

**ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



**ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ**

**Οι μεταβαλλόμενες συνθήκες εργασίας των δημοσιογράφων
στην ψηφιακή εποχή. Η ελληνική περίπτωση.**

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

Σωτήρης Τριανταφύλλου

Αθήνα, 2020

Τριμελής Επιτροπή

Νικόλαος Λέανδρος, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου (Επιβλέπων)

Νικόλαος Μπακουνάκης, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου

Γιάννης Κουζής Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Σωτήρης Τριανταφύλλου, 2020

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διδακτορικής διατριβής εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διδακτορικής διατριβής για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Η έγκριση της διδακτορικής διατριβής από το Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα.

Στη Νεφέλη και τη Δέσποινα

Ευχαριστίες

Η ολοκλήρωση της παρούσας διατριβής ήταν μια μοναδική εμπειρία και ταυτόχρονα μια μοναχική πορεία ετών που φθάνει στο τέλος της. Σε αυτή τη διαδρομή υπήρξαν πολλοί, οι οποίοι βοήθησαν σημαντικά στην περάτωσή της. Η συνεισφορά όλων ήταν πολύτιμη και θέλω να τους ευχαριστήσω από τα βάθη της καρδιάς μου.

Πρώτα απ' όλους, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Νίκο Λέανδρο, καθηγητή του Παντείου Πανεπιστημίου και επιβλέποντα της διδακτορικής μου διατριβής. Θα ήθελα να τον ευχαριστήσω τόσο για την ανάθεση του θέματος, όσο και για τη συνεχή βοήθεια και καθοδήγηση στη διάρκεια της έρευνας και της συγγραφής της διατριβής. Αυτή η πορεία μαζί του ήταν για εμένα μια μακρά πορεία μάθησης που μου άνοιξε σημαντικούς δρόμους στην ακαδημαϊκή έρευνα και τον τρόπο σκέψης μου.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά για τη δική τους πολύτιμη βοήθεια τα άλλα δύο μέλη της τριμελούς συμβουλευτικής επιτροπής, τον καθηγητή του Παντείου Πανεπιστημίου κ. Νίκο Μπακουνάκη και τον επίσης καθηγητή του Παντείου Πανεπιστημίου κ. Γιάννη Κουζή. Νοιώθω υπόχρεος και στα τρία μέλη της συμβουλευτικής επιτροπής για τη βοήθεια και τη στήριξη που μου παρείχαν και τη συνεργασία που είχαμε.

Επίσης, αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω θερμά τις συνδικαλιστικές μας ενώσεις (*ΕΣΗΕΑ, ΕΣΗΕΜΘ, ΕΣΗΕΠΗΝ, ΕΣΗΕΘΣτΕ, ΕΣΠΗΤ*), τον *ΠΣΑΤ* και τα ταμεία Τύπου (*ΕΤΑΠ-ΜΜΕ και ΕΔΟΕΑΠ*) για τη δική τους βοήθειά στη διάθεση στοιχείων για την έρευνα και την αποστολή του ερωτηματολογίου.

Τέλος, οφείλω να ευχαριστήσω και τους συναδέλφους που έλαβαν μέρος στην έρευνα και απάντησαν στο ερωτηματολόγιο. Η συμβολή τους στη χαρτογράφηση του χώρου της ελληνικής μηντιακής βιομηχανίας και των εργασιακών μεταβολών που έχουν υποστεί οι δημοσιογράφοι ήταν πολύτιμη.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευρετήριο πινάκων	10
Ευρετήριο διαγραμμάτων	10
Περίληψη	14
Abstract.....	15
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	16
Ανάπτυξη της έρευνας	19
Ερευνητικά ερωτήματα	20
Μεθοδολογία.....	21
Δομή της διατριβής.....	22
Πρωτοτυπία και αναμενόμενη συνεισφορά στην έρευνα	29
Α' ΜΕΡΟΣ.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΚΑΙ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ	32
1.1 Η μετάδοση της πληροφορίας και οι πρώτες ειδήσεις	32
1.2 Η εμφάνιση των πρώτων εντύπων και ο εκσυγχρονισμός του Τύπου.....	34
1.3 Penny press, εμπορευματοποίηση και «κίτρινος» Τύπος.....	37
1.4 Ο ρόλος των πρακτορείων ειδήσεων	39
1.5 Επαγγελματοποίηση των δημοσιογράφων	44
1.5.1 Ίδρυση σωματείων και συνδικαλιστικών οργανώσεων	46
1.5.2 Κώδικες δεοντολογίας	50
1.6 Η εμφάνιση του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης.....	57
1.7 Ανακάλυψη του διαδικτύου, ψηφιακή επανάσταση και οι προεκτάσεις στην ενημέρωση	63
1.8 Ελευθερία του Τύπου, ανεξαρτησία και σχέσεις ιδιοκτησίας.....	67
1.9 Σύνοψη και συμπεράσματα.....	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΙ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ.....	75
2.1 Το επικοινωνιακό τοπίο μεταβάλλεται	75
2.2 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και κινητές συσκευές	76
2.3 Τα social media αλλάζουν την τηλεόραση	86

2.4 Ο ρόλος του κοινού στην παραγωγή περιεχομένου	91
2.5 Ρομποτική δημοσιογραφία και αυτοματοποιημένο περιεχόμενο.....	95
2.6 Η διάδοση των fake news	100
2.7 Ο ρόλος των aggregators.....	106
2.8 Η ασφάλεια της πληροφορίας στο διαδίκτυο	107
2.9 Audience development και data mining	109
2.10 Σύνοψη και συμπεράσματα.....	112
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΛΛΑΓΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥ ΝΕΟΥ	
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΤΟΠΙΟΥ ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥΣ ΚΑΙ ΜΜΕ.....	114
3.1 Νέα δεδομένα και συνθήκες στην εργασία των δημοσιογράφων	114
3.2 Νέες μορφές απασχόλησης στη δημοσιογραφία.....	117
3.3. Οι επιπτώσεις από τη χρήση των αλγόριθμων	121
3.4 Σημαντικές απώλειες θέσεων εργασίας στη βιομηχανία των ΜΜΕ και ειδικά στις εφημερίδες	124
3.5 Οι επιπτώσεις της αποδιαμεσολάβησης-χειραφέτησης των πολιτών	134
3.6. Σύνοψη και συμπεράσματα.....	136
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΗΝΤΙΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ. ΑΠΟ ΤΙΣ	
ΠΡΩΤΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ ΣΤΟ ΣΗΜΕΡΙΝΟ ΤΟΠΙΟ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ	138
4.1 Η αρχή του ελληνικού Τύπου και της ελληνικής δημοσιογραφίας	138
4.2 Εκσυγχρονισμός και ανάπτυξη του Τύπου	143
4.3 Η Μεταπολίτευση και η καθοριστική δεκαετία του 1980. Είσοδος νέων ιδιοκτητών και τεχνολογική αλλαγή	148
4.4 Η εμφάνιση της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου. Ιδιωτικοποίηση και απορρύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου	152
4.5 Τα πρώτα σημάδια της κρίσης	157
4.6 Το νέο τοπίο της βιομηχανίας των ΜΜΕ. Διαδίκτυο, μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	165
4.7 Λουκέτα σε επιχειρήσεις Μέσων και αναδιάταξη του ιδιοκτησιακού τοπίου.....	175
4.8 Σχέσεις ιδιοκτητών ΜΜΕ με την πολιτική εξουσία.....	181
4.9 Σύνοψη και συμπεράσματα.....	186
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ, ΣΥΝΔΙΚΑΤΑ ΚΑΙ ΜΙΣΘΩΤΗ	
ΕΡΓΑΣΙΑ.....	190
5.1 Ορισμοί και θεωρητικές προσεγγίσεις.....	190
5.2 Εργασιακές σχέσεις και συνδικάτα	194

5.3 Απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων, υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας και οικονομική κρίση.....	198
5.4 Οι επιπτώσεις από τις παγκόσμιες αλλαγές και την εφαρμογή των μνημονίων στην ελληνική αγορά εργασίας	205
5.5 Οι επιπτώσεις σε εργασιακές σχέσεις και συνδικάτα στη δημοσιογραφία ..	212
5.6 Σύνοψη και συμπεράσματα.....	215
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΤΟ ΣΥΝΔΙΚΑΛΙΣΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΑ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	217
6.1 Η αρχή του οργανωμένου συνδικαλισμού των δημοσιογράφων.....	217
6.2 Ίδρυση της ΕΣΗΕΑ και επαγγελματοποίηση των δημοσιογράφων	219
6.2.1 Όροι και προϋποθέσεις για την εγγραφή μελών. Προσπάθεια ελέγχου του επαγγέλματος.....	222
6.2.2 Άρνηση εγγραφής μελών και ίδρυση «παράλληλων» συνδέσμων συντακτών.....	226
6.2.3 Δομή και όργανα της ΕΣΗΕΑ.....	230
6.3 Οι άλλες ενώσεις συντακτών	232
6.4 Άλλες ενώσεις εργαζομένων στα ΜΜΕ.....	234
6.5 Οι πόροι των ενώσεων και η ίδρυση των ταμείων Τύπου	236
6.6 Κατάργηση του αγγελιοσήμου και «νέα» ταμεία Τύπου.....	239
6.7 Σύνοψη και συμπεράσματα.....	241
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΤΟΠΙΟ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΜΗΝΤΙΑΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ.....	244
7.1 Εκτόξευση της ανεργίας την περίοδο της οικονομικής κρίσης	244
7.2 Μισθωτή εργασία, «ανακύκλωση» εργαζομένων και αύξηση παραβατικότητας στα Μέσα	250
7.3 Αποδιάρθρωση συλλογικών διαπραγματεύσεων και μειώσεις μισθών	258
7.4 Η αντίδραση των συνδικάτων απέναντι στις αλλαγές.....	263
7.5. Σύνοψη και συμπεράσματα.....	274
Β' ΜΕΡΟΣ.....	277
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	277
8.1 Ερευνητικά ερωτήματα.....	277
8.2 Επιλογή μεθοδολογικού εργαλείου.....	278
8.3 Κατασκευή του ερωτηματολογίου	281
8.3.1 Το δείγμα της έρευνας	283

8.3.2 Πιλοτική έρευνα	284
8.3.3. Περιορισμοί της έρευνας	284
8.4 Ανάλυση αποτελεσμάτων	285
8.5 Συσχετίσεις ερωτηματολογίου	285
8.6 Σύνοψη και συμπεράσματα	288
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	290
9.1 Φύλο	290
9.2 Ηλικία.....	290
9.3 Εκπαιδευτικό επίπεδο.....	292
9.4 Ενώσεις Συντακτών και Ταμεία	294
9.5 Μέσο εργασίας.....	296
9.6 Χρόνια εργασίας.....	298
9.7 Αποδοχές	299
9.8 Υπερωρίες.....	303
9.9 Καθεστώς απασχόλησης και ανασφάλιστη εργασία κατά το παρελθόν	304
9.10 Ωράριο.....	307
9.11 Εργασία και ασφαλιστική κάλυψη εκτός δημοσιογραφίας. Εικονική ασφάλιση.....	309
9.12 Ιδιοκτήτες, εργαζόμενοι ιστοσελίδων δημοσιογράφων/συνεταιρικών σχημάτων	314
9.13 Χαρακτηρισμός / προσόντα δημοσιογράφου. Εκπαίδευση και επιμόρφωση	316
9.14 Διαδίκτυο, social media και δημοσιογράφοι του διαδικτύου	321
9.15 «Δημοσιογραφία πολιτών», νέες μορφές δημοσιογραφίας.....	324
9.16 Επιπλέον εργασία χωρίς αμοιβή	326
9.17 Ωράριο, μισθός, συνέπεια πληρωμών, ένσημα, όγκος εργασίας, πίεση για παραγωγή περιεχομένου, δεοντολογία, ανεξαρτησία, λογοκρισία, προοπτικές επαγγελματική ανέλιξης	329
9.18 Ανασφάλιστη εργασία, μπλοκάκι, μερική απασχόληση, απολύσεις, απλήρωτη εργασία, καθυστέρηση πληρωμών, συλλογικές και ατομικές συμβάσεις.....	336
9.19 Συνδικαλιστική δράση	342
9.20 Ικανοποίηση από τη δημοσιογραφία.....	344
9.21 Άγχος από την εργασία	345
9.22 Παρενόχληση στην εργασία	347

9.23 Copy Paste, απουσία διασταύρωσης της είδησης, αυτολογοκρισία.....	349
9.24 Παράγοντες που ευθύνονται για την κρίση στα ΜΜΕ	351
9.25 Απαισιοδοξία για τις τεχνολογικές αλλαγές και το μέλλον	353
9.26 Άλλες παρατηρήσεις/ απόψεις. Τι θα άλλαζαν οι δημοσιογράφοι.....	356
9.27 Σύνοψη και συμπεράσματα.....	360
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	368
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΠΗΓΕΣ	390
Ελληνόγλωσση	390
Μεταφρασμένα.....	399
Ξενόγλωσση.....	400
Άλλες πηγές.....	419
Νόμοι	420
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	422
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Το ερωτηματολόγιο της έρευνας.....	422
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Επιστολή ΕΣΗΕΑ στα μέλη της για συμμετοχή στην έρευνα.....	438
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: Επιστολή ερευνητή σε δημοσιογράφους για συμμετοχή τους στην έρευνα.....	439
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: Πίνακες συσχετίσεων ερωτηματολογίου	440

Ευρετήριο πινάκων

2.1	Ενεργοί λογαριασμοί μέσων κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογών μηνυμάτων παγκοσμίως, Απρίλιος 2019	75
2.2	Ηλικιακή πρόσβαση στα ΜΜΕ σε 26 χώρες -2016	87
3.1	Έσοδα από διαφημίσεις και από κυκλοφορίες εφημερίδων στις ΗΠΑ 2000-2017 σε δολάρια	129
4.1	Διαφημιστική δαπάνη ανά Μέσο, 2000-2016 (σε εκατομμύρια ευρώ)	156
4.2.	Αγγελιόσημο ΕΤΑΠ-ΜΜΕ και ΕΔΟΕΑΠ 2008-2015 (σε ευρώ)	158
4.3	Κυκλοφορίες εφημερίδων εθνικής κυκλοφορίας, 1974-2016 (σε χιλιάδες φύλλα)	158
4.4	Χρήση social media στην Ελλάδα 2019	166
4.5	Εφημερίδες που έκλεισαν στην οικονομική κρίση στην Ελλάδα	173
7.1	Ποσά επιδομάτων ανεργίας Α΄ διεύθυνσης ΕΤΑΠ-ΜΜΕ, 2009-2015 (σε ευρώ)	242
7.2	Εισφορές εργοδοτών-ασφαλισμένων στο ΕΤΑΠ-ΜΜΕ, 2005-2015 (σε ευρώ)	243
7.3	ΕΔΟΕΑΠ: Σύνολο εισφορών και εισφορών ασφαλισμένων σε ευρώ και αριθμός ασφαλισμένων, 2005-2014 (σε ευρώ)	244
7.4	Δηλωμένες ανά έτος απολύσεις δημοσιογράφων μελών ΕΣΗΕΑ, 1991-2019	245
7.5	Αριθμός ανέργων στο μητρώο ανέργων της ΕΣΗΕΑ ανά έτος, 1991-2019	246
7.6	Απασχόληση και ανεργία στα ΜΜΕ, 2004-2018	249
7.7	Προσλήψεις και αποχωρήσεις στα ΜΜΕ, 2013-2018	252
7.8	Απασχόληση ειδικοτήτων ΜΜΕ ΕΡΓΑΝΗ 25/9/2018	253
7.9	Έλεγχοι και κυρώσεις σε επιχειρήσεις ΜΜΕ από το ΣΕΠΕ, 2010-2017	255
9.1	Ερώτηση 42: Μεταβολές συγκριτικά με την προ οικονομικής κρίσης περίοδο σε ωράριο, μισθό, συνέπεια πληρωμών, ένσημα-ασφάλιση, όγκο εργασίας, πίεση για παραγωγή περιεχομένου, δεοντολογία, ανεξαρτησία ενημέρωσης, λογοκρισία, προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης.	327
9.2	Ερώτηση 43: Αξιολόγησε συγκριτικά με την προ οικονομικής κρίσης περίοδο των ανασφάλιστη εργασία, μπλοκάκι, μερική απασχόληση, απολύσεις, απλήρωτη εργασία, καθυστέρηση πληρωμών, συλλογικές συμβάσεις, ατομικές συμβάσεις	334
9.3	Παράγοντες που ευθύνονται για την κρίση στα ΜΜΕ	348

Ευρετήριο διαγραμμάτων

2.1	Προτίμηση σε ΜΜΕ για πρόσβαση στην είδηση, ΗΠΑ, 2018	76
2.2	Πρόσβαση στις ειδήσεις από κινητό και pc στις ΗΠΑ 2013-2016	77
2.3	Μέσα πρόσβασης στο διαδίκτυο παγκοσμίως 2018	77

2.4	Πρόσβαση στα social media συνολικά και για ειδήσεις σε 26 χώρες, 2016	80
2.5.	Πρόσβαση στα messaging application και στα social media συνολικά και για ειδήσεις σε 36 χώρες, 2017	80
2.6	Πρόσβαση στις ειδήσεις από κινητά τηλέφωνα, 2013-2019	81
2.7.	Πρόσβαση στις ειδήσεις από social media, 2013-2019	81
2.8	Ηλικιακή πρόσβαση στα MME σε 36 χώρες, 2017	87
2.9	Σύγκριση δημοσιογράφου-αλγόριθμου στις ΗΠΑ, 2013	94
2.10	Εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά μέσα και τα social media για τη διάκριση πραγματικών και ψευδών ειδήσεων, 2017	99
3.1.	Εργαζόμενοι στα news-room των εφημερίδων στις ΗΠΑ	122
3.2	Εργαζόμενοι στα news-room των εφημερίδων στις ΗΠΑ 1990-2016	123
3.3	Αριθμός δημοσιογράφων στα news-room των MME των ΗΠΑ (σε χιλιάδες)	124
3.4.	Εργαζόμενοι ανά κλάδο MME στις ΗΠΑ (σε χιλιάδες)	125
3.5	Παγκόσμια κυκλοφορία εφημερίδων 2012-2016 (σε εκατομμύρια)	127
3.6	Παγκόσμια κυκλοφορία καθημερινών εφημερίδων ανά ήπειρο 2012-2016	127
37	Πηγές εσόδων των εφημερίδων παγκοσμίως (σε δισεκατομμύρια δολάρια)	128
4.1	Συνολική διαφημιστική MME 1998-2016	157
4.2	Πωλήσεις εφημερίδων, περιοδικών στην Ελλάδα 2012-2017	161
4.3	Πηγές ειδήσεων στην Ελλάδα	165
4.4.	Συσκευές για πρόσβαση στις ειδήσεις στην Ελλάδα	167
4.5	Εμπιστοσύνη στις ειδήσεις ανά χώρα, 2019	168
4.6	Μέσος όρος εμπιστοσύνης σε MME στην Ελλάδα, 2018	169
4.7	Εβδομαδιαία χρήση των MME στην Ελλάδα, 2018	170
5.1	Ποσοστά απασχόλησης στις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2008, 2013 και 2017	198
5.2	Σύγκριση μεταβολών του ποσοστού εργασίας με τις θέσεις εργασίας και τις ώρες εργασίας στην Ε.Ε. 2005-2016	199
5.3	Ποσοστά ανεργίας στις χώρες της Ε.Ε. 2008, 2013 και 2017	200
5.4	Η χαλαρή αγορά εργασίας στην Ε.Ε. 2008, 2013 και 2017	201
5.5	Η εξέλιξη των μισθών στην Ε.Ε. 2000-2009 και 2010-2017	204
5.6	Ποσοστά ανεργίας και προβλέψεις στην Ελλάδα, 2004-2033	206
7.1	Διαχρονική εξέλιξη απασχολούμενων και ανέργων στα MME, 2004-2018	248
9.1	Ερώτηση 1: Φύλο	287
9.2	Ερώτηση 2: Ηλικία	288
9.3	Ερώτηση 3: Εκπαιδευτικό επίπεδο	289
9.4	Ερώτηση 4: Απόφοιτοι σχολών δημοσιογραφίας/επικοινωνίας (Ναι/Όχι)	290
9.5	Ερώτηση 5: Σχολή αποφοίτων δημοσιογραφίας/επικοινωνίας	290
9.6	Ερώτηση: Ένωση Συντακτών	292
9.7	Ερώτηση 7: Ταμείο Ασφάλισης	293
9.8	Ερώτηση 8: Μέσο Εργασίας	294
9.9	Ερώτηση 9: Χρόνια εργασίας στη δημοσιογραφία	296

9.10	Ερώτηση 10: Αποδοχές	297
9.11	Ερώτηση 11: Πλήθος επαγγελματιών αποδοχών	298
9.12	Ερώτηση 12: Πληρωμή υπερωριών (Ναι/ Όχι)	300
9.13	Ερώτηση 13: Είδος πληρωμής υπερωριών	301
9.14	Ερώτηση 14: Ανασφάλιστη εργασία κατά το παρελθόν (Ναι/ Όχι)	302
9.15	Ερώτηση 15: Έτη ανασφάλιστης εργασίας κατά το παρελθόν	302
9.16	Ερώτηση 16: Καθεστώς απασχόλησης	303
9.17	Ερώτηση 17: Καθεστώς απασχόλησης κατά την πρόσληψη	303
9.18	Ερώτηση 18: Συγκεκριμένο ωράριο (Ναι/ Όχι)	304
9.19	Ερώτηση 19: Ώρες εργασίας την ημέρα	305
9.20	Ερώτηση 20: Ημέρες εργασίας την εβδομάδα	305
9.21	Ερώτηση 21: Εργασία εκτός δημοσιογραφίας (Ναι/ Όχι)	306
9.22	Ερώτηση 22: Έτη εργασίας εκτός δημοσιογραφίας	307
9.23	Ερώτηση 23: Λόγοι εργασίας εκτός δημοσιογραφίας	307
9.24	Ερώτηση 24: Ασφαλιστική κάλυψη εκτός δημοσιογραφίας (Ναι/ Όχι)	308
9.25	Ερώτηση 25: Λόγοι ασφαλιστικής κάλυψης εκτός δημοσιογραφίας	309
9.26	Ερώτηση 26: Εικονική ασφαλιστική κάλυψη από ΜΜΕ στο παρελθόν (Ναι/ Όχι)	310
9.27	Ερώτηση 27: Λόγοι εικονικής ασφάλισης κατά το παρελθόν	311
9.28	Ερώτηση 28: Έσοδα/αμοιβή ως ιδιοκτήτης/εργαζόμενος ιστοσελίδας, ιστοσελίδας συνεταιρικού σχήματος δημοσιογράφου/ων (Ναι/ Όχι)	312
9.29	Ερώτηση 29: Χαρακτηρισμός δημοσιογράφου	314
9.30	Ερώτηση 30: Προϋποθέσεις χαρακτηρισμού δημοσιογράφου	315
9.31	Ερώτηση 31: Αναγκαιότητα φοίτησης σε πανεπιστημιακό τμήμα δημοσιογραφίας/ επικοινωνίας (Ναι/Όχι)	317
9.32	Ερώτηση 32: Παρακολούθηση σεμιναρίων επιμόρφωσης (Ναι /Όχι)	318
9.33	Ερώτηση 33: Επηρεασμός δημοσιογραφίας από τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης	319
9.34	Ερώτηση 34: Εάν οι δημοσιογράφοι του διαδικτύου είναι δημοσιογράφοι (Ναι/ Όχι)	319
9.35	Ερώτηση 35: Εάν οι πολίτες που παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο είναι δημοσιογράφοι (Ναι/ Όχι)	321
9.36	Ερώτηση 36: Εάν η «δημοσιογραφία των πολιτών» βοηθά τη δημοσιογραφία	322
9.37	Ερώτηση 37: Εάν οι «δημοσιογραφία των πολιτών αποτελεί κίνδυνο για τις θέσεις των δημοσιογράφων (Ναι/ Όχι)	322
9.38	Ερώτηση 38: Εάν οι νέες μορφές δημοσιογραφίας απειλούν το επάγγελμα (Ναι/ Όχι)	323
9.39	Ερώτηση 39: Εάν σας ζητείται να κάνετε πράγματα πέραν των καθηκόντων σας χωρίς αμοιβή (Ναι/ Όχι)	324
9.40	Ερώτηση 40: Λόγοι επιπλέον των καθηκόντων εργασίας	325
9.41	Ερώτηση 41: Επιπλέον εργασία σε περισσότερα ΜΜΕ του ομίλου χωρίς αμοιβή (Ναι/ Όχι)	326

9.42	Ερώτηση 44: Συχνότητα συμμετοχής στις απεργίες	339
9.43	Ερώτηση 45: Αποτελεσματικότητα απεργιών	340
9.44	Ερώτηση 46: Αποτελεσματικότητα συνδικαλιστικής δράσης	340
9.45	Ερώτηση 47: Ικανοποίηση από τη δημοσιογραφία	342
9.46	Ερώτηση 48: Άγχος σε σχέση με πριν την κρίση (Ναι/ Όχι)	343
9.47	Ερώτηση 49: Λόγοι περισσότερου άγχους	344
9.48	Ερώτηση 50: Παρενόχληση στην εργασία (Ναι/ Όχι)	344
9.49	Ερώτηση 51: Είδος παρενόχλησης	345
9.50	Ερώτηση 52: Συχνότητα copy paste	346
9.51	Ερώτηση 53: Συχνότητα μετάδοσης μια είδησης χωρίς διασταύρωση λόγω ταχύτητας	347
9.52	Ερώτηση 54: Αυτολογοκρισία υπό το φόβο απόλυσης	348
9.53	Ερώτηση 56: Μεταβολή δουλειάς δημοσιογράφων εξαιτίας τεχνολογικών αλλαγών	350
9.54	Ερώτηση 57: Εκτίμηση για εργασία στο μέλλον	351
9.55	Ερώτηση 58: Εκτίμηση για αμοιβή στο μέλλον	351
9.56	Ερώτηση 59: Εκτίμηση επισφάλειας δημοσιογραφίας στο μέλλον	352

Περίληψη

Ο Τύπος και τα ΜΜΕ διέρχονται εδώ και πολλά χρόνια περίοδο κρίσης. Μια κρίση που είναι οικονομική, αλλά είναι και κρίση αξιοπιστίας. Είναι προφανές ότι το διαδίκτυο άλλαξε το ρουν της ιστορίας και συντάραξε τα θεμέλια της παγκόσμιας βιομηχανίας των ΜΜΕ, όπως τη γνωρίζαμε πριν την ανακάλυψή του. Όταν σε αυτό προστέθηκε και η παγκόσμια οικονομική κρίση που ξέσπασε το 2008, τότε ο Τύπος και τα ΜΜΕ πέρασαν σε μια νέα εποχή που ορισμένοι μελετητές ονόμασαν «μεταβιομηχανική».

Σε αυτή την εποχή έχουν αλλάξει τα πάντα, τα ίδια τα ΜΜΕ, ο τρόπος παραγωγής και διανομής των ειδήσεων, οι δημοσιογράφοι. Αυτή η περίοδος χαρακτηρίζεται από συνεχείς και ραγδαίες εξελίξεις και μια τεχνολογική αλλαγή που τρέχει με πολύ μεγάλη ταχύτητα. Μέρος αυτής της περιόδου συνέπεσε και με ένα γεγονός όπως η οικονομική κρίση που επηρέασε σημαντικά την οικονομία και στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης των αγορών επέβαλλε νέους όρους στη βιομηχανία των ΜΜΕ σε όλο τον κόσμο. Ως αποτέλεσμα αυτών των αλλαγών ήταν και οι προς το δυσμενέστερο μεταβολές στο τοπίο των εργασιακών σχέσεων.

Στόχος της παρούσας διδακτορικής διατριβής είναι να καταγράψει, να αναλύσει σε βάθος και να εξηγήσει τις προαναφερθείσες μεταβολές στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων. Επικεντρώνει στην ελληνική μηντιακή βιομηχανία, η οποία ακολουθεί μεν κάποια διεθνή πρότυπα, αλλά διαθέτει και τα δικά της ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Η παρούσα διδακτορική διατριβή επιχειρεί να απαντήσει στο ερώτημα πως υπό το πρίσμα των μεταβολών στο ευρύτερο επικοινωνιακό πεδίο, αλλάζουν οι εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην Ελλάδα.

Στην προσπάθειά μας αυτή, αναλύσαμε το διεθνές πεδίο των ΜΜΕ, τις αλλαγές που έχουν επέλθει σε αυτό και τις μεταβολές στην εργασία των δημοσιογράφων. Στη συνέχεια αναλύσαμε το τι συμβαίνει στην Ελλάδα και με τη βοήθεια της ποσοτικής έρευνας με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, καταλήξαμε σε μια ευρεία γκάμα συμπερασμάτων για τη μεταβολή που έχουν υποστεί οι εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων σε περίοδο οικονομικής κρίσης και τεχνολογικής αλλαγής.

Λέξεις κλειδιά: Ελλάδα, ΜΜΕ, εργασιακές σχέσεις, τεχνολογική αλλαγή, νέο επικοινωνιακό τοπίο, συνδικαλιστικό κίνημα

Abstract

Media in all over the world have been through for many years a period of crisis, financial and crisis of reliability. It is clear that internet has changed the history and shaken the foundations of global media industry, as we knew it before internet. In addition, the global financial crisis that started in 2008, drove media in a new era called by some analysts “post –industrial.”

In this era, everything has changed, the media itself, the way we produce and distribute the news, the journalists. This period is characterized by continuous and rapid developments and a technological change that is advancing very fast. Part of this period coincided with the financial crisis that had a major impact on the economy and in the context of globalization of markets imposed new conditions on media industry around the world. As a result of these changes, more unfavorable changes in the landscape of labor relations were also made.

The purpose of the present thesis is to record, analyze in depth and explain the changes mentioned above in the labor relations of journalists. It focuses on the Greek media industry, which follows some international trends but also has its own particular characteristics. This thesis attempts to answer the question, how have changed the labor relations of journalists in Greece in the new era of media.

In this effort, we analyzed the international field of media, the changes that have taken place and the changes in the work of journalists. We then analyzed what is happening in Greece, and with the help of quantitative research using a structured questionnaire, we came to a broad range of conclusions about how have changed the labor relations of journalists in Greece, in the era of financial crisis and technological change.

Keywords: Greece, media, labor relations, technological change, new communication landscape, trade union movement

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τον Απρίλιο του 2018 το κινεζικό πρακτορείο ειδήσεων *Xinhua* εμφάνισε το πρώτο ρομπότ παρουσιαστή ειδήσεων στην τηλεόραση. Ο πρώτος παγκοσμίως εικονικός παρουσιαστής κατασκευάστηκε με τη βοήθεια της τεχνολογίας της τεχνητής νοημοσύνης, η οποία χρησιμοποιείται πια ευρέως στη δημοσιογραφία. Ένα κινητό τηλέφωνο είναι επίσης σήμερα αρκετό για την ειδησεογραφική κάλυψη ενός γεγονότος και αν δεν είναι παρών δημοσιογράφος και Μέσο Ενημέρωσης, τη λύση δίνουν οι πολίτες, οι οποίοι πλέον παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο.

Πριν μερικά χρόνια, όλα τα παραπάνω ίσως να έμοιαζαν με εικόνες από το μακρινό μέλλον. Είναι, όμως, εικόνες του παρόντος και μάλιστα, είναι εικόνες που με τη ραγδαία μεταβολή των πραγμάτων σε λίγο θα έχουν ξεπεραστεί. Οι εξελίξεις τρέχουν με ταχύτητα που ουδείς μπορούσε να φανταστεί, ειδικά πριν την ανακάλυψη του διαδικτύου, την οποία ο Λέανδρος (2005) θεωρεί εφάμιλλης σημασίας με την ανακάλυψη της τυπογραφίας. Έχουν δε επηρεάσει σημαντικά τη βιομηχανία των ΜΜΕ παγκοσμίως, αλλάζουν τη φύση της δημοσιογραφίας και της ενημέρωσης και ανατρέπουν την ιεραρχία που υπήρχε. Ο δημοσιογράφος δεν έχει πια την αποκλειστικότητα στην ενημέρωση, την οποία μοιράζεται με το κοινό. Ο ρόλος του στην ενημερωτική αλυσίδα αλλάζει και κατά ένα τρόπο αμφισβητείται, ενώ τα όρια για το ποιος είναι επαγγελματίας δημοσιογράφος είναι πλέον δυσδιάκριτα. Όπως αναφέρουν ερευνητές του πεδίου, όπως οι Fulton (1996), Rottwilm (2014) και Singer (1998), οι νέες τεχνολογίες των ΜΜΕ αμφισβητούν μια από τις πιο θεμελιώδεις «αλήθειες» στη δημοσιογραφία, ότι επαγγελματίας δημοσιογράφος είναι αυτός που καθορίζει τι γνωρίζει το κοινό για τον κόσμο.

Όλα τα παραπάνω αλλάζουν άρδην το οικοσύστημα της ενημέρωσης, αλλά και κατά δραματικό τρόπο τις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων και των εργαζόμενων στη βιομηχανία των Μέσων. Νέες και πιο χαλαρές μορφές απασχόλησης, καθώς και μορφές αυτοαπασχόλησης πολλές φορές αναγκαστικής, έχουν αναδυθεί τις τελευταίες δεκαετίες, υποβοηθούμενες τόσο από τις τεχνολογικές αλλαγές, όσο και από τη φιλελεύθερη μεταρρύθμιση του καπιταλισμού. Η υψηλή επίσης ανεργία και οι μειώσεις των μισθών συνθέτουν το νέο εργασιακό σκηνικό της ενημέρωσης, του οποίου οι συνέπειες γίνονται σιγά, σιγά ορατές. Αν από τη μία πλευρά η υπερπληθώρα των Μέσων, των νέων εργαλείων και των τεχνολογικών

επιτευγμάτων δημιουργεί συνθήκες μεγαλύτερης διαφάνειας, από την άλλη, η αλλαγή στη φύση της εργασίας του δημοσιογράφου, η αύξηση του όγκου της εργασίας του, η παρεμβολή μη επαγγελματιών στην αλυσίδα της ενημέρωσης και η ραγδαία μεταβολή των εργασιακών σχέσεων, επηρεάζουν την ποιότητα και την αξιοπιστία της ενημέρωσης και καθιστούν τους λειτουργούς της ευάλωτους και εξαρτώμενους από διάφορα συμφέροντα (πολιτικά, επιχειρηματικά κ.λ.π.), με τελικό αποτέλεσμα να πλήττεται η ίδια η δημοκρατία.

Το νέο αυτό τοπίο που έχει δημιουργηθεί στη δημοσιογραφία, ερευνητές όπως οι Anderson, Bell & Shirky (2014) το ονόμασαν «μεταβιομηχανική δημοσιογραφία», που κατ' αυτούς, σημαίνει ότι άλλαξε η όλη οργάνωση του επαγγέλματος. Στη νέα αυτή οργάνωση κυριαρχούν νέοι τρόποι παραγωγής της είδησης, νέα εργαλεία διανομής, αλλά και νέες μορφές εργασιακών σχέσεων των εργαζόμενων στη βιομηχανία των Μέσων. Οι αλλαγές αυτές, είναι χαρακτηριστικές πολλών μεταβιομηχανικών οικονομιών, αποτελούν μέρος ενός ευρύτερου κοινωνικού και οικονομικού μετασχηματισμού, εντός του οποίου κυριαρχεί η απελευθέρωση των αγορών εργασίας, οι βραχυπρόθεσμες συμβάσεις και άλλες μορφές ευέλικτης απασχόλησης, η αύξηση της τάσης εξωτερικής ανάθεσης και η γενικότερη υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας (Λεάνδρος, 2012; Ornebrimg, 2009; Picard 2015, Rottwilm, 2014).

Η νέα οργάνωση και τα νέα δεδομένα δεν επαναπροσδιορίζουν μόνο το επάγγελμα του δημοσιογράφου. Απαιτούν και την απόκτηση νέων δεξιοτήτων, τόσο για τους υπάρχοντες, όσο και για τους νέους δημοσιογράφους, προκειμένου να μπορούν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της νέας εποχής και στη διαδικασία μεταμόρφωσης της βιομηχανίας των ΜΜΕ σε παγκόσμιο επίπεδο (Leandros, 2011; Picard, 2015).

Εκτός όλων των παραπάνω εξελίξεων και του νέου επικοινωνιακού, οικονομικού και εργασιακού τοπίου, δεν έχει μείνει ούτε η χώρα μας, η οποία χτυπήθηκε με μεγάλη ένταση από την παγκόσμια οικονομική κρίση που ξέσπασε το 2008. Υπό το πρίσμα των προαναφερόμενων μεταβολών και συνθηκών, αλλά και των ιδιοτεροτήτων της Ελλάδας και του ελληνικού μηντιακού συστήματος, η παρούσα διδακτορική διατριβή επιχειρεί να καταγράψει την αλλαγή που υφίστανται οι εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στη χώρα μας. Συγκεκριμένα, επιχειρεί να καταγράψει τις αλλαγές που έχουν επέλθει στο επικοινωνιακό τοπίο σε όλο τον κόσμο και την Ελλάδα και τις επιπτώσεις που αυτές έχουν στο ελληνικό μηντιακό

σύστημα. Επιχειρεί ακόμη να καταγράψει τις επιπτώσεις των αλλαγών αυτών στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων, ιδιαίτερα μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης και το πώς όλα αυτά επηρεάζουν τη δουλειά τους στη χώρα μας και κατ' επέκταση την ποιότητα και την αξιοπιστία της ενημέρωσης. Όλα αυτά καταγράφονται σε συνδυασμό και με άλλους παράγοντες, όπως η αναδιάταξη του ελληνικού μηντιακού τοπίου, η οποία επίσης επιχειρείται να αναλυθεί εκτενώς, χωρίς να αποσυνδέεται από την τεχνολογική αλλαγή και τις μεταβολές στις εργασιακές σχέσεις.

Όπως, άλλωστε, θα δούμε και στην παρούσα διατριβή, το ελληνικό μηντιακό σύστημα το χαρακτηρίζει και μία ολιγοπωλιακή κατάσταση όσον αφορά στην ιδιοκτησία των Μέσων, παρά την ύπαρξη κρατικών, ιδιωτικών ΜΜΕ, ακόμη και Μέσων που είναι κομματικά όργανα. Η ολιγοπωλιακή αυτή κατάσταση έχει να κάνει με την ύπαρξη λίγων ιδιοκτητών, παλαιότερα επρόκειτο μόνο για παραδοσιακούς εκδότες, ενώ τώρα πια έχουν εισέλθει στο χώρο ιδιοκτήτες - ισχυροί οικονομικοί παράγοντες από το σύνολο του επιχειρηματικού φάσματος, που ελέγχουν την ενημέρωση. Αποτέλεσμα αυτού είναι να υποβαθμίζονται η πολυφωνία και ο πλουραλισμός, κάτι που εγκυμονεί σημαντικούς κινδύνους για την δημοκρατία. Ίσως η δυνατότητα άσκησης επιρροής και παρέμβασης στο πολιτικό σύστημα που αποκτά ένας ιδιοκτήτης ΜΜΕ, να εξηγεί πως παρά την οικονομική κρίση, τη βαθειά ύφεση και τη μείωση των εσόδων, οι τίτλοι των εφημερίδων αυξήθηκαν τα τελευταία χρόνια, άνοιξαν νέοι τηλεοπτικοί σταθμοί και εξαγοράστηκαν παλαιοί και μια σειρά από νέα διαδικτυακά Μέσα, είτε αυτόνομα, είτε μέρος ευρύτερων μηντιακών ομίλων, έκαναν την εμφάνισή τους. Όλα τα προαναφερθέντα, ίσως να εξηγούν και την πολύ χαμηλή εμπιστοσύνη των πολιτών απέναντι στα ΜΜΕ, κατατάσσοντας την Ελλάδα στις τελευταίες θέσεις των σχετικών μετρήσεων.

Τα όσα προαναφέραμε, βεβαίως, για την αύξηση των τίτλων των εφημερίδων, το άνοιγμα νέων portal και τηλεοπτικών σταθμών, δεν οδήγησαν και σε αύξηση των θέσεων εργασίας των δημοσιογράφων και των εργαζόμενων στα ΜΜΕ της χώρας. Το αντίθετο συνέβη και μάλιστα οι απώλειες ήταν πολύ μεγάλες και ανεπανόρθωτες για αρκετούς, ειδικά για τους μεγαλύτερους σε ηλικία δημοσιογράφους, που δεν κατάφεραν να επιστρέψουν στην αγορά εργασίας και είτε έχουν μείνει μακροχρόνια άνεργοι, είτε άλλαξαν επάγγελμα, είτε στράφηκαν σε αναγκαστική επιχειρηματικότητα εντός του χώρου των Μέσων χωρίς, όμως, σε πολλές περιπτώσεις να έχουν έσοδα. Στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης και ειδικά από το 2010 που

υπογράφηκε το πρώτο μνημόνιο, σχεδόν το 50% των εργαζομένων στα ελληνικά μήντια έχασε τη δουλειά του, οι μισθοί μειώθηκαν περίπου κατά 60% με ταυτόχρονη μείωση του εργασιακού κόστους, οι εργασιακές σχέσεις απορρυθμίστηκαν πλήρως και μαζί με την ανεργία αυξήθηκαν και οι ευέλικτες μορφές απασχόλησης, όπως καταδεικνύεται στην παρούσα διατριβή με στοιχεία ου παρατίθενται σε επόμενα κεφάλαια.

Ανάπτυξη της έρευνας

Σε όλα όσα περιγράψαμε έως τώρα αναφέρεται η παρούσα διδακτορική διατριβή, στην αρχή της οποίας επιχειρήσαμε μία εκτενή βιβλιογραφική επισκόπηση των κεντρικών ζητημάτων της. Αρχικά αναφερθήκαμε στην εξέλιξη της δημοσιογραφίας παγκοσμίως, στη συνέχεια στις τεχνολογικές αλλαγές και πως αυτές έχουν επηρεάσει τη δημοσιογραφία και τη δουλειά του δημοσιογράφου, ενώ περιγράφηκαν και οι αλλαγές στη δουλειά και το περιεχόμενο εργασίας των δημοσιογράφων. Όλα αυτά αφορούσαν τη διεθνή συζήτηση, την οποία παρουσιάσαμε αναλυτικά.

Στη συνέχεια εστίασαμε την έρευνά μας στο ελληνικό μηντιακό σύστημα. Αρχικά έγινε εκτενή ιστορική αναφορά στην γέννηση και την ανάπτυξη του ελληνικού Τύπου και των ΜΜΕ, φθάνοντας μέχρι και το σήμερα. Αφού προσεγγίσαμε βιβλιογραφικά την ιστορική διαδρομή του ελληνικού Τύπου και των ΜΜΕ, επικεντρώσαμε στο να αναλύσουμε το σημερινό τοπίο των ΜΜΕ στη χώρα μας, τις μεταβολές που αυτό υπέστη στη διάρκεια των ετών και κυρίως στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης και αναλύσαμε την αναδιάρθρωση που έχει επέλθει, τόσο κατά το παρελθόν, όσο και σήμερα.

Κατόπιν εισήλθαμε σε θέματα που αφορούν στις εργασιακές σχέσεις. Έγινε εκτενής βιβλιογραφική επισκόπηση και προσπαθήσαμε να ορίσουμε έννοιες, όπως οι εργασιακές σχέσεις και τα συνδικάτα και άλλα κρίσιμα ζητήματα για το εργασιακό μέρος της διατριβής μας, όπως οι συλλογικές διαπραγματεύσεις και η μισθωτή εργασία. Στα συνδικάτα σταθήκαμε περισσότερο, εξειδικεύοντας στο ελληνικό συνδικαλιστικό κίνημα και ιδιαίτερα το συνδικαλιστικό κίνημα στο χώρο των ΜΜΕ. Όλα αυτά ήταν απαραίτητα να γίνουν έτσι ώστε να κατανοηθούν οι έννοιες και τα όσα επρόκειτο να αναφερθούν στη συνέχεια για τη μεταβολή των εργασιακών σχέσεων των δημοσιογράφων.

Η βιβλιογραφική επισκόπηση που έγινε συνολικά, μας επέτρεψε και να αποκτήσουμε σφαιρική εικόνα για το τι συμβαίνει στα ΜΜΕ από πλευράς τεχνολογικής εξέλιξης, αλλά και εργασιακά παγκοσμίως, ενώ η αναφορά μας στις εργασιακές σχέσεις και θεωρητικές έννοιες που τις διέπουν μας επέτρεψε να κατανοήσουμε καλύτερα ζητήματα, στα οποία επρόκειτο να επικεντρωθούμε στη συνέχεια. Μαζί με την ιστορική αναδρομή του ελληνικού Τύπου και των ΜΜΕ και την καταγραφή του σημερινού τοπίου του ελληνικού μηντιακού συστήματος, αλλά και την καταγραφή, ανάλυση και επεξήγηση του συνδικαλιστικού κινήματος των ΜΜΕ στην Ελλάδα (Ενώσεις Συντακτών, Ενώσεις άλλων εργαζομένων στα ΜΜΕ, ταμεία Τύπου) ολοκληρώσαμε όλη τη θεωρητική βάση και συζήτηση που ήταν απαραίτητη για να κατανοήσουμε τα πρακτικά ζητήματα και το ερευνητικό μέρος στο οποίο επρόκειτο να προχωρήσουμε. Πριν φθάσουμε σε αυτό, προηγήθηκε η περιγραφή της εξέλιξης και της καταγραφής του εργασιακού τοπίου στα ελληνικά ΜΜΕ με στοιχεία από τα ταμεία Τύπου και τις Ενώσεις Συντακτών κατά τα μεγαλύτερο μέρος της. Παρουσιάστηκαν στοιχεία για την ανεργία, τις απολύσεις και τη μισθωτή εργασία, τα οποία μας έδωσαν την εικόνα του σημερινού εργασιακού τοπίου στα ελληνικά Μέσα και το κυριότερο, προσέφεραν σημαντική βοήθεια στη διαμόρφωση του ερευνητικού πλαισίου που επρόκειτο να ακολουθήσει. Έτσι, με αυτά τα δεδομένα προχωρήσαμε στην κατάρτιση του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε στην ποσοτική έρευνα, η οποία ακολούθησε στο εμπειρικό μέρος της παρούσας διατριβής και η οποία μας έδωσε σημαντικά αποτελέσματα που περιγράφονται και αναλύονται στην παρούσα διατριβή για τη μεταβολή των εργασιακών σχέσεων των δημοσιογράφων στην Ελλάδα.

Ερευνητικά ερωτήματα

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, αλλά και το ερευνητικό μας ενδιαφέρον, προχωρήσαμε στη σύνταξη των βασικών ερωτημάτων που πρόκειται να απασχολήσουν την έρευνά μας, τα οποία είναι τα εξής:

1. Ποια είναι η σημερινή εργασιακή κατάσταση των δημοσιογράφων που εργάζονται στα ΜΜΕ στην Ελλάδα και πως έχει μεταβληθεί λόγω της οικονομικής κρίσης και της τεχνολογικής αλλαγής;
2. Ποιες οι μεταβολές που έχουν επέλθει στο περιεχόμενο της εργασίας τους;
3. Ποιοι είναι οι παράγοντες που έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο και ποιος είναι αυτός, στις αλλαγές που έχουν επέλθει τα τελευταία χρόνια στις

εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην ελληνική βιομηχανία των Μέσων;

4. Πως αντιμετωπίζουν οι δημοσιογράφοι των ελληνικών ΜΜΕ τις τεχνολογικές αλλαγές και τις νέες δεξιότητες που απαιτούνται στο επάγγελμα.

Τα ερωτήματα αυτά, μας οδηγούν και στο κεντρικό ερευνητικό μας ερώτημα που έχει ως εξής: Υπό το πρίσμα των μεταβολών στο ευρύτερο επικοινωνιακό πεδίο, πως αλλάζουν οι εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην Ελλάδα.

Μεθοδολογία

Για να μπορέσουμε να απαντήσουμε στα παραπάνω ερωτήματα επιλέξαμε ως μεθοδολογικά εργαλεία τη βιβλιογραφική επισκόπηση για το θεωρητικό μέρος της έρευνάς μας και την ποσοτική έρευνα με κύριο εργαλείο της το ερωτηματολόγιο, για το εμπειρικό μέρος. Στην προκειμένη περίπτωση η έρευνά μας έγινε μέσω ερωτηματολογίου που κατασκευάστηκε σε φόρμα Google (Google Forms) που ευνοεί τη γρήγορη διεξαγωγή της έρευνας και την άμεση εξαγωγή των αποτελεσμάτων και το οποίο ήταν διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση

<https://docs.google.com/forms/d/1NlbmM1vXkJzmUl9K97b5TNuIT1iOdSdOpkMromIw6FA/edit#responses>. Χρησιμοποιήθηκε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο ενδείκνυται στις διαδικτυακές έρευνες όπως η παρούσα, που αποτελείται από 60 ερωτήσεις, εκ των οποίων οι 59 κλειστού τύπου και η μία ανοιχτού τύπου. Οι ερωτήσεις και τα θέματα που αυτές διερευνούν, προέκυψαν από τη βιβλιογραφική επισκόπηση που έγινε στα επτά πρώτα κεφάλαια της παρούσας διατριβής.

Η διαδικασία κατασκευής ξεκίνησε με το πέρας της βιβλιογραφικής επισκόπησης. Τα ερωτηματολόγια αφού συμπληρώθηκαν, έγιναν οι τελευταίες διορθώσεις από τον επιβλέποντα καθηγητή και ακολουθήθηκε και η διαδικασία της δειγματοληψίας (πilotικού ερωτηματολογίου), εστάλησαν ηλεκτρονικά μέσω των Ενώσεων Συντακτών της χώρας στους δημοσιογράφους μέλη τους. Η έρευνα έλαβε χώρα το δίμηνο Ιουνίου-Ιουλίου 2019 και σε αυτή απάντησαν συνολικά 307 άτομα, όλοι τους δημοσιογράφοι μέλη των Ενώσεων Συντακτών.

Πρέπει να αναφέρουμε ότι η έρευνα είχε σημαντικούς περιορισμούς και προβλήματα. Οι περιορισμοί ήταν ότι απευθυνόταν μόνο σε δημοσιογράφους μέλη των Ενώσεων Συντακτών και σε εργαζόμενους, δεν απευθυνόταν σε άνεργους και

συνταξιούχους. Το ότι απευθυνόταν μόνο σε δημοσιογράφους μέλη Ενώσεων Συντακτών δημιούργησε έναν ακόμη περιορισμό που αφορά στην ηλικία και οδήγησε στο να λάβουν μέρος επαγγελματίες δημοσιογράφοι μεγαλύτερων ηλικιών, αφού για να γίνει κάποιος μέλος δημοσιογραφικής ένωσης, θα πρέπει να περάσουν τουλάχιστον τρία χρόνια μισθωτής εργασίας ή εργασίας με κρατήσεις από κάποιο ταμείο στο οποίο να επιτρέπεται η ασφάλιση των δημοσιογράφων ή δύο χρόνια με πανεπιστημιακό πτυχίο. Χαρακτηριστικό είναι ότι από τα 307 άτομα που μετείχαν, μόνο τρεις ή ποσοστό 1% ήταν ηλικίας 18-24 ετών, ενώ μόνο 18 άτομα ή ποσοστό 5,9% ήταν μεταξύ 25-34 ετών. Ένας ακόμη περιορισμός της έρευνας ήταν η συμμετοχή δείγματος διαθεσιμότητας. Αυτό σημαίνει ότι απάντησαν μόνο όσοι μπορούσαν τη δεδομένη χρονική στιγμή που διεξήχθη η έρευνα.

Δομή της διατριβής

Η παρούσα διατριβή αποτελείται από δύο μέρη, το Α' μέρος που είναι το θεωρητικό και το Β' μέρος που είναι το εμπειρικό και συνολικά 9 κεφάλαια. Τα επτά πρώτα κεφάλαια αποτελούν το θεωρητικό μέρος (Α' μέρος) και τα άλλα δύο το εμπειρικό μέρος (Β' μέρος).

Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής γίνεται μια ιστορική αναδρομή από τις πρώτες μορφές μετάδοσης της πληροφορίας (οπτικά σύμβολα, σήματα, αγγελιοφόροι) μέχρι το σήμερα. Η ανακάλυψη της τυπογραφίας το 1438 από τον Γουτεμβέργιο που αποτέλεσε ορόσημο, οδήγησε στα πρώτα έντυπα και τις πρώτες εφημερίδες, οι οποίες εξελίχθηκαν με την πάροδο του χρόνου, όπως εξελίχθηκε και η ίδια η δημοσιογραφία και σε αυτό συνετέλεσαν και η τεχνολογική εξέλιξη και οι ανακαλύψεις της περιόδου (π.χ. τηλέγραφος), καθώς και ο εκσυγχρονισμός των θαλάσσιων, σιδηροδρομικών και οδικών υποδομών.

Σταθμό στον εκσυγχρονισμό του Τύπου αποτελούν οι λεγόμενες *penny press*, εφημερίδες που ξεκίνησαν το 1833 στις ΗΠΑ. Με τις εφημερίδες αυτές του ενός σεντς, ο Τύπος πέραν της οικονομικής κάνει και μια ειδολογική στροφή από αυστηρά πολιτικός που ήταν σε λαϊκός. Οι *penny press* καθιερώνουν ένα είδος λαϊκής αφήγησης και σε αυτές οφείλεται και ο πρώτος μη υβριδικός χαρακτηρισμός των δημοσιογράφων που είναι ο όρος ρεπόρτερ. Σημαντικό ρόλο στη εξέλιξη της δημοσιογραφίας διαδραματίζουν και τα πρακτορεία ειδήσεων που κάνουν την εμφάνισή τους στις αρχές του 19^{ου} αιώνα και επί της ουσίας είναι χονδρέμποροι

ειδήσεων. Από το 1880 και μετά ο Τύπος αποκτά χαρακτηριστικά επαγγέλματος και ακολουθεί η επαγγελματοποίηση των δημοσιογράφων, η οποία επιτυγχάνεται μέσα από τις εξειδικευμένες σπουδές δημοσιογραφίας, τη δημιουργία συνδικαλιστικών οργανώσεων και την κατάρτιση κωδίκων δεοντολογίας.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις που σημειώνονται στις αρχές του 20ου αιώνα οδηγούν εκτός από τον εκσυγχρονισμό των εφημερίδων και στη δημιουργία νέων Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, τα οποία αλλάζουν το σκηνικό και επιταχύνουν τις εξελίξεις στο χώρο της επικοινωνίας. Αρχικά ανακαλύπτεται το ραδιόφωνο, το οποίο κυριαρχεί μέχρι και τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και στη συνέχεια η τηλεόραση, η οποία κάνει μεν την εμφάνισή της τη δεκαετία του 1930, αλλά καθιερώνεται από τη δεκαετία του 1950, δημιουργώντας νέα δεδομένα στην ενημέρωση. Η ανακάλυψη του διαδικτύου και η χρήση του στην ενημέρωση από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 δεν άλλαξε απλά τους όρους και τα δεδομένα στη δημοσιογραφία και την ενημέρωση, αλλά προκάλεσε επανάσταση. Από το σημείο εκείνο και μετά οι εξελίξεις ήταν συνεχείς και ραγδαίες και δημιούργησαν – και συνεχίζουν να δημιουργούν – ένα εντελώς νέο τοπίο στην επικοινωνία. Μέσα σε όλα αυτά εξετάζεται και η ελευθερία του Τύπου, η οποία καθιερώθηκε κατά τον 18^ο αιώνα και ευνοήθηκε από τα μεγάλα φιλοσοφικά κινήματα της περιόδου εκείνης και πριν από αυτή και με την ανακάλυψη του ραδιοφώνου, της τηλεόρασης και του διαδικτύου έλαβε νέες διαστάσεις.

Στο δεύτερο κεφάλαιο επιχειρείται μια αναλυτική καταγραφή του νέου τοπίου που διαμορφώνεται στη δημοσιογραφία λόγω της ανακάλυψης του διαδικτύου και των τεχνολογικών αλλαγών, στις οποίες οδήγησε και ευνόησε. Ταυτόχρονα αναφέρονται ορισμένες από τις σημαντικότερες εξελίξεις που έχουν σημειωθεί και πως αυτές επηρεάζουν τη δημοσιογραφία και την ενημέρωση. Η αναφορά ξεκινά από τη χρήση των κινητών συσκευών (smartphones, tablets) στην πρόσβαση του ειδησεογραφικού περιεχομένου, καθώς και στη χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (social media) για ενημέρωση. Κινητές συσκευές και social media χρησιμοποιούνται πια ευρέως για την πρόσβαση στις ειδήσεις και η χρήση τους αυτή αυξάνεται συνεχώς. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης δεν αλλάζουν μόνο το τοπίο στην ενημέρωση, αλλά αλλάζουν και το τηλεοπτικό τοπίο, αφού πλέον προσφέρουν και τηλεοπτικές υπηρεσίες κάτι που αλλάζει σημαντικά τον τρόπο διανομής του τηλεοπτικού περιεχομένου και δημιουργεί νέα δεδομένα στις επιχειρήσεις των Μέσων.

Μια από τις εξελίξεις που εξετάζεται στο δεύτερο κεφάλαιο είναι η δυνατότητα που έχουν πλέον οι πολίτες να μην είναι παθητικοί δέκτες, αλλά να μετέχουν των εξελίξεων να αλληλεπιδρούν και σε κάποιες περιπτώσεις να παράγουν και ειδησεογραφικό περιεχόμενο. Τη δυνατότητα αυτή την απέκτησαν με την εξέλιξη του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Πρόκειται για αυτό που έχει ονομαστεί δημοσιογραφία των πολιτών, ή συμμετοχική δημοσιογραφία η οποία κατά ένα τρόπο επέτρεψε στους πολίτες να μην είναι παθητικοί δέκτες, αλλά να λαμβάνουν μέρος στις εξελίξεις. Μια άλλη, εξέλιξη που εξετάζεται στο δεύτερο κεφάλαιο είναι η ρομποτική δημοσιογραφία, δηλαδή, η παραγωγή ειδησεογραφικού περιεχομένου χωρίς την ανθρώπινη διαμεσολάβηση και με τη χρήση αλγόριθμου. Το αυτοματοποιημένο δημοσιογραφικό περιεχόμενο όπως επίσης ονομάζεται, χρησιμοποιείται πλέον από πολλά ΜΜΕ ανά τον κόσμο και μπορεί να παραγάγει μεγάλες ποσότητες ειδήσεων σε σύντομο χρόνο και με ακρίβεια. Η χρήση των αλγόριθμων στην ενημέρωση εγείρει κάποια ζητήματα (ηθικά, εργασιακά) και αυτό είναι κάτι που επιχειρείται να εξεταστεί στο δεύτερο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής, όπως επιχειρείται να καταγραφούν και άλλα σημαντικά ζητήματα που εντάθηκαν λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης, όπως είναι τα fake news και η ασφάλεια της πληροφορίας στο διαδίκτυο. Ο ρόλος των συναθροιστών (aggregators) στην ενημέρωση και η χρήση τους για την πρόσβαση στις ειδήσεις είναι κάτι που επίσης διερευνάται, όπως και η ενσωμάτωση στη λειτουργία των ΜΜΕ όρων που δημιουργήθηκαν στην ψηφιακή εποχή, όπως *audience development* και *data mining*.

Οι αλλαγές που περιγράψαμε και το νέο επικοινωνιακό τοπίο που δημιουργούν, επηρεάζουν και τη δουλειά των δημοσιογράφων. Όλα αυτά επιχειρείται να καταγραφούν στο τρίτο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής, στο οποίο αναφέρονται σε βάθος τα νέα δεδομένα και οι συνθήκες που δημιουργούνται στη δουλειά των δημοσιογράφων σε όλο τον κόσμο από το νέο επικοινωνιακό τοπίο και τις τεχνολογικές αλλαγές που έχουν σημειωθεί, καθώς και οι αλλαγές που σημειώνονται στο περιεχόμενο της εργασίας τους. Οι μεταβολές αυτές έχουν αναδείξει και νέες μορφές δημοσιογραφίας, οι οποίες επίσης παρουσιάζονται αναλυτικά στο τρίτο κεφάλαιο, το οποίο μας εισάγει στη μελέτη των εργασιακών αλλαγών που σημειώνονται στη δημοσιογραφία από τις ραγδαίες τεχνολογικές μεταβολές των τελευταίων δεκαετιών. Μεταβολές που έχουν οδηγήσει και σε σημαντικές απώλειες θέσεων εργασίας στη βιομηχανία των ΜΜΕ παγκοσμίως και ειδικά στις εφημερίδες. Η τεχνολογική αλλαγή, αλλά και η παγκόσμια οικονομική κρίση οδήγησε τις

επιχειρήσεις των Μέσων σε σημαντικές απώλειες εσόδων που είχαν ως αποτέλεσμα την απώλεια θέσεων εργασίας. Ως αποτέλεσμα των τεχνολογικών αλλαγών εξετάζεται στο τρίτο κεφάλαιο και η χειραφέτηση του κοινού (πολιτών) που σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί να παραγάγει περιεχόμενο, παρακάμπτοντας ΜΜΕ και δημοσιογράφους, κάτι που όταν συμβαίνει μπορεί να επηρεάσει τις εργασιακές σχέσεις.

Από το τέταρτο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής ξεκινά η αναφορά μας στην Ελλάδα και το ελληνικό μηντιακό σύστημα. Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται αρχικά μια ιστορική αναδρομή από την απαρχή του ελληνικού Τύπου μέχρι το σήμερα και την εποχή του διαδικτύου και το νέο επικοινωνιακό τοπίο που επικρατεί και στο ελληνικό μηντιακό σύστημα, το οποίο, όμως, έχει τις δικές του ιδιαιτερότητες και χαρακτηριστικά. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στην εξέλιξη και την ανάπτυξη του ελληνικού Τύπου που ξεκινά να εκσυγχρονίζεται από το 1870 και με εντονότερους ρυθμούς από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα, όταν σημειώνεται και μια ποσοτική έκρηξη με την έκδοση πολλών εφημερίδων. Η δικτατορία του Μεταξά και ο Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος ανέκοψαν την ανοδική πορεία του ελληνικού Τύπου, κάτι που συνέβη και αργότερα με τη δικτατορία των συνταγματαρχών. Με την αποκατάσταση της δημοκρατίας ξεκινά μια πολύ καλή περίοδος για τον ελληνικό Τύπο που φθάνει μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1980 με την εμφάνιση της «ελεύθερης» ραδιοφωνίας και τηλεόρασης. Η δεκαετία του 1980 αποδεικνύεται καθοριστική για το ελληνικό Τύπο, όχι μόνο λόγω της ιδιωτικής ραδιοφωνίας και τηλεόρασης, αλλά και γιατί είναι η δεκαετία σημαντικών τεχνολογικών αλλαγών που αλλάζουν τα πράγματα στην έκδοση των εφημερίδων και επίσης, γιατί είναι η δεκαετία που εισέρχονται στον Τύπο ιδιοκτήτες που για πρώτη φορά δεν είναι παραδοσιακοί εκδότες, αλλά προέρχονται από άλλους επιχειρηματικούς κλάδους και η απόκτηση ΜΜΕ από αυτούς μεταβάλλει σημαντικά το τοπίο της ενημέρωσης στην Ελλάδα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο εξετάζονται και τα πρώτα σημάδια της κρίσης του Τύπου που ήταν η σταδιακή πτώση της διαφήμισης και της κυκλοφορίας των εφημερίδων που είχαν ξεκινήσει πριν το 2008 και την παγκόσμια οικονομική κρίση. Λόγω της οικονομικής κρίσης και της ραγδαίας τεχνολογικής αλλαγής, ο Τύπος και τα ΜΜΕ στην Ελλάδα εισέρχονται μετά το 2008 και ειδικά μετά το 2010 που υπεγράφη το πρώτο μνημόνιο στη χώρα μας σε περίοδο βαθιάς κρίσης. Στο τέταρτο κεφάλαιο επιχειρείται και μια αναλυτική καταγραφή του νέου τοπίου της ενημέρωσης στην Ελλάδα και της αναδιάταξης των σχέσεων ιδιοκτησίας στα Μέσα, στην οποία

οδήγησε η κρίση και οι τεχνολογικές αλλαγές και περιγράφεται και μία σημαντική παράμετρος για την ανεξαρτησία της ενημέρωσης και τη δημοκρατία που είναι οι σχέσεις ιδιοκτητών ΜΜΕ και πολιτικής εξουσίας.

Στο πέμπτο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής, επιχειρείται μια γενική αναφορά στις εργασιακές σχέσεις και τα συνδικάτα, καθώς και στην αποδιάρθρωση των εργασιακών σχέσεων που επήλθε από παράγοντες όπως οι αλλαγές που έλαβαν χώρα παγκοσμίως στην οικονομία τις τελευταίες δεκαετίες, η οικονομική κρίση και η εφαρμογή των μνημονιακών πολιτικών στη χώρα μας, καθώς και η τεχνολογική αλλαγή. Αρχικά, επιχειρείται να ορισθούν έννοιες όπως οι εργασιακές σχέσεις και τα συνδικάτα. Στη συνέχεια επιχειρείται μια ανάλυση για την απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων και την υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας και πως αυτά συνδέονται με την οικονομική κρίση και τις οικονομικές πολιτικές που εφαρμόστηκαν παγκοσμίως από το 1980 και μετά, καθώς και τις επιπτώσεις που έχει η απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων στα συνδικάτα. Όλα αυτά εξειδικεύονται στη συνέχεια στην ελληνική αγορά και κατόπιν εξειδικεύονται ακόμη περισσότερο στη βιομηχανία των ΜΜΕ.

Στο έκτο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής, αναλύεται το ελληνικό συνδικαλιστικό κίνημα των δημοσιογράφων και των εργαζόμενων στα ΜΜΕ. Αρχικά γίνεται μια ιστορική αναδρομή στο συνδικαλιστικό κίνημα του Τύπου από την απαρχή του μέχρι σήμερα. Στη συνέχεια γίνεται μια πιο αναλυτική αναφορά στην *Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ)* που είναι η μεγαλύτερη και παλαιότερη Ένωση Συντακτών στην Ελλάδα, καθώς και στις πολιτικές που ακολούθησε στη διάρκεια της ύπαρξής της, ειδικά την περίοδο της οικονομικής κρίσης και των μεγάλων αλλαγών, αλλά και στις πολιτικές που ακολουθεί σήμερα. Κατόπιν, γίνεται αναφορά σε όλες τις Ενώσεις Συντακτών της χώρας, καθώς και στις συνδικαλιστικές ενώσεις των άλλων εργαζομένων στα ΜΜΕ (διοικητικοί, υπάλληλοι, τεχνικοί κ.λ.π.). Ακολούθως γίνεται αναφορά στα ταμεία Τύπου και ΜΜΕ, το ρόλο τους και τους πόρους τους και περιγράφεται η νέα κατάσταση όπως αυτή προέκυψε από την κατάργηση του αγγελιοσήμου.

Στο έβδομο κεφάλαιο επιχειρείται η εργασιακή καταγραφή του τοπίου στο ελληνικό μηντιακό σύστημα. Επιχειρείται να καταδειχθούν οι επιπτώσεις του νέου επικοινωνιακού τοπίου και της νέας κατάστασης που επικρατεί στην ελληνική βιομηχανία των ΜΜΕ, όπως αυτή περιγράφηκε στο τέταρτο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής και πόσο έχουν μεταβάλλει τις συνθήκες και τους όρους εργασίας των

δημοσιογράφων και των εργαζόμενων στα ΜΜΕ. Η περιγραφή αυτή γίνεται με τη χρήση δημοσιεύτων στοιχείων από τα ταμεία Τύπου, του συνταξιοδοτικού ταμείου δημοσιογράφων και διοικητικών υπαλλήλων, του *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ (Ενιαίο Ταμείου Ασφάλισης Προσωπικού ΜΜΕ)*, του ταμείου για την περίθαλψη και την επικούρηση, του *ΕΔΟΕΑΠ (Ενιαίος Δημοσιογραφικό Οργανισμός Επικουρικής Ασφάλισης και Περίθαλψης)*, καθώς και της *ΕΣΗΕΑ*. Όλα τα στοιχεία δείχνουν σημαντικές απώλειες θέσεων εργασίας δημοσιογράφων και διοικητικών υπαλλήλων στα χρόνια της κρίσης και ραγδαία αύξηση της ανεργίας και επιβεβαιώνονται από το Ινστιτούτο Εργασίας της *Γενικής Συνομοσπονδίας Εργατών Ελλάδας (ΙΝΕ-ΓΣΕΕ)*, τα στοιχεία του οποίου για την εργασιακή κατάσταση στα ελληνικά ΜΜΕ, δημοσιεύονται στη συνέχεια του έβδομου κεφαλαίου, στο οποίο παρουσιάζεται αναλυτικά και η αποδιάρθρωση του συστήματος των συλλογικών διαπραγματεύσεων που οδήγησε στον περιορισμό των συλλογικών συμβάσεων και σε σημαντικές μειώσεις μισθών. Μαζί με αυτά επιχειρείται και μια ανάλυση και καταγραφή της αντίδρασης των συνδικάτων των δημοσιογράφων απέναντι στις τεχνολογικές και εργασιακές αλλαγές.

Από το όγδοο κεφάλαιο ξεκινά το εμπειρικό μέρος της διατριβής. Συγκεκριμένα το κεφάλαιο αυτό περιλαμβάνει τα ερευνητικά ερωτήματα και τη μεθοδολογία της έρευνας που πρόκειται να ακολουθηθεί και η οποία είναι η ποσοτική έρευνα και το βασικό της εργαλείο που είναι το ερωτηματολόγιο. Σε αυτό το κεφάλαιο αναφέρονται αναλυτικά όλα τα βήματα που ακολουθήθηκαν για την κατασκευή του ερωτηματολογίου και των συσχετίσεων που έγιναν στην συνέχεια. Αναφέρονται οι λόγοι της επιλογής του ερωτηματολογίου ως εργαλείο για την έρευνά μας, η κατασκευή του, τα μέρη από τα οποία αποτελείται, το δείγμα της έρευνας, δηλαδή, πόσοι απάντησαν στο ερωτηματολόγιο και σε ποιους απευθυνόταν, η πιλοτική έρευνα που προηγήθηκε, οι περιορισμοί της έρευνας, ο τρόπος ανάλυσης των αποτελεσμάτων και οι συσχετίσεις που ακολούθησαν.

Το ένατο κεφάλαιο της διατριβής περιλαμβάνει το αποτελούμενο από 60 ερωτήσεις δομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο κατασκευάστηκε σε φόρμα Google. Αναφέρονται μία, μία οι ερωτήσεις και οι απαντήσεις που δόθηκαν σε αυτές με γραφήματα ή πίνακες και περιλαμβάνει και τα αποτελέσματα των συσχετίσεων που έγιναν. Η κατασκευή του ερωτηματολογίου, οι ερωτήσεις και τα θέματα που αυτές διερευνούν, προέκυψαν από τη βιβλιογραφική επισκόπηση που έγινε στα προηγούμενα κεφάλαια της παρούσας διατριβής.

Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε εισαγωγικό σημείωμα με την ταυτότητα της έρευνας και τη διασφάλιση εχεμύθειας για όσους έλαβαν μέρος. Το κυρίως ερωτηματολόγιο χωρίζεται σε τρία μέρη, το πρώτο μέρος αποτελείται από τις ερωτήσεις 1-9 που επιχειρούν να καταγράψουν τα δημογραφικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων. Το δεύτερο μέρος αποτελείται από τις ερωτήσεις 10-27 που επιχειρούν να ερευνήσουν τα γενικότερα χαρακτηριστικά των ερωτώμενων και είναι απόλυτα σχετικές με το θέμα της έρευνας και τέλος, το τρίτο μέρος αποτελείται από τις ερωτήσεις 28-60 που αποτελούν τον πυρήνα της έρευνας.

Συγκεκριμένα, στις ερωτήσεις 1-9 οι μετέχοντες ερωτώνται για το φύλο, την ηλικία, το εκπαιδευτικό επίπεδο, το εάν είναι απόφοιτοι σχολής επικοινωνίας και ποιου επιπέδου (ΑΕΙ, ΤΕΙ, ΙΕΚ), ποιας Ένωσης Συντακτών είναι μέλη, σε ποιο ταμείο είναι ασφαλισμένοι, σε τι ΜΜΕ εργάζονται και πόσα χρόνια είναι στο επάγγελμα. Από την ερώτηση 10 και μετά ξεκινά η διερεύνηση γενικότερων χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων, οι οποίοι ερωτώνται για το εισόδημά τους και άλλα θέματα που αφορούν την ασφάλειά τους, το ωράριο και το καθεστώς εργασίας τους και εάν έχουν ασκήσει ποτέ άλλο επάγγελμα εκτός του δημοσιογράφου και τους λόγους που το έκαναν. Από την ερώτηση 28 και μετά μπαίνουμε στο κυρίως μέρος της έρευνας, τον πυρήνα των ερευνητικών μας ερωτημάτων και επιχειρούμε να διερευνήσουμε τη μεταβολή των εργασιακών σχέσεων των δημοσιογράφων. Οι μετέχοντες ερωτώνται για το πότε μπορεί να θεωρηθεί κάποιος δημοσιογράφος, για τις δεξιότητες που απαιτούνται στη δημοσιογραφία σήμερα και αν είναι απαραίτητες οι σπουδές δημοσιογραφίας και η βελτίωση των δεξιοτήτων. Ακόμη ερωτώνται για τις νέες τεχνολογίες και τα νέα εργαλεία που χρησιμοποιούνται πλέον στη δημοσιογραφία, εάν βοηθούν το επάγγελμα και τη δουλειά του δημοσιογράφου και εάν αποτελούν κίνδυνο για τις θέσεις εργασίας. Επίσης, οι μετέχοντες ερωτώνται για τις εργασιακές και τις γενικότερες μεταβολές που έχουν επέλθει στη δημοσιογραφία στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, για τη συμμετοχή τους στα συνδικαλιστικά δρώμενα, για το περιεχόμενο της εργασίας, την τήρηση της δεοντολογίας και το μέλλον του επαγγέλματος.

Η διατριβή ολοκληρώνεται με τα συμπεράσματα, τη βιβλιογραφία και τα παραρτήματα, τα οποία αφορούν το ερωτηματολόγιο, την επιστολή που απέστειλε η ΕΣΗΕΑ στα μέλη της για να συμμετάσχουν στην έρευνα, την επιστολή του ερευνητή σε δημοσιογράφους για να συμμετάσχουν στην έρευνα που στάλθηκε μαζί με το

ερωτηματολόγιο από τις Ενώσεις Συντακτών και τους πίνακες των συσχετίσεων του ερωτηματολογίου.

Πρωτοτυπία και αναμενόμενη συνεισφορά στην έρευνα

Η δημοσιογραφία τα τελευταία χρόνια έχει ερευνηθεί και μελετηθεί ευρέως και μάλιστα από ειδικούς που προέρχονται από μια μεγάλη ποικιλία επιστημονικών κλάδων. Σε όλο τον κόσμο υπάρχουν από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα πανεπιστήμια που προσφέρουν εξειδικευμένες σπουδές δημοσιογραφίας και πραγματοποιούν έρευνα, η οποία εξελίσσεται συνεχώς.

Ειδικά τις τελευταίες δεκαετίες και μετά την ανακάλυψη του διαδικτύου, η έρευνα στη δημοσιογραφία συνδυάζεται και με τεχνολογικά ζητήματα (π.χ. παραγωγή ειδησεογραφικού περιεχομένου με αλγόριθμο, χωρίς την ανθρώπινη διαμεσολάβηση). Οι τεχνολογικές εξελίξεις, όμως, στρέφουν την έρευνα στη δημοσιογραφία και σε μια νέα κατεύθυνση, αυτή που αφορά τις εργασιακές σχέσεις και το κατά πόσο και με ποιο τρόπο αυτές έχουν επηρεαστεί από τη ραγδαία τεχνολογική μεταβολή, αλλά και από τις υφεσιακές οικονομικές πολιτικές που ακολουθούνται σε όλο τον κόσμο τις τελευταίες δεκαετίες. Σε αυτό το πλαίσιο εντάσσεται και η παρούσα διδακτορική διατριβή, η πρωτοτυπία και η συνεισφορά της οποίας στην έρευνα συνίσταται κατά κύριο λόγο στα εξής σημεία:

- Πρόκειται για μια ολοκληρωμένη καταγραφή του ελληνικού μηντιακού συστήματος και των αλλαγών και μεταβολών που αυτό έχει υποστεί, ειδικά τα χρόνια της οικονομικής κρίσης, στη διάρκεια της οποίας έκλεισαν και σειρά από Μέσα, άνοιξαν καινούργια, ενώ κάποια άλλα άλλαξαν ιδιοκτησιακό καθεστώς. Στη διατριβή παρουσιάζονται και αδημοσίευτα στοιχεία της ΕΣΗΕΑ για τα Μέσα που έκλεισαν στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα.
- Στην παρούσα διατριβή γίνεται και μια καταγραφή του συνδικαλιστικού κινήματος των δημοσιογράφων και των άλλων εργαζομένων στα ΜΜΕ στην Ελλάδα. Η συνολική καταγραφή του ελληνικού συνδικαλιστικού κινήματος των ΜΜΕ απουσιάζει από τη σχετική βιβλιογραφία.
- Παρουσιάζονται αδημοσίευτα στοιχεία για την ανεργία των δημοσιογράφων και των διοικητικών υπαλλήλων των ΜΜΕ στην Ελλάδα. Τα στοιχεία προέρχονται από τα δύο ταμεία Τύπου, το συνταξιοδοτικό ταμείο *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* και το ταμείο περίθαλψης και επικούρησης *ΕΔΟΕΑΠ*. Τα στοιχεία απεικονίζουν τα επιδόματα

ανεργίας που δίνει το *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* και τις εργοδοτικές εισφορές, καθώς και τις εργοδοτικές εισφορές και τις εισφορές ασφαλισμένων του *ΕΔΟΕΑΠ*, που αμφότερα δείχνουν την εξέλιξη της ανεργίας. Τα στοιχεία των ταμείων, αφορούν του μεν *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* τους δημοσιογράφους όλης της Ελλάδας και τους διοικητικούς υπαλλήλους της Αθήνας και της Μακεδονίας –Θράκης, ενώ του *ΕΔΟΕΑΠ* τους δημοσιογράφους και διοικητικού υπαλλήλους της Αθήνας και Μακεδονίας-Θράκης. Επίσης παρουσιάζονται αδημοσίευτα στοιχεία για τον αριθμό των ανέργων από την *ΕΣΗΕΑ*, τα οποία αφορούν μόνο τους δημοσιογράφους μέλη της

- Παρουσιάζονται αδημοσίευτα στοιχεία για το ύψος του αγγελιοσήμου στην Ελλάδα, τα οποία δείχνουν και τη διακύμανση της διαφημιστικής δαπάνης. Τα αδημοσίευτα στοιχεία για το αγγελιόσημο προέρχονται από τα δύο ταμεία, το *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* και τον *ΕΔΟΕΑΠ*.
- Το εμπειρικό μέρος είναι επίσης μια σημαντική συνεισφορά της παρούσας διατριβής στην έρευνα. Τούτο διότι είναι από τις λίγες φορές που επαγγελματίες δημοσιογράφοι μέλη των Ενώσεων Συντακτών της χώρας απαντούν σε μια επιστημονική έρευνα για τα εργασιακά, αλλά και το σύνολο των θεμάτων που τους αφορούν. Το ερωτηματολόγιο είναι αναλυτικότατο και καταγράφει το σύνολο του εργασιακού φάσματος της δημοσιογραφίας, αλλά και ζητήματα, όπως η τεχνολογική αλλαγή και το νέο επικοινωνιακό τοπίο, το συνδικαλιστικό κίνημα των ΜΜΕ, η δεοντολογία, καθώς και τις απόψεις των ερωτώμενων για το μέλλον τους στο επάγγελμα.
- Το εμπειρικό μέρος της έρευνας μαζί με τα αδημοσίευτα στοιχεία των δύο ταμείων Τύπου και της *ΕΣΗΕΑ* βοηθούν σε μια συνολική καταγραφή του εργασιακού τοπίου της δημοσιογραφίας στην Ελλάδα. Αυτή η συνολική καταγραφή του εργασιακού τοπίου των δημοσιογράφων στην Ελλάδα, θεωρούμε πως αποτελεί και τη μεγαλύτερη συνεισφορά της παρούσας διατριβής στη σχετική έρευνα. Μια τέτοια καταγραφή και προσέγγιση στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην Ελλάδα και τη μεταβολή τους στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, αλλά και σε συνθήκες τεχνολογικής αλλαγής απουσιάζει από την ελληνική βιβλιογραφία, με αποτέλεσμα η παρούσα διατριβή να φιλοδοξεί να καλύψει το σχετικό κενό που υπάρχει.

Α' ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΚΑΙ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

1.1 Η μετάδοση της πληροφορίας και οι πρώτες ειδήσεις

Οι εξελίξεις που έχουν σημειωθεί τα τελευταία χρόνια λόγω της παγκοσμιοποίησης έχουν επηρεάσει και τον τομέα της δημοσιογραφίας. Η παγκοσμιοποίηση των αγορών συνέβαλλε στην παγκοσμιοποίηση των ΜΜΕ και όπως σημειώνει ο Παπαθανασόπουλος (2005), συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη της παγκόσμιας επικοινωνιακής βιομηχανίας. Οι μεταβολές αυτές γίνονται ακόμη πιο έντονες, λόγω της οικονομικής κρίσης και των υφεσιακών πολιτικών, αλλά και λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης. Για την κατανόησή τους, την επιρροή τους στην άσκηση του επαγγέλματος του δημοσιογράφου και τον τρόπο λειτουργίας των σύγχρονων Μέσων ενημέρωσης, είναι απαραίτητο να αναλυθεί πρώτα απ' όλα η πορεία της δημοσιογραφίας και των ΜΜΕ σε διεθνές επίπεδο. Θα επιχειρηθεί να γίνει μια ιστορική αναδρομή που θα ξεκινά από την πρώτη μετάδοση της πληροφορίας και θα φθάνει έως και τη σημερινή εποχή του διαδικτύου και των ραγδαίων τεχνολογικών μεταβολών. Αυτή την πορεία, θα επιχειρήσουμε να τη δούμε και να την καταγράψουμε σε σχέση και με τις κοινωνικές, πολιτικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις και αλλαγές που συμβαίνουν κάθε φορά, διότι όπως θα φανεί στη συνέχεια, είναι σε απόλυτη συνάρτηση με αυτές.

Η ανάπτυξη της επικοινωνίας αποδίδεται στην ανάγκη μετάδοσης της πληροφορίας. Αρχικά γινόταν με τη δημόσια γνωστοποίηση ενός γεγονότος μέσω της ερμηνείας διάφορων οπτικών σημείων ή συμβόλων, αλλά πολλές φορές η ερμηνεία τους οδηγούσε σε λάθος συμπέρασμα. Για να ξεπεραστεί το πρόβλημα των διττών ερμηνειών των οπτικών σημείων και των συμβόλων, η μετάδοση της πληροφορίας άρχισε να γίνεται από στόμα σε στόμα και έτσι καθιερώθηκε η χρήση αγγελιοφόρων.¹ Στη συνέχεια, στην προφορική παράδοση για τη μετάδοση της πληροφορίας προστέθηκε το γραπτό κείμενο. Στα ελληνιστικά χρόνια δημιουργήθηκε μια πρώτη μορφή εφημερίδων που ως στόχο είχαν την ημερήσια καταγραφή των νέων που

¹ Το πιο συμβολικό ίσως γεγονός της ιστορίας μετάδοσης της πληροφορίας με τον τρόπο αυτό είναι σύμφωνα με τον Jeanneney (1999, σελ.36), η μετάδοση της πληροφορίας της νίκης των Ελλήνων επί των Περσών στη μάχη του Μαραθώνα το 490 π.Χ. από τον αγγελιοφόρο μαραθωνοδρόμο.

αφορούσαν στις πολεμικές αποστολές του Μεγάλου Αλεξάνδρου. Μερικά χρόνια αργότερα, αυτός ο πρώτος τύπος εφημερίδας εμφανίζεται και στην αρχαία Ρώμη κατά τον 1ο αιώνα π.Χ., όταν με εντολή του Ιούλιου Καίσαρα εκδίδονταν τα *actadiurna*, μια φθηνή μορφή παπύρου που περιείχε πολιτικές ειδήσεις και άλλες πληροφορίες για την επικαιρότητα (Jeanneney, 1999; Πασχαλίδης, 2005).

Από τον 13^ο αιώνα και μετά ξεκινά να αναπτύσσεται ένα παγκόσμιο δίκτυο πληροφοριών που ενισχύεται από τις παγκόσμιες ανακαλύψεις της εποχής και την Αναγέννηση και από τον 15^ο αιώνα ξεκινούν οι χειρόγραφες ειδήσεις που αποτέλεσαν τον πρόδρομο των εφημερίδων. Ουσιαστικά, η ανάπτυξη της γραπτής μετάδοσης της πληροφορίας προωθήθηκε τον 15^ο αιώνα, δίνοντας έμφαση στη σημασία της τεκμηρίωσης των μεταδιδόμενων πληροφοριών για τους δέκτες, αλλά και για τους ίδιους τους πομπούς της πληροφορίας (Jeanneney, 1999).

Το γεγονός που άλλαξε το ρουν της ιστορίας ήταν η ανακάλυψη της τυπογραφίας από τον Γουτεμβέργιο το 1438 στο Στρασβούργο.² Το πρώτο κείμενο που τύπωσε ο εφευρέτης της τυπογραφίας ήταν η Αγία Γραφή, ενώ το πρώτο βιβλίο τυπώθηκε στη Λυών το 1473 και αμέσως μετά άρχισαν να τυπώνονται τα πρώτα έντυπα που έδωσαν ώθηση στην ανάπτυξη του Τύπου και οδήγησαν στις εφημερίδες. Τα τυπωμένα φυλλάδια της περιόδου εκείνης και όχι τα βιβλία, θεωρείται ότι αποτέλεσαν τον πρόδρομο των εφημερίδων που εμφανίστηκαν περίπου 200 χρόνια μετά την ανακάλυψη της τυπογραφίας και χρησιμοποιούνταν για ενημέρωση καταγραφή, διαφήμιση, παραπλάνηση και κουτσομπολιά (Clark 1962; Jeanneney, 1999; ΜακΚουεϊλ, 2002).

Η εφεύρεση της τυπογραφίας δεν άλλαξε μόνο την επικοινωνία, αλλά και τη ζωή των ανθρώπων. Όπως αναφέρει ο Campbell (2000), η εξάπλωση του εντύπου που έγινε το πρώτο αγαθό μαζικής κατανάλωσης στην Ευρώπη συνέβαλλε στη διαμόρφωση της εθνικής συνείδησης, αλλά και στην πεποίθηση ότι το άτομο έχει αξία. Η εφεύρεση της τυπογραφίας και η κυκλοφορία των πρώτων εντύπων συνέπεσαν με μια σειρά κοινωνικών αλλαγών και μεταρρυθμίσεων που οικοδόμησαν μια διαφορετική κοινωνία.

² Όπως αναφέρει ο Jeanneney (1999), η ανακάλυψη της τυπογραφίας αποτέλεσε ένα ανατρεπτικό γεγονός για τη Δύση, διότι οι Κινέζοι τη γνώριζαν πολλούς αιώνες πριν. Από το 600 μ.Χ. και μετά η Κίνα είχε ανακαλύψει την τυπογραφία και μάλιστα, στη διάρκεια της δυναστείας των Τανγκ, από το 618 έως το 907 μ.Χ., τυπώθηκαν και οι πρώτες εφημερίδες που ήταν μονοσέλιδες.

1.2 Η εμφάνιση των πρώτων εντύπων και ο εκσυγχρονισμός του Τύπου

Η κυκλοφορία των πρώτων εντύπων, βέβαια, ήταν σποραδική και όχι περιοδική. Κυκλοφορούσαν κάποια φυλλάδια με την ονομασία *gazette* στην Ιταλία ή *occasionels* και *canards* (για τα πιο λαϊκά) στην Γαλλία. Η περιοδικότητα στην κυκλοφορία των εντύπων ξεκινά κατά τον 17^ο αιώνα με τη γέννηση του περιοδικού Τύπου στην Ευρώπη, ενώ οι πρώτες εφημερίδες καθημερινής κυκλοφορίας ξεκίνησαν να κυκλοφορούν από τα πρώτα χρόνια του 18^{ου} αιώνα. Η πρώτη εφημερίδα του δυτικού κόσμου ήταν η *Gazette* που ιδρύθηκε το 1631 στη Γαλλία από τον αποκαλούμενο και «πρώτο δημοσιογράφο» Théophraste Renaudot, ενώ η πρώτη καθημερινή εφημερίδα του δυτικού κόσμου ήταν η *Daily Current*, η οποία κυκλοφόρησε το 1702 στην Μεγάλη Βρετανία (Jeanneney, 1999; Σκλαβούνης, 1995; Σπιτερί, 2009).

Οι Κόβατς & Ροζένστιλ (2004) υποστηρίζουν ότι η σύγχρονη δημοσιογραφία άρχισε να εμφανίζεται στις αρχές του 17^{ου} αιώνα μέσα από συζητήσεις ανθρώπων σε δημόσιους χώρους, όπως τα καφενεία της Αγγλίας και οι παμπ της Αμερικής. Ο Jeanneney (1999) αναφέρει ότι από τον 17^ο αιώνα ο Τύπος αρχίζει να αποκτά τα χαρακτηριστικά που εξακολουθεί να έχει και σήμερα, ξεκινά η διαμόρφωση του επαγγέλματος του δημοσιογράφου και ταυτόχρονα ξεκινούν και οι αγώνες για την ελευθερία του, ενώ η σημαντική ανάπτυξη που θα σημειώσει τον 18^ο αιώνα οφείλεται και στον Διαφωτισμό και τις ιδέες του. Ο Μπακουνάκης (2014, σελ.144) τονίζει ότι «η δεκαετία του 1880 σηματοδοτεί τη στροφή προς τη σύγχρονη δημοσιογραφία σε όλα σχεδόν τα κράτη της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής», ενώ ο Σκλαβούνης (1995) σημειώνει πως ο 17^{ος} και 18^{ος} αιώνας αποτέλεσαν το υπόβαθρο της σύγχρονης δημοσιογραφίας, με τον 19^ο αιώνα και κυρίως στα χρόνια από το 1870 μέχρι τον Α' παγκόσμιο πόλεμο, να σημειώνει πολύ μεγάλη ανάπτυξη. Λόγω της ανάπτυξης αυτής, ο Jeanneney (1999, σελ. 131) χαρακτηρίζει την περίοδο από το 1870 μέχρι και τον Α' παγκόσμιο πόλεμο ως «τη «χρυσή εποχή» του Τύπου στη διάρκεια της οποίας οι εφημερίδες εδραίωναν τη δύναμή τους, απόντων και άλλων μέσων ενημέρωσης». Οι Μπαρμπιέ & Λαβενίρ (1999, σελ.173) αναφέρουν πως:

«Τα έτη 1850-1890 σηματοδοτούν τη διεθνοποίηση της επικοινωνίας. Τα μεγάλα επικοινωνιακά δίκτυα που γεννήθηκαν τον 19^ο αιώνα συνδέονται και με την ανάπτυξη της δημοκρατίας, ενώ πρόκειται για τεχνολογίες που θα χρησιμοποιηθούν εκ νέου στα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας του τέλους του 20^{ου} αιώνα».

Κατά την περίοδο αυτή, τα χαρακτηριστικά της οποίας είναι κοινά για τις χώρες της Δύσης, σημειώνεται σημαντική τεχνολογική πρόοδος που δίνει ώθηση στην ανάπτυξη της δημοσιογραφίας. Τα πιεστήρια³ εκσυγχρονίζονται, ανακαλύπτονται οι λινότυπικές μηχανές⁴ και όλα αυτά συμβάλλουν στην αύξηση του αριθμού των σελίδων των εφημερίδων, την καλύτερη εικονογράφησή τους και την καλύτερη ποιότητα εκτύπωσης. Μία πολύ σημαντική τεχνολογική μεταβολή, η οποία ευνόησε την ανάπτυξη του Τύπου και της δημοσιογραφίας ήταν ο τηλεγράφος που είχε ανακαλυφθεί ήδη από το 1837 και έδωσε νέες δυνατότητες στην αποστολή μηνυμάτων. Μέσω του τηλεγράφου επιταχύνθηκε η διάδοση των πληροφοριών, σε ιδιωτικό και δημόσιο επίπεδο.⁵ Έτσι, σε αντίθεση με το παρελθόν, πλέον ποικίλες ειδήσεις, όπως ήταν οι κυβερνητικές αποφάσεις, οι ειδήσεις επιχειρηματικού τομέα, τα μετεωρολογικά νέα, τα ατυχήματα και οι ειδήσεις για φυσικές καταστροφές μεταδίδονταν ταχύτερα και παράλληλα, σημειώθηκε και μεγάλη ανάπτυξη πρακτορείων Τύπου και ειδησεογραφικών πρακτορείων (Μπαρμπιέ & Λαβενίρ, 1999).

Ο τηλεγράφος όριζε τη χρήση της συντομίας και υιοθετήθηκε ο δημοσιογραφικός κανόνας της ανεστραμμένης πυραμίδας, που έχει ακόμη και σήμερα ισχύ, όπου προηγείται η είδηση και ακολουθούν οι λεπτομέρειες, οι αντιδράσεις και ο κανόνας των 5 W (Who, What, Where, When, Why), τα οποία πέντε ερωτήματα πρέπει να εντοπίζονται ήδη από την εισαγωγή κάθε ειδησεογραφικού κειμένου (Παπαδημητρίου & Μπάλτα, 1993). Ο τηλεγράφος επέφερε αλλαγές όχι μόνο στη μορφή της είδησης, αλλά και στο περιεχόμενο των εφημερίδων. Έτσι, ενώ αρχικά υπήρχαν εφημερίδες με άρθρα γνώμης και σχολιασμού πολιτικής επικαιρότητας, μετά την εισαγωγή του τηλεγράφου πλέον η εφημερίδα απέκτησε ρόλο ενημερωτικό για τα τρέχοντα γεγονότα. Επίσης, μεγάλη βαρύτητα δινόταν και στην εγκυρότητα της πληροφορίας και την ταχύτητα που θα έφτανε αυτή σε κάθε αναγνώστη.

³ Το 1814 χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά στον κόσμο το ατμοκίνητο πιεστήριο από τους *Times*, οι οποίοι το 1853 χρησιμοποίησαν περιστροφικά πιεστήρια αυξάνοντας σημαντικά τον αριθμό των φύλων που τύπωναν (Μπαρμπιέ & Λαβενίρ, 1999).

⁴ Η λινότυπία εισήχθη το 1886 και επιτάχυνε τις εξελίξεις στην παραγωγή των εφημερίδων, αφού για πρώτη φορά μετά την εποχή του Γουτεμβέργιου, άλλαξε ο τρόπος στοιχειοθεσίας των σελίδων (Μπακουνάκης, 2014).

⁵ Το τηλεγραφικό δίκτυο που ξεκίνησε τον 19^ο αιώνα ήταν κρατικό στην Ευρώπη και ιδιωτικό στις ΗΠΑ, όπου το 1866 κυριάρχησε η εταιρεία *Western Union* (Μπαρμπιέ & Λαβενίρ, 1999).

Μία ακόμη σημαντική αλλαγή ήταν η αναβάθμιση των ταχυδρομικών υπηρεσιών. Ήδη από το 1780, οι ταχυδρομικές άμαξες ήταν ελαφρύτερες και οι δρόμοι βελτιωμένοι. Ακόμη, οι ταχυδρομικές υπηρεσίες και αντίστοιχα και ο Τύπος αναπτύχθηκαν με την επέκταση των σιδηροδρομικών δικτύων, μετά το 1850. Κατά το 1880-1913, το σιδηροδρομικό δίκτυο διπλασιάστηκε σε Γαλλία, Γερμανία, Ελβετία, Σουηδία και Ολλανδία. Η ταχύτητα με την οποία αναπτύχθηκε και εξελίχθηκε το σιδηροδρομικό δίκτυο σε όλη την επικράτεια του αναπτυγμένου κόσμου κατά τον 19^ο-20^ο αιώνα, ήταν πρωτοφανής (Hobsbawm, 2000). Ο Σπιτερί, μάλιστα, (2009, σελ.31) αναφέρει για την σημαντική συμβολή των ταχυδρομικών υπηρεσιών ότι «ο Τύπος ήταν περισσότερο τέκνο του ταχυδρομείου, παρά της τυπογραφίας». Παράλληλα με την χερσαία ανάπτυξη του σιδηροδρομικού δικτύου, αναπτύχθηκε και το θαλάσσιο δίκτυο. Έτσι, μετά από το άνοιγμα της διώρυγας του Σουέζ, από το 1869, άρχισαν να κατασκευάζεται η διώρυγα του Παναμά, διευκολύνοντας τις θαλάσσιες συγκοινωνίες. Με τη βελτίωση των μέσων μεταφοράς, βελτιώθηκε ομοίως και το δίκτυο των ταχυδρομικών υπηρεσιών.⁶ Τα άνωθεν γεγονότα και εξελίξεις ευνόησαν περαιτέρω και την ταχύτητα μεταφοράς των μηνυμάτων και ειδήσεων.

Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα και παράλληλα με τον εκσυγχρονισμό της τυπογραφίας, ο Τύπος ανθίζει. Η τυπογραφία έχει συμβάλλει στην αύξηση της οργάνωσης των εφημερίδων που πια εκδίδονταν τις βραδινές ώρες, λίγο πριν από την κυκλοφορία τους, ώστε να εμπεριέχουν ακόμη και τις πιο τελευταίες ειδήσεις. Ταυτόχρονα έχουν ιδρυθεί τα πρακτορεία διανομής που συνέβαλλαν στην καλύτερη διακίνηση του Τύπου. Επίσης, αναφορικά με το περιεχόμενο των εφημερίδων της εποχής, έχει μεταβληθεί και αυτό, καθώς έχει γίνει ακόμη πιο δημοφιλές. Παράδειγμα αποτελεί η δημοσίευση εφημερίδας με σειρά μυθιστορημάτων σε συνέχειες. Ένα ακόμη σκεπτικό και τακτική της εποχής κατά την έκδοση των εφημερίδων ήταν να γίνουν οι εφημερίδες ακόμη πιο εντυπωσιακές. Για το σκοπό αυτό, εισήγαγαν οπτικές καινοτομίες. Επιπλέον, έγιναν αλλαγές στη διάταξη των κειμένων, το θέμα προβαλλόταν στην αρχική σελίδα της εφημερίδας, γινόταν παιχνίδι με τυπογραφικά στοιχεία χρησιμοποιούνταν μεγάλα και διαφορετικής μορφοποίησης γράμματα στους τίτλους, καθιερώθηκαν μόνιμες στήλες, εισήχθη η εικονογράφηση. Με τον τρόπο

⁶Πρέπει να αναφερθεί πως για τη μετάδοση των μηνυμάτων στο πρώτο μισό του 19^{ου} αιώνα είχαν καθιερωθεί και τα ταχυδρομικά περιστέρια. Από το 1835 τα χρησιμοποιούσε το γαλλικό πρακτορείο ειδήσεων *Havas*, οι *Times* του Λονδίνου το 1837 και οι εφημερίδες της Νέας Υόρκης τη δεκαετία του 1840 (Ψυχογιός, 2003).

αυτό, οι εφημερίδες έγιναν ακόμη πιο εντυπωσιακές και ελκυστικές (Παπαδημητρίου & Μπαλτά, 1993).

1.3 Penny press, εμπορευματοποίηση και «κίτρινος» Τύπος

Παρά τον εκσυγχρονισμό και την τεχνολογική εξέλιξη, έπρεπε να ξεπεραστούν προβλήματα, όπως το μεγάλο οικονομικό κόστος των εφημερίδων, των οποίων η λειτουργία αρχικά ήταν συνδρομητική και ότι ελάχιστοι είχαν αναγνωστικές ικανότητες, με αποτέλεσμα οι εφημερίδες να απευθύνονται κατά κόρον σε άτομα με οικονομική επιφάνεια και σχετικά με την πολιτική και το εμπόριο. Όλα αυτά άρχισαν να μεταβάλλονται μετά τη δεκαετία του 1830. Τότε ήταν που στις ΗΠΑ κυκλοφόρησαν οι λεγόμενες *penny press*, εφημερίδες που το κόστος τους ήταν ένα σεντ και απευθυνόταν όχι μόνο σε συνδρομητές, αλλά και σε ενδιαφερομένους αγοραστές του δρόμου.⁷ Ο Μπακουνάκης (2014), αναφέρει ότι οι *penny press* ή *penny papers* άρχισαν να κυκλοφορούν στα ΗΠΑ το 1833 και λίγο αργότερα εμφανίστηκαν στην Ευρώπη, στην οποία αποκαλούνταν *αναγνώσματα της πεντάρας*. Οι πρώτες *penny press* στη Βρετανία κυκλοφόρησαν τη δεκαετία του 1850 και στη Γαλλία τη δεκαετία του 1860

Ο Μπακουνάκης (2014) κάνει λόγο για «επανάσταση του penny press», αφού η τιμή των εφημερίδων μειώθηκε από έξι σε ένα σεντ και δημιούργησαν ένα νέο οικονομικό μοντέλο που ακολούθησε αρχικά ο αμερικάνικος και εν συνεχεία ο ευρωπαϊκός Τύπος, αλλά προσθέτει, πως ο προσδιορισμός *penny*, δεν είναι μόνο οικονομικός, είναι και ειδολογικός, διότι παραπέμπει σε ένα είδος λαϊκής αφήγησης που για τη δημοσιογραφία είναι η ιστορία με ανθρώπινο ενδιαφέρον. Έως τότε οι εφημερίδες περιείχαν άρθρα με πολιτικές αναλύσεις και απευθυνόταν σε μορφωμένη μερίδα πληθυσμού και όχι στο μέσο πολίτη. Με όλα τα παραπάνω συμφωνούν και άλλοι ερευνητές του πεδίου, όπως ο Daly (2012) που αναφέρει ότι η πρώτη *penny press* της ιστορίας εμφανίστηκε το 1833 και ήταν η εφημερίδα *Sun* της Νέας Υόρκης.

Ο Daly (2012) εξηγεί και ότι η εξάρτηση από την πολιτική και τα κόμματα που είχαν οι εφημερίδες έως τότε είχε και έναν ακόμη λόγο, την επιβίωση των εφημερίδων που για να το πετύχουν αυτό, έπαιρναν θέση υπέρ του ενός ή του άλλου

⁷ Οι εφημερίδες πωλούνται πλέον στους δρόμους από τα παιδιά εφημεριδοπώλες, τα λεγόμενα *newsboys*. Η πρώτη τους εμφάνιση χρονολογείται το 1833 στη Νέα Υόρκη για τη διανομή της εφημερίδας *The New York Sun* (Μπακουνάκης, 2014).

κόμματος και πολιτικών. Με την εμφάνιση των *penny press*, οι εφημερίδες άρχισαν να απευθύνονται σε ένα νέο κοινό και εκτός από πολιτικές ειδήσεις περιείχαν αστυνομικές, δικαστικές και ανθρώπινες ιστορίες, αφηγήσεις από την καθημερινότητα των ανθρώπων δίνοντας μια νέα διάσταση στο «ιδιωτικό» και την «ιδιωτικότητα» και αυξάνοντας σημαντικά την κυκλοφορία τους. Ταυτόχρονα, λόγω και των τεχνολογικών αλλαγών που έχουν σημειωθεί, ξεκινά από το 1830 και μετά και η λεγόμενη «εμπορευματοποίηση του Τύπου», με τις επιχειρήσεις που εξέδιδαν εφημερίδες να μεγαλώνουν, να διαθέτουν περισσότερους εργαζόμενους, να εισάγουν τη νέα τεχνολογία της εποχής και να αυξάνουν σημαντικά την κυκλοφορία τους. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Daly (2012, σελ. 456), «από μαγαζιά έγιναν εργοστάσια» (Daly, 2012; Douglas, 1999; Μπακουνάκης, 2014).

Αυτός ο νέος τρόπος αντίληψης για την ειδησεογραφία και το περιεχόμενο των εφημερίδων δέχθηκε κριτική. Είναι η περίοδος που έχει ξεκινήσει η εμπορευματοποίηση του Τύπου και η οι περισσότεροι εκδότες στοχεύουν πρωτίστως στο κέρδος, αφήνοντας σε δεύτερη μοίρα την ποιότητα. Είναι η περίοδος που καθιερώνεται ο όρος *κίτρινος Τύπος*. Όπως μας πληροφορεί ο Μπακουνάκης (2014), ο όρος *penny press* έλαβε απαξιωτική συνδήλωση, διότι παρέπεμπε σε «παραλογοτεχνικά» αφηγήματα, δηλαδή σε υπερβολικές ή και ψεύτικες ειδήσεις και ιστορίες που κινούνταν μεταξύ πραγματικότητας και φαντασίας.⁸ Τέτοια ήταν στα τέλη της δεκαετίας του 1890 στις ΗΠΑ και τα ρεπορτάζ των εφημερίδων *World* του Joseph Pulitzer και ιδιαίτερα της *Journal* του William Randolph Hearst, αντιπροσωπευτικά δείγματα αυτού που ονομάσαμε νωρίτερα «εμπορευματοποίηση του Τύπου». Ο ανταγωνισμός των δύο εντυπωσιοθηρικών εντύπων επεκτάθηκε και στη διεκδίκηση του comic *Το κίτρινο παιδί* και του δημιουργού του Richard Felton Outcault. Το κίτρινο νυχτικό του ήρωα του comic γέννησε τον όρο *κίτρινη δημοσιογραφία* (Daly, 2012; Μπακουνάκης, 2014).

Η απώλεια των εσόδων που προέκυψε από τη μείωση της τιμής των εφημερίδων με την καθιέρωση των *penny press* καλύφθηκε από τη διαφήμιση που πλέον καθιερώνεται ως κύρια πηγή εσόδων. Ο Dominick (1990) αναφέρει ότι η περίοδος αυτή οδήγησε σε νέες οικονομικές πολιτικές των εφημερίδων, νέες κατηγορίες ειδήσεων, νέους τρόπους διακίνησης και συλλογής των πληροφοριών. Οι

⁸ Η πιο χαρακτηριστική ίσως περίπτωση τέτοιας ιστορίας, είναι αυτή που δημοσίευσε η εφημερίδα *Sun* το 1835 για τη ζωή στη Σελήνη και η οποία θεωρείται ως η πρώτη δημοσιογραφική απάτη (hoax) της ιστορίας (Μπακουνάκης, 2014).

προαναφερθείσες μεταβολές αποτέλεσαν έναν ακόμη λόγο αλλαγής των δεδομένων και του κοινού στο οποίο απευθυνόταν οι εφημερίδες, που πλέον δεν ήταν μόνο οι εύποροι, οι σχετικοί με την πολιτική και οι μεσοαστοί, αλλά κάθε άτομο της εργατικής τάξης με περιορισμένη μόρφωση. Έτσι, εφόσον αυξήθηκε το κοινό των αναγνωστών αριθμητικά, αυξήθηκαν σταδιακά και τα έσοδα από τις πωλήσεις τους, οπότε και διευρύνθηκε η μαζική αγορά για τα αγαθά, υλικά και μη, κάτι που είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των θέσεων εργασίας και την πρόσληψη περισσότερων δημοσιογράφων που ήταν αναγκαίοι προκειμένου οι εφημερίδες να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις νέες αυξημένες απαιτήσεις που υπήρχαν.

1.4 Ο ρόλος των πρακτορείων ειδήσεων

Πολύ σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της δημοσιογραφίας και τη διακίνηση της πληροφορίας διαδραμάτισαν τα πρακτορεία ειδήσεων, η ίδρυση και ανάπτυξη των οποίων ήταν αποτέλεσμα και της τεχνολογικής προόδου που σημειώθηκε κατά τον 19^ο αιώνα που εξ αυτού του λόγου υπήρξε καταλυτικός στις εξελίξεις στη δημοσιογραφία και την επικοινωνία. Στην περίοδο αυτή ανακαλύφθηκαν ο τηλεγράφος (1837), το τηλέφωνο (1876), το φωνόγραφο (1877), ο κινηματογράφος (1894) και η αποστολή μηνυμάτων μέσω των ερτζιανών κυμάτων (1898, 1899) που αποτέλεσε το πρόδρομο του ραδιοφώνου. Η τεχνολογική εξέλιξη οδήγησε την αποστολή των μηνυμάτων από τα εκπαιδευμένα ταχυδρομικά περιστέρια να γίνεται μέσω του τηλεγράφου και να ξεκινά έτσι στα μέσα του 19^{ου} αιώνα η διανομή των ειδήσεων από τα πρακτορεία ειδήσεων που ταυτόχρονα ήταν δίαυλος επικοινωνίας και συνδετικός κρίκος χωρών και ηπείρων (Χριστοδουλίδης, 2009).

Ο Daly (2012) μιλά για έναν νέο τρόπο συλλογής ειδήσεων, ο Μπακουνάκης (2014) αναφέρει ότι τα πρακτορεία βοήθησαν σημαντικά στην εξωστρέφεια των εφημερίδων και στην αδυναμία τους να ανταποκριθούν στην κάλυψη των διεθνών γεγονότων με ίδια μέσα, ενώ ο Jeanneney (1999) τονίζει πως την εποχή που η αγορά της πληροφόρησης παγκοσμιοποιείται χάρη στις τεχνικές προόδους, οι εφημερίδες δεν μπορούν να αντέξουν το κόστος της συντήρησης δικτύου ανταποκριτών και για αυτό τα πρακτορεία δίνουν λύση στο πρόβλημα και αποκτούν τεράστια σημασία. Σύμφωνα με τον Χριστοδουλίδη (2009), τα πρακτορεία ειδήσεων που αρχικά μετέδιδαν οικονομικές ειδήσεις που συχνά συνδέονταν με στρατιωτικά γεγονότα, απέκτησαν από τον 19^ο αιώνα κιόλας, θέση κλειδί στη διαδικασία της ταχείας,

χαμηλού κόστους και αξιόπιστης διανομής της είδησης, κάτι που σε γενικές γραμμές ισχύει μέχρι και σήμερα.

Το πρώτο πρακτορείο ειδήσεων ιδρύθηκε το 1835 στο Παρίσι από τον Charles Louis Havas και έφερε το όνομά του. Ο Jeanneney (1999), που σημειώνει πως η ανάπτυξη της αγοράς των ειδήσεων αρχίζει με την ίδρυση των πρακτορείων ειδήσεων, αναφέρει ότι με το Havas συνδυάστηκε για πρώτη φορά η λειτουργία της πληροφόρησης με την διαφήμιση, ενώ ο Χριστοδουλίδης (2009), θεωρεί πως τα πρακτορεία ήταν αυτά που μετέτρεψαν την είδηση σε προϊόν, κάτι που ισχυρίζεται και ο ΜακΚουέιλ (2002, σελ. 257), ο οποίος σημειώνει ότι «οι ειδήσεις ήταν το πρώτο προϊόν που «εμπορευματοποιήθηκε διαμέσου των διεθνών πρακτορείων ειδήσεων». Τα τελευταία είναι στην ουσία «χονδρέμποροι των ειδήσεων» και τις αντιμετωπίζουν σαν εμπόρευμα». Το πρακτορείο Havas που μετονομάστηκε σε *Agence France Presse* (AFP)⁹ εξακολουθεί να κυριαρχεί μέχρι.

Το ίδιο ισχύει και για το *Reuters* που ιδρύθηκε το 1850 στο Λονδίνο από τον Paul Julius Reuter. Το 1848 ιδρύθηκε στις ΗΠΑ από τον συνασπισμό έξι εφημερίδων ένα πρακτορείο που επίσης κυριαρχεί μέχρι και σήμερα, το *Associated Press*. Πρόκειται για ένα πρακτορείο που διαδραμάτισε και εξακολουθεί να το κάνει, σημαντικό ρόλο στο μετασχηματισμό και την εξέλιξη- και τεχνολογικά- της δημοσιογραφίας στις ΗΠΑ και ιδιαίτερα στην αντικειμενικότητα του Τύπου (Daly, 2012). Το 1849 ιδρύθηκε στην Γερμανία το πρακτορείο *Wolff Telegraph Agency* από τον Bernard Wolff.¹⁰ Η Ρωσία απέκτησε το δικό της πρακτορείο το 1904 με την ονομασία *SPTA-Vestmi*, το οποίο υπάρχει ακόμη με το όνομα *ITAR-TASS* (Jeanneney, 1999; ΜακΚουέιλ, 2002; Μπακουνάκης, 2014; Χριστοδουλίδης, 2009).

Τη μεγάλη σημασία των πρακτορείων ειδήσεων αντιλήφθηκαν πολύ γρήγορα οι κυβερνήσεις που προσπάθησαν να τα θέσουν υπό την επιρροή τους. Η κυβερνητική παρέμβαση ήταν μια συνήθης πρακτική, η οποία, όμως, δεν μπορούσε και δεν επιχειρήθηκε να είναι μεγάλη, καθώς σε διαφορετική περίπτωση θα έχαναν την αξιοπιστία τους. Για το δυτικό αξιακό σύστημα, άλλωστε, η χρηματοδότηση ή ο έλεγχος από το κράτος θα τα έκανε μη αξιόπιστα, καθώς θα περιοριζόταν η

⁹ Μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο το πρακτορείο διαχωρίστηκε, τη λειτουργία της πληροφόρησης ανέλαβε το AFP και τα διαφήμισης το Havas (Jeanneney, 1999).

¹⁰ Οι Paul Julius Reuter και Bernard Wolff πριν ιδρύσουν τα αντίστοιχα πρακτορεία ειδήσεων υπήρξαν υπάλληλοι του Charles Louis Havas (Jeanneney, 1999).

ανεξαρτησία της δράσης τους, αλλά και η αντικειμενικότητα της κριτικής τους από τις κυβερνητικές ενέργειες (Jeanneney, 1999).

Ο Χριστοδουλίδης (2009) αναφέρει πως η ίδρυση των πρακτορείων στα μέσα του 19^{ου} αιώνα δεν ήταν τυχαία και για ένα άλλο λόγο, διότι συνδέθηκαν και αναπτύχθηκαν μαζί με την αποικιοκρατία και ικανοποιούσαν οικονομικούς, στρατιωτικούς και πολιτικούς στόχους. Υπό αυτή την έννοια δεν είναι επίσης τυχαίο το ότι τα ευρωπαϊκά πρακτορεία ειδήσεων είχαν εξ αρχής σφαίρες επιρροής. Το 1870, μάλιστα, υπεγράφη και σύμφωνο για τις ζώνες επιρροής του καθενός, σύμφωνα με το οποίο το *Havas* κυριαρχούσε στις γαλλικές αποικίες της Αφρικής, της Βόρειας Αμερικής και στις λατινογενείς χώρες της Μεσογείου, το *Wolff* στην κεντρική και την ανατολική Ευρώπη και το *Reuters* σε όλες τις βρετανικές αποικίες και την Άπω Ανατολή. Μέχρι και το τέλος του ψυχρού πολέμου και την κατάρρευση του κομμουνιστικού κόσμου, ο ρόλος των πρακτορείων ειδήσεων ήταν και γεωπολιτικός.

Αν επιχειρηθεί να δοθεί ένας ορισμός στα πρακτορεία ειδήσεων, αυτός θα μπορούσε να είναι ο ορισμός που δίνει ο Χριστοδουλίδης (2009, σελ. 19), σύμφωνα με τον οποίο «αποτελούν επιχειρήσεις διαφόρων νομικών μορφών που συλλέγουν, επεξεργάζονται και διανέμουν ειδήσεις και πληροφορίες που είναι αναγκαίες στην κοινωνία σε όλες τις δυνατές μορφές (κείμενο, φωτογραφίες, ήχο, κινούμενη εικόνα, γραφικές παραστάσεις)». Με την έννοια των οργανισμών, τα διεθνή πρακτορεία ειδήσεων διαθέτουν ειδικευμένο προσωπικό που αναλαμβάνει τη συλλογή και συγγραφή ειδήσεων που προέρχονται από άλλες περιοχές της ίδιας χώρας ή από άλλες χώρες, ενώ δική τους υποχρέωση είναι και η διανομή ειδήσεων σε άλλα μέσα, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς οργανισμούς, κρατικές υπηρεσίες και άλλα κέντρα χρήσης ή μετάδοσης. Το ότι αποδέκτες των προϊόντων τους είναι κατά βάση ΜΜΕ και όχι κοινό αποτελεί και την μεγάλη τους ιδιομορφία, αλλά και ένα σημαντικό παράγοντα αξιοπιστίας και ποιοτικής ενημέρωσης. Στόχος τους είναι η μετάδοση με μεγάλη ταχύτητα αξιόπιστων πληροφοριών υπό τη μορφή κειμένου, οπτικοακουστικού υλικού, φωτογραφιών και σκίτσων, που έχει βοηθηθεί και εξελιχθεί σημαντικά από την ανάπτυξη του διαδικτύου (Ψυχογιός, 2003).

Υπάρχει ποικιλία μορφών σχέσης μεταξύ των διεθνών πρακτορείων και επιμέρους Μέσων Ενημέρωσης. Η πλειοψηφία τους προχωρούν σε αγορά ειδήσεων από εθνικά ή τοπικά πρακτορεία, συμπληρώνονται οι πληροφορίες τους και έτσι αποστέλλονται σε καίρια σημεία. Τα πρακτορεία ειδήσεων προχωρούν σε δημοσίευση ειδήσεων, αλλά και σε διοχέτευση αυτών προς τους πελάτες τους, οι

οποίοι συμβάλλουν στην κάλυψη τους κόστους με τις συνδρομές, διασφαλίζοντας με τον τρόπο αυτό τις υπηρεσίες που ειδικά δεν θα μπορούσαν να έχουν. Σιγά, σιγά τα πρακτορεία διεύρυναν τη δράση τους, αναλαμβάνοντας τη συλλογή και διανομή ειδήσεων με χρηματιστηριακές τιμές, αθλητικό περιεχόμενο, εκλογικά αποτελέσματα, άλλα εξειδικευμένα θέματα, δεδομένα τραπεζών και φωτογραφίες.

Σήμερα, η δράση των ειδησεογραφικών πρακτορείων περιλαμβάνει και το σχολιασμό ειδήσεων, ειδικές στήλες εφημερίδων και φωτογραφική κάλυψη ποικίλων γεγονότων, ακόμη και ειδικά θέματα (μόδα, θρησκευτικά, αθλητικά). Η οργάνωσή τους παίρνει μορφή κοινοπραξίας, γεγονός που ξεκίνησε να υφίσταται ήδη από το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Οι υπηρεσίες τους έχουν επεκταθεί και σε ζητήματα θεάματος και κινηματογράφου. Η Κοινοπραξία των Δημοσιογραφικών Επιχειρήσεων (Newspaper Enterprise Association) στις ΗΠΑ αναλαμβάνει τη διανομή κινηματογραφικών ταινιών και όχι μόνο ειδήσεων (Oliver, 1998).

Τα πρακτορεία αναλόγως της γεωγραφικής τους εμβέλειας μπορούν να χαρακτηριστούν διεθνή, περιφερειακά ή εθνικά. Τα περιφερειακά είναι συνήθως μικρότερης γεωγραφικής εμβέλειας ως προς τη διανομή των ειδήσεων από τα διεθνή. Υπάρχουν επίσης και εναλλακτικά - περιφερειακά πρακτορεία ειδήσεων που λειτουργούν κυρίως συμπληρωματικά προς τα μεγάλα. (Ψυχογιός, 2003).

Ως προς το ιδιοκτησιακό τους καθεστώς τα πρακτορεία είναι συνεταιρισμοί μιντιακών οργανισμών όπως το *Associated Press* και το γερμανικό *DPA*, ιδιωτικές επιχειρήσεις όπως το *Reuters* και το *Bloomberg*, εταιρείες που λειτουργούν ως ιδιωτικές, αλλά ελέγχονται από το κράτος, όπως το *Αθηναϊκό και Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων (ΑΠΕ-ΜΠΕ)*, το γαλλικό *AFP* και το ισπανικό *EFE* και ακραιφνώς δημόσιοι κρατικοί οργανισμοί, όπως είναι το κινεζικό πρακτορείο ειδήσεων *XinHua* (Ψυχογιός, 2003).

Η εξέλιξη της τεχνολογίας φόβισε αρχικά όσους ενασχολούνταν με τη δημοσιογραφία σε πρακτορεία, καθώς θεωρούσαν πως θα μπορούσε να περιορίζει το ζωτικό τους χώρο. Ωστόσο, ουσιαστικά, με την ανάπτυξη της τεχνολογίας, τα πρακτορεία ειδήσεων έγιναν εταιρείες πολυμέσων, με τη σημασία τους για τη διεθνή ενημέρωση ολοένα και να αυξάνεται (Oliver, 1998). Τα μεγάλα πρακτορεία ειδήσεων έγιναν και χονδρέμποροι παροχής τηλεοπτικών υπηρεσιών, με πρόδρομο την αγγλική εταιρεία *Visnews*, που δημιούργησε την τηλεόραση του *Reuters*. Η *WTN* δημιουργήθηκε, επίσης, έπειτα από τις συνεχείς μεταβολές της αμερικανικής εταιρείας *UPITN* (*Untied Press International Television News*). Πρόκειται για τη

δεύτερη μεγαλύτερη εταιρεία παροχής τηλεοπτικών ειδήσεων, με αρχικό κάτοχό της την εταιρεία *Capital Cities Corporation* και μετά την *Disney*, το 1996 (Oliver, 1998).

Όπως τέλος, αναφέρει ο Χριστοδουλίδης (2009), οι τεχνολογικές ανακαλύψεις του 20^{ου} και του 21^{ου} αιώνα, όπως η εφεύρεση της τηλεόρασης, του διαδικτύου, η χρήση των οπτικών ινών και της κινητής τηλεφωνίας καθώς και το πέρασμα στην ψηφιακή τεχνολογία, ήταν καταλυτικές για την εξέλιξη και την ανάπτυξη των πρακτορείων ειδήσεων, αφού επέδρασαν σημαντικά στον όγκο, την ταχύτητα και τη μορφή μετάδοσης των ειδήσεων, καθώς και την πολυμεσική κάλυψη των γεγονότων σε όλο τον πλανήτη και τη διανομή τους μέσω της κινητής τηλεφωνίας και του διαδικτύου. Τα σημερινά πρακτορεία ειδήσεων στις περισσότερες περιπτώσεις, αποτελούν σύγχρονους μιντιακούς οργανισμούς που ακολουθούν τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα της επικοινωνίας, ενώ πολύ σωστά, ο Χριστοδουλίδης (2009), αναφέρει πως τα πρακτορεία ειδήσεων είναι αυτά που εξακολουθούν ακόμη και σήμερα να καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την ατζέντα, την ποιότητα και την ποσότητα της ενημέρωσης.

Μια διαπίστωση που μπορεί να γίνει από τα αναφερθέντα έως τώρα, είναι ότι στη διάδοση του Τύπου συνέβαλλαν πέραν των τεχνολογικών αλλαγών και μια σειρά από άλλους λόγους, όπως η βελτίωση των υποδομών. Σε κάθε περίπτωση, όλες τις αλλαγές θα πρέπει να τις εντάξουμε και σε ένα ευρύτερο σύνολο για να γίνει αντιληπτή η συνεισφορά τους. Θα πρέπει δηλαδή, όπως σημειώνουν και οι Μπαρμπιέ & Λαβενίρ (1999), να τις δούμε μαζί με την πρώτη διεθνοποίηση της οικονομίας, με την άνθηση της αποικιοκρατίας και της μετακίνησης των πληθυσμών και τη μείωση του αναλφαριθμητισμού και βέβαια, με την ενίσχυση των κοινοβουλευτικών διαδικασιών και της δημοκρατίας.

Κατά τον 19^ο αιώνα οι εφημερίδες επωφελήθηκαν από τις οικονομικές αλλαγές και τις δημογραφικές μετατοπίσεις που συνόδευαν την εκβιομηχάνιση. Η συνεχιζόμενη αύξηση της διαφήμισης ενθάρρυνε ολοένα και περισσότερους εκδότες να χαλαρώνουν τους στενούς δεσμούς με κόμματα και πολιτικούς και να επιχειρούν στροφή σε μια πιο ανεξάρτητη δημοσιογραφία. Αυτές οι αλλαγές οδήγησαν στις δεκαετίες του 1920 και 1930 σε μια πιο επαγγελματική και αντικειμενική δημοσιογραφία. Μια δημοσιογραφία που στόχο είχε ή θα πρέπει να είχε τη ελεύθερη ενημέρωση. Όπως σημειώνουν και οι Κόβατς & Ρόζενστιλ (2004, σελ. 22): «Ο βασικός στόχος της δημοσιογραφίας είναι να προσφέρει στους πολίτες την πληροφόρηση που χρειάζονται για να είναι ελεύθεροι και αυτοδιοικούμενοι».

1.5 Επαγγελματοποίηση των δημοσιογράφων

Μέχρι τώρα αναφερθήκαμε στη γέννηση, τα πρώτα βήματα, την εξέλιξη και τον εκσυγχρονισμό της δημοσιογραφίας, η οποία μέχρι το 1880 δεν είχε αποκτήσει τα χαρακτηριστικά του επαγγέλματος, παρά την εξέλιξη και τα βήματα εκσυγχρονισμού που έγιναν. Οι δημοσιογράφοι συγγέρονταν με τους συγγραφείς και η δημοσιογραφία με τη λογοτεχνία (Μπακουνάκης, 2014).

Οι Rottwilm (2014) και Larson (1979) αναφέρουν ότι στα επαγγέλματα υπάρχουν συνήθως ενώσεις εργαζομένων, θεσμοθετημένη εκπαίδευση, αδειοδότηση και κώδικες δεοντολογίας. Οι Örnebring (2009) και Evetts (2006) μιλούν για ενώσεις, επαγγελματική ταυτότητα και δεοντολογία που παρακολουθούνται και λειτουργούν από επαγγελματικά ιδρύματα και ενώσεις, τα οποία προσδίδουν χαρακτήρα επαγγέλματος. Όλα αυτά τα απέκτησε μετά το 1880 η δημοσιογραφία, η επαγγελματοποίηση της οποίας ακολούθησε δύο δρόμους, της εκπαίδευσης και συγκεκριμένα της ειδικής εκπαίδευσης, δηλαδή των σπουδών δημοσιογραφίας και της οργάνωσης μέσα από σωματεία που η κάρτα μέλους είναι ταυτόχρονα δηλωτική μιας επαγγελματικής ταυτότητας (Bardoel & Deuze, 2001; Μπακουνάκης, 2014; Pavlik et al, 2001; Rottwilm, 2014; Yau & Al-Hawamdeh, 2001).

Ο δρόμος, όμως, των δημοσιογράφων προς την επαγγελματοποίηση ήταν μακρύς και δύσκολος. Ακόμη και η ονομασία των επαγγελματιών της ενημέρωσης πέρασε από διάφορα στάδια, τα οποία δείχνουν και τα διάφορα στάδια διαμόρφωσης του επαγγέλματος. Το 1704 εμφανίζεται στη Γαλλία η λέξη *journaliste* που αναφερόταν κυρίως σε αυτούς που έκαναν κριτική βιβλίων και αντικατέστησε τη λέξη *nouvelliste*. Πρέπει να σημειωθεί, πως όταν εμφανίστηκε η λέξη *journaliste*, προσδιόριζε κυρίως αυτόν που παρουσίαζε βιβλία και όπως εξηγεί ο Μπακουνάκης (2014), η λογοτεχνική κριτική στη Γαλλία αναπτύχθηκε κατά το 18^ο αιώνα ως ένα δημοσιογραφικό είδος, κάτι που αποτέλεσε καθαρά μια γαλλική ιδιαιτερότητα και την ιστορική βάση της παρουσίας της λογοτεχνίας στον γαλλικό Τύπο. Αντιθέτως, δημιούργημα του αγγλοσαξονικού κόσμου και συγκεκριμένα των ΗΠΑ, είναι ο όρος *reporter*, που αποτελεί δημιούργημα των *penny press*. Την περίοδο εκείνη, στα μέσα του 18^{ου} αιώνα, στον γαλλικό Τύπο κυριαρχούσαν τα μυθιστορήματα σε συνέχειες που αποτελούν γαλλική ανακάλυψη και στη συνέχεια οι άλλες χώρες τα καθιέρωσαν ως μίμηση της γαλλικής σχολής (Jeanneney, 1999; Μπακουνάκης, 2014).

Το 1843 στη Γαλλία, η λέξη *journaliste*,¹¹ προσδιορίζει τον επαγγελματία της γραφής, τον συγγραφέα και τον δημοσιογράφο, αλλά αποκτά απαξιωτικό χαρακτήρα για τον δημοσιογράφο. Στη Γαλλία, όπου το 1863 εμφανίζεται για πρώτη φορά και η λέξη *journalisme* (δημοσιογραφία),¹² χρησιμοποιούνται και άλλοι όροι που προσδίδουν όχι μόνο απαξιωτικούς χαρακτηρισμούς στον δημοσιογράφο, αλλά περιγράφουν και μια υβριδική κατάσταση του επαγγέλματος. Το 1748 εμφανίστηκε πάλι στη Γαλλία, η λέξη *publiciste*, η οποία αρχικά σήμαινε δημοσιολόγος και ειδικός του δημοσίου δικαίου. Με τη Γαλλική Επανάσταση απέκτησε την έννοια του δημοσιογράφου και παρέπεμπε σε ένα μοντέλο Τύπου ιδεών που επηρέασε και τον ελληνικό Τύπο. Στην ελληνική γλώσσα η λέξη *δημοσιογράφος* εμφανίστηκε για πρώτη φορά το 1826 και αποτέλεσε μετάφραση της λέξης *publiciste*.¹³ Ο όρος *echotier* αναφέρεται σε αυτόν που μεταφέρει την ηχώ ενός πραγματικού ήχου, ο όρος *fait-diversier* σε αυτόν που γράφει ιστορίες με ανθρώπινο ενδιαφέρον, αλλά χωρίς λογοτεχνική υφή και ο όρος *redactuer* που σημαίνει συντάκτης και διαχωρίζεται από τον συγγραφέα (*ecrivain*) ως εξής, ο συγγραφέας δημιουργεί εκ του μηδενός κάτι που είναι δικό του και ο συντάκτης συντάσσει πληροφορίες που δεν είναι δικές του (Jeanneney, 1999; Μπακουνάκης, 2014).

Η στατιστική καταγραφή του επαγγέλματος που ξεκινά σταδιακά σε διάφορες χώρες μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα από το 1881, επιβεβαιώνει τον υβριδικό χαρακτήρα του επαγγέλματος. Στη Γαλλία οι δημοσιογράφοι κατατάσσονται στην κατηγορία *Savants, Hommes de Lettres, Publicistes, Auteurs, Journalistes* (μελετητές, επιστήμονες, δημοσιογράφοι, συγγραφείς, δημοσιογράφοι), στην Αγγλία στην κατηγορία *Authors, editors, journalists*, στην Γερμανία και την Αυστρία στην κατηγορία *Schriftsteller, Privatgelehrte, Journalisten, Privatsekretare, Schreiber* (Συγγραφείς, ιδιωτικοί δημοσιογράφοι, ιδιωτικοί γραμματείς, συγγραφείς), ενώ στην Ελλάδα αρχικά καταγράφονται στην κατηγορία *Δημοσιογράφοι / Journalistes* και στη

¹¹ Όπως αναφέρει ο Μπακουνάκης (2014, σελ. 255), «η λέξη *journaliste* εμφανίστηκε για πρώτη φορά στο κείμενο του Ονόρε ντε Μπαλζάκ «*La Monographie de la presse parisienne*» που εκδόθηκε το 1843 ως κεφάλαιο του συλλογικού τόμου *La Grande Ville. Nouveau tableau de Paris cominique, critique et philosophique* και αποτέλεσε το θεμέλιο λίθο στη διαδικασία συστηματικής απαξίωσης του δημοσιογράφου ως *journaliste* που παρατηρήθηκε στη Γαλλία στη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα και κορυφώθηκε το 1880».

¹² Η λέξη *journalisme* εμφανίστηκε στο λεξικό *Littre* το 1863 ως «πρόσφατος νεολογισμός», όπως αναφερόταν στο λεξικό και σήμαινε «η κατάσταση του δημοσιογράφου» (Μπακουνάκης, 2014).

¹³ Με η λέξη *δημοσιογράφος* απέδωσε τη γαλλική λέξη *publiciste* στα ελληνικά ο Νικόλαος Σπηλιάδης στη μετάφραση του βιβλίου του Louis Edouard Bignon με τίτλο *Les Cabinets et les peuples depuis 1815 jusqu' a la fin de 1822*, το οποίο αναφερόταν στην Ιερά Συμμαχία και την αναγέννηση των ευρωπαϊκών εθνών, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα (Μπακουνάκης, 2014).

συνέχεια στα *Ελευθέρια Επαγγέλματα*. Η πλειοψηφία τους, βέβαια είναι μορφωμένοι και αστοί (Μπακουνάκης, 2014; Σπιτερί, 2009).

Ο πρώτος μη υβριδικός χαρακτηρισμός για τους επαγγελματίες της δημοσιογραφίας είναι ο όρος *reporter*, μια επινόηση της δεκαετίας του 1880 στις ΗΠΑ που αποτελεί δημιούργημα των *penny press*. Σύμφωνα με τον Μπακουνάκη (2014), ο ρεπόρτερ είναι πρωτότυπο δημιούργημα εφημερίδων και δεν είναι υβρίδιο, με την έννοια ότι δεν συμμετέχει σε άλλους χώρους, είναι μόνο δημοσιογράφος, ενώ η εμφάνιση του όρου *reporter* επιταχύνει την επαγγελματοποίηση του δημοσιογράφου, διότι τον χειραφετεί και τον απαλλάσσει από την υβριδική μορφή που είχε τον 19^ο αιώνα. Έτσι λοιπόν, η δημοσιογραφία αποκτά τα χαρακτηριστικά επαγγέλματος το 1880 και από το 1900 ξεκινά και η εκπαίδευση με σπουδές δημοσιογραφίας που είχε ως αφετηρία τις ΗΠΑ. Σημαντικό ρόλο στην εκπαίδευση και τις σπουδές των δημοσιογράφων διαδραμάτισε ο Joseph Pulitzer που από το 1904 είχε επισημάνει με ένα ιστορικό του άρθρο την ανάγκη εκπαίδευσης των δημοσιογράφων από σχολές δημοσιογραφίας¹⁴ και στη συνέχεια χρηματοδότησε την ίδρυση σχολής δημοσιογραφίας στο πανεπιστήμιο *Columbia* της Νέας Υόρκης, η οποία ξεκίνησε τη λειτουργία της το 1912. Προηγουμένως, το 1908 είχε ιδρυθεί σχολή δημοσιογραφίας στο πανεπιστήμιο του Μιζούρι, η οποία ήταν η πρώτη πανεπιστημιακή σχολή δημοσιογραφίας στον κόσμο (Daly, 2012; Μπακουνάκης, 2014).

1.5.1 Ίδρυση σωματείων και συνδικαλιστικών οργανώσεων

Την ίδια περίπου περίοδο με την έναρξη της εκπαίδευσης των δημοσιογράφων ξεκινά και η οργάνωσή τους σε σωματεία, που αποτελεί ένα ακόμη σημαντικό βήμα για την επαγγελματοποίησή τους. Όπως επισημαίνει ο ΜακΚουεϊλ (2002), ορισμένες από τις μορφές που λαμβάνει η επαγγελματοποίηση των δημοσιογράφων είναι η ίδρυση ενώσεων και οι κώδικες δεοντολογίας. Η Δεληγιάννη (2004) τονίζει ότι η ανάγκη διάκρισης του εργαζόμενου δημοσιογράφου από τον ιδιοκτήτη του εντύπου οδηγεί σε προσπάθεια οργάνωσης και κατοχύρωσης του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και αυτή η προσπάθεια περιλαμβάνει και όρους και προϋποθέσεις εισόδου στο

¹⁴ Το άρθρο του Joseph Pulitzer είχε τίτλο *Planning a School of Journalism. The Basic Concept in 1904* και δημοσιεύτηκε τον Μάιο του 1904 στο *The North American Review*.

επάγγελμα, αλλά και την εξασφάλιση της απασχόλησης και την καθιέρωση οικονομικών όρων και απολαβών, ενώ ο Κουζής (2009), ξεκαθαρίζει πως η ιδιότητα του μέλους ενός συνδικαλιστικού σωματείου, είναι εκείνη των μισθωτών με εξαρτημένη σχέση εργασίας, κάτι που τα τελευταία χρόνια, βέβαια, λόγω της μείωσης της μισθωτής εργασίας και της ανάπτυξης ευέλικτων μορφών απασχόλησης, δεν ισχύει απόλυτα στην πράξη. Σε κάθε περίπτωση πάντως, και όπως αναφέρουν και οι Hallin & Mancini (2004), τα συνδικάτα είναι το κλειδί της επαγγελματικής οργάνωσης των δημοσιογράφων.

Τα πρώτα βήματα οργάνωσης των δημοσιογράφων σε σωματεία διεθνώς έγιναν το 1893, όταν στο Λονδίνο διεξήχθη δημοσιογραφικό συνέδριο με τη συμμετοχή εκπροσώπων από τη Μεγάλη Βρετανία, τη Γαλλία και το Βέλγιο και το 1894, όταν στην Αμβέρσα διεξήχθη ένα ακόμη διεθνές συνέδριο του Τύπου με τη συμμετοχή 16 χωρών¹⁵ και το οποίο θεωρείται από τις πρώτες εκδηλώσεις συνδικαλιστικής οργάνωσης των δημοσιογράφων. Το 1895 το συνέδριο διεξήχθη στο Μπορντώ, όπου τέθηκαν οι βάσεις για μια διεθνή ένωση επαγγελματιών οργανώσεων δημοσιογράφων. Η ιδέα υλοποιήθηκε τον επόμενο χρόνο (1896) που το συνέδριο διεξήχθη στη Βουδαπέστη, με την ίδρυση της *International Union of Press Associations*. Η οργάνωση είχε έδρα το Παρίσι και το 1897 αριθμούσε ως μέλη 12 χώρες, 48 οργανώσεις και 9.000 δημοσιογράφους. Μέχρι τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο που ανέστειλε τη δράση της, διοργάνωνε ετήσια συνέδρια. Η οργάνωση ξεκίνησε και πάλι τη δράση της το 1927, αλλά ο μετέπειτα βίος της ήταν σύντομος, αφού το 1935 σταμάτησε τη δραστηριότητά της (Μπακουνάκης, 2014).

Το 1926 ιδρύθηκε στο Παρίσι η *Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων (ΔΟΔ-IFJ)* που αποτελεί έως και σήμερα την παγκόσμια συνδικαλιστική ομοσπονδία των συνδικάτων των δημοσιογράφων. Αρχικά ιδρύθηκε ως *Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων* και ανέστειλε τη λειτουργία της στον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Το 1946 επανιδρύθηκε ως *Διεθνής Οργάνωση Δημοσιογράφων*, που ήταν σοβιετική επιρροής με αποτέλεσμα να αποχωρήσουν από αυτή οι ενώσεις δημοσιογράφων των δυτικών κρατών λόγω του Ψυχρού Πολέμου. Με τη σημερινή της μορφή επανιδρύθηκε το 1952 στις Βρυξέλλες. Η *Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων* έχει σήμερα περισσότερους από 600.000 δημοσιογράφους μέλη και αντιπροσωπεύει 161

¹⁵ Στο συνέδριο της Αμβέρσας έλαβαν μέρος δημοσιογράφοι από το Βέλγιο, τη Δανία, την Ισπανία, τη Νορβηγία, τη Σουηδία, τη Γερμανία, την Αυστροουγγαρία, την Ιταλία, τη Ρωσία, τις ΗΠΑ, τη Βρετανία, τη Νέα Ζηλανδία, την Ολλανδία, την Πορτογαλία, την Αργεντινή και την Ελβετία.

συνδικάτα δημοσιογράφων από 117 χώρες, ενώ η *Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Δημοσιογράφων* που είναι περιφερειακής της Ένωση έχει περισσότερους από 260.000 δημοσιογράφους μέλη σε 30 χώρες της Ευρώπης. Για να έχει το δικαίωμα ένας δημοσιογράφος να είναι μέλος της ΔΟΔ θα πρέπει να είναι μέλος του εθνικού συνδέσμου του, δηλαδή κάποιας ένωσης συντακτών της χώρας του.¹⁶

Ο Μπακουνάκης (2014) στην ανάλυσή του για την ίδρυση των συνδικάτων των δημοσιογράφων λαμβάνει ως μελέτη περίπτωσης τη Γαλλία, στην οποία τα πρώτα συνδικάτα δημοσιογράφων ξεκινούν το 1879 όταν δημιουργείται η αποτελούμενη από κομμουνιστές δημοσιογράφους *Association de la Presse Républicaine Départementale*. Το 1881 ιδρύεται η επίσης κομμουνιστικής απόχρωσης *Association Syndicale Professionnelle des Journalistes Républicains Français*. Το 1882 ιδρύονται η *Association de la presse monarchique et catholique des départements* και η *Association de la presse départementale plébiscitaire*, το 1884 ιδρύεται η *Association des journalistes parisiens* και το 1893 το *Syndicat de la presse socialiste*, όλες με σαφείς πολιτικούς προσανατολισμούς. Όπως σημειώνει ο Μπακουνάκης (2014), οι περισσότερες από αυτές τις οργανώσεις λειτουργούν κυρίως ως αδελφότητες, με κορπορατιστικά χαρακτηριστικά, στη βάση της αλληλεγγύης μεταξύ μελών που πέρα από την ιδιότητα του δημοσιογράφου έχουν κοινή και την ιδεολογική θέση ή ταυτότητα. Η ουδετεροποίηση των επαγγελματικών οργανώσεων των δημοσιογράφων αρχίζει το 1899 με την ίδρυση της *Comité général des associations de la presse française*, που είχε ομοσπονδιακό χαρακτήρα. Τέλος, το 1918 ιδρύεται το *Syndicat des Journalistes*. Στην ιστορία του γαλλικού δημοσιογραφικού συνδικαλισμού, δύο θεωρούνται ως πολύ σημαντικές κατακτήσεις, που δημιούργησαν προηγούμενο και αυτές είναι η καθιέρωση της εβδομαδιαίας αργίας, το 1925 και η σύνταξη, το 1927 (Μπακουνάκης, 2014).

Αντίστοιχα με τη Γαλλία, στις ΗΠΑ οι πρώτες προσπάθειες δημιουργίας συνδικάτων δημοσιογράφων ξεκινούν τη δεκαετία του 1880 με την ίδρυση συνδικάτων Τύπου σε τοπικό και πολιτειακό επίπεδο. Αρχικά αυτά τα συνδικάτα οργανώθηκαν ανάλογα με την ειδικότητα (εκδότες δημοσιογράφοι, φωτογράφοι). Το 1933 οι δημοσιογράφοι των εφημερίδων των ΗΠΑ δημιουργούν το πρώτο ισχυρό συνδικάτο τους με την ονομασία *American Newspaper Guild* που υπάρχει και σήμερα

¹⁶ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της Διεθνούς Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων (<http://www.ifj.org/about-ifj/mission-statement/>).

ως *The Newspaper Guild* (Daly, 2012). Στη Βρετανία, η μεγαλύτερη και παλαιότερη ένωση συντακτών είναι η *National Union of Journalists* που ιδρύθηκε και το 1907. Σε αυτή ανήκουν οι δημοσιογράφοι, φωτογράφοι, σκιτσογράφοι, ανταποκριτές, ανταποκριτές ξένου Τύπου και freelancers όλων των ΜΜΕ (εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, ιστοσελίδες) του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ιρλανδίας και είναι μία από τις μεγαλύτερες ενώσεις δημοσιογράφων στον κόσμο.

Τα συνδικάτα δημοσιογράφων (ενώσεις συντακτών) έχουν ως αντικείμενο τις εργασιακές σχέσεις και τις συνθήκες εργασίας των δημοσιογράφων, διαπραγματεύονται και υπογράφουν συλλογικές συμβάσεις, διοργανώνουν συνέδρια, ημερίδες, απονέμουν δημοσιογραφικά βραβεία και καταρτίζουν κώδικες δεοντολογίας. Μία από τις σημαντικές ενασχολήσεις τους είναι και η διασφάλιση της ελευθερίας του Τύπου και της ανεξαρτησία της δημοσιογραφίας. Στην ιστορία τους, τα συνδικάτα σε όλο τον κόσμο έχουν δώσει αγώνες για την κατοχύρωση και διασφάλιση της ελευθερίας και της ανεξαρτησίας ΜΜΕ και δημοσιογράφων, καθώς και για τη βελτίωση των εργασιακών σχέσεων. Στις περισσότερες των περιπτώσεων οι διεκδικήσεις αυτές έγιναν μέσω απεργιακών κινητοποιήσεων, ορισμένες εκ των οποίων ξεχωρίζουν στην ιστορία του συνδικαλιστικού κινήματος του Τύπου.

Ενδεικτικά μπορούμε να αναφέρουμε, στη Γαλλία την απεργία του 1975 που ξεκίνησε τον Μάρτιο του ίδιου έτους λόγω των γενικευμένων απολύσεων στις γαλλικές εφημερίδες και τέλειωσε μετά από 29 μήνες, τον Αύγουστο του 1977. Στην Βρετανία μπορούμε να ξεχωρίσουμε τη μεγάλη απεργία στους *Times* του Λονδίνου που ξεκίνησε τον Δεκέμβριο του 1978 σε αντίδραση των συνδικάτων για την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών και τέλειωσε μετά από 13 μήνες, διάστημα στο οποίο η εφημερίδα δεν εκδιδόταν, με συμφωνία εργαζομένων – ιδιοκτητών έτσι ώστε η εισαγωγή των νέων τεχνολογιών να γίνει με όρους που δεν θα οδηγούσε σε μείωση των θέσεων εργασίας. Στις 5 Δεκεμβρίου του 1978 οι δημοσιογράφοι των τοπικών εφημερίδων στη Βρετανία ξεκίνησαν απεργία που έληξε στις 17 Ιανουαρίου 1979. Μια εφημερίδα, η *Nottingham Evening Post*, μετά το τέλος της απεργίας απέλυσε τους 28 εργαζόμενους όλων των ειδικοτήτων που είχε, αυτοί κατήλθαν σε απεργία που διήρκεσε τρία χρόνια, μέχρι το 1982, όταν τελικά η εφημερίδα έκλεισε.

Για τις ΗΠΑ θα μπορούσαμε να αναφέρουμε την μεγάλη απεργία του 1962-63, όταν 17.000 εργαζόμενοι όλων των ειδικοτήτων στον Τύπο της Νέας Υόρκης κατήλθαν σε απεργία που διήρκεσε για ένα χρόνο, λόγω και πάλι της εισαγωγής νέων τεχνολογιών (μετάβαση από την θερμή στην ψυχρή τυπογραφία). Η απεργία

διήρκησε 114 ημέρες και έληξε με τους περισσότερους όρους των συνδικάτων να γίνονται δεκτοί, αλλά και τέσσερις από τις επτά εφημερίδες που εκδίδονταν τότε στη Νέα Υόρκη να μην αντέχουν και να κλείνουν.

1.5.2 Κώδικες δεοντολογίας

Στην επαγγελματοποίηση της δημοσιογραφίας συνέβαλλε και η θέσπιση αρχών και κανόνων συμπεριφοράς εντός των οποίων κινούνται οι δημοσιογράφοι κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους. Αυτές οι αρχές και οι κανόνες που κάποιες φορές είναι και άγραφοι, ονομάζονται κώδικες δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Πρόκειται για μια μορφή αυτορρύθμισης του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, μια μορφή κανονιστικής θεωρίας, ένα σύστημα ηθικών αξιών, μια μακρά λίστα κανόνων που υιοθετούνται και ελέγχονται από τους ίδιους τους δημοσιογράφους (Δεληγιάννη, 2004; ΜακΚουεϊλ, 2002).

Οι διαφορές που συνήθως παρουσιάζουν οι κώδικες δεοντολογίας οφείλονται στις διαφορετικές συνήθειες και παραδόσεις της κάθε χώρας. Το μεγαλύτερο ποσοστό όμως, του περιεχομένου τους είναι το ίδιο. Οι περισσότεροι κώδικες δεοντολογίας εστιάζουν και δίνουν έμφαση στην αξιόπιστη πληροφόρηση, στην αποφυγή της παραποίησης των γεγονότων, στην αποφυγή της αποσιώπησης, της προκατάληψης και της παραβίασης της ιδιωτικότητας του ατόμου (ΜακΚουεϊλ, 2002). Τα τελευταία χρόνια με την ανακάλυψη του διαδικτύου προέκυψαν επιπρόσθετες ανάγκες κανονιστικών διατάξεων, καθώς στη διανομή των ειδήσεων μέσω του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει να αντιμετωπιστούν ζητήματα όπως οι αλγόριθμοι (ρομποτική δημοσιογραφία), οι μηχανές αναζήτησης, η έντονη πίεση για την ταχύτητα διανομής, η δυσκολία τεκμηρίωσης των πηγών, καθώς και ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας λόγω της διάδρασης και του επηρεασμού που ασκεί το διαδίκτυο στους χρήστες του (Βασιλόπουλος, 2015).

Η ιδέα για δημιουργία μιας εσωτερικής διάταξης, κάποιου κώδικα συμπεριφοράς των δημοσιογράφων εμφανίστηκε εδώ και αιώνες, άρχισε ωστόσο να παίρνει σάρκα και οστά στα τέλη του 19ου αιώνα. Οι πρώτες απόπειρες έγιναν το 1896 από τους Πολωνούς δημοσιογράφους της Γαλικίας και το 1908 από το

πανεπιστήμιο δημοσιογραφίας του Μιζούρι των ΗΠΑ. Ο πρώτος εθνικός κώδικας δημοσιογραφικής δεοντολογίας υιοθετήθηκε στη Γαλλία το 1918 και ήταν η *Χάρτα*¹⁷ *Καθηκόντων* του Εθνικού Συνδικάτου των Γάλλων Δημοσιογράφων.¹⁸ Ένας από τους πρώτους εθνικούς κώδικες δημοσιογραφικής δεοντολογίας ήταν και της Αμερικάνικης Ένωσης Συντακτών το 1923 (ΜακΚουεϊλ, 2002).

Τα δύο κείμενα που αποτέλεσαν τη βάση για όλους τους κώδικες δημοσιογραφικής δεοντολογίας είναι οι διακηρύξεις αρχών δημοσιογραφικής δεοντολογίας του Μπορντώ (1954) και του Μονάχου (1971).¹⁹ Η διακήρυξη του Μπορντώ υιοθετήθηκε στο πρώτο συνέδριο της Διεθνούς Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων, τροποποιήθηκε το 1986 και έτσι ισχύει έως και σήμερα. Το 1971 οι ενώσεις συντακτών των χωρών της τότε Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας (ΕΟΚ), δηλαδή, της Γαλλίας, Δυτικής Γερμανίας, Ιταλίας, Λουξεμβούργου, Ολλανδίας και Ηνωμένου Βασιλείου μαζί με ενώσεις από την Ελβετία και την Αυστρία, υιοθέτησαν στο Μόναχο την αντίστοιχη διακήρυξη. Η Δεληγιάννη (2004), μάλιστα, αναφέρει πως στη διακήρυξη του Μονάχου γίνεται για πρώτη φορά διάκριση ανάμεσα στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του δημοσιογράφου. Οι δύο αυτές διακηρύξεις που θεωρούνται πολύ σημαντικές για την δημοσιογραφία και την ιστορία του συνδικαλιστικού κινήματος των δημοσιογράφων, κατοχύρωσαν την ελευθερία και την ανεξαρτησία του δημοσιογράφου ως προς την εκπλήρωση της βασικής του αποστολής και χρέους που είναι να ενημερώνει ελεύθερα και ανεξάρτητα την κοινή γνώμη.

¹⁷ Οι Γάλλοι χρησιμοποιούν τον όρο Χάρτα αντί για Κώδικα Δεοντολογίας.

¹⁸ Οι παραπάνω αναφορές προέρχονται από την ιστοσελίδα του Γιώργου Παυλίδη στην ενότητα *Εκπαιδευτικό Υλικό* (<http://www.pavlidisgeorge.com/lessons>, *Δεοντολογία, Αυτορρύθμιση*). Στην ίδια ενότητα (<http://www.pavlidisgeorge.com/lessons>, *Δεοντολογία-Από την πηγή στο δέκτη*) αναφέρεται σχετικά με την προέλευση της λέξης δεοντολογία ότι: «Έννοια που παραπέμπει στην αρχαία ελληνική: Να πράττει και κατ' επέκταση να λέγει τις τα δέοντα. Δεοντολογία είναι το δέον γενέσθαι. Ό,τι επιβάλλεται να γίνει, είτε αόριστα και γενικά, είτε ειδικά και συγκεκριμένα. Έννοια που παραπέμπει στο πρακτέον – αυτό που πρέπει να γίνει από ηθικής, επαγγελματικής, νομικής, κοινωνικής, πολιτικής ή άλλης σκοπιάς. Ο όρος παραπέμπει σε ρήτρες, υποθήκες, νόρμες και θεσμούς, ενώ ασχέτως του αντικειμένου που κάθε φορά πραγματεύεται στηρίζεται συνήθως, αν όχι πάντα, στη βάση της ευπρέπειας, της ακεραιότητας, της ηθικής και της εντιμότητας. Η Δεοντολογία ως θεωρία αλλά και ως πράξη, έρχεται από μακριά, από τα βάθη των αιώνων. Κατά τρόπο συγκεκριμένο αντανάκλαστηκε στους νομικούς, ηθικούς και επαγγελματικούς όρκους, όπως αυτός του Ιπποκράτη, των Ασκληπιάδων και των Διονυσιακών. Στην ουσία οι όρκοι αυτοί, όπως σημειώνει ο συγγραφέας – καθηγητής Δημήτρης Φερούσης «περιέχουν συμπυκνωμένες παραγγελιές, παραινήσεις, - ευκτικές και άλλοτε υποχρεωτικές. Είναι ένα σύστημα συμπεριφοράς ικανό να λειτουργήσει ως οριοδείκτης με βασικές συντεταγμένες.»

¹⁹ Για τις διακηρύξεις αρχών δημοσιογραφικής δεοντολογίας του Μπορντώ (1954) και του Μονάχου (1971) βλέπε στην ιστοσελίδα της Ένωσης Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας Θράκης (<http://www.esiemth.gr/mpornto-kai-monachou/>).

Τον Ιούνιο του 2019, η *Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων* υιοθέτησε νέο Κώδικα Δεοντολογίας στη διάρκεια του 30^{ου} συνεδρίου της που έγινε από 10-14 Ιουνίου 2019 στην Τύνιδα. Ο νέος Παγκόσμιος Χάρτης Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας²⁰ αποτελεί αναθεώρηση της Διακήρυξης Αρχών του Μπορντώ (1954). Η σύνταξή του ξεκίνησε το Νοέμβριο του 2016 στη συνεδρίαση της Εκτελεστικής Επιτροπής της *ΔΟΔ* στη Ραμάλα της Παλαιστίνης, το κείμενο απεστάλη τον Φεβρουάριο του 2019 σε όλες τις ενώσεις συντακτών μέλη της Ομοσπονδίας, για να εκφράσουν τη γνώμη τους και να καταγραφούν οι όποιες αλλαγές επιθυμούν να συμπεριληφθούν και τον Απρίλιο του 2019 στο Μπάρι έγινε η τελική επεξεργασία του αναθεωρημένου κειμένου που ψηφίστηκε τον Ιούνιο του 2014 στην Τύνιδα της Τυνησίας.

Η UNESCO έχει συντάξει μια σειρά διακηρύξεων διεθνών αρχών δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Αξία προσοχής είναι η Διακήρυξη του 1978,²¹ η οποία καλεί τις επαγγελματικές οργανώσεις των δημοσιογράφων κατά τη σύνταξη των διάφορων κωδίκων δεοντολογίας να αποδώσουν ιδιαίτερη σημασία στις θεμελιώδεις αρχές για ενίσχυση της ειρήνης και της διεθνούς αλληλοκατανόησης, την προαγωγή των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και τον αγώνα ενάντια στο ρατσισμό, το απαρχαίντ και την υποκίνηση του πολέμου. (ΜακΚουεϊλ, 2002).

Στην Ελλάδα τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις των δημοσιογράφων προβλέπονται από τον Κώδικα και τις Αρχές Δεοντολογίας της *Ένωσης Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ)*,²² η οποία τον Μάιο του 2019 υιοθέτησε το νέο Κώδικα Δεοντολογίας της *ΔΟΔ*. Ο Κώδικας Δεοντολογίας της *ΕΣΗΕΑ*, μάλιστα, παρ' ότι χρειάζεται βελτιώσεις για να ανταποκρίνεται και στις τεχνολογικές αλλαγές και τις σύγχρονες μορφές δημοσιογραφίας, αποτελεί παράδειγμα αυτορρύθμισης του δημοσιογραφικού επαγγέλματος (Δαγτόγλου, 1998; Καρακώστας, 1998).

Ανάλογοι κώδικες δεοντολογίας με της *ΕΣΗΕΑ* υπάρχουν και σε άλλα κράτη του δυτικού κόσμου, στα οποία, όμως, κώδικες δεοντολογίας για τη συμπεριφορά των

²⁰ Για το νέο Κώδικα Δεοντολογίας της *ΔΟΔ* βλέπε <https://www.esiea.gr/8495-2/>

²¹ Η Διακήρυξη έχει τίτλο *Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media to Strengthening Peace and International Understanding, to the Promotion of Human Rights and to Countering Racism, apartheid and incitement to war* εκδόθηκε στις 28 Νοεμβρίου 1978. Βλέπε http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13176&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

²² Για τον Κώδικα και τις Αρχές Δεοντολογίας της *ΕΣΗΕΑ* βλέπε <https://www.esiea.gr/arxes-deontologias/>.

δημοσιογράφων τους θεσπίζουν και τα ίδια τα Μέσα, κάτι που στην Ελλάδα δεν συνηθίζεται. Έτσι, βρίσκουμε τον κώδικα δεοντολογίας του *Associated Press*, του *Reuters*, του *Guardian*, των *New York Times*, της *Washington Post*, της *El Pais*, της *El Monde*, αλλά και κρατικών ΜΜΕ, όπως της γερμανικής δημόσιας ραδιοτηλεόρασης *ZDF*, της ελβετικής και της ιρλανδικής δημόσιας ραδιοτηλεόρασης. Οι κώδικες αυτοί αναφέρονται τόσο στις γενικές αρχές που θα πρέπει να διέπουν τους δημοσιογράφους κατά την άσκηση των καθηκόντων τους, όσο και σε ειδικότερα θέματα που σχετίζονται με τη συμπεριφορά του δημοσιογράφου απέναντι στο κοινό και το μέσο, τη χρήση των social media κ.α. (Βασιλόπουλος, 2015).

Στο σημείο αυτό μπορούμε να αναφέρουμε το παράδειγμα δεοντολογίας των *New York Times*. Την περίοδο της κυριαρχίας των εντύπων *Pulitzer World* του Joseph Pulitzer και *Journal* του William Randolph Hearst, υπήρχε χώρος και για μια τρίτη εφημερίδα, που ήταν μεν του ίδιου τύπου, αλλά είχε διαφορετικά ποιοτικά χαρακτηριστικά. Το έντυπο αυτό ήταν οι *New York Times*, οι οποίοι πρωτοκυκλοφόρησαν το 1851 και το 1896 που είχαν φθάσει στα όρια της χρεωκοπίας, τους αγόρασε και τους έσωσε ο Adolph Ochs, ένας ακόμη σημαντικός εκδότης στις ΗΠΑ. Ο Daly (2012) χαρακτηρίζει τους *New York Times*, ως το εναλλακτικό μοντέλο ενημέρωσης την περίοδο της κυριαρχίας των εφημερίδων των Pulitzer και Hearst, που προσέφερε αντικειμενική και αξιόπιστη ενημέρωση. Όπως, μάλιστα, αναφέρει ο Μπακουνάκης (2014, σελ. 177):

«Το περιεχόμενο της εφημερίδας αποτελούσαν ειδήσεις και ιστορίες που άξιζαν να τυπωθούν λόγω του ιδιαίτερου πληροφοριακού τους βάρους. Το μότο «All the News That's Fit to Print» (όλες οι ειδήσεις που αξίζει να τυπωθούν) το οποίο εμφανίστηκε το 1896 στη σελίδα αρθρογραφίας της εφημερίδας και από το 1897 έως και σήμερα υπάρχει στην πρώτη σελίδα των Times, συνοψίζει την φιλοσοφία του φύλλου και λειτουργεί ως δεοντολογική πυξίδα σε ένα πόλεμο αξιών μεταξύ της δημοσιογραφίας της πληροφόρησης και της δημοσιογραφίας της αφήγησης».

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και ο κώδικας δεοντολογίας της *Washington Post*. Η εφημερίδα προσπαθεί με αυτόν να κατοχυρώσει την ανεξαρτησία των δημοσιογράφων της, αφού υπάρχουν πρόνοιες για την ιδιωτική ζωή τους, τα συμφέροντα, τα «πιστεύω», τις διασυνδέσεις, ακόμα και τα ενδιαφέροντα που έχουν τα συγγενικά τους πρόσωπα. Επίσης, δίνεται μεγάλη έμφαση σε θέματα όπως το δημοσιογραφικό απόρρητο και οι πηγές πληροφοριών. Όπως αναφέρεται στον κώδικα, η εφημερίδα σέβεται τα αποκλειστικά δημοσιεύματα των ανταγωνιστών της

και απαιτεί από τους συντάκτες της ν' αποδίδουν τις ειδήσεις ή τις πληροφορίες που παίρνουν από άλλα έντυπα αναφέροντας κατά τρόπο ξεκάθαρο την πηγή, υπάρχει διαχωρισμός ανάμεσα στις στήλες ειδησιογραφίας και γνώμης, απαγορεύει στους δημοσιογράφους της να χρησιμοποιούν ψευδώνυμα και να αποκρύπτουν την ιδιότητά τους και τους ζητά να καλύπτουν και να μεταδίδουν τις ειδήσεις που υπάρχουν και να μην δημιουργούν οι ίδιοι ειδήσεις.²³

Ιδιαίτερης αναφοράς χρήζει και ο κώδικας δεοντολογίας του *BBC*, το λεγόμενο *Κόκκινο Βιβλίο*. Ο κώδικας αυτός συντάχθηκε και τέθηκε σε ισχύ τον Νοέμβριο του 1996. Σύμφωνα με αυτόν, δίνεται μεγάλη σημασία στην προστασία των ανηλίκων, την ποιότητα του προγράμματος των τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών προγραμμάτων και την προβολή εικόνων βίας και σεξ, ενώ οι εργαζόμενοι με την υπογραφή της σύμβασης εργασίας τους αποδέχονται και τους όρους του *Κόκκινου Βιβλίου* και οποιαδήποτε παράβαση αυτών αποτελεί πειθαρχικό παράπτωμα που μπορεί να οδηγήσει και στην απόλυση του εργαζόμενου.

Πρέπει να σημειωθεί πως η αυτορρύθμιση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος αποτελεί κοινό χαρακτηριστικό όλων των ενώσεων συντακτών και κωδίκων δεοντολογίας παγκοσμίως. Το κράτος δεν παρεμβαίνει στα του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και των κανόνων δεοντολογίας που το διέπουν και η αρμοδιότητα αυτή έχει αφεθεί στις ενώσεις συντακτών μέσω των πειθαρχικών τους συμβουλίων. Αυτό, βέβαια, ανήκει περισσότερο στη σφαίρα της θεωρίας, διότι η τήρηση των κωδίκων δεοντολογίας αποτελεί περισσότερο ευχολόγιο παρά πραγματικότητα, όπως επισημαίνει και η Δεληγιάννη (2004). Ειδικά τα τελευταία χρόνια με την ανάπτυξη του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η δημοσιογραφική δεοντολογία παραβιάζεται πολλαπλά, το φαινόμενο δεν είναι μόνο ελληνικό, αλλά και διεθνές.

Όλα τα προηγούμενα καθιστούν αδήριτη την ανάγκη επικαιροποίησης των κωδίκων δεοντολογίας και αυτό πρέπει να συμβεί για δύο λόγους. Ο πρώτος είναι για να συμπεριλάβουν τις τελευταίες εξελίξεις στη δημοσιογραφία (μέσα κοινωνικής δικτύωσης, παραγωγή περιεχομένου από αλγόριθμους, δημοσιογραφία των πολιτών κ.λ.π.), κάτι που ο κώδικας που υιοθέτησε πρόσφατα η Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων δεν κάνει σε ικανοποιητικό βαθμό. Ο δεύτερος λόγος για την

²³ Οι παραπάνω αναφορές προέρχονται από την ιστοσελίδα του Γιώργου Παυλίδη στην ενότητα Εκπαιδευτικό Υλικό (<http://www.pavlidessgeorge.com/lessons>, Δεοντολογία, Αυτορρύθμιση).

ανάγκη επικαιροποίησης είναι για να προσαρμοστούν στα σύγχρονα δεδομένα και να είναι εφαρμόσιμοι στην πράξη, αλλά και να αντιμετωπίζουν τα σύγχρονα ζητήματα και μορφές της δημοσιογραφίας, μιας και όπως ήδη αναφέρθηκε, η μη τήρηση των κωδίκων δεοντολογίας ήταν και παραμένει μεγάλο πρόβλημα.

Η τήρηση των κωδίκων δεοντολογίας, βεβαίως, είναι ευρύτερο και σύνθετο ζήτημα που δεν αφορά μόνο τους δημοσιογράφους. Άπτεται και των συμφερόντων των ιδιοκτητών των ΜΜΕ και πολλές φορές καθορίζεται από αυτά. Έτσι, όπως θα δούμε και σε επόμενα κεφάλαια της παρούσας διατριβής στα οποία θα επιχειρηθεί εκτενής ανάλυση των σχέσεων των ΜΜΕ με την πολιτική εξουσία και τα διάφορα συμφέροντα, η ανεξαρτησία των Μέσων Ενημέρωσης είναι σημαντικός παράγοντας για την τήρηση της δεοντολογίας από τους δημοσιογράφους. Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας για την τήρηση της δεοντολογίας είναι η οικονομική ανεξαρτησία των δημοσιογράφων η οποία τα χρόνια της οικονομικής κρίσης έχει πληγεί σημαντικά.

Μια άλλη διαπίστωση που μπορεί να γίνει από τα όσα έχουμε αναφέρει έως τώρα, είναι πως όσον αφορά την επαγγελματοποίηση της δημοσιογραφίας που ξεκίνησε το 1880, πέρασε τα περισσότερα από τα απαιτούμενα στάδια για να αποκτήσει χαρακτηριστικά επαγγέλματος. Σταθμός σε αυτή την πορεία, αποτελεί η καθιέρωση του όρου *ρεπόρτερ*, του πρώτου μη υβριδικού χαρακτηρισμού για τους δημοσιογράφους που αποτελεί δημιούργημα της περιόδου των *penny press* και σήμανε την χειραφέτηση του δημοσιογράφου. Ταυτόχρονα, η ίδρυση συνδικάτων και σχολών δημοσιογραφίας βοηθούν στην επαγγελματοποίησή της, η οποία, όμως, ακόμη και σήμερα είναι υπό συζήτηση το εάν έχει ολοκληρωθεί. Τούτο, διότι όπως προαναφέρθηκε, η δημοσιογραφία ακολούθησε δύο δρόμους για την επαγγελματοποίηση της. Ο μεν ένας, αυτός των σπουδών δημοσιογραφίας έχει πια καθιερωθεί παγκοσμίως, αλλά στη δημοσιογραφία οι σπουδές δεν κατοχυρώνουν επαγγελματικά δικαιώματα, όπως συμβαίνει σε άλλα επαγγέλματα. Ο δε δεύτερος, αυτός της οργάνωσης μέσα από σωματεία που η κάρτα μέλους είναι ταυτόχρονα δηλωτική μιας επαγγελματικής ταυτότητας, είναι υπό αμφισβήτηση σήμερα με τις τεχνολογικές εξελίξεις και τις νέες μορφές δημοσιογραφίας, οι οποίες επιτρέπουν την παραγωγή δημοσιογραφικού περιεχομένου και από άλλους πέραν των δημοσιογράφων, με αποτέλεσμα να επαναπροσδιορίζεται σε ένα βαθμό ποιοι μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι σήμερα.

Όλα τα προηγούμενα μας οδηγούν στο να ανοίξουμε τη συζήτηση για το ποιος μπορεί να χαρακτηριστεί δημοσιογράφος, το μέλος δημοσιογραφικής ένωσης,

αυτός που εργάζεται σε κάποιο ΜΜΕ ή ο οποιοσδήποτε παράγει ειδησεογραφικό προϊόν; Η οριοθέτηση του ποιος είναι δημοσιογράφος ήταν ανέκαθεν μια δύσκολη υπόθεση, ακόμη και νομικά, καθώς ο οποιοσδήποτε είναι ελεύθερος να ασκήσει δημοσιογραφική και εκδοτική δραστηριότητα και για την είσοδο στο επάγγελμα δεν απαιτούνται εξειδικευμένες σπουδές όπως σε άλλα επαγγέλματα. Ειδικά στη σημερινή εποχή που η τεχνολογική επανάσταση έχει επιφέρει μια νέα σχέση ανάμεσα στον παραγωγό και τον καταναλωτή των ειδήσεων, η οριοθέτηση αυτή γίνεται ακόμη πιο δύσκολη. Ερευνητές (Fulton, 1996; Rottwilm, 2014; Singer, 1998) αναφέρουν ότι πλέον οι νέες τεχνολογίες καθορίζουν ότι ο επαγγελματίας δημοσιογράφος είναι αυτός που καθορίζει τι γνωρίζει το κοινό για τον κόσμο, ενώ ο Daly (2012) τονίζει ότι στις ΗΠΑ όποιος ψάχνει για ειδήσεις, τις επιβεβαιώνει και τις μοιράζει στο κοινό μπορεί να χαρακτηριστεί δημοσιογράφος. Έτσι, δεν μπορούμε να παραβλέψουμε την αναφορά του Örnebring (2009), που τονίζει ότι η συλλογή και η παρουσίαση των ειδήσεων αποτελούν αναμφίβολα τον ακρογωνιαίο λίθο του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

Η ευθύνη για αυτή την ποικιλία ορισμών και την ευρύτητα στο χαρακτηρισμό του επαγγελματία δημοσιογράφου, ανήκει κατά ένα μεγάλο μέρος στα συνδικάτα, τα οποία σε αντίθεση και με τα συνδικάτα άλλων ειδικοτήτων των ΜΜΕ, δεν κατάφεραν να επιβάλλουν σαφείς όρους εισαγωγής στο επάγγελμα που θα μπορούσαν να ορίσουν με μεγάλη ακρίβεια και το ποιος είναι δημοσιογράφος. Αντιθέτως, ακολούθησαν μια πολιτική εσωστρέφειας με συντεχνιακά χαρακτηριστικά που οδήγησε από τη μία πλευρά στο να είναι δύσκολη η εγγραφή νέων μελών και από την άλλη να είναι αθρόα η είσοδος στο επάγγελμα ανθρώπων, των οποίων ο επαγγελματισμός τίθεται σε αμφιβολία και άρα τίθεται σε αμφιβολία και η ποιότητα και ορθότητα της ενημέρωσης που προσφέρουν.

Ειδικά σήμερα με την ψηφιακή επανάσταση που η παραδοσιακή αλυσίδα και ιεραρχία στην παραγωγή των ειδήσεων έχει ανατραπεί, η ασάφεια είναι ακόμη μεγαλύτερη και η κατάσταση τείνει να γίνει ανεξέλεγκτη. Για παράδειγμα, σύμφωνα με στοιχεία του *LinkedIn*,²⁴ πολλές θέσεις δημοσιογραφίας που φαίνεται ότι έχουν χαθεί ίσως να μην έχουν χαθεί πραγματικά, διότι οι δημοσιογράφοι αναζητούν πλέον και βρίσκουν δουλειά με διαφορετικές ονομασίες, όπως *content writer* (συγγραφέας

²⁴ Μέσο κοινωνικής δικτύωσης το οποίο στοχεύει στην εύρεση εργασίας, είτε από την πλευρά των εργαζόμενων, είτε από την πλευρά των εργοδοτών.

περιεχομένου), social media manager (διαχειριστής μέσω κοινωνικής δικτύωσης) κ.α., που είναι δημιουργήματα της ψηφιακής εποχής. Όλοι αυτοί περιλαμβάνονται στα δεδομένα του *LinkedIn* με αυτές τις ονομασίες, αλλά είναι δημοσιογράφοι ή αυτοαποκαλούνται δημοσιογράφοι ή έχουν κάποια στοιχεία στο βιογραφικό τους που έχουν σχέση με τη δημοσιογραφία ή περιλαμβάνονται σε κωδικό δημοσιογράφου εργασιακά μη υπάρχοντος ακόμη άλλου κωδικού. Υπάρχει και η περίπτωση των δημοσιογράφων που δεν εργάζονται πλέον σε παραδοσιακά δημοσιογραφικές θέσεις σε ΜΜΕ, κάνουν μια παρεμφερή εργασία π.χ. δημόσιες σχέσεις, αλλά παραμένουν δηλωμένοι ως δημοσιογράφοι. Ακόμη, υπάρχουν και ο περιπτώσεις αυτών που δεν γνωρίζουμε τι ακριβώς είναι όπως για παράδειγμα οι blogger που μπορεί να διανέμουν ή και να παράγουν δημοσιογραφικό περιεχόμενο, αλλά δεν είναι γνωστή η εργασιακή και μισθολογική τους κατάσταση που καθορίζει και τον κλάδο (Molla, 2019).

Όλα αυτά δείχνουν πως τώρα πια λόγω της ψηφιακής επανάστασης δεν είναι καθόλου ξεκάθαρο ποιος είναι δημοσιογράφος, όπως συνέβαινε μερικά χρόνια πριν. Συνέπεια επομένως όλων των προηγούμενων, είναι να υπάρχει μια πρωτοφανής σύγχυση για το ποιος είναι δημοσιογράφος, με αποτέλεσμα από τη μία να μην είναι δυνατή η τήρηση των κωδίκων δεοντολογίας και από την άλλη, η εξέλιξη αυτή να εμποδίζει την ολοκλήρωση της διαδικασίας επαγγελματοποίησης των δημοσιογράφων.

1.6 Η εμφάνιση του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης

Οι τεχνολογικές εξελίξεις που σημειώνονται στις αρχές του 20ου αιώνα οδηγούν εκτός από τον εκσυγχρονισμό των εφημερίδων και στη δημιουργία νέων Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, τα οποία αλλάζουν τα σκηνικό και επιταχύνουν τις εξελίξεις στο χώρο της επικοινωνίας. Αρχικά ανακαλύπτεται το ραδιόφωνο και στη συνέχεια η τηλεόραση, που εξελίχθηκε σε κυρίαρχο Μέσο.

Το ραδιόφωνο είναι σύμφωνα με τον Παπαθανασόπουλο (2011, σελ. 122) «το Μέσο που γεννήθηκε, αναπτύχθηκε και παρήκμασε κατά τον 20^ο αιώνα». Θεωρείται ως ο προπομπός όλων των σύγχρονων ηλεκτρονικών Μέσων και είναι αυτό που έχει δείξει το δρόμο και έχει προϋδεάσει για το πώς επρόκειτο να αναπτυχθούν. Την πρωτοπορία στην ανάπτυξη του ραδιοφώνου έχουν οι ΗΠΑ, όπου στις αρχές του 20^{ου} αιώνα ξεκίνησαν να εκπέμπουν οι πρώτοι ραδιοφωνικοί σταθμοί στον κόσμο. Η έναρξη της λειτουργίας τους και η ανακάλυψη του νέου Μέσου, ήταν το αποτέλεσμα

μιας σειράς τεχνολογικών επιτευγμάτων που ξεκίνησαν το 1864. Την χρονιά αυτή ο Σκοτσέζος James Clark Maxwell διατύπωσε τη θεωρία περί ηλεκτρομαγνητικών και ηχητικών κυμάτων, το 1887 ο Γερμανός Heinrich Hertz ανακάλυψε και παρήγαγε το είδος κυμάτων που φέρει ακόμη και σήμερα το όνομά του, το 1890 ο Γάλλος Edouard Brandly έθεσε σε λειτουργία τον πρώτο ραδιοαγωγό, το 1894 ο Ιταλός Guglielmo Marconi πραγματοποίησε τα πρώτα επιτυχημένα πειράματα εξ αποστάσεως επικοινωνίας με σήματα Μορς και το 1901 ο ίδιος πραγματοποίησε την πρώτη υπερατλαντική σύνδεση. Όλα αυτά αποτελούν το πρώτο στάδιο ανακάλυψης του ραδιοφώνου που είναι εκείνο της ασύρματης τηλεγραφίας, το οποίο έδωσε στο ραδιόφωνο και το πρώτο όνομά του *TSF*²⁵ Το δεύτερο στάδιο ήταν εκείνο κατά το οποίο τα ερτζιανά κύματα μπορούσαν πλέον να μεταφέρουν και την ανθρώπινη φωνή. Αυτό οφείλεται στον Αμερικάνο Lee De Forest, ο οποίος το 1908 πραγματοποίησε την πρώτη σύνδεση με ανθρώπινη φωνή. Το τρίτο και τελευταίο στάδιο της ανακάλυψης του ραδιοφώνου χρονολογείται τη δεκαετία του 1920 όταν αρχίζουν οι εκπομπές προς περισσότερους και όχι συγκεκριμένους δέκτες όπως συνέβαινε έως τότε. Η Αμερική παραμένει πρωτοπόρος και έτσι το 1922 υπάρχουν ήδη 200 σταθμοί και περισσότεροι από 500.000 ραδιοφωνικοί δέκτες.²⁶

Το νέο Μέσο χρησιμοποιείται πια ευρέως. Ιδιαίτερα χρησιμοποιείται στις θαλάσσιες επικοινωνίες και για στρατιωτικούς σκοπούς και σημειώνει πολύ μεγάλη ανάπτυξη στη διάρκεια του Α' Παγκοσμίου Πολέμου όταν η ραδιοεπικοινωνία αποτελούσε ακόμη στρατιωτικό μονοπώλιο, καθώς και στην περίοδο του Μεσοπολέμου. Ειδικά η περίοδος του Α' Παγκοσμίου Πολέμου ήταν η περίοδος ανάπτυξης της ραδιοφωνίας που ταυτόχρονα προετοίμασε και την ανακάλυψη της τηλεόρασης. Η συμβολή του ραδιοφώνου στην ενημέρωση είναι επίσης πολύ σημαντική. Τη σημασία του και την επιρροή του, ανακαλύπτουν και οι κυβερνήσεις, οι οποίες παίρνουν υπό τον έλεγχό τους τη ραδιοφωνία. Αυτό ήταν και το ευρωπαϊκό μοντέλο ιδιοκτησίας του ραδιοφώνου, με εξαίρεση τη Γαλλία που ακολουθεί μια ενδιάμεση οδό μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και σε αντίθεση με τις ΗΠΑ

²⁵ Πρόκειται για τα αρχικά των λέξεων *Telegraphie Sans Fil*, δηλαδή ασύρματη τηλεγραφία.

²⁶ Το 1921 οι ραδιοφωνικοί δέκτες στις ΗΠΑ ήταν 500.000 και το 1939 έφθασαν τα 31 εκατομμύρια. Για το πόσο μεγάλη ήταν η απήχηση του ραδιοφώνου στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1930 αρκεί να αναφέρουμε την περίφημη εκπομπή του Orson Welles, ο οποίος στις 31 Οκτωβρίου 1938 στη διάρκεια ραδιοφωνικής εκπομπής του στο *CBS* διαβάζοντας το βιβλίο «*Ο πόλεμος των κόσμων*» κάνει λόγο για άφιξη αρειανών στις ΗΠΑ, κάτι που εκλήφθηκε ως πραγματικό γεγονός από τον κόσμο και προκλήθηκε πανικός.

όπου το κράτος δεν παρεμβαίνει και αφήνει την ανάπτυξη της ραδιοφωνίας στον ιδιωτικό τομέα (Βαλούκος, 2008; Jeanneney, 1999; Παπαθανασόπουλος, 1997).

Η εμφάνιση και η άνοδος του ραδιοφώνου προκαλεί σοκ στον Τύπο και αρχίζει να μετασχηματίζει το επιχειρηματικό μοντέλο και το δημοσιογραφικό τοπίο των Μέσων. Μετά την πολύ καλή του περίοδο 1870-1914 ξεκινά για τις εφημερίδες μια περίοδος κάμψης της οποίας τα αίτια εδράζονται στην εμφάνιση του ραδιοφώνου, την οικονομική κρίση του 1929 και την πτώση της ποιότητας και του κύρους της ενημέρωσης. Μετά τον Τύπο, η τεχνολογική εξέλιξη επεφύλασσε ένα σοκ και για το ραδιόφωνο. Ήταν η εποχή της ανακάλυψης της τηλεόρασης, στα μέσα της δεκαετίας του 1920, που σε βάθος χρόνου και ειδικά μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, ανέκοψε την κυριαρχία του ραδιοφώνου και εξελίχθηκε σε κυρίαρχο Μέσο (Βαλούκος, 2008; Daly, 2012; Jeanneney, 1999).

Αν οι ΗΠΑ ήταν πρωτοπόρες στην ανακάλυψη του ραδιοφώνου, η πρωτοπορία στην ανακάλυψη της τηλεόρασης ανήκει στη Μεγάλη Βρετανία. Στις 2 Οκτωβρίου 1925 ο Σκοτσέζος John Baird παρουσίασε το πρώτο τηλεοπτικό σύστημα εκπομπής και λήψης, στις 26 Ιανουαρίου 1926 έκανε την πρώτη δημόσια παρουσίαση του νέου συστήματος και τον Φεβρουάριο του 1928 κατάφερε να μεταδώσει εικόνες και στην άλλη άκρη του Ατλαντικού, ενώ το 1930 πέτυχε το συγχρονισμό ήχου και εικόνας στην αναμετάδοση και σε συνεργασία με το *BBC* ξεκίνησαν οι πρώτες τηλεοπτικές μεταδόσεις (Βαλούκος, 2008).

Όπως και στην περίπτωση του ραδιοφώνου, έτσι και στην τηλεόραση, η ανακάλυψη του νέου Μέσου ήταν το αποτέλεσμα μιας σειράς τεχνολογικών επιτευγμάτων που ξεκίνησαν με την ανακάλυψη (1824) και τη βελτίωση (1837) της φωτογραφίας από τους Γάλλους Nicéphore Niepce και Louis Daguerre, του τηλέφωνα από τον Alexander Graham Bell το 1876 και του ασυρμάτου από τον Marconi το 1896, δηλαδή, της ενσύρματης και ασύρματης επικοινωνίας. Το 1897 ο George du Maurier δημοσίευσε στο περιοδικό *Punch* ένα σχέδιο, στο οποίο ένα ζευγάρι παρακολουθούσε στο σπίτι του έναν αγώνα τένις σε μια οθόνη πάνω από το τζάκι. Το 1923 ο Ρώσος Vladimir Zworykin ανακάλυψε το εικονοσκόπιο, πρόγονο της κάμερας λήψης, για να φθάσουμε στο 1925 και την ευρεσιτεχνία του Baird που

οδηγεί στην ανακάλυψη της τηλεόρασης²⁷ (Βαλούκος, 2008; Παπαθανασόπουλος, 1997).

Η πρώτη περίοδος της τηλεόρασης ήταν πειραματική και διήρκησε μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Στην περίοδο αυτή έμεινε στη σκιά του ραδιοφώνου και όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Jeanneney (1999, σελ. 342) «η τηλεόραση ήταν αρχικά ένα είδος φτωχού συγγενή του ραδιοφώνου, το οποίο στη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου αναδείχθηκε σε βασιλιά της ενημέρωσης. Ο Β' Παγκόσμιος Πόλεμος απέβη σε βάρος της τηλεόρασης λόγω της τεχνολογικής υστέρησης». Ο Παπαθανασόπουλος (1997, σελ. 35, 36) από την πλευρά του συμφωνεί ότι ο Β' Παγκόσμιος Πόλεμος ήταν ανασταλτικός παράγοντας στην ανάπτυξη της τηλεόρασης, αφού, όπως σημειώνει, οι προτεραιότητες είχαν δοθεί σε άλλες κατευθύνσεις και προσθέτει ότι:

«Η τηλεόραση δεν είχε κατορθώσει να καταστεί Μέσο Μαζικής Επικοινωνίας έως τη δεκαετία του 1950. Παρ' ότι ο κινηματογράφος και το ραδιόφωνο είχαν προετοιμάσει το μαζικό κοινό της τηλεόρασης, η αναπτυξιακή της στασιμότητα οφειλόταν κυρίως σε οικονομικούς παράγοντες, αφού η τότε βιομηχανία ηλεκτρονικών καταναλωτικών αγαθών δεν είχε εισέλθει στη μαζική παραγωγή των τηλεοπτικών δεκτών. Ο λόγος ήταν απλός: η αγορά δεν είχε κατορθώσει ακόμη να απορροφήσει την παραγωγή των ραδιοφωνικών δεκτών. Μετά τον πόλεμο και καθώς η αμερικάνικη βιομηχανία ραδιοφωνικών συσκευών και εξαρτημάτων είχε φτάσει σε επίπεδα υπερπαραγωγής, έγινε αντιληπτό ότι η διάδοση του ραδιοφώνου ως καταναλωτικό προϊόν είχε προσεγγίσει τα όρια του κορεσμού».

Μετά τη λήξη του πολέμου ξεκινά η δεύτερη φάση της τηλεόρασης που την αναδεικνύει σε κυρίαρχο Μέσο, σε συνδυασμό με τη στασιμότητα και την κάμψη που παρατηρείται στο ραδιόφωνο από τη δεκαετία του 1950. Οι τεχνολογικές εξελίξεις διαδέχονται η μία την άλλη. Το νέο Μέσο συμβάλει και αυτό στην ενημέρωση, αλλά και σε μεγάλο βαθμό στην ψυχαγωγία, ενώ μπαίνουν και ζητήματα ως προς την ποιότητα των τηλεοπτικών προγραμμάτων. Η συζήτηση περιστρέφεται γύρω από το εάν η αντικατάσταση της κρατικής εξουσίας θα ήταν πλεονέκτημα ή μειονέκτημα για την ποιότητα των προγραμμάτων. Επικρατεί και εδώ το πρότυπο του ραδιοφώνου, σύμφωνα με το οποίο στις ΗΠΑ το κράτος δεν παρεμβαίνει, αλλά στην Ευρώπη έχει

²⁷ Σύμφωνα με τον Βαλούκο (2008), η πρώτη ζωντανή τηλεοπτική μετάδοση στον κόσμο είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες του Βερολίνου το 1936, οι οποίοι μεταδόθηκαν στο Μόναχο, το Αμβούργο, τη Λειψία και την Νυρεμβέργη.

κυρίαρχο ρόλο (Jeanneney, 1999; Μπαρμπιέ & Λαβενίρ, 1999). Ο Παπαθανασόπουλος (2011, σελ. 79) αναφέρει ότι:

«Σε όλες σχεδόν τις χώρες, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ταυτίστηκαν με το κράτος στο οποίο λειτουργούσαν. Γεγονός είναι ότι το κράτος διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του Τύπου (μέσω των κρατικών επιδοτήσεων και δανείων) και ιδιαίτερα στην ανάπτυξη του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης, που αποτέλεσαν τα κυριότερα Μέσα Ενημέρωσης για την εθνική ολοκλήρωση και την αίσθηση συγκρότησης πολιτιστικής ταυτότητας».

Σε αντίθεση, βεβαίως, με τα έντυπα που δεν υπόκεινται σε κανενός είδους έλεγχο και περιορισμό από το κράτος, κάτι που θα συνεπαγόταν λογοκρισία, στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση υπάρχει έλεγχος, παρά τις διαφορετικές εκδοχές που υπάρχουν (ΗΠΑ, Ευρώπη) ως προς τον τρόπο και το ποσοστό του ελέγχου. Οι λόγοι ήταν αρχικά τεχνικοί, για να διαφυλαχτεί η δίκαιη κατανομή φυσικών πόρων και η αποφυγή δημιουργίας μονοπωλίων, κάτι που δεν ισχύει απόλυτα με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών, αλλά και κοινωνικοί, προκειμένου να διαφυλαχτεί η ενημέρωση που παρέχεται ως δημόσια κοινωνική υπηρεσία (ΜακΚουεϊλ, 2002).

Πέραν όλων των άλλων, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση άλλαξαν τα δεδομένα στην ενημέρωση και μετέβαλλαν το επιχειρηματικό τοπίο. Οδήγησαν σε μια νέα κατάσταση πιο άμεσης ενημέρωσης που πλέον είχε και εικόνα και ήχο και ανάγκασαν τις εφημερίδες σε μια διαφορετική στόχευση από πλευράς ειδησεογραφίας και στο να στραφούν περισσότερο στην ανάλυση, ενώ ταυτόχρονα αποτέλεσαν και έναν από τους λόγους της πτώσης της κυκλοφορίας εφημερίδων και περιοδικών. Τα δύο νέα Μέσα αύξησαν τα κέρδη των ιδιοκτητών και των επιχειρήσεων και ήταν αυτά, ειδικά η τηλεόραση, που οδήγησαν στις μεγάλες συγχωνεύσεις και εξαγορές που ξεκίνησαν τη δεκαετία του 1960 και κορυφώθηκαν τις επόμενες δεκαετίες. Ο ρόλος των δύο μέσων στην ελευθεροτυπία και την αξιόπιστη ενημέρωση και περισσότερο της τηλεόρασης, όμως, ήταν κρίσιμος και αμφιλεγόμενος, κάτι που θα επιχειρήσουμε να διερευνήσουμε στη συνέχεια.

Αρχικά, πρέπει να σημειώσουμε την επίδραση των δύο παγκοσμίων πολέμων στην ελευθερία του Τύπου και της ενημέρωσης, καθώς στη διάρκειά τους επιβλήθηκε συστηματική λογοκρισία στις εφημερίδες και τις ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές μεταδόσεις, αν και οι δεύτερες δεν υπήρχαν στην διάρκεια του Α' και ήταν ελάχιστα διαδεδομένες στην διάρκεια του Β' παγκοσμίου πολέμου. Οι μέθοδοι της λογοκρισίας εξελίχθηκαν αρκετά μεταξύ των δύο πολέμων και όπως αναφέρει ο Daly (2012),

καθιέρωσαν ένα σύστημα διαβαθμισμένης και ελεγχόμενης ροής πληροφοριών προς τα ΜΜΕ όταν επρόκειτο για μείζονα ζητήματα εθνικής ασφάλειας και άμυνας ή με πρόσχημα τέτοιες καταστάσεις, που παρέμεινε και μετά τη λήξη των πολέμων.

Αυτό προκάλεσε και την ανάπτυξη μιας «συνεταιριστικής» σχέσης ανάμεσα σε κυβερνήσεις και ΜΜΕ προκειμένου τα δεύτερα να έχουν τις ειδήσεις, αλλά και να μην ενοχλούν, κάτι που αναπτύχθηκε ευρέως στη διάρκεια του Β' παγκοσμίου πολέμου, παρέμεινε μετά από αυτόν, ειδικά λόγω του Ψυχρού Πολέμου και ουσιαστικά διακόπηκε στον πόλεμο του Βιετνάμ τη δεκαετία 1960, όταν η τηλεόραση είχε αρχίσει να εξαπλώνεται στο δυτικό κόσμο και ειδικά στις ΗΠΑ. Τότε ήταν που άρχισαν να δημοσιεύονται ρεπορτάζ και φωτογραφίες που έμειναν ιστορικές και να προβάλλονται θέματα μη ελεγχόμενα από την επίσημη λογοκρισία, τα οποία αποκάλυψαν τις φρικαλεότητες των αμερικάνικων στρατευμάτων κατά του άμαχου πληθυσμού και έστρεψαν το σύνολο της κοινής γνώμης κατά του πολέμου, κάτι που διαδραμάτισε αποφασιστικό ρόλο στο τέλος του. Σημαντικό ρόλο σε αυτό διαδραμάτισε η τηλεόραση και η δύναμη της εικόνας.

Οι πόλεμοι στους οποίους ενεπλάκησαν οι ΗΠΑ και οι δυτικοί σύμμαχοί τους, αποτέλεσαν τα πεδία ανάδειξης δύο ειδησεογραφικών τηλεοπτικών σταθμών που έβαλλαν τη δική τους σφραγίδα, ο καθένας από την πλευρά του και για διαφορετικούς λόγους και μετέβαλαν σημαντικά τα δεδομένα στην ενημέρωση. Πρόκειται για το *CNN* και το *FOX News*. Το πρώτο ιδρύθηκε το 1980 από τον Ted Turner, την περίοδο που από τις ΗΠΑ ξεκινούσε η απορρύθμιση του τηλεοπτικού και ραδιοφωνικού τοπίου. Ήταν ο πρώτος τηλεοπτικός σταθμός της ιστορίας που είχε 24ωρο ζωντανό ειδησεογραφικό πρόγραμμα και αυτός που καθιέρωσε το λεγόμενο *breaking news* (έκτακτη επικαιρότητα). Αναδείχθηκε από τη ζωντανή κάλυψη του πρώτου πολέμου του Κόλπου το 1991, που ήταν ο πρώτος πόλεμος που μεταδόθηκε ζωντανά. Το *CNN*, όπως αναφέρει και ο Daly (2012), άλλαξε τα δεδομένα στην ενημέρωση, διότι πέραν του 24ωρου ζωντανού προγράμματος που εξέπεμπε και της εντατικής ειδησεογραφίας, ήταν παρών την ώρα της τέλεσης των γεγονότων, προέβαλλε συναισθηματικού χαρακτήρα ρεπορτάζ και πολλές φορές και σκηνές τρόμου. Το *CNN* μετέβαλλε και τις πηγές της ειδησεογραφίας και έγινε το ίδιο πηγή ειδήσεων για άλλα ΜΜΕ και κυβερνήσεις και θα μπορούσε να αναφερθεί πως ήταν ο προάγγελος της ειδησεογραφικής κάλυψης του διαδικτύου λόγω της αμεσότητας και της ταχύτητας που κάλυπτε τα γεγονότα και η οποία πολλές φορές το οδηγούσε στο να μεταδίδει και ανακρίβειες.

Το δρόμο του *CNN* ακολούθησαν και άλλοι τηλεοπτικοί σταθμοί, όπως το *FOX News* που ανήκει στον επικοινωνιακό κολοσσό του Αυστραλού μεγιστάνα των Μέσων *Rupert Murdoch News Corporation*. Ξεκίνησε τη λειτουργία του το 1996 και αποτέλεσε το συντηρητικό αντίβαρο του *CNN* λόγω και της στήριξης που παρείχε στις συντηρητικές κυβερνήσεις των ΗΠΑ (Ρεπουμπλικάνους). Το *FOX News*, όπως αναφέρει και ο Daly (2012), «έσπασε» το μονοπώλιο του *CNN*, αλλά συνδέθηκε με ορισμένες από τις χειρότερες στιγμές της τηλεοπτικής προπαγάνδας και του ψεύδους. Ήταν το κανάλι που το 2003 αποκάλυψε διασύνδεση του Ιράκ με την Αλ-Κάντα και μετέδωσε ότι το Ιράκ διέθετε χημικά όπλα, αλλά όπως αποδείχθηκε αργότερα και τα δύο ήταν ψέματα. Ήταν, όμως, τα βασικά επιχειρήματα των ΗΠΑ και των συμμάχων τους για να δικαιολογήσουν την εισβολή τους στο κράτος του περσικού κόλπου και να ανατρέψουν το καθεστώς.

1.7 Ανακάλυψη του διαδικτύου, ψηφιακή επανάσταση και οι προεκτάσεις στην ενημέρωση

Εάν οι εφημερίδες και το ραδιόφωνο δέχθηκαν ένα σοκ από την εμφάνιση των νέων για την εποχή Μέσων, οι εφημερίδες από το ραδιόφωνο και αυτό με τη σειρά του από την τηλεόραση, τότε όλο το οικοσύστημα των Μέσων Ενημέρωσης δέχθηκε κάτι παραπάνω από σοκ από το διαδίκτυο. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Ραμονέ (2011, σελ. 13): «Ο πλανήτης των Μέσων Ενημέρωσης δέχθηκε ένα τρομερό πλήγμα. Το διαδίκτυο έπεσε σαν μετεωρίτης πάνω του. Η ένταση της πρόσκρουσης πρέπει να ήταν τόσο μεγάλη όσο εκείνη του μετεωρίτη που ευθύνεται για την εξαφάνιση των δεινοσαύρων».

Το διαδίκτυο, ένα κοινωνικό φαινόμενο και μια επανάσταση από τα κάτω, όπως το χαρακτηρίζει ο Λέανδρος (2005), μια τεχνολογία ελεύθερης επικοινωνίας σε παγκόσμια κλίμακα και ένα πολιτισμικό δημιούργημα, σύμφωνα με τον Κάστελς (2005), αλλάζει τα πάντα με τρόπο συγκλονιστικό, αναδεικνύοντας νέες μορφές επικοινωνίας, καταργώντας τα όρια ανάμεσα στα παραδοσιακά και τα νέα μέσα και

οδηγώντας στη σύγκλιση²⁸ των Μέσων και σε νέες μορφές οργάνωσης της κοινωνίας και της οικονομίας, δημιουργώντας και ένα εντελώς νέο τοπίο στην ενημέρωση.²⁹

Όλα ξεκίνησαν στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1960, στις αρχές της οποίας το αμερικάνικο υπουργείο Άμυνας προσπαθούσε να βρει τρόπους για τη διατήρηση της πληροφορίας ακόμη και μετά από πυρηνική επίθεση. Οι προσπάθειες επίλυσης του προβλήματος οδήγησαν τον Σεπτέμβριο του 1969 στη δημιουργία ενός πειραματικού δικτύου, του *ARPANET*, που αποτέλεσε τον πρώτο δικτυακό κόμβο. Κατά τη δεκαετία του 1970, το *ARPANET* παρέμενε υπόθεση μιας επιστημονικής ελίτ, κατάσταση που άρχισε ν' αλλάζει στα τέλη της δεκαετίας αυτής με την εμφάνιση ενός νέου δικτύου του *USENET*. Την 1^η Ιανουαρίου 1983 το *ARPANET* διαχωρίστηκε σε δύο διαφορετικά συστήματα που ονομάζονταν *ARPA-INTERNET*, το οποίο αφιερώθηκε στην έρευνα και *MILNET* που ήταν αποκλειστικά για στρατιωτική χρήση. Το 1990 το *ARPANET* έπαψε να λειτουργεί και αντικαταστάθηκε από το *NSFNET*, το οποίο με τη σειρά του καταργήθηκε το 1995, ανοίγοντας το δρόμο ιδιωτικοποίησης του διαδικτύου. Το 1990 οι περισσότεροι ηλεκτρονικοί υπολογιστές στις ΗΠΑ είχαν δυνατότητες δικτύωσης. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, κάποιες εταιρείες παροχής υπηρεσιών διαδικτύου έφτιαζαν τα δικά τους δίκτυα και τις δικές τους πύλες, κάτι που έδωσε τη δυνατότητα ανάπτυξης του διαδικτύου ως παγκοσμίου δικτύου ηλεκτρονικών υπολογιστών. Κομβική χρονιά ήταν το 1990, όταν στο *CERN* (Ευρωπαϊκός Οργανισμός Πυρηνικής Έρευνας) ξεκίνησε η διενέργεια έρευνας από τον Tim Berners-Lee που οδήγησε το 1991 στην ανακάλυψη του παγκόσμιου ιστού WWW (World Wide Web) που άλλαξε την πορεία και την εξέλιξη του δικτύου (Κάστελς, 2005; Λεάνδρος, 2005; Ρήγου, 2014).

Η σημασία της ανακάλυψης του διαδικτύου είναι τεράστια, σε σημείο που ο Λεάνδρος (2005, σελ. 113), την παρομοιάζει με την ανακάλυψη της εκτυπωτικής πρέσας από τον Γουτεμβέργιο:

«Όπως η ανακάλυψη της εκτυπωτικής πρέσας από τον Γουτεμβέργιο άλλαξε κατά τρόπο δραματικό την επικοινωνιακή πραγματικότητα στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης και προκάλεσε ευρύτερες κοινωνικές ανακατατάξεις, έτσι και η διάδοση του διαδικτύου

²⁸ Σύμφωνα με τον Jenkins (2006), ως *σύγκλιση* νοείται η ροή περιεχομένου σε πολλαπλές μιντιακές πλατφόρμες, η συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων MME και η ψυχαγωγική των χρηστών.

²⁹ Σύμφωνα με το Internet World Stats News, στις 30 Ιουνίου 2019 οι χρήστες του διαδικτύου παγκοσμίως έφθαναν τα 4.536.248.808 και η διείσδυση του διαδικτύου άγγιζε το 58,8% του παγκόσμιου πληθυσμού.

υπογραμμίζει ο Castells, αναδεικνύει νέες μορφές επικοινωνίας που είναι συμβατές και προάγουν νέες μορφές οργάνωσης της κοινωνίας και της οικονομίας».

Συνοψίζοντας τι εξελίξεις στην ιστορία του διαδικτύου, η Ρήγου (2014, σελ. 280, 281) από την πλευρά της αναφέρει χαρακτηριστικά:

«Στην ιστορία του διαδικτύου και του παγκόσμιου ιστού, έχουν σημειωθεί τέσσερις εξαιρετικά σημαντικές εξελίξεις: Η πρώτη είναι η ταχύτητα σύνδεσης και η εφαρμογή ευρυζωνικών δικτύων. Η δεύτερη είναι η εμφάνιση των μηχανών αναζήτησης και η τρίτη η εξάπλωση των λεγόμενων νέων μέσων, πρόδρομος και φορέας των οποίων είναι το διαδίκτυο. Η τέταρτη είναι η εμφάνιση των εφαρμογών που παρέχουν τη δυνατότητα παραγωγής περιεχομένου από τον χρήστη και σηματοδοτούν τη στροφή προς το συμμετοχικό ιστό. Blogs, vlogs, podcasting, RSS, ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης εισάγουν την έννοια του Ιστού 2 (Web 2.0), συνιστούν δηλαδή μια δεύτερη φάση στην πορεία του διαδικτύου. Υπό το πρίσμα αυτό, μπορούμε να κάνουμε λόγο για δύο φάσεις μέχρι στιγμής του Ιστού: την πρώτη που αντιστοιχεί στον Ιστό από το ξεκίνημά του έως τα τέλη της δεκαετίας του 1990 και τη δεύτερη με την εμφάνιση του λεγόμενου Ιστού 2».³⁰

Η πρώτη δημοσιογραφική εφαρμογή στο διαδίκτυο ήταν η σελίδα της σχολής δημοσιογραφίας του πανεπιστημίου της Φλόριντα τον Οκτώβριο του 1993. Οι πρώτες ειδησεογραφικές ιστοσελίδες ήταν στατικές και χωρίς συχνή ενημέρωση (Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου, 2012). Εκτοτε η ανάπτυξη ήταν ραγδαία. Η τεχνολογική εξέλιξη και τα μέσα που μπορεί πλέον να έχει ο καθένας στη διάθεσή του, καθιστούν την πρόσβαση στις πηγές της πληροφόρησης πολύ πιο γρήγορη και εύκολη. Οι ειδήσεις μεταδίδονται άμεσα στο ψηφιακό περιβάλλον, στο οποίο τα πάντα έχουν αλλάξει. Το ρεπορτάζ, η έρευνα, η φωτογραφία, η αναζήτηση του οπτικού και του ηχητικού υλικού, το μοντάζ, το αρχείο, οι εγκυκλοπαίδειες, η ηχογράφηση και μαγνητοσκόπηση, η αναζήτηση ακαδημαϊκού υλικού και τα λεξικά. Ακόμη και οι ζωντανές συνδέσεις των τηλεοπτικών σταθμών γίνονται πλέον με Skype που είναι δωρεάν και αρκεί μια καλή σύνδεση στο διαδίκτυο χωρίς να είναι απαραίτητα τα ακριβά links και τα van (Ρήγου, 2014). Πρόκειται για ένα εντελώς διαφορετικό τοπίο στη δημοσιογραφία και την ενημέρωση, για ένα νέο οικοσύστημα, στο οποίο έχουν επέλθει σαρωτικές αλλαγές, τόσο για τους δημοσιογράφους και τη βιομηχανία των

³⁰ Η περίοδος του Ιστού 1 ή Web 1.0 (1995-2003) είχε ως χαρακτηριστικό την ύπαρξη ιστοσελίδων που ήταν στατικές και μόνο για ανάγνωση. Η εποχή του Ιστού 2 ή Web 2.0 που ξεκίνησε το 2003 είχε ως χαρακτηριστικό τη μετεξέλιξη του διαδικτύου, το οποίο έγινε πιο γρήγορο. Δόθηκε ακόμη η δυνατότητα ελέγχου του περιεχομένου στους χρήστες και αναπτύχθηκαν η λεγόμενη διαδραστικότητα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media).

Μέσων, όσο και για τους πολίτες-καταναλωτές. Σύμφωνα, μάλιστα, με τον Bell (2016), οι αλλαγές αυτές μπορούν να χαρακτηριστούν ως οι σημαντικότερες που συνέβησαν τα προηγούμενα 500 χρόνια.

Τα παραδοσιακά Μέσα (εφημερίδες, ραδιόφωνο, τηλεόραση) αναγκάζονται σταδιακά να εγκαταλείψουν την αναλογική περίοδο και να εισέλθουν στην ψηφιακή, οδηγώντας σε μια εντελώς διαφορετική προσέγγιση και εποχή την επικοινωνία (Ρήγου, 2014; Gunter, 2003). Από τις αρχές της δεκαετίας του '90 οι εκδόσεις των εφημερίδων αρχίζουν να ανεβαίνουν και στο διαδίκτυο. Τα έντυπα Μέσα δεν μπορούν πια να σταθούν δίχως να διαθέτουν και ηλεκτρονικές εκδόσεις, ενώ νέες ενημερωτικές ιστοσελίδες κάνουν συνεχώς την εμφάνισή τους. Οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί και τα πρακτορεία ειδήσεων βασίζονται και αυτά στο διαδίκτυο και ο τρόπος διανομής της είδησης αλλάζει (Gunter, 2003; Μαργαρίτη, 2016). Τηλεοπτικοί σταθμοί κολοσσοί και πρωτοπόροι της τηλεόρασης, όπως το βρετανικό *BBC*, έχουν προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα που προσφέρει το διαδίκτυο και πειραματίζονται πάνω σε νέες πλατφόρμες και νέους τρόπους διανομής των ειδήσεων (Future of News, 2015). Μέρος των παραδοσιακών αναγνωστών των εφημερίδων στρέφονται και αυτοί στο διαδίκτυο για να τις διαβάσουν.

Όσον αφορά στην επίδραση του διαδικτύου στη δημοσιογραφία, κατά τον ΜακΚουεϊλ (2002), το διαδίκτυο αποτελεί από μόνο του ένα Μέσο που δεν ανήκει και δεν ελέγχεται από ένα και μοναδικό σχήμα, αλλά είναι ένα διεθνές δίκτυο και προσθέτει πως η επανάσταση των τεχνολογιών που είναι βασισμένες σε αυτό, έχουν μετατοπίσει την ισορροπία της ισχύος από τα ΜΜΕ στο ακροατήριο, με αποτέλεσμα σε αντίθεση με την παραδοσιακή μαζική επικοινωνία που ήταν μονόδρομη, οι νέες μορφές επικοινωνίας να είναι αμφίδρομες.

Οι Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου (2012) αναφέρουν ότι οι ερευνητές κάνουν λόγο για ένα νέο μοντέλο δημοσιογραφίας που έχει ως βασικά του χαρακτηριστικά τη συμμετοχή και την παροχή περιεχομένου ή συνδεσιμότητας και τη διακρίνουν από την παραδοσιακή δημοσιογραφία στο ότι η πρώτη εστιάζει στην παροχή περιεχομένου, ενώ η διαδικτυακή επιτρέπει στους αναγνώστες-χρήστες το διάλογο. Ερευνητές όπως οι Bardoel & Deuze (2001), Deuze (1999), τονίζουν ότι το διαδίκτυο έχει αλλάξει τους όρους της δημοσιογραφίας και έχει μεταβάλει το δημοσιογραφικό επάγγελμα, διότι μεταξύ των άλλων έχει καταστήσει, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, περιττό το ρόλο του δημοσιογράφου ως διαμεσολαβητή, προσφέρει στους επαγγελματίες των μέσων ενημέρωσης μια τεράστια ποικιλία πόρων και ατελείωτες

τεχνολογικές δυνατότητες συνεργασίας και δημιουργεί ένα τύπο δημοσιογραφίας αυτόν της διαδικτυακής δημοσιογραφίας.

Το διαδίκτυο τελικά άλλαξε όλη τη φιλοσοφία και το οικοσύστημα της δημοσιογραφίας, με πολλαπλές συνέπειες. Όπως εξηγεί ο Daly (2012), άλλαξε τον παραδοσιακό τρόπο μετάδοσης της είδησης που ήταν από το Μέσο και τον δημοσιογράφο στο κοινό. Τώρα αυτό έχει γίνει αμφίδρομο και το κοινό παρεμβάλλεται και μπορεί να επηρεάσει και τις εξελίξεις. Επίσης το διαδίκτυο άλλαξε και τον ορισμό και την έννοια του Μέσου καθώς επιτυγχάνεται η λεγόμενη «σύγκλιση των Μέσων» (Daly, 2012). Οι εφημερίδες είναι πια και στο διαδίκτυο και διαβάζονται κυρίως από εκεί, το ίδιο και η τηλεόραση και το ραδιόφωνο, τα οποία εκπέμπουν και ιντερνετικά, ενώ αναδύονται με μεγάλη ταχύτητα το διαδικτυακό ραδιόφωνο και η διαδικτυακή τηλεόραση. Το περιεχόμενο συγκλίνει μέσω των διαφόρων Μέσων και αναπαράγεται σε διάφορες μορφές, ενώ και οι δημοσιογράφοι θα πρέπει να παράγουν περιεχόμενο μέσω διαφόρων δημοσιογραφικών καναλιών. Η διαδικασία αυτή ευνοεί και τη συμμετοχή του κοινού και την αλληλεπίδραση μαζί του.

1.8 Ελευθερία του Τύπου, ανεξαρτησία και σχέσεις ιδιοκτησίας

Όλα όσα ευνόησαν την ανάπτυξη της επικοινωνίας και τον εκσυγχρονισμό του Τύπου συνέβησαν σε περιόδους μεγάλων κοινωνικών, τεχνολογικών και οικονομικών αλλαγών, αλλά και μεγάλων φιλοσοφικών κινήσεων και των επαναστάσεων που συνδιαμόρφωσαν τις εξελίξεις και διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο σε αυτές. Αναγέννηση, Διαφωτισμός, μια σειρά από εφευρέσεις με σημαντικότερη για τη δημοσιογραφία την ανακάλυψη της τυπογραφίας και αργότερα η Αμερικάνικη και η Γαλλική Επανάσταση, έδωσαν την πρώτη μεγάλη ώθηση στην ανάπτυξη του Τύπου.

Κατά τον 18^ο αιώνα που είναι ο αιώνας του Διαφωτισμού, κατοχυρώνεται η ελευθερία του Τύπου. Η κατοχύρωση αυτή, όπως αναφέρει η Δεληγιάννη (2004) είναι αποτέλεσμα μιας μακράς διαδικασίας που ξεκινά με την εφεύρεση της τυπογραφίας και εξελίσσεται σταδιακά παράλληλα με τις κοινωνικές αναδιαρθρώσεις και τις αντίστοιχες πολιτικές εξελίξεις για να φθάσουμε στη 2^η Δεκεμβρίου 1776 όταν στη Σουηδία, στο νόμο περί Τύπου κατοχυρώνεται για πρώτη φορά νομικά η ελευθερία του Τύπου. Επιπλέον, η Δεληγιάννη (2004) τονίζει πως έτσι αρχίζει να γίνεται αισθητή και η διαφορά ανάμεσα στον πολίτη, στον οποίο αναγνωρίζεται η

ελευθερία της έκφρασης και σε αυτόν που συντάσσει άρθρα, τον δημοσιογράφο, στον οποίο αναγνωρίζεται η ελευθερία του Τύπου.

Ο αέρας της Γαλλικής Επανάστασης που εγκαθίδρυσε τη δημοκρατία, έβαλε γερά τις βάσεις για την καθιέρωση της ελευθερίας του Τύπου, η οποία, σύμφωνα με τον Jeanneney (1999), είχε κατακτηθεί στα βρετανικά νησιά πολύ πριν η Γαλλία και η εξήγηση αυτού του αγγλοσαξονικού προβαδίσματος αποδίδεται σε τρεις λόγους: Στην ένταση της πολιτικής αντιπαράθεσης ανάμεσα στους δύο πολιτικούς σχηματισμούς που παραδοσιακά υπήρχαν, στην ύπαρξη ενός ιδιαίτερου κοινού και στην ύπαρξη σπουδαίων δημοσιογραφικών ταλέντων. Στη διάρκεια της Γαλλικής Επανάστασης, όμως, θα μπουν τα θεμέλια για την κατοχύρωση της ελευθεροτυπίας παγκοσμίως, κάτι που έγινε με τη *Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου και του Πολίτη* της 26^{ης} Αυγούστου 1789 (άρθρο 11).³¹

Στις ΗΠΑ, η ελευθερία του Τύπου είχε σημαντική επίδραση στην ανεξαρτησία του κράτους και μάλιστα βοήθησε στο να ισχυροποιηθεί. Στη Διακήρυξη Ανεξαρτησίας της 4^{ης} Ιουλίου 1776 η ελευθερία θεωρείται ως ένα από τα απαραβίαστα δικαιώματα του ανθρώπου, ενώ η ελευθερία του Τύπου καθιερώθηκε και νομικά στις ΗΠΑ στην πρώτη τροποποίηση του αμερικάνικου συντάγματος το 1791, η οποία έβαλε όρια στην κρατική παρέμβαση και όπως αναφέρει ο Daly (2012), ήταν αυτή που έδωσε το δικαίωμα στον Τύπο και τους δημοσιογράφους να μεταδίδουν και να ερευνούν τα γεγονότα σε όφελος της κοινωνίας και τους παρείχε την αναγκαία προστασία για να το πράξουν (Daly, 2012; Jeanneney, 1999; Κόβατς & Ρόζενστέιλ, 2004; ΜακΚουεϊλ, 2002).

Από το 1870 που ο Τύπος εκσυγχρονίζεται και μετά, η ελευθεροτυπία είναι μια κατάκτηση για όλο τον δυτικό κόσμο. Πολλοί είναι αυτοί, βέβαια που την αμφισβητούν με το πέραςμα των ετών. Τα καθεστώτα της ναζιστικής Γερμανίας, της φασιστικής Ιταλίας και των Μπολσεβίκων και οι διάφορες κυβερνήσεις που επιβάλλουν προπαγάνδα και λογοκρισία στη διάρκεια των δύο παγκοσμίων πολέμων, αλλά και άλλα, ακόμη και δυτικά κράτη σήμερα (Jeanneney, 1999; Μπακουνάκης, 2014).³² Η ιστορία των εφημερίδων πάντως, είναι μια σειρά αγώνων και μια σειρά

³¹ Για τη Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου και του Πολίτη που ψηφίστηκε στις 26 Αυγούστου 1789 στη διάρκεια της Γαλλικής Επανάστασης από τη Συντακτική Συνέλευση, βλέπε http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank_mm/anglais/cst2.pdf.

³² Η λογοκρισία στον Τύπο εμφανίστηκε για πρώτη φορά στον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο και όπως αναφέρει ο Μπακουνάκης (2014, σελ. 113), «η λογοκρισία δεν είναι άσχετη με την ανάπτυξη και την οριστική επιβολή μιας νέας επιστήμης της εφαρμοσμένης επικοινωνίας που είναι η προπαγάνδα».

κατακτήσεων που σχετίζονται με την ελευθερία του Τύπου παγκοσμίως, που με το πέρασμα των αιώνων παρουσιάζει ολοένα και μεγαλύτερη πρόοδο. Ο ΜακΚουεϊλ (2002, σελ. 41, 179) αναφέρει πως:

«Παρά τις παλινδρομήσεις που έχουν εμφανιστεί σε διάφορες περιόδους στην ιστορία του Τύπου, θα μπορούσε να λεχθεί ότι στο πέρασμα του χρόνου έχει συντελεστεί μεγάλη πρόοδος όσον αφορά στην ελευθεροτυπία, που αποτελούσε ακρογωνιαίο λίθο της αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας και της προόδου. Όλες οι επαναστατικές και μεταρρυθμιστικές κινήσεις, από το 18^ο αιώνα και μετά, χάραξαν την ελευθερία του Τύπου ως σύνθημά τους και την έκαναν πράξη για να προάγουν τους σκοπούς τους».

Η εμφάνιση των ηλεκτρονικών Μέσων και η τεχνολογική πρόοδος έδωσε νέες διαστάσεις στην ελευθερία του Τύπου και των ΜΜΕ. Με το ραδιόφωνο και την τηλεόραση τίθεται το ζήτημα του ότι υπόκεινται στον εποπτικό έλεγχο του κράτους, το οποίο τους χορηγεί τις συχνότητες και τα αδειοδοτεί, καθώς διαθέτουν τεράστια δύναμη ως προς τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, μοντέλο που βεβαίως ισχύει για τις ευρωπαϊκές χώρες, διότι στις ΗΠΑ δεν υπάρχει κρατική παρέμβαση. Η αδειοδότηση από το κράτος δεν σημαίνει νομικά περιορισμό στην ελευθερία της έκφρασης και της πληροφόρησης, ενώ σε κάποιες χώρες θεσπίστηκαν ανεξάρτητες από το κράτος ελεγκτικές αρχές, όπως συμβαίνει και στην Ελλάδα με το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (Δεληγιάννη, 2004).

Κρατική εποπτεία και έλεγχος είναι πιο δύσκολο να υπάρξει στα έντυπα, τουλάχιστον νομικά. Η έκδοσή τους, όμως, αποτελεί μια επιχειρηματική δραστηριότητα (ομοίως και των άλλων ΜΜΕ) που επηρεάζει τη διοχέτευση του βασικού τους προϊόντος που είναι η ενημέρωση. Εδώ μπαίνει η οικονομική διάσταση της ελευθερίας του Τύπου, με αποτέλεσμα, όπως επισημαίνει και ο ΜακΚουεϊλ (2002, σελ. 180), «η ελευθερία του Τύπου να καθίσταται ολοένα και περισσότερο ένα μέσο κέρδους και προπαγάνδας για τη νέα πανίσχυρη αστική τάξη και ιδιαίτερα για τους «βαρόνους του Τύπου»».

Από την εμφάνιση των penny press και ειδικά από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα που ήταν φανερή η δυναμική του Τύπου στη κοινωνία, δημιουργήθηκαν μεγάλα εκδοτικά συγκροτήματα, τόσο στις ΗΠΑ, όσο και στην Ευρώπη, με την κυκλοφορία των εντύπων να ξεπερνούν το 1.000.000 αντίτυπα ημερησίως και τα Μέσα μετατράπηκαν σε μαζικά Μέσα (Παπαδημητρίου & Μπαλτά, 1993; Pavlik, 2008). Ακολούθησαν συγχωνεύσεις μεγάλων οργανισμών στο χώρο των ΜΜΕ, που κατά κύριο λόγο άρχισαν στα μέσα της δεκαετίας του 1960, γιγαντώθηκαν τη δεκαετία του

1980 και του 1990 και εξακολουθούν να λαμβάνουν χώρα, ενσωματώνοντας στους ομίλους παραδοσιακών μέσων και τα διαδικτυακά ΜΜΕ. Αυτές οι συγχωνεύσεις έχουν οδηγήσει σε μείωση του ανταγωνισμού, μονοπωλιακές καταστάσεις με λίγες επιχειρήσεις κολοσσούς να έχουν τον έλεγχο της παγκόσμιας ενημέρωσης (π.χ. News Corporation-Ομιλος ΜΜΕ Murdoch, Sony, Time Warner, Maxwell Communications, Paramount, Thompson κ.α.) (Bagdikian, 1990; Λέανδρος, 1992).

Ο Λέανδρος (1992, σελ. 180) αναφέρει ότι «το φαινόμενο της διεθνοποίησης της παραγωγής του κεφαλαίου παίρνει τη δεκαετία του 1980 τεράστιες διαστάσεις, ενισχυμένο κυρίως από ένα κύμα εξαγορών και συγχωνεύσεων, αλλά και από την ανάπτυξη των νέων ηλεκτρονικών μέσων. Πίσω από την αγωνιώδη προσπάθεια διαφοροποίησης και διεθνοποίησης βρίσκεται η επιδίωξη οικονομίων μεγέθους, αλλά κυρίως η αξιοποίηση των ευκαιριών που δημιουργεί η ανάπτυξη των νέων μέσων επικοινωνίας, η είσοδος σε νέες αγορές, η εκμετάλλευση του στρατηγικού από οικονομική και πολιτική άποψη ρόλου των ΜΜΕ στη σύγχρονη κοινωνία».

Οι Κόβατς & Ρόζενστιλ (2004) τονίζουν ότι η συνένωση ειδησεογραφικών επιχειρήσεων απειλεί τη λειτουργία του Τύπου ως ανεξάρτητου θεσμού και στην περίπτωση αυτή, η δημοσιογραφία μετατρέπεται σε μια συμπληρωματική λειτουργία στο εσωτερικό εταιρειών που εξυπηρετούν άλλους επιχειρηματικούς σκοπούς. Ο Foster (2012) τονίζει ότι τα Μέσα διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στη διαμόρφωση του πολιτισμού, των αξιών και της κοινωνίας μας και της δημοκρατίας και για το λόγο αυτό, η κυριότητα, η διακυβέρνηση και η ρύθμισή τους είναι πολύ σημαντικός παράγων. Όπως σημειώνει, ένα ελεύθερο και ποικίλο Μέσο Ενημέρωσης αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της δημοκρατικής διαδικασίας. Ο Waal (2014) από την πλευρά του, αναφέρει πως σε πολλές χώρες η ενοποίηση και η συγχώνευση ΜΜΕ συνδέεται πέραν της απώλειας θέσεων εργασίας και με μείωση της πολυφωνίας και θεωρεί πολύ ανησυχητικό για την πολυφωνία και τη δημοκρατία το φαινόμενο των στενών δεσμών των βαρόνων της ενημέρωσης με πολιτικούς.

Ο Bagdikian (1990) αναφέρει ότι οι νέοι κολοσσοί που δημιουργήθηκαν δεν είχαν απλά τον έλεγχο της παγκόσμιας αγοράς της ενημέρωσης, της επικοινωνίας, του θεάματος και της τεχνολογίας, αλλά αποτελούσαν –και αποτελούν– απειλή για την ελευθερία και την ποικιλομορφία των πληροφοριών και βεβαίως αναφέρεται στις σχέσεις εξάρτησης που έχουν ανακύψει ανάμεσα σε αυτές τις εταιρείες και τις κυβερνήσεις και το πολιτικό σύστημα συνολικά. Ο Daly (2012) τονίζει ότι οι εξαγορές και οι συγχωνεύσεις που έχουν συμβεί σε όλη τη διάρκεια της ιστορίας του

Τύπου και των ΜΜΕ έχουν επηρεάσει τη δημοσιογραφία. Περισσότερο απ' όλα αναφέρει ο συγγραφέας, την έχει επηρεάσει η συγκέντρωση ιδιοκτησίας και η δημιουργία μονοπωλίων των τελευταίων ετών, κατάσταση που λειτουργεί σε βάρος της ανεξαρτησίας της. Σε όλα αυτά θα πρέπει να προσθέσουμε και το ότι σε πολλές περιπτώσεις, οι ιδιοκτήτες των Μέσων και των ομίλων ΜΜΕ δεν είναι παραδοσιακοί εκδότες και η εξαγορά ΜΜΕ τους δίνει τη δυνατότητα να εξυπηρετήσουν μέσω αυτού και τις άλλες επιχειρηματικές τους δραστηριότητες ή γίνεται κυρίως για αυτό, λόγω της δύναμης και της επιρροής που δίνουν τα Μέσα Ενημέρωσης.

Σε κάθε περίπτωση, φαίνεται ότι η ελευθερία του Τύπου και η δημοσιογραφική ανεξαρτησία απειλούνται και σε πολλές περιπτώσεις παραβιάζονται από τα επιχειρηματικά συμφέροντα της ιδιοκτησίας και τη δημιουργία ειδησεογραφικών κολοσσών που μονοπωλούν την ενημέρωση. Όπως αναφέρει και ο Daly (2012), μόνο τυχαίο δεν είναι ότι δύο από τις μεγαλύτερες αποκαλύψεις του Τύπου στην ιστορία της δημοσιογραφίας, που αποτέλεσαν πρότυπα ερευνητικής δημοσιογραφίας, έγιναν από ΜΜΕ που ανήκαν σε παραδοσιακούς εκδότες και ήταν οικογενειακές επιχειρήσεις, Πρόκειται για το σκάνδαλο Watergate που αποκάλυψε η *Washington Post* και το Pentagon Papers που αποκάλυψαν οι *New York Times*, τα οποία κατά τον Daly (2012), αποτέλεσαν και την αποθέωση του είδους της δημοσιογραφίας που ξεκίνησε το 1833 με τις *penny papers*, του ρεπορτάζ και της ερευνητικής δημοσιογραφίας.³³

Ο Pavlik (2008), όπως και οι Κόβατς & Ρόζενστιλ (2004), στέκονται στο νέο τοπίο που δημιουργεί στα ΜΜΕ και από την πλευρά της ιδιοκτησίας το διαδίκτυο και η ψηφιακή εποχή. Νέες πλατφόρμες ενημέρωσης και νέα σχήματα ιδιοκτησίας (συνεργατικά, δημοσιογράφων, βασισμένα στη δημοσιογραφία των πολιτών κ.λ.π.) έχουν αρχίσει και αναδύονται με τις δυνατότητες που δίνει το διαδίκτυο και φαίνεται πως μπορούν να αποτελέσουν μια εναλλακτική οδό ιδιοκτησίας, με το κέρδος να μην είναι ο μόνος σκοπός και έτσι να συμβάλλουν στην πολυφωνία και τον πλουραλισμό. Από την άλλη πλευρά, το παλαιό μοντέλο που στήριζε το κέρδος του στα έσοδα από

³³ Η *Washington Post* την περίοδο εκείνη ανήκε στην Katherine Graham και οι *New York Times* στον Punch Sulzberger. Αμφότεροι βρέθηκαν στην ιδιοκτησία ως συνέχεια των οικογενειών τους. Το Watergate ήταν ένα μεγάλο πολιτικό σκάνδαλο μαύρου πολιτικού χρήματος και κατάχρησης εξουσίας που αποκαλύφθηκε από την *Washington Post* το 1972 και οδήγησε στην πρώτη παραίτηση προέδρου στην ιστορία των ΗΠΑ, του Richard Nixon. Το Pentagon Papers που συνδέεται με το Watergate και κατά ένα μέρος οδήγησε σε αυτό, ήταν η αποκάλυψη από τους *New York Times* απόρρητων εγγράφων που αποκάλυπταν τη μυστική δράση των στρατευμάτων των ΗΠΑ στον πόλεμο του Βιετνάμ.

τη διαφήμιση και την κυκλοφορία καταρρέει. Σύμφωνα με τον Daly (2012), η ψηφιακή επανάσταση είναι αυτή που μπορεί να αλλάξει τα πράγματα, όσον αφορά στις μονοπωλιακές καταστάσεις των ΜΜΕ, διότι έχει καταργήσει τα σύνορα και έχει αλλάξει το οικονομικό μοντέλο των Μέσων.

1.9 Σύνοψη και συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρήσαμε μια ιστορική αναδρομή στη δημοσιογραφία και τα ΜΜΕ διεθνώς προκειμένου με τον τρόπο αυτό να κατανοήσουμε τις εξελίξεις και τις μεταβολές που έχουν διαχρονικά σημειωθεί. Η ανάλυση που επιχειρήθηκε ξεκίνησε από την αρχαιότητα και έφθασε μέχρι την ανακάλυψη του διαδικτύου και των σημαντικών αλλαγών που αυτό επέφερε στην ενημέρωση και την επικοινωνία.

Διαπιστώθηκε ότι οι όποιες εξελίξεις στη δημοσιογραφία σχετίζονται και συνδιαμορφώνονται με τις γενικότερες πολιτικές, κοινωνικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις. Όπως, μάλιστα, αναφέρουν οι Μπαρμπιέ & Λαβενίρ (1999), η εξέλιξη της κοινωνίας σχετίζεται με την εξέλιξη της επικοινωνίας. Κατά αντίστοιχο τρόπο, είδαμε ότι και οι όποιες εξελίξεις στην ελευθερία του Τύπου συνδέθηκαν με περιόδους δημοκρατίας και μεγάλων φιλοσοφικών και επαναστατικών κινημάτων.

Η ανακάλυψη της τυπογραφίας ήταν αυτή που ώθησε αρχικά τις εξελίξεις στον Τύπο και οδήγησε στην έκδοση των πρώτων εφημερίδων. Η βελτίωση των υποδομών και νέες τεχνολογικές ανακαλύψεις, όπως η εφεύρεση του τηλέγραφου και ο εκσυγχρονισμός των πιεστηρίων, συνέβαλλαν στον εκσυγχρονισμό του Τύπου, ο οποίος βοηθήθηκε σημαντικά από τα πρακτορεία ειδήσεων, που δημιούργησαν μια νέα φιλοσοφία στην παραγωγή και διανομή της είδησης και σύμφωνα με τον Bardoeel (2000), ήταν αυτά που ξεκίνησαν την παγκοσμιοποίηση της επικοινωνιακής δομής.

Στα τέλη του 19ου και στις αρχές του 20ου αιώνα, η δημοσιογραφία αρχίζει να αποκτά χαρακτηριστικά επαγγέλματος. Καθοριστικό ρόλο στην επαγγελματοποίηση της έπαιξαν τρεις παράγοντες: Οι σπουδές σε σχολές δημοσιογραφίας, η σύνταξη κωδίκων δεοντολογίας και η ίδρυση συνδικάτων των δημοσιογράφων. Σταθμό στην πορεία της επαγγελματοποίησης, αποτελεί η καθιέρωση του όρου *ρεπόρτερ*, του πρώτου μη υβριδικού χαρακτηρισμού για τους δημοσιογράφους που αποτελεί δημιούργημα της περιόδου των *penny press* και σήμανε την χειραφέτηση του δημοσιογράφου. Ταυτόχρονα, η ίδρυση συνδικάτων και σχολών δημοσιογραφίας βοήθησαν σημαντικά στην επαγγελματοποίησή της

δημοσιογραφίας, η οποία, όμως, ακόμη και σήμερα είναι υπό αμφισβήτηση το εάν έχει ολοκληρωθεί. Αυτό, διότι από τη μία πλευρά, είναι ανοιχτή η συζήτηση για το ποιος μπορεί να χαρακτηριστεί δημοσιογράφος, ειδικά στη σημερινή εποχή της τεχνολογικής εξέλιξης που το κοινό μετέχει στη διαμόρφωση του ειδησεογραφικού περιεχομένου και στον καθορισμό των εξελίξεων και από την άλλη, τα συνδικάτα των δημοσιογράφων δεν κατάφεραν να επιβάλλουν σαφείς όρους εισαγωγής στο επάγγελμα που θα μπορούσαν να ορίσουν με σαφήνεια το ποιος είναι δημοσιογράφος, με συνέπεια να μην μπορούν να επιβάλουν έλεγχο όσων παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο. Μία από τις σημαντικότερες συνέπειες αυτής της κατάστασης είναι η μη τήρηση των κωδίκων δεοντολογίας. Αυτό σημαίνει τη μη τήρηση των βασικών κανόνων και αξιών του επαγγέλματος και άρα μια δημοσιογραφία μακριά από το σκοπό της που είναι η ανεξάρτητη και αμερόληπτη ενημέρωση σε όφελος του κοινωνικού συνόλου.

Η περίοδος των *penny press* οδηγεί και στη λεγόμενη εμπορευματοποίηση του Τύπου, η οποία γίνεται ακόμη μεγαλύτερη με τα νέα για την εποχή Μέσα, το ραδιόφωνο και την τηλεόραση. Η εμφάνιση αρχικά του ραδιοφώνου και στη συνέχεια της τηλεόρασης, έδωσαν νέα διάσταση στην ελευθερία του Τύπου που καθιερώθηκε τον 18ο αιώνα, στη δημοσιογραφία και στο επιχειρηματικό μοντέλο και διαμόρφωσαν ένα εντελώς νέο περιβάλλον στο τοπίο των ΜΜΕ. Η λάμψη και η ισχύς που έδιναν τα νέα Μέσα (ραδιόφωνο, τηλεόραση) οδήγησε στο χώρο μη παραδοσιακούς εκδότες που έγιναν ιδιοκτήτες Μέσων και για να εξυπηρετούν ταυτόχρονα και τις άλλες, εκτός ΜΜΕ δραστηριότητές τους. Το νέο επιχειρηματικό μοντέλο αρχικά με την έλευση του ραδιοφώνου και στη συνέχεια της τηλεόρασης, οδήγησε σε εξαγορές και συγχωνεύσεις Μέσων και τελικά σε συγκέντρωση της ιδιοκτησίας των Μέσων, τη δημιουργία κολοσσών και μονοπωλίων, καταστάσεις που απέβησαν σε βάρος της ανεξαρτησίας ΜΜΕ και δημοσιογράφων.

Εκείνο, όμως που μετασχημάτισε ριζικά τη δημοσιογραφία ήταν το διαδίκτυο που μετέβαλλε σημαντικά τις εξελίξεις. Άλλαξε εντελώς τη φιλοσοφία της δημοσιογραφίας, οδήγησε σε νέες μορφές δημοσιογραφίας και ανέτρεψε την παραδοσιακή αλυσίδα παραγωγής ειδήσεων. Τώρα πια η παραγωγή και μετάδοση του ειδησεογραφικού περιεχομένου δεν είναι αποκλειστικό προνόμιο των δημοσιογράφων και των ΜΜΕ που έπαψαν να είναι οι μοναδικοί διαμεσολαβητές, αλλά είναι και του κοινού, που μετέχει στις εξελίξεις και τις συνδιαμορφώνει. Το διαδίκτυο άλλαξε και την έννοια του Μέσου, αφού η λεγόμενη «σύγκλιση των

Μέσων», στην οποία έχει οδηγήσει κατήργησε τις διαχωριστικές γραμμές ανάμεσα στα ΜΜΕ.

Η νέα εξελιγμένη μορφή του διαδικτύου, ο λεγόμενος Ιστός2 (Web2) οδηγεί σε νέες ακόμη πιο εξελιγμένες μορφές στην επικοινωνία και την ψυχαγωγία. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που είναι αποτέλεσμα του Web2, διεισδύουν σημαντικά στην κοινωνία και την ενημέρωση και αλλάζουν όλο το οικοσύστημα της δημοσιογραφίας. Αυτή η διείσδυση και η αλλαγή του τρόπου διανομής της είδησης που έχει επέλθει από την εξέλιξη του διαδικτύου και την άνοδο των social media, αποτελεί το αντικείμενο του επόμενου κεφαλαίου της παρούσας διατριβής που φιλοδοξεί να παρουσιάσει τις πολύ σημαντικές αλλαγές που έχουν σημειωθεί στη δημοσιογραφία και το νέο διαρκώς μεταβαλλόμενο επικοινωνιακό τοπίο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΙ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ

2.1 Το επικοινωνιακό τοπίο μεταβάλλεται

Οι ανακαλύψεις κάθε φορά νέων Μέσων, ωθούσαν και εξακολουθούν να ωθούν σε μεταβολές στην ενημέρωση, την επικοινωνία και την ψυχαγωγία του κοινού. Αυτό συνέβη αρχικά με το ραδιόφωνο και την τηλεόραση, αλλά η εμφάνιση του διαδικτύου ήταν αυτή που επέφερε τις μεγαλύτερες αλλαγές, οι οποίες έχουν μεταβάλει σημαντικά το επικοινωνιακό τοπίο και τον τρόπο με τον οποίο τα Μέσα καλύπτουν πλέον την ειδησεογραφία.

Το διαδίκτυο διαμόρφωσε και συνεχίζει να διαμορφώνει ένα εντελώς νέο επικοινωνιακό τοπίο, το οποίο ο Leandros (2011) περιγράφει λέγοντας πως άρχισε να αναδύεται στην παγκόσμια βιομηχανία των Μέσων ένα νέο επικοινωνιακό παράδειγμα, με βασικά χαρακτηριστικά την ψηφιοποίηση της πληροφορίας, τη σύγκλιση των αιθουσών σύνταξης, τις κινητές πλατφόρμες, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τον κατακερματισμό του κοινού. Λόγω αυτού του νέου τοπίου, ο Κάστελς (2005) κάνει λόγο για το τέλος της μαζικής επικοινωνίας στην οποία το μέσο είναι το μήνυμα και για μια νέα δικτυακή κοινωνία στην οποία το μήνυμα είναι το μέσο. Ο Παπαθανασόπουλος (2011) θεωρεί ως το σημαντικότερο γεγονός των εξελίξεων τη σύγκλιση των Μέσων, η οποία θεωρεί ότι μεταβάλει όλα τα δεδομένα στο πεδίο της επικοινωνίας. Ερευνητές του πεδίου (Bardoel & Deuze, 2001; Leandros, 2011; Ρήγου, 2014; Σπιτερί, 2009) τοποθετούν ψηλά στην ιεραρχία των εξελίξεων και του νέου επικοινωνιακού τοπίου το ρόλο του κοινού, με τον δημοσιογράφο να χάνει τον ρόλο του πυλωρού των ειδήσεων που πλέον μοιράζεται με το κοινό, το οποίο έχει πια τη δυνατότητα να αλληλεπιδρά και σε κάποιες περιπτώσεις, να παράγει και να διανέμει περιεχόμενο.

Είναι προφανές πως το οικοσύστημα της ενημέρωσης και της δημοσιογραφίας αλλάζει ριζικά και με μεγάλη ταχύτητα. Νέα Μέσα, νέοι τρόποι και φορείς διάχυσης της πληροφορίας αναδεικνύονται δημιουργώντας μια εντελώς νέα κατάσταση και ένα εντελώς νέο και χαοτικό τοπίο, στο οποίο οι παραδοσιακές παραδοχές και ιεραρχίες της ενημέρωσης ανατρέπονται και αναδύεται μια νέα κατάσταση. Θα πρέπει, όμως, να σημειώσουμε ότι όλες αυτές οι αλλαγές δεν μπορούν να εξεταστούν ανεξάρτητα από τις συνολικές κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές και πολιτιστικές αλλαγές που

συμβαίνουν παγκοσμίως στο πλαίσιο των οποίων και σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές εξελίξεις, η δημοσιογραφία αλλάζει και ο ρόλος του δημοσιογράφου μεταβάλλεται.³⁴ Οι Bardoel & Deuze (2001) υποστηρίζουν ότι η τεχνολογία είναι μόνο ένα όχημα μέσω του οποίου αυτές οι κοινωνικο-πολιτιστικές τάσεις τελικά μπορούν να αλλάξουν τις υφιστάμενες επικοινωνιακές σχέσεις στην κοινωνία και δεν μπορεί να θεωρηθεί ως ο καθοριστικός παράγοντας των συνολικών αλλαγών στη δημοσιογραφία. Έτσι, στο παρόν κεφάλαιο θα επιχειρήσουμε να καταγράψουμε το νέο επικοινωνιακό τοπίο και τις αλλαγές που έχουν επέλθει σε αυτό με την παραδοχή, όμως, ότι όλα αυτά εντάσσονται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο αλλαγών στην κοινωνία και ότι οι νέες τεχνολογίες προσφέρουν νέες προκλήσεις, αλλά και κινδύνους για τη δημοκρατία.

2.2 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και κινητές συσκευές

Στο νέο επικοινωνιακό περιβάλλον κυριαρχούν η ψηφιοποίηση και τα νέα Μέσα, για τα οποία ο ΜακΚουεϊλ (2002) γράφει ότι αποτελούν ένα θεσμό της δημόσιας, αλλά και της ιδιωτικής επικοινωνίας, με τη λειτουργία τους να μην είναι τυπικά επαγγελματική ή γραφειοκρατικά οργανωμένη όπως των Μαζικών Μέσων. Η Ρήγου (2014) μιλώντας για τα νέα Μέσα κάνει λόγο για ιλιγγιώδη τεχνολογική εξέλιξη των ψηφιακών συστημάτων και προσθέτει ότι κείμενο, εικόνα, ήχος και κινούμενη εικόνα ενοποιούνται σε ένα σύνολο διαφορετικό από αυτό των παραδοσιακών μέσων. Ο Παπαθανασόπουλος (2011, σελ. 97), σημειώνει ότι ο όρος «νέα Μέσα αναφέρεται σε όλες τις νέες μορφές επικοινωνίας που έχουν ανθίσει στην ψηφιακή εποχή», ενώ σύμφωνα με τους Dimmick, Chen & Li, (2004), με τον όρο νέα Μέσα εννοείται το περιεχόμενο το οποίο είναι διαθέσιμο κατόπιν ζήτησης μέσα από το διαδίκτυο και στο οποίο αποκτάται πρόσβαση μέσω οποιασδήποτε ψηφιακής συσκευής (tablets, smartphones, laptops, PC).

Όλα όσα περιγράψαμε έως τώρα έχουν διαμορφώσει μια εντελώς νέα κατάσταση, ένα νέο επικοινωνιακό τοπίο, ειδικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία η Ρήγου (2014, σελ. 261) ορίζει ως «εφαρμογές που επιτρέπουν τη διασύνδεση των ανθρώπων σε συγκεκριμένες πλατφόρμες και τη διάδρασή τους μέσω του διαμοιρασμού περιεχομένων σε μορφή κειμένου, φωτογραφιών, βίντεο

³⁴ Αναλυτική αναφορά στις μεταβολές αυτές γίνεται στο 3^ο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής.

links ή και εφαρμογών». Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πια εκατομμύρια χρήστες ανά τον κόσμο (πίνακας 2.1) και η ανάπτυξή τους έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στην ενημέρωση, τη διανομή του ειδησεογραφικού περιεχομένου και την πρόσβαση σε αυτό.

Πίνακας 2.1

Ενεργοί λογαριασμοί μέσων κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογών
μηνυμάτων παγκοσμίως, Απρίλιος 2019

Social Media	Ενεργοί λογαριασμοί (σε εκατομμύρια)
Facebook	2,3
Youtube	1,9
Whatsapp	1,6
Fb Messenger	1,3
Instagram	1
Twitter	0,321
Skype	0,3
Snapchat	0,287
Viber	0,26

Πηγή: Επεξεργασία από We are social <https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know>

Οι παραπάνω εξελίξεις συνδυάζονται με την επανάσταση της κινητής τηλεφωνίας, καθώς τα κινητά τηλέφωνα νέας γενιάς (smartphones)³⁵ ευνοούν αυτή τη νέα κατάσταση πολύ σημαντικών αλλαγών. Η πρόσβαση των χρηστών στις ειδήσεις μέσω των κινητών τηλεφώνων και των ταμπλετών γίνεται πια πολύ εύκολα και ανά πάσα στιγμή μέσω των mobile applications (apps).³⁶ Οι χρήστες μπορούν πλέον να ενημερώνονται 24 ώρες το 24ωρο οπουδήποτε και αν βρίσκονται για το τι συμβαίνει στον κόσμο. Οι κινητές συσκευές διευκολύνουν σημαντικά την πρόσβαση του κοινού στις ειδήσεις. Έρευνα της Google για «έξυπνα» κινητά τηλέφωνα (smartphones) με λογισμικό Android, έδειξε ότι το πιο σημαντικό κομμάτι του χρόνου των χρηστών αναλώνεται στα κοινωνικά δίκτυα (Bell, 2016; Wagner, 2016).

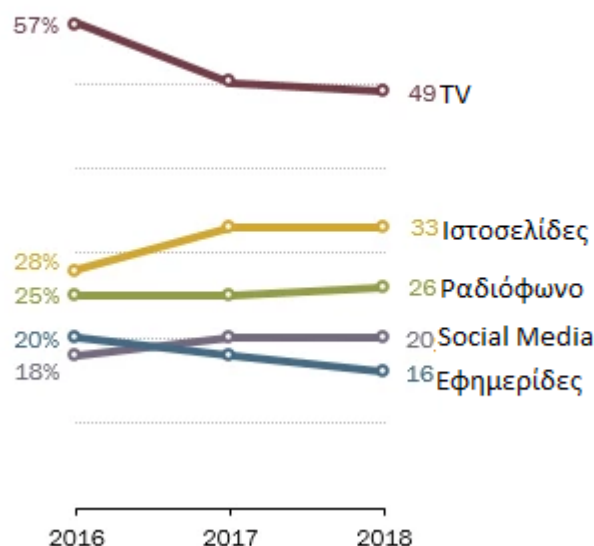
³⁵ Τα νέα κινητά τηλέφωνα διαθέτουν πλέον και διαδίκτυο, κάτι που ευνοεί την πρόσβαση στα κοινωνικά δίκτυα, η οποία γίνεται πια πιο άνετα, αφού, όπως αναφέρει η Ρήγου (2014) η οθόνη τους μεγαλώνει συνεχώς προκειμένου οι πολλές εφαρμογές που τρέχουν στο λειτουργικό τους να είναι εύχρηστες, διαθέτουν φωτογραφικές μηχανές, βίντεο κ.λ.π

³⁶ Τα apps είναι διαδικτυακές εφαρμογές που λειτουργούν σε smartphones και tablets και κάνουν πιο εύκολη τη χρήση του διαδικτύου. Μέσω αυτών, ο χρήστης έχει απευθείας πρόσβαση στο διαδίκτυο χωρίς να απαιτείται browser.

Στις ΗΠΑ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ξεπέρασαν τις εφημερίδες όσον αφορά στις προτιμήσεις των πολιτών για την πρόσβαση στην είδηση, όπως έδειξε έρευνα του *Pew Research Center* το 2018 (διάγραμμα 2.1).

Διάγραμμα 2.1

Προτίμηση σε ΜΜΕ για πρόσβαση στην είδηση, ΗΠΑ, 2018



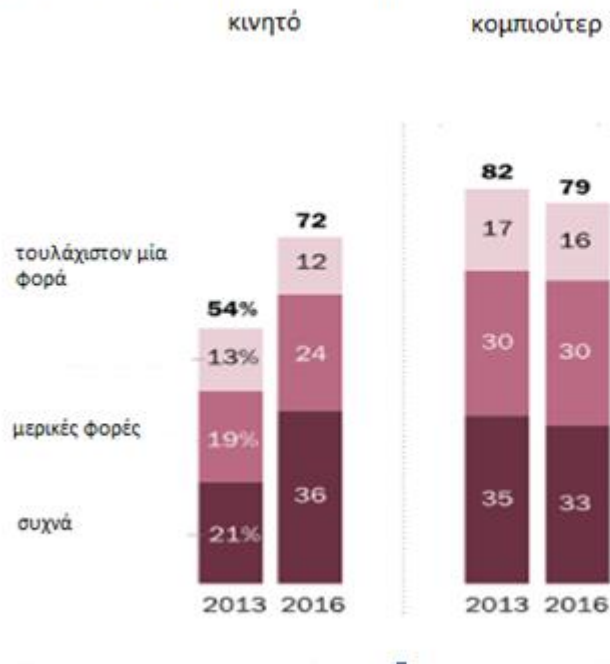
Πηγή: *Pew Research Center* (2018). *Social media outpaces print newspapers in the U.S. as a news source*

http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/12/10/social-media-outpaces-print-newspapers-in-the-u-s-as-a-news-source/?utm_source=Pew+Research+Center&utm_campaign=5f51c6155b-EMAIL_CAMPAIGN_2018_12_13_07_18&utm_medium=email&utm_term=0_3e953b9b70-5f51c6155b-399993749

Σύμφωνα με το *Pew Research Center*, το ποσοστό των Αμερικανών που έστω και μία φορά στη ζωή τους ενημερώθηκαν για τις ειδήσεις μέσα από τις κινητές συσκευές τους, αυξήθηκε από 54% το 2013, σε 72% το 2016, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους υπολογιστές μειώθηκε από 82% σε 79% (διάγραμμα 2.2).

Διάγραμμα 2.2

Πρόσβαση στις ειδήσεις από κινητό και pc στις ΗΠΑ 2013-2016



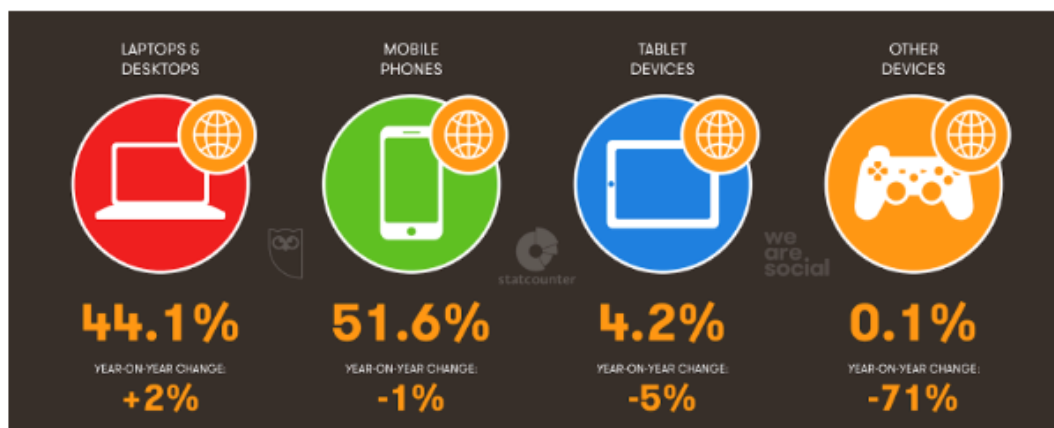
Πηγή: Pew Research Center (2016). *The modern news consumer*,

<http://www.journalism.org/2016/07/07/pathways-to-news/>

Η πλειοψηφία των πολιτών παγκοσμίως έχει πια πρόσβαση στο διαδίκτυο κυρίως από κινητά τηλέφωνα παρά από υπολογιστές (σταθερούς ή φορητούς). Αυτό απεικονίζεται στο διάγραμμα 2.3, στο οποίο φαίνεται ότι το ποσοστό πρόσβασης στο διαδίκτυο από κινητό τηλέφωνο παγκοσμίως έχει πλέον ξεπεράσει αυτό των υπολογιστών.

Διάγραμμα 2.3

Μέσα πρόσβασης στο διαδίκτυο παγκοσμίως 2018



Πηγή: We are social

<https://mail.yahoo.com/d/folders/1/messages/86018?.intl=gr&.lang=el-GR&.partner=none&.src=fp>

Σημαντικά ευρήματα για το ρόλο των social media και των κινητών συσκευών (smart phones, tablets) όσον αφορά στην πρόσβαση των πολιτών στην είδηση, προέκυψαν από τις ετήσιες έρευνες του *Reuters Institute for the Study of Journalism* (Ινστιτούτο Reuters για τη Μελέτη της Δημοσιογραφίας του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης) για τα έτη 2015,³⁷ 2016,³⁸ 2017,³⁹ 2018⁴⁰ και 2019.⁴¹

- Η έρευνα του 2015 έδειξε πως το διαδίκτυο αναδείχθηκε πρώτο ως πηγή ενημέρωσης για το 74% των ερωτηθέντων στις ΗΠΑ, ενώ στη Μεγάλη Βρετανία, το διαδίκτυο αναδείχθηκε με οριακή διαφορά δεύτερη πηγή ενημέρωσης έναντι της τηλεόρασης (με 73% έναντι 75%) και οι εφημερίδες συγκέντρωσαν 38% ως πηγή ενημέρωσης. Η ίδια έρευνα έδειξε πως τα 2/3 (66%) των χρηστών smartphones στις χώρες που διεξήχθη χρησιμοποιούν τα τηλέφωνα τους για να έχουν πρόσβασή στις ειδήσεις κάθε εβδομάδα.

³⁷ Η έρευνα του *Reuters Institute for the Study of Journalism* για το 2015 έγινε σε 12 χώρες: ΗΠΑ, Μ. Βρετανία, Αυστραλία, Γερμανία, Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Ιρλανδία, Δανία, Φινλανδία, Ιαπωνία και Βραζιλία (αστικές περιοχές μόνο).

³⁸ Η έρευνα του *Reuters Institute for the Study of Journalism* για το 2016 διεξήχθη σε δείγμα 50.000 ατόμων τις τελευταίες ημέρες του Ιανουαρίου 2016 και τις πρώτες ημέρες του Φεβρουαρίου 2016 σε 26 χώρες: ΗΠΑ, Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία, Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ιρλανδία, Νορβηγία, Σουηδία, Φινλανδία, Δανία, Βέλγιο, Ολλανδία, Ελβετία, Αυστρία, Ουγγαρία, Τσεχία, Πολωνία, Τουρκία, Νότιος Κορέα, Ιαπωνία, Αυστραλία, Καναδάς, Βραζιλία και Ελλάδα.

³⁹ Η έρευνα του *Reuters Institute for the Study of Journalism* για το 2017 διεξήχθη σε δείγμα 70.000 ατόμων τις τελευταίες ημέρες του Ιανουαρίου 2017 και τις πρώτες ημέρες του Φεβρουαρίου 2017 σε 36 χώρες: ΗΠΑ, Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία, Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ιρλανδία, Νορβηγία, Σουηδία, Φινλανδία, Δανία, Βέλγιο, Ολλανδία, Ελβετία, Αυστρία, Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία, Πολωνία, Ρουμανία, Κροατία, Ελλάδα, Τουρκία, Νότιος Κορέα, Ιαπωνία, Ταϊβάν, Χονγκ Κονγκ, Μαλαισία, Σιγκαπούρη, Αυστραλία, Καναδάς, Βραζιλία, Αργεντινή, Χιλή και Μεξικό.

⁴⁰ Η έρευνα του *Reuters Institute for the Study of Journalism* για το 2018 διεξήχθη σε δείγμα 74.000 ατόμων τις τελευταίες ημέρες του Ιανουαρίου 2018 και τις πρώτες ημέρες του Φεβρουαρίου 2018 σε 37 χώρες: ΗΠΑ, Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία, Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ιρλανδία, Νορβηγία, Σουηδία, Φινλανδία, Δανία, Βέλγιο, Ολλανδία, Ελβετία, Αυστρία, Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία, Πολωνία, Ρουμανία, Κροατία, Ελλάδα, Τουρκία, Νότιος Κορέα, Ιαπωνία, Ταϊβάν, Χονγκ Κονγκ, Μαλαισία, Σιγκαπούρη, Αυστραλία, Καναδάς, Βραζιλία, Αργεντινή, Χιλή, Μεξικό και Βουλγαρία.

⁴¹ Η έρευνα του *Reuters Institute for the Study of Journalism* για το 2019 διεξήχθη τις τελευταίες ημέρες του Ιανουαρίου 2019 και τις πρώτες ημέρες του Φεβρουαρίου 2019 σε 38 χώρες: ΗΠΑ, Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία, Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ιρλανδία, Νορβηγία, Σουηδία, Φινλανδία, Δανία, Βέλγιο, Ολλανδία, Ελβετία, Αυστρία, Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία, Πολωνία, Ρουμανία, Κροατία, Ελλάδα, Τουρκία, Νότιος Κορέα, Ιαπωνία, Ταϊβάν, Χονγκ Κονγκ, Μαλαισία, Σιγκαπούρη, Αυστραλία, Καναδάς, Βραζιλία, Αργεντινή, Χιλή, Μεξικό, Βουλγαρία και Νότιος Αφρική.

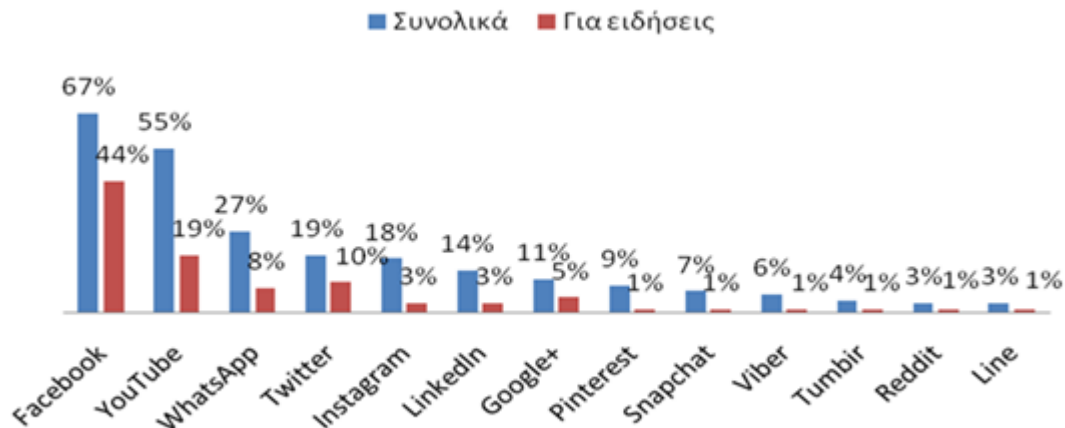
- Η έρευνα του 2016 έδειξε πως σχεδόν οι μισοί χρήστες διαδικτύου (51%) στις χώρες που διενεργήθηκε η έρευνα χρησιμοποιούν και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωσή τους, ενώ για το 12% τα social media είναι η κύρια πηγή ενημέρωσης. Για τους νέους 18-24 ετών, μάλιστα, τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν την κύρια πηγή ενημέρωσης (28%), ξεπερνώντας για πρώτη φορά την τηλεόραση (24%) που παραμένει η κυρίαρχη πηγή ενημέρωσης για το κοινό μεγαλύτερης ηλικίας αν και η συνολική χρήση της έχει πτωτικές τάσεις (διάγραμμα 2.4).
- Η έρευνα του 2017 έδειξε συγκράτηση ή και μείωση της τάσης για ενημέρωση μέσω των κοινωνικών δικτύων, κυρίως λόγω των *fake news*, αλλά και της ανόδου της τάσης για πρόσβαση στην είδηση μέσω των εφαρμογών στιγμιαίων μηνυμάτων⁴² όπως για παράδειγμα το *WhatsApp* που ανταγωνίζεται για την πρόσβαση στην είδηση το *Facebook*. Το 54% πάντως, απάντησε ότι χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως πηγή ενημέρωσης, ενώ το *Facebook* το χρησιμοποιεί εβδομαδιαίως για οποιοδήποτε λόγο το 80% των συμμετεχόντων στην έρευνα (διάγραμμα 2.5).
- Η έρευνα του 2018 έδειξε περαιτέρω μείωση της τάσης για ενημέρωση μέσω των κοινωνικών δικτύων, και λόγω των *fake news*, αλλά κυρίως λόγω του *Facebook* που από το καλοκαίρι του 2017 σταμάτησε τον αλγόριθμο των ειδήσεων. Αντίθετα, η χρήση των εφαρμογών στιγμιαίων μηνυμάτων για πρόσβαση στην είδηση και γενικά αυξήθηκε ακόμη περισσότερο, με το *WhatsApp* να καταγράφει τη σημαντικότερη άνοδο και να φθάνει το 44% στη χρήση για όλους τους σκοπούς.
- Η έρευνα του 2019 έδειξε συνεχή άνοδο στη χρήση των smart phones για πρόσβαση στην είδηση την περίοδο 2013-2019 σε πέντε επιλεγμένες χώρες της έρευνας (διάγραμμα 2.6) και αύξηση στη χρήση των social media για πρόσβαση στην είδηση την περίοδο 2013-2019 στις ίδιες πέντε χώρες (διάγραμμα 2.7). Επίσης, έδειξε μικρή άνοδο στις συνδρομές για online ειδήσεις, περαιτέρω μείωση τη χρήσης του *Facebook* που, όπως παραμένει με

⁴² Οι εφαρμογές στιγμιαίων μηνυμάτων (messaging applications), όπως το *WhatsApp*, το *Facebook Messenger*, το *Snapchat*, το *Viber* και το *WeChat* μπορούν να θεωρηθούν και είναι και αυτές social media. Κάποιες, όπως το *Facebook Messenger* του *Facebook* είναι εφαρμογές μέσω κοινωνικής δικτύωσης, ενώ αξιοσημείωτη είναι η περίπτωση του *WhatsApp*, το οποίο εξαγοράστηκε από το *Facebook* αντί 19 δις. δολαρίων το 2014, παρά την ύπαρξη ανάλογης εφαρμογής (*Facebook Messenger*).

διαφορά το πρώτο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, ακόμη και για πρόσβαση στις ειδήσεις και συνεχιζόμενη άνοδο στη χρήση των *Instagram* και *WhatsApp*, τα οποία ανήκουν στο *Facebook* και συνεχιζόμενη άνοδο των messaging applications για πρόσβαση στις ειδήσεις.

Διάγραμμα 2.4

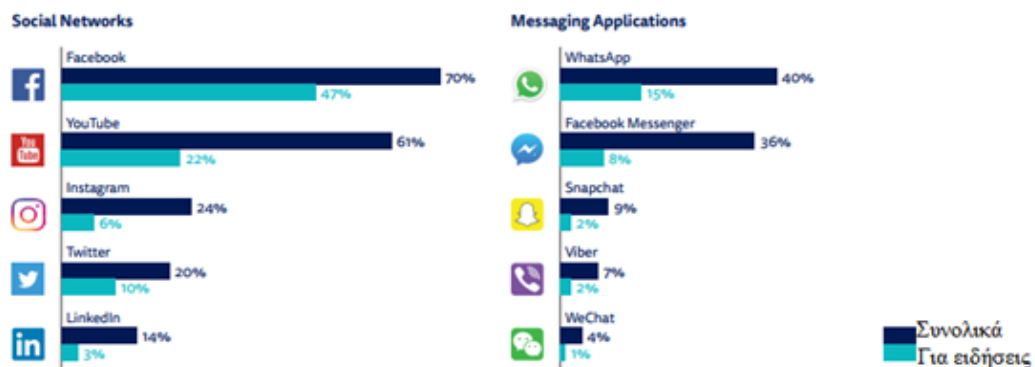
Πρόσβαση στα social media συνολικά και για ειδήσεις σε 26 χώρες -2016



Πηγή: Επεξεργασία από Reuters Institute for the Study of Journalism (2016). Reuters Institute Digital News Report, <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Digital%2520News%2520Report%25202016.pdf>

Διάγραμμα 2.5

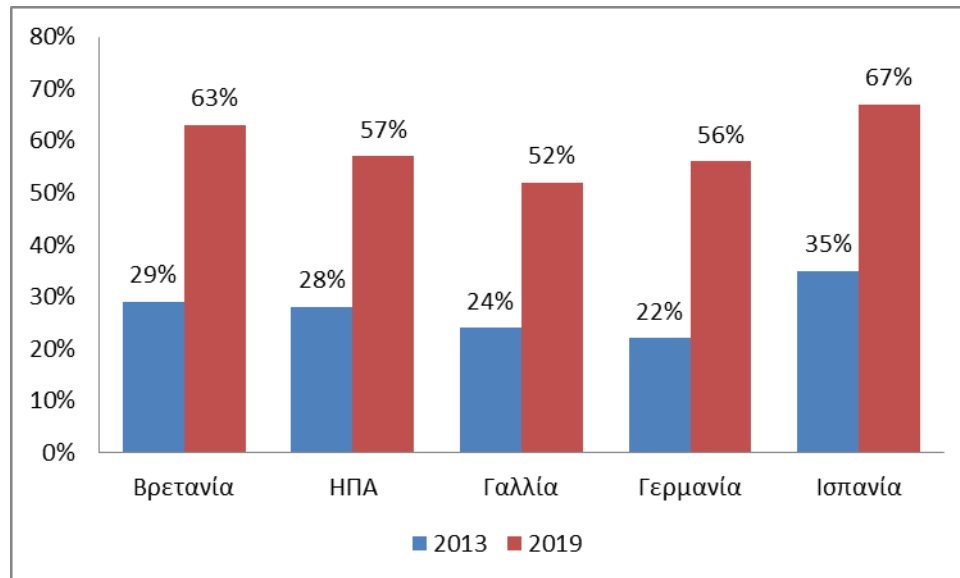
Πρόσβαση στα messaging applications και τα social media συνολικά και για ειδήσεις σε 36 χώρες - 2017



Πηγή: Reuters Institute for the Study of Journalism (2017). Reuters Institute Digital News Report,

Διάγραμμα 2.6

Πρόσβαση στις ειδήσεις από κινητά τηλέφωνα, 2013-2019

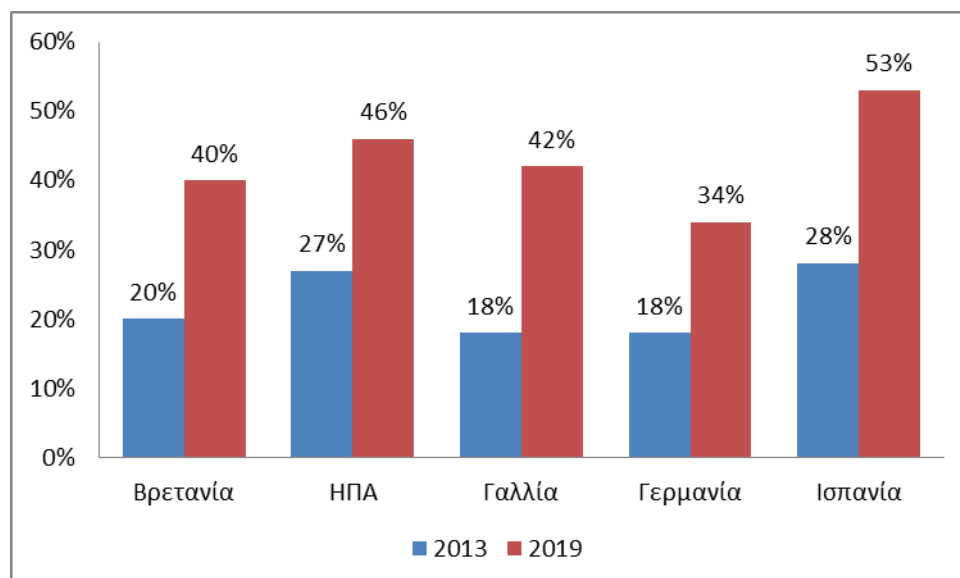


Πηγή: Reuters Institute for the Study of Journalism (2019). Reuters Institute Digital News Report,

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_1.pdf

Διάγραμμα 2.7

Πρόσβαση στις ειδήσεις από social media, 2013-2019



Πηγή: Reuters Institute for the Study of Journalism (2018). Reuters Institute Digital News Report,

<http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>

Όλα όσα περιγράψαμε, καταδεικνύουν τις νέες τάσεις που επικρατούν στη διανομή και την πρόσβαση του ειδησεογραφικού περιεχομένου μέσω των κινητών τηλεφώνων και των social media, των οποίων η διείσδυση στον παγκόσμιο πληθυσμό είναι πια πολύ μεγάλη. Οι νέες αυτές τάσεις έχουν καταστήσει την ενημέρωση πιο εύκολη, γρήγορα προσβάσιμη και πιο φθηνή ή και δωρεάν για τους πολίτες που ανά πάσα στιγμή όπου και αν βρίσκονται μπορεί να είναι ενήμεροι για τις εξελίξεις από το κινητό τους ή ακόμη και το ρολόι τους⁴³ και να παρακολουθήσουν ένα γεγονός που εξελίσσεται εκείνη τη στιγμή ακόμη και τηλεοπτικά σε απευθείας σύνδεση από το τηλέφωνό τους (Measuring Online News, 2016). Απαιτείται, βεβαίως, προσοχή και φιλτράρισμα των ειδήσεων που πλέον διανέμονται πολύ γρήγορα και σε πολύ μεγάλο όγκο από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Όπως αναφέρει ο Παπαθανασόπουλος (2013), τα social media αποτελούν μια καινοτομία αλλά ειδικά στις περιπτώσεις που πρόκειται για έκτακτη είδηση μπορούν να αποτελέσουν ταυτόχρονα ευλογία και κατάρα, αφού προσφέρουν επιτόπιο ρεπορτάζ με μια αμεσότητα που κάποτε ήταν αδιανόητη, αλλά μπορούν να διαδίδουν, επίσης, φήμες και ψευδείς πληροφορίες.

Σε κάθε περίπτωση πάντως, οι πολίτες επιζητούν την πληροφορία εύκολα, γρήγορα και φθηνά. Οι ηλεκτρονικοί και οι φορητοί υπολογιστές, τα έξυπνα κινητά και οι ταμπλέτες προσφέρουν αυτή τη δυνατότητα, κάτι που έχουν συνειδητοποιήσει και οι επιχειρήσεις των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης παγκοσμίως. Τα παραδοσιακά Μέσα Ενημέρωσης είναι εκ των πραγμάτων αναγκασμένα να προσαρμοστούν στο νέο περιβάλλον και τις νέες τάσεις της ενημέρωσης προκειμένου να καταφέρουν να επιβιώσουν στο παρόν, αλλά και να βάλουν τις βάσεις για να χτίσουν το μέλλον τους.

Σε άρθρο που δημοσιεύτηκε στην ιστοσελίδα της παγκόσμιας ένωσης εκδοτών (WAN-IFRA) την 1^η Ιουνίου 2015 αναφερόταν πως η στόχευση των εφημερίδων θα πρέπει πλέον να είναι όχι απλά στην ψηφιακή τους εκδοχή, αλλά στη

⁴³ Τα τελευταία χρόνια έχουν κάνει την εμφάνισή τους έχουν κάνει και τα «έξυπνα» ρολόγια, τα οποία λειτουργούν ως κινητά τηλέφωνα, μπορούν να κάνουν όλες τις λειτουργίες των κινητών, έχουν διαδίκτυο και εφαρμογές και ο κάτοχός τους μπορεί να βλέπει βίντεο και ειδήσεις (Schmalbach, 2016).

mobile εκδοχή τους, αφού οι πολίτες ξοδεύουν πια για τις κινητές συσκευές (smart phones, tablets) σχεδόν τριπλάσιο χρόνο από αυτόν που διαθέτουν για τηλεόραση, ραδιόφωνο και εφημερίδες, ενώ οι μισοί χρήστες των κινητών συσκευών χρησιμοποιούν τα applications που διαθέτουν για την πρόσβαση σε μέσα ενημέρωσης. Η χρήση των apps έχει οδηγήσει σε μεγάλη αύξηση κοινού των MME που έχει πρόσβαση σε αυτά μέσω κινητών συσκευών. Σύμφωνα με την έρευνα του *Pew Research Center State of the News Media 2016*, στις ΗΠΑ οι 44 από τις 50 μεγαλύτερες εφημερίδες ανακοίνωσαν πως έχουν τουλάχιστον 10% περισσότερους μοναδικούς επισκέπτες στις ιστοσελίδες τους από κινητές συσκευές απ' ότι από υπολογιστές και οι 35 από τις 50 μεγαλύτερες εφημερίδες είχαν το 2016 τουλάχιστον 10% αύξηση των μοναδικών επισκεπτών των ιστοσελίδων τους από κινητές συσκευές σε σχέση με το 2015 (Mitchell & Holcomb, 2016).

Οι *New York Times* είναι από τους οργανισμούς MME που επεκτείνονται στις κινητές συσκευές μέσα από τις οποίες προωθούν και το συνδρομητικό τους περιεχόμενο. Τον Σεπτέμβριο του 2016 οι συνδρομητές της ψηφιακής έκδοσης ήταν 1,6 εκατομμύρια (στο τέλος του 2017 είχαν φθάσει 2,644) (Doctor, 2016). Ο πρόεδρος των *New York Times* Arthur Sulzberger, μιλώντας στη διάρκεια του *World News Media Congress* του 2016, ανέφερε ότι η πρόσβαση μέσω κινητών το 2016 ήταν 50% υψηλότερη από το 2015.

Ένα ακόμη παράδειγμα της ανοδικής τάσης στη χρήση των κινητών για την πρόσβαση στην ενημέρωση είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες Ρίο 2016, οι οποίοι χαρακτηρίστηκαν ως «οι Ολυμπιακοί Αγώνες των κινητών τηλεφώνων», διότι μεγάλο μέρος της ενημέρωσης γινόταν από κινητά τηλέφωνα (και ταμπλέτες) και εκ παραλλήλου με την παρακολούθηση των Αγώνων από τα παραδοσιακά μέσα. Τα στοιχεία, μάλιστα, έδειξαν πως το 85% αυτών που παρακολούθησαν τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Ρίο στην τηλεόραση έκανε χρήση των κινητών για να ενημερωθεί παράλληλα και να λάβει περισσότερες λεπτομέρειες που ήταν διαθέσιμες σε πραγματικό χρόνο (περίπτωση second screen ή πολλαπλής οθόνης).⁴⁴ Επίσης, το

⁴⁴ Όπως σημειώνει η Μαργαρίτη (2016), μεταξύ των αλλαγών που έχουν επιφέρει οι συσκευές της κινητής τηλεφωνίας στο πεδίο της ενημέρωσης είναι και η έκρηξη του φαινομένου των πολλαπλών οθονών. Η περίπτωση της διπλής οθόνης παρατηρείται κυρίως σε γεγονότα που καλύπτονται σε απευθείας μετάδοση, όπως για παράδειγμα συνέβαινε στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Ρίο ή στην τηλεμαχία μεταξύ του Μπαράκ Ομπάμα και του Μιτ Ρόμνεϊ στις προεδρικές εκλογές των ΗΠΑ το 2012. Στη μονομαχία Ομπάμα-Ρόμνεϊ, το 11% από το 56% του κοινού που παρακολούθησε τη δεύτερη τηλεοπτική αναμέτρηση μεταξύ τους, ήταν ταυτόχρονα μπροστά από δύο οθόνες, του υπολογιστή, του

70% αυτών που έμπαιναν στην ιστοσελίδα της Οργανωτικής Επιτροπής, το έκαναν από τα κινητά τους τηλέφωνα (Powel, 2016; Rio explodes on social media, 2016).

Φαίνεται λοιπόν, πως η διανομή του ειδησεογραφικού προϊόντος έχει πια ξεφύγει από τα παραδοσιακά Μέσα και τους παραδοσιακούς τρόπους. Η εφημερίδα, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση ακόμη και υπολογιστής έχουν περάσει σε δεύτερο πλάνο και έχουν πάψει να μονοπωλούν την ενημέρωση. Όπως επισημαίνει και ο Hammond (2015), το διαδίκτυο έχει εισέλθει σε μια νέα «Post-PC» εποχή, στην οποία κυριαρχούν οι κινητές συσκευές για την ενημέρωση.

2.3 Τα social media αλλάζουν την τηλεόραση

Το νέο επικοινωνιακό τοπίο που διαμορφώνεται έχει μεταβάλει σημαντικά τις εξελίξεις και στο τηλεοπτικό πεδίο. Όπως αναφέρει ο Παπαθανασόπουλος (2018), το τηλεοπτικό οικοσύστημα μεταλλάσσεται και μάλιστα με ταχείς ρυθμούς και η τηλεόραση εξελίσσεται σε μέσο με νέες δυνατότητες κατανάλωσης του οπτικοακουστικού περιεχομένου και σύγκλισης με τα άλλα μέσα επικοινωνίας προσφέροντας νέες δυνατότητες συμμετοχής του κοινού. Προσθέτει δε, πως αναλυτές, εμπειρογνώμονες και μελλοντολόγοι στο επικοινωνιακό πεδίο συμφωνούν ότι οι σημερινές διαχωριστικές γραμμές ανάμεσα σε διαφορετικά Μέσα Επικοινωνίας πολύ σύντομα θα καταστούν ξεπερασμένες.

Τις διαχωριστικές γραμμές με την τηλεόραση τείνουν να καταργήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία προσφέρουν πια και τηλεοπτικές υπηρεσίες, κάτι που αλλάζει σημαντικά τον τρόπο διανομής του τηλεοπτικού περιεχομένου και δημιουργεί νέα δεδομένα στις επιχειρήσεις των Μέσων. Το *Facebook*, το *Twitter* και το *Snapchat* έχουν κάνει σημαντικά και καινοτόμα βήματα προς αυτή την κατεύθυνση. Το *Facebook* δημιούργησε την υπηρεσία *Facebook Live*, που χρησιμοποιείται πια ευρέως από χρήστες και οργανισμούς Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Πρόκειται για μια καινοτόμα υπηρεσία που μέσω αυτής γίνονται ζωντανές συνδέσεις με εικόνα και μεταδίδονται απευθείας ειδησεογραφικά γεγονότα

tablet ή του κινητού και της τηλεόρασης (Μαργαρίτη, 2016). Ακόμη, έρευνα του αμερικάνικου κέντρου μελετών *Accenture* το 2015, έδειξε πως το 87% των καταναλωτών παγκοσμίως χρησιμοποιούν περισσότερες από μία οθόνες για την ενημέρωσή τους. Στην ίδια έρευνα αναφέρεται ότι η συσκευή που χρησιμοποιείται περισσότερο ως δεύτερη ή συνοδευτική συσκευή στην περίπτωση της διπλής οθόνης, είναι τα κινητά τηλέφωνα σε ποσοστό 57% (Flomenbaum, 2015).

από MME, ενώ οι χρήστες έχουν και αυτοί τη δυνατότητα δωρεάν ζωντανής μετάδοσης ενός γεγονότος με εικόνα. Η πλατφόρμα *Facebook Live* που έχει γίνει μέρος του δημοσιογραφικού εξοπλισμού, εξελίσσεται συνεχώς και εκτός από ζωντανές τηλεοπτικές μεταδόσεις, προσφέρονται μέσω αυτής και ζωντανές μεταδόσεις μόνο με ήχο (ραδιοφωνικές εκπομπές, παρουσιάσεις βιβλίων κ.λ.π.) (Constine, 2016; Dankier, 2016; Ortigoza, 2016).

Το *Twitter* στράφηκε σε live streaming μεταδόσεις τις οποίες ξεκίνησε από αθλητικά γεγονότα. Το 2016 απέκτησε τα δικαιώματα μίας εκ των διασημότερων αθλητικών διοργανώσεων των Ηνωμένων Πολιτειών, του *National Football League (NFL)*, μια συμφωνία που ανακοινώθηκε τον Απρίλιο του 2016 και ξεκίνησε το φθινόπωρο του ίδιου έτους. Οι φίλοι του αθλήματος παρακολουθούσαν ελεύθερα σε live streaming τα 10 από τα 16 παιχνίδια της αγωνιστικής του αμερικάνικου ράγκμπι στο κινητό τους, την ταμπλέτα τους, τον υπολογιστή τους, ακόμη και σε αντίστοιχα συνδεδεμένη τηλεόραση (Nflcommunications.com, 2016; Owen, 2016; Stetler, 2016).⁴⁵ Σύμφωνα με την ιστοσελίδα της *NFL*, όταν ανακοινώθηκε η συμφωνία *NFL-Twitter* τον Απρίλιο του 2016, τα παιχνίδια μέσω του *Twitter* υπολογιζόταν πως θα τα παρακολουθούσε ένα κοινό μεγαλύτερο από 800 εκατομμύρια άτομα εγγεγραμμένων και μη στο *Twitter* μέσω κινητών τηλεφώνων, ταμπλετών, υπολογιστών ή συνδεδεμένων τηλεοράσεων. Για να φανεί η διαφορά του άλματος που γινόταν ως προς το τηλεοπτικό κοινό από τη μετάδοση μέσω social media αρκεί να παραθέσουμε ένα άλλο στοιχείο από την ίδια πηγή. Σύμφωνα με τη *Nielsen Company*, το 2015 που ήταν η καλύτερη χρονιά από πλευράς τηλεθέασης στα παιχνίδια της *NFL* που έδειξαν τα τηλεοπτικά δίκτυα *NBC* και *CBS*, οι δύο τηλεοπτικοί σταθμοί που είχαν τα αποκλειστικά δικαιώματα των αγώνων, 199 εκατομμύρια άνθρωποι ήταν συντονισμένοι στις τηλεοράσεις τους για τους αγώνες κάθε Πέμπτη. (Nflcommunications.com, 2016).

Στις live streaming μεταδόσεις αθλητικών γεγονότων στράφηκε και το *Facebook*, πραγματοποιώντας την πρώτη του μετάδοση τον Απρίλιο του 2016.

⁴⁵ Οι ενεργοί λογαριασμοί που είχε το *Twitter* την περίοδο εκείνη ήταν 310 εκατομμύρια, νούμερο που παρέμενε στάσιμο και για να τους αυξήσει έκανε αυτή τη στροφή στις live streaming μεταδόσεις, συνάπτοντας μάλιστα συμφωνία και με κανάλια, όπως το *Bloomberg* και το *CBS*, τα οποία από την πλευρά τους αύξαναν και αυτά το τηλεοπτικό τους κοινό. Σε συνεργασία, μάλιστα, με το *CBS*, το *Twitter* έδειξε live streaming και τα συνέδρια Δημοκρατικών και Ρεπουμπλικάνων στις ΗΠΑ, στα οποία οι Χίλαρι Κλίντον και Ντόναλντ Τραμπ πήραν το προεδρικό χρίσμα για τις εκλογές του 2016 στις ΗΠΑ (Further emphasizing live content, 2016).

Κάλυψε ζωντανά τον αγώνα πρωταθλήματος ποδοσφαίρου γυναικών των ΗΠΑ (National Women's Soccer League) (Kantrowitz, 2016).⁴⁶

Το *Snapchat* στράφηκε και αυτό στη διανομή ειδησεογραφικού και τηλεοπτικού περιεχομένου, δίνοντας πρόσβαση σε τηλεοπτικά δίκτυα.⁴⁷ Ο καθένας έχει τη δυνατότητα κατεβάζοντας το application στο κινητό του τηλέφωνο, να παρακολουθήσει δωρεάν το πρόγραμμα όλων των συνεργαζόμενων δικτύων (Bell, 2016; Frier, 2016). Το *Snapchat*, μάλιστα, προχώρησε και σε μια πολύ σημαντική συμφωνία για αθλητικές μεταδόσεις με το αμερικάνικο αθλητικό δίκτυο *NBC* που έχει τα δικαιώματα των Ολυμπιακών Αγώνων μέχρι το 2032 για τη διοργάνωση των θερινών Ολυμπιακών του 2016 στο Rio de Janeiro και των χειμερινών του 2018 στην Pyeong Chang. Πλήρωσε για τα δικαιώματα προβολής μόνο στις ΗΠΑ 1,23 δις. δολάρια και μέσω του *Snapchat Discover Channel* και με παραγωγή του *BuzzFeed*⁴⁸ με το οποίο συνεργάζεται και το έχει στην πλατφόρμα του, μετέδιδε καθημερινά τις ημέρες της διοργάνωσης βίντεο με στιγμιότυπα των Αγώνων και κυρίως προέβαλλε ιστορίες εκτός των σταδίων. Ήταν η πρώτη φορά στην ιστορία του που το *NBC* δέχθηκε να μοιράσει τηλεοπτικά στιγμιότυπα Ολυμπιακών Αγώνων και αυτό το έκανε μέσω ενός μέσου κοινωνικής δικτύωσης, επειδή όπως ανέφερε εκπρόσωπός του, εκτιμήθηκε πως με τη συμφωνία αυτή, μεταξύ των άλλων, πραγματοποίησε πολύ σημαντικό άνοιγμα στις νεαρές ηλικίες στις οποίες απευθύνονται κατά κύριο λόγο τα κοινωνικά δίκτυα (Patel, 2016a & 2016b; Sarah, 2016).

Για να καταδειχθεί ο προηγούμενος ισχυρισμός, στον πίνακα 2.2 και το διάγραμμα 2.8 απεικονίζονται οι προτιμήσεις των διάφορων ηλικιακών ομάδων ανά μέσο στις έρευνες του *Reuters Institute for the Study of Journalism* για το 2016 και για το 2017:

⁴⁶ Το *Facebook* μετέδωσε και αυτό live streaming τα συνέδρια Δημοκρατικών και Ρεπουμπλικάνων για το προεδρικό χρίσμα στις ΗΠΑ, συνάπτοντας συνεργασίες με 21 οργανισμούς ΜΜΕ μεταξύ των οποίων το *CNN*, το *Yahoo*, οι *New York Times*.

⁴⁷ Το *Snapcat* ξεκίνησε συνεργασίες με το *Vice*, το *BuzzFeed*, τη *Wall Street Journal*, το *Cosmo*, το *CNN*, το *National Geographig*, το *MTV*, την *Daily Mail* και αποκτά συνεχώς νέους συνεργάτες. Ο χρήστης του κινητού τηλεφώνου έχει τη δυνατότητα να κατεβάσει το application του *Snapchat* και να παρακολουθεί εικόνα και φωτογραφίες από τους συνεργάτες. Από το *Snapchat* προβλήθηκαν ακόμη γνωστές τηλεοπτικές σειρές τις ΗΠΑ πριν καν παιχθούν στην τηλεόραση.

⁴⁸ Το *NBC* παραχώρησε την παραγωγή των στιγμιότυπων και των ιστοριών που προέβαλε το *Snapchat Discover Chanel* από τους Ολυμπιακούς Αγώνες σε ώρες που δεν ήταν υψηλής τηλεθέασης στο *BuzzFeed*, με το οποίο διαφήμισε τη συνεργασία αυτή με το *Snapchat* πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες και αυτό έγινε επίσης στο πλαίσιο του ανοίγματος του καναλιού σε νεανικό κοινό, όπως αυτό του *BuzzFeed* (Patel, 2016).

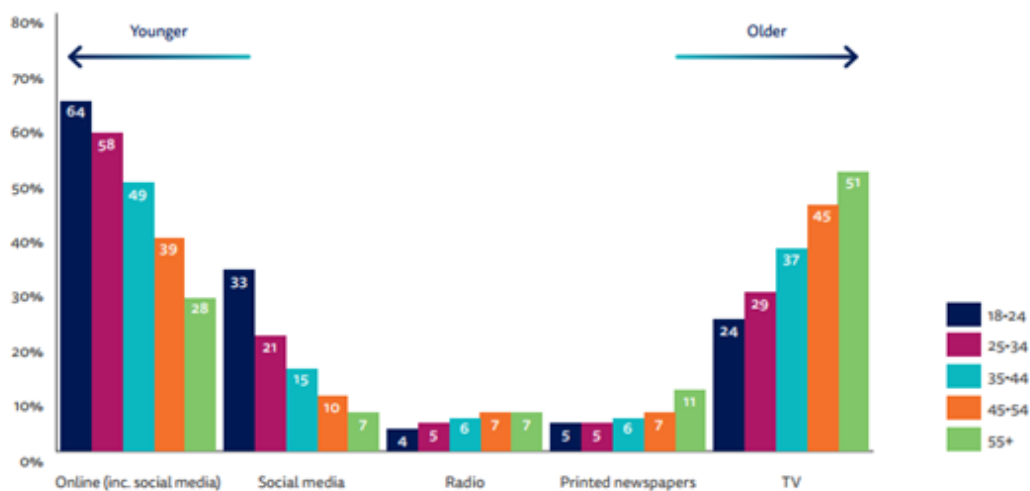
Πίνακας 2.2

Ηλικιακή πρόσβαση στα ΜΜΕ σε 26 χώρες – 2016					
	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Τηλεόραση	58%	63%	71%	78%	85%
Ραδιόφωνο	24%	30%	35%	40%	44%
Εφημερίδα	31%	33%	37%	41%	50%
Διαδίκτυο	88%	87%	84%	80%	77%
Social Media	68%	59%	53%	46%	43%

Πηγή: Επεξεργασία από Reuters Institute for the Study of Journalism (2016). Reuters Institute Digital News Report, <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Digital%2520News%2520Report%25202016.pdf>

Διάγραμμα 2.8

Ηλικιακή πρόσβαση στα ΜΜΕ σε 36 χώρες -2017



Πηγή: Reuters Institute for the Study of Journalism (2017). Reuters Institute Digital News Report, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

Πέραν του ανοίγματος που πραγματοποίησε σε νεαρές ηλικίες, το NBC είχε και οικονομικό κέρδος από τη συνεργασία με μέσα κοινωνικής δικτύωσης για τους Ολυμπιακούς του Ρίο. Εκτός του *Snapchat*, σύναψε συμφωνίες για την προβολή των Αγώνων με το *Facebook* και το *Instagram*. Το κέρδος που είχε οφείλεται στις

συνεργασίες αυτές, αφού παρά το γεγονός ότι οι θεαματικότητες που κατέγραψε στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Ρίο το 2016 ήταν χαμηλότερες σε σχέση μ' εκείνες των Ολυμπιακών Αγώνων του Λονδίνου το 2012 με τον καλωδιακό τρόπο προβολής, η διαφήμιση αυξήθηκε λόγω του live ή social streaming (Battaglio, 2016; Crupi, 2016a & 2016b; Patel, 2016a & 2016b). Τα στοιχεία έδειξαν πτώση στη θεαματικότητα του καναλιού στο Ρίο σε σχέση με το Λονδίνο με τον καλωδιακό τρόπο μετάδοσης κατά 15% στο μέσο όρο και κατά 35% στην τελετή έναρξης, ενώ η τελετή λήξης είχε τη χαμηλότερη θεαματικότητα στην ιστορία του καναλιού. Επίσης, στις ηλικίες 18-34 η πτώση ήταν 32% και στις ηλικίες 18-49 ήταν 25%. Παρ' όλα αυτά, το κανάλι ανακοίνωσε αύξηση εσόδων το 2016 (Ρίο) συγκριτικά με το 2012 (Λονδίνο) κατά 250 εκατ. δολάρια και αυτό συνέβη διότι η διαφήμιση αυξήθηκε κατά 20%. Η αύξηση αυτή οφείλεται σε σημαντικό βαθμό στο live (social) streaming, στη συμφωνία με το *Snapchat*, το *Facebook* και το *Instagram*. Στην περίπτωση της συνεργασίας του NBC με τα social media, η θεαματικότητα στη διανομή του τηλεοπτικού περιεχομένου με τον κλασικό τρόπο (καλωδιακά) ήταν μειωμένη, αλλά τα έσοδα αυξήθηκαν λόγω της διαδικτυακής προβολής του .

Ο τρόπος με τον οποίο οι νεαρές ηλικίες παρακολουθούν τηλεόραση έχει αλλάξει και πλέον το κάνουν μέσω live streaming, social media (social streaming) και εφαρμογές κινητών τηλεφώνων. Ένα ενδιαφέρον στοιχείο προς αυτή την κατεύθυνση, ήταν αυτό που ανακοίνωσε το ίδιο το NBC για τις θεαματικότητες του Ρίο. Σύμφωνα με αυτό, περισσότεροι από τους μισούς από τα 50 εκατομμύρια που παρακολούθησαν μέσω live streaming τους Αγώνες, ήταν ηλικίας κάτω των 35 ετών (Battaglio, 2016; Crupi 2016a & 2016b; Patel, 2016a & 2016b). Διαβλέποντας τις προοπτικές που ανοίγονται, το καλοκαίρι του 2018 στο παιχνίδι μπήκε και η Amazon, η οποία απέκτησε τηλεοπτικά δικαιώματα ορισμένων αγώνων της *Premier League* (πρώτη κατηγορία του αγγλικού ποδοσφαιρικού πρωταθλήματος) από τη σεζόν 2019/20. Η είσοδος της Amazon στο αγγλικό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου ήρθε ως συνέπεια των ειδικών πλατφορμών που δημιούργησαν οι Άγγλοι για μεταδόσεις από μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Burrows, 2018).

2.4 Ο ρόλος του κοινού στην παραγωγή περιεχομένου

Οι αλλαγές που εξετάσαμε έως τώρα στη διανομή του ειδησεογραφικού περιεχομένου και το νέο επικοινωνιακό τοπίο που διαμορφώνουν, επηρεάζουν σημαντικά τη δημοσιογραφία, η οποία αλλάζει μορφή και μετασχηματίζεται. Από την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και έπειτα, μπορούμε να μιλήσουμε για τη φάση της διαδικτυακής δημοσιογραφίας, η οποία δίνει έμφαση στη συμμετοχή του κοινού. Όπως αναφέρει ο Λέανδρος (2008, σελ. 211):

«Το αυστηρό ιεραρχικό μοντέλο που κυριάρχησε στην εποχή των Μαζικών Μέσων φαίνεται να χάνει σταδιακά την ισχύ του. Εάν στην εποχή της μαζικής επικοινωνίας η ροή της πληροφόρησης προερχόταν από τους πυλωρούς των Μέσων προς το κοινό, σήμερα, οι πολίτες μπορούν εύκολα να δημιουργήσουν περιεχόμενο με την μορφή κειμένου, ηχητικών αρχείων ή βίντεο. Επιπλέον, είναι σε θέση, αξιοποιώντας το διαδίκτυο να απευθυνθούν σε ένα παγκόσμιο κοινό. Με άλλα λόγια, όσοι έχουν πρόσβαση στις νέες τεχνολογίες της πληροφορίας και επικοινωνίας, μπορούν εν δυνάμει να λειτουργήσουν και ως εκδότες και ως δημοσιογράφοι».

Οι πολίτες μπορούν πλέον να διαδραματίσουν ρόλο στις εξελίξεις, εκμεταλλευόμενοι τις δυνατότητες του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία διευκολύνουν την ικανότητα των ανθρώπων να μοιράζονται δημοσίως τις γνώσεις, τις πληροφορίες και τις απόψεις τους με οποιονδήποτε έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Όλα αυτά είναι που έχουν ονομαστεί *δημοσιογραφία των πολιτών*, ή *συμμετοχική δημοσιογραφία*, όροι που παραπέμπουν στις περιπτώσεις εκείνες που οι πολίτες δημιουργούν πρωτογενή πληροφόρηση ή συμπληρώνουν την ήδη υπάρχουσα. Πρόκειται για φαινόμενα που δεν είναι καινούργια,⁴⁹ αλλά τα τελευταία χρόνια με την ανάπτυξη του διαδικτύου και των social media συναντώνται με πολύ μεγαλύτερη συχνότητα.

Επί της ουσίας μιλάμε για συμμετοχικότητα στην παραγωγή και τη διανομή ειδησεογραφικού περιεχομένου και το νέο ρόλο του πολίτη σε αυτή την αλυσίδα, με

⁴⁹ Η δημοσιογραφία των πολιτών εμφανίστηκε για πρώτη φορά τον 19ο αιώνα, μέσω του βρετανικού ριζοσπαστικού Τύπου και υιοθετήθηκε επίσης και από τον ριζοσπαστικό σοσιαλιστικό Τύπο των ΗΠΑ, τις αρχές του 20ου αιώνα, από το περιθωριακό και φεμινιστικό τύπο, τη δεκαετία του 1960 και 1970, το fanzines και το zines το 1970 και τους πειρατικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς. Στα τέλη του 20^{ου} αιώνα το ενδιαφέρον στράφηκε στα νέα μέσα και το Web 2.0 που έδωσαν μια νέα διάσταση και μορφή στη δημοσιογραφία των πολιτών με την ενσωμάτωση και δημοσίευση κειμένων, εικόνες, βίντεο και ήχου, σε σημείο που τα παραδοσιακά Μέσα (εφημερίδα, τηλεόραση, ραδιόφωνο) να μοιάζουν παρωχημένα (Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου, 2012).

τις δυνατότητες που πλέον δίνει η ψηφιακή εποχή. Πολλά σημαντικά γεγονότα τα τελευταία χρόνια έχουν αρχικά καλυφθεί από πολίτες που έτυχε να βρίσκονται εκεί και λειτούργησαν ως δημοσιογράφοι, βιντεοσκόπησαν ή φωτογράφισαν το γεγονός, διοχέτευσαν το πρωτογενές υλικό στα social media και τα ΜΜΕ και στη συνέχεια ανέλαβαν δράση οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι. Η επίθεση της 11^{ης} Σεπτεμβρίου 2001 στους Δίδυμους Πύργους που ναι μεν καλύφθηκε απευθείας από τα παραδοσιακά Μέσα, αλλά οι πρώτες εικόνες στάλθηκαν από τα κινητά πολιτών, το τσουνάμι στον Ινδικό Ωκεανό το 2004, η βομβιστική επίθεση στο Λονδίνο το 2005, η Αραβική Άνοιξη και μια σειρά άλλων γεγονότων αποτελούν τέτοιες περιπτώσεις (Gilmor, 2006; Ρήγου, 2014). Οι Anderson, Bell & Shirky (2014) αναφέρουν πως κάποιες φορές οι πολίτες που παράγουν περιεχόμενο έχουν δείξει ότι μπορούν να συμπεριφερθούν δημοσιογραφικά στο ίδιο επίπεδο με τους επαγγελματίες δημοσιογράφους και όπως τονίζουν, πλέον είναι πολλές οι περιπτώσεις που η πρώτη διαθέσιμη περιγραφή και το υλικό δημιουργείται από έναν πολίτη και όχι από έναν επαγγελματία δημοσιογράφο.

Η δημοσιογραφία των πολιτών είχε αρχικά ως στόχο την αντιστροφή της ιεραρχίας της πρόσβασης, όπως προσδιόρισε η ερευνητική ομάδα του Πανεπιστημίου της Γλασκώβης (Atton, 2009; Atton, 2002; Atton & Wickenden, 2005). Έτσι, ενώ από τα κυρίαρχα ΜΜΕ προβαλλόταν μόνο μια ελίτ, έδωσε τη δυνατότητα να υπάρχει πρόσβαση σε μεγαλύτερη ομάδα φωνών. Οι πρακτικές αυτές αφορούν στη μαρτυρία από πρώτο χέρι, ενώ ταυτόχρονα υιοθετείται η συλλογική και αντιιεραρχική μορφή της οργάνωσης και η συμμετοχική, ριζοσπαστική προσέγγιση της ειδησεογραφίας (Atton, 2003; Bierhoff & Schmidt, 1997; Ramirez, 2005; Schaffer, 2009).

Ο Nip (2006) επιχειρώντας να εξηγήσει τις φάσεις από τις οποίες έχει περάσει η δημοσιογραφία των πολιτών, αναφέρει ότι στην πρώτη φάση οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί προχώρησαν στην εμπλοκή του κοινού σε διαδραστικές ενέργειες και πρακτικές, στη δεύτερη φάση άρχισε να αναπτύσσει το ίδιο το κοινό την πρωτοβουλία για δημοσιογραφικές και επικοινωνιακές δράσεις, ενώ στην τρίτη φάση αυξήθηκε σημαντικά η εμπλοκή του κοινού στην ειδησεογραφική διαδικασία, προκαλώντας ρωγμές στη μέχρι πρόσφατα αυστηρά προσδιορισμένη διχοτομία ανάμεσα στον παραγωγό και στον καταναλωτή των ειδήσεων. Το κοινό μπορεί πλέον να εμπλέκεται στον καθορισμό και στη διαμόρφωση της ατζέντας όχι μόνο παράγοντας πρωτότυπο περιεχόμενο, αλλά αναπτύσσοντας κριτικές παρεμβάσεις στις

διαδικασίες προσδιορισμού της ατζέντας των κυρίαρχων Μέσων (Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου, 2012). Σύμφωνα με την Miler - Carpenter (2019), υπάρχουν τέσσερις διαφορετικοί τύποι πολιτών «δημοσιογράφων», αυτοί που συνεργάζονται με τους δημοσιογράφους όταν οι τελευταίοι δεν έχουν πρόσβαση σε κάποια γεγονότα, αυτοί που διαπράττουν τυχαίες πράξεις δημοσιογραφίας και συμβάλλουν στο περιεχόμενο των ειδήσεων και τις πληροφορίες γύρω από ένα γεγονός, αυτοί που δρουν στα πλαίσια μια κοινότητας και καλύπτουν θέματα τα οποία δεν καλύπτουν οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι και αυτοί που επαληθεύουν και σχολιάζουν τις ειδήσεις.

Εγείρονται, βεβαίως, πολλά ερωτήματα με κυρίαρχο το τι ακριβώς σημαίνει πολίτης δημοσιογράφος και αν η παραγωγή περιεχομένου από το κοινό αποτελεί μορφή δημοσιογραφίας. Προκύπτουν επίσης σημαντικά ζητήματα δημοσιογραφικής δεοντολογίας όσο αφορά στη διασταύρωση της είδησης και την αξιοπιστία των πηγών. Πολίτες αντικαθιστούν τους επαγγελματίες δημοσιογράφους, με ότι κινδύνους αυτό ελλοχεύει για την αμεροληψία και την εγκυρότητα της ενημέρωσης, ενώ τίθεται και θέμα απωλειών θέσεων εργασίας ως αποτέλεσμα του παροπλισμού κάποιες φορές των επαγγελματιών δημοσιογράφων.

Ως προς το τι είναι η δημοσιογραφία των πολιτών και εάν υπάρχει ένας ορισμός που να μπορεί να την περιγράψει δεν φαίνεται να υπάρχει συμφωνία ανάμεσα στους μελετητές του πεδίου (Kin & Lowrey, 2015), ενώ διάφοροι ορισμοί που έχουν δοθεί αναθεωρούνται στην πορεία. Ωστόσο, όπως αναφέρει η Miler - Carpenter (2019) υπάρχουν συγκλίνουσες απόψεις για τους πολίτες που παράγουν περιεχόμενο. Σύμφωνα με αυτές πρόκειται για ανθρώπους χωρίς οργανωτικούς δεσμούς με τους οργανισμούς ειδήσεων (δεν έχουν επαγγελματική σχέση και δεν πληρώνονται σε αντίθεση με τους επαγγελματίες δημοσιογράφους) που συλλέγουν και δημοσιεύουν (κείμενο, βίντεο, ήχο), ενώ κατά τον Wall (2017), η δημοσιογραφία των πολιτών έχει συσχετιστεί με δημιουργούς ερασιτεχνικού περιεχομένου που παράγουν και ένα τουλάχιστον κομμάτι ειδησεογραφικού περιεχομένου. Σε αντίθεση με την ερασιτεχνική δημιουργία περιεχομένου των πολιτών, οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι έχουν καθήκον να προετοιμάσουν, να συγκεντρώσουν και να διανείμουν το περιεχόμενο, ελέγχοντας την αξιοπιστία και τηρώντας τους κανόνες δεοντολογίας. Μελετητές ανησυχούσαν ως επί το πλείστον για βαθμό στον οποίο οι πολίτες που δημιουργούν δημοσιογραφικό περιεχόμενο τηρούν τους δημοσιογραφικούς και ποιοτικούς κανόνες, θεωρώντας ότι δημοσιογράφος δεν

μπορεί να θεωρηθεί ο οποιοσδήποτε πολίτης, αλλά μόνο εκείνος που εργάζεται για ένα επίσημο οργανισμό ειδήσεων με αντικείμενο την καθημερινή συγκέντρωση και διανομή ειδήσεων. Όπως σημειώνει η Miler - Carpenter (2019), η προσέγγιση που χρησιμοποιεί η κοινωνιολογία των επαγγελματιών για τη μελέτη της δημοσιογραφίας, εξηγεί πως τους εργαζόμενους ενώνουν κοινές αξίες, τελετουργίες, γλώσσα, συμπεριφορά και κοινωνικό έλεγχο σε ένα οργανισμό ή στο ίδιο επαγγελματικό πεδίο. Οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι που εργάζονται για έναν οργανισμό συμμορφώνονται με τα οργανωτικά του πρότυπα και συμπεριφέρονται ανάλογα με τους στόχους και τις αξίες του, ακόμη και αν κάποιες φορές αυτές έρχονται σε αντίθεση με τις προσωπικές τους αξίες.

Οι Anderson et al (2014) από την πλευρά τους, δέχονται ότι η συνεισφορά της δημοσιογραφίας των πολιτών στη δημοσιογραφία είναι υπαρκτή, σημειώνοντας, όμως, ότι ο δημοσιογράφος δεν έχει αντικατασταθεί, αλλά πλέον αναλαμβάνει διαφορετικό ρόλο στην εκδοτική αλυσίδα, που στις περιπτώσεις παραγωγής περιεχομένου από τους πολίτες, είναι κυρίως η επαλήθευση και η ερμηνεία πληροφοριών που δίνονται από πολίτες. Η Ρήγου (2014) επισημαίνει ότι η ολοένα και πιο συχνή ένταξη του ερασιτεχνικού υλικού στα παραδοσιακά επαγγελματικά Μέσα επέφερε αλλαγές, όπως η σχετικοποίηση της ποιότητας του παραγόμενου από τους πολίτες υλικού, που είναι χαμηλού κόστους ή και δωρεάν και τελικά δημιούργησε πίεση στην επαγγελματική δημοσιογραφική αγορά. Οι Bowman & Willis (2003) αναφέρουν ότι η δημοσιογραφία των πολιτών είναι η δράση πολιτών, με την οποία διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στη διαδικασία συλλογής και μετάδοσης της είδησης και αυτή η διαδικασία έχει ως στόχο την ανεξάρτητη, αξιόπιστη και ακριβή πληροφορία που επιτάσσει η δημοκρατία. Η δημοσιογραφία των πολιτών μπορεί σε κάποιες περιπτώσεις να συμπληρώσει το έργο των δημοσιογράφων, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις όπως στην Αραβική Άνοιξη, οι πολίτες εκμεταλλευόμενοι τις δυνατότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρέκαμψαν την λογοκρισία και τον έλεγχο που είχε επιβληθεί στα ΜΜΕ και ενημέρωσαν για την πραγματική διάσταση των γεγονότων.

Συμπερασματικά, όπως η τεχνολογική εξέλιξη είναι μια πραγματικότητα, έτσι και η συμμετοχή των πολιτών στην παραγωγή και διανομή ειδησεογραφικού περιεχομένου που είναι σε μεγάλο βαθμό αποτέλεσμα αυτής, είναι μια πραγματικότητα. Δεν είναι λίγες οι φορές, μάλιστα, που έχει συνδράμει και μάλιστα εξαιρετικά επιτυχημένα στην ενημέρωση, της οποίας η παραδοσιακή ιεραρχία έχει

ανατραπεί. Οι δημοσιογράφοι και τα ΜΜΕ απώλεσαν πλέον τον αποκλειστικό ρόλο του διαμεσολαβητή και του πυλωρού της ενημέρωσης, τον οποίο κάποιες φορές μοιράζονται με το κοινό που πλέον δεν είναι παθητικός δέκτης, αλλά παράγει ειδησεογραφικό περιεχόμενο και σε κάποιες περιπτώσεις είναι συνδιαμορφωτής των εξελίξεων. Όλα αυτά, όμως, δεν σημαίνουν ότι η συμμετοχή των πολιτών στην παραγωγή και διανομή ειδησεογραφικού περιεχομένου έχει υποκαταστήσει την επαγγελματική δημοσιογραφία και τα ΜΜΕ και οι πολίτες τους επαγγελματίες δημοσιογράφους. Το αντίθετο συμβαίνει. Η συζήτηση για ορισμένες παραμέτρους της συμμετοχής των πολιτών στην παραγωγή και διανομή περιεχομένου, όπως η αμεροληψία στην καταγραφή των γεγονότων, η ποιότητα και ο σεβασμός στις αρχές δεοντολογίας, καθώς και η απώλεια θέσεων εργασίας επαγγελματιών δημοσιογράφων παραμένει ανοιχτή και εναπόκειται στα ίδια τα ΜΜΕ, τους δημοσιογράφους και τις δημοσιογραφικές ενώσεις να καθορίσουν το πλαίσιο συνεισφοράς της και να διασφαλίσουν όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που θα επιτρέψουν στους πολίτες να συνδράμουν ουσιαστικά στην ενημέρωση και τη δημοκρατία.

2.5 Ρομποτική δημοσιογραφία και αυτοματοποιημένο περιεχόμενο

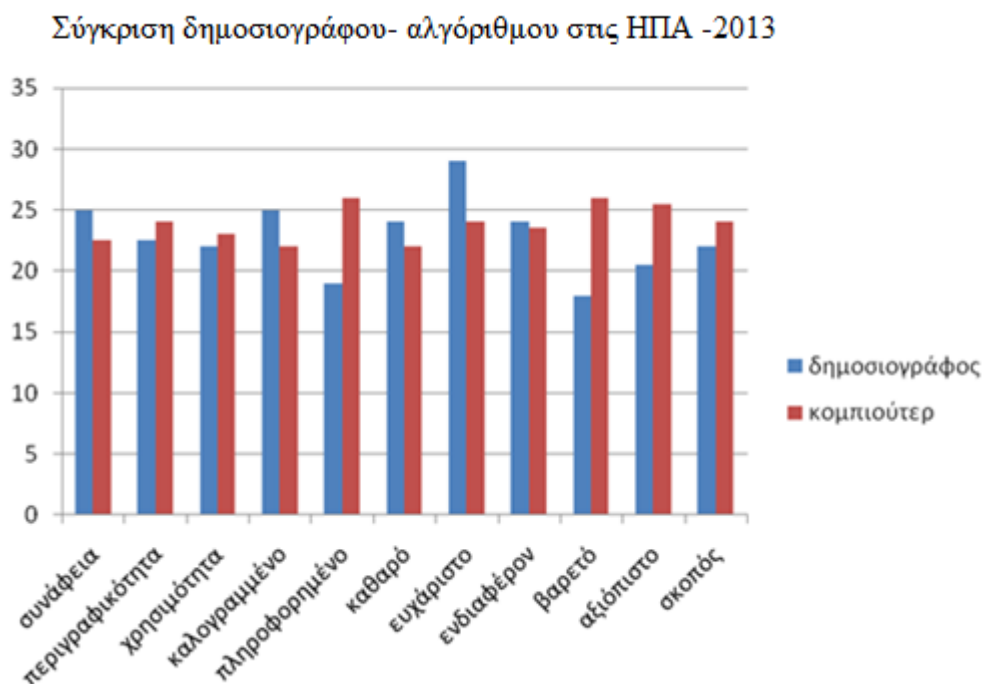
Η ανάπτυξη του διαδικτύου και των νέων Μέσων είχε ως αποτέλεσμα μια ακόμη πολύ σημαντική εξέλιξη στη δημοσιογραφία, την παραγωγή ειδησεογραφικού περιεχομένου χωρίς την ανθρώπινη διαμεσολάβηση. Το αυτοματοποιημένο δημοσιογραφικό περιεχόμενο ή η ρομποτική δημοσιογραφία (robot journalism) όπως ονομάζεται, ξεκίνησε από το αθλητικό και το οικονομικό ρεπορτάζ (Clerwall, 2014; Gunter, 2003; Lecompte, 2015). Πλέον έχει επεκταθεί σε μεγάλο φάσμα των ρεπορτάζ και χρησιμοποιείται από πολλούς μεγάλους οργανισμούς Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης δημιουργώντας μια πολύ μεγάλη αλλαγή στο οικοσύστημα της δημοσιογραφίας.

Όταν μιλάμε για ρομποτική δημοσιογραφία θα πρέπει να τη διαχωρίσουμε σε αυτή που ο δημοσιογράφος καταχωρεί δομημένες πληροφορίες και ο αλγόριθμος παράγει το άρθρο βάσει ενός προτύπου και στη δεύτερη μορφή χρησιμοποιώντας επεξεργασία φυσικής γλώσσας (NLP) παράγεται αλγοριθμικά το άρθρο από μη δομημένες πληροφορίες. Τα λογισμικά παραγωγής ειδήσεων χρησιμοποιούν συνήθως προκαθορισμένες φράσεις για να παράγουν τις ειδήσεις. Υπάρχουν, μάλιστα,

εταιρείες που ασχολούνται με αυτό το αντικείμενο και οι οποίες συνεργάζονται με τα MME.⁵⁰ (Albeanu, 2016c & 2016d; Clerwall, 2014; Lecompte, 2015). Κατά τους Anderson et al (2014), οι επιστήμονες ισχυρίζονται ότι στο μέλλον ένα ποσοστό 80% με 90% των ειδήσεων θα παράγονται αλγοριθμικά, κάτι που πιθανώς θα σημαίνει και την απώλεια θέσεων εργασίας στα MME.

Το αυτοματοποιημένο δημοσιογραφικό περιεχόμενο πάντως, δεν διαφέρει πολύ από αυτό που παράγεται από τους δημοσιογράφους και οι αναγνώστες δύσκολα μπορούν να καταλάβουν τη διαφορά. Στο διάγραμμα 2.9 απεικονίζεται έρευνα⁵¹ που διεξήχθη σε φοιτητές δημοσιογραφίας στις ΗΠΑ και αφορούσε κείμενα που έχουν γραφτεί από άνθρωπο και από υπολογιστή χωρίς την ανθρώπινη διαμεσολάβηση.

Διάγραμμα 2.9



⁵⁰ Μία από αυτές που συνεργάζεται με το Associated Press είναι η Wordsmith (<https://automatedinsights.com/>).

⁵¹ Στην έρευνα έλαβαν μέρος 17 φοιτητές από ένα πρόγραμμα παραγωγής ιστοσελίδων και 46 φοιτητές MME και Επικοινωνίας. Τους ανατέθηκε να διαβάσουν μια ανακεφαλαίωση ενός παιχνιδιού αμερικανικού ποδοσφαίρου (ράγκμπι, NFL), το οποίο είτε γράφτηκε από δημοσιογράφο είτε δημιουργήθηκε από λογισμικό και στη συνέχεια τους ζητήθηκε να αξιολογήσουν το κείμενο στις μεταβλητές που φαίνονται στο γράφημα 2.7.

Όπως προκύπτει από το διάγραμμα, σε κάποιες κατηγορίες υπερτερεί ο ανθρώπινος παράγων, σε κάποιες το υπολογιστή και το συμπέρασμα που τελικά προκύπτει είναι ότι δεν υπάρχουν μεγάλες διαφορές ανάμεσα στο περιεχόμενο που παράγεται από τον άνθρωπο και σε αυτό που παράγουν οι αλγόριθμοι. Έρευνες στην Ολλανδία και τη Δανία είχαν τα ίδια ακριβώς αποτελέσματα και έδειξαν πως για κείμενα που γράφτηκαν από υπολογιστή οι αναγνώστες νόμιζαν ότι είχαν γραφτεί από άνθρωπο. Αυτό κατά κάποιο τρόπο υποδηλώνει και επιβεβαιώνει ότι η ποιότητα των αυτόματων κειμένων είναι στο ίδιο επίπεδο με τα ανθρώπινα κείμενα, τουλάχιστον για τις ειδήσεις ρουτίνας, κάτι που οδηγεί και σε συνεργασία ανθρώπου και μηχανής. Ο υπολογιστής θα έχει το ρόλο του να αναλύει τα δεδομένα, να βρίσκει ενδιαφέρουσες ιστορίες και να προσφέρει ένα πρώτο σχέδιο και υλικό σχετικά με ένα θέμα, το οποίο οι δημοσιογράφοι θα μπορούν στη συνέχεια να εμπλουτίσουν με εις βάθος αναλύσεις και συνεντεύξεις.

Για παράδειγμα στις ΗΠΑ έχει ξεκινήσει ένα τέτοιο πρόγραμμα με δημοσκοπήσεις. Το ρομπότ (αλγόριθμος) γράφει την τυπική ιστορία για τη δημοσκόπηση, δηλαδή, τα αποτελέσματα, το μέγεθος του δείγματος, ποιος και πότε την πραγματοποίησε. Επίσης, τη συγκρίνει με άλλες δημοσκοπήσεις και από εκεί και πέρα για τα πολιτικά συμπεράσματα και τις αναλύσεις αναλαμβάνουν οι δημοσιογράφοι, οι οποίοι σε αυτές τις περιπτώσεις βοηθούνται σημαντικά από τις μηχανές, οι οποίες δεν μπορούν να υποκαταστήσουν το σχόλιο, την έρευνα και τα έκτακτα γεγονότα. (Graefe & Haim, 2016).

Το *Associated Press* είναι από τα πρωτοπόρα ΜΜΕ στη χρήση ρομποτικής δημοσιογραφίας. Αρχικά συμμετείχε σε χρηματοδότηση ερευνητικών προγραμμάτων αυτοματοποιημένων συστημάτων παραγωγής ειδησεογραφικού περιεχομένου και το 2014 ξεκίνησε να τα χρησιμοποιεί (Beaujon, 2014; Sawers, 2016; Weber, 2014).⁵² Σε συνεργασία με την εταιρεία *Automated Insights* χρησιμοποιεί την πλατφόρμα

⁵² Το *Associated Press* συμμετείχε με ποσό 5,5 εκατομμυρίων δολαρίων στη χρηματοδότηση προγράμματος αυτοματοποιημένων συστημάτων παραγωγής δημοσιογραφικού περιεχομένου της εταιρείας *Wordsmith*, με την οποία συνεργάζεται. Στο ίδιο πρόγραμμα μετείχαν και εταιρείες όπως οι *Samsung*, *Osage Venture Partners* και η *AOL* (Weber, 2014).

ειδήσεων *Wordsmith* για την παραγωγή αυτοματοποιημένων ειδήσεων. Ουσιαστικά πρόκειται για το δικό του αλγόριθμο, ο οποίος έχει προγραμματιστεί για να γράφει στο στυλ του *Associated Press*. Στο τέλος κάθε ρεπορτάζ που έχει γραφτεί από τον αλγόριθμο, υπάρχει μια σχετική σημείωση που το υποδηλώνει και το καθιστά σαφές.

Τώρα πια το *AP* κάνει εκτενή χρήση του συστήματος αυτού, το οποίο είναι σε θέση να παράξει περίπου 4.400 ρεπορτάζ το τρίμηνο. Έτσι, καλύπτει μια ευρεία γκάμα γεγονότων έγκυρα και γρήγορα. Καλύπτει και αθλητικά γεγονότα, όπως για παράδειγμα όλα τα πρωταθλήματα μπίτζμπολ των ΗΠΑ, δηλαδή 142 ομάδες σε 13 κατηγορίες και 10.000 παιχνίδια ετησίως. Λόγω της κάλυψης του μπίτζμπολ με αυτοματοποιημένο δημοσιογραφικό περιεχόμενο, το *AP* ανακοίνωσε και την πρόσληψη του πρώτου automation editor το 2016 (Holmes, 2016; Mullin, 2016; Sawers, 2016).

Από τα πρωτοπόρα μέσα στη χρήση της ρομποτικής δημοσιογραφίας είναι και η *Washington Post*, η οποία κάνει εκτενή χρήση αλγόριθμων στην on line έκδοση της, ειδικά στην κάλυψη σημαντικών γεγονότων, όπως συνέβη με τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Ρίο τον Αύγουστο του 2016 και τις προεδρικές εκλογές των ΗΠΑ τον Νοέμβριο του 2016. Τα δύο αυτά γεγονότα καλύφθηκαν από τη *Washington Post* με τη βοήθεια του αλγόριθμου *Heliograf* τον οποίο κατασκεύασε η ίδια (Albeanu, 2016d; Hare, 2016).

Η χρήση αυτοματοποιημένου συστήματος μπορεί να δώσει εξαιρετικά μεγάλες ταχύτητες στην κάλυψη και τη δημοσιοποίηση των γεγονότων και αυτό είναι ένας τομέας που οι μηχανές το κάνουν καλύτερα από το άνθρωπο, προσφέροντας ταυτόχρονα και μείωση κόστους (Anderson et al, 2014). Το *Νορβηγικό Πρακτορείο Ειδήσεων* καλύπτει πάρα πολλά παιχνίδια ποδοσφαίρου κάθε αγωνιστική και το κείμενο του παιχνιδιού είναι δημοσιευμένο 30 δευτερόλεπτα μετά το τέλος του ματς. Με τον τρόπο αυτό, ο αριθμός των αγώνων που καλύπτεται ολοένα και αυξάνεται, ενώ τα κείμενα είναι καλογραμμένα, ακριβή και με σπάνια λάθη μιας και το σύστημα δεν κάνει ποτέ το ίδιο λάθος δύο φορές και όλα αυτά συμβαίνουν από τον αλγόριθμο και χωρίς την ανθρώπινη διαμεσολάβηση (Albeanu 2016c).

Η αγγλική εφημερίδα *The Telegraph* στην on line της έκδοση χρησιμοποιεί μια μορφή αυτοματοποιημένου περιεχομένου για να παράξει στη στιγμή ένα γραφικό που ονομάζεται *Roboblogger*, το οποίο το ξεκίνησε από το ράγκμπι και το επέκτεινε και στο ποδόσφαιρο. Πρόκειται για ένα κινούμενο γραφικό που δημιουργείται άμεσα από την τροφοδότηση του αλγόριθμου με συγκεκριμένα στοιχεία για το οποίο,

μάλιστα, η *Telegraph* έλαβε χρηματοδότηση 300.000 ευρώ από την *Google's European Digital News Initiative* για να πειραματιστεί σε αυτό και στη συνέχεια να το χρησιμοποιήσει (Lichterman, 2016; Southern, 2016).

Μέρος της ρομποτικής δημοσιογραφίας είναι και τα bots,⁵³ δηλαδή, «έξυπνα» προγράμματα υπολογιστών που μέσω chat με τους χρήστες που γίνεται από αλγόριθμους παρέχουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο και άλλες υπηρεσίες. Υπάρχουν δύο μορφές bots, αυτά που καθοδηγούνται μόνο από υπολογιστή με αλγόριθμους χωρίς την ανθρώπινη παρέμβαση και αυτά που καθοδηγούνται από άνθρωπο και υπολογιστή. Με τα chat bots, όπως λέγονται, οι χρήστες μπορούν να έχουν διαρκώς πρόσβαση σε ειδήσεις και να κάνουν και άλλες ενέργειες, όπως να καλούν ταξί ή να βρίσκουν συνταγές για φαγητό. Ειδικότερα τα ειδησεογραφικά bots, παράγουν περιεχόμενο είτε με αυτόματη ανανέωση μέσω λογαριασμού ενός social media κάθε φορά που λαμβάνουν νέα ενημέρωση (νέα είδηση), είτε με απάντηση σε ερωτήματα χρηστών για συγκεκριμένα θέματα. Το *Facebook* χρησιμοποιεί ευρέως την καινοτόμα αυτή τεχνολογία στην πλατφόρμα του *Facebook Messenger*, ενώ χρήση των bots κάνει το *Skype*, αλλά και αρκετά MME, όπως το *CNN*, η *Wall Street Journal*, ο *Economist*, το *BBC* και ο *Guardian* (Albeanu, 2018; Newman, 2017).

Οι τελευταίες εξελίξεις, μάλιστα, αναφέρουν ότι ειδησεογραφικοί οργανισμοί, όπως το κινεζικό πρακτορείο ειδήσεων *Xinhua*, έχουν φτιάξει παρουσιαστές ειδήσεων ρομπότ. Το *Xinhua* κατασκεύασε και εμφάνισε για πρώτη φορά τον Νοέμβριο του 2018 με τη βοήθεια ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή την προσομοίωση ενός από τους παρουσιαστές των ειδήσεων, ένα άβαταρ, το οποίο έχει τις ίδιες κινήσεις και την ομιλία του δημοσιογράφου που χρησιμοποιήθηκε. Η ομοιότητα με τον πραγματικό δημοσιογράφο είναι τέτοια που δύσκολα θα μπορούσε να καταλάβει κάποιος τη διαφορά (Newman, 2019).

Η χρήση, ωστόσο, αλγορίθμων στη δημοσιογραφία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι κάτι που εγείρει πολλά ερωτήματα ως προς τις επιπτώσεις που ενδεχομένως έχει για τη δημοσιογραφία. Τρία είναι τα βασικά ζητήματα στα οποία δημιουργούνται πολλά ερωτηματικά: 1) το εργασιακό 2) το ηθικό (θα τα εξετάσουμε αναλυτικά στο επόμενο κεφάλαιο) και 3) η πολιτική διάσταση, στην οποία τίθενται ζητήματα που άπτονται της ίδιας της δημοκρατίας. Η εμπλοκή του *Facebook*, ενός

⁵³ Η λέξη bot προέρχεται από τη λέξη robot.

ευρέως διαδεδομένου μέσου κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιεί αλγόριθμο,⁵⁴ σε εκλογικές διαδικασίες όπως οι προεδρικές εκλογές του 2016 στις ΗΠΑ και το Brexit, όπως αυτή προέκυψε από το σκάνδαλο της *Cambridge Analytica*⁵⁵, έχει θέσει ένα τεράστιο ζήτημα, το κατά πόσο μπορεί να επηρεαστεί η ψήφος μέρους του εκλογικού σώματος από τη χρήση τέτοιων συστημάτων. Το σκάνδαλο της *Cambridge Analytica* έδειξε πως ο κίνδυνος είναι υπαρκτός και ο κίνδυνος αυτός για τη δημοκρατία γίνεται ακόμη μεγαλύτερος, αφού όπως θα δούμε στην επόμενη ενότητα, παρέμβαση σε εκλογικές διαδικασίες επιχειρήθηκε και μέσω των *fake news*, τα οποία συνδέονται άμεσα με τη λειτουργία των αλγόριθμων ειδικά των μέσων κοινωνική δικτύωσης και επίσης αποτελούν ένα σοβαρό κίνδυνο για το δημοκρατικό πολίτευμα.

2.6 Η διάδοση των fake news

Ένα σημαντικό ζήτημα που έχει ανακύψει από την τεχνολογική πρόοδο και την εξέλιξη του διαδικτύου και των MME, είναι αυτό των *fake news* (ψευδείς ή παραπλανητικές ειδήσεις) που τα τελευταία χρόνια αυξήθηκαν σημαντικά. Τα *fake news* δεν είναι, βεβαίως κάτι καινούργιο στον τομέα της ενημέρωσης, αλλά τα τελευταία χρόνια το διαδίκτυο και τα social media έχουν δημιουργήσει το κατάλληλο περιβάλλον για την κατακόρυφη αύξησή τους (Μαργαρίτη, 2017a).

Ο Nelson (2017) αναφέρει πως δεν είναι ούτε απλό, ούτε εύκολο να αποδοθεί ο ακριβής ορισμός των *fake news* και κάνει λόγο για ιστοσελίδες που δημοσιεύουν συστηματικά ψευδείς ειδήσεις, για ανακριβείς πληροφορίες που διαδίδονται από

⁵⁴ Ένα από τα ζητήματα που επίσης είχε τεθεί με τον αλγόριθμο του *Facebook* ήταν η άγνοια της μεγάλης πλειοψηφίας των χρηστών για τη λειτουργία του. Η έρευνα του *Pew Research Center* *Many Facebook users don't understand how the site's news feed works* τον Σεπτέμβριο του 2018 για τις ΗΠΑ, έδειξε ότι οι χρήστες δεν μπορούσαν να καταλάβουν τον τρόπο λειτουργίας του αλγόριθμου.

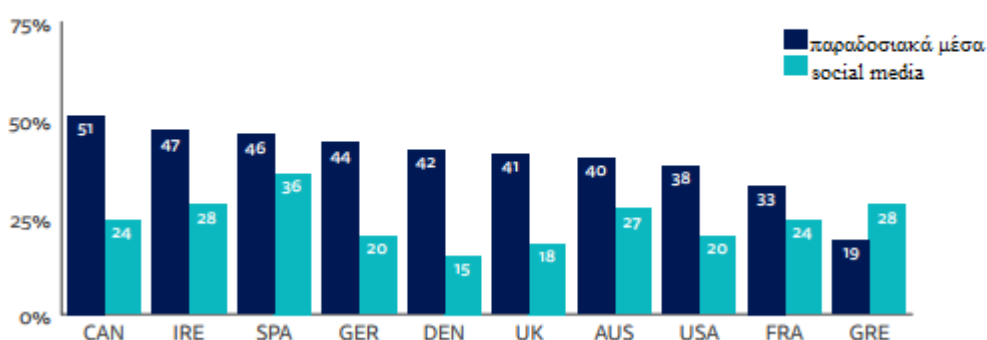
⁵⁵ Το σκάνδαλο της εμπλοκής της εταιρείας ανάλυσης δεδομένων *Cambridge Analytica*, βρέθηκε για καιρό στην πρώτη γραμμή των ειδήσεων παγκοσμίως από τον Μάρτιο του 2018. Η εταιρεία κατηγορήθηκε πως παραβίασε τα προσωπικά δεδομένα εκατομμυρίων χρηστών του *Facebook*, με στόχο να επηρεάσει την τελική τους ψήφο. Αρχικά υπήρξαν τα λεγόμενα, *dark posts*, δηλαδή χορηγούμενα *posts* στο *Facebook* που μπορούσαν να βλέπουν μόνο χρήστες με συγκεκριμένα προφίλ. Μέσω συγκεκριμένων ψυχομετρικών μεθόδων και τεχνικών μεγάλων δεδομένων είναι δυνατή η διαμόρφωση προφίλ χρηστών με τέτοιο βαθμό ακριβείας, που καθίσταται δυνατή η μαζική αποστολή στοχευμένων, εξατομικευμένων μηνυμάτων με καταλυτικά αποτελέσματα. Κατόπιν, με τη βοήθεια της εφαρμογής *thisisyourdigitallife*, ένα τεστ προσωπικότητας που το έκαναν πολλοί χρήστες, συλλέχθηκαν τα προσωπικά τους δεδομένα. Ετσι, αποκτήθηκαν πληροφορίες που αφορούσαν τον τόπο κατοικίας, τις λίστες με τους φίλους τους και τα *likes* που έχουν κάνει. Στη συνέχεια χτίστηκαν μοτίβα που βομβάρδιζαν τους χρήστες με θέματα υπέρ του Τραμπ και του Brexit, με τελικό στόχο τον επηρεασμό της ψήφου τους. Εξαιτίας του σκανδάλου, απομακρύνθηκε ο επικεφαλής του τομέα ασφάλειας του *Facebook* Alex Stamos, ενώ ο ιδρυτής του Mark Zuckerberg βρέθηκε απολογούμενος για το θέμα ενώπιον του αμερικάνικου κογκρέσου και του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου.

ιστοσελίδες και αναπαράγονται από μέσα κοινωνικής δικτύωσης, για αληθινές ειδήσεις κάτω από παραπλανητικούς τίτλους και για ιστοσελίδες με σατυρικές ειδήσεις που πολλές φορές είναι παραπλανητικές. Όλα αυτά, όπως σημειώνει, αποτελούν περιπτώσεις fake news.⁵⁶

Η έρευνα του *Reuters Institute for the Study of Journalism* για το 2017⁵⁷ επιβεβαιώνει την δυσκολία που υπάρχει στο να γίνει ξεκάθαρο τι ακριβώς είναι fake news. Η έρευνα αυτή έδειξε ότι οι ψευδείς ειδήσεις αποτελούν βασικό λόγο που οι πολίτες έχουν αρχίσει να μην εμπιστεύονται τα social media, αφού καταγράφηκε συγκράτηση ή και μείωση της τάσης για ενημέρωση των πολιτών μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, κυρίως λόγω και των ψευδών ειδήσεων. Από τους ερωτηθέντες, μόνο το 24% απάντησε ότι τα social media έκαναν ικανοποιητική προσπάθεια να ξεχωρίσουν την πραγματικότητα από την μυθοπλασία (fake news) σε σχέση με το 40% που «ψήφισε» τα ειδησεογραφικά brands. Στο διάγραμμα 2.10 απεικονίζονται στοιχεία για 10 από τις χώρες της έρευνας, τα οποία δείχνουν την εμπιστοσύνη των πολιτών στα νέα μέσα και social media για τη διάκριση των ψευδών ειδήσεων.

Διάγραμμα 2.10

Εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά μέσα και τα social media για τη διάκριση πραγματικών και ψευδών ειδήσεων -2017



Πηγή: Reuters Institute for the Study of Journalism (2017). Reuters Institute Digital News Report,

⁵⁶ Σε συνέντευξή του στην online έκδοση της *The Daily Telegraph* τον Φεβρουάριο του 2017 το αφεντικό της Apple Tim Cook, χαρακτήρισε τα fake news «μάστιγα που σκοτώνει την ανθρώπινη σκέψη» και κάλεσε τις κυβερνήσεις να δράσουν άμεσα και συντεταγμένα για την καταπολέμησή τους.

⁵⁷ Αναφορά στην έρευνα έγινε στην ενότητα 2.2, όπου υπάρχουν και τα στοιχεία της έρευνας.

Ο Nelson (2017) προσδιορίζει το *Facebook* που είναι το πρώτο σε επισκεψιμότητα μέσο κοινωνικής δικτύωσης, ως αυτό από το οποίο περνά το μεγαλύτερο μέρος των ψευδών ή παραπλανητικών ειδήσεων. Το ίδιο το *Facebook* από την πλευρά του, όχι μόνο δεν το αμφισβητεί, αλλά έλαβε και μέτρα και ανέπτυξε μηχανισμούς για τον περιορισμό του φαινομένου των fake news. (Seetharaman, 2016). Το *Facebook*, όπως και άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και MME, χρησιμοποιεί πλέον το λεγόμενο factchecking (έλεγχος και διασταύρωση γεγονότων), επιτρέπει στους χρήστες του να αναφέρουν άρθρα που διαβάζουν ως αμφισβητήσιμα και στη συνέχεια αυτά εξετάζονται από έναν τρίτο φορέα που μπορεί να είναι πρακτορείο ειδήσεων ή ομάδα ερευνητών δημοσιογράφων. Για το λόγο αυτό ξεκίνησε συνεργασίες με διάφορους οργανισμούς (*Snopes*, *FactCheck.org*, *Politifact*, *ABC News*). Οι συνεργασίες αυτές έχουν ως στόχο τον εντοπισμό των ψευδών ειδήσεων και αυτών που τις διαδίδουν και την προστασία των χρηστών (Ευσταθίου, 2017; Καραδημητρίου 2017). Το θέμα των fake news, αλλά και η εμπλοκή του *Facebook* στο σκάνδαλο της *Cambridge Analytica* κλόνισαν την εμπιστοσύνη των χρηστών απέναντι του. Μετά, μάλιστα, την παραβίαση των λογαριασμών 50 εκατομμυρίων χρηστών του τον Σεπτέμβριο του 2018, πολλοί ήταν αυτοί που αναγκάστηκαν να αλλάξουν τις ρυθμίσεις ασφαλείας των λογαριασμών τους στο (Perrin, 2018).

Δεν είναι, όμως, μόνο το *Facebook* που ανέπτυξε μηχανισμούς αντιμετώπισης των παραπλανητικών ειδήσεων. Η *Google* από τη δική της πλευρά, έλαβε και αυτή μέτρα κατά των ψευδών ειδήσεων. Στα τέλη του 2016 με αρχές του 2017 έθεσε σε διάστημα τριών μηνών εκτός των μηχανών αναζήτησής της 200 ιστοσελίδες με ψευδείς και παραπλανητικές ειδήσεις, κάποιες εξ αυτών, μάλιστα, ήταν ιστοσελίδες διαφημίσεων που περιείχαν παραπλανητικό περιεχόμενο (*Google has banned 200 publishers*, 2017). Το *BBC* έχει συστήσει ειδική ομάδα στο newsroom του που ασχολείται με τον έλεγχο των ειδήσεων, των βίντεο και των φωτογραφιών προκειμένου να διαπιστωθεί ποια είναι παραπλανητικά. Ο βρετανικός οργανισμός MME είναι εκ των πρωτοπόρων στην αντιμετώπιση των fake news (Davies, 2017a). Τον ίδιο τρόπο αντιμετώπισης των fake news με το *BBC* ακολουθεί και η ισπανική εφημερίδα *El País* που πλέον έχει διακόψει την έντυπη έκδοσή της και κυκλοφορεί

μόνο διαδικτυακά. Έχει συστήσει ειδική ομάδα στο newsroom της που ασχολείται με τον έλεγχο των ειδήσεων στο διαδίκτυο και κατά πόσο αυτές είναι αληθινές ή παραπλανητικές (Southern, 2017). Ομοίως και η γαλλική εφημερίδα *Le Monde*, έχει συγκροτήσει μια εξειδικευμένη ομάδα με το όνομα *Οι Αποκωδικοποιητές*. Δουλειά τους είναι να ελέγχουν τις ειδήσεις για το αν είναι αληθινές ή όχι, ενώ η *Le Monde* έχει φτιάξει και μια μηχανή αναζήτησης που ελέγχει αν οι δηλώσεις πολιτικών είναι αληθινές (Καραδημητρίου, 2017).⁵⁸

Μια άλλη διάσταση των fake news είναι οι ψεύτικοι αυτοματοποιημένοι λογαριασμοί (bots) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ειδικά στο *Twitter*, στο οποίο εντοπίστηκαν χιλιάδες τέτοιοι λογαριασμοί. Σύμφωνα με έρευνα του *UCL* στις αρχές του 2017, ο αριθμός των ψεύτικων αυτοματοποιημένων λογαριασμών στο *Twitter* ήταν τουλάχιστον 350.000. Πρόκειται για bots που ελέγχονται απομακρυσμένα από χρήστες και διαχέουν με αυτοματοποιημένο τρόπο μέσω του *Twitter* (και άλλων δικτύων) ενοχλητικά μηνύματα ή κάποιες φορές προβαίνουν και σε διαδικτυακές επιθέσεις (Γορανίτης, 2017). Κατόπιν αυτών, τον Φεβρουάριο του 2017 το *Twitter* εφήρμοσε το δικό του πρωτόκολλο προστασίας των χρηστών του από τέτοιους λογαριασμούς. Το πρωτόκολλο δεν επιτρέπει tweets που κρίνονται «ύποπτα» από λογαριασμούς που μπορεί να είναι και bots σε χρήστες που δεν είναι ακόλουθοί τους, μειώνοντας αποτελεσματικά την εμβέλειά τους, ενώ στους χρήστες που δεν αποτρέπεται με το σύστημα αυτό η αποστολή «ύποπτων» μηνυμάτων, υπάρχει επίσης προστασία, αφού λαμβάνουν προειδοποίηση από το μέσο που τους ενημερώνει πως έχει ενδεχομένως εντοπιστεί καταχρηστική συμπεριφορά στο λογαριασμό τους (Kantrowitz, 2016).

Το θέμα των fake news έλαβε μεγάλες διαστάσεις την περίοδο των αμερικάνικων εκλογών τον Νοέμβριο του 2016 και την εκλογή του Ντόναλντ Τραμπ στην προεδρία των ΗΠΑ. Για ένα χρονικό διάστημα πριν από τις εκλογές, στο διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εμφανίστηκαν πάρα πολλά παραπλανητικά άρθρα που αποτελούσαν fake news και τα οποία ερευνάται εάν έπαιξαν ρόλο και βοήθησαν στην εκλογή Τραμπ. Άρθρα με τίτλους όπως «Ο Πάπας

⁵⁸ Στην προσπάθεια καταπολέμησης των ψευδών ειδήσεων μπορεί να προστεθεί και η ανακάλυψη του 20χρονου φοιτητή στο τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας Βαλεντίνου Τζέκα, ο οποίος δημιούργησε το *Fight Hoax*. Πρόκειται για ένα πρόγραμμα που βρίσκεται σε ερευνητικό στάδιο και το οποίο με τη βοήθεια αλγόριθμων φαίνεται πως μπορεί να εντοπίσει άμεσα και γρήγορα μια παραπλανητική είδηση από μία πραγματική σε όλο το φάσμα του διαδικτύου.

στηρίζει την υποψηφιότητα Τραμπ» και «Η Κλίντον πούλησε όπλα στο Ισλαμικό Κράτος» που δεν ήταν αληθινά, κατέκλυσαν το διαδίκτυο παγκοσμίως. Η έκταση και ο αριθμός των άρθρων αυτών στη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου ήταν τόσο μεγάλος, που διάφοροι ερευνητές, αλλά και το FBI που επίσης ερευνά την υπόθεση, έκαναν λόγο ακόμη για πιθανή παρέμβαση ρωσικού μηχανισμού προπαγάνδας στις αμερικανικές εκλογές (Ευσταθίου, 2017; Ponsford, 2017).

Παραπλανητικές ειδήσεις υπήρξαν και εν όψει των προεδρικών εκλογών στη Γαλλία τον Απρίλιο του 2017. Η έξαρση του φαινομένου στις γαλλικές εκλογές οδήγησε σε συμφωνία 37 ΜΜΕ, κυρίως από τη Μεγάλη Βρετανία και τη Γαλλία, μεταξύ των οποίων τα *BBC*, *Channel 4 News*, *International Business Times*, *Bloomberg*, *Le Monde*, *BuzzFeed*, *Les Echos*, *La Liberation* και *Agence France-Presse* (γαλλικό πρακτορείο ειδήσεων), για κοινή αντιμετώπιση όσων ψεύτικων ειδήσεων αφορούσαν στις εκλογές της Γαλλίας. Τα newsroom των μέσων αυτών χρησιμοποίησαν σύστημα επικοινωνίας που τους επέτρεπε να ελέγχουν από κοινού τις ύποπτες για ψεύτικες ειδήσεις και όταν διαπίστωναν πως επρόκειτο για *fake news*, δεν τις δημοσίευαν επίσης από κοινού (Davies, 2017b).

Η μεγάλη διάσταση που έχουν λάβει τα *fake news* και η πιθανή εμπλοκή τους σε εκλογικές διαδικασίες αποτελεί μεγάλο κίνδυνο για την δημοκρατία. Τη διαπίστωση αυτή κάνει και η Επιτροπή *Digital, Culture, Media and Sports*⁵⁹ του βρετανικού κοινοβουλίου, η οποία μετά από μήνες έρευνας συνέταξε τον Ιούλιο του 2018 σχετική έκθεση 87 σελίδων. Η επιτροπή προειδοποιεί ότι οι ψευδείς ειδήσεις αποτελούν μεγάλο κίνδυνο για τη δημοκρατία και καλεί την κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου να λάβει άμεσα μέτρα και να θεσπίσει το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο για την αντιμετώπιση του φαινομένου και της ασφάλειας στο διαδίκτυο γενικότερα, καθώς και να συνεργαστεί με την Ευρωπαϊκή Ένωση και τις ΗΠΑ σε αυτή την κατεύθυνση.

Η επιτροπή ασχολήθηκε στην ίδια έκθεση και με τη λειτουργία των αλγόριθμων που χρησιμοποιούν μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το *Facebook* και το *Twitter* και μηχανές αναζήτησης όπως το *Google* και πιθανή δική τους εμπλοκή σε εκλογικές διαδικασίες, καθώς και με τη διαχείριση των δεδομένων των χρηστών από τα μέσα αυτά. Στην έκθεση, που δημοσιεύθηκε τέσσερις μήνες μετά το σκάνδαλο

⁵⁹ Η επιτροπή συμφωνεί στην έκθεσή της πως δεν μπορεί να δοθεί ένας ακριβής ορισμός για τα *fake news*. Προτείνει δε, να χρησιμοποιείται η λέξη *παραπληροφόρηση* αντί για *ψευδείς ειδήσεις*.

Cambridge Analytica, αναλύεται η σχέση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ειδικότερα του *Facebook* με τις ψευδείς ειδήσεις που παράγονται ή διανέμονται από τον αλγόριθμό τους ή αναρτώνται και το κατά πόσο μπορεί η δημοσίευση συγκεκριμένων αναρτήσεων να επηρεάσει την ψυχολογία των χρηστών. Όπως αναφέρεται, προέκυψε παραβίαση δεδομένων χρηστών του *Facebook* για λογαριασμό της *Cambridge Analytica*, η οποία στη συνέχεια με τα στοιχεία αυτά χρησιμοποίησε εξειδικευμένες τεχνικές επικοινωνίας που είχαν χρησιμοποιηθεί προηγουμένως από τον στρατό για την καταπολέμηση τρομοκρατικών οργανώσεων για να επηρεάσει την ψήφο των χρηστών.

Το θέμα είναι ιδιαίτερα ευαίσθητο για το Ηνωμένο Βασίλειο, μιας και στο σκάνδαλο *Facebook- Cambridge Analytica*,⁶⁰ ερευνάται η εμπλοκή και ο επηρεασμός του εκλογικού σώματος και στο δημοψήφισμα για το Brexit το 2016, ενώ ερευνάται, όπως και στην περίπτωση των προεδρικών εκλογών στις ΗΠΑ το 2016 που επίσης αφορά στο σκάνδαλο *Facebook- Cambridge Analytica*, εμπλοκή της Ρωσίας στη διάδοση ψευδών ειδήσεων. Η επιτροπή δέχεται στην έκθεσή της εμπλοκή της Ρωσίας στο δημοψήφισμα για το Brexit, όπως δέχεται και εμπλοκή της Ρωσίας στο δημοψήφισμα για την ανεξαρτησία της Καταλονίας το 2017 μέσω της διάδοσης ψευδών ειδήσεων. Δεν συνδέει, όμως, την εμπλοκή αυτή της Ρωσίας με πρόθεση των εταιρειών social media να παρέμβουν και τους αναγνωρίζει δυσκολία αναγνώρισης του περιεχομένου που αναρτήθηκε για επηρεασμό του εκλογικού σώματος.

Στην έκθεση προτείνεται η θέσπιση ενός παγκόσμιου κώδικα δεοντολογίας για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που θα περιλαμβάνει και τη χρήση αλγορίθμων. Οι εταιρείες social media θα πρέπει, όπως αναφέρεται, να έχουν τη νομική ευθύνη σε περίπτωση ανάρτησης επιβλαβούς περιεχομένου και ψευδών ειδήσεων και να μην κρύβονται πίσω από το ότι είναι πλατφόρμες και δεν έχουν ευθύνη για το περιεχόμενο.⁶¹

Ένα πρώτο βήμα για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο έγινε στις αρχές του φθινοπώρου του 2018 με την υπογραφή ενός «εθελοντικού κώδικα ηθικής» ανάμεσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση και φορείς διαφημιστικών εταιρειών και εταιρειών social media. Πρόκειται, βέβαια, περισσότερο

⁶⁰ Βλέπε και προηγούμενο υποκεφάλαιο για τη ρομποτική δημοσιογραφία και τους αλγόριθμους.

⁶¹ Πρέπει να σημειωθεί, ότι τον Νοέμβριο του 2019 το *Facebook* αποδέχθηκε να πληρώσει πρόστιμο 644.000 δολαρίων στη βρετανική ανεξάρτητη Αρχή Πληροφορικής για το σκάνδαλο της *Cambridge Analytica*.

για ευχολόγιο παρά για κώδικα ρητών δεσμεύσεων, μιας και είναι γενικός και ασαφής, πέραν του εθελοντικού του χαρακτήρα. Οι υπογράφωντες δεσμεύονται απλά να αναγνωρίσουν το ρόλο τους στην συμβολή στην επίλυση της πρόκλησης της παραπληροφόρησης και δεν αγγίζουν, τουλάχιστον σε αυτή τη φάση, κρίσιμα ζητήματα όπως η διαφάνεια στην πολιτική διαφήμιση, τα διαφημιστικά έσοδα που προέρχονται από παραπληροφόρηση, η αντιμετώπιση των ψεύτικων λογαριασμών και των bots.

Συνέργειες για την καταπολέμηση των fake news έγιναν και εν όψει των Ευρωεκλογών του 2019, με αποτέλεσμα να περιορίσουν την παραπληροφόρηση, αλλά όχι να την εξαλείψουν. Έτσι, τα βήματα που πρέπει να γίνουν για τον περιορισμό της παραπληροφόρησης και την ασφαλή διακίνηση της πληροφορίας στο διαδίκτυο (ψευδείς ειδήσεις, παραπλανητικές διαφημίσεις κ.λ.π.) που επιχειρήσαμε να καταγράψουμε, είναι ακόμη πολλά. Το θέμα είναι τεράστιο, είναι ζήτημα δημοκρατίας και απειλής της και ως τέτοιο πρέπει κατά κύριο λόγο να εκλαμβάνεται και να αντιμετωπίζεται.

2.7 Ο ρόλος των aggregators

Σημαντική αύξηση παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια η χρήση των aggregators, δηλαδή των διαμεσολαβητών, οι οποίοι διακρίνονται σε τρεις κύριες ομάδες: Στους news aggregators (διαμεσολαβητές ειδήσεων) όπως είναι το *Yahoo*, το *MSN*, το *Apple News* κ.α., στις μηχανές αναζήτησης, όπως είναι το *Google* και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Όλοι οι aggregators προμηθεύουν περιεχόμενο ειδήσεων και άλλο περιεχόμενο από τρίτους προμηθευτές προς τους καταναλωτές με τη χρήση λογισμικού και αλγορίθμων (Foster, 2012).

Σε πολύ σημαντικούς news aggregators εξελίσσονται τα social media (και τα messaging applications), αφού όπως είδαμε σε προηγούμενες ενότητες, η χρήση τους για πρόσβαση στις ειδήσεις αυξάνεται συνεχώς. Οι έρευνες του *Reuters Institute for the Study of Journalism* δείχνουν συνεχή άνοδο στη χρήση των aggregators και συνεχή άνοδο στην πρόσβαση σε αυτούς μέσω των κινητών συσκευών. Οι τελευταίες εξελίξεις, μάλιστα, θέλουν και τη δημιουργία application στις κινητές συσκευές για πιο γρήγορη πρόσβαση σε αυτούς και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Στο news aggregation, τη συνάθροιση των ειδήσεων, έχουν στηριχθεί γνωστά επιχειρηματικά μοντέλα. Η ιστοσελίδα *Huffington Post* και η αθλητική ιστοσελίδα

Copa90, είναι δύο τέτοια μοντέλα. Τη δυνατότητα αυτή τη δίνουν οι εξελίξεις που σημειώνονται τα τελευταία χρόνια στο επικοινωνιακό πεδίο και το χαμηλό κόστος της συνάθροισης. Είναι χαρακτηριστικό πως και στα δύο Μέσα που αναφέραμε (*Huffington Post*, *Copa90*), το συντακτικό προσωπικό είναι ελάχιστο και μεγάλο μέρος των ειδήσεων αντλείται από τα social media και τους news aggregators.

Όπως αναφέρει ο Foster (2012), οι aggregators παρέχουν εύκολη πρόσβαση σε μια σειρά ειδήσεων από πολλές και διαφορετικές πηγές και, ως εκ τούτου, διευκολύνουν την ενεργό πολυπαραγωγή ειδήσεων. Μπορούν να λειτουργήσουν ως φόρουμ για ένα ευρύ φάσμα απόψεων και επενδύουν σε (κάποιο) αρχικό περιεχόμενο ειδήσεων. Όλα αυτά αποτελούν συνεισφορά των συναθροιστών στην πολυφωνία, αλλά δεν υπάρχει μόνο αυτή, η θετική πλευρά. Υπάρχει όμως και η άλλη πλευρά και τα ερωτήματα που τίθενται. Το πρώτο είναι, όπως αναφέρει και ο Daly (2012), εάν αυτή η μορφή συλλογής ειδήσεων μπορεί να χαρακτηριστεί δημοσιογραφία. Το δεύτερο έχει να κάνει με το περιεχόμενο που θα διανείμουν, τις προτεραιότητες που θα βάλουν σε αυτή τη διανομή και το ρόλο που παίζουν στις αποφάσεις που λαμβάνουν οι αναγνώστες σχετικά με το περιεχόμενο που παίρνουν από τους aggregators. Ο Foster (2012) τονίζει επ' αυτού, ότι οι συναθροιστές δεν είναι συνήθως ουδέτεροι στον έλεγχο, την επιλογή, την ταξινόμηση, τη ροή και τη διανομή του περιεχομένου και λαμβάνουν αποφάσεις που μπορεί να επηρεάσουν αρνητικά την πολυφωνία και σε κάποιες περιπτώσεις και την ιδιωτικότητα των χρηστών. Τίθεται εκ νέου λοιπόν, ζήτημα με την απειλή της ίδιας της δημοκρατίας από τη χρήση των aggregators, όπως και στην περίπτωση του Facebook, που είναι ένας σημαντικός συναθροιστής ο οποίος μπορεί να επηρεάσει ακόμη και εκλογικές διαδικασίες όπως συνέβη στις προεδρικές εκλογές των ΗΠΑ το 2016 και στο Brexit.

2.8 Η ασφάλεια της πληροφορίας στο διαδίκτυο

Κατόπιν όλων όσων προαναφέρθηκαν, καθίσταται σαφές ότι η διακίνηση της πληροφορίας στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι επισφαλής. Το διαδικτυακό περιβάλλον θέτει ξανά και ξανά το θέμα της εμπιστοσύνης στον αχανή χώρο του. Όπως φαίνεται είναι πολύ ευάλωτο σε θέματα ασφάλειας, ειδικά τα social media, τα οποία κερδίζουν χρήματα από τα προσωπικά στοιχεία των χρηστών και αυτός είναι και ένας από τους λόγους που ακόμη είναι δωρεάν.

Η κλοπή στοιχείων, η παρακολούθηση και η μη διατήρηση της ανωνυμίας έχει πλέον αυξηθεί στο διαδικτυακό περιβάλλον. Οι ίδιες οι κυβερνήσεις είναι οι πρώτες που παραβιάζουν τους κανόνες ελευθερίας στο διαδίκτυο και με πρόσχημα πολλές φορές τη λογοκρισία για πληροφορίες δημόσιου συμφέροντος, παραβιάζουν την ιδιωτικότητα των πολιτών. Σε έρευνα που διεξήγαγε η οργάνωση *Freedom House* για την ελευθερία στο διαδίκτυο το 2018⁶² σε 65 χώρες στον κόσμο που αποτελούν το 87% της παγκόσμιας διείσδυσης του διαδικτύου, διαπιστώθηκε ότι σε 26 από αυτές έχει σημειωθεί πτώση όσον αφορά στην ελευθερία στο διαδίκτυο σε σχέση με το 2017. Στην ετήσια έκθεσή της για το 2018, η οργάνωση αναφέρει ότι η ελευθερία στο διαδίκτυο μειώθηκε παγκοσμίως για όγδοο συνεχόμενο έτος και προσθέτει πως όσο το διαδίκτυο γίνεται λιγότερο ελεύθερο σε όλο τον κόσμο η δημοκρατία μαραζώνει, ενώ η παραπληροφόρηση και η προπαγάνδα που διαδίδονται στο διαδίκτυο έχουν δηλητηριάσει τη δημόσια σφαίρα και η αχαλίνωτη συλλογή προσωπικών δεδομένων έχει καταργήσει τις παραδοσιακές έννοιες της ιδιωτικής ζωής.

Τα παραδείγματα της ανασφάλειας του διαδικτύου είναι πολλά και διαρκώς αυξανόμενα. Το σκάνδαλο *Facebook- Cambridge Analytica*, είναι ένα από τα πιο κραυγαλέα, αλλά όχι το μόνο. Ο οργανισμός *WikiLeaks* και οι αποκαλύψεις σκανδάλων όπως τα *LuxLeaks* και τα *Panama Papers* είναι επίσης ενδεικτικά του μεγάλου αυτού ζητήματος που υπάρχει στο διαδίκτυο όσο αφορά την ασφάλεια στη διακίνηση της πληροφορίας, την ιδιωτικότητα και την παραβίαση προσωπικών δεδομένων.

Τα *WikiLeaks* που ίδρυσε ο Τζούλιαν Ασάντζ το 2006 είναι ένας διεθνής μη κερδοσκοπικός οργανισμός ΜΜΕ ο οποίος διαρρέει στο διαδίκτυο σημαντικά και απόρρητα πολλές φορές έγγραφα, που υπό άλλες συνθήκες δεν θα έβλεπαν το φως της δημοσιότητας. Τα τελευταία χρόνια έχουν προχωρήσει σε σημαντικές αποκαλύψεις και βεβαίως ενδεικτικό της ανασφάλειας του διαδικτύου, είναι ότι καταφέρνει και προμηθεύεται τέτοια έγγραφα (Bardeu & Danet, 2012; Higgs, 2016). Τα *LuxLeaks* αφορούν σε αποκαλύψεις που έκαναν τα 2014 δύο υπάλληλοι συμβουλευτικής εταιρείας, οι οποίοι διέρρησαν στη Διεθνή Σύμπραξη Ερευνητών Δημοσιογράφων (ICIJ) και τα ΜΜΕ που συνεργάζονται μαζί της χιλιάδες έγγραφα,

⁶² Για λεπτομέρειες σχετικά με την έρευνα βλέπε <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2018/rise-digital-authoritarianism>

από τα οποία αποδεικνυόταν ότι οι αρχές του Λουξεμβούργου βοήθησαν την περίοδο 2002-2010 περισσότερες από 340 μεγάλες εταιρείες να φοροδιαφύγουν. Ομοίως, τα *Panama Papers* αφορούν στη διαρροή περίπου 11,5 εκατομμυρίων εμπιστευτικών εγγράφων με λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με περισσότερες από 214.000 υπεράκτιες εταιρείες που αναφέρονται από τον πάροχο εταιρικών υπηρεσιών του Παναμά *Mossack Fonseca* και έδειχναν πως πλούσιοι ιδιώτες (πολιτικοί, επιχειρηματίες, δημόσιο λειτουργοί, ποδοσφαιριστές κ.α.) έκρυβαν τα χρήματά τους από τον δημόσιο έλεγχο. Στα παραπάνω θα πρέπει να προστεθεί και η υπόθεση του Edward Snowden, ο οποίος δούλευε για την Υπηρεσία Εθνικής Ασφάλειας των ΗΠΑ (NSA) και αποκάλυψε τη γενικευμένη παρακολούθηση των πολιτών και την παραβίαση τα ιδιωτικής τους ζωής από την NSA.

Στις προαναφερθείσες περιπτώσεις υπάρχει, βεβαίως, και ο θετικός ρόλος του διαδικτύου. Εάν δεν υπήρχε αυτό και δεν είχαν γίνει οι διαρροές εγγράφων, δεν θα είχαν αποκαλυφθεί ορισμένα μεγάλα σκάνδαλα. Με όλα όσα αναφέραμε, όμως, θελήσαμε να καταδείξουμε το μεγάλο πρόβλημα που υπάρχει με την ασφάλεια στη διακίνηση της πληροφορίας και της ιδιωτικότητας στον αχανή χώρο του διαδικτύου, κάτι που αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους κινδύνους για τη δημοκρατία. Είναι γνωστό πως πολλές κυβερνήσεις χωρών στον κόσμο και όχι μόνο αυταρχικά καθεστώτα ελέγχουν την πρόσβαση των πολιτών στο διαδίκτυο,⁶³ με αποτέλεσμα να μιλάμε για μια από τις σοβαρές παρενέργειες της ψηφιακής εποχής και της εξέλιξης. Απαιτείται άμεση δράση και συνεργασία της κοινωνίας των πολιτών, των κυβερνήσεων και των εταιρειών, διότι η παγκόσμια δημοκρατία εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από την ελευθερία και την ασφάλεια του διαδικτύου.

2.9 Ανάπτυξη / προσέγγιση κοινού (Audience development) και εξόρυξη δεδομένων (data mining)

Η ψηφιακή εποχή και το νέο τοπίο που έχει δημιουργήσει στα ΜΜΕ έχει ενσωματώσει στη δημοσιογραφία τους όρους *audience development* και *data mining*, οι οποίοι προέρχονται από το μάρκετινγκ και την πληροφορική, αλλά πλέον έχουν υιοθετηθεί και χρησιμοποιούνται από δημοσιογράφους και οργανισμούς μέσω

⁶³ Ένα από τα κορυφαία παραδείγματα είναι η Κίνα. Ενδεικτικά μπορούμε να αναφέρουμε ότι στη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων του 2008, είχε επιβληθεί λογοκρισία και δεν ήταν δυνατή η πρόσβαση σε κάποιες ιστοσελίδες όπως της Διεθνούς Αμνηστίας που είχε ασκήσει δριμεία κριτική στην κινεζική κυβέρνηση για παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

μαζικής ενημέρωσης. Ο όρος *audience development*, δηλαδή, η ανάπτυξη / προσέγγιση του κοινού, έχει σχέση με το μάρκετινγκ, τη διαφήμιση και κυρίως με τα metadata και τις δυνατότητες εμπορευματοποίησης της πληροφορίας στον κυβερνοχώρο και πολλά MME, το εντάσσουν πλέον και στη δημοσιογραφική στρατηγική τους. Οι επιχειρήσεις των MME, όπως όλες οι επιχειρήσεις και οργανισμοί επιδιώκουν το *audience development* και το δουλεύουν συστηματικά. Οι εφημερίδες επιδιώκουν να έχουν περισσότερους αναγνώστες, όπως και οι ιστοσελίδες, το ραδιόφωνο περισσότερους ακροατές και η τηλεόραση περισσότερους τηλεθεατές. Το έργο όλων όσων προσπαθούν να επιτύχουν την προσέγγιση του κοινού έχει γίνει πιο εύκολο στη σημερινή ψηφιακή εποχή και σε αυτή την κατεύθυνση βοηθούν σημαντικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η αλληλεπίδραση με το κοινό που επιτυγχάνεται με αυτά.

Μεγάλοι οργανισμοί MME έχουν εντάξει το *audience development* στη στρατηγική ανάπτυξής τους και αναλόγως κινούνται. Οι *New York Times* ανέφεραν στο *Innovation Report* του 2014 τη ανάγκη ύπαρξης ειδικών στελεχών που θα ασχολούνται με την ανάπτυξη κοινού και την προετοιμασία αυτών με στόχο να αυξήσουν το αναγνωστικό τους κοινό και τους συνδρομητές τους. Οι *New York Times* έχουν κάνει σημαντικές έρευνες για τη συμπεριφορά των αναγνωστών τους και για το τι είναι αυτό που πραγματικά επιθυμούν και με βάση τα αποτελέσματα των ερευνών αυτών ενημερώνονται οι στρατηγικές που ακολουθεί ο οργανισμός, χωρίς απαραίτητα να καθορίζονται και λαμβάνονται οι ανάλογες αποφάσεις (Edge, 2015).

Η *Washington Post* από το 2010 έως το 2014 αύξησε σε εννέα από δύο τα άτομα του προσωπικού της που ασχολούνταν με την ανάπτυξη κοινού (Moses, 2014). Ο ρόλος του στελέχους ανάπτυξης του κοινού έχει εξελιχθεί με την άνοδο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τα στελέχη αυτά θα πρέπει να είναι συνεχώς ενήμερα για το συνεχώς μεταβαλλόμενο τοπίο των social media, ενώ στις στρατηγικές ανάπτυξης του κοινού, εκπαιδεύονται και οι δημοσιογράφοι. Το *audience development* έχει ενταχθεί ως στρατηγική στα news room των MME. Με βάση αυτό, αλλά και στην παραδοχή ότι η προσέγγιση του κοινού είναι μια σύνδεση της δημοσιογραφίας και του μάρκετινγκ, έχουν στηριχθεί επιτυχημένα επιχειρηματικά μοντέλα, όπως των *New York Times*, της *Washington Post*, αλλά και του *BuzzFeed* και σε αυτό έχει συμβάλει τα μέγιστα η εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που δίνει πλέον πολλές και νέες δυνατότητες προσέλκυσης του κοινού (Moses, 2014).

Ένας ακόμη όρος που στην ψηφιακή εποχή βρίσκει εφαρμογή στη δημοσιογραφία, είναι το *data mining* (εξόρυξη δεδομένων), δηλαδή, η εξαγωγή πληροφοριών από ένα σύνολο δεδομένων. Οι δημοσιογράφοι έχουν πια στα χέρια τους νέα εργαλεία με τα οποία μπορούν να αντιμετωπίσουν ορισμένες από τις ανάγκες τους και να διευκολυνθούν στο έργο τους και σε τομείς όπως η ανάλυση, η οπτικοποίηση και η παρουσίαση δεδομένων. Εργαλεία όπως το *Google Earth* που χρησιμοποιείται από ειδησεογραφικούς οργανισμούς για τη δημιουργία και δημοσίευση οπτικοποιήσεων, το *ManyEyes* της *IBM* που επιτρέπει την απεικόνιση εγγράφων και το διαμερισμό δεδομένων στις ιστοσελίδες ειδησεογραφικών οργανισμών και το *TimeFlow* που αναπτύχθηκε στο πανεπιστήμιο *Duke* ως ένα ερευνητικό εργαλείο για τη χρονική ανάλυση, είναι διαθέσιμα για να αντιμετωπίσουν ορισμένους μακροχρόνιες ανάγκες των δημοσιογράφων, των οποίων η δουλειά πλέον διευκολύνεται σημαντικά. Αυτές οι νέες μέθοδοι και τα εργαλεία που ανήκουν κατά κύριο λόγο στο επιστημονικό πεδίο της πληροφορικής, υιοθετούνται πια συστηματικά από τη δημοσιογραφία.

Με τη χρήση του *data mining* ιστορίες ειδησεογραφικού ενδιαφέροντος και σημαντικές αποκαλύψεις μπορούν να προκύψουν από κυβερνητικά έγγραφα, δικαστικά αρχεία, ημερολόγια, σημειώσεις, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που με τα νέα εργαλεία ο δημοσιογράφος θα είναι σε θέση να τα σαρώσει και να έχει διαθέσιμο για χρήση υλικό σύντομα και φθηνά δίνοντας τη δυνατότητα διεξαγωγής δημοσιογραφικών ερευνών, ενώ πριν μερικά χρόνια η αντίστοιχη διαδικασία απαιτούσε πολύ χρόνο, χρήμα και την παρουσία ειδικών πέραν της δημοσιογραφίας (Cohen & Hamilton & Turner, 2011). Παραδείγματα χρήσης των *data mining* στη δημοσιογραφία είναι ο οργανισμός *WikiLeak* και οι αποκαλύψεις σκανδάλων όπως τα *LuxLeaks* και τα *Panama Paper*. Ένα άλλο παράδειγμα είναι ο χάρτης των *Los Angeles Times* για το έγκλημα στην πόλη, ο *Crime Map*.⁶⁴ Ο *Guardian* είναι ένα από τα ΜΜΕ που κάνει ευρύτατη χρήση των *data mining* σε μια σειρά από θέματα εθνικού και διεθνούς ενδιαφέροντος και η χρήση των στοιχείων αυτών έχει οδηγήσει σε σημαντικές αποκαλύψεις. Πρέπει να σημειωθεί πως το *Google* διαθέτει δωρεάν εργαλεία

⁶⁴ Μέσω του *Crime Map*, ο αναγνώστης μπορεί να πλοηγηθεί σε ένα χάρτη στην ιστοσελίδα των *Times* και να βλέπει καθημερινά αναφορές και περιστατικά εγκλημάτων σε όλες τις περιοχές και τις γειτονίες της πόλης.

εξόρυξης δεδομένων που μπορούν να βοηθήσουν τους δημοσιογράφους στην έρευνά τους, αλλά και στο να αναζητούν πληροφορίες που είναι ήδη διαθέσιμες.

2.10 Σύνοψη και συμπεράσματα

Το νέο επικοινωνιακό τοπίο και οι σημαντικές αλλαγές που έχουν επέλθει στη δημοσιογραφία ήταν το αντικείμενο του παρόντος κεφαλαίου. Στόχος ήταν να αναλυθούν σε όλο το εύρος τους οι αλλαγές που έχουν σημειωθεί με την εξέλιξη του διαδικτύου, των νέων μέσων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούνται πλέον ευρέως στη δημοσιογραφία.

Οι τελευταίες εξελίξεις έχουν δημιουργήσει ένα νέο επικοινωνιακό τοπίο, στο οποίο κυριαρχεί η ψηφιοποίηση της πληροφορίας και η σύγκλιση των Μέσων. Σε αυτό νέο τοπίο που μεταβάλλεται διαρκώς και με γοργούς ρυθμούς, προσαρμόζεται πλέον η παγκόσμια βιομηχανία των ΜΜΕ. Δεσπόζουσα θέση κατέχουν οι κινητές συσκευές και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούνται πια ευρέως για τη διανομή της ειδήσης και την πρόσβαση σε αυτή, καθώς διευκολύνουν τους πολίτες στο να έχουν πρόσβαση στις ειδήσεις, άμεσα και δωρεάν. Διαδίκτυο και social media έχουν καταργήσει όπως είδαμε τις διαχωριστικές γραμμές ανάμεσα στα ΜΜΕ, οδηγώντας στη λεγόμενη σύγκλιση των Μέσων.

Τα social media αλλάζουν άρδην τη μορφή της μαζικής επικοινωνίας λόγω της δυνατότητας αλληλεπίδρασης που διαθέτουν. Έτσι, η επικοινωνία δεν είναι πια μονόπλευρη, αλλά αμφίδρομη και το κοινό έχει πλέον τη δυνατότητα να αλληλεπιδρά, να παράγει και να διανέμει περιεχόμενο και να μετατρέπεται σε πυλωρό της ενημέρωσης, ρόλο που προηγουμένως είχαν αποκλειστικά τα ΜΜΕ και οι δημοσιογράφοι. Η εξέλιξη αυτή ανέδειξε τη *δημοσιογραφία των πολιτών* και οδηγεί στη λεγόμενη χειραφέτηση του κοινού από Μέσα και δημοσιογράφους (Bardoel & Deuze, 2001), την οποία θα εξετάσουμε πιο αναλυτικά στο επόμενο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν επιφέρει σημαντική πρόοδο και έχουν οδηγήσει σε ανακαλύψεις που πριν από μερικά χρόνια θα θεωρούνταν αδιανόητες, όπως η ρομποτική δημοσιογραφία. Η χρήση των αλγόριθμων, όμως, κρύβει και κινδύνους, όπως συμβαίνει στην περίπτωση ορισμένων μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter) και των aggregations και επιπλέον, έχουν αυξηθεί κατακόρυφα τα φαινόμενα των *fake news* (ψευδείς ή παραπλανητικές ειδήσεις). Έτσι, αυξάνονται

και τα φαινόμενα της παραβίασης της ασφάλειας στη διακίνηση της πληροφορίας στον αχανή χώρο του διαδικτύου, της παραβίασης της ιδιωτικότητας των πολιτών και της παρακολούθησής τους και όλα αυτά μαζί συνιστούν μια πολύ μεγάλη απειλή για τη δημοκρατία.

Ως εκ τούτου, μπορούμε να ισχυριστούμε πως οι νέες τεχνολογίες προσφέρουν νέες προκλήσεις και μπορούν να συνεισφέρουν στην πρόοδο και την ευημερία των κοινωνιών. Μπορούν να βοηθήσουν στη διαμόρφωση συνθηκών μεγαλύτερης διαφάνειας και εκδημοκρατισμού, όπως συνέβη με τη συνεισφορά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις πρόσφατες επαναστάσεις στον αραβικό κόσμο (Αραβική Άνοιξη). Από την άλλη πλευρά, βεβαίως, εγκυμονούν και κινδύνους και απαιτείται λελογισμένη και ορθή χρήση αυτών, τόσο από τους πολίτες, όσο και από τους δημοσιογράφους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΛΛΑΓΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΤΟΠΙΟΥ ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

3.1 Νέα δεδομένα και συνθήκες στην εργασία των δημοσιογράφων

Στα δυο προηγούμενα κεφάλαια επιχειρήθηκε η καταγραφή της εξέλιξης της δημοσιογραφίας και των Μέσων, καθώς και η καταγραφή του νέου επικοινωνιακού τοπίου και των αλλαγών που έχουν επέλθει στην ενημέρωση λόγω της ψηφιακής επανάστασης. Στο παρόν κεφάλαιο θα επιχειρήσουμε να δώσουμε μια εικόνα των επιπτώσεων του νέου επικοινωνιακού τοπίου σε δημοσιογράφους και Μέσα Ενημέρωσης παγκοσμίως, με έμφαση στο εργασιακό τοπίο. Ταυτόχρονα, θα επιχειρήσουμε να εξηγήσουμε και το μετασχηματισμό που υφίσταται η δημοσιογραφία ως προς το περιεχόμενο της εργασίας λόγω των τεχνολογικών αλλαγών, αλλά και των ευρύτερων εξελίξεων (οικονομικών, πολιτικών, κ.λ.π.) που λαμβάνουν χώρα. .

Όπως αναφέρει ο Λεάνδρος (2013), η επανάσταση στο χώρο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης αλλάζει τα πάντα, ακόμη και τη ζωή, τη δουλειά και τις συνθήκες εργασίας των δημοσιογράφων και των εργαζόμενων στο χώρο του Τύπου, ο οποίος αντιμετωπίζει μια βαθιά δομική κρίση λόγω του διαδικτύου που πλέον καλύπτει σε μεγάλο βαθμό τις ανάγκες της ενημέρωσης, πεδίο που παλαιότερα κάλυπταν οι εφημερίδες και τα άλλα ΜΜΕ. Μιλώντας για τις αλλαγές που έχουν επέλθει στο τοπίο της ενημέρωσης, η Ρήγου (2014) τονίζει ότι αυτές αφορούν τόσο στο επίπεδο της παραγωγής του περιεχομένου, όσο και τις εργασιακές σχέσεις μέσα στους οργανισμούς των ΜΜΕ. Ο Pavlik (2000) παρατηρεί πως η τεχνολογία επηρέασε τη δημοσιογραφία τουλάχιστον σε τέσσερα ευρύτερα ζητήματα, στον τρόπο με τον οποίο οι δημοσιογράφοι κάνουν τις δουλειές τους, στο περιεχόμενο των ειδήσεων, στη δομή της οργάνωσης στις αίθουσες σύνταξης και στις σχέσεις ανάμεσα στους ειδησεογραφικούς οργανισμούς και το κοινό τους.

Πρόκειται για μια νέα κατάσταση που οι Anderson et al (2014) ονομάζουν *μεταβιομηχανική δημοσιογραφία*, όρος που όπως εξηγούν σημαίνει ότι η δημοσιογραφία δεν είναι πλέον οργανωμένη όπως παλιά, αλλά μπαίνει σε μια φάση αναδιάρθρωσης στην οποία επικρατούν νέοι τρόποι παραγωγής της είδησης και οι υπάρχοντες οργανισμοί ΜΜΕ θα χάσουν έσοδα και μερίδιο της αγοράς, εάν δεν επωφεληθούν από τις νέες μεθόδους εργασίας, τις διαδικασίες και τις δυνατότητες

που προσφέρουν τα ψηφιακά Μέσα. Η αναδιάρθρωση αυτή έχει οδηγήσει σε επανεξέταση της κάθε οργανωτικής πτυχής της παραγωγής ειδήσεων, αλλά και σε περιορισμό του κόστους παραγωγής, περικοπές και απολύσεις, τις οποίες βιώνουν οι δημοσιογράφοι σε όλο τον κόσμο. Σε συνδυασμό μάλιστα με την οικονομική κρίση, τα λουκέτα σε Μέσα Ενημέρωσης, οι απώλειες θέσεων εργασίας και η ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων έχουν αυξηθεί δραματικά στη βιομηχανία των ΜΜΕ.

Δεν είναι, όμως, μόνο αυτά, αλλά και το περιεχόμενο της εργασίας των δημοσιογράφων που αλλάζει. Ο δημοσιογράφος στο νέο τοπίο που διαμορφώνεται, δεν είναι πια μόνο «πυλωρός» ή ένας επαγγελματίας της ενημέρωσης που γράφει και μεταδίδει, αλλά ένα «πολυεργαλείο», που πρέπει να είναι ταυτόχρονα συντάκτης, ρεπόρτερ, ερευνητής, φωτογράφος, κάμεραμαν και πολλά άλλα (Anderson et. al. 2014; Παπαθανασόπουλος, 2013). Ο δημοσιογράφος είναι πια αναγκασμένος να αποκτά συνεχώς νέα εργαλεία και δεξιότητες προκειμένου να προσαρμοστεί στις μεταβολές που συμβαίνουν με φρενήρεις ρυθμούς (Μαργαρίτη, 2017b). Για αυτό και ο Παπαθανασόπουλος (2013) σημειώνει ότι το διαδίκτυο μπορεί να προκαλέσει την πλήρη απελευθέρωση του επαγγέλματος και να συμβάλλει στην ανάδυση όχι μόνον μιας νέας αλλά και καλύτερης μορφής δημοσιογραφίας από τη μία πλευρά, αλλά από την άλλη παραθέτει τη μελέτη των Lee-Wright, Phillips και Witscghe (2012) για το μέλλον της βρετανικής δημοσιογραφίας, η οποία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η δημοσιογραφία έχει εισέλθει σε μια πορεία υποβάθμισης, υπό την έννοια ότι λιγότεροι δημοσιογράφοι δημιουργούν περισσότερο περιεχόμενο, ως επακόλουθο των συνεχιζόμενων απολύσεων από τις αίθουσες σύνταξης.

Ο σύγχρονος δημοσιογράφος απαιτείται πλέον να έχει νέες και ποικίλες επαγγελματικές δεξιότητες για να ανταπεξέλθει στο σκηνικό που έχει δημιουργηθεί, μιας και οι επιχειρήσεις των ΜΜΕ αναζητούν πια δημοσιογράφους που μπορούν να αναλάβουν διαφορετικά είδη εργασίας στο πλαίσιο της συντακτικής ομάδας (multitasking) και να είναι αρκετά ευέλικτοι για να εργαστούν για διαφορετικά Μέσα ακόμη και ταυτόχρονα (Μαργαρίτη, 2017b). Σύμφωνα με τον Deuze (2011), ο δημοσιογράφος της νέας εποχής και ειδικά του διαδικτύου, εκτός της έρευνας και του ρεπορτάζ, πρέπει να πάρει αποφάσεις σχετικά με το ποια μορφή ή μορφές του μέσου αποδίδουν καλύτερα ένα συγκεκριμένο θέμα (πολυμεσικότητα), να εξετάσει ποιες επιλογές θα έκαναν το κοινό να ανταποκριθεί (διαδραστικότητα), να συνομιλήσει ή ακόμη και να εξατομικεύσει κάποια ρεπορτάζ και τέλος να συνδέσει το ρεπορτάζ με

άλλα ρεπορτάζ, αρχεία, πηγές και ούτω καθεξής, μέσω υπερσυνδέσμων (υπερκειμενικότητα).

Οι ιλιγγιώδεις ρυθμοί με τους οποίους είναι αναγκασμένοι να δουλεύουν οι δημοσιογράφοι στο νέο τοπίο τους αναγκάζει να ασχολούνται πρωτίστως με την ταχύτητα της δημοσίευσης και να μην δίνουν προτεραιότητα σε θεμελιώδεις δημοσιογραφικές πρακτικές, όπως είναι της έρευνας, της κριτικής ανάλυσης, της ερμηνείας, της διασταύρωσης της είδησης, ενώ τις περισσότερες φορές δεν γίνεται παραγωγή πρωτογενούς υλικού, αλλά αναπαραγωγή περιεχομένου. Η ταχύτητα δυσχεραίνει ή ακόμη και ανακόπτει την ικανότητα κριτικής σκέψης και άρα ευνοεί τα λάθη και λόγω των νέων συνθηκών, οι δημοσιογράφοι είναι αναγκασμένοι να δίνουν πλέον προτεραιότητα στην ταχύτητα (Deuze & Paulussen, 2002; Μαργαρίτη, 2017b).

Όλα τα προηγούμενα, εγείρουν ερωτήματα σχετικά με την ποιότητα της πληροφόρησης και την αμεροληψία. Οδηγούν ακόμη και σε αλλαγή προσανατολισμού και των δημοσιογράφων και αυτών που θέλουν να γίνουν δημοσιογράφοι. Κατά τον Παπαθανασόπουλο (2013), 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 και ενδεχομένως το νέο θεσμικό περιβάλλον που δημιουργείται. Οι δημοσιογράφοι πρέπει πια να είναι ανταγωνιστικοί σε μια απαιτητική αγορά, αφού καλούνται να είναι σε θέση να εκμεταλλεύονται πολλά εργαλεία και υπηρεσίες για τη δουλειά τους. Ερευνητές όπως ο Clerwall (2014), οι Gray, Chambers & Bounegru (2012) και ο Bull (2010), αναφέρονται στα νέα είδη δημοσιογραφίας που έχουν αναδειχθεί στην ψηφιακή εποχή, την πολυμεσική δημοσιογραφία, τη δημοσιογραφία δεδομένων και τη ρομποτική δημοσιογραφία, τα οποία απαιτούν από τους δημοσιογράφους να διαθέτουν πέραν όλων των άλλων και ειδικές δεξιότητες πληροφορικής. Έρευνα του *Pew Research Center*⁶⁵ με τίτλο *Newsroom employees earn less than other college-educated workers in U.S.* αναφέρει ότι το 79% των εργαζόμενων στα news room των ΜΜΕ των ΗΠΑ την περίοδο 2012-2016 διέθεταν τουλάχιστον πανεπιστημιακό πτυχίο, κάτι που επιβεβαιώνει τους προηγούμενους ισχυρισμούς περί απόκτησης δεξιοτήτων και γνώσεων από τους δημοσιογράφους και ειδικά τη νέα γενιά αυτών τα τελευταία χρόνια, προκειμένου να είναι σε θέση να αντεπεξέλθουν στις νέες

⁶⁵ Η έρευνα που δημοσιεύθηκε στις 4 Οκτωβρίου 2018 και αφορούσε στην τετραετία 2012-2016..

απαιτήσεις της αγοράς εργασίας και να μείνουν στο επάγγελμα ή να καταφέρουν να εισέλθουν σε αυτό.

Όλα όσα περιγράψαμε καταδεικνύουν τις αλλαγές που έχουν επέλθει στον τρόπο με τον οποίο οι δημοσιογράφοι απαιτείται να εργάζονται στο νέο τοπίο και στην ψηφιακή εποχή, αλλά και τα εφόδια που πρέπει να διαθέτουν. Η γνώση των νέων τεχνολογιών, η ταχύτητα αντίδρασης και το multitasking φαίνεται να υπερτερούν της ικανότητας αναζήτησης, καταγραφής, γραφής και μετάδοσης των γεγονότων και διατύπωσης γνώμης. Οι σημερινοί δημοσιογράφοι δεν αρκεί πια να μπορούν να κάνουν ρεπορτάζ, να διατυπώνουν την άποψή τους, να γράφουν και να μεταδίδουν. Θα πρέπει να είναι επαρκώς καταρτισμένοι και τεχνολογικά, να γνωρίζουν και να είναι σε θέση να δουλέψουν τόσο με τα οπτικοακουστικά όσο και με τα έντυπα και τα διαδικτυακά Μέσα Επικοινωνίας και να παράγουν με μεγάλη ταχύτητα περιεχόμενο που να χρησιμοποιείται ταυτόχρονα σε πολλά Μέσα. Ταυτόχρονα, οι περιγραφείσες αλλαγές δίνουν μια νέα διάσταση στη συζήτηση περί οριοθέτησης του ποιος είναι δημοσιογράφος, την οποία έχουμε ήδη ανοίξει από το πρώτο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής. Το νέο τοπίο ευνοεί την είσοδο και άλλων ειδικοτήτων ή και πολιτών στο χώρο της δημοσιογραφίας, με ότι συνέπειες μπορεί να έχει αυτό ως προς την ποιότητα και την εγκυρότητα, αλλά και εργασιακά για τους επαγγελματίες των ΜΜΕ, διάσταση που θα εξετάσουμε στην επόμενη ενότητα.

3.2 Νέες μορφές απασχόλησης στη δημοσιογραφία

Παράλληλα λοιπόν, με τις αλλαγές στις εργασιακές πρακτικές σημειώνονται και σημαντικές μεταβολές στις εργασιακές σχέσεις της δημοσιογραφίας, η οποία έχει επηρεαστεί από την τεχνολογική αλλαγή, αλλά και τις ευρύτερες εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία, όπως η οικονομική κρίση και η νεοφιλελεύθερη μεταρρύθμιση του καπιταλισμού που έχουν οδηγήσει σε μετασχηματισμό της εργασίας και έχουν επηρεάσει τις εργασιακές σχέσεις. Όλα αυτά έχουν οδηγήσει στη γενίκευση φαινομένων όπως η απελευθέρωση των αγορών εργασίας, οι βραχυπρόθεσμες συμβάσεις και άλλες μορφές ευέλικτης απασχόλησης και η αύξηση της τάσης εξωτερικής ανάθεσης (Ornebrimg, 2009; Rottwilm, 2014). Οι παραπάνω αλλαγές στην οικονομία έχουν οδηγήσει στη διάδοση της ελαστικοποίησης των εργασιακών σχέσεων και της μερικής απασχόλησης και την υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας (Λέανδρος, 2012).

Εκτός του νέου αυτού εργασιακού τοπίου δεν έμεινε ούτε η δημοσιογραφία, ειδικά σήμερα που το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αμφισβητούν τις παραδοσιακές μορφές της, μεταβάλλουν τις συνθήκες του επαγγέλματος και αναγκάζουν τους δημοσιογράφους να στραφούν και σε άλλες λύσεις για την εξασφάλιση της επιβίωσής τους και της μακροημέρευσης εντός του επαγγέλματος, όπως η επιχειρηματικότητα, η μερική απασχόληση, τα ελεύθερα επαγγέλματα. (Aldridge & Evett 2003; Deuze, 2005; Picard, 2015; Rottwilm, 2014; Russo, 1998). Κατηγορίες δημοσιογράφων, όπως οι freelancers που εργάζονται περιστασιακά, χωρίς σύμβαση ή με μπλοκάκι και αμείβονται με το κομμάτι ή το θέμα χωρίς να είναι απαραίτητη η παρουσία τους στα γραφεία του Μέσου και δεν επιβαρύνουν την εταιρεία με εργοδοτικές εισφορές και επιδόματα, εξαπλώνονται με μεγάλη ταχύτητα.

Τα τελευταία χρόνια που οι μηντιακές βιομηχανίες σε όλο τον κόσμο είναι προσανατολισμένες στη μείωση του λειτουργικού τους κόστους, προσλαμβάνουν κατά κόρον δημοσιογράφους με χαλαρές εργασιακές σχέσεις και όπως αναφέρουν οι Deuze & Fortunati (2009), πρόκειται για ένα «μη δαπανηρό» είδος δημοσιογράφων που εξ αυτού του λόγου προτιμάται πλέον πολύ, αφού μειώνει τα λειτουργικά έξοδα των επιχειρήσεων και το οποίο δημιουργεί ένα νέο είδος «δημοσιογραφίας χωρίς δημοσιογράφους». Αυτές οι κατηγορίες δημοσιογράφων, αλλά και η πρακτική που εφαρμόζεται πλέον σε πολλά ΜΜΕ ανά τον κόσμο, έχει αυξήσει το καθεστώς της εργασίας από το σπίτι (τηλεργασία), κάτι που δίνει μεν ευελιξία, αλλά έχει και επιπτώσεις στην προσωπική ζωή των εργαζόμενων (Massey & Elmore, 2011). Όλα τα παραπάνω εγείρουν και το ερώτημα για το αν οι δημοσιογράφοι που εργάζονται στο διαδίκτυο είναι τελικά δημοσιογράφοι ή πρόκειται για άλλο επάγγελμα. Το ερώτημα αυτό επιχειρείται να απαντηθεί στο πρακτικό μέρος της παρούσα διατριβής και εκείνο που πρέπει να σημειώσουμε εδώ, είναι ότι όπως έχουμε δει και το 1^ο κεφάλαιο, δύο είναι τα νομιμοποιητικά στοιχεία του επαγγέλματος του δημοσιογράφου, οι σπουδές δημοσιογραφίας και το να είναι κάποιος μέλος ενός σωματείου ή Ένωσης Συντακτών και να διαθέτει την κάρτα μέλους.

Ακόμη δεν μπορούμε να γνωρίζουμε με ακρίβεια τις συνέπειες όλων αυτών των αλλαγών στο πλαίσιο της ειδησεογραφικής βιομηχανίας, αλλά θεωρείται σίγουρο ότι στο μέλλον θα καθορίσουν την απόφαση των νέων να γίνουν δημοσιογράφοι. Οι επιπτώσεις πάντως, που υπάρχουν πλέον στο δημοσιογραφικό επάγγελμα από όλα όσα περιγράψαμε έως τώρα, επιβεβαιώνονται και από τους ίδιους τους

δημοσιογράφους. Έρευνα του *Reuters Institute for the Study of Journalism* με τίτλο *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work* που δημοσιεύθηκε τον Μάιο του 2015, προσπάθησε να διερευνήσει το πώς οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι βλέπουν το παρόν και το μέλλον της εργασίας τους. Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε ότι οι δημοσιογράφοι δείχνουν να ανησυχούν σημαντικά για το μέλλον του επαγγέλματός τους και της θέσης τους, αντιλαμβανόμενοι ότι πλέον δεν θα είναι σε θέση να βασίζονται στην παραδοσιακή δημοσιογραφική απασχόληση στο μέλλον, αναμένοντας ότι τα έσοδά τους θα μειωθούν σημαντικά και θα αυξηθεί και άλλο η αυτοαπασχόληση.

Αναλυτικά, μόνο το 28% απάντησε ότι εκτιμά πως η δημοσιογραφία θα τους προσφέρει πιο ικανοποιητικές συνθήκες εργασίας στο μέλλον, ενώ το 60% πιστεύει ότι οι μισθοί θα μειωθούν, όπως και τα παντός είδους προνόμια. Το 55% απάντησε πως εκτιμά ότι για να κερδίζει τα προς το ζην στο μέλλον θα πρέπει να γίνουν οι δημοσιογράφοι επιχειρηματίες και να έχουν τα δικά τους site, blog κ.λ.π. Το 77% απάντησε πως πιστεύει ότι από εδώ και πέρα θα αναγκάζονται να παράγουν περισσότερο περιεχόμενο και το 71% ότι θα έχουν περισσότερο άγχος και λιγότερο ελεύθερο χρόνο. Για το ποιοι θα πρέπει στη νέα εποχή να θεωρούνται δημοσιογράφοι, οι μετέχοντες στην έρευνα απάντησαν σε ποσοστό 49% πως διαφωνούν στο ότι δημοσιογράφος πρέπει να θεωρείται μόνο αυτός που ανήκει σε μια ένωση συντακτών και το 47% απάντησε πως δημοσιογράφος θα πρέπει να θεωρείται όποιος ακολουθεί τις δημοσιογραφικές πρακτικές και παράγει δημοσιογραφικό περιεχόμενο ανεξάρτητα από το πως κερδίζει τα προς το ζην. Επίσης, το 61% διαφώνησε ότι μόνο τα άτομα που εργάζονται για αναγνωρισμένα ΜΜΕ είναι πραγματικοί δημοσιογράφοι. Στο ερώτημα εάν η δημοσιογραφία είναι μια τέχνη ή θεωρείται εμπόριο και εάν απαιτεί εκπαίδευση και εμπειρία, το 51% συμφώνησε στο ότι είναι μια τέχνη ή εμπόριο που απαιτεί κάποια εκπαίδευση και εμπειρία, αλλά όχι εξειδικευμένη εκπαίδευση, ενώ μόνο το 37% συμφώνησε στο ότι η δημοσιογραφία είναι ένα επάγγελμα βασισμένο στις γνώσεις και τους κανόνες επαγγελματικής συμπεριφοράς για τις οποίες απαιτούνται σπουδές σε εξειδικευμένο πανεπιστήμιο. Τέλος, το 50% των συμμετεχόντων διαφώνησε ή συμφώνησε στο ότι οι πολίτες που παράγουν δημοσιογραφικό περιεχόμενο (δημοσιογραφία πολιτών) ενεργούν ως δημοσιογράφοι.

Τις επιπτώσεις από τις αλλαγές στο επάγγελμα του δημοσιογράφου, δείχνουν και δύο έρευνες, της *Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων (EOΔ) Managing*

Change. Innovation and trade Unionism in the News Industry και της *Διεθνούς Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων (ΔΟΔ) IFJ Global Youth Survey report*, οι οποίες περιγράφουν παγκοσμίως μια ζοφερή κατάσταση για τη δημοσιογραφία στον εργασιακό τομέα, κάτι που είναι προφανές πως επηρεάζει το σύνολο και την ποιότητα της παρεχόμενης ενημέρωσης. Στην έρευνα της *ΕΟΔ* αναφέρεται ότι οι δημοσιογράφοι δεν είχαν ποτέ τόσο υψηλό επίπεδο απόδοσης και απαιτήσεων να αντιμετωπίσουν με τα ίδια ή λιγότερα χρήματα, χωρίς συλλογικές συμβάσεις, με θέσεις εργασίας να χάνονται και με μια εντελώς νέα πραγματικότητα (και νομική) στις επιχειρήσεις του Τύπου. Τονίζεται ακόμη πως πέραν των απολύσεων, η τάση που επικρατεί σε όλη την Ευρώπη και αυξάνεται εντυπωσιακά, είναι της κατάργησης των συλλογικών συμβάσεων και της καθιέρωσης ατομικών και προσωρινών συμβάσεων εργασίας, της υπεργολαβίας, της ανάθεσης της εργασίας σε εξωτερικούς συνεργάτες και της ενοικίασης εργαζόμενων, τα οποία έχουν μειώσει δραματικά τους μισθούς και τις παροχές, ειδικά στους νέους δημοσιογράφους. Η *ΕΟΔ* σημειώνει πως οι παλιές δομές στις εργασιακές σχέσεις είναι ετοιμόρροπες, ενώ μέσω των απολύσεων, της κατακόρυφης αύξησης της ανεργίας και των υπεργολαβιών, τα ίδια τα συνδικάτα χάνουν τα μέλη τους και τη δύναμή τους.

Η έρευνα της *ΔΟΔ* επιβεβαιώνει όλα τα προηγούμενα. Σε αυτή αναφέρεται πως παρ' ότι οι περισσότεροι δημοσιογράφοι εξακολουθούν να εργάζονται στις εφημερίδες, το πλέον αναπτυσσόμενο πεδίο στα ΜΜΕ είναι το διαδίκτυο που είναι και το πεδίο με το μεγαλύτερο ποσοστό επισφαλών συνθηκών εργασίας και τους πιο κακοπληρωμένους δημοσιογράφους. Όσο αφορά στις αποδοχές, επιβεβαιώνεται η πτωτική πορεία που ακολουθούν, με την τάση να είναι η κατάργηση των συλλογικών διαπραγματεύσεων, ειδικά σε προηγμένες χώρες, όπως της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Αμερικής που είναι και οι χώρες με τους μεγαλύτερους σε ηλικία δημοσιογράφους.

Στις νέες μορφές απασχόλησης, θα πρέπει να εντάξουμε και την αυτοαπασχόληση, η οποία στη δημοσιογραφία, όπως και σε άλλα επαγγέλματα, αυξάνεται σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Ο Rottwilm (2014) τη χαρακτηρίζει ως «αναγκαστική επιχειρηματικότητα», που είναι το αποτέλεσμα των απολύσεων και της συρρίκνωσης της διαθέσιμης εργασίας. Η νέα επιχειρηματική μορφή εργασίας περιλαμβάνει δημοσιογράφους που δημιουργούν τις δικές τους μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις ΜΜΕ για την παραγωγή περιεχομένου, τη δημιουργία δικών τους μηχανισμών διανομής μέσω ιστοτόπων και ιστολογίων και την κοινοποίηση του

περιεχομένου τους σε άλλες επιχειρήσεις. Σε κάποιες περιπτώσεις, προκειμένου να επιτευχθούν και οικονομίες κλίμακας, αυτού του είδους οι επιχειρήσεις, οδηγούνται στη δημιουργία συνεταιρισμών.

Η αυτοαπασχόληση μπορεί να δώσει λύσεις στην αυξανόμενη ανεργία των δημοσιογράφων, αλλά έχει και αυτή τις αρνητικές της πλευρές. Αυξάνει τα χάρσμα μεταξύ των αυτοαπασχολούμενων και των δημοσιογράφων που εργάζονται σε ΜΜΕ. Μια άλλη διάσταση για τους αυτοαπασχολούμενους, είναι ότι πολλοί δεν εργάζονται πλέον μόνο ως δημοσιογράφοι. Έχουν και άλλες επαγγελματικές ενασχολήσεις (δημόσιες σχέσεις, επικοινωνία) για να συμπληρώσουν το εισόδημά τους, με αποτέλεσμα πολλές φορές να τίθενται ασυμβίβαστα με τη δημοσιογραφική τους ιδιότητα (Rottwilm, 2014). Επιπροσθέτως, έρευνες έδειξαν πως δεν υπάρχει μεγαλύτερος βαθμός ελευθερίας και ανεξαρτησίας σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις των Μέσων (Freidson 1988), δεδομένου ότι η αυτοαπασχόληση πρέπει να παράξει αξιοπρεπή κέρδη και άρα καθοδηγείται και αυτή από τις απαιτήσεις της αγοράς, με τις εξαρτήσεις και τους όποιους περιορισμούς απαιτούνται.

Διαπιστώνεται λοιπόν, μια σημαντική μεταβολή στις εργασιακές σχέσεις της δημοσιογραφίας. Η μισθωτή εργασία υποβαθμίζεται και αυξάνονται ραγδαία οι μορφές ευέλικτης απασχόλησης και η ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων. Αυτό, σε συνδυασμό με τον περιορισμό ή και την κατάργηση των συλλογικών συμβάσεων και τις σημαντικές μειώσεις μισθών καθιστούν την επιβίωση των δημοσιογράφων δύσκολη, ενώ και η ανεργία έχει εκτιναχθεί σε υψηλά επίπεδα. Αποτέλεσμα της νέας αυτής κατάστασης είναι οι δημοσιογράφοι να δέχονται να δουλεύουν ως ελεύθεροι επαγγελματίες και όχι ως μισθωτοί και αναγκάζονται να στρέφονται και σε άλλες λύσεις, όπως η αυτοαπασχόληση που με την έλευση του διαδικτύου είναι πιο εύκολη απ' ό,τι παλαιότερα, αλλά και η προσφορά της εργασίας τους σε παρεμφερείς με τη δημοσιογραφία εργασίες όπως οι δημόσιες σχέσεις που ενδεχομένως να δημιουργούν δεοντολογικά ζητήματα και ασυμβίβαστα.

3.3. Οι επιπτώσεις από τη χρήση των αλγόριθμων

Η ρομποτική δημοσιογραφία, την οποία περιγράψαμε αναλυτικά στο 2ο κεφάλαιο είναι μια πραγματικότητα που ολοένα και εξελίσσεται στη διανομή του ειδησεογραφικού περιεχομένου. Οι οργανισμοί των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στις online εκδοχές τους τη χρησιμοποιούν ευρέως. Τα Μέσα που κάνουν χρήση των

αλγοριθμικών συστημάτων για την παραγωγή ειδήσεων αυξάνονται συνεχώς. *Associated Press, The Telegraph, Νορβηγικό Πρακτορείο Ειδήσεων, Washington Post, New York Times, Propublica* και *Yahoo* είναι μόνο ορισμένα από αυτά που χρησιμοποιούν αλγόριθμους και αυτοματοποιημένο περιεχόμενο.

Ένα κεντρικό ερώτημα που προκύπτει από τη χρήση αυτών των συστημάτων, έχει να κάνει με την απώλεια θέσεων εργασίας και τον αποκλεισμό των δημοσιογράφων από την παραγωγή ειδησεογραφικού περιεχομένου. Από τη μια πλευρά, φαίνεται ότι σε μέσα που χρησιμοποιούνται αυτά τα συστήματα, λειτουργούν επικουρικά και συμπληρώνουν τη δουλειά των δημοσιογράφων που απελευθερώνονται για να κάνουν σε βάθος δημοσιογραφική δουλειά και αυτή θα μπορούσε να είναι η πιο αισιόδοξη άποψη και εξέλιξη. Η *Washington Post* κάνει εκτενή χρήση αλγόριθμων στην online έκδοση της και ειδικά στην κάλυψη σημαντικών γεγονότων, όπως συνέβη στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Ρίο το 2016 και τις προεδρικές εκλογές των ΗΠΑ την ίδια χρονιά. Το μοντέλο που ακολούθησε στους Ολυμπιακούς Αγώνες τον Αύγουστο του 2016 ήταν ότι τα αποτελέσματα και τα γραφικά τα έφτιαχνε ο δική της κατασκευής αλγόριθμος *Heliograf* και με τον τρόπο αυτό, όπως οι υπεύθυνοι της εφημερίδας ανέφεραν, απελευθέρωσαν τους δημοσιογράφους που είχαν περισσότερο χρόνο στη διάθεσή τους για να ασχοληθούν με ρεπορτάζ, έρευνες, συνεντεύξεις και να καλύψουν σε βάθος τους Αγώνες (Albeanu, 2016d).

Οι Ολυμπιακοί του Ρίο λειτούργησαν ως ένα test event για την *Washington Post* για την κάλυψη των προεδρικών εκλογών των ΗΠΑ τον Νοέμβριο του 2016, τις οποίες –και την προεκλογική περίοδο– κάλυψε για πρώτη φορά στην ιστορία της με αυτοματοποιημένο περιεχόμενο, με τη χρήση του ίδιου αλγόριθμου. Η κάλυψη έγινε με ανάλογο τρόπο όπως και στους Ολυμπιακούς, ο αλγόριθμος παρήγαγε τα γραφήματα και τα αριθμητικά στοιχεία των δημοσκοπήσεων και στη συνέχεια της εκλογικής αναμέτρησης σε συνεχή ροή και σε συνεργασία και με το *Associated Press* και οι δημοσιογράφοι έκαναν τις αναλύσεις και το ρεπορτάζ (Hare, 2016). Στην ίδια λογική ήταν και η ανακοίνωση της έναρξης χρήσης αλγόριθμων από το βρετανικό πρακτορείο ειδήσεων *Press Association*. Στις 18 Οκτωβρίου 2016 ανακοίνωσε την έναρξη χρήσης ρομπότ (αυτοματοποιημένου περιεχομένου) που δεν θα αντικαταστήσουν τους δημοσιογράφους και δεν θα κάνουν ρεπορτάζ, όπως ανακοινώθηκε, αλλά θα καλύπτουν στατιστικά στοιχεία αθλητικών γεγονότων και εκλογικών αναμετρήσεων (Ponsoford, 2016).

Φαίνεται λοιπόν, πως οι αλγόριθμοι μπορούν να παράξουν γρήγορο και αξιόπιστο δημοσιογραφικό περιεχόμενο και ένα πράγμα που σίγουρα κάνουν καλύτερα από τον άνθρωπο είναι να παράγουν μεγάλες ποσότητες δεδομένων σε υψηλές ταχύτητες, αλλά παραδοσιακά και νέα Μέσα χρειάζονται τους δημοσιογράφους γιατί μπορούν να κάνουν κάτι που οι μηχανές δεν μπορούν, έρευνα, ρεπορτάζ και ανάλυση των γεγονότων εις βάθος (Anderson et. al., 2014; Lecompte, 2015). Από την άλλη πλευρά, βέβαια, ο Van Dalen (2012) αναφέρει ότι οι δημοσιογράφοι ανησυχούν για τη χρήση του αυτοματοποιημένου περιεχομένου διότι μπορεί να είναι μια πολύ καλή αφορμή για τους οργανισμούς ΜΜΕ να προχωρήσουν σε μείωση του εργατικού κόστους απολύοντας δημοσιογράφους που δεν θα χρειάζονται πλέον, αλλά και γιατί μπορεί να τους θέσει εκτός των συνηθισμένων δημοσιογραφικών καθηκόντων τους (Clerwall, 2014). Οι προβλέψεις για τη χρήση των ρομπότ στην αγορά εργασίας, γενικά και όχι μόνο στα ΜΜΕ, δεν είναι ευοίωνες. Έρευνα του πανεπιστημίου της Οξφόρδης αναφέρει ότι τις δύο επόμενες δεκαετίες στις ΗΠΑ το 47% των εργαζομένων θα χάσει τη δουλειά του εξαιτίας της χρήσης ρομπότ (Newman, 2017). Το αν και κατά πόσο θα επαληθευτούν οι προβλέψεις αυτές είναι άγνωστο, αν και πέραν των προβλέψεων υπάρχουν ήδη τα πρώτα παραδείγματα απολύσεων. Το *Sky News* απέλυσε το καλοκαίρι του 2016 από τα στούντιο 50 άτομα προσωπικό (τεχνικούς, καμεραμάν), λόγω του ότι άρχισε να χρησιμοποιεί ρομποτικές κάμερες (Καραμπίνη, 2017; *Sky News*, 2016).

Η Συνομοσπονδία των Ευρωπαϊκών Συνδικάτων, στην οποία συμμετέχει και η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Δημοσιογράφων (ΕΟΔ), υιοθέτησε τον Ιούνιο του 2016 ψήφισμα, στο οποίο γινόταν αναφορά στη χρήση των ρομπότ στην εργασία. Τα ευρωπαϊκά συνδικάτα καλούσαν με το ψήφισμα αυτό την Ευρωπαϊκή Ένωση να λάβει μέτρα και να θεσπίσει το απαραίτητο πλαίσιο για την αποφυγή μαζικών απολύσεων εξαιτίας της ψηφιοποίησης της εργασίας (EU must actively shape digitalisation, 2016). Ψήφισμα για την επίδραση της ρομποτικής στην αγορά εργασίας, υιοθέτησε και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο στις 16 Φεβρουαρίου 2017, με το οποίο ζήτησε και αυτό από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να εξετάσει τη θέσπιση πανευρωπαϊκών κανόνων για την εξάπλωση της ρομποτικής και την τεχνητή νοημοσύνη και το ενδεχόμενο δημιουργίας ενός ευρωπαϊκού οργανισμού που θα παρέχει την απαραίτητη τεχνογνωσία και εμπειρογνωμοσύνη σε ρυθμιστικά και δεοντολογικά θέματα για τη στήριξη των οικείων δημόσιων φορέων σε επίπεδο Ε.Ε. (Ρομποτική και τεχνητή νοημοσύνη, 2017).

Πέραν του εργασιακού, στο τραπέζι των συζητήσεων μπαίνει η ηθική και η πολιτική διάσταση της χρήσης των αλγόριθμων. Στις 8 Μαρτίου 2017, εμπειρογνώμονες της *Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων (ΕΟΔ)* συναντήθηκαν στις Βρυξέλλες με την ειδικό στη ρομποτική δημοσιογραφία Laurence Dierickx για να συζητήσουν και να ενημερωθούν για όλες τις διαστάσεις της χρήσης αλγόριθμων στη δημοσιογραφία. Σε αυτή τη συνάντηση εξετάστηκε και η ηθική διάσταση της χρήσης των ρομπότ στη δημοσιογραφία και αναφέρθηκε πως ένα από τα ζητήματα που δεν λαμβάνουν υπόψη τους οι επιστήμονες και οι εταιρείες που κάνουν χρήση του robot journalism είναι το ηθικό, ότι δηλαδή, σε άρθρα που παράγονται από αλγόριθμους δεν υπάρχει αναφορά το ότι είναι γραμμένα από υπολογιστή, κάτι που ενδεχομένως να προκαλεί σύγχυση στους αναγνώστες, ενώ θέτει θέματα ευθύνης, πνευματικής ιδιοκτησίας και διαφάνειας (The ethical aspect, 2017).

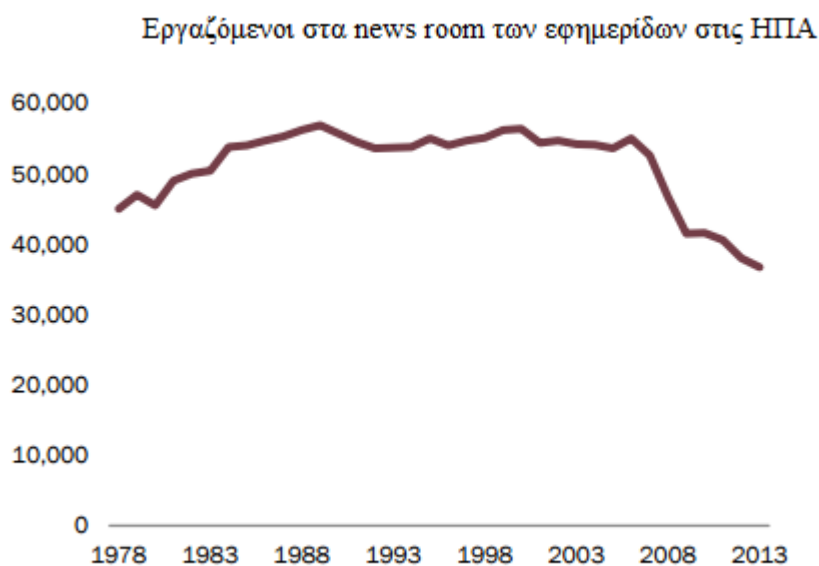
Η Laurence Dierickx είπε ακόμη στη συνάντηση με τους εμπειρογνώμονες της *ΕΟΔ* πως η ρομποτική δημοσιογραφία είναι μια πραγματικότητα που ολοένα και εξελίσσεται σε όλο τον κόσμο και σε όλο το φάσμα της δημοσιογραφίας και έφερε ως παράδειγμα την Κίνα όπου τα ρομπότ υποκαθιστούν ακόμη και παρουσιαστές της τηλεόρασης. Η ειδικός της παραγωγής αυτοματοποιημένου περιεχομένου τόνισε στα μέλη της *ΕΟΔ* πως η ρομποτική δημοσιογραφία δεν πρέπει να θεωρείται απειλή για την παραδοσιακή δημοσιογραφία, διότι με τη χρήση της επιτρέπει στους δημοσιογράφους να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο για να κάνουν έρευνα σε βάθος. Οι δύο πλευρές συμφώνησαν στην ανάγκη κατάρτισης των δημοσιογράφων στο robot journalism και διαλόγου των δημοσιογράφων με τους επιστήμονες και τις εταιρείες που κάνουν χρήση αλγόριθμων, προκειμένου να υπάρχει διαφάνεια και να καθοριστεί ένα πρότυπο δεοντολογίας που θα διέπει τη χρήση τους (The ethical aspect, 2017).

3.4 Σημαντικές απώλειες θέσεων εργασίας στη βιομηχανία των ΜΜΕ και ειδικά στις εφημερίδες

Όλα όσα περιγράψαμε στις προηγούμενες ενότητες, έχουν δημιουργήσει και μια νέα, ζοφερή κατάσταση όσον αφορά στις εργασιακές πρακτικές, τις εργασιακές σχέσεις και τις θέσεις εργασίας των δημοσιογράφων. Οι έρευνες του *Pew Research Center State of the News Media* για το 2015 και το 2016 έρχονται να επιβεβαιώσουν όλα

αυτά με αριθμούς, αφού καταγράφουν σημαντική μείωση των εργαζόμενων στα newsroom των εφημερίδων των ΗΠΑ. Συγκεκριμένα, έδειξαν 10% μείωση το 2014 σε σχέση με το 2013, τη μεγαλύτερη μετά το 2009, αφήνοντας ένα εργατικό δυναμικό κατά 20.000 θέσεις εργασίας λιγότερες απ’ ότι πριν 20 χρόνια (διάγραμμα 3.1) (Mitchell, 2015; Mitchell & Holcomb, 2016)

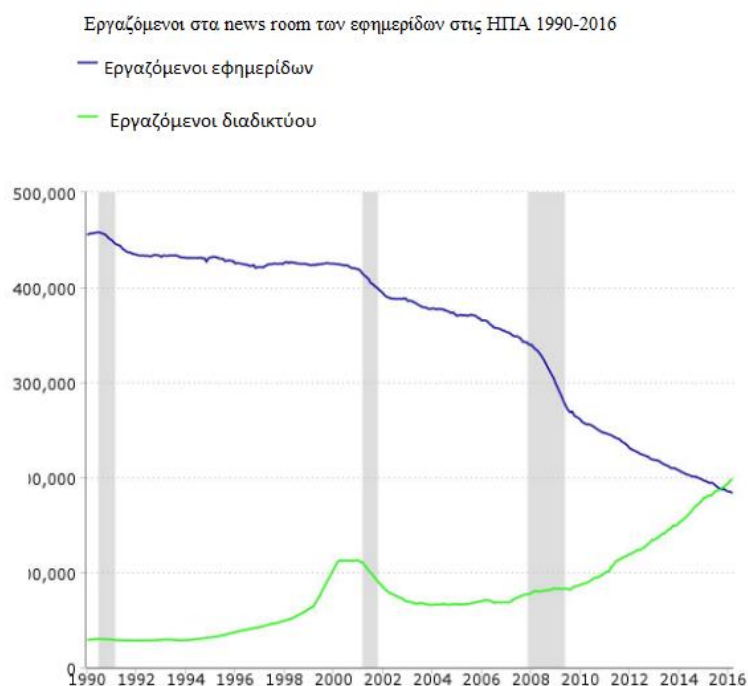
Διάγραμμα 3.1



Πηγή: *Pew Research Center, State of the News Media (2016)*
<http://www.journalism.org/fact-sheet/newspapers/>

Σύμφωνα, μάλιστα, με το *Bureau of Labor Statistics* των ΗΠΑ, από τη δεκαετία του 1990 που ξεκίνησε η ραγδαία διάδοση του διαδικτύου μέχρι το 2016, οι θέσεις εργασίας στις εφημερίδες μειώθηκαν από σχεδόν 458.000 το 1990 σε περίπου 183.000 τον Μάρτιο του 2016, πτώση περίπου 60%, συνυπολογίζοντας και το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια έχουν κλείσει αρκετές εφημερίδες. Το ίδιο διάστημα (1990-2016), η απασχόληση στο διαδίκτυο αυξήθηκε από περίπου 30.000 σε σχεδόν 198.000 θέσεις εργασίας, ξεπερνώντας την απασχόληση στις εφημερίδες για πρώτη φορά τον Οκτώβριο του 2015 (διάγραμμα 3.2). Το εντυπωσιακό στοιχείο είναι πως μετά το 2008 και το ξέσπασμα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης οι εργαζόμενοι στις ιστοσελίδες σχεδόν διπλασιάστηκαν.

Διάγραμμα 3.2

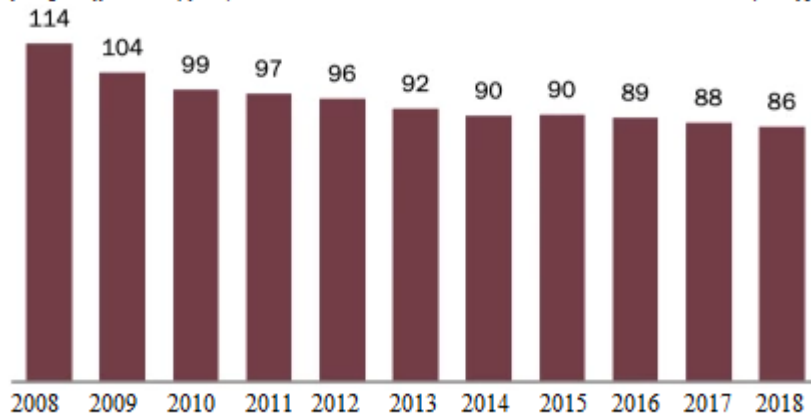


Πηγή: Bureau of Labor Statistics, USA
<https://www.bls.gov/opub/ted/2016/employment-trends-in-newspaper-publishing-and-other-media-1990-2016.htm>

Νεότερες έρευνες, όπως του *Pew Research Center* με τίτλο *U.S. newsroom employment has dropped by a quarter since 2008, with greatest decline at newspapers*, έδειξε ότι ο αριθμός των εργαζομένων δημοσιογράφων στα news room των ΜΜΕ των ΗΠΑ μειώθηκε κατά 25% τη δεκαετία 2008-2018, από 114.000 που ήταν το 2008, έτος που ξέσπασε και η οικονομική κρίση, έπεσε στους 86.000 το 2018, χάθηκαν δηλαδή 28.000 θέσεις (διάγραμμα 3.3.). Το *Bureau of Labor Statistics*, υπολογίζει ότι η πτώση αυτή στο ίδιο διάστημα ήταν ακόμη μεγαλύτερη, περίπου 45%, δηλαδή οι εργαζόμενοι δημοσιογράφοι στα newsroom από 71.000 που ήταν το 2008 μειώθηκαν σε 39.000 το 2017.

Διάγραμμα 3.3

Αριθμός δημοσιογράφων στα news room των ΜΜΕ των ΗΠΑ (σε χιλιάδες)

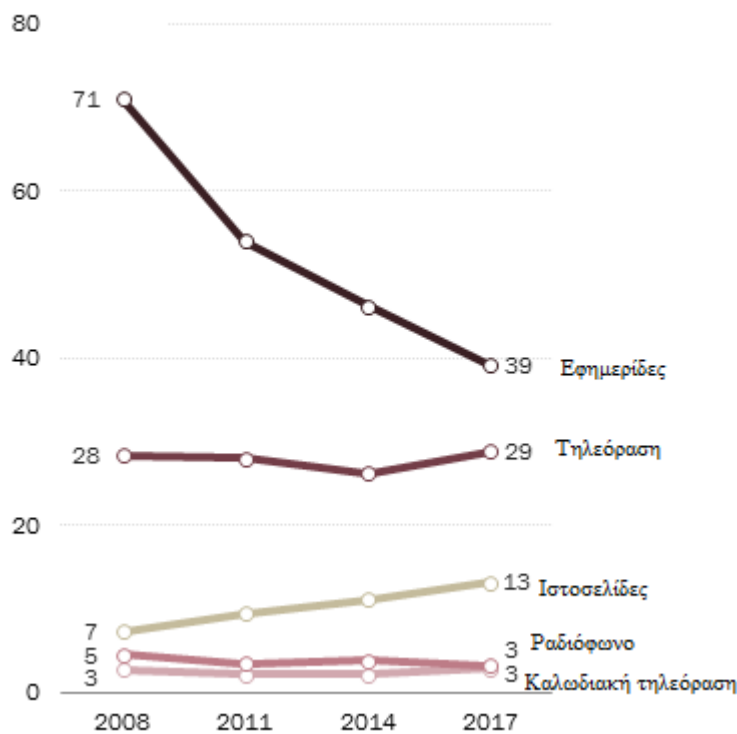


Πηγή: U.S. newsroom employment has dropped by a quarter since 2008, with greatest decline at newspapers (2019), <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/07/09/u-s-newsroom-employment-has-dropped-by-a-quarter-since-2008/>

Τα παραπάνω καταδεικνύουν τη νέα εικόνα που υπάρχει πλέον στη βιομηχανία των ΜΜΕ και τη δημοσιογραφία που οφείλεται στην τεχνολογική αλλαγή και το νέο επικοινωνιακό τοπίο που έχει σχηματιστεί από αυτή, σε συνδυασμό με τις εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία οι οποίες έχουν μεταβάλει σημαντικά και προς το δυσμενέστερο τις εργασιακές σχέσεις. Όπως είδαμε και θα δούμε και στη συνέχεια, τις σημαντικότερες απώλειες από τις επιπτώσεις των αλλαγών σε θέσεις εργασίας έχουν οι εφημερίδες, στις οποίες καταγράφεται και μεγάλη απώλεια κυκλοφοριών και εσόδων. Σύμφωνα με την ίδια έρευνα του *Pew Research Center*, τις μεγαλύτερες απώλειες στις χαμένες θέσεις εργασίας στις ΗΠΑ είχαν οι εφημερίδες, το προσωπικό των οποίων μειώθηκε κατά 43%, από 71.000 το 2008 σε 39.000 το 2017 (διάγραμμα 3.4).

Διάγραμμα 3.4

Εργαζόμενοι ανά κλάδο ΜΜΕ στις ΗΠΑ (σε χιλιάδες)



Πηγή: Pew Research Center, *Newsroom employment dropped nearly a quarter in less than 10 years, with greatest decline at newspapers* (2018)

<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/07/30/newsroom-employment-dropped-nearly-a-quarter-in-less-than-10-years-with-greatest-decline-at-newspapers/>

Πρέπει, βεβαίως, να τονιστεί, ότι οι εφημερίδες έχουν χάσει το μονοπώλιο στη σφαίρα της ενημέρωσης πολύ πριν την έλευση του διαδικτύου, από τη δεκαετία του 1930 όταν το μοιράστηκαν με το ραδιόφωνο και από τη δεκαετία του 1950 με την τηλεόραση. Πλέον, όμως, φθίνουν σημαντικά, κάτι που οφείλεται στη μείωση των εσόδων από τις διαφημίσεις και τις πωλήσεις φύλλων, την οικονομική κρίση, τη μείωση της εμπιστοσύνης και στο ότι ταυτόχρονα με αυτά, το διαδίκτυο και οι νέες τεχνολογικές εφαρμογές έχουν αλλάξει ριζικά τον τρόπο παραγωγής, διανομής και κατανάλωσης των ειδήσεων (Barnett, 2009; Poulet, 2009; Παπαθανασόπουλος, 2005; Ραμονέ, 2011; Ψύλλα, 2010).

Ο Gillmor (2004) στέκεται κυρίως και συνδέει επίσης την κρίση του Τύπου με την χαμένη αξιοπιστία του, μια διαπίστωση με την οποία συμφωνούν και άλλοι

ερευνητές του πεδίου (Henry, 2007; Meyer, 2009), οι οποίοι σχετίζουν τη μείωση της κυκλοφορίας των έντυπων Μέσων με την μείωση της εμπιστοσύνης του κοινού απέναντί τους. Η κρίση της αξιοπιστίας του Τύπου είναι φαινόμενο που προϋπήρχε του διαδικτύου και για αυτό ο Scott (2005) υποστηρίζει πολύ σωστά πως η πτώση της ποιότητας της δημοσιογραφίας είχε ξεκινήσει πολύ πριν την έλευση των νέων τεχνολογιών.

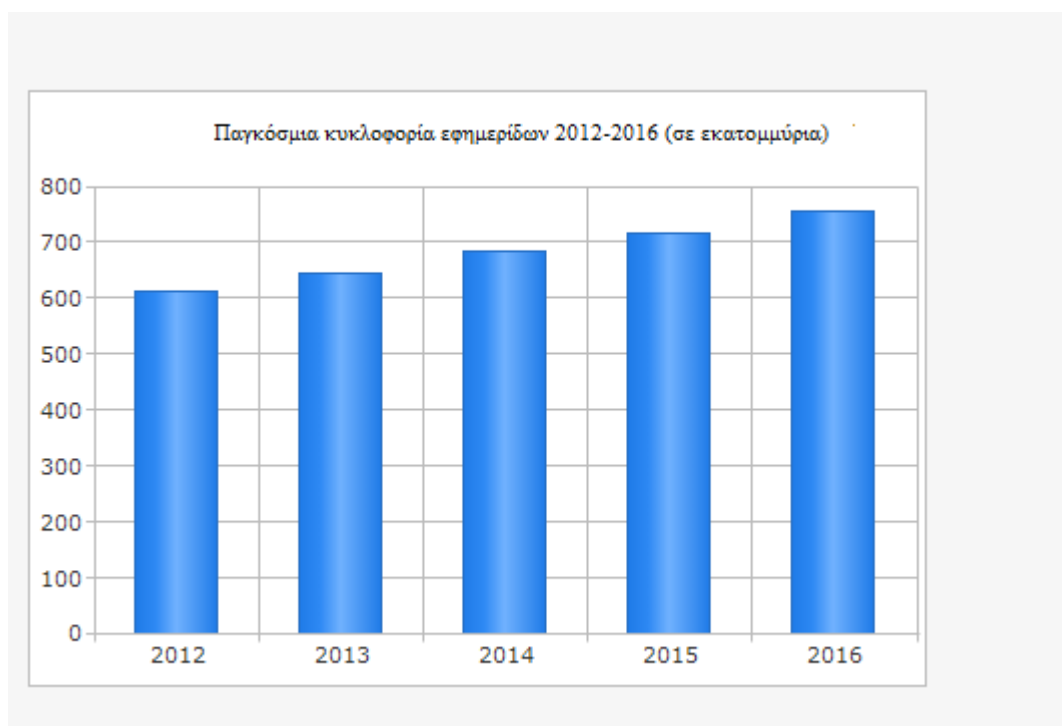
Μια αντιπροσωπευτική εικόνα της παγκόσμιας αγοράς των εφημερίδων, δείχνει η έκθεση της WAN-IFRA (Παγκόσμια Ένωση Εφημερίδων και Εκδοτών),⁶⁶ το 2017.⁶⁷ Στην έκθεση καταγράφεται άνοδος στις κυκλοφορίες των εφημερίδων παγκοσμίως για την περίοδο 2012-16 λόγω της αύξησης της κυκλοφορίας των εφημερίδων στις δύο μεγάλες αγορές της Ασίας, την Κίνα και την Ινδία,⁶⁸ αλλά καταγράφεται σημαντική πτώση των κυκλοφοριών σε όλα τα υπόλοιπα μέρη του κόσμου. Η συνολική αύξηση το 2016 σε σχέση με το 2015 ήταν 5% και την τελευταία πενταετία (2012-2016) ήταν 21% (διάγραμμα 3.5). Στο διάγραμμα 3.6 απεικονίζεται από την ίδια έρευνα, η κυκλοφορία των καθημερινών εφημερίδων ανά ήπειρο, στην οποία φαίνεται η άνοδος που σημειώθηκε στην Ασία και η πτώση σε όλο τον υπόλοιπο κόσμο, τόσο την περίοδο (2015-2016), όσο και την πενταετία (2012-2016).

⁶⁶ Η WAN-IFRA είναι η Παγκόσμια Ένωση Εφημερίδων και Εκδοτών. Διαθέτει μία από τις κορυφαίες βάσεις δεδομένων στον κόσμο, την World Press Trends, στην οποία υπάρχουν αναλυτικά στοιχεία για κυκλοφορίες και τίτλους εφημερίδων, αναγνωσιμότητα, διαφημιστικά έσοδα των μέσων ανά χώρα, για 70 χώρες σε όλο τον κόσμο. Η βάση δεδομένων World Press Trends της WAN-IFRA διαθέτει αναλυτικά στοιχεία από το 2006.

⁶⁷ Η έκθεση της WAN-IFRA για το 2017 έχει τίτλο *World Press Trends 2017: Facts and Figures Global newspaper industry revenues* και περιλαμβάνει στοιχεία μέχρι και το 2016

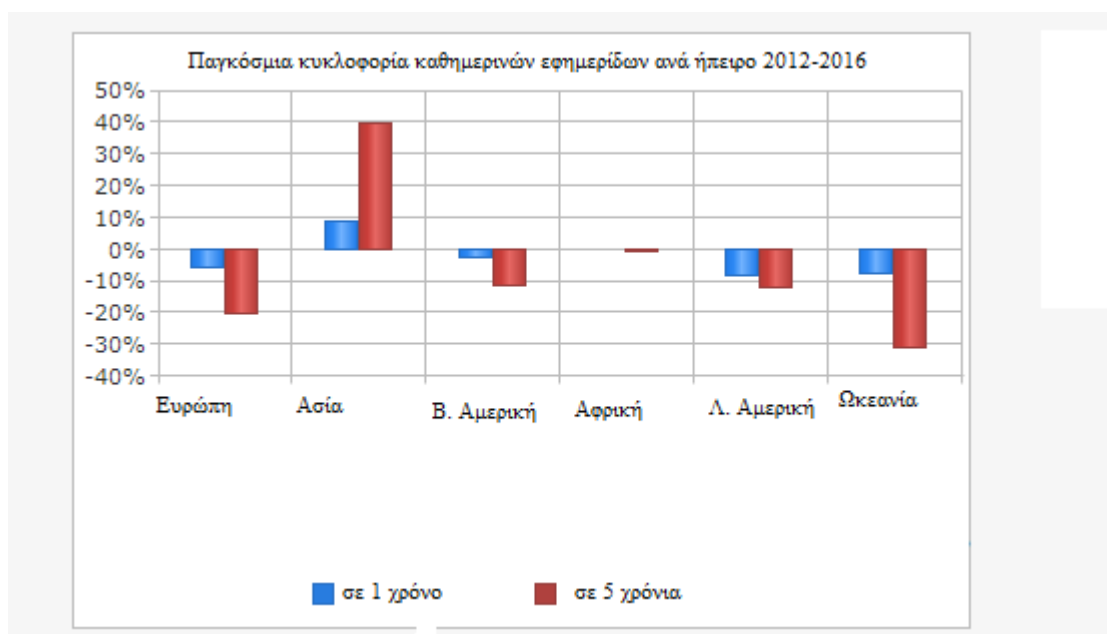
⁶⁸ Σε Κίνα και Ινδία καταγράφηκε το 62% της συνολικής αύξησης της μέσης παγκόσμιας ημερήσιας κυκλοφορίας των εφημερίδων το 2015 και για το 59% το 2014.

Διάγραμμα 3.5



Πηγή: WAN-IFRA, World Press Trends 2017: Facts and Figures Global newspaper industry revenues (2017), <http://www.wptdatabase.org/world-press-trends-2017-facts-and-figures>.

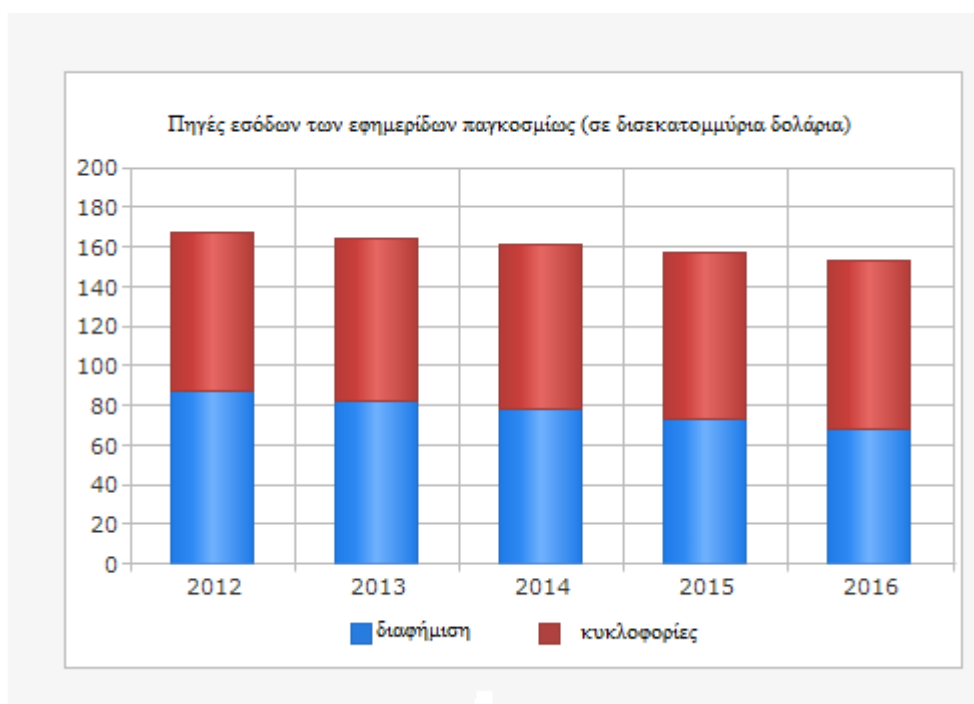
Διάγραμμα 3.6



Πηγή: WAN-IFRA, World Press Trends 2017: Facts and Figures Global newspaper industry revenues (2017), <http://www.wptdatabase.org/world-press-trends-2017-facts-and-figures>

Σε επίπεδο εσόδων, απεικονίζονται από την ίδια έρευνα οι πηγές εσόδων των εφημερίδων παγκοσμίως την πενταετία 2012-2016. Όπως φαίνεται, από το 2013 και μετά, οι κυκλοφορίες (ψηφιακές, συνδρομητικές) προσφέρουν περισσότερα έσοδα απ' ό,τι οι διαφημίσεις. Το 2016, οι εφημερίδες είχαν έσοδα 153 δισεκατομμύρια δολάρια από την κυκλοφορία τους, στην οποία συμπεριλαμβάνονται και οι ψηφιακές εκδόσεις και μόλις 68 δισεκατομμύρια δολάρια προέρχονται από τη διαφήμιση (διάγραμμα 3.7).

Διάγραμμα 3.7



Πηγή: WAN-IFRA, *World Press Trends 2017: Facts and Figures Global newspaper industry revenues* (2017), <http://www.wptdatabase.org/world-press-trends-2017-facts-and-figures>

Ενδεικτικός της μείωσης των εσόδων από τις διαφημίσεις, της πτώσης δηλαδή της διαφημιστικής δαπάνης στις εφημερίδες, αλλά και της πτώσης των εσόδων από τις κυκλοφορίες είναι ο πίνακας που ακολουθεί για τις εφημερίδες στις ΗΠΑ. Λόγω των απωλειών αυτών, μάλιστα, αναγκάστηκαν να αυξήσουν την τιμή τους, τόσο των συνδρομών, όσο και τις τιμές πώλησης στην αγορά για να μην προχωρήσουν σε επιπλέον περικοπές προσωπικού (Benton, 2019).

Πίνακας 3.1

**Έσοδα από διαφημίσεις και από κυκλοφορίες εφημερίδων στις ΗΠΑ 2000-2017
σε δολάρια**

Έτος	Έσοδα διαφήμισης	Έσοδα Κυκλοφοριών
2000	48.670.000.000	10.540.643.000
2001	44.305.000.000	10.783.078.000
2002	44.102.000.000	11.025.896.000
2003	46.156.000.000	11.224.362.000
2004	48.244.000.000	10.988.651.000
2005	49.435.000.000	10.746.901.000
2006	49.275.402.572	10.548.344.000
2007	45.375.000.000	10.294.920.096
2008	37.848.257.630	10.86.956.940
2009	27.564.000.000	10.066.783.026
2010	25.837.698.822	10.049.360.689
2011	27.078.473.864	9.989.064.525
2012	25.316.461.215	10.448.561.493
2013	23.587.097.435	10.641.662.892
2014	22.077.809.951	10.744.324.061
2015	20.362.238.293	10.870.292.720
2016	18.274.943.567	10.910.460.499
2017	16.476.453.084	11.211.011.020

Πηγή: News Media Alliance, formerly Newspaper Association of America (through 2012), Pew Research Center analysis of year-end SEC filings of publicly traded newspaper companies (2013-2017), http://www.niemanlab.org/2019/01/newspapers-cost-more-than-twice-as-much-today-as-they-did-a-decade-ago-and-that-was-a-smart-move-by-publishers/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=8ca1af7b19-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-8ca1af7b19-396017077

Διαπιστώνεται λοιπόν, ότι στο νέο τοπίο των ΜΜΕ παρατηρείται απώλεια εσόδων και κυκλοφοριών των εφημερίδων που είναι το σημείο αιχμής μιας νέας κατάστασης, η οποία οδηγεί και σε μια νέα εργασιακή πραγματικότητα. Στα έσοδα

είδαμε πως παρατηρείται μία μετακίνηση από τη διαφήμιση που έχει μειωθεί σημαντικά στους αναγνώστες, κυρίως λόγω συνδρομών. Σε αυτό πρέπει να συνυπολογιστεί και ότι το μεγαλύτερο ποσοστό της παγκόσμιας διαφήμισης περνάει πλέον από το *Google* και το *Facebook*. Αυτή η κατάσταση είχε οδυνηρές συνέπειες στη βιομηχανία των Μέσων καθώς πολλοί ειδησεογραφικοί οργανισμοί αναγκάστηκαν να προχωρήσουν σε κλείσιμο με αποτέλεσμα το 2008 να εκδίδονται στην Αμερική μόλις 1.408 εφημερίδες, ενώ το 1900 ο αριθμός τους άγγιζε τις 2.226 (Carlson, 2011; Παπαδοπούλου, 2017). Όλα αυτά δείχνουν και ότι το παραδοσιακό επιχειρηματικό μοντέλο των MME που στηριζόταν στις κυκλοφορίες των εφημερίδων και τη διαφήμιση βρίσκεται σε παρακμή. Οι Anderson et. al. (2014) το χαρακτηρίζουν προβληματικό και αναφέρουν πως έχει κλείσει τον κύκλο του και πρέπει να αναζητηθούν νέα.

Ενδεικτικό της νέας κατάστασης είναι το γεγονός ότι αρκετά MME και μάλιστα μεγάλα brand της ενημέρωσης, όπως οι *New York Times* και ο βρετανικός *Guardian* έχουν προχωρήσει σε απολύσεις τα τελευταία χρόνια προκειμένου να επιβιώσουν. Ο όμιλος των *New York Times* το 2012 είχε 5.363 εργαζόμενους και το 2017 3.790, ενώ ο αριθμός των εργαζόμενων του *Guardian* μειώθηκε σε 1.563 το 2017 από 1.860 που ήταν το 2016. (*Annual Report Guardian*, 2017; *Annual Report New York Times*, 2017; Davies, 2018). Άλλα έντυπα MME, επιλέγουν ταυτόχρονα με τη μείωση του προσωπικού να καταργήσουν την έντυπη έκδοση και να διατηρήσουν μόνο την ψηφιακή.

Στην κατηγορία αυτή ανήκει η βρετανική εφημερίδα *The Independent*, που είχε για πρώτη φορά κέρδη τα τελευταία 23 χρόνια από τότε που σταμάτησε την έκδοσή της σε χαρτί στις 26 Μαρτίου 2016 και κυκλοφορεί μόνο στο διαδίκτυο. Η εταιρεία ανέφερε ότι επιλογή της να γίνει 100% ψηφιακή η εφημερίδα δικαιώθηκε, οι μοναδικοί χρήστες του διαδικτύου που τη διάβαζαν αυξήθηκαν από 15,8 εκατομμύρια τον Φεβρουάριο του 2016 σε 21 εκατομμύρια τον Ιούνιο του ίδιο έτους λόγω του ενδιαφέροντος για το δημοψήφισμα του Brexit, πριν πέσουν πάλι στους 16,2 εκατομμύρια μοναδικούς χρήστες. Για να υπάρχει ένα μέτρο σύγκρισης, η *Mail online*, η μεγαλύτερη διαδικτυακή εφημερίδα στο Ηνωμένο Βασίλειο είχε 26,4 εκατομμύρια μοναδικούς χρήστες τον Αύγουστο του 2016 και η *Guardian* 24 εκατομμύρια. Τον Αύγουστο του 2016, η *Independent* είχε 74,3 εκατομμύρια μοναδικά προγράμματα περιήγησης στο διαδίκτυο, αύξηση 41% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο και η σελίδα της στο Facebook είχε 5 εκατομμύρια likes, 1,3

εκατομμύρια περισσότερα από την *Telegraph*. Όλα αυτά μαζί με τις απολύσεις, τις περικοπές μισθών, το προσωπικό που πια είναι νεότερο σε ηλικία, άρα και χαμηλότερα αμειβόμενο και το ότι δεν υπήρχαν πια έξοδα εκτύπωσης και κυκλοφορίας, έφεραν κερδοφορία μετά από 23 χρόνια και αύξηση εσόδων 45% σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Bond, 2016).

Την έντυπη έκδοση εγκατέλειψε μέσα στο 2016 και η ισπανική εφημερίδα *El País* στην προσπάθεια προσαρμογής στη νέα εποχή και εξομάλυνσης της πορείας των οικονομικών της. Η εφημερίδα προσπάθησε με τον τρόπο αυτό και μετά από 40 χρόνια έντυπης έκδοσης να ξεπεράσει τα οικονομικά της προβλήματα και για να το πετύχει αυτό προσαρμόστηκε στις τεχνολογικές εξελίξεις.

Η συνδρομή πάντως, ίσως μπορεί να οδηγήσει σε ένα βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο. Πολλά MME ανά τον κόσμο έχουν στραφεί σε αυτή και μάλιστα καταγράφουν σημαντικά κέρδη (*New York Times*, *Guardian*), αν και αυτοί που πληρώνουν συνδρομή για ειδήσεις είναι ακόμη πολύ λίγοι παγκοσμίως. Η έρευνα του *Reuters Institute* για το 2019, έδειξε ότι στις 38 χώρες της έρευνας το ποσοστό αυτών που πληρώνουν για συνδρομή στις ειδήσεις είναι κάτω του 15% και μάλιστα στις 25 από αυτές, το ποσοστό αυτό είναι κάτω του 10%.

3.5 Οι επιπτώσεις της αποδιαμεσολάβησης-χειραφέτησης των πολιτών

Ένα ακόμη αποτέλεσμα του νέου επικοινωνιακού τοπίου και της εφαρμογής των νέων τεχνολογιών στη δημοσιογραφία είναι η χειραφέτηση του κοινού (πολιτών) που μπορεί να παραγάγει περιεχόμενο χωρίς τη διαμεσολάβηση των MME και των ιδίων των δημοσιογράφων στις νέες πλέον συνθήκες κάτω από τις οποίες εργάζονται. Πρόκειται για τη συμμετοχική δημοσιογραφία, την οποία εξετάσαμε αναλυτικά και στο προηγούμενο κεφάλαιο. Σε αυτή την ενότητα θα αναφερθούμε εκ νέου σε αυτή εξετάζοντας, όμως, τις εργασιακές επιπτώσεις και τις επιπτώσεις στην παραγωγή του περιεχομένου που προκύπτουν από τη χειραφέτηση του κοινού από τη διαμεσολάβηση MME και δημοσιογράφων.

Όπως αναφέρει ο Παπαθανασόπουλος (2013), οι εξελίξεις αυτές σηματοδοτούν ότι το επάγγελμα της παραδοσιακής δημοσιογραφίας μπορεί να παρακαμφθεί αρκετά εύκολα και ήδη αυτό συμβαίνει με την αύξηση των κάθε λογής ιστολογίων, σελίδων κοινωνικής δικτύωσης και ιστοσελίδων που προέρχονται είτε από δημοσιογράφους ή απλούς πολίτες. Με τη διαπίστωση αυτή συμφωνούν και οι

Anderson et. al. (2014), οι οποίοι μιλούν για ανατροπή της παραδοσιακής διαδικασίας ενημέρωσης, από τα MME στους πολίτες, για ανάδειξη μεμονωμένων δημοσιογράφων, επαγγελματιών ή ερασιτεχνών και πολιτών που παίρνουν τη θέση των δημοσιογράφων μέσω των social media και των blogs και για απώλεια του πλήρους ελέγχου της ενημέρωσης από τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς. Τα τελευταία χρόνια επιχειρηματικά μοντέλα Μέσων Ενημέρωσης στηρίχθηκαν στη συμμετοχική δημοσιογραφία και μάλιστα αναπτύχθηκαν ραγδαία και κάποια εξ αυτών έγιναν και πολύ επιτυχημένα (*Now Public, Huffington Post*) (Ραμονέ, 2011; Ρήγου, 2014), επιτυγχάνοντας ταυτόχρονα μείωση μισθολογικού κόστους αφού απασχολούν ελάχιστους δημοσιογράφους και από αυτούς ακόμη λιγότερους με σχέσεις εξαρτημένης εργασίας και ως μισθωτούς.

Άλλοι ερευνητές του πεδίου (Bardoel, 1996; Bardoel & Deuze, 2001; Heinonen, 1999), τονίζουν ότι μετά την απελευθέρωση της δημοσιογραφίας από τις ιεραρχικές συνθήκες λόγω κυρίως των τεχνολογικών αλλαγών, καθώς και του κοινού το οποίο έχει πια στα χέρια του την παραγωγή και διανομή της είδησης, αλλάζει η παλιά, πατερναλιστική σχέση που υπήρχε ανάμεσα σε MME / δημοσιογράφους και κοινό και μετατρέπεται σε μια νέα, η οποία οδηγεί σε χειραφέτηση του χρήστη πληροφοριών, με αποτέλεσμα να φαίνεται ότι η παραδοσιακή δημοσιογραφία είναι ένα προϊόν της βιομηχανικής κοινωνίας με τα συγκεντρωτικά, ιεραρχικά και πατερναλιστικά χαρακτηριστικά. Από αυτή την εποχή η δημοσιογραφία έχει περάσει πλέον σε μια νέα, την οποία όπως αναφέραμε, οι Anderson et. al. (2014) ονομάζουν «μεταβιομηχανική δημοσιογραφία», μπήκε δηλαδή, σε μια φάση αναδιάρθρωσης στην οποία επικρατούν νέοι τρόποι παραγωγής και διανομής της είδησης.

Αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας και αυτών των αλλαγών όπως σημειώνουν και οι Bardoel & Deuze (2001), είναι ότι ο δημοσιογράφος της νέας εποχής δεν θα έχει πλέον τη δυνατότητα να μιλάει «ex cathedra», δηλαδή, με ύφος αυθεντίας, με ρητό και κατηγορηματικό τρόπο, αλλά πλέον στο νέο χαοτικό πεδίο με την πληθώρα των Μέσων και των πληροφοριών που υπάρχουν θα ελέγχεται από το κοινό και θα λογοδοτεί σε αυτό ανά πάσα ώρα και στιγμή. Αυτό σημαίνει ότι δημοσιογράφοι και οργανισμοί MME θα πρέπει άσχετα με τις τεχνολογικές αλλαγές και τις πρακτικές εργασίας τους, να συνεχίσουν να ακολουθούν τους κανόνες δεοντολογίας και τις παραδοσιακές αρχές της δημοσιογραφίας (ρεπορτάζ σε βάθος, διασταύρωση της είδησης κ.λ.π.) και να παράγουν ποιοτικό και αξιόπιστο περιεχόμενο. Αυτή τη συνταγή ακολουθούν ορισμένοι παραδοσιακοί οργανισμοί ειδήσεων, παραδοσιακά

brands και εξακολουθούν να βρίσκονται στην κορυφή και στην ψηφιακή εποχή και να προσελκύουν τόσους πολλούς χρήστες στους διαδικτυακούς τόπους τους. Η δημοσιογραφία, άλλωστε, είναι μία και ενιαία για όλα τα Μέσα, παραδοσιακά και νέα και για όλες τις εποχές και ως στόχο έχει την ελεύθερη και σφαιρική ενημέρωση των πολιτών και μόνο υπό αυτό το πρίσμα μπορεί να αποτελέσει και στη σημερινή εποχή της τεχνολογικής εξέλιξης πυλώνα της δημοκρατίας. Εκείνο που αλλάζει είναι τα Μέσα που κάθε φορά είναι διαθέσιμα για την επίτευξη του στόχου της ενημέρωσης.

3.6. Σύνοψη και συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρήθηκε η καταγραφή των επιπτώσεων του νέου επικοινωνιακού τοπίου σε ΜΜΕ και δημοσιογράφους, με έμφαση στις εργασιακές σχέσεις και στο περιεχόμενο της εργασίας. Από την ανάλυση που έγινε προέκυψε ότι το νέο τοπίο και οι τεχνολογικές αλλαγές έχουν δημιουργήσει το κατάλληλο περιβάλλον για απολύσεις δημοσιογράφων και σημαντικές απώλειες θέσεων εργασίας, για ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων και επιβολή ευέλικτων μορφών απασχόλησης. Η τεχνολογική αλλαγή και το νέο περιβάλλον που αυτή δημιούργησε συνέβαλλε σημαντικά στην επιβολή νέων εργασιακών όρων στη βιομηχανία των ΜΜΕ και μαζί με άλλους παράγοντες όπως η νεοφιλελεύθερη μεταρρύθμιση του καπιταλισμού που προωθείται τις τελευταίες δεκαετίες και η οικονομική κρίση, ήρθε να λειτουργήσει ως καταλύτης για τη διαμόρφωση ενός τοπίου που ως χαρακτηριστικό γνώρισμα έχει την υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας και μεγάλου μέρους των κατακτήσεων των εργαζομένων, ζητήματα που θα τα εξετάσουμε και σε επόμενα κεφάλαια της παρούσας διατριβής.

Το σίγουρο είναι ότι οι εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων αλλάζουν δραματικά, όπως αλλάζει και το περιεχόμενο και οι ρυθμοί εργασίας τους. Οι παραδοσιακές πρακτικές και ιεραρχίες ανατρέπονται και ο δημοσιογράφος της νέας εποχής θα πρέπει να ασχολείται περισσότερο με την ταχύτητα στη δημοσίευση της είδησης παρά με την έρευνα και το σχολιασμό και να διαθέτει ιδιαίτερες δεξιότητες και γνώσεις τεχνολογίας. Ο δημοσιογράφος της νέας εποχής θα πρέπει να είναι ένα «πολυεργαλείο» που γράφει, μοντάρει, μεταδίδει, φωτογραφίζει, μαγνητοσκοπεί και παράγει περιεχόμενο για περισσότερα του ενός Μέσα. Σε μια εποχή, μάλιστα, που λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης έχει χάσει και την αποκλειστικότητα στην παραγωγή

και τη διανομή του ειδησεογραφικού περιεχομένου, προνόμια που παλαιότερα του ανήκαν αποκλειστικά, αλλά τώρα πια τα μοιράζεται με το κοινό.

Όλα αυτά πέραν της απασχόλησης και της ανεργίας, έχουν επιπτώσεις στην ποιότητα και την αμεροληψία της ενημέρωσης και ωθούν τους δημοσιογράφους στο να αναζητήσουν νέους τρόπους επιβίωσης (ατομική και συνεργατική επιχειρηματικότητα, επικοινωνία, δημόσιες σχέσεις κ.λ.π.) που πολλές φορές έρχονται σε αντίθεση με την τήρηση της δεοντολογίας και δεν οδηγούν σε μεγαλύτερη ελευθερία στην ενημέρωση. Τελικά, η εξέλιξη του διαδικτύου, της τεχνολογίας και το νέο επικοινωνιακό τοπίο που δημιουργήσαν, η πληθώρα των Μέσων Ενημέρωσης και των ειδήσεων που παράγονται ακόμη και από πολίτες και τα μέσα διανομής και πρόσβασης στην ενημέρωση που έχουμε στη διάθεσή μας δημιουργούν συνθήκες μεγαλύτερης διαφάνειας και εκδημοκρατισμού από τη μία πλευρά, αλλά και μεγαλύτερης χειραγώγησης και παραπληροφόρησης από την άλλη και μεταβάλλουν ριζικά το εργασιακό τοπίο στα ΜΜΕ οδηγώντας σε αναδιάρθρωση και επανεξέτασή του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΗΝΤΙΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ. ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΡΩΤΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ ΣΤΟ ΣΗΜΕΡΙΝΟ ΤΟΠΙΟ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

4.1 Η αρχή του ελληνικού Τύπου και της ελληνικής δημοσιογραφίας

Στα προηγούμενα κεφάλαια της παρούσας διατριβής αναφερθήκαμε στις εξελίξεις στη δημοσιογραφία παγκοσμίως. Πέραν της ιστορικής αναδρομής, επιχειρήθηκε να γίνει μια αναλυτική καταγραφή του νέου επικοινωνιακού τοπίου και των επιπτώσεών του σε δημοσιογράφους και Μέσα. Από το παρόν κεφάλαιο θα επικεντρώσουμε στις εξελίξεις στο ελληνικό μηντιακό τοπίο, το οποίο αρχικά θα επιχειρήσουμε να καταγράψουμε και να αναλύσουμε.

Στην προσπάθεια της καταγραφής αυτής, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας τις ιδιαιτερότητες της χώρας και της κάθε εποχής, την οικονομική και πολιτική κατάσταση, συμφωνώντας με τους ΜακΚουεϊλ & Βιντάλ (2009) που τονίζουν πως τα επικοινωνιακά τα συστήματα διαφέρουν από χώρα σε χώρα, αλλά και με τον Λεάνδρο (2013) που κάνει λόγο για μια σύνθετη πραγματικότητα και πολλαπλές αιτίες των σημερινών προβλημάτων. Παρ' όλα αυτά και παρά τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει το ελληνικό μηντιακό σύστημα, θα μπορούσαμε σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση που προτείνουν οι Hallin & Mancini (2004), να το κατατάξουμε στο λεγόμενο Μεσογειακό/Πλουραλιστικό μοντέλο, σύμφωνα με το οποίο σε ορισμένες χώρες της νότιας Ευρώπης (Ελλάδα, Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία και Πορτογαλία) υπάρχουν κοινά χαρακτηριστικά, όπως η χαμηλή κυκλοφορία, η ισχυρή κρατική παρέμβαση στην οικονομία, ο σαφής πολιτικός προσανατολισμός του Τύπου, οι περίοδοι λογοκρισίας και η άγρια απορρύθμιση.

Για να κατανοήσουμε καλύτερα το σημερινό τοπίο των ΜΜΕ στην Ελλάδα και τις τρέχουσες εξελίξεις, θα επιχειρήσουμε αρχικά μια ιστορική αναδρομή του ελληνικού Τύπου και των ΜΜΕ, όπως κάναμε και για τη δημοσιογραφία και τα ΜΜΕ παγκοσμίως. Μια ιστορική αναδρομή, η οποία θα ξεκινήσει από τις απαρχές του ελληνικού Τύπου και θα φθάσει μέχρι και σήμερα, με την πλήρη επικράτηση του διαδικτύου. Ο διαχωρισμός που επιλέξαμε για την αναδρομή είναι χρονολογικός και στηρίζεται σε περιόδους που θεωρήσαμε σημαντικές για την εξέλιξη του ελληνικού Τύπου και των ΜΜΕ. Ερευνητές, όπως η Βώβου (2010), άλλωστε, συμφωνούν πως δεν υπάρχουν απόλυτα στεγανές ιστορικές περίοδοι σε ό,τι αφορά τον τρόπο λειτουργίας του Μέσου και εκείνο που συμβαίνει είναι η πρόσμειξη διαφόρων στοιχείων και παραμέτρων στη σύνθεση των επικοινωνιακών φαινομένων, ενώ ο

Χαιρετάκης (2010) τονίζει πως η εξέταση ανά χρονικά διαστήματα διαθέτει κυρίως περιγραφικό χαρακτήρα, επειδή οι όποιες μεταβολές δεν καθορίζονται από αυστηρά χρονικά πλαίσια τα οποία ορίζονται εξωτερικά από αυτές.

Έτσι, επιλέξαμε να διαχωρίσουμε την ιστορική αυτή αναδρομή στην περίοδο της γέννησης του ελληνικού Τύπου και της εμφάνισης του στην Ελλάδα, του εκσυγχρονισμού του, την περίοδο της Μεταπολίτευσης, τη δεκαετία του 1980 που σημειώθηκαν σημαντικές τεχνολογικές αλλαγές, αλλά και ως προς το ιδιοκτησιακό καθεστώς των Μέσων, ενώ εμφανίστηκαν στην Ελλάδα το ιδιωτικό ραδιόφωνο και η ιδιωτική τηλεόραση. Ταυτόχρονα, στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η απαρχή του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης, του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της επικράτησής τους στην ενημέρωση, καθώς και το σημερινό τοπίο των Μέσων στη χώρα μας.

Ξεκινώντας λοιπόν, με την αρχή του ελληνικού Τύπου, θα πρέπει να τονιστεί ότι αυτή συνδέεται άρρηκτα με την επιθυμία και την προσπάθεια των υπόδουλων στην Οθωμανική Αυτοκρατορία Ελλήνων να απελευθερωθούν και να ζήσουν σε μια ανεξάρτητη πατρίδα. Συνδέεται ακόμη με το μεγάλο κίνημα φιλελληνισμού που αναπτύχθηκε στα τέλη του 18^{ου} αιώνα, με τους Έλληνες του εξωτερικού που ζούσαν την ίδια περίοδο στις ελληνικές παροικίες της Ευρώπης (Βιέννη, Βενετία, Ρώμη, Μιλάνο, Φλωρεντία, Τεργέστη, Παρίσι, Μόσχα, Οδησσός κ.α.) και με την επανάσταση του 1821. Όπως, μάλιστα, αναφέρει ο Σκλαβούνης (1995, σελ. 151), «η ελληνική δημοσιογραφία που πρώτα καλλιεργήθηκε στην Ευρώπη και στη συνέχεια στην Ελλάδα, αποτελεί σταθμό στην παγκόσμια ιστορία του Τύπου, διότι υπήρξε η πρώτη δημοσιογραφία στον κόσμο που συνέβαλλε ενεργά και ουσιαστικά στην απελευθέρωση ενός κράτους».

Η ιστορία του ελληνικού Τύπου και της ελληνικής δημοσιογραφίας ξεκινά στα τέλη του 18^{ου} αιώνα από το σημαντικότερο ίσως κέντρο του Ελληνισμού την περίοδο εκείνη, την Βιέννη,⁶⁹ η οποία διαπνεόμενη από τον αυστριακή εκδοχή του Διαφωτισμού, τον Ιωσηφισμό,⁷⁰ διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στη γέννησή του

⁶⁹ Όπως γράφει ο Μιχαήλ Σακελλαρίου στον πρόλογο της έκδοσης του Ιδρύματος Ελληνικού Πολιτισμού *Ο Ελληνικός Προεπαναστατικός Τύπος. Βιέννη-Παρίσι (1784-1821)* (σελ.10), «η Βιέννη που είχε χαρακτηριστεί από τον Αδαμάντιο Κοραή ως το «εργαστήριο της νέας των Γραικών Φιλολογίας», από τα τέλη του 18^{ου} αιώνα είχε αντικαταστήσει τη Βενετία στο ρόλο της πνευματικής πρωτεύουσας των Ελλήνων».

⁷⁰ Ιωσηφισμός ονομάστηκε το πολιτιστικό και πνευματικό κίνημα, μια ιδιότυπη μορφή ορθολογιστικού διαφωτισμού, που εκδηλώθηκε ήπια στην Αυστρία στα χρόνια της βασιλείας της Μαρίας Θηρεσίας

(Καρυκόπουλος, 1984; Πάμπας 2008; Σιάσιος 2008). Στην πρωτεύουσα της Αυστροουγγαρίας εκδόθηκε το 1784 η πρώτη ελληνική εφημερίδα από τον λόγιο Ζακυνθινό Γεώργιο Βεντότη.⁷¹ Η εκτύπωση της εφημερίδας, γινόταν στο τυπογραφείο του νομοδιδάσκαλου και παιδαγωγού Ιωσήφ Μπαουμάιστερ. Έστω και αν είχε ζωή μόλις λίγων μηνών, η εφημερίδα αυτή αποτελεί την απαρχή του ελληνικού Τύπου, την πρώτη εκδοτική προσπάθεια και κατ' επέκταση την πρώτη ελληνική επιχείρηση ΜΜΕ (Λεάνδρος 1992; Πάμπας 2008; Σιάσιος 2008; Ψυχογιός 2003).

Η εφημερίδα που εξέδωσε ο Γεώργιος Βεντότης δεν σώζεται έως σήμερα, σε αντίθεση με την επόμενη εκδοτική προσπάθεια, την εφημερίδα *Εφημερίς* των αδελφών Γεώργιου και Πούλιου Μαρκίδων Πούλιου που αποτελεί το πρώτο σωζόμενο ελληνικό ειδησεογραφικό φύλλο. Η *Εφημερίς* εκδόθηκε από το 1790 έως το 1797, όταν και έκλεισε μετά τη σύλληψη του Ρήγα Βελεστινλή, στενού φίλου των αδελφών Μαρκίδων Πούλιου και αφού αποκαλύφθηκε ότι στο πιεστήριό τους⁷² είχαν τυπώσει το επαναστατικό μανιφέστο (Χάρτα) και το Θούριο του Ρήγα. Κατόπιν όλων των προηγούμενων, μπορούμε να ισχυριστούμε πως ο Ζακυνθινός Γεώργιος Βεντότης και οι εκ Σιατίστης αδελφοί Μαρκίδες Πούλιου, μπορούν να θεωρηθούν ως οι πατέρες της ελληνικής δημοσιογραφίας (Πάμπας 2008; Σιάσιος 2008).

Σημαντικό έντυπο για τις απαρχές του ελληνικού Τύπου θεωρείται και ο *Ερμής ο Λόγιος* που εκδόθηκε στη Βιέννη το 1811, με στόχο την προώθηση των ιδεών του Διαφωτισμού. Η εφημερίδα σταμάτησε την έκδοσή της το 1821, όταν οι

(1740-1780) και κορυφώθηκε στη βασιλεία του Ιωσήφ Β' (1780-1790), με κύριο υπέρμαχο και εκφραστή τον νομικό, συγγραφέα και κρατικό σύμβουλο Joseph Sonnenfels. Σύμφωνα με τον Πάμπας (2008), η απαρχή του ελληνικού Τύπου στη Βιέννη, συμπίπτει με την κορύφωση του Ιωσηφισμού που θεωρείται η γενεσιουργός του αιτία.

⁷¹ Ο Γεώργιος Βεντότης ή Βενδότης (1757 – 1795), ήταν Έλληνας μεταφραστής, συγγραφέας επιμελητής εκδόσεων και τυπογράφος με καταγωγή από τη Ζάκυνθο. Το όνομα της εφημερίδας που εξέδωσε παραμένει άγνωστο. Εκείνο που είναι γνωστό είναι πως το πρώτο φύλο της εκδόθηκε στις 28 Ιουνίου 1874 και ήταν εβδομαδιαία, κυκλοφορούσε κάθε Παρασκευή. Η εφημερίδα έκλεισε στις 15 Ιουλίου 1874 κατόπιν πιέσεων των οθωμανικών αρχών προς τις αυστριακές που αρχικά είχαν δώσει άδεια για την κυκλοφορία της, καθώς την θεωρούσαν επικίνδυνη για τη διάδοση μη αρεστών πληροφοριών για την Υψηλή Πύλη (Κουμαριανού, 1995; Σκλαβούνης, 1995).

⁷² Σύμφωνα με την έκδοση του Μορφωτικού Ιδρύματος της ΕΣΗΜΕΘ «Οι πρωτοπόροι Έλληνες δημοσιογράφοι Μαρκίδες Πούλιου» (σελ. 53), το πιεστήριο των αδελφών Μαρκίδων Πούλιου ήταν αυτό που ανήκε στον Ιωσήφ Μπαουμάιστερ και στο οποίο εκδόθηκε το 1784 η πρώτη ελληνική εφημερίδα από τον Γεώργιο Βεντότη. Οι αδελφοί Μαρκίδες Πούλιου ανέλαβαν την διεύθυνσή του το 1792, όταν ο Μπαουμάιστερ απεχώρησε λόγω της πρόσληψής του ως οικοδιδάσκαλος των πριγκίπων του αυστριακού θρόνου.

αυστριακές αρχές απαγόρευσαν την κυκλοφορία της.⁷³ Το 1812 εκδόθηκε στη Βιέννη η εφημερίδα *Ελληνικός Τηλέγραφος* που αποτελεί την πρώτη ελληνική ημερήσια εφημερίδα (Δρούλια & Κουτσοπανάγου, 2008; Σκλαβούνης, 1995).

Όπως σημειώνει ο Μπακουνάκης (2014), ο όρος που περιγράφει την έκδοση εφημερίδων και την όλη εκδοτική δραστηριότητα στη Βιέννη και γενικά στον ελληνισμό της διασποράς την περίοδο εκείνη, είναι αυτός του *προεπαναστατικού Τύπου*. Χρονολογικά ο συγγραφέας τον τοποθετεί στην τελευταία δεκαετία του 18ου αιώνα και τις πρώτες δεκαετίες του 19^{ου} αιώνα. Σε αυτή την περίοδο ο Μπακουνάκης (2014) αναφέρει ότι ο ελληνικός Τύπος ακολουθεί το γαλλικό πρότυπο, είναι ένας Τύπος σχολίων και απόψεων, ιδεολογικός και λογοτεχνικός ή φιλολογικός και από το 1870 και μετά, κάνει στροφή και ακολουθεί το αγγλοσαξονικό πρότυπο, στο οποίο κυριαρχεί το ρεπορτάζ.

Με την κήρυξη της επανάστασης, η ανάγκη για την έκδοση εφημερίδων στην Ελλάδα κατέστη επιτακτική. Ο λόγος ήταν προφανής, καθώς ο Τύπος μπορούσε να βοηθήσει στη διάδοση του απελευθερωτικού αγώνα των Ελλήνων, κάτι που φάνηκε στη συνέχεια, μιας και η γέννηση του ελληνικού Τύπου συνδέεται με την επανάσταση του '21 και την αφύπνιση της εθνικής συνείδησης του υπόδουλου ελληνισμού (Λέανδρος, 1992). Το ίδιο συνέβη και την περίοδο της κυκλοφορίας των πρώτων ελληνικών εφημερίδων στη Βιέννη, η έκδοση των οποίων στόχευσε στη διάδοση των ιδεών του νεοελληνικού Διαφωτισμού και συνδεόταν άμεσα και με την αφύπνιση του υπόδουλου ελληνικού έθνους. Δεν είναι τυχαίο το ότι οι αδελφοί Μαρκίδες Πούλιου που εξέδωσαν την πρώτη σωζόμενη ελληνική εφημερίδα στη Βιέννη είχαν στενή σχέση με τον Ρήγα Βελεστινλή και στο πιεστήριό τους τυπώθηκε η Χάρτα του και ο Θούριος. Ως δημοσιογραφικό όργανο, μάλιστα, των Ελλήνων πατριωτών της Βιέννης, η *Εφημερίς* διοχέτευσε στους αναγνώστες της, τη Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του ανθρώπου και το γαλλικό σύνταγμα, με στόχο την αφύπνιση των Ελλήνων και τη μύησή τους στον απελευθερωτικό αγώνα (Βρανούσης, 2008).

⁷³ Τον *Λόγιο Ερμή* επιχείρησε αρχικά να εκδώσει ο Αδαμάντιος Κοραής, ο οποίος συναισθανόμενος την αδυναμία του να φέρει σε πέρας το εγχείρημα λόγω των τυπογραφικών αδυναμιών που υπήρχαν εκείνη την περίοδο στο Παρίσι, ανέθεσε την έκδοσή του στον αρχιμανδρίτη, εφημέριο και πρωθυερέα της ελληνικής παροικίας στη Βιέννη και της εκκλησίας του Αγίου Γεωργίου των Γραικών Ανθιμο Γαζή, ο οποίος τελικά το εξέδωσε στην αυστριακή πόλη. Ήταν η πρώτη προσπάθεια απόκτησης περιοδικού προώθησης της ελληνικής παιδείας του υπόδουλου ελληνικού έθνους (Δρούλια & Κουτσοπανάγου, 2008; Σκλαβούνης, 1995).

Στην Ελλάδα, βέβαια, τα πράγματα δεν ήταν τόσο εύκολα για την έκδοση εφημερίδων, καθώς δεν υπήρχαν τυπογραφεία. Τούτο διότι η Οθωμανική Αυτοκρατορία δεν επέτρεπε την εγκατάστασή τους στην Ελλάδα και αυτή τη δυνατότητα την είχε μόνο η εκκλησία, η οποία απολάμβανε προνομίων και κάποιου βαθμού αυτοδιοίκησης. Για αυτό και όλες οι εκδοτικές προσπάθειες ξεκίνησαν από τις μεγάλες ελληνικές παροικίες της Ευρώπης, όπου υπήρχαν και πολλά τυπογραφεία (Δάρδας, 2008; Λεάνδρος, 1992; Ψυχογιός, 2003).

Λόγω της ελλείψεως τυπογραφείων, η πρώτη εφημερίδα που κυκλοφόρησε σε έδαφος που αργότερα αποτέλεσε μέρος του νέου ελληνικού κράτους ήταν χειρόγραφη. Επρόκειτο για την *Εφημερίδα του Γαλαξιδίου* ή *Ψευτοφυλλάδα του Γαλαξιδίου* που κυκλοφόρησε τον Μάρτιο του 1821 με στόχο να βοηθήσει τον απελευθερωτικό αγώνα. Η πρώτη έντυπη εκδοτική προσπάθεια έγινε στη διάρκεια της επανάστασης στην Καλαμάτα. Εκεί εκδόθηκε την 1^η Αυγούστου 1821 η εφημερίδα *Σάλπιξ Ελληνική*⁷⁴ από τον Θεόκλητο Φαρμακίδη. Η εφημερίδα αυτή που εκδόθηκε για να πληροφορεί τους Έλληνες για την έκβαση του απελευθερωτικού αγώνα, αποτελεί την πρώτη έντυπη επαναστατική εφημερίδα και την πρώτη εφημερίδα που εκδόθηκε σε ελληνικό έδαφος, παρ' ότι το 1812 είχε εκδοθεί στα Επτάνησα η εφημερίδα *Ιονική* (Σκλαβούνης, 1995; Ψυχογιός, 2003).

Στην επαναστατημένη Ελλάδα, άρχισαν να κυκλοφορούν μια σειρά από εφημερίδες μετά την *Εφημερίδα του Γαλαξιδίου* και την *Σάλπιξ Ελληνική*. Η πιο γνωστή και σημαντική για την επανάσταση την περίοδο εκείνη ήταν τα *Ελληνικά Χρονικά*, που εκδόθηκε στο Μεσολόγγι την 1^η Ιανουαρίου 1824 από τον Ελβετό φιλέλληνα Ιωάννη - Ιάκωβο Μάγερ. Άλλες εφημερίδες της εποχής υπήρξαν, η *Αιτωλική Εφημερίς* που εκδιδόταν στο Μεσολόγγι και ήταν και αυτή χειρόγραφη και ο *Αχελώος – Εφημερίς πολιτική της Δυτικής Χέρσου Ελλάδος* με έδρα το Αγρίνιο (Σκλαβούνης, 1995). Η πρώτη εφημερίδα που κυκλοφόρησε στην Αθήνα, ήταν η *Εφημερίς των Αθηνών*.⁷⁵ Σύμφωνα με τον Σκλαβούνη (1995), το πρώτο της φύλο

⁷⁴ Από την *Σάλπιγξ η Ελληνική* σώζονται μόνο τρία φύλα, που ίσως και να ήταν τα μόνα που κυκλοφόρησαν, διότι όπως μας πληροφορεί ο Σκλαβούνης (1995), ο Θεόκλητος Φαρμακίδης αρνήθηκε τη λογοκρισία που επιχείρησαν να του επιβάλλουν οι οθωμανικές αρχές. Ο Σκλαβούνης (1995) μας πληροφορεί ακόμη πως το τυπογραφείο, στο οποίο τυπώθηκε η εφημερίδα, το έφερε στην Ελλάδα ο Δημήτριος Υψηλάντης και το έδωσε στον Ιωάννη Τόμπρο από την Ύδρα, ο οποίος ήταν ο τυπογράφος που τύπωνε την *Σάλπιγξ Ελληνική* στην Καλαμάτα.

⁷⁵ Η έκδοση της εφημερίδας αυτής οφείλεται στον Άγγλο συνταγματάρχη Λεϊνέστερ Στάνοπ και τον Έλληνα Γιώργο Ψύλλα. Ο Στάνοπ έφερε από το εξωτερικό το τυπογραφείο στο οποίο τυπωνόταν η *Εφημερίς των Αθηνών*, η οποία έκλεισε μετά από δύο χρόνια λόγω της έκρυθμης κατάστασης που

εκδόθηκε στις 20 Αυγούστου 1824 και το τελευταίο σχεδόν δύο χρόνια αργότερα, στις 15 Αυγούστου 1826.

4.2 Εκσυγχρονισμός και ανάπτυξη του Τύπου

Το ελπιδοφόρο ξεκίνημα του Τύπου την περίοδο της επανάστασης δεν ήταν ανάλογο μετά την ανεξαρτησία της Ελλάδας το 1830, κάτι που οφειλόταν στις κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες της εποχής. Η φτώχεια και το υψηλό ποσοστό αναλφαριθμητισμού του πληθυσμού του ελληνικού κράτους ήταν τα κυριότερα αίτια της καθυστέρησης στην ανάπτυξη του Τύπου.

Αρνητικό ρόλο διαδραμάτισε και η νομοθεσία, καθώς οι πρώτοι νόμοι περί Τύπου που συντάχθηκαν από τον Οθωνα το 1831, το 1833 και το 1837 και ήταν ιδιαίτερα αυστηροί και λογοκριτικοί. Οι νόμοι αυτοί, ενίσχυαν τον κρατικό έλεγχο, αφού, ειδικά ο νόμος του 1831, απαιτούσε κρατική άδεια για την έκδοση εφημερίδας (Καρυκόπουλος, 1984, Λέανδρος, 1992). Χρειάστηκε η επανάσταση του 1843 που οδήγησε στο πρώτο Σύνταγμα της Ελλάδας, για να ξεκινήσει η κατοχύρωση της ελευθερίας του Τύπου στο νεοσύστατο κράτος. Το άρθρο 10 του πρώτου Συντάγματος που ψηφίστηκε στις 18 Μαρτίου 1844, αναφερόταν στις θεμελιώδεις αρχές της ελευθεροτυπίας (Ψυχογιός, 2003). Η κατάσταση όσο αφορά στην ελευθερία του Τύπου βελτιώθηκε ακόμη περισσότερο μετά την ανατροπή του Οθωνα. Στο άρθρο 14 του νέου Συντάγματος του 1864 κατοχυρώνεται απόλυτα η ελευθερία του Τύπου και απαγορεύεται η λογοκρισία. Οι αλλαγές αυτές σε συνδυασμό με τις θετικές πολιτικές εξελίξεις της περιόδου, αποτέλεσαν τους σημαντικότερους παράγοντες για την ανάπτυξη της τυπογραφίας στην Ελλάδα στο δεύτερο ήμισυ του 19^{ου} αιώνα (Καρυκόπουλος, 1984, Λέανδρος, 1992).

Από το 1870 και μετά και ειδικά από το 1873, ξεκίνησε ο εκσυγχρονισμός του ελληνικού Τύπου. Οι εφημερίδες μεγαλώνουν το σχήμα τους και ξεκινά μια νέα εποχή, την οποία σηματοδοτεί και η έκδοση της πρώτης ημερήσιας εφημερίδας στην Ελλάδα. Πρόκειται για την *Εφημερίς των αδερφών Δημητρίου και Λάμπρου Κορομηλά* που εκδόθηκε το την 1^η Οκτωβρίου 1873 στην Αθήνα. Ο Μπακουνάκης (2014) θεωρεί τομή για τον ελληνικό Τύπο την έκδοση της και αναφέρει ότι η

επικρατούσε και αφού τυπωνόταν τότε στην Αθήνα, τότε στην Αίγινα και τότε στην Σαλαμίνα (Σκλαβούνης, 1995).

Εφημερίς με την έκδοσή της αποτέλεσε την πρώτη *penny press* στην Ελλάδα, μιλώντας για την «ελληνική επανάσταση των πέντε λεπτών». Τότε ήταν που ο ελληνικός Τύπος έπαψε να ακολουθεί το γαλλικό πρότυπο και άρχισε να ακολουθεί το αγγλοσαξονικό.

Η ίδρυση του πρώτου τηλεγραφικού πρακτορείου, του *Τηλεγραφικού Πρακτορείου Στεφανόπολι* το 1857 -το 1895 μετεξελίχθηκε στο *Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων* -και του πρώτου πρακτορείου διανομής εφημερίδων, αυτό του Σπυρίδωνος Τσαγκάρη⁷⁶ το 1875, βοήθησαν σημαντικά την εξέλιξη του Τύπου στην Ελλάδα (Μπασαντής, 2002; Σκλαβούνης, 1995; Ψυχογιός, 2003). Το πρακτορείο διανομής εφημερίδων ήταν για τη χώρα μας κατά τον Μπακουνάκη (2014, σελ. 163, 165) «ο πρώτος οργανωμένος και οργανωτικός θεσμός του Τύπου» και αποδεικνύει ότι «κάτι σημαντικό συμβαίνει στα μέσα της δεκαετίας του 1870 στην αγορά του Τύπου στην Ελλάδα».

Ο αριθμός των εφημερίδων αρχίζει να αυξάνει σημαντικά και από τις 41 εφημερίδες (οι 26 στην Αθήνα και οι υπόλοιπες στην επαρχία) που υπήρχαν το 1861, το 1876 οι εφημερίδες που κυκλοφορούσαν στην επικράτεια του τότε ελληνικού κράτους έφθασαν τις 68. Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα εκδίδονταν συνολικά εννέα ημερήσιες πολιτικές εφημερίδες, ενώ κατά το πρώτο τέταρτο του 20^{ου} αιώνα εκδόθηκαν 17 νέοι τίτλοι εφημερίδων. Σιγά, σιγά έκαναν την εμφάνισή τους εφημερίδες και έντυπα που σημάδεψαν την ελληνική εκδοτική ιστορία. Το 1876 εκδόθηκε η *Εστία* αρχικά ως περιοδικό και από το 1895 ως εφημερίδα και το 1883 μια πολύ σημαντική εφημερίδα για τον ελληνικό Τύπο, η *Ακρόπολις*⁷⁷ του Βλάση Γαβριηλίδη, που αποτέλεσε το πρώτο ελληνικό συγκρότημα Τύπου με απογευματινή έκδοση, αφού εκτός της εφημερίδας στο ίδιο συγκρότημα ανήκαν και το περιοδικό *Φιλολογική Ακρόπολις*, καθώς και μια ειδική έκδοση για τους Έλληνες μετανάστες

⁷⁶ Το 1875 ο Σπυρίδων Τσαγκάρης συνένωσε πολλούς μικρούς και μεμονωμένους εφημεριδοπώλες και έφτιαξε το πρώτο πρακτορείο διανομής εφημερίδων στην Ελλάδα με την επωνυμία *Σπυρίδων Τσαγκάρης*. Το 1877 κατάφερε να συνενώσει και άλλους και να δημιουργήσει το *Κεντρικό Πρακτορείο Εφημερίδων-Σπύρος Τσαγκάρης*, που συνέβαλλε τα μέγιστα στην ανάπτυξη του ελληνικού Τύπου, καθώς καθιέρωσε το πρώτο σύστημα διανομής και πρακτόρευσης (Μπασάντης, 2002).

⁷⁷ Η *Ακρόπολη* εκδόθηκε στις 30 Οκτωβρίου 1883 από τον Βλάση Γαβριηλίδη ως συνέχεια της εφημερίδας *Μη Χάνεσαι* και για αυτό το λόγο το πρώτο της φύλλο φέρει τον αριθμό 599. Ο Βλάσης Γαβριηλίδης ήταν ο αρθρογράφος του πρώτου της φύλλου και υπέγραψε το Σαιξπηρικό ψευδώνυμο *Καλιβάν*. Συνεργάτες-αρθρογράφοι της ήταν μεγάλες προσωπικότητες της διανόησης και του πνεύματος, όπως ο Κωστής Παλαμάς που υπέγραφε με το ψευδώνυμο *Ονουλουλού* (Μπακουνάκης, 2014).

στην Αμερική με τίτλο *Υπερωκεάνιος Ακρόπολις* (Μπακουνάκης 2014; Ψυχογιός, 2003).

Η *Ακρόπολη* ήταν μία ακόμη εφημερίδα-σταθμός για τον ελληνικό Τύπο. Σύμφωνα με τον Λεάνδρο (1992), ήταν αυτή που πρώτη καθιέρωσε τους επαγγελματίες δημοσιογράφους και πρώτη εγκαθίδρυσε ατμοκίνητο κυλινδρικό πιεστήριο δυναμικότητας 20-24 χιλιάδων φύλων.⁷⁸ Ο Μπακουνάκης (2014) από την πλευρά του αναφέρει ότι η *Ακρόπολη* έκανε τομή, εισάγοντας στην ελληνική πραγματικότητα το ρεπορτάζ, την αφηγηματική ιστορία και τον όρο *ρεπόρτερ*, που όπως είδαμε στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής είναι ο πρώτος μη υβριδικός όρος που χαρακτηρίζει τους επαγγελματίες της ενημέρωσης και συνέβαλλε σημαντικά στην επαγγελματοποίηση των δημοσιογράφων.

Από το 1900 και μετά ο ελληνικός Τύπος εκσυγχρονίζεται ακόμη περισσότερο και σημειώνεται και μια ποσοτική έκρηξη. Οι πολιτικές εξελίξεις της περιόδου ήταν καταλυτικές και όπως σημειώνει ο Λεάνδρος (1992), οι εξελίξεις αυτές συνέβαλλαν στην εκβιομηχάνιση της χώρας και στην ανάπτυξη της εκδοτικής και εκτυπωτικής δραστηριότητας. Τα έντυπα και οι σελίδες αυξάνονται και ειδικά μετά το 1930 εκδόθηκαν μια σειρά από σημαντικές εφημερίδες, κάποιες με βραχύβια ιστορία (*Αθηναϊκή*, *Εμπρός*, *Ελευθερία*, *Ελεύθερος Κόσμος*, *Νίκη*, *Δημοκρατική Αλλαγή*, *Νέα Πολιτεία* κ.α.), ενώ κάποιες άλλες καθιερώθηκαν διαχρονικά (*Τα Νέα*, *Το Βήμα*, *Εθνος*, *Ριζοσπάστης*, *Αυγή*, *Βραδυνή*, *Καθημερινή*, *Απογευματινή*, *Μεσημβρινή* κ.α.).

Όλες σχεδόν οι επιχειρήσεις του Τύπου την περίοδο εκείνη εξέδιδαν εκτός από εφημερίδες, βιβλία, φυλλάδια, κάρτες και προκηρύξεις, αλλά με το πέρασμα των ετών και φθάνοντας στις δεκαετίες του 1920 και του 1930, η κατάσταση αυτή άλλαξε, με την εμφάνιση πολλών ημερησίων εφημερίδων μεγάλης κυκλοφορίας σε όλη την Ελλάδα. Οι επιχειρήσεις του Τύπου εξειδικεύτηκαν στο σύνολό τους στην έκδοση μόνο εφημερίδων ή και περιοδικών και άρχισαν να διαφοροποιούνται από τις άλλες εκδοτικές επιχειρήσεις όχι μόνο εξαιτίας του μεγέθους της παραγωγής και του τεχνολογικού εξοπλισμού, αλλά και από ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, όπως το ότι με την πάροδο του χρόνου αποκτούν συνδικαλιστικό κίνημα και ιδιαίτερες εργασιακές σχέσεις. Οι εφημερίδες αρχίζουν επίσης να αυξάνουν θεαματικά τους τίτλους και τις πωλήσεις τους, κάτι στο οποίο συνετέλεσε και η επέκταση του ελληνικού κράτους,

⁷⁸ Έως τότε τα πιεστήρια των εφημερίδων ήταν χειροκίνητα.

στο οποίο ενσωματώθηκαν η υπόλοιπη Ήπειρος, η Κρήτη, η Μακεδονία, η Θράκη και τελευταία τα Δωδεκάνησα το 1947. Επίσης, στην Ελλάδα των 5.000.000 κατοίκων είχαν ήδη εγκατασταθεί και οι σχεδόν 1.500.000 πρόσφυγες της μικρασιατικής καταστροφής με αποτέλεσμα την αλματώδη αύξηση του πληθυσμού. Σε αυτά πρέπει να συνυπολογιστεί και η συνεχής μείωση του ποσοστού αναλφαβητισμού (Λέανδρος, 1992; Μπακουνάκης, 2014; Ψυχογιός, 2003, Σκλαβούνης 1995,).

Ένα από τα χαρακτηριστικά της εποχής που βοήθησε επίσης στην αύξηση της κυκλοφορίας ήταν και η καθιέρωση προσφορών και δώρων. Την αρχή έκανε και πάλι η *Ακρόπολη* που καθιέρωσε τα δώρα και τις προσφορές από το 1887. Η προσφορά δώρων από τις εφημερίδες διακόπηκε από τη μεταξική δικτατορία με τον Αναγκαστικό Νόμο 1092/1938 *Περί Τύπου* και επιτράπηκε και πάλι το 1993 και ισχύει ακόμη και σήμερα. Πρέπει, βέβαια, να σημειώσουμε ότι την περίοδο του Μεταξά, καθιερώθηκε στην Ελλάδα η Κυριακή ως αργία των δημοσιογράφων. Αυτό, σε συνδυασμό με τον Αναγκαστικό Νόμο, δείχνει ότι η πολιτική Μεταξά απέναντι στον Τύπο κινήθηκε μεταξύ δύο άκρων, από τη μία ο απόλυτος αυταρχισμός και από την άλλη παροχές. Αυστηρή λογοκρισία και έλεγχος αλλά και φορολογική ατέλεια του δημοσιογραφικού χάρτου, αύξηση μισθών, αργία της Κυριακής και συλλογικές συμβάσεις. (Μπακουνάκης, 2014).

Τη δικτατορία του Μεταξά, στη διάρκεια της οποίας ο αριθμός των εφημερίδων μειώθηκε σημαντικά όπως και η κυκλοφορία τους, ακολούθησε ο ελληνοϊταλικός πόλεμος, η γερμανική κατοχή, η αντίσταση, η απελευθέρωση της χώρας και ο εμφύλιος. Στη διάρκεια της κατοχής πολλές εφημερίδες διέκοψαν την κυκλοφορία τους και επανεκδόθηκαν μετά την απελευθέρωση, ενώ άλλες συνέχισαν υπό καθεστώς αυστηρής λογοκρισίας από τους κατακτητές. Εκατοντάδες έντυπα με σχετικά σύντομη διάρκεια ζωής τα περισσότερα, προερχόμενα από όλο το πολιτικό φάσμα, εκδόθηκαν την περίοδο εκείνη. Ο παράνομος Τύπος βοήθησε σημαντικά στην αντίσταση και στην ενίσχυση του πατριωτικού αισθήματος των Ελλήνων. Πολλοί δημοσιογράφοι εργάστηκαν με κίνδυνο της ζωής τους στις εφημερίδες εκείνες και για αυτό αργότερα η πολιτεία αναγνώρισε το χρόνο εργασίας τους. Η απελευθέρωση βρήκε τη χώρα διχασμένη και σε εμφυλιοπολεμική κατάσταση και μέρος του Τύπου, τον κομμουνιστικό και εαμικό, να παραμένει στην παρανομία. Η καταστρεπτική αυτή

περίοδος έληξε με τον Τύπο της εποχής συρρικνωμένο. (Ψυχογιός, 2003; Σκλαβούνης, 1995).⁷⁹

Τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια η θεματολογία των εφημερίδων αυξάνεται και μαζί της και η κυκλοφορία που είχε συρρικνωθεί σημαντικά με τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Στις αρχές της δεκαετίας του 1960 στην Ελλάδα υπήρχαν τέσσερα εκδοτικά συγκροτήματα, ενώ κυκλοφορούσαν και ορισμένα κομματικά έντυπα και μεμονωμένες εφημερίδες. Τα εκδοτικά συγκροτήματα της εποχής είναι το *Συγκρότημα Λαμπράκη* που υπάρχει έως σήμερα ως *Δημοσιογραφικός Οργανισμός Λαμπράκη (ΔΟΛ)* και εξέδιδε *Τα Νέα*, *Το Βήμα*, την αθλητική εφημερίδα *Ομάδα*, το εβδομαδιαίο περιοδικό *Ταχυδρόμος* που αργότερα έγινε *Οικονομικός Ταχυδρόμος* και την πνευματική επιθεώρηση *Εποχές*, ο *Όμιλος Βλάχου* της Ελένης Βλάχου, στον οποίο ανήκαν η *Καθημερινή*, η *Μεσημβρινή*, τα περιοδικά *Εικόνες* και *Εκλογή*, καθώς και οι εκδόσεις *Γαλαξίας* που εξέδιδαν την πρώτη σειρά βιβλίων τσέπης στην Ελλάδα, το *Συγκρότημα Μπότση* των αδερφών Νάσου και Διονυσίου Μπότση στο οποίο ανήκαν η *Ακρόπολις*, η *Απογευματινή* και τα περιοδικά *Πρώτο* και *Οικογένεια* και ο *Όμιλος του Γεωργίου Αθανασιάδη* που εξέδιδε την απογευματινή εφημερίδα *Βραδυνή*, την οικονομική εφημερίδα *Ναυτεμπορική* και για ένα διάστημα την πρωινή εφημερίδα *Ημέρα*. Την περίοδο εκείνη κυκλοφορούσαν ακόμη η *Αυγή* και η *Δημοκρατική Αλλαγή* που ανήκαν στο χώρο της αριστεράς, η *Εστία*, η *Αθηναϊκή* του Γιάννη Παπαγεωργίου που είχε και το περιοδικό *Θησαυρός*, το *Έθνος* και δύο πρωινές εφημερίδες, η *Ελευθερία* και ο *Ελεύθερος Κόσμος* (Ψυχογιός, 2003).

Μία διαπίστωση που μπορεί να γίνει στο σημείο αυτό είναι ότι από τη δεκαετία του 1960, λίγοι εκδότες και οικογένειες είχαν τον έλεγχο του Τύπου στην Ελλάδα, αφού κατείχαν το μεγαλύτερο ποσοστό τα εντύπων που εκδίδονταν. Όλοι

⁷⁹ Σύμφωνα με τον Ψυχογιό (2003), η αυγή του 20ου αιώνα ήταν μια εποχή άνθησης για τον αθηναϊκό Τύπο. Οι εφημερίδες απέκτησαν κυλινδρικά πιεστήρια και λινοτυπικές μηχανές και άρχισαν να κυκλοφορούν σε πολυσέλιδες και μεγάλοσχημες εκδόσεις και να διευρύνουν την κυκλοφορία τους που το 1915, έφθασε τα 150.000 φύλλα ημερησίως. Από τις 41 εφημερίδες που κυκλοφορούσαν στην Ελλάδα το 1861 και τις 68 το 1876, το 1927 κυκλοφορούσαν 261 εφημερίδες. Από αυτές οι 67 κυκλοφορούσαν στην Αθήνα και οι 30 ήταν ημερήσιες με κυκλοφορία τους κυμαινόνταν από 300.000 – 350.000 φύλλα την ημέρα. Μετά το τέλος του Β' παγκοσμίου πολέμου και συγκεκριμένα το 1952, σύμφωνα και με τα στοιχεία της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Ι.Ε.Α.), στην Αθήνα κυκλοφορούν 16 ημερήσιες (πανελλαδικής εμβέλειας) εφημερίδες από τις 67 που κυκλοφορούσαν το 1927 και η μέση ημερήσια κυκλοφορία αυτών ήταν περί τα 325.000 φύλλα. Οι εφημερίδες που κυκλοφορούσαν στην Αθήνα το 1952, είναι σύμφωνα με τα στοιχεία της Ε.Ι.Ε.Α οι πρωινές *Αυγή*, *Καθημερινή*, *Βήμα*, *Ακρόπολις*, *Εθνικός Κήρυξ*, *Ελευθερία*, *Ελεύθερος Λόγος*, *Εμπρός*, *Προοδευτική Αλλαγή* και οι απογευματινές *Απογευματινή*, *Βραδυνή*, *Εστία*, *Νέα*, *Αθηναϊκή*, *Έθνος*, *Προοδευτικός Φιλελεύθερος*.

αυτοί, βέβαια, ήταν παραδοσιακοί εκδότες, οι οποίοι άρχισαν σιγά, σιγά να δίνουν τα κλειδιά της ιδιοκτησίας του Τύπου και των ΜΜΕ σε ιδιοκτήτες προερχόμενους από τους κλάδους της βιομηχανίας και των επιχειρήσεων, όπως θα δούμε στη συνέχεια. Μια δεύτερη διαπίστωση είναι ότι η γενικότερα καθυστερημένη ανάπτυξη του ελληνικού Τύπου μέχρι το 1974 οφείλεται στις πολιτικές συγκυρίες που διαμορφώθηκαν μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και μέχρι το 1974, όπως αναφέρει και ο Λέανδρος (1992), ο οποίος θεωρεί πως σημαντικό ρόλο στην καθυστέρηση που παρατηρήθηκε στην ανάπτυξη της εκδοτικής βιομηχανίας την περίοδο αυτή, έπαιξε και η διάρθρωση της διαφημιστικής δαπάνης που δεν ήταν ευνοϊκή για τα έντυπα.

4.3 Η Μεταπολίτευση και η καθοριστική δεκαετία του 1980. Είσοδος νέων ιδιοκτητών και τεχνολογική αλλαγή

Η περίοδος της δικτατορίας ήταν μια ακόμη δύσκολη περίοδος για τον Τύπο. Εφημερίδες έκλεισαν, δημοσιογράφοι εξορίστηκαν και τα ΜΜΕ της εποχής βρίσκονταν πλέον κάτω από τον πλήρη και ουσιαστικό έλεγχο της κρατικής εξουσίας. Η αποκατάσταση της δημοκρατίας στις 24 Ιουλίου 1974 θα σημάνει, όπως αναφέρει ο Σκλαβούνης (1995), την αναγέννηση του ελληνικού Τύπου που πλέον μπαίνει σε και τροχιά ανόδου⁸⁰ και ξεκινά μια πολύ καλή περίοδος που αρχικά φθάνει μέχρι τα μέσα και τα τέλη της δεκαετίας του 1980 με την εμφάνιση της «ελεύθερης» ραδιοφωνίας και τηλεόρασης. Από εκεί και πέρα άρχισε μια φάση συμπίεσης των εφημερίδων με την ιδιωτική τηλεόραση και το ιδιωτικό ραδιόφωνο που μαζί με την εμφάνιση και ολοκληρωτική επικράτηση του διαδικτύου, ήταν από τους σημαντικότερους παράγοντες για την κυκλοφοριακή τους υποχώρηση.

Η δεκαετία του 1970 ήταν συνολικά μια καλή δεκαετία για τις εφημερίδες που αύξησαν την κυκλοφορία τους μετά την πτώση της δικτατορίας. Ο Τύπος βγήκε από μια περίοδο καταπίεσης και λογοκρισίας και εισήλθε σε μια περίοδο συνταγματικής

⁸⁰ Σύμφωνα με τον Ψυχογιό (2003), από τις 16 εφημερίδες που κυκλοφορούσαν πανελλαδικά πριν την δικτατορία, στις 23 Ιουλίου 1974 στην Αθήνα κυκλοφορούσαν μόνο έξι εφημερίδες, *Βήμα*, *Νέα*, *Ακρόπολις*, *Απογευματινή*, *Ελεύθερος Κόσμος* και *Εστία*, οι οποίες αυξήθηκαν τον Σεπτέμβριο του ίδιου έτους με την επανέκδοση των *Βραδυνής*, *Καθημερινής*, *Αθηναϊκής*, *Αυγής* και *Ριζοσπάστη*, του οποίου η κυκλοφορία είχε απαγορευθεί το 1947. Από τα 700.000 φύλλα που πουλούσαν οι εφημερίδες τον Ιούνιο του 1974, έφθασαν λόγω των γεγονότων της Μεταπολίτευσης, της αποκατάστασης της Δημοκρατίας και του Κυπριακού τον Αύγουστο και τον Σεπτέμβριο του ίδιου έτους σε 1.100.000 φύλλα.

ελευθερίας και υπερπολιτικοποίησης που έδωσε τη δυνατότητα έκδοσης νέων εφημερίδων και της εμφάνισης νέων εκδοτικών συγκροτημάτων, με σημαντικότερο αυτό της *Ελευθεροτυπίας*, μιας εφημερίδας που εκδόθηκε το 1975 από τον Χρήστο Τεγόπουλο (Μπασαντής, 2002; Ψυχογιός, 2003). Τη δεκαετία του 1970 έχει ήδη ξεκινήσει η τηλεόραση. Πρόκειται, βέβαια, μόνο για την κρατική τηλεόραση που δεν επηρέασε ιδιαίτερα τις κυκλοφορίες των εφημερίδων, όπως συνέβη αργότερα με την ιδιωτική τηλεόραση (Μπασαντής 2002; Σκλαβούνης, 1995).

Στα τέλη της δεκαετίας του 1970, κάνουν και την εμφάνιση τους και οι πρώτες τεχνολογικές αλλαγές στη βιομηχανία του Τύπου, ως αποτέλεσμα της γενικότερης τεχνολογικής εξέλιξης της μεταπολιτευτικής Ελλάδας, οι οποίες κορυφώθηκαν τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 1980 που εξελίχθηκε σε κομβική δεκαετία για τον Τύπο και τη βιομηχανία των ΜΜΕ στη χώρα μας. Στη διάρκεια αυτής, οι εφημερίδες αύξησαν τους τίτλους τους με την έκδοση πολλών νέων ή την επανέκδοση παλαιών τίτλων από άλλους ιδιοκτήτες, αύξησαν την κυκλοφορία τους πετυχαίνοντας εξαιρετικές αριθμητικές επιδόσεις, το 1983 καθιερώθηκαν οι κυριακάτικες εκδόσεις των απογευματινών φύλων και για πρώτη φορά καθιερώθηκε το ταμπλόιντ, άλλαξε το ιδιοκτησιακό καθεστώς των Μέσων και «έσπασε» το μονοπώλιο της κρατικής ραδιοφωνίας και τηλεόρασης. Είναι η περίοδος, που πέραν των σημαντικών πολιτικών γεγονότων όπως η άνοδος του ΠΑΣΟΚ στην εξουσία και το σκάνδαλο Κοσκωτά, η τεχνολογία επέδρασε σημαντικά στην βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων. Η φωτοσύνθεση αντικατέστησε την λινότυπια και η τεχνολογική αυτή πρόοδος, εκτός του ότι οδήγησε σε αλλαγές ακόμη και στις εργασιακές σχέσεις, προκάλεσε επανάσταση στην έκδοση των εφημερίδων που πια διέθεταν καλύτερη ποιότητα εκτύπωσης με πιο καθαρές φωτογραφίες. Η άνοδος της κυκλοφορίας συνδυάστηκε με μείωση του εργατικού κόστους που προκάλεσαν οι τεχνολογικές αλλαγές και ειδικά το πέρασμα από τη «θερμή» στην «ψυχρή» τυπογραφία (Λεάνδρος 2000&1992; Χαιρετάκης, 2010; Ψυχογιός 2003).

Όσο αφορά στο ιδιοκτησιακό καθεστώς των ΜΜΕ, προ της δικτατορίας και μέχρι το 1981 το χώρο ήλεγχαν λίγες οικογενειακές επιχειρήσεις. Το 1980 οι εφημερίδες που κυκλοφορούσαν πανελλαδικά ήταν 14. Οι δύο από αυτές ήταν κομματικά όργανα (*Αυγή* και *Ριζοσπάστης*), δύο επιχειρήσεις εξέδιδαν από δύο εφημερίδες η καθεμιά και άλλες δύο εφημερίδες εκδίδονταν από εταιρείες που ανήκαν στο ίδιο πρόσωπο. Αυτό σημαίνει ότι εννέα επιχειρηματίες του Τύπου ή οι οικογένειές τους, είχαν τον έλεγχο των εφημερίδων της περιόδου εκείνης. Για

παράδειγμα, τέσσερις μόνο οικογένειες (Αθανασιάδη, Βλάχου, Λαμπράκη και Μπότση) ελέγχουν πάνω από το 50% της αγοράς.⁸¹ Οι ιδιοκτήτες αυτοί ήταν παραδοσιακοί εκδότες, που σημαίνει ότι είχαν μακροχρόνιες σχέσεις με το χώρο και δεν είχαν άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Οι επιχειρήσεις τους ήταν μόνο εκδοτικές, μικρού ή μεσαίου μεγέθους και οι ιδιοκτήτες είχαν σχετικά μικρή οικονομική επιφάνεια, παρά τη μεγάλη πολιτική επιρροή που διέθεταν. Στις αρχές της δεκαετίας του '80 οι τεχνολογικές αλλαγές και η ανάγκη ανανέωσης του μηχανολογικού εξοπλισμού των επιχειρήσεών τους και επενδύσεων, τους έφερε σε δυσχερή θέση και επέτρεψε σε επιχειρηματίες από άλλους χώρους (ναυτιλία, κατασκευές, βιομηχανία) να εισέλθουν στο χώρο και να αγοράσουν παραδοσιακές εφημερίδες ή και να επανεκδώσουν παλαιότερους τίτλους που είχαν σταματήσει να κυκλοφορούν. Έτσι, πολλές εφημερίδες έγιναν μέρος ευρύτερων οικονομικών αυτοκρατοριών, γεγονός σημαντικό για τον ίδιο κλάδο, αλλά και για την πολιτική ζωή της χώρας (Λεάνδρος, 2013&1992; Πλειός, 2014).

Η παρουσία των παραδοσιακών εκδοτών στην ιδιοκτησία των Μέσων, είναι ένα από τα σημαντικά χαρακτηριστικά του ελληνικού Τύπου από το διάστημα 1873 που ξεκίνησε ο εκσυγχρονισμός του έως και τη Μεταπολίτευση και τις αρχές της δεκαετίας του 1980. Όπως αναφέρει ο Μπακουνάκης (2014), το κύριο τυπολογικό στοιχείο του Τύπου από το 1873 έως και τη Μεταπολίτευση είναι ότι όλοι οι εκδότες που παρεμπιπτόντως διαθέτουν όλοι τους πανεπιστημιακή μόρφωση, προέρχονται από το χώρο του Τύπου και της δημοσιογραφίας και αυτό αποτελεί ένα θεμελιώδες χαρακτηριστικό της επιχειρηματικής κουλτούρας του Τύπου στην Ελλάδα, η οποία στη δεκαετία του 1980, ακολούθησε και τη διεθνή τάση εξαγορών και συγχωνεύσεων ΜΜΕ στα πλαίσια μεγαλύτερων ομίλων.

Επανερχόμενοι στις παλιές εφημερίδες που επανεκδόθηκαν τη δεκαετία του 1980, θα σταθούμε στο *Έθνος*, του οποίου η επανακυκλοφορία αποτέλεσε σταθμό στα χρονικά του ελληνικού Τύπου. Η επανέκδοσή του στις 14 Σεπτεμβρίου 1981 προκάλεσε επανάσταση, αφού εγκαινίασε μια νέα εποχή από τεχνολογικής πλευράς,

⁸¹Σύμφωνα με τα στοιχεία της *Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών*, οι 14 πανελλαδικής εμβέλειας εφημερίδες που κυκλοφορούσαν το 1980 ήταν οι πρωινές *Αυγή*, *Καθημερινή*, *Ριζοσπάστης*, *Βήμα*, *Ακρόπολις*, *Ελεύθερος Κόσμος*, *Πρωινή* και οι απογευματινές *Απογευματινή*, *Αυριανή*, *Βραδυνή*, *Ελευθεροτυπία*, *Εστία*, *Νέα* και *Μεσημβρινή*. Στο Συγκρότημα Λαμπράκη ανήκαν το *Βήμα* και τα *Νέα*, στο Συγκρότημα Μπότση η *Ακρόπολις* και η *Απογευματινή* και οι *Καθημερινή* και *Μεσημβρινή* ανήκαν ακόμη στην Ελένη Βλάχου. Πέραν των κομματικών οργάνων *Αυγή* και *Ριζοσπάστης*, οι υπόλοιπες ανήκαν σε μεμονωμένους επιχειρηματίες.

από πλευράς μορφής, αλλά και ιδιοκτησιακού καθεστώτος. Το *Έθνος* είναι η πρώτη εφημερίδα που καθιερώνει το μικρό σχήμα (ταμπλόιντ) και πρωτοτυπεί και σε ζητήματα παρουσίασης της είδησης. Με την έκδοσή της ξεκινά η ιστορία του λαϊκού ταμπλόιντ στην Ελλάδα, αφού την τάση αυτή ακολούθησαν σταδιακά σχεδόν όλες οι εφημερίδες. Ακόμη, είναι η πρώτη εφημερίδα που εισάγει νέες τεχνολογίες, στοιχειοθετείται εξολοκλήρου ηλεκτρονικά,⁸² τυπώνεται σε πιεστήριο offset και εγκαταλείπει το μοντέλο της καθετοποιημένης μονάδας υπέρ ενός σχήματος με τρεις νομικά ανεξάρτητες εταιρείες που αναλαμβάνουν την έκδοση, τη στοιχειοθεσία και την εκτύπωση της εφημερίδας. Τέλος, ο εκδότης της Γιώργος Μπόμπολας, είναι ο πρώτος μιας σειράς επιχειρηματιών που στη δεκαετία του '80 εισήλθαν στο χώρο των ΜΜΕ από άλλους οικονομικούς χώρους (ναυτιλία, κατασκευές, βιομηχανία) (Λέανδρος, 2000&1992). Τον Γιώργο Μπόμπολα θα ακολουθήσουν μια σειρά άλλων επιχειρηματιών που τη δεκαετία του '80 θα εισέλθουν στο χώρο του Τύπου. Η οικογένεια Βαρδινογιάννη, ο Άρης Βουδούρης, η οικογένεια Αναστόπουλου ιδιοκτήτες της Μεταλλουργικής Αθηνών και ο Γιώργος Κοσκωτάς, είναι μερικά από τα ισχυρά ονόματα της εποχής που μπήκαν στο χώρο του Τύπου και αγόρασαν εφημερίδες και αργότερα κάποιοι από αυτούς και ηλεκτρονικά ΜΜΕ.

Οι σημαντικότερες αιτίες για την ενασχόληση των επιχειρηματιών αυτών στο χώρο της βιομηχανίας των ΜΜΕ, θα πρέπει να θεωρηθούν η δημοσιότητα, το κύρος και η πολιτική δύναμη που συνόδευαν την είσοδό τους στο χώρο της βιομηχανίας των Μέσων και έστω και αν δεν είχαν άμεσα οικονομικά αποτελέσματα, είχαν μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη. Επίσης, από τα τέλη της δεκαετίας του 1970 είχε αρχίσει να διαφαίνεται η ανάδειξη των ΜΜΕ σε τομέα στρατηγικής σημασίας και κερδοφορίας και η απόκτηση εφημερίδων ήταν το πρώτο βήμα για την επέκταση όλων αυτών των επιχειρηματιών και σε άλλους τομείς των ΜΜΕ. Οι πρώτοι νόμοι, άλλωστε, για τη χορήγηση άδειας λειτουργίας ηλεκτρονικών μέσων έδωσαν προτεραιότητα σε επιχειρήσεις με εμπειρία στα ΜΜΕ (Λέανδρος, 2013&1992).

Πρέπει να σημειωθεί πως ο ελληνικός Τύπος άρχισε να συμβαδίζει σχετικά πολύ νωρίς με τις διεθνείς εξελίξεις στις τεχνολογικές αλλαγές, παρά την αρχική καθυστέρηση που υπήρξε. Τόσο οι εξαγορές και οι συγχωνεύσεις, όσο και η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών και ειδικότερα η αντικατάσταση της λινοτυπίας από

⁸² Το πρώτο εγχείρημα ηλεκτρονικής στοιχειοθεσίας στην Ελλάδα έγινε στη δεκαετία του 1970 από τον *Δημοσιογραφικό Οργανισμό Λαμπράκη* και αφορούσε λίγες σελίδες των *Νέων*. Τα εγχείρημα ήταν περιορισμένο και σε αντίθεση με το *Έθνος*, πέρασε απαρατήρητο.

τη φωτοσύνθεση, οδηγούσαν σε οικονομίες κλίμακας και μείωση των απασχολούμενων στην εκτύπωση. Σύμφωνα με τον Λέανδρο (1992), η αντικατάσταση της λινотυπίας από τη φωτοσύνθεση προκάλεσε σημαντικά οικονομικά οφέλη στις επιχειρήσεις και σημαντικό ρόλο στην σχετικά εύκολη εισαγωγή της στις ελληνικές εφημερίδες, έπαιξε η ψήφιση του νόμου 1.186/81,⁸³ σε συνδυασμό με την μείωση της δύναμης του σωματείου των τυπογράφων των αθηναϊκών εφημερίδων, της *ΕΤΗΠΤΑ*. Η δεκαετία του 1980 έκλεισε με το «βρώμικο '89» και το σκάνδαλο Κοσκωτά.⁸⁴ Την περίοδο εκείνη ξεκίνησε η κρίση του Τύπου στην Ελλάδα,⁸⁵ την οποία επέτεινε η ιδιωτική τηλεόραση που μόλις είχε ξεκινήσει τη λειτουργία της στη χώρα (Λέανδρος, 2013; Μπασαντής, 2002; Πλειός, 2014).

4.4 Η εμφάνιση της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου. Ιδιωτικοποίηση και απορρύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου

Η πρώτη πεντηκονταετία του 20^{ου} αιώνα και η έναρξη της δεύτερης, σηματοδεύτηκαν και από την εμφάνιση των ηλεκτρονικών ΜΜΕ, του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης, που στην Ελλάδα ξεκίνησαν με σημαντική καθυστέρηση σε σχέση με τις ΗΠΑ και τις προηγμένες ευρωπαϊκές χώρες. Το ραδιόφωνο στην Ελλάδα ξεκίνησε στα τέλη της δεκαετίας του '20. Το 1928 ο ιδιώτης Χρήστος Τσιγγιρίδης ίδρυσε τον πρώτο ραδιοφωνικό σταθμό στη χώρα και τα Βαλκάνια με έδρα τη Θεσσαλονίκη. Το

⁸³ Οι προϋποθέσεις για την ψήφιση του νόμου 1.186/81, δημιουργήθηκαν από τη γενική απεργία του καλοκαιριού του 1980 που κήρυξε το σωματείο των τεχνικών Τύπου της Αθήνας (*ΕΤΗΠΤΑ*) σε συνεργασία με άλλες συνδικαλιστικές ενώσεις του χώρου στην προσπάθειά του να επιβάλει τους δικούς του όρους σε σχέση με την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών. Η απεργία διήρκησε σχεδόν ένα μήνα (23 Ιουνίου-17 Ιουλίου) και έληξε μετά τη συμφωνία της *ΕΤΗΠΤΑ* με την ένωση ιδιοκτητών (*ΕΙΗΕΑ*) και αφού είχε προηγηθεί παρέμβαση της κυβέρνησης. Η συμφωνία αυτή οδήγησε το καλοκαίρι του 1981 στον νόμο 1.186/81, ο οποίος προέβλεπε ότι όλοι οι τυπογράφοι των εθνικών εφημερίδων που είχαν συμπληρώσει πέντε χρόνια ασφάλισης στο *Ταμείο Ασφάλισης Τεχνικών Τύπου Αθήνας*, δικαιούνταν μηνιαίο επίδομα τεχνολογίας, ακόμη και μετά τη συνταξιοδότησή τους. Έτσι, οι τυπογράφοι μπορούσαν να συνταξιοδοτηθούν σε μικρή ηλικία και να ξεκινήσουν νέα καριέρα διατηρώντας και το επίδομα τεχνολογίας ισόβια.

⁸⁴ Το σκάνδαλο Κοσκωτά ήταν ένα πολιτικό και οικονομικό σκάνδαλο που σηματοδεύτηκε από την επιχείρηση άλωσης του Τύπου. Ξέσπασε στα τέλη της δεκαετίας του 1980 και στις αρχές του 1990 με κεντρικό πρόσωπο τον ιδιοκτήτη της τράπεζας Κρήτης Γιώργο Κοσκωτά που τελικά φυλακίστηκε και εμπλεκόμενα στελέχη της τότε κυβέρνησης του ΠΑΣΟΚ. Ο Γιώργος Κοσκωτάς, δημιούργησε το 1988 ένα εκδοτικό συγκρότημα που αποτελείτο από την νεοκεδοθείσα εφημερίδα *24 Ώρες*, την εφημερίδα *Καθημερινή* που είχε αγοράσει, τον ραδιοφωνικό σταθμό *ΣΚΑΙ*, περιοδικά και μια εκδοτική μονάδα.

⁸⁵ Το 1989, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Ι.Η.Ε.Α.), στην Ελλάδα κυκλοφορούσαν 20 εφημερίδες, πέντε πρωινές και 15 απογευματινές. Οι πρωινές ήταν οι *Ακρόπολις*, *Αυγή*, *Καθημερινή*, *Λόγος* και *Ριζοσπάστης* και οι απογευματινές οι *Απογευματινή*, *Αυριανή*, *Έθνος*, *Ελεύθερη Ώρα*, *Ελεύθερος*, *Ελεύθερος Τύπος*, *Ελευθεροτυπία*, *Εξόρμηση*, *Επικαιρότητα*, *Εστία*, *Βραδυνή*, *Η Πρώτη*, *Μεσημβρινή*, *Νίκη* και *Τα Νέα*.

1938 ιδρύθηκε στην Αθήνα ο πρώτος εθνικός ραδιοφωνικός σταθμός, η *Υπηρεσία Ραδιοφωνικών (Υ.Ε.Ρ.)* που το 1945 εξελίχθηκε στο *Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας (Ε.Ι.Ρ.)*. Οι προσπάθειες ωστόσο, για ραδιοφωνικές εκπομπές είχαν ξεκινήσει νωρίτερα. Το 1923 έγινε από την Διεύθυνση Ραδιοτηλεγραφικής Υπουργείου Ναυτικών στο Βοτανικό, μέσω ενός πομπού ασύρματης τηλεφωνίας, η πρώτη απόπειρα ραδιοφωνικής εκπομπής. Στη συνέχεια επιχειρήθηκαν ασύρματες μεταδόσεις μέσω ραδιοφώνου, κυρίως από πανεπιστημιακούς καθηγητές και το 1928 επιχειρήθηκε για πρώτη φορά η ασύρματη μετάδοση μιας διάλεξης σε αίθουσα του Παρνασσού, με θέμα τη ραδιοφωνία. Μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο άρχισαν να ιδρύονται και άλλοι σταθμοί σε διάφορες πόλεις της χώρας που υπάγονταν στη δικαιοδοσία του *EIP*, καθώς και πολλοί στρατιωτικοί σταθμοί υπό τη δικαιοδοσία των ενόπλων δυνάμεων (*YENEΔ*). (Κουνενάκης, 1995; Σύντομη ιστορία του ραδιοφώνου, 2015).

Πολύ αργότερα από το ραδιόφωνο, το 1960, εμφανίστηκε στην Ελλάδα και η τηλεόραση, επίσης με μεγάλη καθυστέρηση σε σχέση με τις ΗΠΑ και προηγμένες ευρωπαϊκές χώρες, κάτι που οφείλεται στον εμφύλιο πόλεμο και στο ότι οι μετεμφυλιακές κυβερνήσεις είχαν ως πρωταρχικό στόχο την καταστολή του κουμμουνισμού και όχι την τεχνολογική πρόοδο και την ανασυγκρότηση της χώρας. Η προβληματική οικονομία της Ελλάδας την περίοδο εκείνη δεν ευνόησε την ανάπτυξη της τηλεόρασης και τις ανάλογες επενδύσεις παρά τη νομοθετική πρόβλεψη που υπήρχε από το 1951. Έτσι φθάσαμε στην 3^η Σεπτεμβρίου 1960 όταν στο περίπτερο της ΔΕΗ στη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης όπου είχε στηθεί το πρώτο τηλεοπτικό στούντιο στην Ελλάδα, στις 8 μ.μ. έγινε η πρώτη τηλεοπτική εκπομπή. Ήταν η εκπομπή του *Πρώτου Πειραματικού Σταθμού Τηλεοράσεως* της Ελλάδας και ταυτόχρονα ήταν μια ιστορική στιγμή για τα ελληνικά ΜΜΕ (Βαλούκος, 2008; Παπαθανασόπουλος, 1997)⁸⁶.

⁸⁶ Όπως αναφέρει ο Βαλούκος (2008, σελ. 25): «Στις 3 Σεπτεμβρίου 1960, στις 8 μ.μ. ο τότε πρωθυπουργός Κωνσταντίνος Καραμανλής που προηγουμένως είχε εγκαινιάσει τη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης, αφίχθηκε στο περίπτερο της ΔΕΗ για να τονίσει με τη συμβολική του παρουσία τη σημασία του γεγονότος. Την ώρα της άφιξης του βγήκε στον αέρα η πρώτη εκπομπή ειδήσεων με καμεραμάν τον Κώστα Μπαλάφα. Στην τρεμάμενη οθόνη εμφανίστηκε η Ελσα Παπαστεργίου, η οποία έκανε την πρώτη εκφώνηση. «Εδώ ο Πρώτος Πειραματικός Σταθμός Τηλεοράσεως Ελλάδος. Στο στούντιο εισέρχεται ο πρωθυπουργός Κωνσταντίνος Καραμανλής». Στη συνέχεια, η κάμερα στράφηκε προς το πρόσωπο του Καραμανλή, ο οποίος απηύθυνε σύντομο μήνυμα προς το λαό της Βορείου Ελλάδος».

Το 1964 στο Ζάππειο άρχισαν κάποιες πειραματικές εκπομπές και η ολοκληρωμένη και επίσημη πρεμιέρα για την ελληνική τηλεόραση, έλαβε χώρα στις 23 Φεβρουαρίου 1966 στις 18.30. Η *EIP* εξέπεμψε δίωρο πρόγραμμα που περιελάμβανε δελτίο ειδήσεων, μια εκπομπή, ένα ντοκιμαντέρ και μια ταινία μικρού μήκους (Η πρώτη εκπομπή της Ε.Ι.Ρ., 2013).⁸⁷ Την 1^η Νοεμβρίου του 1968 άρχισε να εκπέμπει η *YENEA*, το κανάλι των Ενόπλων Δυνάμεων και πέντε μήνες αργότερα το *EIP* που το 1970 μετονομάστηκε σε *EIPT* (Λεάνδρος, 1992; Παπαθανασόπουλος, 1997).

Ο Παπαθανασόπουλος (2005) αναφερόμενος στην ανάπτυξη του ελληνικού ραδιοτηλεοπτικού συστήματος, τονίζει ότι αυτό αναπτύχθηκε και διαμορφώθηκε μέσα από προβληματικές περιόδους της ελληνικής ιστορίας και διαρθρώθηκε, όπως σχεδόν σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, από τη μονοπωλιακή χρήση των ραδιοτηλεοπτικών συχνοτήτων από το κράτος. Ειδικότερα για την τηλεόραση, ο Παπαθανασόπουλος (2005) αναφέρει ότι είναι έντονα πολιτικοποιημένη και στενά συνδεδεμένη με τις αντιφάσεις, τις εντάσεις και τις σκοπιμότητες του συγκεντρωτικού και ιδιαίτερα πατερναλιστικού ελληνικού πολιτικού συστήματος.

Η δεκαετία του '80 αποδείχθηκε εξαιρετικά σημαντική για τα ΜΜΕ στην Ελλάδα, διότι πέραν όλων των άλλων έλαβε χώρα μια μεγάλη αλλαγή που σημάδεψε το χώρο. Πρόκειται για το «σπάσιμο» του κρατικού μονοπωλίου και την εμφάνιση της ιδιωτικής ραδιοφωνίας και τηλεόρασης. Η εξέλιξη αυτή δημιούργησε νέα δεδομένα και ισορροπίες και είχε και ως αποτέλεσμα την αρχή της πτώσης στις πωλήσεις των εφημερίδων που παγιώθηκε και έγινε ακόμη μεγαλύτερη τα επόμενα χρόνια με την ανάπτυξη του διαδικτύου και αργότερα με την οικονομική κρίση.

Με την εμφάνιση των ιδιωτικών ραδιοτηλεοπτικών Μέσων στα τέλη της δεκαετίας του 1980, ξεκινά, σύμφωνα με τον Λεάνδρο (2000) και η δεύτερη διακριτή φάση ανάπτυξης των ΜΜΕ, η οποία σηματοδοτήθηκε από μία σειρά κομβικών γεγονότων όπως η κατάργηση του κρατικού μονοπωλίου στον οπτικοακουστικό χώρο και η συνακόλουθη ραγδαία ανάπτυξη του ιδιωτικού ολιγοπωλίου. Ο Χαιρετάκης (2010) αναφέρει ότι η δεκαετία του 1980 ήταν προάγγελος ριζικών αλλαγών, αφού οι επιχειρήσεις των Μέσων ακολούθησαν τη στρατηγική της διαφοροποίησης και επιχείρησαν να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε διαφορετικούς τομείς της

⁸⁷ Η δίωρη προβολή ξεκίνησε στις 18.30 ακριβώς, με εκφωνήτρια την Ελένη Κυπραίου και τη συνδρομή του δημοσιογράφου Γεωργίου Κάρτερ. Η εκπομπή έγινε με κεραίες που είχαν τοποθετηθεί πάνω στο κτίριο του ΟΤΕ στην οδό Πατησίων (Η πρώτη εκπομπή της Ε.Ι.Ρ., 2013).

βιομηχανίας με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν ευρύτεροι δημοσιογραφικοί κολοσσοί.

Το «σπάσιμο» του κρατικού μονοπωλίου στο ραδιόφωνο ξεκίνησε το 1987. Τότε ήταν που για πρώτη φορά στα ερτζιανά εξέπεμψαν μη κρατικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί. Οι πρώτοι αυτοί μη κρατικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί ήταν δημοτικοί. Η αρχή έγινε την 1^η Ιουνίου 1987, ημερομηνία που βγήκε στον αέρα το δημοτικό ραδιόφωνο της Αθήνας, ο *Αθήνα 9,84*. Στη συνέχεια ακολούθησαν το δημοτικό ραδιόφωνο του Πειραιά *Κανάλι 1* και της Θεσσαλονίκης *FM 100*. Μετά από αυτούς περίπου 1.000 δημοτικοί και ιδιωτικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί βγήκαν στον αέρα και άρχισαν να εκπέμπουν, αρχικά χωρίς άδειες. Η τότε κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ παρά τις αρχικές της αντιρρήσεις τελικά τους νομιμοποίησε και έτσι μια καινούργια πραγματικότητα που έμεινε στην ιστορία ως η εποχή της *ελεύθερης δημοτικής ραδιοφωνίας* ή της *ελεύθερης ραδιοφωνίας* και η οποία αποτέλεσε και τον προάγγελο της ιδιωτικής τηλεόρασης στην Ελλάδα, είχε μόλις ξεκινήσει (Βαλούκος, 2008; Παπαθανασόπουλος 2005).

Από την τοπική αυτοδιοίκηση και τους δήμους ξεκίνησε και η επιχείρηση του στησίματος της μη κρατικής τηλεόρασης. Ο δήμος Θεσσαλονίκης ήταν ο πρώτος που στις αρχές του 1988 έστησε τον πρώτο μη κρατικό τηλεοπτικό σταθμό, τον *TV 100*, παρά τις αντιρρήσεις της τότε κυβέρνησης και την επέμβαση των ΜΑΤ στις 21 Δεκεμβρίου 1987 στον Χορτιάτη όπου είχε στηθεί ο πομπός του σταθμού. Τη Θεσσαλονίκη ακολούθησε ο Πειραιάς που έφτιαξε το δικό του τηλεοπτικό σταθμό, το συνδρομητικό κανάλι *TV Plus*. Ο δήμος της Αθήνας άρχισε επίσης να διερευνά την πιθανότητα δημιουργίας δημοτικού τηλεοπτικού σταθμού, ενώ το ίδιο έκαναν και κάποιοι ιδιώτες, επιχειρηματίες του Τύπου, όπως ο Χρήστος Λαμπράκης, ο Γιώργος Μπόμπολας, οι αδελφοί Κουρή, ο Άρης Βουδούρης και ο Γιώργος Κοσκωτάς (Βαλούκος, 2008; Παπαθανασόπουλος 2005).

Μετά τις βουλευτικές εκλογές του Νοεμβρίου του 1989 ξεκίνησαν σιγά, σιγά να εμφανίζονται οι πρώτοι ιδιωτικοί τηλεοπτικοί σταθμοί. Στις 20 Νοεμβρίου 1989 εξέπεμψε για πρώτη φορά το *Mega Channel* και στις 31 Δεκεμβρίου 1989 εξέπεμψε ο *Antenna*, ενώ η κυβέρνηση Τζανετάκη είχε ήδη ψηφίσει το νόμο 1866/1989 για τη «*σύσταση και λειτουργία της μη κρατικής τηλεόρασης*». Ένας νόμος, που όπως αναφέρουν οι Λεάνδρος, Παπαδοπούλου & Ψύλλα (2011), ενίσχυσε τη διαπλοκή, καθώς μεταξύ άλλων όριζε ότι οι άδειες λειτουργίας των τηλεοπτικών σταθμών θα χορηγούνται κατά προτίμηση σε επιχειρήσεις με μετόχους που διαθέτουν εμπειρία

στα ΜΜΕ όπως και σε οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης, με αποτέλεσμα οι πρώτοι τηλεοπτικοί σταθμοί να δοθούν απευθείας σε μεγαλοεκδότες και επιχειρηματικά και εφοπλιστικά συμφέροντα που έθεσαν υπό τον έλεγχό τους ένα μεγάλο μέρος της ενημέρωσης. Όλοι αυτοί, απολάμβαναν, μάλιστα, την εύνοια του κράτους με τη μορφή διάφορων εξυπηρετήσεων (ευνοϊκές φορολογικές και άλλες ρυθμίσεις, δημόσια έργα και κρατικές προμήθειες, επιχορηγήσεις, κρατική διαφήμιση). Ονόματα όπως ο Βαρδής Βαρδινογιάννης, ο Χρήστος Λαμπράκης και στη συνέχεια ο Γιώργος Μπόμπολας, ο Αριστείδης Αλαφούζος, ο Μίνωας Κυριακού, ο Χρήστος Τεγόπουλος και ο Σωκράτης Κόκκαλης, οι οποίοι κατείχαν και εφημερίδες, έγιναν και ιδιοκτήτες τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών ελέγχοντας σε πολύ μεγάλο ποσοστό το χώρο (Λέανδρος, 2013; Παπαθανασόπουλος, 2004).

Πρέπει να σημειωθεί πως οι πρώτες προσωρινές άδειες παραχωρήθηκαν παραμονές εκλογών, τον Σεπτέμβριο του 1993, με βάση το νόμο 1866/1989 και με τη σύμφωνη γνώμη του *Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης* (ΕΣΡ) και αφορούσαν 12 σταθμούς. Το 2000 ωστόσο, το υπουργείο Τύπου μετέφερε όλες τις αρμοδιότητες αναφορικά με τις άδειες στο ΕΣΡ το οποίο κατέληξε ότι οι φάκελοι δεν ήταν πλήρεις και κήρυξε άγονη τη διαδικασία. Παρ' όλα αυτά, τηλεοπτικοί και ραδιοφωνικοί συνέχιζαν να εκπέμπουν κανονικότητα και τελικά το 2018 ξεκίνησε η διαδικασία νομιμοποίησής τους με διαγωνισμό που προκήρυξε το ΕΣΡ για επτά τηλεοπτικές άδειες και αφού το Συμβούλιο της Επικρατείας είχε κρίνει το 2016 αντισυνταγματικό το διαγωνισμό για τέσσερις τηλεοπτικές άδειες που είχε προκηρύξει η τότε κυβέρνηση του ΣΥΡΙΖΑ. Τον Σεπτέμβριο του 2018 ολοκληρώθηκε ο διαγωνισμός και δόθηκαν από το ΕΣΡ οι πέντε πρώτες τηλεοπτικές άδειες στα κανάλια πανελλαδικής εμβέλειας, τις οποίες έλαβαν οι σταθμοί ΣΚΑΙ, Star, Antenna, Alpha και Open, με την κυβέρνηση να διακηρύττει, ότι ο στόχος της αδειοδότησης είναι η εξυγίανση του τηλεοπτικού τοπίου μέσω της ανάδειξης βιώσιμων ΜΜΕ που δεν θα εξαρτώνται από τον τραπεζικό δανεισμό και ταυτόχρονα η αντιμετώπιση της διαπλοκής μεταξύ πολιτικής, οικονομικής και μηντιακής εξουσίας. Η προκήρυξη αφορούσε επτά τηλεοπτικές άδειες, αρχικά δόθηκαν οι πέντε και τον 2019 η έκτη άδεια δόθηκε στον τηλεοπτικό σταθμό One του Βαγγέλη Μαρινάκη, που αγόρασε την ταινιοθήκη και το σήμα του *Mega Channel*.

Με την ιδιωτικοποίηση της ραδιοφωνίας και της τηλεόρασης άνοιξε ένα νέο μεγάλο κεφάλαιο στην ιστορία των ΜΜΕ της Ελλάδας. Ένα κεφάλαιο που είχε και

αρνητικές πλευρές, όπως η υπερσυγκέντρωση και ο έλεγχος της ενημέρωσης από λίγους επιχειρηματίες και η υποβάθμιση του τηλεοπτικού προϊόντος. Κατά τον Λεάνδρο (2013), την περίοδο αυτή επικράτησε στο ραδιοτηλεοπτικό τοπίο της Ελλάδας ασυδοσία και η όλη διαδικασία προσέλαβε τη μορφή μιας άγριας απορρύθμισης, αφού μέσα σε λίγα χρόνια από τους ελάχιστους κρατικούς σταθμούς περάσαμε στους εκατοντάδες ιδιωτικούς. Κατά τον Παναθανασόπουλο (2005 & 1997), η περίοδος αυτή συνδέεται με την απορρύθμιση στη Δυτική Ευρώπη, της οποίας τα αίτια ήταν η ευρύτερη μεταστροφή των οικονομικοπολιτικών προσανατολισμών και προτιμήσεων και τελικά στην Ελλάδα οδήγησε με ελάχιστες εξαιρέσεις σε μειωμένα ποσοστά αξιοπιστίας της τηλεόρασης. Η Βώβου (2010) από την πλευρά της, επισημαίνει ότι στην Ελλάδα η απορρύθμιση ονομάστηκε ιδιωτικοποίηση και απελευθέρωση, στοιχείο το οποίο είναι ενδεικτικό των πολιτικών και ιδεολογικών συνθηκών της εποχής, ενώ ο Χαιρετάκης (2010) τονίζει πως με την απορρύθμιση η ιδιοκτησιακή δομή των ΜΜΕ έπαψε να είναι οριοθετημένη. Εκείνο που δεν μπορεί να παραγνωριστεί είναι ότι η ιδιωτικοποίηση αυτή σηματοδότησε τη μετάβαση της ενημέρωσης σε μια εποχή πολυφωνίας και όπως αναφέρει ο Παπαθανασόπουλος (2005), αποτέλεσε για τη χώρα μας τη μεγαλύτερη αλλαγή του 20^{ου} αιώνα στα δρώμενα της μαζικής επικοινωνίας.

4.5 Τα πρώτα σημάδια της κρίσης

Το 2008⁸⁸ ο ελληνικός Τύπος και η βιομηχανία των ΜΜΕ εισήλθαν σε μία ακόμη πιο δύσκολη περίοδο, αυτή της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης που χτύπησε και τη βιομηχανία των ΜΜΕ, όπως και όλους τους τομείς της οικονομίας στην Ελλάδα, με

⁸⁸Το 2000 οι τίτλοι των καθημερινών πανελλαδικής κυκλοφορίας εφημερίδων είχαν αυξηθεί σημαντικά. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Ι.Η.Ε.Α.), το έτος αυτό στην Ελλάδα κυκλοφορούσαν 27 εφημερίδες (οκτώ πρωινές και 19 απογευματινές), σε σχέση τις 20 που κυκλοφορούσαν το 1989, τις 14 που κυκλοφορούσαν το 1980 και τις έξι που είχαν παραμείνει σε κυκλοφορία αμέσως μετά την πτώση της δικτατορίας. Από τις 27 εφημερίδες που κυκλοφορούσαν το 2000, οι οκτώ πρωινές ήταν οι *Ακρόπολις*, *Αυγή*, *Καθημερινή*, *Νίκη*, *Λόγος*, *Ριζοσπάστης*, *Καρφί* και *Βήμα* και οι 14 απογευματινές οι *Espresso*, *Απογευματινή*, *Αυριανή*, *Αθηναϊκή*, *Αδέσμευτος Τύπος*, *Αδέσμευτος Τύπος (Μήτσης)*, *Έθνος*, *Ελεύθερη Ώρα*, *Ελεύθερος*, *Ελεύθερος Τύπος*, *Ελευθεροτυπία*, *Εξουσία*, *Εστία*, *Βραδυνή*, *Η Χώρα*, *Νέα Ελλάδα*, *Στο Καρφί* (απογευματινό), *Τα Νέα* και *Το Ονομα*. Το 2008, έτος που ξέσπασε η παγκόσμια οικονομική κρίση, εκδίδονταν 22 καθημερινές εφημερίδες πανελλαδικής κυκλοφορίας, εννέα πρωινές και 13 απογευματινές. Οι εφημερίδες αυτές ήταν οι πρωινές *Traffic*, *Ακρόπολις*, *Ανω Κάτω*, *Αυγή*, *Καθημερινή*, *Νίκη*, *Λόγος*, *Ριζοσπάστης*, *Βήμα* και οι απογευματινές *Espresso*, *Απογευματινή*, *Αυριανή*, *Αδέσμευτος Τύπος*, *Έθνος*, *Ελεύθερη Ώρα*, *Ελεύθερος*, *Ελεύθερος Τύπος*, *Ελευθεροτυπία*, *Εστία*, *Βραδυνή*, *Η Χώρα*, *Τα Νέα*.

πολύ μεγάλη ένταση. Μετά την υπογραφή της πρώτης δανειακής σύμβασης το 2010, η επιδείνωση της οικονομικής κατάστασης της Ελλάδας άλλαξε δραματικά τις ισορροπίες, γεγονός που είχε άμεσες συνέπειες στις επιχειρήσεις των Μέσων. Σύμφωνα με τον Πλειό (2013), τα ΜΜΕ γνώρισαν περαιτέρω εξάρτηση από το πολιτικό και το χρηματοπιστωτικό σύστημα, υψηλά επίπεδα ανεργίας μεταξύ δημοσιογράφων, παλιών και νέων, δραματική επιδείνωση των οικονομικών δεικτών τους, συρρίκνωση του αριθμού τους. Παρά τις οικονομίες κλίμακας, την άνοδο της διαφημιστικής δαπάνης και την τεχνολογική εξέλιξη, η οικονομική κρίση βρήκε τις ελληνικές επιχειρήσεις των Μέσων ανήμπορες να την αντιμετωπίσουν. Ο Λεάνδρος (2013) αναφέρει ότι από πλευράς των περισσότερων επιχειρήσεων των Μέσων δεν υπήρξε συστηματική και καλά μελετημένη στρατηγική ανάπτυξης και δεν κατέβαλαν συστηματικές προσπάθειες αναβάθμισης των προϊόντων τους. Όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει (2013, σελ. 41, 54):

«Η «Χρυσή Εποχή» των Μέσων που διήρκησε από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 2000, δεν οδήγησε σε σύγχρονες, υγιείς επιχειρήσεις, αλλά σε υπερεπέκταση, υψηλό κόστος λειτουργίας και φαινόμενα αλληλεξάρτησης με την πολιτική εξουσία. Όσο υπήρχαν δυνατότητες προσφυγής σε δανεισμό και διάφορες κρατικές «διευκολύνσεις» τα προβλήματα κάπως καλύπτονταν. Στις σημερινές συνθήκες αυτό δεν είναι πλέον δυνατό ή είναι πολύ πιο δύσκολο απ' ό,τι στο παρελθόν, γεγονός που οδηγεί σε ραγδαία αναδιάρθρωση σχέσεων ιδιοκτησίας. Η κρίση που έπληξε τα Μέσα Ενημέρωσης στην Ελλάδα είχε ξεκινήσει πριν από το 2008. Σημάδια υπήρξαν, αλλά δεν αξιολογήθηκαν σωστά με αποτέλεσμα η παγκόσμια οικονομική κρίση να βρει τις επιχειρήσεις των ΜΜΕ ανέτοιμες και μαζί και με τα διαρθρωτικά προβλήματα της ελληνικής οικονομίας, αλλά και του μεταπολιτευτικού μηντιακού συστήματος στην Ελλάδα, να μην καταφέρουν να την αντιμετωπίσουν».

Ο Papathanasopoulos (2010) κάνει λόγο για κορεσμό της αγοράς και σταδιακή μείωση της διαφήμισης στα ΜΜΕ. Όπως αναφέρει ο Χαιρετάκης (2013), η σταδιακή κατάρρευση της διαφημιστικής δαπάνης, αποτέλεσε το πρώτο εμφανές σημάδι της κρίσης για τα ΜΜΕ. Ο Μπακουνάκης (2014) αναφέρει ότι η κρίση αξιοπιστίας του Τύπου αρχίζει με την εμφάνιση της ιδιωτικής τηλεόρασης το 1989, όταν ξεκινά και πρώτη στις κυκλοφορίες των εφημερίδων. Η πτώση αυτή θα γίνει εμφανής από τα στοιχεία που θα παραθέσουμε στη συνέχεια, αρχικά στον πίνακα 4.1, στον οποίο καταγράφεται η εξέλιξη της διαφημιστικής δαπάνης ανά Μέσο, αλλά και στο σύνολό της την περίοδο 2000-2016.

Πίνακας 4.1

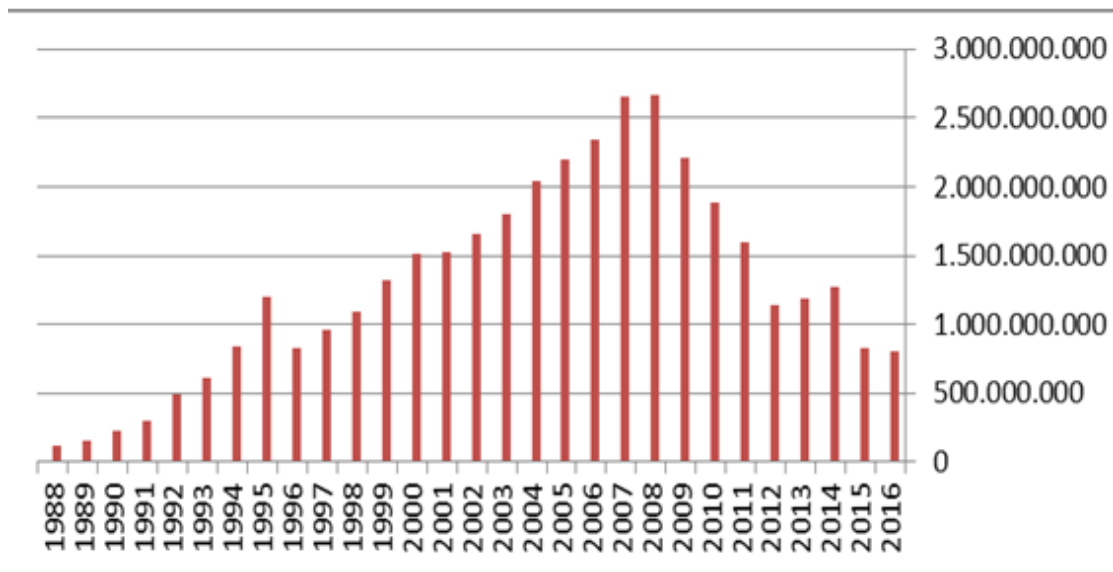
Διαφημιστική δαπάνη ανά Μέσο, 2000-2016 (σε εκατομμύρια ευρώ)

Έτος	Εφημερίδες	Περιοδικά	Ραδιόφωνο	Τηλεόραση	Σύνολο
2000	302	470	70	665	1.508
2001	225	532	70	661	1.519
2002	253	604	87	712	1.658
2003	302	684	98	720	1.806
2004	353	803	115	784	2.040
2005	407	886	114	784	2.192
2006	452	978	119	793	2.343
2007	499	1.047	165	941	2.654
2008	478	1.113	215	862	2.668
2009	441	889	166	714	2.212
2010	434	746	124	583	1.887
2011	360	580	88	566	1.593
2012	255	351	64	469	1.141
2013	258	291	65	571	1.278
2014	242	304	87	644	1.278
2015	201	253	78	295	829.402
2016	165	225	84	327	802.772

Πηγή: Media Services, 2000-2016

Όπως προκύπτει από τον πίνακα, από το 2000 έως το 2008 η διαφημιστική δαπάνη παρουσιάζει αύξηση συνολικά και σε όλα τα ΜΜΕ εκτός των εφημερίδων, στις οποίες καταγράφει αυξομειώσεις, αλλά από το 2008, έτος που ξεκίνησε η παγκόσμια οικονομική κρίση και μετά, πέφτει συνεχώς, με μια εξαίρεση το 2014 που σημείωσε μικρή άνοδο, αλλά έπεσε και πάλι τα επόμενα δύο χρόνια. Στο διάγραμμα 4.1 καταγράφεται η συνολική διαφημιστική δαπάνη στα ΜΜΕ από το 1988, όταν δεν είχε ξεκινήσει ακόμη η ιδιωτική τηλεόραση και το ιδιωτικό ραδιόφωνο έκανε τα πρώτα του βήματα, έως και το 2016.

Διάγραμμα 4.1

Συνολική τεκμαρτή διαφημιστική δαπάνη ΜΜΕ 1988-2016

Πηγή: Επεξεργασία από Media Services, 1988-2016.

Καθώς φαίνεται από τα στοιχεία, μετά από συνεχή άνοδο της διαφημιστικής δαπάνης, ειδικά από το 1998, από το 2008 και μετά παρατηρείται συνεχή μείωση με αποτέλεσμα το 2015 και το 2016 να έχει φθάσει στα επίπεδα των αρχών της δεκαετίας του 1990.

Η πτώση της διαφήμισης στα ΜΜΕ προκύπτει και από την πτώση του αγγελιοσήμου, αφού αυτό είναι το ποσοστό (16% έως 21,5%) που επιβαλλόταν στα τιμολόγια των διαφημίσεων στα έντυπα και τα ηλεκτρονικά Μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο) και άρα, μειωμένο αγγελιόσημο σημαίνει μειωμένη διαφήμιση στα ΜΜΕ. Η πτώση αυτή προκύπτει από την παράθεση αδημοσίευτων στοιχείων από τα ταμεία Τύπου, του *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* και του *ΕΔΟΕΑΠ*, τα οποία ήταν μέχρι την κατάργηση του αγγελιοσήμου στις 15 Σεπτεμβρίου 2016 εκ των δικαιούχων του, καθώς το *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* εισέπραττε αγγελιόσημο από τις διαφημίσεις της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου του περιοδικού Τύπου και των κυριακάτικων εφημερίδων και ο *ΕΔΟΕΑΠ* από τις διαφημίσεις του ημερήσιου Τύπου. Στον πίνακα 4.2 απεικονίζεται από το 2008 μέχρι το 2015 το εισπραχθέν από κάθε κατηγορία ΜΜΕ αγγελιόσημο με την πτώση να είναι ολοφάνερη. Όπως φαίνεται, από το 2008 που ξέσπασε η παγκόσμια οικονομική κρίση και μετά, το αγγελιόσημο μειώνεται, αλλά ειδικά μετά το 2010 που υπογράφεται το πρώτο μνημόνιο στην Ελλάδα, καταρρέει, με μια μικρή

ανάκαμψη που παρουσιάζει το 2013, η οποία οφείλεται στην εντατικοποίηση των ελέγχων από πλευράς του *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* και στην είσπραξη παλαιότερων οφειλών.

Πίνακας 4.2

Αγγελιόσημο ΕΤΑΠ-ΜΜΕ και ΕΛΟΕΑΠ 2008-2015 (σε ευρώ)

Έτος	Εφημερίδες	Περιοδικά	Τηλεόραση	Ραδιόφωνο	Σύνολο
2008	64.255.554	49.895.502	117.311.830	14.984.109	246.446.995
2009	53.946.931	39.034.028	90.877.615	12.851.645	196.710.219
2010	44.091.439	32.522.534	84.048.478	11.854.110	172.516.561
2011	32.418.399	22.319.518	62.586.416	8.276.204	125.600.537
2012	22.516.816	16.561.765	49.729.851	6.293.158	95.101.590
2013	21.501.395	13.989.884	57.344.046	6.075.274	98.910.599
2014	18.200.000	13.515.855	51.882.505	6.277.953	89.876.313
2015	15.700.000	12.432.757	42.473.083	6.296.968	76.902.808

Πηγή: Αδημοσίευτα στοιχεία ΕΤΑΠ-ΜΜΕ και ΕΛΟΕΑΠ

Η σημαντική πτώση των διαφημιστικών εσόδων σήμαινε και την πτώση των εσόδων γενικώς, καθώς η διαφήμιση αποτελούσε την περίοδο εκείνη το ένα από τα βασικά έσοδά των ΜΜΕ. Για τον Τύπο το δεύτερο βασικό έσοδο πέραν της διαφήμισης ήταν οι κυκλοφορίες, οι οποίες αποτυπώνονται στον πίνακα 4.3, στον οποίο απεικονίζονται οι κυκλοφορίες των εφημερίδων εθνικής κυκλοφορίας δηλαδή αυτών που εκδίδονται στην Αθήνα και μέσω του Πρακτορείου κυκλοφορούν πανελλαδικά, κατά την περίοδο 1974-2016.

Πίνακας 4.3

Κυκλοφορίες εφημερίδων εθνικής κυκλοφορίας, 1974-2016 (σε χιλιάδες φύλλα)

	Πρωινές	Απογευματινές	Κυριακάτικες	Εβδομαδιαίες	Αθλητικές	Οικονομικές	Σύνολο	Μεταβολή
1974	77.609	163.289	-	-	-	-	240.898	13,64%
1975	80.893	166.199	-	-	-	-	247.092	2,57%
1976	73.165	174.115	-	-	-	-	247.280	0,08%
1977	66.498	164.935	-	-	-	-	231.433	-6,41%
1978	69.439	171.217	-	-	-	-	240.656	3,99%

1979	64.155	160.776	-	-	-	-	224.931	-6,53%
1980	54.477	150.697	-	-	-	-	205.174	-8,78%
1981	56.085	186.672	-	-	-	-	242.757	18,32%
1982	50.879	219.618	-	-	-	-	270.497	11,43%
1983	43.915	232.071	13.007	-	19.298	604	308.895	14,20%
1984	47.627	250.415	24.681	-	27.275	576	350.574	13,49%
1985	47.626	277.471	49.223	-	35.843	739	410.902	17,21%
1986	37.350	257.898	47.315	283	34.224	910	377.980	-8,01%
1987	30.910	256.833	46.548	955	41.296	1.094	377.636	-0,09%
1988	26.226	268.634	47.863	5.790	58.128	1.192	407.833	8,00%
1989	18.362	282.059	53.469	5.627	41.117	1.208	401.722	-1,50%
1990	15.486	231.901	45.769	5.511	35.004	1.223	334.894	-16,64%
1991	19.007	198.132	44.527	5.967	31.273	1.034	299.940	-10,44%
1992	10.336	177.533	42.388	9.160	35.444	1.110	275.971	-7,99%
1993	14.471	176.701	42.836	9.959	37.883	1.069	282.919	2,52%
1994	16.759	176.162	43.651	15.747	48.890	3.387	304.596	7,66%
1995	17.779	161.939	46.544	15.749	51.783	1.428	295.222	-1,99%
1996	18.607	172.202	49.346	16.007	51.896	1.403	309.461	4,82%
1997	17.863	141.262	45.381	17.575	55.370	1.834	279.285	-9,75%
1998	18.672	122.177	46.442	18.719	57.528	3.925	267.463	-4,23%
1999	27.479	111.978	46.332	18.299	55.897	13.292	273.327	2,19%
2000	30.399	111.978	44.753	18.092	58.455	10.065	273.742	0,15%
2001	34.942	108.751	44.281	14.333	57.378	6.402	266.087	-2,80%
2002	33.593	102.203	44.720	12.870	53.472	6.775	253.633	-4,68%
2003	34.893	100.454	46.142	12.374	53.769	4.861	252.493	-0,45%
2004	38.009	102.319	50.973	14.098	52.265	5.772	263.436	4,33%
2005	35.038	90.248	57.322	22.709	56.201	4.341	265.859	0,92%
2006	38.624	81.397	58.654	23.448	55.804	4.957	262.884	-1,12%
2007	36.471	77.281	59.993	19.406	58.856	4.309	256.316	-2,50%
2008	33.395	70.958	54.050	15.924	60.308	3.265	237.900	-7,03%
2009	29.201	63.625	53.329	15.700	54.150	2.780	218.785	-8,03%
2010	25.069	54.103	45.474	13.077	42.883	1.901	182.507	-16,58%
2011	14.809	42.937	37.442	8.453	29.612	1.327	134.580	-26,26%

2012	11.563	31.479	33.547	6.316	21.306	1.084	105.295	-21,76%
2013	2.980	28.394	27.166	5.793	18.216	927	83.476	-20,72%
2014	2.797	23.010	22.437	4.660	15.145	805	68.854	-17,52%
2015	2.774	20.209	19.769	5.868	12.124	624	61.368	-10,88%
2016	1.771	22.744	12.986	3.186	10.433	440	51.560	-15,98%

Πηγή: Επεξεργασία από Ένωση Ιδιοκτητών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΙΗΕΑ).

Για την κατανόηση του παραπάνω πίνακα θα πρέπει να αναφέρουμε τα εξής:

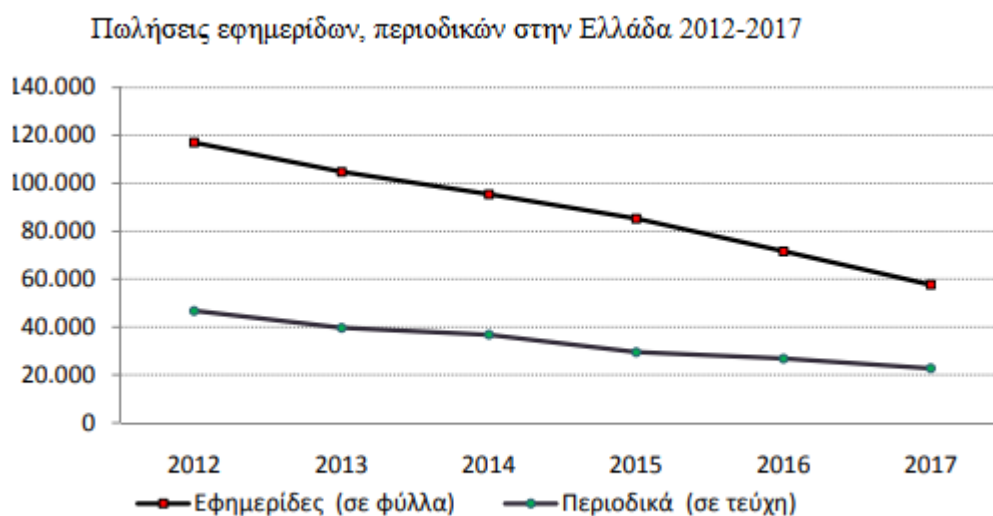
- Στον πίνακα δεν συμπεριλαμβάνονται για το 2016 οι πωλήσεις των εφημερίδων η *Καθημερινή*, η *Καθημερινή της Κυριακής*, *Star News*, *Βραδυνή της Κυριακής*, *Η Εποχή*, *Πριν*, *Documento*, *Ευρωοικονομία*, *Υπαιθρος Χώρα*, *Χρυσή Ευκαιρία* και *SportDay*, για τις οποίες δεν υπάρχουν στοιχεία από το πρακτορείο για το έτος αυτό. Ειδικά η *Καθημερινή* και η *Καθημερινή της Κυριακής* διέκοψαν την παροχή στοιχείων για την κυκλοφορία τους τον Οκτώβριο του 2012 και από τον Ιούλιο του 2012 διέκοψαν την παροχή στοιχείων οι εφημερίδες *Βραδινή* και *Βραδινή της Κυριακής*.
- Μέχρι το 1983 δεν υπήρχαν στοιχεία για τις αθλητικές εφημερίδες.
- Στις οικονομικές εφημερίδες δεν συμπεριλαμβάνονται οι συνδρομές, αλλά μόνο οι πωλήσεις μέσω πρακτορείου.

Από τον παραπάνω πίνακα μπορούμε να συμπεράνουμε τα εξής: Το 1974 οι εφημερίδες εθνικής κυκλοφορίας πουλούσαν περισσότερα από 240 εκατομμύρια φύλλα ετησίως. Το 1982 και ενώ έχει ξεκινήσει το ταμπλόιντ σχήμα, η ετήσια κυκλοφορία φθάνει τα 270 εκατομμύρια φύλλα. Το 1988 η ετήσια κυκλοφορία φθάνει τα 407 εκατομμύρια φύλλα, αλλά από το 1989 με την έναρξη της ιδιωτικής τηλεόρασης και εν μέσω του σκανδάλου Κοσκωτά η κυκλοφορία πέφτει στα 401 εκατομμύρια και έκτοτε αρχίζει μια φθίνουσα πορεία. Το 1991 η κυκλοφορία έχει ήδη πέσει κάτω από τα 300 εκατομμύρια φύλλα και η μείωση στις κυκλοφορίες συνεχίζεται έως το διάστημα 1993-1996 όταν καταγράφεται άνοδος, αλλά με πολύ μικρότερα νούμερα, το 1996 οι εφημερίδες πουλούν ετησίως 309 εκατομμύρια φύλλα. Το 1997 ξεκινά νέα πτώση, η οποία διακόπτεται τη διετία 2004-2005, έτος που η κυκλοφορία έχει ανέβει, αλλά είναι μόλις στα 265 εκατομμύρια φύλλα, δηλαδή κατά πολύ μειωμένη σε σχέση με τα 407 εκατομμύρια του 1988 και τα 309 του 1996,

ενώ θα πρέπει να ληφθεί υπόψη το ότι έχει ξεκινήσει η χρήση του διαδικτύου. Το 2006 οι πωλήσεις φθάνουν τα 262 εκατομμύρια, ενώ το 2008 που ξεκινά η οικονομική κρίση, η χρονιά κλείνει με 237 εκατομμύρια φύλλα, τα οποία το 2010 που υπογράφεται το πρώτο μνημόνιο στην Ελλάδα πέφτουν στα 182 εκατομμύρια φύλλα και το 2016 έχουν φθάσει μόλις στα 51 εκατομμύρια φύλλα!

Η ραγδαία μείωση στις κυκλοφορίες των εφημερίδων εθνικής κυκλοφορίας έχει καταγραφεί και από την τελευταία έρευνα της *Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (ΕΛΣΤΑΤ)* τα αποτελέσματα της οποίας δημοσιοποιήθηκαν στις 27 Απριλίου 2018. Σύμφωνα με αυτά, το 2017 παρατηρείται μείωση κατά 19,6% στις συνολικές πωλήσεις εφημερίδων σε σχέση με το 2016, ενώ στην αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2016 με το 2015 είχε παρατηρηθεί μείωση κατά 15,9% στις συνολικές πωλήσεις εφημερίδων. Στα περιοδικά, το 2017 παρατηρήθηκε μείωση 15,4% στις συνολικές πωλήσεις σε σχέση με το 2016 και σε σχέση με το 2015 μείωση 9% (διάγραμμα 4.2).

Διάγραμμα 4.2



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Ημερήσιου και Περιοδικού Τύπου έτους 2017 (2018)

<http://www.statistics.gr/documents/20181/9537135/%CE%88%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1+%CE%97%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%85+%CE%BA%CE%B1%CE%B9+%CE%A0%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BF%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D+%CE%A4%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%85+%28+2017+%29/f4dbe1d5-2e29-4bab-b4f4-ae58c0185ab4?version=1.0>.

Ένα στοιχείο που πρέπει να αναφερθεί είναι πως η δραματική μείωση στην κυκλοφορία των εφημερίδων εθνικής κυκλοφορίας που καταγράφεται από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, δεν συνοδεύεται με μείωση, αλλά με αύξηση των τίτλων τους. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Leandros (2010), το 1990 που χαρακτηρίζεται ως μία από τις καλύτερες χρονιές όσον αφορά τα κυκλοφοριακά μεγέθη, εκδίδονταν 19 καθημερινές και απογευματινές εφημερίδες γενικού ενδιαφέροντος με μέση ημερήσια κυκλοφορία 834.415 φύλλα, ενώ σχεδόν 20 χρόνια αργότερα, το 2008, η κυκλοφορία των εφημερίδων είχε πέσει στα 351.670 φύλλα αλλά ο αριθμός των τίτλων αυξήθηκε στους 22. Η απάντηση στο ελληνικό αυτό παράδοξο θα πρέπει να αναζητηθεί στο ότι οι ιδιοκτήτες των Μέσων, ειδικά μετά τη δεκαετία του 1980, αποσκοπούσαν περισσότερο στο να αποκτήσουν δύναμη και επιρροή και λιγότερο κέρδος, όπως είδαμε σε προηγούμενη ενότητα και θα δούμε και σε επόμενη του παρόντος κεφαλαίου.

4.6 Το νέο τοπίο της βιομηχανίας των ΜΜΕ. Διαδίκτυο, μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Μετά την τηλεόραση και το ραδιόφωνο για την Ελλάδα έφθασε η εποχή του διαδικτύου, στην οποία η χώρα προσαρμόστηκε σχετικά γρήγορα, όσον αφορά στην ενημέρωση. Το πρώτο διαδικτυακό Μέσο στην Ελλάδα εμφανίστηκε το 1995 και ήταν η ηλεκτρονική έκδοση της εφημερίδας *Μακεδονία*, σχεδόν ταυτόχρονα, δηλαδή, με τον υπόλοιπο κόσμο. Στη συνέχεια ακολούθησε το 1996 η ιστοσελίδα της εφημερίδας *Ναυτεμπορική*, το 1997 των εφημερίδων *Καθημερινή*, *Βήμα* και *Εθνος* και το 1999 το πρώτο αμιγώς διαδικτυακό μέσο που ήταν το *in.gr* του ΔΟΑ (Μπακουνάκης, 2014; Spyridou, & Veglis, 2008 & 2006; Χατζηνάκος, 1995).

Όπως αναφέρουν οι Leandros & Doudaki (2009), οι εφημερίδες δεν μπορούν να ανταγωνιστούν τους ιστότοπους σε πραγματικό χρόνο, αφού οι ιστότοποι παρέχουν μια μεγάλη ποικιλία περιεχομένου στους χρήστες τους, ενώ ο Λεάνδρος (2013) τονίζει πως το διαδίκτυο καλύπτει πλέον σε μεγάλο βαθμό την ανάγκη ενημέρωσης του κοινού λόγω και της βαθειάς δομικής κρίσης που αντιμετωπίζει ο Τύπος. Βέβαια, τόσο οι Leandros & Doudaki (2009), όσο και οι Dimitrakopoulou & Siaperas (2005) αναφέρουν ότι αυτό δεν συνέβαινε εξ αρχής, καθώς οι πρώτες ιστοσελίδες ήταν η ψηφιακή μεταφορά του περιεχομένου των εφημερίδων που

ανήκαν στον ίδιο όμιλο MME. Ο Flew (2005), άλλωστε, ανέφερε ότι οι πληροφορίες που συναντούσε κανείς στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες και τα διαδικτυακά κανάλια ήταν συνήθως αναπαραγωγή προϋπάρχοντος περιεχομένου και πιο σπάνια παρουσίαση νέου, προσθέτοντας ότι η ανάπτυξη των νέων μέσων και της διαδικτυακής δημοσιογραφίας ήταν συνυφασμένη με την κυριαρχία των «γιγάντων» των παραδοσιακών μέσων, που προσπαθούσαν να εγκαθιδρύσουν την online παρουσία τους.

Δύο και πλέον δεκαετίες μετά την πρώτη εμφάνιση διαδικτυακού MME στη χώρα μας, η ενημέρωση έχει μετατοπιστεί στο διαδίκτυο, κάτι που άρχισε να γίνεται από τα μέσα της δεκαετίας του 2000, όταν οι διαδικτυακές εκδόσεις των εφημερίδων άρχισαν να παράγουν διαφορετικό περιεχόμενο, το οποίο και ενημέρωναν συνεχώς με νέες ειδήσεις. Οι Spyridou & Veglis (2006), μιλούν για καθυστέρηση στην ανάπτυξη της ηλεκτρονικής δημοσιογραφίας στη Ελλάδα και εκλαμβάνουν ως έτη ορόσημο για τη μετάβασή της το 2005 όταν οι ηλεκτρονικές εκδόσεις των εφημερίδων *Τα Νέα* (*tanea.gr*) και *Ελευθεροτυπία* (*enet.gr*) και το 2006 της εφημερίδας *Εθνος* (*ethnos.gr*) για πρώτη φορά διαφοροποιήθηκαν από το περιεχόμενο της εφημερίδας με σημαντική αναδιάρθρωση στη σχεδίαση και το περιεχόμενο που πια ήταν μόνο για την ιστοσελίδα, με συνεχείς ενημερώσεις και προηγμένα εργαλεία αναζήτησης. Οι Spyridou & Veglis (2008) αποδίδουν την καθυστέρηση ανάπτυξης της ηλεκτρονικής δημοσιογραφίας στην Ελλάδα στην κυρίαρχη δημοσιογραφική κουλτούρα σε συνδυασμό με την πολιτική και τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά της χώρας, με αποτέλεσμα να επιβεβαιώνεται, όπως αναφέρουν, η παρατήρηση του Boczkowski (2004), ότι η καινοτομία στις ηλεκτρονικές εφημερίδες είναι μια συνεχής διαδικασία, στη οποία διαφορετικοί συνδυασμοί συνθηκών και τοπικών παραγόντων δείχνουν κάθε φορά το δρόμο.

Μετά τις εξελίξεις αυτές, οι Leandros & Doudaki (2009) έκαναν λόγο για σημαντική πρόοδο των ελληνικών ειδησεογραφικών ιστοσελίδων που άρχισαν να περιλαμβάνουν τα πολυμέσα και για την παραγωγή ειδήσεων και να προσφέρουν μια μεγάλη ποικιλία περιεχομένου στους χρήστες τους, από ειδήσεις μέχρι πρακτικές και χρήσιμες ενημερώσεις. Σύντομα το ελληνικό διαδίκτυο γέμισε από μια σειρά ενημερωτικές ιστοσελίδες, οι οποίες είτε ήταν ηλεκτρονικές εκδόσεις εφημερίδων, είτε αυτόνομες, οι λεγόμενες *pure-players*, δηλαδή ιστοσελίδες που λειτουργούν αποκλειστικά στο χώρο του διαδικτύου και προσφέρουν ενημέρωση με βάση την ημερήσια θεματολογία. Την εμφάνισή τους έκαναν και ειδησεογραφικά blogs με

αμφίβολης ποιότητας και ακρίβειας περιεχόμενο κάποια από αυτά, ψευδοblogs που ειδικεύονται στη λογική της σκανδαλολογίας και του copy-paste, αλλά λειτουργούν και ως aggregators παρέχοντας εξωτερικούς συνδέσμους που παραπέμπουν σε ηλεκτρονικές σελίδες παραδοσιακών ΜΜΕ. Τα τελευταία χρόνια καταγράφεται και αύξηση του ενδιαφέροντος για την ελληνική αγορά από μεγάλους ενημερωτικούς ομίλους, όπως η HuffingtonPost, το CNN και το Vice που κάνουν συνεργασίες και αποκτούν παραρτήματα στη χώρα μας (Παπαδοπούλου, 2017).

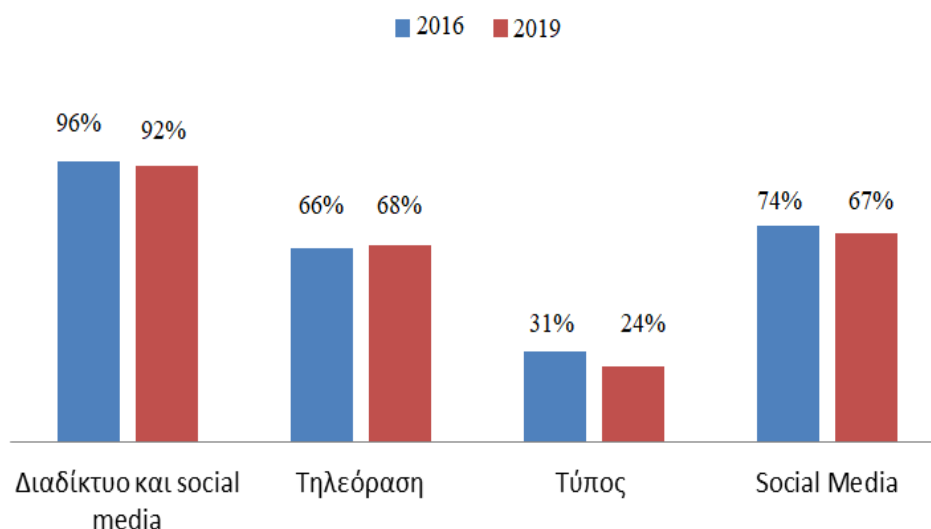
Οι έρευνες του *Reuters Institute for the Study of Journalism* για το 2018 και το 2019⁸⁹ περιλαμβάνουν πολύ σημαντικά ευρήματα για τα ΜΜΕ στη χώρα μας, τη στάση των Ελλήνων απέναντί τους και τον τρόπο με τον οποίο καταναλώνουν τις ειδήσεις. Η έρευνα του 2018, μιλά και για «μια χαοτική αγορά ΜΜΕ» και επιβεβαιώνει τη βαθιά κρίση στην αγορά των εντύπων στη χώρα μας, στην οποία, σύμφωνα με την έρευνα, οι κυκλοφορίες των εφημερίδων το 2018 είχαν μειωθεί κατά 75% σε σύγκριση με το 2008. Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνει και η έρευνα του 2019.

Η έρευνα του 2018 έδειξε πως η Ελλάδα ήταν μία από τις τρεις από τις 37 χώρες του δείγματος, στην οποία οι περισσότεροι χρήστες του διαδικτύου ενημερώνονταν από τα social media σε ποσοστό που έφθασε το 71% και ξεπέρασε την τηλεόραση, από την οποία ενημερωνόταν το 67%. Το 2019, όμως η τηλεόραση πέρασε εκ νέου στην πρώτη θέση αφού την προτιμούν για την ενημέρωσή τους το 68% έναντι του 67% που προτιμά τα social media, τα οποία υποχώρησαν κατά τέσσερις μονάδες από το 2018 και κατά επτά από το 2016. Αξιοσημείωτη είναι και η πτώση των εφημερίδων, τις οποίες το 2019 εμπιστεύονται για την ενημέρωσή τους το 24% των συμμετεχόντων στην έρευνα, έναντι του 31% το 2016 (διάγραμμα 4.3).

⁸⁹ Η Ελλάδα συμπεριλήφθηκε για πρώτη φορά στις έρευνες του *Reuters Institute for the Study of Journalism* για τα ΜΜΕ το 2016. Τα στοιχεία των ερευνών του 2018 (έγινε σε 37 χώρες) και του 2019 (έγινε σε 38 χώρες) υπάρχουν στο κεφάλαιο 2. Εκείνο που πρέπει να σημειώσουμε εδώ είναι πως οι έρευνες αυτές του *Reuters Institute for the Study of Journalism* είναι online έρευνες, κάτι που σημαίνει ότι λαμβάνουν μέρος μόνο όσοι είναι χρήστες του διαδικτύου, ποσοστό που στην Ελλάδα το 2019 έφθασε το 70%. Το δείγμα για την Ελλάδα στην έρευνα του 2018 ήταν 2.014 άτομα και στην έρευνα του 2019 2.018 άτομα και περιλαμβάνουν στοιχεία μέχρι και τις πρώτες ημέρες του Φεβρουαρίου του έτους που γίνονται, δηλαδή η έρευνα του 2019 περιλαμβάνει στοιχεία μέχρι και τις πρώτες ημέρες του Φεβρουαρίου του 2019.

Διάγραμμα 4.3

Πηγές ειδήσεων στη Ελλάδα



Πηγή: Επεξεργασία από Reuters Institute for the Study of Journalism, (2019)
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_1.pdf

Για το 2019, η έρευνα έδειξε πως στην Ελλάδα, μόνο το 28% του κοινού προτιμά να βρίσκει ειδήσεις πηγαίνοντας απευθείας στις σελίδες των Μέσων Ενημέρωσης, ποσοστό που είναι ακόμα μικρότερο για τους νέους 18-24 ετών (13%). Όπως αναφέρεται, οι Έλληνες βρίσκουν ειδήσεις από μηχανές αναζήτησης (29%), από μέσα κοινωνικής δικτύωσης (25%), e-mail (7%), από ειδοποιήσεις στο κινητό (6%) και από σελίδες που συλλέγουν ειδήσεις από πολλά μέσα ενημέρωσης (όπως το *Google News* ή το *Yahoo News*) (4%). Ενδεικτικά, στις Σκανδιναβικές χώρες που έχουν υψηλά επίπεδα εμπιστοσύνης στα μέσα ενημέρωσης, περίπου ένας στους δυο βρίσκει ειδήσεις από τις ιστοσελίδες και τις εφαρμογές των μέσων ενημέρωσης.

Στην έρευνα του 2019 αναφέρεται ακόμη πως το 58% των Ελλήνων χρηστών του διαδικτύου χρησιμοποιούν το *Facebook* για να έχουν πρόσβαση στις ειδήσεις, ποσοστό κατά 2% μικρότερο του 2018, 4% μικρότερο του 2017 και 10% μικρότερο από το αντίστοιχο του 2016. Η Ελλάδα είναι η πρώτη χώρα ανάμεσα στις 38 του δείγματος στη χρήση *Facebook Messenger* και *Viber*, ενώ η χρήση του *WhatsApp* που είναι πολύ υψηλή σε πολλές χώρες του δείγματος είναι μικρή στην Ελλάδα. Η χρήση

του Twitter για ενημέρωση είναι περιορισμένη (12%) και με πτωτική τάση (πίνακας 4.4).

Πίνακας 4.4
Χρήση social media στην Ελλάδα 2019

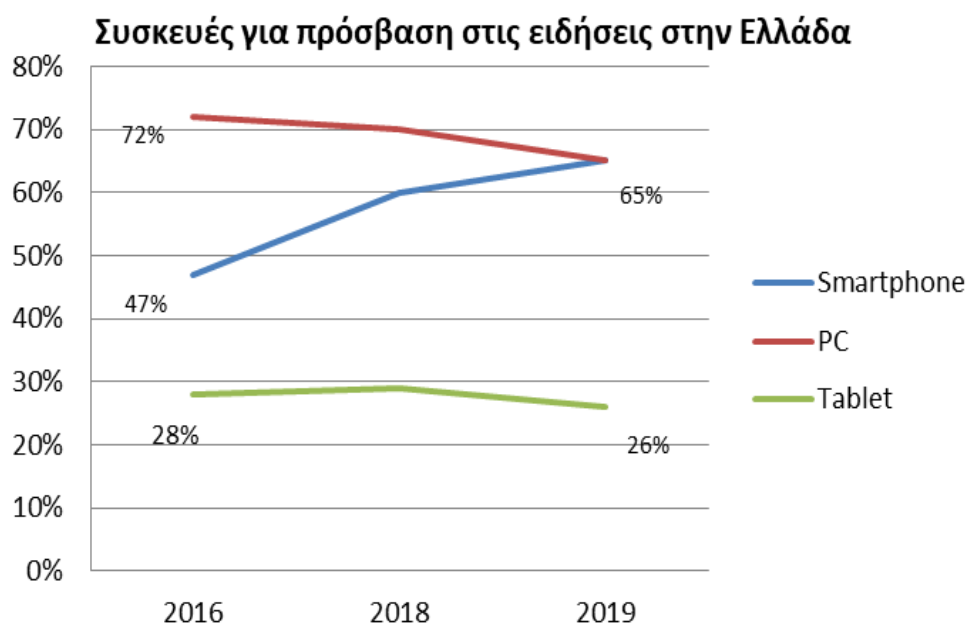
Social Media	Για ειδήσεις	Διαφορά με το 2018	Για όλες τις χρήσεις
Facebook	58%	(-2)	80%
Youtube	36%	-	81%
Facebook Messenger	25%	(+3)	63%
Viber	17%	(+3)	54%
Instagram	15%	(+5)	42%
Twitter	12%	(-1)	24%

Πηγή: Επεξεργασία από Reuters Institute for the Study of Journalism, (2019)

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_1.pdf

Όσον αφορά στις συσκευές με τις οποίες οι Έλληνες έχουν πρόσβαση στις ειδήσεις, η έρευνα του 2019 έδειξε ότι όλο και περισσότεροι χρησιμοποιούν smartphones για την ενημέρωσή τους. Η χρήση smartphones για ειδήσεις ανέβηκε από το 47% το 2016 στο 60% το 2018 και στο 65% του δείγματος το 2019, ενώ η χρήση υπολογιστή για ενημέρωση έπεσε από το 72% το 2016 στο 70% το 2018 και στο 65% το 2019. Οι ταμπλέτες από το 28% το 2016 ανέβηκαν στο 29% το 2018, αλλά έπεσαν στο 26% το 2019 (διάγραμμα 4.4).

Διάγραμμα 4.4



Πηγή: Επεξεργασία από Reuters Institute for the Study of Journalism, (2018, 2019)

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_1.pdf

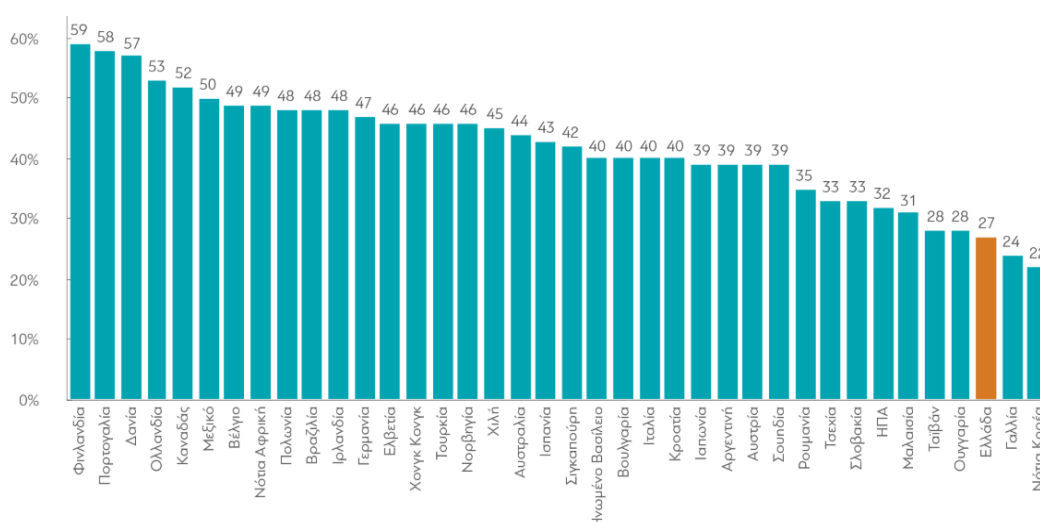
Τέλος, για τις συνδρομές προκύπτει πως παρά το υψηλό ποσοστό χρήσης του διαδικτύου, μόλις το 6% πληρώνει για on line ειδήσεις το 2018 και 7% το 2019 και ως λόγοι για αυτό, καταγράφονται η οικονομική κατάσταση λόγω της κρίσης, η έλλειψη κουλτούρας στις συνδρομές στο διαδίκτυο και η έλλειψη εμπιστοσύνης στις ειδήσεις.

Ένα σημαντικό εύρημα των ερευνών του *Reuters Institute* είναι η πολύ χαμηλή εμπιστοσύνη των Ελλήνων απέναντι στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Η έρευνα του 2018 έδειξε πως μόνο το 26% των ερωτώμενων απαντούν ότι εμπιστεύονται τις ειδήσεις από τα ΜΜΕ της Ελλάδας και είναι χαρακτηριστικό πως πρόκειται για το χαμηλότερο ποσοστό ανάμεσα στις 37 χώρες της έρευνας, πλην της Νότιας Κορέας, ενώ στις πρώτες χώρες σε εμπιστοσύνη στα ΜΜΕ, Φινλανδία και Πορτογαλία, το ποσοστό ανέρχεται σε 62%. Ταυτόχρονα, οι Έλληνες δεν εμπιστεύονται ούτε τις ειδήσεις που επιλέγουν να καταναλώσουν οι ίδιοι, αφού μόνο το 29% του δείγματος απαντά ότι εμπιστεύεται τις ειδήσεις που επιλέγει ο ίδιος/η ίδια. Το 32% των Ελλήνων, βέβαια, δηλώνει ότι εμπιστεύεται τις ειδήσεις που βρίσκει στις μηχανές αναζήτησης, ενώ το 22% εμπιστεύεται τις ειδήσεις που βρίσκει

στα social media, ποσοστά κοντά στον μέσο όρο όλων των χωρών του δείγματος (34% και 23% αντίστοιχα). Επιβεβαιωτική προς τα προηγούμενα είναι και η έρευνα του *Pew Research Center* για την εμπιστοσύνη των MME που διεξήχθη σε 38 χώρες σε όλο τον κόσμο το 2018 και η οποία κατέταξε τα ελληνικά MME στην τελευταία θέση, ως τα πιο αναξιόπιστα, κάτι που όπως σημειώνεται και στην έρευνα, αποτελεί σοβαρό κίνδυνο για τη δημοκρατία.

Στην έρευνα του 2019, τα ποσοστά των Ελλήνων που εμπιστεύεται τις ειδήσεις από τα MME ανέβηκε στο 27%, αλλά παραμένει και πάλι χαμηλό και είναι το τρίτο χαμηλότερο μετά από αυτά στη Νότια Κορέα (22%), και τη Γαλλία (24%) στις 38 χώρες της έρευνας του 2019 (διάγραμμα 4.5).

Διάγραμμα 4.5
Εμπιστοσύνη στις ειδήσεις ανά χώρα, 2019



Πηγή: https://www.dianeosis.org/2019/06/digital-news-report-2019/?utm_source=newsletter&utm_campaign=d7d2b50675-EMAIL_CAMPAIGN_2019_06_14_08_10&utm_medium=email&utm_term=0_5bd715c0d4-d7d2b50675-149582805

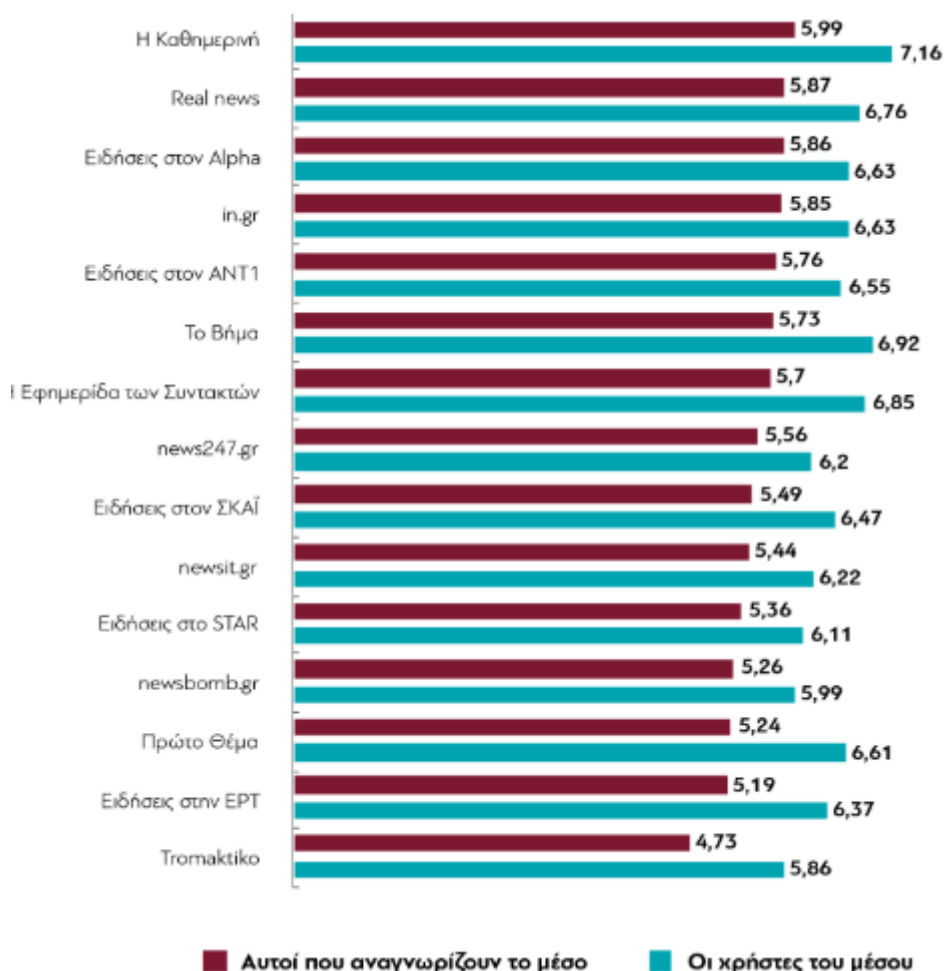
Στη έρευνα του 2019 μελετήθηκαν επιπλέον οι απόψεις του κοινού για τη λειτουργία των Μέσων Ενημέρωσης. Όπως προέκυψε, στην Ελλάδα μόνο το 39% των ερωτώμενων συμφωνεί πως τα μέσα ενημέρωσης ελέγχουν επαρκώς πολιτικούς και επιχειρηματίες και μόνο ένας στους τρεις (32%) θεωρεί πως καλύπτουν θέματα που τους αφορούν. Επίσης, μόλις το 9% θεωρεί πως τα μέσα ενημέρωσης στην Ελλάδα δεν καλύπτουν τα γεγονότα με πολύ αρνητική χροιά, ενώ το 53% θεωρεί πως

τα ΜΜΕ τους ενημερώνουν για τα γεγονότα της ημέρας και το 46% θεωρεί πως τους βοηθούν να καταλάβουν τι συμβαίνει. Τέλος, το 54% των Ελλήνων αναφέρει πως αποφεύγει συχνά ή κάποιες φορές να ενημερώνεται, ποσοστό αρκετά μεγαλύτερο από τον μέσο όρο των 38 χωρών του δείγματος που κυμαίνεται στο 32%, κάτι που οφείλεται και στην έλλειψη εμπιστοσύνης που υπάρχει απέναντι στα ΜΜΕ.

Στην έκθεση του 2018 του *Reuters Institute* εξετάστηκε και η εμπιστοσύνη του κοινού σε 15 από τα πιο δημοφιλή παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα ενημέρωσης στην Ελλάδα. Οι ερωτώμενοι, τόσο αυτοί που χρησιμοποιούν το Μέσο, όσο και αυτοί που το αναγνωρίζουν, κλήθηκαν να βαθμολογήσουν καθένα από αυτά τα ΜΜΕ σε κλίμακα από το 0 έως το 10 (0 = δεν το εμπιστεύομαι καθόλου / 10 = το εμπιστεύομαι απόλυτα) (διάγραμμα 4.6).

Διάγραμμα 4.6

Μέσος όρος εμπιστοσύνης σε ΜΜΕ στην Ελλάδα, 2018

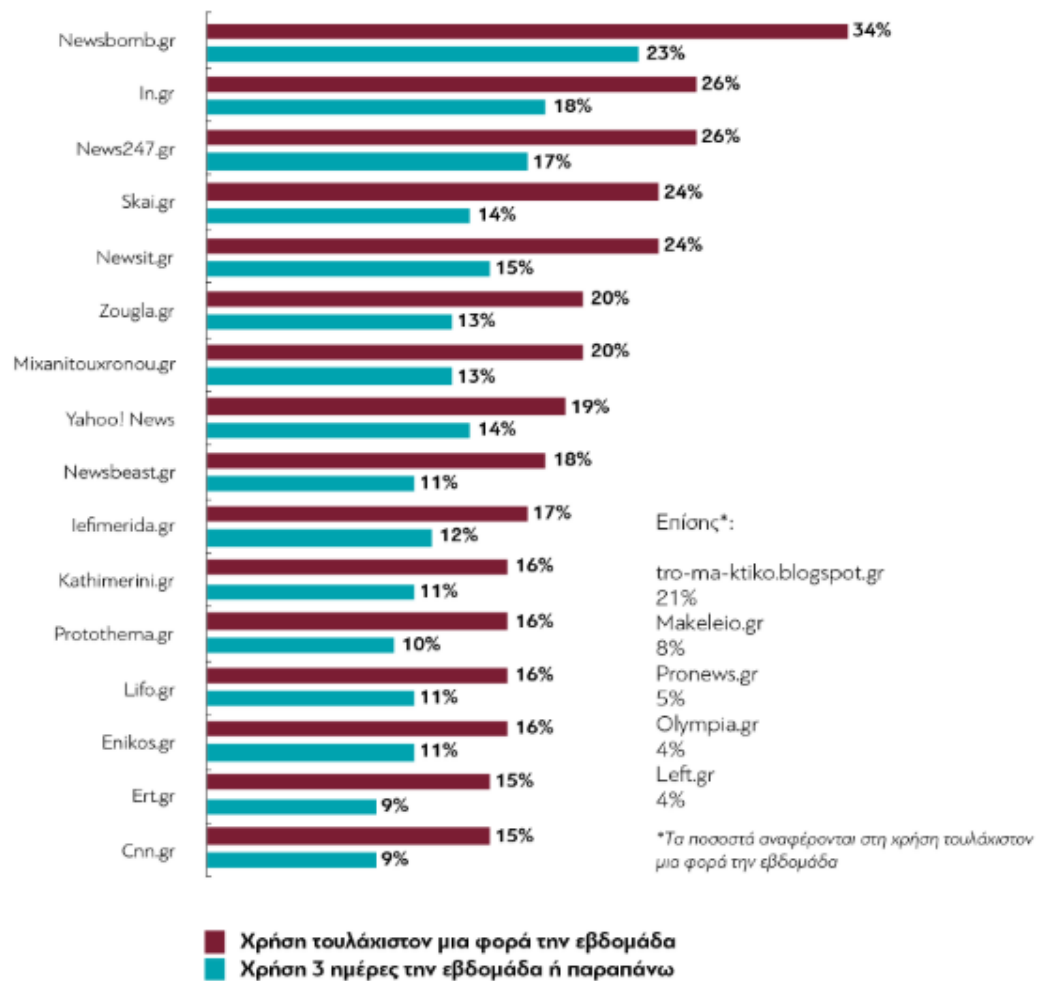


Πηγή: <https://www.dianeosis.org/2018/06/digitalnews/>

Πέραν αυτού, στην έρευνα αναφέρεται ότι οι Έλληνες τείνουν να προτιμούν για την ενημέρωσή τους μη παραδοσιακές μάρκες ΜΜΕ, σε αντίθεση με τους χρήστες των περισσότερων ευρωπαϊκών κρατών, κάτι που εν μέρει είναι αποτέλεσμα της χαμηλής εμπιστοσύνης τους απέναντι στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Στην έρευνα καταγράφονται τα 16 πρώτα ΜΜΕ που εμπιστεύονται οι Έλληνες για τις ειδήσεις τους από Τύπο, τηλεόραση, ραδιόφωνο και διαδίκτυο (διάγραμμα 4.7).

Διάγραμμα 4.7

Εβδομαδιαία χρήση των ΜΜΕ στην Ελλάδα, 2018



Πηγή: <https://www.dianeosis.org/2018/06/digitalnews/>

Συμπερασματικά, από τις έρευνες του *Reuters Institute for the Study of Journalism* για το 2018 και το 2019 πως η εμπιστοσύνη των Ελλήνων απέναντι στα ΜΜΕ είναι πολύ χαμηλή, από τις χαμηλότερες στις χώρες του δείγματος της έρευνας. Επίσης, πολύ υψηλό είναι το ποσοστό των Ελλήνων που επιλέγουν για την ενημέρωσή τους τα social media, πρώτη θέση στην έρευνα του 2018, οριακά πίσω από την τηλεόραση στην έρευνα του 2019. Τέλος, πρέπει να τονιστεί πως παρά τη μετεξέλιξη προς το διαδίκτυο που έχει υποστεί το μηντιακό τοπίο στην Ελλάδα, δεν είναι απολύτως νέο, αφού σε αυτό συνυπάρχουν παραδοσιακά και διαδικτυακά Μέσα που ανήκουν σε παραδοσιακούς ομίλους ΜΜΕ, είτε με παλιά, είτε με νέα ιδιοκτησία και νέοι ιδιοκτήτες με νέα και online Μέσα.

Η έλλειψη εμπιστοσύνης των Ελλήνων στα ΜΜΕ καταγράφεται και στο Ευρωβαρόμετρο του 2018.⁹⁰ Συγκεκριμένα, περισσότεροι από τους μισούς Έλληνες, το 55%, πιστεύουν ότι κάθε μέρα ή σχεδόν κάθε μέρα έρχονται αντιμέτωποι με μια είδηση ή πληροφορία που είτε τους παραπλανά σχετικά με την πραγματικότητα είτε είναι τελείως ψευδής, ποσοστό που είναι το υψηλότερο μεταξύ όλων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στην οποία το μέσο ποσοστό εμπιστοσύνης στα ΜΜΕ είναι 37%, ενώ η χώρα με το χαμηλότερο ποσοστό αυτών που πιστεύουν ότι έρχονται αντιμέτωποι με ψευδείς ειδήσεις, δηλαδή, υψηλή εμπιστοσύνη, είναι η Φινλανδία με 18%. Το 90% των Ελλήνων θεωρεί πρόβλημα τις ψευδείς ειδήσεις και την παραπληροφόρηση (έναντι μέσου όρου 85% στην ΕΕ), ενώ το 8% όχι (στην ΕΕ το 12%). Το 87% θεωρεί ότι το συγκεκριμένο φαινόμενο αποτελεί πρόβλημα γενικά για τη δημοκρατία, ενώ το 10% όχι.

Όσον αφορά στα Μέσα ενημέρωσης, πρώτο στην εμπιστοσύνη των πολιτών αναδεικνύεται το ραδιόφωνο με ποσοστό 57% (στην ΕΕ το μέσο ποσοστό είναι 70%), ενώ το 31% δεν τις εμπιστεύεται (20% στην ΕΕ). Σχεδόν οι μισοί Έλληνες 49% δηλώνουν πλήρη ή αρκετή εμπιστοσύνη στον Τύπο (εφημερίδες και περιοδικά), ενώ το 39% εκφράζουν απόλυτη ή αρκετή έλλειψη εμπιστοσύνης (το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό στην ΕΕ μετά το 41% της Βουλγαρίας), με τα αντίστοιχα μέσα ποσοστά στην ΕΕ να είναι 63% και 27%. Για τα online Μέσα, οι Έλληνες εκφράζουν 44% εμπιστοσύνη και 40% έλλειψη εμπιστοσύνης (έναντι 47% και 33% στην ΕΕ), ενώ τις ειδήσεις της τηλεόρασης τις εμπιστεύεται μόνο το 40% και το 57% όχι. Το ποσοστό

⁹⁰ Η έρευνα διεξήχθη το Φεβρουάριο του 2018 και τα αποτελέσματά της δημοσιεύθηκαν στις 12 Μαρτίου 2018.

εμπιστοσύνης είναι το μικρότερο στην ΕΕ (μέσος όρος 66%), ενώ η έλλειψη εμπιστοσύνης είναι αντίστροφα η μεγαλύτερη στην ΕΕ (μέσο ποσοστό 29%). Σχεδόν οι μισοί Έλληνες, 49%, δηλώνουν πως δεν εμπιστεύονται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για τις ειδήσεις τους, ενώ το 32% τα εμπιστεύεται. Το μέσο ποσοστό εμπιστοσύνης στην ΕΕ είναι ακόμη μικρότερο 26%, ενώ η έλλειψη εμπιστοσύνης στην ΕΕ ακόμη μεγαλύτερη 54%. Στο ερώτημα «ποιοι πρέπει να σταματήσουν την εξάπλωση των ψευδών ειδήσεων», το 40% απαντά «οι δημοσιογράφοι» και ακολουθούν «οι ίδιοι οι πολίτες» 36%, «οι εθνικές αρχές» 34%, «η διεύθυνση των μέσων ενημέρωσης» 30%, «οι θεσμοί της ΕΕ» 25% και «τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» 13% , τα οποία το 54% των Ελλήνων δηλώνει στην έρευνα πως τα χρησιμοποιεί καθημερινά ή σχεδόν καθημερινά, ενώ το 30% σπάνια ή καθόλου.

Απ' όλα τα παραπάνω προκύπτει μια σημαντική έλλειψη εμπιστοσύνης στα ελληνικά ΜΜΕ από τους πολίτες. Αυτή η απαξίωση των Μέσων αποτελεί σημαντικό πρόβλημα, το οποίο σύμφωνα με τον Σμυρναίο (2013), σημαίνει ότι στην Ελλάδα υπάρχει πλήρης αδυναμία επαρκούς και αντικειμενικής ενημέρωσης ενός μεγάλου κομματιού του πληθυσμού. Η Ρήγου (2014) αναφέρει ότι η απαξίωση των ΜΜΕ, επιφέρει καίριο πλήγμα στη δημοκρατία, αφού αποσυντίθεται ο λειτουργικός της πυρήνας. Ο Λέανδρος (2013) από την πλευρά του τονίζει πως το μεταπολιτευτικό πρότυπο διαχείρισης της εξουσίας και της οικονομίας στηρίχθηκε στα κυρίαρχα Μέσα για να επιτύχει την ενσωμάτωση και τη χειραγωγή των πολιτών, με ανταλλάγματα προς τους ιδιοκτήτες των ΜΜΕ τις ραδιοτηλεοπτικές συχνότητες, την ενίσχυση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας και τις προνομιακές σχέσεις με την πολιτική εξουσία, αλλά το αποτέλεσμα όλων αυτών ήταν η υποβάθμιση της δημοκρατίας, καθώς τα ΜΜΕ δεν άσκησαν τον ελεγκτικό τους ρόλο.

4.7 Λουκέτα σε επιχειρήσεις Μέσων και αναδιάταξη του ιδιοκτησιακού τοπίου

Η σημαντική πτώση στη διαφημιστική δαπάνη των ΜΜΕ ήταν το πρώτο δείγμα της μεγάλης κρίσης που χτύπησε τη βιομηχανία των Μέσων στην Ελλάδα. Δείγμα της κρίσης αυτής και πιθανώς και αποτέλεσμα, ήταν η σημαντική μείωση στις κυκλοφορίες των εφημερίδων και αυτά τα δύο μαζί, είχαν ως συνέπεια την κατάρρευση ενός παρακμάζοντος επιχειρηματικού μοντέλου ΜΜΕ που κυριάρχησε στην Ελλάδα μεταπολιτευτικά και το οποίο στηρίχθηκε σε δύο πυλώνες, στις κυκλοφορίες και τη διαφήμιση. Αποτέλεσμα αυτής της κατάρρευσης ήταν και το

κλείσιμο μιας σειράς από επιχειρήσεις ΜΜΕ, που ταυτόχρονα δείχνει και την πολύ μεγάλη κρίση που χτύπησε τη βιομηχανία των Μέσων.

Το μέγεθος της κρίσης το αποτυπώνουν τα στοιχεία της *Ένωσης Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών*⁹¹. Σύμφωνα με αυτά, από το 2009 και μετά έκλεισαν πολλές εφημερίδες και πουλήθηκαν μετά από πτώχευση δύο μεγάλοι όμιλοι ΜΜΕ στην Αθήνα, ο ΠΗΓΑΣΟΣ και ο Δημοσιογραφικός Οργανισμός Λαμπράκης (ΔΟΛ). Ο ΠΗΓΑΣΟΣ πουλήθηκε το 2017, το καθημερινό *Έθνος* επανακυκλοφόρησε στις 26 Ιουλίου 2017 και ανέστειλε την έκδοσή του τον Ιούλιο του 2019 και το κυριακάτικο επανακυκλοφόρησε στις 12 Νοεμβρίου 2017, ενώ δεν επανακυκλοφόρησαν μετά την πώληση οι άλλες δύο εφημερίδες του ομίλου, η *Ημερησία* και το *GOAL NEWS*. Ο ΔΟΛ πουλήθηκε και αυτός το 2017 και επανακυκλοφόρησαν οι δυο βασικές του εφημερίδες, *Νέα* και *Βήμα*. Στον πίνακα 4.5. φαίνονται αναλυτικά οι εφημερίδες που έκλεισαν την περίοδο της κρίσης

Πίνακας 4.5

Εφημερίδες που έκλεισαν στην οικονομική κρίση στην Ελλάδα

	ΜΜΕ	Έναρξη	Κλείσιμο
1	24ΩΡΕΣ	1/1/2007	1/1/2010
2	DERBY NEWS	17/6/2007	9/2/2013
3	DERBY SPORTS	7/2/2001	6/6/2009
4	ESPRESSO ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ	14/4/2001	28/9/2014
5	FINANCIAL BOX	18/11/2002	3/2/2011
6	FREDDO	28/6/2015	30/11/2016
7	GOAL NEWS	8/3/2002	2/6/2017
8	NEWS BOMB	7/10/2013	20/12/2013
9	PRESS TIME	27/5/2006	1/1/2016
10	SCORE LIVE	26/4/2002	28/2/2011
11	VETO ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ	1/11/2009	31/12/2010
12	ΑΓΟΡΑ	8/11/2014	24/6/2017
13	ΑΔΕΣΜΕΥΤΟΣ ΤΥΠΟΣ	18/4/1998	10/12/2012
14	ΑΛΦΑ ΈΝΑ	5/2/2000	26/1/2015
15	ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ	30/11/2015	2/1/2016
16	ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΗ	20/10/1952	27/10/2010
17	ΑΥΡΙΑΝΗ	21/3/1980	14/9/2012

⁹¹ Τα στοιχεία της ΕΣΗΕΑ προκύπτουν από δύο υπομνήματα που απέστειλε η Ένωση Συντακτών στον υπουργό Ψηφιακής Πολιτικής Νίκο Παππά τον Δεκέμβριο του 2017 και στον πρωθυπουργό Κυριάκο Μητσοτάκη και συναρμόδιους υπουργούς τον Οκτώβριο του 2019.

18	ΓΑΥΡΟΣ	29/5/2010	3/12/2017
19	ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΑΛΗΘΙΝΕΣ	14/2/2017	24/6/2017
20	ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΣΤΗΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ	20/3/2017	20/4/2017
21	ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ	20/3/2017	25/2/2018
22	ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	7/2/1988	6/8/2011
23	ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ	21/7/1975	14/11/2014
24	ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ	23/11/2011	30/11/2014
25	ΕΞΕΔΡΑ ΤΩΝ ΣΠΟΡ	29/3/2008	19/3/2012
26	ΕΞΕΛΙΞΗ	28/9/2014	2/11/2014
27	ΕΞΠΡΕΣ	17/10/1962	21/6/2013
28	ΕΠΕΝΔΥΣΗ	1/11/2014	3/3/2017
29	ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ	21/4/2012	30/11/2013
30	ΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΡΑ	15/9/2012	6/10/2012
31	Η ΒΡΑΔΥΝΗ	30/11/1997	2/8/2013
32	Η ΕΛΛΑΔΑ ΑΥΡΙΟ	13/6/2012	9/8/2013
33	Η ΚΙΤΡΙΝΟΜΑΥΡΗ ΩΡΑ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	26/11/2011	7/6/2012
34	Η ΝΙΚΗ	1/10/1997	30/6/2013
35	Η ΣΦΗΝΑ	30/10/2008	28/5/2010
36	Η ΧΩΡΑ	21/2/2000	5/10/2010
37	ΗΜΕΡΗΣΙΑ	1/1/1947	2/6/2017
38	ΙΣΟΤΙΜΙΑ	18/2/1994	8/7/2012
39	ΚΕΡΔΟΣ	2/5/1985	12/3/2014
40	ΚΙΤΡΙΝΟΜΑΥΡΗ	21/7/2012	17/9/2012
41	ΚΙΤΡΙΝΟΜΑΥΡΗ ΩΡΑ	16/4/2011	21/11/2011
42	ΚΥΡΙΑΚΑΤΙΚΗ ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ	1/1/1984	2/11/2014
43	Ο ΚΟΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΗ	23/11/2002	31/12/2011
44	Ο ΦΙΛΑΘΛΟΣ	30/11/1982	3/10/2011
45	ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ +13	23/7/2004	4/8/2012
46	ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ	20/10/1999	19/3/2011
47	ΤΟ ΒΗΜΑ	6/2/1922	26/11/2010
48	ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ	1/1/1987	4/5/2016

Πηγή: Δημοσίευτα στοιχεία ΕΣΗΕΑ

Στα παραπάνω πρέπει να προστεθεί το κλείσιμο του παλαιότερου ιδιωτικού τηλεοπτικού σταθμού στην Ελλάδα, του *Mega Channel*, καθώς και του *Alter*, των περιοδικών της *ΙΜΑΚΟ* και του ομίλου *ΛΥΜΠΕΡΗ* (αμφότεροι έκλεισαν το 2012) και στη Θεσσαλονίκη των εφημερίδων *Μακεδονία* (ξεκίνησε εκ νέου να κυκλοφορεί το 2018 ως κυριακάτικη), *Θεσσαλονίκη* και *Σπορ του Βορρά* που επίσης έκλεισαν μετά το 2009. Χαρακτηριστικό της κρίσης είναι ότι στη Θεσσαλονίκη στις αρχές του

2019 κυκλοφορούσε μία μόνο καθημερινή εφημερίδα, η αθλητική *MetroSport*. Επίσης, από τα στοιχεία της ΕΣΗΕΑ⁹² προκύπτει ότι το 2009 ο τζίρος των δύο πρακτορείων διανομής εφημερίδων *Αργος* και *Ευρώπη* ήταν 800 εκατομμύρια ευρώ και το 2017 είχε μειωθεί στα 150 εκατομμύρια ευρώ.

Όλα αυτά σε συνδυασμό με την είσοδο νέων ιδιοκτητών στο χώρο, όπως του εφοπλιστή Βαγγέλη Μαρινάκη που αγόρασε τον ΔΟΛ και το σήμα και την ταινιοθήκη του *Mega Channel* και του επιχειρηματία Ιβάν Σαββίδη που αγόρασε τον ΠΗΓΑΣΟ⁹³ και τον τηλεοπτικό σταθμό *Epsilon*, αναδιατάσσουν το ιδιοκτησιακό τοπίο των ΜΜΕ στην Ελλάδα, κάτι που μεταπολιτευτικά είχε συμβεί και πάλι, αλλά με διαφορετικά χαρακτηριστικά και σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό τη δεκαετία του 1980 με την είσοδο στο χώρο του Τύπου των πρώτων μη παραδοσιακών εκδοτών. Για την αναδιάταξη του 1980 ο Leandros (2010, σελ. 899, 900) σημειώνει ότι «από τα τέλη της δεκαετίας του 1980, το ελληνικό σύστημα Μέσων Ενημέρωσης μετασχηματίστηκε με την είσοδο μεγάλου βιομηχανικού και εμπορικού κεφαλαίου στη σκηνή των ΜΜΕ και με την «άγρια απελευθέρωση του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου» και συνεχίζει με μια διαπίστωση που ισχύει και σήμερα:

«Παρά τον μεγάλο αριθμό Μέσων Ενημέρωσης, μερικοί κορυφαίοι παίκτες κυριαρχούν στη σκηνή. Η ολιγοπωλιακή κυριαρχία της αγοράς των ΜΜΕ περιορίζει τον διαρθρωτικό πλουραλισμό και αποτελεί απειλή για την ποικιλομορφία των πληροφοριών που είναι επιθυμητή σε μια δημοκρατική κοινωνία».

Στην ολιγοπωλιακή κυριαρχία που χαρακτηρίζει το ελληνικό μηντιακό τοπίο αναφέρεται και ο Σμυρναίος (2013), ο οποίος τονίζει πως τα βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού συστήματος παραμένουν ίδια, αφού αυτό εξακολουθεί να αρθρώνεται γύρω από τον ίδιο μικρό αριθμό χρηματιστικών πόλων/οικογενειών και προθέτει ότι:

«Οι κυρίαρχοι παίκτες αντλούν τον πλούτο και την επιρροή τους από δραστηριότητες οι οποίες είτε είναι άμεσα εξαρτώμενες από δημόσιο χρήμα όπως οι κατασκευές (Μπόμπολας), είτε έχουν μονοπωλιακή δομή όπως τα πετρελαιοειδή (Βαρδινογιάννης), είτε επιχαίρουν ιδιαίτερης μεταχείρισης από το κράτος (όπως οι εφοπλιστές Αλαφούζος και Κυριακού)».

⁹² Το στοιχείο αυτό περιέχεται στην επιστολή της ΕΣΗΕΑ προς τον υπουργό Ψηφιακής Πολιτικής Νίκο Παππά τον Δεκέμβριο του 2017.

⁹³ Οι ΠΗΓΑΣΟΣ και ΔΟΛ αγοράστηκαν αφού πρώτα τέθηκαν σε καθεστώς ειδικής εκκαθάρισης με το νόμο 4307/2014. Αυτό σημαίνει ότι οι εταιρείες μεταβιβάστηκαν καθαρές από δάνεια και άλλες υποχρεώσεις, αλλά και από τους εργαζόμενους και χωρίς την υποχρέωση καταβολής αποζημιώσεων.

Η διαφορά τώρα σε σχέση με την περίοδο προ του 2008 είναι σύμφωνα με τον Σμυρναίο (2013), η είσοδος του εφοπλιστικού λόμπι στα ΜΜΕ και αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι οι εφοπλιστές επηρεάζονται ελάχιστα από την κατάσταση στην ελληνική οικονομία, ότι πια υπάρχουν καταδικασμένοι, υπόδικοι ή φυγόδικοι ιδιοκτήτες Μέσων (Γιαννίκος, Λαυρεντιάδης, Κυριακίδης) και αυτό είναι αποτέλεσμα της δύσκολης οικονομικής κατάστασης, η ανάδειξη του διαδικτύου ως βασικού επικοινωνιακού και οικονομικού επίδικου για την οικονομική εξουσία στην Ελλάδα και η είσοδος μεγαλοδημοσιογράφων ως ιδιοκτήτες δημοφιλών ιστοσελίδων (Χατζηνικολάου, Τριανταφυλλόπουλος, Ευαγγελάτος).

Στο ελληνικό μηντιακό τοπίο συνυπάρχουν λοιπόν, παλαιοί και νέοι ιδιοκτήτες που κατέχουν παραδοσιακά και διαδικτυακά Μέσα, τα οποία ανήκουν σε παραδοσιακούς ομίλους ΜΜΕ, αλλά και νέοι ιδιοκτήτες με κυρίως online Μέσα. Όπως αναφέραμε, έως τις αρχές της δεκαετίας του 1980, τέσσερις οικογένειες (Αθανασιάδη, Βλάχου, Λαμπράκη και Μπότση) κατείχαν ποσοστό μεγαλύτερο από το 50% της ιδιοκτησίας των Μέσων στην Ελλάδα. Από εκεί και πέρα στο χώρο εισήλθαν ως ιδιοκτήτες μη παραδοσιακοί εκδότες από τις κατασκευές, τη βιομηχανία, τον εφοπλιστικό χώρο κ.α., αλλά τα πράγματα δεν άλλαξαν και πολύ. Παρά τον συνεχώς αυξανόμενο αριθμό των ΜΜΕ, μεγάλο μέρος της ιδιοκτησίας τους εξακολουθεί να ελέγχεται από μια μικρή ομάδα ομίλων και επιχειρηματιών που διαθέτει τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς, εφημερίδες και διαδικτυακά Μέσα και οδηγεί σε καταστάσεις ολιγοπωλίου. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Leandros (2010, σελ. 890-894), το 2008 τέσσερις εκδοτικές επιχειρήσεις (*ΔΟΛ, ΠΗΓΑΣΟΣ, Καθημερινή, Τεγόπουλος*) ήλεγχαν το 69,7% της αγοράς, έναντι 57,3% το 2000, 62,9% το 1995 και 59% το 1990, ενώ μέχρι το καλοκαίρι του 2008, οι πέντε κορυφαίοι τηλεοπτικοί σταθμοί (*Mega, Antenna, Alpha, Star, Alter*) συγκέντρωναν μερίδιο αγοράς λίγο μικρότερο του 70% για το σύνολο του κοινού, κάτι που σημαίνει ότι απορροφούσαν και τη μερίδα του λέοντος της διαφημιστικής δαπάνης.

Ούτε και σήμερα, όμως, έχει αλλάξει σημαντικά η κατάσταση στο χάρτη της ιδιοκτησίας των ΜΜΕ. Λίγοι όμιλοι και επιχειρηματίες εξακολουθούν να κατέχουν την πλειοψηφία των Μέσων και να ελέγχουν το χώρο και την ενημέρωση. Εκείνο που έχει συμβεί είναι αλλαγές προσώπων, αφού οι Σταύρος Ψυχάρης στον *ΔΟΛ* και ο γιος του Γιώργου Μπόμπολα Φώτης που τον είχε διαδεχθεί στο *ΠΗΓΑΣΟ* αποχώρησαν εν μέσω τεράστιων οικονομικών προβλημάτων που είχαν ως αποτέλεσμα την πτώχευση των δύο πάλαι ποτέ κραταιών συγκροτημάτων ΜΜΕ και εμπλοκών τους με τη

δικαιοσύνη. Τον ΔΟΛ μετά την κατάρρευσή του τον αγόρασε ο εφοπλιστής και ιδιοκτήτης της ποδοσφαιρικής ομάδας του Ολυμπιακού Βαγγέλης Μαρινάκης με μόλις 22,89 εκατ. ευρώ στον πλειοδοτικό διαγωνισμό που έγινε μετά την πτώχευση του ομίλου. Απέκτησε δηλαδή τις εφημερίδες *Νέα*, *Βήμα*, τον ραδιοφωνικό σταθμό *Βήμα FM* (δεν επαναλειτούργησε μετά την αγορά), τις ιστοσελίδες *in.gr*, *tanea.gr*, *tonima.gr*, το 22,1% του *Mega Channel* (αργότερα αγόρασε το σήμα και την ταινιοθήκη του), το 50% της εκτυπωτικής εταιρείας *Ιριδας* και το 41,22% του πρακτορείου διανομής εφημερίδων *Αργούς*, που μετά την κατάρρευση του άλλου πρακτορείου, του *Ευρώπη*, είναι πλέον το μοναδικό, κάτι που δημιουργεί και ζητήματα αθέμιτου ανταγωνισμού. Στην ιδιοκτησία του Βαγγέλη Μαρινάκη που αναδεικνύεται πλέον σε πολύ ισχυρό «παίκτη» στα ΜΜΕ με την απόκτηση άδειας τηλεοπτικού σταθμού, βρίσκεται και ο τηλεοπτικός σταθμός *One*, ενώ υπό την επιρροή του έχει και άλλα ΜΜΕ όπως τα *Παραπολιτικά* και το ραδιοσταθμό *Παραπολιτικά 90,1*.

Τον ΠΗΓΑΣΟ αγόρασε με την κατάρρευση του ο επιχειρηματίας και ιδιοκτήτης της ποδοσφαιρικής ομάδας του ΠΑΟΚ Ιβάν Σαββίδης που είχε ήδη αγοράσει το 19,1% του *MEGA* από τον Φώτη Μπόμπολα. Στο σχετικό πλειοδοτικό διαγωνισμό αγόρασε με μόλις 3,58 εκατ. ευρώ το *Εθνος*⁹⁴, το *Εθνος της Κυριακής*, το *ethnos.gr* και την *Ημερησία* που δεν έχει επανεκδοθεί όπως οι άλλες δύο. Ο Ιβάν Σαββίδης αγόρασε τον τηλεοπτικό σταθμό *Epsilon (Open)* και απέκτησε μία από τις τηλεοπτικές άδειες που έδωσε το ΕΣΡ.

Στο παιχνίδι ιδιοκτησίας ΜΜΕ παραμένουν οι Γιάννης Αλαφούζος (*ΣΚΑΪ*, *Καθημερινή*, *SportFM*), Θοδωρής Κυριακού (*ΑΝΤ1*) και ο όμιλος Βαρδινογιάννη που εκτός από το *Star*, ραδιοφωνικούς σταθμούς και ιστοσελίδες που διαθέτει απέκτησε και την πλειοψηφία των μετοχών του *Alpha* από τον Δημήτρη Κοντομηνά. Στο νέο χάρτη ιδιοκτησίας Μέσων θα πρέπει να αναφέρουμε τον επιχειρηματία Δημήτρη Γιαννακόπουλο, που όπως και οι κ.κ. Μαρινάκης, Σαββίδης, είναι ιδιοκτήτης ανώνυμης αθλητικής εταιρείας, της ομάδας μπάσκετ του Παναθηναϊκού (ιδιοκτήτης της ομάδας ποδοσφαίρου του Παναθηναϊκού είναι ο ιδιοκτήτης του *ΣΚΑΙ* Γιάννης Αλαφούζος). Ο κ. Γιαννακόπουλος είναι ο ιδιοκτήτης του ομίλου ΜΜΕ *DPG Digital Media* (διαθέτει την εφημερίδα *Πράσινη* και πολλές ιστοσελίδες, *CNN Greece*, *Newsbomb*, *Onsports* κ.α.). Ακόμη πρέπει να συμπεριλάβουμε τον Δημήτρη Μάρη,

⁹⁴ Το καθημερινό φύλο ανέστειλε την έκδοσή του στις 30 Ιουλίου 2019.

ιδιοκτήτη της 24Media (της ανήκαν οι ραδιοφωνικοί σταθμοί News247 και Sport24103,3 που το 2019 και το 2020 αντίστοιχα ανέστειλαν τη λειτουργία τους και οι ιστοσελίδες News247, Sport24, Contra.gr, Huffpost Greece κ.α.), τον Γιάννη Φιλιππάκη (στον όμιλο του ανήκουν οι εφημερίδες Δημοκρατία, Espresso, Εστία και Live Sport) και τον δημοσιογράφο Νίκο Χατζηνικολάου (μαζί με τον Ανδρέα Κουρή έχουν την κυριακάτικη εφημερίδα Real News, τον ραδιοφωνικό σταθμό Real FM και την ιστοσελίδα real.gr).

Διαπιστώνεται λοιπόν, εκ νέου μια συγκέντρωση MME στα χέρια λίγων που ελέγχουν την ενημέρωση και μια αναδιάρθρωση των σχέσεων ιδιοκτησίας, που επιδεινώθηκε από την οικονομική κρίση. Συνεχίζεται έτσι μια κατάσταση που ξεκίνησε στην Ελλάδα στις αρχές δεκαετίας του 1980, όταν έλαβε χώρα η πρώτη σημαντική τεχνολογική αλλαγή στον Τύπο, η οποία έχει τα χαρακτηριστικά ολιγοπωλιακής κυριαρχίας (Λεάνδρος, 2013; Σμυρνάιος, 2013). Στην αγορά των Μέσων έχουν εισέλθει νέοι «παίκτες», αλλά εξακολουθούν να κυριαρχούν λίγοι μεγάλοι όμιλοι με ιδιοκτήτες επιχειρηματίες και εφοπλιστές από άλλους χώρους που χρησιμοποιούν τα Μέσα για να ασκήσουν παντός είδους επιρροή (πολιτική, επιχειρηματική κ.λ.π.). Είναι προφανές ότι αυτού του είδους η κατάσταση χειραγωγεί την ενημέρωση και όπως αναφέρει και ο Λεάνδρος (2013), υποβαθμίζει τη δημοκρατία. Η κατάσταση αυτή δεν είναι ανεξάρτητη από την πολύ χαμηλή εμπιστοσύνη των πολιτών απέναντι στα ελληνικά MME που δείχνουν οι έρευνες, στις οποίες αναφερθήκαμε.

4.8 Σχέσεις ιδιοκτητών MME με την πολιτική εξουσία

Ένα άλλο στοιχείο που χαρακτήριζε και χαρακτηρίζει τους ιδιοκτήτες των Μέσων στην Ελλάδα, είναι οι προνομιακές σχέσεις με την πολιτική εξουσία, κάτι που, βεβαίως, δεν είναι αποκλειστικά ελληνικό φαινόμενο. Συναντάται σχεδόν σε όλες τις χώρες του κόσμου και στην Ελλάδα υπάρχει από συστάσεως του κράτους. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Λεάνδρος (1992, σελ. 153), «από την πρώτη στιγμή της ύπαρξής τους οι ελληνικές εφημερίδες αντιμετωπίστηκαν από τους ιδιοκτήτες τους περισσότερο σαν όργανα πολιτικής πάλης και μέσα πολιτικής προπαγάνδας παρά σαν προϊόντα που έχουν ως βασικό στόχο το κέρδος».

Ο ελληνικός Τύπος και τα ΜΜΕ ήταν και παραμένουν πολιτικοποιημένα, κομματικοποιημένα⁹⁵ και αλληλοεξαρτώμενα από την πολιτική εξουσία. Οι παραδοσιακοί εκδότες ιδιοκτήτες εφημερίδων ασκούσαν σημαντική πολιτική επιρροή, ενώ ένας από τους βασικούς λόγους που στη δεκαετία του 1980, αλλά και αργότερα, επιχειρηματίες από χώρους εκτός των Μέσων και εφοπλιστές αγόρασαν ΜΜΕ, ήταν η δύναμη και η επιρροή που αποκτούσαν. Μέσα και ιδιοκτήτες έχουν κατηγορηθεί για προνομιακές σχέσεις με την πολιτική εξουσία και αντιστρόφως, αλλά και για παρεμβάσεις σε κόμματα και κυβερνήσεις και ακόμη και για πτώση πρωθυπουργών, αλλαγές υπουργών και κυβερνήσεων και όλα αυτά έχει καθιερωθεί να περιγράφονται με τον όρο *διαπλοκή*.⁹⁶

Μία εξαιρετική κρίσιμη πτυχή του θέματος αυτού, είναι η ενασχόληση ιδιοκτητών ΜΜΕ με δημόσια έργα. Πρόκειται για ένα θέμα που έχει προκαλέσει τριβές και το οποίο μπορεί να οδηγήσει σε χειραγώγηση της ενημέρωσης. Το 2005, η τότε κυβέρνηση Καραμανλή στην προσπάθεια ρύθμισης του τηλεοπτικού τοπίου και έχοντας ως στόχο την αντιμετώπιση τέτοιων καταστάσεων όπως είχε ανακοινώσει, ψήφισε το νόμο περί «βασικού μετόχου» που στόχο είχε να αποκλείσει από την ιδιοκτησία ΜΜΕ φυσικά ή νομικά πρόσωπα που είχαν οικονομικές σχέσεις με το δημόσιο, αλλά ο νόμος δεν εφαρμόστηκε, διότι απορρίφθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή με το σκεπτικό ότι περιόριζε αδικαιολόγητα την επιχειρηματική δραστηριότητα.

Μια άλλη πολύ σημαντική πλευρά πάντως, των σχέσεων ιδιοκτητών Μέσων και πολιτικής εξουσίας, είναι τα προνόμια και οι διευκολύνσεις που απολαμβάνουν οι επιχειρήσεις των ΜΜΕ στην Ελλάδα. Προνόμια που χρονολογούνται από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα, όταν από το 1905 είχαν καταργηθεί οι δασμοί στη φορολόγηση του

⁹⁵ Σύμφωνα με τον Λέανδρο (1992), μετά το 1974 παρατηρείται χαλάρωση των στενών σχέσεων του Τύπου με τα πολιτικά κόμματα και από αυτή την άποψη είναι χαρακτηριστική η στάση που κράτησαν οι εφημερίδες *Εθνος* και *Ελευθεροτυπία* στο σκάνδαλο Κοσκωτά, όταν με την αρθρογραφία τους και τα ρεπορτάζ τους συνέβαλαν σημαντικά στην αποκάλυψη του σκανδάλου.

⁹⁶ Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνουν οι Psychogiorgioulou, Anagnostou & Kandyla (2011, σελ. 46), «*διαπλοκή είναι οι σχέσεις ανάμεσα στα ΜΜΕ, την κυβέρνηση και το κράτος και οι ανεπίσημες επαφές και πρακτικές που οι επιχειρηματίες των ΜΜΕ οι οποίοι έχουν ενδιαφέροντα και σε άλλα οικονομικά πεδία, πιέζουν την κυβέρνηση να αδιαφορήσει ή να παρακάμψει τους κανόνες*». Κατά τον Χαιρετάκη (2013, σελ. 61, 62) είναι ένας παλιός όρος που υπάρχει από τα μέσα της δεκαετίας του 1920, όταν «*η κατασκευή συσκευών ραδιοφώνου αποτέλεσε ευκαιρία κερδοφορίας σε κάποιες χώρες και το πολιτικό προσωπικό νομοθετούσε ανάλογα με την περίπτωση*». Κατά τον Ψυχογιό (2003), τον όρο διαπλοκή εισήγαγε στην ελληνική πραγματικότητα το 1993 ο Κωνσταντίνος Μητσοτάκης μετά την πτώση της κυβέρνησης του από τον Αντώνη Σαμαρά, κατηγορώντας τον Μεσσήνιο πολιτικό ότι είχε συνωμοτήσει εναντίον του με ιδιοκτήτες ΜΜΕ.

δημοσιογραφικού χαρτιού και φθάνουν μέχρι σήμερα. Το φαινόμενο, βεβαίως, δεν είναι ελληνικό, μιας και σε άλλες χώρες ο Τύπος απολαμβάνει προνομίων. Η πρακτική είναι παλιά και τα βρίσκουμε στη δεκαετία του 1970 στη Σουηδία, τη Φινλανδία και τη Νορβηγία, το 1985 υιοθετήθηκε από Βέλγιο και την Αυστρία και πλέον έχει επεκταθεί σε πολλές χώρες, όπως αναφέρεται και στο υπόμνημα της *ΕΣΗΕΑ* προς τον υπουργό Ψηφιακής Πολιτικής Νίκο Παππά τον Δεκέμβριο του 2017, με το οποίο ζητείται και η λήψη μέτρων ενίσχυσης του Τύπου.⁹⁷ Οι ενισχύσεις που δίνονται στον Τύπο σε διάφορες χώρες της Ευρώπης, διακρίνονται σε άμεσες, με επιδότηση από τον κρατικό προϋπολογισμό και έμμεσες με τη μορφή φοροαπαλλαγών, δωρεάν ή χαμηλά τιμολόγια ενέργειας, επικοινωνιών, επιδότηση στα ταχυδρομικά τέλη και τις μεταφορές.

Όπως περιγράφεται στο υπόμνημα της *ΕΣΗΕΑ*, άμεσες ενισχύσεις ισχύουν: Στο Βέλγιο, στο οποίο δίνονται στις εφημερίδες 7,5 εκατ. ευρώ το χρόνο, επιδοτείται η έκδοση νέων φύλων και καθημερινά αγοράζονται και διανέμονται στα σχολεία εφημερίδες προκειμένου να καλλιεργηθεί στα παιδιά η συνήθεια ανάγνωσης εφημερίδων. Στη Νορβηγία, όπου ενισχύονται όλες οι τοπικές εφημερίδες εκτός της πρώτης σε κυκλοφορία. Στη Φινλανδία δίνονται 12 εκατ. ευρώ το χρόνο και υπάρχει ιδιαίτερη στήριξη στις εφημερίδες των μειονοτικών γλωσσών. Στη Γαλλία η κυβέρνηση δίνει 1 δις. ευρώ το χρόνο για τη στήριξη όλων των εφημερίδων, ακόμη και των υψηλής κυκλοφορίας. Στη Σουηδία δίνεται επιδότηση υπό την προϋπόθεση η κυκλοφορία να ξεπερνά τα 1.500 φύλλα, στη Δανία δίνεται επιδότηση για την έκδοση νέων φύλλων και αναδιάρθρωση αυτών που αντιμετωπίζουν οικονομικά προβλήματα ή έχουν πτωχεύσει, ενώ στο Λουξεμβούργο δίνονται 7,5 εκατ. ευρώ το χρόνο υπό την προϋπόθεση σε κάθε εφημερίδα να εργάζεται συγκεκριμένος αριθμός δημοσιογράφων και η διαφήμιση να καλύπτει λιγότερο από το 50% της ύλης. Έμμεσες ενισχύσεις ισχύουν, σύμφωνα με το υπόμνημα: Σε Βέλγιο, Δανία, Νορβηγία, Φινλανδία και Βρετανία, όπου υπάρχει μηδενικός ΦΠΑ στις πωλήσεις εφημερίδων, στην Ιταλία ο ΦΠΑ για τις πωλήσεις εφημερίδων είναι 4%, στην Ολλανδία 6%, στη Γερμανία 7%, στην Ιρλανδία 9%, στην Αυστρία 10%, και στη Γαλλία πέραν του ότι ο ΦΠΑ στις πωλήσεις εφημερίδων είναι 2%, η κυβέρνηση δίνει

⁹⁷ Τα στοιχεία για τις διευκολύνσεις στον Τύπο σε άλλες χώρες, προέρχονται από ενημερωτικό σημείωμα του δημοσιογράφου Παύλου Τσίμα, το οποίο συμπεριλαμβάνει και χρησιμοποιεί ως πηγή η *ΕΣΗΕΑ* στο υπόμνημά της προς τον Νίκο Παππά τον Δεκέμβριο του 2017.

το κέρδος του μειωμένου ΦΠΑ ύψους 200 εκατ. ευρώ ως επιδότηση για ασφαλιστικές εισφορές και 500 εκατ. ευρώ το χρόνο για μεταφορές και ταχυδρομείο.

Όλα αυτά καταδεικνύουν ότι σε μεγάλο μέρος του δυτικού κόσμου, υπάρχει νομοθετημένη στήριξη του Τύπου από το κράτος⁹⁸ και αυτό είναι απόλυτα λογικό, αφού, ειδικά μετά την οικονομική κρίση του 2008, οι χαμηλές κυκλοφορίες και η πτώση της διαφημιστικής δαπάνης έχουν καταστήσει προβληματική και αβέβαιη τη βιωσιμότητα των εφημερίδων. Ειδικά στην Ελλάδα, η πτώση των κυκλοφοριών και της διαφημιστικής δαπάνης είναι πολύ μεγάλη, ειδικά μετά το 2008. Η στήριξη του Τύπου και των ΜΜΕ είναι κάτι που οι κυβερνήσεις το κάνουν εδώ και πολλά χρόνια με το επιχείρημα ότι διασφαλίζει τον ανταγωνισμό και την πολυφωνία και άρα και την ομαλή λειτουργία του δημοκρατικού πολιτεύματος. Όπως, υποστηρίζει και ο Λεάνδρος (1992), το επιχείρημα αυτό είναι ουσιαστικό, διότι σε διαφορετική περίπτωση θα οδηγούσε στο κλείσιμο εφημερίδων και σε απόκτηση Μέσων από λίγους επιχειρηματίες συνδεδεμένους με το ξένο κεφάλαιο, που θα είχαν τον έλεγχο της ενημέρωσης.

Τον Μάιο και τον Ιούνιο του 2019, η κυβέρνηση του *ΣΥΡΙΖΑ* ανακοίνωσε μέτρα στήριξης του Τύπου, τόσο της περιφέρειας, όσο και των εφημερίδων πανελλαδικής κυκλοφορίας με έδρα την Αθήνα, ύψους 16 εκατ. ευρώ για τέσσερα χρόνια (4 εκατ. ευρώ το χρόνο) που επρόκειτο να διανεμηθούν στις περιφερειακές εφημερίδες και 6 εκατ. ευρώ στα εφημερίδες της Αθήνας. Κύριες προϋποθέσεις για να ενισχυθεί μια εφημερίδα ήταν ο αριθμός των εργαζομένων με σύμβαση εξαρτημένης εργασίας πλήρους απασχόλησης, η μη ύπαρξη οφειλών σε εργαζόμενους, να είναι φορολογικά και ασφαλιστικά ενήμερες ή να έχουν ρυθμισμένες οφειλές τους προς το Δημόσιο και τα ασφαλιστικά ταμεία, να έχουν κυκλοφορήσει τουλάχιστον 24 μήνες πριν την αίτηση για ενίσχυση, να μην περιέχουν ύλη η οποία αποτελεί αναπαραγωγή του περιεχομένου άλλου εντύπου, εφημερίδας ή περιοδικού, που έχει δημοσιευθεί ή δημοσιεύεται σε έντυπο ίδιου ή διαφορετικού εκδότη, η ύλη τους να μην θίγει το σεβασμό της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, να μην εισάγει η προάγει διακρίσεις βάσει φύλου, φυλετικής ή εθνοτικής καταγωγής, εθνικότητας, θρησκείας ή πεποιθήσεων, αναπηρίας, ηλικίας ή σεξουαλικού προσανατολισμού, να περιλαμβάνει πολιτικές, αθλητικές, πολιτιστικές και

⁹⁸ Στο υπόμνημα της *EHEA* προς τον Νίκο Παππά, αναφέρεται και ότι και στις ΗΠΑ υπήρξε πρόθεση στήριξης των εφημερίδων από την κυβέρνηση Ομπάμα, αλλά η συζήτηση σταμάτησε με την εκλογή Τραμπ.

οικονομικές ειδήσεις, οι αγγελίες και οι διαφημιστικές καταχωρήσεις να μην υπερβαίνουν ποσοστό τριάντα τοις εκατό (30%) της συνολικής ύλης της εφημερίδας και ο ιδιοκτήτης, ο εκδότης και ο διευθυντής της εφημερίδας είτε αυτή ανήκει σε φυσικό είτε σε νομικό πρόσωπο, να μην έχει καταδικασθεί με αμετάκλητη δικαστική απόφαση για κακούργημα και σε οποιαδήποτε ποινή για κλοπή, υπεξαίρεση, απειλή, εκβίαση, πλαστογραφία, δωροδοκία, για παραβίαση του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων, για οποιοδήποτε έγκλημα κατά της γενετήσιας ελευθερίας ή της οικονομικής εκμετάλλευσης της γενετήσιας ζωής, για παράβαση του νόμου περί εργοδοτικών εισφορών, καθώς και σε οποιαδήποτε ποινή για κάθε οικονομικό και ηλεκτρονικό έγκλημα. Τον Σεπτέμβριο και τον Οκτώβριο του 2019 η κυβέρνηση της *Νέας Δημοκρατίας* με δύο νομοθετικές παρεμβάσεις τροποποίησε την υπουργική απόφαση του Ιουνίου 2019 για τις αθηναϊκές εφημερίδες πανελλήνιας εμβέλειας και άλλαξε ορισμένους από τους όρους, προκαλώντας σημαντικές διαφωνίες, κυρίως για τη μη διάκριση των Μέσων που επρόκειτο να χρηματοδοτηθούν και ανεξαρτήτως αριθμού εργαζομένων ή της ύλης τους θα λάμβαναν το ίδιο ποσό, κάτι που τελικά οδήγησε τον Δεκέμβριο του 2019 στην αναστολή και τη μη εφαρμογή της υπουργικής απόφασης. Στα αρχές του 2020 ξεκίνησε νέος κύκλος συζητήσεων με όλους τους εμπλεκόμενους, προκειμένου να καθοριστούν γενικώς αποδεκτά κριτήρια ενίσχυσης των εφημερίδων, ενώ στο τραπέζι των συζητήσεων μπήκε και κατάργηση του ΦΠΑ 6% για εφημερίδες, περιοδικά και βιβλία.

Σε κάθε περίπτωση, βέβαια, οι όποιες ενισχύσεις θα πρέπει από τη μία πλευρά να δίδονται με εγγυήσεις και από την άλλη να μην καθιστούν τα Μέσα ευάλωτα και εξαρτώμενα από την πολιτική εξουσία. Δεν θα πρέπει να επαναληφθούν φαινόμενα που οι τράπεζες στη χώρα μας στήριξαν κατά το παρελθόν ΜΜΕ με χορήγηση δανείων,⁹⁹ τα οποία, όμως, ούτε αξιοποιήθηκαν, ούτε αποπληρώνονται. Χαρακτηριστικές είναι οι περιπτώσεις των μιντιακών ομίλων *ΠΗΓΑΣΟΥ* και *ΔΟΛ* που επί σειρά ετών λάμβαναν δάνεια από τις τράπεζες, αλλά πτώχευσαν και δεν αποπλήρωσαν τις οφειλές τους. Μια άλλη χαρακτηριστική περίπτωση είναι αυτή του ομίλου Καλοφωλιά που εξέδιδε την οικονομική εφημερίδα *Εξπρές*. Ο όμιλος έλαβε το

⁹⁹ Σύμφωνα με ρεπορτάζ της *Εφημερίδας των Συντακτών* στο φύλο 17-18 Οκτωβρίου 2015, οι δανειακές υποχρεώσεις Μέσων και ομίλων ΜΜΕ της χώρας είχαν ως εξής: *MEGA, ΤΗΛΕΤΥΠΟΣ*: 70.421.771 ευρώ, *ANTENNA, ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ*: 169.760.215 ευρώ, *STAR*: 56.615.595 ευρώ, *ALPHA, DEMECO*: 14.743.576, *ΣΚΑΙ, ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*: 104.959.015 ευρώ, *ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ*: 11.200.318 ευρώ, *ΔΟΛ*: 197.695.331 ευρώ, *ΠΗΓΑΣΟΣ*: 157.894.986 ευρώ και *ΙΡΙΣ ΑΕΒΕ* (50% *ΔΟΛ* – 50% *ΠΗΓΑΣΟΣ*): 25.539.383.

2010 κρατική επιδότηση 7,1 εκατ. ευρώ ως πρώτη δόση από τα 14,2 εκατ. ευρώ που είχαν εγκριθεί για την εξυγίανση της εφημερίδας, η οποία ουδέποτε επιχειρήθηκε να γίνει και η εφημερίδα έκλεισε δύο χρόνια αργότερα αφήνοντας χωρίς αποζημιώσεις τους εργαζομένους τους.

Τα δάνεια και μάλιστα με ευνοϊκούς όρους που κατά καιρούς δίνονται σε ΜΜΕ με πολιτική παρέμβαση, δίνουν τη δυνατότητα στην εκάστοτε κυβέρνηση να επιδρά και τα επηρεάζει, ειδικά σε περιόδους που τα οικονομικά των εταιρειών διέρχονται δύσκολες περιόδους, όπως συμβαίνει στην οικονομική κρίση. Υπάρχουν, βέβαια, και άλλες δυνατότητες επίδρασης εκτός της δανειοδότησης. Τέτοιες θα μπορούσαν να είναι η παροχή διαφημίσεων, η διευκόλυνση των επιχειρηματικών συμφερόντων των ιδιοκτητών των Μέσων, η διοχέτευση αποκλειστικών ειδήσεων (Λεάνδρος, 1992). Πρόκειται για φαινόμενα που στην περίοδο της οικονομικής κρίσης εντείνονται και καθιστούν τα ΜΜΕ ευάλωτα απέναντι στις πιέσεις της εκάστοτε κυβέρνησης.¹⁰⁰ Αν σε αυτά που περιγράφουμε, προστεθεί και η ολιγοπωλιακή κατάσταση που επικρατεί στις σχέσεις ιδιοκτησίας των Μέσων, μπορεί να υποστηριχθεί ότι η ενημέρωση στη χώρα μας τελεί υπό μεγάλο κίνδυνο χειραγώγησης και η πολυφωνία απειλείται, κατάσταση που αν δεν ανατραπεί, θα έχει σημαντικές επιπτώσεις στη λειτουργία του δημοκρατικού μας πολιτεύματος.

4.9 Σύνοψη και συμπεράσματα

Από την προεπαναστική Βιέννη του 1784 που αποτελεί την αφετηρία του ελληνικού Τύπου μέχρι σήμερα, την εποχή του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, την εποχή που οι εξελίξεις τρέχουν με ιλιγγιώδη ταχύτητα, ο ελληνικός Τύπος και τα ελληνικά ΜΜΕ, έχουν διαγράψει και εξακολουθούν να διαγράφουν τη δική τους πορεία. Παρ' ότι, σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση που προτείνουν οι Hallin & Mancini (2004), μπορούμε να κατατάξουμε το ελληνικό μηντιακό σύστημα στο Μεσογειακό/Πλουραλιστικό μοντέλο, από την ανάλυση που προηγήθηκε

¹⁰⁰ Όπως αναφέρει ο Λεάνδρος (2013), ενδεικτικό των σχέσεων «δούναι και λαβείν» μεταξύ πολιτικής εξουσίας και ιδιοκτητών ΜΜΕ, είναι το επεισόδιο μετά την αποχώρηση από την πρωθυπουργία του Γιώργου Παπανδρέου, ο οποίος κατήγγειλε υπονόμευση της κυβέρνησής του από τον ΔΟΛ επειδή, όπως είπε, δεν μεσολάβησε για την έγκριση δανείου από την Εθνική Τράπεζα. Σε απάντηση ο πρόεδρος του ΔΟΛ Σταύρος Ψυχάρης κατηγόρησε τον Γιώργο Παπανδρέου για «παρεμβάσεις στις τράπεζες εναντίον εφημερίδων» προκαλώντας τον να δηλώσει «ποιος ζήτησε κάτι από τον άλλο» στην τελευταία τους συνάντηση στο Μαξίμου.

φαίνεται ότι διαθέτει και κάποια δικά του, ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, σε ένα πρωτόγνωρο περιβάλλον όπως αυτό που διαμορφώνει η οικονομική κρίση και η τεχνολογική αλλαγή.

Ένα από χαρακτηριστικά του ελληνικού μηντιακού συστήματος είναι το ολιγοπώλιο και η κυριαρχία λίγων μηντιακών ομίλων που αποτελούν μέρος ευρύτερων οικονομικών αυτοκρατοριών, ακολουθώντας στο σημείο αυτό τις διεθνείς τάσεις. Από 1873 όταν ξεκινά ο εκσυγχρονισμός του ελληνικού Τύπου μέχρι το 1980, το μεγαλύτερο ποσοστό ιδιοκτησίας ανήκει σε λίγες οικογένειες παραδοσιακών εκδοτών. Από τη δεκαετία του 1980 και μετά έλαβε χώρα μια από τις μεγαλύτερες αναδιαρθρώσεις των σχέσεων ιδιοκτησίας των ΜΜΕ. Οι παραδοσιακοί εκδότες που είχαν σημαντική δύναμη και επιρροή, αλλά μικρή οικονομική επιφάνεια, δεν μπόρεσαν να αντεπεξέλθουν στην τεχνολογική αλλαγή που σημειώθηκε, με αποτέλεσμα να δώσουν τη θέση τους σε επιχειρηματίες από άλλους χώρους που με την απόκτηση ενός Μέσου στόχευσαν κυρίως στην αύξηση της επιρροής τους παρά στο κέρδος.

Στη δημιουργία του ολιγοπωλίου συνέτεινε και η εμφάνιση της ιδιωτικής τηλεόρασης και του ραδιοφώνου και η άγρια απορρύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου, χαρακτηριστικό και αυτό του ελληνικού μηντιακού συστήματος. Οι έως τότε ιδιοκτήτες ΜΜΕ στα πλαίσια των σχέσεων διαπλοκής με την πολιτική εξουσία απέκτησαν ραδιοτηλεοπτικά Μέσα που για δεκαετίες λειτουργούσαν χωρίς μόνιμες άδειες και ισχυροποίησαν τη θέση τους, ενώ το τοπίο και οι σχέσεις ιδιοκτησίας δεν άλλαξαν ούτε με την επικράτηση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (άλλαξαν μόνο κάποια πρόσωπα) και έτσι ακόμη και σήμερα, παρά την πληθώρα των ΜΜΕ, λίγοι ισχυροί επιχειρηματίες και εφοπλιστές - ολιάρχες ελέγχουν την ενημέρωση στην Ελλάδα, δημιουργώντας συνθήκες ολιγοπωλίου, με αποτέλεσμα να υποβαθμίζονται η πολυφωνία και ο πλουραλισμός, κάτι που εγκυμονεί σημαντικούς κινδύνους για την δημοκρατία. Εξίσου σοβαρό κίνδυνο για τη δημοκρατία αποτελούν και οι σχέσεις αλληλοεξάρτησης και διαπλοκής των ιδιοκτητών των Μέσων με την πολιτική εξουσία, οι οποίες χτίστηκαν διαχρονικά. Αυτού του είδους οι σχέσεις είναι ένα χαρακτηριστικό που το συναντάμε και διεθνώς.

Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, όμως, του ελληνικού μηντιακού συστήματος, είναι πως παρ' ότι η κρίση το χτύπησε με μεγάλη ένταση, με αποτέλεσμα η διαφημιστική δαπάνη και οι κυκλοφορίες των εφημερίδων να υποχωρήσουν σημαντικά, ο αριθμός των τίτλων που κυκλοφορούν αυξήθηκε, σε μία μάλιστα μικρή

αγορά όπως είναι αυτή της Ελλάδας. Αυτό μπορεί να αποδοθεί στο ότι οι ιδιοκτήτες των ΜΜΕ δεν τα αγοράζουν και τα κατέχουν μόνο για τα κέρδος, αλλά και για να αποκτήσουν επιρροή, να μπορούν να παρεμβαίνουν στο πολιτικό και οικονομικό σύστημα και να εξυπηρετούν και τις άλλες επιχειρηματικές τους δραστηριότητες.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του ελληνικού μηντιακού συστήματος είναι επίσης ότι η Ελλάδα είναι μία από τις ελάχιστες χώρες, στην οποία οι πολίτες προτιμούν για την ενημέρωσή τους τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το διαδίκτυο εξίσου ή και περισσότερο από την τηλεόραση, ενώ και η πολύ χαμηλή εμπιστοσύνη των πολιτών απέναντι στα ΜΜΕ μπορεί να αποτελέσει μία ακόμη ελληνική ιδιαιτερότητα. Η Ελλάδα κατατάσσεται τελευταία μεταξύ 38 χωρών στην εμπιστοσύνη των ΜΜΕ και αυτή η χαμένη εμπιστοσύνη δεν είναι άσχετη με τον ολιγοπωλιακό χαρακτήρα του ελληνικού μηντιακού συστήματος. Είναι φανερό, πως οι πολίτες δεν δείχνουν εμπιστοσύνη απέναντι σε ΜΜΕ που ανήκουν σε ολιγάρχες που ελέγχουν και χειραγωγούν την ενημέρωση, έχουν σχέσεις αλληλοεξάρτησης και διαπλοκής με την πολιτική εξουσία και διαχρονικά, απολαμβάνουν προνομίων και διευκολύνσεων (χάρες, δάνεια, ελαφρύνσεις, εξυπηρέτηση άλλων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων κ.λ.π.)

Ο ελληνικός Τύπος, βέβαια, υπήρξε ανέκαθεν κομματικοποιημένος και εξαρτώμενος από τις πολιτικές εξελίξεις στη χώρα. Η συνεχής μεταβολή του πολιτικού σκηνικού, οι δύο Παγκόσμιοι Πόλεμοι, ο εμφύλιος πόλεμος και η δικτατορία λειτούργησαν ως τροχοπέδη στην εξέλιξη του. Ο Λέανδρος (1992), αναφέρει ότι η αποτελούμενη από τις εφημερίδες και τα περιοδικά βιομηχανία των ΜΜΕ στην Ελλάδα, σημείωνε καθυστέρηση σε σχέση με άλλες χώρες λόγω της γενικότερης οικονομικής και πολιτιστικής καθυστέρησης και σε συνδυασμό με τις πολιτικές συνθήκες και το ανώμαλο πολιτικό κλίμα που επικράτησε στη χώρα μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, παρεμποδίστηκε η γρήγορη ανάπτυξη των εκδοτικών και εκτυπωτικών δραστηριοτήτων μέχρι και την πτώση της δικτατορίας το 1974. Μετά την αποκατάσταση της Δημοκρατίας και αφού η Ελλάδα εισήλθε σε περίοδο πολιτικής ομαλότητας ξεκίνησε μια νέα περίοδο για τα ΜΜΕ της χώρας. Μια περίοδο που σημαδεύτηκε από την τεχνολογική αλλαγή, την κυκλοφοριακή εκτόξευση των εφημερίδων λόγω των πολιτικών εξελίξεων (Μεταπολίτευση, άνοδος του ΠΑΣΟΚ στην εξουσία), η οποία διήρκεσε μέχρι την εμφάνιση του ιδιωτικού ραδιοφώνου και της τηλεόρασης αρχικά και στη συνέχεια της εμφάνισης του διαδικτύου και της οικονομικής κρίσης και την αναδιάρθρωση των σχέσεων ιδιοκτησίας.

Όλα αυτά επιχειρήσαμε να καταγράψουμε στο παρόν κεφάλαιο. Επιχειρήσαμε ειδικότερα να καταγράψουμε πως το ελληνικό μηντιακό σύστημα, συντέθηκε και εξελίχθηκε για να φθάσει στο σημερινό σημείο, στο οποίο διακρίνεται η υποβάθμιση της πολυφωνίας, η χειραγώγηση της ενημέρωσης και η έλλειψη εμπιστοσύνης απέναντι στα Μέσα, με άμεσο κίνδυνο για τη δημοκρατία. Επιχειρήσαμε ακόμη να καταγράψουμε το πώς επηρέασε το ελληνικό μηντιακό σύστημα η οικονομική κρίση και οι τεχνολογικές αλλαγές, με κύρια χαρακτηριστικά την πτώση της διαφήμισης και της κυκλοφορίας των εφημερίδων και το κλείσιμο μιας σειράς από ΜΜΕ που δεν κατέφεραν να αντεπεξέλθουν στις νέες συνθήκες που διαμορφώθηκαν. Στα επόμενα κεφάλαια θα επιχειρήσουμε να αναλύσουμε τις επιπτώσεις που είχαν όλα αυτά στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων. Θα διερευνήσουμε ακόμη το ρόλο και την παρέμβαση του συνδικαλιστικού κινήματος των ΜΜΕ στην Ελλάδα και ειδικά στο νέο τοπίο που διαμορφώνεται και θα επιχειρήσουμε να καταγράψουμε και να αναλύσουμε τις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στη χώρα μας υπό τις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται, καλύπτοντας έτσι και το σχετικό ερευνητικό κενό που υπάρχει.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ, ΣΥΝΔΙΚΑΤΑ ΚΑΙ ΜΙΣΘΩΤΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

5.1 Ορισμοί και θεωρητικές προσεγγίσεις

Στο παρόν κεφάλαιο θα επιχειρήσουμε μια γενική αναφορά στις εργασιακές σχέσεις και τα συνδικάτα, αλλά ταυτόχρονα, θα επιχειρήσουμε να καταδείξουμε την αποδιάρθρωση των εργασιακών σχέσεων που επήλθε από παράγοντες όπως οι αλλαγές που έλαβαν χώρα παγκοσμίως στην οικονομία τις τελευταίες δεκαετίες, την οικονομική κρίση και την εφαρμογή των μνημονιακών πολιτικών στη χώρα μας, καθώς και την τεχνολογική αλλαγή. Σκοπός του εγχειρήματος αυτού είναι να μπορέσουμε να κατανοήσουμε τις αλλαγές που έχουν σημειωθεί στο εργασιακό τοπίο του μηντιακού συστήματος στην Ελλάδα και τον κόσμο.

Αρχικά θα επιχειρήσουμε να ορίσουμε τις εργασιακές σχέσεις,¹⁰¹ αν και το να δοθεί ένας επακριβής ορισμός δεν είναι εύκολο, σύμφωνα και με την Καρακιουλάφη (2012), η οποία μιλά για το μεγάλο εύρος που υπάρχει στον ορισμό τους και ανάλογα διαμορφώνεται κάθε φορά και η ανάγκη για μια διαφορετική θεωρία. Ο Clegg (1972, σελ. 1) ορίζει τις εργασιακές σχέσεις ως «τη μελέτη ρύθμισης της απασχόλησης», ο Laffer (1974, σελ. 2) γράφει ότι «οι εργασιακές σχέσεις μελετούν τις σχέσεις διαπραγμάτευσης μεταξύ εργοδοτών και εργαζομένων» και ο Salamon (2000, σελ. 3) τονίζει ότι «οι εργασιακές σχέσεις συμπεριλαμβάνουν ένα σύνολο φαινομένων εντός και εκτός των χώρων εργασίας που σχετίζονται με τον καθορισμό και τη ρύθμιση της σχέσης απασχόλησης». Κατά τον Θεοδωράτο (1999, σελ. 28), «ο όρος εργασιακές σχέσεις καλύπτει πολλών ειδών σχέσεις που δημιουργούνται μεταξύ των επιπέδων ιεραρχίας και υφισταμένων, αλλά και εργαζομένων (του ίδιου επιπέδου) μέσα στους χώρους εργασίας», ενώ κατά τον Σπυρόπουλο (1998, σελ. 21):

¹⁰¹ Εάν ο όρος μεταφραστεί στα αγγλικά θα είναι *Labour Relations*, ωστόσο και ο όρος *Industrial Relations*, δηλαδή, βιομηχανικές σχέσεις, είναι σύμφωνα με τον Κατσανέβα (2007) παρεμφερής με τον όρο εργασιακές σχέσεις. Κατά την Καρακιουλάφη (2012) πιο ακριβής είναι σήμερα πια ο όρος *Employment Relations*, μιας και όπως αναφέρει, ο όρος *Industrial Relations* παραπέμπει στα πρώτα χρόνια ανάπτυξης του πεδίου και αναφέρεται στις σχέσεις εργασίας μέσα στη βιομηχανία. Σύμφωνα πάντως, με τους Leat, Κουζή & Κουτρούκη (2009), ο όρος βιομηχανικές σχέσεις συνδέεται με τα συνδικάτα, τις συλλογικές διαπραγματεύσεις, τις απεργίες και τους βαρείς, εξορυκτικούς και κατασκευαστικούς τομείς όπου κυριαρχούσαν οι άνδρες χειρώνακτες με πλήρη απασχόληση, ενώ ο όρος εργασιακές σχέσεις είναι πιο ευρύτερος και περιλαμβάνει και τον τομέα των υπηρεσιών, γυναίκες εργαζόμενες, συμβάσεις μερικής ή προσωρινής απασχόλησης και ορισμένου χρόνου, καθώς και σενάρια χωρίς συνδικαλιστικές οργανώσεις.

«Ο όρος εργασιακές σχέσεις αναφέρεται στο σύνολο των σχέσεων που διαμορφώνονται στο χώρο εργασίας, και τον ευρύτερο τομέα της κοινωνικής και εργασιακής πολιτικής και ιδιαίτερα στους κανόνες που καθορίζουν τους όρους και τις συνθήκες εργασίας, καθώς και στον τρόπο λήψης αποφάσεων που αφορούν την κατανομή των καρπών της παραγωγής μεταξύ εργοδοτών και εργαζομένων».

Ο Κατσανέβας (2007, σελ. 43, 44), από την πλευρά του, δίνει τους εξής ορισμούς για τις εργασιακές σχέσεις και το αντικείμενό τους:

«Εργασιακές σχέσεις είναι σχέσεις εργασίας ανάμεσα στους μισθωτούς και τους εργοδότες. Εργασιακές σχέσεις μπορούν επίσης να οριστούν ως κάθε πλευρά των επίσημων και ανεπίσημων σχέσεων ανάμεσα στους μισθωτούς, τους εργοδότες και τους εργασιακούς εκπροσώπους του κράτους. Οι εργασιακές σχέσεις ερευνούν τους παράγοντες που επιδρούν και διαμορφώνουν την εργασιακή συμπεριφορά των ατόμων, ομάδων και ειδικότερα, των συνδικαλιστικών οργανώσεων. Το ενδιαφέρον τους επικεντρώνεται στις αμοιβές και τις συνθήκες εργασίας που ισχύουν σε μια οικονομική εκμετάλλευση (ιδιωτική, κρατική ή συνεταιριστική) που απασχολεί εργαζόμενους μισθωτούς με σχέση εξαρτημένης εργασίας».

Ο Θεοδωράτος (1998) αναλύει και τις δύο παράλληλες απόψεις που υπάρχουν για τις εργασιακές σχέσεις. Όπως τονίζει, η μία αναφέρεται στο νομικό πρίσμα, δηλαδή, συλλογικές διαπραγματεύσεις, διαδικασίες πρόσληψης, προαγωγών, απολύσεων συνταξιοδοτήσεων, εργατικών ατυχημάτων κ.λ.π., θεσμός της διαιτησίας και η δεύτερη αναφέρεται στον εργαζόμενο, τις συνθήκες εργασίας και την απόδοσή του μέσα στο εργασιακό περιβάλλον. Τόσο ο Σπυρόπουλος (1998), όσο και η Καρακιουλάφη (2012) δίνουν ιδιαίτερη έμφαση όσο αφορά στις εργασιακές σχέσεις στις συλλογικές διαπραγματεύσεις και τις συλλογικές συμβάσεις, στους όρους και τις συνθήκες εργασίας, δηλαδή στην ποιοτική επαγγελματική ζωή του εργαζόμενου που έχει μια αμειβόμενη απασχόληση και στην τριμερή συνεργασία κράτους, εργοδοτών και εργαζομένων.

Η εργασία πάντως και οι σχέσεις που τη διαμορφώνουν και επικρατούν ανάμεσα στα εμπλεκόμενα με αυτή μέρη, είναι τόσο παλιά, όσο και ο ανθρώπινος πολιτισμός. Στην πορεία των αιώνων ο άνθρωπος προσπάθησε να βελτιώσει την συνθήκες κάτω από τις οποίες ασκούσε την πανάρχαια διαδικασία της εργασίας. Στην αρχαιοελληνική περίοδο υπήρχε η αντίληψη ότι οι άνθρωποι δεν είναι ίσοι, άλλοι γεννιούνται για την κυριαρχία και άλλοι για τη δουλεία, με την οποία πολλές φορές

συγγέεται η εργασία.¹⁰² Στην Αρχαία Ελλάδα υπήρχε σαφής διαχωρισμός των χειρονακτικών και των «ανώτερων» εργασιών. Ιδιαίτερη έμφαση στην εργασία έδωσε ο Χριστιανισμός, ενώ η βιομηχανική επανάσταση, ένα τεράστιο κοινωνικό και οικονομικό γεγονός που ξεκίνησε από τα υφαντουργεία της Κεντρικής Αγγλίας και δημιούργησε τον σημερινό καπιταλισμό, επέφερε ραγδαίες αλλαγές στον τομέα της εργασίας. Κατά τον Σπυρόπουλο (1998), οι εργασιακές σχέσεις είναι δημιουργήματα της βιομηχανικής επανάστασης, αλλά δεν περιορίζονται μόνο στον βιομηχανικό τομέα, επεκτείνονται σε όλους τους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας και αυτό ισχύει για όλα τα πολιτικά συστήματα. Η πρώτη περίοδος της βιομηχανικής επανάστασης (μέχρι το 1830 περίπου) πάντως, χαρακτηρίστηκε από σημαντική πτώση του βιοτικού επιπέδου των εργατών, ενώ στη δεύτερη περίοδο (1834 – 1870) εδραιώθηκε μία ανταγωνιστική αγορά εργασίας, αλλά η εργασιακή καταπίεση εντάθηκε και μόνο από το 1860 και μετά και υπό την επίδραση της κομμουνιστικής και σοσιαλιστικής σκέψης, δομείται η εργατική ταξική συνείδηση απέναντι στα προβλήματα (Γαγανάκης, 1999; Θεωδοράτος, 1998). Όπως γίνεται αντιληπτό, σημαντικό ρόλο διαδραμάτισε ο Karl Heinrich Marx, του οποίου η θεωρία υπήρξε καταλυτική στη διαμόρφωση των σύγχρονων αντιλήψεων για την εργασία και τις εργασιακές σχέσεις. Κατά τον Λέανδρο (2013, σελ. 42,43):

«Ο Marx αποτελεί μια ιδιαίτερη περίπτωση, καθώς επιδιώκει να ανακαλύψει όχι μόνο τους οικονομικούς νόμους, αλλά τους γενικούς νόμους της κοινωνικής εξέλιξης. Η υλιστική αντίληψη¹⁰³ της ιστορίας, την οποία υιοθετεί υπογραμμίζει τον καθοριστικό ρόλο της «υλικής βάσης», έναντι του «εποικοδομήματος» και την αποφασιστική σημασία των οικονομικών –ταξικών συμφερόντων στην ιστορική εξέλιξη. Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση ο άνθρωπος πρωτίστως ενδιαφέρεται να ικανοποιήσει τις υλικές του ανάγκες και λειτουργεί στο πλαίσιο ενός τρόπου παραγωγής που καθορίζει τα βασικά χαρακτηριστικά της εκάστοτε κοινωνίας».

Ο Marx συμφωνεί με τον άλλο μεγάλο οικονομολόγο, διανοητή και φιλόσοφο Adam Smith ως προς τη μεγάλη σημασία που έχει ο καταμερισμός της εργασίας, τονίζοντας, βεβαίως με έμφαση τη σημασία των ταξικών αντιθέσεων και συγκρούσεων στην παραγωγή και την κατανομή του πλούτου, τη σύγκρουση μεταξύ

¹⁰² Αυτό κατά τον Θεωδοράκο (1998) συνέβαινε διότι κατά την αρχαιότητα οι δούλοι έκαναν τις χειρονακτικές εργασίες.

¹⁰³ Σύμφωνα με τον Λέανδρο (2013, σελ. 44), «η υλιστική αντίληψη υποστηρίζει τον πρωταρχικό ρόλο της ύλης έναντι του πνεύματος, που αποτελεί έκφραση της σε ανώτερο βαθμό οργανωμένης ύλης. Έτσι, η καθολική σύνδεση και αλληλεξάρτηση των φαινομένων αφορά τη φύση και την κοινωνία που αποτελούν μια αδιάσπαστη ενότητα».

εργατών και καπιταλιστών. Εξέχουσα θέση στη θεωρία του Marx, αποτελεί ο τρόπος δημιουργίας της υπεραξίας, την οποία θεωρεί ως βασικό στόχο της καπιταλιστικής παραγωγής και ως το αποτέλεσμα της εκμετάλλευσης του εργάτη από τον κεφαλαιούχο. Για αμφότερους τους δυο μεγάλους οικονομολόγους και διανοητές πάντως, Marx και Smith, ο καταμερισμός της εργασίας αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο για τη λειτουργία και την εξέλιξη του οικονομικού συστήματος και την οικονομική πρόοδο. Ο Smith έχει την άποψη ότι η μεγαλύτερη εξειδίκευση της εργασίας που επιτυγχάνεται με την τεχνολογική πρόοδο και τις ανώτερες τεχνικές διοίκησης συμβάλει καθοριστικά στην αύξηση της παραγωγικότητας και άρα στον πλούτο των εθνών, χωρίς να παραγνωρίζει τις αρνητικές επιπτώσεις που έχει στους εργαζόμενους ο καταμερισμός της εργασίας και ακόμη αναφέρει ότι οι αγορές μπορούν υπό προϋποθέσεις να αυτορυθμίζονται και η παραγωγή του πλούτου να αποβαίνει προς το συμφέρον όλων (Λεάνδρος, 2013). Η Καρακιουλάφη (2012, σελ. 49, 50, 51) συμφωνεί στη σημαντική επιρροή που άσκησαν τόσο ο Adam Smith και η κλασική και νεοκλασική πολιτική οικονομία, όσο και η μαρξιστική σκέψη στις εργασιακές σχέσεις, κάνοντας λόγο για την ύπαρξη τριών ρευμάτων που κυριάρχησαν:

«Την κλασική και νεοκλασική πολιτική οικονομία (Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mill κ.α.), την μαρξιστική οικονομική, κοινωνική και πολιτική σκέψη και τη γερμανική ιστορική σχολή των οικονομικών. Οι πρώιμες θεωρίες του συνδικαλισμού και των εργασιακών σχέσεων αναπτύχθηκαν, τουλάχιστον ως προς το οικονομικό σκέλος, ως κριτική στον τρόπο αντίληψης της αγοράς εργασίας που προέτασσε η κλασική και νεοκλασική οικονομική σκέψη. Η μαρξιστική σκέψη άσκησε σημαντική επιρροή, τόσο διότι ανέδειξε τις ανισορροπίες και την ανισότητα ισχύος που επικράτησε στην αγορά εργασίας, όσο και γιατί κατέδειξε τη σημασία και τον ιστορικό ρόλο του εργατικού κινήματος, την ιδέα της ταξικής πάλης και της σύγκρουσης. Η γερμανική σχολή ήθελε να προωθήσει μια πιο πραγματιστική οικονομική σκέψη, με βασική άποψη ότι πολιτισμικές και θεσμικές ρυθμίσεις και δεδομένα επηρεάζουν και διαμορφώνουν τις οικονομικές σχέσεις και δυνάμεις».

Όλα αυτά έπαιξαν καταλυτικό ρόλο στην εργασία και τις εργασιακές σχέσεις, οι οποίες στην πορεία των ετών επηρεάστηκαν σημαντικά από την εξέλιξη των πολιτικών και οικονομικών δεδομένων της κάθε χώρας. Ο Κατσανέβας (2007) αναφέρει ότι στις εργασιακές σχέσεις επέδρασαν σημαντικά παράγοντες όπως τα οικονομικά και πολιτικά δεδομένα της κάθε χώρας, τα στάδια εκβιομηχάνισης σε συνδυασμό με τις πολιτικές εξελίξεις και το συνδικαλιστικό κίνημα. Περαιτέρω και

όπως τονίζει ο Κουζής (2001), οι αλλαγές που δημιουργούνται κάθε φορά στην οικονομία και την αγορά εργασίας, δημιουργούν σοβαρές παρενέργειες στις εργασιακές σχέσεις, οι οποίες, επηρεάστηκαν όχι μόνο από τις εξελίξεις σε κάθε χώρα, αλλά και από τις γενικότερες οικονομικές και πολιτικές εξελίξεις στα πλαίσια τόσο της ευρωπαϊκής ενοποίησης, όσο και της παγκοσμιοποίησης.

5.2 Εργασιακές σχέσεις και συνδικάτα

Οι εργασιακές σχέσεις αποτέλεσαν το κεντρικό ζήτημα της λειτουργίας και της δράσης των συνδικάτων, τα οποία σύμφωνα με τον Κουζή (2009), συνιστούν τη βασική έκφραση συλλογικής εκπροσώπησης της εργασίας. Επιπλέον αυτού, ο Κουζής (2009, σελ. 309) ορίζει το συνδικάτο ως: «Την οργάνωση των εξαρτημένων μισθωτών που συγκροτείται με την ελεύθερη βούλησή τους στο πλαίσιο των όρων που θέτει ο νομοθέτης και επιδιώκει συγκεκριμένο σκοπό, που είναι η διαφύλαξη και προαγωγή των εργασιακών, οικονομικών, ασφαλιστικών, κοινωνικών και συνδικαλιστικών δικαιωμάτων».

Ο (Leat, 2007, σελ. 258) ορίζει τα συνδικάτα ως «ενώσεις εργατών ή/και υπαλλήλων που έχουν ως στόχο την προάσπιση των συμφερόντων τους στο πεδίο του εργασιακού χώρου και της κοινωνίας, καθώς επίσης και μέσω της συμμετοχής τους στις συλλογικές διαπραγματεύσεις με τους εργοδότες/ managers». Κατά τη μαρξιστική άποψη, τα συνδικάτα μπορούν να οριστούν ως «οι συλλογικότητες εργαζομένων που στοχεύουν στον επηρεασμό του καθορισμού της τιμής πώλησης της εργατικής δύναμης και της άσκησης ελέγχου επί του εργασιακού περιβάλλοντος και της εργασιακής διαδικασίας, αλλά και στον μετασχηματισμό της κοινωνίας (Ζησιμόπουλος, Καρολίδης, Ανδρουλάκης & Οικονομάκης, 2014, σελ. 1). Ο Παλαιολόγος (2006, σελ. 23) αναφέρει πως «ένας τυπικός και γενικά αποδεκτός ορισμός των συνδικάτων είναι αυτός των μαζικών εθελοντικών οργανώσεων των μισθωτών εργαζομένων που έχουν ως έργο τους την εκπροσώπηση, την προάσπιση και την προώθηση, των συμφερόντων των μελών τους».

Όπως προκύπτει από τους παραπάνω ορισμούς, η μισθωτή εργασία αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη συμμετοχή εργαζομένων σε συνδικάτο. Για αυτό και ο Κουζής (2007, σελ. 135), ορίζει το συνδικάτο ως «την κύρια μορφή εκπροσώπησης της μισθωτής εργασίας». Όπως επίσης προκύπτει, η ύπαρξη των συνδικάτων συνδέεται με τα διασφάλιση και βελτίωση των συνθηκών εργασίας των μελών τους.

Ο Hyman (2007) περιγράφει τις παρεμβάσεις των συνδικάτων με βάση την ιδεολογία τους και σύμφωνα με αυτό τον ορισμό, τα συνδικάτα είναι ενώσεις συμφερόντων που σχετίζονται αποκλειστικά με την αγορά εργασίας, οχήματα για τη βελτίωση της θέσης των εργατών στην κοινωνία και «σχολές πολέμου» στην πάλη μεταξύ κεφαλαίου και εργασίας. Επ' αυτού ο Παλαιολόγος (2006) χρησιμοποιεί την κατά Müller-Jentsch (1997) ιδεολογική προσέγγιση, σύμφωνα με την οποία η μαρξιστική άποψη θεωρεί τα συνδικάτα κέντρα οργάνωσης της εργατικής τάξης και σχολεία για το σοσιαλισμό. Ούτως ή άλλως, όπως περιγράφει ο Παλαιολόγος (2006, σελ. 43), «ιστορικά -και θεωρητικά- τα συνδικάτα γεννιούνται ως αντίδραση των εργαζομένων στην ατομική αδυναμία τους να αντιπαρατεθούν αποτελεσματικά στους εργοδότες».

Οι απάνθρωπες συνθήκες εργασίας και οι προσπάθειες των εργαζομένων να τις βελτιώσουν, η σύγκρουση με τους εργοδότες, η ανάγκη κοινής εκπροσώπησης και αλληλεγγύης οδήγησαν στις αρχές του 18^ο αιώνα στην Αγγλία στην ίδρυση των πρώτων συνδικάτων με διάφορες ονομασίες (αδελφότητες, ενώσεις κ.λ.π.) αλλά με τη σύγχρονη έννοια του όρου.¹⁰⁴ Το συνδικαλιστικό κίνημα μετά από σκληρούς αγώνες κατάφερε να αυξηθεί αριθμητικά, να γίνει υπολογίσιμη δύναμη και όχι μόνο να αποτελέσει τον εκπρόσωπο των εργατικών στρωμάτων, αλλά να εισέλθει και στην πολιτική με τη δημιουργία εργατικών κομμάτων. Ταυτόχρονα πέτυχε σημαντικές κατακτήσεις, όπως η καθιέρωση του οκταώρου και των συλλογικών διαπραγματεύσεων, η εξάπλωση του συστήματος κοινωνικής ασφάλισης και η ασφάλιση κατά της ανεργίας. Οι μεγάλες αλλαγές του 20^{ου} αιώνα οδηγούν σε μετατόπιση της συνδικαλιστικής πολιτικής από τη σύγκρουση και την αμφισβήτηση του καπιταλισμού σε αποδοχή του και προσπάθεια βελτίωσης του συστήματος εκ των έσω, σε μια συνδικαλιστική πολιτική πραγματισμού και σε προσπάθεια εξισορρόπησης των συμφερόντων της εργασίας και του κεφαλαίου στο πλαίσιο του υπάρχοντος συστήματος, διαμορφώνοντας και τις βασικές δομές της σύγχρονης κοινωνίας, οι οποίες θα αποκρυσταλλωθούν στο κοινωνικό κράτος των τριών μεταπολεμικών δεκαετιών ('50-'80) (Παλαιολόγος, 2006).

Η παρέμβαση των συνδικάτων για τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας των μελών τους, επιτυγχάνεται με διάφορους τρόπους. Οι παρεμβάσεις τους αφορούν τα

¹⁰⁴ Κατά τον Παλαιολόγο (2006, σελ. 44), «στα τέλη του 18^{ου} αιώνα χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά η αγγλική έννοια του όρου συνδικάτο -trade union-, που δήλωνε τις αμιγείς και υπερτοπικές ενώσεις των εργατών ενός επαγγέλματος, σε αντίθεση με τις μεσαιωνικές, τοπικού, κυρίως, χαρακτήρα συντεχνίες, οι οποίες συγκέντρωναν όλους τους απασχολούμενους σε ένα επάγγελμα».

περισσότερες φορές τις συλλογικές διαπραγματεύσεις, τα ταμεία αλληλοβοήθειας¹⁰⁵ και την επίτευξη νομοθετικών ρυθμίσεων υπέρ των εργαζομένων. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στις συλλογικές διαπραγματεύσεις και την συνεπακόλουθη υπογραφή συλλογικών συμβάσεων που αποτελούσε και εν μέρει αποτελεί θεμελιώδες δικαίωμα των συνδικάτων σε όλο τον κόσμο (Κουζής, 2009). Στόχος των συλλογικών διαπραγματεύσεων που βρήκαν πρόσφορο έδαφος μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και έως τα τελευταία χρόνια, ήταν η βελτίωση του θεσμικού και μισθοδοτικού πλαισίου των εργασιακών σχέσεων. Η παρακμή και σταδιακή κατάργηση των συλλογικών διαπραγματεύσεων αποτελεί μία από τις βασικές αιτίες αυτού που ονομάζεται απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων (Καρακιουλάφη, 2012).

Πέραν αυτών, τη μεγάλη δύναμη των συνδικάτων αποτελούσε πάντα η μαζική συμμετοχή και ο μεγάλος αριθμός των μελών τους, που τους έφερνε σε θέση ισχύος στις συλλογικές διαπραγματεύσεις και βοηθούσε σημαντικά στην επίτευξη των στόχων τους. Όπως αναφέρουν οι Ζησιμόπουλος κ.ά. (2014), ο δείκτης που χρησιμοποιείται συχνότερα για την απεικόνιση της δύναμης τους εργατικού κινήματος, του συσχετισμού δύναμης μεταξύ εργοδοτών-εργαζομένων και για τις διεθνείς συγκρίσεις αναφορικά με τη συμμετοχή στα συνδικάτα είναι η συνδικαλιστική πυκνότητα που αποτελεί σημαντικό δείκτη συγκρίσεων στις εργασιακές σχέσεις.

Για τη συνδικαλιστική πυκνότητα υπάρχουν διάφοροι ορισμοί και μέθοδοι προσέγγισης. Ο Κουζής (2007, σελ. 54, 60) ορίζει τη συνδικαλιστική πυκνότητα ως «το ποσοστό συμμετοχής των μισθωτών στις συνδικαλιστικές οργανώσεις» και προσθέτει ότι «το ειδικό βάρος του συνδικαλισμού σε μία χώρα επηρεάζεται σημαντικά από το επίπεδο της συνδικαλιστικής πυκνότητας και από το μέγεθος της μισθωτής εργασίας που δυνάμει εκπροσωπεί». Οι Ζησιμόπουλος κ.ά. (2014) αναφέρουν ότι η συνδικαλιστική πυκνότητα είναι το ποσοστιαίο αποτέλεσμα ενός δείκτη κλάσματος με αριθμητή τα μέλη των συνδικάτων στη μισθωτή απασχόληση (αποκλείοντας τους άνεργους, τους αυτοαπασχολούμενους και τους συνταξιούχους) και παρονομαστή τη συνολική μισθωτή απασχόληση.

¹⁰⁵ Η σύνδεση των συνδικάτων με τα ταμεία αλληλοβοήθειας είναι πολύ παλιά. Η Καρακιουλάφη (2012) αναφέρει ότι από τον 18^ο αιώνα τα συνδικάτα είχαν ως βασικό μηχανισμό προσέλκυσης των μελών τους τα ταμεία αλληλοβοήθειας.

Όποιος και να είναι ο πλέον κατάλληλος ορισμός της συνδικαλιστικής πυκνότητας, οι ερευνητές συμφωνούν ότι αυτή μειώνεται συνεχώς σε όλο τον κόσμο. Οι Ζησιμόπουλος κ.ά. (2014) αναφέρουν ότι μετά τη σημαντική αύξηση που παρουσίασε στη Δυτική Ευρώπη την περίοδο 1950 -1975, ξεκίνησε μια πτωτική περίοδος μετά την κρίση του 1973 και ειδικά τις δύο τελευταίες δεκαετίες και πλέον παρουσιάζει συνεχή μείωση. Με αυτό συμφωνεί και η Καρακιουλάφη (2012), η οποία κάνει λόγο για συνεχή και σταδιακή μείωση και ο Παλαιολόγος (2016) που τονίζει ότι η μείωση της συνδικαλιστικής πυκνότητας σημαίνει μείωση της επιρροής και αμφισβήτηση του ρόλου των συνδικάτων, αλλά και προσπάθεια παράκαμψης τους ή ακόμη και αντικατάστασης στους χώρους εργασίας από την εργοδοσία. Τελικά, η Καρακιουλάφη (2012) αναφέρει ότι οι πιέσεις αποκέντρωσης των συλλογικών διαπραγματεύσεων, οι οποίες τέθηκαν σε αμφισβήτηση από την εργοδοσία τη δεκαετία του 1980 και ειδικά του 1990 και παραμένουν σε διαρκή αμφισβήτηση, σχετίζονται άμεσα με τη μείωση της συνδικαλιστικής πυκνότητας, καθώς τα συνδικάτα έχουν χάσει την ισχύ τους και αυτές οι ανατροπές τα οδηγούν ν' αλλάξουν τις συγκρουσιακές τους πρακτικές και να τις υποκαταστήσουν με συναινετική και συμβιβαστική τάση σε όλα τα επίπεδα.

Στην αποδυνάμωση των συνδικάτων συνέβαλλαν και οι ευέλικτες μορφές απασχόλησης που αυξάνονται διαρκώς, κάτι που αποτελεί μία από τις βασικές αιτίες αποδιάρθρωσης των εργασιακών σχέσεων και είναι συνδεδεμένες με την τεχνολογική εξέλιξη. Σήμερα που το σύνολο των επιχειρήσεων αναζητά τρόπους για να κάνει οικονομίες κλίμακας, η ψηφιοποίηση και η τεχνολογική αλλαγή προσφέρονται προς αυτή την κατεύθυνση, με εξαιρετικά αρνητικές, όμως, συνέπειες για τους εργαζόμενους (απολύσεις, περικοπή μισθών, καθιέρωση ευέλικτων μορφών απασχόλησης, περιστολή εργασιακών δικαιωμάτων) που οδηγούνται σε πολλές περιπτώσεις σε εργασιακή κινεζοποίηση, αλλά και για τα συνδικάτα που αποδυναμώνονται.

Οι εξελίξεις αυτές έχουν οδηγήσει αναλυτές του πεδίου όπως ο Dyer-Witheford (1999) να κάνουν λόγο για ένα νέο, *υψηλής τεχνολογίας προλεταριάτο* (*new, hightechnology proletariat*) ή *εικονικό προλεταριάτο* (*virtual proletariat*), που αποτελείται από εργαζόμενους με χαμηλές αποδοχές, συμβάσεις μερικής απασχόλησης ή και ανασφάλιστους. Πρόκειται για αυτό που ο Gorz (1987) ονομάζει *μεταβιομηχανικό νεοπρολεταριάτο* (*post-industrial neo-proletariat*). Σε αυτά τα πλαίσια μπορεί να ενταχθεί και η τηλεργασία, την οποία σήμερα ακολουθεί μεγάλο

μέρος δημοσιογράφων που εργάζονται ως freelancers, με χαλαρή ως επί το πλείστον εργασιακή σχέση. Η τηλεργασία, δηλαδή, οι ευέλικτες μορφές απασχόλησης παρέχουν σημαντική ευελιξία και δύναμη στους εργοδότες, ενώ αποδυναμώνουν και τα συνδικάτα και περιορίζουν σημαντικά τη συνδικαλιστική δράση εντός της εταιρείας.

Διαπιστώνεται λοιπόν, ότι η απόλυτη εξάρτηση των εργασιακών σχέσεων με τα συνδικάτα έχει οδηγήσει σήμερα στην αποδυνάμωσή τους. Η αποδιάρθρωση των εργασιακών σχέσεων και οι «ευκαιρίες» που δίνει προς αυτή την κατεύθυνση η τεχνολογική εξέλιξη, η οποία ευνοεί τις ελαστικές μορφές απασχόλησης, σε συνδυασμό με τον περιορισμό της μισθωτής εργασίας και την αποδιάρθρωση των συλλογικών διαπραγματεύσεων, έχουν αποδυναμώσει τα συνδικάτα που αδυνατούν πλέον να ελέγξουν στο βαθμό που το έκαναν παλαιότερα την εργοδοτική αυθαιρεσία και την επιβολή δυσμενών όρων για τους εργαζόμενους.

5.3 Απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων, υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας και οικονομική κρίση

Οι αλλαγές των τελευταίων ετών, έχουν επηρεάσει σημαντικά και σε πολύ μεγάλο βαθμό τις εργασιακές σχέσεις. Οι αλλαγές αυτές, μάλιστα, επεκτάθηκαν ταχύτατα λόγω της ευρωπαϊκής ενοποίησης και της οικονομικής διαδικασίας της παγκοσμιοποίησης. Ο Σπυρόπουλος (1998) τονίζει πως κατά τις δύο τελευταίες δεκαετίες του εικοστού αιώνα, οι βιομηχανικές κοινωνίες γνώρισαν, σε διαφορετικό βαθμό η καθεμία, οικονομική κρίση που επέφερε अपαράδεκτα υψηλά ποσοστά ανεργίας, βιομηχανικές αναδιαρθρώσεις, επιτάχυνση των τεχνολογικών αλλαγών, ελαστικοποίηση της αγοράς εργασίας και ριζικές αλλαγές στη σύνθεση του εργατικού δυναμικού που είχαν σημαντικές επιπτώσεις στις εργασιακές σχέσεις της κάθε χώρας. Στέκεται, όμως, στη διεθνοποίηση της οικονομίας που επηρεάζει τη διαμόρφωση των εργασιακών σχέσεων, με αποτέλεσμα να διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο σε αυτές οι ρυθμοί ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας και κάνει λόγο για διεθνοποίηση και των εργασιακών σχέσεων.

Αν ανατρέξουμε στο παρελθόν, θα διαπιστώσουμε πως από το 1870 έως το 1913 η παγκόσμια οικονομία κατέγραψε ανοδικούς ρυθμούς, οι οποίοι ανεκόπησαν την περίοδο 1913-1950, αλλά στη συνέχεια και έως το 1970 γνώρισε πρωτοφανείς

ρυθμούς μεγέθυνσης. Ο Λέανδρος (2012) σημειώνει ότι στις χώρες του ανεπτυγμένου καπιταλισμού διαμορφώθηκαν ευνοϊκές συνθήκες για την προσφορά και τη ζήτηση και η αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας ήταν ταχύτατη και συνοδεύτηκε και από αύξηση των μισθών, ενώ η μείωση της ανεργίας συνέβαλε στην ενίσχυση του συνδικαλιστικού κινήματος και τη σταθεροποίηση των εργασιακών σχέσεων. Τα πράγματα άλλαξαν από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 με την νεοφιλελεύθερη μεταρρύθμιση του καπιταλισμού και την κυριαρχία των νεοφιλελεύθερων πολιτικών. Στόχος της αλλαγής αυτής ήταν να διαμορφωθούν οι συνθήκες για περιορισμό του κράτους και ανάπτυξη της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, ώστε να επέλθει βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας και ανάκαμψη της παραγωγής και της απασχόλησης. Συνέπεια, όμως, αυτών των πολιτικών ήταν η μείωση του μισθολογικού και μη μισθολογικού κόστους και η ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων (Λέανδρος, 2012). Ο Λέανδρος (2012, σελ. 200), αναφέρει χαρακτηριστικά για την επίδραση των αλλαγών αυτών στις εργασιακές σχέσεις: «Η γενική κατεύθυνση είναι σαφής: υποβάθμιση της θέσης της μισθωτής εργασίας ως αποτέλεσμα της διατήρησης της ανεργίας σε υψηλά επίπεδα, της διάδοσης της μερικής απασχόλησης και της ελαστικοποίησης των εργασιακών σχέσεων».

Κατά τον Κουζή (2001), η διεθνοποίηση των οικονομικών και κοινωνικών δεδομένων συνδέεται με πολιτικές αυξανόμενης ευελιξίας στην εργασία, δηλαδή, με αμφισβήτηση της εξαρτημένης μισθωτής εργασίας, η οποία εκδηλώνεται σε τρεις άξονες, στην απασχόληση, στις αποδοχές και στον χρόνο εργασίας. Ο στόχος και στις τρεις περιπτώσεις είναι η μείωση του κόστους εργασίας. Αυτές οι αλλαγές θεωρήθηκαν αναγκαίες σύμφωνα με το νεοφιλελεύθερο δόγμα για να οδηγήσουν σε επενδύσεις και αύξηση της παραγωγής και της απασχόλησης, αλλά, όπως σημειώνει ο Λέανδρος (2012, σελ. 201):

«Είχαν αντίθετα αποτελέσματα και έχουν οδηγήσει σε κοινωνική ύφεση και σταδιακή διόγκωση των μακροοικονομικών ανισορροπιών. Η αύξηση του δημόσιου και του ιδιωτικού χρέους στις περισσότερες χώρες του καπιταλιστικού κέντρου συνδέεται με τις αλλαγές στις χρηματοπιστωτικές αγορές και την ένταση της κερδοσκοπίας, αλλά οφείλεται και στις προσπάθειες να ενισχυθεί η ζήτηση και να διατηρηθούν πρότυπα κατανάλωσης που έπαψαν να είναι βιώσιμα λόγω της μείωσης των εισοδημάτων που προέρχονται από τη μισθωτή εργασία».

Η κατάσταση την οποία περιγράφουμε, έγινε χειρότερη από το 2008 και μετά με το ξέσπασμα τη παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, η οποία ξεκίνησε στις 15

Σεπτεμβρίου 2008 με την κατάρρευση της *Lehman Brothers*, της τέταρτης μεγαλύτερης επενδυτικής τράπεζας των ΗΠΑ. Όπως αναφέρει ο Λέανδρος (2012), ένα επί μέρους φαινόμενο όπως ήταν οι απώλειες που είχαν σχέση με τα ενυπόθηκα στεγαστικά δάνεια υψηλού κινδύνου, λόγω των ανισορροπιών που είχε συσσωρεύσει η νεοφιλελεύθερη διαχείριση της οικονομίας οδήγησαν σε πιστωτική κρίση και στη συνέχεια σε παγκόσμια οικονομική κρίση με βαθιά ύφεση. Ο Βατικιώτης (2010) τονίζει ότι η κρίση στην αγορά των στεγαστικών δανείων ήταν η θρυαλλίδα, αφού στην πραγματικότητα ήταν ένα ακόμη επεισόδιο που εξελίχθηκε σε βαριά υποτροπή της κρίσης που ξέσπασε το 1973 και σηματοδότησε το τέλος των «τριάντα ένδοξων χρόνων» μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο με περιόδους ανάκαμψης που δεν ανέκοψαν την καθοδική πορεία.

Κατά τους Κολλίντζα, Ψαλιδόπουλο, Καραμούζη & Χαρδούβελι (2009), τα αίτια της κρίσης μπορούν να συνοψιστούν στο ότι η παγκοσμιοποίηση των οικονομιών και των αγορών χρήματος και κεφαλαίου και η διεθνοποίηση των χρηματοπιστωτικών δραστηριοτήτων δεν συνοδεύτηκαν από τις κατάλληλες μακροοικονομικές πολιτικές, την εποπτεία και τη δημιουργία ρυθμιστικού πλαισίου λειτουργίας του διεθνούς χρηματοπιστωτικού χώρου, ενώ δεν έγιναν αντιληπτοί οι συστημικοί κίνδυνοι που προέκυψαν από την αλόγιστη ανάπτυξη του χώρου αυτού με αποτέλεσμα οι ζημιές του κλάδου να επιβαρύνουν τους φορολογούμενους πολίτες. Ο Κολλίντζας κ.ά (2009) αναφέρει ακόμη ότι η οικονομική κρίση οδήγησε σε κάθετη μείωση των χρηματοδοτήσεων της οικονομίας και του παγκόσμιου εμπορίου, ενώ οι επιχειρήσεις εκτιμώντας ότι η ζήτηση θα μειωθεί προχώρησαν σε μείωση των αποθεμάτων, απολύσεις προσωπικού και μειώσεις κόστους και παραγωγής με αποτέλεσμα η ανεργία να αυξάνεται σε σύντομο χρονικό διάστημα. Έτσι, η μεγαλύτερη ίσως κρίση που βίωσε η ανθρωπότητα μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, είχε σοβαρότατες επιπτώσεις στις εργασιακές σχέσεις.

Οι αλλαγές που σημειώθηκαν στη δεκαετία του 1980 και του 1990 ήταν καταλυτικές για τις εργασιακές σχέσεις. Εντός αυτών των δύο δεκαετιών και υπό το πρίσμα μιας σειράς αλλαγών (παγκοσμιοποίηση, οικονομική κρίση) τα πράγματα οδηγήθηκαν σε μια σταδιακή απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων, η οποία σύμφωνα με την Καρακιουλάφη (2012) έγινε ορατή στην οργάνωση και διεύθυνση της εργασίας και της προστασίας των εργαζομένων και εκφράστηκε μέσα από τάσεις όπως την αποκέντρωση της συλλογικής διαπραγμάτευσης, την ελαστικοποίησης της εργασίας και της υπονόμευσης κοινωνικών κεκτημένων. Όλα αυτά τείνουν να

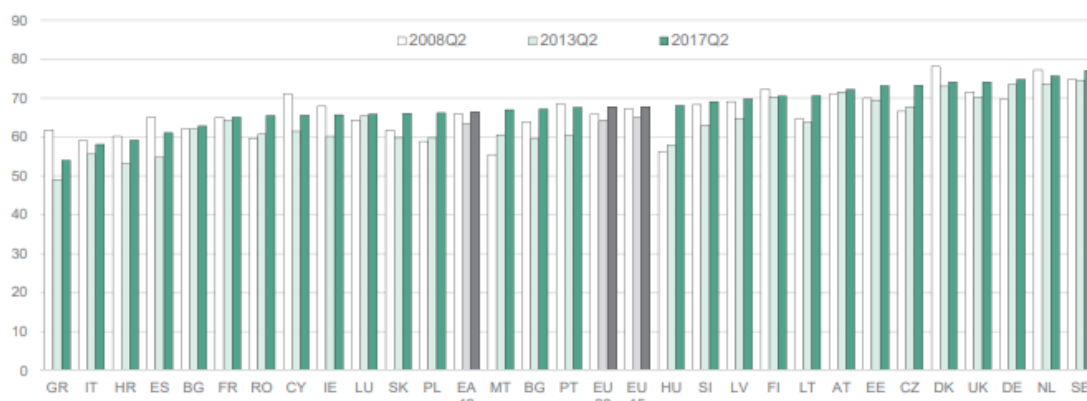
παγιωθούν και σχεδόν μια δεκαετία μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, δεν έχει σημειωθεί παρά ελάχιστη βελτίωση στις εργασιακές σχέσεις και την αγορά εργασίας, όπως απεικονίζεται και στην ετήσια έκθεση του *Ινστιτούτου των Ευρωπαϊκών Συνδικάτων (European Trade Union Institute) Benchmarking Working Europe 2018* για τις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στην οποία αναφέρεται ότι:

«Η οικονομική ανάκαμψη, αν και εύθραυστη, έχει επιφέρει βελτιώσεις στα ποσοστά απασχόλησης και αντίστοιχη μείωση της ανεργίας. Οι δείκτες της αγοράς εργασίας ανακάμπτουν σε επίπεδα προ της κρίσης, αλλά ενώ η ανεργία μειώνεται, παραμένουν υψηλά τα ποσοστά εργασίας με λιγότερο ευνοϊκούς όρους και συνθήκες για τους εργαζόμενους που αναγκάζονται να αναλαμβάνουν θέσεις απασχόλησης ενάντια στις προτιμήσεις τους και να εργάζονται κάτω από τα επίπεδα προσόντων τους».

Σύμφωνα με την έκθεση, οι εξελίξεις στην αγορά εργασίας στους 28 της Ευρωπαϊκής Ένωσης δείχνουν μέχρι και το 2017 ότι σε κάποιες χώρες το ποσοστό απασχόλησης επιστρέφει στα προ κρίσης επίπεδα, αλλά σε κάποιες άλλες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, παραμένει σε επίπεδα χαμηλότερα και από τα 2008 που ξεκίνησε η κρίση (διάγραμμα 5.1).

Διάγραμμα 5.1

Ποσοστά απασχόλησης στις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2008, 2013 και 2017



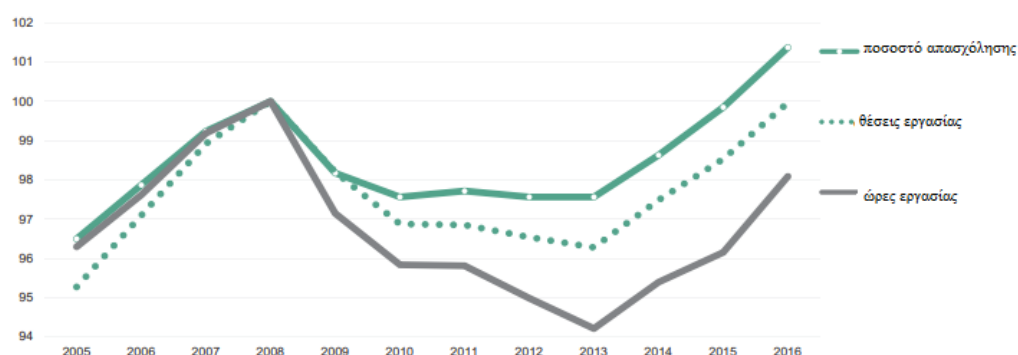
Πηγή: Eurostat-Benchmarking Working Europe 2018, <file:///C:/Users/%CE%A3%CF%89%CF%84%CE%AE%CF%81%CE%B7%CF%82/Downloads/BENCHMARKING+2018+Web.pdf>

Όπως προκύπτει από το διάγραμμα 5.1, η Ελλάδα, είχε το χαμηλότερο ποσοστό απασχόλησης το 2013 και το 2017, κάτι που δεν ίσχυε το 2008 όταν ξέσπασε η οικονομική κρίση. Στο διάγραμμα 5.2 απεικονίζεται το ποσοστό

απασχόλησης συγκρινόμενο με τις θέσεις εργασίας και τον όγκο της εργασίας (ώρες εργασίας) την περίοδο 2005 -2016 στις 28 χώρες της Ε.Ε . Όπως φαίνεται, υπάρχει σαφής ανάκαμψη και των τριών δεικτών.

Διάγραμμα 5.2

Σύγκριση των μεταβολών του ποσοστού εργασίας με τις θέσεις εργασίας και τις ώρες εργασίας στην Ε.Ε. 2005-2016

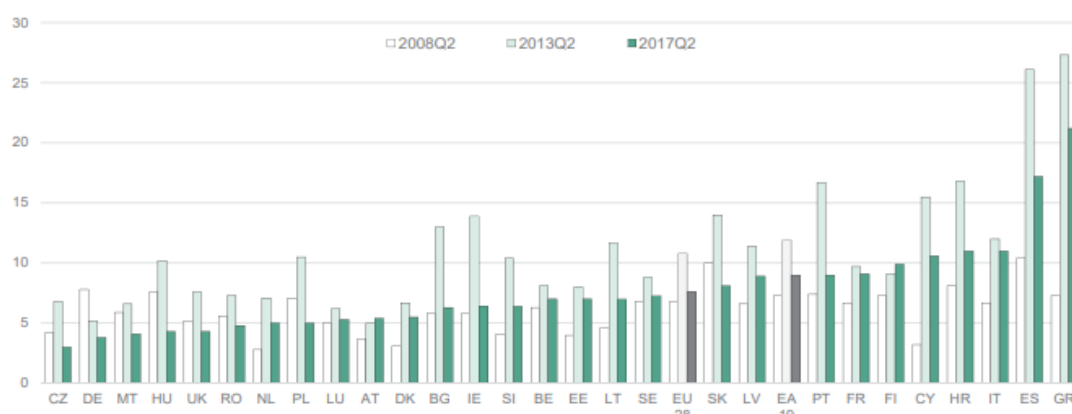


Πηγή: Eurostat-Benchmarking Working Europe 2018, <file:///C:/Users/%CE%A3%CF%89%CF%84%CE%AE%CF%81%CE%B7%CF%82/Downloads/BENCHMARKING+2018+Web.pdf>

Όσον αφορά την ανεργία στην Ε.Ε., η ίδια έρευνα δείχνει πως από το 2013 και μετά η ανεργία σημειώνει σταθερή μείωση και μάλιστα μεταξύ 2013 και 2017 μειώθηκε σε όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης εκτός από την Αυστρία και τη Φινλανδία (διάγραμμα 5.3). Η Ελλάδα παραμένει παρά τη μείωση, η χώρα με την υψηλότερη ανεργία στην Ε.Ε. το 2017, κάτι που συνέβαινε και το 2013, αλλά όχι το 2008 πριν την οικονομική κρίση.

Διάγραμμα 5.3

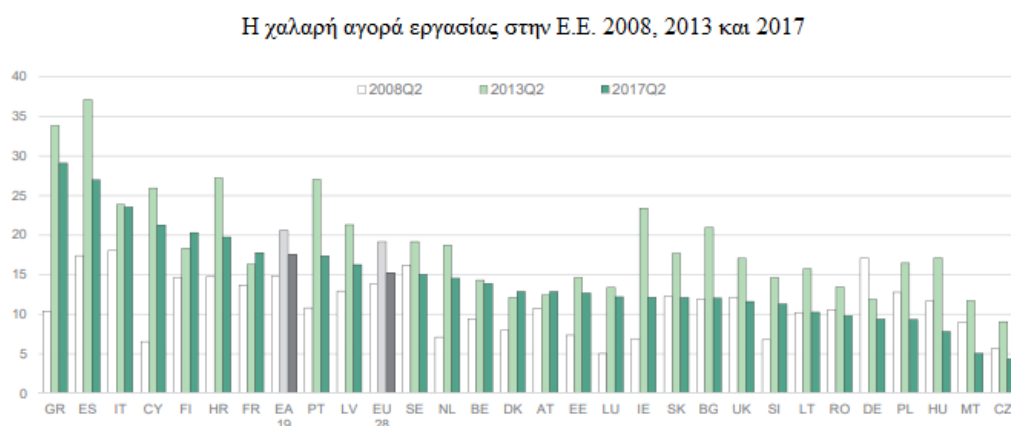
Ποσοστό ανεργίας στις χώρες της Ε.Ε., 2008, 2013 και 2017



Πηγή: Eurostat- Benchmarking Working Europe 2018, <file:///C:/Users/%CE%A3%CF%89%CF%84%CE%AE%CF%81%CE%B7%CF%82/Downloads/BENCHMARKING+2018+Web.pdf>

Η μείωση της ανεργίας που περιγράψαμε προηγουμένως, βέβαια, οφείλεται εν πολλοίς στην ελαστικοποίηση της εργασίας. Αυτό προκύπτει από την ετήσια έκθεση του *Ινστιτούτου των Ευρωπαϊκών Συνδικάτων (European Trade Union Institute) Benchmarking Working Europe 2018* για τις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και επιβεβαιώνει τα όσα έχουν ήδη περιγραφεί για την ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων και την υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας. Στο διάγραμμα 5.4 απεικονίζεται αυτή η ελαστικοποίηση της εργασίας στις 28 χώρες της Ε.Ε. τα έτη 2008, 2013 και 2017, η οποία διαφέρει από χώρα σε χώρα, με την Ελλάδα να κατέχει την πρώτη θέση και στις ελαστικές μορφές εργασίας. Στη μέτρηση αυτή ελήφθησαν υπόψη οι άνεργοι και οι υποαπασχολούμενοι και σύμφωνα με τα αποτελέσματά της, η χαλαρή εργασία στην Ε.Ε. των 28 ήταν 14% το 2008, ανέβηκε στο 19,3% το 2013 και μειώθηκε στο 16,6% από το δεύτερο τέταρτο του 2017.

Διάγραμμα 5.4



Πηγή: Eurostat-Benchmarking Working Europe 2018,
<file:///C:/Users/%CE%A3%CF%89%CF%84%CE%AE%CF%81%CE%B7%CF%82/Downloads/BENCHMARKING+2018+Web.pdf>

Τα ευρήματα της ετήσιας έκθεσης του *Ινστιτούτου των Ευρωπαϊκών Συνδικάτων (European Trade Union Institute) Benchmarking Working Europe 2018*, επιβεβαιώνουν όσα αναφέρθηκαν στην αρχή της παρούσας ενότητας για την υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας και την ελαστικοποίηση της εργασίας. Τα φαινόμενα εντάθηκαν ιδιαίτερα τα πρώτα χρόνια μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης το 2008. Όπως έδειξε η έρευνα για τις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, από το 2013 και μετά οι εξελίξεις στην αγορά εργασίας στους 28 της Ε.Ε. δείχνουν τάσεις επιστροφής στα προ κρίσης επίπεδα, αλλά με εντελώς διαφορετικά χαρακτηριστικά. Η ανεργία για παράδειγμα καταγράφει γενικευμένη πτώση που σε μεγάλο βαθμό οφείλεται στις χαλαρές μορφές εργασίας, η επικράτηση των οποίων είναι αποτέλεσμα των νεοφιλελεύθερων πολιτικών που εφαρμόστηκαν μετά το 1980. Γενικότερα μπορεί να υποστηριχθεί ότι οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές που εφαρμόζονται από τις αρχές τη δεκαετίας του 1980 και οι οποίες εντάθηκαν με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης έχουν προκαλέσει σημαντικές επιπτώσεις στις εργασιακές σχέσεις παγκοσμίως.

5.4 Οι επιπτώσεις από τις παγκόσμιες αλλαγές και την εφαρμογή των μνημονίων στην ελληνική αγορά εργασίας

Τα όσα κατεγράφησαν για τις εργασιακές σχέσεις στην Ελλάδα στην έρευνα του *Ινστιτούτου των Ευρωπαϊκών Συνδικάτων* και η δυσκολία ανάκαμψης και επαναφοράς στα προ κρίσης μεγέθη, δείχνουν κατά ένα μέρος την ένταση με την οποία η οικονομική κρίση χτύπησε τη χώρα μας. Προκειμένου η Ελλάδα να αντεπεξέλθει στην οικονομική κρίση, στην κρίση χρέους που αντιμετώπισε, όπως, βέβαια, και άλλες χώρες της Ε.Ε. ως αποτέλεσμα της παγκοσμιοποίησης των αγορών και της νεοφιλελεύθερης αναμόρφωσης του καπιταλισμού, προσέφυγε τον Μάιο του 2010 σε τριμερή μηχανισμό στήριξης (Τρόικα) που δημιούργησε το *Ευρωπαϊκό Συμβούλιο* της 25^{ης} Μαρτίου 2010 και ο οποίος αποτελείτο από το *Διεθνές Νομισματικό Ταμείο*, την *Ευρωπαϊκή Ένωση* και την *Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα*.

Για τον τρόπο με τον οποίο η οικονομική κρίση του 2008 χτύπησε τη χώρα μας, ο Λεάνδρος (2012), τονίζει ότι η Ελλάδα βρίσκεται από τις αρχές του 2010 στη δίνη μιας δομικής κρίσης που είναι μέρος της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, αλλά και αποτέλεσμα των διαρθρωτικών αδυναμιών της ελληνικής οικονομίας και των λάθος επιλογών της πολιτικής ελίτ, ειδικά μετά την ένταξη στο ευρώ. Το πρόγραμμα δημοσιονομικής εξυγίανσης που επιβλήθηκε στην Ελλάδα από το μηχανισμό στήριξης είχε ως άξονες την δημοσιονομική εξυγίανση και την εσωτερική υποτίμηση που οδήγησαν σε οριζόντια μείωση των εισοδημάτων μισθωτών και συνταξιούχων και σε υποβάθμιση της εργασίας, η οποία έπληξε και συνεχίζει να πλήττει την οικονομική δραστηριότητα.

Ο Κουζής (2016) από την πλευρά του, αναφέρει ότι αλλαγές που συντελούνται στην ελληνική αγορά εργασίας με αφορμή την οικονομική κρίση και τα μνημόνια και οι οποίες οδηγούν στην απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων δεν συνιστούν κεραυνό εν αιθρία, αλλά έχουν ξεκινήσει εδώ και 20 χρόνια από εθνικούς και υπερθνικούς πολιτικούς και οικονομικούς κύκλους, με άξονα την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και τη μείωση του εργασιακού κόστους και βασικό εργαλείο την υποστήριξη της ευελιξίας της εργασίας. Προσθέτει πως με αφορμή το μνημόνιο ελήφθησαν σκληρά μέτρα που δεν ήταν δυνατόν να νομοθετηθούν πριν, έγιναν ακραίες παρεμβάσεις σε βάρος της μισθωτής εργασίας και χάθηκαν χιλιάδες θέσεις εργασίας. Πρόκειται για δεκαετίες απορρύθμισης του εργασιακού τοπίου στην Ελλάδα που ολοκληρώθηκε με την επιβολή των μνημονίων και η οποία έπληξε τη μισθωτή εργασία, καθιέρωσε τις ευέλικτες μορφές εργασίας και δημιούργησε μια

κουλτούρα αποδοχής των παραβιάσεων των εργασιακών δικαιωμάτων υπό το φόβο της απόλυσης. Αυτές οι αλλαγές κατά τον Κουζή (2016 & 2010) που ξεκίνησαν από το 1990 και ολοκληρώθηκαν με την επιβολή των μνημονίων, συνίστανται στα εξής:

- Υποβάθμιση του ρόλου της πλήρους και σταθερής απασχόλησης υπέρ των ευέλικτων μορφών εργασίας που συνεπάγονται περιορισμένες αμοιβές και δικαιώματα.
- Απορρύθμιση του συστήματος των συλλογικών συμβάσεων με τη γενικότερη αποδόμηση της αρχής της ευνοϊκότερης ρύθμισης, κατάργηση του κατώτατου μισθού και αποδυνάμωση του θεσμού της διαιτησίας.
- Αποδιάρθρωση του τρόπου διαμόρφωσης των συλλογικών συμβάσεων και του τρόπου καθορισμού των αποδοχών, στην ελαστικοποίηση του χρόνου εργασίας με την απόλυτη προσαρμογή του στις ανάγκες της επιχείρησης.
- Αμβλυνση των όρων της προστασίας από τις απολύσεις (απελευθέρωση του συστήματος των ομαδικών και ατομικών απολύσεων) και στη σύγκλιση του εργασιακού καθεστώτος του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα με όρους συνολικής υποβάθμισης.
- Ανάπτυξη του θεσμού των εργολαβιών με την παραχώρηση δραστηριοτήτων σε τρίτους.
- Αλλαγή στις εργασιακές σχέσεις και λόγω των εκτεταμένων ιδιωτικοποιήσεων με την κατάργηση θεσμών συλλογικής εκπροσώπησης και κοινωνικού ελέγχου στις ΔΕΚΟ.

Τα αποτελέσματα των παρεμβάσεων αυτών είχαν πολλές και αρνητικές συνέπειες για τους εργαζόμενους, αλλά και συνολικά για την ελληνική κοινωνία. Οι συνέπειες αυτές μπορούν να συνοψιστούν, όπως σημειώνει και ο Κουζής (2016), στα εξής:

- Διόγκωση της ανεργίας.
- Βίαια συρρίκνωση των μισθών.
- Διόγκωση του φαινομένου της υποχώρησης της πλήρους απασχόλησης υπέρ των ευέλικτων μορφών απασχόλησης.
- Εκτίναξη του ποσοστού της ανασφάλιστης εργασίας.
- Φορολογική αφαίμαξη των μέσων και χαμηλών εισοδημάτων.
- Μείωση των παροχών του κράτους πρόνοιας.
- Αύξηση του ποσοστού της φτώχειας και των αστέγων.
- Αύξηση των αυτοκτονιών που οφείλονται στην οικονομική κρίση.

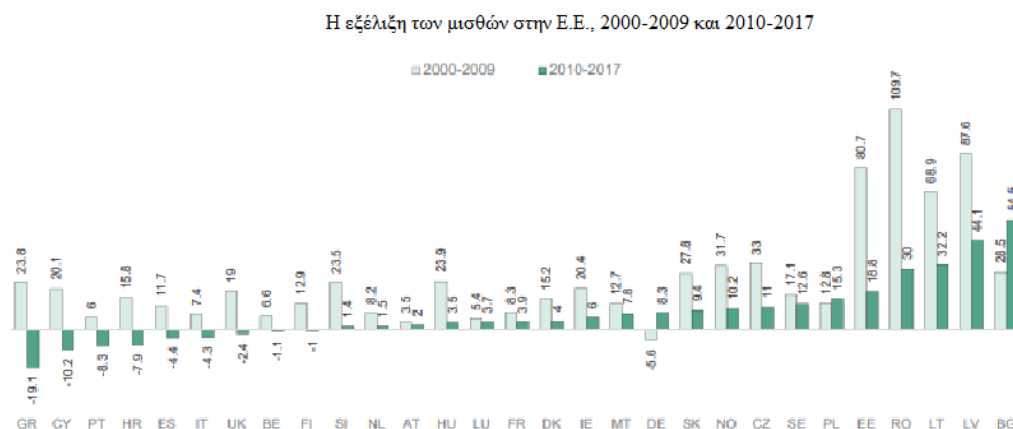
- Μείωση της αγοραστικής ικανότητας των πολιτών.
- Αναζήτηση εργασίας στο εξωτερικό.
- Απορρύθμιση του εργατικού δικαίου και αφαίρεση μεγάλου μέρους των προστατευτικών για τους εργαζόμενους διατάξεων.

Οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές, μεταβάλλουν ριζικά το μεταπολεμικό πρότυπο των εργασιακών σχέσεων και της μισθωτής εργασίας, όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και διεθνώς. Στη χώρα μας, όμως που οι πολιτικές ευελιξίας της εργασίας και μείωσης του μισθολογικού κόστους έχουν ξεκινήσει από τη δεκαετία του 1990, οι πολιτικές των μνημονίων αποτέλεσαν το μεγάλο άλλοθι για την εφαρμογή μέτρων που κατά καιρούς είχαν εφαρμοστεί σκόρπια σε άλλες χώρες, αλλά στην Ελλάδα επιβλήθηκαν ενιαία και συνολικά. Έτσι, δεν μπορεί να μην συμφωνήσει κανείς με τη διαπίστωση του Κουζή (2016, σελ. 18) που σημειώνει ότι:

«Το ελληνικό παράδειγμα της περιόδου της κρίσης και των μνημονίων και η παγίωση των αποτελεσμάτων που συνεπάγονται τα μέτρα για την αγορά εργασίας συνιστούν και ένα πείραμα αναφορικά με τις σχεδιαζόμενες γενικότερες αλλαγές στην ευρωπαϊκή αγορά εργασίας. Ως ακραία έκφραση, μάλιστα, απορρύθμισης των εργασιακών σχέσεων ίσως αποτελεί και πείραμα εργασιακής κινεζοποίησης χωρών του ευρωπαϊκού νότου με ιδιαίτερα, μάλιστα, εκπαιδευμένο εργατικό δυναμικό στο πλαίσιο μιας συνολικότερης απορρύθμισης της εργασίας στην Ευρώπη».

Ένα από τα βασικά μέτρα που επιβλήθηκαν στην Ελλάδα με τα μνημόνια, ήταν η μείωση των μισθών, η οποία όπως έδειξε η έρευνα του *Ινστιτούτου των Ευρωπαϊκών Συνδικάτων (European Trade Union Institute) Benchmarking Working Europe 2018* και απεικονίζεται στο διάγραμμα 5.5, ήταν η μεγαλύτερη που κατεγράφη στην Ευρωπαϊκή Ένωση την περίοδο 2010-2017 παρ' ότι και σε άλλες χώρες εφαρμόστηκαν μνημόνια.

Διάγραμμα 5.5



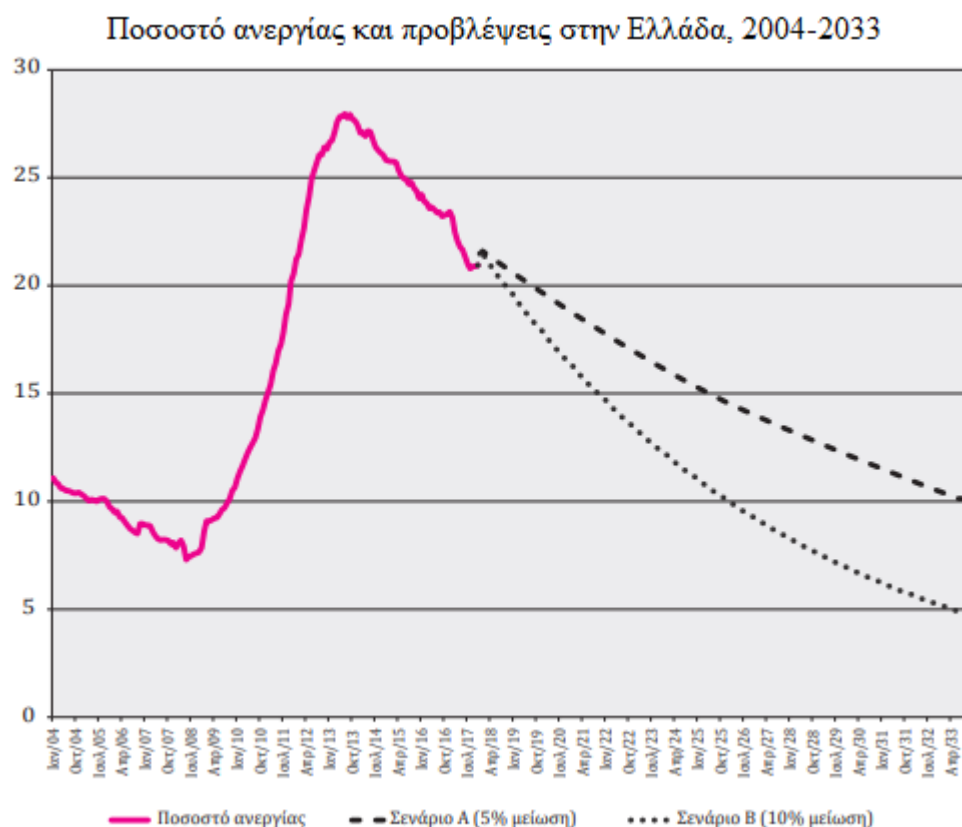
Όλα τα παραπάνω, δημιούργησαν ένα εντελώς νέο εργασιακό τοπίο στη χώρα μας, το οποίο όχι μόνο δεν άλλαξε, αλλά επεκτάθηκε με τις προβλέψεις του τρίτου μνημονίου που υπεγράφη το 2015. Το μνημόνιο αυτό δεν διατήρησε απλά τις προβλέψεις των δύο πρώτων μνημονίων το 2010 και το 2012, αλλά τις ενίσχυσε σημαντικά. Όπως αναφέρει ο Κουζής (2016), η υπογραφή του τρίτου μνημονίου επέφερε δύο νέα στοιχεία αναφορικά με την εργασία, το πρώτο είναι ότι δεν άφηνε κανένα περιθώριο ανατροπής της γενικευμένης εργασιακής απορρύθμισης που επέβαλλαν τα δύο πρώτα μνημόνια και το δεύτερο, ότι άνοιξε το δρόμο για πρόσθετες νομοθετικές παρεμβάσεις που αποσκοπούν στην πλήρη αποδιοργάνωση και αποδόμηση του όλου πλαισίου που διέπει το περιεχόμενο των ατομικών και συλλογικών εργασιακών σχέσεων, καταργώντας και το εναπομείναν προστατευτικό πλαίσιο για την εργασία.

Τα συμπεράσματα αυτά επιβεβαιώνει και η ετήσια έκθεση του Ινστιτούτου Εργασίας της ΓΣΕΕ (ΙΝΕ -ΓΣΕΕ) του 2018 που αναφέρεται στην κατάσταση στη χώρα μέχρι και το 2017. Στην έκθεση αναφέρεται πως τα σωρευτικά αποτελέσματα δέκα χρόνων κρίσης, τόσο σε οικονομικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο, η συνεχιζόμενη πολιτική δημοσιονομικής λιτότητας και η αποδόμηση του πλαισίου των εργασιακών σχέσεων συγκροτούν ένα βαθιά προβληματικό περιβάλλον για τον κόσμο της εργασίας. Επιπλέον, γίνεται λόγος για αποκλιμάκωση της ανεργίας στην Ελλάδα, αλλά με ραγδαία αύξηση των ευέλικτων μορφών απασχόλησης (αύξηση 39% το διάστημα 2011-2017) κάτι που θα μπορούσε να θεωρηθεί ως η πιο σημαντική εξέλιξη όσον αφορά τη δομή της απασχόλησης και της αγοράς εργασίας.

Όπως αναφέρεται στην έρευνα του ΙΝΕ -ΓΣΕΕ, με βάση τα τελευταία στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, οι άνεργοι κατά το γ' τρίμηνο του 2017 ανήλθαν σε 970 χιλιάδες άτομα (20,2% του εργατικού δυναμικού) έναντι 1.092.589 ανέργων (22,6% του εργατικού δυναμικού) το αντίστοιχο τρίμηνο του 2016. Πρέπει να σημειωθεί, πως το χειρότερο έτος από πλευράς ανεργίας ήταν το 2013 όταν η ανεργία στη χώρα μας έφθασαν τους 1.327.500 ή ποσοστό 27,8%, ενώ το 2011 ήταν 968.000 ή 17,9%. Σημειώνεται ακόμη ότι το ποσοστό των μακροχρόνια ανέργων (άνω του ενός έτους)

στο σύνολο των ανέργων ανέρχεται σταθερά από το 2013 και μετά σε ποσοστό άνω του 70%. Η έκθεση παρουσιάζει ως ιδιαίτερα θετικό το γεγονός ότι στο δεύτερο μισό του 2017 ο ρυθμός αποκλιμάκωσης του ποσοστού ανεργίας εμφανίζεται σημαντικά αυξημένος και αναφέρει ότι την περίοδο 2014-2016 ο μέσος ρυθμός υποχώρησης της ανεργίας ήταν περίπου 5% από έτος σε έτος, γεγονός που οδηγεί σε πρόβλεψη μείωσης της ανεργίας κάτω από 10% στις αρχές της δεκαετίας του 2030. Αντίθετα, κατά το β' εξάμηνο του 2017 ο ρυθμός αποκλιμάκωσης της ανεργίας εμφανίζεται αυξημένος σε 10%, γεγονός που διαμορφώνει ένα θετικότερο σενάριο υποχώρησης της ανεργίας κάτω από 10% στα μέσα της δεκαετίας του 2020. Στο διάγραμμα 5.6 απεικονίζεται η εξέλιξη της ανεργίας στην Ελλάδα από το 2004 και οι προβλέψεις για το μέλλον.

Διάγραμμα 5.6



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΙΝΕ-ΓΣΕΕ (2018), <https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2018/03/ETHSIA-EKTHESI-2018-INE-GSEE-H-ELLINIKH-OIKONOMIA-KAI-H-APASXOLISH.pdf>

Για την απασχόληση, στην έρευνα αναφέρεται ότι το ποσοστό των απασχολουμένων στο σύνολο του πληθυσμού εργάσιμης ηλικίας κατά το γ' τρίμηνο

του 2017 ανήλθε σε 54,6%. Το ποσοστό αυτό είναι αυξημένο σε σχέση με το χαμηλότερο σημείο που καταγράφηκε κατά τη διάρκεια της κρίσης (48,4% το δ' τρίμηνο του 2013), αλλά σημαντικά χαμηλότερο από τα προ κρίσης επίπεδα (61,8% το γ' τρίμηνο του 2008). Σύμφωνα με τα στοιχεία του πληροφοριακού συστήματος του υπουργείου Εργασίας *ΕΡΓΑΝΗ* που συμπεριλαμβάνονται στην έρευνα, το 2017 το ισοζύγιο μεταξύ των προσλήψεων και των αποχωρήσεων είναι θετικό, καθώς ο αριθμός των νέων θέσεων εργασίας ανήλθε σε 143.545. Την τελευταία πενταετία το θετικό ισοζύγιο σωρευτικά ανέρχεται σε 612.115 νέες θέσεις εργασίας, υπερκαλύπτοντας κατά 318.007 θέσεις το αντίστοιχο σωρευτικό αρνητικό ισοζύγιο των 294.108 θέσεων οι οποίες απωλέσθηκαν την τριετία 2010-2012.

Δύο ακόμη πολύ σημαντικά ευρήματα από την έκθεση του *ΙΝΕ-ΓΣΕΕ* είναι η αδήλωτη εργασία και ο κατώτατος μισθός. Για το μεν πρώτο, στην έκθεση αναφέρεται ότι προϋπήρχε της οικονομικής κρίσης και χρήζει ιδιαίτερης προσοχής, διότι πέρα από την απώλεια δημόσιων εσόδων, οδηγεί αφενός σε στρεβλώσεις του ανταγωνιστικού πλαισίου και αφετέρου πλήττει ιδιαίτερα τα πιο ευάλωτα στρώματα των εργαζομένων, τους ανέργους, τους νέους και τους οικονομικούς μετανάστες. Όπως αναφέρεται, σύμφωνα με έκθεση της Κομισιόν για την αδήλωτη εργασία στην Ελλάδα, η παραοικονομία, η οποία εκτιμάται στο 25% του ΑΕΠ, αποτελεί την κύρια πηγή της αδήλωτης εργασίας, η πλειονότητα της οποίας συγκεντρώνεται στους κλάδους της αγροτικής οικονομίας, των κατασκευών, του εμπορίου και του τουρισμού, ενώ σε ελέγχους που διενεργήθηκαν από κοινού από το *Σώμα Επιθεωρητών Εργασίας (ΣΕΠΕ)* και τον *Ενιαίο Φορέα Κοινωνικής Ασφάλισης (ΕΦΚΑ)* για το 2016 σε 5.577 επιχειρήσεις από τις 34.241 που ελέγχθηκαν (16,3%) καταγράφηκαν αδήλωτοι εργαζόμενοι.

Το δεύτερο σημαντικό εύρημα είναι ο κατώτατος μηνιαίος μισθός. Σύμφωνα με την έρευνα, ο κατώτατος μηνιαίος μισθός σε απόλυτα μεγέθη στην Ε.Ε. κυμαίνεται:

- Μεταξύ 1.401 και 1.999 ευρώ σε μια πρώτη ομάδα χωρών, που αποτελείται από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, τη Γαλλία, το Βέλγιο, την Ολλανδία, την Ιρλανδία και το Λουξεμβούργο,
- Μεταξύ 677 και 859 ευρώ σε μια δεύτερη ομάδα χωρών, που αποτελείται από την Πορτογαλία, την Ελλάδα, τη Μάλτα, τη Σλοβενία και την Ισπανία,

- Μεταξύ 261 και 503 ευρώ στην τρίτη ομάδα χωρών (υπόλοιπα νέα κράτη-μέλη της ΕΕ, χώρες της κεντρικής και της ανατολικής Ευρώπης).

Στην Ελλάδα ο κατώτατος μεικτός μηνιαίος μισθός από την 1^η Φεβρουαρίου 2019 ανέρχεται σε 650 ευρώ (μεικτά)¹⁰⁶ το μήνα από 586.08 ευρώ που ήταν την περίοδο των μνημονίων (αύξηση 11%) και 863 ευρώ το 2010, ενώ ταυτόχρονα, από την 1^η Φεβρουαρίου 2019 καταργήθηκε ο υποκατώτατος μισθός για τους νέους κάτω των 25 ετών που ήταν 510,97 ευρώ και πλέον θα αμείβονται και αυτοί με 650 ευρώ. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε χώρες οι οποίες είχαν μνημόνιο, έπειτα από μια περίοδο παγώματος ή χαμηλών ονομαστικών αυξήσεων, την τελευταία τριετία προχώρησαν σε αυξήσεις στον κατώτατο πραγματικό μισθό, στην Πορτογαλία (3,6% το 2015, 4,3% το 2016 και 3,5% το 2017) και στην Ιρλανδία (6% το 2016 και 0,8% το 2017). Στην έρευνα του *INE-ΓΣΕΕ* παρουσιάζονται στοιχεία της *Eurostat* σύμφωνα με τα οποία, ο κατώτατος πραγματικός μισθός αυξήθηκε σωρευτικά την περίοδο 2010-2017 ως εξής: 23,6% στη Σλοβενία, 11,4% στην Πορτογαλία, 4,4% στην Ιρλανδία, 3% στην Ισπανία και 1,9% στη Μάλτα, ενώ μειώθηκε κατά 24,7% στην Ελλάδα (ή κατά 34,4% για τους νέους κάτω των 25 ετών), πριν την αύξηση της 1^{ης} Φεβρουαρίου.

Συμπερασματικά, από τα όσα αναφέρθηκαν σε αυτή την ενότητα καταδεικνύονται οι μεταβολές που έχουν επέλθει στην αγορά εργασίας στη χώρα μας την περίοδο της οικονομική κρίσης και των μνημονίων. Τα νούμερα είναι ενδεικτικά μιας αγοράς που έχει χτυπηθεί με μεγάλη ένταση από την οικονομική κρίση, αλλά έχει μετασχηματιστεί και κατά τα νεοφιλελεύθερα πρότυπα. Ταυτόχρονα πρόκειται και για μία αγορά εργασίας με όλες τις διαρθρωτικές αδυναμίες που χαρακτηρίζαν και χαρακτηρίζουν την ελληνική οικονομία και είχαν ως αποτέλεσμα να βρεθεί η χώρα μας στη δίνη μιας παγκόσμιας οικονομικής κρίσης και να χτυπηθεί με την πολύ μεγάλη ένταση που χτυπήθηκε. Παρά την όποια ανάκαμψη δείχνουν τα στοιχεία στην αγορά εργασίας στην Ελλάδα, η κατάσταση παραμένει δύσκολη, αφού οι ελαστικές μορφές απασχόλησης επεκτείνονται ταχύτατα, οι συλλογικές συμβάσεις τείνουν να εξαφανιστούν και η μισθωτή εργασία υποβαθμίζεται ολοένα και περισσότερο.

¹⁰⁶ Στην Ευρώπη θεσμοθετημένος κατώτατος μισθός υπάρχει σήμερα σε 22 από τις 28 χώρες-μέλη της ΕΕ ύστερα από την καθιέρωσή του και στη Γερμανία το 2015. Οι έξι χώρες στις οποίες δεν υπάρχει θεσμοθετημένος κατώτατος μισθός είναι οι Αυστρία, Δανία, Σουηδία, Φινλανδία, Ιταλία και Κύπρος και σε αυτές ο κατώτατος μισθός προκύπτει από τις διαπραγματεύσεις των κοινωνικών εταίρων σε κλαδικό επίπεδο.

5.5 Οι επιπτώσεις σε εργασιακές σχέσεις και συνδικάτα στη δημοσιογραφία

Σε σχέση με όσα περιγράψαμε σε προηγούμενες ενότητες του παρόντος κεφαλαίου, σε αυτή την ενότητα θα επιχειρήσουμε να περιγράψουμε ορισμένες από τις επιπτώσεις της αποδιάρθρωση των εργασιακών σχέσεων στη δημοσιογραφία.¹⁰⁷ Όπως αναφέρει ο Örnebring (2009), η δημοσιογραφία ήταν και παραμένει μια επαγγελματική δραστηριότητα, η οποία έχει αποκτήσει διαφορετικά χαρακτηριστικά στη σημερινή ψηφιακή εποχή σε σχέση με 30 ή και 40 χρόνια πριν. Αυτό στο οποίο στέκεται ιδιαίτερα ο συγγραφέας είναι η εμπορευματοποίηση που παρατηρείται σήμερα στο επάγγελμα, την οποία από τη μία πλευρά ερμηνεύει ως την επιρροή που ασκεί στην ενημέρωση η επιχειρηματική της πτυχή και από την άλλη, ως τις ευρύτερες αλλαγές που έχουν σημειωθεί στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων (βραχυπρόθεσμες συμβάσεις και άλλες μορφές ευέλικτης απασχόλησης κ.λ.π.), τις οποίες έχουν επηρεάσει μια σειρά από παράγοντες, όπως η τεχνολογική αλλαγή και η απορρύθμιση της αγοράς εργασίας.

Όσον αφορά στην απορρύθμιση της αγοράς εργασίας στη δημοσιογραφία, ο Örnebring (2009) αναφέρει ότι η πιο προφανής συνέπεια στα ΜΜΕ είναι η σημαντική αποδυνάμωση των συνδικάτων. Επ' αυτού, ο Gall (1993) που εξέτασε την αγορά εργασίας και τα συνδικάτα των ΜΜΕ στο Ηνωμένο Βασίλειο, αναφέρει ότι παρατήρησε μια συστηματική αποδυνάμωση των συνδικάτων των δημοσιογράφων μέσω της απορρύθμισης της αγοράς, της αποκολεκτιβοποίησης και της εξατομίκευσης της εργασίας που συντηρούσαν συστηματικά οι εργοδότες, δικαίωμα που απέκτησαν από την απορρύθμιση των αγορών που είχε επιβάλει η κυβέρνηση. Άλλοι μελετητές, όπως οι Ursell (2004) και McKercher (2002) που μελέτησαν τα συνδικάτα των δημοσιογράφων στις ΗΠΑ και τον Καναδά, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η αποδυνάμωση των συνδικάτων λαμβάνει χώρα εκ παραλλήλου με το μετασχηματισμό της δημοσιογραφίας σε μαζικό επάγγελμα στο οποίο από τη μία πλευρά έχουν εισχωρήσει αρκετοί ελεύθεροι επαγγελματίες και από την άλλη, σύμφωνα με τους Becker, Stone, and Graf (1996), η υπερπροσφορά της εργασίας ρίχνει τους μισθούς, κάτι που σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση έχει οδηγήσει σε σημαντικές μειώσεις μισθών σε όλο τον κόσμο.

¹⁰⁷ Ανάλογο εγχείρημα έχει γίνει και στο 3^ο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής, στο οποίο επικεντρωθήκαμε στις επιπτώσεις του νέου επικοινωνιακού τοπίου.

Μία ακόμη διάσταση του εργασιακού μετασχηματισμού της δημοσιογραφίας που έχει οδηγήσει σε αποδυνάμωση των συνδικάτων, είναι οι νέες μορφές απασχόλησης. Όπως τονίζει ο Örnebring (2009), ο πολλαπλασιασμός των βραχυπρόθεσμων συμβάσεων και άλλων μορφών ευέλικτης απασχόλησης έχει αντίκτυπο στην οργανωτική και επαγγελματική ισορροπία του επαγγέλματος και έχει οδηγήσει στη μείωση της δύναμης των συνδικάτων. Η μείωση των μισθωτών που αποτελούν τα μέλη των συνδικάτων και η αύξηση των ελεύθερων επαγγελματιών (freelancers) στη δημοσιογραφία που εργάζονται κυρίως εξ' αποστάσεως (τηλεαπασχόληση), είναι προφανές ότι αδυνατίζει τη δύναμή τους και τις δυνατότητες παρέμβασής τους. Όπως σε όλα σχεδόν τα επαγγέλματα, έτσι και στη δημοσιογραφία, οι ευέλικτες μορφές απασχόλησης που αυξάνονται διαρκώς και αποτελούν μία από τις βασικές αιτίες αποδιάρθρωσης των εργασιακών σχέσεων και είναι συνδεδεμένες με την τεχνολογική εξέλιξη, έχουν οδηγήσει σε αποδυνάμωση των συνδικάτων και εξαιρετικά αρνητικές συνέπειες για τους δημοσιογράφους (απολύσεις, περικοπή μισθών, περιστολή εργασιακών δικαιωμάτων).

Για όλους αυτούς τους λόγους, τα συνδικάτα των MME αναζητούν τρόπους ενίσχυσης τους. Σε σεμινάριο που διοργάνωσε για τα ευρωπαϊκά συνδικάτα δημοσιογράφων η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Δημοσιογράφων στη Βαρκελώνη στις 20-22 Φεβρουαρίου 2019, τονίστηκε ότι ο στόχος πλέον είναι από τη μία η μετεξέλιξη των Ενώσεων Συντακτών σε συνδικάτα εργαζόμενων και εργατών Τύπου, να συμπεριλάβουν δηλαδή όλες τις κατηγορίες δημοσιογράφων (ιστοσελίδες, social media, freelancers, bloggers) και όλες τις ειδικότητες εργαζομένων/εργατών (τεχνικοί, διοικητικοί υπάλληλοι, φωτογράφοι, εργαζόμενοι ατελιέ, πιεστηρίων κ.λ.π.) σε ένα ενιαίο συνδικάτο, το οποίο θα διαθέτει πάρα πολλά μέλη και θα είναι ισχυρό. Στη Γαλλία έχει γίνει ένα ακόμη βήμα σε αυτή την κατεύθυνση, αφού εγγράφονται ως δημοσιογράφοι στις Ενώσεις Συντακτών και πολίτες που ασχολούνται με τη δημοσιογραφία, δηλαδή αναγνωρίζεται η «δημοσιογραφία των πολιτών». Επίσης, στο ίδιο σεμινάριο αναφέρθηκε πως θα πρέπει να υιοθετηθούν πολιτικές προσέλευσης νέων μελών (π.χ. εκπτώσεις σε διάφορα καταναλωτικά είδη, ατέλειες, δωρεάν είσοδος σε χώρους πολιτισμού και θεαμάτων) για να ενισχυθούν και να ισχυροποιηθούν τα συνδικάτα Τύπου και MME σε όλη τη Ευρώπη, στην οποία η εγγραφή είναι προαιρετική και δεν είναι υποχρεωτική, καθώς η ιδιότητα του μέλους της δημοσιογραφικής ένωσης δεν συνδέεται με την ασφάλιση και την ιατροφαρμακευτική περίθαλψη όπως συμβαίνει στην Ελλάδα.

Όλα όσο περιγράψαμε, ισχύουν απολύτως και στο υπέρτατο βαθμό στην αγορά εργασίας των ελληνικών Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, στην οποία η οικονομική κρίση που χτύπησε με πολύ μεγάλη ένταση τη χώρα μας, έχει οδηγήσει σε ένα εντελώς διαφορετικό τοπίο στην αγορά εργασίας των ΜΜΕ σε σχέση με την προ του 2010 κατάσταση. Ένα τοπίο στο οποίο κυριαρχεί, η πλήρης αποδιάρθρωση των εργασιακών σχέσεων, όπως θα επιχειρηθεί να επεξηγηθεί στο 7^ο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής.

Αυτό που θα αναφερθεί προς το παρόν, είναι η εμφανής αποδυνάμωση των Ενώσεων Συντακτών στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Η αποδυνάμωση αυτή είναι σε πολλές περιπτώσεις ποσοτική και μετρήσιμη. Για παράδειγμα, στις εκλογές της ΕΣΗΕΑ τα τελευταία χρόνια, οι δημοσιογράφοι μέλη της απέχουν, αφού αυτοί που ψηφίζουν είναι πολύ λιγότεροι από το συνολικό αριθμό των μελών. Έτσι, από τα 5.865 μέλη της ΕΣΗΕΑ το 2019¹⁰⁸ στις εκλογές της 13^{ης} Ιουνίου 2019 ψήφισαν μόνο οι 2.951, δηλαδή το 50,3% των μελών της Ένωσης, ενώ στις εκλογές της 26^{ης} και 27^{ης} Μαΐου του 2009, το τελευταίο έτος πριν την έναρξη της κρίσης στα ελληνικά ΜΜΕ, είχαν ψηφίσει 3.940 δημοσιογράφοι, μέλη της Ένωσης Συντακτών της Αθήνας. Είναι προφανές ότι με συμμετοχή μόνο των μισών από τα μέλη του στα εκλογές, το συνδικάτο χάνει τη δύναμή του και αδυνατίζει η διαπραγματευτική του ισχύς.

Παρ' ότι δεν υπάρχουν στοιχεία για το προφίλ αυτών που απέχουν από τις εκλογές και για τους ακριβείς λόγους που επιλέγουν την αποχή, θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε ότι τα υψηλά ποσοστά ανεργίας των τελευταίων ετών, η αλλαγή επαγγέλματος κάποιων δημοσιογράφων που έμειναν για χρόνια στην ανεργία, η μείωση των μισθών και η αποδιάρθρωση των συλλογικών διαπραγματεύσεων, ζητήματα στα οποία τα συνδικάτα των δημοσιογράφων στην Ελλάδα δεν κατέφεραν να αντιπαρατάξουν σχεδιασμένη πολιτική αντίδρασης, μπορούν να θεωρηθούν ως οι κυριότεροι λόγοι για τη μη συμμετοχή των μελών σε διαδικασίες όπως είναι οι εκλογές. Γενικά, η αποδιάρθρωση των εργασιακών σχέσεων φαίνεται πως έχει επηρεάσει σημαντικά τη δύναμη και την ισχύ των συνδικάτων των δημοσιογράφων στην Ελλάδα, αλλά και τον υπόλοιπο κόσμο, όπως ακριβώς συμβαίνει σε όλο το εργασιακό φάσμα και όπως είδαμε και σε προηγούμενη ενότητα του παρόντος κεφαλαίου. Ειδικά τα τελευταία χρόνια της τεχνολογικής αλλαγής που στη

¹⁰⁸ Στις 20 Σεπτεμβρίου 2019 ο αριθμός των μελών της ΕΣΗΕΑ ήταν συνολικά 5.865 δημοσιογράφοι, εκ των οποίων οι 1.258 συνταξιούχοι.

δημοσιογραφία έχει εισαχθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό η τηλεργασία, λόγω και της φύσης του επαγγέλματος, έχουν αυξηθεί σημαντικά οι ευέλικτες μορφές απασχόλησης που αποδυναμώνουν τα συνδικάτα.

5.6 Σύνοψη και συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρήσαμε μια γενική αναφορά στις εργασιακές σχέσεις και τα συνδικάτα και τις μεταβολές που έχουν επέλθει τα τελευταία χρόνια λόγω της νεοφιλελεύθερης μεταρρύθμισης του καπιταλισμού, της τεχνολογικής αλλαγής και της οικονομικής κρίσης. Αρχικά, επιχειρήθηκε μια θεωρητική προσέγγιση, από την οποία διαπιστώνεται ότι η εξάρτηση των εργασιακών σχέσεων με τα συνδικάτα έχει οδηγήσει μετά την αποδιάρθρωση των εργασιακών σχέσεων στην αποδυνάμωση των συνδικάτων. Καταλυτικό ρόλο σε αυτό διαδραμάτισαν η καθιέρωση ελαστικών μορφών απασχόλησης, σε συνδυασμό με τον περιορισμό της μισθωτής εργασίας και την αποδιάρθρωση των συλλογικών διαπραγματεύσεων.

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρήθηκε ακόμη η διερεύνηση των μεταβολών που έχουν επέλθει σε παράγοντες όπως η μισθωτή εργασία, η πλήρης απασχόληση και οι συλλογικές διαπραγματεύσεις. Τις τελευταίες δεκαετίες, ειδικά τη δεκαετία του 1980 και του 1990 που αποδείχθηκαν καταλυτικές για τις εργασιακές σχέσεις, η επιβολή νεοφιλελεύθερων πολιτικών έχει οδηγήσει σε υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας ως αποτέλεσμα της διατήρησης της ανεργίας σε υψηλά επίπεδα, της διάδοσης της μερικής απασχόλησης και της ελαστικοποίησης των εργασιακών σχέσεων. Στόχος των πολιτικών αυτών που εκδηλώνονται σε τρεις άξονες, στην απασχόληση, στις αποδοχές και τον χρόνο εργασίας, είναι η μείωση του κόστους εργασίας, αλλά αντί να οδηγήσουν σε επενδύσεις και αύξηση της παραγωγής και της απασχόλησης, είχαν αντίθετα αποτελέσματα και έχουν οδηγήσει σε κοινωνική ύφεση και σταδιακή διόγκωση των μακροοικονομικών ανισορροπιών.

Η κατάσταση έγινε χειρότερη από το 2008 και μετά με το ξέσπασμα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, η οποία χτύπησε με πολύ μεγάλη ένταση την Ελλάδα. Στη χώρα μας επιβλήθηκαν σκληρές πολιτικές δημοσιονομικής εξυγίανσης που μετέβαλλαν ριζικά το μεταπολεμικό πρότυπο των εργασιακών σχέσεων και της μισθωτής εργασίας. Πρόκειται για πολιτικές που είχαν ξεκινήσει εδώ και 20 χρόνια, με άξονα την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και τη μείωση του εργασιακού κόστους και βασικό εργαλείο την υποστήριξη της ευελιξίας της εργασίας, αλλά η οικονομική κρίση και τα τρία μνημόνια αποτέλεσαν το καλύτερο άλλοθι για την

πλήρη επιβολή τους. Έγιναν ακραίες παρεμβάσεις σε βάρος της μισθωτής εργασίας που οδήγησαν στην απώλεια χιλιάδων θέσεων εργασίας, σε υψηλή ανεργία, σε καθιέρωση ευέλικτων μορφών απασχόλησης και μαύρη εργασία και στη δημιουργία μιας κουλτούρας αποδοχής των παραβιάσεων των εργασιακών δικαιωμάτων υπό το φόβο της απόλυσης.

Όλα όσα περιγράφηκαν, ισχύουν σχεδόν σε όλα τα επαγγέλματα και στη δημοσιογραφία, στην οποία ισχύει επακριβώς το νέο αποδιαρθρωμένο εργασιακό τοπίο, τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε όλο τον κόσμο. Παρά την ανάκαμψη που δείχνουν τα στοιχεία για την ανεργία και την απασχόληση από το 2017, γενικά, αλλά και ειδικά στη δημοσιογραφία και τα ΜΜΕ, είναι προφανές ότι η κατάσταση δεν μπορεί να επανέλθει στα προ κρίσης επίπεδα άμεσα. Οι μισθοί παραμένουν σε χαμηλά επίπεδα και οι ευέλικτες μορφές απασχόλησης έχουν διατηρηθεί, δημιουργώντας ένα εντελώς νέο εργασιακό τοπίο και μια εντελώς νέα εργασιακή πραγματικότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΤΟ ΣΥΝΔΙΚΑΛΙΣΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΑ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

6.1 Η αρχή του οργανωμένου συνδικαλισμού των δημοσιογράφων

Στο παρόν κεφάλαιο θα επιχειρηθεί μια ανάλυση των συνδικάτων στο χώρο των ΜΜΕ και η καταγραφή του τοπίου του συνδικαλιστικού κινήματος των δημοσιογράφων στην Ελλάδα, δηλαδή των Ενώσεων Συντακτών, των Ενώσεων των άλλων εργαζομένων στα ΜΜΕ (διοικητικοί υπάλληλοι, τεχνικοί, φωτογράφοι κ.λπ.) και των ταμείων Τύπου, προκειμένου να υπάρξει μια συνολική εικόνα για τη σημερινή κατάσταση, αλλά και για το πώς διαρθρώνεται το συνδικαλιστικό κίνημα των μέντια. Αυτή η συνολική καταγραφή θα μας δώσει τη δυνατότητα να κατανοήσουμε καλύτερα το τοπίο και θα μας βοηθήσει σημαντικά και στην κατανόηση και όσων έχουμε αναφέρει έως τώρα, αλλά και των επομένων κεφαλαίων.

Αρχικά θα πρέπει να αναφέρουμε ότι γενικά, αλλά και ειδικά στα ΜΜΕ, το συνδικαλιστικό κίνημα στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από πολυδιάσπαση. Επίσης, το ελληνικό συνδικαλιστικό κίνημα, σηματοδεύτηκε από την ίδρυσή του από την εξέλιξη της πολιτικής κατάστασης του τόπου, η οποία σε κάποια διαστήματα μπορεί να ειπωθεί ότι χαρακτηριζόταν από τον μη ομαλό πολιτικό βίο, με αποτέλεσμα να έχουν παρατηρηθεί φαινόμενα κρατικών και εργοδοτικών παρεμβάσεων στην λειτουργία τους. Από το 1982, με το νόμο 1264 που ψήφισε η τότε κυβέρνηση του ΠΑΣΟΚ και με την καθιέρωση της απλής αναλογικής, θεωρείται ότι ξεκίνησε μια περίοδος εκδημοκρατισμού για τα συνδικάτα στη χώρα μας. Τη δράση των συνδικάτων, σε όλα τα επίπεδα (συνδικαλιστικό, θεσμικό, κλπ.), ανέκοψαν από το 2010 τα μνημόνια που οδήγησαν σε μειώσεις μισθών, εξαφάνιση της προστασίας των εργαζομένων, αύξηση της ανεργίας και της ανασφάλιστης εργασίας και πλέον η δράση τους συνεχίζεται με νέους όρους στην ατζέντα τους (Κατσορίδας, 2018).

Ειδικότερα στα ΜΜΕ, σχεδόν σε όλες τις χώρες η εκδοτική και εκτυπωτική βιομηχανία χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη ισχυρών συνδικάτων. Στην Ελλάδα, η οργάνωση των δημοσιογράφων σε σωματεία κατέστη επιτακτική ανάγκη λόγω του μεγάλου αριθμού εφημερίδων που κυκλοφορούσαν στη χώρα στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Τότε ήταν που η ανάπτυξη της εκδοτικής δραστηριότητας σήμαινε και την απασχόληση πολλών εργαζομένων (δημοσιογράφων, τεχνικών, διοικητικών υπαλλήλων) στις επιχειρήσεις του Τύπου. Έτσι, τέθηκε πιο οργανωμένα το θέμα των εργασιακών σχέσεων και η ανάγκη διεκδίκησης καλύτερων συνθηκών εργασίας και

άρα η ανάγκη συνδικαλιστικής οργάνωσης και δημιουργίας συνδικάτων. Συνδικαλιστική δράση των εργαζόμενων του Τύπου στην Ελλάδα, βέβαια, έχει καταγραφεί και νωρίτερα, το 1826 με την απεργία των τυπογράφων του επίσημου οργάνου της επαναστατικής κυβέρνησης, της *Γενικής Εφημερίδας της Ελλάδος* στο Ναύπλιο, διότι παρέμειναν απλήρωτοι για μεγάλο χρονικό διάστημα. Αργότερα, το 1882 οι τυπογράφοι της Αθήνας δημιούργησαν τον *Εργατικό Σύνδεσμο των Τυπογράφων*, τρία μόλις χρόνια μετά την ίδρυση του *Αδελφικού Συνδέσμου Ξυλουργών* του Ναυπηγείου Σύρου, της πρώτης συνδικαλιστικής οργάνωσης που εμφανίστηκε σε ελληνικό έδαφος (Κατσορίδας, 2018; Κουζής, 2007; Λεάνδρος, 1992).

Η πρώτη προσπάθεια για την ίδρυση συνδικάτου των δημοσιογράφων, όπως αναφέρει ο Λεάνδρος (1992), έγινε το 1902, αλλά ήταν ανεπιτυχής. Την 1η Μαρτίου 1904, όμως, ιδρύθηκε το *Συνδικάτο Τύπου* από τους εκδότες – διευθυντές των εφημερίδων της Αθήνας με σκοπό τη μη φορολόγηση του δημοσιογραφικού χαρτιού. Σύμφωνα με τον Μπακουνάκη (2014), το συνδικάτο αυτό ήταν η πρώτη συλλογικότητα στο χώρο του Τύπου, όμως, δεν τεκμηριώνεται καμία σημαντική δράση και απόδειξη αυτού είναι ότι το 1908 η ίδιοι άνθρωποι ίδρυσαν την *Εταιρεία Ελληνικού Τύπου* που ως σκοπό είχε την εξυπηρέτηση των συμφερόντων του Τύπου μαζί με τα εθνικά συμφέροντα, χωρίς και αυτή να αναπτύξει καμία ιδιαίτερη δράση. Πρέπει να σημειωθεί, πως όπως αναφέρει ο Ιωάννου (1989), την περίοδο εκείνη η κοινωνική διαστρωμάτωση στην Ελλάδα δεν είχε ακόμη μορφοποιηθεί πάνω στα χαρακτηριστικά του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής, με αποτέλεσμα να μην είναι οξυμένη η κοινωνική αντίθεση εργοδοτών –εργαζομένων και να βρίσκονται συχνά στο ίδιο σωματείο.

Το πρώτο συνδικαλιστικό όργανο των δημοσιογράφων ιδρύθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 1914 και ήταν η *Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ)*, η οποία μάλιστα, προηγήθηκε της ίδρυσης της *Γενικής Συνομοσπονδίας Εργατών Ελλάδας (ΓΣΕΕ)* το 1918. Πέραν της ιδρύσεως του πρώτου συνδικάτου των δημοσιογράφων, το έτος 1914 είναι πολύ σημαντικό για το ελληνικό συνδικαλιστικό κίνημα συνολικά, διότι ήταν η χρονιά νομιμοποίησής του μέσω της κατοχύρωσης του δικαιώματος του «συνέρχεσθαι». Έως τότε, το συνδικαλιστικό κίνημα στην Ελλάδα δεν είχε νόμιμη παρουσία και υφίστατο συνεχείς διωγμούς (Θεοδωράτος, 1999; Κατσορίδας, 2008; Κουζής, 2009 & 2007; Λεάνδρος 1992). Πρέπει πάντως, να σημειωθεί, πως ενώ η οργάνωση του συνδικαλιστικού κινήματος στην Ελλάδα

παρουσίασε μια καθυστέρηση, η οποία σύμφωνα με τον Κουζή (2007) οφείλεται στις περιορισμένου χαρακτήρα καπιταλιστικές παραγωγικές δομές της μετεπαναστατικής Ελλάδας και την υποτυπώδη βιομηχανία που υπήρχε στη χώρα μας στο πρώτο ήμισυ του 19^{ου} αιώνα, η ίδρυση της ΕΣΗΕΑ το 1914, συμβαδίζει με τα διεθνή δεδομένα, αφού αυτή την περίοδο ιδρύθηκαν οι περισσότερες ενώσεις συντακτών στον κόσμο.

6.2 Ίδρυση της ΕΣΗΕΑ και επαγγελματοποίηση των δημοσιογράφων

Το πρώτο συνδικαλιστικό όργανο των δημοσιογράφων λοιπόν, ιδρύθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 1914 και ήταν η ΕΣΗΕΑ,¹⁰⁹ η οποία κατά τον Μπακουνάκη (2014, σελ. 204) «τεκμηριώνει την αυτονόμηση του επαγγελματικού πεδίου των δημοσιογράφων, αποτελώντας έκφραση του δικαιώματός τους να προσδιορίζουν οι ίδιοι τις αρχές της νομιμότητάς τους». Η ίδρυση της ΕΣΗΕΑ συνοδεύτηκε και με την ίδρυση Ταμείου Αλληλοβοήθειας, που είχε διοικητική και οικονομική ανεξαρτησία από το επαγγελματικό σωματείο και ξεκίνησε τη λειτουργία του την ίδια περίοδο με την Ένωση, στις 13 Φεβρουαρίου 1915. Σημειώνεται, πως η ίδρυση των Ταμείων Αλληλοβοήθειας ήταν ένα από τα χαρακτηριστικά τόσο του παγκόσμιου, όσο και ελληνικού συνδικαλιστικού κινήματος, μαζί με τις συνδικαλιστικές ενώσεις ιδρύονταν και ταμεία αλληλεγγύης και αλληλοβοήθειας. Όπως αναφέρει ο Μπακουνάκης (2014), η *Natiolal Union of Journalists* (Εθνική Ένωση Δημοσιογράφων) Βρετανίας και Ιρλανδίας για παράδειγμα, που είναι από τις μεγαλύτερες δημοσιογραφικές οργανώσεις στον κόσμο, ιδρύθηκε το 1907 και το 1910 καθιέρωσε το πρώτο ταμείο αλληλοβοήθειας (charity), που οι πόροι του στηρίζονταν στην εθελοντική προσφορά των μελών της με στόχο την συνδρομή σε χήρες, ορφανά και αναξιοπαθούντα εξαρτώμενα άτομα των οικογενειών των δημοσιογράφων.

Στις 14 Δεκεμβρίου 1914 συγκεντρώθηκαν στην αίθουσα της Εταιρείας Φίλων του Λαού 34 δημοσιογράφοι αθηναϊκών εφημερίδων και υπέγραψαν το πρακτικό

¹⁰⁹ Το πρακτικό ίδρυσης της ΕΣΗΕΑ κατατέθηκε στο Πρωτοδικείο Αθηνών στις 14 Δεκεμβρίου 1914 και η ίδρυση του σωματείου κατοχυρώθηκε στις 13 Φεβρουαρίου 1915 (Μπακουνάκης, 2014). Βλέπε και ιστοσελίδα ΕΣΗΕΑ <https://www.esiea.gr/istoriko/>. Τα όσα έχουν κατά καιρούς αναφερθεί και δημοσιευθεί ότι η ΕΣΗΕΑ ιδρύθηκε μετά το θάνατο ενός άπορου δημοσιογράφου σε ξενοδοχείο στο Μοναστηράκι και αφού οι συνάδελφοί του είχαν κάνει έρανο για τα έξοδα της κηδείας, όπως αναφέρει και ο Μπακουνάκης (2014), ανάγονται μάλλον στην παράδοση και τον μύθο παρά στην πραγματικότητα.

ιδρύσεως της Ενώσεως Συντακτών με την επωνυμία *Ένωση Συντακτών Αθηναϊκών Εφημερίδων (ΕΣΑΕ)*,¹¹⁰ που ήταν αυτή που επικράτησε της αρχικώς προταθείσας επωνυμίας Δημοσιογραφική Ένωσης (Μπακουνάκης, 2014). Ήταν η περίοδος νομιμοποίησης για το ελληνικό συνδικαλιστικό κίνημα που κατοχύρωσε το δικαίωμα του «συνέρχεσθαι». Ο νόμος «Περί σωματείων» του 1914 (Ν. 281/1914) εξασφάλιζε το δικαίωμα σύστασης σωματείων και παρείχε για πρώτη φορά τη δυνατότητα σύστασης μη μεικτών (εργοδοτών- εργατών) επαγγελματικών σωματείων.

Πρώτος πρόεδρος της Ένωσης Συντακτών εκλέγεται ο λογοτέχνης και χρονογράφος Ιωάννης Κονδυλάκης, ενώ μεταξύ των ιδρυτικών μελών της συμπεριλαμβάνονταν αρθρογραφούντες, λόγιοι και πνευματικές προσωπικότητες της εποχής, ενώ πολλοί πνευματικοί άνθρωποι και λόγιοι διετέλεσαν κατά καιρούς μέλη της ΕΣΗΕΑ. Όσο για τα ιδρυτικά μέλη, από τα 34, όπως αναφέρει και ο Μπακουνάκης (2014), έχουν αναγνωριστεί στην ιδρυτική διακήρυξη οι υπογραφές μόνο των 30, ανάμεσα στους οποίους ξεχωρίζουμε τους Ιωάννη Κονδυλάκη, Ηρακλή Αποστολίδη, Γεώργιο Αθανασιάδη Νόβα (γνωστός με το φιλολογικό ψευδώνυμο Γεώργιος Αθάνας), Δημήτρη Χατζόπουλο (γνωστός με το καλλιτεχνικό ψευδώνυμο Μποέμ), Δημοσθένη Γενοβέλη, Γεώργιο Βεντήρη, Κωνσταντίνο Καραμούζη (γνωστός με το ψευδώνυμο Κώστας Αθάνατος), Βεκιαρέλλη, Τσαμόπουλο, Δούζα, Αντώνη Παπαγιαννόπουλο. Θ. Συναδινό, Μιχαήλ Ροδά, Διονύσιο Κόκκινο, Γεώργιο Ασημάκη, Ιωάννη Μύταλη, Ανδρέα Τσαμόπουλο και Κωνσταντίνο Περεσιάδη.

Για να καταδείξει τη σχέση των δημοσιογράφων της περιόδου εκείνης με τη λογοτεχνία, ο Μπακουνάκης (2014, σελ. 302, 303) αναφέρεται σε ένα γνωστό πορτρέτο του Γιώργου Ροΐλου:

«Το 1919 ο Γεώργιος Ροΐλος (1867-1928) φιλοτεχνεί το έργο «Οι ποιηταί εν Παρνασσώ», ένα μεγάλο λάδι σε καμβά, διαστάσεων 130x179, για τα γραφεία του φερώνυμου φιλολογικού συλλόγου. Στον πίνακα εικονίζονται ο Γεώργιος Δροσίνης, ο Γεώργιος Στρατήγης, ο Ιωάννης Πολέμης, ο Κωστής Παλαμάς, ο Γεώργιος Σουρής και ο Αριστομένης Προβελέγγιος. Η λογοτεχνική ιστορία της γενιάς του 1880 είναι βέβαια γνωστή. Εκείνο που έχει σημασία είναι ότι η γενιά αυτή βγήκε από τον κόσμο των εφημερίδων, με την έννοια ότι καθιερώθηκε και απέκτησε κοινωνική νομιμοποίηση μέσα από τις εφημερίδες».

Ο Μπακουνάκης (2014) επιχειρεί και μια βιογραφική επεξεργασία των ιδρυτών της ΕΣΗΕΑ, από την οποία καταλήγει σε συμπέρασμα για το νεαρό της ηλικίας των

¹¹⁰ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της ΕΣΗΕΑ <https://www.esiea.gr/istoriko/>.

υπογραφόντων τη διακήρυξη και την καταγωγή τους. Αναφορικά με το πρώτο, τονίζει πως με την εξαίρεση του Δημήτριου Χατζόπουλου, που όταν υπογράφει το πρακτικό, είναι 44 ετών, η πλειοψηφία των υπόλοιπων ιδρυτικών μελών είναι γύρω στα 30, αρκετοί κάτω από τα 30, όπως ο Βεκιαρέλλης (1887), ο Τσαμόπουλος (1888) και ο Δούζας (1888), ενώ δεν λείπουν και οι εικοσάχρονοι όπως ο Γεώργιος Βεντήρης που είναι 24 ετών, ο Αθανασιάσης Νόβας, ο Ηρακλής Αποστολίδης και ο Δημοσθένης Γενοβέλης 21, ενώ ο Κωνσταντίνος Καραμούζης είναι μόλις 18 ετών.

Όσο για τα δεύτερο, ο Μπακουνάκης αναφέρει πως μεταξύ των 34 ιδρυτικών μελών, ο Δημήτριος Χατζόπουλος είχε γεννηθεί στο Αγρίνιο, ο Αντώνιος Παπαγιαννόπουλος στο Ναύπλιο, ο Θ. Συναδινός στην Τρίπολη, ο Μιχαήλ Ροδάς στο Αίγιο, ο Διονύσιος Κόκκινος στον Πύργο Ηλείας, ο Ηρακλής Αποστολίδης στον Πύργο της Βουλγαρίας, ο Γεώργιος Ασημάκης στο Ναύπλιο, ο Γ. Βεντήρης στην Αρτα, ο Ιωάννης Μύταλης στη Χρυσοβίτσα Ακαρνανίας, ο Κωνσταντίνος Καραμούζης στην Καλαμάτα, ο Δημοσθένης Γενοβέλης στο Αστros Κυνουρίας, ο Γεώργιος Αθανασιάδης-Νόβας στη Ναύπακτο, ο Ανδρέας Τσαμόπουλος στην Αθήνα, ο Κωνσταντίνος Περεσιάδης στην Ακράτα Αχαΐας. Αυτή η γεωγραφική πανσπερμία που περιορίζεται κυρίως στην επικράτεια της λεγόμενης Παλιάς Ελλάδας, κατά τον συγγραφέα δείχνει πως όλοι αυτοί βρέθηκαν στην Αθήνα, όχι μόνο γιατί ήταν ακόμη μια πρωτεύουσα υπό διαμόρφωση αλλά και γιατί είναι ο κατ' εξοχήν χώρος των εφημερίδων, εκεί όπου αποκτά υπόσταση η αγορά του Τύπου και οι εφημερίδες αναδεικνύονται σε μέσα κοινωνικής, πολιτικής και ιδεολογικής επιρροής, δηλαδή αυτό που στην βιβλιογραφία έχει ονομαστεί εφημεριδοκρατία.

Πάγια αιτήματα της Ένωσης, από την ίδρυσή της ήταν η περίθαλψη, ασφάλιση, πρόνοια και αλληλοβοήθεια των μελών της με τη δημιουργία των αντίστοιχων ταμείων και την παροχή έκτακτης αρωγής, όπως στην περίπτωση των συντακτών προσφύγων το 1922. Παράλληλα, τέθηκαν και ειδικότερα θέματα, όπως η κατοχύρωση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, η σύσταση δημοσιογραφικής σχολής, βασικά στοιχεία όπως έχουμε αναφέρει για την επαγγελματοποίηση.

Διαπιστώνεται λοιπόν, ότι η ίδρυση της ΕΣΗΕΑ θέτει για πρώτη φορά τους δημοσιογράφους στην Ελλάδα οργανωμένα απέναντι στα θέματα που τους απασχολούσαν, δημιουργεί τον συνδικαλιστικό τους φορέα και τον φορέα της ιατροφαρμακευτικής και συνταξιοδοτικής τους κάλυψης και τους δίνει τη δυνατότητα να θεσπίσουν από μόνοι τους κανόνες λειτουργίας του επαγγέλματος (κώδικες δεοντολογίας). Ήταν το πιο σημαντικό βήμα για την επαγγελματοποίηση των

δημοσιογράφων στην Ελλάδα. Με τον τρόπο αυτό ξεκίνησε και η κατοχύρωση του επαγγέλματος και ο έλεγχος όσων το ασκούσαν, οι οποίοι όπως φαίνεται και από τα ιδρυτικά μέλη της ΕΣΗΕΑ, την περίοδο εκείνη είναι δύο ειδών, αμιγώς δημοσιογράφοι και δημοσιογράφοι και ταυτόχρονα λόγιοι της εποχής, συγγραφείς και ποιητές, κινούνται δηλαδή στον υβριδικό χώρο μεταξύ δημοσιογράφου και λογοτέχνη, καθιστώντας εξ αρχής την Ένωση Συντακτών εκτός από συνδικαλιστικό και πνευματικό σωματείο υψηλού κύρους.

6.2.1 Όροι και προϋποθέσεις για την εγγραφή μελών. Προσπάθεια ελέγχου του επαγγέλματος.

Οι δημοσιογράφοι λοιπόν, στην Ελλάδα κάνουν το πρώτο σημαντικό βήμα για την επαγγελματοποίησή τους με την ίδρυση του πρώτου τους σωματείου, επιχειρώντας να επιβάλουν και έλεγχο στην άσκηση του επαγγέλματος. Καθοριστικό κριτήριο για να γίνει κάποιος μέλος της ΕΣΗΕΑ ήταν και παραμένει η επαγγελματική σχέση και μάλιστα μισθωτή, με ημερήσια εφημερίδα της Αθήνας, ενώ στη συνέχεια προστέθηκαν τα ραδιοτηλεοπτικά ΜΜΕ και προσφάτως οι ιστοσελίδες.

Στο τελευταίο καταστατικό της ΕΣΗΕΑ που είναι σε ισχύ, αυτό του 1979,¹¹¹ αναφέρεται ότι η επωνυμία της Ενώσεως Συντακτών είναι «*«ΕΝΩΣΗ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΑΘΗΝΩΝ» (Ε.Σ.Η.Ε.Α.) και Ραδιοτηλεοπτικών Μέσων Ενημερώσεως»*, και αυτό προκειμένου να συμπεριλάβει και τους δημοσιογράφους της κρατικής αρχικά τηλεόρασης και ραδιοφωνίας. Δεκτοί ως μέλη της, σύμφωνα με το άρθρο 5 του καταστατικού, γίνονται οι εξής:

«Τακτικά μέλη της ΕΣΗΕΑ εγγράφονται οι συντάκτες των ημερησίων πολιτικών, οικονομικών και αθλητικών εφημερίδων των Αθηνών, του Αθηναϊκού Πρακτορείου Ειδήσεων και των γραφείων των ημερησίων εφημερίδων της Θεσσαλονίκης (στους οποίους περιλαμβάνονται και οι έμμισθοι διορθωτές, σκιτσογράφοι και γελοιογράφοι), που ως κύριο επάγγελμα έχουν τη συγκέντρωση, τη διαμόρφωση και την παρουσίαση της ύλης που δημοσιεύεται στην εφημερίδα κλπ. Επίσης, εγγράφονται ως τακτικά μέλη εκείνοι που, ως

¹¹¹ Όπως αναφέρεται στο προοίμιο του καταστατικού της ΕΣΗΕΑ, το 1914 ιδρύθηκε στην Αθήνα το επαγγελματικό σωματείο «ΕΝΩΣΙΣ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ», που το Καταστατικό του εγκρίθηκε με την υπ' αριθμ. 116/1915 απόφαση του Πρωτοδικείου Αθηνών. Το σωματείο μετονομάστηκε το 1924 σε «ΕΝΩΣΙΣ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ» και το 1947 σε «ΕΝΩΣΙΣ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΑΘΗΝΩΝ» (Ε.Σ.Η.Ε.Α.) ύστερα από τις σχετικές τροποποιήσεις του Καταστατικού του, που εγκρίθηκαν με τις υπ' αριθμ. 6042/1924, 7603/1947, 8786/1951, 7057/1965, 434/1969, 1440/1973 και 3203/1978 αποφάσεις του ίδιου δικαστηρίου.

κύριο επάγγελμα, παρέχουν δημοσιογραφική εργασία, δηλαδή συγκεντρώνουν και διαμορφώνουν την δημοσιογραφική ύλη στους τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς».

Λόγω της παλαιότητας του καταστατικού¹¹², δεν υπάρχει πρόβλεψη για τις ιστοσελίδες (ενημερωτικά portals), οι δημοσιογράφοι που εργάζονται σε αυτές, όμως, γίνονται πλέον δεκτοί ως μέλη της ΕΣΗΕΑ από τον Φεβρουάριο του 2018 με απόφαση του διοικητικού συμβουλίου και ύστερα από μεγάλη καθυστέρηση. Κάτι ανάλογο είχε συμβεί και με τους δημοσιογράφους των ιδιωτικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών που άρχισαν να γίνονται δεκτοί ως μέλη της Ένωσης τη δεκαετία του 1990.

Επίσης, για να εγγραφεί κάποιος ή να παραμείνει μέλος, απαιτείται να μην ασκεί άλλο επάγγελμα εκτός του δημοσιογράφου, πλην δικηγόρου, συγγραφέα και καθηγητή τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που επιτρέπεται από το καταστατικό της ΕΣΗΕΑ να ασκούνται εκ παραλλήλου με τη δημοσιογραφία. Χαρακτηριστικά, το άρθρο 9 του καταστατικού αναφέρει:

«Διαγράφεται από την Ένωση, με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου, κάθε δόκιμο, τακτικό ή αντεπιστέλλον μέλος: α) Αν έπαψε να συγκεντρώνει τις προϋποθέσεις του άρθρου 6 για την εγγραφή νέων μελών. β) Αν καταδικαστεί τελεσίδικα για κλοπή, υπεξαίρεση, εκβιασμό, απάτη, πλαστογραφία, ψευδορκία, ψευδή καταμήνυση, παραχάραξη, κιβδηλεία, προσβολή των ηθών σε βαθμό κακουργήματος ή πλημμελήματος. γ) Αν για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο από τρεις μήνες έγινε ιδιοκτήτης ή συνιδιοκτήτης ημερήσιας εφημερίδας ή μέτοχος εταιρίας που εκδίδει ημερήσια εφημερίδα, έστω και με την απόκτηση μετοχών ανώνυμης εταιρίας ή εταιρικού μεριδίου σε εταιρία περιορισμένης ευθύνης. Επίσης, αν είναι μέλος Δ.Σ. εταιρίας που εκδίδει ημερήσια εφημερίδα. Το Διοικητικό Συμβούλιο εξετάζει τις παραπάνω περιπτώσεις από την ουσιαστική τους πλευρά, έστω κι αν η τυπική τους εμφάνιση είναι διαφορετική. δ) Αν αναλάβει τακτική έμμισθη υπηρεσία στο Δημόσιο ή σε Οργανισμό Τοπικής Αυτοδιοικήσεως ή σε Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου ή σε Δημόσια Επιχείρηση. ε) Αν εργαζόμενο μέλος ασκήσει επάγγελμα που είναι διάφορο από το επάγγελμα του δημοσιογράφου. στ) Αν, παράλληλα με τη συντακτική του εργασία σε ημερήσια εφημερίδα, ραδιοτηλεοπτικά μέσα κλπ, ασκεί και άλλη εργασία ή επάγγελμα που δεν είναι δημοσιογραφικό. Εξαιρούνται τα επαγγέλματα του καθηγητή ανωτάτης σχολής -που δεν ασκεί άλλο επάγγελμα εκτός από του καθηγητή- συγγραφέα, δικηγόρου ή εκείνου που εργάζεται σε Γραφεία Τύπου ή Δημοσίων Σχέσεων και που προσφέρει καθαρά

¹¹² Στα τέλη του 2019 η ΕΣΗΕΑ ξεκίνησε τις διαδικασίες τροποποίησης του καταστατικού της. Πρέπει να σημειωθεί ότι τον Δεκέμβριο του 2019 η ΕΣΗΕΜΘ τροποποίησε το δικό της καταστατικό και με το νέο, κάνει πλέον δεκτούς όλους ανεξαιρέτως τους δημοσιογράφους, σε όποιο Μέσο κι αν εργάζονται και με οποιαδήποτε σχέση εργασίας.

δημοσιογραφική εργασία. ζ) Αν απουσίασε αδικαιολόγητα από τρεις διαδοχικές Γενικές Συνελεύσεις των τακτικών μελών της Ενώσεως.

Διαγράφεται επίσης από την Ένωση ένα μέλος έπειτα από τελεσίδικη απόφαση των Πειθαρχικών Συμβουλίων, όπως ορίζεται στα σχετικά άρθρα του Καταστατικού.

Το Διοικητικό Συμβούλιο μπορεί να διαγράψει ένα μέλος που τιμωρήθηκε από το Πειθαρχικό Συμβούλιο τρεις φορές, στη διάρκεια ενός 12μήνου ακόμη και με επίπληξη.

Διαγράφεται από την Ένωση κάθε μέλος που καθυστερεί περισσότερες από δώδεκα (12) μηνιαίες συνδρομές, εφ' όσον δεν τις καταβάλει μέσα σ' ένα μήνα από τότε που ειδοποιήθηκε από το Διοικητικό Συμβούλιο.

Διαγράφεται από την Ένωση κάθε μέλος που έγινε μέλος και άλλης συνδικαλιστικής οργανώσεως συντακτών.

Διαγράφεται επίσης από την Ένωση με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου κάθε μέλος δόκιμο, τακτικό ή αντεπιστέλλον, που σταμάτησε τρία χρόνια να εργάζεται ως συντάκτης, εκτός εάν η διακοπή της εργασίας του οφείλεται σε ανώτερη βία. Στην τριετία δεν υπολογίζεται ο χρόνος αποχής από την εργασία για τους εξής λόγους: α) αρρώστια ή στράτευση, β) απεργία ή ανταπεργία, γ) υπερημερία του εργοδότη, δ) άδεια με ή χωρίς αποδοχές μέχρι ένα χρόνο, ε) σπουδές ή μετεκπαίδευση και στ) πρόσκαιρη απασχόληση σε άλλες εργασίες μέχρι τρεις μήνες. Η τριετία αυξάνεται για το τακτικό μέλος σε τέσσερα χρόνια, αν διετέλεσε πριν από τη διακοπή συντάκτης επί 15 χρόνια.

Συντάκτης, που είναι μέλος της Ενώσεως επί 15 χρόνια, δεν διαγράφεται όσον καιρό κι αν σταμάτησε να εργάζεται έπειτα από τα 15 αυτά χρόνια. Δεν διαγράφεται επίσης το τακτικό μέλος της Ενώσεως, που έπαυσε να κατοικεί μόνιμα στην Αθήνα εφ' όσον: α) Απουσιάζει στο εξωτερικό και είναι μόνιμος με μισθό ανταποκριτής ημερήσιας εφημερίδας των Αθηνών ή του Αθηναϊκού Πρακτορείου ή ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών που λειτουργούν μόνιμα στην περιοχή των Αθηνών ή σε γραφεία Τύπου της Γενικής Γραμματείας Τύπου και Πληροφοριών και εφ' όσον είναι πέντε χρόνια τακτικό μέλος της Ενώσεως. β) Απουσιάζει στο εξωτερικό για λόγους υγείας, όχι όμως παραπάνω από δύο χρόνια, ή απουσιάζει για λόγους εκπαιδευτικούς. γ) Είναι συνταξιούχος. Παραμένουν τακτικά μέλη της Ενώσεως κι αφού περάσουν στη σύνταξη.

Κάθε μέλος της Ενώσεως που γίνεται υπουργός, βουλευτής, γενικός γραμματεύς υπουργείου, πρέσβης ε.τ., δήμαρχος, πρόεδρος κοινότητας ή διορίζεται σε οποιαδήποτε μετακλητή θέση, δεν μπορεί να δημοσιογραφεί και δεν έχει το δικαίωμα να εκλέγεται στα όργανα της Ενώσεως. Ο χρόνος πάντως αυτός θεωρείται ως χρόνος δημοσιογραφικής υπηρεσίας και εργασίας και υπολογίζεται σε κάθε περίπτωση».

Η ΕΣΗΕΑ, σύμφωνα με στοιχεία στις 20 Σεπτεμβρίου 2019, έχει 5865 μέλη, εκ των οποίων τα 1258 είναι συνταξιούχοι. Το παράδοξο, βεβαίως, δεν είναι μόνο η

ύπαρξη των συνταξιούχων ως μελών που εκλέγονται και στα διοικητικά συμβούλια, αλλά η παρουσία των ιδιοκτητών οι οποίοι παρά την καταστατική πρόβλεψη, παραμένουν τακτικά μέλη της Ένωσης. Έτσι, παρατηρήθηκε και παρατηρείται το φαινόμενο, της συνύπαρξης σε συνδικαλιστικό σωματείο εργαζομένων και εργοδοτών και επίσης, ιδιοκτήτες μέλη του συνδικαλιστικού σωματείου να απολύουν άλλα μέλη του ίδιου σωματείου. Πέραν των ιδιοκτητών και των συνταξιούχων, υπάρχει μεγάλος αριθμός ανέργων (και μακροχρόνια ανέργων) που είτε δεν έχουν επανέλθει στη δημοσιογραφία, είτε ασκούν άλλο επάγγελμα, αλλά όλοι παραμένουν στα μητρώα της ΕΣΗΕΑ για διάφορους λόγους, π.χ. να λαμβάνουν βοηθήματα, να χρησιμοποιούν την ταυτότητα για δωρεάν είσοδο σε μουσεία, θεάματα και κυρίως για να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες υγείας.

Όλα τα προηγούμενα, βεβαίως, δημιουργούν μια ανακριβή εικόνα για τον αριθμό των ενεργών μελών της ΕΣΗΕΑ και για τον ακριβή αριθμό των δημοσιογράφων. Κάποιοι, μάλιστα, που ασκούν κανονικά το επάγγελμα του δημοσιογράφου, δεν έχουν γίνει μέλη τα ΕΣΗΕΑ για διάφορους λόγους, όπως συνέβαινε παλαιότερα με τους δημοσιογράφους των ιστοσελίδων και με άλλες περιπτώσεις. Απαιτείται λοιπόν, επικαιροποίηση του μητρώου της Ένωσης, αλλά και επικαιροποίηση των όρων και των προϋποθέσεων για να γίνει κάποιος μέλος, ειδικά στη σημερινή εποχή της τεχνολογικής αλλαγής και της εξέλιξης της δημοσιογραφίας.

Η ιδιότητα του μέλους της ΕΣΗΕΑ, πέραν της κατοχύρωσης και της αναγνώρισης της επαγγελματικής ιδιότητας του δημοσιογράφου δίνει ακόμη τη δυνατότητα εγγραφής στο ταμείο ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης και επικούρησης, τον ΕΔΟΕΑΠ. Πριν αποκτήσει κάποιος δημοσιογράφος την ιδιότητα του μέλους της Ένωσης Συντακτών, έχει ιατροφαρμακευτική περίθαλψη από το ΙΚΑ (ΕΦΚΑ), ενώ ο προβλεπόμενος από το καταστατικό χρόνος για να γίνει ένας δημοσιογράφος μέλος της ΕΣΗΕΑ είναι τρία χρόνια μισθωτής εργασίας χωρίς πτυχίο ανώτατης σχολής και δύο χρόνια με πτυχίο, χρονικό διάστημα που παλαιότερα ήταν κατά τις προβλέψεις του καταστατικού έξι και αργότερα πέντε χρόνια χωρίς πτυχίο και τέσσερα και τρία χρόνια αντίστοιχα με πτυχίο.

Από τα προαναφερθέντα διαπιστώνεται σύνδεση της συνδικαλιστικής ιδιότητας (ιδιότητα μέλους) με την ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, όπως προβλέπεται από το άρθρο 3 του νέου και του παλαιού καταστατικού του ΕΔΟΕΑΠ, κάτι που δεν ισχύει σε ενώσεις συντακτών του εξωτερικού, όπου η ιδιότητα μέλους του συνδικάτου είναι ανεξάρτητη με το δικαίωμα στην ιατροφαρμακευτική περίθαλψη. Η διάταξη αυτή

που έχει επικριθεί πολλαπλώς, υπήρχε διότι πριν τη διεύρυνση της ασφαλιστικής βάσης του ταμείου, τα μέλη του ταμείου ήταν και μέτοχοί του. Επίσης, δεν ήταν δυνατή και η διαγραφή ενός μέλους της *ΕΣΗΕΑ* ή των άλλων ενώσεων από τον *ΕΔΟΕΑΠ* σε περίπτωση διαγραφής του από την ένωση, κάτι που τώρα πια δεν ισχύει και αυτό καθιερώθηκε το 1974 για να αποφευχθεί σε περίπτωση δίωξης κάποιου δημοσιογράφου και διαγραφής του από την ένωσή του, όπως συνέβη κατά κόρον επί χούντας, να είναι και ανασφάλιστος.

Δύο επιπλέον σημεία που έχουν καταργηθεί ή χαλαρώσει ως προς τις εγγραφές νέων μελών, είναι το όριο ηλικίας και οι εξετάσεις. Όσον αφορά στο όριο ηλικίας, προβλέπεται από το καταστατικό το 21^ο έτος ως κατώτατο και το 40^ο ως ανώτατο, κάτι που στην πράξη έχει καταργηθεί για το ανώτατο όριο. Το καταστατικό της *ΕΣΗΕΑ* προβλέπει και τη διεξαγωγή γραπτών και προφορικών εξετάσεων για την είσοδο νέων μελών, δείγμα του αυστηρού πλαισίου εγγραφής που υπήρχε παλαιότερα προκειμένου να υπάρχει έλεγχος και να αποφεύγεται ο κορεσμός του επαγγέλματος. Οι εξετάσεις που προβλέφθηκαν για πρώτη φορά στο καταστατικό του 1979, εδώ και πολλά χρόνια έχουν αποκτήσει τυπικό χαρακτήρα και γίνονται μόνο για να τηρείται το καταστατικό και να αποφεύγονται οι ενστάσεις.

6.2.2 Άρνηση εγγραφής μελών και ίδρυση «παράλληλων» συνδέσμων συντακτών

Η άρνηση ή η δυσκολία εγγραφής δημοσιογράφων από την *ΕΣΗΕΑ* ήταν πάντοτε ένα θέμα που προκαλούσε τριβές και ερωτηματικά. Γινόταν κυρίως για λόγους που είχαν να κάνουν με τον κορεσμό του επαγγέλματος, αλλά και για άλλου λόγους, όπως θα δούμε στη συνέχεια. Αυτό, όμως, είχε ως αποτέλεσμα την ίδρυση και άλλων δημοσιογραφικών σωματείων σε ένδειξη αντίδρασης, τα οποία δρούσαν παράλληλα με την Ένωση Συντακτών, αλλά σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις, δεν απέκτησαν το κύρος της και τη δυνατότητα παρέμβασής της και διαλύθηκαν. Τέτοιοι σύνδεσμοι στις αρχές της δεκαετίας του 1930 ήταν ο *Γενικός Σύνδεσμος Συντακτών*, στον οποίο συγχωνεύτηκαν σωματεία όπως η *Ένωση Δημοσιογράφων*, το *Σωματείο Συντακτών*, ο *Σύνδεσμος Επαγγελματιών Δημοσιογράφων* και ο *Σύνδεσμος Δημοσιογράφων Πειραιώς*.

Με τον αναγκαστικό νόμο «Περί δημοσιογραφικών συλλόγων» του 1935, τον οποίο εισηγήθηκε και συνυπέγραψε ο τότε πρόεδρος της Ένωσης Συντακτών Νίκος Κρανιωτάκης με την ιδιότητά του ως υφυπουργού Συγκοινωνίας, οι δημοσιογράφοι

όλης της Ελλάδας εγγράφονται υποχρεωτικά σε ένα δημοσιογραφικό σύλλογο με τον τίτλο *Ένωσις Συντακτών της Ελλάδος*, με τμήματα σε κύριες πόλεις της περιφέρειας. Έτσι στην Αθήνα παρέμεινε μόνο η *ΕΣΗΕΑ* που τότε είχε 300 μέλη (Λεάνδρος, 1992). Η νέα Ένωση που ελεγχόταν οικονομικά ετησίως από το υπουργείο Εθνικής Οικονομίας, θα έπρεπε να συστήσει ενιαίο Ταμείο Προνοίας και Συντάξεων, να ιδρύσει και συντηρήσει δημοσιογραφική σχολή, το πρόγραμμα της οποίας θα εγκρινόταν από το υπουργείο Εξωτερικών και Εθνικής Οικονομίας, ενώ επιτράπηκε η διοργάνωση μέχρι δύο λαχειοφόρων αγορών ετησίως, τα κέρδη των οποίων θα κατανέμονταν στο Ταμείο Προνοίας, το Ταμείο Συντάξεων και υπέρ της σχολής. Προβλέπονταν ακόμα διευκολύνσεις στις μεταφορές και ορισμένες ατέλειες.

Ο παραπάνω νόμος καταργήθηκε από την κυβέρνηση του Ιωάννη Μεταξά που έφτιαξε τον Αναγκαστικό Νόμο 1093/1938 «Περί δημοσιογραφικών οργανώσεων». Το καθεστώς Μεταξά τόσο με το νόμο αυτό, αλλά και γενικότερα, κατέβαλλε συστηματική προσπάθεια ελέγχου του Τύπου και για το λόγο αυτό συνέστησε και το υπουργείο Τύπου και Τουρισμού (Λεάνδρος, 1992). Στο νεοϊδρυθέν υπουργείο δημιουργήθηκε Μητρώο Τύπου όπου εγγράφονται όλοι όσοι ασκούσαν ως κύριο επάγγελμα τη δημοσιογραφία (ιδιοκτήτες, συντάκτες, μεταφραστές, σκιτσογράφοι κ.ά.) αλλά και το υπαλληλικό προσωπικό Τύπου. Όλες οι ενώσεις ιδιοκτητών, συντακτών και προσωπικού συνενώνονταν σε συνδέσμους. Οι σύνδεσμοι αντιπροσώπευαν τις ενώσεις στη *Γενική Ένωση Ελληνικού Τύπου (ΓΕΕΤ)*, η οποία σκοπό είχε να χαράσσει τις κατευθυντήριες γραμμές από το καθεστώς. Χαρακτηριστικό του ελέγχου και της παρέμβασης που επιχειρούσε το καθεστώς Μεταξά, ήταν το ότι επίτιμος πρόεδρος της *ΓΕΕΤ* ήταν ο υφυπουργός Τύπου και Τουρισμού. Ο Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος ανέκοψε την εφαρμογή της ελεγχόμενης και συγκεντρωτικής δομής που ο νόμος του 1938 επιδίωκε να επιβάλει στον Τύπο, ωστόσο ίσχυσε με τις κατά καιρούς τροποποιήσεις και συμπληρώσεις του μέχρι την κατάργησή του με το νόμο 346/1969 περί Τύπου της χούντας, με τον οποίο καταργήθηκε όλη η υφιστάμενη από το 1931 και εξής νομοθεσία περί Τύπου.

Η ίδρυση των «παράλληλων» ενώσεων συντακτών συνεχίστηκε και μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Το 1945 συντάκτες ημερήσιων εφημερίδων που δεν εγγράφονταν από την *ΕΣΗΕΑ* ίδρυσαν την *Ένωση Συντακτών Αθηναϊκού Τύπου (ΕΣΑΤ)*. Πρόκειται για την *Ένωση Συντακτών Περιοδικού Τύπου* του 1935, που άλλαξε την επωνυμία της για να συμπεριλάβει συντάκτες του ημερήσιου Τύπου και τελικά διαλύθηκε το 1968 από τη χούντα. Λίγο πριν τη δικτατορία, η *ΕΣΗΕΑ* είχε

495 μέλη και η ΕΣΑΤ 467, πολλούς εκ των οποίων δεν τους έκανε δεκτούς η ΕΣΗΕΑ για πολιτικούς λόγους, σύμφωνα με καταγγελίες. Η ΕΣΑΤ είχε κεντροαριστερούς προσανατολισμούς και η ΕΣΗΕΑ συντηρητικούς και τελικά η χούντα διέλυσε την ΕΣΑΤ όταν η τελευταία αρνήθηκε να εκδιώξει από τις τάξεις της πολιτικούς αντιπάλους του καθεστώτος και να στείλει και συγχαρητήρια επιστολή στον δικτάτορα Γιώργο Παπαδόπουλο. Αντίθετα, η ΕΣΗΕΑ διέγραψε τον Ιούλιο του 1967 μετά από απαίτηση της χούντας 30 μέλη της που κατηγορούνταν για «σοβαρές κομμουνιστικές και αντεθνικές ενέργειες», κάτι που προκάλεσε την παραίτηση σε ένδειξη διαμαρτυρίας τριών μελών του ΔΣ της ΕΣΗΕΑ, των Ιωάννη Κάτρη, Γιώργο Δρόσο και Χρήστο Φιλιππίδη (Λέανδρος, 1992).

Όπως αναφέρει και ο Λέανδρος (1992), η τότε διοίκηση της ΕΣΗΕΑ επέδειξε μια γενικότερη πολιτική συμβιβασμού απέναντι στο δικτατορικό καθεστώς, το οποίο σημειωτέον είχε προχωρήσει σε διώξεις δημοσιογράφων και κλείσιμο εφημερίδων και για αυτό η χούντα δεν την διέλυσε, ούτε άλλαξε το διοικητικό της συμβούλιο σε αντίθεση με άλλες συνδικαλιστικές οργανώσεις. Επιπροσθέτως, στη διάρκεια της επταετίας εξελέγη τρεις φορές πρόεδρος (1969, 1971 και 1973) ο Πάνος Τρουμπούνης, ο οποίος όχι απλά ήταν άνθρωπος του καθεστώτος, αλλά κατέθεσε και υπέρ των Απριλιανών στην υποεπιτροπή Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του Συμβουλίου της Ευρώπης στο Στρασβούργο. Όλα αυτά, βεβαίως δεν σημαίνουν ότι οι δημοσιογράφοι της περιόδου υποστήριζαν τη δικτατορία, μάλλον το αντίθετο συνέβαινε, αφού αρκετοί υπέστησαν και σημαντικές διώξεις. Κάποιοι, βεβαίως το έκαναν, όπως και οι διοικήσεις της ΕΣΗΕΑ που τουλάχιστον συμβιβάστηκαν, με αποτέλεσμα, τηρουμένων των αναλογιών και κατανοώντας τις ιδιαιτερότητες της περιόδου, να τίθεται και πάλι το γενικότερο ζήτημα των σχέσεων των δημοσιογράφων με την πολιτική εξουσία, που προσπαθήσαμε να αναδείξουμε και σε προηγούμενο κεφάλαιο. Οι προνομιακές σχέσεις των διοικήσεων της ΕΣΗΕΑ με καθεστώτα όπως του Μεταξά και της απριλιανής δικτατορίας, φαίνονται και από την καθιέρωση του λαχείου συντακτών το 1938 επί Μεταξά και της αντικατάστασής του από τα αγγελιόσημο από τους Απριλιανούς (Λέανδρος, 1992). Αυτές οι προνομιακές σχέσεις που κατά καιρούς αναπτύσσουν οι δημοσιογράφοι και τα συνδικάτα τους με την πολιτική εξουσία, μπορούν να εξηγήσουν και την προνομιακή μεταχείριση που τύγχανε ο κλάδος των ΜΜΕ, εργαζόμενοι και ιδιοκτήτες (αγγελιόσημο που υποκαθιστούσε τις εργοδοτικές εισφορές, ατέλειες, δάνεια κ.λ.π.).

Μια άλλη περίπτωση παράλληλης ένωσης είναι αυτή των αθλητικών συντακτών. Το 1952 ιδρύθηκε ο *Πανελλήνιος Σύνδεσμος Αθλητικού Τύπου (ΠΣΑΤ)*, με την επωνυμία *Σύνδεσμος Αθλητικών Συντακτών (ΣΑΣ)*. Ένας από τους βασικούς λόγους που οι αθλητικοί συντάκτες της εποχής εκείνης ίδρυσαν τον δικό τους σύνδεσμο, ήταν διότι δεν γινόντουσαν δεκτοί από την *ΕΣΗΕΑ* που τους θεωρούσε δεύτερης κατηγορίας δημοσιογράφους, αν και αρκετοί από αυτούς εξελίχθηκαν σε σημαντικούς δημοσιογράφους -όχι μόνο του αθλητικού ρεπορτάζ- και λογοτέχνες. Για να καταφέρουν να γίνουν μέλη της Ένωσης Συντακτών οι δημοσιογράφοι που κάλυπταν το αθλητικό ρεπορτάζ τη δεκαετία του 1950, αναγκάζοντουσαν να δηλώσουν ότι καλύπτουν άλλα ρεπορτάζ (πολιτικό, καλλιτεχνικό κ.λ.π.). Οπως αναφέρει ο Λινάρδος (2004), οι αθλητικοί συντάκτες κατέκτησαν πλήρη ισοτιμία στο πλαίσιο της *ΕΣΗΕΑ* μετά το 1960.

Από τα προαναφερθέντα διαπιστώνεται μια συντεχνιακή πολιτική από μέρους της *ΕΣΗΕΑ*, όπως πολλές φορές έχει καταγγελλθεί από αντιπολιτευόμενες παρατάξεις, η οποία περιχαράκώθηκε με στόχο, όπως λέγεται, την προστασία και τη διαφύλαξη της υψηλής στάθμης του επαγγέλματος (Λεάνδρος, 1992), αλλά μακροπρόθεσμα η πολιτική αυτή αποδείχθηκε καταστροφική για τη συνοχή του συνδικαλιστικού κινήματος των δημοσιογράφων. Κάτι τέτοιο αποδείχθηκε και κατά τα προηγούμενα χρόνια με τη μη εγγραφή των δημοσιογράφων των ενημερωτικών ιστοσελίδων, με αποτέλεσμα από τη μία πλευρά να μην μετέχουν στις απεργίες σε ένδειξη διαμαρτυρίας και να διασπάται το εργατικό κίνημα και το απεργιακό μέτωπο των δημοσιογράφων και από την άλλη να επιχειρήσουν την ίδρυση δικού τους συνδέσμου, της *Ένωσης Συντακτών Διαδικτύου* το 2007 που βέβαια, ουδέποτε απέκτησε κάποια ιδιαίτερη ισχύ. Η παλαιά συντεχνιακή πολιτική που συνεχίστηκε με την άρνηση της εγγραφής των δημοσιογράφων των ιστοσελίδων μέχρι το 2018, ίσχυε και για τους ελεύθερους επαγγελματίες (freelancers) δημοσιογράφους, κάτι που επίσης άλλαξε και οι freelancers γίνονται και αυτοί δεκτοί από τον Φεβρουάριο του 2018. Η αλλαγή πολιτικής της *ΕΣΗΕΑ* οφείλεται κατά κύριο λόγο στο νέο νόμο για τον *ΕΔΟΕΑΠ*¹¹³, ο οποίος διεύρυνε την ασφαλιστική βάση του ταμείου για να συμπεριλάβει εργαζόμενους ιστοσελίδων και με μπλοκάκι και έτσι η *ΕΣΗΕΑ* νομιμοποιήθηκε να τους εγγράψει, με δεδομένη τη σύνδεση της ιδιότητας του μέλους

¹¹³ Βλέπε αναλυτικά στο υποκεφάλαιο 6.6.

της με την ιδιότητα του μέλους του ταμείου ιατροφαρμακευτικής ασφάλισης και επικούρησης.

6.2.3 Δομή και όργανα της ΕΣΗΕΑ

Η ΕΣΗΕΑ διοικείται από 11μελές διοικητικό συμβούλιο, το οποίο εκλέγεται κάθε δύο χρόνια με μυστική ψηφοφορία μεταξύ των μελών της. Οι αρχαιρεσίες διεξάγονται με απλή αναλογική και όπως συμβαίνει σε όλο το φάσμα του ελληνικού συνδικαλιστικού κινήματος, έτσι και στην Ένωση Συντακτών της Αθήνας, υπάρχει κομματική επιρροή στους υποψήφιους και τους συνδυασμούς. Για να έχει το δικαίωμα ένας μέλος της ΕΣΗΕΑ να είναι υποψήφιος για το διοικητικό συμβούλιο θα πρέπει να έχει συμπληρώσει τρία χρόνια ως τακτικό μέλος.¹¹⁴

Από την ίδια εκλογική διαδικασία προκύπτει και η σύνθεση του μικτού συμβουλίου, το οποίο αποτελούν τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου, τα τακτικά μέλη των δύο πειθαρχικών συμβουλίων και οι εργασιακοί εκπρόσωποι όλων των ΜΜΕ της Αθήνας (ένας εκπρόσωπος από κάθε ΜΜΕ), που εκλέγονται με μυστική ψηφοφορία από τους μισθωτούς εργαζόμενους του κάθε Μέσου και ένας εκπρόσωπος των ανέργων και τρεις εκπρόσωποι των συνταξιούχων που προκύπτουν από κλήρωση. Οι αρμοδιότητες του μικτού συμβουλίου είναι να λειτουργεί ως απεργιακή επιτροπή¹¹⁵ και ως δευτεροβάθμιο όργανο που λαμβάνει τις οριστικές και τελεσίδικες αποφάσεις επί προσφυγών και ενστάσεων των εγγραφών, όσοι δεν εγγράφονται από το διοικητικό συμβούλιο έχουν δικαίωμα προσφυγής στο μικτό συμβούλιο, το οποίο εξετάζει και τυχόν ενστάσεις κατά εγγραφών. Όσον αφορά στις εγγραφές, είναι πολλές οι καταγεγραμμένες περιπτώσεις που το μικτό συμβούλιο έχει εγγράψει μέλη που απορρίπτει το διοικητικό συμβούλιο και αντιθέτως, δεν έχει εγκρίνει κατόπιν ενστάσεων, τις εγγραφές κάποιων άλλων. Γενικότερα, η ύπαρξη του μικτού συμβουλίου μόνο ως θετική μπορεί να χαρακτηριστεί. Παραπέμπει σε μια οργανωτική δομή που ξεκινά από τη βάση, αποτελεί σύνδεσμο της διοίκησης της

¹¹⁴ Το δικαίωμα του εκλέγειν και του εκλέγεσθαι το έχουν μόνο τα τακτικά μέλη, με τους όποιους περιορισμούς επιβάλει το καταστατικό.

¹¹⁵ Σύμφωνα με το άρθρο 23 του καταστατικού της ΕΣΗΕΑ, «η απεργιακή επιτροπή συγκαλείται σε κρίσιμες για τον κλάδο περιστάσεις» και «κύριο έργο της είναι να δίνει τη γνώμη της για την κάθοδο σε απεργιακό αγώνα και να βοηθάει το Διοικητικό Συμβούλιο κατά τη διάρκεια της απεργίας».

Ένωσης με τους εργαζόμενους στα Μέσα και βοηθά στη συνοχή του συνδικάτου με τα μέλη του.

Στην *ΕΣΗΕΑ* λειτουργούν και δύο πειθαρχικά συμβούλια, το πρωτοβάθμιο και το δευτεροβάθμιο. Τα μέλη και των δύο πειθαρχικών συμβουλίων μαζί, αποτελούν το Εποπτικό Όργανο Δεοντολογίας, στο οποίο προεδρεύει ο πρόεδρος του δευτεροβάθμιου πειθαρχικού. Το πρωτοβάθμιο πειθαρχικό συμβούλιο αποτελείται από πέντε τακτικά μέλη και ισάριθμα αναπληρωματικά και δικαίωμα εκλογής σε αυτό έχουν συντάκτες που είναι δέκα χρόνια τακτικά μέλη της Ενώσεως. Το δευτεροβάθμιο πειθαρχικό συμβούλιο αποτελείται από πέντε τακτικά μέλη και με ισάριθμα αναπληρωματικά και δικαίωμα εκλογής έχουν συντάκτες που είναι δέκα πέντε χρόνια τακτικά μέλη της *ΕΣΗΕΑ*. Τα μέλη και των δύο πειθαρχικών συμβουλίων εκλέγονται ταυτόχρονα με τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου.

Στις 9 Νοεμβρίου 1998 ιδρύθηκε με Προεδρικό Διάταγμα το Μορφωτικό Ίδρυμα της *ΕΣΗΕΑ*, σκοπός του οποίου είναι «η ανάπτυξη δραστηριοτήτων για την εν γένει προαγωγή του μορφωτικού και πολιτιστικού επιπέδου της ελληνικής κοινωνίας και ειδικότερα των δημοσιογράφων». Το Μορφωτικό Ίδρυμα έχει δικό του διοικητικό συμβούλιο, το οποίο είναι 11μελές και έχει τετραετή θητεία. Ο πρόεδρος και ο ταμίας είναι εξ οφίτιο ο πρόεδρος και ο ταμίας του ΔΣ τη *ΕΣΗΕΑ* και τα υπόλοιπα μέλη εκλέγονται από μυστική ψηφοφορία μεταξύ των μελών της Ένωσης». ¹¹⁶Η ύπαρξη του Μορφωτικού Ιδρύματος ενισχύει τον πνευματικό χαρακτήρα και το υψηλό κύρος της Ένωσης.

Από τα προαναφερθέντα, διαπιστώνεται ότι είναι επιτακτική η ανάγκη εκσυγχρονισμού της *ΕΣΗΕΑ*, η οποία σε όλη της την πορεία υπήρξε ένα σωματείο που διέπεται από μια συντεχνιακή λογική, κάτι που δείχνουν οι κατά καιρούς αποκλεισμοί στην εγγραφή μελών, με τελευταία περίπτωση την εγγραφή των δημοσιογράφων των ενημερωτικών ιστοσελίδων. Τα τελευταία χρόνια ασκείται έντονη κριτική για την ύπαρξη των πειθαρχικών συμβουλίων. Οι υποστηρικτές της κατάργησής τους αναφέρουν ότι παραπέμπουν σε αρχαϊκή δομή της Ένωσης Συντακτών που επί της ουσίας δεν προστατεύει την ελευθερία του Τύπου, αλλά την παραβιάζει με τις κατά καιρούς τιμωρίες που έχουν επιβληθεί σε δημοσιογράφους. Από την άλλη πλευρά, γίνεται λόγος για αναγκαιότητα ύπαρξής τους, καθώς τα

¹¹⁶ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα του Μορφωτικού Ιδρύματος της *ΕΣΗΕΑ*
<http://www.morfotikoesiea.gr/index.php/id>.

πειθαρχικά είναι ανεξάρτητα όργανα από το διοικητικό συμβούλιο και εντεταλμένα από το καταστατικό να περιφρουρούν τον κώδικα δεοντολογίας και την εφαρμογή του, ακόμη και εντός της ίδιας της Ενώσεως. Το σίγουρο είναι ότι απαιτείται εκσυγχρονισμός. Το ότι το υπάρχον καταστατικό της ΕΣΗΕΑ είναι από το 1979, είναι από μόνο του στοιχείο αναχρονιστικό και δεν επιτρέπει στην Ένωση Συντακτών να ανταποκριθεί στην εξέλιξη της δημοσιογραφίας και τις σύγχρονες προκλήσεις.

6.3 Οι άλλες ενώσεις συντακτών

Ο μεταξικός νόμος 1093/1938 «Περί δημοσιογραφικών οργανώσεων», είναι αυτός που δημιούργησε σε πολύ μεγάλο βαθμό το σημερινό τοπίο της συνδικαλιστικής εκπροσώπησης των δημοσιογράφων στην Ελλάδα. Οι Ενώσεις Συντακτών έλαβαν την τελική τους μορφή αρχικά με τον αναγκαστικό αυτό νόμο που μεταξύ άλλων καθόρισε τις ονομασίες και τις έδρες τους και στη συνέχεια με τον αναγκαστικό νόμο της δικτατορίας των συνταγματαρχών 248/1967. Έτσι λοιπόν, σήμερα υπάρχουν πέντε πρωτοβάθμιες ενώσεις συντακτών, οι ΕΣΗΕΑ, ΕΣΗΕΜΘ, ΕΣΗΕΘΣτΕ, ΕΣΗΕΠΗΝ και ΕΣΠΗΤ, ενώ η ομοσπονδία, η ΠΟΕΣΥ δημιουργήθηκε τη δεκαετία του 1990.

Την ίδρυση της ΕΣΗΕΑ ακολούθησε η ίδρυση και των υπόλοιπων ενώσεων συντακτών της χώρας. Στις 6 Ιανουαρίου 1923, ιδρύεται η Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας Θράκης (ΕΣΗΕΜΘ), που αρχικά είχε την ονομασία Ένωση Συντακτών Θεσσαλονίκης.¹¹⁷ Την ίδια περίοδο και στο Βόλο γίνονται ενέργειες για τη δημιουργία σωματείου δημοσιογράφων. Τόσο το 1922, όσο και το 1927, οι δύο Ενώσεις που δημιουργήθηκαν δεν μακροημέρευσαν και φθάσαμε στο 1932 όταν ιδρύθηκε η Ένωση Συντακτών Βόλου, την οποία το 1939 διαδέχθηκε η Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Θεσσαλίας Στερεάς και Εύβοιας (ΕΣΗΕΘΣτΕ).¹¹⁸ Το 1926 ιδρύθηκε η Ένωση Συντακτών Πατρών, η οποία το 1939 μετονομάστηκε σε Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Πελοποννήσου Ηπείρου και Νήσων (ΕΣΗΕΠΗΝ).¹¹⁹ Το 1934 ιδρύθηκε η Ένωση Συντακτών

¹¹⁷ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της ΕΣΗΕΜΘ (<http://www.esiemth.gr/chroniko/>). Σε αυτή αναφέρεται ακόμη πως τα ιδρυτικά μέλη της ΕΣΗΕΜΘ.

¹¹⁸ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της ΕΣΗΕΘΣτΕ (http://www.pressunion.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=82:corona&catid=35:frontpage&Itemid=53).

¹¹⁹ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της ΕΣΗΕΠΗΝ (<http://www.esiepin.gr/esiepin/>).

Περιοδικού Τύπου (ΕΣΠΤ), που το 2001 μετονομάστηκε σε Ένωση Συντακτών Περιοδικού και Ηλεκτρονικού Τύπου (ΕΣΠΗΤ) και συμπεριέλαβε και τους δημοσιογράφους των ιδιωτικών τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών που ακόμη τότε δεν γινόντουσαν δεκτοί από την ΕΣΗΕΑ.¹²⁰ Οι πέντε αυτές πρωτοβάθμιες συνδικαλιστικές ενώσεις των δημοσιογράφων (ΕΣΗΕΑ, ΕΣΗΕΜΘ, ΕΣΗΕΘΣτΕ, ΕΣΗΕΠΗΝ και ΕΣΠΗΤ) είναι τα μέλη της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ενώσεων Συντακτών (ΠΟΕΣΥ), η οποία ιδρύθηκε στις 12 Οκτωβρίου του 1994 προκειμένου να καλύψει την ανάγκη συνολικής έκφρασης, εκπροσώπησης και δράσης του δημοσιογραφικού κόσμου της χώρας.¹²¹

Θα πρέπει να αναφέρουμε πως και οι άλλες ενώσεις συντακτών του ημερήσιου Τύπου ακολούθησαν την ίδια τακτική με την ΕΣΗΕΑ, όσον αφορά στην εγγραφή νέων μελών. Ειδικά οι ΕΣΗΕΘΣτΕ και ΕΣΗΕΠΗΝ ακολούθησαν και ακολουθούν και σήμερα, ακόμη πιο σκληρή πολιτική όσον αφορά στην εγγραφή νέων μελών, κάτι που δικαιολογούν για λόγους βιωσιμότητας των επικουρικών τους ταμείων. Στην περίπτωση των δύο αυτών ενώσεων, υπάρχει σύνδεση της ιδιότητας του μέλους με την εισαγωγή μόνο στο ταμείο επικούρησης και όχι ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης που είναι το ΕΦΚΑ (ΙΚΑ)¹²² και σε αντίθεση με τις ΕΣΗΕΑ και ΕΣΗΕΜΘ, τα μέλη των οποίων ασφαλίζονται στον ΕΛΟΕΑΠ, οι δύο αυτές ενώσεις έχουν τα δικά τους επικουρικά ταμεία, όπως θα δούμε στη συνέχεια. Ένας άλλος λόγος που δεν γινόντουσαν και δεν γίνονται πολλές εγγραφές νέων μελών στην περιφέρεια και ειδικά στις περιοχές που ανήκουν στην ΕΣΗΕΘΣτΕ και την ΕΣΗΕΠΗΝ, η οποία είναι η μεγαλύτερη σε έκταση ένωση συντακτών, αφού περιλαμβάνει την Πελοπόννησο, την Ήπειρο, την Κρήτη και όλα τα υπόλοιπα νησιά της Ελλάδας, είναι ο μικρός αριθμός ασχολούμενων αποκλειστικά με την δημοσιογραφία. Σε πολλές περιπτώσεις, οι ασχολούμενοι με τη δημοσιογραφία απασχολούνται λόγω χαμηλών απολαβών και με άλλο επάγγελμα που συνήθως είναι το κύριο επάγγελμα και η δημοσιογραφία αποτελεί χόμπι ή συμπλήρωμα. Άρα και σύμφωνα με τα καταστατικά όλων των Ενώσεων Συντακτών, εάν η δημοσιογραφία δεν αποτελεί τη μοναδική μισθωτή

¹²⁰ Τα στοιχεία προέρχονται από το ιστορικό αρχείο της ΕΣΠΗΤ.

¹²¹ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της ΠΟΕΣΥ (http://www.poesy.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=16:history&catid=17:foundation&Itemid=27).

¹²² Βλέπε και υποκεφάλαιο 7.6.

απασχόληση πλην των εξαιρέσεων δικηγόρων, συγγραφέων και καθηγητών τριτοβάθμια εκπαίδευσης, δεν μπορεί να γίνει κάποιος μέλος ένωσης.

6.4 Άλλες ενώσεις εργαζομένων στα ΜΜΕ

Πέραν των ενώσεων των δημοσιογράφων, σε σωματεία έχουν συνασπιστεί και οι άλλοι εργαζόμενοι στον Τύπο και τα ΜΜΕ (διοικητικοί υπάλληλοι, τεχνικοί κ.λ.π.). Σε αυτές τις ενώσεις θα γίνει μια σύντομη αναφορά σε αυτή την ενότητα, προκειμένου να καταδειχθεί συνολικά η διάρθρωση του συνδικαλιστικού κινήματος στα Μέσα Ενημέρωσης και η σχέση και συνεργασία που υπάρχει μεταξύ των σωματείων των δημοσιογράφων και των άλλων ειδικοτήτων των ΜΜΕ, κάτι που θα μας βοηθήσει να κατανοήσουμε και τη σύσταση και λειτουργία των ταμείων Τύπου.

Μια από τις ενώσεις που αποτελεί και μία την εκ των τεσσάρων ενώσεων που εξ αρχής μετείχαν στο ταμείο περίθαλψης και επικούρησης των εργαζομένων στα ΜΜΕ σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, του *Ενιαίου Δημοσιογραφικού Οργανισμού Επικουρικής Ασφάλισης και Περίθαλψης (ΕΔΟΕΑΠ)*, είναι η *Ένωση Προσωπικού Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΠΗΕΑ)*, η οποία ιδρύθηκε το 1945. Ως μέλη της δέχεται το διοικητικό προσωπικό, δηλαδή, όσους εργάζονται στις οικονομικές, εμπορικές, διοικητικές και λοιπές υπηρεσίες των ημερήσιων, πολιτικών οικονομικών, αθλητικών, εφημερίδων, ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών με έδρα το νομό Αττικής, καθώς και τους υπαλλήλους της *ΕΣΗΕΑ*, της *ΠΟΕΣΥ*, της *Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ενώσεων Προσωπικού Τύπου και ΜΜΕ (ΠΟΕΠΤΥΜ)*, της *Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΙΗΕΑ)*, του *ΕΔΟΕΑΠ* και του *Αθηναϊκού Πρακτορείου Ειδήσεων*.¹²³ Αντίστοιχα για τη Θεσσαλονίκη, υπάρχει η *Ένωση Προσωπικού Ημερησίων Εφημερίδων Θεσσαλονίκης (ΕΠΗΕΘ)*, η οποία ιδρύθηκε το 1948¹²⁴ και τα μέλη της είναι ανάλογα με αυτά της *ΕΠΗΕΑ* για το νομό Θεσσαλονίκης, το διοικητικό και λοιπό προσωπικό των εφημερίδων, ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών καθώς και των ανταποκριτικών γραφείων των ΜΜΕ της Αθήνας. Οι ενώσεις του προσωπικού έχουν και αυτές την ομοσπονδία τους, την

¹²³ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της *ΕΠΗΕΑ*, <http://www.epiea.gr/Union/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C/tabid/159/Default.aspx>.

¹²⁴ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της *ΕΠΗΕΘ*, <http://www.epieth.gr/content/view/23/56/>.

Πανελλήνια Ομοσπονδία Ενώσεων Προσωπικού Τύπου και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΠΟΕΠΤΥΜ), η οποία ιδρύθηκε το 2003 και έχει έδρα την Αθήνα. Μέλη της είναι η *ΕΠΗΕΑ*, η *ΕΠΗΕΘ* και η τρίτη αντίστοιχη ένωση που υπάρχει, η *Ένωση Προσωπικού Ημερησίων Εφημερίδων Θεσσαλίας, Στερεάς Ελλάδας και Εύβοιας (ΕΠΗΕΘΣΤΕ)*.¹²⁵

Οι τεχνικοί του Τύπου έχουν συνασπιστεί στην *Ένωση Τεχνικών Ημερήσιου και Περιοδικού Τύπου Αθηνών (ΕΤΗΠΤΑ)*. Το 2004, ενώσεις από την Αθήνα και μία από τη Θεσσαλονίκη, συνέστησαν τη *Συντονιστική Επιτροπή των Συνεργαζομένων Ενώσεων* στο χώρο του Τύπου και των ΜΜΕ, το λεγόμενο *Διασωματειακό*, το οποίο αποτελείται από την *ΕΣΗΕΑ* που ως η μεγαλύτερη ένωση έχει την προεδρεία, την *ΕΣΠΗΤ* που μαζί με την *ΕΠΗΕΑ* έχουν τη γενική γραμματεία, την *ΕΠΗΕΘ*, τη μόνη ένωση από τη Θεσσαλονίκη που μετέχει στο *Διασωματειακό*, την *ΕΤΗΠΤΑ*, την *Ένωση Τεχνικών Ιδιωτικών Τηλεόρασης Αττικής (ΕΤΙΤΑ)*, την *Ένωση Τεχνικών Ελληνικών Ραδιοφωνίας (ΕΤΕΡ)* και την *Ένωση Φωτορεπόρτερ Ελλάδας (ΕΦΕ)*. Υπάρχουν ακόμη η *Πανελλαδική Ένωση Λιθογράφων*, η *Ένωση Προσωπικού Πρακτορείου Εφημερίδων Αθηνών* που αναλόγως λαμβάνουν και αυτές μέρος στο *Διασωματειακό*, η *Ένωση Προσωπικού Περιοδικού και Ηλεκτρονικού Τύπου*, η *Ένωση Προσωπικού Πρακτορείων Εφημερίδων*, ο *Σύνδεσμος Φορτοεκφορτωτών Τύπου Αθηνών*, η *Ένωση Εφημεριδοπωλών Αθηνών*, η *Ένωση Εφημεριδοπωλών Πειραιά*, ο *Σύνδεσμος Εφημεριδοπωλών Θεσσαλονίκης*, η *Ένωση Ανταποκριτών Ξένου Τύπου*, ο *Πανελλήνιος Σύνδεσμος Αθλητικού Τύπου (ΠΣΑΤ)* και τιμητικά ο *Πανελλήνιος Σύνδεσμος Δημοσιογράφων Αγωνιστών Εθνικής Αντίστασης*. Τέλος, υπάρχει και η *Πανελλήνια Ομοσπονδία Συλλόγων Προσωπικού Εργαζόμενων Ελληνικής Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης (ΠΟΣΠΕΡΤ)*, η οποία ιδρύθηκε το 1978 για να καλύψει τα σωματεία των εργαζομένων στην ΕΡΤ εκτός των δημοσιογράφων που ανήκαν στις δημοσιογραφικές ενώσεις. Το 1999 άλλαξε το καταστατικό της και κρατώντας τα αρχικά της, *ΠΟΣΠΕΡΤ* έγινε *Πανελλήνια Ομοσπονδία Συλλόγων Προσωπικού Επιχειρήσεων Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης*, ανοίγοντας τις πόρτες της και σε εργαζόμενους σε ιδιωτικά ΜΜΕ και συμβασιούχους της ΕΡΤ.¹²⁶

Μια παρατήρηση που μπορεί να γίνει από όλα όσα αναφέραμε, είναι ότι το συνδικαλιστικό κίνημα της βιομηχανίας των ΜΜΕ ακολουθεί τη γενικότερη δομή

¹²⁵ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της ΠΟΕΠΤΥΜ <http://poeptym.gr/Katastatiko.html>.

¹²⁶ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της ΠΟΣΠΕΡΤ <http://www.pospert.gr/>.

του ελληνικού συνδικαλιστικού κινήματος, το οποίο διακρίνεται από πολυδιάσπαση. Μια πολυδιάσπαση που όσον αφορά στα Μέσα είναι όπως και γενικά, επαγγελματική (δημοσιογράφοι, διοικητικοί υπάλληλοι, τεχνικοί κ.λ.π.) και γεωγραφική και αυτό θα διαφανεί και στην επόμενη ενότητα, στην οποία θα περιγράψουμε τα ταμεία Τύπου και ΜΜΕ, τα οποία ήταν επίσης πολλά πριν την τελευταία ενοποίηση λόγω των πολλών και διαφορετικών ενώσεων που υπήρχαν και εξακολουθούν να υπάρχουν.

6.5 Οι πόροι των ενώσεων και η ίδρυση των ταμείων Τύπου

Ένα από τα πρώτα πράγματα με τα οποία ασχολήθηκαν οι ενώσεις συντακτών πέραν της προάσπισης του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, ήταν η περίθαλψη, η ασφάλιση, η πρόνοια και η αλληλοβοήθεια των μελών τους, κάτι που οδήγησε και στη δημιουργία των ταμείων ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης και συντάξεως και που αποτελεί πάγια τακτική του συνδικαλιστικού κινήματος παγκοσμίως. Η ίδρυση ταμείων, βέβαια, απαιτούσε και πόρους. Ένας από τους αρχικούς και βασικούς τους πόρους που καθιέρωσε για τους δημοσιογράφους η δικτατορία Μεταξά με τη λειτουργία του θεσμού της κοινωνικής ασφάλισης ήταν το λαχείο συντακτών, το οποίο θεσπίστηκε το 1938 και είχε ως δικαιούχους και συνέταιρους τις ενώσεις συντακτών όλης της Ελλάδας. Το 1941 καθιερώθηκε με το νόμο 465/41 το αγγελιόσημο που αποτελούσε μέχρι την κατάργησή του στις 15 Σεπτεμβρίου 2016, το βασικό πόρο των ταμείων Τύπου και των ενώσεων συντακτών.

Το αγγελιόσημο θεσπίστηκε το 1941 με σκοπό να ενισχυθεί το Ταμείο Ανεργίας, το οποίο είχε επιβαρυνθεί από την υποχρεωτική διακοπή της έκδοσης πολλών εφημερίδων από τις δυνάμεις κατοχής και αρχικά ήταν ποσοστό 5% επί της διαφήμισης. Το αγγελιόσημο προέκυπτε από το ποσοστό στην αξία των τιμολογίων, τα οποία αφορούσαν καταχωρίσεις ή μεταδόσεις διαφημιστικών μηνυμάτων, με την διάθεση χώρου σε έντυπο, ή την διάθεση ραδιοφωνικού ή τηλεοπτικού χρόνου, ή ακόμη και την ανάληψη χορηγίας εκπομπής για τον ίδιο λόγο. Μέχρι το 1989 αφορούσε τις διαφημίσεις των εφημερίδων, των περιοδικών και της *EPT* και στη συνέχεια, με την καθιέρωση της ιδιωτικής ραδιοφωνίας και τηλεόρασης, επεκτάθηκε σε όλα τα Μέσα, εκτός των ιστοσελίδων. Το ύψος του αγγελιοσήμου που καταβαλλόταν ανά Μέσο είχε θεσπιστεί τα τελευταία χρόνια και ύστερα από αλληπάλληλες αναπροσαρμογές ως εξής: 21,5% για τις διαφημίσεις στα ραδιοτηλεοπτικά Μέσα, 20% για τις διαφημίσεις ή καταχωρίσεις σε ημερήσιες

εφημερίδες της Αθήνας και αντιστοίχως 16% της Θεσσαλονίκης και 20% για διαφημίσεις και καταχωρίσεις σε μη ημερήσιες εφημερίδες και περιοδικά.

Μετά την απελευθέρωση της Ελλάδας από τους Γερμανούς, οι Ενώσεις Συντακτών της χώρας και οι Ενώσεις Προσωπικού των εφημερίδων σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, λάμβαναν ποσοστά από το λαχείο συντακτών και από το αγγελιόσημο, από το λαχείο συντακτών οι ενώσεις συντακτών και από το αγγελιόσημο οι ενώσεις προσωπικού. Οι δύο αυτοί πόροι αναπτύχθηκαν παράλληλα μέχρι το 1967. Τον Ιούλιο του έτους αυτού, η δικτατορία των συνταγματαρχών κατήργησε το λαχείο συντακτών και το μετέτρεψε σε κρατικό λαχείο και δικαιούχοι του αγγελιοσήμου έγιναν και οι ενώσεις συντακτών.

Ταυτόχρονα, με τον αναγκαστικό νόμο 248/1967 εγκρίθηκε τον Δεκέμβριο του ίδιου έτους το καταστατικό και η ίδρυση του *Ενιαίου Δημοσιογραφικού Οργανισμού Επικουρικής Ασφάλισης και Περιθάλψεως (ΕΔΟΕΑΠ)*, με μέλη -μετόχους τα μέλη τεσσάρων ενώσεων δημοσιογράφων και διοικητικών υπαλλήλων από την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη (*ΕΣΗΕΑ*, *ΕΣΗΕΜΘ*, *ΕΠΗΕΑ* και *ΕΠΗΕΜΘ*). Οι μετέχουσες ενώσεις υποχρεώθηκαν να συνεισφέρουν κατ' αναλογία ορισμένα ποσά από τις περιουσίες τους προκειμένου να δημιουργηθεί ο νέος οργανισμός, ο οποίος είχε ως βασικό τους πόρο τις εισφορές των εργαζομένων και το αγγελιόσημο που υποκαθιστούσε τις εργοδοτικές εισφορές και την κρατική χρηματοδότηση στους φορείς κοινωνικής ασφάλισης των εργαζομένων στα ΜΜΕ και δεν αποτελούσε – όπως παγίως υποστηρίζεται από τις ενώσεις συντακτών και από γνωμοδοτήσεις- φόρο υπέρ τρίτων.

Με την καθιέρωση του αγγελιοσήμου, οι εργοδότες των ΜΜΕ απαλλάσσονταν από τις υποχρεωτικές εργοδοτικές εισφορές στο *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* (Α' διεύθυνση, πρώην ΤΣΠΕΑΘ) στην περίπτωση των εφημερίδων, εάν είχαν κυκλοφορία μεγαλύτερη των 3.000 φύλλων και -σε αυτή την περίπτωση- υπήρχε κλιμακούμενη εισφορά επί των εσόδων από τις πωλήσεις που δεν υπερέβαινε το 1%. Για τα άλλα Μέσα (ραδιόφωνο, τηλεόραση), από το 1989 και μετά, η εργοδοτική εισφορά στο *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* ήταν 7,5% (Η ιστορία του αγγελιοσήμου, 2012). Ο ίδιος ο *ΕΔΟΕΑΠ* αναφέρει στην ιστοσελίδα του για το αγγελιόσημο:

«Στους πόρους του ΕΔΟΕΑΠ δεν προβλέπεται εργοδοτική εισφορά παρά μόνο εισφορά εργαζομένων. Η εργοδοτική εισφορά αντικαθίσταται με το έσοδο του αγγελιοσήμου, το οποίο θεσμοθετήθηκε από το 1941. Μετά την κατά το έτος 1967 κατάργηση και ιδιοποίηση από το κράτος του λαχείου συντακτών, βασικό μέχρι τότε έσοδο των ταμείων

επικούρησης και υγειονομικής περίθαλψης των εργαζομένων στον Τύπο και μπροστά στον κίνδυνο κατάρρευσης μετά την παρέμβαση του κράτους, των ασφαλιστικών ταμείων των εργαζομένων στον Τύπο, προβλέφθηκε αντί εργοδοτικής εισφοράς για τον νεοσύστατο *ΕΔΟΕΑΠ*, ως πόρος για τη λειτουργία του, το έσοδο του αγγελιοσήμου. Το αγγελιόσημο δεν συνιστά ούτε εύνοια ούτε προνόμιο προς τους εργαζομένους στον Τύπο, αλλά είναι η εργοδοτική εισφορά και η κρατική επιχορήγηση που δεν λαμβάνει από το κράτος. Το αγγελιόσημο δεν συνιστά ούτε φόρο ούτε τέλος. Επιβάλλεται επί των διαφημίσεων στον Τύπο και τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα, τα οποία χρησιμοποιούν οι διαφημιζόμενοι ως μέσο για την προβολή τους, κάνοντας χρήση της εργασίας των εργαζομένων στον Τύπο προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός της διαφήμισης».

Ο ιδιωτικού δικαίου *ΕΔΟΕΑΠ* προσφέρει στους ασφαλισμένους του περίθαλψη, επικούρηση και εφ' άπαξ. Παρέχεται ασφάλιση στους ιδιοκτήτες ημερήσιων εφημερίδων με ειδικό λογαριασμό που καλύπτει τη δική τους ασφάλιση είτε ως φυσικά πρόσωπα, είτε ως εκπρόσωποι εταιρειών και στο προσωπικό του *ΕΤΑΠ ΜΜΕ* (κλάδος *ΤΣΠΕΑΘ*). Εκτός του *ΕΔΟΕΑΠ*, έμειναν τρεις Ενώσεις Συντακτών, η *ΕΣΠΗΤ*,¹²⁷ η *ΕΣΗΕΘΣτΕ* και η *ΕΣΗΕΠΗΝ*. Οι ενώσεις της Πάτρας (*ΕΣΗΕΠΗΝ*) και της Θεσσαλίας (*ΕΣΗΕΘΣΕ*), που ήταν εκ των δικαιούχων του αγγελιοσήμου, δημιούργησαν τα δικά τους επικουρικά ταμεία. Η *ΕΣΗΕΘΣτΕ* το *Επικουρικό Ταμείο Αρωγής Συντακτών Θεσσαλίας Στερεάς Ελλάδας Εύβοιας (ΕΤΑΣ)* που ιδρύθηκε το 1959 ως Ταμείο Αλληλοβοήθειας και το 1966 έγινε επικουρικό και η *ΕΣΗΕΠΗΝ* το *Ταμείο Επικουρικής Ασφάλισης Συντακτών Πελοποννήσου Ηπείρου και Νήσων (ΤΕΑΣ)* που ιδρύθηκε το 1967. Σκοπός των δύο ταμείων είναι η παροχή εφ' άπαξ στα μέλη τους καθώς και μηνιαίας επικούρησης. Για την ιατροφαρμακευτική τους περίθαλψη τα μέλη τους είναι ασφαλισμένα στο *ΙΚΑ (ΕΦΚΑ)*, ενώ την κύρια σύνταξη τη λαμβάνουν όπως σχεδόν όλοι οι εργαζόμενοι στον Τύπο από το δημοσίου δικαίου *Ενιαίο Ταμείο Ασφάλισης Προσωπικού Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΕΤΑΠ- ΜΜΕ)*, που από την 1^η Ιανουαρίου 2017 ενσωματώθηκε στον *Ενιαίο Φορέα Κοινωνικής Ασφάλισης (ΕΦΚΑ)*.¹²⁸ Τα μέλη της *ΕΣΠΗΤ* ασφαλιζονταν στο ιδρυθέν το 1940 *Ταμείο Ασφαλίσεως Ιδιοκτητών Συντακτών και Υπαλλήλων Τύπου (ΤΑΙΣΥΤ)* που ενσωματώθηκε και αυτό το 2008 στο *ΕΤΑΠ- ΜΜΕ*.¹²⁹

¹²⁷ Τα μέλη της *ΕΣΠΗΤ* ασφαλιζονται από το 2017 στον *ΕΔΟΕΑΠ*.

¹²⁸ Τα στοιχεία προέρχονται από τα ιστορικά αρχεία των δύο Ταμείων.

¹²⁹ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα του *ΤΑΙΣΥΤ* <http://www.taisy.gr/frontoffice/portal.asp?cpage=NODE&cnode=5>.

6.6 Κατάργηση του αγγελιοσήμου και «νέα» ταμεία Τύπου

Οι δημοσιογράφοι λαμβάνουν την κύρια σύνταξη από το *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ*, το οποίο ιδρύθηκε ως ενιαίο ταμείο Τύπου τον Απρίλιο του 2008 και προήλθε από τη συγχώνευση τεσσάρων ταμείων που στη συνέχεια αποτέλεσαν και τις τέσσερις διευθύνσεις του. Πρόκειται για το *Ταμείο Συντάξεων Προσωπικού Εφημερίδων Αθήνας Θεσσαλονίκης (ΤΣΠΕΑΘ)*¹³⁰ που έγινε η Α' διεύθυνση, το *Ταμείο Ασφάλισης Ιδιοκτητών Συντακτών και Υπαλλήλων Τύπου (ΤΑΙΣΥΤ)* που έγινε η Β' διεύθυνση, το *Ταμείο Ασφάλισης Τεχνικών Τύπου Αθήνας (ΤΑΤΤΑ)* -και το αντίστοιχο για τους τεχνικούς της Θεσσαλονίκης- που έγινε η Γ' διεύθυνση και το *Ταμείο Συντάξεων Εφημεριδοπωλών και Υπαλλήλων Πρακτορείων (ΤΣΕΥΠ)* – για Αθήνα και Θεσσαλονίκη- που έγινε η Δ' διεύθυνση. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, δεν έγινε διοικητική ενοποίηση των τεσσάρων διευθύνσεων, κάτι που σημαίνει, όπως έγινε και στη συνέχεια με τον *ΕΦΚΑ*, ότι συνέχισαν να λειτουργούν με βάση τις διατάξεις των καταστατικών τους.¹³¹

Τα πράγματα για τα ταμεία του Τύπου άλλαξαν σημαντικά τους τελευταίους μήνες του 2016. Το αγγελιόσημο που ήταν ο βασικός τους πόρος, καταργήθηκε στις 15 Σεπτεμβρίου 2016, κάτι που επέφερε σημαντικές ανακατατάξεις. Από την 1^η Ιανουαρίου 2017, το *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* ενσωματώθηκε στον *ΕΦΚΑ* χωρίς να γίνει ενσωμάτωση των κλάδων (των τεσσάρων διευθύνσεων). Η εγκύκλιος του υπουργείου Εργασίας που προέβλεπε την ένταξη των εργαζόμενων στα ΜΜΕ στον *ΕΦΚΑ* και ρύθμιζε και τις κρατήσεις εργοδοτών και εργαζομένων που πλέον αντικατέστησαν το αγγελιόσημο, ανέφερε:

«Οι ασφαλισμένοι μισθωτοί, οι οποίοι, σύμφωνα με τις γενικές, ειδικές ή καταστατικές διατάξεις εκάστου Τομέα, όπως ίσχυαν έως την έναρξη ισχύος του παρόντος νόμου, υπάγονταν στην ασφάλιση του *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ*, καταβάλλουν, από 01.01.2017, εισφορά κύριας σύνταξης επί των αποδοχών, η οποία ανέρχεται σε ποσοστό 6,67%. Η εισφορά εργοδότη υπολογίζεται επί των ίδιων αποδοχών και ανέρχεται σε ποσοστό 7,5% για τον

¹³⁰ Το *ΤΣΠΕΑΘ* ιδρύθηκε το 1925 με την ονομασία *Ταμείο Προνοίας Προσωπικού Εφημερίδων* και μετονομάστηκε το 1965. Αρχικά ασφάλιζε μόνο δημοσιογράφους και διοικητικό προσωπικό εφημερίδων Αθήνας και Θεσσαλονίκης. Από το 1988 ξεκίνησε να ασφαλίζει και αυτούς που εργάζονταν στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση της ΕΡΤ, από το 1991 και των ιδιωτικών ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη και από την 1η Οκτωβρίου 1993 δέχεται τους δημοσιογράφους από όλες τις Ενώσεις Συντακτών όλης της Ελλάδας.

¹³¹ Ο *ΕΦΚΑ* απορρόφησε μόνο τα αποθεματικά τους, τα ταμειακά διαθέσιμα που αποτελούν πλέον έσοδα του κρατικού προϋπολογισμού.

Δεκέμβριο 2016, αναπροσαρμοζόμενου τούτου, ετησίως, ισόποσα και σταδιακά, από 01.01.2017 και εφεξής, ώστε την 01.01.2020 να διαμορφωθεί σε ποσοστό 13,33%».¹³²

Η κατάργηση του αγγελιοσήμου άλλαξε τα δεδομένα και στον *ΕΔΟΕΑΠ* που έμεινε χωρίς τον βασικό του πόρο. Έτσι, έγινε εκ νέου κρατική παρέμβαση και με νομοθετική ρύθμιση αποφασίστηκε η διεύρυνση του αριθμού των ασφαλισμένων, ώστε να καλύπτονται και οι υπόλοιποι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις ΜΜΕ Αθήνας και Θεσσαλονίκης πέραν των δημοσιογράφων και των διοικητικών υπαλλήλων, οι υπόλοιποι μισθωτοί στην *ΕΡΤ* πέραν των δημοσιογράφων (τεχνικοί, διοικητικοί) και όλοι οι εργαζόμενοι στις ενημερωτικές ιστοσελίδες (διαδίκτυο). Ο νέος *ΕΔΟΕΑΠ* δημιουργήθηκε με τροπολογία της 16^{ης} Νοεμβρίου 2017, η οποία ανέφερε:

«Στην ασφάλιση του *ΕΔΟΕΑΠ* υπάγονται για επικουρική ασφάλιση (παροχή μηνιαίας επικούρησης) άπαντα τα μέλη των Ενώσεων, όλοι οι μισθωτοί σε επιχειρήσεις ή εκμεταλλεύσεις Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και Ψυχαγωγίας που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, ανεξαρτήτως του τρόπου διανομής, εκπομπής ή μετάδοσης, καθώς και οι μισθωτοί σε πρακτορεία ειδήσεων και γραφεία τύπου. Από την ασφάλιση του προηγούμενου εδαφίου εξαιρούνται όσοι υπάγονται στην επικουρική ασφάλιση των αλληλοβοηθητικών σωματείων με την επωνυμία *Επικουρικό Ταμείο Αρωγής Συντακτών Θεσσαλίας – Στερεάς Ελλάδας – Εύβοιας (Ε.Τ.Α.Σ.)* και *Ταμείο Επικουρικής Ασφάλισης Συντακτών Πελοποννήσου – Ηπείρου Νήσων (Τ.Ε.Α.Σ.)* και γ) οι ιδιοκτήτες, εταίροι, μέτοχοι των επιχειρήσεων της περίπτωσης β', ανάλογα με τη νομική μορφή της επιχείρησης, και έως δύο (2) φυσικά πρόσωπα ανά μέσο, με βάση το ποσοστό συμμετοχής στο κεφάλαιό τους, κατόπιν αιτήσεώς τους. Στην ασφάλιση του *ΕΔΟΕΑΠ* υπάγονται για παροχή ιατροφαρμακευτικής- νοσοκομειακής περίθαλψης και οι συνταξιούχοι του Οργανισμού. Στην ασφάλιση του *ΕΔΟΕΑΠ* υπάγονται για εφάπαξ παροχή όσοι ήταν ήδη ασφαλισμένοι στον *ΕΔΟΕΑΠ* ή σε κλάδο πρόνοιας άλλου φορέα υποχρεωτικής ασφάλισης.».

Ως πόρος του «νέου» πια *ΕΔΟΕΑΠ* είναι οι εισφορές εργαζομένων και εργοδοτών, οι οποίες με την ίδια τροπολογία καθορίστηκαν ως εξής:

«Το ποσό της μηνιαίας εισφοράς επικουρικής ασφάλισης των ασφαλισμένων ορίζεται σε ποσοστό 3,5% για τον ασφαλισμένο και 3,5% για τον εργοδότη επί των πάσης φύσεως τακτικών μηνιαίων αποδοχών του εργαζομένου. Το ποσό της μηνιαίας εισφοράς ασφάλισης υγείας των ασφαλισμένων ορίζεται σε ποσοστό 2,55% για τον ασφαλισμένο και 4,55% για τον εργοδότη επί των πάσης φύσεως τακτικών μηνιαίων αποδοχών του εργαζομένου. Το ποσό της μηνιαίας εισφοράς ασφάλισης υγείας των συνταξιούχων του

¹³² Οι κρατήσεις για την ανεργία με τη διάταξη αυτή, δεν βαρύνουν πλέον τον εργοδότη, αλλά το μισθωτό που έχει μηνιαία κράτηση 10 ευρώ, περίπου 140 ευρώ το χρόνο.

Οργανισμού ορίζεται σε ποσοστό 5% επί του ποσού της καταβαλλόμενης από τον ΕΔΟΕΑΠ σύνταξης».¹³³

Επιπλέον αυτών, ως πόρος του *ΕΔΟΕΑΠ* καθορίστηκε με νόμο ποσοστό 2% επί του ετήσιου τζίρου των επιχειρήσεων ΜΜΕ. Η διάταξη αυτή παρ' ότι αρχικά είχε τη συναίνεση των ιδιοκτητών, στη συνέχεια προσβλήθηκε στο Συμβούλιο της Επικρατείας. Οι ιδιοκτήτες των Μέσων με την προσφυγή τους ζητούσαν το 2% να υπολογίζεται όχι επί του τζίρου, αλλά επί των κερδών της κάθε επιχείρησης, κάτι που σημαίνει ότι το ποσό θα είναι πολύ μικρότερο.

6.7 Σύνοψη και συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρήθηκε καταγραφή του ελληνικού συνδικαλιστικού κινήματος των ΜΜΕ, των Ενώσεων Συντακτών, των Ενώσεων των άλλων εργαζομένων στα ΜΜΕ και των ταμείων Τύπου, με στόχο να καταγραφεί το τοπίο προκειμένου να κατανοηθούν καλύτερα τα όσα αναφέρθηκαν σε προηγούμενα κεφάλαια και τα όσα θα αναφερθούν στη συνέχεια. Όπως διαπιστώθηκε, το συνδικαλιστικό κίνημα των ΜΜΕ στην Ελλάδα παρουσιάζει μια πολυδιάσπαση, επαγγελματική και γεωγραφική, κατά τα πρότυπα του ελληνικού συνδικαλιστικού κινήματος συνολικά. Επιπροσθέτως, ακολούθησε και αυτό τους καθυστερημένους ρυθμούς ανάπτυξης του οργανωμένου συνδικαλισμού στη χώρα μας, κάτι που οφείλεται στις περιορισμένους χαρακτήρα καπιταλιστικές παραγωγικές δομές της μετεπαναστατικής Ελλάδας και την υποτυπώδη βιομηχανία που υπήρχε στο πρώτο ήμισυ του 19^{ου} αιώνα.

Ειδικότερα, η οργανωμένη έναρξη του συνδικαλιστικού κινήματος των δημοσιογράφων χρονολογείται το 1914, έτος ίδρυσης της *ΕΣΗΕΑ*, αλλά και έτος που το ελληνικό συνδικαλιστικό κίνημα συνολικά νομιμοποιήθηκε με την κατοχύρωση του δικαιώματος του «συνέρχεσθαι». Η ίδρυση της *ΕΣΗΕΑ* αποτέλεσε το σημαντικότερο βήμα για την επαγγελματοποίηση των δημοσιογράφων στην Ελλάδα, τους έθεσε για πρώτη φορά οργανωμένα απέναντι στα θέματα που τους απασχολούσαν και τους έδωσε τη δυνατότητα να θεσπίσουν από μόνοι τους κανόνες

¹³³ Το ποσοστό 4% για την πρόνοια (εφάπαξ) επί των αποδοχών, το καταβάλλουν μόνο οι εργαζόμενοι και εθελοντικά.

λειτουργίας του επαγγέλματός τους. Εξ αρχής, η *ΕΣΗΕΑ* ήταν εκτός από συνδικαλιστικό όργανο και ένα πνευματικό σωματείο υψηλού κύρους και αυτό το πιστοποιεί η φυσιογνωμία των ιδρυτικών της μελών, οι οποίοι εκτός από δημοσιογράφοι ήταν και λόγιοι της εποχής, συγγραφείς και ποιητές.

Στην πορεία, η Ένωση Συντακτών στην προσπάθειά της να ελέγξει και να περιφρουρήσει το επάγγελμα διολίσθησε σε συντεχνιακές λογικές. Η εγγραφή για κάποιες κατηγορίες δημοσιογράφων (αθλητικοί συντάκτες, δημοσιογράφοι ιστοσελίδων, ελεύθεροι επαγγελματίες) κατέστη δύσκολη έως αδύνατη με αποτέλεσμα, τις κατά καιρούς ιδρύσεις άλλων Ενώσεων Συντακτών που δεν απέκτησαν βεβαίως ποτέ τη δύναμη και το κύρος της *ΕΣΗΕΑ* και σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις διαλύθηκαν. Αυτή η πολιτική, όμως, είχε ως αποτέλεσμα να απολέσει μακροπρόθεσμα η *ΕΣΗΕΑ* τη συνοχή με τα μέλη της, κάτι που απέβη σε βάρος των διεκδικήσεων των δημοσιογράφων. Ταυτόχρονα, επέδειξε και διάθεσή συμβιβασμού με τις εκάστοτε κυβερνήσεις, ακόμη και με δικτατορικά καθεστώτα, όπως του Μεταξά και της απριλιανής δικτατορίας που επιχείρησαν να ελέγξουν τον Τύπο. Αυτές οι προνομιακές σχέσεις των δημοσιογράφων με την πολιτική εξουσία μπορούν να εξηγήσουν και την προνομιακή μεταχείριση που τύγχανε ο κλάδος των ΜΜΕ και ίσως μπορούν να εξηγήσουν και τις προνομιακές ρυθμίσεις που έγιναν επί Μεταξά και χούντας, όπως η καθιέρωση του λαχείου συντακτών και το αγγελιόσημο που υποκαθιστούσε τις εργοδοτικές εισφορές, κάποιες ατέλειες, δάνεια κ.λ.π.

Ειδικότερα για το καθεστώς Μεταξά, είδαμε ότι επιχείρησε να ελέγξει πλήρως τον Τύπο και ήταν αυτό που με τον αναγκαστικό νόμο 1093/1938 «Περί δημοσιογραφικών οργάνωσης», δημιούργησε σε πολύ μεγάλο βαθμό το σημερινό τοπίο της συνδικαλιστικής εκπροσώπησης των δημοσιογράφων στην Ελλάδα. Οι Ενώσεις Συντακτών έλαβαν την τελική τους μορφή αρχικά με τον αναγκαστικό αυτό νόμο και στη συνέχεια με τον αναγκαστικό νόμο της δικτατορίας των συνταγματαρχών 248/1967. Ετσι λοιπόν, σήμερα υπάρχουν πέντε πρωτοβάθμιες ενώσεις συντακτών, οι *ΕΣΗΕΑ*, *ΕΣΗΕΜΘ*, *ΕΣΗΕΘΣτΕ*, *ΕΣΗΕΠΗΝ* και *ΕΣΠΗΤ*, ενώ η ομοσπονδία, η *ΠΟΕΣΥ* δημιουργήθηκε το 1994.

Ένα από τα πρώτα πράγματα με τα οποία ασχολήθηκαν οι Ενώσεις Συντακτών πέραν της προάσπισης του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, ήταν και η δημιουργία ταμείων ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης και συντάξεως, βασικός πόρος των οποίων ήταν το αγγελιόσημο που υποκαθιστούσε και τις εργοδοτικές εισφορές. Το συνταξιοδοτικό ταμείο όλων των δημοσιογράφων, το *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* από την 1^η

Ιανουαρίου 2017 ενσωματώθηκε στον *ΕΦΚΑ*, αλλά το τοπίο άλλαξε με την κατάργηση του αγγελιοσήμου στις 15 Σεπτεμβρίου 2016. Χρειάστηκε κρατική παρέμβαση για τη σωτηρία των ταμείων, που πλέον όσο αφορά στον *ΕΛΟΕΑΠ*, διέδρυνε τη βάση του και εκτός από τους δημοσιογράφους και διοικητικούς υπαλλήλους σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, ασφαλίζονται πλέον σε αυτόν όλες οι υπόλοιπες ειδικότητες (τεχνικοί κ.λ.π.) και σε όλη τη χώρα και όλοι οι εργαζόμενοι στις ενημερωτικές ιστοσελίδες (διαδίκτυο), ενώ επιπλέον, η κυβέρνηση έδωσε με νόμο ως πόρο *ΕΛΟΕΑΠ* ποσοστό 2% επί του ετήσιου τζίρου των επιχειρήσεων ΜΜΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΤΟΠΙΟ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΜΗΝΤΙΑΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

7.1 Εκτόξευση της ανεργίας την περίοδο της οικονομικής κρίσης

Σε προηγούμενα κεφάλαια της παρούσας διατριβής αναφερθήκαμε στις επιπτώσεις του νέου επικοινωνιακού τοπίου στον εργασιακό τομέα διεθνώς. Στο παρόν κεφάλαιο θα επιχειρήσουμε να καταδείξουμε τις επιπτώσεις που υπάρχουν εργασιακά στο ελληνικό μηντιακό σύστημα, το οποίο επιχειρήσαμε να αναλύσουμε εκτενώς στο 4^ο κεφάλαιο. Συγκεκριμένα, σε αυτό το κεφάλαιο θα επιχειρήσουμε να καταδείξουμε το κατά πόσο έχουν μεταβάλλει τις συνθήκες και τους όρους εργασίας των δημοσιογράφων και των εργαζόμενων στα ΜΜΕ η τεχνολογική αλλαγή, στην οποία συμπεριλαμβάνεται το διαδίκτυο και όλες οι τεχνολογικές εξελίξεις που έχουν σημειωθεί τα τελευταία χρόνια, σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση και με άλλους παράγοντες, όπως η αναδιάρθρωση του ελληνικού μηντιακού τοπίου.

Αρχικά θα επιχειρήσουμε να περιγράψουμε την κατάσταση κάνοντας χρήση δημοσίευτων στοιχείων από τα ταμεία Τύπου, του συνταξιοδοτικού ταμείου, του *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* (*Ενιαίο Ταμείου Ασφάλισης Προσωπικού*) και του ταμείου για την περίθαλψη και την επικούρηση, του *ΕΔΟΕΑΠ* (*Ενιαίος Δημοσιογραφικό Οργανισμός Επικουρικής Ασφάλισης και Περίθαλψης*), καθώς και της *ΕΣΗΕΑ* (*Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών*). Τα στοιχεία αυτά δείχνουν σημαντικές απώλειες θέσεων εργασίας στα Μέσα δημοσιογράφων και διοικητικών υπαλλήλων στα χρόνια της κρίσης και ραγδαία αύξηση της ανεργίας.

Αρχικά θα δούμε τα ποσά που κατέβαλλε το *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* για επιδόματα ανεργίας από το 2009 και μετά (πίνακας 7.1). Όπως είναι προφανές, αύξηση των επιδομάτων, σημαίνει και αύξηση της ανεργίας.

Πίνακας 7.1

Ποσά επιδομάτων ανεργίας Α' διεύθυνσης *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ*, 2009-2015 (σε ευρώ)

Έτος	Επίδομα ανεργίας
2009	1.689.130
2010	1.984.805
2011	3.437.888
2012	7.968.838
2013	7.241.168
2014	6.180.216
2015	4.121.110

Πηγή: Δημοσιεύτα στοιχεία ΕΤΑΠ-ΜΜΕ

Πρέπει να τονίσουμε πως η Α' διεύθυνση του *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* (πρώην *ΤΣΠΕΑΘ*) χορηγεί επιδόματα ανεργίας σε δημοσιογράφους και διοικητικούς υπαλλήλους του ημερήσιου Τύπου και των ραδιοτηλεοπτικών ΜΜΕ όλης της Ελλάδας. Η αύξηση που παρατηρείται στα ποσά των επιδομάτων από το 2009 και μετά είναι συνεχής και μεγάλη, το 2013 έχει σχεδόν εξαπλασιαστεί σε σχέση με το 2009, στοιχείο που καταγράφει την μεγάλη αύξηση της ανεργίας στον κλάδο των ΜΜΕ, σε δημοσιογράφους και διοικητικούς υπαλλήλους των επιχειρήσεων των Μέσων. Πρόκειται για μια περίοδο που κλείνουν και μια σειρά από Μέσα όπως η *ΕΡΤ*,¹³⁴ η *Ελευθεροτυπία* και το *Alter* κ.α. Επίσης, η μείωση στα ποσά που παρατηρείται από το 2014 και μετά οφείλεται όχι μόνο στη μείωση της ανεργίας, αλλά και στο ότι σταματούν να καταβάλλονται επιδόματα ανεργίας, τα οποία διαρκούν για ένα χρόνο.

Στη συνέχεια, στον πίνακα 7.2 απεικονίζονται οι εισφορές των εργοδοτών και των εργαζομένων (ασφαλισμένων) στην Α' διεύθυνση (πρώην *ΤΣΠΕΑΘ*) του *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* τα έτη 2005-2015.

¹³⁴ Το επιδόματα ανεργίας για το κλείσιμο της *ΕΡΤ* καταβλήθηκαν το δεύτερο μισό του 2013 και το πρώτο μισό του 2014 και κατά μέσο όρο είναι 650 ευρώ ανά άτομο για 690 άτομα (δημοσιογράφους).

Πίνακας 7.2

Εισφορές εργοδοτών-ασφαλισμένων στο ΕΤΑΠ-ΜΜΕ, 2005-2015 (σε ευρώ)

Έτος	Εισφορές εργοδοτών	Εισφορές ασφαλισμένων
2005	14.422.353	23.307.547
2006	16.442.437	25.804.669
2007	14.588.273	27.014.479
2008	19.839.412	27.752.737
2009	17.895.320	31.614.224
2010	17.899.681	28.890.566
2011	13.255.482	21.419.724
2012	11.069.203	16.419.659
2013	10.013.049	14.274.658
2014	11.407.147	14.200.239
2015	7.949.223	12.152.085

Πηγή: Δημοσιεύτα στοιχεία ΕΤΑΠ-ΜΜΕ

Από τα στοιχεία προκύπτει ότι από το 2008 που ξεκινά η παγκόσμια οικονομική κρίση και ειδικά από το 2010 που υπογράφεται το πρώτο μνημόνιο στην Ελλάδα και μετά, η πτώση των εισφορών εργοδοτών και εργαζομένων (ασφαλισμένων δημοσιογράφων και διοικητικών υπαλλήλων), είναι εντυπωσιακή. Τα στοιχεία και από τους δύο προηγούμενους πίνακες, δείχνουν ότι η περίοδος 2012-2015 είναι η περίοδος της μεγάλης κρίσης στα ΜΜΕ στην Ελλάδα. Τα ποσά του 2015 είναι μειωμένα σχεδόν κατά 50% σε σχέση με το 2005, κάτι που δείχνει ότι μέσα σε μια δεκαετία, αλλά ειδικά την περίοδο των μνημονίων, υπήρξε πολύ μεγάλη απώλεια θέσεων εργασίας, περίπου 50%, των εργαζομένων στα ΜΜΕ.

Στον επόμενο πίνακα θα κάνουμε χρήση στοιχείων από τον ΕΛΟΕΑΠ. Τα στοιχεία αφορούν στη δεκαετία 2005-2014, όταν στο ταμείο περίθαλψης και επικούρησης ασφαλιζόνταν μόνο δημοσιογράφοι και διοικητικοί υπάλληλοι από την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, μέλη των ενώσεων ΕΣΗΕΑ, ΕΣΗΕΜΘ, ΕΠΗΕΑ και ΕΠΗΕΘ και δεν είχαν γίνει ακόμη μέλη οι δημοσιογράφοι της περιφέρειας, των ιστοσελίδων, γραφείων Τύπου και τεχνικοί όλων των ειδικοτήτων. Στον πίνακα 7.3 απεικονίζονται το σύνολο των εισφορών εργοδοτών και εργαζομένων που

κατατίθεντο στο ταμείο, οι εισφορές των ασφαλισμένων (εργαζομένων) και ο αριθμός των ασφαλισμένων.

Πίνακας 7.3

ΕΛΟΕΑΠ: Σύνολο εισφορών και εισφορών ασφαλισμένων σε ευρώ, 2005-2014
(σε ευρώ)

Έτος	Σύνολο εισφορών	Εισφορές ασφαλισμένων
2005	190.020.299	5.709.454
2006	220.034.816	6.610.501
2007	249.310.016	7.479.244
2008	275.597.337	8.280.307
2009	293.995.749	8.832.066
2010	264.750.070	7.954.119
2011	231.664.721	6.956.970
2012	178.983.566	5.376.819
2013	140.845.993	4.228.930
2014	114.061.297	3.421.838

Πηγή: Δημοσιεύτα στοιχεία ΕΛΟΕΑΠ

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα, ο αριθμός των ασφαλισμένων (δημοσιογράφοι και διοικητικοί υπάλληλοι) στο ταμείο αυξάνεται μέχρι το 2009. Εκτοτε παρουσιάζει σημαντική μείωση και το 2014 οι ασφαλισμένοι είναι λιγότεροι απ' ό τι το 2005, 4.024 έναντι 5.689, ενώ οι περισσότεροι ασφαλισμένοι στον ΕΛΟΕΑΠ καταγράφονται το 2009, 7.324 .

Μέχρι τώρα είδαμε ότι παρατηρείται μια ραγδαία αύξηση της ανεργίας στη βιομηχανία των ΜΜΕ, όπως προκύπτει από τα δύο ταμεία Τύπου, το ΕΤΑΠ-ΜΜΕ και τον ΕΛΟΕΑΠ. Η αύξηση της ανεργίας, ιδιαίτερα μέχρι το 2013, επιβεβαιώνεται και από τα στοιχεία της ΕΣΗΕΑ, τα οποία ξεκινούν από το 1991 και φθάνουν μέχρι και τις 20 Σεπτεμβρίου 2019. Στον πίνακα 7.4 απεικονίζεται ο αριθμός των απολυμένων δημοσιογράφων από τα ΜΜΕ της Αθήνας που το δήλωσαν στην

*ΕΣΗΕΑ*¹³⁵ για μια σειρά από λόγους, όπως το να λαμβάνουν τα κατά καιρούς βοηθήματα ανεργίας που καταβάλει η ένωση Συντακτών της Αθήνας.

Πίνακας 7.4

Δηλωμένες ανά έτος απολύσεις δημοσιογράφων μελών *ΕΣΗΕΑ*, 1991-2019

Έτος	Αριθμός Απολυμένων	Έτος	Αριθμός Απολυμένων
1991	1	2007	62
1993	3	2008	83
1994	1	2009	120
1996	3	2010	212
1997	1	2011	244
1998	3	2012	223
1999	2	2013	412
2000	5	2014	123
2001	4	2015	107
2002	11	2016	68
2003	21	2017	83
2004	45	2018	81
2005	46	2019	16 (μέχρι 20/9/2019)
2006	91		

Πηγή: Αδημοσίευτα στοιχεία *ΕΣΗΕΑ*

Από τα στοιχεία του πίνακα 7.4, φαίνεται ότι αριθμός των ανέργων αυξάνεται σημαντικά από το 2009 και μετά και κορυφώνεται το 2013. Χαρακτηριστικό είναι το ότι οι απολύσεις που δηλώθηκαν στο μητρώο ανέργων της *ΕΣΗΕΑ* από το 1991 έως το 1999 ήταν 14 δημοσιογράφοι, από το 2000 έως το 2008 365 δημοσιογράφοι και από το 2009 έως το 2019 (20/9/2019) 1.611 δημοσιογράφοι.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της *ΕΣΗΕΑ*, στις 20 Σεπτεμβρίου 2019, οι εγγεγραμμένοι στο μητρώο ανέργων της ήταν 532, εκ των οποίων 268 άνδρες και 264

¹³⁵ Στις 20 Σεπτεμβρίου 2019 ο αριθμός των μελών της *ΕΣΗΕΑ* ήταν συνολικά 5.865 δημοσιογράφοι, εκ των οποίων 1.258 συνταξιούχοι.

γυναίκες, οι οποίοι ανήκαν στις ηλικιακές ομάδες 55+ (120 άτομα), 45-54 (240 άτομα), 35-44 (165 άτομα) και 25-34 (7 άτομα). Σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία, οι άνεργοι κατανέμονταν ως εξής ανά ΜΜΕ: 298 προέρχονταν από τις εφημερίδες, 173 από τα ραδιοτηλεοπτικά Μέσα, 20 από γραφεία Τύπου, 15 από ιστοσελίδες, 14 από Ομίλους ΜΜΕ, 8 ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες και 4 από εταιρείες παραγωγής. Στον πίνακα 7.5 φαίνονται οι άνεργοι που παραμένουν σήμερα στο μητρώο ανέργων της ΕΣΗΕΑ ανά έτος (το έτος που ξεκίνησε η ανεργία τους):

Πίνακας 7.5

Αριθμός ανέργων στο μητρώο ανέργων της ΕΣΗΕΑ ανά έτος, 1997-2019

Έτος	Αριθμός Ανέργων	Έτος	Αριθμός Ανέργων
1997	1	2010	38
2000	3	2011	53
2001	3	2012	64
2002	2	2013	71
2003	3	2014	28
2004	7	2015	40
2005	4	2016	38
2006	2	2017	61
2007	9	2018	67
2008	8	2019	16 (μέχρι 20/9/2019)
2009	14		

Πηγή: Α δημοσίευτα στοιχεία ΕΣΗΕΑ

Συμπερασματικά, από τα στοιχεία των δύο κύριων ταμείων Τύπου (ΕΤΑΠ-ΜΜΕ και ΕΔΟΕΑΠ) και της μεγαλύτερης ένωσης συντακτών της χώρας (ΕΣΗΕΑ), προκύπτει πολύ μεγάλη άνοδος της ανεργίας στη βιομηχανία των Μέσων στην Ελλάδα από το 2008 που ξέσπασε η παγκόσμια οικονομική κρίση και ειδικά από το 2010 που υπογράφηκε το πρώτο μνημόνιο στη χώρα μας και μετά. Όπως προκύπτει από όλα τα στοιχεία, η περίοδος 2012-2015 είναι η χειρότερη της κρίσης, αν και από το 2014 αρχίζουν να φαίνονται τα πρώτα σημάδια ανάκαμψης και αυτή στην οποία

σημειώνονται οι περισσότερες απώλειες θέσεων εργασίας στα ΜΜΕ, στα οποία, όπως δείχνουν τα στοιχεία, σχεδόν οι μισοί από τους εργαζομένους σε αυτά έχασαν τη δουλειά τους την περίοδο της κρίσης.

7.2 Μισθωτή εργασία, «ανακύκλωση» εργαζομένων και αύξηση παραβατικότητας στα Μέσα

Την εικόνα του εργασιακού τοπίου στα ελληνικά ΜΜΕ καταγράφει για πρώτη φορά το Ινστιτούτο Εργασίας της Γενικής Συνομοσπονδίας Εργατών Ελλάδας (ΙΝΕ-ΓΣΕΕ). Στη μηνιαία επιθεώρηση *Ενημέρωση* του ΙΝΕ-ΓΣΕΕ στο τεύχος του Δεκεμβρίου 2018 δημοσιεύονται στοιχεία για τα Μέσα Ενημέρωσης. Όπως σημειώνει ο υπογράφων την έρευνα Α. Καψάλης (2018),¹³⁶ ο χώρος των ΜΜΕ βρέθηκε εξ αρχής στο μάτι του κυκλώνα όχι μόνο λόγω της οικονομικής ύφεσης, αλλά και για λόγους που έχουν να κάνουν αφενός με την αναδιάρθρωση του επιχειρηματικού τοπίου και αφετέρου με την είσοδο νέων τεχνολογικών μέσων και καινοτόμων ψηφιακών μεθόδων ενημέρωσης.

Σε ό,τι αφορά στην εξέλιξη της ανεργίας στα ΜΜΕ, στην έρευνα αναφέρεται πως παρατηρείται, κατ' αρχάς ότι μέχρι το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης τα αντίστοιχα ποσοστά διατηρήθηκαν σε χαμηλά επίπεδα, συνήθως χαμηλότερα του εθνικού μέσου όρου, αλλά μετά το 2010 τα ποσοστά αυτά εκτινάσσονται ακολουθώντας την αντίστοιχη εξέλιξη σε όλους τους άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας φτάνοντας, μάλιστα, ακόμη και στο 39% (2014) εξαιτίας και της διακοπής της λειτουργίας μεγάλων ΜΜΕ με αυξημένο αριθμό εργαζομένων. Το ποσοστό της ανεργίας υποχωρεί σημαντικά, έως και στο 12%, το 2016 και διατηρείται αρκετά χαμηλότερο από τον εθνικό μέσο όρο, ωστόσο τα δύο τελευταία χρόνια εμφανίζει τάσεις μικρής επανα-κλιμάκωσης φτάνοντας στο 15,5% το 2018 (Καψάλης, 2018) (διάγραμμα 7.1).

¹³⁶ Το κείμενο και η έρευνα του Απόστολου Καψάλη στην επιθεώρηση *Ενημέρωση* του ΙΝΕ-ΓΣΕΕ στο τεύχος της 20^{ης} Δεκεμβρίου 2018, αποτελεί περίληψη της εισήγησης του ιδίου που παρουσιάστηκε στο 5^ο Διεθνές Σχολείο Αθλητικών Συντακτών του Πανελληνίου Συνδέσμου Αθλητικού Τύπου (ΠΣΑΤ) στην Αρχαία Ολυμπία στις 13 Οκτωβρίου 2018.

Διάγραμμα 7.1

Διαχρονική εξέλιξη απασχολούμενων και ανέργων στα ΜΜΕ 2004-2018



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΙΝΕ-ΓΣΕΕ, <https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2018/12/NOEMBRIOS-DEKEMBRIOS-2018.pdf>

Το πρώτο συμπέρασμα που μπορούμε να εξάγουμε έως τώρα, είναι ότι τα στοιχεία του ΙΝΕ-ΓΣΕΕ επιβεβαιώνουν το συμπέρασμα που προέκυψε από τα στοιχεία της ΕΣΗΕΑ και των ΕΤΑΠ-ΜΜΕ, ΕΔΟΕΑΠ που παρατέθηκαν στο προηγούμενο υποκεφάλαιο και τα οποία δείχνουν ότι η χειρότερη περίοδος που σημειώθηκε και το υψηλότερο ποσοστό ανεργίας στα ΜΜΕ είναι η περίοδος 2012-2015. Το επόμενο συμπέρασμα που εξάγεται, σε συνάρτηση και με τα στοιχεία του πίνακα 7.5, είναι ότι με εξαίρεση την πολύ κακή περίοδο 2012-2015, τα τελευταία 15 χρόνια στο χώρο των ΜΜΕ τα ποσοστά ανεργίας φαίνεται να είναι υψηλά μεν αλλά συγκρατημένα, σε σύγκριση, έστω, με άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, ενώ ένα τρίτο συμπέρασμα αφορά στην απασχόληση, η οποία διατηρείται διαχρονικά αυξημένη στα Μέσα Ενημέρωσης, γεγονός που πιστοποιεί τη διαρκή δυναμική προσέλκυσης εργατικού δυναμικού στον κλάδο. Όπως φαίνεται και στον πίνακα 7.6 που περιέχει αναλυτικά στοιχεία για την απασχόληση και την ανεργία στα ΜΜΕ, το φαινόμενο της δυναμικής της απασχόλησης στο χώρο των μίντια παρατηρείται και στα χρόνια μετά το 2010, εφόσον κατά μέσο όρο την περίοδο 2004-2010 αφορά σε 12.734 άτομα και την περίοδο 2011-2018 σε 16.501. Ενδεικτικά, οι απασχολούμενοι τα έτη 2012 (16.066) και 2013 (14.424) είναι πολύ περισσότεροι ακόμη και από αυτόν τον ετήσιο μέσο όρο της προ-μνημονιακής περιόδου 2004-2010 (Καψάλης, 2018).

Πίνακας 7.6

Απασχόληση και ανεργία στα ΜΜΕ 2004-2018

ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΑΣΧ/ΝΩΝ	ΜΙΣΘΩΤΟΙ	ΜΗ ΜΙΣΘΩΤΟΙ	ΑΝΕΡΓΟΙ	ΚΛΑΔΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΝΕΡΓΙΑΣ	ΕΘΝΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΝΕΡΓΙΑΣ	ΜΕΡΙΔΙΟ ΜΙΣΘΩΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΜΕΡΙΔΙΟ ΜΗ ΜΙΣΘΩΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
2004	11.184	9.467	1.716	744	6,2%	10,3%	84,7%	15,3%
2005	9.693	8.714	979	346	3,4%	9,8%	89,9%	10,1%
2006	11.459	10.355	1.104	440	3,7%	8,9%	90,4%	9,6%
2007	13.600	12.159	1.441	1.149	7,8%	8,2%	89,4%	10,6%
2008	14.892	11.888	3.004	889	5,6%	7,3%	79,8%	20,2%
2009	13.604	12.121	1.483	821	5,7%	9,0%	89,1%	10,9%
2010	14.704	13.383	1.321	1.057	6,7%	12,0%	91,0%	9,0%
2011	10.556	7.359	3.196	1.594	13,1%	16,5%	69,7%	30,3%
2012	16.066	12.131	3.935	4.071	20,2%	23,8%	75,5%	24,5%
2013	14.424	11.257	3.167	5.647	28,1%	27,3%	78,0%	22,0%
2014	9.722	6.800	2.922	6.151	38,8%	26,6%	69,9%	30,1%
2015	11.409	9.107	2.302	4.651	29,0%	24,6%	79,8%	20,2%
2016	21.896	16.822	5.074	3.075	12,3%	23,1%	76,8%	23,2%
2017	22.584	19.007	3.577	3.922	14,8%	21,1%	84,2%	15,8%
2018	14.799	12.403	2.397	2.732	15,6%	19,0%	83,8%	16,2%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΙΝΕ-ΓΣΕΕ, <https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2018/12/NOEMBRIOS-DEKEMBRIOS-2018.pdf>

Θα πρέπει, βεβαίως, να σημειωθεί, ότι στον πίνακα 7.6 ως εργαζόμενοι στα ΜΜΕ νοούνται στη στατιστική κλαδική κατηγοριοποίηση της ΕΛΣΤΑΤ δύο κωδικοί, ο 273 που περιλαμβάνει «συγγραφείς, δημοσιογράφους και συναφή επαγγέλματα» και αναφέρεται στην περίοδο 2004-2010 και ο κωδικός 246 που περιλαμβάνει «συγγραφείς, δημοσιογράφους και επαγγελματίες του γλωσσικού τομέα» και αναφέρεται στην περίοδο 2011-2018. Αυτό σημαίνει πως τα στοιχεία μπορεί να μην είναι απολύτως ακριβή για τους εργαζόμενους στα ΜΜΕ, αλλά σε κάθε περίπτωση είναι σε μεγάλο βαθμό ενδεικτικά της επικρατούσας κατάστασης.

Τα στοιχεία που παρουσιάζουν ενδιαφέρον είναι μια αυξομειώση του αριθμού των ανέργων που οφείλεται σε κλείσιμο διάφορων ΜΜΕ και μάλιστα με μεγάλο αριθμό εργαζομένων (π.χ. ΕΡΤ) και ο μεγάλος αριθμός απασχολούμενων τα τελευταία χρόνια και στη διάρκεια της κρίσης (2012, 2016, 2017) με ταυτόχρονα μεγάλο αριθμό ανέργων. Όπως σημειώνει ο Καψάλης (2018, σελ. 24):

«Αυτό που παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον είναι η παράλληλη συνύπαρξη των δύο φαινομένων, από τη μια, ο πολύ μεγάλος αριθμός των απασχολούμενων της τριετίας 2016-2018, κατά μέσο όρο περίπου 20.000 άτομα, και από την άλλη ο πολύ μεγάλος αριθμός των ανέργων, τόσο στα πολύ δύσκολα χρόνια 2012-2015 (κατά μέσο όρο 5.130 άνεργοι), όσο και

στα χρόνια της μείωσης της ανεργίας και της αύξησης της απασχόλησης 2016-2018 (κατά μέσο όρο 3.234 άνεργοι). Αυτή η διαπίστωση αποτελεί ένδειξη ενός φαινομένου «ανακύκλωσης» εργαζομένων με μεγάλη προϋπηρεσία, οι οποίοι διατηρούνται επί μακρόν σε κατάσταση ανεργίας, τη στιγμή που προσλαμβάνονται στη θέση τους εργαζόμενοι/ες, ενδεχομένως μικρότερης ηλικίας και χαμηλότερων μισθολογικών απαιτήσεων».

Ένα άλλο συμπέρασμα που προκύπτει από τον πίνακα 7.6 είναι ότι μετά το 2011 διευρύνεται το μερίδιο της μη μισθωτής εργασίας, κάτι το οποίο, όπως σημειώνεται στην έρευνα, συνιστά σοβαρή ένδειξη για ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων και για απορρύθμιση των εργασιακών δικαιωμάτων στον χώρο των ΜΜΕ. Στον πίνακα φαίνεται πως πριν την κρίση το ποσοστό της μη μισθωτής εργασίας (συμβάσεις έργου, ανεξαρτήτων υπηρεσιών κλπ) είναι πολύ χαμηλό κατά μέσο όρο περίπου 12% (αφορά δηλαδή σε μόνο 1 στους 10 απασχολούμενους), εν συνεχεία από το 2011 έως και το 2016 εκτινάσσεται στο 25% και αφορά πλέον σε 1 στους 4 απασχολούμενους (Καψάλης, 2018).

Σημειώνεται ακόμη, πως όσον αφορά στις ιστοσελίδες, το ποσοστό αυτό μάλλον επιβεβαιώνεται και από το υπουργείο Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών και Ενημέρωσης που στις 28 Αυγούστου 2017 ανακοίνωσε ότι σε περίπου 500 on line επιχειρήσεις οι συμβάσεις έργου αφορούν στο 29% των δημοσιογράφων, ήτοι επί συνόλου 7.864 δημοσιογράφων, οι 5.702 δηλώνονται ως μισθωτοί και οι 2.262 ως έχοντες συνάψει συμβάσεις έργου, ενώ στις 21 Σεπτεμβρίου 2017, ανακοίνωσε πως σύμφωνα με το μητρώο των on line μέσων που δημιούργησε, από τους συνολικά 2.115 εργαζόμενους σε ιστοσελίδες, οι μισοί είναι δημοσιογράφοι (1.040) εκ των οποίων οι 358 (ποσοστό 34%) απασχολούνται με σύμβαση έργου και οι υπόλοιποι 682 (ποσοστό 66%) με εξαρτημένη σχέση εργασίας.

Όπως αναφέρει και ο Καψάλης (2018), από όλα αυτά εξάγεται το συμπέρασμα ότι στη διάρκεια της κρίσης δόθηκε η δυνατότητα για τη μείωση του εργασιακού κόστους και για την απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων στα ΜΜΕ και εκ παραλλήλου με την αύξηση του ποσοστού της ανεργίας και του αριθμού των ανέργων, επεκτείνονται και οι ευέλικτες μορφές απασχόλησης, όπως ιδίως η από-μισθωτοποίηση ενός μεγάλου μέρους των απασχολούμενων στον κλάδο. Τα πράγματα φαίνεται να αλλάζουν κατά τη διετία 2017-2018, αφού σύμφωνα με την *ΕΛΣΤΑΤ*, το μερίδιο της μισθωτής απασχόλησης δείχνει να επανακάμπει και να ισορροπεί σε «φυσιολογικά» ή σε συνηθισμένα για τον κλάδο επίπεδα μισθωτής εργασίας, σε ποσοστό δηλαδή πάνω από 84% (Καψάλης, 2018).

Προηγουμένως αναφερθήκαμε στο φαινόμενο της «ανακύκλωσης» εργαζομένων, δηλαδή τη διαδικασία αντικατάστασης παλαιών εργαζομένων με μεγάλη εμπειρία, αυξημένες αποδοχές ή/και με ρυθμισμένες εργασιακές σχέσεις (κοινωνική ασφάλιση, τήρηση ωραρίων και αξιοπρεπών όρων και συνθηκών εργασίας), από νέους (σε ηλικία) ή από απλά νεοεισερχόμενους στον κλάδο με μειωμένα εργασιακά και κοινωνικά δικαιώματα και κυρίως με χαμηλότερες αποδοχές, ακόμη και κατά 40%-60% στο περιβάλλον της ύφεσης και της κρίσης. Η ένδειξη αυτή ισχυροποιείται, όπως αναφέρει ο Καψάλης (2018) από τα στοιχεία που αφορούν στις ροές της μισθωτής εργασίας με βάση τις καταγραφές που διατηρούνται στο πληροφοριακό σύστημα *EPTANH* (Πίνακας 7.7) από τον Μάρτιο του 2013 έως τον Οκτώβριο του 2018.

Από τα στοιχεία αυτά προκύπτει, πρώτον το θετικό ισοζύγιο στις ροές απασχόλησης, εφόσον οι προσλήψεις είναι περισσότερες από τις αποχωρήσεις, γεγονός που αποτελεί επιβεβαίωση της δυναμικής της απασχόλησης στον κλάδο, όπως προαναφέρθηκε και δεύτερον, ο μεγάλος αριθμός αποχωρήσεων και προσλήψεων, ο οποίος αποτελεί σαφή ένδειξη ότι υποχωρεί η σταθερότητα στην απασχόληση και μάλλον επεκτείνεται η προσωρινή απασχόληση, ιδίως εφόσον εξεταστούν τα σχετικά ισοζύγια ανά έτος, αλλά και συνολικά την περίοδο 2013-2018. Πρέπει, ωστόσο, να διευκρινιστεί ότι δεν αφορούν όλες οι αποχωρήσεις σε απολύσεις, οπότε θα ήταν εφικτή η ενεργοποίηση προστατευτικών για τους εργαζόμενους διατάξεων (αποζημίωση απόλυσης ή η επιδότηση της ανεργίας), αλλά αντιθέτως, από τη μια είναι πολύ μεγάλος ο αριθμός των παραιτήσεων/ οικειοθελών αποχωρήσεων, ο οποίος αντιστοιχεί στο 41% του συνόλου των αποχωρήσεων και από την άλλη επίσης σημαντικός ο αριθμός των περιπτώσεων λήξης της διάρκειας μιας προσωρινής/ ελαστικής σχέσης εργασίας σε ποσοστό 23% επί του συνόλου των αποχωρήσεων. Άρα οι απολύσεις με ή άνευ προειδοποίησης δεν αφορούν παρά σε μόλις έναν στους τρεις αποχωρήσαντες από την εργασία τους εργαζόμενους στον χώρο των Μέσων, ενώ από τα μητρώα ανέργων της *ΕΣΗΕΑ* προκύπτει ότι την περίοδο 2009-2016 δηλώθηκαν σε αυτή 1.431 απολύσεις δημοσιογράφων (πίνακας 7.4) (Καψάλης, 2018).

Πίνακας 7.7

Προσλήψεις και αποχωρήσεις στα ΜΜΕ, 2013-2018

ΕΤΟΣ	2013 (από 01.03.2013)	2014	2015	2016	2017	2018 Έως 31.08.18	01.09 Έως 24.09.18	03/2013-10/2018
ΤΥΠΟΣ	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΛΗΘΟΣ	ΠΛΗΘΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ
Προσλήψεις	906	1.540	1.938	1.447	2.576	1.382	227	10.016
Γενικό άθροισμα	906	1.540	1.938	1.447	2.576	1.382	227	10.016
Παραιτήσεις	354	511	582	607	877	574	79	3.584
Απολύσεις με προειδοποίηση	22	4	35	25	14	6	2	108
Απολύσεις χωρίς προειδοποίηση	426	412	527	427	741	323	37	2.893
Δηλώσεις για ΣΟΧ και Συμβ. Έργου	157	264	336	350	443	423	15	1.988
Γενικό άθροισμα	1.087	1.191	1.480	1.409	2.075	1.326	133	8.701
Ισοζύγιο	-181	+349	+458	+38	+501	+56	+94	+1.315

Πηγή: ΕΡΓΑΝΗ, ΙΝΕ-ΓΣΕΕ, <https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2018/12/NOEMBRIOS-DEKEMBRIOS-2018.pdf>

Ένα άλλο σημαντικό εύρημα της παρούσας έρευνας του ΙΝΕ-ΓΣΕΕ είναι η παραβατικότητα, η οποία όπως φαίνεται στη συνέχεια, είναι υψηλή. Για παράδειγμα, η αδήλωτη εργασία φθάνει σε ποσοστό 50%. Στον πίνακα 7.8, στον οποίο θα στηριχθεί η εξαγωγή του συμπεράσματος για την παραβατικότητα, φαίνονται οι ροές απασχόλησης στο σύστημα ΕΡΓΑΝΗ στις 25/9/2018 τα μεσάνυχτα.

Πίνακας 7.8
Απασχόληση ειδικοτήτων ΜΜΕ ΕΡΓΑΝΗ 25/9/2018

ΣΤΕΠ 92	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΤΑ ΣΤΕΠ92	ΑΡΙΘΜΟΣ
273002	ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΤΕΣ ΜΜΕ	7
273024	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΣΥΝΤΑΚΤΕΣ	8
273030	ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΤΣΕΠΗΣ ΔΙΗΓΗΜΑΤΩΝ	96
273033	ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΔΕΛΤΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΚΟΙΝΟ	2
273007	ΘΕΑΤΡΙΚΟΙ ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ	1
273016	ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ	106
273000	ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ ΚΑΙ ΑΣΚΟΥΝΤΕΣ ΣΥΝΑΦΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ	1.840
273048	ΣΕΝΑΡΙΟΓΡΑΦΟΙ	3
273011	ΕΚΔΟΤΕΣ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ ΜΟΔΑΣ ΚΑΘΕ ΕΙΔΟΥΣ	11
273026	ΜΟΥΣΙΚΟΚΡΙΤΙΚΟΙ	2
273041	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ (ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΙ)	2
273036	ΣΧΟΛΙΑΣΤΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ	2
273005	ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΩΝ ΒΟΗΘΟΙ	23
273001	ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ	2.626
273047	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑΣ ΣΧΟΛΙΑΣΤΕΣ	5
273009	ΔΙΟΡΘΩΤΕΣ ΔΟΚΙΜΙΩΝ ΑΠΟ ΟΘΟΝΗ	33
273010	ΔΟΚΙΜΙΟΓΡΑΦΟΙ	71
273017	ΚΕΙΜΕΝΟΓΡΑΦΟΙ ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΜΕΝΩΝ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ	11
273029	ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ	5
273043	ΣΥΝΤΑΚΤΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΙ	67
273008	ΔΙΑΣΚΕΥΑΣΤΕΣ ΚΕΙΜΕΝΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ	2
273012	ΕΚΔΟΤΕΣ ΤΥΠΟΥ ΓΕΝΙΚΑ	2
273039	ΡΑΔΙΟΣΧΟΛΙΑΣΤΕΣ-ΣΥΝΤΑΚΤΕΣ	16
2730	ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ ΚΑΙ ΑΣΚΟΥΝΤΕΣ ΣΥΝΑΦΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ	38
2730	ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ, ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ ΚΑΙ ΑΣΚΟΥΝΤΕΣ ΣΥΝΑΦΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ	119
273044	ΣΥΝΤΑΚΤΕΣ ΑΡΘΡΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΚΑΙ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	405
273003	ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΟΙ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ	56
273004	ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ	77
273014	ΕΠΙΜΕΛΗΤΕΣ ΕΚΔΟΣΕΩΝ	56
273038	ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΣΥΝΤΑΚΤΕΣ (ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ)	9
273040	ΡΕΠΟΡΤΕΡ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ ΜΜΕ	340
273034	ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ ΣΗΡΙΑΛ	1
273042	ΣΥΝΤΑΚΤΕΣ ΑΓΓΕΛΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ	4
273046	ΣΥΝΤΑΚΤΕΣ ΔΙΟΡΘΩΤΕΣ ΔΟΚΙΜΙΩΝ	259
ΓΕΝΙΚΟ ΑΘΡΟΙΣΜΑ		6.314
ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΓΑΖΜΕΝΩΝ ΣΤΑ ΜΜΕ		96% ή 6.059

Πηγή: Επεξεργασία από ΕΡΓΑΝΗ, ΙΝΕ-ΓΣΕΕ, <https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2018/12/NOEMBRIOS-DEKEMBRIOS-2018.pdf>

Στον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι οι μισθωτοί στον χώρο των ΜΜΕ είναι περίπου 6.000, εφόσον το 96% των εργαζομένων στη στατιστική κλαδική κατηγοριοποίηση της *ΕΛΣΤΑΤ* (ΣΤΕΠ_92_273) ασκούν επάγγελμα σχετικό με την ενημέρωση, εκ των οποίων οι περισσότεροι δηλώνονται ως δημοσιογράφοι (2.626 άτομα). Συνεπώς, η συντριπτική πλειοψηφία των 12.000 περίπου μισθωτών του ίδιου κωδικού που καταγράφονται από την *ΕΛΣΤΑΤ* (πίνακας 7.6) το 2018, θα μπορούσε να υποτεθεί ότι είναι κατά τεκμήριο εργαζόμενοι στο χώρο των Μέσων. Από αυτούς, όμως, μόνον οι 6.000 (50%) είναι δηλωμένοι στο σύστημα *ΕΡΓΑΝΗ*, κάτι που σημαίνει ότι η αδήλωτη εργασία είναι 50%. Πέραν αυτού, από τον πίνακα 7.5 φαίνεται ότι το 2018 ο αριθμός των μη μισθωτών είναι σημαντικός, περίπου 2.500 άτομα ή το 16% των απασχολούμενων, πολλοί εκ των οποίων πιθανόν να απασχολούνται με όρους πλημμελώς δηλωμένης εργασίας (ψευδο-αυτοαπασχόληση).

Από τον πίνακα 7.7 συμπεραίνεται ότι είναι πολύ πιθανόν κατά την υποβολή των δηλώσεων της αναγγελίας πρόσληψης να μην αποτυπώνεται αληθώς ή ακριβώς η επαγγελματική ειδικότητα ή ο υπο-κλάδος απασχόλησης του προσλαμβανόμενου και αυτό φαίνεται αν πάρουμε ως παράδειγμα το γεγονός ότι μόνο 67 εργαζόμενοι απασχολούνται σε όλη τη χώρα ως αθλητικοί συντάκτες ή ότι μόνο δύο (2) εργαζόμενοι απασχολούνται ως σχολιαστές αθλητικών γεγονότων, αριθμοί που είναι προφανές ότι δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Επίσης, σε όλα τα προηγούμενα, πρέπει να συμπεριλάβουμε και αυτό που συμβαίνει τα τελευταία χρόνια στον κλάδο της ενημέρωσης και είναι πολύ συχνό το φαινόμενο, ότι τυπικά η ασφάλιση του εργαζομένου να γίνεται από έναν εργοδότη (π.χ. εφημερίδα), ενώ παρέχεται παράλληλη απασχόληση (και) σε άλλο (ηλεκτρονικό) μέσο χωρίς ασφάλιση (Καψάλης, 2018).

Τέλος στον επόμενο πίνακα, (7.9) φαίνεται η παραβατικότητα στα ΜΜΕ από τα πρόστιμα που έχει επιβάλει το *Σώμα Επιθεώρησης Εργασίας (ΣΕΠΕ)* την περίοδο 2010-2017.

Πίνακας 7.9

Έλεγχοι και κυρώσεις σε επιχειρήσεις ΜΜΕ από το ΣΕΠΕ, 2010-2017

ΕΤΗ	ΕΛΕΓΧΟΙ	ΠΡΟΣΤΙΜΑ	ΠΟΣΑ	ΜΗΝΥΣΕΙΣ/ ΜΗΝΥΤΗΡΙΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ
2010	209	73	174.400	62
2011	354	51	356.350	150
2012	329	101	595.050	117
2013	267	46	346.546	120
2014	280	46	311.420	81
2015	211	30	165.434	61
2016	235	37	169.884	43
2017	168	48	349.595	47

Πηγή: Επεξεργασία ΣΕΠΕ, ΙΝΕ-ΓΣΕΕ, <https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2018/12/NOEMBRIOS-DEKEMBRIOS-2018.pdf>

Από τον πίνακα 7.9 προκύπτει ότι στο διάστημα 2010-2017 επιβλήθηκαν συνολικά από το ΣΕΠΕ για παραβίαση της εργατικής νομοθεσίας, πρόστιμα που αγγίζουν τα 2,5 εκατ. ευρώ.

Συμπερασματικά, από την έρευνα και τα στοιχεία του ΙΝΕ-ΓΣΕΕ επιβεβαιώνεται, όπως αναφέρει και ο υπογράφων την έρευνα Καψάλης (2018), η γενική πεποίθηση ότι ο χώρος των ΜΜΕ παρ' ότι εμφανίζει τάσης ενίσχυσης της απασχόλησης, ταλανίζεται διαχρονικά από υψηλά ποσοστά ανεργίας και ταυτόχρονα, ιδίως σε περιόδους ισχυρής κρίσης εργασίας, εντείνονται τα φαινόμενα ελαστικοποίησης των εργασιακών σχέσεων, με κύρια χαρακτηριστικά την επισφάλεια της θέσης εργασίας, την «ανακύκλωση» εργαζομένων, την περιορισμένη εφαρμογή της προστασίας από την απόλυση και την πολυδιάστατη παραβατικότητα στην αγορά εργασίας. Όλα αυτά, λαμβάνουν χώρα σε ένα αρρυθμιστο νομικά εργασιακό τοπίο, με την ευρεία διάδοση κάθε είδους ελαστικών εργασιακών σχέσεων, με σημαντικές μειώσεις στις αποδοχές, με μεγάλες καθυστερήσεις στην καταβολή των δεδουλευμένων, με ομαδικές απολύσεις και με κλεισίματα επιχειρήσεων, χωρίς εξασφαλισμένη προστασία των εργαζομένων.

7.3 Αποδιάρθρωση συλλογικών διαπραγματεύσεων και μειώσεις μισθών

Όλα όσα έχουμε περιγράψει έως τώρα λαμβάνουν χώρα σε ένα τοπίο, στο οποίο πρέπει να συνυπολογιστούν και οι σημαντικές μειώσεις μισθών που έχουν γίνει,

καθώς και οι καθυστερήσεις που παρατηρούνται στην καταβολή των δεδουλευμένων. Σύμφωνα με την ΕΣΗΕΑ,¹³⁷ από το 2009 μέχρι και το 2017 οι αποδοχές των εργαζομένων στα ΜΜΕ, έχουν υποστεί μείωση κατά 60%.

Στη σημαντική μείωση των μισθών συνέβαλλε και η αποδιάρθρωση του συστήματος των συλλογικών διαπραγματεύσεων που οδήγησε στον περιορισμό των συλλογικών συμβάσεων, οι οποίες όπως αναφέρει και η Καρακιουλάφη (2012), συνιστούν μια «ζώνη ασφαλείας» και εξασφαλίζουν ένα ελάχιστο εισόδημα, ανεξάρτητα από την οικονομική πορεία μιας επιχείρησης και ο περιορισμός τους ή η κατάργησή τους αφήνει την απόλυτη ελευθερία στην εργοδοσία να αυξομειώνει τις αμοιβές ανάλογα με την οικονομική συγκυρία ή τα οικονομικά της μεγέθη. Ο Κουζής (2016) τονίζει ότι η αποδιάρθρωση του συστήματος των συλλογικών διαπραγματεύσεων και των συλλογικών συμβάσεων εργασίας αποτελεί το ενδιαμέσο στάδιο που οδηγεί στην εξατομίκευση των εργασιακών σχέσεων και του τρόπου διαμόρφωσης των μισθών. Αυτό ακριβώς συνέβη και στα ΜΜΕ στην Ελλάδα, στην οποία οι τελευταίες Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας (ΣΣΕ) των Ενώσεων Συντακτών με τις αντίστοιχες εργοδοτικές Ενώσεις στις εφημερίδες, το ραδιόφωνο και την τηλεόραση για τους δημοσιογράφους σε όλη την Ελλάδα, υπεγράφησαν το 2008 για τον ιδιωτικό τομέα και ίσχυσαν τη διετία 2008-2009. Εκτοτε οι δημοσιογράφοι και εργαζόμενοι στα ιδιωτικά ΜΜΕ διαπραγματεύονται και εργάζονται υπό το καθεστώς ατομικών συμβάσεων,¹³⁸ με σημαντικές μειώσεις μισθών, ενώ καθεστώς έχουν γίνει και οι ελαστικές μορφές απασχόλησης, η μαύρη εργασία και τα μπλοκάκια. Στην αποδιάρθρωση των συλλογικών διαπραγματεύσεων συνέβαλλε η εφαρμογή των μνημονιακών πολιτικών στη χώρα μας και η νομοθετική καθιέρωση τους, σε συνδυασμό με την επίσης νομοθετική αναστολή της επέκτασης της εφαρμογής των κλαδικών και ομοιοεπαγγελματικών συμβάσεων, την παροχή της δυνατότητας υπογραφής επιχειρησιακών και ατομικών συμβάσεων, τη μείωση του χρόνου ισχύος

¹³⁷ Το στοιχείο αυτό αναφέρεται από το υπόμνημα της ΕΣΗΕΑ στον υπουργό Ψηφιακής Πολιτικής Νίκο Παππά τον Δεκέμβριο του 2017.

¹³⁸ Ως ατομικές συμβάσεις νοούνται η ξεχωριστή συμφωνία που υπέγραφε ο κάθε εργαζόμενος με τον εργοδότη του για μείωση του μισθού του. Αρχικά όλες οι ατομικές συμβάσεις τροποποιούσαν τα άρθρα των συλλογικών συμβάσεων που αναφέρονταν στις αποδοχές και οι μειώσεις των μισθών υπολογίζονταν επί των ποσών που δικαιούνταν ο κάθε εργαζόμενος από τις ΣΣΕ. Η ατομική σύμβαση αποτελούσε τη συναίνεση του εργαζόμενου στη μείωση του μισθού του, αφού αυτή απαγορευόταν να γίνει μονομερώς. Οσοι επαναπροσλαμβανόντουσαν σε άλλη δουλειά ή οι νεοπροσλαμβανόμενοι υπέγραφαν εξ αρχής ατομικές συμβάσεις με νέους μισθολογικούς και κάποιους εργασιακούς όρους. Σταδιακά, οι ατομικές συμβάσεις επιβλήθηκαν πλήρως και ισχύουν έως και σήμερα για τα μισθολογικά θέματα, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις επιχειρείται με αυτές να ρυθμιστούν και εργασιακά θέματα.

της μετενέργειας από έξι σε τρεις μήνες και την κατάργηση του δικαιώματος μονομερούς προσφυγής σε διαιτησία σε περίπτωση αποτυχίας των διαπραγματεύσεων (Κουζής, 2018 & 2016).

Οι τελευταίες συλλογικές συμβάσεις στον ιδιωτικό τομέα που υπέγραψε η ΕΣΗΕΑ¹³⁹ ήταν στις 22 Ιουλίου 2008 με την ΕΙΗΕΑ (*Ένωση Ιδιοκτητών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών*) για τους δημοσιογράφους (μέλη και μη μέλη της ΕΣΗΕΑ) που εργάζονταν στις εφημερίδες μέλη της ΕΙΗΕΑ,¹⁴⁰ στις 15 Σεπτεμβρίου 2008 με την ΕΙΤΗΣΕ (*Ένωση Ιδιωτικών Σταθμών Εθνικής Εμβέλειας*) για τους δημοσιογράφους (μέλη και μη μέλη της ΕΣΗΕΑ) που εργάζονταν στους τηλεοπτικούς σταθμούς μέλη της ΕΙΤΗΣΕ και στις 12 Δεκεμβρίου 2008 με την ΕΙΠΑ (*Ένωση Ιδιοκτητών Ιδιωτικών Ραδιοφωνικών Σταθμών Αθηνών*) για τους δημοσιογράφους (μέλη και μη μέλη της ΕΣΗΕΑ) που εργάζονταν στους ραδιοφωνικούς σταθμούς μέλη της ΕΙΠΑ. Οι τρεις αυτές ΣΣΕ είχαν διάρκεια από την 1^η Ιανουαρίου 2008 μέχρι την 31^η Δεκεμβρίου 2009, ενώ τη διετία 2007-2008 είχαν υπογραφεί οι τελευταίες συλλογικές συμβάσεις στην ΕΡΤ¹⁴¹ που έπαψαν να ισχύουν το 2009.

Οι συλλογικές συμβάσεις έδιναν σημαντικές αυξήσεις στους δημοσιογράφους, ειδικά σε σχέση με τα σημερινά δεδομένα. Χαρακτηριστικά, η τελευταία ΣΣΕ της ΕΣΗΕΑ με την ΕΙΗΕΑ προέβλεπε αυξήσεις 6,5% ανά έτος για το 2008 και το 2009 για τους δημοσιογράφους των εφημερίδων. Επίσης, οι ΣΣΕ της ΕΣΗΕΑ με τις εργοδοτικές οργανώσεις σε εφημερίδες ραδιόφωνο και τηλεόραση προέβλεπαν αξιοπρεπείς μισθούς, άνω των 1.000 ευρώ (μικτές αποδοχές), ακόμη και για τους νεοπροσλαμβανόμενους. Η τελευταία σύμβαση με την ΕΙΗΕΑ (2009) για παράδειγμα προέβλεπε για τους νεοπροσλαμβανόμενους μικτές αποδοχές 1.018 ευρώ και 1.131 ευρώ για τους εσωτερικούς συντάκτες (συντάκτες ύλης) και έφθανε μέχρι 3.059 ευρώ και 3.737 για όσους είχαν συμπληρώσει τα 40 χρόνια εργασίας. Η τελευταία συλλογική σύμβαση με την ΕΙΠΑ προέβλεπε μικτές αποδοχές 1.219 ευρώ για τους νεοπροσλαμβανόμενους και έφθανε 4.103 ευρώ για τους έχοντες 40 χρόνια προϋπηρεσία και άνω, ενώ με την ΕΙΤΗΣΕ για τους νεοπροσλαμβανόμενους

¹³⁹ Για τις συλλογικές συμβάσεις βλέπε στην ιστοσελίδα της ΕΣΗΕΑ <https://www.esiea.gr/category/symvaseis-ergasias/>.

¹⁴⁰ Την περίοδο εκείνη όλες οι καθημερινές εφημερίδες πανελλαδικής κυκλοφορίας ήταν μέλη της ΕΙΗΕΑ, σε αντίθεση με τα τελευταία χρόνια που οι περισσότερες δεν είναι.

¹⁴¹ Η ΕΡΤ υπέγραφε διαφορετικές ΣΣΕ με την ΕΣΗΕΑ από τις εργοδοτικές οργανώσεις σε εφημερίδες, ραδιόφωνο και τηλεόραση. Μετά το 2007-2008 που καταργήθηκαν οι συλλογικές συμβάσεις, η ρύθμιση των μισθών έγινε και πάλι το 2013 με την ισχύ Κοινής Υπουργικής Απόφασης (ΚΥΑ).

προέβλεπε 1.220 ευρώ και έφθανε για τους έχοντες 40 έτη και άνω στην εργασία στα 4.130 ευρώ.

Πέραν των μειώσεων των μισθών που επέβαλλαν οι ατομικές συμβάσεις, η αποδιάρθρωση του συστήματος των συλλογικών διαπραγματεύσεων είχε ως αποτέλεσμα την κατάργηση εργασιακών και μισθολογικών δικαιωμάτων των δημοσιογράφων και συνολικά των εργαζόμενων στα ΜΜΕ που περιλαμβάνονταν σε αυτές, όπως η υπερωριακή εργασία της Κυριακής, η ημεραργία και η νυχτερινή εργασία, τα οποία ελάχιστα ΜΜΕ εξακολουθούν να καταβάλλουν. Η σημερινή μισθολογική κατάσταση απέχει παρασάγγας από την εποχή των συλλογικών συμβάσεων.

Αυτή την κατάσταση περιγράφει έρευνα της Σιούντα (2014)¹⁴² για τους δημοσιογράφους που εργάζονται σε ενημερωτικές ιστοσελίδες. Σύμφωνα με αυτή, μόλις το 14,23% δηλώνει καθαρές αποδοχές μεγαλύτερες των 1.200 ευρώ μηνιαίως, οι συνηθισμένες αμοιβές κυμαίνονται μεταξύ 501-800 ευρώ (ποσοστό 28,46%) και 801-1.200 ευρώ (ποσοστό 24,11%), ένα σημαντικό ποσοστό συντακτών (22,92%) αμείβεται με λιγότερα από 500 ευρώ το μήνα και υπάρχουν και συντάκτες που εργάζονται στο διαδίκτυο χωρίς να αμείβονται (ποσοστό 8,70%), ενώ με βάση τη δημοφιλία των άρθρων αμείβεται το 1,58% του δείγματος. Στην ίδια έρευνα, αναφέρεται ότι τέσσερις στους δέκα δημοσιογράφους που εργάζονται σε διαδικτυακό μέσο ενημέρωσης τελούν υπό καθεστώς μερικής απασχόλησης, τηλε-εργασίας, εθελοντικής εργασίας και πρακτικής άσκησης με την προοπτική της αμφίβολης μελλοντικής συνεργασίας, που ενδεχομένως να τους εξασφαλίσει μια μελλοντική συνεργασία με αμοιβή.

Πρέπει να σημειωθεί, βεβαίως, πως ακόμη και όταν υπήρχαν σε ισχύ συλλογικές συμβάσεις, εργασίας δεν ίσχυαν στις ιστοσελίδες, λόγω του ότι τα portals δεν ήταν αναγνωρισμένα ΜΜΕ, στις διαφημίσεις τους δεν παρακρατείτο αγγελιόσημο και οι δημοσιογράφοι που εργάζονταν σε αυτές δεν εγγράφονταν ως μέλη της ΕΣΗΕΑ, κάτι που άλλαξε το 2018,¹⁴³ όταν η Ένωση Συντακτών δέχτηκε για

¹⁴² Πρόκειται για διπλωματική εργασία στο τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου με θέμα *Η διαμόρφωση του πεδίου της διαδικτυακής δημοσιογραφίας στην Ελλάδα*. Η έρευνα έγινε από τον Απρίλιο μέχρι και τον Ιούνιο του 2014 σε 253 δημοσιογράφους 85 ειδησεογραφικών ιστοσελίδων πανελλαδικά.

¹⁴³ Εξαίρεση σε αυτό αποτελούσε η Ένωση Συντακτών Περιοδικού και Ηλεκτρονικού Τύπου (ΕΣΠΗΤ) και ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Αθλητικού Τύπου (ΠΣΑΤ) που έκαναν δεκτούς τους δημοσιογράφους των ιστοσελίδων με τους ίδιους όρους που ίσχυαν και για αυτούς των παραδοσιακών Μέσων πριν το 2014.

πρώτη φορά ως μέλη της δημοσιογράφους από ιστοσελίδες. Η μη αναγνώριση είχε και ως αποτέλεσμα να μην ασχολείται η *ΕΣΗΕΑ* επισταμένως, αλλά μόνο περιστασιακά, με τις συνθήκες εργασίας στις ιστοσελίδες, για ορισμένες από τις οποίες έχουν δει το φως της δημοσιότητας καταγγελίες ότι επικρατούσαν και επικρατούν εργασιακές συνθήκες «γαλέρας».

Δέκα χρόνια μετά τις τελευταίες συλλογικές συμβάσεις στα ΜΜΕ, το 2019, άρχισε η σταδιακή επιστροφή τους από τον δημόσιο τομέα. Η πρώτη συλλογική σύμβαση που υπεγράφη χωρίς να περιέχει οικονομικούς όρους, ήταν αυτή που υπέγραψε η *ΕΣΗΕΑ* με την κυβέρνηση για τους δημοσιογράφους που εργάζονται στο δημόσιο¹⁴⁴ στις 5 Ιουνίου 2019. Η υπογραφή της, παρ' ότι η εν λόγω σύμβαση δεν ρυθμίζει μισθολογικά θέματα, σηματοδοτεί μια πρώτη επιστροφή στο καθεστώς των συλλογικών συμβάσεων για τους δημοσιογράφους και ανοίγει το δρόμο για υπογραφή συλλογικών συμβάσεων και στον ιδιωτικό τομέα. Η νέα συλλογική σύμβαση¹⁴⁵ των δημοσιογράφων που εργάζονται στο δημόσιο έχει διετή ισχύ (μέχρι τις 5 Ιουνίου 2021) και ρυθμίζει θέματα αδειών, πνευματικών δικαιωμάτων, ωραρίου, συνδικαλιστικής δράσης, ενώ επαναφέρει την πρόβλεψη ποσόστωσης των δημοσιογράφων μελών των ενώσεων συντακτών. Συγκεκριμένα, στο άρθρο 6 παρ. 5 της νέας συλλογικής σύμβασης αναφέρεται ότι το 80% των δημοσιογράφων που εργάζονται στον δημόσιο και τον ευρύτερο δημόσιο τομέα πρέπει να είναι μέλη των οικείων δημοσιογραφικών ενώσεων, δηλαδή, *ΕΣΗΕΑ*, *ΕΣΗΕΜΘ*, *ΕΣΗΕΘΣτΕΕ*, *ΕΣΗΕΠΗΝ* και *ΕΣΠΗΤ*. Η σύμβαση αυτή επικρίθηκε σφοδρά για δύο λόγους, ο πρώτος είναι γιατί δεν αναφερόταν σε μισθολογικά θέματα και ο δεύτερος διότι αυξήθηκε το ωράριο των δημοσιογράφων- εσωτερικών συντακτών από έξι (6) σε επτά (7) ώρες (άρθρο 5 της σύμβασης).

Τα οικονομικά θέματα, όμως, των δημοσιογράφων που εργάζονται στον δημόσιο τομέα ρυθμίζει η Κοινή Υπουργική Απόφαση (ΚΥΑ) που δημοσιεύτηκε στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης στις 25 Απριλίου 2019 (αριθμός ΦΕΚ: τεύχος Β, φύλλο 1447/25-4-2019). Η εφαρμογή της ΚΥΑ που ίσχυσε αναδρομικά από την

¹⁴⁴ Η σύμβαση ισχύει για τους δημοσιογράφους που απασχολούνται στο Δημόσιο, τα ΝΠΔΔ και τα ΝΠΙΔ, καθώς και τους ΟΤΑ.

¹⁴⁵ Βλέπε <https://www.esiea.gr/wp-content/uploads/2019/06/%CE%A3%CF%85%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%A3%CF%8D%CE%BC%CE%B2%CE%B1%CF%83%CE%B7-%CE%95%CF%81%CE%B3%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1%CF%82-%CE%94%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%83%CE%B9%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CF%86%CF%89%CE%BD.pdf>

1/1/2019 με συνυπολογισμό του χρόνου προϋπηρεσίας από 1/1/2018, απέτρεψε την υπαγωγή των δημοσιογράφων στο ενιαίο μισθολόγιο του δημοσίου και τους έδωσε τη δυνατότητα άμεσων αυξήσεων για πρώτη φορά μετά το 2015. Ο εισαγωγικός μισθός των δημοσιογράφων που απασχολούνται σε φορείς του δημοσίου διαμορφώνεται από τη νέα ΚΥΑ στα 1.061 ευρώ (μικτά), η προηγούμενη του 2013 προέβλεπε εισαγωγικό μισθό 874 ευρώ και φθάνει μέχρι τα 2.364 ευρώ για προϋπηρεσία 40 ετών και άνω. Για πρώτη φορά θεσμοθετήθηκε ειδικό επίδομα για τους ανταποκριτές του εξωτερικού, ύψους 15% επί του επιδόματος εξωτερικού που λαμβάνουν οι Έλληνες πρέσβεις, ενώ από την άλλη πλευρά, από τη νέα ΚΥΑ εξαιρέθηκε για την κατάταξη των δημοσιογράφων στα μισθολογικά κλιμάκια το χρονικό διάστημα από 1/1/2016 έως 31/12/2017.

7.4 Η αντίδραση των συνδικάτων απέναντι στις αλλαγές

Η αποδιάρθρωση των συλλογικών διαπραγματεύσεων στην ελληνική μηντιακή βιομηχανία, δεν είχε μόνο ως αποτέλεσμα τη μείωση των μισθών των δημοσιογράφων και των εργαζόμενων στα ΜΜΕ. Όπως συνέβη σε όλο τον κόσμο, οδήγησε και σε αποδυνάμωση των συνδικάτων (Καρακιουλάφη, 2012), τα οποία απώλεσαν ένα από τα βασικά τους αντικείμενα που ήταν οι συλλογικές διαπραγματεύσεις και η υπογραφή συλλογικών συμβάσεων που διατηρούσαν μια συνοχή και ένα δέσιμο ανάμεσα στα μέλη των συνδικάτων και τη διοίκηση και τους δημιουργούσε μια υποχρέωση να ακολουθούν τις αποφάσεις των οργάνων τους. Η αποδιάρθρωση των συλλογικών διαπραγματεύσεων ήταν ένας από τους λόγους που στην Ελλάδα υπήρξε απομάκρυνση των μελών των Ενώσεων Συντακτών από τις διοικήσεις τους, απειθαρχία στις αποφάσεις τους και εν τέλει αποδυνάμωση των συνδικάτων και απώλεια του ισχυρού παρεμβατικού τους ρόλου.

Στην ελληνική μηντιακή βιομηχανία συλλογικές συμβάσεις δεν υπογράφηκαν όπως είδαμε μετά το 2010, έτος που υπεγράφη και το πρώτο μνημόνιο στη χώρα μας, με εξαίρεση την τελευταία του 2019 για τους δημοσιογράφους του δημοσίου. Παρουσιάζει επομένως ενδιαφέρον να δούμε την αντίδραση των Ενώσεων Συντακτών της χώρας μας, όχι μόνο απέναντι σε αυτή την κορυφαία μισθολογική μεταβολή και τις μειώσεις μισθών, αλλά και συνολικά, απέναντι στις μεγάλες ανακατατάξεις που σημειώθηκαν στο χώρο (απολύσεις, καθιέρωση ευέλικτων μορφών απασχόλησης, κλείσιμο ΜΜΕ, απώλεια πόρου των ταμείων), καθώς και

απέναντι στις τεχνολογικές αλλαγές που ήταν και είναι συνεχείς, την εντατικοποίηση της εργασίας, τα νέα εργαλεία, την αλλαγή του δημοσιογράφου στην εκδοτική αλυσίδα και την αλλαγή στο περιεχόμενο της εργασίας.

Η απάντηση-αντίδραση των συνδικάτων των ΜΜΕ στη χώρα μας απέναντι στις μισθολογικές μεταβολές και τις απολύσεις ήταν κατά κύριο λόγο οι απεργιακές κινητοποιήσεις, που ειδικά από τον Μάιο του 2010 που υπεγράφη το πρώτο μνημόνιο και μετά ήταν πάρα πολλές. Τα βασικά αιτήματα των απεργιών ήταν συνήθως η ανάκληση απολύσεων, η αύξηση των μισθών και η επαναφορά των συλλογικών συμβάσεων και η διατήρηση του αγγελιόσημου και των αποθεματικών των ταμείων, χωρίς, όμως, να καταφέρουν να ανατρέψουν την αρνητική έκβαση των πραγμάτων.

Αυτό, σε αντίθεση με παλαιότερες απεργίες, όπως του 1975 όταν οι δημοσιογράφοι κατήλθαν σε απεργία διαρκείας που κήρυξε η ΕΣΗΕΑ με αιτήματα τις αυξήσεις μισθών κατά 50%, την αυτόματη τιμαριθμική προσαρμογή σε μηνιαία βάση και την καθιέρωση επιδόματος ανθυγιεινής εργασίας. Η συμμετοχή στην απεργία που ξεκίνησε στις 28 Απριλίου 1975 και διήρκεσε 15 ημέρες, ήταν καθολική πλην των εφημερίδων *Αυγή*, *Ριζοσπάστης* και *Ελεύθερος Κόσμος* που δήλωσαν εξ αρχής ότι αποδέχονται τα αιτήματα. Σε αυτή την απεργία πρωτοστάτησαν δημοσιογραφικές προσωπικότητες όπως οι Δημήτρης Ψαθάς, Παύλος Παλαιολόγος, Σπύρος Μελάς, Μάριος Πλωρίτης, Χρήστος Πασαλάρης, Απόστολος Μαγγανάρης, Νίκος Καραντηνός, ενώ ιστορική θεωρείται η έκδοση της εφημερίδας των απεργών με τίτλο *Αδέσμευτη Γνώμη* με διευθυντή τον Κώστα Νίτσο που εκδόθηκε από την ΕΣΗΕΑ στις 13 Μαΐου 1975 σε συνεργασία με την *Ένωση Τεχνικών Ημερησίου και Περιοδικού Τύπου Αθηνών (ΕΤΗΠΤΑ)*¹⁴⁶. Η απεργία έληξε με συμφωνία για αύξηση μισθών κατά 30% για τους χαμηλότερους μισθούς και 18% για τους υψηλότερους (Λεάνδρος, 1992). Παρ' ότι οι δημοσιογράφοι δεν πήραν το ποσοστό της αύξησης που ζητούσαν, με την απεργία του 1975 πέτυχαν την πρώτη μεγάλη αύξηση στους μισθούς τους.

Ακόμη και οι απεργίες των δημοσιογράφων το 2007 και το 2008 για το ασφαλιστικό, είχαν εν μέρει αποτέλεσμα. Οι απεργίες αυτές είχαν ως αίτημα να μην υλοποιηθεί η απόφαση της τότε κυβέρνησης για την ενοποίηση των ασφαλιστικών ταμείων και εν προκειμένω για την ενοποίηση του συνταξιοδοτικού ταμείου του δημοσιογράφων, του ΤΣΠΕΑΘ (*Ταμείο Σύνταξης Προσωπικού Εφημερίδων Αθηνών Θεσσαλονίκης*) με τα ταμεία των μηχανικών, των γιατρών και των δικηγόρων. Οι

¹⁴⁶ Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της ΕΣΗΕΑ <https://www.esiea.gr/istoriko/2/>.

δημοσιογράφοι κατήλθαν σε απεργιακές κινητοποιήσεις στις 27 Νοεμβρίου 2007, στις 12, 19 και 20 Δεκεμβρίου 2007, στις 13 Φεβρουαρίου 2008, στις 19 Μαρτίου 2008 και την 1^η Οκτωβρίου 2008, οι οποίες είχαν εν μέρει αντίκρισμα, αφού από τη μία δεν προχώρησε η ενοποίηση του *ΤΣΠΕΑΘ* με αυτά των γιατρών, των μηχανικών και των δικηγόρων, αλλά αντ' αυτού, έγινε συγχώνευση του με άλλα ταμεία εργαζόμενων στα ΜΜΕ (*ΤΑΙΣΥΤ, ΤΑΤΤΑ, ΤΣΕΥΠ*)¹⁴⁷ που οδήγησε τον Απρίλιο του 2008 στη δημιουργία του ενιαίου ταμείου, του *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ (Ενιαίο Ταμείο Ασφάλισης Προσωπικού Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης)*. Επίσης, οι αντιδράσεις των δημοσιογράφων και συγκεκριμένα της *ΠΟΕΣΥ*, είχαν και ένα επιπλέον αποτέλεσμα, η ενοποίηση να γίνει με τρόπο που τα τέσσερα ταμεία να διατηρήσουν την αυτοτέλειά τους και να συνεχίσουν να λειτουργούν με το δικό του καταστατικό το καθένα.

Τον Ιούνιο του 2009 με αφορμή το λουκέτο στην εφημερίδα *Ελεύθερος Τύπος* η *ΕΣΗΕΑ* προκήρυξε 24ωρη απεργία σε όλα τα ΜΜΕ. Ίσως είχε γίνει αντιληπτό το τι θα επακολουθούσε. Σε ανακοίνωση, μάλιστα, που είχε εκδώσει στις 11 Μαρτίου 2019, η Ένωση Συντακτών της Αθήνας, ανέφερε χαρακτηριστικά ότι «η εργοδοτική ασυδοσία, που κλιμακώνεται επιχειρεί να καθιερώσει νέα μοντέλα στα ΜΜΕ χωρίς συντάκτες». Το 2010 ήταν το έτος που υπογράφηκε το 1^ο μνημόνιο και ξεκίνησε η μεγάλη κρίση στα ΜΜΕ της χώρας. Οι μεγάλοι όμιλοι, αρχικά ο *Όμιλος Αλαφούζου* και στη συνέχεια οι *ΔΟΑ* και *ΠΗΓΑΣΟΣ*, ξεκίνησαν το 2010 και το 2011 τις απολύσεις και τις μειώσεις μισθών με την επιβολή ατομικών συμβάσεων εργασίας, δικαίωμα που τους έδινε και η μη ανανέωση των τελευταίων συλλογικών συμβάσεων, αλλά και ο μνημονιακός νόμος 3833/2010.

Οι ατομικές συμβάσεις άρχισαν να επεκτείνονται σε όλο και περισσότερα Μέσα μέχρι που παγιώθηκαν και έγιναν καθεστώς, ενώ οι 24ωρες γενικές απεργίες που κήρυξαν τα σωματεία των ΜΜΕ (24/2/2010, 11/3/2010, 5/5/2010, 3/6/2010, 29/6/2010, 30/11/2010, 15, 17 και 18/12/2010) με αιτήματα το ασφαλιστικό και την μη κατάργηση των συλλογικών διαπραγματεύσεων δεν είχαν αποτέλεσμα. Την ίδια χρονιά είχαν κηρυχθεί και απεργίες σε μεμονωμένα Μέσα και ομίλους ΜΜΕ λόγω των απολύσεων και των μειώσεων των μισθών, που στη συντριπτική τους πλειοψηφία, όμως, κρίνονταν παράνομες από τα δικαστήρια. Είχαν ήδη αρχίσει και οι πρώτες απεργοσπασίες, ειδικά στους μεγάλους ομίλους ΜΜΕ (*ΠΗΓΑΣΟΣ, ΔΟΑ,*

¹⁴⁷ Αναλυτικά για τα ταμεία Τύπου στο 7^ο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής.

Όμιλος Αλαφούζου) που κορυφώθηκαν στη συνέχεια. Στις απεργίες των συνδικάτων των ΜΜΕ δεν μετείχαν επίσης οι ειδησεογραφικές ιστοσελίδες με το πρόσχημα ότι οι δημοσιογράφοι που εργάζονταν σε αυτές δεν μπορούσαν γίνουν μέλη της *ΕΣΗΕΑ*,¹⁴⁸ κάτι, όμως, που δεν άλλαξε και μετά τις πρώτες εγγραφές από ιστοσελίδες το 2018, αφού οι ιστοσελίδες στην πλειοψηφία τους εξακολουθούν να «σπάνε» τις απεργίες.

Όλα τα προηγούμενα μαζί με μια σειρά από άλλους λόγους, όπως ότι με το πέρασμα των ετών άρχισε να παρατηρείται κόπωση από τις συνεχείς απεργίες των εργαζόμενων στα ΜΜΕ, που σκέφτονταν και τις μισθολογικές απώλειες από την παρακράτηση μεροκάματου για συμμετοχή σε απεργία, ενώ ταυτόχρονα, οι απολύσεις, οι μειώσεις μισθών και το επισφαλές περιβάλλον της οικονομικής κρίσης, καθώς και η σκληρότητα με την οποία οι εργοδότες προσπάθησαν να επιβάλλουν τους όρους τους, διέσπασαν τους εργαζόμενους και απώλεσαν τη συνοχή τους. Έτσι, οι αρχικά δυναμικές αντιδράσεις εργαζομένων και συνδικάτων έβαιναν συνεχώς μειούμενες με το πέρασμα των χρόνων, κάνοντας πιο εύκολη την επιβολή των αλλαγών από την εργοδοτική πλευρά.

Το 2011 παρατηρήθηκαν και τα πρώτα εκτεταμένα φαινόμενα ελαστικοποίησης των εργασιακών σχέσεων με εκ περιτροπής εργασία, καθώς και περικοπή εργασιακών προνομίων και υπερωριακών αμοιβών των δημοσιογράφων. Χαρακτηριστικές ήταν οι ανακοινώσεις της *ΕΣΗΕΑ*, στις 25 Ιανουαρίου 2011 που κατήγγειλε την «προσπάθεια εφαρμογής της εκ περιτροπής ή της κυλιόμενης εργασίας που επιχειρείται να εφαρμοστεί στο χώρο του Τύπου από τον πρωτοπόρο στις αντεργατικές προκλήσεις όμιλο Αλαφούζου» και στις 8 Φεβρουαρίου 2011 που ανέφερε ότι:

«Το ΔΣ της *ΕΣΗΕΑ* απορρίπτει με τον πλέον κατηγορηματικό τρόπο την πρωτοφανή ενέργεια του εκδότη κ. Φώτη Μπόμπολα που επιχειρεί αποδόμηση όλων των κεκτημένων του κλάδου για την εργασία και την αμοιβή εργασίας, εκτός των άλλων, κατά τις Κυριακές και αργίες, καθώς και την εργασία του Σαββάτου. Με τον τρόπο αυτό η ιδιοκτησία της εταιρείας *ΠΗΓΑΣΟΣ* δεν επιχειρεί μόνο ανατροπή των υφισταμένων συνθηκών, αλλά υποβαθμίζει και την έννοια της ενημέρωσης, ενώ ανάλογες πρωτοβουλίες εξυφαίνονται και σε άλλα συγκροτήματα (*ΔΟΑ, ΣΚΑΪ*)».

¹⁴⁸ Οι δημοσιογράφοι των ιστοσελίδων που δεν ήταν μέλη ενώσεων συντακτών δεν απεργούσαν στις απεργίες των ΜΜΕ, αλλά λάμβαναν μέρος στις απεργίες της *ΓΣΕΕ*, λόγω του ότι δεν ήταν αναγνωρισμένοι ως δημοσιογράφοι, αλλά ως απλοί υπάλληλοι γραφείου. Αυτοί που ήταν ήδη μέλη ενώσεων συντακτών και εργαζόντουσαν σε ιστοσελίδες ακολουθούσαν τις απεργίες των ΜΜΕ, όσοι απεργούσαν, αλλά και μειοψηφία ήταν και τα portals δεν απεργούσαν, με αποτέλεσμα να διαρρηγνύεται το απεργιακό μέτωπο.

Το 2011 οι ατομικές συμβάσεις και οι συνεχείς μειώσεις μισθών επεκτάθηκαν σε όλα τα ΜΜΕ. Όσοι δημοσιογράφοι και εργαζόμενοι άλλων ειδικοτήτων δεν υπέγραφαν ατομικές συμβάσεις και δεν δεχόντουσαν τη μείωση μισθού που τους πρότεινε η εταιρεία απολύονταν και η μόνη διέξοδος για αυτούς ήταν η προσφυγή στα δικαστήρια και οι χρονοβόρες διαδικασίες που απαιτούνταν. Η κάθε εταιρεία προχωρούσε σε δύο, τρεις ή και περισσότερες απανωτές μειώσεις μισθών. Την ίδια ώρα οι εργοδότες, επιχείρησαν να θεσμοθετήσουν και με την υπογραφή νέων συλλογικών συμβάσεων τις μειώσεις αυτές. Στις 6 Μαΐου 2011 η ανακοίνωση της ΕΣΗΕΑ ανέφερε χαρακτηριστικά:

«Το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΣΗΕΑ, απέρριψε την πρόταση της ΕΙΗΕΑ για σύναψη νέας ΣΣΕ, η οποία διατυπώθηκε στη συνάντηση των δύο Ενώσεων την Τετάρτη, 4 Μαΐου 2011. Η πρόταση της εργοδοσίας για μείωση των αποδοχών κατά 10% και εφαρμογή κυλιόμενου πενθήμερου εργασίας, καθώς και η άρνηση κάθε δέσμευσης για διατήρηση των θέσεων εργασίας και την πραγματοποίηση απολύσεων είναι απαράδεκτη και ουσιαστικά καταργεί τους όρους των ΣΣΕ, οι οποίοι ισχύουν επί 10ετίες».

Μέσα σε αυτό το σκληρό τα συνδικάτα των ΜΜΕ προκήρυξαν το 2011 συνεχείς γενικές απεργίες (23/2, 17/3, τετραήμερη απεργία 7-10/4, 11/5, 15/6, 18/10 και 30/11) που κλιμάκωσαν την αντιπαράθεση με τους εργοδότες και την κυβέρνηση. Στις 9/1/2012 το Διασωματειακό των Συνεργαζόμενων Ενώσεων στα ΜΜΕ σε ανακοίνωσή του διαπίστωνε και ταυτόχρονα κατήγγειλε:

«Τις παράνομες μεθοδεύσεις εκδοτικών επιχειρήσεων να τορπιλίσουν την υπόσταση και την ανανέωση των Συλλογικών Συμβάσεων Εργασίας στα Μέσα Ενημέρωσης, με προώθηση υποδεέστερων ατομικών συμβάσεων εργασίας, οι οποίες προβλέπουν, είτε αυθαίρετες μειώσεις αποδοχών στους εργαζόμενους μιας επιχείρησης, είτε μείωση του χρόνου απασχόλησης με ανάλογη μείωση των οικονομικών απολαβών, εργασία εκ περιτροπής κ.λπ., μετατρέποντας έτσι τις σχέσεις εργασίας από «πλήρους απασχόλησης» σε «μερικής απασχόλησης» και τις αμοιβές σε «ελεημοσύνη», υπό την απειλή μαζικών απολύσεων. Τέτοιες πρακτικές έχουν γιγαντωθεί το τελευταίο διάστημα στα ΜΜΕ, σε ημερήσιες (*ΔΟΛ, Πήγασος, Εκδοτική Β. Ελλάδος* κ.α.) και περιοδικές εκδόσεις (*Αττικές Εκδόσεις, Εκδόσεις Λυμπέρη, Bestend, Πρώτο Θέμα, TCT Media, Forum ΑΕ* κ.α.) και σε ραδιοφωνικούς σταθμούς (*ΣΚΑΙ, Nova Sport-FM*), με στόχο την υποτέλεια και αποσάθρωση των εργασιακών σχέσεων».

Τον Φεβρουάριο του 2012 υπεγράφη το 2^ο μνημόνιο και τον Μάρτιο του ίδιου έτους έλαβε χώρα το PSI, η μεγαλύτερη αναδιάρθρωση χρέους. Το «κούρεμα» των ελληνικών ομολόγων έπληξε και τα ταμεία των δημοσιογράφων και συγκεκριμένα

του ΕΛΟΕΑΠ, ο οποίος έχασε συνολικά από τα αποθεματικά του 115 εκατ. ευρώ. Οι απεργιακές κινητοποιήσεις που πραγματοποιήθηκαν στις 17-19/1/2012, 28/5/2010, 24/9/2012, 17/10/2012, 31/10/2012 και 5/11/2012 είχαν ως αιτήματα την κατάργηση των μνημονιακών νόμων, την αυτονομία των ταμείων και τη διατήρηση των αποθεματικών και την επαναφορά των συλλογικών συμβάσεων. Πρέπει να σημειωθεί ότι όπως είδαμε από τα στοιχεία των ταμείων Τύπου και του ΙΝΕ-ΓΣΕΕ, η περίοδος 2012-2015 ήταν η χειρότερη της κρίσης για τα ΜΜΕ και τους εργαζόμενους σε αυτά.

Στις 11 Ιουνίου 2013 σημειώθηκε ένα σημαντικό γεγονός που ήταν το κλείσιμο της ΕΡΤ. Έως τότε, εντός του 2013 είχαν γίνει δύο γενικές απεργίες, στις 5/2 και στις 19/2, ενώ στις 5, 11, 12 και 13/2 έγιναν απεργίες σε όλα τα δημόσια ΜΜΕ και στις 2/3 και 3/3 έγινε 48ωρη μόνο στην ΕΡΤ. Από το κλείσιμο της Δημόσιας Τηλεόρασης και μετά ξεκινά μπαράζ απεργιακών κινητοποιήσεων. Κηρύσσεται γενική απεργία στις 12, 13 και 14/6 με φαινόμενα απεργοσπασίας τόσο από τον ΣΚΑΙ, όσο και από όλα τα κυριακάτικα φύλα των εφημερίδων και από άλλους τηλεοπτικούς σταθμούς στη συνέχεια. Στις 19 Ιουλίου 2013, ημέρα συζήτησης στη βουλή του νομοσχεδίου για τη νέα κρατική τηλεόραση, κηρύσσεται απεργία μόνο στα ιδιωτικά κανάλια - μετόχους της Digea (Alpha, ANTI, Mega, Μακεδονία, ΣΚΑΪ και STAR).

Το κλείσιμο της ΕΡΤ, βεβαίως, ήταν ένα γεγονός που δεν κινητοποίησε μόνο τον κόσμο των ΜΜΕ, αλλά το σύνολο της ελληνικής κοινωνίας, καθώς είχε ευρύτερη σημασία, όπως φάνηκε και από τις αντιδράσεις. Ένα πρωτοφανές κύμα αλληλεγγύης από το σύνολο της κοινωνίας και όχι μόνο από τον κόσμο των ΜΜΕ, εκδηλώθηκε το καλοκαίρι του 2013, δείχνοντας την ευαισθησία της πλειοψηφίας της ελληνικής κοινωνίας απέναντι σε πράξεις αυθαιρεσίας κατά ενός ΜΜΕ με τεράστια σημασία για την πολυφωνία και τη δημοκρατία, όπως είναι η κρατική τηλεόραση. Οι αντιδράσεις του κόσμου την περίοδο εκείνη, τόσο από πλευράς ουσίας όσο και συμβολισμού, τα κατέδειξαν όλα αυτά και επιπλέον, έδειξαν το ότι η επαναλειτουργία της ΕΡΤ ήταν αναγκαία για τους λόγους που προαναφέρθηκαν, ενώ είναι πιθανό να απέτρεψαν και τις όποιες σκέψεις υπήρχαν για παρόμοιες μεθοδεύσεις στο μέλλον.

Το 2014 κηρύχθηκαν δύο απεργίες, στις 8/4 και στις 26/11, με κεντρικό αίτημα την επαναφορά των συλλογικών διαπραγματεύσεων και οι αντιδράσεις των δημοσιογράφων και των εργαζόμενων στα ΜΜΕ, κορυφώνονται και πάλι το 2015 μετά τις δύο εκλογικές αναμετρήσεις και το σχηματισμό της κυβέρνησης ΣΥΡΙΖΑ-ΑΝΕΛ. Στις 21/10 η ΕΣΗΕΑ σε ανακοίνωσή της με αφορμή τη συζήτηση στη βουλή

για το 3^ο μνημόνιο, τόνιζε ότι «με διαδικασίες φαστ τρακ που οδηγούν σε απολύσεις και απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων, η κυβέρνηση, χωρίς εγγυήσεις για τον πλουραλισμό και την ελευθερία της έκφρασης, επιχειρεί να οριοθετήσει το νέο ραδιοτηλεοπτικό τοπίο». Στις 23/10 κηρύχθηκε απεργία που κρίθηκε, όμως, παράνομη από το δικαστήριο μετά από προσφυγή της NOVA. Τελικά απεργία έγινε στις 12/11, ενώ στις 13/11 η ΕΣΗΕΑ σε νέα ανακοίνωση κατήγγειλε «τη λεηλασία που είναι σε εξέλιξη σε βάρος των αποθεματικών, αλλά και των πόρων των ασφαλιστικών Ταμείων, με τις προτάσεις του υπουργού Εργασίας και των δανειστών».

Ήταν οι πρώτες ενδείξεις για την κατάργηση του αγγελιοσήμου που έπαψε οριστικά να υπάρχει στις 15 Σεπτέμβριο του 2016,¹⁴⁹ έτος κατά το οποίο οι απεργίες ήταν πάρα πολλές εξ αυτού του λόγου. Στις 28/1 και 3/2 κηρύχθηκαν γενικές απεργίες, στις 21 και 22/4 48ωρη στις εφημερίδες και στις 22 και 23/4 48ωρη στα ηλεκτρονικά ΜΜΕ από την ΠΟΕΣΥ με αίτημα την απόσυρση του ασφαλιστικού νομοσχεδίου. Στη συνέχεια και αφού είχαν προηγηθεί συναντήσεις με τους πολιτικούς αρχηγούς προκειμένου να ενημερωθούν για τις θέσεις των δημοσιογράφων, η ΠΟΕΣΥ κήρυξε απεργία διαρκείας για το ασφαλιστικό, που τελικά μετατράπηκε σε τριήμερη απεργία (24, 25 και 26/4), η οποία έληξε μία ημέρα πριν με αφορμή νέα απεργοσπασία από τον ΣΚΑΙ και επελέγησαν άλλες μορφές αντίδρασης, όπως εκτεταμένη αναφορά στις επιπτώσεις του ασφαλιστικού νομοσχεδίου τόσο για τους εργαζόμενους στα ΜΜΕ, όσο και για το σύνολο των εργαζομένων από τις εφημερίδες, τις ιστοσελίδες και τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ. Οι απεργίες άρχισαν και πάλι με την προκήρυξη 24ωρης στους τηλεοπτικούς σταθμούς στις 24/9 και 24ωρης γενικής απεργίας στις 7/12 και συνεχίστηκαν το 2017 με κύριο αίτημα την εξεύρεση πόρου για τη διάσωση του ΕΔΟΕΑΠ μετά την κατάργηση του αγγελιοσήμου που ήταν ο βασικός του πόρος. Έτσι, κηρύχθηκαν 24ωρες απεργίες στις 16/5, 26/9 και 3/10 και 48ωρη στις 24-26/10 που είχαν αποτέλεσμα, αφού η κυβέρνηση νομοθέτησε στις 16 Νοεμβρίου 2017 για νέο πόρο υπέρ του ΕΔΟΕΑΠ.

Την ίδια περίοδο με τις απολύσεις και τις μειώσεις μισθών βρίσκεται σε εξέλιξη μια σημαντική τεχνολογική αλλαγή με την πλήρη επικράτηση του διαδικτύου και την ψηφιοποίηση, η οποία συνέβαλλε στην απώλεια των θέσεων εργασίας. Εργαζόμενοι και συνδικάτα ήταν αναγκασμένοι να αντιμετωπίσουν την εφαρμογή των νέων

¹⁴⁹ Αναλυτικά για την κατάργηση του αγγελιοσήμου στην ενότητα 6.6.

τεχνολογιών που όπως και στις αρχές της δεκαετίας του 1980 με την αντικατάσταση της λιντυπίας από τη φωτοσύνθεση, έτσι και στις αρχές της δεκαετίας του 2010 οδηγούσαν σε οικονομίες κλίμακας και μείωση των απασχολούμενων στην εκτύπωση και εξ αυτού του λόγου κυρίως επιβλήθηκαν.

Κατά την αντικατάσταση της λιντυπίας από τη φωτοσύνθεση, η μετάβαση στην Ελλάδα έγινε σχετικά εύκολα και χωρίς ιδιαίτερα εργασιακά προβλήματα, σε αντίθεση με άλλες χώρες, όπως οι ΗΠΑ και η Βρετανία, όπου τα συνδικάτα επέδειξαν σκληρή στάση. Σύμφωνα με τον Λεάνδρο (1992), η αντικατάσταση της λιντυπίας από τη φωτοσύνθεση προκάλεσε σημαντικά οικονομικά οφέλη στις επιχειρήσεις και σημαντικό ρόλο στην σχετικά εύκολη εισαγωγή της στις ελληνικές εφημερίδες, έπαιξε η ψήφιση του νόμου 1.186/81,¹⁵⁰ σε συνδυασμό με την μείωση της δύναμης του σωματίου των τυπογράφων των αθηναϊκών εφημερίδων, της *ΕΤΗΠΤΑ*.

Κάτι ανάλογο συνέβη και στις αρχές της δεκαετίας του 2010, όταν στις ελληνικές εφημερίδες και ιστοσελίδες εισήχθη το σύστημα *CMS (Content Management System)*, το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου, όπως λέγεται. Επρόκειτο για ένα σύστημα το οποίο χρησιμοποιείτο χρόνια πριν σε άλλες χώρες και με το οποίο οι δημοσιογράφοι ήταν υποχρεωμένοι εκτός από τη συγγραφή των κειμένων να κάνουν και μια σειρά από άλλες ενέργειες εκτός του να κάνουν ρεπορτάζ και να γράφουν, όπως να επιλέγουν και να τοποθετούν και φωτογραφίες μαζί με το κείμενο, να βάζουν τίτλους και λεζάντες και να τοποθετούν το κείμενο ηλεκτρονικά πάνω στη σελίδα αντικαθιστώντας τους συντάκτες ύλης που με το νέο σύστημα δεν ήταν απαραίτητοι, όπως δεν ήταν απαραίτητος και ο ίδιος αριθμός εργαζομένων στο ατελιέ. Έτσι, μεταβλήθηκε το περιεχόμενο εργασίας των δημοσιογράφων και αυξήθηκε ο όγκος εργασίας τους. Ταυτόχρονα, καταργήθηκαν ενδιάμεσα στάδια της εκδοτικής αλυσίδας και ειδικότητες (συντάκτες ύλης και εργαζόμενοι στα ατελιέ), με

¹⁵⁰ Οι προϋποθέσεις για την ψήφιση του νόμου 1.186/81, δημιουργήθηκαν από τη γενική απεργία του καλοκαιριού του 1980 που κήρυξε το σωματείο των τεχνικών Τύπου της Αθήνας (*ΕΤΗΠΤΑ*) σε συνεργασία με άλλες συνδικαλιστικές ενώσεις του χώρου στην προσπάθειά του να επιβάλει τους δικούς του όρους σε σχέση με την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών. Η απεργία διήρκησε σχεδόν ένα μήνα (23 Ιουνίου-17 Ιουλίου) και έληξε μετά τη συμφωνία της *ΕΤΗΠΤΑ* με την ένωση ιδιοκτητών (*ΕΙΗΕΑ*) και αφού είχε προηγηθεί παρέμβαση της κυβέρνησης. Η συμφωνία αυτή οδήγησε το καλοκαίρι του 1981 στον νόμο 1.186/81, ο οποίος προέβλεπε ότι όλοι οι τυπογράφοι των εθνικών εφημερίδων που είχαν συμπληρώσει πέντε χρόνια ασφάλισης στο *Ταμείο Ασφάλισης Τεχνικών Τύπου Αθήνας*, δικαιούνταν μηνιαίο επίδομα τεχνολογίας, ακόμη και μετά τη συνταξιοδότησή τους. Έτσι, οι τυπογράφοι μπορούσαν να συνταξιοδοτηθούν σε μικρή ηλικία και να ξεκινήσουν νέα καριέρα διατηρώντας και το επίδομα τεχνολογίας ισόβια.

αποτέλεσμα τη συρρίκνωση προσωπικού. Τα σωματεία των ΜΜΕ, δημοσιογράφων και τεχνικών, δεν κατάφεραν να επιβάλουν κανένα όρο και να αντισταθούν και η καθιέρωση του *CMS* επιτεύχθηκε με μεγάλη ευκολία, οδηγώντας σε απολύσεις και σημαντικές οικονομίες κλίμακας τις επιχειρήσεις ΜΜΕ.

Αυτή δεν ήταν η πρώτη μάχη που είχε χαθεί κατά την εφαρμογή των νέων τεχνολογιών για τους δημοσιογράφους. Τα συνδικάτα τους δημοσιογράφων είχαν χάσει την πρώτη τους μάχη απέναντι στην επιβολή των νέων τεχνολογιών στα τέλη της δεκαετίας του 1980 με την εγκατάσταση των υπολογιστών στις εφημερίδες. Τότε, αρχικά ζητούσαν επίδομα 10% για τους δημοσιογράφους, αλλά τελικά έκαναν πίσω, συμφώνησαν με τους εργοδότες και δέχθηκαν πως οι υπολογιστές απλά αντικατέστησαν τις γραφομηχανές και οι δημοσιογράφοι αποδέχθηκαν το ζήτημα της άμεσης πληκτρολόγησης χωρίς επιπλέον αμοιβή θεωρώντας το αναπόφευκτο, όπως ως αναπόφευκτη είχαν αποδεχθεί οι δημοσιογράφοι και τα συνδικάτα τους και την εισαγωγή της φωτοσύνθεσης (Λεάνδρος, 1992). Προηγουμένως, βέβαια, *ΕΣΗΕΑ* και *ΕΙΗΕΑ* είχαν συμφωνήσει το 1981 και συμπεριλήφθηκε στη συλλογική σύμβαση του έτους εκείνου, ότι εκτός από αυξήσεις μισθών η εισαγωγή της νέας τεχνολογίας δεν θα οδηγούσε σε μείωση θέσεων εργασίας των δημοσιογράφων και δεν θα μεταβάλλονταν ο χαρακτήρας και η δημιουργικότητα της εργασίας τους, ενώ το κόστος για την εκπαίδευση τους στις νέες τεχνολογίες θα αναλάμβαναν οι ιδιοκτήτες.

Η εισαγωγή των υπολογιστών, όμως, σε συνδυασμό με την αλλαγή της τεχνολογίας στις αρχές της δεκαετίας του 1980 και το πέρασμα στη φωτοσύνθεση, άλλαξε σημαντικά την εκδοτική αλυσίδα, καταργούσε τις διαχωριστικές γραμμές των διαφόρων ειδικοτήτων και καθιστούσε για πρώτη φορά τους δημοσιογράφους μέρος της τεχνικής παραγωγής, κάτι που συνέβη σε μεγαλύτερο βαθμό με την εισαγωγή του *CMS*. Αυτή η σημαντική μεταβολή έγινε αρχικά δεκτή χωρίς όρους. Στη συνέχεια και στις αρχές τη δεκαετίας του 1990 καθιερώθηκε επίδομα υπολογιστή μόνο για τους διορθωτές κειμένων που νομικά θεωρούνται δημοσιογράφοι και αμείβονταν σύμφωνα με τις συλλογικές συμβάσεις των συντακτών, το οποίο τελικά επεκτάθηκε και στους δημοσιογράφους χάρη σε δικαστική απόφαση που δικαίωσε συντάκτες του *Αθηναϊκού Πρακτορείου Ειδήσεων*. Η καταβολή του επιδόματος στα χρόνια που ακολούθησαν ατόνησε και καταργήθηκε πλήρως για λόγους που έχουν να κάνουν και με την αδυναμία αντίδρασης του συνδικαλιστικού κινήματος.

Αυτή η αδυναμία παρέμβασης στις τεχνολογικές αλλαγές, μαζί με την αδυναμία παρέμβασης στην αλλαγή που επήλθε στη θέση του δημοσιογράφου στην εκδοτική

αλυσίδα, την αλλαγή του περιεχομένου εργασίας, την εντατικοποίηση της εργασίας που είχαν ως αποτέλεσμα τα νέα εργαλεία που καθιερώθηκαν, σε συνδυασμό με την κατάργηση των συλλογικών συμβάσεων, είχαν αποτέλεσμα και την απώλεια του οποιοδήποτε ελέγχου υπήρχε στην προσφορά της εργασίας. Αρχικά τα συνδικάτα είχαν καταφέρει να επιβάλουν στις συλλογικές συμβάσεις πρόβλεψη για ποσόστωση 80% για τους δημοσιογράφους που εργάζονταν στα ΜΜΕ. Από τις συλλογικές συμβάσεις του 2002 για τις εφημερίδες και τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς (στην ΕΡΤ ίσχυε από το 1990) και μετά υπήρχε πρόβλεψη στις ΣΣΕ σύμφωνα με την οποία το 80% των δημοσιογράφων που εργάζονταν σε ένα Μέσο θα έπρεπε να είναι μέλη της ΕΣΗΕΑ, κάτι που επανήλθε όπως είδαμε στην προηγούμενη ενότητα το 2019 με τη συλλογική σύμβαση για τους δημοσιογράφους που εργάζονται στο δημόσιο. Το 2003 συμπεριελήφθη στις συλλογικές συμβάσεις και όρος που ανέφερε ότι οι ιδιοκτήτες των Μέσων θα κατέβαλλαν κάθε προσπάθεια ώστε το 15% των ετήσιων προσλήψεων δημοσιογράφων με συμβάσεις εξαρτημένης εργασίας να γίνονται από κατάλογο ανέργων της ΕΣΗΕΑ. Όλα αυτά έπαψαν να ισχύουν με την μη υπογραφή νέων συλλογικών συμβάσεων μετά το 2010 και ουδέποτε υπήρξε συζήτηση περί επαναφοράς τους.

Αν θελήσει κανείς να αναζητήσει κάτι αντίστοιχο με τις προβλέψεις αυτές σήμερα, μπορεί να πει ότι κατά ένα τρόπο υπάρχει στο νόμο 4123/2017 για την αδειοδότηση των τηλεοπτικών σταθμών. Ο νόμος προβλέπει ότι για να λάβει άδεια ένας τηλεοπτικός σταθμός θα πρέπει εκτός όλων των άλλων να έχει 400 θέσεις εργαζομένων πλήρους απασχόλησης, χωρίς να καθορίζει αριθμό ανά ειδικότητα (δημοσιογράφοι, τεχνικοί, διοικητικοί κ.λ.π.), εάν θα ανήκουν στην εταιρεία που αδειοδοτείται, αλλά και τους μισθολογικούς όρους (π.χ. συλλογικές συμβάσεις) που θα διέπουν αυτές τις θέσεις εργασίας.

Συμπερασματικά, διαπιστώνεται μια μονοδιάστατη και αναποτελεσματική στις περισσότερες περιπτώσεις πολιτική των συνδικάτων των δημοσιογράφων απέναντι στις μισθολογικές και εργασιακές μεταβολές που επιβλήθηκαν στα χρόνια των μνημονίων με κύριο χαρακτηριστικό την κατάργηση των συλλογικών συμβάσεων και την εισαγωγή προηγμένων τεχνολογικών συστημάτων. Μια πολιτική που επικεντρώνεται στις απεργιακές κινητοποιήσεις οι οποίες, όμως, δεν είχαν σημαντικά αποτελέσματα. Οι μισθοί μειώθηκαν σε ποσοστό που άγγιξε το 60% και χάθηκαν πολλές θέσεις εργασίας. Όλα αυτά αποδυνάμωσαν το συνδικαλιστικό κίνημα, το οποίο διέσπασαν και οι απεργοσπαστικές ενέργειες που εκδηλώθηκαν από τους

εργοδότες. Μαζί με τις σημαντικές μειώσεις μισθών και τις θέσεις εργασίας, χάθηκαν και άλλες κατακτήσεις του συνδικαλιστικού κινήματος, όπως ο έλεγχος της προσφοράς εργασίας, αφού καταργήθηκε η ποσόστωση που προέβλεπε ότι τα μέλη της *ΕΣΗΕΑ* που εργάζονταν σε ένα ΜΜΕ έπρεπε να είναι 80% του ποσοστού των απασχολούμενων δημοσιογράφων. Η ποσόστωση αυτή, πέραν των άλλων σήμαινε και τη μη ύπαρξη ευκαιριακών εργαζομένων και δυσκόλευε και τη δημιουργία απεργοσπαστικών μηχανισμών σε ένα Μέσο, αφού τα μέλη της *ΕΣΗΕΑ* και των άλλων συνδικαλιστικών ενώσεων των δημοσιογράφων και των άλλων ειδικοτήτων, πολύ δύσκολα δεν θα ακολουθούσαν τις επιταγές του σωματείου τους, κάτι που οδηγούσε σε ισχυροποίηση των συνδικάτων.

Επιπροσθέτως, τα συνδικάτα των δημοσιογράφων στην Ελλάδα δεν επιχείρησαν την παραμικρή παρέμβαση σε άλλα καίρια ζητήματα, όπως οι τεχνολογικές αλλαγές και τα νέα εργαλεία, η εντατικοποίηση της εργασίας και η αλλαγή στο περιεχόμενο της εργασίας, καθώς και η αλλαγή της θέσης του δημοσιογράφου στην εκδοτική αλυσίδα. Όλα αυτά, σε συνδυασμό και με τις σημαντικές μειώσεις μισθών, τις απολύσεις και την αύξηση της ανεργίας, δημιούργησαν μια νέα, πρωτόγνωρη κατάσταση, η οποία έχει αλλάξει άρδην τα δεδομένα, τόσο εργασιακά, όσο και από πλευράς περιεχομένου εργασίας. Για το δημοσιογράφο της νέας εποχής, δεν αρκεί μόνο να κάνει ρεπορτάζ και να γράφει ή να μεταδίδει, αλλά πρέπει να μπορεί να χειρίζεται τα νέα εργαλεία, να φωτογραφίζει, να βιντεοσκοπεί και να αναρτά σε σύντομο χρονικό διάστημα, κάτι που είναι σε βάρος της ποιότητας και της εγκυρότητας. Θα πρέπει να είναι, όπως περιγράψαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, δημοσιογράφος –πολυεργαλείο.

Είναι προφανές πως τα υψηλά ποσοστά ανεργίας στην ελληνική βιομηχανία των ΜΜΕ, συνδέονται και με την αλλαγή που έχει επέλθει στο περιεχόμενο της εργασίας. Παλαιοί δημοσιογράφοι δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις που έχει πλέον το επάγγελμα με αποτέλεσμα να μένουν στην ανεργία και τη θέση τους να παίρνουν νέοι δημοσιογράφοι, με περισσότερες δεξιότητες, αλλά λιγότερες μισθολογικές και ασφαλιστικές απαιτήσεις που κοστίζουν λιγότερο στον εργοδότη και προτιμούνται. Αυτό οδηγεί και στο φαινόμενο της «ανακύκλωσης» που περιγράψαμε σε προηγούμενη ενότητα, δηλαδή τη διαδικασία αντικατάστασης παλαιών εργαζομένων με μεγάλη εμπειρία, αυξημένες αποδοχές ή/και με ρυθμισμένες εργασιακές σχέσεις (κοινωνική ασφάλιση, τήρηση ωραρίων και αξιοπρεπών όρων και συνθηκών εργασίας), από νέους (σε ηλικία) ή από απλά

νεοεισερχόμενους στον κλάδο με μειωμένα εργασιακά και κοινωνικά δικαιώματα και κυρίως με χαμηλότερες αποδοχές.

Όλα αυτά τα συνδικάτα των δημοσιογράφων στην Ελλάδα δεν τα έχουν αντιμετωπίσει έως τώρα με επάρκεια. Επέμεναν και επιμένουν να ακολουθούν μια μονοδιάστατη πολιτική αντιμετώπισης της κρίσης που περιελάμβανε μόνο τις απεργιακές κινητοποιήσεις. Δεν ελήφθη κανένα μέτρο και δεν έγινε καμιά προσπάθεια προσέγγισης της νέας αυτής κατάστασης, κάτι που μαζί με την κατάργηση των συλλογικών συμβάσεων, είχε ως αποτέλεσμα την αποδυνάμωση τους και τη διάβρωση της συνοχής και της ενότητας του συνδικαλιστικού κινήματος των ΜΜΕ.

7.5. Σύνοψη και συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρήθηκε να καταγραφεί το εργασιακό τοπίο της ελληνικής μηντιακής βιομηχανίας, το οποίο έχει ως κύρια χαρακτηριστικά τις απώλειες θέσεων εργασίας και την υψηλή ανεργία ως απόρροια του κλεισίματος αρκετών ΜΜΕ καθώς και της αναδιάταξης της ελληνικής μηντιακής βιομηχανίας,¹⁵¹ σε συνδυασμό με την είσοδο των νέων τεχνολογιών, την εντατικοποίηση της εργασίας και την αλλαγή στο περιεχόμενο της εργασίας. Όπως είδαμε από τα στοιχεία των ταμείων Τύπου (*ΕΤΑΠ-ΜΜΕ*, *ΕΔΟΕΑΠ*) και της *ΕΣΗΕΑ*, η περίοδος 2012-2015 είναι η χειρότερη στην ελληνική μηντιακή βιομηχανία στα χρόνια της κρίσης και ειδικά από το 2010 που υπεγράφη το πρώτο μνημόνιο, με την ανεργία να φθάνει σε πολύ υψηλά επίπεδα και σχεδόν τους μισούς από τους εργαζόμενους στα Μέσα να χάνουν τη δουλειά τους.

Το ότι η περίοδος 2012-2015 είναι η χειρότερη εργασιακά για τα ελληνικά ΜΜΕ, επιβεβαιώνει και η έρευνα του *ΙΝΕ-ΓΣΕΕ*, που για πρώτη φορά επιχειρεί να καταγράψει το εργασιακό τοπίο της βιομηχανίας των ΜΜΕ στη χώρα μας. Στην έρευνα του *ΙΝΕ-ΓΣΕΕ*, γίνεται λόγος για την ύπαρξη του φαινομένου «ανακύκλωσης», δηλαδή της διαδικασίας αντικατάστασης παλαιών εργαζομένων με μεγάλη εμπειρία, αυξημένες αποδοχές και ρυθμισμένες εργασιακές σχέσεις από νέους ή από απλά νεοεισερχόμενους στον κλάδο με μειωμένα εργασιακά και κοινωνικά δικαιώματα και χαμηλές αποδοχές. Η διαδικασία αυτή οδηγεί σε ένα ακόμη συμπέρασμα, το οποίο είναι η διεύρυνση του μεριδίου της μη μισθωτής εργασίας,

¹⁵¹ Βλέπε αναλυτικά κεφάλαιο 4 της παρούσας διατριβής.

κάτι που συνιστά σοβαρή ένδειξη ελαστικοποίησης και απορρύθμισης των εργασιακών σχέσεων στον χώρο των ΜΜΕ.

Στη διάρκεια λοιπόν, της οικονομικής κρίσης, στα ελληνικά μήντια έχουμε μείωση του εργασιακού κόστους, απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων, αύξηση της ανεργίας και των ευέλικτων μορφών απασχόλησης και επανάκαμψη της μισθωτής απασχόλησης σε φυσιολογικά επίπεδα τη διετία 2017-2018. Σε αυτά, πρέπει να προστεθεί και η υψηλή και πολυδιάστατη παραβατικότητα στα ΜΜΕ την περίοδο της κρίσης. Το παζλ συμπληρώνει η αποδιάρθρωση των συλλογικών διαπραγματεύσεων που οδήγησε στο να μην υπογραφούν νέες συλλογικές συμβάσεις και να επικρατήσουν οι ατομικές συμβάσεις από το 2010 και μετά, κάτι που οδήγησε σε σημαντική μείωση των μισθών που έφθασε στα επίπεδα του 60%.

Απέναντι στις μειώσεις των μισθών, την κατάργηση των συλλογικών συμβάσεων, την τεχνολογική μεταβολή και απολύσεις, η αντίδραση των συνδικάτων ήταν μονοδιάστατη και χωρίς σχεδιασμό και περιελάμβανε σχεδόν αποκλειστικά απεργιακές κινητοποιήσεις που σε αντίθεση με το μακρινό ή και το πρόσφατο παρελθόν, ελάχιστα απέδωσαν. Απεργιακές κινητοποιήσεις που είχαν μεν αιτήματα, αλλά δεν συνδυάστηκαν με άλλες μορφές αγώνα και κυρίως, δεν αποτέλεσαν μέρος ενός ευρύτερου σχεδίου που θα μπορούσε να περισώσει ορισμένα από τα απολεσθέντα δικαιώματα των εργαζομένων στα Μέσα και να δώσει απαντήσεις από την πλευρά τους στην αναδιάρθρωση του ελληνικού μηντιακού συστήματος. Ανύπαρκτη ήταν και η αντίδραση των συνδικάτων απέναντι σε άλλα καίρια ζητήματα, όπως οι τεχνολογικές αλλαγές και τα νέα εργαλεία, η εντατικοποίηση της εργασίας και η αλλαγή στο περιεχόμενο της εργασίας, καθώς και η αλλαγή της θέσης του δημοσιογράφου στην εκδοτική αλυσίδα. Όλα αυτά, δηλαδή η μονοδιάστατη έως ανύπαρκτη αντίδραση απέναντι σε σημαντικά ζητήματα, σε συνδυασμό με την καθιέρωση ευέλικτων μορφών απασχόλησης που μειώνουν τους μισθωτούς, άρα και τα μέλη των συνδικάτων, τα αποδυναμώνουν, τα αποξενώνουν από τα μέλη τους και μειώνουν τη δύναμή τους, τις δυνατότητες παρέμβασης και τη διαπραγματευτική τους ισχύ.

Υπάρχει, βεβαίως, το ελαφρυντικό ότι όσα περιγράψαμε συνέβησαν σε ένα πρωτόγνωρο περιβάλλον που δημιούργησε η παγκόσμια οικονομική κρίση, η οποία χτύπησε την Ελλάδα με πολύ μεγάλη ένταση, με τρία μνημόνια και μια σειρά αντεργατικών νόμων και επέτρεψε την εφαρμογή αλλαγών στο εργασιακό τοπίο που έλκουν την προέλευση τους στη νεοφιλελεύθερη μεταρρύθμιση του καπιταλισμού

που ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1980 και η οποία με τη βοήθεια της οικονομικής κρίσης μετέβαλε σημαντικά και προς τα δυσμενέστερο τις εργασιακές σχέσεις. Το σίγουρο είναι πως όλα όσα περιγράψαμε, είναι σαφές πως δεν μπορούν να οδηγήσουν σε αξιόπιστη και ποιοτική δημοσιογραφία. Η έλλειψη εμπιστοσύνης εκ μέρους των πολιτών είναι ένα από τα χαρακτηριστικά του ελληνικού μηντιακού συστήματος και σε αυτή οδηγεί, πέραν όλων των άλλων λόγων και η οικονομική και εργασιακή εξαθλίωση των δημοσιογράφων, η οποία αποδεικνύεται καταστροφική για την ίδια την ενημέρωση.

B' ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

8.1 Ερευνητικά ερωτήματα

Στο Β' Μέρος της παρούσας διατριβής θα επιχειρηθεί με συγκεκριμένα ερευνητικά και μεθοδολογικά εργαλεία η διερεύνηση του εργασιακού τοπίου της βιομηχανίας των ΜΜΕ στην Ελλάδα. Η διερεύνηση αυτή θα γίνει υπό το πρίσμα του συνεχώς μεταβαλλόμενου κοινωνιακού πεδίου, καθώς και της οικονομικής κρίσης που έπληξε την Ελλάδα.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί στο Α' Μέρος της παρούσας διατριβής μέσω της βιβλιογραφικής επισκόπησης, οι τεχνολογικές αλλαγές, τα νέα εργαλεία, η εντατικοποίηση της εργασίας, η αλλαγή στο περιεχόμενο της εργασίας και η αλλαγή της θέσης του δημοσιογράφου στην εκδοτική αλυσίδα, έχουν δημιουργήσει μια νέα κατάσταση και έχουν αλλάξει τα εργασιακά δεδομένα των δημοσιογράφων. Όλα αυτά, σε συνδυασμό με τις σημαντικές μειώσεις μισθών, τις απολύσεις και την αύξηση της ανεργίας, δημιούργησαν μια νέα, πρωτόγνωρη κατάσταση, η οποία έχει αλλάξει άρδην τα δεδομένα, τόσο εργασιακά, όσο και από πλευράς περιεχομένου εργασίας στη δημοσιογραφία.

Οι εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων, το περιεχόμενο και οι ρυθμοί της εργασίας τους έχουν μεταβληθεί σημαντικά παγκοσμίως. Οι παραδοσιακές πρακτικές και ιεραρχίες έχουν ανατραπεί και ο δημοσιογράφος της νέας εποχής θα πρέπει να ασχολείται περισσότερο με την ταχύτητα στη δημοσίευση της είδησης παρά με την έρευνα και το σχολιασμό και να διαθέτει ιδιαίτερες δεξιότητες και γνώσεις, καθώς είναι αναγκασμένος να γράφει, να μοντάρει, να μεταδίδει, να φωτογραφίζει, να μαγνητοσκοπεί και να παράγει περιεχόμενο για περισσότερα του ενός Μέσα. Όλα αυτά πέραν της απασχόλησης και της ανεργίας, έχουν επιπτώσεις στην ποιότητα της ενημέρωσης.

Αυτές τις αλλαγές και αυτό το εντελώς νέο τοπίο που έχει δημιουργηθεί στη βιομηχανία των ΜΜΕ στη χώρα μας θα επιχειρήσουμε να διερευνήσουμε στη συνέχεια. Πρόκειται για ένα σχεδόν χαρτογράφητο τοπίο, το οποίο θα επιχειρήσουμε να χαρτογραφήσουμε και να δώσουμε συγκεκριμένες απαντήσεις για τη σημερινή εργασιακή κατάσταση των δημοσιογράφων που εργάζονται στα ΜΜΕ στην Ελλάδα.

Με τον τρόπο αυτό θα επιχειρήσουμε να απαντήσουμε και στα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας διατριβής, τα οποία είναι τα εξής:

1. Ποια είναι η σημερινή εργασιακή κατάσταση των δημοσιογράφων που εργάζονται στα ΜΜΕ στην Ελλάδα και πως έχει μεταβληθεί λόγω της οικονομικής κρίσης και της τεχνολογικής αλλαγής;
2. Ποιες οι μεταβολές που έχουν επέλθει στο περιεχόμενο της εργασίας τους;
3. Ποιοι είναι οι παράγοντες που έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο και ποιος είναι αυτός, στις αλλαγές που έχουν επέλθει τα τελευταία χρόνια στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην ελληνική βιομηχανία των Μέσων;
4. Πως αντιμετωπίζουν οι δημοσιογράφοι των ελληνικών ΜΜΕ τις τεχνολογικές αλλαγές και τις νέες δεξιότητες που απαιτούνται στο επάγγελμα.

Τα ερωτήματα αυτά, μας οδηγούν και στο κεντρικό ερευνητικό μας ερώτημα που έχει ως εξής: Υπό το πρίσμα των μεταβολών στο ευρύτερο επικοινωνιακό πεδίο, πως αλλάζουν οι εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην Ελλάδα.

8.2 Επιλογή μεθοδολογικού εργαλείου

Προκειμένου να απαντήσουμε στα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας διατριβής, ως καταλληλότερο ερευνητικό εργαλείο για την έρευνά μας επιλέξαμε την ποσοτική έρευνα, η οποία έχει ως βασικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο. Τα μεγάλα πλεονεκτήματα της ποσοτικής έρευνας, όπως αναφέρει και η Κουβέλη (1984), είναι η εγκυρότητα, η αντικειμενικότητα και η αντιπροσωπευτικότητα των αποτελεσμάτων της. Οι Λαγουμιντζής, Βλαχόπουλος & Κουτσογιάννης (2015), θεωρούν ότι το ερωτηματολόγιο είναι μια μέθοδος που μπορεί να αποσταλεί σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων, είναι εύκολη στη δημιουργία και τη χρήση του, είναι η λιγότερο χρονοβόρα μέθοδος, οι ερωτώμενοι μπορούν να εκφραστούν ελεύθερα, καθώς δεν υπάρχει άμεση επικοινωνία με τον ερευνητή που δεν μπορεί να επηρεάσει τις απαντήσεις τους και οι τρόποι ανάλυσης του υλικού είναι τυποποιημένοι. Επιπροσθέτως, ένα καλά σχεδιασμένο ερωτηματολόγιο μπορεί να αποσπάσει με απλό και άμεσο τρόπο ακριβείς πληροφορίες και να προσεγγίσει όσο το δυνατόν περισσότερο τις στάσεις και τις πεποιθήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα (Robson, 2010). Εν κατακλείδι, η χρήση ενός ερωτηματολογίου στην επιστημονική

έρευνα συγκεντρώνει πλήθος θετικών στοιχείων και ενδείκνυται από πολλές πλευρές. Ο Παρασκευόπουλος (1993) αναφέρει χαρακτηριστικά για τη χρήση του, ότι καμία στατιστική έρευνα δεν μπορεί να είναι καλύτερη από το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε σ' αυτή.

Ο σχεδιασμός, η κατασκευή και η χρήση ενός ερωτηματολογίου δεν είναι δεδομένα κάθε φορά. Αντιθέτως ποικίλλουν και προσφέρουν την ευελιξία στον ερευνητή να τα επιλέξει με τέτοιο τρόπο, ώστε να εξυπηρετούν τους σκοπούς της έρευνάς του. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Ζαφειρόπουλος (2015), ο σχεδιασμός, η κατασκευή και η χρήση ενός ερωτηματολογίου εξυπηρετεί διαφορετικούς σκοπούς ανάλογα με την έρευνα στην οποία θα χρησιμοποιηθεί. Έτσι λοιπόν, στην περίπτωση της έρευνας της παρούσας διατριβής, δηλαδή της έρευνας των ελληνικών ΜΜΕ και των εργασιακών σχέσεων των Ελλήνων δημοσιογράφων, το ερωτηματολόγιο μας επιτρέπει να διερευνήσουμε κατά τρόπο αντικειμενικό όλες τις πτυχές της εργασίας τους, την οικονομική τους κατάσταση, το καθεστώς απασχόλησης, την τεχνολογική εξέλιξη και τα νέα εργαλεία και κατά πόσο έχουν επηρεάσει τη δουλειά τους. Επίσης, μας επιτρέπει να εξετάσουμε το κατά πόσο η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τη δουλειά τους, καθώς και τη συμμετοχή τους στα συνδικαλιστικά δρώμενα και τελικά, να συσχετίσουμε μια σειρά από απαντήσεις και ευρήματα έτσι ώστε να καταλήξουμε σε ένα αποτέλεσμα μεγάλης αξιοπιστίας.

Κρίσιμος είναι επίσης για την επιτυχία της έρευνας και ο τύπος του ερωτηματολογίου που θα επιλεγεί. Συνήθως χρησιμοποιούνται τα δομημένα ερωτηματολόγια, στα οποία η σειρά των ερωτήσεων είναι αυστηρά καθορισμένη και δεν αλλάζει, περιέχουν κυρίως ερωτήσεις κλειστού τύπου με προκαθορισμένες απαντήσεις και δεν επιτρέπουν στον ερευνητή να παρεκκλίνει όλων των παραπάνω κανόνων. Η χρήση των δομημένων ερωτηματολογίων ενδείκνυται σε διαδικτυακές έρευνες και μπορούν να χρησιμοποιηθούν και να δώσουν αξιόπιστα αποτελέσματα, ακόμη και από όχι ιδιαίτερα έμπειρους ερευνητές (Ζαφειρόπουλος, 2015).

Για το σχεδιασμό ενός δομημένου ερωτηματολογίου ακολουθούνται κάποιοι κανόνες που ορισμένες φορές και ανά περίπτωση επιτρέπουν μικρές αποκλίσεις (Ζαφειρόπουλος, 2015). Γενικά ένα ερωτηματολόγιο αποτελείται από τα εξής μέρη: Από ένα εισαγωγικό σημείωμα που συνήθως εξηγεί ποιος διεξάγει την έρευνα και διασφαλίζει την ανωνυμία και την εχεμύθεια για τους συμμετέχοντες και από το κυρίως ερωτηματολόγιο, το οποίο αποτελείται από τρία μέρη, τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων, κάποιες εισαγωγικές ερωτήσεις που είναι σχετικές με

το θέμα της έρευνας, αλλά μελετούν γενικότερα χαρακτηριστικά των ερωτώμενων και όχι καθαυτό το αντικείμενο της έρευνας και τον πυρήνα του ερωτηματολογίου του οποίου οι ερωτήσεις έχουν άμεση σχέση με το θέμα που διερευνάται (Ζαφειρόπουλος, 2015; Javeau, 2000). Όπως αναφέρει ο Ζαφειρόπουλος (2015), σε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο συνήθως ξεκινάμε από τις γενικές ερωτήσεις και πηγαίνουμε στις ειδικές, τον πυρήνα της έρευνας, αν και η σχετική βιβλιογραφία δεν έχει καταλήξει ακόμη στο ποια θα πρέπει να είναι σε κάθε περίπτωση η σειρά των ερωτήσεων. Δεν μπορούμε πάντως, να μην λάβουμε υπόψη μας το ότι η κατάλληλη δομή ενός ερωτηματολογίου, δηλαδή η σειρά με την οποία θα τεθούν οι ομάδες ερωτήσεων, είναι μεγάλης σημασίας στην αύξηση του βαθμού ανταπόκρισης του κοινού (Javeau, 2000).

Σε κάθε περίπτωση, υπάρχουν ορισμένα χαρακτηριστικά που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στη δημιουργία ενός ερωτηματολογίου προκειμένου να φθάσουμε στην εξαγωγή αξιόπιστων αποτελεσμάτων. Όπως αναφέρει ο Javeau (2000), ένα ερωτηματολόγιο θα πρέπει να έχει πληρότητα, σαφήνεια, συνοχή, κατάλληλη δομή, να περιλαμβάνει ερωτήσεις ελέγχου, να έχει τελειότητα παρουσίασης από τεχνικής πλευράς, να περιλαμβάνει βασικές οδηγίες συμπλήρωσης και εννοιολογικές επεξηγήσεις και να επιδέχεται κωδικογραφική και μηχανογραφική επεξεργασία.

Οι δύο βασικές κατηγορίες ερωτήσεων που περιλαμβάνει ένα ερωτηματολόγιο είναι οι κλειστές και οι ανοιχτές. Στις ανοιχτού τύπου ερωτήσεις ο συμμετέχων στην έρευνα καλείται να απαντήσει με ένα μικρό κείμενο και η επεξεργασία τους είναι συνήθως ποιοτική. Αντίθετα, στις κλειστού τύπου ερωτήσεις υποδεικνύεται μια σειρά πιθανών απαντήσεων τις οποίες καλείται να επιλέξει ο συμμετέχων στην έρευνα και βέβαια, χρησιμοποιούνται πολύ περισσότερο, διότι επιτρέπουν την ποσοτική ανάλυση. Το πρόβλημα που υπάρχει με τις κλειστές ερωτήσεις είναι ότι οι πιθανές απαντήσεις μπορεί να μην ανταποκρίνονται σε αυτό που κάποιες φορές θα ήθελε να απαντήσει ο ερωτώμενος και για αυτό το λόγο απαιτούν πολύ καλό σχεδιασμό και θα πρέπει να πληρούν δύο προϋποθέσεις: οι πιθανές απαντήσεις να είναι αμοιβαία αποκλειόμενες και να εξαντλούν το σύνολο των δυνατών απαντήσεων (Ζαφειρόπουλος, 2015).

Οι κλειστού τύπου ερωτήσεις ενός δομημένου ερωτηματολογίου έχουν διαφορετικές κλίμακες. Με τον όρο κλίμακες εννοούμε τους δείκτες μέτρησης απόψεων (Babbie, 2011). Οι κλίμακες που συνήθως χρησιμοποιούνται στις έρευνες

είναι οι εξής: Διχοτομικές (ναι ή όχι), Απλής Επιλογής (επιλέγεται μία από τις προτεινόμενες απαντήσεις), Πολλαπλής Επιλογής (επιδέχονται μία ή περισσότερες απαντήσεις), Αξιολόγησης (ο ερωτώμενος καλείται να βαθμολογήσει μια σειρά από προτάσεις), Likert (κλίμακες συμφωνίας -πέντε συνήθως τιμών απαντήσεων- του ερωτώμενου με μια καταφατική διατυπωμένη πρόταση/άποψη και διάταξη/κλιμάκωση από ελάχιστο στο μέγιστο), Σημαντικού Διαφορισμού (η απάντηση του ερωτώμενου καταγράφεται σε πενταβάθμια ή επταβάθμια κλίμακα, στα άκρα της οποίας τοποθετείται ένα δίπολο), Stapel (μετρά την ένταση και την κατεύθυνση μια άποψης και χρησιμοποιείται αντί του Σημαντικού Διαφορισμού όταν δεν είναι εύκολη η απόδοση του δίπολου) και κλίμακα Grid του Kelly (ο ερωτώμενος καλείται να επιλέξει βάζοντας ένα X ή δεν επιλέγει αφήνοντας κενό) (Ζαφειρόπουλος 2015).

Επίσης, στα ερωτηματολόγια της ποσοτικής έρευνας υπάρχουν και άλλες κατηγορίες ερωτήσεων, οι οποίες είναι οι εξής: Συνάφειας, ερωτήσεις δειγματοληπτικής έρευνας που απευθύνονται μόνο σε ορισμένους ερωτώμενους και εξαρτάται από την απάντησή τους σε κάποια άλλη ερώτηση, ευαίσθητες που μπορεί να προκαλέσουν δυσκολία στην απάντηση και μετρούν έννοιες όπως για παράδειγμα το εισόδημα, σύνθετες που έχουν να κάνουν με τη διατύπωση και τον όγκο των πληροφοριών που επιδιώκουν να αντλήσουν, αποσαφήνισης ή διευκρινιστικές και διφορούμενες, οι οποίες θα πρέπει να αποφεύγονται (Ζαφειρόπουλος, 2015).

8.3 Κατασκευή του ερωτηματολογίου

Η κατασκευή του ερωτηματολογίου (Παράρτημα Α) που χρησιμοποιήθηκε στο ερευνητικό μέρος της παρούσας διατριβής, έχει στηριχθεί μεθοδολογικά σε όλα όσα αναφέραμε στην προηγούμενη ενότητα. Πρόκειται για ένα δομημένο ερωτηματολόγιο, τα οποία ενδείκνυνται στις διαδιακτυακές έρευνες όπως η παρούσα, που αποτελείται από 60 ερωτήσεις, εκ των οποίων οι 59 κλειστού τύπου και η μία ανοιχτού τύπου. Οι ερωτήσεις και τα θέματα που αυτές διερευνούν, προέκυψαν από τη βιβλιογραφική επισκόπηση που έγινε στα προηγούμενα κεφάλαια της παρούσας διατριβής. Οι κλειστές ερωτήσεις περιέχουν διχοτομικές κλίμακες, απλής και πολλαπλής επιλογής, κλίμακες αξιολόγησης, κλίμακες Likert και σημαντικού διαφορισμού.

Το ερωτηματολόγιο κατασκευάστηκε σε φόρμα Google (Google Forms) και ήταν διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση

<https://docs.google.com/forms/d/1NlbmM1vXkJzmUl9K97b5TNuIT1iOdsdOpkMromlw6FA/edit#responses>. Η επιλογή της φόρμας Google έγινε, διότι ευνοεί τη γρήγορη διεξαγωγή της έρευνας και την άμεση εξαγωγή των αποτελεσμάτων.

Η διαδικασία κατασκευής ξεκίνησε με το πέρας της βιβλιογραφικής επισκόπησης. Στη συνέχεια έγιναν διορθώσεις τόσο του επιβλέποντα καθηγητή, όσο και των άλλων δύο μελών της τριμελούς συμβουλευτικής επιτροπής. Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε εισαγωγικό σημείωμα με την ταυτότητα της έρευνας και τη διασφάλιση εχεμύθειας για όσους έλαβαν μέρος. Το κυρίως ερωτηματολόγιο χωρίζεται σε τρία μέρη, το πρώτο μέρος αποτελείται από τις ερωτήσεις 1-9 που επιχειρούν να καταγράψουν τα δημογραφικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων. Το δεύτερο μέρος αποτελείται από τις ερωτήσεις 10-27 που επιχειρούν να ερευνήσουν τα γενικότερα χαρακτηριστικά των ερωτώμενων και είναι απόλυτα σχετικές με το θέμα της έρευνας και τέλος, το τρίτο μέρος αποτελείται από τις ερωτήσεις 28-60 που αποτελούν τον πυρήνα της έρευνας.

Συγκεκριμένα, στις ερωτήσεις 1-9 οι μετέχοντες ερωτώνται για το φύλο, την ηλικία, το εκπαιδευτικό επίπεδο, το εάν είναι απόφοιτοι σχολής επικοινωνίας και ποιου επιπέδου (AEI, TEI, IEK), ποιας Ένωσης Συντακτών είναι μέλη, σε ποιο ταμείο είναι ασφαλισμένοι, σε τι ΜΜΕ εργάζονται και πόσα χρόνια είναι στο επάγγελμα. Από την ερώτηση 10 και μετά ξεκινά η διερεύνηση γενικότερων χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων, οι οποίοι ερωτώνται για το εισόδημά τους και άλλα θέματα που αφορούν την ασφάλειά τους, το ωράριο και το καθεστώς εργασίας τους και εάν έχουν ασκήσει ποτέ άλλο επάγγελμα εκτός του δημοσιογράφου και τους λόγους που το έκαναν. Από την ερώτηση 28 και μετά μπαίνουμε στο κυρίως μέρος της έρευνας, τον πυρήνα των ερευνητικών μας ερωτημάτων και επιχειρούμε να διερευνήσουμε τη μεταβολή των εργασιακών σχέσεων των δημοσιογράφων. Οι μετέχοντες ερωτώνται για το πότε μπορεί να θεωρηθεί κάποιος δημοσιογράφος, για τις δεξιότητες που απαιτούνται στη δημοσιογραφία σήμερα και αν είναι απαραίτητες οι σπουδές δημοσιογραφίας και η βελτίωση των δεξιοτήτων. Ακόμη ερωτώνται για τις νέες τεχνολογίες και τα νέα εργαλεία που χρησιμοποιούνται πλέον στη δημοσιογραφία, εάν βοηθούν το επάγγελμα και τη δουλειά του δημοσιογράφου και εάν αποτελούν κίνδυνο για τις θέσεις εργασίας. Επίσης, οι μετέχοντες ερωτώνται για τις εργασιακές και τις γενικότερες μεταβολές που έχουν επέλθει στη δημοσιογραφία

στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, για τη συμμετοχή τους στα συνδικαλιστικά δρώμενα, για το περιεχόμενο της εργασίας, την τήρηση της δεοντολογίας και το μέλλον του επαγγέλματος.

8.3.1 Το δείγμα της έρευνας

Τα ερωτηματολόγια αφού συμπληρώθηκαν, έγιναν οι τελευταίες διορθώσεις από τον επιβλέποντα καθηγητή και ακολουθήθηκε και η διαδικασία της δειγματοληψίας (πιλοτικού ερωτηματολογίου), εστάλησαν ηλεκτρονικά μέσω των Ενώσεων Συντακτών της χώρας στους δημοσιογράφους μέλη τους. Συγκεκριμένα, τα ερωτηματολόγια απέστειλαν στα μέλη τους η Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθήνας (Παράρτημα Β το email που απέστειλε η ΕΣΗΕΑ στα μέλη της για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου), η Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης, η Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Πελοποννήσου, Ηπείρου και Νήσων, η Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Θεσσαλίας Στερεάς Ελλάδας και Ευβοίας, η Ένωση Συντακτών Περιοδικού και Ηλεκτρονικού Τύπου και ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Αθλητικού Τύπου.

Η έρευνα έλαβε χώρα το δίμηνο Ιουνίου-Ιουλίου 2019 και σε αυτή απάντησαν συνολικά 307 άτομα, όλοι τους δημοσιογράφοι μέλη των Ενώσεων Συντακτών της χώρας. Το δείγμα των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν δείγμα διαθεσιμότητας, αφού απάντησαν όσοι ήθελαν, όσοι ήταν διαθέσιμοι.

Πρέπει να διευκρινιστεί, ότι η φύση της έρευνας και κατ' επέκταση η κατασκευή του ερωτηματολογίου, ήταν τέτοια που απευθυνόταν μόνο σε δημοσιογράφους μέλη των Ενώσεων Συντακτών και εργαζόμενους, κάτι που διασφαλίστηκε ως εξής: Κατά πρώτον, διευκρινιζόταν σαφώς από το επεξηγηματικό κείμενο της έρευνας. Κατά δεύτερον, μία από τα ρυθμίσεις του ερωτηματολογίου που απαντήθηκε μέσω της φόρμας Google (Google Forms) επέτρεπε στον ερευνητή να έχει γνώση των ηλεκτρονικών διευθύνσεων αυτών που έλαβαν μέρος στην έρευνα και να μπορεί να προβεί σε έλεγχο για το εάν ήταν εργαζόμενοι και μέλη Ενώσεων Συντακτών.

Μαζί με το ερωτηματολόγιο, στις Ενώσεις Συντακτών εστάλη και επιστολή του επιβλέποντα καθηγητή για διευκόλυνση της έρευνας, αλλά και επιστολή του ερευνητή που απευθυνόταν στους δημοσιογράφους μέλη των Ενώσεων Συντακτών και εξηγούσε τους λόγους για τους οποίους τους ζητούσε να συμμετάσχουν στην έρευνα (Παράρτημα Γ).

8.3.2 Πιλοτική έρευνα

Πριν την αποστολή των ερωτηματολογίων στις Ενώσεις Συντακτών για να αποσταλούν στα μέλη τους, έγινε πιλοτική έρευνα, μια διαδικασία απολύτως απαραίτητη προκειμένου να διαπιστωθούν τα όποια σφάλματα, οι ελλείψεις, ο βαθμός κατανόησης και αποδοχής. Η διαδικασία αυτή έλαβε χώρα εντός του Μαΐου 2019. Τα ερωτηματολόγια εστάλησαν σε 15 δημοσιογράφους, μέλη των Ενώσεων Συντακτών της χώρας. Η επιλογή τους ήταν τυχαία, αντιπροσωπευτική και αναλογική. Εστάλησαν σε 10 μέλη της *ΕΣΗΕΑ*, δύο μέλη της *ΕΣΗΕΜΘ*, δύο της *ΕΣΗΕΘΣτ-Ε* και ένα της *ΕΣΗΕΠΗΝ*. Οι 15 συμμετέχοντες στην πιλοτική αυτή έρευνα, έλαβαν μέρος και στην κυρίως έρευνα που ακολούθησε.

8.3.3. Περιορισμοί της έρευνας

Η παρούσα έρευνα αφορούσε τις εργασιακές συνθήκες των δημοσιογράφων που εργάζονται στα ΜΜΕ της χώρας. Στόχος ήταν να καταγράψει τη μεταβολή των εργασιακών συνθηκών τους σε συνθήκες οικονομικής κρίσης και ραγδαίας τεχνολογικής αλλαγής. Επομένως, στην έρευνα έλαβαν μέρος μόνο εργαζόμενοι δημοσιογράφοι, όπως ήταν και εξ αρχής το ζητούμενο και όχι άνεργοι ή συνταξιούχοι. Έτσι, οι 307 που έλαβαν μέρος και απάντησαν στο ερωτηματολόγιο είναι όλοι τους εργαζόμενοι, όπως, άλλωστε, προκύπτει και από τα αποτελέσματα της ίδιας της έρευνας. Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, άλλωστε, ήταν διατυπωμένες με τέτοιο τρόπο που δεν αφορούσαν άνεργους και συνταξιούχους και επομένως δεν μπορούσε να απαντηθούν από αυτούς.

Ένας άλλος σημαντικός περιορισμός της έρευνας, ήταν η συμμετοχή μόνο μελών των Ενώσεων Συντακτών. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, να λάβουν μέρος επαγγελματίες δημοσιογράφοι μεγαλύτερων ηλικιών, αφού για να γίνει κάποιος μέλος δημοσιογραφικής ένωσης, θα πρέπει να περάσουν τουλάχιστον τρία χρόνια μισθωτής εργασίας ή εργασίας με κρατήσεις από κάποιο ταμείο στο οποίο να επιτρέπεται η ασφάλιση των δημοσιογράφων ή δύο χρόνια με πανεπιστημιακό πτυχίο.

Ένας ακόμη περιορισμός της έρευνας ήταν η συμμετοχή δείγματος διαθεσιμότητας. Αυτό σημαίνει ότι απάντησαν μόνο όσοι μπορούσαν να το κάνουν τη χρονική περίοδο που διεξήχθη η έρευνα.

8.4 Ανάλυση αποτελεσμάτων

Η φόρμα Google, η οποία χρησιμοποιήθηκε για την κατασκευή του ερωτηματολογίου έχει το πλεονέκτημα της αυτόματης εξαγωγής των αποτελεσμάτων. Επομένως, η πρώτη φάση εξαγωγής των αποτελεσμάτων έγινε αυτόματα. Για τη δεύτερη φάση της ανάλυσης, αυτής των συσχετίσεων, όλες οι αναλύσεις πραγματοποιήθηκαν με το στατιστικό πακέτο Statistical Package for Social Sciences SPSS 22.0 για Windows.

Η τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου, ήταν όπως έχουμε ήδη αναφέρει, ανοιχτού τύπου. Οι ερωτώμενοι απάντησαν με ένα μικρό κείμενο και η επεξεργασία της ως προς την εξαγωγή των αποτελεσμάτων ήταν ποιοτική. Πρέπει πάντως, να σημειωθεί ότι στην ανοιχτή ερώτηση, από τους 307 συμμετέχοντες στην έρευνα απάντησαν μόνο οι 80.

8.5 Συσχετίσεις ερωτηματολογίου

Στη συνέχεια προχωρήσαμε σε συσχετίσεις ορισμένων μεταβλητών. Για τον έλεγχο των διάμεσων τιμών δύο δειγμάτων που δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή χρησιμοποιήθηκε ο μη παραμετρικός έλεγχος του Mann-Whitney. Επιπλέον το μη παραμετρικό κριτήριο Kruskal-Wallis χρησιμοποιήθηκε για να ελέγξουμε αν οι διάμεσες τιμές μιας ποσοτικής μεταβλητής (ή ερώτησης τύπου κλίμακας Likert) διαφέρουν σε τρεις ή περισσότερες κατηγορίες, εφόσον η ποσοτική μεταβλητή δεν ακολουθούσε κανονική κατανομή σε όλες τις κατηγορίες της ποιοτικής μεταβλητής (Youngquist, 2013).

Επίσης, πραγματοποιήθηκε ο έλεγχος Chi-square X^2 του Pearson για να αξιολογηθούν πιθανές διαφορές μεταξύ δύο ποιοτικών μεταβλητών. Προϋποθέσεις για την εφαρμογή του Chi-square X^2 του Pearson είναι η μη ύπαρξη κελιών με μηδενικές παρατηρήσεις καθώς και το 80% των κελιών του πίνακα να έχει αναμενόμενη συχνότητα πάνω από 5. Στην περίπτωση παραβίασης των προϋποθέσεων χρησιμοποιήθηκε ο Fisher's Exact έλεγχος. Σε όλες τις αναλύσεις ως επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας, ορίστηκε το 5% (Youngquist, 2013).

Με τις συσχετίσεις που έγιναν επιχειρήθηκε μια περαιτέρω διερεύνηση των απόψεων των 307 δημοσιογράφων που έλαβαν μέρος στην έρευνα. Συγκεκριμένα,

έγινε συσχέτιση έξι παραμέτρων των συμμετεχόντων στην έρευνα, του φύλου, της ηλικίας, του εκπαιδευτικού τους επιπέδου, των αποφοίτων σχολών δημοσιογραφίας/επικοινωνίας, του Μέσου που εργάζονται και των χρόνων που βρίσκονται στη δημοσιογραφία. Αυτές οι παράμετροι συσχετίστηκαν με 10 ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, όπως το εισόδημα, η άποψη των δημοσιογράφων για το αν οι δημοσιογράφοι των ιστοσελίδων είναι δημοσιογράφοι και αν οι πολίτες που παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο είναι δημοσιογράφοι, τις νέες μορφές δημοσιογραφίας, τις μεταβολές που έχουν επέλθει σε κρίσιμους για τις εργασιακές σχέσεις τομείς, στους παράγοντες που έχουν παίξει ρόλο στην κρίση στα ΜΜΕ και την τεχνολογική αλλαγή, δηλαδή με τις ερωτήσεις 10, 34, 35, 38, 39, 42, 43, 44, 55 και 56 του ερωτηματολογίου. Θεωρήσαμε ότι αυτές είναι οι σημαντικότερες ερωτήσεις που μπορούν να δώσουν αποτελέσματα για την όποια μεταβολή έχει επέλθει στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων που συμμετείχαν στην έρευνα και για αυτό επιλέξαμε να συσχετίσουμε αυτές τις ερωτήσεις με τις έξι δημογραφικές παραμέτρους.

Από τα αποτελέσματα παρατηρήσαμε ότι, δεν έδωσαν όλες οι συσχετίσεις σημαντικά στατιστικές διαφορές, κάτι που σημαίνει ότι δεν βγαίνει από όλες τις συσχετίσεις που έγιναν κάποιο άξιο αναφοράς συμπέρασμα. Συγκεκριμένα οι συσχετίσεις που δεν έδωσαν στατιστικά σημαντικές διαφορές είναι η σχέση της ηλικίας των ερωτώμενων με τις ερωτήσεις «Πιστεύετε ότι μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι οι πολίτες που παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο», «Πιστεύετε ότι οι νέες μορφές δημοσιογραφίας που υιοθετούνται διεθνώς, με τον δημοσιογράφο να κάνει και φωτογραφία/ βίντεο/ μοντάζ, απειλούν το επάγγελμα;», «Πόσο συχνά συμμετέχετε στις απεργίες που προκηρύσσουν οι ενώσεις συντακτών;» (1: Πάρα πολύ, 2: Πολύ, 3: Λίγο, 4: Πολύ λίγο, 5: Καθόλου) και «Σημειώστε σε ποιους από τους παρακάτω τομείς πιστεύετε ότι οι τεχνολογικές αλλαγές θα μεταβάλουν προς το δυσμενέστερο ή προς το καλύτερο τη δουλειά των δημοσιογράφων στο μέλλον». Πιο αναλυτικά συμπεραίνουμε ότι οι απαντήσεις που δόθηκαν σε αυτές τις ερωτήσεις είναι ανεξάρτητες και δεν έχουν σχέση με την ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα, σε αντίθεση με τις απαντήσεις που δόθηκαν σε ερωτήσεις όπως το εισόδημα, την άποψη για το αν οι δημοσιογράφοι των ιστοσελίδων είναι δημοσιογράφοι, το αν τους ζητείται να κάνουν πράγματα επιπλέον των καθηκόντων τους χωρίς αμοιβή, τις μεταβολές που έχουν επέλθει σε κρίσιμους εργασιακούς τομείς και τους παράγοντες

που ευθύνονται για την κρίση στα ΜΜΕ. Σε αυτές, όπως θα δούμε σε επόμενες ενότητες, οι απαντήσεις που δόθηκαν σχετίζονται με την ηλικία.

Όσον αφορά τις συσχετίσεις με το εκπαιδευτικό επίπεδο, καμία σημαντική στατιστική διαφορά δεν φάνηκε να υπάρχει με τις ερωτήσεις σχετικά με το εισόδημα, την άποψη των δημοσιογράφων για το αν οι δημοσιογράφοι των ιστοσελίδων είναι δημοσιογράφοι και αν οι πολίτες που παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο είναι δημοσιογράφοι, τις νέες μορφές δημοσιογραφίας, τις μεταβολές που έχουν επέλθει σε κρίσιμους για τις εργασιακές σχέσεις τομείς, τους παράγοντες που έχουν παίξει ρόλο στην κρίση στα ΜΜΕ και τη τεχνολογική αλλαγή (10, 34, 35, 38, 39, 42, 43, 44, 55 και 56). Ομοίως δεν προέκυψαν σημαντικές στατιστικές διαφορές από τις συσχετίσεις που έγιναν με αν οι συμμετέχοντες στην έρευνα είναι απόφοιτοι δημοσιογραφίας/ επικοινωνίας εκτός δύο τομέων, τη συνέπεια του εργοδότη στην καταβολή της μισθοδοσίας και την τήρηση της δεοντολογίας.

Όσον αφορά στη συσχέτιση με το Μέσο εργασίας των ερωτώμενων, δεν βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές με τις ερωτήσεις «Πιστεύετε ότι οι δημοσιογράφοι που έχουν εργαστεί/εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι;», «Πιστεύετε ότι οι πολίτες που παράγουν πρωτογενές δημοσιογραφικό υλικό («δημοσιογραφία των πολιτών»/ συμμετοχική δημοσιογραφία) μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι;», «Πιστεύετε ότι οι νέες μορφές δημοσιογραφίας που υιοθετούνται διεθνώς, με τον δημοσιογράφο να κάνει και φωτογραφία/ βίντεο/ μοντάζ, απειλούν το επάγγελμα;», «Στη δουλειά σας, σας ζητείται να κάνετε πράγματα πέραν των καθηκόντων σας χωρίς επιπλέον αμοιβή;», «Πόσο συχνά συμμετέχετε στις απεργίες που προκηρύσσουν οι ενώσεις συντακτών;», «Αναφέρατε σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι έχουν παίξει ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ τα παρακάτω: (1: Πολύ, 2: Λίγο, 3: Καθόλου) 1) Οι ιδιοκτήτες ΜΜΕ, 2) Οι δημοσιογράφοι, 3) Η οικονομική κρίση και 4) Η τεχνολογική εξέλιξη». Αυτό σημαίνει ότι είναι άσχετο το ΜΜΕ που κάποιος εργάζεται με τους παράγοντες που περιγράφονται σε αυτές τις ερωτήσεις.

Η συσχέτιση των χρόνων που βρίσκονται οι μετέχοντες στην έρευνα στη δημοσιογραφία, δεν έδωσε στατιστικά σημαντικές διαφορές με τις ερωτήσεις «Πιστεύετε ότι οι πολίτες που παράγουν πρωτογενές δημοσιογραφικό υλικό («δημοσιογραφία των πολιτών»/ συμμετοχική δημοσιογραφία) μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι;», «Πιστεύετε ότι οι νέες μορφές δημοσιογραφίας που υιοθετούνται διεθνώς, με τον δημοσιογράφο να κάνει και φωτογραφία/ βίντεο/

μοντάζ, απειλούν το επάγγελμα;», «Στη δουλειά σας, σας ζητείται να κάνετε πράγματα πέραν των καθηκόντων σας χωρίς επιπλέον αμοιβή;», «Πόσο συχνά συμμετέχετε στις απεργίες που προκηρύσσουν οι ενώσεις συντακτών;» (1: Πάρα πολύ, 2: Πολύ, 3: Λίγο, 4: Πολύ λίγο, 5: Καθόλου). Αυτό σημαίνει ότι όλα αυτά είναι ανεξάρτητα από τα χρόνια που βρίσκεται κάποιος στη δημοσιογραφία.

Τέλος, όσον αφορά στο φύλο, δύο μόνο συσχετίσεις έδωσαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα, αυτές που έγιναν με τις αποδοχές και το Μέσο εργασίας. Τόσο αυτές οι συσχετίσεις, όσο και όλες οι άλλες που έχουν στατιστικό ενδιαφέρον, που σημαίνει ότι μπορούμε να αντλήσουμε χρήσιμα συμπεράσματα σε σχέση με την έρευνά μας, παρουσιάζονται στο επόμενο κεφάλαιο.

8.6 Σύνοψη και συμπεράσματα

Από όλα όσα αναφέραμε στο παρόν κεφάλαιο προκύπτει πως η επιλογή του μεθοδολογικού εργαλείου είναι εξαιρετικά κρίσιμη για μια έρευνα προκειμένου αυτή να έχει όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αξιοπιστία. Στην περίπτωση της παρούσας διατριβής που η έρευνα αφορά στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων που εργάζονται σε ελληνικά Μέσα και τη μεταβολή που έχουν υποστεί στο διαρκώς μεταβαλλόμενο επικοινωνιακό τοπίο, αλλά και λόγω της οικονομικής κρίσης που έπληξε τη χώρα μας, το μεθοδολογικό εργαλείο που επιλέξαμε για την έρευνά μας είναι η ποσοτική έρευνα, η οποία έχει ως βασικό της εργαλείο το ερωτηματολόγιο, που εν προκειμένω κατασκευάστηκε σε φόρμα Google (Google Forms) και απεστάλη με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και μέσω των Ενώσεων Συντακτών της χώρας στους συμμετέχοντες.

Η επιλογή αυτή διαθέτει μια σειρά από πλεονεκτήματα όπως εγκυρότητα, αξιοπιστία, αντικειμενικότητα των αποτελεσμάτων, μεγάλος αριθμός συμμετεχόντων, εύκολη δημιουργία και χρήση, δεν είναι χρονοβόρα, οι ερωτώμενοι μπορούν να εκφραστούν ελεύθερα καθώς δεν υπάρχει άμεση επικοινωνία με τον ερευνητή. Τα παραπάνω μας επέτρεψαν να εξετάσουμε με μεγαλύτερη ευκολία τις απόψεις 307 ανθρώπων, όλοι τους εργαζόμενοι δημοσιογράφοι, αφού η έρευνα δεν απευθυνόταν σε άνεργους και συνταξιούχους, μέλη των Ενώσεων Συντακτών της χώρας. Στην προκειμένη περίπτωση σχεδιάσαμε το ερωτηματολόγιο κατά τρόπο τέτοιο που να μπορεί να αποσπάσει με απλό και άμεσο τρόπο ακριβείς πληροφορίες και να

προσεγγίσει όσο το δυνατόν περισσότερο τις στάσεις και τις πεποιθήσεις των δημοσιογράφων που συμμετείχαν στην έρευνα. Ο σχεδιασμός και η κατασκευή ενός ερωτηματολογίου, άλλωστε, δεν είναι δεδομένος και προσαρμόζεται κάθε φορά στους σκοπούς της έρευνας, εν προκειμένω στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων που εργάζονται σε ΜΜΕ της χώρας.

Στην έρευνα μας, βεβαίως, υπήρχαν και περιορισμοί, όπως το ότι απευθυνόταν μόνο σε εργαζόμενους και μέλη των Ενώσεων Συντακτών και όχι σε άνεργους δημοσιογράφους και συνταξιούχους και ότι το δείγμα ήταν δείγμα διαθεσιμότητας. Το μεγάλο δείγμα της έρευνας, όμως, σε συνδυασμό με μια σειρά συσχετίσεων που κάναμε και ορισμένες εξ αυτών έδωσαν σημαντικά στατιστικά αποτελέσματα, μας οδηγούν σε μια αξιόπιστη έρευνα, τα αποτελέσματα της οποίας θα παρουσιαστούν στο επόμενο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής. Μια έρευνα που φιλοδοξεί να καταγράψει το εργασιακό πεδίο των ελληνικών ΜΜΕ όπως αυτό διαμορφώθηκε από την οικονομική κρίση και τη ραγδαία τεχνολογική αλλαγή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

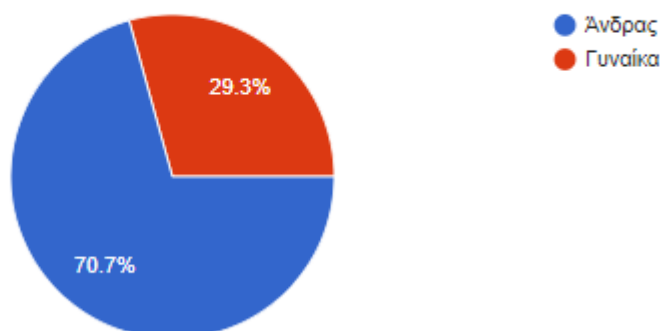
9.1 Φύλο

Η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν άνδρες (70,7%). Από τους συνολικά 307 δημοσιογράφους, μέλη των Ενώσεων Συντακτών της χώρας, οι 217 (70,7%) ήταν άνδρες ενώ οι 90 (29,3%) ήταν γυναίκες (Στο Διάγραμμα 9.1 η Ερώτηση 1).

Διάγραμμα 9.1: Φύλο

1. Φύλο

307 responses



Το αποτέλεσμα αυτό συνάδει και με τα αποτελέσματα διεθνών ερευνών, όπως της Διεθνούς Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων (ΔΟΔ) *IFJ Global Youth Survey Report*, της οποίας τα μέλη των Ενώσεων Συντακτών της χώρας είναι επίσης μέλη. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, μόνο το 36% των δημοσιογράφων σε όλο τον κόσμο είναι γυναίκες.

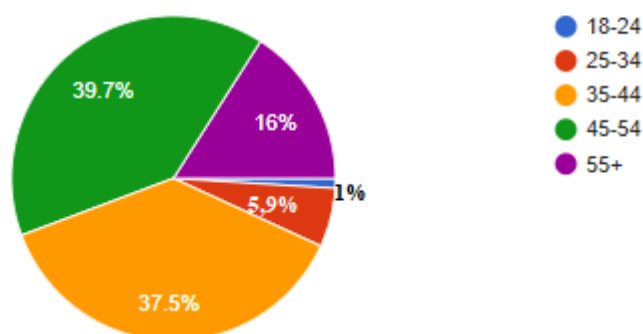
9.2 Ηλικία

Σχετικά με τις ηλικιακές ομάδες των συμμετεχόντων στην έρευνα, μόνο τρία άτομα (N=3, 1%) ήταν ηλικίας 18-24 ετών. Αυτή ήταν και μικρότερη ηλικιακή ομάδα που συμμετείχε στην έρευνα ενώ η μεγαλύτερη ήταν η ηλικιακή ομάδα 45-54 με 122 συμμετέχοντες (39,7%). Ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 35-44 με 115 συμμετέχοντες (37,5%), η ηλικιακή ομάδα 55+ με 49 συμμετέχοντες (16%) και τέλος η ηλικιακή ομάδα 25-34 με 18 συμμετέχοντες (5,9%) (Στο Διάγραμμα 9.2 η Ερώτηση 2).

Διάγραμμα 9.2: Ηλικία

2. Ηλικία

307 responses



Αναλυτικότερα παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν μεταξύ 45 και 54 ετών, δηλαδή έχουν γεννηθεί μεταξύ των ετών 1965 και 1974, πριν την εποχή των προσωπικών υπολογιστών που ξεκινά το 1980 και δεν μπορούν να χαρακτηριστούν ως «native digital users», όπως χαρακτηρίζει ο Picard (2015) στην έρευνα του «*Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work*», τους δημοσιογράφους που γεννήθηκαν μετά το 1980 και μεγάλωσαν στην ψηφιακή εποχή. Αυτό, όπως θα δούμε στη συνέχεια, μπορεί να επηρεάζει τη στάση των συμμετεχόντων και τις απόψεις τους απέναντι στις νέες τεχνολογίες.

Στην συγκεκριμένη έρευνα, μετά το 1980 έχει γεννηθεί μόνο το 6,9% που είναι ηλικίας 18-34 (1% 18-24 ετών και 5,9% 25-34 ετών) και κάποιοι από το 37,5% που ανήκει στις ηλικίες 35-44 ετών. Η μεγάλη ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα, συμβαδίζει και με την έρευνα της ΔΟΔ IFJ *Global Youth Survey Report*, σύμφωνα με την οποία το 31% των δημοσιογράφων μελών δημοσιογραφικών ενώσεων σε όλο τον κόσμο είναι άνω των 51 ετών. Το αντίστοιχο ποσοστό των δημοσιογράφων μελών συνδικάτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση που είναι άνω των 51 ετών είναι 47%, ενώ οι μεγαλύτεροι σε ηλικία δημοσιογράφοι ζουν στην Ευρώπη και τη Λατινική Αμερική.

Πέραν της μεγάλης ηλικίας των δημοσιογράφων που συμμετείχαν στην έρευνα, το στοιχείο στο οποίο θα πρέπει να σταθούμε, είναι η πολύ μικρή συμμετοχή των ηλικιακών ομάδων 18-24 ετών, μόλις τρία άτομα και 25-34 ετών, μόλις 18 άτομα. Την απουσία των μικρών ηλικιών και ειδικά της ομάδας 18-24 ετών μπορούμε να τη δικαιολογήσουμε από το ότι η έρευνα απευθυνόταν μόνο σε μέλη των

δημοσιογραφικών ενώσεων της χώρας. Σημειώνεται, ότι για να γίνει κάποιος μέλος απαιτούνται τουλάχιστον τρία χρόνια μισθωτής εργασίας ή ασφάλειας σε ταμείο που ασφαλίζονται δημοσιογράφοι ή δύο χρόνια με πτυχίο ανώτατης σχολής. Άρα, με δεδομένο ότι αρκετοί είναι αυτοί που φοιτούν σε πανεπιστημιακές σχολές όπως θα δούμε και σε επόμενη ερώτηση, δικαιολογείται η μικρή συμμετοχή αυτών των ηλικιακών ομάδων, ειδικά των 18-24 που συμπίπτει με την ηλικία των σπουδών και σαφέστατα δύσκολα κάποιος θα έχει προλάβει να εργαστεί ως δημοσιογράφος και πολύ περισσότερο να γίνει και μέλος μιας Ένωσης Συντακτών, κάτι που σε μικρότερο βαθμό ισχύει και για την ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών.

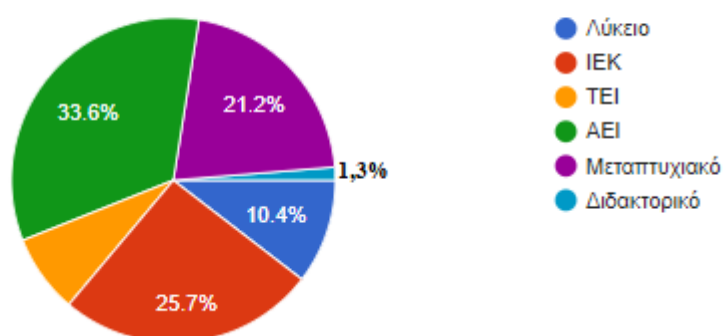
9.3 Εκπαιδευτικό επίπεδο

Από τους 307 δημοσιογράφους που μετείχαν στην έρευνα, το μεγαλύτερο ποσοστό 33,6% (N=103) είναι απόφοιτοι ΑΕΙ. Ένα ποσοστό 7,8% (N=24) δήλωσαν απόφοιτοι ΤΕΙ, το 21,2% (N=65) δήλωσαν κάτοχοι μεταπτυχιακού και τέσσερα άτομα (1,3%), δήλωσαν κάτοχοι διδακτορικού. Μόλις το 10,4% (N=32) δήλωσαν απόφοιτοι λυκείου και το 25,7% (N=79) απόφοιτοι ΙΕΚ (Στο Διάγραμμα 9.3 η Ερώτηση 3).

Διάγραμμα 9.3: Εκπαιδευτικό επίπεδο

3.Εκπαιδευτικό επίπεδο

307 responses

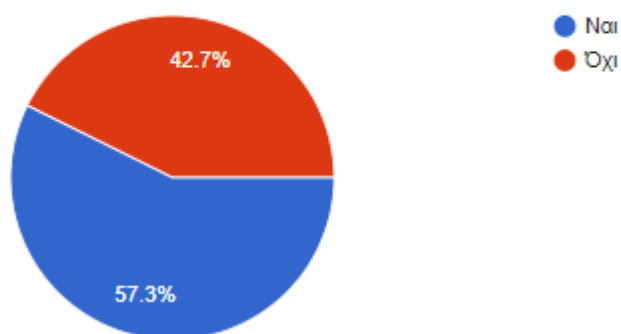


Ενδιαφέρον παρουσιάζει και το ότι από αυτούς που δήλωσαν ότι κατέχουν κάποιο τίτλο σπουδών, οι 176 (57,3%) έχουν τελειώσει σχολή δημοσιογραφίας/επικοινωνίας και οι 131 (42,7%) κάποια άλλη σχολή (Στο Διάγραμμα 9.4 η Ερώτηση 4).

Διάγραμμα 9.4: Απόφοιτοι σχολής δημοσιογραφίας/επικοινωνίας (Ναι/ Όχι)

4.Είστε απόφοιτος σχολής δημοσιογραφίας/επικοινωνίας;

307 responses

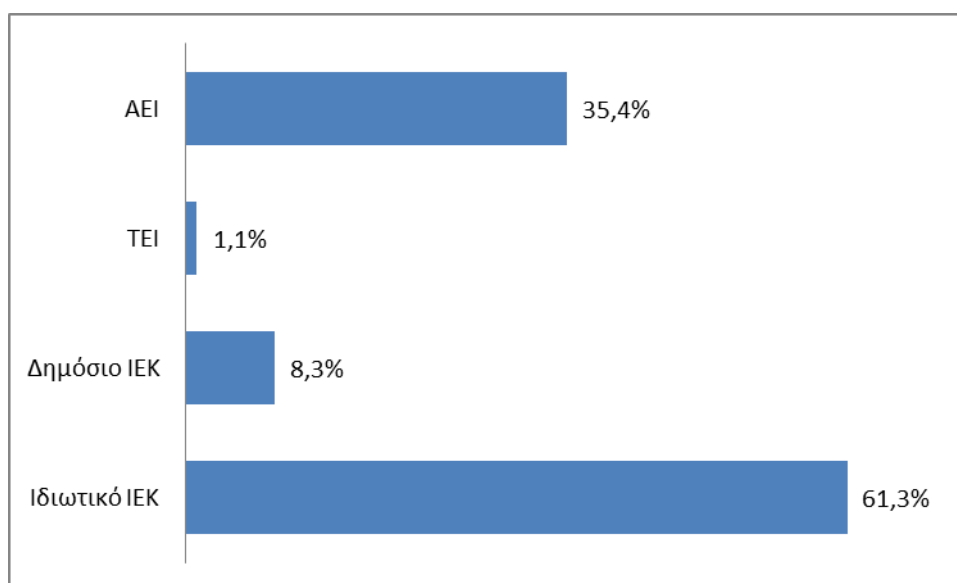


Εξειδικεύοντας περισσότερο τις σπουδές δημοσιογραφίας/επικοινωνίας, σε μια ερώτηση που δεν ήταν υποχρεωτική, απευθυνόταν μόνο σε όσους έχουν σπουδές επικοινωνίας και ήταν πολλαπλής επιλογής, οι 64 (35,4%) απάντησαν ότι έχουν τελειώσει ΑΕΙ, οι δύο (1,1%) ΤΕΙ, οι 15 (8,3%) Δημόσιο ΙΕΚ και οι 100 (61,3%) ιδιωτικό ΙΕΚ (Στο Διάγραμμα 9.5 η Ερώτηση 5).

Διάγραμμα 9.5: Σχολή αποφοίτων δημοσιογραφίας/επικοινωνίας

5. Εάν ναι, αναφέρατε συγκεκριμένα (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

181 responses



Αναλυτικότερα, προκύπτει ένα υψηλό επίπεδο μόρφωσης των Ελλήνων δημοσιογράφων που συμμετείχαν στην έρευνα, αφού το 63,9% είναι κάτοχοι τουλάχιστον πτυχίου ανώτατης και ανώτερης εκπαίδευσης (33,6% απόφοιτοι ΑΕΙ, 7,8% απόφοιτοι ΤΕΙ, 21,2% κάτοχοι μεταπτυχιακού και 1,3%, κάτοχοι διδακτορικού) και εξ αυτών, σπουδές επικοινωνίας όλων των βαθμίδων (ΑΕ, ΤΕΙ, ΙΕΚ) έχει το 57,3%. Τα ευρήματα αυτά συμφωνούν με την έρευνα του *Pew Research Center* με τίτλο *Newsroom employees earn less than other college-educated workers in U.S.*, η οποία αναφέρει ότι το 79% των εργαζόμενων στα news room των ΜΜΕ των ΗΠΑ την περίοδο 2012-2016 διέθεταν τουλάχιστον πανεπιστημιακό πτυχίο.

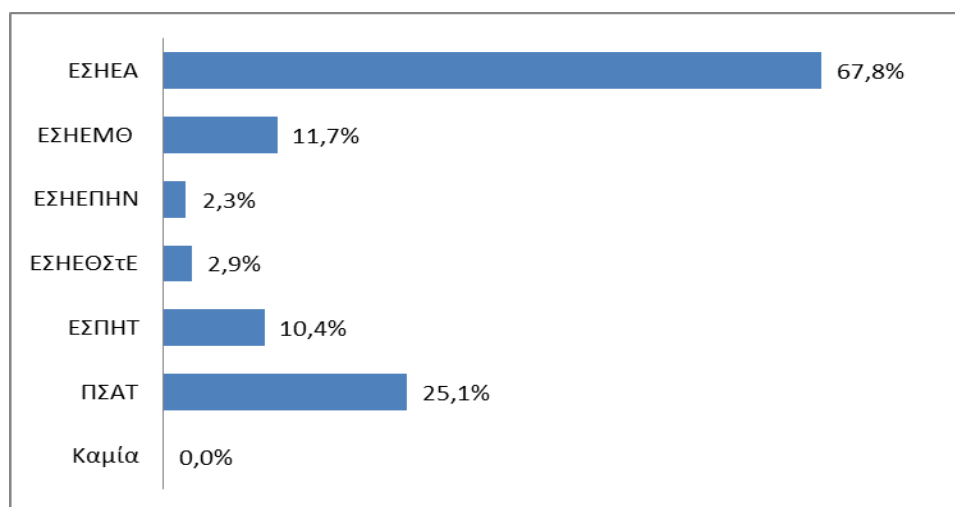
9.4 Ενώσεις Συντακτών και Ταμεία

Όλοι οι δημοσιογράφοι που μετείχαν στην έρευνα είναι μέλη σε μία από τις πέντε Ενώσεις Συντακτών της χώρας. Η μεγάλη πλειοψηφία από τους 307 που έλαβαν μέρος, οι 208 (67,8%), ανήκουν στην *ΕΣΗΕΑ* κάτι που είναι απόλυτα λογικό, αφού είναι η μεγαλύτερη Ένωση Συντακτών της χώρας. Τα μέλη της *ΕΣΗΕΜΘ* που έλαβαν μέρος στην έρευνα ήταν 36 (11,7%) , της *ΕΣΗΕΠΗΝ* 7 (2,3%), της *ΕΣΗΕΘΣτΕ* 9 (2,9%), της *ΕΣΠΗΤ* 32 (10,4%) και του *ΠΣΑΤ* 77 (25,1%) (Στο Διάγραμμα 9.6 η Ερώτηση 6). Πρέπει να διευκρινιστεί για τους αθλητικούς συντάκτες ισχύει να είναι ταυτόχρονα μέλη μιας από τις πέντε Ενώσεις Συντακτών μελών της *ΠΟΕΣΥ* (*ΕΣΗΕΑ*, *ΕΣΗΕΜΘ*, *ΕΣΗΕΠΗΝ*, *ΕΣΗΕΘΣτΕ*) και του *ΠΣΑΤ* και για αυτό η ερώτηση αυτή ήταν πολλαπλής επιλογής.

Διάγραμμα 9.6: Ένωση Συντακτών

6. Ποιας Ένωσης Συντακτών είστε μέλος; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

307 responses

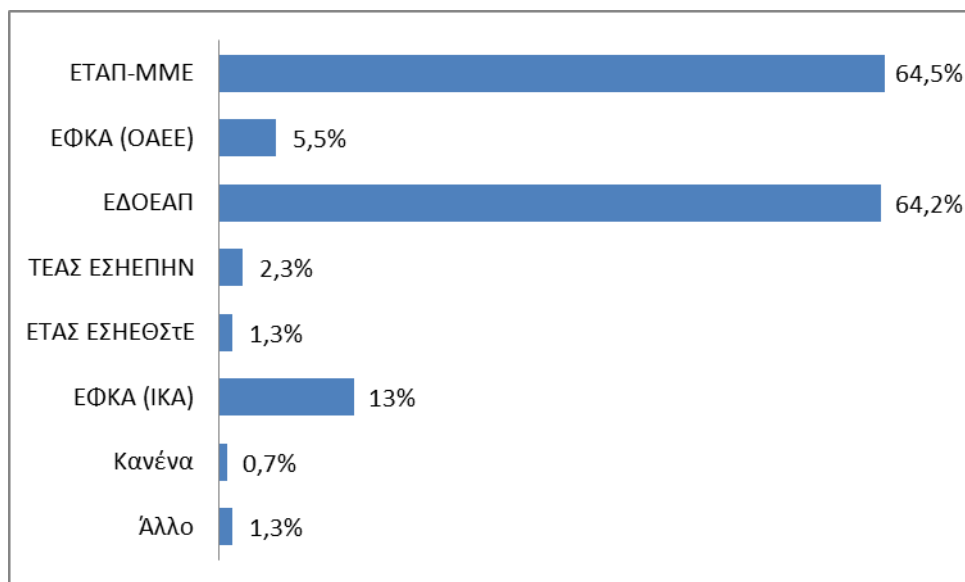


Ομοίως με τις Ενώσεις Συντακτών, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι ασφαλισμένοι στο *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* που είναι το κύριο συνταξιοδοτικό ταμείο για τους δημοσιογράφους όλης της Ελλάδας και στον *ΕΔΟΕΑΠ*, που είναι το ταμείο περίθαλψης και επικούρησης των δημοσιογράφων Αθήνας και Θεσσαλονίκης (μελών *ΕΣΗΕΑ*, *ΕΣΗΕΜΘ*) και που κατά την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας είχε ήδη ξεκινήσει να δέχεται και νέα μέλη (δημοσιογράφους από ιστοσελίδες, γραφεία Τύπου, μέλη της *ΕΣΠΗΤ* κ.λ.π.). Ασφαλισμένοι στο *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* ήταν 198 (64,5%), στον *ΕΔΟΕΑΠ* 197 (64,2%), στο *ΤΕΑΣ* της *ΕΣΗΕΗΝ* 7 (2,3%), στο *ΕΤΑΣ* της *ΕΣΗΕΘΣτΕ* 4 (1,3%), στον *ΕΦΚΑ (ΙΚΑ)* 40 (13%), στον *ΕΦΚΑ (ΟΑΕΕ)*, δηλαδή οι ελεύθεροι επαγγελματίες 17 (5,5%), ενώ Άλλο δήλωσαν 4 (1,3%) και Κανένα Ταμείο, δηλαδή ανασφάλιστοι δήλωσαν 2 (0,7%) (Στο Διάγραμμα 9.7 η Ερώτηση 7). Εδώ πρέπει να διευκρινιστεί ότι ο κάθε δημοσιογράφος είναι ασφαλισμένος σε δύο ταμεία, ένα το συνταξιοδοτικό π.χ. *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* και ένα το περίθαλψης / επικούρησης π.χ. *ΕΔΟΕΑΠ*. Στις περιπτώσεις των Ενώσεων *ΕΣΗΕΠΗΝ* και *ΕΣΗΕΘΣτΕ*, το συνταξιοδοτικό ταμείο των μελών τους είναι το *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ*, τα επικουρικά είναι τα *ΕΤΑΣ* και *ΤΕΑΣ* και η ιατροφαρμακευτική περίθαλψη παρέχεται από τον *ΕΦΚΑ (ΙΚΑ)*. Επομένως και αυτή η ερώτηση έπρεπε αναγκαστικά να είναι πολλαπλής επιλογής.

Διάγραμμα 9.7: Ταμείο ασφάλισης

7. Σε ποιο Ταμείο/α είστε ασφαλισμένος; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

307 responses



9.5 Μέσο εργασίας

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα (38,1%) δήλωσε ότι εργάζεται σε ιστοσελίδες και ακολούθησαν οι εφημερίδες (37,1%). Το 26,1% δήλωσε ότι εργάζεται σε ραδιόφωνο και το 22,1% σε τηλεόραση. Αξιοσημείωτα είναι τα ποσοστά αυτών που δηλώνουν ιδιοκτήτες ιστοσελίδων (7,5%) και ότι εργάζονται σε γραφεία Τύπου/δημόσιες σχέσεις (12,7%), ενώ ιδιοκτήτες άλλου Μέσου δήλωσε το 0,7% και σε πρακτορείο ειδήσεων δήλωσε ότι εργάζεται το 5,2% (Στο Διάγραμμα 9.8 η Ερώτηση 8). Πρέπει, βεβαίως, να διευκρινιστεί ότι και στην ερώτηση αυτή υπήρχε η δυνατότητα πολλών απαντήσεων, διότι στην Ελλάδα υπάρχει ακόμη το φαινόμενο της πολλαπλής απασχόλησης στη δημοσιογραφία που φαίνεται και από τις απαντήσεις που δόθηκαν σε επόμενη ερώτηση, στην οποία ένα ποσοστό 35,5% από τους συμμετέχοντες την έρευνα απάντησε ότι κερδίζει το εισόδημα του από περισσότερες από μία εργασίες.

Διάγραμμα 9.8: Μέσο εργασίας

8. Μέσο/Μέσα στο οποίο εργάζεστε (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα εφόσον υπάρχουν)

307 responses



Τα αντίστοιχα αποτελέσματα της έρευνας της ΔΟΔ *IFJ Global Youth Survey Report* έδειξαν ότι στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε ιστοσελίδες εργάζεται μόνο το 8% των δημοσιογράφων, σε εφημερίδες το 58% και στην τηλεόραση το 17%, ενώ συνολικά στην Ευρώπη έδειξαν ότι σε ιστοσελίδες εργάζεται το 10% των δημοσιογράφων, σε εφημερίδες το 33% και στην τηλεόραση το 56%. Συγκρίνοντας τις διαφορές που προκύπτουν στα ποσοστά, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας την πολλαπλή απασχόληση που, όπως είπαμε υπάρχει ακόμη στην Ελλάδα, κάτι που μας οδήγησε στο να είναι η σχετική ερώτηση πολλαπλής επιλογής και άρα να υπάρχουν διπλές ή και τριπλές απαντήσεις. Αυτό σημαίνει ότι το ίδιο πρόσωπο μπορεί να δηλώνει ότι εργάζεται σε περισσότερα του ενός Μέσα και άρα να προσμετράται στο ποσοστό του κάθε Μέσου που δήλωσε ότι εργάζεται και να προέκυψαν αυτά τα υψηλά ποσοστά για ορισμένα ΜΜΕ.

Πρέπει πάντως, να σημειώσουμε πως οι νέες μορφές δημοσιογραφίας και η αλλαγή στο περιεχόμενο εργασίας δεν ευνοούν την πολλαπλή απασχόληση. Ο δημοσιογράφος είναι πια υποχρεωμένος να εργάζεται με τον ίδιο μισθό και να παράγει περιεχόμενο για διαφορετικά Μέσα εντός μιας ενιαίας αίθουσας σύνταξης ενός ομίλου ΜΜΕ του ίδιου εργοδότη, στον οποίο μπορεί να ανήκουν διαφορετικά Μέσα (ιστοσελίδα, εφημερίδα, τηλεόραση, ραδιόφωνο), κάτι που στο εξωτερικό

συμβαίνει αρκετά χρόνια και πλέον καθιερώνεται και στη χώρα μας. Επομένως, είναι δύσκολο να εργαστεί για διαφορετικά Μέσα διαφορετικών εργοδοτών και να υπάρξει πολλαπλή απασχόληση.

Τέλος, από τις συσχετίσεις που έγιναν φάνηκε ότι από τους συμμετέχοντες στην έρευνα σε εφημερίδες, ραδιόφωνο και ιστοσελίδες εργάζονται στην πλειοψηφία τους άνδρες, ενώ στην τηλεόραση και σε πρακτορείο ειδήσεων εργάζονται στην πλειοψηφία τους γυναίκες. Συγκεκριμένα, στις εφημερίδες οι άνδρες είναι το 43,8% των συμμετεχόντων στην έρευνα και οι γυναίκες το 21,1% και αντίστοιχα, στο ραδιόφωνο οι άνδρες είναι 29% και οι γυναίκες 18,9%, στις ιστοσελίδες οι άνδρες είναι 39,2% και οι γυναίκες 35,6%, ενώ στην τηλεόραση οι άνδρες είναι 21,7% και οι γυναίκες 23,3% και σε πρακτορείο ειδήσεων οι άνδρες είναι 5,1% και οι γυναίκες 5,6%.

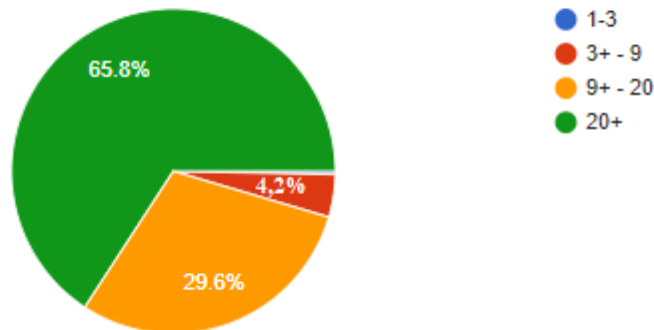
9.6 Χρόνια εργασίας

Η μεγάλη πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα, 202 άτομα (65.8%), δήλωσαν ότι εργάζονται ως δημοσιογράφοι περισσότερα από 20 χρόνια, ενώ 91 (29,6%) δήλωσαν ότι εργάζονται μεταξύ 9-20 χρόνων. Από τους συμμετέχοντες στην έρευνα δεν βρέθηκε κανένας που να βρίσκεται στη δημοσιογραφία από 1-3 έτη, κάτι που εξηγείται από το ότι η έρευνα απευθύνεται σε μέλη των Ενώσεων Συντακτών, στις οποίες για να γίνει κάποιος μέλος απαιτούνται τουλάχιστον τρία χρόνια μισθωτής εργασίας ή ασφάλειας σε ταμείο που ασφαλίζονται δημοσιογράφοι ή δύο χρόνια με πτυχίο ανώτατης σχολής. Πολύ μικρό είναι το ποσοστό αυτών που βρίσκονται στη δημοσιογραφία 3-9 χρόνια, 13 (4,2%), κάτι που πιθανώς οφείλεται στους ίδιους λόγους, αλλά, όλα αυτά, το μικρό ποσοστό αυτών που βρίσκονται στη δημοσιογραφία 1-3 και 3-9 έτη, εξηγούν και εξηγούνται και από τη μεγάλη ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα όπως είδαμε στην ερώτηση 2, στην οποία φαίνεται ότι η πολυπληθέστερη ηλικία ομάδα που έλαβε μέρος στην έρευνα είναι αυτή των 45-54 ετών και δεύτερη η ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών, ενώ οι μικρότερες ηλικιακές ομάδες είναι των 18-24 ετών στην οποία ανήκουν τρία άτομα και των 25-34 με 18 συμμετέχοντες (Στο Διάγραμμα 9.9 η Ερώτηση 9).

Διάγραμμα 9.9: Χρόνια εργασίας στη δημοσιογραφία

9. Πόσα χρόνια εργάζεστε ως δημοσιογράφος;

307 responses



Τα ευρήματα της έρευνας συμβαδίζουν με τα αποτελέσματα της έρευνας του *Business Wire* που έγινε το 2015 και σύμφωνα με την οποία το 45,1% των δημοσιογράφων στις ΗΠΑ είχαν τουλάχιστον 21 χρόνια επαγγελματική προϋπηρεσία.

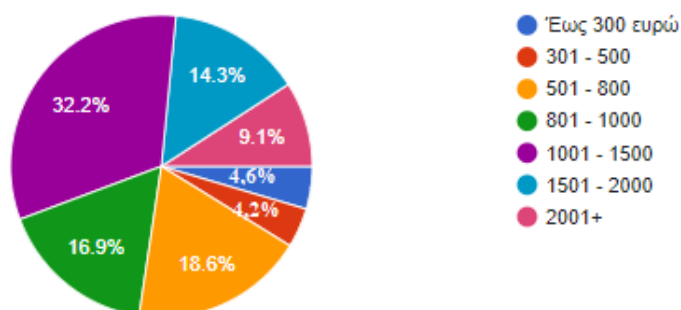
9.7 Αποδοχές

Μεταξύ 1.001 και 1.500 ευρώ κυμαίνονται οι μηνιαίες αποδοχές των περισσότερων δημοσιογράφων από τους 307 που συμμετείχαν στην έρευνα. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν 99 άτομα (32,2%). Δεύτερη κατηγορία αναδείχθηκε η κατηγορία 501-800 ευρώ, στην οποία ανήκουν 57 άτομα (18,6%), ενώ 52 άτομα (16,9%) δήλωσαν ότι οι αμοιβές του κυμαίνονται μεταξύ 801-1.000 ευρώ (Στο Διάγραμμα 9.10 η Ερώτηση 10).

Διάγραμμα 9.10: Αποδοχές

10. Αναφέρετε το ύψος των συνολικών μηνιαίων αποδοχών σας από το επάγγελμα του δημοσιογράφου (καθαρές αποδοχές)

307 responses



Στα αξιοσημείωτα που προκύπτουν από αυτή την ερώτηση είναι ότι 14 δημοσιογράφοι (4,6%) δήλωσαν ότι αμείβονται μέχρι 300 ευρώ το μήνα και 13 δημοσιογράφοι (4,2%) δήλωσαν ότι αμείβονται μεταξύ 301-500 ευρώ, δηλαδή 27 δημοσιογράφοι στους 307 (περίπου 9%), αμείβονται μέχρι 500 ευρώ το μήνα, ποσοστό διόλου ευκαταφρόνητο. Αν σε αυτούς προσθέσουμε και τους 57 δημοσιογράφους που αμείβονται από 501-800 ευρώ βλέπουμε ότι 84 δημοσιογράφοι στους 307 που συμμετείχαν στην έρευνα ή ποσοστό 28% αμείβονται μέχρι 800 ευρώ. Η αιτία για αυτό θα πρέπει να αναζητηθεί στην απουσία των Συλλογικών Συμβάσεων Εργασίας, οι οποίες μετά το 2010 δεν υπάρχουν στη δημοσιογραφία. Η απουσία αυτή επηρεάζει κυρίως τους νεοεισερχόμενους που μπήκαν στη δουλειά μετά την κατάργηση των συλλογικών διαπραγματεύσεων και όπως είναι λογικό αφορά τους νεότερους σε ηλικία, ενώ για τους παλαιότερους στη δημοσιογραφία, ισχύουν σε μεγάλο βαθμό τα μισθολογικά κλιμάκια των Συλλογικών Συμβάσεων. Από τις συσχετίσεις, άλλωστε, που έγιναν επιβεβαιώνονται τα παραπάνω, καθώς προέκυψε ότι το εισόδημα αυξάνεται ανάλογα με την ηλικία και πως μόνο αυτοί που έχουν περισσότερα χρόνια στη δουλειά παίρνουν αμοιβές ανάλογα με τα χρόνια εργασίας. Στις ομάδες χρόνων εργασίας 1-3 και 3+ έως 9, αλλά και σε αυτή των +20, οι αποδοχές δεν αυξάνονται ανάλογα με τα χρόνια εργασίας όπως έδειξαν οι συσχετίσεις και ποικίλουν, κάτι που για τους νεότερους, οφείλεται στην απουσία Συλλογικών Συμβάσεων Εργασίας.

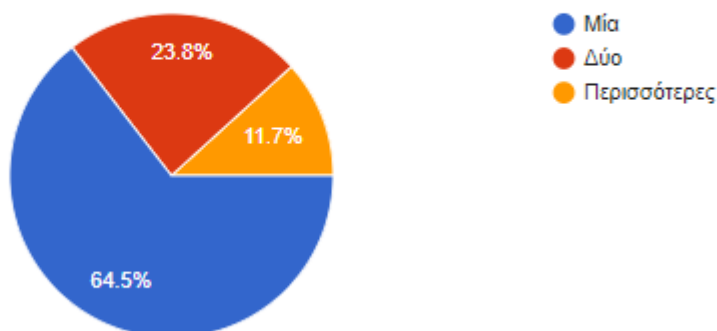
Στον αντίποδα, 44 δημοσιογράφοι (14,3%) δήλωσαν ότι αμείβονται μεταξύ 1.501-2.000 ευρώ το μήνα και 28 δημοσιογράφοι (9,1%) δήλωσαν ότι αμείβονται άνω των 2.000 ευρώ το μήνα. Δηλαδή μόνο 72 δημοσιογράφοι στους 307 (περίπου 24%) δήλωσαν ότι αμείβονται με ποσό άνω των 1.500 ευρώ το μήνα, ποσοστό που προφανώς δεν μπορεί να θεωρηθεί υψηλό. Από τις συσχετίσεις που έγιναν, επιβεβαιώνεται προηγούμενο συμπέρασμα σε σχέση με την ηλικία και τις αποδοχές, καθώς προέκυψε πως οι δημοσιογράφοι των οποίων οι μισθοί είναι μεγαλύτεροι των 1.500 ευρώ ανήκουν στις μεγαλύτερες ομάδες χρόνων εργασίας και ειδικά στην ομάδα 9+ έως 20 χρόνια εργασίας ως δημοσιογράφοι.

Όσον αφορά στο εισόδημα, προσπαθήσαμε να διερευνήσουμε ακόμη περισσότερο το τι συμβαίνει με τις αποδοχές των δημοσιογράφων και ρωτήσαμε εάν αυτές προέρχονται από μία ή περισσότερες εργασίες. Επιχειρήσαμε έτσι να διερευνήσουμε κατά πόσον ισχύει το φαινόμενο της πολλαπλής εργασίας, καθώς και την ανάγκη συμπλήρωσης του εισοδήματός τους. Όπως προέκυψε από τις απαντήσεις που δόθηκαν, αυτό ισχύει για το περισσότερο από το 1/3 των συμμετεχόντων στην έρευνα, διότι 198 δημοσιογράφοι (64,5%) απάντησαν ότι οι αποδοχές τους προέρχονται από μία εργασία, ενώ 73 (23,8%) δημοσιογράφοι απάντησαν ότι προέρχονται από δύο και 36 (11,7%) ότι προέρχονται από περισσότερες από δύο, δηλαδή 109 δημοσιογράφοι ή ποσοστό 35,5% κάνουν δεύτερη και τρίτη δουλειά. Τέλος, από τις απαντήσεις προκύπτει ότι ένα ποσοστό 35,5% κάνει δεύτερη και τρίτη δουλειά για να συμπληρώσει το εισόδημά του (Στο Διάγραμμα 9.11 η ερώτηση 11).

Διάγραμμα 9.11: Πλήθος επαγγελματιών αποδοχών

11. Προέρχονται από μία, δύο ή περισσότερες εργασίες;

307 responses



Από τις συσχετίσεις προέκυψε ακόμη ότι η πλειοψηφία των καλύτερα αμειβόμενων δημοσιογράφων, εργάζεται στην τηλεόραση και στη συνέχεια κατά σειρά, σε ραδιόφωνο, εφημερίδες και ιστοσελίδες, στις οποίες εργάζεται η πλειοψηφία των χαμηλά αμειβόμενων δημοσιογράφων, κάτι που συμφωνεί με τα ευρήματα της έρευνας *Global Youth Survey Report*. Οι εργαζόμενοι δηλαδή, σε ιστοσελίδες από το σύνολο των συμμετεχόντων της έρευνας μας (38,1%), είναι αυτοί που αμείβονται λιγότερο συγκριτικά με τους εργαζόμενους που εργάζονται σε άλλα ΜΜΕ. Το εύρημα αυτό έρχεται να προστεθεί και να συμφωνήσει με την έρευνα της Σιούντα (2014) για τους δημοσιογράφους που εργάζονται σε ενημερωτικές ιστοσελίδες, σύμφωνα με την οποία, μόλις το 14,23% δηλώνει καθαρές αποδοχές μεγαλύτερες των 1.200 ευρώ μηνιαίως, ενώ οι συνηθισμένες αμοιβές κυμαίνονται μεταξύ 501-800 ευρώ (ποσοστό 28,46%) και 801-1.200 ευρώ (ποσοστό 24,11%) και ένα σημαντικό ποσοστό (22,92%) αμείβεται με λιγότερα από 500 ευρώ το μήνα.

Οι συσχετίσεις έδειξαν ακόμη ότι οι άνδρες παρουσιάζουν υψηλότερο μερίδιο συμμετοχής έναντι των γυναικών στα πολύ μεγάλα και τα πολύ μικρά ποσά. Συγκεκριμένα, στα ποσά 1.500-2.000 ευρώ από τους συμμετέχοντες στην έρευνα το 15,2% είναι άνδρες και το 12,2% γυναίκες και άνω των 2.000 ευρώ το 12,4% είναι άνδρες και μόλις το 1,1% γυναίκες. Στα μικρά ποσά από τους συμμετέχοντες στην έρευνα που αμείβονται έως 300 ευρώ άνδρες είναι το 4,6% και γυναίκες τα 4,4% και από 301-500 ευρώ άνδρες είναι το 5,1% και γυναίκες το 2,2%. Αντίθετα στα μεσαία ποσά καλύτερα αμειβόμενες είναι οι γυναίκες αφού από αυτούς που δήλωσαν ότι αμείβονται από 501-800 ευρώ οι άνδρες είναι 16,5% και οι γυναίκες 23,3%, από 801-1.000 οι άνδρες είναι 14,7% και οι γυναίκες 22,2% και από 1.001-1.500 οι άνδρες είναι 31,35 και οι γυναίκες 34,4%.

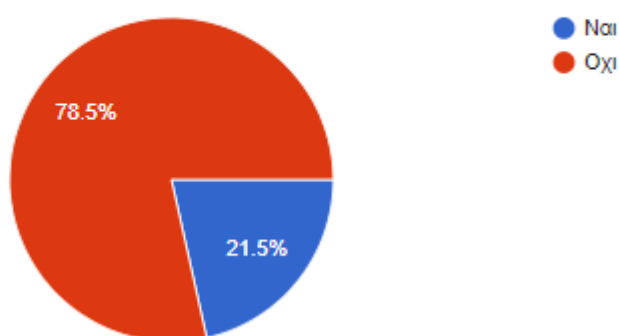
Εν κατακλείδι, η πλειοψηφία (32,2%) από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, δήλωσε ότι αμείβεται με μισθούς που κυμαίνονται μεταξύ 1.001-1.500 ευρώ, ποσά που είναι κατά πολύ χαμηλότερα από τα ισχύοντα σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως έδειξε η έρευνα της *Global Youth Survey Report*, σύμφωνα με την οποία, ο μέσος μισθός των δημοσιογράφων στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι περίπου 2.250 ευρώ. Οι χαμηλές αποδοχές της μεγάλης πλειοψηφίας των δημοσιογράφων που συμμετείχαν στην έρευνα είναι συνολικά αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης που οδήγησε σε αποδιάρθρωση των συλλογικών διαπραγματεύσεων και μείωση μισθών, αλλά και στις γενικότερες νεοφιλελεύθερες πολιτικές που ακολουθήθηκαν διεθνώς από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 και μετά

και οι οποίες, όπως αναφέρει ο Κουζής (2018), είχαν δημιουργήσει τη γενιά των 700 ευρώ στην Ελλάδα πριν ακόμη την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης η οποία συνέτεινε στην ακόμη μεγαλύτερη μείωση των μισθών.

9.8 Υπερωρίες

Οι μετέχοντες στην έρευνα ρωτήθηκαν για το εάν πληρώνονται υπερωρίες και απάντησαν αρνητικά σε συντριπτικό ποσοστό. Οι 241 (78,5%) απάντησαν ότι δεν πληρώνονται υπερωρίες ενώ μόλις οι 66 (21,5%) απάντησαν ότι πληρώνονται (Στο Διάγραμμα 9.12 η Ερώτηση 12).

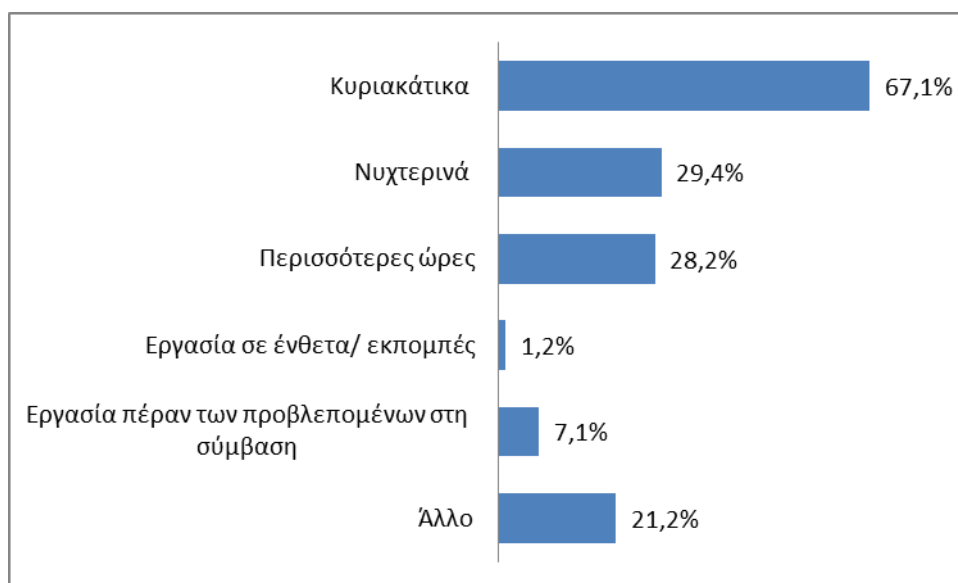
Διάγραμμα 9.12: Πληρωμή υπερωριών (Ναι/ Όχι)
12. Στο Μέσο που εργάζεστε πληρώνεστε υπερωρίες;
307 responses



Παρά τα μικρό ποσοστό αυτών που πληρώνονται υπερωρίες, προχωρήσαμε σε περαιτέρω διερεύνηση για το είδος των υπερωριών που πληρώνονται. Η ερώτηση ήταν πολλαπλής επιλογής, διότι τα είδη υπερωριών που ενδεχομένως πληρώνεται ο κάθε εργαζόμενος είναι περισσότερα του ενός. Η πλειοψηφία (67,1%) απάντησε ότι πληρώνεται ως υπερωρία την κυριακάτικη εργασία, το 29,4% απάντησε ότι πληρώνεται τη νυχτερινή εργασία, το 28,2% τις περισσότερες ώρες δουλειάς, το 7,1% την εργασία πέραν των προβλεπόμενων στη σύμβαση και μόλις το 1,2% απάντησε ότι πληρώνεται υπερωριακά την εργασία σε ένθετα εφημερίδων περιοδικών ή εκπομπές τηλεόρασης (Στο Διάγραμμα 9.13 η Ερώτηση 13).

Διάγραμμα 9.13: Είδος πληρωμής υπερωριών
13. Εάν ναι, ποιο είδος υπερωριών πληρώνεστε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

85 responses



Η μη πληρωμή υπερωριών οφείλεται και αυτή στην κατάργηση των Συλλογικών Συμβάσεων Εργασίας στη δημοσιογραφία. Δεν αποτελεί, βεβαίως, μόνο ελληνικό φαινόμενο, αλλά μια συνηθισμένη πρακτική διεθνώς, όπως αναφέρεται και στην έρευνα της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων (ΕΟΔ) *Managing Change. Innovation and trade Unionism in the News Industry*.

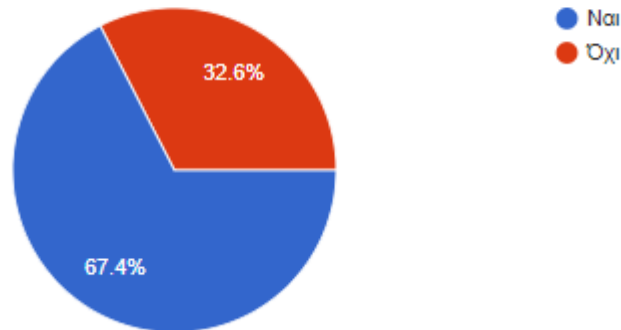
9.9 Καθεστώς απασχόλησης και ανασφάλιστη εργασία κατά το παρελθόν

Στη συνέχεια θελήσαμε να διερευνήσουμε το καθεστώς απασχόλησης των συμμετεχόντων στην έρευνα, τόσο κατά την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας, όσο και κατά το παρελθόν. Ετσι αρχικά ρωτήσαμε πόσοι είχαν δουλέψει ανασφάλιστοι κάποια στιγμή στο παρελθόν και το ποσοστό που απάντησε θετικά είναι μεγάλο και ανέρχεται σε 67,4% (N=207). Αντίθετα, το 32,6% (N=100), δήλωσαν ότι δεν έχουν εργαστεί ποτέ ανασφάλιστοι (Στο Διάγραμμα 9.14 η Ερώτηση 14).

Διάγραμμα 9.14: Ανασφάλιστη εργασία κατά το παρελθόν (Ναι/ Όχι)

14. Έχετε δουλέψει ποτέ ανασφάλιστος

307 responses

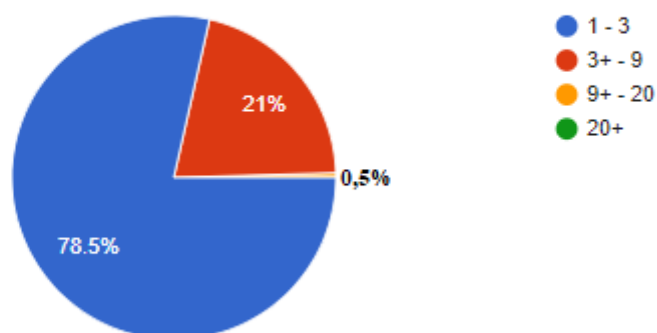


Στην προσπάθειά μας να διερευνήσουμε πόσα χρόνια έχουν εργαστεί ανασφάλιστοι αυτοί που το δήλωσαν, ρωτήσαμε το χρονικό διάστημα. Το συντριπτικό ποσοστό (78,5%) απάντησε 1-3 χρόνια, το 21% απάντησε 3-9 χρόνια και το 0,5% απάντησε ότι έχει μείνει ανασφάλιστο από 9-20 χρόνια (Στο Διάγραμμα 9.15 η Ερώτηση 15).

Διάγραμμα 9.15: Έτη ανασφάλιστης εργασίας κατά το παρελθόν

15. Εάν ναι, πόσα χρόνια;

219 responses



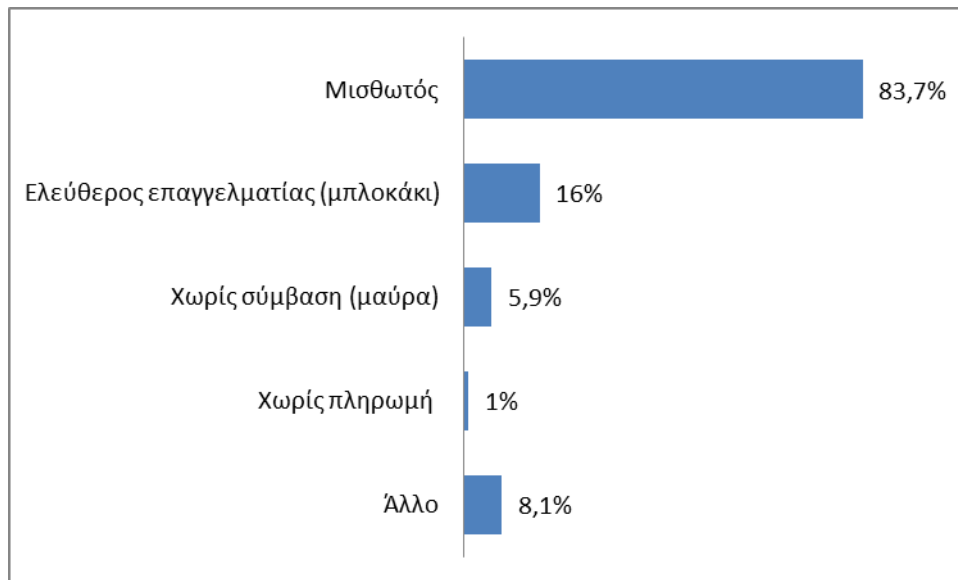
Όσον αφορά στο καθεστώς απασχόλησης των συμμετεχόντων στην έρευνα, η συντριπτική πλειοψηφία δήλωσαν μισθωτοί, με ποσοστό 83,7%. Οι απασχολούμενοι με μπλοκάκι ήταν με ποσοστό 16% και αυτοί που εργάζονται χωρίς σύμβαση ήταν μόλις το 5.9%. (Στο Διάγραμμα 9.16 η Ερώτηση 16). Η ερώτηση αυτή, βέβαια, ήταν

πολλαπλής επιλογής, για να μπορέσουμε να συμπεριλάβουμε την πολλαπλή απασχόληση ορισμένων εκ των συμμετεχόντων στην έρευνα.

Διάγραμμα 9.16: Καθεστώς απασχόλησης

16. Με ποιο καθεστώς απασχόλησης εργάζεστε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

307 responses

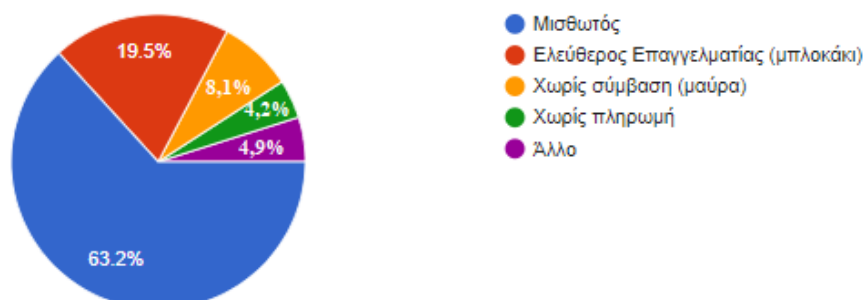


Όσον αφορά στο καθεστώς απασχόλησης κατά την πρόσληψή τους, οι περισσότεροι 194 (63,2%) δήλωσαν ότι προσλήφθηκαν ως μισθωτοί, οι 60 (19,5%) με μπλοκάκι, οι 25 (8,1%) χωρίς να έχουν υπογράψει σύμβαση, οι 13 (4,2%) χωρίς καθόλου πληρωμή και 15 (4,9%) επέλεξαν το «άλλο» (Στο Διάγραμμα 9.17 η Ερώτηση 17).

Διάγραμμα 9.17: Καθεστώς απασχόλησης κατά την πρόσληψη

17. Με ποιο καθεστώς απασχόλησης προσληφθήκατε;

307 responses

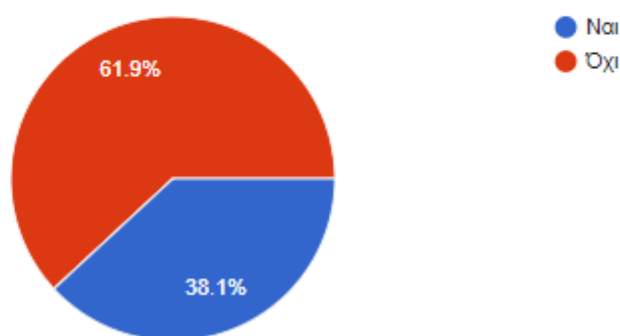


Από τις απαντήσεις που δόθηκαν στις προηγούμενες ερωτήσεις, φαίνεται ότι το ποσοστό αυτών που είναι μισθωτοί τώρα είναι μεγαλύτερο (83,7%) από το ποσοστό αυτών που προσλήφθηκαν ως μισθωτοί (63,2%). Με δεδομένο ότι τα ποσοστά στις άλλες απαντήσεις μειώνονται, δηλαδή, με μπλοκάκι προσλήφθηκε το 19,5% και τώρα εργάζεται το 16%, χωρίς σύμβαση προσλήφθηκε το 8,1% και τώρα εργάζεται το 5,9% και χωρίς πληρωμή προσλήφθηκε το 4,2% και τώρα εργάζεται το 1%, προκύπτει ότι τα πράγματα στη δημοσιογραφία είναι χειρότερα εργασιακά για τους νεοπροσλαμβανόμενους.

9.10 Ωράριο

Όσον αφορά στο ωράριο εργασίας, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα 190 (61,9%) δήλωσε ότι δεν εργάζεται συγκεκριμένο ωράριο, ενώ οι 117 (38,1%) δήλωσε ότι εργάζεται συγκεκριμένο ωράριο (Στο Διάγραμμα 9.18 η Ερώτηση 18).

Διάγραμμα 9.18: Συγκεκριμένο ωράριο (Ναι/ Όχι)
18. Εργάζεστε με συγκεκριμένο ωράριο;
307 responses

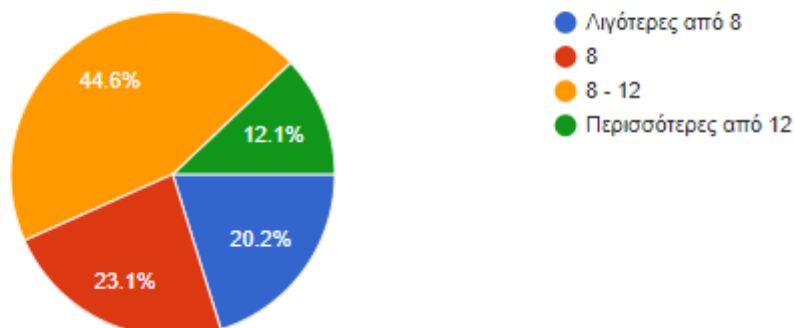


Στην προσπάθειά μας να διερευνήσουμε περισσότερο το πόσο εργάζονται οι δημοσιογράφοι στα ΜΜΕ στη χώρα μας, τους ρωτήσαμε και για το πόσες ώρες και ημέρες εργάζονται. Αναφορικά με τις ώρες, 137 άτομα (44,6%) απάντησαν ότι εργάζονται περισσότερες από οκτώ ώρες και μεταξύ 8-12 ωρών ημερησίως, 71 (23,1%) απάντησαν ότι εργάζονται ακριβώς οκτάωρο, 62 (20,2%) απάντησαν ότι εργάζονται λιγότερες από οκτώ ώρες ημερησίως και 37 (12,1%) απάντησαν ότι εργάζονται περισσότερες από 12 ώρες (Στο Διάγραμμα 9.19 η Ερώτηση 19).

Διάγραμμα 9.19: Ώρες εργασίας την ημέρα

19. Πόσες ώρες την ημέρα εργάζεστε;

307 responses

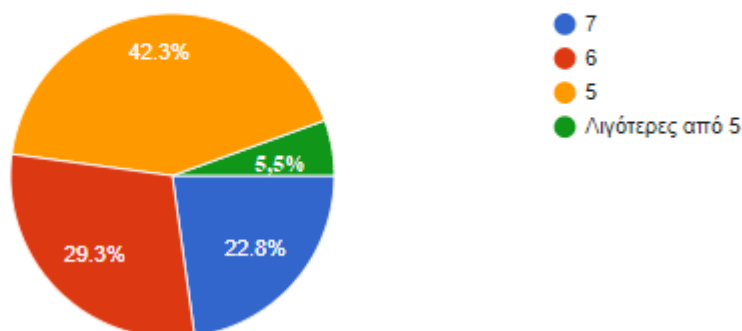


Όσον αφορά στις ημέρες που εργάζονται, η πλειοψηφία 130 άτομα (42,3%) δήλωσαν ότι εργάζονται πέντε ημέρες την εβδομάδα, 90 (29,3%) έξι ημέρες την εβδομάδα, 70 (22,8%) επτά ημέρες και 17 (5,5%) λιγότερες από πέντε ημέρες την εβδομάδα (Στο Διάγραμμα 9.20 η Ερώτηση 20).

Διάγραμμα 9.20: Ημέρες εργασίας την εβδομάδα

20. Πόσες ημέρες την εβδομάδα εργάζεστε;

307 responses



Διαπιστώνεται λοιπόν, ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα δεν εργάζεται συγκεκριμένο ωράριο. Ένα σημαντικό ποσοστό, μάλιστα, 44,6% εργάζεται 8-12 ώρες και ένα ποσοστό 12,1% απάντησε ότι εργάζονται περισσότερες από 12 ώρες, δηλαδή, το 56,7% των συμμετεχόντων στην έρευνα εργάζεται περισσότερες από οκτώ ώρες ημερησίως. Το ίδιο ισχύει και για τις ημέρες εργασίας της εβδομάδας,

με το 29,3% να εργάζεται έξι ημέρες την εβδομάδα και το 22,8% επτά ημέρες, δηλαδή, το 52,1% εργάζεται πέραν του πενθημέρου και όλα αυτά, τόσο για τις επιπλέον ώρες, όσο και για τις επιπλέον ημέρες εργασίας, χωρίς να πληρώνονται υπερωρίες, όπως δήλωσε το 78,5% των συμμετεχόντων στην έρευνα. Από τις συσχετίσεις, μάλιστα, που έγιναν, για το ωράριο προέκυψε ότι οι δημοσιογράφοι εργάζονται λιγότερες ώρες όσο αυξάνει η ηλικία, κάτι που σημαίνει ότι οι νεότεροι σε ηλικία εργάζονται περισσότερες ώρες ημερησίως.

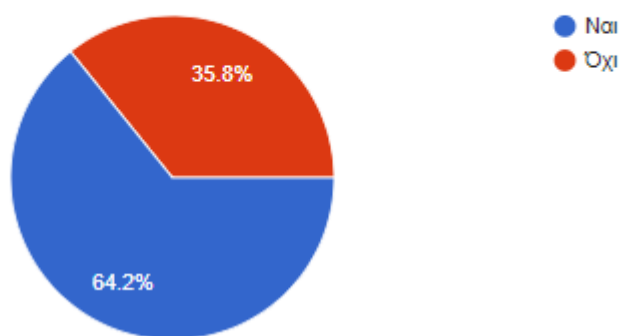
9.11 Εργασία και ασφαλιστική κάλυψη εκτός δημοσιογραφίας. Εικονική ασφάλιση

Στους δημοσιογράφους που έλαβαν μέρος στην έρευνα τέθηκε το ερώτημα εάν έχουν εργαστεί ποτέ σε δουλειά εκτός δημοσιογραφίας και ένα πολύ μεγάλο ποσοστό, 64,2% (N=197) απάντησαν θετικά, ενώ αρνητικά απάντησε το 35,8% (N=110) (Στο Διάγραμμα 9.21 η Ερώτηση 21).

Διάγραμμα 9.21: Εργασία εκτός δημοσιογραφίας (Ναι/ Όχι)

21. Έχετε εργαστεί ποτέ σε δουλειά εκτός δημοσιογραφίας;

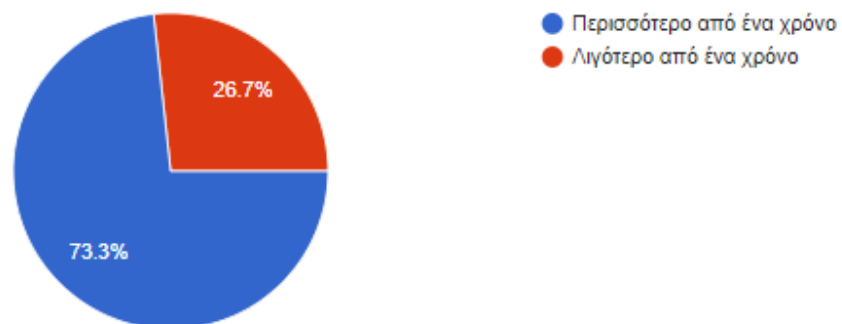
307 responses



Ερωτώμενοι για το χρόνο που εργάστηκαν εκτός δημοσιογραφίας, το 73,3% (N=224) απάντησε ότι εργάστηκε περισσότερο από ένα χρόνο, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό (N=83, 26,7%) λιγότερο από ένα χρόνο (Στο Διάγραμμα 9.22 η Ερώτηση 22).

Διάγραμμα 9.22: Έτη εργασίας εκτός δημοσιογραφίας
22. Εάν ναι, για πόσο χρόνο;

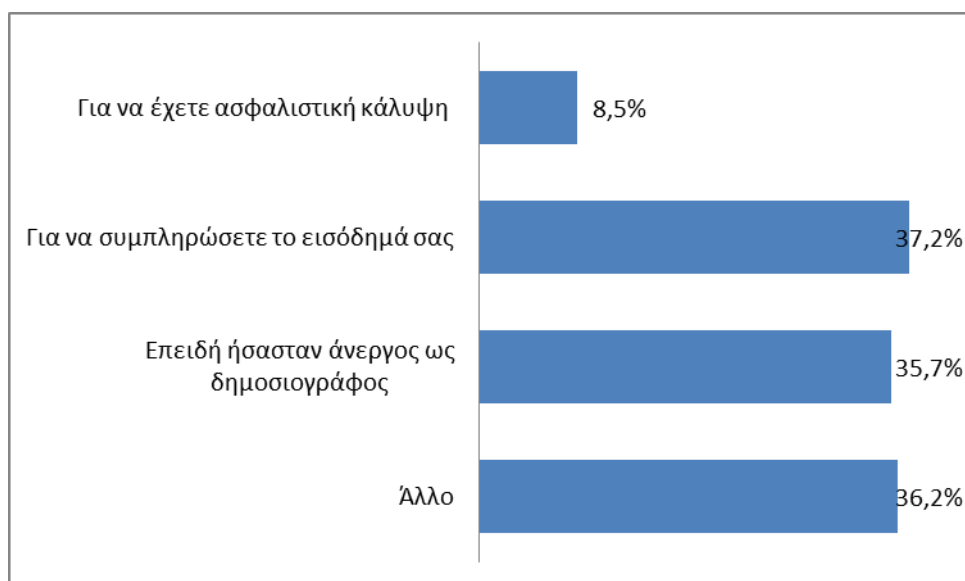
202 responses



Για τους λόγους που οδήγησαν σε εργασία εκτός δημοσιογραφίας, οι συμμετέχοντες στην έρευνα που απάντησαν ότι το έχουν κάνει με στόχο τη συμπλήρωση του εισοδήματος 37,2%, την ανεργία 35,7% και την ασφαλιστική κάλυψη 8,5% (Στο Διάγραμμα 9.23 η Ερώτηση 23).

Διάγραμμα 9.23: Λόγοι εργασίας εκτός δημοσιογραφίας
23. Εάν έχετε εργαστεί σε δουλειά εκτός δημοσιογραφίας, για ποιους λόγους το κάνατε; (μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

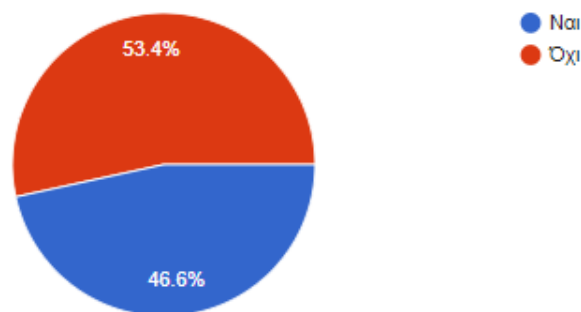
199 responses



Σε αντίθεση με τις απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση αν έχουν εργαστεί σε δουλειά εκτός δημοσιογραφίας στην οποία το 64,2% απάντησε θετικά, στην ερώτηση εάν είχαν ασφαλιστική κάλυψη εκτός δημοσιογραφίας, η πλειοψηφία 53,4% (N=164) απάντησαν αρνητικά, ενώ θετικά απάντησε το 46,6% (N=143) (Στο Διάγραμμα 9.24 η Ερώτηση 24)

Διάγραμμα 9.24: Ασφαλιστική κάλυψη εκτός δημοσιογραφίας (Ναι/Όχι)
24. Έχετε τώρα ή είχατε ποτέ στο παρελθόν ασφαλιστική κάλυψη εκτός δημοσιογραφίας;

307 responses

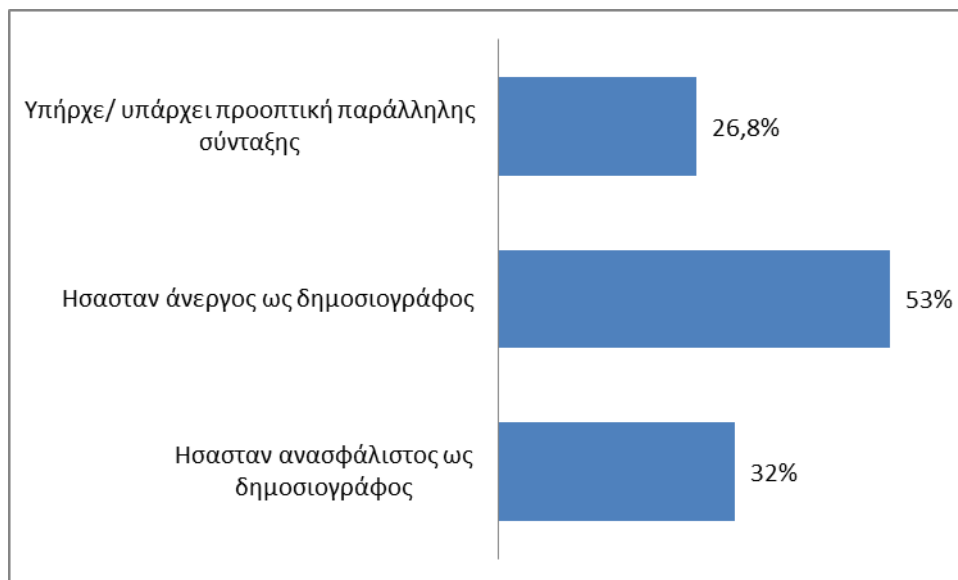


Σε σχέση με τους λόγους που το έκαναν, οι απαντήσεις που δόθηκαν φαίνονται στο Διάγραμμα 9.25, στο οποίο απεικονίζεται η Ερώτηση 25. Η πλειοψηφία (53%) απάντησε επειδή ήταν άνεργοι ως δημοσιογράφοι, το 32,3% επειδή ήταν ανασφάλιστοι ως δημοσιογράφοι και το 26,8% για την προοπτική παράλληλης σύνταξης.

Διάγραμμα 9.25: Λόγοι ασφαλιστικής κάλυψης εκτός δημοσιογραφίας

25. Εάν ναι για ποιο λόγο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

127 responses



Διαπιστώνεται λοιπόν, ότι είναι σημαντικό το ποσοστό (64,2%) που δήλωσε ότι κάποια στιγμή έχει κάνει και άλλη δουλειά πέραν της δημοσιογραφίας, είτε για να συμπληρώσει το εισόδημά του (37,2%), είτε λόγω ανεργίας (35,7%), είτε λόγω έλλειψης ασφάλειας (8,5%). Επίσης, σημαντικό είναι και το ποσοστό (46,6%) που δήλωσε ότι είχε και ασφαλιστική κάλυψη εκτός δημοσιογραφίας, είτε επειδή ήταν άνεργοι ως δημοσιογράφοι (53%), είτε ανασφάλιστοι ως δημοσιογράφοι (32%), αλλά και για την προοπτική παράλληλης σύνταξης (26,8%). Τα ευρήματα αυτά ταιριάζουν με της έρευνας της ΕΟΔ *Managing Change. Innovation and trade Unionism in the News Industry*, στην οποία γίνεται λόγος για την τάση των δημοσιογράφων να εργάζονται και να έχουν ασφάλιση εκτός δημοσιογραφίας, είτε λόγω ανεργίας και έλλειψη ασφάλισης ως δημοσιογράφοι, είτε για να συμπληρώσουν το εισόδημά τους.

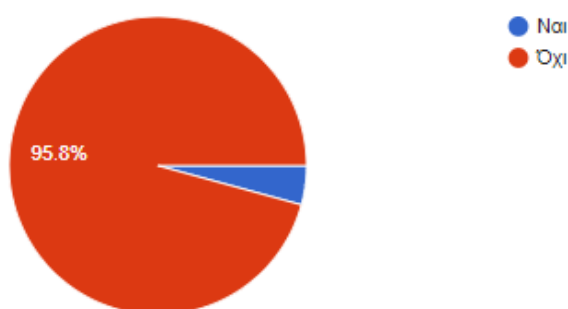
Για τους Έλληνες δημοσιογράφους είναι προφανές ότι η ανάγκη εργασίας και ασφάλισης εκτός δημοσιογραφίας αυξήθηκε μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, η οποία οδήγησε αρκετούς εξ αυτών στην ανεργία ή μείωσε τους μισθούς τους τόσο πολύ, που δεν ήταν δυνατόν να ζήσει κάποιος χωρίς επιπρόσθετο εισόδημα, το οποίο αναζητήθηκε εκτός δημοσιογραφίας. Όπως είδαμε σε προηγούμενες ερωτήσεις της παρούσας έρευνας, καταγράφηκαν σε άξια αναφοράς ή και υψηλά ποσοστά μισθοί μέχρι 300 ευρώ το μήνα ή μισθοί μεταξύ 301-500 ευρώ,

ποσά που είναι προφανές ότι δεν αρκούν για μια αξιοπρεπή διαβίωση. Με δεδομένη λοιπόν, τη μείωση των θέσεων εργασίας, η συμπλήρωση του εισοδήματος αναζητήθηκε εκτός δημοσιογραφίας.

Παρ' ότι οι μετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν σε ποσοστό 46,6% ότι είχαν ασφάλιση εκτός δημοσιογραφίας, με την εικονική ασφάλιση από ΜΜΕ δεν συμβαίνει το ίδιο. Στο ερώτημα εάν είχαν ποτέ εικονική ασφάλιση από ΜΜΕ, η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων 95,8% (N=302) απάντησε αρνητικά και μόλις το 4,2% (N=13) απάντησε θετικά (Στο Διάγραμμα 9.26 η Ερώτηση 26).

Διάγραμμα 9.26: Εικονική ασφαλιστική κάλυψη από ΜΜΕ στο παρελθόν (Ναι/ Όχι)
26. Έχετε ή είχατε ποτέ στο παρελθόν εικονική ασφαλιστική κάλυψη από κάποιο ΜΜΕ;

307 responses

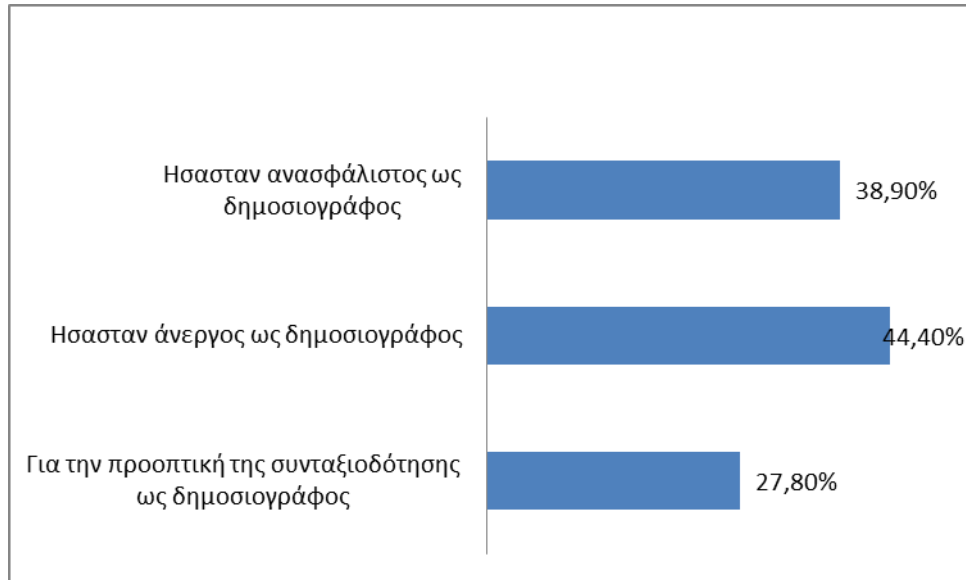


Αυτή η διαφοροποίηση συμβαίνει γιατί στην εικονική ασφάλιση ο ασφαλισμένος θα πρέπει να καταβάλει ο ίδιος τις εισφορές του, χωρίς, μάλιστα, να πληρώνεται, κάτι που για τη συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων φαίνεται αδύνατο. Όσοι πάντως, δήλωσαν ότι είχαν εικονική ασφάλιση, ανέφεραν πως το έκαναν επειδή ήταν άνεργοι ως δημοσιογράφοι (44,4%), επειδή ήταν ανασφάλιστοι ως δημοσιογράφοι (38,9%) και για να συνταξιοδοτηθούν (27,8%) (Στο Διάγραμμα 9.27 η Ερώτηση 27).

Διάγραμμα 9.27: Λόγοι εικονικής ασφάλισης κατά το παρελθόν

27. Εάν ναι για ποιο λόγο; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

18 responses



9.12 Ιδιοκτήτες, εργαζόμενοι ιστοσελίδων δημοσιογράφων/συνεταιρικών σχημάτων

Λόγω των εξελίξεων που έχουν σημειωθεί τα τελευταία χρόνια στη δημοσιογραφία (τεχνολογικές αλλαγές, νέο επικοινωνιακό, οικονομική κρίση, υψηλή ανεργία), υπάρχουν περιπτώσεις δημοσιογράφων που επέλεξαν τη λύση του να γίνουν οι ίδιοι, μόνοι ή συνεταιρικά, ιδιοκτήτες ιστοσελίδων, ενώ κάποιοι άλλοι εργάστηκαν σε τέτοια σχήματα ιδιοκτησίας. Θελήσαμε έτσι να διερευνήσουμε το κατά πόσο αυτά τα σχήματα προσφέρουν διέξοδο στην ανεργία ή τους χαμηλούς μισθούς, αν είναι δηλαδή, αποδοτικά και έχουν έσοδα, κάτι που από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων δεν φαίνεται να συμβαίνει σε μεγάλο βαθμό.

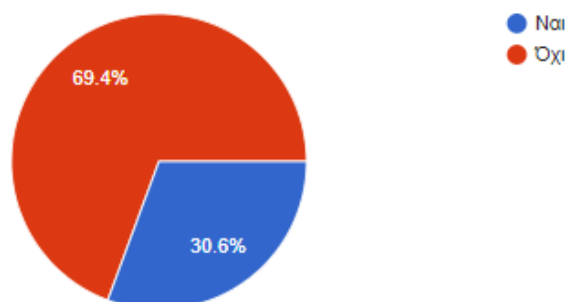
Στην ερώτηση αυτή απάντησαν 111 από τους 307 συμμετέχοντες στην έρευνα, ποσοστό 36,1% το οποίο δεν είναι καθόλου ευκαταφρόνητο, αντιθέτως μπορεί να θεωρηθεί υψηλό. Από αυτούς τους 111 που απάντησαν σε αυτή την ερώτηση που σημαίνει ότι είναι ιδιοκτήτες ή εργαζόμενοι ιστοσελίδων που ανήκουν σε δημοσιογράφους ή συνεταιρικά σχήματα δημοσιογράφων, οι 77 (69,4%) απάντησαν

ότι δεν έχουν έσοδα ή αμοιβή, ενώ ότι έχουν έσοδα απάντησαν οι 34 (30,6%) (Στο Διάγραμμα 9.28 η Ερώτηση 28).

Διάγραμμα 9.28: Έσοδα/αμοιβή ως ιδιοκτήτης/εργαζόμενος ιστοσελίδας, ιστοσελίδας συνεταιρικού σχήματος δημοσιογράφου/ων (Ναι/ Όχι)

28. Εάν είστε ιδιοκτήτης ιστοσελίδας ή συμμετέχετε σε συνεταιρικό σχήμα ιδιοκτησίας της ή εργάζεστε σε ιστοσελίδα που ανήκει σε δημοσιογράφο/φους, έχετε έσοδα/ αμοιβή;

111 responses



Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι ο Rottwilm (2014) αναφέρεται σε αυτή την επαγγελματική διέξοδο των δημοσιογράφων λόγω της απώλειας θέσεων εργασίας, χαρακτηρίζοντάς τη ως «αναγκαστική επιχειρηματικότητα», η οποία περιλαμβάνει δημοσιογράφους που δημιουργούν τις δικές τους μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις MME ή και συνεταιρισμούς, κυρίως ιστοσελίδων. Το 86% του δείγματος της έρευνας *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work*, απάντησαν ότι είναι θετικοί σε μια τέτοια προοπτική για την επαγγελματική σταδιοδρομία και εξέλιξη τους, ενώ το 55% εκτιμά ότι για να κερδίζει τα προς το ζην στο μέλλον θα πρέπει να γίνουν οι δημοσιογράφοι επιχειρηματίες και να έχουν τα δικά τους site, blog κ.λ.π. και το 48% αναφέρει ότι στο μέλλον οι δημοσιογράφοι θα εργάζονται όλο και περισσότερο χωρίς να αμείβονται.

Φαίνεται λοιπόν, ότι από τη μία πλευρά η οικονομική κρίση ανάγκασε δημοσιογράφους που έμειναν άνεργοι ή επιθυμούν να αυξήσουν το εισόδημά τους να γίνουν επιχειρηματίες. Από την άλλη πλευρά, οι τεχνολογικές εξελίξεις τους έδωσαν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν τις δικές τους ιστοσελίδες και να φτιάξουν τις δικές τους επιχειρήσεις ξοδεύοντας λίγα ή και καθόλου χρήματα. Από τις απαντήσεις που δόθηκαν, όμως, προκύπτει πως αυτού τους είδους τα σχήματα δεν είναι ακόμη

αποδοτικά στην Ελλάδα, κάτι που βέβαια δεν μπορεί να κριθεί οριστικά γιατί βρίσκεται στα πρώτα του βήματα.

9.13 Χαρακτηρισμός / προσόντα δημοσιογράφου. Εκπαίδευση και επιμόρφωση

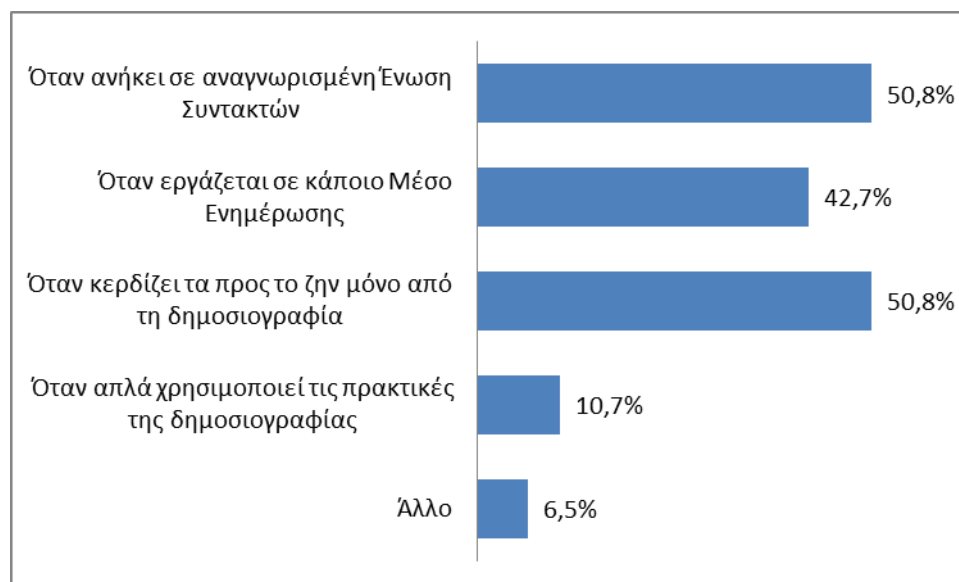
Οι δύο επόμενες ερωτήσεις μας εισάγουν σε μια ευρύτερη ομάδα ερωτημάτων για την επιρροή των νέων τεχνολογιών και των νέων εργαλείων στη δημοσιογραφία και τις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων. Αρχικά προσπαθήσαμε να διερευνήσουμε τη γνώμη που έχουν οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι για το πότε θεωρείται κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος και στη συνέχεια ποια είναι τα προσόντα που πιστεύουν πως πρέπει να έχει κάποιος για να γίνει δημοσιογράφος. Όλα αυτά στη σημερινή εποχή της ραγδαίας τεχνολογικής αλλαγής που τα όρια μεταξύ των διαφόρων ειδικοτήτων των ΜΜΕ ή ακόμη και των πολιτών και των δημοσιογράφων έχουν μεταβληθεί, όπως έχει μεταβληθεί και η ιεραρχία που υπήρχε ανάμεσα σε ΜΜΕ, δημοσιογράφους και πολίτες, με τους τελευταίους να παράγουν πια ειδησεογραφικό περιεχόμενο.

Όσον αφορά στο πρώτο ερώτημα που ήταν πολλαπλής επιλογής, κυριάρχησαν δύο απαντήσεις με το ίδιο ποσοστό (50,8%). Τόσοι απάντησαν πως για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να είναι μέλος αναγνωρισμένης Ένωσης Συντακτών και ο ίδιος αριθμός ανέφερε ότι όταν κερδίζει τα προς το ζην από τη δημοσιογραφία. Ένα ποσοστό 42,7% απάντησε πως επαγγελματίας δημοσιογράφος μπορεί να χαρακτηριστεί απλά αυτός που εργάζεται σε κάποιο ΜΜΕ, ενώ το 10,7% απάντησε ότι επαγγελματίας δημοσιογράφος μπορεί να χαρακτηριστεί ο οποιοσδήποτε χρησιμοποιεί τις πρακτικές της δημοσιογραφίας (Στο Διάγραμμα 9.29 η Ερώτηση 29).

Διάγραμμα 9.29: Χαρακτηρισμός δημοσιογράφου

29. Πότε κατά τη γνώμη σας μπορεί να θεωρηθεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

307 responses

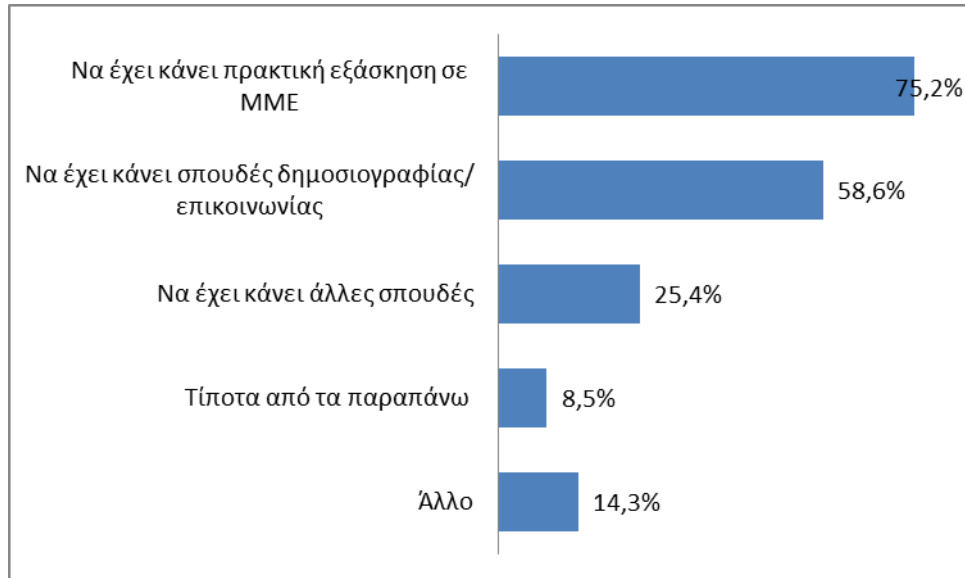


Αναφορικά με το δεύτερο ερώτημα που ήταν επίσης πολλαπλής επιλογής, την πρακτική εξάσκηση σε κάποιο ΜΜΕ θεωρούν οι περισσότεροι ως το σημαντικότερο προσόν για να γίνει κάποιος δημοσιογράφος, με τις σπουδές δημοσιογραφίας/επικοινωνίας να βρίσκονται στη δεύτερη θέση και τις σπουδές σε οποιοδήποτε άλλο αντικείμενο στην τρίτη θέση (Στο Διάγραμμα 9.30 η Ερώτηση 30).

Διάγραμμα 9.30: Προϋποθέσεις χαρακτηρισμού δημοσιογράφου

30. Για να γίνει κάποιος δημοσιογράφος κατά τη γνώμη σας απαιτείται: (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

307 responses



Τα ευρήματα της έρευνας συμφωνούν κατά ένα μόνο μέρος με τα όσα έχουν αναφερθεί για την επαγγελματοποίηση των δημοσιογράφων στο πρώτο μέρος της παρούσας διατριβής. Σύμφωνα με αυτά, για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να έχει ακολουθήσει το δρόμο των σπουδών δημοσιογραφίας και να είναι μέλος Ένωσης Συντακτών. Το δεύτερο προκύπτει από τις απαντήσεις των ερωτώμενων που απαντούν σε ποσοστό 50,8% ότι για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να είναι μέλος αναγνωρισμένης Ένωσης Συντακτών και με το ίδιο ποσοστό 50,8% απαντούν ότι για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να εργάζεται σε κάποιο ΜΜΕ. Αναφορικά με τις σπουδές δημοσιογραφίας, όμως, οι μετέχοντες στην έρευνα δεν τις θεωρούν ως το αρχικό προαπαιτούμενο για να γίνει κάποιος δημοσιογράφος, αλλά το δεύτερο, με πρώτο την πρακτική άσκηση σε κάποιο ΜΜΕ, κάτι που ισχύει εδώ και χρόνια στην ελληνική και τη διεθνή αγορά εργασίας.

Ακόμη, βεβαία, και το 50,8% που απάντησε ότι για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να είναι μέλος αναγνωρισμένης Ένωσης Συντακτών, δεν μπορεί να θεωρηθεί μεγάλο ποσοστό. Τούτο, διότι οι μισοί από τους

ερωτηθέντες δεν θεωρούν τώρα πια την ιδιότητα του μέλους αναγνωρισμένης δημοσιογραφικής ένωσης ικανή συνθήκη για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος, παρ' ότι και οι ίδιοι είναι μέλη Ενώσεων Συντακτών. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το ότι οι μετέχοντες στην έρευνα *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work* σε ποσοστό 51% απάντησαν πως δημοσιογράφος πρέπει να θεωρείται μόνο αυτός που ανήκει σε μια Ένωση Συντακτών, δηλαδή και εδώ οι μισοί δεν θεωρούν απαραίτητη την ιδιότητα του μέλους δημοσιογραφικής ένωσης, ενώ στην ίδια έρευνα το 47% απάντησε πως δημοσιογράφος θα πρέπει να θεωρείται όποιος ακολουθεί τις δημοσιογραφικές πρακτικές και παράγει δημοσιογραφικό περιεχόμενο ανεξάρτητα από το πως κερδίζει τα προς το ζην και το 49% ανέφερε ότι μόνο τα άτομα που εργάζονται για αναγνωρισμένα ΜΜΕ είναι πραγματικοί δημοσιογράφοι, ευρήματα που είναι παρεμφερή με αυτά της έρευνάς μας.

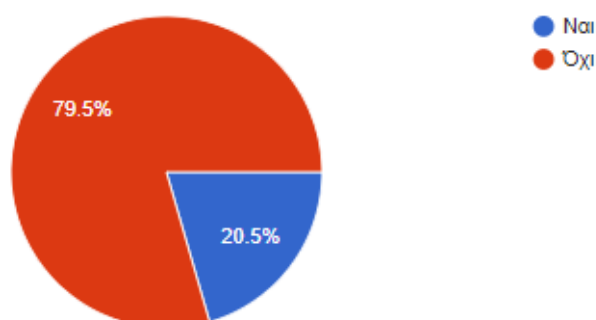
Η αμφισβήτηση πάντως, παραδοσιακών παραδοχών για τον χαρακτηρισμό του επαγγελματία δημοσιογράφου, όπως το μέλος αναγνωρισμένης Ένωσης Συντακτών, σχετίζεται με τις τεχνολογικές εξελίξεις. Το νέο επικοινωνιακό τοπίο έχει μεταβάλει, όπως είδαμε και στη βιβλιογραφική επισκόπηση τις παραδοχές περί του ποιος είναι επαγγελματίας δημοσιογράφος και έχει δημιουργήσει μια νέα κατάσταση, στην οποία μπορεί και να υπάρχουν διαφορετικές από παλαιότερα εκδοχές. Οι απαντήσεις που δόθηκαν περί αυτού στην παρούσα έρευνα επιβεβαιώνουν αυτή την αμφισβήτηση, ενώ σε επόμενες ερωτήσεις θα επιχειρηθεί να γίνει περαιτέρω διερεύνηση.

Το ότι οι σπουδές δημοσιογραφίας δεν θεωρούνται προαπαιτούμενο για να γίνει κάποιος δημοσιογράφος, επιβεβαιώνεται και από τις απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση εάν θεωρείται απαραίτητη η φοίτηση σε πανεπιστημιακό τμήμα δημοσιογραφίας/επικοινωνίας για να γίνει κάποιος δημοσιογράφος. Το 79,5% (N=244), απάντησε ότι δεν θεωρούν απαραίτητη τη φοίτηση σε πανεπιστημιακό τμήμα δημοσιογραφίας/επικοινωνίας για να γίνει κάποιος δημοσιογράφος σε αντίθεση με το 20,5% (N=63) που είχαν αντίθεση άποψη (Στο Διάγραμμα 9.31 η Ερώτηση 31).

Διάγραμμα 9.31: Αναγκαιότητα φοίτησης σε πανεπιστημιακό τμήμα δημοσιογραφίας/
επικοινωνίας (Ναι/Όχι)

31. Θεωρείτε απαραίτητη τη φοίτηση σε πανεπιστημιακό τμήμα
Μ.Μ.Ε./ επικοινωνίας για να γίνει κάποιος δημοσιογράφος;

307 responses



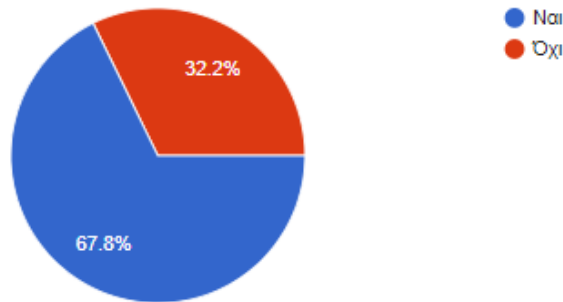
Τα ευρήματα αυτά συμφωνούν με τα ευρήματα της έρευνας *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work*, σύμφωνα με τα οποία μόνο το 37% αναφέρει ότι η δημοσιογραφία απαιτεί εξειδικευμένη εκπαίδευση, ενώ το 51% αναφέρει ότι απαιτεί εμπειρία και κάποια, αλλά όχι εξειδικευμένη, εκπαίδευση.

Όλα αυτά, βέβαια, δεν σημαίνουν ότι η επιμόρφωση δεν είναι απαραίτητη, ειδικά στη σημερινή εποχή των ραγδαίων εξελίξεων και αλλαγών. Αυτή η ανάγκη και προκύπτει από τις απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση εάν έχουν παρακολουθήσει σεμινάρια επιμόρφωσης. Το 67,8% (N=208) απάντησε θετικά στο ότι έχει παρακολουθήσει σεμινάρια επιμόρφωσης και βελτίωσης των δεξιοτήτων τους, σε αντίθεση με το 32,2% (N=99) που απάντησε ότι δεν έχει παρακολουθήσει (Στο Διάγραμμα 9.32 η Ερώτηση 32).

Διάγραμμα 9.32: Παρακολούθηση σεμιναρίων επιμόρφωσης (Ναι /Όχι)

32. Έχετε παρακολουθήσει σεμινάρια επιμόρφωσης και βελτίωσης δεξιοτήτων που έχουν οργανώσει οι ενώσεις συντακτών ή η επιχείρηση στην οποία εργάζεστε/εργαστήκατε;

307 responses



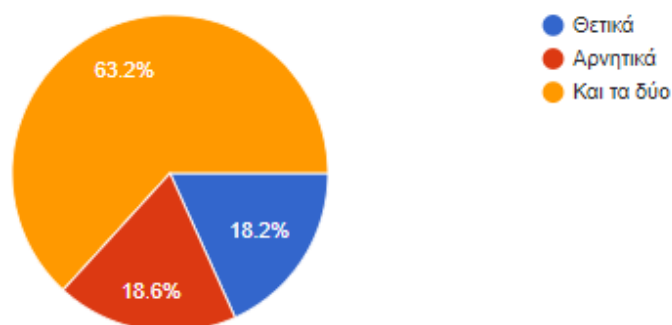
9.14 Διαδίκτυο, social media και δημοσιογράφοι του διαδικτύου

Εισερχόμενοι σιγά, σιγά και στις τεχνολογικές εξελίξεις και το ρόλο που διαδραματίζουν στη δημοσιογραφία, θέσαμε στους συμμετέχοντες στην έρευνα την ερώτηση για το αν το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά τη δημοσιογραφία. Επ' αυτού οι απόψεις ήταν μοιρασμένες, αφού 194 άτομα (63,2%) απάντησαν και τα δύο, 57 (18,6%) απάντησαν ότι την επηρεάζει αρνητικά και 56 (18,2%) ότι την επηρεάζει θετικά (Στο Διάγραμμα 9.33 η Ερώτηση 33).

Διάγραμμα 9.33: Επηρεασμός δημοσιογραφίας από τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης

33. Πιστεύετε ότι η ευρεία χρήση του διαδικτύου και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά τη δημοσιογραφία;

307 responses

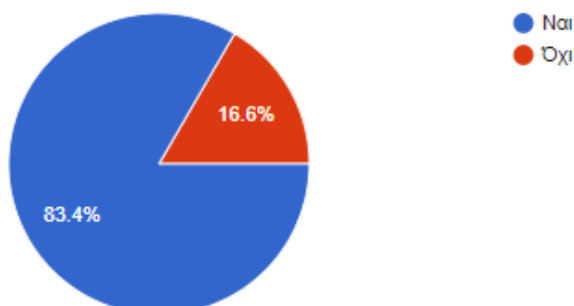


Στη συνέχεια τέθηκε η ερώτηση για το εάν οι δημοσιογράφοι που εργάζονται σε ιστοσελίδες μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι. Οι μετέχοντες στην έρευνα απάντησαν καταφατικά σε πολύ μεγάλο ποσοστό, 83,4% (N=256) ενώ αρνητικά απάντησαν οι συμμετέχοντες σε ποσοστό 16,6% (N=51) (Στο Διάγραμμα 9.34 η Ερώτηση 34).

Διάγραμμα 9.34: Εάν οι δημοσιογράφοι του διαδικτύου είναι δημοσιογράφοι (Ναι/Όχι)

34. Πιστεύετε ότι οι δημοσιογράφοι που έχουν εργαστεί/εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι;

307 responses



Από τις απαντήσεις επιβεβαιώνεται προηγούμενο συμπέρασμα περί αμφισβήτησης παραδοσιακών παραδοχών για τον χαρακτηρισμό του επαγγελματία δημοσιογράφου, όπως το μέλος αναγνωρισμένης Ένωσης Συντακτών. Οι καταφατικές απαντήσεις για το εάν οι δημοσιογράφοι που εργάζονται σε ιστοσελίδες μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι ανέρχονται σε ποσοστό 83,4%, χωρίς να τίθεται θέμα εάν είναι μέλη δημοσιογραφικών ενώσεων και γνωρίζοντας ότι στην Ελλάδα οι δημοσιογράφοι των ιστοσελίδων έγιναν δεκτοί ως μέλη στις Ενώσεις Συντακτών μόλις το 2018. Επίσης, το μεγάλο αυτό ποσοστό οφείλεται και στις τεχνολογικές εξελίξεις και το νέο επικοινωνιακό τοπίο που έχει μεταβάλει τις παραδοχές περί του ποιος είναι επαγγελματίας δημοσιογράφος και έχει δημιουργήσει μια νέα κατάσταση, στην οποία μπορεί και να υπάρχουν διαφορετικές από παλαιότερα εκδοχές.

Επ' αυτού θεωρούμε ότι είναι πολύ σημαντικά τα αποτελέσματα των συσχετίσεων που έγιναν. Οι συσχετίσεις έδειξαν πως από αυτούς που δεν πιστεύουν ότι μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι, οι δημοσιογράφοι που έχουν εργαστεί/εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες, το 21,6% είναι ηλικίας 35-44 ετών και το 45,1% είναι ηλικίας 45-44 ετών, ενώ από αυτούς που πιστεύουν ότι μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι τα ποσοστά στις αντίστοιχες ηλικίες είναι 40,6% και 38,7%, δηλαδή όσο η ηλικία ανεβαίνει από τα 35 χρόνια και μετά, οι θετικές γνώμες για το ότι οι δημοσιογράφοι που εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι μειώνονται. Επίσης, από αυτούς που δεν πιστεύουν ότι μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι, οι δημοσιογράφοι που έχουν εργαστεί/εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες, το 84,3% βρίσκονται στη δημοσιογραφία περισσότερα από 20 χρόνια εργασίας και το 15,7% έχουν 9+-20 χρόνια εργασίας, ενώ από αυτούς που πιστεύουν ότι μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι τα ποσοστά σε αυτά τα χρόνια εργασίας είναι 62,1% και 32,4% αντίστοιχα.

Διαπιστώνεται, δηλαδή, ότι οι μεγαλύτεροι σε ηλικία δημοσιογράφοι που είναι και οι παλαιότεροι στο επάγγελμα, δείχνουν να μην υιοθετούν τη νέα πραγματικότητα στη δημοσιογραφία και να είναι αποκομμένοι από τις τεχνολογικές εξελίξεις. Αναφέραμε, μάλιστα, ότι ο Picard (2015) στην έρευνα με τίτλο *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work* λέει ότι όσοι δημοσιογράφοι έχουν γεννηθεί πριν την εποχή των προσωπικών υπολογιστών που ξεκινά το 1980, δεν μπορούν να χαρακτηριστούν ως «native digital users» και στην έρευνά μας μετά το 1980 έχει γεννηθεί το 6,9% των συμμετεχόντων που είναι ηλικίας 18-34 (1% 18-24

ετών και 5,9% 25-34 ετών) και κάποιοι από το 37,5% που ανήκει στις ηλικίες 35-44 ετών. Το ότι οι δημοσιογράφοι που έλαβαν μέρος την έρευνα είναι μεγάλης ηλικίας (το 55,7% είναι άνω των 45 ετών) καθορίζει και τη στάση τους απέναντι στις τεχνολογικές εξελίξεις, από τις οποίες φαίνεται να τηρούν μια απόσταση και να μην είναι απόλυτα εξοικειωμένοι.

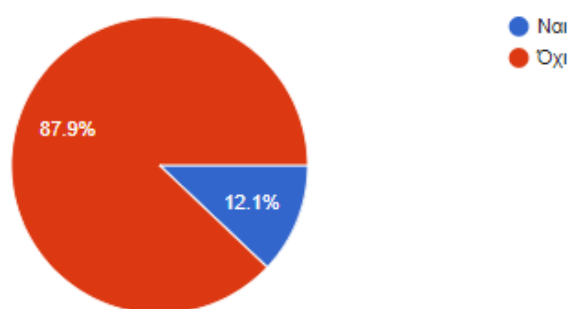
9.15 «Δημοσιογραφία πολιτών», νέες μορφές δημοσιογραφίας

Παρά το νέο τοπίο που έχει δημιουργηθεί και τις εξελίξεις, η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα απαντά συντριπτικά στο ότι οι πολίτες που παράγουν δημοσιογραφικό περιεχόμενο δεν μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι. Οι 270 (77,9%) από τους μετέχοντες απάντησαν πως δεν είναι και μόνο 37 άτομα (12,1%) απάντησαν θετικά (Στο Διάγραμμα 9.35 η Ερώτηση 35). Το εύρημα αυτό δεν συμφωνεί με διεθνείς έρευνες, αφού επ' αυτού του ερωτήματος, οι μετέχοντες στην έρευνα *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work*, αναφέρουν σε ποσοστό 50% ότι οι πολίτες που παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι.

Διάγραμμα 9.35: Εάν οι πολίτες που παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο είναι δημοσιογράφοι (Ναι/ Όχι)

35. Πιστεύετε ότι οι πολίτες που παράγουν πρωτογενές δημοσιογραφικό υλικό («δημοσιογραφία των πολιτών» / συμμετοχική δημοσιογραφία) μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι;

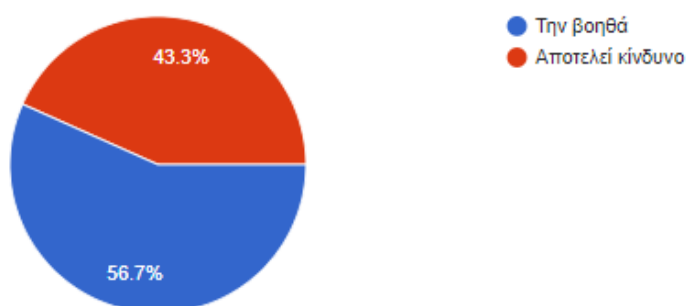
307 responses



Διαφορετικά είναι τα πράγματα στην ερώτηση για το εάν η «δημοσιογραφία των πολιτών» βοηθά τη δημοσιογραφία. Οι μετέχοντες στην έρευνα απάντησαν με

μικρή διαφορά πως τη βοηθά. Με την άποψη αυτή συμφώνησαν οι 174 (56,7%), ενώ αντίθετοι ήταν οι 133 (43,3%) (Στο Διάγραμμα 9.36 η Ερώτηση 36).

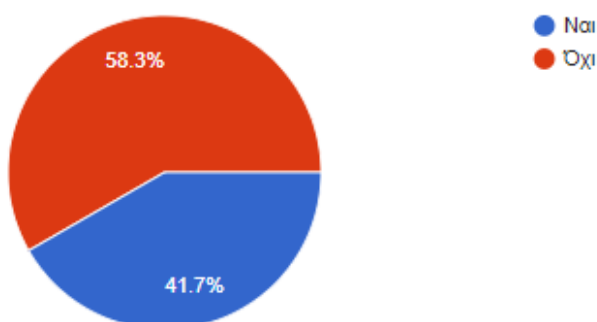
Διάγραμμα 9.36: Εάν η «δημοσιογραφία των πολιτών» βοηθά τη δημοσιογραφία
36. Πιστεύετε ότι η «δημοσιογραφία των πολιτών» / συμμετοχική δημοσιογραφία βοηθά τη δημοσιογραφία ή αποτελεί κίνδυνο για αυτή;
307 responses



Επίσης, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα, 179 άτομα (58,35%) δεν πιστεύουν ότι η «δημοσιογραφία των πολιτών» αποτελεί κίνδυνο για τις θέσεις εργασίας των δημοσιογράφων, σε αντίθεση με 128 (41,7%) που έχουν την αντίθετη άποψη (Στο Διάγραμμα 9.37 η Ερώτηση 37).

Διάγραμμα 9.37: Εάν οι «δημοσιογραφία των πολιτών αποτελεί κίνδυνο για τις θέσεις των δημοσιογράφων (Ναι/ Όχι)

37. Πιστεύετε ότι η «δημοσιογραφία των πολιτών» / συμμετοχική δημοσιογραφία αποτελεί κίνδυνο για τις θέσεις εργασίας των δημοσιογράφων;
307 responses

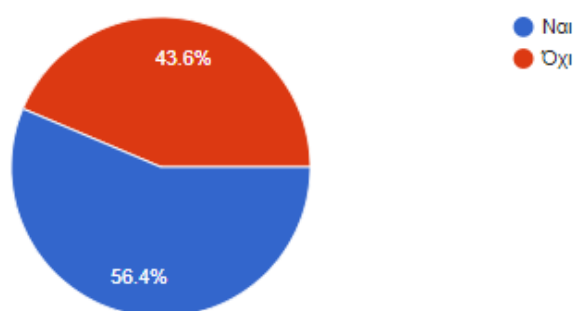


Ερωτώμενοι, όμως, για το αν οι νέες μορφές δημοσιογραφίας που υιοθετούνται παγκοσμίως και θέλουν τον δημοσιογράφο να είναι «πολυεργαλείο» και εκτός από το να γράφει, να είναι αναγκασμένος να φωτογραφίζει, να βιντεοσκοπεί κ.λ.π. απειλούν το επάγγελμα, η πλειοψηφία απάντησε καταφατικά, με μικρή, όμως, διαφορά. Με την άποψη αυτή συντάχθηκαν 173 άτομα (56,4%), ενώ αντίθετοι ήταν η άποψη είχαν 134 (43,6%) (Στο Διάγραμμα 9.38 η Ερώτηση 38).

Διάγραμμα 9.38:Εάν οι νέες μορφές δημοσιογραφίας απειλούν το επάγγελμα
(Ναι/ Όχι)

38. Πιστεύετε ότι οι νέες μορφές δημοσιογραφίας που υιοθετούνται διεθνώς, με τον δημοσιογράφο να κάνει και φωτογραφία/ βίντεο/ μοντάζ, απειλούν το επάγγελμα;

307 responses



Από τις απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση, παρατηρείται ένας φόβος και μια επιφύλαξη απέναντι στις νέες μορφές δημοσιογραφίας που είναι συνέπεια των τεχνολογικών εξελίξεων. Όλα αυτά θα επιχειρηθεί να διερευνηθούν περισσότερο και από τις απαντήσεις που θα δοθούν σε επόμενες ερωτήσεις που θα αφορούν το μετασχηματισμό της δημοσιογραφικής εργασίας.

9.16 Επιπλέον εργασία χωρίς αμοιβή

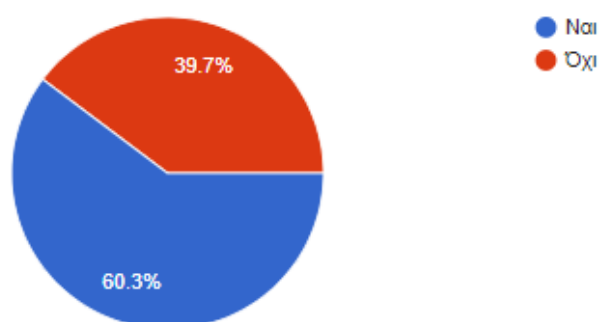
Στην προσπάθειά μας να διερευνήσουμε τον εάν έχει αυξηθεί ο όγκος της εργασίας των δημοσιογράφων και αν η επιπλέον εργασία αμείβεται, ζητήσαμε από τους συμμετέχοντες να απαντήσουν αν τους ζητείται να κάνουν περισσότερα πράγματα από τα καθήκοντά τους χωρίς επιπλέον πληρωμή. Οι δημοσιογράφοι που μετείχαν

στην έρευνα απάντησαν θετικά σε ποσοστό 60,35 % (N=185) και αρνητικά σε ποσοστό 39,7% (N=122) (Στο Διάγραμμα 9.39 η Ερώτηση 39).

Διάγραμμα 9.39: Εάν σας ζητείται να κάνετε πράγματα πέραν των καθηκόντων σας χωρίς αμοιβή (Ναι/ Όχι)

39. Στη δουλειά σας, σας ζητείται να κάνετε πράγματα πέραν των καθηκόντων σας χωρίς επιπλέον αμοιβή;

307 responses



Επιχειρώντας να διερευνήσουμε ακόμη περισσότερο την επιπλέον των καθηκόντων εργασία χωρίς αμοιβή, ρωτήσαμε τους λόγους για τους οποίους ζητείται από τους δημοσιογράφους να κάνουν πράγματα πέραν των καθηκόντων τους. Από τις απαντήσεις που δόθηκαν, η οικονομική κρίση και τα αποτελέσματα αυτής, δηλαδή, ότι δεν υπάρχει επαρκές προσωπικό για να φέρει σε πέρας την εργασία, επίκληση οικονομικών προβλημάτων από την εργοδοσία, αλλά και η νέα εποχή της δημοσιογραφίας που αύξησε τον όγκο της εργασίας, ήταν οι κυριότερες αιτίες σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν. Στη σχετική ερώτηση που ήταν πολλαπλής επιλογής, το 43,3% απάντησε ότι δεν υπάρχει επαρκές προσωπικό, το 31,9% ότι έχει αυξηθεί ο όγκος της εργασίας και το 19,8% ότι ο εργοδότης επικαλείται οικονομικά προβλήματα και δεν προσλαμβάνει προσωπικό (Στο Διάγραμμα 9.40 η Ερώτηση 40).

Διάγραμμα 9.40: Λόγοι επιπλέον των καθηκόντων εργασίας

40. Εάν ναι για ποιο λόγο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

186 responses



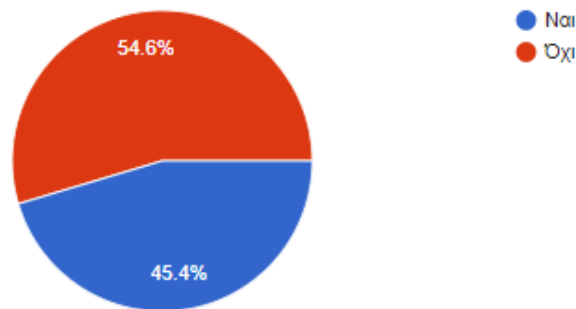
Προκύπτει λοιπόν, πως η αύξηση του όγκου εργασίας είναι μια νέα πραγματικότητα στη δημοσιογραφία σήμερα. Από τις απαντήσεις φαίνεται ότι οι βασικές αιτίες αυτής της νέας πραγματικότητας είναι τα αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης (μη ύπαρξη επαρκούς προσωπικού, επίκληση οικονομικών προβλημάτων από την εργοδοσία) που αυξάνουν τον όγκο της εργασίας.

Στη συνέχεια, για όσους εργάζονται σε ομίλους ΜΜΕ, τέθηκε η ερώτηση εάν τους ζητείται να εργαστούν επιπλέον στα άλλα Μέσα του ομίλου χωρίς επιπλέον αμοιβή. Το 54,6% (N=154) απάντησε αρνητικά, ενώ το 45,4% (N=128) απάντησε θετικά (Στο Διάγραμμα 9.41 η Ερώτηση 41).

Διάγραμμα 9.41: Επιπλέον εργασία σε περισσότερα MME του ομίλου χωρίς αμοιβή
(Ναι/Όχι)

41. Στη δουλειά σας, σας ζητείται να δουλέψετε σε περισσότερα του ενός Μέσα του ίδιου ομίλου (εφόσον υπάρχουν) χωρίς επιπλέον αμοιβή;

282 responses



Το 45,4% που απάντησε θετικά παρ' ότι δεν είναι πλειοψηφία, είναι αρκετά υψηλό ποσοστό που επιβεβαιώνει την αύξηση του όγκου εργασίας των δημοσιογράφων στο νέο τοπίο. Σε αυτό το τοπίο κυριαρχούν πλέον παγκοσμίως μεγάλοι όμιλοι MME εντός των οποίων ο δημοσιογράφος καλείται να εργαστεί και να παραγάγει περιεχόμενο για περισσότερα του ενός Μέσα χωρίς επιπλέον αμοιβή.

Πρέπει να σημειωθεί, πως από τις συσχετίσεις που έγιναν, προέκυψε ότι η πλειοψηφία (44,3%) από αυτούς που τους ζητείται να κάνουν πράγματα πέραν των καθηκόντων τους χωρίς επιπλέον αμοιβή είναι ηλικίας 35-44 ετών, που είναι η δεύτερη μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα του δείγματος της παρούσας έρευνας.

9.17 Ωράριο, μισθός, συνέπεια πληρωμών, ένσημα, όγκος εργασίας, πίεση για παραγωγή περιεχομένου, δεοντολογία, ανεξαρτησία, λογοκρισία, προοπτικές επαγγελματική ανέλιξης

Η αύξηση του όγκου εργασίας, έτσι όπως τη διερευνήσαμε μέσα από την προηγούμενη ομάδα ερωτήσεων, είναι μια μόνο παράμετρος της νέας εποχής της δημοσιογραφίας, την οποία διαμορφώνει το νέο επικοινωνιακό τοπίο και οι τεχνολογικές εξελίξεις σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση, η οποία έπληξε την

Ελλάδα με μεγάλη ένταση. Πέραν αυτού υπάρχουν μια σειρά άλλων παραγόντων που μπορούν να καταδείξουν τη μεταβολή που έχει επέλθει στην εργασία του δημοσιογράφου σε σχέση με την προ της οικονομικής κρίσης περίοδο. Αυτή τη μεταβολή επιχειρήσαμε να την διερευνήσουμε ζητώντας από τους συμμετέχοντες στην έρευνα να αξιολογήσουν τις μεταβολές που έχουν επέλθει στην εργασία τους σε 10 τομείς, συγκριτικά με την προ οικονομικής κρίσης περίοδο. Οι 10 τομείς τους οποίους θεωρούμε κρίσιμους για την καταγραφή των μεταβολών στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων είναι οι εξής: ωράριο, μισθός, συνέπεια πληρωμών, ένσημα-ασφάλιση, όγκος εργασίας, πίεση για μεγαλύτερη παραγωγή περιεχομένου, τήρηση δεοντολογίας, ανεξαρτησία, λογοκρισία και προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης. Στον πίνακα 9.1 που ακολουθεί φαίνονται τα αποτελέσματα των απαντήσεων της Ερώτησης 42 του ερωτηματολογίου.

Πίνακας 9.1 :Μεταβολές συγκριτικά με την προ οικονομικής κρίσης περίοδο σε ωράριο, μισθό, συνέπεια πληρωμών, ένσημα-ασφάλιση, όγκο εργασίας, πίεση για παραγωγή περιεχομένου, δεοντολογία, ανεξαρτησία ενημέρωσης, λογοκρισία, προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης.

42. Πώς θα χαρακτηρίζατε τις μεταβολές που έχουν επέλθει στην εργασία σας σήμερα στους παρακάτω τομείς, συγκριτικά με την προ της οικονομικής κρίσης περίοδο;(1: Πολύ Χειρότερες, 2: Χειρότερες 3: Ίδιες, 4: Καλύτερες, 5: Πολύ Καλύτερες)

	Πολύ χειρότερες	Χειρότερες	Ίδιες	Καλύτερες	Πολύ καλύτερες
Ωράριο	18,6%	30,6%	37,8%	10,7%	2,3%
Μισθός	57,3%	28%	9,4%	3,3%	1,9%
Συνέπεια πληρωμών	22,8%	23,4%	38,7%	7,25	7,8%
Ένσημα-ασφάλιση	14,3%	18,9%	54,5%	6,8%	5,5%
Όγκος εργασίας	10,1%	36,2%	30,7%	5,7%	0,9%
Πίεση	24,8%	28,3%	39,5%	6,2%	1,2%

Δεοντολογία	28,7%	20,2%	40,7%	6,2%	4,2%
Ανεξαρτησία	28,4%	19,5%	41,7%	6,2%	4,2%
Λογοκρισία	18,2%	21,8%	49,8%	6,1%	3,9%
Προοπτικές	34,5%	29,6%	27%	6,1%	2,6%

Όσον αφορά στο ωράριο σε αυτό οι συνθήκες έχουν μεταβληθεί προς το δυσμενέστερο, αφού 57 άτομα (18,6%) απάντησαν ότι οι συνθήκες τώρα είναι πολύ χειρότερες απ' ότι πριν την κρίση, 94 (30,6%) ότι είναι χειρότερες, 116 (37,8%) ίδιες, 33 (10,7%) καλύτερες και επτά (2,3%) πολύ καλύτερες. Δηλαδή οι 151 (49,2%) στους 307 απάντησαν ότι στη διάρκεια της κρίσης το ωράριο έχει γίνει χειρότερο ή πολύ χειρότερο, 116 (37,8%) ότι είναι ίδιο και μόνο οι 40 (13%) απάντησαν ότι είναι καλύτερο ή πολύ καλύτερο.

Για τις οικονομικές απολαβές τα ποσοστά είναι συντριπτικά για την προς το δυσμενέστερο μεταβολής τους, καθώς 176 άτομα (57,3%) απάντησαν ότι είναι πολύ χειρότερες και 86 (28%) χειρότερες, 29 (9,4%) ίδιες, 10 (3,3%) καλύτερες και έξι (1,9%) πολύ καλύτερες. Συνεπώς, οι 262 (85,3%) στους 307 απάντησαν ότι στη διάρκεια της κρίσης οι μισθοί τους έχουν μεταβληθεί προς το δυσμενέστερο (χειρότεροι/ πολύ χειρότεροι), 29 (9,4%) ότι είναι ίδιοι και μόνο 16 (5,3%) ότι είναι καλύτεροι/πολύ καλύτεροι.

Για τη συνέπεια του εργοδότη στην καταβολή της μισθοδοσίας, έχει μεταβληθεί και αυτή προς το δυσμενέστερο στη διάρκεια της κρίσης, αφού 70 (22,8%) απάντησαν ότι η κατάσταση έχει γίνει πολύ χειρότερη, 72 (23,4%) χειρότερη, 119 (38,7%) ότι είναι ίδια, 22 (7,2%) καλύτερη και 24 (7,8%) πολύ καλύτερη. Συνεπώς οι 142 (46,2%) στους 307 απάντησαν ότι στη διάρκεια της κρίσης η συνέπεια του εργοδότη στην καταβολή της μισθοδοσίας έχει γίνει χειρότερη/πολύ χειρότερη, 119 (38,7%) ότι είναι το ίδιο και 46, (15,1%) έχει γίνει καλύτερη/πολύ καλύτερη.

Όσον αφορά στα ένσημα και την ασφάλιση η πλειοψηφία, 167 (54,5%) αναφέρει ότι οι συνθήκες έχουν μείνει ίδιες στη διάρκεια της κρίσης 44 (14,3%) ανέφεραν ότι η κατάσταση έχει γίνει πολύ χειρότερη και 58 (18,9%) χειρότερη, 21 (6,8%) ότι έχει γίνει καλύτερη και 17 (5,5%) πολύ καλύτερη.

Από τις απαντήσεις που δόθηκαν, επιβεβαιώνεται ότι έχει αυξηθεί ο όγκος εργασίας στη διάρκεια της κρίσης. Τούτο διότι 31 άτομα (10,1%) απάντησαν ότι οι συνθήκες είναι πολύ χειρότερες, 111 (36,2%) χειρότερες, δηλαδή 142 άτομα (46,3%), ανέφεραν ότι ο όγκος εργασίας αυξήθηκε και οι συνθήκες έγιναν χειρότερες/ πολύ

χειρότερες), ενώ 94 (30,7%) ανέφεραν ότι έχουν μείνει ίδιες, 18 (5,7%) ότι έχουν γίνει καλύτερες και τρεις (0,9%) πολύ καλύτερες, δηλαδή μόνο 21 (6,6%) μιλάνε για καλύτερες και πολύ καλύτερες συνθήκες όσο αφορά στον όγκο εργασίας.

Από τις απαντήσεις προκύπτει επίσης ότι έχει αυξηθεί η πίεση που ασκείται στους δημοσιογράφους για να παράξουν περισσότερο περιεχόμενο. Από τους μετέχοντες στην έρευνα οι 76 (24,8%) απάντησαν ότι οι συνθήκες στον τομέα αυτό έχουν γίνει πολύ χειρότερες, οι 87 (28,3%) χειρότερες, οι 121 (39,5%) ότι έμειναν αμετάβλητες, οι 19 (6,2%) καλύτερες και τέσσερις (1,2%) πολύ καλύτερες. Συνεπώς, 163 (53,1%) μιλούν για χειρότερες και πολύ χειρότερες συνθήκες στην πίεση που ασκείται στους δημοσιογράφους για να παράξουν περισσότερο περιεχόμενο, 121 (39,5%) αναφέρουν ότι έχουν μείνει ίδιες και μόλις 23 (7,4%) ότι έχουν γίνει καλύτερες ή πολύ καλύτερες.

Προς το δυσμενέστερο έχουν μεταβληθεί οι συνθήκες και ως προς την τήρηση της δεοντολογίας, σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν. Οι 88 (28,7%) από τους συμμετέχοντες στην έρευνα απάντησαν ότι έχουν γίνει πολύ χειρότερες, οι 62 (20,2%) χειρότερες, 125 (40,7%) ότι έχουν μείνει ίδιες, 19 (6,2%) ότι είναι καλύτερες και 13 (4,2%) ότι είναι πολύ καλύτερες. Δηλαδή, 150 (48,9%) μιλούν για χειρότερες ή πολύ χειρότερες συνθήκες όσον αφορά στην τήρηση τη δεοντολογίας, μόνο 32 (10,4%) για καλύτερες ή πολύ καλύτερες συνθήκες και 125 (40,7%) αναφέρουν ότι έχουν παραμείνει ίδιες.

Το ίδιο συμβαίνει στην ανεξαρτησία της ενημέρωσης, που επίσης οι συνθήκες έχουν γίνει χειρότερες. Από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, οι 87 (28,4%) απάντησαν ότι τα πράγματα έχουν γίνει πολύ χειρότερα, οι 60 (19,5%) χειρότερα, 128 (41,7%) ότι έχουν μείνει ίδια, 19 (6,2%) ότι έγιναν καλύτερες και 13 (4,2%) πολύ καλύτερες. Έτσι, 147 (47,9%) μιλούν για χειρότερες και πολύ χειρότερες συνθήκες όσο αφορά στην ανεξαρτησία της ενημέρωσης, 32 (10,4%) για καλύτερες ή πολύ καλύτερες συνθήκες και 128 (41,7%) για αμετάβλητη κατάσταση.

Όσον αφορά στη λογοκρισία, η πλειοψηφία, 153 (49,8%) απάντησαν ότι οι συνθήκες είναι ίδιες με την προ κρίσης περίοδο, 56 (18,2%) πολύ χειρότερες, 67 (21,8%) χειρότερες, δηλαδή 133 (40,2%) ότι έχουν μεταβληθεί προς το δυσμενέστερο, 19 (6,1%) ότι έχουν γίνει καλύτερες και 12 (3,9%) ότι έχουν γίνει πολύ καλύτερες, δηλαδή 31 (10%) μιλούν για μια προς το καλύτερο ή πολύ καλύτερο μεταβολή.

Στις προοπτικές της επαγγελματικής ανέλιξης στο νέο τοπίο που έχει διαμορφωθεί, η συντριπτική πλειοψηφία θεωρεί ότι η κατάσταση είναι χειρότερη μετά την κρίση. Οι 106 (34,5%) από τους ερωτώμενους απάντησαν ότι οι συνθήκες είναι πολύ χειρότερες, οι 91 (29,6%) χειρότερες, 83 (27%) ότι έχουν μείνει ίδιες, 19 (6,1%) ότι είναι καλύτερες και οκτώ (2,6%) ότι είναι πολύ καλύτερες. Συνεπώς, 197 (64,1%) μιλούν για χειρότερες ή πολύ χειρότερες προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης μετά την κρίση, 83 (27%) για αμετάβλητη κατάσταση και μόνο 27 (8,3%) για καλύτερες ή πολύ καλύτερες προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης μετά την κρίση.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις, φαίνεται ότι μόνο σε δύο από τις 10 κατηγορίες (ένσημα- ασφάλιση και λογοκρισία) τα πράγματα έχουν μείνει ίδια για την πλειοψηφία όσων συμμετείχαν στην έρευνα, αν και έχουν επιδεινωθεί για σημαντική μερίδα αυτών, σε σχέση με την προ κρίσης περίοδο. Στις υπόλοιπες οκτώ κατηγορίες (ωράριο, μισθός, συνέπεια πληρωμών, όγκος εργασίας, πίεση για μεγαλύτερη παραγωγή περιεχομένου, τήρηση δεοντολογίας, ανεξαρτησία και προοπτικές επαγγελματική ανέλιξης), οι συνθήκες έχουν μεταβληθεί προς το δυσμενέστερο ενώ σε καμία από τις παραπάνω 10 κατηγορίες δεν έχει σημειωθεί μεταβολή προς το καλύτερο.

Οι κατηγορίες όπως το ωράριο, ο μισθός και η συνέπεια των πληρωμών είναι τρεις παράμετροι που σχετίζονται άμεσα με τις εργασιακές σχέσεις. Τα ευρήματα της έρευνας από τη συγκεκριμένη ερώτηση επιβεβαιώνουν τα όσα έχουμε ήδη αναφέρει στο πρώτο μέρος της παρούσας διατριβής. Οι μισθοί έχουν μειωθεί περί του 60% στην Ελλάδα σύμφωνα με την *ΕΣΗΕΑ*, οι εργοδότες δεν επιδεικνύουν πια την ίδια συνέπεια στις πληρωμές επηρεασμένοι μέχρι ενός σημείου από την οικονομική κρίση, ενώ, όπως αναφέρεται και στη βιβλιογραφική επισκόπηση, αλλά και σε προηγούμενες ερωτήσεις της έρευνας, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων σε αυτή δεν εργάζονται με συγκεκριμένο ωράριο, αφού η τεχνολογική αλλαγή, αλλά και η κρίση έχουν μεταβάλει τα πράγματα σε αυτό τον τομέα.

Όσον αφορά στον όγκο εργασίας, όπως φαίνεται έχει αυξηθεί σημαντικά σε σχέση με την προ κρίσης περίοδο. Αυτό προέκυψε από τις απαντήσεις που δόθηκαν και στην προηγούμενη ερώτηση της έρευνας, οι οποίες επιβεβαιώνουν και τα ευρήματα αυτής της ερώτησης, τα οποία είναι σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work*. Η τεχνολογική εξέλιξη και η αλλαγή στον τρόπο εργασίας των δημοσιογράφων που είναι αναγκασμένοι να

κάνουν πολλά πράγματα, να γράφουν, να μοντάρουν, να φωτογραφίζουν κ.λ.π., να είναι «πολυεργαλεία», έχει αυξηθεί σημαντικά τον όγκο εργασίας τους. Ταυτόχρονα με τον όγκο εργασίας από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, προκύπτει πως έχει αυξηθεί και η πίεση που ασκείται στους δημοσιογράφους για να παράξουν περισσότερο περιεχόμενο, κάτι που είναι αναμενόμενο, αφού πλέον υπάρχουν λιγότεροι δημοσιογράφοι για την παραγωγή περισσότερου περιεχομένου. Τα ευρήματα αυτά συμφωνούν με τα ευρήματα της έκθεσης *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work*, κάτι που από τη μία δείχνει ότι και η πίεση για παραγωγή περισσότερου περιεχομένου υπάρχει διεθνώς και από την άλλη, είναι ένα από τα χαρακτηριστικά του νέου τοπίου της δημοσιογραφίας.

Προς το δυσμενέστερο έχουν μεταβληθεί τα πράγματα και όσον αφορά στην τήρηση της δεοντολογίας, όπως φαίνεται από τις απαντήσεις που δόθηκαν. Σε αυτό μπορούμε να ισχυριστούμε ότι συμβάλουν η αύξηση του όγκου εργασίας και η πίεση για μεγαλύτερη παραγωγή περιεχομένου, ενώ κυρίαρχο ρόλο διαδραματίζουν, όπως είδαμε και στο θεωρητικό μέρος, η οικονομική κρίση και τεχνολογική αλλαγή. Το νέο τοπίο που δημιούργησαν ευνοεί την είσοδο μη επαγγελματιών και πολιτών στο χώρο της δημοσιογραφίας, με ότι συνέπειες μπορεί να έχει αυτό ως προς την ποιότητα και την εγκυρότητα της ενημέρωσης και τελικά τη δεοντολογία. Μπορεί επίσης να υπάρξουν και επιπτώσεις στις εργασιακές σχέσεις, η μεταβολή των οποίων προς το δυσμενέστερο επίσης δεν βοηθά στην τήρηση της δεοντολογίας, καθώς άνεργοι ή χαμηλόμισθοι δημοσιογράφοι αναγκάζονται να κάνουν και άλλες δουλειές, μη συμβατές δεοντολογικά κάποιες φορές ή και να αναζητήσουν αμοιβή με άλλους τρόπους.

Όλα αυτά οδηγούν και σε λιγότερη ανεξαρτησία στην ενημέρωση, η οποία από τις απαντήσεις που δόθηκαν έχει μεταβληθεί προς το δυσμενέστερο στη διάρκεια της κρίσης. Στη δυσμενή μεταβολή της ανεξαρτησίας στην ενημέρωση, αλλά και της μη τήρησης της δεοντολογίας, δεν συμβάλουν μόνο οι σχέσεις εξάρτησης των δημοσιογράφων με τις διάφορες μορφές εξουσίας που την περίοδο της οικονομικής κρίσης αυξάνονται, αλλά και οι σχέσεις εξάρτησης των ίδιων των ιδιοκτητών των ΜΜΕ που επίσης έχουν αυξηθεί στη διάρκεια της κρίσης. Ο ευθύνες των ιδιοκτητών των Μέσων σε μια σειρά από παράγοντες φαίνεται να αναδεικνύονται από την ανάλυση που επιχειρούμε και θα αναδειχθούν και πιο καθαρά από τους συμμετέχοντες στην έρευνα στη συνέχεια.

Όλα τα παραπάνω, αλλά και η γενικά δύσκολη εργασιακά κατάσταση που επικρατεί στην ελληνική βιομηχανία των Μέσων και η ίδια η οικονομική κρίση, θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως οι λόγοι που προκαλούν την απαισιοδοξία των συμμετεχόντων στην έρευνα για τις προοπτικές επαγγελματικής τους ανέλιξης. Επ' αυτού του ευρήματος, θα επανέλθουμε σε επόμενες ερωτήσεις από τις οποίες θα διερευνήσουμε τις εκτιμήσεις και τις απόψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα για το μέλλον τους και τη δημοσιογραφία στο νέο τοπίο που έχει δημιουργηθεί.

Από τις συσχετίσεις που έγιναν, προέκυψε ότι οι μεταβολές στους τομείς που ρωτήσαμε τους συμμετέχοντες στην έρευνα, σχετίζονται και με το Μέσο εργασίας. Έτσι, οι συσχετίσεις έδειξαν μια προς το δυσμενέστερο μεταβολή περισσότερο σε εφημερίδες/ ιστοσελίδες και λιγότερο σε ραδιόφωνο/ τηλεόραση, στο ωράριο, τις οικονομικές απολαβές, τον όγκο εργασίας, την πίεση για παραγωγή περιεχομένου και τις προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης. Τα ευρήματα αυτά έρχονται καταρχάς να επιβεβαιώσουν το νέο τοπίο στη δημοσιογραφία και να συμφωνήσουν με τα όσα έχουμε δει στο θεωρητικό μέρος της διατριβής ότι ισχύουν όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και διεθνώς, ότι οι δημοσιογράφοι πλέον είναι αναγκασμένοι να εργάζονται χωρίς συγκεκριμένο ωράριο, έχουν πολύ μεγαλύτερο όγκο εργασίας, δέχονται πολύ μεγαλύτερη πίεση για να παράγουν περισσότερο περιεχόμενο και έχουν λιγότερες προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης.

Όσον αφορά στις οικονομικές απολαβές, τα ευρήματα των συσχετίσεων συμφωνούν με προηγούμενες συσχετίσεις της έρευνάς μας που έδειξαν ότι η πλειοψηφία των καλύτερα αμειβόμενων δημοσιογράφων εργάζονται κατά σειρά στην τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τις εφημερίδες και τις ιστοσελίδες, στις οποίες επιβεβαιώνεται ότι εργάζονται οι χειρότερα αμειβόμενοι δημοσιογράφοι, μαζί με τις εφημερίδες. Όσον αφορά στο ωράριο, σε προηγούμενη ερώτηση είδαμε ότι 61,9% απάντησε ότι εργάζεται χωρίς συγκεκριμένο ωράριο. Με τις συσχετίσεις που έγιναν διαπιστώνεται ότι τα πράγματα είναι χειρότερα στις ιστοσελίδες και τις εφημερίδες σε σχέση με το ραδιόφωνο και την τηλεόραση. Επίσης, σε επόμενες ερωτήσεις της παρούσας έρευνας θα δούμε μια απαισιοδοξία που υπάρχει για τις προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης και το μέλλον του επαγγέλματος, αλλά και για το άγχος που υπάρχει σε ποσοστό 37% επειδή ο όγκος εργασίας είναι μεγάλος και για την παρενόχληση που υφίστανται οι μετέχοντες στην έρευνα όπως οι ίδιοι αναφέρουν, για εντατικοποίηση της εργασίας τους σε ποσοστό 41,1%. Οι συσχετίσεις μας δείχνουν

ότι όλα αυτά, όπως και οι αποδοχές και το ωράριο, είναι χειρότερα σε ιστοσελίδες και εφημερίδες σε σχέση με ραδιόφωνο και τηλεόραση.

Οι συσχετίσεις έδειξαν επίσης ότι σε δύο τομείς, συνέπεια του εργοδότη και δεοντολογία, οι μεταβολές που έχουν επέλθει σχετίζονται με το εάν ο δημοσιογράφος είναι απόφοιτος σχολής δημοσιογραφίας / επικοινωνίας. Έτσι, έδειξαν ότι παρατηρείται ακόμη μεγαλύτερη ασυνέπεια από τον εργοδότη στην καταβολή της μισθοδοσίας των μη αποφοίτων σε σχέση με τους απόφοιτους σχολών δημοσιογραφίας/ επικοινωνίας και όσον αφορά στην τήρηση της δεοντολογίας, αυτή εφαρμόζεται περισσότερο σε αυτούς που έχουν σπουδάσει δημοσιογραφία/ επικοινωνία. Σε επόμενη ερώτηση θα δούμε ότι ένα σημαντικό ποσοστό 34,4%, απαντά ότι έχει δεχθεί παρενόχληση για να παραβιάσει τη δεοντολογία, η οποία, όπως διαπιστώνεται από τις συσχετίσεις, είναι μεγαλύτερη σε αυτούς που δεν είναι απόφοιτοι σχολής δημοσιογραφίας / επικοινωνίας.

9.18 Ανασφάλιστη εργασία, μπλοκάκι, μερική απασχόληση, απολύσεις, απλήρωτη εργασία, καθυστέρηση πληρωμών, συλλογικές και ατομικές συμβάσεις

Στη συνέχεια, από τους συμμετέχοντες στην έρευνα ζητήθηκε να αξιολογήσουν τις μεταβολές που έχουν επέλθει στην εργασία τους συγκριτικά με την προ οικονομικής κρίσης περίοδο, σε άλλους οκτώ τομείς, εξίσου κρίσιμους για την καταγραφή των μεταβολών στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων. Οι τομείς αυτοί είναι οι εξής: ανασφάλιστη εργασία, αμοιβή με μπλοκάκι, μερική απασχόληση, απολύσεις, απλήρωτη εργασία, καθυστέρηση πληρωμών, συλλογικές συμβάσεις και υπερίσχυση των ατομικών συμβάσεων έναντι των συλλογικών. Στον πίνακα 9.2 που ακολουθεί φαίνονται τα αποτελέσματα των απαντήσεων της Ερώτησης 43 του ερωτηματολογίου.

Πίνακας 9.2: Αξιολόγησε συγκριτικά με την προ οικονομικής κρίσης περίοδο των
 ανασφάλιστη εργασία, μπλοκάκι, μερική απασχόληση, απολύσεις, απλήρωτη
 εργασία, καθυστέρηση πληρωμών, συλλογικές συμβάσεις, ατομικές συμβάσεις

43. Αξιολογήστε τα παρακάτω «φαινόμενα» που επικρατούν σήμερα
 στις επιχειρήσεις των Μ.Μ.Ε. συγκριτικά με την προ της οικονομικής
 κρίσης περίοδο. (1: Έχουν αυξηθεί πολύ, 2: Έχουν αυξηθεί λίγο, 3: Ίδια,
 4: Έχουν μειωθεί λίγο, 5: Έχουν μειωθεί πολύ)

	Έχουν αυξηθεί πολύ	Έχουν αυξηθεί λίγο	Ίδια	Έχουν μειωθεί λίγο	Έχουν μειωθεί πολύ
Ανασφάλιστη εργασία	75%	15,6%	6,2%	1,6%	1,6%
Μπλοκάκι	59,6%	23,8%	9,1%	3,6%	3,9%
Μερική απασχόληση	73,2%	19,2%	5,2%	1%	1,4%
Απολύσεις	79,1%	15,9%	1,6%	1,6%	1,6%
Απλήρωτη εργασία	65,8%	23,4%	7,1%	2,7%	1%
Καθυστέρηση πληρωμών	77,5%	4,7%	1,6%	1,6%	3,2%
Συλλογικές συμβάσεις	36,1%	10,4%	7,8%	6,2%	39,5%
Υπερίσχυση ατομικών συμβάσεων	67,7%	14,6%	8,4%	1,3%	8%

Σχετικά με την ανασφάλιστη εργασία, οι απαντήσεις είναι συντριπτικά υπέρ της
 αύξησής της την περίοδο της κρίσης. Οι 230 (75%) από τους 307 που μετείχαν στην
 έρευνα απαντούν ότι έχει αυξηθεί πολύ, οι 48 (15,6%) ότι έχει αυξηθεί λίγο, 19
 (6,2%) ότι έχει μείνει η ίδια, πέντε (1,6%) ότι έχει μειωθεί λίγο και πέντε (1,6%) ότι
 έχει μειωθεί πολύ. Συνεπώς, 278 (90,6%) απαντούν ότι έχει αυξηθεί είτε πολύ, είτε

λίγο, 19 (6,2%) ότι έχει μείνει ίδια και μόνο 10 (3,2%) απαντούν ότι έχει μειωθεί, είτε πολύ, είτε λίγο.

Συντριπτικά υπέρ της αύξησης στην αμοιβή με μπλοκάκι στη διάρκεια της κρίσης, τάσσονται οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Από τους 307 που έλαβαν μέρος οι 183 (59,6%) απάντησαν ότι έχει αυξηθεί πολύ και οι 73 (23,8%) ότι έχουν αυξηθεί λίγο στη διάρκεια της κρίσης 28 (9,1%) ότι τα πράγματα είναι ίδια, 11 (3,6%) ότι έχει μειωθεί λίγο και 12 (3,9%) ότι έχει μειωθεί πολύ. Δηλαδή, 256 (83,4%) απάντησαν ότι οι αμοιβή με μπλοκάκι στη διάρκεια της κρίσης έχει αυξηθεί είτε πολύ, είτε λίγο, 28 (9,1%) ότι έχει μείνει ίδια και 23, (7,5%) ότι έχει μειωθεί είτε λίγο, είτε πολύ.

Αύξηση και της μερικής απασχόλησης στη διάρκεια της κρίσης βλέπουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Οι 225 (73,2%) απάντησαν ότι έχουν αυξηθεί πολύ, οι 59 (19,2%) ότι έχει αυξηθεί λίγο 16 (5,2%) ότι έχει μείνει ίδια, τρεις (1%) ότι έχει μειωθεί λίγο και τέσσερις (1,4%) ότι έχει μειωθεί πολύ. Άρα, 284, (92,4%) αναφέρει ότι η μερική απασχόληση έχει αυξηθεί είτε πολύ είτε λίγο στη διάρκεια της κρίσης, μόνο 16 (5,2%), ότι έχει μείνει ίδια και ακόμη λιγότεροι, μόνο 7 (2,4%) ότι έχει μειωθεί είτε πολύ, είτε. .

Συντριπτικά είναι τα ποσοστά για τις απολύσεις στη διάρκεια της κρίσης, αφού οι 243 (79,1%) αναφέρουν ότι έχουν αυξηθεί πολύ, οι 49 (15,9%) ότι έχουν αυξηθεί λίγο, μόνο πέντε (1,6%) ότι έχουν μείνει ίδιες, πέντε (1,6%) ότι έχουν μειωθεί λίγο και πέντε (1,6%) ότι έχουν μειωθεί πολύ. Συνεπώς, 292 (95%) από τους 307 αναφέρουν ότι έχουν αυξηθεί είτε πολύ, είτε λίγο, 5 (1,6%) ότι έχουν μείνει ίδιες και 10 (3,2%) ότι έχουν μειωθεί είτε λίγο, είτε πολύ.

Αύξηση και στην απλήρωτη εργασία (εργασία χωρίς απολαβές) στη διάρκεια της κρίσης υποστηρίζουν ότι έχει σημειωθεί με τις απαντήσεις τους οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Οι 202 (65,8%) απάντησαν ότι έχει αυξηθεί πολύ, οι 72 (23,4%) ότι έχει αυξηθεί λίγο, οι 22 (7,1%) ότι η κατάσταση είναι ίδια, οκτώ (2,7%) ότι έχει μειωθεί λίγο και τρεις (1%) ότι έχει μειωθεί πολύ. Δηλαδή, οι 274 (89,2%) απάντησαν ότι έχει αυξηθεί είτε πολύ, είτε λίγο, 22 (7,1%) ότι έχει μείνει ίδια και 11 (3,7%) ότι έχει μειωθεί, είτε λίγο, είτε πολύ.

Αύξηση και στην καθυστέρηση στις πληρωμές στη διάρκεια της κρίσης θεωρούν σε σημαντικό ποσοστό ότι έχει σημειωθεί με τις απαντήσεις τους οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Οι 238 (77,5%) απάντησαν ότι έχουν αυξηθεί πολύ, οι 45 (14,6%) ότι έχουν αυξηθεί λίγο, οι 14 (4,7%) αναφέρουν ότι η κατάσταση είναι ίδια, πέντε (1,6%) ότι έχει μειωθεί λίγο και πέντε (1,6%) ότι έχει μειωθεί πολύ. Κατά

συνέπεια 283 (92,1%) απάντησαν ότι καθυστερήσεις στις πληρωμές έχουν αυξηθεί είτε πολύ, είτε λίγο, 14 (4,7%) ότι έχουν μείνει ίδιες και 10 (3,2%) ότι έχουν μειωθεί είτε λίγο, είτε πολύ.

Όσον αφορά στην υπογραφή συλλογικών συμβάσεων στη διάρκεια της κρίσης, τα πράγματα είναι μοιρασμένα, με την αύξηση στην υπογραφή τους να υπερτερεί οριακά. Οι 111 (36,1%) απάντησαν ότι έχουν αυξηθεί πολύ, οι 32 (10,4%) ότι έχουν αυξηθεί λίγο, οι 24 (7,8%) ότι η κατάσταση είναι ίδια, 19 (6,2%) ότι έχουν μειωθεί λίγο και 121 (39,5%) ότι έχουν μειωθεί πολύ. Δηλαδή, 143 (46,5%) απάντησαν ότι έχουν αυξηθεί είτε πολύ, είτε λίγο, 24 (7,8%) ότι η κατάσταση είναι ίδια, 140 (45,7%) έχουν μειωθεί είτε λίγο, είτε πολύ.

Στην υπερίσχυση των ατομικών έναντι των συλλογικών συμβάσεων, όμως, τα πράγματα είναι ξεκάθαρα. Από τις απαντήσεις των 307 δημοσιογράφων που συμμετείχαν στην έρευνα φαίνεται σημαντική αύξηση των ατομικών έναντι των συλλογικών συμβάσεων στη διάρκεια της κρίσης. Οι 208 (67,7%) απάντησαν ότι έχουν αυξηθεί πολύ, οι 45 (14,6%) ότι έχουν αυξηθεί λίγο, οι 26 (8,4%) ότι η κατάσταση είναι ίδια, τέσσερις (1,3%) ότι έχουν μειωθεί λίγο και 24 (8%) ότι έχουν μειωθεί πολύ. Συνεπώς, 253 (82,3%) απάντησαν ότι στη διάρκεια της κρίσης οι ατομικές συμβάσεις υπερίσχυαν των συλλογικών είτε πολύ, είτε λίγο, 26 (8,4%) ότι η κατάσταση είναι ίδια, 28 (9,3%) ότι δεν έχουν υπερισχύσει οι ατομικές συμβάσεις των συλλογικών είτε πολύ, είτε λίγο.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις, φαίνεται ότι στις επτά από τις οκτώ κατηγορίες που διερευνήθηκαν, οι μετέχοντες στην έρευνα αναφέρουν ότι υπάρχει μεταβολή προς το δυσμενέστερο σε σχέση με την προ κρίσης περίοδο. Οι επτά αυτές κατηγορίες είναι: ανασφάλιστη εργασία, αμοιβή με μπλοκάκι, μερική απασχόληση, απολύσεις, απλήρωτη εργασία, καθυστέρηση πληρωμών, υπερίσχυση των ατομικών συμβάσεων έναντι των συλλογικών.

Η μία κατηγορία, στην οποία τα πράγματα είναι οριακά προς το καλύτερο, είναι αυτή της υπογραφής συλλογικών συμβάσεων, κάτι που μπορεί να αποδοθεί στο ότι την περίοδο της διενέργειας της έρευνας είχαν ξεκινήσει εκ νέου να υπογράφονται συλλογικές συμβάσεις στα ΜΜΕ, αναφερόμαστε στη Συλλογική Σύμβαση Εργασίας και την Κοινή Υπουργική Απόφαση που υπεγράφησαν για τους δημοσιογράφους του Δημοσίου την άνοιξη του 2019. Παρ' όλα αυτά, στο ερώτημα εάν οι ατομικές συμβάσεις έχουν υπερισχύσει των συλλογικών στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, οι ερωτώμενοι απαντούν συντριπτικά υπέρ του ότι έχουν υπερισχύσει, κάτι που

προφανώς ισχύει, όπως είδαμε και στο πρώτο μέρος της παρούσας διατριβής, ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης που έπληξε την Ελλάδα και της υπογραφής των μνημονίων που οδήγησαν σε αποδιάρθρωση των συλλογικών διαπραγματεύσεων. Όπως είδαμε, μετά το 2010 δεν υπάρχουν συλλογικές συμβάσεις στη δημοσιογραφία στη χώρα μας και η διαμόρφωση των μισθών που έχουν μειωθεί σημαντικά, έγινε μέσω των ατομικών συμβάσεων που υπέγραφαν οι εργαζόμενοι.

Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων μιλούν για αύξηση της ανασφάλιστης εργασίας στη διάρκεια της κρίσης. Επιβεβαιωτικά προς αυτό μπορούμε να θεωρήσουμε ότι λειτουργούν και άλλες ερωτήσεις της έρευνας για την ανασφάλιστη εργασία, στην οποία καταγράφεται ένα ποσοστό 5,9% που εργάζεται χωρίς ασφάλεια. Επίσης, το 67,4% των συμμετεχόντων στην έρευνα δηλώνει ότι έχει εργαστεί κάποια στιγμή ανασφάλιστο και από το ποσοστό 64,2% που έχει εργαστεί κάποια στιγμή σε άλλη δουλειά εκτός της δημοσιογραφίας, το 8,5% το έκανε σύμφωνα με τις απαντήσεις γιατί δεν είχε ασφάλεια. Η αύξηση της ανασφάλιστης εργασίας πάντως, είναι ένα από τα αποτελέσματα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης και η δημοσιογραφία δεν θα μπορούσε να μείνει εκτός αυτού του κάδρου.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι συσχετίσεις που έγιναν, από τις οποίες προέκυψε ότι η ανασφάλιστη εργασία είναι μεγαλύτερη στις μικρές ηλικίες (25-34) και μειώνεται όσο η ηλικία αυξάνεται, ενώ από τα 55 έτη και πάνω αυξάνεται και πάλι. Η ανασφάλιστη εργασία αυξάνεται σημαντικά και μεταξύ αυτών που βρίσκονται στη δημοσιογραφία 9+ έως 20 και 20+ χρόνια. Όλα αυτά, αλλά και ευρήματα προηγούμενων ερωτήσεων όπως για παράδειγμα αυτή που έχει σχέση με το αν αυξήθηκαν ή μειώθηκαν οι αποδοχές στη διάρκεια της κρίσης, εντάσσονται και συμφωνούν με τα ευρήματα της έρευνας του Ινστιτούτου Εργασίας της ΓΣΕΕ για τη δημοσιογραφία στην Ελλάδα που αναλύσαμε στο 7^ο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής. Στην έρευνα του *INE-ΓΣΕΕ* αναφέρεται ότι στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης δόθηκε η δυνατότητα για τη μείωση του εργασιακού κόστους και για την απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων και γίνεται λόγος για το φαινόμενο της «ανακύκλωσης» εργαζομένων, δηλαδή της διαδικασία αντικατάστασης παλαιών εργαζομένων με μεγάλη εμπειρία, αυξημένες αποδοχές και ρυθμισμένες εργασιακές σχέσεις από νέους σε ηλικία ή από απλά νεοεισερχόμενους στον κλάδο με μειωμένα εργασιακά και κοινωνικά δικαιώματα και κυρίως με χαμηλότερες αποδοχές.

Στο παραπάνω πλαίσιο εντάσσονται και άλλες παράμετροι τις οποίες θέσαμε στους συμμετέχοντες στην παρούσα ερώτηση. Πρόκειται για την αμοιβή με μπλοκάκι

που οι ερωτώμενοι μιλούν για σημαντική αύξηση στη διάρκεια της κρίσης και ομοίως για τη μερική απασχόληση, που εντάσσονται στο πλαίσιο ανακύκλωσης εργαζομένων, της αύξησης των ευέλικτων μορφών απασχόλησης και της απόμεισθωτοποίησης ενός μεγάλου μέρους των απασχολούμενων στον κλάδο της δημοσιογραφίας, όπως αναφέρει η έρευνα του *INE-ΓΣΕΕ*.

Από τις συσχετίσεις που έγιναν, βλέπουμε και πάλι το σημαντικό ρόλο της ηλικίας και τη δυσμενή θέση στην οποία βρίσκονται οι νεότεροι σε ηλικία, αφού έδειξαν ότι η αμοιβή με μπλοκάκι είναι και αυτή ψηλή στις μικρές ηλικίες (25-34) και βαίνει συνεχώς μειούμενη όσο η ηλικία αυξάνεται, όπως και η μερική απασχόληση που επίσης είναι ψηλή στις ηλικίες 18-24 και 25-34 και στη συνέχεια και μέχρι την ηλικιακή ομάδα 45-54 μειώνεται. Η αμοιβή με μπλοκάκι επίσης, παρουσιάζει ραγδαία αύξηση μεταξύ αυτών που βρίσκονται στο επάγγελμα 3+ έως 9 και 20+ χρόνια. Επίσης, από τις συσχετίσεις προέκυψε ότι η μερική απασχόληση και η απλήρωτη εργασία αυξάνονται σημαντικά μεταξύ αυτών που βρίσκονται στη δουλειά 9+έως 20 και 20+ χρόνια.

Η απλήρωτη εργασία και η καθυστέρηση στις πληρωμές είναι δύο φαινόμενα που βρήκαν πρόσφορο έδαφος στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης και όπως προκύπτει και από τα ευρήματα της έρευνας, αυξήθηκαν σημαντικά στη διάρκειά της. Οι συσχετίσεις, μάλιστα, έδειξαν ότι οι καθυστερήσεις στις πληρωμές είναι μεγαλύτερες στις εφημερίδες και τις ιστοσελίδες σε σχέση και με τα άλλα ΜΜΕ.

Ένα άλλο φαινόμενο που εντάθηκε σημαντικά στη διάρκεια της κρίσης είναι οι απολύσεις. Δεν είναι μόνο οι απαντήσεις αυτών που έλαβαν μέρος στην έρευνα, αλλά και τα στοιχεία που παρουσιάσαμε στο 7^ο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής. Τόσο τα στοιχεία από τα ταμεία Τύπου, *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* και *ΕΔΟΕΑΠ*, όσο και από την *ΕΣΗΕΑ*, δείχνουν κατακόρυφη αύξησή τους, με τους μισούς σχεδόν εργαζόμενους στα ΜΜΕ να έχουν χάσει τη δουλειά τους στη διάρκεια της κρίσης. Τη ραγδαία αύξηση των απολύσεων στη διάρκεια της κρίσης επιβεβαιώνει και το *INE-ΓΣΣΕ* στην έρευνα που παρουσιάστηκε στο 7^ο κεφάλαιο. Οι απολύσεις, βέβαια, δεν είναι ελληνικό φαινόμενο αλλά διεθνές και τα τελευταία χρόνια έχουν αυξηθεί ραγδαία στη βιομηχανία των ΜΜΕ σε όλο τον κόσμο.

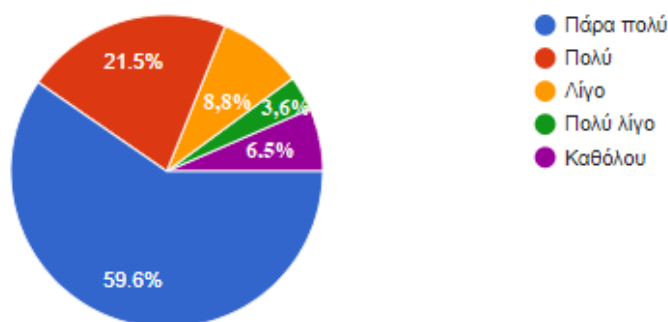
9.19 Συνδικαλιστική δράση

Οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν και για τη συμμετοχή τους στα συνδικαλιστικά δρώμενα. Στην ερώτηση εάν συμμετέχουν στις απεργίες των Ενώσεων Συντακτών, το 59,6% (N=183) απάντησε παρά πολύ, το 21,5% (N=66) πολύ (ποσοστό άνω του 80% δήλωσε ότι συμμετέχει πολύ/ πάρα πολύ), ενώ το 8,8% (N=27) δήλωσαν ότι συμμετέχουν λίγο, 3,6% (N=11) πολύ λίγο και 6,5% ή 20 άτομα καθόλου (Στο Διάγραμμα 9.42 η Ερώτηση 44).

Διάγραμμα 9.42: Συχνότητα συμμετοχής στις απεργίες

44. Πόσο συχνά συμμετέχετε στις απεργίες που προκηρύσσουν οι ενώσεις συντακτών;

307 responses

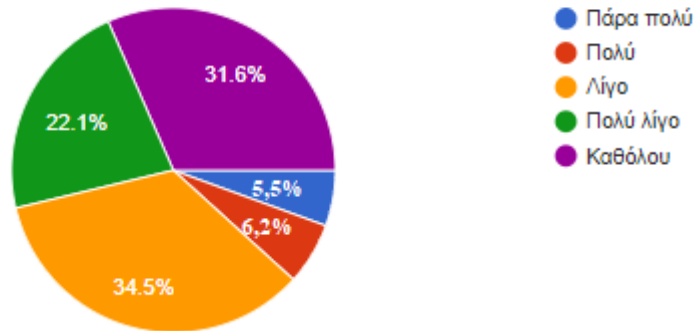


Αρνητικές είναι κατά κύριο λόγο οι απαντήσεις στην ερώτηση εάν έχουν αποτέλεσμα οι απεργίες, παρά τη μεγάλη συμμετοχή σε αυτές. Το 31,6% (N=97) απαντά καθόλου, το 22,1% (N=68) πολύ λίγο και το 34,5% (N=106) λίγο, δηλαδή ένα ποσοστό 56,6% απαντά λίγο/πολύ λίγο. Αντίθετα αυτοί που πιστεύουν ότι έχουν αποτέλεσμα οι απεργίες είναι 19 άτομα (6,2%) που απαντούν πολύ και 17 (5,5%) που απαντούν πάρα πολύ (11,7% πολύ/πάρα πολύ) (Στο Διάγραμμα 9.43 η Ερώτηση 45).

Διάγραμμα 9.43: Ερώτηση 45: Αποτελεσματικότητα απεργιών

45. Πιστεύετε ότι έχουν αποτέλεσμα οι απεργίες;

307 responses

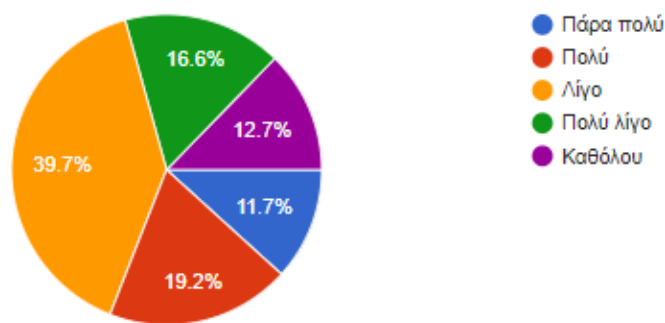


Στην ερώτηση εάν πέραν των απεργιών, έχει αποτέλεσμα η συνδικαλιστική δράση γενικά, η πλειοψηφία δίνει και πάλι αρνητική απάντηση. Το 12,7% (N=39) απαντά καθόλου, το 16,6% (N=51) απαντά πολύ λίγο και το 39,7% (N=122) λίγο (46,3% λίγο/πολύ λίγο). Αντίθετα, το 19,2% (N=59) απαντά πολύ και το 11,7% (N=36) πάρα πολύ (30,9% πολύ/πάρα πολύ) (Στο Διάγραμμα 9.44 η Ερώτηση 46).

Διάγραμμα 9.44: Αποτελεσματικότητα συνδικαλιστικής δράσης

46. Πιστεύετε ότι έχει αποτέλεσμα η συνδικαλιστική δράση γενικά;

307 responses



Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις που δόθηκαν, η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι αρνητικό στο ότι η συνδικαλιστική δράση γενικά και οι απεργίες ειδικά έχουν αποτέλεσμα, παρ' ότι σε μεγάλο ποσοστό δηλώνουν ότι συμμετέχουν στις απεργίες. Η στάση αυτή υπαγορεύεται πιθανώς από τα όσα έχουμε καταδείξει στο θεωρητικό μέρος της διατριβής για την μονοδιάστατη (μόνο απεργίες) και

αναποτελεσματική αντίδραση των συνδικάτων των δημοσιογράφων στην Ελλάδα απέναντι στις τεχνολογικές αλλαγές που έχουν επιβληθεί από τη δεκαετία του 1980 και μετά στη δημοσιογραφία στη χώρα μας, αλλά και από την ανύπαρκτη αντίδραση στο κύμα απολύσεων και την αντεργατική πολιτική που ακολουθήθηκε γενικότερα στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης στη χώρα μας.

Ένα άλλο σημείο στο οποίο θα πρέπει να σταθούμε για να εξηγήσουμε τις απόψεις για την αποτελεσματικότητα της συνδικαλιστικής δράσης, είναι η αποδυνάμωση των συνδικάτων στην Ελλάδα και όλο τον κόσμο, στην οποία αναφερθήκαμε αναλυτικά στο 5^ο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής. Στην αποδυνάμωση των συνδικάτων των δημοσιογράφων σε όλο τον κόσμο, έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο ο μετασχηματισμός του επαγγέλματος λόγω των τεχνολογικών εξελίξεων. Η μείωση των μισθών, η αύξηση των απολύσεων και της ανεργίας και οι νέες μορφές απασχόλησης έχουν από τη μία επιτρέψει να εισχωρήσουν στη δημοσιογραφία αρκετοί ελεύθεροι επαγγελματίες, που δεν είναι μέλη των συνδικάτων και από την άλλη να μειωθεί ο αριθμός των μισθωτών που είναι τα μέλη των συνδικάτων, με αποτέλεσμα την αποδυνάμωσή τους και την αδυναμία αντίδρασής τους και αντιμετώπισης των εξελίξεων και των αλλαγών. Αυτή αποδυνάμωση και αδυναμία αντίδρασης που φαίνεται και στην πράξη, θεωρείται ότι οδηγεί τους συμμετέχοντες στην έρευνα να δηλώνουν αρνητικοί στην αποτελεσματικότητα της συνδικαλιστικής δράσης.

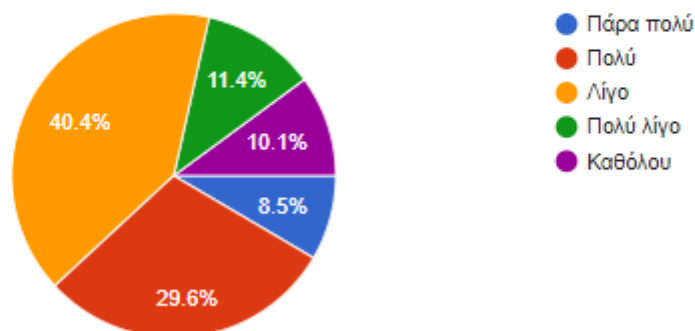
9.20 Ικανοποίηση από τη δημοσιογραφία

Στη συνέχεια οι μετέχοντες ρωτήθηκαν και για το εάν είναι ικανοποιημένοι από τη δουλειά τους ως δημοσιογράφοι και η πλειοψηφία απάντησε αρνητικά. Το 10,1% (N=31) απάντησε καθόλου, το 11,4% (N=35) πολύ λίγο και το 40,4% (N=124) λίγο (51,8% λίγο/πολύ λίγο). Αντίθετα, 91 άτομα (29,6%) δήλωσαν ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι από τη δουλειά του και 26 (8,5%) πάρα πολύ ικανοποιημένο (38,1% πολύ/ παρά πολύ) (Στο Διάγραμμα 9.45 η Ερώτηση 47).

Διάγραμμα 9.45: Ικανοποίηση από τη δημοσιογραφία

47. Πόσο ικανοποιημένος είστε σήμερα από τη δουλειά σας ως δημοσιογράφος;

307 responses



Η απάντηση που δίνεται σε αυτό το ερώτημα αξιολογείται ως αρκετά σοβαρή, αφού οι ίδιοι δημοσιογράφοι δηλώνουν ότι δεν είναι ικανοποιημένοι από τη δουλειά που κάνουν. Τα αίτια για την απάντηση αυτή θα πρέπει να αναζητηθούν σε μια σειρά από λόγους, όπως η οικονομική κρίση και τα αποτελέσματά της, κάποιοι εκ των οποίων έχουν αναφερθεί σε προηγούμενες ερωτήσεις και κάποιοι άλλοι θα αναφερθούν στη συνέχεια. Το νέο τοπίο που διαμορφώνεται στη δημοσιογραφία και ο μετασχηματισμός της, η αύξηση του όγκου εργασίας και η πίεση για παραγωγή περισσότερου περιεχομένου, οι μειώσεις μισθών και οι απολύσεις, δημιουργούν ένα ασφυκτικό περιβάλλον που προκαλεί απαισιοδοξία και κάνει τους ίδιους τους δημοσιογράφους να μην είναι ικανοποιημένοι από την εργασία τους. Αυτό δείχνουν οι απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, εύρημα που συμφωνεί με της έρευνας *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work*, στην οποία οι μετέχοντες δημοσιογράφοι εκφράζονται κατά τον ίδιο τρόπο.

9.21 Άγχος από την εργασία

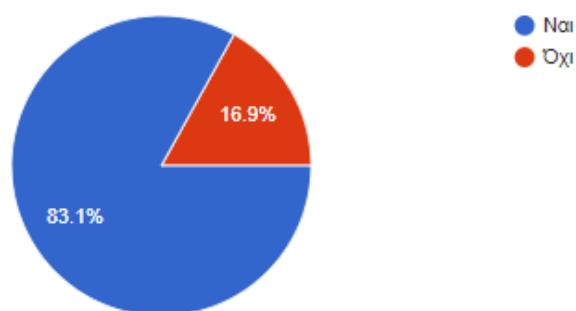
Το ότι οι δημοσιογράφοι δηλώνουν ότι δεν είναι ικανοποιημένοι από τη δουλειά τους, συνδέεται με την ερώτηση εάν σήμερα έχουν περισσότερο άγχος στη δουλειά τους λόγω της οικονομικής κρίσης και κατά ένα μέρος, από τα ευρήματά τους οι δύο ερωτήσεις αλληλοεπιβεβαιώνονται. Στην ερώτηση για το εάν έχουν περισσότερο

άγχος σήμερα σε σχέση με την προ της οικονομικής κρίσης περίοδο, οι μετέχοντες στην έρευνα απάντησαν συντριπτικά ότι έχουν, αφού ποσοστό 83,1% (N=255), απάντησε ότι σήμερα έχουν περισσότερο άγχος στη δουλειά τους σε σχέση με την προ κρίσης περίοδο, σε αντίθεση με το 16,9% (N=52) που απάντησε πως έχουν λιγότερο (Στο Διάγραμμα 9.46 η Ερώτηση 48).

Διάγραμμα 9.46: Άγχος σε σχέση με πριν την κρίση (Ναι/ Όχι)

48. Έχετε περισσότερο άγχος σήμερα στη δουλειά σας σχετικά με την προ της οικονομικής κρίση περίοδο;

307 responses

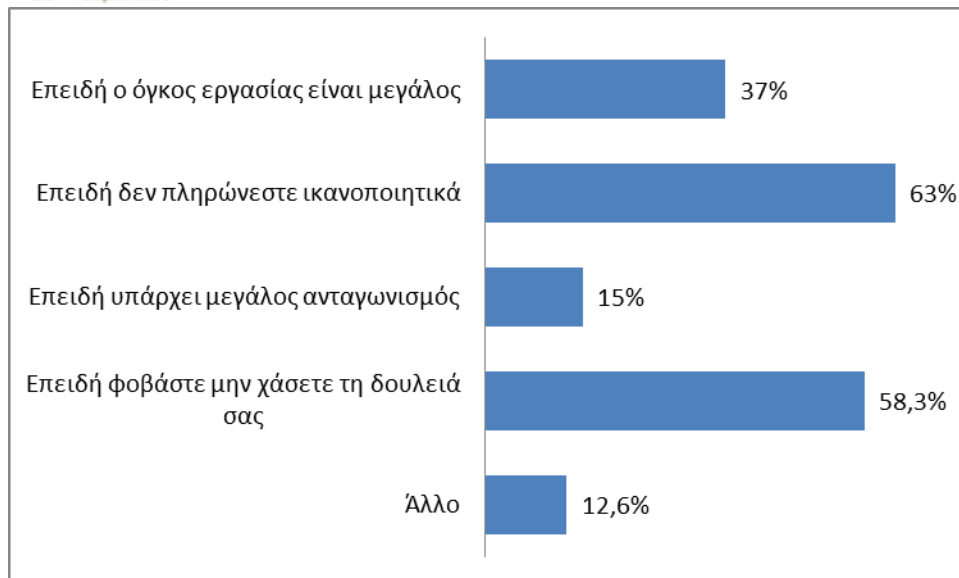


Όσο για το γιατί συμβαίνει αυτό, οι μετέχοντες αξιολόγησαν μια σειρά από λόγους που σχετίζονται με την οικονομική κρίση, όπως το ότι δεν πληρώνονται ικανοποιητικά που συγκέντρωσε τις περισσότερες απαντήσεις (N=160, 63%), ενώ ακολούθησε ο φόβος για την απώλεια της εργασίας (N=145, 58,3%), ο μεγάλος όγκος εργασίας (N=94, 37%) και ο μεγάλος ανταγωνισμός (N=38, 15%) (Στο Διάγραμμα 9.47 η Ερώτηση 49).

Διάγραμμα 9.47: Λόγοι περισσότερου άγχους

49. Εάν ναι για ποιο λόγο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

254 responses



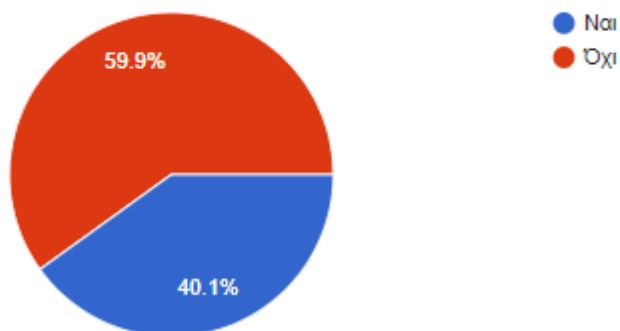
9.22 Παρενόχληση στην εργασία

Στη συνέχεια θέσαμε στους συμμετέχοντες το ερώτημα σχετικά με το εάν έχουν υποστεί παρενόχληση στην εργασία τους και αν ναι, τι είδους ήταν αυτή. Το 40,1% (N=123) απάντησαν ότι έχουν υποστεί σε αντίθεση με το 59,9% (N=184) που απάντησαν αρνητικά (Στο Διάγραμμα 9.48 η Ερώτηση 50).

Διάγραμμα 9.48: Παρενόχληση στην εργασία (Ναι/Όχι)

50. Έχετε υποστεί παρενόχληση στη δουλειά σας;

307 responses

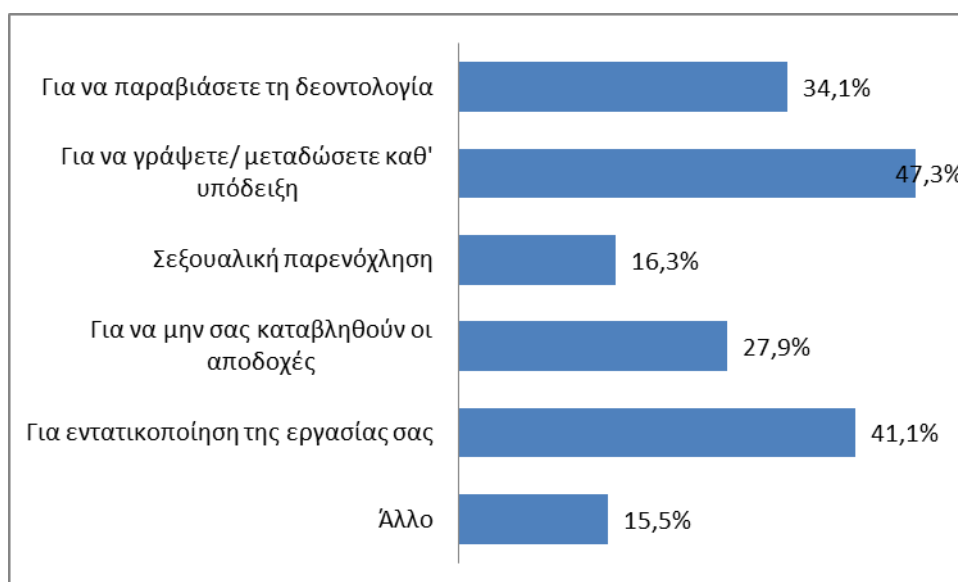


Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα είδη παρενόχλησης που υπέστησαν όσοι απάντησαν θετικά, αφού η πλειοψηφία (47,3%, N=61) δήλωσε ότι παρενοχλήθηκε για να γράψει/ μεταδώσει καθ' υπόδειξη. Δεύτερη αναδείχθηκε η παρενόχληση για εντατικοποίηση της εργασίας (41,1%, N=53), τρίτη για παραβίαση της δεοντολογίας (34,1%, N=44), στη συνέχεια για να μην καταβληθούν οι αποδοχές (27,9%, N=36) και μετά η σεξουαλική παρενόχληση (16,3%, N=21) (Στο Διάγραμμα 9.49 η Ερώτηση 50).

Διάγραμμα 9.49: Είδος παρενόχλησης

51. Εάν ναι, τι είδους; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

129 responses



Από τις απαντήσεις φαίνεται ότι η παρέμβαση που δέχονται στη δουλειάς τους οι δημοσιογράφοι που έλαβαν μέρος στην έρευνα είναι πολύ μεγάλη. Τόσο για να γράψουν ή να μεταδώσουν καθ' υπόδειξη που επί της ουσίας είναι παραβίαση της δεοντολογίας, όσο και για να παραβιάσουν ευθέως τη δεοντολογία, κάτι που συνάδει με τα ευρήματα προηγούμενης ερώτησης, στην οποία οι μετέχοντες στην έρευνα αναφέρουν ότι η δεοντολογία παραβιάζεται περισσότερο τώρα σε σχέση με την περίοδο προ της οικονομικής κρίσης. Σημαντικό είναι και το ποσοστό αυτών που αναφέρουν ότι δέχθηκαν παρενόχληση για να εντατικοποιήσουν την εργασίας τους, να παράγουν, δηλαδή, περισσότερο περιεχόμενο, εύρημα που επίσης συμφωνεί με προηγούμενων ερωτήσεων και αποτελεί έναν από τους λόγους που οι μετέχοντες

στην έρευνα ανέφεραν ότι έχουν περισσότερο άγχος τώρα, απ' ότι πριν την οικονομική κρίση. Δε θα πρέπει επίσης, να περάσει απαρατήρητο το γεγονός ότι ένα ποσοστό σχεδόν 28% δέχθηκε παρενόχληση για να μην του καταβληθούν οι αποδοχές, εύρημα που αν προστεθεί σε προηγούμενων ερωτήσεων που δείχνουν χαμηλές αποδοχές, άρνηση πληρωμής υπερωριών, ασυνέπεια του εργοδότη στην καταβολή της μισθοδοσίας και απλήρωτη εργασία, δείχνει το επισφαλές εργασιακά περιβάλλον στο οποίο αναγκάζονται να δουλεύουν οι δημοσιογράφοι σήμερα.

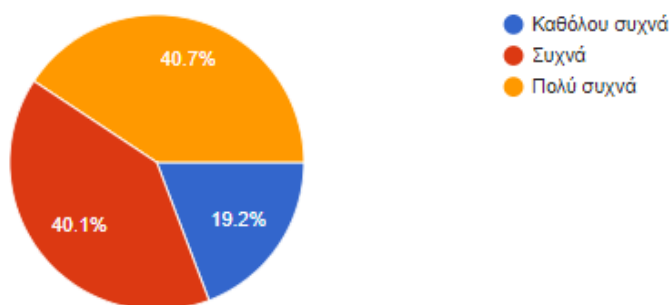
9.23 Copy Paste, απουσία διασταύρωσης της είδησης, αυτολογκρισία

Με τις απαντήσεις στις επόμενες ερωτήσεις επιβεβαιώνεται προηγούμενο εύρημα, σύμφωνα με το οποίο το περιβάλλον στο οποίο εργάζονται οι δημοσιογράφοι στη χώρα μας και το οποίο είναι σε μεγάλο βαθμό αποτέλεσμα του μετασχηματισμού της δημοσιογραφίας λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης, είναι επισφαλές και δεοντολογικά. Στο πλαίσιο αυτό οι μετέχοντες στην έρευνα ρωτήθηκαν και για ορισμένα φαινόμενα που πλέον παρατηρούνται όλο και πιο συχνά στη δημοσιογραφία. Στην ερώτηση για το πόσο συχνό είναι στη δημοσιογραφία το φαινόμενο του Copy Paste, απάντησαν συντριπτικά ναι, με το 40,1% (N=123) να απαντά συχνά και το 40,7% (N=125) να απαντά πολύ συχνά, δηλαδή, το συχνά/πολύ συχνά έφθασε ποσοστό 80,8%. Αντίθετη άποψη είχε το 19,2% (N=59) που απάντησε καθόλου συχνά (Στο Διάγραμμα 9.50 η Ερώτηση 52).

Διάγραμμα 9.50: Συχνότητα Copy Paste

52. Πόσο συχνά είναι στη δουλειά σας φαινόμενα όπως το Copy Paste;

307 responses



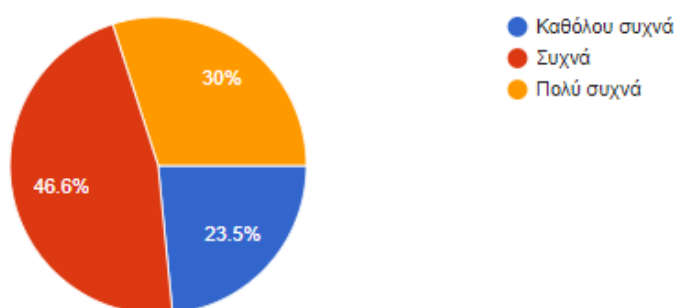
Για το πόσο συχνά είναι φαινόμενα δημοσίευσης ή μετάδοσης μιας είδησης όσο το δυνατόν πιο γρήγορα, έτσι ώστε να μην υπάρχει διασταύρωση, οι μετέχοντες

απάντησαν συχνά σε ποσοστό 46,6% (N=143) και πολύ συχνά σε ποσοστό 30% (N=92) (76,6% συχνά/πολύ συχνά). Αντίθετη άποψη είχε το 23,5% (N=72) (Στο Διάγραμμα 9.51 η Ερώτηση 53).

Διάγραμμα 9.51: Συχνότητα μετάδοσης μια είδησης χωρίς διασταύρωση λόγω ταχύτητας

53. Πόσο συχνά είναι στη δουλειά σας φαινόμενα όπως η δημοσίευση/ μετάδοση μιας είδησης όσο το δυνατόν πιο γρήγορα, με αποτέλεσμα να μην γίνεται διασταύρωση;

307 responses



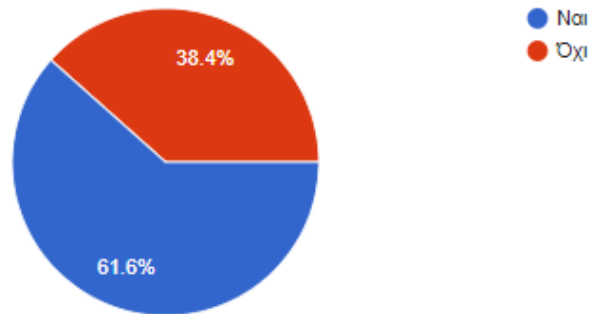
Από τις απαντήσεις στις δύο αυτές ερωτήσεις προκύπτει μια υψηλή συχνότητα φαινομένων αντίθετων με τη δημοσιογραφική δεοντολογία και τις βασικές αρχές της δημοσιογραφίας, οι οποίες παραβιάζονται. Δεν είναι μόνο η τεχνολογική αλλαγή, η οποία ευθύνεται για αυτά τα φαινόμενα, ειδικά για τη μετάδοση μια είδησης με ταχύτητα και χωρίς διασταύρωση. Είναι μια γενικότερη τάση που φαίνεται να υπάρχει, καθώς από τα ευρήματα των ερωτήσεων του παρόντος ερωτηματολογίου έως τώρα προκύπτει μια σημαντική παραβίαση της δεοντολογίας.

Ίσως όλα τα παραπάνω να δικαιολογούν και το ότι οι μετέχοντες στην έρευνα δηλώνουν σε μεγάλο ποσοστό ότι αυτολογοκρίνονται φοβούμενοι μην χάσουν τη δουλειά τους. Στη σχετική ερώτηση απάντησε θετικά στο εάν έχουν αυτολογοκριθεί ποτέ φοβούμενοι για τη δουλειά τους το 61,6% (N=189), ενώ αρνητικά απάντησε το 38,4% (N=118) (Στο Διάγραμμα 9.52 η Ερώτηση 54).

Διάγραμμα 9.52: Αυτολογοκρισία υπό το φόβο απόλυσης

54. Έχετε αυτολογοκριθεί ποτέ φοβούμενοι μην χάσετε τη δουλειά σας;

307 responses



9.24 Παράγοντες που ευθύνονται για την κρίση στα ΜΜΕ

Οι μετέχοντες στην έρευνα κλήθηκαν να αξιολογήσουν και ποιοι παράγοντες έχουν τις μεγαλύτερες ευθύνες για την κρίση στα ΜΜΕ. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν, τη μεγαλύτερη ευθύνη έχουν οι ιδιοκτήτες των Μέσων (N=271 ή 88,2% απάντησαν πολύ, N=32 ή 10,4% λίγο, N=4 ή 1,3% καθόλου), ακολούθησε η οικονομική κρίση (N=254 ή 82,7% απάντησαν πολύ, N=44 ή 14,3% λίγο, N=8 2,6% καθόλου), οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι (N=156 ή 50,8% απάντησαν πολύ, N=129 ή 42% λίγο, N=21 ή 6,8% καθόλου) και στη συνέχεια η τεχνολογική εξέλιξη (N=116 ή 37,7% απάντησαν πολύ, N=119 ή 38,7% λίγο, N=71 ή 23,1% καθόλου). Στον πίνακα 3 που ακολουθεί φαίνονται τα αποτελέσματα των απαντήσεων της Ερώτησης 55 του ερωτηματολογίου.

Πίνακας 9. 3: Παράγοντες που ευθύνονται για την κρίση στα ΜΜΕ

55. Αναφέρατε σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι έχουν παίξει ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ τα παρακάτω: (1: Πολύ, 2: Λίγο, 3: Καθόλου)

	Ιδιοκτήτες	Δημοσιογράφοι	Οικονομική κρίση	Τεχνολογική εξέλιξη
Πολύ	88,2%	50,8%	82,7%	37,7%
Λίγο	10,4%	42%	14,3%	38,7%
Καθόλου	1,3%	6,8%	2,6%	23,1%

Από τις απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση αυτή, θα πρέπει να σταθούμε ιδιαίτερα σε δύο εκ των παραγόντων που οι μετέχοντες στην έρευνα θεωρούν υπεύθυνους για την κρίση στα ΜΜΕ, τους ιδιοκτήτες και τους δημοσιογράφους, μιας και οι άλλοι δύο παράγοντες, η οικονομική κρίση και η τεχνολογική αλλαγή αποτελούν προφανείς λόγους. Ο λόγος που συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό για την ευθύνη του στην κρίση των ΜΜΕ είναι οι ιδιοκτήτες, εύρημα που συνάδει απόλυτα με την ανάλυση που έχουμε κάνει στο θεωρητικό μέρος της παρούσας διατριβής. Ειδικά στο 4^ο κεφάλαιο, σταθήκαμε ιδιαίτερα στην ιδιοκτησία των ελληνικών ΜΜΕ, στην οποία διαπιστώσαμε μια ολιγοπωλιακή κατάσταση και μια συγκέντρωση Μέσων στα χέρια λίγων ιδιοκτητών που δεν είναι παραδοσιακοί εκδότες και ελέγχουν την ενημέρωση. Η κατάσταση αυτή ξεκίνησε από τη δεκαετία του 1980 όταν έλαβε χώρα η πρώτη σημαντική τεχνολογική αλλαγή στον Τύπο, το πέρασμα από τη λινότυπια στη φωτοσύνθεση και συνεχίζεται μέχρι σήμερα, έχοντας επιδεινωθεί στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης. Τη δεκαετία του 1980 εισήλθαν για πρώτη φορά στον Τύπο και τα ΜΜΕ ιδιοκτήτες που δεν ήταν παραδοσιακοί εκδότες (εφοπλιστές, επιχειρηματίες κ.λ.π.), οι οποίοι χρησιμοποιούσαν και εξακολουθούν να χρησιμοποιούν τα Μέσα για να ασκήσουν παντός είδους επιρροή (πολιτική, επιχειρηματική κ.λ.π.). Η κατάσταση αυτή χειραγωγεί την ενημέρωση, υποβαθμίζει τη δημοκρατία και κατατάσσει τη χώρα μας πολύ χαμηλά από πλευράς εμπιστοσύνης των ΜΜΕ.

Προκαλεί ιδιαίτερη εντύπωση, ότι οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι αξιολογούν σε ποσοστό 50% τους εαυτούς τους ως εκ των παραγόντων που ευθύνονται για την κρίση στα ΜΜΕ. Είναι προφανές ότι αυτό σχετίζεται με το επισφαλές εργασιακό περιβάλλον που έχει προκαλέσει η οικονομική κρίση, που αξιολογείται στη δεύτερη θέση των παραγόντων που ευθύνονται για την κρίση στα ΜΜΕ, στη δημοσιογραφία, αλλά αποκτά μεγαλύτερη αξία όταν το αναφέρουν οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι. Επίσης, σχετίζεται και με τις αδυναμίες του συνδικαλιστικού κινήματος των δημοσιογράφων να κατανοήσει τις αλλαγές και να μπορέσει να τις αντιμετωπίσει και να βρει λύσεις.

Από τις συσχετίσεις που έγιναν, προέκυψε ότι την οικονομική κρίση και την τεχνολογική εξέλιξη, οι ηλικίες 18-24, τις αξιολογούν πολύ ψηλά ως παράγοντα κρίσης στα ΜΜΕ, ενώ όσο η ηλικία αυξάνεται, μειώνεται το ότι έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ. Τέλος, μεταξύ των δύο ομάδων 9+ έως 20 και 20+ για τα χρόνια που βρίσκεται κάποιος στο επάγγελμα, πέφτει πολύ ο αριθμός αυτών που εκτιμούν ότι η οικονομική κρίση έχει παίξει ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ.

Φαίνεται λοιπόν, ότι οι μικρότεροι σε ηλικία αξιολογούν ψηλά το ρόλο της οικονομικής κρίσης ως παράγοντα που έχει παίξει ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ, ίσως γιατί όπως προκύπτει από ευρήματα άλλων ερωτήσεων της έρευνάς μας τη βιώνουν περισσότερο εργασιακά (αποδοχές, ασφάλεια), αλλά και γιατί δεν έχουν την αίσθηση της ιστορικής συνέχειας των εξελίξεων στα Μέσα στην Ελλάδα.

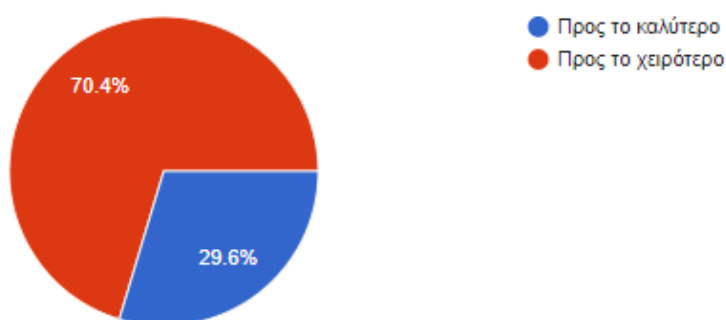
9.25 Απαισιοδοξία για τις τεχνολογικές αλλαγές και το μέλλον

Από τις απαντήσεις στις επόμενες τέσσερις ερωτήσεις, προκύπτει ένας φόβος των συμμετεχόντων στην έρευνα και για τεχνολογικές αλλαγές, αλλά και για το μέλλον το δικό τους και της δημοσιογραφίας. Στην ερώτηση εάν οι τεχνολογικές αλλαγές θα μεταβάλουν προς το καλύτερο ή το χειρότερο τη δουλειά των δημοσιογράφων, 216 άτομα (70,4%) απάντησαν προς το χειρότερο και 91 (29,6%) προς το καλύτερο (Στο Διάγραμμα 9.53 η Ερώτηση 56).

Διάγραμμα 9.53: Μεταβολή δουλειάς δημοσιογράφων εξαιτίας τεχνολογικών αλλαγών

56. Πιστεύετε ότι οι τεχνολογικές αλλαγές θα μεταβάλουν προς το δυσμενέστερο ή προς το καλύτερο τη δουλειά των δημοσιογράφων στο μέλλον.

307 responses



Στους μετέχοντες στην έρευνα θέσαμε και τρεις ερωτήσεις για το πώς εκτιμούν το μέλλον, το δικό τους και της δημοσιογραφίας. Η πρώτη ερώτηση αφορούσε το που θεωρούν ότι θα εργάζονται μελλοντικά, με την πλειοψηφία, 45% (N=138) να απαντά

σε κάποιο ΜΜΕ. Το 30,9% (N=95) δήλωσε πως εκτιμά ότι θα έχει αλλάξει δουλειά, το 11,4% (N=3) σε δική του δουλειά π.χ. μια ιστοσελίδα, το 8,1% (N=25) είπε ότι φοβάται πως δεν θα έχει δουλειά και το 4,6% (N=14) απάντησε ότι θα έχει δική του δουλειά π.χ. ιστοσελίδα, αλλά χωρίς έσοδα (Στο Διάγραμμα 9.54 η Ερώτηση 57).

Διάγραμμα 9.54: Εκτίμηση για εργασία στο μέλλον

57. Στο μέλλον πιστεύετε ότι οι περισσότερες πιθανότητες είναι να εργάζεσθε:

307 responses

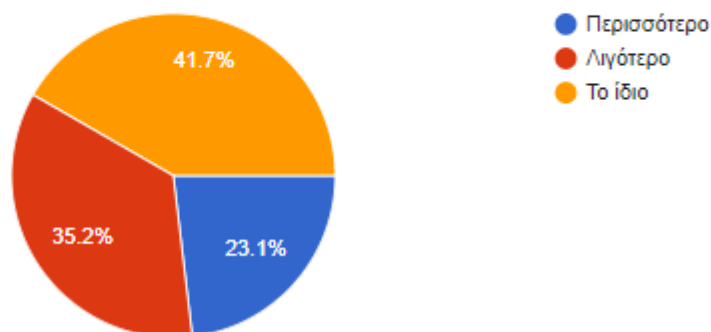


Στην ερώτηση εάν στο μέλλον πιστεύουν ότι θα αμείβονται περισσότερο, λιγότερο ή το ίδιο, η πλειοψηφία, 41,7% (N=128) άτομα απάντησε το ίδιο, 35,2% (N=108) λιγότερο και 23,1% (N=71) περισσότερο (Στο Διάγραμμα 9.55 η Ερώτηση 58).

Διάγραμμα 9.55: Εκτίμηση για αμοιβή στο μέλλον

58. Στο μέλλον πιστεύετε ότι θα αμείβεστε:

307 responses

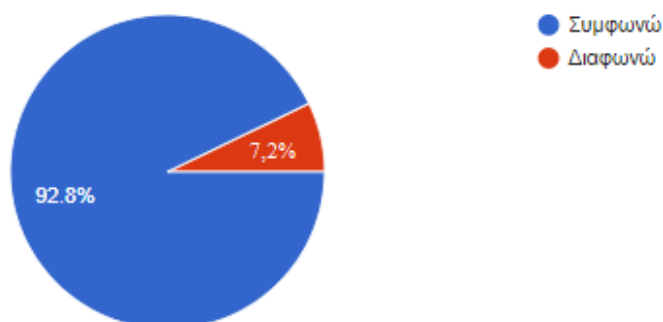


Τέλος, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων, 92,8% (N=285) συμφώνησε με την άποψη ότι η δημοσιογραφική εργασία στο μέλλον θα γίνει περισσότερο αβέβαιη και επισφαλής και μόνο το 7,2% (N=22) διαφώνησε (Στο Διάγραμμα 9.56 η Ερώτηση 59).

Διάγραμμα 9.56: Εκτίμηση επισφάλειας δημοσιογραφίας στο μέλλον

59. Στο μέλλον η δημοσιογραφική εργασία θα γίνει περισσότερο αβέβαιη και επισφαλής.

307 responses



Τα παραπάνω ευρήματα συμφωνούν με της έρευνας *Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work*, στην οποία οι μετέχοντες δημοσιογράφοι δείχνουν να ανησυχούν σημαντικά για το μέλλον του επαγγέλματός τους και της θέσης τους, αντιλαμβανόμενοι ότι πλέον δεν θα είναι σε θέση να βασίζονται στην παραδοσιακή δημοσιογραφική απασχόληση στο μέλλον, αναμένοντας ότι τα έσοδά τους θα μειωθούν σημαντικά και θα αυξηθεί και άλλο η αυτοαπασχόληση. Επίσης, τα ευρήματα αυτών των ερωτήσεων επιβεβαιώνουν και επιβεβαιώνονται από άλλες ερωτήσεις της έρευνας, όπως το αυξημένο άγχος σε σχέση με την προ κρίσης περίοδο, οι χαμηλές αποδοχές και οι προς το δυσμενέστερο μεταβολή μας σειράς παραμέτρων που δημιουργούν ένα επισφαλές εργασιακό περιβάλλον. Όλα αυτά σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση και την πτώση του βιοτικού επιπέδου στη χώρα μας, δημιουργούν αβεβαιότητα και φόβο για το μέλλον, που δεν είναι ο μοναδικός, αφού όπως είδαμε, οι δημοσιογράφοι που συμμετείχαν στην έρευνα εκφράζουν φόβο και για τις τεχνολογικές αλλαγές. Αυτό ίσως συμβαίνει λόγω του ότι οι τεχνολογικές αλλαγές θεωρούνται έως ενός σημείου υπεύθυνες για τις απώλειες θέσεων εργασίας, την αύξηση του όγκου και την εντατικοποίηση της εργασίας, με αποτέλεσμα παρά

την εξέλιξη και την πρόοδο που μπορούν να επιφέρουν να αντιμετωπίζονται με επιφυλακτικότητα και φόβο.

9.26 Άλλες παρατηρήσεις/ απόψεις. Τι θα άλλαζαν οι δημοσιογράφοι

Από τους μετέχοντες στην έρευνα ζητήθηκε να απαντήσουν και σε μία ανοιχτή ερώτηση. Ήταν η 60^η, η τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου, με την οποία τους ζητήθηκε να αναφέρουν άλλες παρατηρήσεις ή απόψεις επί των θεμάτων που απασχολούν την έρευνα και επίσης, τι θα ήθελαν να αλλάξει στη δημοσιογραφία.

Στην ερώτηση αυτή απάντησαν οι 80 από τους συνολικά 307 δημοσιογράφους που μετείχαν στην έρευνα. Η καταγραφή και ανάλυση των απαντήσεων που δόθηκαν στην ανοιχτή ερώτηση είναι ποιοτική και όχι ποσοτική. Κωδικοποιώντας τις απαντήσεις, θα επιχειρήσουμε να τις χωρίσουμε σε κάποιες γενικότερες κατηγορίες, αναλόγως με τα αναφερθέντα σε αυτές, τα οποία μας οδήγησαν στον εξής διαχωρισμό κατηγοριών: Δεοντολογία, ιδιοκτήτες MME, ανεξαρτησία MME, συνδικαλισμός, εργασιακές σχέσεις-συνθήκες εργασίας, κατάρτιση-επιμόρφωση-σπουδές, νέες τεχνολογίες. Αυτά είναι τα ζητήματα που όπως φαίνεται απασχολούν περισσότερο τους δημοσιογράφους, ενώ υπάρχουν και κάποιες απαντήσεις για διάφορα άλλα μεμονωμένα θέματα.

Σημαντικός αριθμός από όσους απάντησαν στην ανοιχτή ερώτηση, έθιξαν το θέμα της δεοντολογίας, για την οποία από τις προηγούμενες κλειστές ερωτήσεις προέκυψε ότι παραβιάζεται περισσότερο τώρα από την περίοδο προ της οικονομικής κρίσης, ενώ ορισμένοι απάντησαν ότι δέχονται παρενόχληση για να παραβιάσουν τη δεοντολογία. Στις απαντήσεις που έδωσαν οι μετέχοντες στην έρευνα στην ανοιχτή ερώτηση, ανέφεραν πως θα πρέπει οι Ενώσεις Συντακτών να αναλάβουν δράση για την τήρηση της δημοσιογραφικής δεοντολογίας, η οποία, όπως σημειώνουν, παραβιάζεται πολλαπλώς. Προτείνεται, μάλιστα, η δημιουργία ξεχωριστού οργάνου που θα ελέγχει τις παραβιάσεις της δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Ένα θέμα που απασχολεί έντονα, είναι η τήρηση της δεοντολογίας στις ιστοσελίδες και τα social media, αλλά και ο διαχωρισμός επαγγελματιών δημοσιογράφων και bloggers-πολιτών που παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο. Προτείνεται αυστηροποίηση των κανόνων αναπαραγωγής των ειδήσεων των έντυπων MME από τις ιστοσελίδες, υπαγωγή των νέων Μέσων (sites, blogs, social media)

στον έλεγχο ανεξάρτητης Αρχής και υποχρεωτική εμφάνιση φυσικού προσώπου ως υπευθύνου απέναντι στο νόμο για τις ιστοσελίδες, όπως συμβαίνει στον Τύπο.

Το copy paste και η διασταύρωση των ειδήσεων είναι δύο ακόμη θέματα που τίθενται στο πλαίσιο της συζήτησης για τη δεοντολογία ως σοβαρά από τους δημοσιογράφους που απάντησαν στην ανοιχτή ερώτηση, κάτι που αναδείχθηκε και σε προηγούμενες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου.

Άλλο ζήτημα που επίσης τίθεται, είναι η αποκλειστική απασχόληση των δημοσιογράφων σε ένα Μέσο που θα πρέπει να καθιερωθεί και νομικά, όπως αναφέρεται από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, διότι, η πολυαπασχόληση θεωρείται ότι δημιουργεί ζητήματα δεοντολογίας.

Ως σημαντικό ζήτημα της δεοντολογίας θεωρείται και η παρουσία δημοσιογράφων σε ψηφοδέλτια πολιτικών κομμάτων και μάλιστα, για όσους δημοσιογράφους πρόκειται να κατέλθουν υποψήφιοι με πολιτικά κόμματα, προτείνεται η υποχρεωτική απουσία τους από την πληροφόρηση/ενημέρωση των πολιτών για κάποιο διάστημα πριν τις εκλογές.

Ένα άλλο θέμα που θέτει μεγάλο μέρος αυτών που απάντησαν στην ανοιχτή ερώτηση και το οποίο άπτεται της δεοντολογίας και της ανεξαρτησίας της ενημέρωσης είναι το θέμα των ιδιοκτητών των ΜΜΕ. Στις απαντήσεις τονίζεται η ευθυγράμμιση των απόψεων των δημοσιογράφων με τους ιδιοκτήτες των ΜΜΕ, οι οποίοι στις περισσότερες περιπτώσεις, όπως αναφέρεται στις απαντήσεις, είναι και σημαντικοί οικονομικοί παράγοντες, αλλά και ευθυγραμμισμένοι με πολιτικά κόμματα. Ορισμένοι εξ αυτών που απάντησαν, χαρακτηρίζουν τις σχέσεις των ιδιοκτητών ΜΜΕ με πολιτικούς και οικονομικούς παράγοντες ως «διαπλοκή». Προτείνεται, μάλιστα, η θέσπιση ασυμβίβαστου μεταξύ ιδιοκτήτη ΜΜΕ με άλλες δραστηριότητες που δημιουργούν ζήτημα με την ανεξαρτησία του Μέσου που κατέχει. Επισημαίνεται επίσης, ότι αποτελεί πρόβλημα η ύπαρξη ιδιοκτητών ΜΜΕ με ασαφή ή και πλήρως αμφιλεγόμενα οικονομικά μεγέθη και ασαφή προέλευση χρημάτων. Τις σχέσεις ιδιοκτητών ΜΜΕ με την πολιτική και τους πολιτικούς την έχουμε αναλύσει εκτενώς στο πρώτο μέρος της παρούσας διατριβής και τα όσα έχουμε αναφέρει συμφωνούν με τις προαναφερθέντα. Εδώ μπαίνει και το θέμα της ανεξαρτησίας των ΜΜΕ και της ενημέρωσης. Το θέμα αυτό θίγεται και ευθέως από τους συμμετέχοντες στην έρευνα που απάντησαν στην ανοιχτή ερώτηση, αλλά και από τα όσα αναφέρονται τόσο για τη δεοντολογία, όσο και για την ιδιοκτησία των ΜΜΕ. Ένα επιπλέον, όμως, θέμα που αναδεικνύεται τώρα, είναι η δεοντολογία και

πως αυτή παραβιάζεται από τους ίδιους τους δημοσιογράφους με το να συμπεριλαμβάνονται σε ψηφοδέλτια κομμάτων και να ασχολούνται με την πολιτική ή με το εργάζονται σε πολλά ΜΜΕ.

Το εργασιακό είναι το δεύτερο μεγάλο ζήτημα, μαζί με τη δεοντολογία, το οποίο απασχόλησε αυτούς που απάντησαν στην ανοιχτή ερώτηση. Η απουσία των συλλογικών συμβάσεων εργασίας και η ανάγκη επαναφοράς τους τέθηκε ως μείζον ζήτημα, ενώ δεν ήταν λίγοι αυτοί που ανέφεραν πως θα πρέπει να εφαρμόζεται πλήρως η εργατική νομοθεσία, κάτι που όπως αναφέρουν, δεν συμβαίνει τώρα. Έγινε επίσης αναφορά στη «μαύρη εργασία», ως ένα σημαντικό πρόβλημα που θα πρέπει να αντιμετωπισθεί.

Η βελτίωση των συνθηκών εργασίας στα ΜΜΕ ήταν επίσης ένα ζήτημα που τέθηκε. Ορισμένοι από αυτούς που απάντησαν στάθηκαν στον όγκο της εργασίας που έχει αυξηθεί σημαντικά και που όπως ανέφεραν, έχει αυξήσει την πίεση και το άγχος στους δημοσιογράφους που πια εργάζονται περισσότερο και αμείβονται λιγότερο, με αποτέλεσμα να υπάρχει και επιβάρυνση της υγείας τους. Όλα αυτά προκαλούνται, όπως αναφέρθηκε και από την υποστελέχωση που υπάρχει πια στα ΜΜΕ από τις απολύσεις που έχουν γίνει, θέματα που συμφωνούν με τα ευρήματα των κλειστών ερωτήσεων και βεβαίως, έχουν επιχειρηθεί να αναλυθούν εκτενώς στο θεωρητικό μέρος της παρούσας διατριβής.

Κατατέθηκε επίσης η πρόταση, να υποχρεωθούν τα δημόσια και τα ιδιωτικά ΜΜΕ να προσλαμβάνουν αποκλειστικά δημοσιογράφους με πτυχίο δημοσιογραφίας από ΑΕΙ και ΙΕΚ. Επ' αυτού, ζητείται η θέσπιση αδιάβλητων και αξιοκρατικών κανόνων για την πρόσληψη δημοσιογράφων, τόσο στα κρατικά, όσο και στα ιδιωτικά ΜΜΕ.

Για να επιτευχθούν τα παραπάνω, ορισμένοι εξ αυτών που απάντησαν στην ανοιχτή ερώτηση, αναφέρουν ως κυρίαρχο την ισχυροποίηση των συνδικάτων των δημοσιογράφων (Ενώσεις Συντακτών), από τα οποία η συντριπτική πλειοψηφία των όσων απάντησαν δηλώνουν δυσαρεστημένοι, κάτι που προκύπτει εμμέσως και από την απάντηση στην κλειστή ερώτηση ότι δεν έχει αποτέλεσμα η συνδικαλιστική δράση γενικά. Όσοι απάντησαν στην ανοιχτή ερώτηση, ζητούν ακόμη την παρέμβαση των Ενώσεων Συντακτών για την τήρηση της εργατικής νομοθεσίας και την επαναφορά των συλλογικών συμβάσεων εργασίας. Κάποιοι ζητούν και την εκ βάθρων αλλαγή του τρόπου εκλογής των διοικήσεων των συνδικάτων των δημοσιογράφων και του τρόπου λειτουργίας τους. Μία από τις προτάσεις που

κατατίθενται είναι να έχουν το δικαίωμα εκλογής στα διοικητικά συμβούλια των Ενώσεων Συντακτών μόνο ενεργοί δημοσιογράφοι και όχι συνταξιούχοι. Ζητείται επίσης η διοργάνωση σεμιναρίων και ημερίδων από τις Ενώσεις Συντακτών για την επιμόρφωση των δημοσιογράφων, ειδικά στις νέες τεχνολογίες και τα νέα εργαλεία που χρησιμοποιούνται πλέον στη δημοσιογραφία, ενώ τονίζεται και η ανάγκη να δοθούν κίνητρα στους δημοσιογράφους για να επιμορφωθούν.

Δύο ακόμη ζητήματα που τέθηκαν από όσους απάντησαν στην ανοιχτή ερώτηση, είναι πως θεωρούν απαραίτητη τη λήψη μέτρων για την αντιμετώπιση των επιθέσεων και των κρουσμάτων βίας κατά δημοσιογράφων που πλήττουν την ελευθεροτυπία, αλλά και τα Fake News, που, όπως αναφέρθηκε, είναι το μεγαλύτερο πλήγμα για τη δημοσιογραφία, θέμα που αναλύσαμε εκτενώς στο 2^ο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής. Επίσης, αναφέρθηκε ότι η κρίση στα ΜΜΕ δεν είναι ανεξάρτητη της γενικότερης κρίσης της κοινωνίας και ότι το σημαντικότερο πρόβλημα είναι η γενικευμένη, όπως αναφέρεται, ηθική και πνευματική έκπτωση.

Για το τι θα άλλαζαν ή τι θα επιθυμούσαν να αλλάξει, επιχειρήσαμε να κωδικοποιήσουμε και εδώ τις απαντήσεις όσων εκ των μετεχόντων στην έρευνα απάντησαν, με αποτέλεσμα να προκύψουν τα εξής:

- Επιστροφή της ερευνητικής δημοσιογραφίας.
- Ανάταση και αποκατάσταση του επαγγέλματος στην ελληνική κοινωνία.
- Αλλαγή της κακής εικόνας που έχει τα τελευταία χρόνια η κοινή γνώμη για τις ειδήσεις και τους δημοσιογράφους.
- Δημιουργία κουλτούρας για την τήρηση της δεοντολογίας, ειδικά στους νέους δημοσιογράφους.
- Αλλαγή στην ηθική και τη δεοντολογία αρκετών δημοσιογράφων
- Περισσότερες ευκαιρίες στους νέους να μαθαίνουν το επάγγελμα.
- Υγιής συνδικαλιστική εκπροσώπηση μακριά από πολιτική συναλλαγή.
- Αλλαγή του τρόπου αναγνώρισης των δημοσιογράφων και του τρόπου εισόδου τους στις Ενώσεις Συντακτών.
- Μεγαλύτερη προθυμία και δυνατότητα παρέμβασης των δημοσιογραφικών ενώσεων.
- Δημιουργία νέας γενιάς αναγνωστών, διότι το αναγνωστικό κοινό γερνάει και οι εφημερίδες πεθαίνουν μαζί με τους αναγνώστες τους.
- Να μην υπάρχει ο φόβος μηνύσεων στην αποκάλυψη ειδήσεων.

Φαίνεται λοιπόν, ότι οι απόψεις που κατατέθηκαν στην ανοιχτή ερώτηση, αναδεικνύουν ορισμένα φλέγοντα ζητήματα που απασχολούν τη δημοσιογραφία σήμερα, όπως η δεοντολογία, τα εργασιακά θέματα, ο συνδικαλισμός, η ανάγκη επιμόρφωσης στις νέες τεχνολογίες, οι ιδιοκτήτες των ΜΜΕ και η ανεξαρτησία τους. Όσοι απάντησαν στην ανοιχτή ερώτηση από τη μία επιβεβαίωσαν στο σύνολό τους τα ευρήματα των κλειστών ερωτήσεων και από την άλλη ανέφεραν και κάποια επιπλέον πράγματα εμβαθύνοντας τη συζήτηση, ενώ ανέδειξαν και ορισμένα ζητήματα που δεν είχαν τεθεί στις κλειστές ερωτήσεις με τη μορφή που τέθηκαν από τους μετέχοντες στην έρευνα στην ανοιχτή ερώτηση.

9.27 Σύνοψη και συμπεράσματα

Στην έρευνα που διενεργήσαμε με ερωτηματολόγιο 60 ερωτήσεων έλαβαν μέρος 307 δημοσιογράφοι μέλη των Ενώσεων Συντακτών. Πρόκειται για ένα δείγμα που μας επιτρέπει να ισχυριστούμε ότι τα αποτελέσματα μπορούν να μας δώσουν μια ικανοποιητική εικόνα για όλους τους δημοσιογράφους στην Ελλάδα και για τα ισχύοντα στη βιομηχανία των ΜΜΕ στη χώρα μας κατά τη χρονική περίοδο διεξαγωγής της έρευνας, το δίμηνο Ιουνίου-Ιουλίου 2019. Επίσης, ένα τόσο μεγάλο δείγμα περιορίζει τα περιθώρια λάθους (Ζαφειρόπουλος, 2015).

Η παρούσα έρευνα χαρτογραφεί για πρώτη φορά σε τόσο μεγάλο βαθμό το εργασιακό τοπίο στα ελληνικά ΜΜΕ. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων σε αυτή είναι άνδρες, μεγάλοι σε ηλικία και εργάζεται σε ιστοσελίδες, σε αντίθεση με τα ισχύοντα στην Ευρώπη που η πλειοψηφία εργάζεται σε τηλεοπτικούς σταθμούς και εφημερίδες. Από τις απαντήσεις που δόθηκαν και την ανάλυση που έγινε στα προηγούμενα υποκεφάλαια του παρόντος κεφαλαίου, προκύπτουν ορισμένα πολύ σημαντικά συμπεράσματα.

Καταρχάς, επιβεβαιώνεται η σημαντική επιρροή της οικονομικής κρίσης στην κρίση των ΜΜΕ. Όπως προκύπτει από τα ευρήματα της έρευνας, η οικονομική κρίση έχει μεταβάλει προς το δυσμενέστερο τις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων και έχει προκαλέσει άγχος, αβεβαιότητα, απαισιοδοξία για το μέλλον και ένα επισφαλές εργασιακό περιβάλλον, που προκύπτει από μια σειρά ευρημάτων, όπως οι χαμηλές αποδοχές, η μη καταβολή υπερωριών, η ασυνέπεια του εργοδότη στην καταβολή της

μισθοδοσίας, η απλήρωτη εργασία, η παρενόχληση που υφίστανται οι δημοσιογράφοι για να μην τους καταβληθούν οι αποδοχές τους και η μη ύπαρξη ωραρίου.

Συγκεκριμένα, η έρευνα κατέγραψε δυσμενή μεταβολή σε μια σειρά από τομείς που σχετίζονται με τα εργασιακά, όπως ωράριο, μισθός, συνέπεια πληρωμών, όγκος εργασίας, πίεση για μεγαλύτερη παραγωγή περιεχομένου, τήρηση δεοντολογίας, ανεξαρτησία, προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης, ανασφάλιστη εργασία, αμοιβή με μπλοκάκι, μερική απασχόληση, απολύσεις, απλήρωτη εργασία, καθυστέρηση πληρωμών, υπερίσχυση των ατομικών συμβάσεων έναντι των συλλογικών. Επίσης, η επιπλέον των καθηκόντων εργασία χωρίς αμοιβή είναι και αυτή αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης, αφού σύμφωνα με τις απαντήσεις, επιβάλλεται επειδή δεν υπάρχει επαρκές προσωπικό για να φέρει σε πέρας την εργασία, ενώ γίνεται επίκληση οικονομικών προβλημάτων λόγω της κρίσης από την εργοδοσία.

Οι συσχετίσεις έδειξαν ότι σε δύο τομείς, η συνέπεια στις πληρωμές και δεοντολογία, σχετίζονται με το εάν ο δημοσιογράφος είναι απόφοιτος σχολής δημοσιογραφίας / επικοινωνίας. Συγκεκριμένα, έδειξαν ότι παρατηρείται ακόμη μεγαλύτερη ασυνέπεια από τον εργοδότη στην καταβολή της μισθοδοσίας των μη αποφοίτων σε σχέση με τους απόφοιτους σχολών δημοσιογραφίας/ επικοινωνίας και όσον αφορά στην τήρηση της δεοντολογίας, αυτή εφαρμόζεται περισσότερο σε αυτούς που έχουν σπουδάσει δημοσιογραφία/ επικοινωνία.

Δεύτερο σημαντικό αποτέλεσμα της έρευνας είναι ότι οι νέοι δημοσιογράφοι έχουν πληγεί περισσότερο από την οικονομική κρίση και βρίσκονται σε δυσχερέστερη θέση από τους παλιούς δημοσιογράφους. Οι προς το δυσμενέστερο μεταβολές στα εργασιακά έχουν επηρεάσει κυρίως τους νέους δημοσιογράφους, οι οποίοι αξιολογούν ως πολύ σημαντικό το ρόλο της οικονομικής κρίσης ως παράγοντα που έχει παίξει ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ, ίσως γιατί τη βιώνουν περισσότερο εργασιακά. Από τις συσχετίσεις που έγιναν, προέκυψε ότι την οικονομική κρίση και την τεχνολογική εξέλιξη, οι ηλικίες 18-24, τις αξιολογούν πολύ ψηλά ως παράγοντα κρίσης στα ΜΜΕ, ενώ όσο η ηλικία αυξάνεται, μειώνεται το ότι έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ. Τέλος, μεταξύ των δύο ομάδων 9+ έως 20 και 20+ για τα χρόνια που βρίσκεται κάποιος στο επάγγελμα, πέφτει πολύ ο αριθμός αυτών που εκτιμούν ότι η οικονομική κρίση έχει παίξει ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ.

Από τα ευρήματα της έρευνας προκύπτει ότι οι νεότεροι δημοσιογράφοι είναι πιο κακοπληρωμένοι, κάτι για το οποίο ευθύνεται η αποδιάρθρωση των εργασιακών σχέσεων την περίοδο των μνημονίων και η απουσία των συλλογικών συμβάσεων που

προκάλεσε αυτή η αποδιάρθρωση, η οποία δεν είχε ως αποτέλεσμα μόνο τη μείωση των μισθών, αλλά και τη μη καταβολή υπερωριών και ορισμένες από τις δυσμενείς εργασιακές μεταβολές που καταγράφονται στην έρευνα (π.χ. επιπλέον εργασία χωρίς αμοιβή, αύξηση του όγκου της εργασίας, μη ύπαρξη ωραρίου και συγκεκριμένων ημερών εργασίας). Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία και παλαιότεροι στο επάγγελμα αμείβονται καλύτερα, αφού ακόμη και μετά την αποδιάρθρωση των εργασιακών σχέσεων και την κατάργηση των συλλογικών συμβάσεων, διατηρούν τα μισθολογικά και τα περισσότερα εργασιακά τους δικαιώματα, εφόσον παρέμεναν στην ίδια εργασία τα χρόνια της κρίσης και δεν έχασαν τη δουλειά τους. Σε περίπτωση απόλυσης ή αποχώρησης, βέβαια, πέραν της απώλειας αυτών των δικαιωμάτων, παρατηρείται το φαινόμενο της ανακύκλωσης, δηλαδή της απόλυσής τους και της αντικατάστασής τους με νεότερους σε ηλικία που προσλαμβάνονται με χαμηλότερο μισθό και λιγότερα εργασιακά δικαιώματα.

Τρίτο σημαντικό εύρημα της έρευνας είναι οι χαμηλές αποδοχές της μεγάλης πλειοψηφίας των δημοσιογράφων που συμμετείχαν σε αυτή. Αυτό οφείλεται στην οικονομική κρίση, αλλά και στις γενικότερες νεοφιλελεύθερες πολιτικές που ακολουθήθηκαν διεθνώς από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 και οι οποίες είχαν δημιουργήσει τη γενιά των 700 ευρώ στην Ελλάδα πριν ακόμη την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης που από την πλευρά της συνέτεινε στην ακόμη μεγαλύτερη μείωση των μισθών. Η πλειοψηφία (32,2%) από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, δήλωσε ότι αμείβεται με μισθούς που κυμαίνονται μεταξύ 1.001-1.500 ευρώ, ποσά που είναι κατά πολύ χαμηλότερα από τα ισχύοντα σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου ο μέσος μισθός των δημοσιογράφων είναι περίπου 2.250 ευρώ, ενώ ένα ποσοστό 28% αμείβονται μέχρι 800 ευρώ το μήνα (το 9% αυτών αμείβεται μέχρι 500 ευρώ το μήνα).

Επίσης, ένα σημαντικό ποσοστό (64,2%) των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσε ότι κάποια στιγμή έχει κάνει και άλλη δουλειά πέραν της δημοσιογραφίας. Για τους Έλληνες δημοσιογράφους είναι προφανές ότι η ανάγκη εργασίας και ασφάλισης εκτός δημοσιογραφίας αυξήθηκε μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, η οποία οδήγησε αρκετούς εξ αυτών στην ανεργία ή μείωσε τους μισθούς τους τόσο πολύ, που η επιβίωση ήταν αδύνατη χωρίς επιπρόσθετο εισόδημα, το οποίο αναζητήθηκε εκτός δημοσιογραφίας.

Σημαντικό εύρημα όσον αφορά τις αποδοχές που προέκυψε από τις συσχετίσεις που έγιναν, αποτελεί ότι οι δημοσιογράφοι που εργάζονται στην τηλεόραση είναι οι

καλύτερα αμειβόμενοι, ενώ οι χειρότερα αμειβόμενοι είναι αυτοί που εργάζονται σε ιστοσελίδες, οι οποίοι αποτελούν και την πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα. Όσον αφορά στις ιστοσελίδες, όπως προέκυψε από τις συσχετίσεις της έρευνας, είναι μαζί με τις εφημερίδες το Μέσο στο οποίο έχουν μεταβληθεί περισσότερο προς το δυσμενέστερο το ωράριο, οι αποδοχές των δημοσιογράφων, ο όγκος εργασίας, η πίεση για την παραγωγή περισσότερου περιεχομένου και οι προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης. Επίσης, οι συσχετίσεις έδειξαν ότι και οι καθυστερήσεις στις πληρωμές είναι μεγαλύτερες στις εφημερίδες και τις ιστοσελίδες σε σχέση και με τα άλλα ΜΜΕ.

Επίσης, από τις συσχετίσεις βλέπουμε και πάλι το σημαντικό ρόλο της ηλικίας και τη δυσμενή θέση στην οποία βρίσκονται οι νεότεροι σε ηλικία. Οι συσχετίσεις έδειξαν πως οι δημοσιογράφοι των οποίων οι μισθοί είναι μεγαλύτεροι των 1.500 ευρώ ανήκουν στις μεγαλύτερες ομάδες χρόνων εργασίας και ειδικά στην ομάδα 9+ έως 20 χρόνια εργασίας ως δημοσιογράφοι. Ακόμη, έδειξαν ότι η αμοιβή με μπλοκάκι είναι και αυτή ψηλή στις μικρές ηλικίες (25-34) και βαίνει συνεχώς μειούμενη όσο η ηλικία αυξάνεται, όπως και η μερική απασχόληση που επίσης είναι ψηλή στις ηλικίες 18-24 και 25-34 και στη συνέχεια και μέχρι την ηλικιακή ομάδα 45-54 μειώνεται. Η αμοιβή με μπλοκάκι επίσης, παρουσιάζει ραγδαία αύξηση μεταξύ αυτών που βρίσκονται στο επάγγελμα 3+-9 και 20+ χρόνια.

Τέταρτο σημαντικό εύρημα είναι οι τεχνολογικές αλλαγές απέναντι στις οποίες φαίνεται να υπάρχει ένας φόβος. Οι απόψεις είναι μοιρασμένες για το αν θα επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά τη δημοσιογραφία και σχεδόν μοιρασμένες είναι οι απόψεις (ελαφρά υπέρ του ότι το απειλούν) και για το ότι οι νέες μορφές δημοσιογραφίας που υιοθετούνται παγκοσμίως και θέλουν τον δημοσιογράφο να είναι «πολυεργαλείο» απειλούν το επάγγελμα. Σε πολύ μεγάλο ποσοστό υπέρ του ότι οι δημοσιογράφοι που εργάζονται σε ιστοσελίδες είναι δημοσιογράφοι (ασχέτως αν είναι μέλη ενώσεων συντακτών) είναι οι μετέχοντες στην έρευνα, άποψη την οποία υποστηρίζουν περισσότερο οι νέοι σε ηλικία, κάτι που δείχνει ότι οι μεγαλύτεροι σε ηλικία δημοσιογράφοι που είναι και οι παλαιότεροι στο επάγγελμα, δείχνουν να μην υιοθετούν τη νέα πραγματικότητα στη δημοσιογραφία και να είναι αποκομμένοι από τις τεχνολογικές εξελίξεις.

Οι συσχετίσεις έδειξαν πως από αυτούς που δεν πιστεύουν ότι μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι, οι δημοσιογράφοι που έχουν εργαστεί/εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες, το 21,6% είναι ηλικίας 35-44 ετών και το 45,1% είναι ηλικίας 45-44

ετών, ενώ από αυτούς που πιστεύουν ότι μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι τα ποσοστά στις αντίστοιχες ηλικίες είναι 40,6% και 38,7%, δηλαδή όσο η ηλικία ανεβαίνει από τα 35 χρόνια και μετά, οι θετικές γνώμες για το ότι οι δημοσιογράφοι που εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι μειώνονται. Επίσης, από αυτούς που δεν πιστεύουν ότι μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι, οι δημοσιογράφοι που έχουν εργαστεί/εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες, το 84,3% βρίσκονται στη δημοσιογραφία περισσότερα από 20 χρόνια εργασίας και το 15,7% έχουν 9+ έως 20 χρόνια εργασίας, ενώ από αυτούς που πιστεύουν ότι μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι τα ποσοστά σε αυτά τα χρόνια εργασίας είναι 62,1% και 32,4% αντίστοιχα. Διαπιστώνεται, δηλαδή, ότι οι μεγαλύτεροι σε ηλικία δημοσιογράφοι που είναι και οι παλαιότεροι στο επάγγελμα, δείχνουν να μην υιοθετούν τη νέα πραγματικότητα στη δημοσιογραφία και να είναι αποκομμένοι από τις τεχνολογικές εξελίξεις. Το ότι οι δημοσιογράφοι που έλαβαν μέρος την έρευνα είναι μεγάλης ηλικίας (το 55,7% είναι άνω των 45 ετών) καθορίζει και τη στάση τους απέναντι στις τεχνολογικές εξελίξεις, από τις οποίες φαίνεται να τηρούν μια απόσταση και να μην είναι απόλυτα εξοικειωμένοι.

Παρ όλα αυτά, άπαντες διατηρούν τις διαχωριστικές γραμμές ανάμεσα σε δημοσιογράφους και πολίτες που παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο, τους οποίους δεν θεωρούν δημοσιογράφους, αλλά εκτιμούν ότι η δημοσιογραφία των πολιτών μπορεί να βοηθήσει τη δημοσιογραφία και δεν αποτελεί κίνδυνο για τις θέσεις εργασίας.

Πέμπτο σημαντικό εύρημα της έρευνας είναι η αλλαγή παραδοχής για το ποιος είναι επαγγελματίας δημοσιογράφος. Μόνο το 50,8% των ερωτηθέντων απάντησε πως για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να είναι μέλος αναγνωρισμένης Ένωσης Συντακτών, ενώ ο ίδιος αριθμός ανέφερε ότι για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να κερδίζει τα προς το ζην από τη δημοσιογραφία, ασχέτως του αν είναι μέλος δημοσιογραφικής ένωσης και των σπουδών του. Το εύρημα αυτό είναι πολύ σημαντικό καθώς ανατρέπει τις παραδοσιακές παραδοχές, σύμφωνα με τις οποίες για να θεωρηθεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να είναι μέλος Ένωσης Συντακτών. Επίσης, το εύρημα αυτό επιβεβαιώνεται κατά ένα μέρος και από την απάντηση που έδωσαν οι μετέχοντες στην έρευνα, ότι το σημαντικότερο προσόν για να γίνει κάποιος δημοσιογράφος δεν είναι οι σπουδές, αλλά η πρακτική άσκηση σε κάποιο ΜΜΕ, τη στιγμή, μάλιστα, που η μεγάλη πλειοψηφία τους διαθέτει πανεπιστημιακό πτυχίο.

Προκύπτει λοιπόν, μια καθαρή αμφισβήτηση των παραδοσιακών παραδοχών για τον χαρακτηρισμό του επαγγελματία δημοσιογράφου και μάλιστα, η αμφισβήτηση αυτή προέρχεται από τους ίδιους τους επαγγελματίες δημοσιογράφους, μέλη Ενώσεων Συντακτών και σχετίζεται με τις τεχνολογικές εξελίξεις και το νέο επικοινωνιακό τοπίο που μεταβάλλει τις παραδοχές περί του ποιος τελικά μπορεί να χαρακτηριστεί ως επαγγελματίας δημοσιογράφος. Τα όσα αναφέρουμε εδώ, έχουν σχέση και με μέρος προηγούμενου ευρήματος, σύμφωνα με το οποίο οι μετέχοντες στην έρευνα θεωρούν επαγγελματίες τους δημοσιογράφους των ιστοσελίδων ανεξάρτητα εάν είναι μέλη δημοσιογραφικών ενώσεων, κάτι που γνωρίζουμε ότι για την Ελλάδα είναι ακόμη πιο σημαντικό, αφού στις μεγάλες ενώσεις συντακτών όπως η ΕΣΗΕΑ, οι δημοσιογράφοι των ιστοσελίδων άρχισαν να γίνονται δεκτοί ως μέλη μόλις το 2018.

Έκτο σημαντικό εύρημα της έρευνας είναι το ποιοι έχουν την ευθύνη για την κρίση των ΜΜΕ. Από τις απαντήσεις που δόθηκαν προκύπτει ότι η βασική ευθύνη ανήκει στους ιδιοκτήτες των Μέσων. Δεύτερος παράγων αναδείχθηκε η οικονομική κρίση, αλλά σημαντικό είναι ότι οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι αξιολογούν ως τρίτο στη σειρά παράγοντα που ευθύνεται για την κρίση στα ΜΜΕ μετά τους ιδιοκτήτες και την οικονομική κρίση τους ίδιους τους δημοσιογράφους και τέταρτο παράγοντα την τεχνολογική εξέλιξη.

Έβδομο σημαντικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι η απογοήτευση που υπάρχει από τις Ενώσεις Συντακτών και η παραδοχή ότι οι απεργίες και η συνδικαλιστική δράση γενικά δεν έχουν αποτελέσματα. Όλα αυτά, παρ' ότι η μεγάλη πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα δηλώνουν ότι συμμετέχουν στις απεργιακές κινητοποιήσεις που προκηρύσσουν τα συνδικάτα των δημοσιογράφων.

Όγδοο σημαντικό εύρημα της έρευνας είναι η στροφή στην επιχειρηματικότητα ή η αναγκαστική επιχειρηματικότητα που επιχειρείται και μάλιστα, με σχήματα που στην Ελλάδα δεν δείχνουν, τουλάχιστον προς το παρόν, να είναι αποδοτικά. Η οικονομική κρίση και τα αποτελέσματά της (ανεργία, μείωση μισθών κ.λ.π.) ανάγκασε δημοσιογράφους που αναζητήσουν εργασία, εισόδημα ή και αύξηση του εισοδήματός τους να γίνουν επιχειρηματίες, δημιουργώντας τις δικές τους ιστοσελίδες και τις δικές τους επιχειρήσεις δωρεάν ή με λίγα χρήματα, δυνατότητα που ενίσχυσαν οι τεχνολογικές εξελίξεις. Από τις απαντήσεις που δόθηκαν, όμως, προκύπτει πως αυτού του είδους τα σχήματα δεν είναι, ακόμη τουλάχιστον, αποδοτικά στην Ελλάδα.

Ένατο και επίσης εξαιρετικά σημαντικό εύρημα της έρευνας, είναι ότι οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι δηλώνουν ότι δεν είναι ικανοποιημένοι από τη δουλειά που κάνουν. Τα αίτια για την απάντηση αυτή θα πρέπει να αναζητηθούν σε όλα τα προηγούμενα που αναφέραμε και ειδικότερα σε λόγους, όπως η οικονομική κρίση και τα αποτελέσματά της, το νέο τοπίο που διαμορφώνεται στη δημοσιογραφία και ο μετασχηματισμός της, η αύξηση του όγκου εργασίας και η πίεση για παραγωγή περισσότερου περιεχομένου, οι μειώσεις μισθών και οι απολύσεις που δημιουργούν ένα ασφυκτικό περιβάλλον που κάνει τους δημοσιογράφους να μην είναι ικανοποιημένοι από την εργασία τους, να έχουν περισσότερο άγχος σήμερα σε σχέση με την προ της οικονομικής κρίσης περίοδο και να είναι απαισιόδοξοι για το μέλλον.

Επίσης, πολύ ψηλά στην ατζέντα οι συμμετέχοντες στην έρευνα έθεσαν θέματα όπως η δεοντολογία, η ποιότητα και η ανεξαρτησία της ενημέρωσης και η ανάγκη επιστροφής στην ανεξάρτητη, ποιοτική και ερευνητική δημοσιογραφία. Ακόμη, σημειώνεται επιτακτικά η ανάγκη επιμόρφωσης στις νέες τεχνολογίες και το συνεχώς εξελισσόμενο τοπίο της ενημέρωσης και η αξιοκρατία.

Τελικά, από τις απαντήσεις που δόθηκαν φαίνεται ότι δεν είναι μόνο η οικονομική κρίση και η τεχνολογική αλλαγή υπεύθυνες για την κρίση των ΜΜΕ, αλλά και άλλοι παράγοντες, όπως οι ιδιοκτήτες των ΜΜΕ και οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι, που κατονομάζονται ως υπεύθυνοι για τη δυσμενή μεταβολή των εργασιακών σχέσεων της δημοσιογραφίας στην Ελλάδα και την κρίση του Τύπου και το νέο δυσμενές εργασιακό περιβάλλον που έχει δημιουργηθεί. Τα περισσότερα από τα σημαντικά ευρήματα της έρευνας που καταγράψαμε συμφωνούν με τα όσα έχουμε ήδη αναφέρει στη βιβλιογραφική επισκόπηση, στο Α' μέρος της παρούσας διατριβής και έρχονται να επιβεβαιώσουν την κρίση των ΜΜΕ και της δημοσιογραφίας. Κάποια εξ αυτών συμφωνούν και με τα ευρήματα διεθνών ερευνών, αλλά υπάρχουν και ορισμένα που αποτελούν ελληνική ιδιομορφία. Στην κατηγορία αυτή ανήκει το ότι η πλειοψηφία των δημοσιογράφων που έλαβαν μέρος στην έρευνα εργάζεται σε ιστοσελίδες, ενώ στην υπόλοιπη Ευρώπη η πλειοψηφία των δημοσιογράφων εργάζεται σε εφημερίδες και τηλεοπτικούς σταθμούς. Επίσης, οι μισθοί στα ελληνικά ΜΜΕ είναι χαμηλότεροι από τα ισχύοντα στην υπόλοιπη Ευρώπη, στοιχείο που σίγουρα παίζει το ρόλο του σε ένα ακόμη φαινόμενο που είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένο στην Ελλάδα, αυτό της πολλαπλής απασχόλησης των δημοσιογράφων. Σε αντίθεση με τα ευρήματα διεθνών ερευνών, οι δημοσιογράφοι που έλαβαν μέρος στην έρευνα δεν θεωρούν ότι οι πολίτες που παράγουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο μπορούν να

χαρακτηριστούν δημοσιογράφοι. Μια ακόμη σημαντική διαφοροποίηση είναι οι αιτίες της κρίσης των ΜΜΕ, στις οποίες οι μετέχοντες στην έρευνα πέραν της οικονομικής κρίσης και της τεχνολογικής αλλαγής θεωρούν ως πρώτη αιτία τους ιδιοκτήτες των Μέσων και σε υψηλό ποσοστό 50% τους ίδιους τους δημοσιογράφους.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η δημοσιογραφία βρίσκεται σε μια πρωτόγνωρη φάση μετασχηματισμού και αλλαγών. Οι αλλαγές αυτές δεν αφορούν μόνο τους νέους τρόπους και τα μέσα παραγωγής της είδησης, αλλά είναι ευρύτερες. Όπως αναφέρει ο Picard (2015), αποτελούν μέρος ενός ευρύτερου κοινωνικού, οικονομικού και εργασιακού μετασχηματισμού, ενώ σύμφωνα με τον Neff (2012), είναι χαρακτηριστικό πολλών τμημάτων της αγοράς εργασίας σε μεταβιομηχανικές οικονομίες.

Όπως καθίσταται προφανές, αυτός ο μετασχηματισμός δεν είναι ανώδυνος για κανένα, ειδικά για τους εργαζόμενους στα Μέσα, σε μια χρονική συγκυρία, μάλιστα, που η παγκόσμια οικονομική κρίση έπληξε με μεγάλη ένταση και τη βιομηχανία των ΜΜΕ παγκοσμίως. Οι συνέπειες αυτής της μεταβολής λόγω της τεχνολογικής αλλαγής, αλλά και της οικονομικής κρίσης στη ζωή και την εργασία των δημοσιογράφων, στο ίδιο το επάγγελμα και την ενημέρωση είναι το αντικείμενο της παρούσας διατριβής, η οποία εστιάζει στην περίπτωση της Ελλάδας. Επιχειρείται, δηλαδή, να καταδειχθεί το κατά πόσον και με ποιον τρόπο οι τεχνολογικές εξελίξεις και οι εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία επηρέασαν τη βιομηχανία των ΜΜΕ και μετέβαλλαν εργασιακά τη δημοσιογραφία σε όλο τον κόσμο και ειδικά στη χώρα μας, στην οποία το σχετικό ερευνητικό πεδίο παραμένει σε μεγάλο βαθμό αχαρτογράφητο.

Όλα αυτά, επιχειρήθηκε να εξεταστούν υπό το πρίσμα των ιστορικών εξελίξεων και συγκυριών, καθώς είναι σαφές ότι στη διάδοση του Τύπου συνέβαλλαν πέραν των τεχνολογικών αλλαγών και μια σειρά από άλλους λόγους, όπως η βελτίωση των υποδομών, η πρώτη διεθνοποίηση της οικονομίας, η άνθηση της αποικιοκρατίας και της μετακίνησης των πληθυσμών, η μείωση του αναλφαριθμητισμού και η ενίσχυση των κοινοβουλευτικών διαδικασιών και της δημοκρατίας. Αυτό μας δείχνει πως καμία τεχνολογική ή άλλου είδους μεταβολή δεν είναι ανεξάρτητη από τις γενικότερες συνθήκες της κάθε περιόδου και δεν μπορεί να εξεταστεί ανεξάρτητα από τις συνολικές κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές και πολιτιστικές αλλαγές που συμβαίνουν παγκοσμίως στο πλαίσιο των οποίων και σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές εξελίξεις, η δημοσιογραφία αλλάζει και ο ρόλος του δημοσιογράφου μεταβάλλεται.

Στην μακρά πορεία της μετάδοσης των ειδήσεων και της δημοσιογραφίας έχουν υπάρξει διάφοροι σταθμοί που διαδραμάτισαν καταλυτικό ρόλο. Από την ερμηνεία των διάφορων συμβόλων ως αρχική μορφή επικοινωνίας περάσαμε στους

αγγελιοφόρους, στη συνέχεια στο γραπτό κείμενο και εν τέλει στην εφεύρεση της τυπογραφίας που άλλαξε το ρουν της ιστορίας. Οι τυπωμένες εφημερίδες εξελίσσονταν συνεχώς, ενώ ο τηλεγράφος αντικατέστησε τα ταχυδρομικά περιστέρια στην αποστολή μηνυμάτων και αποτέλεσε ένα ακόμη σταθμό στην εξέλιξη της δημοσιογραφίας, η οποία αρχίζει να αποκτά χαρακτηριστικά επαγγέλματος περί το 1880, ακολουθώντας δύο δρόμους, των σπουδών δημοσιογραφίας και της οργάνωσης μέσα από σωματεία. Ταυτόχρονα, οι δημοσιογράφοι χειραφετούνται, με τον όρο *ρεπόρτερ* να αποτελεί τον πρώτο μη υβριδικό χαρακτηρισμό για τους επαγγελματίες της δημοσιογραφίας και το νέο επάγγελμα είναι έτοιμο να ακολουθήσει το δρόμο της αυτονομίας και της περαιτέρω εξέλιξης.

Αρχικά το ραδιόφωνο και στη συνέχεια η τηλεόραση άλλαξαν τα δεδομένα στην ενημέρωση, μετέβαλλαν το επιχειρηματικό τοπίο και έδωσαν και νέα διάσταση στην ελευθερία του Τύπου. Τα δύο αυτά Μέσα αμφισβητούν πια ευθέως την κυριαρχία των εφημερίδων και διαμορφώνουν ένα εντελώς νέο περιβάλλον στο τοπίο των ΜΜΕ. Ένα περιβάλλον που θα μεταβληθεί και πάλι καθώς η ανακάλυψη του διαδικτύου θα προκαλέσει πραγματική επανάσταση και όπως αναφέρει ο Daly (2012), θα αλλάξει τον παραδοσιακό τρόπο μετάδοσης της είδησης που ήταν από το Μέσο και τον δημοσιογράφο στο κοινό και θα τον καταστήσει αμφίδρομο, με το κοινό να διαδραματίζει πια σημαντικό ρόλο.

Οι τελευταίες εξελίξεις έχουν πλέον δημιουργήσει ένα νέο επικοινωνιακό τοπίο, στο οποίο κυριαρχεί η ψηφιοποίηση της πληροφορίας και η λεγόμενη «σύγκλιση των Μέσων». Το οικοσύστημα της ενημέρωσης και της δημοσιογραφίας έχει αλλάξει ριζικά και μεταβάλλεται διαρκώς και με μεγάλη ταχύτητα. Νέα Μέσα, νέοι τρόποι και φορείς διάχυσης της πληροφορίας αναδεικνύονται δημιουργώντας μια εντελώς καινούργια κατάσταση και ένα εντελώς νέο και χαοτικό τοπίο, στο οποίο οι παραδοσιακές παραδοχές και ιεραρχίες της ενημέρωσης ανατρέπονται, ενώ οι τεχνολογικές εξελίξεις θέτουν σε αμφιβολία το ποιος μπορεί να χαρακτηριστεί δημοσιογράφος, με δεδομένη και τη συμμετοχή των πολιτών στην παραγωγή ειδησεογραφικού περιεχομένου. Όροι όπως η *ρομποτική δημοσιογραφία*, μπαίνουν στη ζωή μας δείχνοντας την τεχνολογική εξέλιξη του επαγγέλματος, αλλά δεν είναι μόνο αυτοί και δεν υπάρχει μόνο η θετική πλευρά της εξέλιξης. Υπάρχει και η αρνητική όπως τα *fake news*, η προστασία της ιδιωτικής ζωής και η ασφάλεια της πληροφορίας στο διαδίκτυο. Το σκάνδαλο *Cambridge Analytica* και η υπό έρευνα χειραγώγηση της ψήφου των πολιτών στις προεδρικές εκλογές των ΗΠΑ το 2016,

στο δημοψήφισμα για το *Brexit* και την ανεξαρτησία της Καταλονίας, μας υπενθυμίζουν και την άλλη πλευρά της τεχνολογικής εξέλιξης και των κινδύνων που κρύβει για την ενημέρωση και την ίδια τη δημοκρατία.

Είναι προφανές πως η νέα εποχή στη δημοσιογραφία έχει οδηγήσει σε επανεξέταση της κάθε οργανωτικής πτυχής της παραγωγής ειδήσεων, απώλεια εσόδων στους οργανισμούς ΜΜΕ, σε περιορισμό του κόστους παραγωγής, περικοπές και απολύσεις, τις οποίες βιώνουν οι δημοσιογράφοι σε όλο τον κόσμο. Σε συνδυασμό μάλιστα με την οικονομική κρίση, τα ‘λουκέτα’ σε Μέσα Ενημέρωσης, οι απώλειες θέσεων εργασίας και η ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων έχουν αυξηθεί δραματικά τα τελευταία χρόνια στη βιομηχανία των Μέσων.

Συνέπεια αυτών είναι και η αλλαγή στο περιεχόμενο της εργασίας του δημοσιογράφου, ο οποίος στο νέο τοπίο που διαμορφώνεται, δεν είναι πια μόνο «πυλωρός» ή ένας επαγγελματίας της ενημέρωσης που γράφει και μεταδίδει, αλλά ένα «πολυεργαλείο», που πρέπει να είναι ταυτόχρονα συντάκτης, ρεπόρτερ, ερευνητής, φωτογράφος, κάμεραμαν και πολλά άλλα και επιπλέον είναι αναγκασμένος να αποκτά νέες δεξιότητες προκειμένου να προσαρμοστεί στις συνεχείς μεταβολές. Οι ιλιγγιώδεις ρυθμοί με τους οποίους είναι αναγκασμένοι να δουλεύουν οι δημοσιογράφοι στο νέο τοπίο τους αναγκάζει να ασχολούνται πρωτίστως με την ταχύτητα της δημοσίευσης και να μην δίνουν προτεραιότητα σε θεμελιώδεις δημοσιογραφικές πρακτικές, όπως είναι της έρευνας, της κριτικής ανάλυσης, της ερμηνείας και της διασταύρωσης της είδησης, ενώ τις περισσότερες φορές δεν γίνεται παραγωγή πρωτογενούς υλικού, αλλά αναπαραγωγή περιεχομένου.

Όλα τα παραπάνω οδηγούν σε αλλαγές στις εργασιακές πρακτικές και σημαντικές μεταβολές στις εργασιακές σχέσεις της δημοσιογραφίας, η οποία έχει επηρεαστεί από την τεχνολογική αλλαγή, αλλά και τις ευρύτερες εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία. Η οικονομική κρίση και η νεοφιλελεύθερη μεταρρύθμιση του καπιταλισμού έχουν οδηγήσει σε μετασχηματισμό της εργασίας και έχουν επηρεάσει τις εργασιακές σχέσεις. Έχουν οδηγήσει στη γενίκευση φαινομένων όπως η απελευθέρωση των αγορών εργασίας, η διάδοση της ελαστικοποίησης των εργασιακών σχέσεων και της μερικής απασχόλησης, η υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας, η αύξηση της τάσης εξωτερικής ανάθεσης και η αποδιάρθρωση των συλλογικών διαπραγματεύσεων. Ο αριθμός των μισθωτών δημοσιογράφων μειώνεται συνεχώς, ενώ ο αριθμός των ελεύθερων επαγγελματιών αυξάνει. Η τηλεργασία που συνήθως παραπέμπει σε ελεύθερους επαγγελματίες και η αυτοαπασχόληση ή η

«αναγκαστική επιχειρηματικότητα» των δημοσιογράφων επίσης αυξάνονται. Μαύρη και απλήρωτη εργασία, μείωση των θέσεων εργασίας και απολύσεις παγκοσμίως, παρακμή του επικρατούντος επιχειρηματικού μοντέλου που στηριζόταν στις κυκλοφορίες και τη διαφήμιση και απώλεια της αξιοπιστίας των ΜΜΕ συμπληρώνουν το σκηνικό της νέας εποχής στη δημοσιογραφία.

Όλα αυτά ισχύουν και στην ελληνική αγορά εργασίας των ΜΜΕ, στην οποία η παρούσα διατριβή επιχείρησε να εισέλθει περισσότερο και να διερευνήσει τις μεταβολές που έχουν επέλθει στη δουλειά των δημοσιογράφων και τη νέα εργασιακή πραγματικότητα. Αρχικά, επιχειρήθηκε μια ιστορική αναδρομή στη γέννηση και την πορεία του ελληνικού μηντιακού συστήματος, το οποίο παρουσίασε σημαντική καθυστέρηση στην ανάπτυξή του λόγω της φτώχειας, του υψηλού ποσοστού αναλφαβητισμού και της πολιτικής συγκυρίας που διαμορφώθηκε μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και μέχρι το 1974. Η αποκατάσταση της δημοκρατίας το 1974 θα σημάνει την αναγέννηση και τον εκσυγχρονισμό του ελληνικού Τύπου.

Ιδιαίτερα σημαντική ως προς τη διαμόρφωση του ελληνικού μηντιακού συστήματος είναι η δεκαετία του 1980. Από τη μία, ήταν η σημαντική τεχνολογική αλλαγή και το πέρασμα από τη λινότυπία στη φωτοσύνθεση που έλαβε χώρα και είχε ως αποτέλεσμα, μεταξύ άλλων, την αναδιάρθρωση του ιδιοκτησιακού τοπίου, αφού οι παραδοσιακοί εκδότες που δεν μπόρεσαν να αντέξουν το βάρος αυτής της μετάβασης έδωσαν τη θέση τους σε ιδιοκτήτες προερχόμενους από τις κατασκευές, τη ναυτιλία και τη βιομηχανία. Από την άλλη, η έλευση της ιδιωτικής ραδιοφωνίας και τηλεόρασης έφεραν μια νέα εποχή στο ελληνικό μηντιακό σύστημα, παγιώνοντας το νέο, ολιγοπωλιακό ιδιοκτησιακό καθεστώς των μη παραδοσιακών εκδοτών που με την αγορά ΜΜΕ αποκτούσαν κυρίως αίγλη, κύρος και πολιτική παρέμβαση παρά μεγάλα κέρδη. Τα ελληνικά ΜΜΕ ακολουθούν και αυτά τη διεθνή τάση εξαγορών και συγχωνεύσεων στα πλαίσια μεγαλύτερων ομίλων.

Με την ιδιωτικοποίηση ραδιοφώνου και τηλεόρασης ανοίγει ένα νέο μεγάλο κεφάλαιο στην ιστορία των ΜΜΕ της Ελλάδας. Ένα κεφάλαιο που είχε και αρνητικές πλευρές, όπως η υπερσυγκέντρωση και ο έλεγχος της ενημέρωσης από λίγους επιχειρηματίες και η υποβάθμιση του τηλεοπτικού προϊόντος. Κατά τον Λεάνδρου (2013), την περίοδο αυτή επικράτησε στο ραδιοτηλεοπτικό τοπίο της Ελλάδας ασυδοσία και η όλη διαδικασία προσέλαβε τη μορφή μιας «άγριας απορρύθμισης». Δεν μπορεί, βέβαια, να παραγνωριστεί το γεγονός ότι η ιδιωτικοποίηση αυτή σηματοδότησε τη μετάβαση της ενημέρωσης σε μια εποχή πολυφωνίας και όπως

αναφέρει ο Παπαθανασόπουλος (2005), αποτέλεσε για τη χώρα μας τη μεγαλύτερη αλλαγή του 20^{ου} αιώνα στα δρώμενα της μαζικής επικοινωνίας.

Η παγκόσμια οικονομική κρίση που ξέσπασε το 2008 βρήκε τις ελληνικές επιχειρήσεις ΜΜΕ ανέτοιμες να την αντιμετωπίσουν. Η κρίση, άλλωστε, στα ελληνικά ΜΜΕ είχε ξεκινήσει πριν από το 2008, με τη σταδιακή πτώση της κυκλοφορίας των πανελλαδικών εφημερίδων ήδη από το 1989 και τις αρχές της δεκαετίας του 1990. Όλα αυτά μαζί και με τη ραγδαία εξάπλωση του διαδικτύου, είχαν ως αποτέλεσμα το κλείσιμο πολλών Μέσων και την κατάρρευση μεγάλων μηντιακών ομίλων στη χώρα μας, κάτι που σε συνδυασμό με την είσοδο νέων ιδιοκτητών, αναδιέταξε εκ νέου το ιδιοκτησιακό τοπίο, όπως συνέβη και στις αρχές της δεκαετίας του 1980, με το βασικό του χαρακτηριστικό, όμως, που ήταν το ολιγοπώλιο να παραμένει. Πρόκειται για μια κατάσταση που χειραγωγεί την ενημέρωση και υποβαθμίζει τη δημοκρατία και δεν είναι ανεξάρτητη από την πολύ χαμηλή εμπιστοσύνη των πολιτών απέναντι στα ελληνικά ΜΜΕ, ούτε από καταστάσεις αλληλεξάρτησης με την πολιτική εξουσία, οι οποίες έχει καθιερωθεί να περιγράφονται με τον όρο *διαπλοκή*.

Οι αλλαγές που σημειώθηκαν στην παγκόσμια οικονομία ήδη από τη δεκαετία του 1980 και του 1990 και στη συνέχεια, μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης το 2008, ήταν καταλυτικές για τις εργασιακές σχέσεις. Εντός αυτών των δεκαετιών με την επικράτηση της νεοφιλελεύθερης μεταρρύθμισης του καπιταλισμού διαμορφώθηκαν οι συνθήκες για περιορισμό του κράτους και ανάπτυξη της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, ώστε να επέλθει βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας και ανάκαμψη της παραγωγής και της απασχόλησης. Συνέπεια, όμως, αυτών των πολιτικών ήταν η μείωση του μισθολογικού και μη μισθολογικού κόστους, η ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων και η υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας.

Για την Ελλάδα τα πράγματα έγιναν ακόμη χειρότερα με την υπογραφή των μνημονίων, τα οποία είχαν ως άξονες την δημοσιονομική εξυγίανση και την εσωτερική υποτίμηση και οδήγησαν σε οριζόντια μείωση των εισοδημάτων μισθωτών και συνταξιούχων και σε υποβάθμιση της μισθωτής εργασίας. Όπως αναφέρει ο Κουζής (2016), με αφορμή τα μνημόνια ελήφθησαν σκληρά μέτρα που δεν ήταν δυνατόν να νομοθετηθούν πριν, έγιναν ακραίες παρεμβάσεις σε βάρος της μισθωτής εργασίας και χάθηκαν χιλιάδες θέσεις εργασίας. Πρόκειται για δεκαετίες απορρύθμισης του εργασιακού τοπίου στην Ελλάδα που ολοκληρώθηκαν με την επιβολή των μνημονίων, η οποία έπληξε τη μισθωτή εργασία, καθιέρωσε τις

ευέλικτες μορφές εργασίας και δημιούργησε μια κουλτούρα αποδοχής των παραβιάσεων των εργασιακών δικαιωμάτων υπό το φόβο της απόλυσης.

Επιπλέον, η κατάσταση αυτή έπληξε και τα συνδικάτα που στηρίζουν τη δύναμή τους στους μισθωτούς εργαζόμενους. Όσον αφορά στα συνδικάτα των δημοσιογράφων, η αποδυνάμωσή τους στην Ελλάδα και παγκοσμίως, λαμβάνει χώρα εκ παραλλήλου με το μετασχηματισμό της δημοσιογραφίας σε μαζικό επάγγελμα στο οποίο έχουν εισχωρήσει αρκετοί ελεύθεροι επαγγελματίες. Η μείωση των μισθωτών, η τεχνολογική εξέλιξη και οι νέες μορφές απασχόλησης, ο πολλαπλασιασμός των βραχυπρόθεσμων συμβάσεων και άλλων μορφών ευέλικτης απασχόλησης έχει αντίκτυπο στην οργανωτική και επαγγελματική ισορροπία του επαγγέλματος και έχει οδηγήσει στη μείωση της δύναμης των συνδικάτων που αδυνατούν πλέον να ελέγξουν στο βαθμό που το έκαναν παλαιότερα την εργοδοτική αυθαιρεσία και την επιβολή δυσμενών όρων για τους εργαζόμενους.

Επιπροσθέτως, τα συνδικάτα των δημοσιογράφων στην Ελλάδα σε αντίθεση με άλλες χώρες δεν κατάφεραν να αντισταθούν σθεναρά στις όποιες εργασιακές μεταβολές έγιναν σε βάρος των εργαζομένων και να επιβάλουν τους δικούς τους όρους. Επίσης, δεν επιχείρησαν την παραμικρή παρέμβαση σε άλλα καίρια ζητήματα, όπως οι τεχνολογικές αλλαγές και τα νέα εργαλεία, η εντατικοποίηση της εργασίας και η αλλαγή στο περιεχόμενο της εργασίας, καθώς και η αλλαγή της θέσης του δημοσιογράφου στην εκδοτική αλυσίδα. Όλα αυτά, σε συνδυασμό και με τις σημαντικές μειώσεις μισθών, τις απολύσεις και την αύξηση της ανεργίας, δημιούργησαν μια νέα, πρωτόγνωρη κατάσταση, η οποία έχει αλλάξει άρδην τα δεδομένα, τόσο εργασιακά, όσο και από πλευράς περιεχομένου εργασίας. Τα συνδικάτα ακολουθούσαν και ακολουθούν μια μονοδιάστατη και αναποτελεσματική στις περισσότερες περιπτώσεις πολιτική που επικεντρώνεται στις απεργιακές κινητοποιήσεις οι οποίες, όμως, δεν επέφεραν σημαντικά αποτελέσματα. Δεν ελήφθη κανένα μέτρο και δεν έγινε καμιά προσπάθεια προσέγγισης της νέας αυτής κατάστασης, κάτι που μαζί με την κατάργηση των συλλογικών συμβάσεων στη δημοσιογραφία, είχε ως αποτέλεσμα την αποδυνάμωση τους και τη διάβρωση της συνοχής και της ενότητας του συνδικαλιστικού κινήματος των ΜΜΕ.

Κατόπιν όλων των προηγούμενων, μπορούμε να ισχυριστούμε ότι η έως τώρα θεωρητική μας ανάλυση στο υπό διερεύνηση θέμα, αλλά και η εμπειρική έρευνα, μας έδωσαν τη δυνατότητα να δώσουμε συστηματικές απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα της διατριβής, τα οποία είναι τα εξής:

1. Ποια είναι η σημερινή εργασιακή κατάσταση των δημοσιογράφων που εργάζονται στα ΜΜΕ στην Ελλάδα και πως έχει μεταβληθεί λόγω της οικονομικής κρίσης και της τεχνολογικής αλλαγής;
2. Ποιες οι μεταβολές που έχουν επέλθει στο περιεχόμενο της εργασίας τους;
3. Ποιοι είναι οι παράγοντες που έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο και ποιος είναι αυτός, στις αλλαγές που έχουν επέλθει τα τελευταία χρόνια στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην ελληνική βιομηχανία των Μέσων;
4. Πως αντιμετωπίζουν οι δημοσιογράφοι των ελληνικών ΜΜΕ τις τεχνολογικές αλλαγές και τις νέες δεξιότητες που απαιτούνται στο επάγγελμα.

Τα ερωτήματα αυτά, μας οδηγούν και στο κεντρικό ερευνητικό μας ερώτημα που έχει ως εξής: Υπό το πρίσμα των μεταβολών στο ευρύτερο επικοινωνιακό πεδίο, πως αλλάζουν οι εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην Ελλάδα.

Όσον αφορά στο πρώτο ερευνητικό ερώτημα: *Ποια είναι η σημερινή εργασιακή κατάσταση των δημοσιογράφων που εργάζονται στα ΜΜΕ στην Ελλάδα και πως έχει μεταβληθεί λόγω της οικονομικής κρίσης και της τεχνολογικής αλλαγής;*

Σύμφωνα με τα αδημοσίευτα στοιχεία των δύο ταμείων Τύπου, του συνταξιοδοτικού *ΕΤΑΠ-ΜΜΕ* και του ταμείου για την περίθαλψη και την επικούρηση, του *ΕΔΟΕΑΠ*, οι απώλειες θέσεων εργασίας στα Μέσα από το 2008 που ξέσπασε η παγκόσμια οικονομική κρίση και ειδικά από το 2010 που υπογράφηκε το πρώτο μνημόνιο στη χώρα μας και μετά, είναι παρά πολλές, περίπου οι μισοί από τους εργαζομένους (δημοσιογράφοι και διοικητικοί υπάλληλοι) στα ΜΜΕ έχασαν τη δουλειά τους. Η περίοδος 2012-2015 είναι η χειρότερη της κρίσης και αυτή στην οποία σημειώνονται οι περισσότερες απώλειες θέσεων εργασίας στα ΜΜΕ. Σύμφωνα δε με τα επίσης αδημοσίευτα στοιχεία της *ΕΣΗΕΑ*, τα οποία αφορούν μόνο τους δημοσιογράφους της Αθήνας, οι δημοσιογράφοι που έμειναν άνεργοι από το 1991 έως το 1999 ήταν 14, από το 2000 έως το 2008 365 και από το 2009 έως τις 20/9/2019 1.611.

Τα παραπάνω επιβεβαιώνονται και από το Ινστιτούτο Εργασίας της *ΓΣΕΕ*, το οποίο στη μηνιαία επιθεώρηση του στο τεύχος του Δεκεμβρίου 2018, επιβεβαιώνει ότι η περίοδος 2012-2015 ήταν η χειρότερη της κρίσης, στη διάρκεια της οποίας δόθηκε η δυνατότητα για τη μείωση του εργασιακού κόστους και στην οποία έλαβε χώρα σημαντική απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων στα ΜΜΕ, ενώ

επεκτάθηκαν οι ευέλικτες μορφές απασχόλησης και οδηγηθήκαμε σε απόμισθωτοποίηση ενός μεγάλου μέρους των απασχολούμενων στον κλάδο. Επίσης, στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης παρατηρείται έντονα και με αυξανόμενη τάση και το φαινόμενο της «ανακύκλωσης» εργαζομένων, δηλαδή, της αντικατάστασης παλαιών εργαζομένων από νέους, με χαμηλότερους μισθούς και λιγότερα εργασιακά δικαιώματα. Σημαντικό εύρημα της έρευνας του *INE-ΓΣΕΕ* είναι και η υψηλή παραβατικότητα, για παράδειγμα, η αδήλωτη εργασία που φθάνει στο επίπεδο του 50%. Τα πράγματα φαίνεται να αλλάζουν κατά τη διετία 2017-2018, αφού σύμφωνα με την *ΕΛΣΤΑΤ*, το μερίδιο της μισθωτής απασχόλησης δείχνει να επανακάμπτει και να ισορροπεί σε «φυσιολογικά» ή σε συνηθισμένα για τον κλάδο επίπεδα μισθωτής εργασίας, σε ποσοστό δηλαδή πάνω από 84%.

Όλα τα παραπάνω, όπως τονίζει το *INE-ΓΣΕΕ*, λαμβάνουν χώρα σε ένα αρρύθμιστο νομικά εργασιακό τοπίο, με την ευρεία διάδοση κάθε είδους ελαστικών εργασιακών σχέσεων, με σημαντικές μειώσεις στις αποδοχές, με μεγάλες καθυστερήσεις στην καταβολή των δεδουλευμένων, με ομαδικές απολύσεις και με κλεισίματα επιχειρήσεων, χωρίς εξασφαλισμένη προστασία των εργαζομένων.

Στη σημαντική μείωση των αποδοχών οδήγησε και η απορρύθμιση των συλλογικών διαπραγματεύσεων που ήταν αποτέλεσμα της εφαρμογής των μνημονιακών πολιτικών στη χώρα μας. Στο χώρο των ΜΜΕ δεν υπάρχουν Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας από το 2010 και μετά, ενώ η υπογραφή το 2019 συλλογικής σύμβασης για τους δημοσιογράφους που εργάζονται στο δημόσιο, δεν περιείχε οικονομικούς όρους.

Η εμπειρική έρευνα έδειξε ότι πλειοψηφία (32,2%) από τους 307 δημοσιογράφους που έλαβαν μέρος σε αυτή αμείβεται με μισθούς που κυμαίνονται μεταξύ 1.001-1.500 ευρώ, ποσά που είναι κατά πολύ χαμηλότερα από τα ισχύοντα σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης που είναι περίπου 2.250 ευρώ. Υπάρχουν ακόμη δημοσιογράφοι που αμείβονται μέχρι 300, 500 και 800 ευρώ το μήνα. Συγκεκριμένα, το 4,6% αμείβεται μέχρι 300 ευρώ το μήνα και το 4,2% μεταξύ 301-500 ευρώ, δηλαδή 27 δημοσιογράφοι στους 307 (περίπου 9%), αμείβονται μέχρι 500 ευρώ το μήνα. Αν σε αυτούς προσθέσουμε και τους 57 δημοσιογράφους που αμείβονται από 501-800 ευρώ βλέπουμε ότι 84 δημοσιογράφοι στους 307 που συμμετείχαν στην έρευνα ή ποσοστό 28% αμείβονται μέχρι 800 ευρώ. Στον αντίποδα, 44 δημοσιογράφοι (14,3%) δήλωσαν ότι αμείβονται μεταξύ 1.501-2.000 ευρώ το μήνα και 28 δημοσιογράφοι (9,1%) δήλωσαν ότι αμείβονται άνω των 2.000 ευρώ το

μήνα. Δηλαδή μόνο 72 δημοσιογράφοι στους 307 (περίπου 24%) δήλωσαν ότι αμείβονται με ποσό άνω των 1.500 ευρώ το μήνα, ποσοστό που προφανώς δεν μπορεί να θεωρηθεί υψηλό. Πρέπει να σημειωθεί, ότι η εμπειρική έρευνα έδειξε και ότι 73 δημοσιογράφοι από τους 307 ή ποσοστό 23,8% είπαν ότι το εισόδημά τους προέρχεται από δύο εργασίες και 36 (11,7%) ότι προέρχονται από περισσότερες από δύο, δηλαδή 109 δημοσιογράφοι ή ποσοστό 35,5% κάνουν δεύτερη και τρίτη δουλειά σε αντίθεση με το 64,5% ή 198 δημοσιογράφοι που οι αποδοχές τους προέρχονται από μία εργασία.

Σημαντικά είναι και τα ευρήματα των συσχετίσεων που έδειξαν ότι η πλειοψηφία των καλύτερα αμειβόμενων δημοσιογράφων, εργάζεται στην τηλεόραση και στη συνέχεια κατά σειρά, σε ραδιόφωνο, εφημερίδες και ιστοσελίδες, στις οποίες εργάζεται η πλειοψηφία των χαμηλά αμειβόμενων δημοσιογράφων. Από τις συσχετίσεις υπάρχουν επίσης σημαντικά ευρήματα σε σχέση με την ηλικία και το φύλο. Για την ηλικία έδειξαν ότι το εισόδημα αυξάνεται ανάλογα με την ηλικία και πως μόνο αυτοί που έχουν περισσότερα χρόνια στη δουλειά παίρνουν αμοιβές ανάλογα με τα χρόνια εργασίας. Στις ομάδες χρόνων εργασίας 1-3 και 3+ έως 9, αλλά και σε αυτή των 20+, οι αποδοχές δεν αυξάνονται ανάλογα με τα χρόνια εργασίας όπως έδειξαν οι συσχετίσεις και ποικίλουν, κάτι που για τους νεότερους, οφείλεται στην απουσία Συλλογικών Συμβάσεων Εργασίας, ενώ οι δημοσιογράφοι των οποίων οι μισθοί είναι μεγαλύτεροι των 1.500 ευρώ ανήκουν στις μεγαλύτερες ομάδες χρόνων εργασίας και ειδικά στην ομάδα 9+ έως 20 χρόνια εργασίας ως δημοσιογράφοι. Όσον αφορά στο φύλο, έδειξαν ότι οι άνδρες παρουσιάζουν υψηλότερο μερίδιο συμμετοχής έναντι των γυναικών στα πολύ μεγάλα και τα πολύ μικρά ποσά. Συγκεκριμένα, στα ποσά 1.500-2.000 ευρώ από τους συμμετέχοντες στην έρευνα το 15,2% είναι άνδρες και το 12,2% γυναίκες και άνω των 2.000 ευρώ το 12,4% είναι άνδρες και μόλις το 1,1% γυναίκες. Στα μικρά ποσά από τους συμμετέχοντες στην έρευνα που αμείβονται έως 300 ευρώ άνδρες είναι το 4,6% και γυναίκες τα 4,4% και από 301-500 ευρώ άνδρες είναι το 5,1% και γυναίκες το 2,2%. Αντίθετα στα μεσαία ποσά καλύτερα αμειβόμενες είναι οι γυναίκες αφού από αυτούς που δήλωσαν ότι αμείβονται από 501-800 ευρώ οι άνδρες είναι 16,5% και οι γυναίκες 23,3%, από 801-1.000 οι άνδρες είναι 14,7% και οι γυναίκες 22,2% και από 1.001-1.500 οι άνδρες είναι 31,35 και οι γυναίκες 34,4%.

Η αιτία για όλα τα προαναφερθέντα θα πρέπει να αναζητηθεί στην απουσία των Συλλογικών Συμβάσεων Εργασίας. Η απουσία αυτή επηρεάζει κυρίως τους

νεοεισερχόμενους που μπήκαν στη δουλειά μετά την κατάργηση των συλλογικών διαπραγματεύσεων και όπως είναι λογικό αφορά τους νεότερους σε ηλικία, ενώ για τους παλαιότερους στη δημοσιογραφία, ισχύουν σε μεγάλο βαθμό τα μισθολογικά κλιμάκια των Συλλογικών Συμβάσεων. Αποτέλεσμα της απουσίας των συλλογικών διαπραγματεύσεων είναι και η καθιέρωση και παγίωση ενός καθεστώτος μη ύπαρξης συγκεκριμένου ωραρίου και ημερών εργασίας και μη καταβολής των υπερωριών, την ώρα που από τους δημοσιογράφους ζητείται να κάνουν πράγματα επιπλέον της εργασίας τους για μια σειρά από λόγους, που σχετίζονται με την οικονομική κρίση, όπως ότι δεν υπάρχει επαρκές προσωπικό για να φέρει σε πέρας την εργασία, η επίκληση οικονομικών προβλημάτων από την εργοδοσία, αλλά και η νέα εποχή της δημοσιογραφίας που αύξησε τον όγκο της εργασίας.

Η οικονομική κρίση έχει αναγκάσει ορισμένους δημοσιογράφους που έμειναν άνεργοι ή επιθυμούν να αυξήσουν το εισόδημά τους να γίνουν επιχειρηματίες. Σε αυτό τους βοήθησαν οι τεχνολογικές εξελίξεις που τους έδωσαν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν τις δικές τους ιστοσελίδες και να φτιάξουν τις δικές τους επιχειρήσεις ξοδεύοντας λίγα ή και καθόλου χρήματα, αν και φαίνεται πως αυτού του είδους τα σχήματα δεν είναι ακόμη αποδοτικά στην Ελλάδα.

Από την εμπειρική έρευνα προέκυψε και μια προς το δυσμενέστερο μεταβολή σε κατηγορίες που σχετίζονται με τις εργασιακές σχέσεις, όπως το ωράριο, ο μισθός και η συνέπεια των πληρωμών. Προς το δυσμενέστερο μεταβολή και σε ανασφάλιστη εργασία, αμοιβή με μπλοκάκι, μερική απασχόληση, απολύσεις, απλήρωτη εργασία, καθυστέρηση πληρωμών, υπερίσχυση των ατομικών συμβάσεων έναντι των συλλογικών, έδειξε η έρευνα, συμπληρώνοντας το παζλ των εργασιακών σχέσεων των δημοσιογράφων και τη δυσμενέστατη μεταβολή που έχουν υποστεί λόγω της οικονομικής κρίσης και της τεχνολογικής αλλαγής.

Οι συσχετίσεις έδειξαν ότι οι μεταβολές στους τομείς που ρωτήσαμε τους συμμετέχοντες στην έρευνα, έχουν να κάνουν και με το Μέσο εργασίας. Έτσι, οι συσχετίσεις έδειξαν μια προς το δυσμενέστερο μεταβολή περισσότερο σε εφημερίδες/ ιστοσελίδες και λιγότερο σε ραδιόφωνο/ τηλεόραση, στο ωράριο, τις οικονομικές απολαβές, τον όγκο εργασίας, την πίεση για παραγωγή περιεχομένου και τις προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης. Οι συσχετίσεις έδειξαν επίσης και ότι σε δύο τομείς, συνέπεια του εργοδότη και δεοντολογία, σχετίζονται με το εάν ο δημοσιογράφος είναι απόφοιτος σχολής δημοσιογραφίας / επικοινωνίας. Έτσι, έδειξαν ότι παρατηρείται ακόμη μεγαλύτερη ασυνέπεια από τον εργοδότη στην

καταβολή της μισθοδοσίας των μη αποφοίτων σε σχέση με τους απόφοιτους σχολών δημοσιογραφίας/ επικοινωνίας και όσον αφορά στην τήρηση της δεοντολογίας, αυτή εφαρμόζεται περισσότερο σε αυτούς που έχουν σπουδάσει δημοσιογραφία/ επικοινωνία.

Όσον αφορά στο δεύτερο ερευνητικό ερώτημα: *Ποιες οι μεταβολές που έχουν επέλθει στο περιεχόμενο της εργασίας των δημοσιογράφων;*

Μαζί με τις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στο νέο επικοινωνιακό τοπίο έχουν μεταβληθεί το περιεχόμενο και οι ρυθμοί εργασίας τους. Οι παραδοσιακές πρακτικές και ιεραρχίες ανατρέπονται και ο δημοσιογράφος της νέας εποχής θα πρέπει να ασχολείται περισσότερο με την ταχύτητα στη δημοσίευση της είδησης παρά με την έρευνα και το σχολιασμό και να διαθέτει ιδιαίτερες δεξιότητες και γνώσεις τεχνολογίας. Ο δημοσιογράφος της νέας εποχής θα πρέπει να είναι ένα «πολυεργαλείο» που γράφει, μοντάρει, μεταδίδει, φωτογραφίζει, μαγνητοσκοπεί και παράγει περιεχόμενο για περισσότερα του ενός Μέσα. Όλα αυτά σε μια εποχή, που λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης έχει χάσει και την αποκλειστικότητα στην παραγωγή και τη διανομή του ειδησεογραφικού περιεχομένου, προνόμια που παλαιότερα του ανήκαν αποκλειστικά, αλλά τώρα πια τα μοιράζεται με το κοινό, η συμμετοχή του οποίου στην παραγωγή ειδησεογραφικού περιεχομένου έχει μεταβάλει σημαντικά τις εξελίξεις.

Για το πώς η τεχνολογία έχει επηρεάσει τη δημοσιογραφία, ο Pavlik (2000) αναφέρει ότι το έχει κάνει σε τέσσερα τουλάχιστον ευρύτερα ζητήματα, στον τρόπο με τον οποίο οι δημοσιογράφοι κάνουν τις δουλειές τους, στο περιεχόμενο των ειδήσεων, στη δομή της οργάνωσης στις αίθουσες σύνταξης και στις σχέσεις ανάμεσα στους ειδησεογραφικούς οργανισμούς και το κοινό τους. Όλα αυτά εντάσσονται στη νέα εποχή της *μεταβιομηχανικής δημοσιογραφίας*, η οποία έχει οδηγήσει σε επανεξέταση της κάθε οργανωτικής πτυχής της παραγωγής ειδήσεων, αλλά και σε περιορισμό του κόστους παραγωγής, περικοπές και απολύσεις, λουκέτα σε Μέσα Ενημέρωσης, απώλειες θέσεων εργασίας και ελαστικοποίηση των εργασιακών σχέσεων.

Ο σύγχρονος δημοσιογράφος απαιτείται πλέον να έχει νέες και ποικίλες επαγγελματικές δεξιότητες για να ανταπεξέλθει στο σκηνικό που έχει δημιουργηθεί, μιας και οι επιχειρήσεις των ΜΜΕ αναζητούν πια δημοσιογράφους που μπορούν να αναλάβουν διαφορετικά είδη εργασίας στο πλαίσιο της συντακτικής ομάδας (multitasking) και να είναι αρκετά ευέλικτοι για να εργαστούν για διαφορετικά Μέσα

ακόμη και ταυτόχρονα. Ο δημοσιογράφος της νέας εποχής, εκτός της έρευνας και του ρεπορτάζ πρέπει να πάρει αποφάσεις σχετικά με το ποια μορφή ή μορφές του μέσου αποδίδουν καλύτερα ένα συγκεκριμένο θέμα (πολυμεσικότητα), να εξετάσει ποιες επιλογές θα έκαναν το κοινό να ανταποκριθεί (διαδραστικότητα), να συνομιλήσει ή ακόμη και να εξατομικεύσει κάποια ρεπορτάζ και τέλος να συνδέσει το ρεπορτάζ με άλλα ρεπορτάζ, αρχεία, πηγές και ούτω καθεξής, μέσω υπερσυνδέσμων (υπερκειμενικότητα). Είναι αναγκασμένος να δουλεύει με ιλιγγιώδεις ρυθμούς, κάτι που τον αναγκάζει να μην δίνει προτεραιότητα σε θεμελιώδεις δημοσιογραφικές πρακτικές, όπως είναι της έρευνας, της κριτικής ανάλυσης, της ερμηνείας, της διασταύρωσης της είδησης, ενώ τις περισσότερες φορές δεν γίνεται παραγωγή πρωτογενούς υλικού, αλλά αναπαραγωγή περιεχομένου. Όλα αυτά εγείρουν ερωτήματα σχετικά με την ποιότητα και την ανεξαρτησία της ενημέρωσης. Ο δημοσιογράφος πρέπει πια να είναι ανταγωνιστικός σε μια απαιτητική αγορά, να γνωρίζει καλά τα νέα εργαλεία και τις νέες μορφές δημοσιογραφίας που έχουν αναδειχθεί στην ψηφιακή εποχή, την πολυμεσική δημοσιογραφία, τη δημοσιογραφία δεδομένων και τη ρομποτική δημοσιογραφία, τα οποία απαιτούν από τους δημοσιογράφους να διαθέτουν υψηλό επίπεδο γνώσεων και ειδικές δεξιότητες πληροφορικής.

Όσα περιγράψαμε καταδεικνύουν τις αλλαγές που έχουν επέλθει στον τρόπο με τον οποίο οι δημοσιογράφοι απαιτείται να εργάζονται στο νέο τοπίο και στην ψηφιακή εποχή, αλλά και τα εφόδια που πρέπει να διαθέτουν. Οι περιγραφείσες αλλαγές δίνουν μια νέα διάσταση στη συζήτηση περί οριοθέτησης του ποιος είναι δημοσιογράφος. Το νέο τοπίο ευνοεί την είσοδο και άλλων ειδικοτήτων ή και πολιτών στο χώρο της δημοσιογραφίας, με ότι συνέπειες μπορεί να έχει αυτό ως προς την ποιότητα και την εγκυρότητα, αλλά και εργασιακά για τους επαγγελματίες των ΜΜΕ. Οι μετέχοντες στην εμπειρική μας έρευνα απάντησαν σε ποσοστό 50,8% ότι για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να είναι μέλος αναγνωρισμένης Ένωσης Συντακτών και με το ίδιο ποσοστό ότι θα πρέπει να εργάζεται σε κάποιο ΜΜΕ. Το 50,8% που απάντησε ότι για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να είναι μέλος αναγνωρισμένης Ένωσης Συντακτών, δεν μπορεί να θεωρηθεί μεγάλο ποσοστό, ειδικά στην περίπτωση που ο απαντήσει δόθηκαν από μέλη Ενώσεων Συντακτών. Η απάντηση αυτή δείχνει πως υπάρχει αμφισβήτηση παραδοσιακών παραδοχών για τον χαρακτηρισμό του επαγγελματία δημοσιογράφου, κάτι που σχετίζεται με τις

τεχνολογικές εξελίξεις. Το νέο επικοινωνιακό τοπίο έχει μεταβάλει τις παραδοχές περί του ποιος είναι επαγγελματίας δημοσιογράφος και έχει δημιουργήσει μια νέα κατάσταση, στην οποία μπορεί και να υπάρχουν διαφορετικές από παλαιότερα εκδοχές.

Ορισμένα ακόμη ευρήματα της εμπειρικής έρευνας δείχνουν καθαρά τις επιπτώσεις στην αλλαγή του περιεχομένου της εργασίας των δημοσιογράφων λόγω του νέου επικοινωνιακού τοπίου και της οικονομικής κρίσης. Τέτοια είναι η αύξηση του όγκου της εργασίας και η αύξηση του άγχους λόγω της οικονομικής κρίσης, της μη ικανοποιητικής πληρωμής, του φόβου για την απώλεια της εργασίας και του μεγάλου ανταγωνισμού. Όσον αφορά στον όγκο εργασίας, οι μετέχοντες στην έρευνα απάντησαν σε ποσοστό 10,1% ότι οι συνθήκες είναι πολύ χειρότερες και 36,2% ότι χειρότερες, δηλαδή το 46,3%, ανέφερε ότι ο όγκος εργασίας αυξήθηκε και οι συνθήκες έγιναν χειρότερες/ πολύ χειρότερες, ενώ το 30,7% ανέφερε ότι έχουν μείνει ίδιες, το 5,7% ότι έχουν γίνει καλύτερες και μόλις το 0,9% πολύ καλύτερες, δηλαδή μόνο το 6,6% στα 307 άτομα μιλάνε για καλύτερες και πολύ καλύτερες συνθήκες όσο αφορά στον όγκο εργασίας. Για το άγχος, το 83,1% των συμμετεχόντων στην έρευνα απάντησε ότι σήμερα έχουν περισσότερο άγχος στη δουλειά τους σε σχέση με την προ κρίσης περίοδο, σε αντίθεση με το 16,9% που απάντησε πως έχουν λιγότερο. Στο γιατί έχει αυξηθεί το άγχος, οι μετέχοντες αξιολόγησαν μια σειρά από λόγους που σχετίζονται με την οικονομική κρίση, όπως το ότι δεν πληρώνονται ικανοποιητικά που συγκέντρωσε τις περισσότερες απαντήσεις (63%), ενώ ακολούθησε ο φόβος για την απώλεια της εργασίας (58,3%), ο μεγάλος όγκος εργασίας (37%) και ο μεγάλος ανταγωνισμός (15%).

Επίσης, τα υψηλά ποσοστά ανεργίας στην ελληνική βιομηχανία των ΜΜΕ συνδέονται και με την αλλαγή που έχει επέλθει στο περιεχόμενο της εργασίας. Οι παλαιοί δημοσιογράφοι δύσκολα μπορούν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις που έχει πλέον το επάγγελμα με αποτέλεσμα να μένουν στην ανεργία και τη θέση τους να παίρνουν νέοι δημοσιογράφοι, με περισσότερες δεξιότητες, αλλά λιγότερες μισθολογικές και ασφαλιστικές απαιτήσεις που κοστίζουν λιγότερο στον εργοδότη και προτιμούνται, διότι συμφέρουν και μισθολογικά, αλλά μπορούν να ανταπεξέλθουν και στους νέους

Όσον αφορά στο τρίτο ερευνητικό ερώτημα: *Ποιοι είναι οι παράγοντες που έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο και ποιος είναι αυτός, στις αλλαγές που έχουν*

επέλθει τα τελευταία χρόνια στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην ελληνική βιομηχανία των Μέσων;

Η οικονομική κρίση και οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές που εδώ και δεκαετίες εφαρμόζονται μαζί με την τεχνολογική αλλαγή και το νέο επικοινωνιακό τοπίο είναι παράγοντες που έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη μεταβολή και μάλιστα προς το δυσμενέστερο, των εργασιακών σχέσεων των δημοσιογράφων στην ελληνική βιομηχανία των Μέσων. Επιπλέον αυτών, υπάρχουν και παράγοντες που αποτελούν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ελληνικού μηντιακού συστήματος και διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο στην προς το δυσμενέστερο μεταβολή των εργασιακών σχέσεων των δημοσιογράφων. Στην κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνεται η αναποτελεσματική αντίδραση των συνδικάτων απέναντι στις αλλαγές και η αδυναμία τους να παρέμβουν.

Εάν θέλαμε να αναλύσουμε περισσότερο τον τρόπο με τον οποίο ο κάθε ένας από αυτούς τους παράγοντες έχει επιδράσει στην αλλαγή αυτή, για την οικονομική κρίση θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ότι δημιούργησε υψηλή ανεργία, μείωσε τους μισθούς, απορρύθμισε τις εργασιακές σχέσεις και επέκτεινε τις ευέλικτες μορφές απασχόλησης και οδήγησε στην από-μισθωτοποίηση ενός μεγάλου μέρους των απασχολούμενων στον κλάδο. Η νεοφιλελεύθερη μεταρρύθμιση του καπιταλισμού που ξεκίνησε το 1980 αποδείχθηκε καταλυτική για τις εργασιακές σχέσεις στη χώρα μας, γενικά και στο κλάδο των ΜΜΕ ειδικότερα. Η κατάσταση έγινε χειρότερη από το 2008 και μετά με το ξέσπασμα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, η οποία χτύπησε με πολύ μεγάλη ένταση την Ελλάδα. Στη χώρα μας επιβλήθηκαν σκληρές πολιτικές δημοσιονομικής εξυγίανσης που μετέβαλλαν ριζικά το μεταπολεμικό πρότυπο των εργασιακών σχέσεων και της μισθωτής εργασίας. Η οικονομική κρίση όχι απλά βρήκε τις επιχειρήσεις των ΜΜΕ στην Ελλάδα ανέτοιμες να την αντιμετωπίσουν, αλλά τις βρήκε με ήδη μεγάλα οικονομικά προβλήματα, στα οποία δεν κατάφεραν να αντεπεξέλθουν, με αποτέλεσμα πολλά Μέσα και μεγάλοι όμιλοι ΜΜΕ να καταρρεύσουν οικονομικά και να κλείσουν.

Ταυτόχρονα με την οικονομική κρίση, υπήρξε και η τεχνολογική αλλαγή και ο μετασχηματισμός της δημοσιογραφίας στον οποίο οδήγησε. Η Ελλάδα λόγω και της κρίσης έδειξε και εξακολουθεί να δείχνει μια υστέρηση στην κατανόηση και υιοθέτηση των αλλαγών, με αποτέλεσμα να υπάρχει σήμερα μια γενικότερη υστέρηση του ελληνικού μηντιακού συστήματος συγκριτικά με τα όσα συμβαίνουν σε άλλα κράτη της Δύσης. Πολλά ελληνικά ΜΜΕ δεν κατάφεραν να ακολουθήσουν

τα νέα δεδομένα της δημοσιογραφίας, με αποτέλεσμα να κλείσουν. Το ίδιο συνέβη και με δημοσιογράφους, ειδικά με ορισμένους παλαιότερους στο επάγγελμα που δεν κατάφεραν να αντεπεξέλθουν στις τεχνολογικές αλλαγές και έμειναν για μεγάλο χρονικό διάστημα στην ανεργία ή άλλαξαν επάγγελμα.

Απέναντι σε όλα αυτά αποδείχτηκε αναποτελεσματική η αντίδραση των συνδικάτων των δημοσιογράφων στη χώρα μας που φέρουν μερίδιο ευθύνης για τη σημερινή κατάσταση. Δεν κατάφεραν να βρουν λύσεις και να θωρακίσουν τη θέση του δημοσιογράφου απέναντι στις τεχνολογικές αλλαγές και τα νέα εργαλεία της δημοσιογραφίας, την εντατικοποίηση της εργασίας, την αλλαγή στο περιεχόμενο της εργασίας, καθώς και η αλλαγή της θέσης του δημοσιογράφου στην εκδοτική αλυσίδα, αλλά ούτε και απέναντι στις μειώσεις των μισθών, την κατάργηση των συλλογικών συμβάσεων, την τεχνολογική μεταβολή και τις απολύσεις. Η όποια αντίδρασή τους ήταν μονοδιάστατη και χωρίς σχεδιασμό και περιελάμβανε σχεδόν αποκλειστικά απεργιακές κινητοποιήσεις που σε αντίθεση με το μακρινό ή και το πρόσφατο παρελθόν, ελάχιστα απέδωσαν. Απεργιακές κινητοποιήσεις που είχαν μεν αιτήματα, αλλά δεν συνδυάστηκαν με άλλες μορφές αγώνα και κυρίως, δεν αποτέλεσαν μέρος ενός ευρύτερου σχεδίου που θα μπορούσε να περισώσει ορισμένα από τα απολεσθέντα δικαιώματα των εργαζομένων στα Μέσα και να δώσει απαντήσεις από την πλευρά τους στην αναδιάρθρωση του ελληνικού μηντιακού συστήματος.

Η αναποτελεσματική αυτή πολιτική των Ενώσεων Συντακτών φαίνεται να είναι αυτή που οδήγησε και στις απαντήσεις που δόθηκαν στην εμπειρική έρευνα, στην οποία η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε αρνητικά στο ότι η συνδικαλιστική δράση γενικά και οι απεργίες ειδικά έχουν αποτέλεσμα, παρ' ότι σε μεγάλο ποσοστό δηλώνουν ότι συμμετέχουν στις απεργίες. Στην ερώτηση εάν έχει αποτέλεσμα η συνδικαλιστική δράση γενικά, η πλειοψηφία δίνει αρνητική απάντηση, το 12,7% απαντά καθόλου, το 16,6% απαντά πολύ λίγο και το 39,7% λίγο (46,3% λίγο/πολύ λίγο). Αντίθετα, το 19,2% απαντά πολύ και το 11,7% πάρα πολύ (30,9% πολύ/πάρα πολύ). Παρ' όλα αυτά, στην ερώτηση εάν συμμετέχουν στις απεργίες των Ενώσεων Συντακτών, το 59,6% απάντησε παρά πολύ, το 21,5% πολύ (ποσοστό άνω του 80% δήλωσε ότι συμμετέχει πολύ/ πάρα πολύ), ενώ το 8,8% δήλωσαν ότι συμμετέχουν λίγο, 3,6% πολύ λίγο και 6,5% καθόλου. Για το εάν έχουν αποτέλεσμα οι απεργίες, οι μετέχοντες στην έρευνα απάντησαν αρνητικά παρ' ότι ανέφεραν σε μεγάλο βαθμό ότι συμμετέχουν σε αυτές. Το 31,6% απάντησε ότι δεν έχουν καθόλου αποτέλεσμα, το 22,1% πολύ λίγο και το 34,5% λίγο, δηλαδή ένα ποσοστό 56,6%

απαντά λίγο/πολύ λίγο. Αντίθετα αυτοί που πιστεύουν ότι έχουν αποτέλεσμα οι απεργίες είναι 6,2% που απαντούν πολύ και 5,5% που απαντούν πάρα πολύ (11,7% πολύ/πάρα πολύ).

Όσον αφορά στο τέταρτο ερευνητικό ερώτημα: *Πως αντιμετωπίζουν οι δημοσιογράφοι των ελληνικών ΜΜΕ τις τεχνολογικές αλλαγές και τις νέες δεξιότητες που απαιτούνται στο επάγγελμα.*

Η εμπειρική έρευνα έδειξε ένα φόβο των Ελλήνων δημοσιογράφων απέναντι στις τεχνολογικές αλλαγές και τα νέες δεξιότητες που απαιτούνται πλέον. Οι απόψεις ήταν μοιρασμένες για το αν οι αλλαγές θα επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά τη δημοσιογραφία και σχεδόν μοιρασμένες (ελαφρά υπέρ του ότι το απειλούν) και για το ότι οι νέες μορφές δημοσιογραφίας που υιοθετούνται παγκοσμίως και θέλουν τον δημοσιογράφο να είναι «πολυεργαλείο» απειλούν το επάγγελμα. Όλα αυτά είναι που προκαλούν την απαισιοδοξία των δημοσιογράφων που μετείχαν στην έρευνα για το μέλλον.

Χαρακτηριστικές είναι οι απαντήσεις που δόθηκαν. Στην ερώτηση εάν οι τεχνολογικές αλλαγές θα μεταβάλουν προς το καλύτερο ή το χειρότερο τη δουλειά των δημοσιογράφων, το 70,4% απάντησε προς το χειρότερο, ενώ στην ερώτηση για το πώς εκτιμούν το μέλλον, το δικό τους και της δημοσιογραφίας, ένα ποσοστό 30,9% απάντησε πως εκτιμά ότι θα έχει αλλάξει δουλειά. Στην ερώτηση εάν στο μέλλον πιστεύουν ότι θα αμείβονται περισσότερο, λιγότερο ή το ίδιο, η πλειοψηφία, 41,7% απάντησε το ίδιο, αλλά το 35,2% απάντησε λιγότερο και τέλος, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων, 92,8% συμφώνησε με την άποψη ότι η δημοσιογραφική εργασία στο μέλλον θα γίνει περισσότερο αβέβαιη και επισφαλής. Από τις συσχετίσεις που έγιναν, προέκυψε ότι την τεχνολογική εξέλιξη (και την οικονομική κρίση), οι ηλικίες 18-24, την αξιολογούν πολύ ψηλά ως παράγοντα κρίσης στα ΜΜΕ, ενώ όσο η ηλικία αυξάνεται, μειώνεται το ότι έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ. Όλα αυτά σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση και την πτώση του βιοτικού επιπέδου στη χώρα μας, δημιουργούν αβεβαιότητα και φόβο για το μέλλον και τις τεχνολογικές αλλαγές που θεωρούνται έως ενός σημείου υπεύθυνες για τις απώλειες θέσεων εργασίας, την αύξηση του όγκου και την εντατικοποίηση της εργασίας, με αποτέλεσμα παρά την εξέλιξη και την πρόοδο που μπορούν να επιφέρουν να αντιμετωπίζονται με επιφυλακτικότητα και φόβο.

Συνοψίζοντας όλα τα προηγούμενα, θα επιχειρήσουμε να απαντήσουμε και στο κεντρικό μας ερευνητικό ερώτημα: *Υπό το πρίσμα των μεταβολών στο ευρύτερο*

επικοινωνιακό πεδίο, πως αλλάζουν οι εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην Ελλάδα.

Τόσο η βιβλιογραφική επισκόπηση, όσο και η εμπειρική έρευνα έδειξαν μια σημαντική και προς το δυσμενέστερο μεταβολή στις εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων στην Ελλάδα. Υψηλή ανεργία και απολύσεις, μείωση μισθών, ελαστικοποίηση και απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων, διεύρυνση του μεριδίου της μη μισθωτής εργασίας, «ανακύκλωση» των παλαιών εργαζομένων με νέους και υψηλή παραβατικότητα είναι τα στοιχεία αυτής της μεταβολής που αναλύθηκε περισσότερο και έγινε πιο συγκεκριμένη από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε στο πλαίσιο της παρούσας διατριβής και στην οποία έλαβαν μέρος 307 δημοσιογράφοι, μέλη των Ενώσεων Συντακτών της χώρας. Η έρευνα κατέληξε σε ορισμένα πολύ σημαντικά συμπεράσματα, τα οποία κωδικοποιημένα είναι τα εξής:

- Επιβεβαίωσε την σημαντική επιρροή της οικονομικής κρίσης στην κρίση των ΜΜΕ και ότι είναι βασική αιτία μεταβολής προς το δυσμενέστερο των εργασιακών σχέσεων των δημοσιογράφων στην Ελλάδα.
- Οι αποδοχές των δημοσιογράφων στη χώρα μας είναι χαμηλές σε σχέση και με τα ισχύοντα σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και για αυτό ευθύνεται η οικονομική κρίση και η επιβολή των μνημονιακών πολιτικών που επέβαλε.
- Λόγω των χαμηλών αποδοχών μεγάλο μέρος των Ελλήνων δημοσιογράφων αναγκάζεται να εργαστεί ή εργάστηκε στο παρελθόν και εκτός δημοσιογραφίας, ενώ η ανεργία έχει οδηγήσει μέρος των Ελλήνων δημοσιογράφων στο να στρέφονται σε άλλες λύσεις όπως η επιχειρηματικότητα, για παράδειγμα να γίνουν ιδιοκτήτες ιστοσελίδων.
- Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσε ότι εργάζεται σε ιστοσελίδες και ακολούθησαν οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση. Από τις συσχετίσεις φάνηκε ότι από τους συμμετέχοντες στην έρευνα σε εφημερίδες, ραδιόφωνο και ιστοσελίδες εργάζονται στην πλειοψηφία τους άνδρες, ενώ στην τηλεόραση και σε πρακτορείο ειδήσεων εργάζονται στην πλειοψηφία τους γυναίκες.
- Οι ιστοσελίδες είναι το Μέσο που μαζί με τις εφημερίδες έχουν μεταβληθεί περισσότερο προς το δυσμενέστερο το ωράριο, οι αποδοχές των δημοσιογράφων, ο όγκος εργασίας, η πίεση για την παραγωγή περισσότερου

περιεχομένου και οι προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης. Επίσης, οι καθυστερήσεις στις πληρωμές είναι μεγαλύτερες στις εφημερίδες και τις ιστοσελίδες σε σχέση και με τα άλλα ΜΜΕ. Στις ιστοσελίδες εργάζονται οι χαμηλότερα αμειβόμενοι δημοσιογράφοι, ενώ οι καλύτερα αμειβόμενοι εργάζονται στην τηλεόραση. Όσον αφορά στο ωράριο, οι συσχετίσεις έδειξαν ότι τα πράγματα είναι χειρότερα στις ιστοσελίδες και τις εφημερίδες σε σχέση με το ραδιόφωνο και την τηλεόραση.

- Οι προς το δυσμενέστερο μεταβολές στα εργασιακά έχουν επηρεάσει κυρίως τους νέους δημοσιογράφους, οι οποίοι είναι αυτοί που έχουν πληγεί περισσότερο από την κρίση. Η εμπειρική έρευνα έδειξε ότι οι νεότεροι δημοσιογράφοι είναι πιο κακοπληρωμένοι και ότι η αμοιβή με μπλοκάκι είναι και αυτή ψηλή στις μικρές ηλικίες και βαίνει συνεχώς μειούμενη όσο η ηλικία αυξάνεται, όπως και η μερική απασχόληση που επίσης είναι ψηλή στις ηλικίες 18-34 και στη συνέχεια και μέχρι την ηλικιακή ομάδα 45-54 μειώνεται, ενώ παρουσιάζει ραγδαία αύξηση μεταξύ αυτών που βρίσκονται στο επάγγελμα 3+ έως 9 και 20+ χρόνια.
- Οι νέοι δημοσιογράφοι είναι επίσης αυτοί που αξιολογούν την οικονομική κρίση και την τεχνολογική εξέλιξη πολύ ψηλά ως παράγοντες κρίσης στα ΜΜΕ, ενώ όσο η ηλικία αυξάνεται, η πεποίθηση αυτή μειώνεται. Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία δημοσιογράφοι που είναι και οι παλαιότεροι στο επάγγελμα, δείχνουν να μην υιοθετούν τη νέα πραγματικότητα στη δημοσιογραφία και να είναι αποκομμένοι από τις τεχνολογικές εξελίξεις.
- Ως αιτίες της κρίσης στα ΜΜΕ ιεραρχείται ως πρώτη αιτία οι ιδιοκτήτες, δεύτερη η οικονομική κρίση, τρίτη οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι και τέταρτη η τεχνολογική αλλαγή.
- Οι δημοσιογράφοι που μετείχαν στην έρευνα βλέπουν με φόβο τις τεχνολογικές αλλαγές, με αβεβαιότητα το μέλλον τους στη δημοσιογραφία και έχουν περισσότερο άγχος σε σχέση με την προ της οικονομικής κρίσης περίοδο.
- Σημειώνεται αλλαγή της παραδοσιακής παραδοχής για το ποιος είναι επαγγελματίας δημοσιογράφος, αφού μόνο οι μισοί από τους μετέχοντες στην έρευνα απάντησαν τα μέλη των Ενώσεων Συντακτών, ενώ οι μισοί ανέφεραν ότι για να χαρακτηριστεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος θα πρέπει να

κερδίζει τα προς το ζην από τη δημοσιογραφία, ασχέτως του αν είναι μέλος δημοσιογραφικής ένωσης και των σπουδών του.

- Υπάρχει απογοήτευση από τα συνδικαλιστικά σωματεία και παραδοχή ότι οι απεργίες και η συνδικαλιστική δράση γενικά δεν έχουν αποτελέσματα.
- Τίθενται πολύ ψηλά ζητήματα όπως η δεοντολογία, η ποιότητα και η ανεξαρτησία της ενημέρωσης και η ανάγκη επιστροφής στην ανεξάρτητη, ποιοτική και ερευνητική δημοσιογραφία.
- Σημειώνεται επιτακτικά η ανάγκη επιμόρφωσης στις νέες τεχνολογίες και το συνεχώς εξελισσόμενο τοπίο της ενημέρωσης και η αξιοκρατία.
- Οι δημοσιογράφοι που μετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι δεν είναι ικανοποιημένοι από τη δουλειά που κάνουν και πιθανώς τα αίτια για την απάντηση αυτή θα πρέπει να αναζητηθούν σε όλα τα προηγούμενα που αναφέραμε και ειδικότερα σε λόγους, όπως η οικονομική κρίση και τα αποτελέσματά της, το νέο τοπίο που διαμορφώνεται στη δημοσιογραφία και ο μετασχηματισμός της, η αύξηση του όγκου εργασίας.

Όλα όσα περιγράψαμε δείχνουν τη δυσμενή μεταβολή των εργασιακών σχέσεων των δημοσιογράφων στην Ελλάδα υπό το πρίσμα των τεχνολογικών μεταβολών, της μετεξέλιξης της δημοσιογραφίας, αλλά και της οικονομικής κρίσης που με μεγάλη ένταση χτύπησε τη χώρα μας. Οι αλλαγές μπορούν να χαρακτηριστούν δραματικές. Ο χάρτης της ελληνικής δημοσιογραφίας άλλαξε εντελώς. Πολλά Μέσα έκλεισαν, το ιδιοκτησιακό τοπίο αναδιατάχθηκε και πάλι με όρους ολιγοπωλίου, η ανεργία εκτοξεύθηκε, οι μισθοί μειώθηκαν δραματικά, αρκετοί δημοσιογράφοι βίωσαν μακροχρόνια ανεργία και άλλοι αναγκάστηκαν ακόμη και να αλλάξουν δουλειά. Οι συνέπειες όλων αυτών στην ποιότητα και την εγκυρότητα της ενημέρωσης ήταν μεγάλες και η αξιοπιστία των ΜΜΕ στη χώρα μας κατρακύλησε σε ιστορικά χαμηλά.

Το ελληνικό μηντιακό σύστημα ακολούθησε σε πολλά τα συμβαίνοντα στο εξωτερικό, αλλά διαθέτει και τα δικά του ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Το ότι αποδίδεται βαθμός ευθύνης στους ιδιοκτήτες των ΜΜΕ και τους δημοσιογράφους, σύμφωνα και με τα ευρήματα της εμπειρικής έρευνας για την κρίση των ΜΜΕ, αποτελούν χαρακτηριστικό στοιχείο της ελληνικής περίπτωσης, όπως και η αναποτελεσματική αντίδραση των συνδικαλιστικών σωματείων απέναντι στις αλλαγές που σημειώθηκαν και το ολιγοπώλιο στην ιδιοκτησία των Μέσων,

φαινόμενο που είναι πολύ παλιό και διατηρείται μέχρι και σήμερα. Από τη δεκαετία του 1980 και μετά που έλαβε χώρα μια από τις μεγαλύτερες αναδιαρθρώσεις των σχέσεων ιδιοκτησίας των ΜΜΕ και οι παραδοσιακοί εκδότες έδωσαν τη θέση τους σε επιχειρηματίες από άλλους χώρους που με την απόκτηση ενός Μέσου στόχευσαν κυρίως στην αύξηση της επιρροής τους παρά στο κέρδος, η κατάσταση του ολιγοπωλίου στην ιδιοκτησία παρέμενε. Στη δημιουργία του ολιγοπωλίου συνέτεινε και η εμφάνιση της ιδιωτικής τηλεόρασης και του ραδιοφώνου και η «άγρια απορρύθμιση» του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου, χαρακτηριστικό και αυτό του ελληνικού μηντιακού συστήματος. Οι έως τότε ιδιοκτήτες ΜΜΕ στα πλαίσια των καλών σχέσεων που είχαν με την πολιτική εξουσία απέκτησαν ραδιοτηλεοπτικά Μέσα που για δεκαετίες λειτουργούσαν χωρίς μόνιμες άδειες και ισχυροποίησαν τη θέση τους, ενώ το τοπίο και οι σχέσεις ιδιοκτησίας δεν άλλαξαν ούτε με την επικράτηση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (άλλαξαν μόνο κάποια πρόσωπα) και έτσι ακόμη και σήμερα, παρά την πληθώρα ιδιωτικών ΜΜΕ, την ύπαρξη κρατικών και κομματικών Μέσων, λίγοι ισχυροί επιχειρηματίες και εφοπλιστές - ολιάρχες ελέγχουν την ενημέρωση στην Ελλάδα, δημιουργώντας συνθήκες ολιγοπωλίου, με αποτέλεσμα να υποβαθμίζονται η πολυφωνία και ο πλουραλισμός, κάτι που εγκυμονεί σημαντικούς κινδύνους για την δημοκρατία.

Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, όμως, του ελληνικού μηντιακού συστήματος, είναι πως παρ' ότι η κρίση το χτύπησε με μεγάλη ένταση, με αποτέλεσμα η διαφημιστική δαπάνη και οι κυκλοφορίες των εφημερίδων να υποχωρήσουν σημαντικά, ο αριθμός των τίτλων που κυκλοφορούν αυξήθηκε, σε μία μάλιστα μικρή αγορά όπως είναι αυτή της Ελλάδας. Αυτό μπορεί να αποδοθεί στο ότι οι ιδιοκτήτες των ΜΜΕ δεν τα αγοράζουν και τα κατέχουν μόνο για τα κέρδος, αλλά και για να αποκτήσουν επιρροή, να μπορούν να παρεμβαίνουν στο πολιτικό και οικονομικό σύστημα και να εξυπηρετούν και τις άλλες επιχειρηματικές τους δραστηριότητες.

Όλα αυτά είναι εκ των βασικών αιτιών που η Ελλάδα κατατάσσεται τελευταία μεταξύ 38 χωρών στην εμπιστοσύνη των πολιτών προς τα ΜΜΕ. Οι πολίτες δεν δείχνουν εμπιστοσύνη σε Μέσα που ανήκουν σε ολιάρχες, που ελέγχουν και χειραγωγούν την ενημέρωση, έχουν σχέσεις αλληλοεξάρτησης και διαπλοκής με την πολιτική εξουσία και διαχρονικά, απολαμβάνουν προνομίων και διευκολύνσεων (δάνεια, ελαφρύνσεις, εξυπηρέτηση άλλων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων κ.λ.π.).

Ο ελληνικός Τύπος, βέβαια, υπήρξε ανέκαθεν κομματικοποιημένος και εξαρτώμενος από τις πολιτικές εξελίξεις στη χώρα. Η συνεχής μεταβολή του

πολιτικού σκηνικού, οι δύο Παγκόσμιοι Πόλεμοι, ο εμφύλιος πόλεμος και η δικτατορία λειτούργησαν ως τροχοπέδη στην εξέλιξη του, με αποτέλεσμα η ελληνική μηντιακή βιομηχανία να παρουσιάσει υστέρηση σε σχέση με άλλες χώρες.

Εάν στα παραπάνω ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Ελλάδας προσθέσουμε και το ότι η πλειοψηφία των δημοσιογράφων που έλαβαν μέρος στην έρευνα εργάζεται σε ιστοσελίδες, ενώ στην υπόλοιπη Ευρώπη η πλειοψηφία των δημοσιογράφων εργάζεται σε εφημερίδες και τηλεοπτικούς σταθμούς, οι μισθοί στα ελληνικά ΜΜΕ είναι χαμηλότεροι από τα ισχύοντα στην υπόλοιπη Ευρώπη, στοιχείο που παίζει το ρόλο του σε ένα ακόμη φαινόμενο που είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένο στην Ελλάδα, αυτό της πολλαπλής απασχόλησης των δημοσιογράφων, μπορούμε να ισχυριστούμε ότι έχουμε σκιαγραφήσει σε ικανοποιητικό βαθμό τις ιδιαιτερότητες του ελληνικού μηντιακού συστήματος και ταυτόχρονα τις αιτίες που οδήγησαν στην κρίση του.

Η παρούσα διατριβή ολοκληρώθηκε στις αρχές του 2020. Η Ελλάδα είχε βγει από το πρόγραμμα στήριξης τον Αύγουστο του 2018 και μια πρώτη ανάκαμψη είχε ξεκινήσει στην οικονομία συνολικά. Μια ανάκαμψη που στα ΜΜΕ είχε αρχίσει να διαφαίνεται από το 2017-2018 στην ανεργία και την απασχόληση, χωρίς, βέβαια επιστροφή στα προ κρίσης επίπεδα, όσον αφορά στους όρους απασχόλησης και τη μισθωτή εργασία. Το πλήγμα που επέφερε η οικονομική κρίση στο ελληνικό μηντιακό σύστημα ήταν μεγάλο και σε συνδυασμό με την τεχνολογική αλλαγή, στο τρένο της οποίας η χώρα μας ανέβηκε με μεγάλη καθυστέρηση λόγω των γενικότερων διαρθρωτικών αδυναμιών και της κρίσης, δημιούργησαν ένα εντελώς διαφορετικό μηντιακό τοπίο από αυτό που υπήρχε προ κρίσης. Ένα μηντιακό σύστημα εξαθλιωμένο οικονομικά με αποτέλεσμα να μπορεί να χειραγωγηθεί πολύ πιο εύκολα, να μην υπάρχει πολυφωνία και να κυριαρχούν όροι εξάρτησης, καταστάσεις επικίνδυνες για τη δημοκρατία.

Η παρούσα διατριβή επιχείρησε να τα καταδείξει όλα αυτά και να καταγράψει τις αλλαγές που επήλθαν στα εργασιακές σχέσεις των δημοσιογράφων σε περίοδο οικονομικής κρίσης και τεχνολογικής αλλαγής. Η σπουδαιότητα των ευρημάτων της είναι τέτοια που μπορούν κάλλιστα να αποτελέσουν τη βάση συζήτησης για την επόμενη ημέρα στα ΜΜΕ της χώρας σε ακαδημαϊκό, εργασιακό και συνδικαλιστικό επίπεδο. Τα ευρήματα, με δεδομένο ότι καταγράφουν την κατάσταση στο ελληνικό μηντιακό σύστημα μέχρι και τις αρχές του 2020, αφορούν τη σημερινή κατάσταση και προσφέρονται για συζήτηση και αξιοποίηση σε μελλοντικές έρευνες.

Συνολικά, η παρούσα διατριβή θεωρούμε ότι συμβάλει σημαντικά στην καταγραφή του εργασιακού πεδίου των ΜΜΕ στην Ελλάδα και της μεταβολής του στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης και υπό το πρίσμα του νέου επικοινωνιακού τοπίου που δημιούργησε η τεχνολογική αλλαγή. Θεωρούμε πως μπορεί να συμβάλει σημαντικά στο ερευνητικό κενό που υπάρχει στη χώρα μας όσον αφορά στο εργασιακό τοπίο των Μέσων και τη μεταβολή που έχει υποστεί τα τελευταία χρόνια και ευελπιστούμε ότι επόμενοι ερευνητές θα την αξιοποιήσουν, θα τη διευρύνουν και θα εμβαθύνουν τόσο στα εργασιακά ζητήματα, όσο και σε άλλα θέματα που αφορούν στη δημοσιογραφία και τα Μέσα στη χώρα μας. Τα ΜΜΕ, άλλωστε, προσφέρονται για έρευνες σε διάφορα επιστημονικά πεδία, ειδικά σήμερα που οι εξελίξεις είναι ραγδαίες και το τοπίο μεταβάλλεται συνεχώς.

Κλείνοντας, θα χρησιμοποιήσουμε μια φράση του πατέρα της αμερικάνικης δημοκρατίας Τόμας Τζέφερσον, ο οποίος είπε ότι «αν έπρεπε να διαλέξω αν θα πρέπει να έχουμε κυβέρνηση χωρίς εφημερίδες ή εφημερίδες χωρίς κυβέρνηση, δεν θα δίσταζα ούτε μία στιγμή να επιλέξω το δεύτερο». Για να συμβεί αυτό, όμως, θα πρέπει να υπάρχουν δημοσιογράφοι που διαβιώνουν αξιοπρεπώς, άρα και ελεύθεροι, που θα δημιουργούν ελεύθερους και σκεπτόμενους πολίτες και θα κρατούν τη δημοκρατία ζωντανή.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΠΗΓΕΣ

Ελληνόγλωσση

- * Αντωνοπούλου, Π. (2008). *Αθλητισμός, Πολιτική και ΜΜΕ*. Αθήνα: Δρακόπουλος.
- * Βαλούκος, Στ. (2008). *Η ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης*. Αθήνα: Αιγόκερως.
- * Βασιλόπουλος, Β. (2015). *Πρότυπα ποιότητας στα ΜΜΕ. Έχουν νόημα;* Αθήνα: Ταξιδευτής.
- * Βατικιώτης, Λ. (2010). Σαράντα άδοξα χρόνια: Η μετανάστευση στην Ελλάδα μιας χρόνιας και δομικής κρίσης. Στο *Ο χάρτης της κρίσης. Το τέλος της αυταπάτης* (σ.25-56). Αθήνα: Τόπος.
- * Βρανούσης, Λ. (2008). Εθνικό κειμήλιο και αυθεντικό τεκμήριο μιας εποχής. Στο Πρακτικά Ημερίδας Μορφωτικού Ιδρύματος Ένωσης Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης *Οι πρωτοπόροι Έλληνες δημοσιογράφοι Μαρκίδες Πούλιου. Εκδότες της πρώτης ελληνικής εφημερίδας 1790-179* (σ. 35-80). Θεσσαλονίκη: Μορφωτικό Ίδρυμα ΕΣΗΜΕΘ.
- * Βώβου, Ι. (2010). Στοιχεία για μία μετα – ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης. Το μέσο, η πολιτική και ο θεσμός. Στο Βώβου Ι. (επιμ.) *Ο κόσμος της τηλεόρασης. Θεωρητικές προσεγγίσεις, ανάλυση προγραμμάτων και ελληνική πραγματικότητα* (σ. 93-140). Αθήνα: Ηρόδοτος.
- * Γαγανάκης, Κ. (1999). *Κοινωνική και Οικονομική Ιστορία της Ευρώπης*. ΕΑΠ: Πάτρα.
- * Γορανίτης, Γ. (2017). *Τα bots κατακτούν το Twitter*. Ανακτήθηκε από: <http://www.liberal.gr/arthro/110647/technologia/2017/ta-bots-kataktoun-to-Twitter.html>.
- * Δαγτόλου, Δ. (1998). *Ραδιοτηλεόραση και Σύνταγμα*. Αθήνα- Κομοτηνή: Σάκκουλας.
- * Δάρδας, Ν. (2008). Γνωστές και λανθάνουσες εκδόσεις των Σιατιστέων εκδοτών της Βιέννης Μαρκίδων Πούλιου. Στο Πρακτικά Ημερίδας Μορφωτικού Ιδρύματος Ένωσης Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης *Οι πρωτοπόροι Έλληνες δημοσιογράφοι Μαρκίδες Πούλιου. Εκδότες της πρώτης ελληνικής εφημερίδας 1790-179* (σ. 120-152). Θεσσαλονίκη: Μορφωτικό Ίδρυμα ΕΣΗΜΕΘ.
- * Δεληγιάννη, Ε. (2004). *Ηθική των ΜΜΕ. Δημοσιογραφική δεοντολογία*. Αθήνα: Σιδέρης.

[%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B1%CE%B3%CE%B3%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%BF%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%BF%CF%85/](#).

* Η πρώτη εκπομπή της EIP. (2013). Ανακτήθηκε από: <http://www.newsbeast.gr/media/arthro/544256/i-proti-ekpobi-tis-eir>.

* Θεοδωράτος, Ε. (1999). *Εργασιακές Σχέσεις*. Αθήνα: Σταμούλης.

* Ινστιτούτο Εργασίας ΓΣΕΕ. *Η ελληνική οικονομία και η απασχόληση. Ετήσια έκθεση 2018*. Ανακτήθηκε από: <https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2018/03/ETHSIA-EKTHESI-2018-INE-GSEE-H-ELLINIKH-OIKONOMIA-KAI-H-APASXOLISH.pdf>.

* Ιωάννου, Χ. (1989). *Μισθωτή απασχόληση και συνδικαλισμός στην Ελλάδα*. Αθήνα: Ίδρυμα Μεσογειακών Σπουδών.

* Καραδημητρίου, Α. (2017) *Υστερη αλήθεια και αυτοματοποίηση: Οι νέες προκλήσεις για τη δημοσιογραφία*. Ανακτήθηκε από: <https://medianalysis.net/2017/04/02/ύστερη-αλήθεια/>.

* Καρακιουλάφη, Χ. (2012). *Εργασιακές σχέσεις. Θεωρητικές προσεγγίσεις και εμπειρικά ζητήματα*. Αθήνα: Παπαζήσης.

* Καρακώστας, Ι. (1998). *Το δίκαιο των ΜΜΕ*. Αθήνα- Κομοτηνή: Σάκκουλας.

* Καραμπίνη, Τ. (2017) *Ξεκίνησαν οι απολύσεις εργαζομένων και η αντικατάσταση τους με ρομπότ*. Ανακτήθηκε από: <http://www.fortunegreece.com/article/xekinisan-i-apolisis-ergazomenon-ke-i-antikatastasi-tous-me-rompot/>.

* Καράογλου, Λ. (1996). *Περιοδικά Λόγου και Τέχνης (1901-1940). Τόμος Πρώτος: Αθηναϊκά Περιοδικά (1901-1925)*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press.

* ----- (2002). *Περιοδικά Λόγου και Τέχνης (1901-1940). Τόμος Δεύτερος: Αθηναϊκά Περιοδικά (1926-1933)*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press.

* Καρποζήλου, Μ. (1991). *Τα ελληνικά οικογενειακά φιλολογικά περιοδικά (1847-1900)*. Ιωάννινα: Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων.

* Καρυκόπουλος, Π. (1984). *200 χρόνια ελληνικού Τύπου 1784-1984*. Αθήνα: Γρηγόρης.

* Κατσανέβας, Θ. (2007) *Οικονομική της Εργασίας & Εργασιακές Σχέσεις*. Αθήνα: Σταμούλης.

* Κατσορίδας, Δ. (2018). 100 χρόνια συνδικάτα. Βασικοί σταθμοί του εργατικού κινήματος στην Ελλάδα στο *Ενημέρωση ΙΝΕ-ΓΣΕΕ*. Ανακτήθηκε από:

<https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2018/12/NOEMBRIOS-DEKEMBRIOS-2018.pdf>.

* ----- (2008). *Βασικοί σταθμοί του εργατικού – συνδικαλιστικού κινήματος στην Ελλάδα 1870-2001*. Αθήνα: ΑΡ. ΙΣΤΟΣ – ΓΣΕΕ.

* Καψάλης, Α. (2018). Το σύγχρονο εργασιακό τοπίο στα μίντια στο *Ενημέρωση ΙΝΕ-ΓΣΕΕ*. Ανακτήθηκε από: <https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2018/12/NOEMBRIOS-DEKEMBRIOS-2018.pdf>.

* Κόλλια, Ε. (2005). *Μαριέττα Αθανασιάδη: Η εκδότρια της «Ναυτεμπορικής» μιλάει για την πορεία της εφημερίδας με αφορμή τα 80 χρόνια από την έκδοσή της*. Ανακτήθηκε από: <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=163775>.

* Κολλίντζας, Τ., Ψαλιδόπουλος, Μ., Καραμούζης, Ν. & Χαρδούβελης, Γ. (2009) *Η κρίση του 2007-2009: τα αίτια, η αντιμετώπιση και οι προοπτικές*. Ανακτήθηκε από: http://www.hardouvelis.gr/FILES/PROFESSIONAL%20WORK/Economy%20and%20Markets%20IV_8_D EC2009.pdf.

* Κουβέλη, Α. (1984). *Το στοιχείο της παραμόρφωσης στην εμπειρική κοινωνική έρευνα: τυποποιημένο ερωτηματολόγιο και ελεύθερη συνέντευξη*. Ανακτήθηκε από: <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/ekke/article/viewFile/7389/7111>.

* Κουζής, Γ. (2001) *Εργασιακές σχέσεις και Ευρωπαϊκή Ενοποίηση. Ευελιξία και απορρύθμιση ή αναβάθμιση της εργασίας*; Αθήνα: ΙΝΕ Εργασίας ΓΣΕΕ-ΑΔΕΔΥ.

* ----- (2007) *Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού συνδικαλιστικού κινήματος. Αποκλίσεις και συγκλίσεις με τον ευρωπαϊκό χώρο*. Αθήνα: Gutenberg.

* ----- (2009) *Συνδικάτα και συλλογική εκπροσώπηση τα εργασίας*. Στο *Leat κ.ά (επιμ.), Εργασιακές σχέσεις. Μια επιστημονική προσέγγιση* (σ. 307-334). Αθήνα: Κριτική.

* ----- (2010) *Η πορεία της νεοφιλελεύθερης απορρύθμισης τα εργασίας και το άλλοθι της κρίσης*. Στο *Ο χάρτης της κρίσης. Το τέλος της αυταπάτης* (σ.191-221). Αθήνα: Τόπος.

* ----- (2011) *Το εργασιακό τοπίο στην Ελλάδα μετά το μνημόνιο*. Στο *Κρίση και εργασία. Πρακτικά εκδήλωσης-δημερίδας 31 Οκτωβρίου-1 Νοεμβρίου 2011* (σ.34-43). Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα ΕΣΗΕΑ.

* ----- (2016) *Η κρίση και τα μνημόνια ισοπεδώνουν την εργασία*. Στο *Κοινωνική Πολιτική* (τεύχος 6). Ανακτήθηκε από <file:///C:/Users/Σωτήρης/Desktop/KOYZHS-KOINΩNIKH%20ΠΟΛΙΤΙΚΗ%20ΤΟΜΟΣ%206.pdf>.

- * Κουζής, Γ. (2018). Το νέο εργασιακό τοπίο με αφορμή την κρίση. Στο Δημουλάς, Κ. και Κουζής, Γ. (επ.), *Κρίση και κοινωνική πολιτική. Αδιέξοδα και λύσεις* (σελ. 121-136). Αθήνα: Τόπος.
- * Κουμαριανού, Α. (1995). *Ο Ελληνικός Προεπαναστατικός Τύπος. Βιέννη-Παρίσι (1784-1821)*. Αθήνα: Ίδρυμα Ελληνικού Πολιτισμού.
- * ----- (2010). *Ιστορία του ελληνικού Τύπου*. Αθήνα: Ερμής.
- * Κουνενάκης, Π. (1995). *Η μαγεία του ραδιοφώνου*. Ανακτήθηκε από: <http://www.kathimerini.gr/kath/7days/1995/12/311pdf21995>.
- * Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ. & Κουτσογιάννης, Κ. (2015). *Μέθοδοι συλλογής δεδομένων*. Ανακτήθηκε από <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/5360>.
- * Λεάνδρος, Ν. (1992). *Μαζικά έντυπα επικοινωνίας στην Ελλάδα. Οικονομικές και τεχνολογικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Δελφίνι.
- *----- (2000). *Πολιτική Οικονομία των ΜΜΕ*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ----- (2005). *Το διαδίκτυο. Ανάπτυξη και αλλαγή*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ----- (2008). *Επιχειρηματικές Στρατηγικές στη Βιομηχανία των Μέσων*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ----- (2012). *Οικονομική κρίση και σύγχρονη ανάπτυξη. Η οπτική της πολιτικής οικονομίας*. Αθήνα: Διόνικος.
- * ----- (2013). Τα μέσα στο επίκεντρο της κρίσης. Τα οικονομικά αποτελέσματα οκτώ μεγάλων επιχειρήσεων. Στο Πλειός, Γ, (επ.), *Κρίση και ΜΜΕ* (σ.31-57). Αθήνα: Παπαζήσης.
- * Λεάνδρος, Ν., Παπαδοπούλου, Δ., & Ψύλλα, Μ. (2011). Η κρίση στον Τύπο. Μία θεματική και γλωσσολογική ανάλυση. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών* (σ.134-135, 237-255).
- * Λινάρδος, Π. (2004) Ρίζες και εξέλιξη της Αθλητικής Δημοσιογραφίας στην Ελλάδα. Στο *100 χρόνια Αθλητικής Δημοσιογραφίας. 50 χρόνια ΠΣΑΤ* (σ. 5-9). Αθήνα: Πανελλήνιος Σύνδεσμος Αθλητικού Τύπου.
- * Μαργαρίτη, Κ. (2016) *Οι ειδησεογραφικές εφαρμογές στη δημοσιογραφική πρακτική*. Ανακτήθηκε από: <https://medialanalysis.net/2016/06/17/%CE%BF%CE%B9-%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%B7%CF%83%CE%B5%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B5%CF%86%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%BF%CE%B3%CE%AD%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7-%CE%B4%CE%B7%CE%BC/>.

- * ----- (2017a) *Η χαμένη εμπιστοσύνη στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*. Ανακτήθηκε από: <https://medanalysis.net/2017/07/02/social-media-news/>.
- * ----- (2017b) *Ο δημοσιογράφος πολυεργαλείο*. Ανακτήθηκε από: <https://medanalysis.net/2017/05/20/%CE%BF-%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%83%CE%B9%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CF%86%CE%BF%CF%82-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CF%85%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BB%CE%B5%CE%AF%CE%BF/>.
- * Μπακουνάκης, Ν. (2012). *Επιστροφή στην Αναζαγόρα*. Ανακτήθηκε από: <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=474790>.
- * ----- (2014). *Δημοσιογράφος ή ρεπόρτερ. Η αφήγηση στις ελληνικές εφημερίδες. 19ος-2ός αιώνας*. Αθήνα: Πόλις.
- * Μπακουνάκης, Ν., & Παπαθανασόπουλος Σ. (2010). Οι αθηναϊκές εφημερίδες μετά το 1989: Οι αλλοιώσεις, οι αλλαγές, οι κρίσιμες προσαρμογές. Στο *Ζητήματα Επικοινωνίας*, τ. 10.
- * Μπασάντης, Δ. (2002). *Ο ημερήσιος Τύπος. Από τον 18^ο στον 21^ο αιώνα*. Αθήνα: Οδυσσέας.
- * Μπασάντης, Δ. & Ζαχαρόπουλος, Θ. (2008). *Σπορ και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*. Αθήνα: Οδυσσέας.
- * Παλαιολόγος, Ν. (2006). *Εργασία και Συνδικάτα στον 21^ο αιώνα*. Ανακτήθηκε από: https://www.inegsee.gr/wp-content/uploads/2014/02/files/MELETH_24.pdf.
- * Πάμπας, Θ. (2008). Οι τόποι εγκαθίδρυσης και λειτουργίας των τυπογραφείων Μπαουμάιστερ/Μαρκίδων Πούλιου και Βεντότη στη Βιέννη. Στο *Πρακτικά Ημερίδας Μορφωτικού Ιδρύματος Ένωσης Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης Οι πρωτοπόροι Έλληνες δημοσιογράφοι Μαρκίδες Πούλιου. Εκδότες της πρώτης ελληνικής εφημερίδας 1790-179 (σ.162-189)*. Θεσσαλονίκη: Μορφωτικό Ιδρυμα ΕΣΗΕΜΘ.
- * *Πανελλήνια Ομοσπονδία Συλλόγων Προσωπικού Επιχειρήσεων Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης*. Ανακτήθηκε από: <http://www.pospert.gr/>.
- * Παπαγεωργίου, Γ. (2014). *Εννοιες-δείκτες στην ποσοτική έρευνα*. Ανακτήθηκε από: http://sociology.soc.uoc.gr/pegasoc/wp-content/uploads/2014/10/Microsoft-Word-Papageoriou_ENNOIES.pdf
- * Παπαδημητρίου, Δ., & Μπαλτά, Ν. (1993). *Σημειώσεις για την ιστορία του Τύπου*. Αθήνα: Οδυσσέας.

- * Παπαδοπούλου, Λ. (2017). *Τύπος, κρίση και επιβίωση: Νέα κι εναλλακτικά επιχειρηματικά μοντέλα στο ελληνικό επικοινωνιακό περιβάλλον*, (Διδακτορική διατριβή). Αθήνα: Πάντειο Πανεπιστήμιο. Ανακτήθηκε από: file:///C:/Users/%CE%A3%CF%89%CF%84%CE%AE%CF%81%CE%B7%CF%82/Downloads/41DID_PapadopoulouLa.pdf
- * Παπαθανασόπουλος, Στ. (1997). *Η δύναμη της τηλεόρασης. Η λογική του Μέσου και η αγορά*, Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ----- (2000). Τα μέσα επικοινωνίας στην Ευρώπη: Ένα πεδίο σε εξέλιξη. Στο Παπαθανασόπουλος, Στ, (επ.), *Επικοινωνία και Κοινωνία. Από τον εικοστό στον εικοστό πρώτο αιώνα* (σ.139-194). Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ----- (2004). *Πολιτική και ΜΜΕ. Η περίπτωση της Νότιας Ευρώπης*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ----- (2005). *Η τηλεόραση στον 21^ο αιώνα*, Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ----- (2011). Οψεις της παγκοσμιοποίησης των μέσων επικοινωνίας. Στο Παπαθανασόπουλος, Στ, (επ.), *Τα μέσα επικοινωνίας στον 21^ο αιώνα* (σ.76-92). Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ----- (2011). Τα νέα μέσα επικοινωνίας στην Ευρώπη. Στο Παπαθανασόπουλος, Στ, (επ.), *Τα μέσα επικοινωνίας στον 21^ο αιώνα* (σ 95-141). Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ----- (2013). *Δημοσιογραφία: Σε αναζήτηση νέου μοντέλου*. Ανακτήθηκε από: https://medianalysis.net/2013/06/07/journalism_newmedia/.
- * ----- (2018). *Το μέλλον της τηλεόρασης*. Ανακτήθηκε από <https://medianalysis.net/2018/09/22/%CE%BC%CE%AD%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD-%CF%84%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CF%8C%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%B7%CF%82/>.
- * Παπακώστας, Γ. (2001). *Ο Γρηγόριος Ξενόπουλος και η Νέα Εστία*. Ανακτήθηκε από: <http://www.kathimerini.gr/106885/article/politismos/arxeio-politismoy/o-grhgorios-zenopoylos-kai-h-nea-estia>.
- * Παρασκευόπουλος, Ι. (1993). *Μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας*. Ιδιωτική έκδοση.

- * Πασχαλίδης, Γ. (2005). Η ελληνική τηλεόραση. Στο Βερνίκος, Ν. & Δασκαλοπούλου, Σ. (επ.). *Πολιτιστικές Βιομηχανίες. Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά* (σ.173-200). Αθήνα: Κριτική.
- * Πλειός, Γ. (2013). Τα ΜΜΕ απέναντι στην κρίση: έντονη υιοθέτηση της λογικής των ελίτ. Στο Πλειός, Γ (επ.). *Η κρίση και τα ΜΜΕ*. (σ.87-134). Αθήνα: Παπαζήσης.
- * ----- (2014). *ΜΜΕ στη Μεταπολίτευση: Από τον γύψο στην κρίση Δημοκρατίας*. Ανακτήθηκε από: <http://tvxs.gr/news/ellada/ta-mme-tis-metapoliteysi-apo-gypso-stin-krisi-dimokratias>.
- * Ρήγου, Μ. (2014). *Από την ψηφιακή επανάσταση στην ψηφιακή επιτήρηση. Νέα Μέσα, δημοσιότητα και πολιτική*. Αθήνα: Σιδέρης.
- * Ρομποτική και τεχνητή νοημοσύνη: Το ΕΚ ζητά θέσπιση πανευρωπαϊκών κανόνων (2017). Ανακτήθηκε από: <http://www.europarl.europa.eu/news/el/news-room/20170210IPR61808/%CE%81%CE%BF%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%84%CE%B5%CF%87%CE%BD%CE%B7%CF%84%CE%AE-%CE%BD%CE%BF%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%83%CF%8D%CE%BD%CE%B7-%CF%84%CE%BF-%CE%B5%CE%BA-%CE%B6%CE%B7%CF%84%CE%AC-%CE%B8%CE%AD%CF%83%CF%80%CE%B9%CF%83%CE%B7-%CF%80%CE%B1%CE%BD%CE%B5%CF%85%CF%81%CF%89%CF%80%CE%B1%CF%8A%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CE%BA%CE%B1%CE%BD%CF%8C%CE%BD%CF%89%CE%BD>.
- * Σιαπέρα, Ε. & Δημητρακοπούλου, Δ. (2012). Διαδίκτυο και δημοσιογραφία: Παραδοσιακές και εναλλακτικές μορφές. Στο *Ζητήματα Επικοινωνίας 14-15*. Ανακτήθηκε από: http://www.jour.auth.gr/wp-content/uploads/2015/06/Siopera-Dimitrakopoulou-Diadiktyo_kai_Dimosiografia_Paradosiakes_kai_Enallaktikes_Morfes.pdf.
- * Σιάσιος, Δ. (2008). Μαρκίδες Πούλιου, οι Σιατιστινοί πρωτεργάτες του ελληνικού Τύπου. Στο *Πρακτικά Ημερίδας του Μορφωτικού Ιδρύματος Ένωσης Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης Οι πρωτοπόροι Έλληνες δημοσιογράφοι Μαρκίδες Πούλιου. Εκδότες της πρώτης ελληνικής εφημερίδας 1790-179* (σ. 95-110). Θεσσαλονίκη: Μορφωτικό Ίδρυμα ΕΣΗΕΜΘ.

- * Σιούντα, Β.(2014). *Η διαμόρφωση του πεδίου της διαδικτυακής δημοσιογραφίας στην Ελλάδα*. (Διπλωματική εργασία). Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο. Ανακτήθηκε από: <http://ikee.lib.auth.gr/record/135937/files/GRI-2015-13879.pdf>.
- * Σιφονιός, Μ. (1999). *Τι σημαίνει ΜΜΕ; Μη μιλάς εσύ, μιλάω μόνο εγώ*. Αθήνα: Λιβάνης.
- * Σκλαβούνης, Γ. (1995). *Ιστορία του Τύπου*. Αθήνα: Ελλην.
- * Σμυρναίος, Ν. (2013). *Οικονομική εξουσία και ΜΜΕ στην εποχή της κρίσης: μια άσκηση χαρτογράφησης*. Ανακτήθηκε από: <http://ephemeron.eu/943>.
- * Σπυρόπουλος, Γ.(1998). *Εργασιακές σχέσεις : Εξελίξεις στην Ελλάδα, την Ευρώπη και τον διεθνή χώρο*. Αθήνα: Σάκκουλας.
- * *Σύντομη ιστορία του ραδιοφώνου* (2015). Ανακτήθηκε από: <https://www.radiofono.gr/history.htm>.
- * Τζέκης, Α. (2018) *Η κρίση του Τύπου. Η περίπτωση των αθλητικών εφημερίδων*. (Διδακτορική διατριβή). Πάντειο Πανεπιστήμιο: Αθήνα.
- * Χαιρετάκης, Μ. (2010). *ΜΜΕ, διαφήμιση και κατανάλωση. Η ελληνική περίπτωση, 1960-2000*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press:
- * ----- (2013), «Η κρίση των ΜΜΕ και τα ΜΜΕ της κρίσης», στο Πλειός, Γ, (επ.) *Κρίση και ΜΜΕ* (σ.59-84). Αθήνα: Παπαζήσης.
- * Χατζηνάκος, Λ. (1995). *Η τολμηρή απάντηση. Ο Δημοσιογραφικός Οργανισμός Βορείου Ελλάδος «Ι.Κ.Βελλίδης» εισάγει τις εφημερίδες του στον κυβερνοχώρο*. Ανακτήθηκε από: http://www.hyper.gr/makthes/950813/50813_00.html.
- * Χριστοδουλίδης, Α. (2009). *Διεθνή και Εθνικά Πρακτορεία Ειδήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις ΑΠΕ-ΜΠΕ.
- * Χριστοδούλου, Κ. (2015). *Ρομάντσο : Το θρυλικό περιοδικό των ρεκόρ*. Ανακτήθηκε από: <http://news247.gr/eidiseis/weekend-edition/romantso-to-thryliko-periodiko-twn-rekor.3431458.html>.
- * Ψύλλα, Μ. (2010). *Μεθοδολογία της ανάλυσης ενός γεγονότος από τον έντυπο λόγο*. Αθήνα: Τυπωθήτω- Γιώργος Δάρδανος.
- * Ψυχογιός, Δ. (2003). *Τα Έντυπα Μέσα Επικοινωνίας. Από τον Πηλό στο Δίκτυο*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Μεταφρασμένα

- *Babbie, E. (2011). Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα, μτφρ. Γ. Βογιατζής. Αθήνα: Κριτική.
- * Bardoeel, J. (2000). Ο ρόλος της δημοσιογραφίας στην κοινωνία της πληροφορίας. Στο Παπαθανασόπουλος, Στ, (επ.) *Επικοινωνία και Κοινωνία. Από τον εικοστό στον εικοστό πρώτο αιώνα*, μτφρ Στ. Παπαθανασόπουλος (σ.283-305). Αθήνα: Καστανιώτης.
- * Bardeu, F. & Danet, N. (2012). *Anonymus: Μπορούν, στ' αλήθεια ν' αλλάζουν τον κόσμο;* . μτφρ Γ. Ξενάριος. Αθήνα: Κονιδάρη
- * Deuze M. (2011). Δημοσιογραφία και Διαδίκτυο. Στο Παπαθανασόπουλος Στ. (επιμ.) *Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα*, μτφρ. Στ. Παπαθανασόπουλος (σ. 284-312). Αθήνα: Καστανιώτης.
- * Hobsbawm, E. (2000). *Η εποχή των αυτοκρατοριών 1875-1914*, μτφρ. Κ. Σκλαβενίτη. Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης.
- * Javeau, C. (2000). *Η έρευνα με ερωτηματολόγιο*, μτφρ. Κ. Τζαννόνε-Τζώρτζη. Αθήνα: Τυπωθήτω-Δαρδανός.
- * Jeanneney, J. (1999). *Η ιστορία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Από την εμφάνισή τους ως τις μέρες μας*, μτφρ. Ν. Μπαλτά. Αθήνα: Παπαδήμας.
- * Καραν, Τ (2005). *Μέσα επικοινωνίας και εξουσία*, μτφρ Κ.Μεταξά. Αθήνα: Καστανιώτης.
- * Κάστελς, Μ. (2005). *Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία*, μτφρ. Ε. Αστερίου. Αθήνα: Καστανιώτης.
- * Κόβατς, Μ. & Ρόζενστιλ, Τ. (2004). *Εισαγωγή στη δημοσιογραφία. Τι πρέπει να γνωρίζουν οι άνθρωποι των Μέσων και τι πρέπει να αναμένει η κοινή γνώμη*, μτφρ. Ε. Μπαρτζινόπουλος. Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ΜακΚουεϊλ, Ν. (2002). *Η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας για τον 21^ο αιώνα*, μτφρ. Κ. Μεταξά. Αθήνα: Καστανιώτης.
- * ΜακΚουεϊλ, Ν. & Βιντάλ. Σ. (2009) *Σύγχρονα μοντέλα επικοινωνίας*, μτφρ Κ. Μεταξά. Αθήνα: Καστανιώτης.
- * Μπαρμπιέ, Φ. & Λαβενίρ. Κ. (1999). *Ιστορία των Μέσων Επικοινωνίας, από τον Ντιτερό στο ίντερνετ*, μτφρ. Κ. Χαρικιοπούλου. Αθήνα: Δρομέας.
- * Poulet, B. (2009) *Το τέλος των εφημερίδων και το μέλλον της ενημέρωσης*, μτφρ Γιώργος Αγγελόπουλος. Αθήνα: Πόλις

- * Ραμονέ, Ι. (2011). *Η έκρηξη της δημοσιογραφίας: από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στη μαζικότητα των μέσων ενημέρωσης*, μτφρ Θ. Τσαπακίδης, Αθήνα: Εικοστός Πρώτος.
- * Robson, C. (2010). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου. Ένα μέσον για κοινωνικούς επιστήμονες και επαγγελματίες ερευνητές*, μτφ. Β. Νταλάκου & Κ. Βασιλικού. Αθήνα: Gutenberg.
- * Σπιτερί, Ζ. (2009). *Ο δημοσιογράφος και οι εξουσίες του*, μτφρ Ε. Τσερεζολέ, Αθήνα: Καστανιώτης.

Ξενόγλωσση

- * Albeanu, C. (2016a). *NRS: More than 70% of The Independent's UK audience reads the title only on mobile*. Retrieved from: <https://www.journalism.co.uk/news/nrs-more-than-70-of-the-independent-s-uk-audience-reads-the-title-only-on-mobile/s2/a667557/>.
- * ----- (2016b). *Around two thirds of Independent's UK readers access it only from mobile*. Retrieved form: <https://www.journalism.co.uk/news/around-two-thirds-of-independent-readers-in-the-uk-access-the-title-only-from-their-mobile-devices/s2/a613542/>.
- * ----- (2016c). *Norwegian News Agency is betting on automation for football coverage*. Retrieved from: <https://www.journalism.co.uk/news/norwegian-news-agency-is-betting-on-automation-for-football-coverage/s2/a647189/>.
- * ----- (2016d). *The Washington Post rolls out automation for the Olympic Games, gearing up for US election coverage*. Retrieved from: <https://www.journalism.co.uk/news/the-washington-post-rolls-out-automation-for-the-rio-olympic-games-gearing-up-for-us-election-coverage/s2/a665769/>.
- * ----- (2018). *From social media to in-story experiences, chat bots help the BBC 'do things faster and at scale*. Retrieved from: https://www.journalism.co.uk/news/from-social-media-to-in-story-experiences-chat-bots-help-the-bbc-do-things-at-scale-and-faster-/s2/a722596/?utm_source=Pew%20Research%20Center.
- * Allan, S. & Thorsen, E. (2009). *Citizen Journalism: Global Perspectives*. Peter Lang Publishing: New York.

- * *Almost 60% of US newspaper jobs vanish in 26 years* (2016). Retrieved from: <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2016/jun/06/almost-60-of-us-newspaper-jobs-vanish-in-26-years>.
- * Aldridge, M., and Evetts, J. (2003). 'Rethinking the Concept of Professionalism: The Case of Journalism'. *British Journal of Sociology*. 54/4: 547–64.
- * *An open letter from the editor-in-chief of EL PAÍS to the newspaper's staff*, (2016). Retrieved from: http://elpais.com/elpais/2016/03/04/inenglish/1457078700_070078.html.
- * Anderson, C. W. & Bell, E., & Shirky, C. (2014). *Post Industrial Journalism: Adapting to the Present*. Retrieved from: towcenter.org/research/post-industrial-journalism-adapting-to-the-present-2/.
- * Atton, C. (2002). *Alternative Media*. London: SAGE.
- * ----- (2003). Reshaping Social Movement Media for a New Millennium, *Social Movement Studies* 2 (1), 3–13.
- * Atton, C. & Wickenden, E. (2005) Sourcing Routines and Representation. *Alternative Journalism: A Case Study Approach*, *Journalism Studies* 6, 347–359.
- * Atton, C. (2009) Alternative and citizen journalism. *The handbook of journalism studies*, 265-278.
- * Bagdikian, B. (1990). *The media monopoly*. Boston: Beacon Press.
- * Bardoel, J. (2002). The Internet Journalism and Public Communication Policies. *International Communication Gazette*, 64 (5), 501-511.
- * Bardoel, J., and Deuze, M. (2001). "'Network Journalism': Converging Competencies of Old and New Media Professionals'. *Australian Journalism Review*, 23/2: 91–103.
- * Bardoel, J. (1996). Beyond Journalism. A Profession between Information Society and Civil Society. *European Journal of Communication* 11 (3): 283-302.
- * Barnett, S. (2009). *Journalism, democracy and the public interest. Rethinking media pluralism for the digital age*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- * Battaglio, S. (2016). *NBC's Olympic ratings drop while online viewership surges: "There is a cultural shift"*. Retrieved from: <http://www.latimes.com/entertainment/envelope/cotown/la-et-ct-olympic-ratings-20160812-snap-story.html>.
- * Beaujon, A. (2014). *AP's robot-written stories have arrived*. Retrieved from: <http://www.poynter.org/2014/aps-robot-written-stories-have-arrived/259602/>.

- * Becker, B., Stone, A. & Graf, D. (1996) 'Journalism Labour Supply and Demand: Is Oversupply an Explanation for Low Wages? *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 73(3):519-33.
- * Bell, E. (2016). *Facebook is eating the world*. Retrieved from: http://www.cjr.org/analysis/facebook_and_media.php.
- * *Benchmarking Working Europe 2018*. Retrieved from: <https://www.etui.org/Publications2/Books/Benchmarking-Working-Europe-2018>.
- * Benton, J. (2019) *Newspapers cost more than twice as much today as they did a decade ago (and that was a smart move by publishers)*. Retrieved from: http://www.niemanlab.org/2019/01/newspapers-cost-more-than-twice-as-much-today-as-they-did-a-decade-ago-and-that-was-a-smart-move-by-publishers/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=8ca1af7b19-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-8ca1af7b19-396017077.
- * ----- (2018). *Here's how much Americans trust 38 major news organizations (hint: not all that much!)*. Retrieved from: http://www.niemanlab.org/2018/10/heres-how-much-americans-trust-38-major-news-organizations-hint-not-all-that-much/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=d0d927d0fa-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-d0d927d0fa-396017077.
- * Bierhoff, J., & Schmidt M. (1997). *European journalism training in transition: the inside view*. Maastricht: European Journalism Centre, Google Scholar.
- * Bittner, A. (2011). *Managing Change. Innovation and Trade Unionism in the News Industry*. Retrieved from: http://www.ifj.org/fileadmin/images/EFJ/EFJ_documents/Reports/Managing_Change_Draft_2.pdf.
- * Boczkowski, P. (2004), *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press.
- * Bond, D. (2016). *Independent returns to profit after axing newspaper*. Retrieved from: <https://www.ft.com/content/da99890a-91fb-11e6-a72e-b428cb934b78>.
- * Bowman, S. & Willis, C. (2003). *We media. How audiences are shaping the future of the new and information*. Retrieved from: http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.

- * Boyd- Barrett, O. (2009). *The International News Agencies*. London: SAGE Publications.
- * Bull, A. (2010). *Multimedia Journalism: A Practical Guide*. London and New York: Routledge.
- * Burrows, B. (2018). *Amazon buys Premier League broadcast rights from 2019*. Retrieved from: <https://www.independent.co.uk/sport/football/premier-league/amazon-premier-league-tv-rights-201920-season-sky-sports-bt-sport-a8387451.html>.
- * Campbell, R. (2000). *Media and Culture. An introduction to Mass Communication*. Boston: Bedford/St. Martin.
- * Carlson, M. (2011). Where once stood titans: Second-order paradigm repair and the vanishing US newspaper. *Journalism*. 13(3), 267 –268
- * Castells, M. (2000). The rise of the network society. In *The Information Age: Economy, Society and Culture.*, 1, second edition. Oxford: Blackwell
- * ----- (2009). *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.
- * Clark, B. (1962). *Educating the Expert Society*. San Francisco: Chandler Publishing Company.
- * Clegg, H.A. (1972). *The system of industrial relations in Great Britain*. Oxford: Blackwell.
- * Clerwall, C. (2014). Enter the Robot Journalism, *Journalism Practice* 8 (5), 519-531. Retrieved from: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2014.883116>.
- * Cohen, S. & Hamilton, J. & Tuner, F. (2011) Computational Journalism, *Magazine Communications of the ACM* 54 (10), 66-71). Retrieved from: <https://cacm.acm.org/magazines/2011/10/131400-computational-journalism/fulltext>.
- * Constine, J. (2016). *Facebook Live Audio makes talk radio social, starting with the BBC*. Retrieved from: https://techcrunch.com/2016/12/20/facebook-live-audio/?utm_source=Pew+Research+Center&utm_campaign=a11ef44fe9-EMAIL_CAMPAIGN_2016_12_21&utm_medium=email&utm_term=0_3e953b9b70-a11ef44fe9-399993749.
- * Crupi, A. (2016a). *Nightmare' in Rio: NBC's Olympics Ratings Down 15% From London*. Retrieved from: <http://adage.com/article/special-report-the-olympics/nightmare-rio/305594/>.

- * ----- (2016b). *Laughing All the Way to the Bank: Rio Olympics Make NBC \$250 Million Richer*. Retrieved from: http://adage.com/article/special-report-the-olympics/nbc-rio-olympics-quarter-billion-profit/305859/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=707e9d7182-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-707e9d7182-396017077.
- * Daly, C. (2012). *Covering America. A narrative History of a Nations Journalism*. Amherst and Boston: University of Massachusetts Press.
- * Dankier, D. (2016). *Introducing the Facebook Live API*. Retrieved from: <https://media.fb.com/2016/04/12/introducing-the-facebook-live-api/>.
- * Davies, J. (2017a). *The BBC is using 'slow news' to fight fake news*. Retrieved from: <http://digiday.com/publishers/bbcs-slow-news-focus-changing-newsroom-dynamics/>.
- * ----- (2017b). *European newsrooms are forming a united front against fake news*. Retrieved from: http://digiday.com/uk/european-newsrooms-forming-united-front-fake-news/?utm_source=Pew+Research+Center&utm_campaign=a7efc37c4f-EMAIL_CAMPAIGN_2017_03_17&utm_medium=email&utm_term=0_3e953b9b70-a7efc37c4f-399993749.
- *----- (2018) *'We're at the foothills of what we can do': How The Guardian improbably put itself on the path to profits*. Retrieved from: <https://digiday.com/media/guardian-improbably-put-way-path-profits/>.
- * *Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media to Strengthening Peace and International Understanding, to the Promotion of Human Rights and to Countering Racism, apartheid and incitement to war* (1978). Online στο http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13176&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.
- * Deuze, M. (1999). *Journalism and the Web: An analysis of Skills and Standards*, in an Online Environment. *International Communication Gazette* 1999 61, 373.
- * ----- (2005) 'What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered'. *Journalism*. 6/4: 442-64.
- * ----- (2009) The people formerly known as the employers, *Journalism* 10 (3), 315-318.
- * Deuze, M. & Paulussen, S. (2002). Online journalism in the Low Countries. Basic, occupational and professional characteristics of online journalists in Flanders and The Netherlands, *European Journal of Communication*. 17 (2), 237-245.

- * Deuze, M. & Fortunati, L. (2009). *Journalism Without Journalists*. In Meikle, G. & Redden, G. (eds.) (2010). *News Online; Transformations and Continuities*. Basingstoke: Palgrave Macmillan
- * Dimitrakopoulou, D. & Siaperas, E. (2005). Greece: Identical Contents, Lack of Sophistication. In Van der Wurff, R. and Lauf, E. (eds). *Print and Online Newspapers in Europe*. Amsterdam: Het Spinhuis Publishers.
- * Dimmick, J., Chen, Y., Li, Z. (2004). Competition between the internet and traditional news media: The gratification-opportunities niche dimension, *Journal of Media Economics*.
- * *Disinformation and 'fake news': Interim Report* (2018). Retrieved from: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/363/363.pdf>.
- * Doctor, K. (2016). *Newsonomics: The New York Times is setting its sights on 10 million digital subscribers*. Retrieved from: http://www.niemanlab.org/2016/12/newsonomics-the-new-york-times-is-setting-its-sights-on-10-million-digital-subscribers/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=3919c91af2-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-3919c91af2-396017077.
- * Dominick, J. (1990). *The Dynamics of Mass Communication*. New York: McGraw Hill.
- * Douglas, G.H. (1999). *The Golden Age of the Newspaper*. London: Greenwood Press.
- * Dyer-Witheford, N. (1999). *Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High Technology Capitalism*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- * EBU (2016) *Trust in media 2016*. Retrieved from: <https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-MIS%20-%20Trust%20in%20Media%202016.pdf>
- * Edge, A. (2015). *New York Times Innovation Report: The next chapter*. Retrieved from: <https://www.journalism.co.uk/news/new-york-times-innovation-report-the-next-chapter/s2/a565328/>.
- * Ember, S. (2017). *New York Times Co. Reports Solid Digital Growth as Print Slides*. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2017/11/01/business/media/new-york-times-earnings.html>.

- * *EU must actively shape digitalisation*, (2016). Retrieved from: <http://europeanjournalists.org/blog/2016/06/10/eu-must-actively-shape-digitalisation/>.
- * Evetts, J. ((2006) 'The Sociology of Professional Groups: New Directions'. *Current Sociology*. 54(1): 133–43
- * *Fake news threatens the future of UK democracy: report* (2018). Retrieved from: <https://www.aljazeera.com/news/2018/07/fake-news-threatens-future-uk-democracy-report-180729063712697.html>.
- * Fenton, W. (2016). *How the Internet Affects What (and How) We Read*. Retrieved from: <http://www.pcmag.com/commentary/344583/how-the-internet-affects-what-and-how-we-read>.
- * Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies*. London-New York: Routledge.
- * Flew, T. (2005). *New Media: An introduction* (2nd edition). Melbourne, VIC: Oxford University Press.
- * Flomenbaum, A. (2015). *Accenture Report: 87% of Consumers Use Second Screen Device While Watching TV*. Retrieved from: <http://www.adweek.com/lostremote/accenture-report-87-of-consumers-use-second-screen-device-while-watching-tv/51698>.
- * Foster, R. (2012). *News Plurality in a Digital World*. Retrieved from: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/News%20Plurality%20in%20a%20Digital%20World_0.pdf.
- * Freedom House (2018). *Freedom on the Net 2018. The Rise of Digital Authoritarianism*. Retrieved from: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2018/rise-digital-authoritarianism>.
- * Freidson, E. (1988). *Professional Powers: A Study of the Institutionalization of Formal Knowledge*. Chicago: The University Press.
- * Frier, S. (2016). *Snapchat Passes Twitter in Daily Usage*. Retrieved from: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-06-02/snapchat-passes-twitter-in-daily-usage>.
- * Fuller, J. (2010). *What is happening to news: The Information explosion and the crisis in Journalism*. Chicago: The University Press.
- * Fulton, K. (1996). 'A Tour of our Uncertain Future'. *Columbia Journalism Review*, 34/6: 19–26.

- * *Future of News* (2015). Retrieved from: http://newsimg.bbc.co.uk/1/shared/bsp/hi/pdfs/29_01_15future_of_news.pdf.
- * Gall, G. (1993). 'The Employer's Offensive in the Provincial Newspaper Industry'. *British Journal of Industrial Relations*, 31(4): 615–24.
- * Gillmor, D. (2004). We the media: The rise of citizen journalists. *National Civic Review*, 93 (3), 58-63.
- * ----- (2006) *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*, Sebastopol: O'Reilly Media.
- * *Global Media Monitoring Project t* (2015). Retrieved from: http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf.
- * *Google has banned 200 publishers since it passed a new policy against fake news* (2017). Retrieved from: <http://www.recode.net/2017/1/25/14375750/google-adsense-advertisers-publishers-fake-news>.
- * Gorz, A. (1987). *Farewell to the Working Class: An Essay on Post-Industrial Socialism*. London & Sydney: Pluto Press.
- * Graefe, A. & Haip, M. (2016). *Human Or Computer? Whose Stories Do Readers Prefer?* Retrieved from: <http://en.ejo.ch/digital-news/human-computer-stories-readers-prefer>.
- * Granger, J. (2018) *News organisations still favour Facebook despite feeling the pinch of algorithms*. Retrieved from: <https://www.journalism.co.uk/news/report-news-organisations-still-favour-facebook-despite-feeling-the-pinch-of-algorithms/s2/a728499/>.
- * Gray J, & Chambers L. & Bounegru L (2012). *The Data Journalism Handbook*. Retrieved from: <http://datajournalismhandbook.org/>.
- * Grieco, E.(2018). *Newsroom employment dropped nearly a quarter in less than 10 years, with greatest decline at newspapers*. Retrieved from: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/07/30/newsroom-employment-dropped-nearly-a-quarter-in-less-than-10-years-with-greatest-decline-at-newspapers/>.
- * Gunter, B. (2003). *News and the Net*, New Jersey. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- * *Guardian Annual Report and Consolidated Financial Statements*. Retrieved from: https://uploads.guim.co.uk/2017/07/25/GMG_Plc_Group_&_GMG_Parent_Final.pdf.

- * Hachten, W.A. (1999). *The World News Prism. Changing Media of International Communication*. Iowa : Iowa State University Press / Ames.
- * Hall, J. (2001). *Online Journalism: A Critical Premier*. London: Pluto Press.
- * Hallin, D. & Mancini, P (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: University Press.
- * Hammond, J. P. (2015). The impact of tablets on school leadership. In *The Impact of Pen and Touch Technology on Education*, Springer International Publishing, 331-337.
- * Hare, K. (2016). *At the Washington Post, Election Day coverage years in the making*. Retrieved from: http://www.poynter.org/2016/at-the-washington-post-election-day-coverage-years-in-the-making/438007/?utm_source=Pew+Research+Center&utm_campaign=643656133c-EMAIL_CAMPAIGN_2016_11_09&utm_medium=email&utm_term=0_3e953b9b70-643656133c-399993749.
- * Heinonen, A. (1999). *Journalism in the Age of the Net*. Tampere: Acta Universitatis Tamperensis.
- * Henry, N., (2007). *American Carnival: Journalism under Siege in an Age of New Media*, Berkeley. CA: University of California Press.
- * Higgins, M. (2016). *Edward Snowden: Nsa Whistle-Blower*. USA: Abdo Publishing
- * Holmes, J. (2016). *AI is already making inroads into journalism but could it win a Pulitzer?* Retrieved from: <https://www.theguardian.com/media/2016/apr/03/artificial-intelligence-robot-reporter-pulitzer-prize>.
- * Hyman, R. (2007). How can trade unions act strategically? *Transfer: European Review of Labour and Research*. 3(2), 193-210.
- * International Federation of Journalists (2015). *Global Youth Survey report*. Retrieved from: http://media.wix.com/ugd/0c1fcf_7d9cd9f2e35e479daf19ad4287257e31.pdf .
- * International Federation of Journalists 29th World Congress Report, Aners France, 7-10 June 2016 (2016). Retrieved from: http://www.ifj.org/fileadmin/documents/Congress_2016/2016_ANGERS_CONGRES_EN_Web_spreads.pdf.
- * Janowitz, M. (1968). *Current Sociology*, 16 (3), 5-6.
- * Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press.

- * Jones, J., & Saad, L. (2016). *Confidence in Mass Media*. Gallup News Service. Retrieved from: <http://www.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx>.
- * *Journalism That Stands Apart* (2017). Retrieved from: <https://www.nytimes.com/projects/2020-report/index.html>.
- * Kantrowitz, A. (2016). *Facebook Quietly Live-Streamed Its First Professional Sports Broadcast Over The Weekend*. Retrieved from: https://www.buzzfeed.com/alexkantrowitz/facebook-quietly-live-streamed-its-first-professional-sports?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=a7e5593407-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=.ixlaLVq1Qk#.vaYNBxoAZb.
- * Kin, Y., & Lowrey, W. (2015). Who are citizen journalists in the social media environment? *Digital Journalism*, 3(2), 298–314.
- * Laffer, K. (1974). Is industrial relations an academic discipline, *Journal of Industrial Relations*. XVI:62-73.
- * Lafrance, A. (2016) *Smartphones Rule the Internet*. Retrieved from: http://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/05/smartphones-take-over/482880/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=006052dd64-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-006052dd64-396017077.
- * Larson, S. (1979). *The Rise of Professionalism: A Sociological Analysis*. New York: University of California Press
- * Leandros, N. & Doudaki, W. (2009) *General interest and specialized newspapers' business models and their impact on print and online content*. Retrieved from: https://www.academia.edu/2588012/General_interest_and_specialized_newspapers_business_models_and_their_impact_on_print_and_online_content?auto=download.
- * Leandros, N. (2010). *Media Concentration and Systemic Failures in Greece*. Retrieved from: <https://pdfs.semanticscholar.org/bb80/a48af7fd60c567b3dbe05660f6963dbe80fd.pdf>
- * ----- (2011). *The International Media System in Transition. A Human Development Perspective*. Retrieved from: <http://www.newmedia21.eu/analizi/the-international-media-system-in-transition-a-human-development-perspective/>.
- * Leat, M. (2007). *Exploring Employee Relations*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- * Lecompte, C. (2015). *Automation in the Newsroom*. Retrieved from: <http://niemanreports.org/articles/automation-in-the-newsroom/>.
- * Lee, E. & Molla, R. (2018). *The New York Times digital paywall business is growing as fast as Facebook and faster than Google*. Retrieved from: <https://www.recode.net/2018/2/8/16991090/new-york-times-digital-paywall-business-growing-fast-facebook-google-newspaper-subscription>.
- * Lichterman, J. (2016) *The Telegraph is trying to streamline soccer live blogging with an automated graphic system*. Retrieved from: http://www.niemanlab.org/2016/06/the-telegraph-is-trying-to-streamline-soccer-live-blogging-with-an-automated-graphic-system/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=89707ce8a7-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-89707ce8a7-396017077.
- * Lomas, N. (2018). *Tech and ad giants sign up to Europe's first weak bite at 'fake news'*. Retrieved from: https://techcrunch.com/2018/09/26/tech-and-ad-giants-sign-up-to-europes-first-weak-bite-at-fake-news/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=bfecafbfe8-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-bfecafbfe8-396017077.
- * Marshall, A. (1983) *The printing industry in transition*. London: Comedia Publishing Group.
- * Massey, B. & Elmore, C. (2011). "Happier working for themselves? Job satisfaction and women freelance journalists". *Journalism Practice*, 5:6, p. 672-686.
- * Matsa, E. K. & Lu, K. (2016). *10 facts about the changing digital news landscape*. Retrieved from: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/09/14/facts-about-the-changing-digital-news-landscape/>.
- * *Measuring Online News Consumption and Supply* (2016). Retrieved from: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/internet/Measuring-online-news.pdf>.
- * McKercher, C. (2002). *Newswriters Unite: Labor, Convergence, and North American Newspapers*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- * Meyer, Ph. (2009). *The vanishing newspaper, Saving journalism in the information age*. Columbia: University of Missouri Press.
- * Miller-Carpenter, S. (2019). *Citizen Journalism*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/332627049_Citizen_Journalism.

- * Mitchell, A., Simons, K., Matsa, K. & Silver, L. (2018). *Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether Their News Media Deliver*. Retrieved from: <http://www.pewglobal.org/2018/01/11/publics-globally-want-unbiased-news-coverage-but-are-divided-on-whether-their-news-media-deliver/>.
- * Mitchell, A. & Holcomb, J. (2016). *State of the News Media 2016*. Retrieved from: <http://www.journalism.org/2016/06/15/state-of-the-news-media-2016/>.
- * Mitchell, A. (2015) *State of the News Media 2015*. Retrieved from: <http://www.journalism.org/2015/04/29/state-of-the-news-media-2015/>.
- * Mitchell, A. & Holcomb, J.(2016). *State of the News Media 2016*. Retrieved from: <http://www.journalism.org/2016/06/15/state-of-the-news-media-2016/2013/>.
- * Molla, R. (2019). *Chart: How the definition of “journalist” is changing*. Retrieved from: https://www.recode.net/2019/2/25/18224696/chart-transition-journalism-public-relations-content-social-media-jobs?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=ef8a37c86e-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-ef8a37c86e-396017077.
- * Morison, C. (2017). *How can the Guardian survive?* Retrieved from: <http://www.flashesandflames.com/2017/02/how-can-the-guardian-survive/>.
- * Moses, L. (2014). *The newest important person in newsrooms: audience-development czars*. Retrieved from: <https://digiday.com/media/meet-audience-development-czars/>.
- *----- (2015). *Grading The New York Times, a year after the Innovation Report*. Retrieved from: <https://digiday.com/media/grading-nytimes-year-innovation-report/>.
- * Mullin, B. (2016). *The Associated Press will use automated writing to cover the minor leagues*. Retrieved from: <http://www.poynter.org/2016/the-associated-press-will-use-automated-writing-to-cover-the-minor-leagues/419489/>.
- * *National Football League and Twitter Announce Streaming Partnership for Thursday Night Football* (2016). Retrieved from: <https://nflcommunications.com/Pages/National-Football-League-and-Twitter-Announce-Streaming-Partnership-for-Thursday-Night-Football.aspx>.
- * Neff, G. (2012). *Venture Labor: Work and the Burden of Risk in Innovative Industries*. Cambridge, MA: MIT Press.

- * Nelson, J. (2017). *Is fake news a fake problem?* Retrieved from: [http://www.cjr.org/analysis/fake-news-facebook-audience-drudge-breitbart-study.php?Newsletter&ct=t\(Top_Stories_CJR_new_Jan_26_1_25_2017\)](http://www.cjr.org/analysis/fake-news-facebook-audience-drudge-breitbart-study.php?Newsletter&ct=t(Top_Stories_CJR_new_Jan_26_1_25_2017)).
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>.
- * Newman, N. & Levy, D. (2014). *Reuters Institute Digital News Report 2014. Tracking the Future of News.* Retrieved from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202014.pdf>.
- * Newman, N. & Levy, D. & Nielsen, R. (2015). *Reuters Institute Digital News Report 2015. Tracking the Future of News.* Retrieved from: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Reuters%20Institute%20Digital%20News%20Report%202015_Full%20Report.pdf.
- * Newman, N. & Fletcher, R & Levy, D, & Nielsen, R. (2016). *Reuters Institute Digital News Report 2016.* Retrieved from: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf>.
- * Newman, N. & Fletcher, R & Kalogeropoulos, A. & Levy, D. & Nielsen, R. (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2017.* Retrieved from: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf.
- * Newman, N. & Fletcher, R & Kalogeropoulos, A. & Nielsen, R. (2019). *Reuters Institute Digital News Report 2019.* Retrieved from: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_1.pdf.
- * Newman, N. & Fletcher, R & Kalogeropoulos, A. & Levy, D. & Nielsen, R. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018.* Retrieved from: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>.
- * Newman, N. (2019). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2019.* Retrieved from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2019>.
- * ----- (2017). *Journalism, media and technology trends and predictions 2017.* Retrieved from:

<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Journalism%2C%20Media%20and%20Technology%20Trends%20and%20Predictions%202017.pdf>.

* *New York Times* (2011) *Mainstream media and the distribution of news in the age of social discovery*. Retrieved from: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Mainstream%20media%20and%20the%20distribution%20of%20news%20in%20the%20age%20of%20social%20discovery_0.pdf.

* *New York Times Annual Reports 2000-2017*. Retrieved from: <http://investors.nytc.com/investors/financials/annual-reports/default.aspx>.

* Nip, J (2006) Exploring the second phase of public journalism. *Στο Journalism Studies* 7 (2). 212-236. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700500533528>.

* Oliver, B.B., (1998). *The Globalization of News*. London: SAGE Publications Ltd.

* Ornebring, H. (2009). *The Two Professionalisms of Journalism: Journalism and the changing context of work*. Retrieved from: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/The%20Two%20Professionalisms%20of%20Journalism_Working%20Paper.pdf.

* Ortigoza, A.(2016). *Introducing New Metrics for Live Video*. Retrieved from: <https://media.fb.com/2016/04/06/introducing-new-metrics-for-live-video/>.

* Örnebring, H. (2009). *The Two Professionalisms of Journalism: Journalism and the changing context of work*. Retrieved from: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/The%20Two%20Professionalisms%20of%20Journalism_Working%20Paper.pdf.

* Owen, L. (2016). *Twitter gets the rights to stream NFL Thursday night games, with live Periscope pre-game coverage*. Retrieved from: http://www.niemanlab.org/2016/04/twitter-gets-the-rights-to-stream-nfl-thursday-night-games-with-live-periscope-pre-game-coverage/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=2710fc0ffd-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-2710fc0ffd-396017077.

* Papathanasopoulos, S. (2010) *The Decline of Newspapers: the case of the Greek Press*. *Journalism Studies*, 2:1, 109-123.

- * Patel, S. (2016a). *NBC is using BuzzFeed for its Olympics Snapchat*. Retrieved from: Online στο <http://digiday.com/publishers/nbc-recruits-buzzfeed-influencers-reach-young-viewers-olympics/>.
- * ----- (2016b). *NBC and Facebook link for Olympics 'social command center*. Retrieved From: <http://digiday.com/platforms/nbc-teams-facebook-instagram-second-screen-2016-olympics/>.
- * Pavlik, J. (1999). *New Media and News: Implications for the Future of Journalism*. *New Media & Society*, 1 (1), 54-59.
- * ----- (2000) *The Impact of Technology on Journalism*, *Journalism Studies* 1 (2), 229–237.
- * ----- (2008). *Media in the digital age*. New York: Columbia University Press.
- * Picard, P. (2015). *Journalists ' Perceptions of the Future of Journalistic Work*. Retrieved from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/Journalists%27%20Perceptions%20of%20the%20Future%20of%20Journalistic%20Work.pdf>.
- * Pavlik, J., Morgan, G., & Henderson, B. (2001). 'Information Technology: Implications for the Future of Journalism and Mass Communication Education', *Journalism and Mass Communication Education: 2001 and Beyond, Report of the AEJMC Task Force on Teaching and Learning in the New Millennium*, www.aejmc.org.
- * Perrin, A. (2018). *Americans are changing their relationship with Facebook*. Retrieved from: http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/09/05/americans-are-changing-their-relationship-with-facebook/?utm_source=Pew+Research+Center&utm_campaign=31ad1114c9-EMAIL_CAMPAIGN_2018_08_30_04_18_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_3e953b9b70-31ad1114c9-399993749.
- * Ponsford, D. (2016). *Press Association set to use 'robot' reporters across business, sport and elections coverage*. Retrieved from: http://www.pressgazette.co.uk/press-association-set-to-use-robot-reporters-across-business-sport-and-elections-coverage/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=caffe2f986-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-caffe2f986-396017077.
- * Powel, J. (2016). *Social media, second screens and video streaming to transform Rio 2016 for viewers around the world*. Retrieved from:

<https://www.rio2016.com/en/news/social-media-and-video-story-telling-to-transform-rio-2016-for-viewers-around-the-world>.

* Psychogiopoulou, E., Anagnostou, D. & Kandyla, A., (2011). *Does media policy promote media freedom and independence? The case of Greece*. ELIAMEP.

* Quinn, S. & Lamble, S. (2008). *Online Newsgathering: Research and Reporting for Journalism*, Oxford: Focal Press-Elsevier.

* Ramirez, R. (2005). *Exploring Civic Journalism. A training Manual for Journalists and Journalism Trainers*. Maastricht: European Journalism Center.

* *Rio2016 explodes on social media during Olympic Games opening* (2016). Retrieved from: <https://www.rio2016.com/en/news/rio2016-explodes-social-media-olympic-games-opening-ceremony>.

* Rosen, J. (1999). *What are journalists for?* New Heaven, CT: Yale University Press.

* Rottwilm, P. (2014). *The Future of Journalistic Work: Its Changing Nature and Implications*. Retrieved from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Future%2520of%2520Journalistic%2520Work%2520-%2520Its%2520Changing%2520Nature%2520and%2520Implications.pdf>.

* Russo, T. C. (1998). 'Organizational and Professional Identification A Case of Newspaper Journalists'. *Management Communication Quarterly*. 12/1: 72–111.

* Salamon, M. (2000). *Industrial Relations: Theory and practice*. Essex: Pearson Educational Limited.

* Sarah, F. (2016). *Snapchat Scores Unique Deal With NBC to Showcase Olympics*. Retrieved from: http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-04-29/snapchat-scores-unprecedented-deal-with-nbc-to-showcase-olympics?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=a7e5593407-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-a7e5593407-396017077.

* Sawers, P. (2016). *Associated Press expands sports coverage with stories written by machines*. Retrieved from: <http://venturebeat.com/2016/07/01/associated-press-expands-sports-coverage-with-stories-written-by-machines/>.

* Schmidt, C. (2018) *Americans expect to get their news from social media, but they don't expect it to be accurate*. Retrieved from: <http://www.niemanlab.org/2018/09/americans-expect-to-get-their-news-from-social->

[media-but-they-dont-expect-it-to-be-accurate/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=a99d50a720-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-a99d50a720-396017077](https://www.dailylabemail.com/accurate/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=a99d50a720-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-a99d50a720-396017077).

* Schäfer, M. S. (2009). From Public Understanding to Public Engagement: An Empirical Assessment of Changes in Science Coverage, *Science Communication*, 30 (4), 475-505.

* Schmalbach, S. (2016). *Too small to care? Smartwatch apps that offer potential for mobile storytelling*. Retrieved from: <https://medium.com/the-guardian-mobile-innovation-lab/too-small-to-care-smartwatch-apps-that-offer-potential-for-mobile-storytelling-d3d259158f09#rysfsynnx>.

* Scott, B. (2005). *A contemporary history of digital journalism*. *Television & New Media*, 6 (1), 89-126.

* Shearer, E. (2018). *Social media outpaces print newspapers in the U.S. as a news source*. Retrieved from: http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/12/10/social-media-outpaces-print-newspapers-in-the-u-s-as-a-news-source/?utm_source=Pew+Research+Center&utm_campaign=5f51c6155b-EMAIL_CAMPAIGN_2018_12_13_07_18&utm_medium=email&utm_term=0_3e953b9b70-5f51c6155b-399993749.

* Seetharaman, D. (2016). *Facebook Looks to Harness Artificial Intelligence to Weed Out Fake News*. Retrieved from: http://www.wsj.com/articles/facebook-could-develop-artificial-intelligence-to-weed-out-fake-news-1480608004?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=4ceae69d4a-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-4ceae69d4a-396017077.

* Singer, J. B. (1998). 'Online Journalists: Foundations for Research into their Changing Roles'. *Journal of Computer Mediated Communication*, 4/1, DOI: 10.1111/j.1083-6101.1998.tb00088.x.

* Smith, A. (2018) *Many Facebook users don't understand how the site's news feed works*. Retrieved from http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/09/05/many-facebook-users-dont-understand-how-the-sites-news-feed-works/?utm_source=Pew+Research+Center&utm_campaign=31ad1114c9-EMAIL_CAMPAIGN_2018_08_30_04_18_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_3e953b9b70-31ad1114c9-399993749.

- * *Sky News and Sky Sports to axe about 50 roles in automation push* (2016). Retrieved from: <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/07/sky-news-sky-sports-automation-robot-cameras>.
- * Southern, L. (2016). *The Telegraph built a tool that auto-creates graphics of Premier League goal*. Retrieved from: <http://digiday.com/publishers/telegraph-built-tool-auto-creates-graphics-premier-league-goals/>.
- * ----- (2017). *How Spanish newspaper El Pais is tackling fake news*. Retrieved from: http://digiday.com/publishers/el-pais-tackling-fake-news/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=493e251d2c-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-493e251d2c-396017077.
- * Spyridou, P. L. & Veglis, A. (2006). Online Newspapers in Greece: The Evolution of a Digital Genre. In Leandros, N. (Ed.) *The Impact of Internet on the Mass Media in Europe*. Suffolk, UK: Abramis.
- * ----- (2008). Exploring structural interactivity in online newspapers: A look at the Greek Web landscape. *First Monday*, 13(5).
- * *State of a News Media. Digital News Fact Sheet* (2018). Retrieved from: <http://www.journalism.org/fact-sheet/digital-news/>.
- * Stetler, B. (2016). *Twitter to live stream Thursday Night Football games*. Retrieved from: <http://money.cnn.com/2016/04/05/media/twitter-nfl-thursday-night-football/?iid=EL>.
- * *Sulzberger: NYT has implemented all recommendations from innovation report*, (2016). Retrieved from: <https://blog.wan-ifra.org/2015/06/02/sulzberger-nyt-has-implemented-all-recommendations-from-innovation-report-0>.
- * Tanzer, M. (2014). *Exclusive: New York Times Internal Report Painted Dire Digital Picture*. Retrieved from: https://www.buzzfeed.com/mylestanzer/exclusive-times-internal-report-painted-dire-digital-picture?utm_term=.vc5vLxgEp#sg7RE1jMp.
- * *The ethical aspect of «robot» journalism* (2017) Retrieved from: <http://europeanjournalists.org/blog/2017/03/09/the-ethical-aspect-of-robot-journalism/>.
- * *The Evolution of News and the Internet* (2010). Retrieved from: <http://www.oecd.org/sti/ieconomy/45559596.pdf>.

- * *The New York Times Company 2016 Annual Report* (2017). Retrieved from: http://www.annualreports.com/HostedData/AnnualReports/PDF/NYSE_NYT_2016.pdf.
- * Theodorson, G. & Theodorson, A. (1969). *A modern dictionary of sociology*. Crowell: Michigan University.
- * Ursell, G. (2004). 'Changing Times, Changing Identities: A Case Study of British Journalists', in T. Elgaard Jensen and A. Westenholtz (eds). *Identity in the Age of the New Economy*. Cheltenham: Edward Elgar.
- * Van Dalen, A. (2012) The Algorithms behind the Headlines, *Journalism Practice* 6 (5–6), 648–658.
- * Wagner, K. (2016). *Are Young People Leaving Facebook? Not Even Close*. Retrieved from: http://recode.net/2016/03/30/are-young-people-leaving-facebook-not-even-close-chart/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=d747fbb559-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-d747fbb559-396017077.
- * Wall, M. (2017). Mapping citizen and participatory journalism. In newsrooms, classrooms and beyond. *Journalistic Practice*, 11(2–3), 134–141.
- * ----- (2014) 'Business and Ownership of the Media in Digital Times', Digital Journalism Making Breaking News. Retrieved from: <https://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-overviews-20140828.pdf>.
- * WAN-IFRA, *World Press Trends 2017: Facts and Figures Global newspaper industry revenues* (2017). Retrieved from: <http://www.wptdatabase.org/world-press-trends-2017-facts-and-figures>.
- * Weber, H. (2014). *Associated Press backs Automated Insights to automate boring earnings reports*. Retrieved from: <http://venturebeat.com/2014/06/30/associated-press-backs-automated-insights-to-automate-boring-earnings-reports/>.
- * Wolfsfeld, G., Segev, E. & Sheafer, T. (2013) *Politics Comes First: Social Media and the Arab Spring*. Retrieved from: <http://hij.sagepub.com/content/early/2013/01/16/1940161212471716.full.pdf>.
- * Yau, J. T. K., and Al-Hawamdeh, S. (2001). 'The Impact of the Internet on Teaching and Practicing Journalism'. *Journal of Electronic Publishing*, 7/1, DOI: <http://dx.doi.org/10.3998/3336451.0007.102>.

* Youngquist, C. K. (2013). Part 21: Categorical analysis: Pearson chi-square test. *AirMed J* 32(4): 179-180.

.

Άλλες πηγές

- * Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης & Επικοινωνίας
- * Δημοσιογράφοι Χωρίς Σύνορα (R.S.F.)
- * Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (Ε.Σ.Ρ.)
- * Ενιαίος Δημοσιογραφικός Οργανισμός Επικουρικής Ασφάλισης και Περίθαλψης (Ε.Δ.Ο.Ε.Α.Π.), στοιχεία αριθμού ασφαλισμένων, εισφορών, αγγελιοσήμου
- * Ενιαίο Ταμείο Ασφάλισης Προσωπικού Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Ε.Τ.Α.Π.-Μ.Μ.Ε.), στοιχεία αριθμού ασφαλισμένων, εισφορών, αγγελιοσήμου
- * Ένωση Εκδοτών Διαδικτύου (ΕΝ.Ε.Δ.)
- * Ένωση Ιδιοκτητών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Ι.Η.Ε.Α.), κυκλοφορίες και τίτλοι εφημερίδων
- * Ένωση Ιδιωτικών Τηλεοπτικών Σταθμών Εθνικής Εμβέλειας (Ε.Ι.ΤΗ.Σ.Ε.Ε.)
- * Ένωση Προσωπικού Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Π.Η.Ε.Α.)
- * Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Σ.Η.Ε.Α.), αριθμός μελών, στοιχεία ανεργίας, ιστορικό
- * Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (Ε.Σ.Η.Ε.Α.), επιστολές στον πρωθυπουργό Κυριάκο Μητσοτάκη και συναρμόδιους υπουργούς τον Οκτώβριο του 2019 και στον υπουργό Ψηφιακής Πολιτικής Νίκο Παππά τον Δεκέμβριο του 2017
- * Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης (Ε.Σ.Η.Ε.Μ.Θ.)
- * Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Πελοποννήσου, Ηπείρου, Νήσων (Ε.Σ.Η.Ε.Π.Η.Ν.)
- * Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Θεσσαλίας, Στερεάς Ελλάδας, Εύβοιας (Ε.Σ.Η.Ε.Θ.Στ.Ε.)
- * Επικουρικό Ταμείο Ε.Σ.Η.Ε.Π.Η.Ν. (Τ.Ε.Α.Σ -Ε.Σ.Η.Ε.Π.Η.Ν.)
- * Επικουρικό Ταμείο Ε.Σ.Η.Ε.Θ.Στ.Ε. (Ε.Τ.Α.Σ -Ε.Σ.Η.Ε.Θ.Στ.Ε.)
- * Εταιρεία Δημοσκοπήσεων Focus Bari
- * Εταιρεία Μέτρησης Διαφημιστικής Δαπάνης Media Services S.A.
- * European Federation of Journalists (Ε.Φ.Ι.)
- * International Federation of Journalists (Ι.Φ.Ι.)

- * Internet World Stats
- * Πανελλήνια Ομοσπονδία Ενώσεων Προσωπικού Τύπου και ΜΜΕ (ΠΟ.Ε.Π.ΤΥ.Μ)
- * Πανελλήνια Ομοσπονδία Ενώσεων Συντακτών (ΠΟ.Ε.ΣΥ.)
- * Πανελλήνιος Σύνδεσμος Αθλητικού Τύπου (Π.Σ.Α.Τ.)
- * Ταμείο Ασφαλίσεως Ιδιοκτητών, Συντακτών και Υπαλλήλων Τύπου (ΤΑΙΣΥΤ)
- * UNESCO

Νόμοι

- * Αναγκαστικός Νόμος 248/1967. *Περί συστάσεως «Ενιαίου Δημοσιογραφικού Οργανισμού Επικουρικής Ασφαλίσεως και Περιθάλψεως», ως και άλλων τινών διατάξεων*
- * Αναγκαστικός Νόμος 1093/1938. *Περί δημοσιογραφικών οργανώσεων.*
- * Αναγκαστικός Νόμος 31/10/1935 (521/1935). *Περί Δημοσιογραφικών Συλλόγων.*
- * Εγκύκλιος ΕΦΚΑ 19/2017. *Ενταξη στον ΕΦΚΑ μισθωτών ιδιωτικού τομέα του ΕΤΑΠ-ΜΜΕ.*
- * Κοινή υπουργική απόφαση Ε/229/2019. *Τροποποίηση της 107/2019 κοινής υπουργικής απόφασης «Πρόγραμμα ενίσχυσης των επιχειρήσεων έκδοσης εφημερίδων πανελλήνιας κυκλοφορίας».*
- * Κοινή Υπουργική Απόφαση 78/2019. *Πρόγραμμα ενίσχυσης των επιχειρήσεων έκδοσης ημερήσιων και εβδομαδιαίων περιφερειακών και τοπικών εφημερίδων.*
- * Κοινή Υπουργική Απόφαση 107/2019. *Πρόγραμμα ενίσχυσης των επιχειρήσεων έκδοσης εφημερίδων πανελλήνιας κυκλοφορίας.*
- * Κοινή υπουργική απόφαση 1177/2019. *Καθορισμός αποδοχών των δημοσιογράφων που απασχολούνται με σχέση εργασίας ιδιωτικού δικαίου στους φορείς που υπάγονται στο πεδίο εφαρμογής της παρ. 1 του άρθρου 7 κατ' εφαρμογή της παρ. 1 του άρθρου 22 του ν. 4354/2015 (Α' 176), όπως ισχύει.*
- * Νόμος 4123/2017. *Προκήρυξη δημοπρασίας για τη χορήγηση επτά (7) αδειών παρόχων περιεχομένου επίγειας ψηφιακής τηλεοπτικής ευρυεκπομπής ελεύθερης λήψης εθνικής εμβέλειας ενημερωτικού προγράμματος γενικού περιεχομένου.*
- * Νόμος 4498/2017. *Εναρμόνιση του ελληνικού δικαίου με την Ευρωπαϊκή Οδηγία 2003/88/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 4ης Νοεμβρίου 2003 «σχετικά με ορισμένα στοιχεία της οργάνωσης του χρόνου εργασίας» ως προς την*

οργάνωση του χρόνου εργασίας των ιατρών και οδοντιάτρων του Ε.Σ.Υ. - Ρυθμίσεις θεμάτων ιατρών Ε.Σ.Υ. και άλλες διατάξεις.

** Νόμος 4307/2014. «Ενσωμάτωση στο ελληνικό δίκαιο α) της Απόφασης-Πλαίσιο 2008/909/ΔΕΥ του Συμβουλίου της 27ης Νοεμβρίου 2008, όπως τροποποιήθηκε με την Απόφαση - Πλαίσιο 2009/299/ΔΕΥ του Συμβουλίου της 26ης Φεβρουαρίου 2009...»*

** Νόμος 3833/2010. Προστασία της εθνικής οικονομίας - Επείγοντα μέτρα για την αντιμετώπιση της δημοσιονομικής κρίσης.*

** Νόμος 1264/1982. Για τον εκδημοκρατισμό του Συνδικαλιστικού Κινήματος και την κατοχύρωση των συνδικαλιστικών ελευθεριών των εργαζομένων.*

** Νόμος 1186/1982. Περί ρυθμίσεως θεμάτων Κοινωνικής Ασφάλισης και εργασίας των τεχνικών Τύπου λόγω αλλαγής τεχνολογίας.*

** Νόμος 339/1936. Περί κρατικών Λαχείων.*

** Νόμος 281/1914. Περί σωματείων.*

** Προεδρικό Διάταγμα Προεδρικό 1165/1998. Ίδρυση Μορφωτικού Ιδρύματος ΕΣΗΕΑ.*

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Το ερωτηματολόγιο της έρευνας

1. Φύλο *

☐ Άνδρας

☐ Γυναίκα

2. Ηλικία *

☐ 18-24

☐ 25-34

☐ 35-44

☐ 45-54

☐ 55+

3. Εκπαιδευτικό επίπεδο *

☐ Λύκειο

☐ ΙΕΚ

☐ ΤΕΙ

☐ ΑΕΙ

☐ Μεταπτυχιακό

☐ Διδακτορικό

4. Είστε απόφοιτος σχολής δημοσιογραφίας/επικοινωνίας; *

☐ Ναι

☐ Όχι

5. Εάν ναι, αναφέρατε συγκεκριμένα (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- ☐ ΑΕΙ
- ☐ ΤΕΙ
- ☐ Δημόσιο ΙΕΚ
- ☐ Ιδιωτικό ΙΕΚ

6. Ποιας Ένωσης Συντακτών είστε μέλος; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

*

- ☐ ΕΣΗΕΑ
- ☐ ΕΣΗΕΜΘ
- ☐ ΕΣΗΕΠΗΝ
- ☐ ΕΣΗΕΘΣΤΕ
- ☐ ΕΣΠΗΤ
- ☐ ΠΣΑΤ
- ☐ Καμία

7. Σε ποιο Ταμείο/α είστε ασφαλισμένος; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

*

- ☐ ΕΤΑΠ-ΜΜΕ
- ☐ ΕΦΚΑ (ΟΑΕΕ)
- ☐ ΕΔΟΕΑΠ
- ☐ ΤΕΑΣ ΕΣΗΕΠΗΝ
- ☐ ΕΤΑΣ ΕΣΗΕΘΣΤΕ
- ☐ Άλλο
- ☐ Κανένα

8. Μέσο/Μέσα στο οποίο εργάζεστε (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα εφόσον υπάρχουν)

*

- ☐ Εφημερίδα
- ☐ Ραδιόφωνο
- ☐ Τηλεόραση
- ☐ Ιστοσελίδα
- ☐ Ιδιοκτήτης ιστοσελίδας
- ☐ Ιδιοκτήτης ή μέτοχος άλλου Μέσου
- ☐ Πρακτορείο ειδήσεων
- ☐ Γραφείο Τύπου/ Δημόσιες Σχέσεις
- ☐ Άλλο

9. Πόσα χρόνια εργάζεστε ως δημοσιογράφος;

*

- ☐ 1-3
- ☐ 3+ - 9
- ☐ 9+ - 20
- ☐ 20+

10. Αναφέρετε το ύψος των συνολικών μηνιαίων αποδοχών σας από το επάγγελμα του δημοσιογράφου (καθαρές αποδοχές)

*

- ☐ Εως 300 ευρώ
- ☐ 301 - 500
- ☐ 501 - 800
- ☐ 801 - 1000
- ☐ 1001 - 1500
- ☐ 1501 - 2000
- ☐ 2001+

11. Προέρχονται από μία, δύο ή περισσότερες εργασίες;

*

- ☐ Μία
- ☐ Δύο
- ☐ Περισσότερες

12. Στο Μέσο που εργάζεστε πληρώνετε υπερωρίες;

*

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

13. Εάν ναι, ποιο είδος υπερωριών πληρώνετε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- ☐ Κυριακάτικα
- ☐ Νυχτερινά
- ☐ Περισσότερες ώρες
- ☐ Εργασία σε ένθετα/εκπομπές
- ☐ Εργασία πέραν των προβλεπόμενων στη σύμβαση
- ☐ Άλλο

14. Έχετε δουλέψει ποτέ ανασφάλιστος *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

15. Εάν ναι, πόσα χρόνια;

- ☐ 1 - 3
- ☐ 3+ - 9
- ☐ 9+ - 20
- ☐ 20+

16. Με ποιο καθεστώς απασχόλησης εργάζεστε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις) *

- ☐ Μισθωτός
- ☐ Ελεύθερος Επαγγελματίας (μπλοκάκι)
- ☐ Χωρίς σύμβαση (μαύρα)
- ☐ Χωρίς πληρωμή
- ☐ Άλλο

17. Με ποιο καθεστώς απασχόλησης προσληφθήκατε;

*

- ☐ Μισθωτός
- ☐ Ελεύθερος Επαγγελματίας (μπλοκάκι)
- ☐ Χωρίς σύμβαση (μαύρα)
- ☐ Χωρίς πληρωμή
- ☐ Άλλο

18. Εργάζεστε με συγκεκριμένο ωράριο;

*

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

19. Πόσες ώρες την ημέρα εργάζεστε;

*

- ☐ Λιγότερες από 8
- ☐ 8
- ☐ 8 - 12
- ☐ Περισσότερες από 12

20. Πόσες ημέρες την εβδομάδα εργάζεστε;

*

- ☐ 7
- ☐ 6
- ☐ 5
- ☐ Λιγότερες από 5

21. Έχετε εργαστεί ποτέ σε δουλειά εκτός δημοσιογραφίας;

*

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

22. Εάν ναι, για πόσο χρόνο;

- ☐ Περισσότερο από ένα χρόνο
- ☐ Λιγότερο από ένα χρόνο

23. Εάν έχετε εργαστεί σε δουλειά εκτός δημοσιογραφίας, για ποιους λόγους το κάνατε; (μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- ☐ Επειδή ήσασταν άνεργος ως δημοσιογράφος
- ☐ Για να συμπληρώσετε το εισόδημά σας
- ☐ Για να έχετε ασφαλιστική κάλυψη
- ☐ Άλλο

24. Έχετε τώρα ή είχατε ποτέ στο παρελθόν ασφαλιστική κάλυψη εκτός δημοσιογραφίας; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

25. Εάν ναι για ποιο λόγο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- ☐ Ήσασταν ανασφάλιστος ως δημοσιογράφος
- ☐ Ήσασταν άνεργος ως δημοσιογράφος
- ☐ Υπήρχε /υπάρχει η προοπτική παράλληλης σύνταξης

26. Έχετε ή είχατε ποτέ στο παρελθόν εικονική ασφαλιστική κάλυψη από κάποιο ΜΜΕ; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

27. Εάν ναι για ποιο λόγο; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- ☐ Ησασταν ανασφάλιστος ως δημοσιογράφος
- ☐ Ησασταν άνεργος ως δημοσιογράφος
- ☐ Για την προοπτική της συνταξιοδότησης ως δημοσιογράφος

28. Εάν είστε ιδιοκτήτης ιστοσελίδας ή συμμετέχετε σε συνεταιρικό σχήμα ιδιοκτησίας της ή εργάζεστε σε ιστοσελίδα που ανήκει σε δημοσιογράφο/φους, έχετε έσοδα/ αμοιβή;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

29. Πότε κατά τη γνώμη σας μπορεί να θεωρηθεί κάποιος επαγγελματίας δημοσιογράφος; *
(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- ☐ Όταν ανήκει σε αναγνωρισμένη Ένωση Συντακτών (ΕΣΗΕΑ, ΕΣΗΕΜΘ, ΕΣΗΕΠΗΝ, ΕΣΗΕΘΣΤΕ, ΕΣΠΗΤ) •
- ☐ Όταν εργάζεται σε κάποιο Μέσο Ενημέρωσης
- ☐ Όταν κερδίζει τα προς το ζην μόνο από τη δημοσιογραφία
- ☐ Όταν απλά χρησιμοποιεί τις πρακτικές της δημοσιογραφίας και παράγει δημοσιογραφικό περιεχόμενο (...)
- ☐ Άλλο
- ☐ Όταν ασκεί το δημοσιογραφικό επάγγελμα με την ιδιότητα του ερευνητή και ρεπορτερ και τις πρακτικ...

30. Για να γίνει κάποιος δημοσιογράφος κατά τη γνώμη σας απαιτείται: (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις) *

- ☐ Να κάνει πρακτική εξάσκηση σε Μ.Μ.Ε.
- ☐ Να κάνει σπουδές δημοσιογραφίας / επικοινωνίας
- ☐ Να έχει κάνει άλλες σπουδές
- ☐ Τίποτα από τα παραπάνω
- ☐ Άλλο

...

31. Θεωρείτε απαραίτητη τη φοίτηση σε πανεπιστημιακό τμήμα Μ.Μ.Ε./ επικοινωνίας για να γίνει κάποιος δημοσιογράφος; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

32. Έχετε παρακολουθήσει σεμινάρια επιμόρφωσης και βελτίωσης δεξιοτήτων που έχουν οργανώσει οι ενώσεις συντακτών ή η επιχείρηση στην οποία εργάζεστε/εργαστήκατε; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

33. Πιστεύετε ότι η ευρεία χρήση του διαδικτύου και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά τη δημοσιογραφία; *

- ☐ Θετικά
- ☐ Αρνητικά
- ☐ Και τα δύο

34. Πιστεύετε ότι οι δημοσιογράφοι που έχουν εργαστεί/εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι;

*

☐ Ναι

☐ Όχι

35. Πιστεύετε ότι οι πολίτες που παράγουν πρωτογενές δημοσιογραφικό υλικό («δημοσιογραφία των πολιτών» / συμμετοχική δημοσιογραφία) μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι;

*

☐ Ναι

☐ Όχι

36. Πιστεύετε ότι η «δημοσιογραφία των πολιτών» / συμμετοχική δημοσιογραφία βοηθά τη δημοσιογραφία ή αποτελεί κίνδυνο για αυτή;

*

☐ Την βοηθά

☐ Αποτελεί κίνδυνο

37. Πιστεύετε ότι η «δημοσιογραφία των πολιτών» / συμμετοχική δημοσιογραφία αποτελεί κίνδυνο για τις θέσεις εργασίας των δημοσιογράφων;

*

☐ Ναι

☐ Όχι

38. Πιστεύετε ότι οι νέες μορφές δημοσιογραφίας που υιοθετούνται διεθνώς, με τον δημοσιογράφο να κάνει και φωτογραφία/ βίντεο/ μοντάζ, απειλούν το επάγγελμα;

*

☐ Ναι

☐ Όχι

39. Στη δουλειά σας, σας ζητείται να κάνετε πράγματα πέραν των καθηκόντων σας χωρίς επιπλέον αμοιβή;

*

☐ Ναι

☐ Όχι

40. Εάν ναι για ποιο λόγο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- ☐ Επειδή δεν υπάρχει επαρκές προσωπικό
- ☐ Επειδή είναι μεγάλος ο όγκος της εργασίας
- ☐ Επειδή ο εργοδότης επικαλείται οικονομικούς λόγους
- ☐ Άλλο

41. Στη δουλειά σας, σας ζητείται να δουλέψετε σε περισσότερα του ενός Μέσα του ίδιου ομίλου (εφόσον υπάρχουν) χωρίς επιπλέον αμοιβή;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

42. Πώς θα χαρακτηρίζατε τις μεταβολές που έχουν επέλθει στην εργασία σας σήμερα στους παρακάτω τομείς, συγκριτικά με την προ της οικονομικής κρίσης περίοδο; (1: Πολύ Χειρότερες, 2: Χειρότερες, 3: Ίδιες, 4: Καλύτερες, 5: Πολύ Καλύτερες)

	1	2	3	4	5
Ωράριο που εργ...	☐	☐	☐	☐	☐
Οικονομικές απ...	☐	☐	☐	☐	☐
Συνέπεια του ε...	☐	☐	☐	☐	☐
Ενσημα- Ασφάλ...	☐	☐	☐	☐	☐
Όγκος εργασία...	☐	☐	☐	☐	☐
Πίεση για να πα...	☐	☐	☐	☐	☐
Τήρηση δεοντο...	☐	☐	☐	☐	☐
Ανεξαρτησία σ...	☐	☐	☐	☐	☐
Λογοκρισία	☐	☐	☐	☐	☐
Προοπτικές τη...	☐	☐	☐	☐	☐

43. Αξιολογήστε τα παρακάτω «φαινόμενα» που επικρατούν σήμερα στις επιχειρήσεις των Μ.Μ.Ε. συγκριτικά με την προ της οικονομικής κρίσης περίοδο. (1: Έχουν αυξηθεί πολύ, 2: Έχουν αυξηθεί λίγο, 3: Ίδια, 4: Έχουν μειωθεί λίγο, 5: Έχουν μειωθεί πολύ) *

	1	2	3	4	5
Ανασφάλιστη ε...	☐	☐	☐	☐	☐
Αμοιβή με μπλ...	☐	☐	☐	☐	☐
Μερική απασχό...	☐	☐	☐	☐	☐
Απολύσεις	☐	☐	☐	☐	☐
Εργασία χωρίς ...	☐	☐	☐	☐	☐
Καθυστέρηση σ...	☐	☐	☐	☐	☐
Υπογραφή συλλ...	☐	☐	☐	☐	☐
Υπερίσχυση ατ...	☐	☐	☐	☐	☐

44. Πόσο συχνά συμμετέχετε στις απεργίες που προκηρύσσουν οι ενώσεις συντακτών; *

- ☐ Πάρα πολύ
- ☐ Πολύ
- ☐ Λίγο
- ☐ Πολύ λίγο
- ☐ Καθόλου

45. Πιστεύετε ότι έχουν αποτέλεσμα οι απεργίες; *

- ☐ Πάρα πολύ
- ☐ Πολύ
- ☐ Λίγο
- ☐ Πολύ λίγο
- ☐ Καθόλου

46. Πιστεύετε ότι έχει αποτέλεσμα η συνδικαλιστική δράση γενικά; *

- ☐ Πάρα πολύ
- ☐ Πολύ
- ☐ Λίγο
- ☐ Πολύ λίγο
- ☐ Καθόλου

47. Πόσο ικανοποιημένος είστε σήμερα από τη δουλειά σας ως δημοσιογράφος; *

- ☐ Πάρα πολύ
- ☐ Πολύ
- ☐ Λίγο
- ☐ Πολύ λίγο
- ☐ Καθόλου

48. Έχετε περισσότερο άγχος σήμερα στη δουλειά σας σχετικά με την προ της οικονομικής κρίση περίοδο; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

49. Εάν ναι για ποιο λόγο; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- ☐ Επειδή φοβάστε μην χάσετε τη δουλειά σας
- ☐ Επειδή υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός
- ☐ Επειδή δεν πληρώνεστε ικανοποιητικά
- ☐ Επειδή ο όγκος εργασίας είναι μεγάλος
- ☐ Άλλο

50. Έχετε υποστεί παρενόχληση στη δουλειά σας; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

51. Εάν ναι, τι είδους; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- ☐ Για εντατικοποίηση της εργασίας σας
- ☐ Για να μην σας καταβληθούν οι αποδοχές που αντιστοιχούν στην εργασία σας
- ☐ Σεξουαλική παρενόχληση
- ☐ Για να γράψετε/μεταδώσετε καθ' υπόδειξη
- ☐ Για να παραβιάσετε τη δεοντολογία
- ☐ Άλλο

52. Πόσο συχνά είναι στη δουλειά σας φαινόμενα όπως το Copy Paste; *

- ☐ Καθόλου συχνά
- ☐ Συχνά
- ☐ Πολύ συχνά

53. Πόσο συχνά είναι στη δουλειά σας φαινόμενα όπως η δημοσίευση/ μετάδοση μιας είδησης όσο το δυνατόν πιο γρήγορα, με αποτέλεσμα να μην γίνεται διασταύρωση; *

- ☐ Καθόλου συχνά
- ☐ Συχνά
- ☐ Πολύ συχνά

54. Έχετε αυτολογοκριθεί ποτέ φοβούμενοι μην χάσετε τη δουλειά σας; *

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

55. Αναφέρατε σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι έχουν παίξει ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ τα παρακάτω: (1: Πολύ, 2: Λίγο, 3: Καθόλου) *

	1	2	3
Οι ιδιοκτήτες	☐	☐	☐
Οι δημοσιογράφοι	☐	☐	☐
Η οικονομική κρίση	☐	☐	☐
Η τεχνολογική εξέλιξη	☐	☐	☐

56. Πιστεύετε ότι οι τεχνολογικές αλλαγές θα μεταβάλουν προς το δυσμενέστερο ή προς το καλύτερο τη δουλειά των δημοσιογράφων στο μέλλον. *

☐ Προς το καλύτερο

☐ Προς το χειρότερο

57. Στο μέλλον πιστεύετε ότι οι περισσότερες πιθανότητες είναι να εργάζεσθε: *

☐ Σε κάποιο Μ.Μ.Ε.

☐ Σε δική σας δουλειά (π.χ. ιστοσελίδα)

☐ Σε δική σας δουλειά (π.χ. ιστοσελίδα), αλλά να μην έχετε έσοδα

☐ Να μην εργάζεσθε

☐ Σε άλλη εργασία από τη σημερινή

58. Στο μέλλον πιστεύετε ότι θα αμείβεστε: *

☐ Περισσότερο

☐ Λιγότερο

☐ Το ίδιο

59. Στο μέλλον η δημοσιογραφική εργασία θα γίνει περισσότερο αβέβαιη και επισφαλής. *

☐ Συμφωνώ

☐ Διαφωνώ

60. Άλλες παρατηρήσεις/ απόψεις που θα θέλατε να αναφέρετε; Εάν μπορούσατε να αλλάξετε κάτι, τι θα ήταν αυτό;

Long answer text

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Επιστολή ΕΣΗΕΑ στα μέλη της για συμμετοχή στην έρευνα



ΕΝΩΣΙΣ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ
ΕΝΩΣΗΣ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ
JOURNALISTS' UNION
OF ATHENS DAILY NEWSPAPERS

NEWSLETTER

02.07.2019

ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΠΡΟΣ ΜΕΛΗ ΕΣΗΕΑ ΜΕ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΣΩΤΗΡΗ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ

Προς τα μέλη της ΕΣΗΕΑ

Αγαπητοί συνάδελφοι,
Σας προωθούμε ηλεκτρονική επιστολή που λάβαμε από τον συνάδελφο Σωτήρη Τριανταφύλλου (Α.Π. 1128/3-6-19), με την οποία ζητεί τη συμβολή των μελών της Ενώσεως στην έρευνα της διδακτορικής του διατριβής, μέσω της συμπλήρωσης ενός online ερωτηματολογίου.
Η επιστολή του συναδέλφου είναι η εξής:

Αγαπητοί συνάδελφοι,
θα ήθελα να ζητήσω τη συμβολή σας στην έρευνα της διδακτορικής μου διατριβής με τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου που θα βρείτε στο link που ακολουθεί:

<https://docs.google.com/forms/d/1NlbmM1vXkUzmUl9K97b5TNuIT1iOdsdOpkMromiw6FA/edit>

Η διδακτορική μου διατριβή που εκπονείται στο τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου, διερευνά τις αλλαγές που σημειώνονται στη δουλειά μας τα τελευταία χρόνια, σε περίοδο οικονομικής κρίσης και ραγδαίας τεχνολογικής αλλαγής. Η συμμετοχή σας είναι πολύ σημαντική διότι είναι μια έρευνα που έρχεται να καλύψει ένα μεγάλο κενό που υπάρχει στη βιβλιογραφία στην Ελλάδα και διεθνώς και να δώσει τεκμηριωμένες απαντήσεις για το πόσο έχει αλλάξει η δουλειά του δημοσιογράφου στην Ελλάδα.
Θα ήθελα να σας ευχαριστήσω θερμά εκ των προτέρων και ευελπιστώ τόσο τα αποτελέσματα της έρευνας, όσο και η διδακτορική μου διατριβή συνολικά, να συμβάλλουν στην αντιμετώπιση και επίλυση των προβλημάτων της εργασίας μας.

Με τιμή
Σωτήρης Τριανταφύλλου
Δημοσιογράφος, μέλος ΕΣΗΕΑ και ΠΣΑΤ, μέλος της Εκτελεστικής Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης Αθλητικών Συντακτών, τέως πρόεδρος ΠΣΑΤ

Σας αποστέλλουμε το παραπάνω e-mail με την επισήμανση ότι οι έρευνες δεν γίνονται για την ΕΣΗΕΑ, η συμμετοχή σας σε αυτές είναι απολύτως προαιρετική και εναπόκειται στη διακριτική σας ευχέρεια.
Με συναδελφικούς χαιρετισμούς

Η Πρόεδρος
Μαρία Θ. Αντωνιάδου

Ο Γενικός Γραμματέας
Σταύρος Καπάκος

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: Επιστολή ερευνητή σε δημοσιογράφους για συμμετοχή τους στην έρευνα

Αγαπητοί συνάδελφοι,

θα ήθελα να ζητήσω τη συμβολή σας στην έρευνα της διδακτορικής μου διατριβής με τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου που θα βρείτε στο link που ακολουθεί:

<https://docs.google.com/forms/d/1NlbmM1vXkJzmU19K97b5TNuIT1iOdsdOpkMromIw6FA/edit>

Η διδακτορική μου διατριβή που εκπονείται στο τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου, διερευνά τις αλλαγές που σημειώνονται στη δουλειά μας τα τελευταία χρόνια, σε περίοδο οικονομικής κρίσης και ραγδαίας τεχνολογικής αλλαγής. Η συμμετοχή σας είναι πολύ σημαντική διότι είναι μια έρευνα που έρχεται να καλύψει ένα μεγάλο κενό που υπάρχει στη βιβλιογραφία στην Ελλάδα και διεθνώς και να δώσει τεκμηριωμένες απαντήσεις για το πόσο έχει αλλάξει η δουλειά του δημοσιογράφου στην Ελλάδα.

Θα ήθελα να σας ευχαριστήσω θερμά εκ των προτέρων και ευελπιστώ τόσο τα αποτελέσματα της έρευνας, όσο και η διδακτορική μου διατριβή συνολικά, να συμβάλλουν στην αντιμετώπιση και επίλυση των προβλημάτων της εργασίας μας.

Με τιμή



Σωτήρης Τριανταφύλλου

Δημοσιογράφος, μέλος ΕΣΗΕΑ και ΠΣΑΤ, μέλος της Εκτελεστικής Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης Αθλητικών Συντακτών, τέως πρόεδρος ΠΣΑΤ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: Πίνακες συσχετίσεων ερωτηματολογίου

Πίνακας 1

Συσχέτιση ηλικίας με εισόδημα

		Αναφέρετε το ύψος των συνολικών μηνιαίων αποδοχών σας από το επάγγελμα του δημοσιογράφου (καθαρές αποδοχές)								
		Έως 300 ευρώ	301-500	501-800	801-1000	1001-1500	1501-2000	2001+		
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	X ² value	p-value
Ηλικία	18-24	0(0,0%)	0(0,0%)	2(3,5%)	0(0,0%)	1(1,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	37,272	0,041
	25-34	2(14,3%)	0(0,0%)	4(7,0%)	5(9,6,0%)	5(5,1%)	2(4,5%)	0(0,0%)		
	35-44	8(57,1%)	4(30,8%)	29(50,9%)	19(36,5%)	38(38,4%)	12(27,3%)	5(17,9%)		
	45-54	3(21,4%)	6(46,2%)	18(31,6%)	24(46,2%)	39(39,4%)	18(40,9%)	14(50,0%)		
	55+	1(7,1%)	3(23,1%)	4(7,0%)	4(7,7%)	16(16,2%)	12(27,3%)	9(32,1%)		

Πίνακας 2

Συσχέτιση Μέσου εργασίας με αποδοχές

		Αναφέρετε το ύψος των συνολικών μηνιαίων αποδοχών σας από το επάγγελμα του δημοσιογράφου (καθαρές αποδοχές)								
		Έως 300 ευρώ	301-500	501-800	801-1000	1001-1500	1501-2000	2001+		
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	X ² value	p-value
Μέσο/Μέσα στο οποίο εργάζεστε	Εφημερίδα	2(14,3%)	7(53,8%)	24(42,1%)	19(36,5%)	35(35,4%)	13(29,5%)	14(50,0%)	135,404	<0,001
	Ραδιόφωνο	1(7,1%)	3(23,1%)	10(17,5%)	11(21,2%)	29(29,3%)	11(25,0%)	15(53,6%)		
	Τηλεόραση	1(7,1%)	1(7,7%)	5(8,8%)	5(9,6%)	28(28,3%)	11(25,0%)	17(60,7%)		
	Ιστοσελίδα	7(50,0%)	5(38,5%)	26(45,6%)	22(42,3%)	33(33,3%)	13(29,5%)	11(39,3%)		
	Ιδιοκτήτης ιστοσελίδας	0(0,0%)	2(15,4%)	7(12,3%)	3(5,8%)	6(6,1%)	2(4,5%)	3(10,7%)		
	Ιδιοκτήτης ή μέτοχος άλλου Μέσου	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	1(1,0%)	0(0,0%)	1(3,6%)		
	Πρακτορείο ειδήσεων	0(0,0%)	0(0,0%)	1(1,8%)	3(5,8%)	4(4,0%)	8(18,2%)	0(0,0%)		
	Γραφείο Τύπου/ Δημόσιες Σχέσεις	1(7,1%)	0(0,0%)	4(7,0%)	8(15,4%)	17(17,2%)	4(9,1%)	5(17,9%)		

	<i>Άλλο</i>	7(50,0%)	0(0,0%)	9(15,8%)	4(7,7%)	9(9,1%)	3(6,8%)	2(7.1%)		

Πίνακας 3

Συσχέτιση ηλικίας με επιπλέον εργασία χωρίς αμοιβή

		Στη δουλειά σας, σας ζητείται να κάνετε πράγματα πέραν των καθηκόντων σας χωρίς επιπλέον αμοιβή;			
		Ναι	Όχι		
		N(%)	N(%)	X ² value	p-value
Ηλικία	18-24	0(0,0%)	3(2,5%)	17,125	0,001
	25-34	8(4,3%)	10(8,2%)		
	35-44	82(44,3%)	33(27,0%)		
	45-54	73(39,5%)	49(40,2%)		
	55+	22(11,9%)	27(22,1%)		

Πίνακας 4

Συσχέτιση ηλικίας με δημοσιογράφους ιστοσελίδων

		Πιστεύετε ότι οι δημοσιογράφοι που έχουν εργαστεί/εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι;			
		Ναι	Όχι		
		N(%)	N(%)	X ² value	p-value
Ηλικία	18-24	3(1,2%)	0(0,0%)	12,448	0,016
	25-34	16(6,3%)	2(3,9%)		
	35-44	104(40,6%)	11(21,6%)		
	45-54	99(38,7%)	23(45,1%)		
	55+	34(13,3%)	15(29,4%)		

Πίνακας 5

Συσχέτιση ηλικίας με ωράριο

		Διάμεσος	Mean rank	Kruskal-Wallis H	Overall p-value
		<u>Ωράριο που εργάζεσθε</u>			

Ηλικία	18-24	2,00	104,50	17,271	0,002
	25-34	3,00	213,75		
	35-44	3,00	166,67		
	45-54	2,00	141,13		
	55+	2,00	137,39		
Οικονομικές απολαβές					
Ηλικία	18-24	1,00	132,17	12,993	0,011
	25-34	2,00	199,78		
	35-44	1,00	164,69		
	45-54	1,00	138,83		
	55+	1,00	151,21		

Πίνακας 6

Συσχέτιση ηλικίας με ανασφάλιστη εργασία, αμοιβή με μπλοκάκι και μερική απασχόληση

		Διάμεσος	Mean rank	Kruskal-Wallis H	Overall p-value
<u>Ανασφάλιστη εργασία</u>					
Ηλικία	18-24	1,00	161,83	27,611	<0,001
	25-34	2,00	214,14		
	35-44	1,00	166,80		
	45-54	1,00	136,66		
	55+	1,00	144,55		
<u>Αμοιβή με μπλοκάκι</u>					
Ηλικία	18-24	1,00	151,50	21,386	<0,001
	25-34	2,00	201,28		
	35-44	2,00	171,59		
	45-54	1,00	141,16		
	55+	1,00	127,47		
<u>Μερική απασχόληση</u>					
Ηλικία	18-24	2,00	207,67	22,289	<0,001
	25-34	2,00	218,08		
	35-44	1,00	158,20		
	45-54	1,00	141,46		
	55+	1,00	148,54		

Πίνακας 7

Συσχέτιση απόφοιτων σχολής δημοσιογραφίας/ επικοινωνίας με συνέπεια του εργοδότη στην καταβολή της μισθοδοσίας και τήρηση δεοντολογίας

		Διάμεσος	Mean	Mann-	Overall

			rank	Whitney U	p-value
		<u>Συνέπεια του εργοδότη σας στην καταβολή της μισθοδοσίας</u>			
Είστε απόφοιτος σχολής δημοσιογραφίας/επικοινωνίας;	<i>Ναι</i>	2,00	145,25	9988,00	0,036
	<i>Όχι</i>	3,00	165,76		
		<u>Τήρηση δεοντολογίας</u>			
Είστε απόφοιτος σχολής δημοσιογραφίας/επικοινωνίας;	<i>Ναι</i>	2,00	145,04	9951,50	0,031
	<i>Όχι</i>	3,00	166,03		

Πίνακας 8

Συσχέτιση Μέσου εργασίας με ωράριο, οικονομικές απολαβές, όγκος εργασίας, πίεση για παραγωγή περισσότερου περιεχομένου και προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης

		Πώς θα χαρακτηρίζατε τις μεταβολές που έχουν επέλθει στην εργασία σας σήμερα στους παρακάτω τομείς, συγκριτικά με την προ της οικονομικής κρίσης περίοδο;							
		Πολύ χειρότερες	Χειρότερες	Ίδιες	Καλύτερες	Πολύ καλύτερες			
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	X ² value	p-value
		<u>Ωράριο που εργάζεσθε</u>							
Μέσο/Μέσα στο οποίο εργάζεστε	<i>Εφημερίδα</i>	26(45,6%)	39(41,5%)	38(32,8%)	8(24,2%)	3(42,9%)	26(45,6%)	64,496	0,002
	<i>Ραδιόφωνο</i>	10(17,5%)	25(26,6%)	39(33,6%)	4(12,1%)	2(28,6%)	10(17,5%)		
	<i>Τηλεόραση</i>	12(21,1%)	16(17,0%)	29(25,0%)	8(24,2%)	3(42,9%)	12(21,1%)		
	<i>Ιστοσελίδα</i>	17(29,8%)	41(43,6%)	43(37,1%)	11(33,3%)	5(71,4%)	17(29,8%)		
	<i>Ιδιοκτήτης ιστοσελίδας</i>	4(7,0%)	7(7,4%)	7(6,0%)	4(12,1%)	1(14,3%)	4(7,0%)		
	<i>Ιδιοκτήτης ή μέτοχος άλλου Μέσου</i>	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	1(3%)	1(14,3%)	0(0,0%)		
	<i>Πρακτορείο ειδήσεων</i>	5(8,8%)	3(3,2%)	5(4,3%)	3(9,1%)	0(0,0%)	5(8,8%)		
	<i>Γραφείο Τύπου/ Δημόσιες Σχέσεις</i>	8(14,0%)	12(12,8%)	13(11,2%)	6(18,2%)	0(0,0%)	8(14,0%)		
	<i>Άλλο</i>	10(17,5%)	6(6,4%)	11(9,5%)	6(18,2%)	1(14,3%)	10(17,5%)		
Μέσο/Μέσα στο οποίο εργάζεστε		<u>Οικονομικές απολαβές</u>							
	<i>Εφημερίδα</i>	66(37,5%)	36(41,9%)	8(27,6%)	2(20,0%)	2(33,3%)	66(37,5%)	73,666	<0,001
	<i>Ραδιόφωνο</i>	39(22,2%)	30(34,9%)	6(20,7%)	3(30,0%)	2(33,3%)	39(22,2%)		
	<i>Τηλεόραση</i>	31(17,6%)	19(22,1%)	14(48,3%)	3(30,0%)	1(16,7%)	31(17,6%)		
	<i>Ιστοσελίδα</i>	60(34,1%)	41(47,7%)	7(24,1%)	7(70,0%)	2(33,3%)	60(34,1%)		
	<i>Ιδιοκτήτης ιστοσελίδας</i>	14(8,0%)	5(5,8%)	2(6,9%)	1(10%)	1(16,7%)	14(8,0%)		
	<i>Ιδιοκτήτης ή μέτοχος άλλου</i>	0(0,0%)	1(1,2%)	0(0,0%)	0(0,0%)	1(16,7%)	0(0,0%)		

	<i>Μέσου</i>								
	<i>Πρακτορείο ειδήσεων</i>	14(8,0%)	2(2,3%)	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	14(8,0%)		
	<i>Γραφείο Τύπου/ Δημόσιες Σχέσεις</i>	24(13,6%)	11(12,8%)	2(6,9%)	0(0,0%)	2(33,3%)	24(13,6%)		
	<i>Άλλο</i>	22(12,5%)	8(9,3%)	2(6,9%)	1(10,0%)	1(16,7%)	22(12,5%)		

Όγκος εργασίας που σας ανατίθεται

Μέσο/Μέσα στο οποίο εργάζεστε	<i>Εφημερίδα</i>	40(49,4%)	46(41,4%)	22(23,4%)	4(22,2%)	2(66,7%)	40(49,4%)	100,995	<0,001
	<i>Ραδιόφωνο</i>	19(23,5%)	30(27,0%)	28(29,8%)	1(5,6%)	2(66,7%)	19(23,5%)		
	<i>Τηλεόραση</i>	16(19,8%)	23(20,7%)	23(24,5%)	3(16,7%)	3(100,0%)	16(19,8%)		
	<i>Ιστοσελίδα</i>	32(39,5%)	41(36,9%)	36(38,3%)	6(33,3%)	2(66,7%)	32(39,5%)		
	<i>Ιδιοκτήτης ιστοσελίδας</i>	7(8,6%)	7(6,3%)	6(6,4%)	3(16,7%)	0(0,0%)	7(8,6%)		
	<i>Ιδιοκτήτης ή μέτοχος άλλου Μέσου</i>	0(0,0%)	1(0,9%)	0(0,0%)	0(0,0%)	1(33,3%)	0(0,0%)		
	<i>Πρακτορείο ειδήσεων</i>	6(7,4%)	4(3,6%)	6(6,4%)	0(0,0%)	0(0,0%)	6(7,4%)		
	<i>Γραφείο Τύπου/ Δημόσιες Σχέσεις</i>	7(8,6%)	14(12,6%)	14(14,9%)	4(22,2%)	0(0,0%)	7(8,6%)		
	<i>Άλλο</i>	9(11,1%)	9(8,1%)	12(12,8%)	4(22,2%)	0(0,0%)	9(11,1%)		

Πίεση για να παράγετε περισσότερο περιεχόμενο

Μέσο/Μέσα στο οποίο εργάζεστε	<i>Εφημερίδα</i>	30(39,5%)	36(41,4%)	37(30,6%)	8(42,1%)	3(75%)	30(39,5%)	81,143	<0,001
	<i>Ραδιόφωνο</i>	13(17,1%)	23(26,4%)	38(31,4%)	2(10,5%)	4(100,0%)	13(17,1%)		
	<i>Τηλεόραση</i>	14(18,4%)	21(24,1%)	29(24%)	2(10,5%)	2(50,0%)	14(18,4%)		
	<i>Ιστοσελίδα</i>	30(39,5%)	32(36,8%)	43(35,5%)	9(47,4%)	3(75,0%)	30(39,5%)		
	<i>Ιδιοκτήτης ιστοσελίδας</i>	9(11,8%)	5(5,7%)	7(5,8%)	2(10,5%)	0(0,0%)	9(11,8%)		
	<i>Ιδιοκτήτης ή μέτοχος άλλου Μέσου</i>	1(1,3%)	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	1(25,0%)	1(1,3%)		
	<i>Πρακτορείο ειδήσεων</i>	5(6,6%)	4(4,6%)	7(5,8%)	0(0,0%)	0(0,0%)	5(6,6%)		
	<i>Γραφείο Τύπου/ Δημόσιες Σχέσεις</i>	6(7,9%)	11(12,6%)	19(15,7%)	3(15,8%)	0(0,0%)	6(7,9%)		
	<i>Άλλο</i>	11(14,5%)	8(9,2%)	13(10,7%)	2(10,5%)	0(0,0%)	11(14,5%)		

Προοπτικές της επαγγελματικής σας ανέλιξης

Μέσο/Μέσα στο οποίο εργάζεστε	<i>Εφημερίδα</i>	42(39,6%)	36(39,6%)	26(31,3%)	8(42,1%)	2(25,0%)	42(39,6%)	56,570	0,016
	<i>Ραδιόφωνο</i>	22(20,8%)	25(27,5%)	27(32,5%)	4(21,1%)	2(25,0%)	22(20,8%)		
	<i>Τηλεόραση</i>	24(22,6%)	16(17,6%)	19(22,9%)	6(31,6%)	3(37,5%)	24(22,6%)		
	<i>Ιστοσελίδα</i>	33(31,1%)	36(39,6%)	36(43,4%)	9(47,4%)	3(37,5%)	33(31,1%)		
	<i>Ιδιοκτήτης ιστοσελίδας</i>	6(5,7%)	11(12,1%)	4(4,8%)	1(5,3%)	1(12,5%)	6(5,7%)		
	<i>Ιδιοκτήτης ή μέτοχος άλλου Μέσου</i>	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	1(5,3%)	1(12,5%)	0(0,0%)		

	Πρακτορείο ειδήσεων	3(2,8%)	5(5,5%)	7(8,4%)	1(5,3%)	0(0,0%)	3(2,8%)		
	Γραφείο Τύπου/ Δημόσιες Σχέσεις	13(12,3%)	12(13,2%)	8(9,6%)	3(15,8%)	3(37,5%)	13(12,3%)		
	Άλλο	17(16,0%)	7(7,7%)	8(9,6%)	1(5,3%)	1(12,5%)	17(16,0%)		

Πίνακας 9

Συσχέτιση Μέσου εργασίας με καθυστέρηση πληρωμών

		Αξιολογίστε τα παρακάτω «φαινόμενα» που επικρατούν σήμερα στις επιχειρήσεις των Μ.Μ.Ε. συγκριτικά με την προ της οικονομικής κρίσης περίοδο							
		Έχουν αυξηθεί πολύ	Έχουν αυξηθεί λίγο	Ίδιες	Έχουν μειωθεί λίγο	Έχουν μειωθεί πολύ			
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)		
		<u>Καθυστέρηση στις πληρωμές</u>							
Μέσο/Μέσα στο οποίο εργάζεστε	Εφημερίδα	98(41.2%)	10(22.2%)	2(14.3%)	2(40.0%)	2(40.0%)	98(41.2%)	66.053	0.002
	Ραδιόφωνο	63(26.5%)	11(24.4%)	4(28.6%)	2(40.0%)	0(0.0%)	63(26.5%)		
	Τηλεόραση	54(22.7%)	9(20.0%)	2(14.3%)	2(40.0%)	1(20.0%)	54(22.7%)		
	Ιστοσελίδα	84(35.3%)	19(42.2%)	9(64.3%)	2(40.0%)	3(60.0%)	84(35.3%)		
	Ιδιοκτήτης ιστοσελίδας	18(7.6%)	1(2.2%)	1(7.1%)	1(20.0%)	2(40.0%)	18(7.6%)		
	Ιδιοκτήτης ή μέτοχος άλλου Μέσου	1(0.4%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(20.0%)	0(0.0%)	1(0.4%)		
	Πρακτορείο ειδήσεων	13(5.5%)	2(4.4%)	1(7.1%)	0(0.0%)	0(0.0%)	13(5.5%)		
	Γραφείο Τύπου/ Δημόσιες Σχέσεις	28(11.8%)	9(20.0%)	1(7.1%)	0(0.0%)	1(20.0%)	28(11.8%)		
	Άλλο	24(10.1%)	7(15.6%)	1(7.1%)	1(20.0%)	1(20.0%)	24(10.1%)		

Πίνακας 10

Συσχέτιση ηλικίας με παράγοντες που έχουν παίξει ρόλο στην κρίση των ΜΜΕ

		Διάμεσος	Mean rank	Kruskal-Wallis H	Overall p-value
Οι ιδιοκτήτες ΜΜΕ					
Ηλικία	18-24	1,00	136,00	8,238	0,083
	25-34	1,00	169,67		

	35-44	1,00	147,86		
	45-54	1,00	161,43		
	55+	1,00	145,28		
	Οι δημοσιογράφοι				
Ηλικία	18-24	1,00	126,00	1,424	0,840
	25-34	2,00	166,00		
	35-44	1,00	148,74		
	45-54	2,00	156,54		
	55+	2,00	154,27		
	Η οικονομική κρίση				
Ηλικία	18-24	2,00	226,83	11,902	0,018
	25-34	1,00	178,61		
	35-44	1,00	158,20		
	45-54	1,00	147,85		
	55+	1,00	142,70		
	Η τεχνολογική εξέλιξη				
Ηλικία	18-24	2,00	207,67	2,684	0,612
	25-34	2,00	152,67		
	35-44	2,00	153,98		
	45-54	2,00	157,01		
	55+	2,00	140,69		

Πίνακας 11

Συσχέτιση χρόνων εργασίας με εισόδημα

		Αναφέρετε το ύψος των συνολικών μηνιαίων αποδοχών σας από το επάγγελμα του δημοσιογράφου (καθαρές αποδοχές)								
		Έως 300 ευρώ	301-500	501-800	801-1000	1001-1500	1501-2000	2001+		
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	X ² value	p-value
Πόσα χρόνια εργάζεστε ως δημοσιογράφος;	1-3	1(7,1%)	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)	52,643	<0,001
	3+ -9	1(7,1%)	0(0,0%)	7(12,3%)	2(3,8%)	3(3,0%)	0(0,0%)	0(0,0%)		
	9+ -20	5(35,7%)	3(23,1%)	23(40,4%)	16(30,8%)	34(34,3%)	8(18,2%)	2(7,1%)		
	20+	7(50,0%)	10(76,9%)	27(47,4%)	34(65,4%)	62(62,6%)	36(81,8%)	26(92,9%)		

Πίνακας 12

Συσχέτιση χρόνων εργασίας με δημοσιογράφους ιστοσελίδων

	Πιστεύετε ότι οι δημοσιογράφοι που έχουν εργαστεί/εργάζονται μόνο σε ιστοσελίδες μπορούν να θεωρηθούν δημοσιογράφοι;			
	Ναι	Όχι		

		N(%)	N(%)	X ² value	p-value
Πόσα χρόνια εργάζεστε ως δημοσιογράφος;	1-3	1(0,4%)	0(0,0%)	9,994	0,020
	3+ -9	13(5,1%)	0(0,0%)		
	9+ -20	83(32,4%)	8(15,7%)		
	20+	159(62,1%)	43(84,3%)		

Πίνακας 13

Συσχέτιση χρόνων εργασίας με οικονομικές απολαβές

		Διάμεσος	Mean rank	Kruskal-Wallis H	Overall p-value
		Οικονομικές απολαβές			
Πόσα χρόνια εργάζεστε ως δημοσιογράφος;	1-3	-	219,50	11,261	0,010
	3+ -9	2,00	186,00		
	9+ -20	2,00	172,13		
	20+	1,00	143.45		

Πίνακας 14

Συσχέτιση χρόνων εργασίας με ανασφάλιστη εργασία, αμοιβή με μπλοκάκι, μερική απασχόληση, απολύσεις και εργασία χωρίς απολαβές

		Διάμεσος	Mean rank	Kruskal-Wallis H	Overall p-value
		Ανασφάλιστη εργασία			
Πόσα χρόνια εργάζεστε ως δημοσιογράφος;	1-3	-	254,50	22,027	<0,001
	3+ -9	1,00	190,88		
	9+ -20	1,00	175,20		
	20+	1,00	141,58		
		Αμοιβή με μπλοκάκι			
Πόσα χρόνια εργάζεστε ως δημοσιογράφος;	1-3	-	270,50	18,900	<0,001
	3+ -9	2,00	221,23		
	9+ -20	1,00	167.93		
	20+	1.00	142.82		
		Μερική απασχόληση			
Πόσα χρόνια εργάζεστε ως δημοσιογράφος;	1-3	-	255.00	14.282	0.003
	3+ -9	1.00	187.92		
	9+ -20	1.00	169.83		
	20+	1.00	144.19		
		Εργασία χωρίς απολαβές			
Πόσα χρόνια εργάζεστε ως δημοσιογράφος;	1-3	-	101.50	19.207	<0.001
	3+ -9	1.00	178.31		
	9+ -20	1.00	180.01		
	20+	1.00	140.98		

Πίνακας 15

Συσχέτιση χρόνων εργασίας με οικονομική κρίση

		Διάμεσος	Mean rank	Kruskal-Wallis H	Overall p-value
		Η οικονομική κρίση			
Πόσα χρόνια εργάζεστε ως δημοσιογράφος;	1-3	-	127,50	12,737	0,005
	3+ -9	1,00	188,81		
	9+ -20	1,00	165,73		
	20+	1,00	145,81		

Πίνακας 16

Συσχέτιση φύλου με Μέσο εργασίας

		Φύλο					
		Ανδρας		Γυναίκα			
		N	%	N	%	X2 value	p-value
Μέσο/Μέσα στο οποίο εργάζεστε	Εφημερίδα	95	43.8%	19	21.1%	22.094	0.009
	Ραδιόφωνο	63	29.0%	17	18.9%		
	Τηλεόραση	47	21.7%	21	23.3%		
	Ιστοσελίδα	85	39.2%	32	35.6%		
	Ιδιοκτήτης ιστοσελίδας	20	9.2%	3	3.3%		
	Ιδιοκτήτης ή μέτοχος άλλου Μέσου	2	.9%	0	0.0%		
	Πρακτορείο ειδήσεων	11	5.1%	5	5.6%		
	Γραφείο Τύπου/ Δημόσιες Σχέσεις	28	12.9%	11	12.2%		
	Άλλο	23	10.6%	11	12.2%		

Πίνακας 17

Συσχέτιση φύλου με αποδοχές

		Φύλο				X2 value	p-value
		Ανδρας		Γυναίκα			
		N		%			
Αναφέρετε το ύψος των	<=300 ευρώ	10	4.60%	4	4.40%	14,420	0.025

συνολικών μηνιαίων αποδοχών σας από το επάγγελμα του δημοσιογράφου (καθαρές αποδοχές)	301-500 ευρώ	11	5.10%	2	2.20%		
	501-800 ευρώ	36	16.60%	21	23.30%		
	801-1000 ευρώ	32	14.70%	20	22.20%		
	1001-1500 ευρώ	68	31.30%	31	34.40%		
	1501-2000 ευρώ	33	15.20%	11	12.20%		
	>=2001 ευρώ	27	12.40%	1	1.10%		