα και τα άλλα διαδικτυακά μέσα επικοινωνίας. Παράλληλα, να παράγουν περιεχόμενο που να χρησιμοποιείται ταυτόχρονα σε όλα τα μέσα. Να είναι σε θέση να καλύπτουν θέματα χρησιμοποιώντας μεθοδολογίες και να προσεγγίζουν θέματα όπως αντίστοιχα οι κοινωνικοί επιστήμονες, παρά να αναπαράγουν τις ειδήσεις που τους δίνονται από τα δελτία τύπου και τα γραφεία των δημοσίων σχέσεων (Παπαθανασόπουλος, 2013).

Ελάχιστοι θα διαφωνούσαν ότι η λειτουργία της δημοσιογραφίας με την παραδοσιακή της μορφή μεταλλάσσεται, αφού το επάγγελμα της δημοσιογραφίας παραμένει ένα από τα τελευταία οχυρά της γενίκευσης σε μια κοινωνία που διαρκώς εξειδικεύεται και επιμερίζεται. Δεν παραβλέπεται βεβαίως ότι ο μεγαλύτερος βαθμός ατομικής ελευθερίας των πολιτών παράγει, περισσότερο παρά ποτέ, την ανάγκη για κοινό προσανατολισμό. Ούτε επίσης παραβλέπεται ότι ο προσανατολισμός του κοινού θα είναι ενδεχομένως η πιο σημαντική αποστολή των δημοσιογράφων του μέλλοντος- μια αποστολή που επιζητά από τους δημοσιογράφους να αναγνωρίζουν ότι φέρουν ευθύνες και πως οι ικανότητές τους δεν θα περιορίζονται αποκλειστικά στις παραδοσιακές δημοσιογραφικές πρακτικές και θέματα, αλλά θα προσφέρουν τη σύγχρονη εικόνα του κόσμου. Η προοπτική της επιχειρηματικής δημοσιογραφίας ως κάτι διαφορετικό - νέα μοντέλα διανομής και εσόδων, μεγαλύτερη

συμμετοχή του κοινού, εστίαση σε μικρότερες, εξειδικευμένες αγορές - μπορεί να συγκροτεί μια απελευθερωτική προοπτική για πολλούς από τους σημερινούς δημοσιογράφους που είτε έχασαν τη δουλειά τους ή έχουν βαρεθεί από την αναποτελεσματικότητα των διευθυντικών στελεχών. Το ίδιο ισχύει και για αυτούς που τώρα ξεκινούν και μένουν χωρίς εργασία (Παπαθανασόπουλος, 2013).

Όλα αυτά σημαίνουν ότι δεν υπάρχει ένα και μοναδικό μοντέλο επιχειρηματικής δημοσιογραφίας. Αντίθετα, αυτό ποικίλλει από τόπο σε τόπο, από αγορά σε αγορά και από δημοσιογράφο σε δημοσιογράφο. Σε οποιαδήποτε περίπτωση, η δημοσιογραφία του μέλλοντος πρέπει να περιλαμβάνει κάτι περισσότερο από τη συλλογή, την επικύρωση και τη γραφή των ειδήσεων. Η νέα δημοσιογραφία απαιτεί καινοτόμες προσεγγίσεις, απαιτεί παράλληλα την ανταλλαγή πληροφοριών, τη διευκόλυνση του διαλόγου, τη συμπαραγωγή της είδησης, την έξυπνη ομαδοποίηση και επιμέλεια των ειδήσεων, των απεικονίσεων των δεδομένων και την αναζήτηση στοιχείων, νέες μορφές συνεργασιών, τη δημιουργία καταλόγων και πηγών κ.ά. Σε αυτό το πεδίο της παραγωγής των ειδήσεων υπάρχουν τα περιθώρια για καινοτόμες ιδέες, πειραματισμούς και πολλές επιχειρηματικές ευκαιρίες (Παπαθανασόπουλος, 2013).

5. ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ.

5.1. Ερευνητική μέθοδος

Οι ερευνητικές μέθοδοι χωρίζονται σε ποιοτικές και ποσοτικές. Οι ποσοτικές αναλύουν την ποσότητα εμφάνισης του φαινομένου που εξετάζεται και οι ποιοτικές αναφέρονται στο είδος, στο συγκεκριμένο χαρακτήρα του φαινομένου (Kvale, 1996). Και οι δύο μέθοδοι δίνουν τη δυνατότητα στον ερευνητή να προσεγγίσει ένα ερευνητικό πεδίο και να επικεντρωθεί σε αυτό (Παρασκευοπούλου, 2008).

Τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τις ποιοτικές μεθόδους είναι ότι έχουν μια φυσιολογική ροή και κατά ένα μεγάλο βαθμό δεν είναι κατευθυνόμενες από τον ερευνητή. Οι Lincoln και Guba (Lincoln, 1985) εξάλλου, έγραψαν ότι: «οι ποιοτικές μέθοδοι είναι φυσικές». Ο ερευνητής, έτσι, μπορεί να διεισδύσει στην προσωπικότητα των υποκειμένων και να κατανοήσει τις κοινωνικές επιρροές που τα υποκείμενα έχουν δεχτεί (Παπαγεωργίου, 1998); (Παρασκευοπούλου, 2008).

Ο ερευνητής που ακολουθεί ποιοτική μέθοδο παρατηρεί, παίρνει συνεντεύξεις, κρατά σημειώσεις, περιγράφει και ερμηνεύει τα φαινόμενα όπως ακριβώς έχουν. Όταν ο ερευνητής εργάζεται πάνω στο πεδίο που μελετά, είναι πάντα ενεργός, γιατί οι ποιοτικές μέθοδοι απαιτούν να γίνεται χρήση όλων εκείνων των στοιχείων, που ο ερευνητής συναντά: σχόλια από όσους σχετίζονται με το αντικείμενο, κάτι που ο ίδιος παρατηρεί, ακόμα και τον τρόπο που τα υποκείμενα κάθονται ή συνομιλούν (Eisner, 1991); (Παρασκευοπούλου, 2008).

Στις ποιοτικές έρευνες, ο ερευνητής αναλαμβάνει να συνδυάσει με ένα λογικό τρόπο δεδομένα, στοιχεία και καταστάσεις ώστε να καταλήξει σε ένα συμπέρασμα από τα όσα παρατηρεί. Αυτό συμβαίνει μέσω του τρόπου με τον οποίο αντιλαμβάνεται την παρουσία των πραγμάτων και τη σπουδαιότητά τους. Ο ερευνητής, αφού συλλέξει τα δεδομένα, θα προσπαθήσει να τα ερμηνεύσει (Eisner, 1991), με τη βοήθεια της βιβλιογραφίας ή της συνεργασίας με ομότεχνους επιστήμονες, ώστε να επιτύχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Η συναίσθηση του τι είναι σημαντικό και το πλαίσιο, μέσα στο οποίο αυτό θα ερευνηθεί, υπόκειται στις ικανότητες του ερευνητή (Παρασκευοπούλου, 2008).

«Ο Peshkin (Peshkin, 1985), παρομοίασε τα υποκειμενικά στοιχεία του ερευνητή με μια θετική έκρηξη». Είναι ο ερευνητής που θα ζωντανέψει τα ουσιώδη στοιχεία της έρευνας και θα κρίνει τι να συμπεριληφθεί στα αποτελέσματα και τι όχι. Πάντα, όμως, θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η υποκειμενικότητά του, ως ερευνητή, παρά τις προσπάθειες για αντικειμενική έρευνα (Παρασκευοπούλου, 2008).

Οι ποιοτικές μέθοδοι δίνουν την ευκαιρία στον ερευνητή να στοχεύσει στο τι σημαίνει για τα υποκείμενα η εμπειρία για την οποία μιλούν, με άλλα λόγια, να εμβαθύνει. Αυτό που συμβαίνει είναι μια «λεπτή» περιγραφή (Geertz, 1973) από την πλευρά των ερευνητών. Πέρα, όμως, από τη λεπτομερή ανάλυση, οι ποιοτικές μέθοδοι καταγράφουν τη «φωνή» του υποκειμένου και τις εκφράσεις του (Eisner, 1991) (Παρασκευοπούλου, 2008).

Δεν περιγράφονται, όμως, μόνο τα υποκείμενα και οι αφηγήσεις τους στις ποιοτικές μεθόδους. Οι ποιοτικές μέθοδοι σε μεγάλο βαθμό επηρεάζονται από την κουλτούρα-πολιτισμό του ερευνητή. Ο ερευνητής καλείται να ερμηνεύσει τα δεδομένα που έχουν συλλεχθεί και να αναδείξει τα τελικά συμπεράσματα, χρησιμοποιώντας τις παρατηρήσεις του. Το κείμενο αποδεικνύει πως δεν βρίσκεται πίσω από τις γραμμές μια μηχανή, αλλά ένας άνθρωπος και μερικές φορές ίσως είναι ανειλικρινές, υποκριτικό (Eisner, 1991) το ότι

καλύπτεται πίσω από το πρώτο πληθυντικό πρόσωπο ή το τρίτο ενικό (π.χ. «εμείς» ή «ο ερευνητής»). Εκείνο λοιπόν που έχει βαρύτητα στις ποιοτικές μεθόδους είναι η κρίση του ερευνητή και όσων θα διαβάσουν την έρευνα (Eisner, 1991). Πάντοτε όμως τα αποτελέσματα μιας έρευνας αποτελούν αφετηρία για μια σειρά ποιοτικών και ποσοτικών μεθοδολογικών προσπαθειών, γιατί τα ζητήματα προς μελέτη και ανάλυση δεν σταματούν να υφίστανται και τα αποτελέσματά τους θέτουν συνεχείς προβληματισμούς στους ερευνητές (Παρασκευοπούλου, 2008).

5.2. Μεθοδολογία Συνεντεύξεων

Η συνέντευξη είναι ένα από τα βασικότερα εργαλεία της ποιοτικής μεθόδου. Πρόκειται για την αλληλεπίδραση, την επικοινωνία μεταξύ προσώπων, που καθοδηγείται από τον ερευνητή ή ερωτώντα με στόχο την απόσπαση πληροφοριών σχετιζομένων με το αντικείμενο της έρευνας (Louis Cohen, 1997). Με άλλα λόγια πρόκειται για την μέθοδο που έχει ως αντικείμενό της να σχηματίσει ένα «νοητικό περιεχόμενο» (Mialaret, 1997), να αποκαλύψει πτυχές της προσωπικότητας και να αναγνωρίσει συμπεριφορές. Βασικό εργαλείο της είναι η συνομιλία που λαμβάνει χώρα μεταξύ δύο ή και παραπάνω προσώπων (Παρασκευοπούλου, 2008).

Ο Tuckman, όρισε τις συνεντεύξεις ως δυνατότητα «εισόδου» στο τι διαδραματίζεται στο μυαλό του υποκειμένου (Tuckman, 1972). Οι συνεντεύξεις προβάλλουν τις γνώσεις που το υποκείμενο κατέχει (πληροφορίες και γνώσεις), τι του αρέσει και τι όχι (αξίες και προτιμήσεις) και κυρίως τι σκέπτεται (απόψεις και αντιλήψεις) (Παρασκευοπούλου, 2008).

Ένα στοιχείο που τη διαφοροποιεί από μια απλή συζήτηση, είναι ότι αποτελεί το βασικό εργαλείο της έρευνας, ένας έμμεσος τρόπος συλλογής πληροφοριών αναφορικά με τις αντιλήψεις και τα «πιστεύω» των ανθρώπων που ερωτώνται. Ένα δεύτερο στοιχείο είναι ότι ο διάλογος λαμβάνει χώρα ανάμεσα σε ανθρώπους που κατ' ουσίαν είναι ξένοι μεταξύ τους και ένα τρίτο στοιχείο είναι πως οι συνεντεύξεις κατευθύνονται από τον ερευνητή κατά ένα μεγάλο ποσοστό, στοιχείο που βέβαια εξαρτάται και από το είδος της συνέντευξης (Rubin, 1995) (Παρασκευοπούλου, 2008).

Η επιλογή του ερευνητή να ακολουθήσει συνεντεύξεις κρίνει ένα πολύ θετικό στοιχείο και για εκείνον και για την πλευρά του υποκειμένου: ενθαρρύνει και τις δύο πλευρές, που λαμβάνουν μέρος στη διαδικασία να νιώσουν περισσότερο συνδεδεμένες με τη συζήτηση, που διεξάγεται, ανατροφοδοτούμενη από τις απόψεις που εκφράζονται. Σε αυτό το σημείο, πρέπει να αναφερθεί ότι η συνέντευξη βασίζεται στην παρακάτω θέση: η γνώση επιτυγχάνεται σε μεγάλο βαθμό μέσω καλής ακρόασης, έως και «ευγενούς αφουγκράσματος» των κόσμων των υποκειμένων, τα οποία ο ερευνητής οφείλει να έχει ενθαρρύνει να εκφραστούν. Για αυτό το λόγο ακόμα και τα πρώτα λεπτά της συνέντευξης είναι καθοριστικά (Kvale, 1996) (Παρασκευοπούλου, 2008).

5.2.1. Τα Είδη των Συνεντεύξεων

Σύμφωνα με τον Φίλια (Φίλιας, 1993) «η συνέντευξη είναι το αποτέλεσμα κάποιου είδους μεθοδολογικής στρατηγικής» και «η πληροφορία πραγματοποιείται μέσω δύο συνειδητοποιήσεων». Οι δύο συνειδητοποιήσεις ανήκουν στον ερευνητή και στο υποκείμενο.

Οι συνεντεύξεις κατά τον προηγούμενο συγγραφέα χωρίζονται σε δομημένες, μη δομημένες, άμεσες ή έμμεσες, επαναλαμβανόμενες, κλινικές και σε βάθος. Στις δομημένες συνεντεύξεις ζητείται από τον ερωτώμενο να απαντήσει σε προκαθορισμένες ερωτήσεις, οι οποίες έχουν συγκεκριμένο αριθμό και περιεχόμενο. Στις μη δομημένες λαμβάνει χώρα μια συζήτηση που

είναι κατά μια έννοια ελεύθερη, αλλά που η ελευθερία της σχετίζεται με τη φύση της συζήτησης, το θέμα που ερευνάται και το βαθμό της δόμησης των ερωτήσεων (Παρασκευοπούλου, 2008).

Σε αυτό το σημείο πρέπει να επισημανθεί η διάκριση των μη δομημένων συνεντεύξεων σε εντοπισμένες ή όχι. Σε αυτή τη διάκριση σημαίνουντα ρόλο καταλαμβάνει ο βαθμός της δόμησης. Όταν καταχωρείται ως εντοπισμένη σημαίνει ότι ο ερευνητής κινεί τη συζήτηση προς μια συγκεκριμένη οδό, ορμώμενος από μια εμπειρία που έχει αναφέρει ο ερωτώμενος. Στο πλαίσιο αυτού του τύπου συνέντευξης, ο ερευνητής είναι εκείνος, οποίος δείχνει κατανόηση στα λεγόμενα του ερωτώμενου, την/ τον βοηθά να εκφραστεί, να ερμηνεύσει αυτά που λέει και είναι σκόπιμο να γνωρίζει ψυχολογία. Στις άμεσες και τις έμμεσες παίζει ρόλο ο διαχωρισμός που γίνεται καταρχάς από την πλευρά του ερευνητή και κατά συνέπεια και από την πλευρά του ερωτώμενου και αφορά στο σκοπό για τον οποίο πραγματοποιείται η συνέντευξη. Οι επαναλαμβανόμενες γίνονται συνήθως σε γκρουπ ανθρώπων και ονομάζονται και Panel. Ονομάζονται έτσι γιατί χρειάζεται να επαναληφθούν αρκετές φορές μέχρι να καταλήξει η έρευνα στη συλλογή των δεδομένων και στα συμπεράσματά της. Τα άτομα που επιλέγονται έχουν ορισμένα κοινά κοινωνικό-οικονομικά χαρακτηριστικά (Παρασκευοπούλου, 2008).

Η άμεση συνέντευξη στο έργο άλλων κοινωνικών επιστημόνων παρουσιάζεται ως συνέντευξη σε βάθος. Σύμφωνα με την Κυριαζή (Κυριαζή, 1998), η συνέντευξη σε βάθος αφορά ένα σύνολο γενικών ερωτήσεων σε θέματα που ο ερευνητής έχει προκαθορίσει, αλλά τα οποία δεν τα θέτει με συγκεκριμένη σειρά, και τον «πρωταγωνιστικό» ρόλο τον κατέχει ο ερωτώμενος, με την παρουσία του ερευνητή ως βοηθητική και διακριτικά καθοδηγητική. Σύμφωνα με την ίδια υπάρχουν άλλα τρία είδη συνεντεύξεων. Η τυποποιημένη, η ελεύθερη ή μη τυποποιημένη και η τηλεφωνική. Καταλήγοντας υπογραμμίζεται ξανά, ότι, αναμφίβολα, πολλές ποιοτικές συνεντεύξεις συντίθενται από αρκετά αυστηρά σχεδιασμένα μέρη και από μέρη όχι προσχεδιασμένα (Rubin, 1995) και πάντοτε υφίσταται αρμονική σύνδεση μεταξύ τους (Παρασκευοπούλου, 2008).

Οι συνεντεύξεις γενικά έχουν όμως και μειονεκτήματα τα οποία οφείλει να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει ο ερευνητής. Ένα εκ των σημαντικότερων μειονεκτημάτων είναι ο κίνδυνος βεβιασμένων ερωτήσεων από μεριάς του ερευνητή με πιθανό αποτέλεσμα τις ανακριβείς ή παραπλανητικές πληροφορίες. Ο ερευνητής πρέπει πάντοτε να λαμβάνει υπ' όψη τις επιπτώσεις της συμπεριφοράς του, οι οποίες μπορεί να τον απομακρύνουν περισσότερο ή λιγότερο από τις θέσεις των υποκειμένων (Antaki, 1996); (Παρασκευοπούλου, 2008).

5.3. Μεθοδολογία και σκοπός έρευνας παρούσης εργασίας

Ο κύριος ερευνητικός στόχος του κεφαλαίου είναι η εκτίμηση του ρόλου της οικονομικής κρίσης και των νέων τεχνολογιών στην εξέλιξη των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Για τον σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκαν τέσσερις(4) συνεντεύξεις με εκπροσώπους τοπικών μέσων μαζικής ενημέρωσης της Κρήτης. Πιο συγκεκριμένα, στο πλαίσιο της έρευνας πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με τον κ. Κώστα Βασιλάκη, Προϊστάμενο στην ΕΡΤ Ηρακλείου, τον κ.Παπουτσάκη Αντώνη, Αρχισυντάκτη του Αθλητικού τμήματος της εφημερίδας «Πατρίδα», τον κ.Μανώλη Αλεξάκη, Γενικό Διευθυντή Τηλεόρασης CRETA - Creta24.gr και των Περιοδικών Island και Viral και τέλος με τον κ.Γιώργο Μιμικό, Υπεύθυνο Αθλητικού Τμήματος ΚΡΗΤΗ TV, της Εφημερίδας "Νέα Κρήτη" και της ιστοσελίδας neakriti.gr, με έδρα το Ηράκλειο Κρήτης.

Τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψαν μέσα από μία σύντομη αλλά άμεση συνέντευξη με τον κ. Κώστα Βασιλάκη, Προϊστάμενο στην ΕΡΤ Ηρακλείου ενώ οι υπόλοιπες τρεις (3) συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας και ανταλλαγής email.

Οι συνεντεύξεις μπορεί να χαρακτηριστούν ως δομημένες και τυποποιημένες, εντοπισμένες στις αλλαγές που επέφερε η οικονομική κρίση και οι σύγχρονες τεχνολογίες στο τρόπο λειτουργίας των ΜΜΕ, με τους συνεντευξιαζόμενους να μας παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με το πώς αντιμετώπισαν τις αλλαγές αυτές αλλά και το πώς βλέπουν το μέλλον της διαδικτυακής δημοσιογραφίας.

Στα πλαίσια ολοκλήρωσης της πτυχιακής εργασίας χρησιμοποιήθηκαν οι παρακάτω μέθοδοι Έρευνας:

- Θεωρητική (Theory Construction): Περιγραφή και συσχετισμός αρχών προκειμένου να αναλυθούν και εξηγηθούν συγκεκριμένα φαινόμενα. Η θεωρητική προσέγγιση της πτυχιακής εργασίας πραγματοποιήθηκε μέσα από τη συλλογή δευτερογενών δεδομένων (Secondary Data) τα οποία συλλέχθηκαν από : βιβλία, άρθρα σε επιστημονικά περιοδικά, πρακτικά συνεδρίων, διαδίκτυο, εφημερίδες και περιοδικά.
- Εμπειρική (Empirical Analysis): Συλλογή πραγματικών δεδομένων και ανάλυσή τους προκειμένου να διατυπωθεί πλαίσιο σχέσεων που σχετίζεται άμεσα με το θέμα της πτυχιακής εργασίας. Η εμπειρική συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω συνέντευξης από τον Προϊστάμενο στην ΕΡΤ Ηρακλείου, τον Αρχισυντάκτη του Αθλητικού τμήματος της εφημερίδας «Πατρίδα», τον Γενικό Διευθυντή Τηλεόρασης CRETA - Creta24.gr και των Περιοδικών Island και Viral και τέλος τον Υπεύθυνο Αθλητικού Τμήματος ΚΡΗΤΗ TV, της Εφημερίδας "Νέα Κρήτη" και της ιστοσελίδας neakriti.gr.

Στο πλαίσιο των συνεντεύξεων τέθηκαν στους συνεντευξιαζόμενους οι παρακάτω ερωτήσεις:

- Για ποιους λόγους θεωρείτε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τόσο έντονα τον κλάδο των μέσων μαζικής ενημέρωσης;
- Πέραν της οικονομικής κρίσης ποιοι άλλοι παράγοντες θεωρείτε ότι έχουν επηρεάσει τα Μέσα;
- Ποια είναι τα κύρια προβλήματα που αντιμετώπισε η επιχείρησή σας λόγω οικονομικής κρίσης;
- Τι πρωτοβουλίες λάβατε για να βελτιώσετε τη θέση σας σαν επιχείρηση εν μέσω οικονομικής κρίσης;
- Εκτός από την τεχνολογική πρόοδο ποιοι άλλοι λόγοι θεωρείτε ότι συντέλεσαν στην ευρεία διάδοση της διαδικτυακής δημοσιογραφίας;
- Η δική σας δραστηριοποίηση διαδικτυακά δρομολογήθηκε λόγω των εξελίξεων και της ανάγκης ή ήταν κάτι που είχατε προγραμματίσει νωρίτερα ως μέρος της στρατηγικής και του σχεδιασμού σας;
- Ποιες σύγχρονες τεχνολογίες πληροφορικής και διαδικτύου χρησιμοποιείτε;
- Με την τεράστια εξάπλωση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ποιες αλλαγές έχουν επέλθει στο τοπίο της ενημέρωσης;
- Πως κρίνετε το μέλλον της διαδικτυακής δημοσιογραφίας; Θεωρείτε ότι έπρεπε να μπουν κάποια πλαίσια ή δεν είναι εφικτό κάτι τέτοιο;
- Θεωρείτε ότι οι εξελίξεις μας ωθούν προς ένα νέο επιχειρηματικό μοντέλο δημοσιογραφίας; Και αν ναι, πως πιστεύετε ότι θα διαμορφωθεί;

Στην επόμενη ενότητα του κεφαλαίου παρατίθενται τα σημαντικότερα αποσπάσματα κάθε συνεντευξιαζόμενου ενώ στο παράρτημα της πτυχιακής παρατίθενται ολόκληρες οι απαντήσεις τους στο πλαίσιο της συνέντευξης.

5.4. ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

5.4.1. Συνέντευξη με τον Προϊστάμενο στην ΕΡΤ Ηρακλείου

Σύμφωνα με τον Κ. Βασιλάκη η ανάπτυξη των ΜΜΕ ήταν στρεβλή και πριν την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης και αυτό γιατί η οικονομική τους βιωσιμότητα στηρίζονταν κυρίως στις ενισχύσεις από τα πολιτικά κόμματα και όχι από τις ίδιες τις δραστηριότητες τους. Πέραν όμως από την οικονομική κρίση, θεωρεί ότι τα ΜΜΕ έχουν επηρεαστεί γιατί λόγω της υποστήριξης πολιτικών και κομματικών συμφερόντων έχουν χαρακτηριστεί ως αναξιόπιστα ενώ πλέον δεν είναι κοντά στον απλό πολίτη, δεν ανταποκρίνονται στις πραγματικές ανάγκες και προτεραιότητες του λαού.

Σχετικά με τα προβλήματα που αντιμετώπισε η ΕΡΤ Ηρακλείου από την οικονομική κρίση, όπως αναφέρει ο ίδιος, η ΕΡΤ Ηρακλείου αποτελεί δημόσιο ραδιοφωνικό σταθμό με κρατική χρηματοδότηση, οπότε δεν αντιμετώπισε ποτέ έντονα οικονομικά προβλήματα όπως πολλοί ιδιωτικοί σταθμοί της Ελλάδας. Παρόλα αυτά, για να βελτιώσει και να θωρακίσει τη θέση της επιχείρησης έναντι στη κρίση, μείωσε το λειτουργικό κόστος από τα ενοίκια στεγάζοντας στον ίδιο χώρο την τηλεόραση και το ραδιόφωνο της ΕΡΤ. Παράλληλα αποφασίστηκαν να γίνουν και κάποιες μειώσεις μισθών ώστε να αποφευχθούν απολύσεις.

Αναφερόμενοι στη διαδικτυακή δημοσιογραφία και στη τεχνολογική πρόοδο, ο Κ. Βασιλάκης θεωρεί ότι βασικός παράγοντας αυτής της εξέλιξης είναι η αμεσότητα που υπάρχει στην επαφή με τον κόσμο, ενώ μάλιστα σε προηγούμενη ερώτηση του είχε υπογραμμίσει ότι τα ΜΜΕ έχουν χάσει την επαφή τους με τον κόσμο. Ακόμα, ο ίδιος επισημαίνει την ανάγκη του πολίτη να παράγει / σχολιάζει μία είδηση χωρίς να είναι δημοσιογράφος, απλά με τη χρήση του τεχνολογικού εξοπλισμού του.

Ακολουθώντας και αναφορικά με τη διαδικτυακή δραστηριοποίηση της ΕΡΤ Ηρακλείου, όπως δηλώνει ο ίδιος, η ανάγκη για να μετέχουν στις εξελίξεις ήταν εκείνη που οδήγησε σε αυτή τη νέα μορφή ειδησεογραφίας, σχεδιάζοντας τότε τη στρατηγική που θα ακολουθούσαν. Δεν είχε προγραμματιστεί νωρίτερα, ούτε ήταν μέρος του στρατηγικού σχεδιασμού της ΕΡΤ Ηρακλείου, ήταν κάτι που προέκυψε λόγω των εξελίξεων και των σύγχρονων αναγκών και απαιτήσεων της κοινωνίας.

Στο πλαίσιο της διαδικτυακής δημοσιογραφίας χρησιμοποιούν υβριδική τηλεόραση για τη βελτίωση της επικοινωνίας και τη μείωση του κόστους. Χαρακτηριστικό είναι ότι με το μηχάνημα live μπορούν να συνδεθούν live streaming με skype από οποιοδήποτε σημείο της Κρήτης.

Προσθέτει επίσης ότι με την εξάπλωση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η ενημέρωση έχει γίνει πιο άμεση, ωστόσο το πλήθος των πληροφοριών θα πρέπει να διασταυρώνονται πριν αποτελέσουν είδηση. Η επικοινωνία με τις πηγές πληροφόρησης είναι πιο εύκολη ενώ ο πολίτης μπορεί να συνδράμει και ο ίδιος στη μετάδοση ενός γεγονότος, κάτι που επιζητά μάλιστα, δηλαδή το ρόλο του δημοσιογράφου.

Σημειώνει ωστόσο ότι πρέπει να μπει ένα πλαίσιο για την αντιμετώπιση των fake news μέσω μιας διακρατικής συμφωνίας όσων περισσότερων χωρών γίνεται. Ενώ υπάρχει το πλεονέκτημα της άμεσης ενημέρωσης, η μη διασταύρωση των πληροφοριών και η μη αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων προκαλεί σε πολλές φορές μεγάλη παραπληροφόρηση που διαχέεται ταχύτατα και σε πολλές μάλιστα περιπτώσεις θέτει σε δοκιμασία τους θεσμούς της δημοκρατίας μέσω χειραγώγησης των πολιτών και της καθοδήγησης της στάσης τους.

Στην τελευταία ερώτηση της συνέντευξης, συμφωνεί ότι οδηγούμαστε σε ένα νέο τρόπο επικοινωνίας και ειδησεογραφίας. Σύμφωνα με τον ίδιο, ο Τύπος θα επηρεαστεί περισσότερο από αυτό το νέο μοντέλο δημοσιογραφίας με τη δραματική μείωση της έντυπης μορφής (εφημερίδες, περιοδικά) και τη κυριαρχία του ηλεκτρονικού τύπου. Οι νέοι άνθρωποι δεν θα

αγοράσουν πια φύλλα εφημερίδων αλλά θα πληροφορηθούν μέσω του διαδικτύου. Ο Κ. Βασιλάκης πιστεύει ότι το περιοδικό και η εφημερίδα θα γίνουν ηλεκτρονικά, το ραδιόφωνο ότι θα παραμείνει άμεσο αλλά θα εξελιχθεί κι αυτό σταδιακά σε διαδικτυακό ενώ η τηλεόραση θα βελτιωθεί στη διαδικτυακή της διάσταση. Το κύριο πρόβλημα θα το αντιμετωπίσει ο έντυπος τύπος κι αυτό γιατί ο όγκος πληροφορίας είναι τεράστιος, καθιστώντας τη διαχείριση της ιδιαίτερα δύσκολη, ενώ επιπλέον η άμεση ενημέρωση προτάσσει άλλους τρόπους ενημέρωσης.

5.4.2. Συνέντευξη με τον Αρχισυντάκτη του Αθλητικού Τμήματος της Εφημερίδας «Πατρίδα»

Σύμφωνα με τον Κ. Παπουτσάκη, η κρίση που έφερε την οικονομική στενότητα των ανθρώπων, τους επηρέασε ώστε να αγοράζουν τα απολύτως απαραίτητα και σε πολλές περιπτώσεις η αγορά έντυπων εφημερίδων αποτελούσε πλέον περιττό έξοδο ή πολυτέλεια. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις που πλήρωναν για να διαφημιστούν στα τοπικά μέσα, επηρεάστηκαν τόσο πολύ λόγω της κρίσης που περιορίσαν δραματικά τα έξοδα διαφήμισης και προβολής τους. Αυτοί οι δύο παράγοντες είχαν ως αποτέλεσμα τα βασικά έσοδα των ΜΜΕ από διαφημίσεις και πωλήσεις να μειωθούν και δεν μπορούσαν πλέον να ανταπεξέλθουν στα δάνεια τους αλλά και στη μισθοδοσία των υπαλλήλων τους.

Πέραν της οικονομικής κρίσης ο ίδιος θεωρεί ότι τα ΜΜΕ επηρεάστηκαν πολύ από την εξάπλωση του διαδικτύου καθώς επηρέασε άμεσα την καθημερινότητα της ανθρωπότητας και κυρίως τους τρόπους επικοινωνίας, ενημέρωσης και άντλησης πληροφοριών. Επίσης, σημειώνει την αναξιοπιστία των μέσων που τα τελευταία χρόνια ήταν μέσα εξυπηρέτησης οικονομικών, επιχειρηματικών και πολιτικών συμφερόντων με αποτέλεσμα ο κόσμος να τα απαξιώσει.

Αναφορικά με τα προβλήματα που αντιμετώπισε η εφημερίδα «Πατρίδα» λόγω της οικονομικής κρίσης, ο ίδιος αναφέρει την έλλειψη ρευστότητας, τη πίεση από τις τράπεζες για εξυπηρέτηση δανείων, τις μειώσεις μισθών, τις απολύσεις που ακολούθησαν αλλά και τις πληρωμές μέρους του μισθού για κάποιο χρονικό διάστημα. Όλα αυτά τα προβλήματα επέφεραν μεγάλη αναστάτωση στη λειτουργία της εφημερίδας.

Σχετικά με τις πρωτοβουλίες που έλαβε για να βελτιώσει τη θέση της επιχείρησης έναντι των δυσμενών συνθηκών της κρίσης, προχώρησε σε μείωση των σελίδων της εφημερίδας, σε μείωση των έγχρωμων σελίδων και σε απολύσεις προσωπικού ενώ παράλληλα ενίσχυσε το τοπικό ρεπορτάζ και τη διαδικτυακή παρουσία.

Ερωτώμενος για τους παράγοντες που συνετέλεσαν στην ευρεία διάδοση της διαδικτυακής δημοσιογραφίας, πέραν από την τεχνολογική πρόοδο, ο ίδιος, βασιζόμενος σε βιβλιογραφικές αναφορές, επεσήμανε ότι α) το διαδίκτυο αποτελεί πλέον σημαντικό μέσο επικοινωνίας για τη μεγάλη πλειοψηφία των πολιτών στην Ευρώπη και τη Βόρειο Αμερική, β) η ενημέρωση αποτελεί μια από τις σημαντικές χρήσεις του διαδικτύου, σημαντικότερες όμως είναι η διαπροσωπική επικοινωνία, η αναζήτηση πρακτικών πληροφοριών και η ψυχαγωγία και γ) η αμεσότητα παίζει τον πιο σπουδαίο ρόλο στην ενημέρωση.

Σύμφωνα με τον ίδιο η δραστηριοποίηση της εφημερίδας και διαδικτυακά είχε προγραμματιστεί νωρίτερα ως μέρος της στρατηγικής τους, ωστόσο η κρίση και οι επιπτώσεις της είχαν ως αποτέλεσμα ώστε να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση σε αυτό. Στο πλαίσιο αυτής τους της δραστηριοποίησης αξιοποιούν το διαδίκτυο και όλα τα social media για να είναι σε άμεση επαφή με τον κόσμο, να ενημερώνουν ταχύτατα αλλά και να αφογκράζονται καλύτερα τις ανάγκες των πολιτών.

Ερωτώμενος για τις αλλαγές που έχουν επέλθει στο τοπίο της ενημέρωσης, ο ίδιος σημειώνει ότι το διαδίκτυο έχει αλλάξει τους όρους της δημοσιογραφίας με διάφορους τρόπους: πρώτα

απ' όλα έχει καταστήσει, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, περιττό το ρόλο του δημοσιογράφου ως διαμεσολαβητή και επικοινωνιακό ενδιάμεσο μεταξύ εξουσίας και πολιτών στη δημοκρατία. Η δεύτερη αλλαγή συνίσταται στην προσφορά αμέτρητων δυνατοτήτων κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, ως απόρροια των δυνατοτήτων που προσφέρει η τεχνολογική έκρηξη. Πλέον η διαδικτυακή δημοσιογραφία διέπεται από δικούς της κανόνες και πρότυπα και σχηματοποιείται στο δικό της περιβάλλον, εντός του οποίου αναπτύσσονται νέες επαγγελματικές πρακτικές για τους δημοσιογράφους. Τέλος, όλα τα μεγάλα μέσα μαζικής επικοινωνίας διεθνώς έχουν συνδεθεί με το διαδίκτυο, χρησιμοποιώντας το ως πηγή ειδήσεων και πληροφοριών, αλλά και ως μέσο επικοινωνίας με το κοινό τους, «μοιράζοντας» μέσω αυτού απλές ειδήσεις, αρθρογραφία, δελτία ειδήσεων σε ζωντανή μετάδοση αλλά και μαγνητοσκοπημένα, τεύχη εφημερίδων και περιοδικών.

Συνεχίζοντας, υπογραμμίζει ότι ο ίδιος πιστεύει πώς η διαδικτυακή δημοσιογραφία θα συνεχίσει να υπάρχει αλλά όχι στο βαθμό που είναι τώρα μια και θεωρεί πώς θα αναπτυχθούν ξανά τα παραδοσιακά ΜΜΕ, όπως η έντυπη εφημερίδα. Πλαίσια θεωρεί ότι πρέπει να μπου αναφορικά με τις ψευδείς ειδήσεις (Fake news) και την αναπαραγωγή των ειδήσεων χωρίς την πηγή τους και χωρίς προηγούμενη διασταύρωση.

Κλείνοντας τη συνέντευξη και απαντώντας στο αν οι εξελίξεις μας ωθούν προς ένα νέο επιχειρηματικό μοντέλο ειδησεογραφίας, σύμφωνα με τον Κ. Παπουτσάκη τα blogs θα συνεχίσουν να αποτελούν ένα νέο είδος δημοσιογραφίας, τη δημοσιογραφία της ελεύθερης έκφρασης, του απλού πολίτη. Αυτή η συνεργατική δημοσιογραφία των πολιτών είναι μία σύγχρονη έννοια, η οποία ουσιαστικά κατέστη δυνατή μέσα από τη χρήση του διαδικτύου και την ανάπτυξη του blogging, όπου απλοί πολίτες παράγουν ή σχολιάζουν ειδήσεις με το ευρύ κοινό να ανταποκρίνεται σε αυτό το νέο μοντέλο ειδησεογραφίας.

5.4.3. Συνέντευξη με τον Γενικό Διευθυντή της Τηλεόρασης CRETA

Ο Κ. Αλεξάκης στη συνέντευξη του επεσήμανε ότι τα ΜΜΕ, ειδικά τα ηλεκτρονικά στηρίζουν τη βιωσιμότητα τους κατά κύριο λόγο στη διαφήμιση από την προβολή των επιχειρήσεων. Από την άλλη πλευρά η τηλεόραση κλήθηκε να αντιμετωπίσει έναν τεράστιο «βραχνά» που προκάλεσε η παρατεταμένη και βαθιά κρίση στην διαφημιστική αγορά με αποτελέσματα πολλές απολύσεις και αλλοίωση της ποιότητας της ενημέρωσης.

Όσον αφορά για άλλους παράγοντες που επηρέασαν τα μέσα, πέραν της οικονομικής κρίσης, ο ίδιος δηλώνει ότι τα ΜΜΕ έχουν επηρεαστεί σε πολλές τους πτυχές, ωστόσο αυτό σχετίζεται και με την κατηγορία στην οποία υπάγονται. Για παράδειγμα, οι έντυπες εφημερίδες δέχονται την μεγαλύτερη πίεση, καθώς η άνοδος του διαδικτύου έχει μειώσει σε μεγάλο βαθμό τις πωλήσεις τους. Πολλές εφημερίδες συγχωνεύτηκαν ή πουλήθηκαν ενώ οι Κυριακάτικες για να πουλήσουν επιλέγουν να δίνουν μαζί με την εφημερίδα και κάποια μεγάλα δώρα, με αποτέλεσμα ο πολίτης να μη δίνει έμφαση τόσο στο περιεχόμενο και στην ενημέρωση όσο στα δώρα. Ένας ακόμα παράγοντας είναι η έλλειψη εμπιστοσύνης από τους πολίτες προς τα μέσα, καθώς τα αντιμετωπίζουν με καχυποψία και τα χαρακτηρίζουν ως αναξιόπιστα, με μεγάλη μερίδα του κόσμου να τα θεωρεί και υπεύθυνα, σε κάποιο βαθμό, για την οικονομική κρίση που βιώνουμε.

Αναφερόμενος στα κύρια προβλήματα που αντιμετώπισε η Creta Media Group, όπως δηλώνει ο ίδιος, αντιμετώπισε πρόβλημα στην εισροή διαφήμισης καθώς ειδικά η τηλεόραση δέχτηκε μεγάλη πίεση στο τομέα αυτό. Η δυσκολότερη στιγμή για την επιχείρηση ήταν η περίοδος του δημοψηφίσματος το 2015 καθώς αμέσως μετά την ανακοίνωση διεξαγωγής του, όλες οι διαφημιστικές εταιρίες της Αθήνας διέκοψαν τα προγράμματα διαφήμισης που "έτρεχαν" εκείνη την περίοδο, δεδομένου ότι καμία πολυεθνική δεν επιθυμούσε να διαφημίζεται σε μια αγορά που δεν θα λειτουργούν οι τράπεζες και δεν θα κινείται χρήμα.

Οι πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση της κατάστασης, σύμφωνα με τον Κ. Αλεξάκη, ήταν και συνεχίζουν να παραμένουν πολλές. Αρχικό μέλημα τους ήταν να βελτιώσουν το ίδιο το τηλεοπτικό προϊόν με νέες τηλεοπτικές παραγωγές που είχαν συγκεκριμένη στόχευση και σε πλήρη ευθυγράμμιση με τις ανάγκες της κοινωνίας. Παράλληλα έκαναν κινήσεις και σε άλλους χώρους των Media, όπως για παράδειγμα η δημιουργία Σχολής Δημοσιογραφίας και η έκδοση δίγλωσσου (Γερμανικά, Αγγλικά) περιοδικού το οποίο μπορούν να διαβάσουν 1 εκ. επισκέπτες της Κρήτης οι οποίοι μετακινούνται με τα λεωφορεία της UNION.

Η τεράστια εξάπλωση του διαδικτύου, και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές, οι οποίες προκαλούνται με πολύ γρήγορο ρυθμό. Πλέον η είδηση μεταδίδεται πρώτα στο διαδίκτυο. Το γεγονός αυτό έχει προκαλέσει όμως αλλοιώσεις στην ποιότητα της ενημέρωσης λόγω των ψευδών ειδήσεων ενώ σε πολλές περιπτώσεις παραβιάζονται θεμελιώδεις κανόνες της δημοσιογραφίας με σκοπό την αύξηση της επισκεψιμότητας των δικτυακών τόπων (χαρακτηριστικό παράδειγμα οι «ειδήσεις» περί αυτοκτονίας με στοιχεία το αυτόχειρα).

Αναφορικά με το μέλλον της διαδικτυακής δημοσιογραφίας, ο ίδιος θεωρεί επιβεβλημένο να τεθούν κάποια όρια και πλαίσια, θεωρώντας ότι αυτή τη στιγμή επικρατεί μία ασυδοσία. Αυτό θα βελτιώσει και τη ποιότητα ενημέρωσης ενώ παράλληλα θα προστατέψει και τον πολίτη από ψευδείς και ανυπόστατες ειδήσεις που ωθούν στην παραπληροφόρηση.

5.4.4. Συνέντευξη με τον Υπεύθυνο Αθλητικού Τμήματος ΚΡΗΤΗ TV

Ο Κ. Μιμίκος στη συνέντευξη του ξεκινάει με την επισήμανση του γεγονότος ότι απομακρύνθηκαν από το επάγγελμα παρά πολλοί άνθρωποι που έχασαν τη δουλειά τους είτε λόγω κλεισίματος της επιχείρησης που εργάζονταν, είτε από αναγκαίες απολύσεις. Παράλληλα μειώθηκαν οι μισθοί ενώ η καθυστέρηση στις πληρωμές επηρέασε τη ψυχολογία των εργαζομένων με αποτέλεσμα μικρότερη παραγωγικότητα, αρνητικό κλίμα στις διαπροσωπικές και επαγγελματικές σχέσεις ενώ σε κάποιες περιπτώσεις αντικαταστάθηκαν έμπειροι δημοσιογράφοι με αποφοίτους σχολών, χωρίς εμπειρία, με στόχο την εξοικονόμηση χρημάτων από τη χαμηλότερη μισθοδοσία. Ωστόσο, όλα αυτά επηρέασαν την ποιότητα της ενημέρωσης.

Πέραν της οικονομικής κρίσης, ο ίδιος θεωρεί το διαδίκτυο ως τον κύριο παράγοντα με άμεση επιρροή στη κυκλοφορία των έντυπων εφημερίδων. Από εκεί και πέρα εκτιμά πως ότι άλλο έχει προκύψει είναι προϊόν της κρίσης με την κοινωνία να συμβιβάζεται πλέον σε λιγότερο ποιοτικά προϊόντα.

Αναφερόμενος στα κύρια προβλήματα που αντιμετώπισε η ΚΡΗΤΗ TV λόγω οικονομικής κρίσης, αναφέρει ότι η επιχείρηση στάθηκε στα πόδια της παρά την έντονη κρίση. Υπογραμμίζει ότι οι μισθοί έχουν μειωθεί, ωστόσο ο όμιλος πέραν από τη τηλεόραση, το ραδιοφωνικό σταθμό και την εφημερίδα, δραστηριοποιήθηκε δυναμικά και στη διαδικτυακή ενημέρωση αποκτώντας τη δική του ιστοσελίδα. Το γεγονός αυτό, ότι δεν αντιμετώπισαν έντονα προβλήματα όπως άλλα ΜΜΕ, το αποδίδει κυρίως στη πολύ δουλειά και στη βελτίωση του προϊόντος που παράγουν παράλληλα με τη συνεχή προσπάθεια για βελτίωση και αύξηση της παραγωγικότητας όλων των μελών του ομίλου.

Θεωρεί ότι το γεγονός πως ο κόσμος παραμένει πολλές ώρες εντός οικίας σε συνδυασμό με το ότι λόγω της κρίσης και του περιορισμού των εξόδων πολλοί περιορίζουν πλέον τις αγορές τους στα απολύτως απαραίτητα, αποτέλεσαν μαζί με την τεχνολογική πρόοδο τους κύριους λόγους για την ευρεία διάδοση της διαδικτυακής δημοσιογραφίας.

Ερωτώμενος σχετικά με το αν η δραστηριοποίηση του ομίλου διαδικτυακά δρομολογήθηκε από ανάγκη λόγω των εξελίξεων, ο ίδιος δηλώνει ότι η δραστηριοποίηση αυτή είχε δρομολογηθεί νωρίτερα αφουγκρασμένοι τις ανάγκες της εποχής και ο ίδιος συμμετείχε και

ενίσχυσε αυτό το εγχείρημα. Στη προσπάθεια τους αυτή αξιοποιούν το Google, το Youtube, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με όσες δυνατότητες παρέχουν στην επικοινωνία και φυσικά έχουν τη δική τους ιστοσελίδα.

Σχετικά με τις αλλαγές που έχουν επέλθει στο τοπίο της ενημέρωσης λόγω της εξάπλωσης του διαδικτύου και των social media, ο ίδιος αναφέρεται και πάλι στη μείωση της κυκλοφορίας για τις εφημερίδες. Όπως επισημαίνει, το διαδίκτυο σημαίνει αμεσότητα στην ενημέρωση, ωστόσο πολλές φορές προκύπτουν ειδήσεις που δεν είναι αληθινές αλλά και γενικότερα υπάρχουν θέματα αξιοπιστίας σε πολλά μέσα διαδικτυακής δημοσιογραφίας.

Όσον αφορά για το μέλλον της διαδικτυακής δημοσιογραφίας και για το αν θα έπρεπε να μπουν κάποια πλαίσια, ο Κ. Μιμίκος δηλώνει πως δε πιστεύει πως είναι εφικτά τα πλαίσια καθώς η εποχή μας επιζητά την άμεση ενημέρωση, ακόμα κι αν προέρχεται από αμφιβόλου αξίας, ποιότητας και αξιοπιστίας προϊόντα, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν πολύ καλές πηγές διαδικτυακής ενημέρωσης και δημοσιογραφίας, με τον ίδιο να ελπίζει ότι σταδιακά οι πολίτες θα απομονώσουν οι ίδιοι τις μη επαγγελματικές και έγκυρες πηγές δημοσιογραφίας στο διαδίκτυο.

Στη τελευταία ερώτηση της συνέντευξης, σχετικά με το νέο επιχειρηματικό μοντέλο ειδησεογραφίας, ο ίδιος επισημαίνει ότι έχει έρθει ήδη το μοντέλο που άλλαξε την παραδοσιακή δημοσιογραφία. Στην Αθήνα αναφέρει ότι πολλές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες απασχολούν εργαζομένους από το χώρο τους, με μειωμένο ωράριο και αποδοχές ενώ στην επαρχία αντιστέκονται σε αυτό το νέο μοντέλο, αλλά οι επιχειρήσεις που αντέχουν στη κρίση συνεχώς μειώνονται.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η οικονομική ύφεση των τελευταίων ετών στην Ελλάδα επηρέασε και συνεχίζει να επηρεάζει έντονα τη βιωσιμότητα όλων των ελληνικών επιχειρήσεων, με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης να μην αποτελούν εξαίρεση, αντιθέτως, πολλά από αυτά βίωσαν πιο έντονα τις συνέπειες της κρίσης γιατί είχαν υψηλές δανειοδοτήσεις από τα προηγούμενα χρόνια. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, στα πρώτα χρόνια εμφάνισης της κρίσης, πολλά μέσα ενημέρωσης να μην επιβιώσουν, ενώ όσα παρέμειναν και συνεχίζουν να λειτουργούν, προσαρμόστηκαν στις νέες συνθήκες, περιορίζοντας σημαντικά τις δαπάνες τους ενώ σε πολλές περιπτώσεις αναγκάστηκαν να προχωρήσουν σε απολύσεις προσωπικού και σε αντικατάσταση έμπειρων δημοσιογράφων με νέους δημοσιογράφους, γεγονός που είχε άμεσα αντίκτυπο στη μείωση της ποιότητας τους σε δημοσιογραφικό επίπεδο.

Παράλληλα με την οικονομική ύφεση, οι σύγχρονες τεχνολογίες και το διαδίκτυο άλλαξαν όχι μόνο τη καθημερινότητα της ζωής μας αλλά επέφεραν σημαντικές αλλαγές στη επιχειρηματικότητα και στην οικονομία. Η υιοθέτηση αυτών των τεχνολογιών από τους πολίτες άλλαξε το τρόπο ενημέρωσης τους αλλά και αλληλεπίδρασης με τα μέσα ενημέρωσης. Ιδιαίτερο μέσο για την ενημέρωση των πολιτών αποτελούν τα κοινωνικά δίκτυα που είναι πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας τους. Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης με την έλευση της ψηφιακής εποχής ένιωσαν την ανάγκη να εκσυγχρονιστούν και να προσαρμοστούν στη νέα πραγματικότητα που είχε αρχίσει να δημιουργείται, υιοθετώντας τις σύγχρονες τεχνολογίες προβολής και προώθησης τους αλλά και αλληλεπίδρασης τους με το καταναλωτικό κοινό.

Βασικός στόχος της πτυχιακής ήταν να εκτιμηθεί ο ρόλος της οικονομικής κρίσης και των νέων τεχνολογιών στην εξέλιξη των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Στο πλαίσιο της πτυχιακής εξετάστηκε η ιστορική αναδρομή του Τύπου, του Ραδιοφώνου και της Τηλεόρασης, μελετήθηκε πώς η οικονομική κρίση, το διαδίκτυο και οι νέες τεχνολογίες επηρεάζουν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ενώ τέλος πραγματοποιήθηκαν τέσσερις (4) συνεντεύξεις με εκπροσώπους τοπικών μέσων μαζικής ενημέρωσης της Κρήτης (ΕΡΤ Ηρακλείου, εφημερίδα «Πατρίδα», τηλεόραση CRETA και τηλεόραση ΚΡΗΤΗ TV) ώστε να αποτιμηθεί πώς η οικονομική κρίση και η έλευση των νέων τεχνολογιών επηρέασαν τα δικά τους μέσα ενημέρωσης, καταγράφοντας παράλληλα τη στάση και τις απόψεις τους σχετικά με τη διαδικτυακή δημοσιογραφία και το μέλλον αυτής.

Όπως προέκυψε από τις συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν, η ανάπτυξη των ΜΜΕ ήταν προβληματική πριν την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης καθώς η οικονομική τους βιωσιμότητα βασιζόταν κατά πολύ στις ενισχύσεις από τα πολιτικά κόμματα και όχι στα έσοδα από τις δικές τους, δημοσιογραφικές δραστηριότητες. Ακόμα, η σχέση αυτή με τα πολιτικά κόμματα έχει οδηγήσει μεγάλη μερίδα του κόσμου να τα χαρακτηρίζουν ως αναξιόπιστα, έχοντας χάσει την επαφή και την αμεσότητα με τον απλό πολίτη.

Επιπλέον, η κρίση οδήγησε τους πολίτες στο να περιορίσουν τις αγορές τους στα απολύτως απαραίτητα και σε πολλές περιπτώσεις η αγορά έντυπων εφημερίδων αποτελούσε πλέον περιττό έξοδο ή πολυτέλεια. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις περιόρισαν δραματικά τα έξοδα διαφήμισης και προβολής τους. Αυτοί οι δύο παράγοντες σε συνδυασμό με τα δάνεια των προηγούμενων χρόνων συνετέλεσαν ώστε να βιώσουν έντονα τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης. Οι δικτυακοί τόποι δημοσιογραφίας στηρίζουν τη βιωσιμότητα τους κατά κύριο λόγο στη διαφήμιση από την προβολή των επιχειρήσεων. Ωστόσο, το μεγαλύτερο πλήγμα από τη πτώση της διαφημιστικής δαπάνης το δέχτηκε η τηλεόραση με αποτελέσματα πολλές απολύσεις και αλλοίωση της ποιότητας της ενημέρωσης.

Πέραν όμως από την οικονομική κρίση, τα ΜΜΕ επηρεάστηκαν πολύ από την εξάπλωση του διαδικτύου καθώς επηρέασε άμεσα την καθημερινότητα των πολιτών και κυρίως τους τρόπους επικοινωνίας, ενημέρωσης και άντλησης πληροφοριών. Ο τρόπος και ο βαθμός

στον οποίο επηρεάστηκε κάθε μέσο εξαρτάται από τη κατηγορία που ανήκει. Οι έντυπες εφημερίδες δέχονται την μεγαλύτερη πίεση, καθώς η άνοδος του διαδικτύου έχει μειώσει σε μεγάλο βαθμό τις πωλήσεις τους. Για να γίνουν ελκυστικές προσφέρουν πολλά δώρα μη δίνοντας ωστόσο την κατάλληλη προσοχή στο περιεχόμενο και στην ενημέρωση.

Όλα αυτά οδήγησαν στην απόλυση πολλών επαγγελματιών, μειώθηκαν οι μισθοί ενώ η καθυστέρηση στις πληρωμές επηρέασε τη ψυχολογία των εργαζομένων με αποτέλεσμα μικρότερη παραγωγικότητα, αρνητικό κλίμα στις διαπροσωπικές και επαγγελματικές σχέσεις και πτώση της ποιότητας της ενημέρωσης.

Αναφορικά με τα προβλήματα που αντιμετώπισαν από την οικονομική κρίση, πέραν της ΕΡΤ Ηρακλείου που αποτελεί δημόσιο ραδιοφωνικό σταθμό με κρατική χρηματοδότηση, οι ιδιωτικοί σταθμοί αντιμετώπισαν προβλήματα με κυριότερα την έλλειψη ρευστότητας, τη μη εισροή διαφημίσεων, τη πίεση από τις τράπεζες για εξυπηρέτηση δανείων, τις μειώσεις μισθών, τις απολύσεις που ακολούθησαν αλλά και τις πληρωμές μέρους του μισθού για κάποιο χρονικό διάστημα φέρνοντας όπως ήταν αναμενόμενο μεγάλη αναστάτωση στη λειτουργία των μέσων.

Για να βελτιώσουν τη θέση τους έναντι αυτών των συνθηκών και των εξελίξεων, μείωσαν το λειτουργικό κόστος από τα ενοίκια, έγιναν περικοπές στους μισθούς ενώ σε κάποιες περιπτώσεις και απολύσεις υπαλλήλων ή αντικατάσταση τους με νέους δημοσιογράφους. Ακόμη, προχώρησαν σε μείωση των σελίδων των εφημερίδων, σε μείωση των έγχρωμων σελίδων ενώ παράλληλα ενίσχυσαν το προϊόν τους μέσω του τοπικού ρεπορτάζ και νέων τηλεοπτικών παραγωγών που στόχευαν στις ανάγκες της κοινωνίας. Τέλος, αξιοποίησαν τις δυνατότητες του διαδικτύου μέσω κατασκευής της δικής τους ιστοσελίδας και αποκτώντας παρουσίαση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ακολουθώντας τις επιταγές της σύγχρονης εποχής.

Αναφερόμενοι στη διαδικτυακή δημοσιογραφία και στη τεχνολογική πρόοδο, θεωρούν ότι βασικός παράγοντας αυτής της εξέλιξης είναι η αμεσότητα που υπάρχει στην επαφή με τον κόσμο και στην ανάγκη του πολίτη να παράγει / σχολιάζει μία είδηση χωρίς να είναι δημοσιογράφος, απλά με τη χρήση του τεχνολογικού εξοπλισμού του.

Αναφορικά με τη διαδικτυακή δραστηριοποίηση των δικών τους μέσων ενημέρωσης, η ανάγκη για να μετέχουν στις εξελίξεις ήταν εκείνη που οδήγησε σε αυτή τη νέα μορφή ειδησεογραφίας, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις είχε σχεδιαστεί το συγκεκριμένο βήμα νωρίτερα, ωστόσο οι εξελίξεις το ώθησαν να πραγματοποιηθεί πιο γρήγορα. Στο πλαίσιο αυτής τους της δραστηριοποίησης έχουν αποκτήσει τη δική τους ιστοσελίδα ενώ αξιοποιούν το διαδίκτυο και όλα τα social media (Facebook, Youtube κλπ) για να είναι σε άμεση επαφή με τον κόσμο, να ενημερώνουν ταχύτατα αλλά και να αφουγκράζονται καλύτερα τις ανάγκες των πολιτών. Στη περίπτωση της τηλεόρασης χαρακτηριστική είναι η αξιοποίηση της υβριδικής τηλεόρασης για τη βελτίωση της επικοινωνίας και τη μείωση του κόστους ενώ η ενημέρωση μέσω live streaming με skype αποτελεί συνήθη τακτική τους.

Όλοι συμφωνούν ότι με την εξάπλωση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η ενημέρωση έχει γίνει πιο άμεση, ο πολίτης μπορεί να συνδράμει και ο ίδιος στη μετάδοση ενός γεγονότος, κάτι που επιζητά μάλιστα, ωστόσο το πλήθος των πληροφοριών θα πρέπει να διασταυρώνονται πριν αποτελέσουν είδηση. Όλη αυτή η ταχύτητα και η αμεσότητα στην ενημέρωση έχει προκαλέσει αλλοιώσεις στην ποιότητα της λόγω των ψευδών ειδήσεων ενώ σε πολλές περιπτώσεις παραβιάζονται θεμελιώδεις κανόνες της δημοσιογραφίας με σκοπό την αύξηση της επισκεψιμότητας των δικτυακών τόπων.

Κοινή στάση όλων των συνεντευξιαζόμενων είναι ότι η διαδικτυακή δημοσιογραφία θα συνεχίσει να υπάρχει, ωστόσο θα πρέπει να μπει ένα πλαίσιο για την αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων και τη διασταύρωση των πληροφοριών καθώς σε πολλές περιπτώσεις προκαλούν μεγάλη παραπληροφόρηση που διαχέεται ταχύτατα, και σε πολλές μάλιστα

περιπτώσεις γίνεται προσπάθεια χειραγώγησης των πολιτών και της καθοδήγησης της στάσης τους. Από την άλλη πλευρά, εκθέτουν και τον προβληματισμό τους πως δεν θα είναι εύκολο να μπουν τέτοια πλαίσια καθώς η εποχή μας επιζητά την άμεση ενημέρωση, ακόμα κι αν προέρχεται από αμφιβόλου αξίας, ποιότητας και αξιοπιστίας προϊόντα, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν πολύ καλές πηγές διαδικτυακής ενημέρωσης και δημοσιογραφίας, ελπίζοντας ότι οι πολίτες σταδιακά θα απομονώσουν οι ίδιοι τις μη επαγγελματικές και έγκυρες πηγές δημοσιογραφίας στο διαδίκτυο.

Τέλος, αναφορικά με το νέο μοντέλο ειδησεογραφίας, θεωρούν ότι τα blogs θα συνεχίσουν να αποτελούν ένα νέο είδος δημοσιογραφίας, τη δημοσιογραφία της ελεύθερης έκφρασης και του απλού πολίτη. Από την άλλη πλευρά, στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, ο Τύπος αναμένεται να επηρεαστεί ακόμη περισσότερο από αυτό το νέο μοντέλο δημοσιογραφίας με τη δραματική μείωση της έντυπης μορφής (εφημερίδες, περιοδικά) και τη κυριαρχία του ηλεκτρονικού τύπου. Όλες οι εξελίξεις συνηγορούν στο ότι το περιοδικό και η εφημερίδα θα γίνουν ηλεκτρονικά, το ραδιόφωνο ότι θα παραμείνει άμεσο αλλά θα εξελιχθεί και αυτό σταδιακά σε διαδικτυακό ενώ η τηλεόραση θα βελτιωθεί στη διαδικτυακή της διάσταση. Το κύριο πρόβλημα θα το αντιμετωπίσει ο έντυπος τύπος και αυτό γιατί ο όγκος πληροφορίας είναι τεράστιος, καθιστώντας τη διαχείριση της ιδιαίτερα δύσκολη, ενώ επιπλέον η άμεση ενημέρωση προτάσσει άλλους τρόπους ενημέρωσης.

Βιβλιογραφία

Aizenman, J. ,. J. Y., 2009. *Current Account Patterns and National Real Estate Markets.* s.l.:Journal of Urban Economics.

Anon., 1975. *Ιστορία του ελληνικού έθνους.* Αθήνα: Εκδοτική Αθηνών.

Anon., 2017. www.elftherostypos.gr. [Ηλεκτρονικό]
Available at: [Anon., 2017. *ΕΚΙΕΑ. Ενωτική Κίνηση Ευρωπαϊκής Αριστεράς.* \[Ηλεκτρονικό\]
Available at: <http://www.ekiea.gr/πολιτικη/σαν-σημερα-21-απριλιου-1967-το-πραξικοπημα>
\[Πρόσβαση 27 12 2017\].](http://www.elftherostypos.gr/istories/80997-idiotiki-tileorasi-stin-ellada-apo-to-<u>proto-deltio-sto-alter-kai-to-mega/</u>
[Πρόσβαση 28 Ιανουάριος 2018].</p></div><div data-bbox=)

Anon., n.d. *Βικιπαίδεια.* [Ηλεκτρονικό]
Available at: [https://el.wikipedia.org/wiki/Αυριανή_\(εφημερίδα\)](https://el.wikipedia.org/wiki/Αυριανή_(εφημερίδα))
[Πρόσβαση 11 Φεβρουάριος 2018].

Antaki, C. a. R. M., 1996. *“Quality of life” talk: the liberal paradox of psychological testing’.* s.l.:Discourse and society.

Atkins, C., 2011. Churnalism: When Press Releases Masquerade as News Stories. *The Guardian*, 23 Φεβρουάριος.

Beckett, C., 2015. *The Guardian.* [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/apr/27/time-party-political-newspapers-election-debate>
[Πρόσβαση 26 Απρίλιος 2018].

Burnett, P. C., 2002. Teacher praise and feedback and students’ perceptions of the classroom environment. *Educational Psychology*, 10 Ιούλιος.

Castells, M., 2009. *Communication power.* Oxford: Oxford University Press.

Davies, N., 2008. *Flat Earth News.* s.l.:Chatto & Windus.

Davies, N., 2008. Our Media Have Become News Producers of Distortion. *The Guardian*, 4 Φεβρουάριος.

De Grauwe, P., 2010. *A Mechanism of Self-destruction of the Eurozone.* [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.ceps.eu/book/mechanism-self-destruction-eurozone>
[Πρόσβαση 14 Απρίλιος 2018].

Eisner, W. E., 1991. *The Enlightened Eye, Qualitative Inquiry and the Enhancement of Educational Practice.* New York: Macmillan.

Geertz, C., 1973. *The interpretation of cultures.* New York: Basic Books.

Gillmor, D., 2006. *We the media: grassroots journalism by the people, for the people.* New York: O’Reilly Media.

Intelligent Deep, A., 2013. *Μικρομέσαιες επιχειρήσεις στην Ελλάδα και οικονομική κρίση*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.indeepanalysis.gr/analyseis/arthra/mikromesaies-epicheirhseis-sthn-ellada-kai-oikonomikh-krish>
[Πρόσβαση 11 Απρίλιος 2018].

Jarvis, J., 2006. Networked journalism. *Buzzmachine*.

Katsoudas, D., 2007. *Taylor & Francis Online*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01402388508424530>
[Πρόσβαση 28 Φεβρουάριος 2018].

Keller, C., 2008. Executive Compensation's Role in the Financial Crisis. *The National Law Journal*, Νοέμβριος.

Kung Lucy, P. R. T. R., 2008. *The internet and the mass media*. London: Sage.

Kvale, S., 1996. *Interviews, an Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks: Sage Publications.

L.Hilliard, R., 1997. *Writing for Television, Radio and New Media*. 11η επιμ. s.l.:Cengage Learning.

Lincoln, Y. S. a. G. E., 1985. *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: SAGE.

Louis Cohen, L. M. , K. M., 1997. *Μεθοδολογία Εκπαιδευτικής Έρευνας*. Αθήνα: Έκφραση.

Marcussen, M., 2009. The scientization of central banking, the politics of apoliticization. Στο: K. M. Dyson, επιμ. *Central Banks in the Age of the Euro: Europeanization, Convergence, and Power..* Oxford: Oxford University Press, pp. 373-390.

McDonald, R., 1983. *Pillar and Tinderbox-The Greek Press and the Dictatorship*. 198 επιμ. New York and London: Marion Boyars.

Meyer, P., 2009. *The vanishing newspaper. Saving journalism in the information age*. Columbia: University of Missouri Press.

Meyer, P., 2009. *The vanishing newspaper. Saving journalism in the information age*. Columbia: University of Missouri Press.

Meyer, P., 2012. *Precision Journalism and Narrative Journalism: Toward a Unified Field Theory*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://niemanreports.org/articles/precision-journalism-and-narrative-journalism-toward-a-unified-field-theory/>
[Πρόσβαση 24 Απρίλιος 2018].

Mialaret, G., 1997. *Εισαγωγή στις Επιστήμες της Αγωγής*. Αθήνα: Τυπωθήτω.

Papathanasopoulos, S., 2014. The Development of Digital Television in Greece. *Javnost*, 10 Νοέμβριος, pp. 93-108.

Papathanassopoulos, S., 1990. *Broadcasting, Politics and the State of Socialist Greece, Media, Culture & Society* 12 (3). s.l.:s.n.

Peshkin, A., 1985. Virtuous subjectivity: In the participant-observer's. Στο: B. & K. Smith, επιμ. *Exploring clinical methods for social research*. Beverly Hills: Sage, pp. 267-282.

Poulet, B., 2009. *Το τέλος των εφημερίδων και το μέλλον της ενημέρωσης*. Αθήνα: Πόλις.

- Pullet, B., 2009. *Το τέλος των εφημερίδων και το μέλλον της ενημέρωσης*. Αθήνα: Πόλις.
- Reich, Z., 2010. *Measuring the impact of PR on published news in increasingly fragmented news environments*. s.l.:Journalism Studies.
- Reinhart, C. M., 2008. *National Bureau of Economic Research*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <http://www.nber.org/papers/w13882.pdf> [Πρόσβαση 10 Απρίλιος 2018].
- Reinhart, C. M., 2008. *The National Bureau of Economic Research*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <http://www.nber.org/papers/w13882.pdf> [Πρόσβαση 10 Απρίλιος 2018].
- Rogoff, K. S., 2008. *National Bureau of Economic Research*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <http://www.nber.org/papers/w13882.pdf> [Πρόσβαση 10 Απρίλιος 2018].
- Rubin, J. H. R. S. I., 1995. *Qualitative interviewing, the art of hearing data*. London: Sage publications.
- Russell, C., 2008. Science reporting by press release. An old problem grows worse in the digital age. *Columbia Journalism Review*, 14 Νόεμβριος.
- Stocker, M., 2008. Executive Compensation's Role in the Financial Crisis. *The National Law Journal*, Νοέμβριος.
- Tuckman, B. W., 1972. *Conducting educational research*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Tully, S., 2006. Welcome to the Dead Zone. *Fortune*.
- Williams, J. C., 2011. *Opening the Temple*. 2η επιμ. San Francisco: Annual Report.
- Zaharopoulos, T., 2003. *The Rise and Fall of Municipal Radio in Greece*, *Journal of Radio Studies* 10 (2). s.l.:s.n.
- Αλεξίου, Λ., 2017. *HUFFPOST*. [Ηλεκτρονικό] Available at: http://www.huffingtonpost.gr/lina-alexiou/post_12691_b_11196774.html [Πρόσβαση 22 Φεβρουάριος 2018].
- Αλιβαζάτος, Ν., 1983. *Οι πολιτικοί θεσμοί σε Κρίση, 1922-1974-Όψεις της Ελληνικής Εμπειρίας*. Αθήνα: Θεμέλιο.
- Αμοιρίδου, Έ., 2016. *ΕΟΕ*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <http://www.eoellas.org/2016/09/05/i-istoria-tis-ellinikhs-tileorasis-to-xthes-kai-to-simera/> [Πρόσβαση 26 Ιανουάριος 2018].
- Αναγνωστάκη, Ε., 2013. *Τουρισμός και μέσα μαζικής ενημέρωσης*. 1η επιμ. Ηράκλειο: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.
- Αντώνης, Γ., 2001. *Δημοτική ραδιοφωνία και τοπική επικοινωνία στο νομό Αττικής*. s.l.:s.n.
- Αντωνόπουλος, Γ., 2017. *Dikaiologitika News*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <https://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/business-news/176268/esr-to-2018-o-diagonismos-gia-tis-tileoptikes-adeies-me-timima-35-ekat-evro> [Πρόσβαση 19 Μάρτιος 2018].

Αραμπατζή, Φ., 2012. *Ανάλυση-Αξιολόγηση Κλάδου Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης*. 1η επιμ. s.l.:Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Αργεΐτης, Γ., 2011. Η δημοσιονομική κρίση της ελληνικής οικονομίας: αποτυχία της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στο: Θ. Ν. Μ. Δ. Βλάχου Α., επιμ. *Οικονομική κρίση και Ελλάδα*. Αθήνα: Gutenberg, pp. 180-192.

Αργυρίου, Γ., 2017. *ανεμούριον*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://anemourion.blogspot.com/2017/11/blog-post_404.html
[Πρόσβαση 19 Φεβρουάριος 2018].

Ασπιώτη, Α. Γ. Μ., 2015. *Η προβολή και η προσέγγιση της οικονομικής κρίσης από τα ελληνικά και διεθνή μέσα μαζικής ενημέρωσης*, Πύργος: ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας.

Βαγενάς, Ε., 2008. *Ριζοσπάστης*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.rizospastis.gr/story.do?id=4541437>
[Πρόσβαση 22 Φεβρουάριος 2018].

Βαλούκος, Σ., 2008. *Η ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης*. Αθήνα: Αιγόκερως.

Βαλσάμη, Σ., 2016. *Ελεύθερος Τύπος*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.eleftherostypos.gr/istories/49523-ti-einai-to-esr-pou-mpike-stin-zoi-mas-kai-roios-o-rolos-tou-edo-kai-27-xronia/>
[Πρόσβαση 22 Φεβρουάριος 2018].

Βαλσάμη, Σ., 2017. *Ελεύθερος Τύπος*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.eleftherostypos.gr/istories/80997-idiotiki-tileorasi-stin-ellada-apo-to-protio-deltio-ston-alter-kai-to-mega/>
[Πρόσβαση 17 Φεβρουάριος 2018].

Βούρος, Γ., 2011. <http://www.zougla.gr>. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.zougla.gr/page.ashx?pid=80&aid=385723&cid=122>
[Πρόσβαση 17 Φεβρουάριος 2018].

Βώβου, Ι., 2013. Κρίση και στα ΜΜΕ: Η τηλεοπτική κουλτούρα της κρίσης. Στο: Γ. Πλειός, επιμ. *Η κρίση και τα ΜΜΕ*. Αθήνα: Παπαζήσης, pp. 313-347.

Γαλάνης, Δ., 2013. *ΤΟ ΒΗΜΑ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.tovima.gr/media/article/?aid=543828&wordsinarticle=NEPIT>
[Πρόσβαση 18 Μάρτιος 2018].

Γαλάνης, Δ., 2013. *ΤΟ ΒΗΜΑ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.tovima.gr/politics/article/?aid=517457>
[Πρόσβαση 18 Μάρτιος 2018].

Γαλάνης, Δ., 2015. *ΤΟ ΒΗΜΑ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.tovima.gr/celebrities/article/?aid=685236>
[Πρόσβαση 18 Μάρτιος 2018].

Γάτσιου, Μ., 2010. *Ραδιόφωνο και Ελληνική Ραδιοφωνία. Μία Ιστορία απο το Παρόν και το Μέλλον*. 1η επιμ. Ρέθυμνο: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.

Γιαΐσης, Π. Μ. ,., 2001. Τα πρώτα ραδιοφωνικά βήματα. Στο: Χ. Κ. Μ. Μπαρμπούτης, επιμ. *Το φράγμα του ήχου: Η δυναμική του ραδιοφώνου στην Ελλάδα*. Αθήνα: Παπαζήση, p. 67.

Γιαννούλη, Η., 2013. *Media Analysis*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://medianalysis.net/2013/12/10/churnalists/>
[Πρόσβαση 23 Απρίλιος 2018].

Γκουγκούμη, Ε., 2013. *Τουρισμός και μέσα μαζικής ενημέρωσης*. 1η επιμ. Ηράκλειο: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.

Γραμμέλη, Α., 2016. *ΤΟ ΒΗΜΑ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.tovima.gr/media/article/?aid=816381>
[Πρόσβαση 18 Μάρτιος 2018].

Γράμμελη, Α., 2018. *ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.protothema.gr/greece/article/769602/-to-esr-vazei-louketo-sto-mega/>
[Πρόσβαση 19 Μάρτιος 2018].

Γράμμελη, Α., 2018. *ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.protothema.gr/greece/article/769769/adistrofi-metrisi-gia-to-mauro-sto-mega-meta-tin-apofasi-tou-esr/>
[Πρόσβαση 19 Μάρτιος 2018].

Γρηγόρης, Π., 2005. Η ελληνική τηλεόραση. Στο: Ν. Δ. Σ. Μ. Φ. κ. α. Βερνίκος, επιμ. *Πολιτιστικές βιομηχανίες: διαδικασίες, υπηρεσίες και αγαθά*. Αθήνα: Κριτική, pp. 173-200, 195.

Δάμπασης, Γ., 2002. *Την εποχή της τηλεόρασης*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Δεμέτης, Χ., 2015. *News 247*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://news247.gr/eidiseis/psixagogia/media/ert-49-xronia-zwhs-mexri-to-mauroths-11hs-ioynioug-2013-kai-thn-epistrofh-ths.3515903.html>
[Πρόσβαση 23 Φεβρουάριος 2018].

Δεμέτης, Χ., 2015. *news247*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://news247.gr/eidiseis/afieromata/kaltezas-mixahl-etwn-15-nekros-aposfaira-astynomikou-trianta-xronia-apo-thn-17h-noemvrioug-toy-1985.3773460.html>
[Πρόσβαση 28 Ιανουάριος 2018].

Δουλκέρη, Τ., 1979. *Ραδιοφωνία-Τηλεόραση: Νομικά και κοινωνικά προβλήματα*. Αθήνα: Παπαζήση.

Δούμκου, Μ., 2014. *Το Σύμφωνο Σταθερότητας και Ανάπτυξης(ΣΣΑ) και η Μεταρύθμιση του*. 1η επιμ. Θεσσαλονίκη: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Δρεπτάκης, Μ., 2011. Οι δημοσιονομικές διαστάσεις της κρίσης στην Ελλάδα. Στο: Θ. Ν. Μ. Δ. Βλάχου Α., επιμ. *Οικονομική κρίση και Ελλάδα*. Αθήνα: Gutenberg, pp. 143-164.

Ζαφείρης, Χ., 2016. *DOCPLAYER*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://docplayer.gr/7444117-Markides-poylioug-to-pto-kefalaio-stin-istoria-toy-ellinikoug-tyroug.html>
[Πρόσβαση 4 Μάρτιος 2018].

Ζιγγιρίδης, Ε., 2017. *Ταχυδρόμος*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.taxydromos.gr/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%B%CE%AD%CF%82/271814-oi-epiptwseis-ths-oikonomikhs-krisis-stis-mikromesaies-epixeirhseis.html>
[Πρόσβαση 12 Απρίλιος 2018].

Ζίγδης, Ι., 1977. *Προτίμηση στη φυλακή*. Αθήνα: Κέρδος.

Θεοδωράκης, Σ., 2002. *Το Βήμα*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=144453>
[Πρόσβαση 29 Ιανουάριος 2018].

Καϊτατζή, Σ., 2010. *Μορφές και Μέσα Πολιτικής Επικοινωνίας*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press.

Καλλίρης, Γ., 2003. *Ηλεκτρονικά ΜΜΕ- Τηλεόραση*. 1η επιμ. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Καραδημητρίου, Α., 2016. *Η Δημόσια Τηλεόραση στην Ευρώπη: Η περίπτωση της Ελλάδας*. 1η επιμ. Αθήνα: ΕΘΝΙΚΟΝ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ.

Καρακούση, Ρ., 2012. *Καθημερινή*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.kathimerini.gr/455890/article/politismos/arxeio-politismoy/spania-ntokoymenta-kai-martyries-gia-thn-21h-apriliou-toy-67>
[Πρόσβαση 23 Φεβρουάριος 2018].

Καραμπαγλίδης, Α., 2016. *Ανάπτυξη εφαρμογής ψηφιακής βιβλιοθήκης για τον Ελληνικό Τύπο*. 1η επιμ. Πύργος: ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ, ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ.

Κάργας, Α. Μ. Κ. Ρ. Τ. Χ. Η., 2004. *Εξέλιξη της Ελληνικής αγοράς Τηλεπικοινωνιών- Internet*. 1η επιμ. Αθήνα: ΕΘΝΙΚΟΝ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΝ ΑΘΗΝΩΝ.

Κάρτερ, Γ., 2004. *Ελληνική ραδιοφωνία τηλεόραση*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Καστρινός, Θ. Κ. Τ., 2008. *Το Βιβλίο των Ελληνικών Ρεκλάρ*. Αθήνα: Διόπτρα.

Κλειμαμάκη, Ό. Ζ. Ε., 2006. *Το ραδιόφωνο στην Ελλάδα*. Αθήνα: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων.

Κομνηνού, Μ., 2001. *Από την αγορά στο θέαμα*. Αθήνα: Παπαζήσης.

Κουμαριανού, Α., 1955. *Ιστορία του ελληνικού Τύπου (18ος - 19ος αι.), Οι απαρχές του ελληνικού Τύπου, Ο ελληνικός προεπαναστατικός Τύπος. Βιέννη-Παρίσι (1784-1821)*. 2010 επιμ. Αθήνα: Ερμής.

Κουμαριανού, Α., 1955. *Ιστορία του ελληνικού Τύπου(18ος-19ος αι.Οι απαρχές του ελληνικού τύπου, Ο ελληνικός προεπαναστατικός τύπος Βιέννη-Παρίσι(1784-1821)*. Αθήνα, Ίδρυμα Ελληνικού Πολιτισμού: s.n.

Κουμαριανού, Α., 1955. *Ιστορία του ελληνικού τύπου(18ος-19ος)*. 2010 επιμ. Αθήνα: Ερμής.

Κουμαριανού, Α., 2005. *Ιστορική διαδρομή του ελληνικού τύπου, 1780-1922*. Στο: Λ. Δρούλια, επιμ. *Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ 1784 ΩΣ ΣΗΜΕΡΑ. ΙΣΤΟΡΙΚΕΣ ΚΑΙ ΘΕΩΡΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ*. Αθήνα: Υπουργείο Τύπου και ΜΜΕ, Ινστιτούτο Νεοελληνικών Ερευνών, p. 55.

Κουμπάρηλης, Α., 2009. *Ημερήσιος Τύπος στην Ελλάδα(1952-2008)*, s.l.: s.n.

Κούσιου, Χ., 2018. *Αθήνα 9.84*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: www.athina984.gr/2018/02/13/pagkosmia-imer-a-radiofonou-chronia-polla-athina-9-84/
[Πρόσβαση 6 Μάρτιος 2018].

Κρέτσος, Ε., 2016. *iefimerida.gr*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.iefimerida.gr/sites/default/files/oth6s465ihf-zai_0.pdf
[Πρόσβαση 18 Μάρτιος 2018].

Κρέτσος, Λ., 2018. *Athina* 98.4. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.athina984.gr/2018/03/21/kretsos-psifiako-radiofono-ine-mellon-stin-ellada/>
[Πρόσβαση 20 Απρίλιος 2018].

Κυριαζή, Ν., 1998. *Η κοινωνιολογική έρευνα, κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*. Αθήνα: Ελληνικές Επιστημονικές Εκδόσεις.

Κωνσταντινίδης, Β., 2015. *Osarena*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://osarena.net/ti-einai-i-diktyaki-tileorasi-iptv>
[Πρόσβαση 16 Απρίλιος 2018].

Κωνσταντίνος, Σ., 1995. *Αντίθεση και Διαφωνία. Η στάση των εφημερίδων στη Δικτατορία 1967-1974*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Κωστάκης, Κ., 2011. *Εκπαίδευση και ΜΜΕ . Η αναζήτηση της αλήθειας. Εισήγηση στο πλαίσιο ημερίδας με θέμα ΜΜΕ και Εκπαίδευση..* 1η επιμ. σ.Ι.:Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού. Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.

Κωστόπουλος, Τ., 2017. *efsyn*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.efsyn.gr/arthro/oi-nyhtes-toy-mihali>
[Πρόσβαση 28 Ιανουάριος 2018].

Λέανδρος, Ν., 2013. Τα Μέσα στο Επίκεντρο της Κρίσης. Τα Οικονομικά Αποτελέσματα Οκτώ Μεγάλων Επιχειρήσεων. Στο: Γ. Πλειός, επιμ. *Η Κρίση και τα ΜΜΕ*. Αθήνα: Παπαζήσης, ρ. 254.

Λέανδρος, Ν., 2013. Τα μέσα στο επίκεντρο της κρίσης: Τα οικονομικά αποτελέσματα οκτώ μεγάλων μέσων. Στο: Γ. Πλειός, επιμ. *Η κρίση και τα ΜΜΕ*. Αθήνα: Παπαζήσης, ρρ. 31-57.

Λυρίσης, Β., 2009. <https://feleki.wordpress.com>. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://feleki.wordpress.com/2009/06/23>
[Πρόσβαση 26 Ιανουάριος 2018].

Μαγκλάρας, Β., 2017. *News* 247. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.news247.gr/media/eisagogi-toy-psifiakoy-radiofonoy-stin-ellada.6519322.html>
[Πρόσβαση 20 Απρίλιος 2018].

Μαλλάς, Δ., 2017. *CNN* *Greece*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.cnn.gr/tech/story/109154/diadiaktyo-stin-ellada-apo-to-1-toy-1995-sto-82-toy-2017>
[Πρόσβαση 16 Απρίλιος 2018].

Μανδραβέλης, Β., 2018. *Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.kathimerini.gr/942886/article/epikairothta/ellada/e3i-endiaferomenoi-gia-tis-epta-thleoptikes-adeies>
[Πρόσβαση 19 Μάρτιος 2018].

Μάνδρου, Ι., 2018. *Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.kathimerini.gr/942643/article/epikairothta/ellada/ste-aperrive-tis-aithseis-asfalistikwn-metrwn-gia-tis-thleoptikes-adeies>
[Πρόσβαση 19 Μάρτιος 2018].

Μάνδρου, Ι., 2018. *Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.kathimerini.gr/953973/article/epikairothta/ellada/o-proedros-toy-ste-pagwnei-to-mayro-sto-mega>
[Πρόσβαση 19 Μάρτιος 2018].

Μαυρούλη, Ε., 2016. *Δημοσιογραφία*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://dimosiografia.com/nea-mesa-nea-epohi-prokliseon/>
[Πρόσβαση 25 Απρίλιος 2018].

Μιχαηλίδης, Γ., 2012. www.iefimerida.gr. [Ηλεκτρονικό]
Available at: www.iefimerida.gr/news/61754/o-patieras-tis-ellhnikis-dhmosiografias-kai-h-prwte-efhmerida-tis-nevwteteris-ellada
[Πρόσβαση 21 Νοέμβριος 2017].

Μιχαηλίδης, Γ., 2012. Σάλπιγξ Ελληνική: Η πρώτη εφημερίδα της νεώτερης Ελλάδας. www.iefimerida.gr/news, 18.

Μουστακλή, Έ., 2015. *Τεχνολογίες Πληροφορικής σε ένα τηλεοπτικό κανάλι*. 1η επιμ. Πύργος: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας.

Μπαμπανάσης, Σ., 2004. *Νέα διεθνής οικονομία*. 1η επιμ. Αθήνα: Παπαζήση.

Μπαρμπούτης, Χ., 2001. Οι πειρατές των ερτζιανών. Στο: Κ. Μ. Μπαρμπούτης Χρήστος, επιμ. *Το φράγμα του ήχου: Η δυναμική του ραδιοφώνου στην Ελλάδα*. s.l.: Παπαζήση, p. 142.

Μπαρμπούτης, Χ. Γ., 2001. Τα πρώτα ραδιοφωνικά βήματα. Στο: Χ. Κ. Μ. Μπαρμπούτης, επιμ. *Το φράγμα του ήχου: Η δυναμική του ραδιοφώνου στην Ελλάδα*. Αθήνα: Παπαζήση, pp. 153-174.

Μπασάντης, Δ., 1991. Ο κόσμος των ειδήσεων. Απο την εφημερίδα στη τηλεόραση. Στο: Κ. Στράτος, επιμ. *Οι ειδήσεις ένα καλειδοσκόπιο της πραγματικότητας*. Αθήνα: Γνώση, p. 55.

Ντεγιάννης, Γ., 1990. *Η δίκη*. Αθήνα: Γνώση.

Ντίνης, Α., 2017. *EleftherosTypos.gr*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.elefthertypos.gr/istories/142074-17-noemvri-i-tromokratiki-organosi-pou-kapileftike-mia-exegersi/>
[Πρόσβαση 28 Ιανουάριος 2018].

Οικονόμου, Γ., 2010. Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών: τα συμπεράσματα της ανάλυσης και προτάσεις πολιτικής. Στο: Σ. Ι. , Σ. Γ. Οικονόμου Γεώργιος, επιμ. *Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών της Ελλάδος: Αιτίες Ανισορροπιών και Προτάσεις Πολιτικής*. Αθήνα: Τράπεζα της Ελλάδος, pp. 1-74.

Ορφανίδης, Β., 2018. *blog.plaisio.gr*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://blog.plaisio.gr/whats-new/pagkosmia-imeradi-radiofonou-hear-radio-ga-ga/>
[Πρόσβαση 17 Φεβρουάριος 2018].

Παγαρτάνης, Α., 2011. *flowmagazine*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.flowmagazine.gr/20_years_the_history_of_internet/
[Πρόσβαση 24 Μάρτιος 2018].

Παπαγεωργίου, Γ., 1998. *Μέθοδοι στην Κοινωνιολογική Έρευνα*. Αθήνα: Τυπωθήτω.

Παπαδάκου, Γ., 2017. *ΤΟ ΒΗΜΑ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.tovima.gr/media/article/?aid=856595>
[Πρόσβαση 18 Μάρτιος 2018].

Παπαθανασόπουλος, Σ., 1994. *Απελευθερώνοντας την Τηλεόραση*. 1η επιμ. Αθήνα: Παπαζήσης.

Παπαθανασόπουλος, Σ., 1994. *Η τηλεόραση στον κόσμο*. Αθήνα: Παπαζήσης.

Παπαθανασόπουλος, Σ., 2010. *Τα μέσα επικοινωνίας στον 21 αιώνα*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Παπαθανασόπουλος, Σ., 2013. *Medianalysis*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://medianalysis.net/2013/06/07/journalism_newmedia/
[Πρόσβαση 30 Απρίλιος 2018].

Παπαθανασόπουλος, Σ., 2017. *Huffpost*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.huffingtonpost.gr/stelios-papathanasopoulos/_12040_b_17051690.html
[Πρόσβαση 30 Απρίλιος 2018].

Παπανικολάου, Γ., 2003. *Ηλεκτρονικά ΜΜΕ- Τηλεόραση*. 1η επιμ. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Παπαστάθη, Κ., 2017. *Κρίση και ΜΜΕ: Η περίπτωση του Δημοσιογραφικού Οργανισμού Λαμπράκη*. 1η επιμ. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Παρασκευοπούλου, Ε., 2008. *Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες και συνεντεύξεις*, s.l.: Ελληνικό Δίκτυο Ανοικτής και Εξ αποστάσεως Εκπαίδευσης.

Παστάκας, Σ., 2016. *artinews.gr*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.artinews.gr/Ενας-άσιμος-φίλος.html>
[Πρόσβαση 17 Φεβρουάριος 2018].

Πασχαλίδης, Γ., 2010. Ραδιόφωνο. Στο: Π. Π. Βάμβακας Βασίλης, επιμ. *Η Ελλάδα στη δεκαετία του '80. Κοινωνικό, πολιτικό και πολιτισμικό λεξικό*. Αθήνα: Επίκεντρο, pp. 495-497.

Πασχαλίδης, Γ., 2014. Ραδιοπειρατές. Στο: Β. Π. Βάμβακας, επιμ. *Η Ελλάδα στη δεκαετία του '80: Κοινωνικό, πολιτικό και πολιτισμικό λεξικό*.. Αθήνα: Επίκεντρο, p. 497.

Πλειός, Γ., 2005. Η κοινωνική έλευση του ραδιοφώνου: Συρρίκνωση της ανοιχτής κοινωνίας και πολιτιστικός εθνικισμός. *Ζητήματα Επικοινωνίας(2)*, pp. 66-82.

Πλειός, Γ., 2014. *tvxs*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: tvxs.gr/news/ellada/ta-mme-tis-metapoliteysis-apo-gypso-stin-krisi-dimokratias
[Πρόσβαση 5 Δεκέμβριος 2017].

Πλέχοβα, Ό., 2002. *Το πρώτο ελληνικό ραδιόφωνο...και το πρώτο των Βαλκανίων*.. Θεσσαλονίκη: Μπαρμπουνάκης.

Ρήγου, Μ., 2010. Η πορεία της ιδιωτικής ραδιοφωνίας στην Ελλάδα. *Ζητήματα Επικοινωνίας(10)*, pp. 41-61.

Ρήγου, Μ., 2010. *Η πορεία της ιδιωτικής ραδιοφωνίας στην Ελλάδα, Ζητήματα επικοινωνίας*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Σαραντάκος, Ν., 2010. *sarantakos*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://sarantakos.wordpress.com/2010/11/27/exitbema/>
[Πρόσβαση 28 Ιανουάριος 2018].

- Σαραντάκος, Ν., 2010. *sarantakos*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://sarantakos.wordpress.com/2010/11/27/exitbema/>
[Πρόσβαση 28 Ιανουάριος 2018].
- Σκουλάς, Ν., 2008. *Nikos Skoulas blog*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://nskoulas.blogspot.gr/2008/11/blog-post.html>
[Πρόσβαση 11 Απρίλιος 2018].
- Σμυρναίος, Ν., 2011. *ephemeron*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://ephemeron.eu/664>
[Πρόσβαση 13 Απρίλιος 2018].
- Σμυρναίος, Ν., 2011. *Ephemeron*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://ephemeron.eu/664>
[Πρόσβαση 12 Μαΐος 2018].
- Σταθάκης, Γ., 2011. Η δημοσιονομική κρίση της ελληνικής οικονομίας. Στο: Θ. Ν. Μ. Δ. Βλάχου Α., επιμ. *Οικονομική κρίση και Ελλάδα*. Αθήνα: Gutenberg, pp. 193-205.
- Σταυρόπουλος, Λ., 2015. *ΤΟ ΒΗΜΑ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.tovima.gr/politics/article/?aid=694893>
[Πρόσβαση 18 Μάρτιος 2018].
- Στράτος, Κ., 1995. *Αντίθεση και Διαφωνία. Η στάση των εφημερίδων στη Δικτατορία 1967-1974*. Καστανιώτης επιμ. Αθήνα: s.n.
- Τσακόπουλος, Η., 2010. *Όμιλος "Αριστόβουλος Μάνεσης"*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.constitutionalism.gr/1871-leitoyrgia-tileoptikwn-statmwn-hwris-adeia/>
[Πρόσβαση 10 Μάρτιος 2018].
- Τσαχάκης, Α., 2012. *ΚΡΗΤΕΣ ΙΕΡΕΙΣ, ΚΗΤΟΡΕΣ ΙΕΡΩΝ ΝΑΩΝ ΣΤΗΝ ΠΑΛΑΙΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΤΟ 2ο ΜΙΣΟ ΤΟΥ 20ου ΑΙΩΝΑ*. 1η Έκδοση επιμ. Θεσσαλονίκη: ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ.
- Τσενέ, Λ., 2012. *Απο την κρίση των ΜΜΕ στα social media. Ένα νέο μοντέλο κοινωνικής ευθύνης*. 1η επιμ. Αθήνα: Αιώρα.
- Τυροβούζης, Ν., 2003. *Εφαρμογές Μάνατζμεντ στα μμε της Θεσσαλονίκης*. 1η επιμ. Θεσσαλονίκη: ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ.
- Φίλανδρος, Ι., 2014. *Καθημερινή*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.kathimerini.gr/765410/article/epikairothta/ellada/h-idrysh-ths-e8nikhs-rizospastikhsh-enwshs>
[Πρόσβαση 23 Φεβρουάριος 2018].
- Φίλιας, Β., 1993. *Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις Τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών*. Αθήνα: Gutenberg.
- Φουρτούνης, Β., 2011. *Φουρτούνης*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.fourtounis.gr/arthra/2011/07/10/10-07-2011.html>
[Πρόσβαση 23 Φεβρουαρίου 2018].
- Χαιρετάκης, Μ., 2010. *ΜΜΕ, διαφήμιση και κατανάλωση. Η ελληνική περίπτωση, 1960-2000*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press.

Χαιρετάκης, Μ., 2014. *Η ραδιοφωνία στην Ελλάδα, 1930-1950.* Αθήνα: Ραδιοφωνικός σταθμός 105.5FM.

Χαραλαμπόπουλος, Λ., 2017. *Ο έλεγχος των ΜΜΕ από Την πολιτική εξουσία: ΠΑΣΟΚ, ΝΔ, ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ*, Αθήνα: REPORT.

Χαρδούβελης, Α., 2011. Το χρονικό της διεθνούς και συνακόλουθης ελληνικής και ευρωπαϊκής κρίσης: Αίτια, αντιδράσεις, επιπτώσεις, προοπτική.. Στο: Γ. Α. Χ. Καραμούζης Β. Νικόλαος, επιμ. *Εισαγωγή απο την διεθνή κρίση στην κρίση της Ευρωζώνης και της Ελλάδας: Τι μας επιφυλάσσει το μέλλον;*. Αθήνα: Λιβάνης.

Χατζηγεωργίου, Ε., 2008. *Ο Ελληνικός Προεπαναστατικός Τύπος. Η "Εφημερίς" των Μαρκίδων Πούλιου.* 1η επιμ. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Χατζηγεωργίου, Ε., 2012. *Ο ελληνικός προεπαναστατικός τύπος. Η "Εφημερίς" των Μαρκίδων Πούλιου.* 1η επιμ. Θεσσαλονίκη: ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ. ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΜΜΕ.

Χατζηδημητρίου, Μ., 2015. *news247.* [Ηλεκτρονικό] Available at: www.news247.gr/eidiseis/timeline/ert-oi-kyrioter-oi-stathmoi-sthn-istoria-ths.3520284.html

[Πρόσβαση 6 Μάρτιος 2018].

Ψυχογιός, Δ., 2003. *Τα έντυπα Μέσα Επικοινωνίας.Απο τον πηλό στο Δίκτυο.* Αθήνα: Καστανιώτης.