



2.1 Το οικοσύστημα της ενημέρωσης αλλάζει

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 σημειωθεί ότι όλες αυτές οι αλλαγές δεν μπορούν να ξεταστούν 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. Οι Bardoeel & Deuze (2001) υποστηρίζουν ότι η τεχνολογία είναι μόνο ένα όχημα μέσω του οποίου αυτές οι κοινωνικό-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 links ή και εφαρμογών». Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πια δισεκατομμύρια χρήστες ανά τον κόσμο, με στοιχεία του Ιανουαρίου 2020¹ οι ενεργοί λογαριασμοί των social media στο κόσμο ήταν 3,8 δισεκατομμύρια που αντιστοιχεί στο 49% του παγκόσμιου πληθυσμού 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 μέσω κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογών μηνυμάτων παγκοσμίως, Ιανουάριος 2020

Social Media	Ενεργοί λογαριασμοί (σε εκατομμύρια)
Facebook	2,449
Youtube	2
Whatsapp	1,600
Fb Messenger	1,300
Instagram	1
Tik Tok	0,800
Snapchat	0,382
Twitter	0,340

Πηγή: *We are social* <https://wearesocial.com/digital-2020>

Οι παραπάνω εξελίξεις συνδυάζονται με την επανάσταση της κινητής τηλεφωνίας, καθώς τα κινητά τηλέφωνα νέας γενιάς (smartphones) ευνοούν αυτή τη νέα κατάσταση

1. Βλέπε <https://wearesocial.com/digital-2020>

ΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΤΟΠΙΟ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΜΗΝΤΙΑΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ



6.1 Εκτόξευση της ανεργίας την περίοδο της οικονομικής κρίσης

Σε προηγούμενα κεφάλαια 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. Συγκεκριμένα, 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 αναδιάταξη του ελληνικού μηντιακού τοπίου.

Αρχικά θα επιχειρήσουμε να περιγράψουμε την κατάσταση κάνοντας χρήση 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 6.1). Όπως είναι προφανές, αύξηση των επιδομάτων, σημαίνει και αύξηση της ανεργίας.

Πίνακας 6.1
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: 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 *EPT*,¹ η *Ελευθεροτυπία* και το *Alter* κ.α. Επί-

1. Το επιδόματα ανεργίας για το κλείσιμο της *EPT* 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).

σης, 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 6.2 απεικονίζονται οι εισφορές των εργοδοτών και των εργαζομένων (ασφαλισμένων) στην Α΄ διεύθυνση (πρώην ΤΣΠΕΑΘ) του ΕΤΑΠ-ΜΜΕ τα έτη 2005-2015.

Πίνακας 6.2

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: 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