



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	xi
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	xv

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Ιστορική αναδρομή και εξέλιξη των ΜΜΕ και της δημοσιογραφίας

1.1 Η μετάδοση της πληροφορίας και οι πρώτες ειδήσεις	21
1.2 Η εμφάνιση των πρώτων εντύπων και ο εκσυγχρονισμός του Τύπου .	23
1.3 Penny press, εμπορευματοποίηση και «κίτρινος» Τύπος.....	26
1.4 Ο ρόλος των πρακτορείων ειδήσεων.....	28
1.5 Επαγγελματοποίηση των δημοσιογράφων	32
1.6 Η εμφάνιση του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης	45
1.7 Ανακάλυψη του διαδικτύου, ψηφιακή επανάσταση και οι προεκτάσεις στην ενημέρωση	51
1.8 Ελευθερία του Τύπου, ανεξαρτησία και σχέσεις ιδιοκτησίας	54

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Το νέο επικοινωνιακό τοπίο

2.1 Το οικοσύστημα της ενημέρωσης αλλάζει	61
2.2 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και κινητές συσκευές	62
2.3 Νέες μορφές τηλεόρασης	68
2.4 Ο ρόλος του κοινού στην παραγωγή περιεχομένου	73
2.5 Ρομποτική δημοσιογραφία και αυτοματοποιημένο περιεχόμενο	77
2.6 Η διάδοση των fake news	82
2.7 Ο ρόλος των aggregators	87
2.8 Η ασφάλεια της πληροφορίας στο διαδίκτυο	88
2.9 Ανάπτυξη / προσέγγιση κοινού (Audience development) και εξόρυξη δεδομένων (data mining).....	90

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Οι επιπτώσεις των αλλαγών και του νέου επικοινωνιακού τοπίου σε δημοσιογράφους και ΜΜΕ

3.1 Νέα δεδομένα και συνθήκες στην εργασία των δημοσιογράφων	93
3.2 Νέες μορφές απασχόλησης στη δημοσιογραφία	97
3.3. Οι επιπτώσεις από τη χρήση των αλγόριθμων	101
3.4 Σημαντικές απώλειες θέσεων εργασίας στη βιομηχανία των ΜΜΕ και ειδικά στις εφημερίδες	104
3.5 Οι επιπτώσεις της αποδιαμεσολάβησης - χειραφέτησης των πολιτών	113

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Το ελληνικό μηντιακό σύστημα

Από τις πρώτες εφημερίδες στο σημερινό τοπίο των μέσων

4.1 Η αρχή του ελληνικού Τύπου και της ελληνικής δημοσιογραφίας.....	115
4.2 Εκσυγχρονισμός και ανάπτυξη του Τύπου	120
4.3 Η Μεταπολίτευση και η καθοριστική δεκαετία του 1980. Είσοδος νέων ιδιοκτητών και τεχνολογική αλλαγή	125

4.4 Η εμφάνιση της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου.	
Ιδιωτικοποίηση και απορρύθμιση του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου	130
4.5 Τα πρώτα σημάδια της κρίσης	134
4.6 Το νέο τοπίο της βιομηχανίας των ΜΜΕ.	
Διαδίκτυο, μέσα κοινωνικής δικτύωσης	143
4.7 Λουκέτα σε επιχειρήσεις Μέσων	
και αναδιάταξη του ιδιοκτησιακού τοπίου	148
4.8 Σχέσεις ιδιοκτητών ΜΜΕ με την πολιτική εξουσία	155

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Το συνδικαλιστικό κίνημα των δημοσιογράφων και των εργαζόμενων στα ΜΜΕ στην Ελλάδα

5.1 Η αρχή του οργανωμένου συνδικαλισμού	
των δημοσιογράφων	161
5.2 Ίδρυση της ΕΣΗΕΑ και επαγγελματοποίηση	
των δημοσιογράφων	163
5.2.1 Όροι και προϋποθέσεις για την εγγραφή μελών.	
Προσπάθεια ελέγχου του επαγγέλματος,	166
5.2.2 Άρνηση εγγραφής μελών και ίδρυση «παράλληλων»	
συνδέσμων συντακτών.....	171
5.2.3 Δομή και όργανα της ΕΣΗΕΑ	174
5.3 Οι άλλες ενώσεις συντακτών	176
5.4 Άλλες ενώσεις εργαζομένων στα ΜΜΕ	178
5.5 Οι πόροι των ενώσεων και η ίδρυση των ταμείων Τύπου	180
5.6 Κατάργηση του αγγελιοσήμου και «νέα» ταμεία Τύπου	182

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Το εργασιακό τοπίο του ελληνικού μηντιακού συστήματος

6.1 Εκτόξευση της ανεργίας την περίοδο της οικονομικής κρίσης.....	185
6.2 Μισθωτή εργασία, «ανακύκλωση» εργαζομένων	
και αύξηση παραβατικότητας στα Μέσα	192

6.3 Αποδιάρθρωση συλλογικών διαπραγματεύσεων και μειώσεις μισθών	203
6.4 Η αντίδραση των συνδικάτων απέναντι στις αλλαγές	207
6.5 Οι επιπτώσεις των αλλαγών στα συνδικάτα.....	218

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Εμπειρική έρευνα

7.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά	223
7.2 Μέσο, χρόνια εργασίας και αποδοχές	224
7.3 Υπερωρίες, απασχόληση και ασφαλιστική κάλυψη	228
7.4 Ιδιοκτήτες, εργαζόμενοι ιστοσελίδων δημοσιογράφων/συνεταιρικών σχημάτων	232
7.5 Χαρακτηρισμός / προσόντα δημοσιογράφου. Εκπαίδευση και επιμόρφωση	233
7.6 Διαδίκτυο, social media και νέες μορφές δημοσιογραφίας	236
7.7 Επιπλέον εργασία χωρίς αμοιβή.....	240
7.8 Ωράριο, μισθός, συνέπεια πληρωμών, ένσημα, όγκος εργασίας, πίσημη παραγωγή περιεχομένου, δεοντολογία, ανεξαρτησία, λογοκρισία, προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης	242
7.9 Ανασφάλιστη εργασία, μπλοκάκι, μερική απασχόληση, απολύσεις, απλήρωτη εργασία, καθυστέρηση πληρωμών, συλλογικές και ατομικές συμβάσεις	248
7.10 Συνδικαλιστική δράση	252
7.11 Χαμηλή ικανοποίηση και μεγάλο άγχος	254
7.12 Παρενόχληση στην εργασία και παραβίαση της δεοντολογίας	256
7.13 Παράγοντες που ευθύνονται για την κρίση στα ΜΜΕ	258
7.14 Απαισιοδοξία για τις τεχνολογικές αλλαγές και το μέλλον	259
7.15 Τι θα άλλαζαν οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι	260
7.16 Σύνοψη των αποτελεσμάτων της εμπειρικής έρευνας	264

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Η επίδραση της πανδημίας του κορονοϊού στη βιομηχανία των ΜΜΕ

8.1 Επιτάχυνση διαρθρωτικών αλλαγών	271
8.2 Οι κερδισμένοι της υγειονομικής κρίσης	276
8.3 Μέτρα στήριξης των ΜΜΕ.....	277
8.4 Η ελληνική περίπτωση	278
8.4.1 Η στήριξη των ΜΜΕ στην Ελλάδα.....	278
8.4.2 Απώλειες για τα εφημερίδες και ειδικά τις αθλητικές	281
8.4.3 Αύξηση της τηλεθέασης και της επισκεψιμότητας ιστοσελίδων	283
8.4.4 Η καθιέρωση της τηλεργασίας	285
8.4.5 Λουκέτα σε ΜΜΕ και απολύσεις	287
Συμπεράσματα	289
Βιβλιογραφία - πηγές	229
Ελληνόγλωσση	309
Μεταφρασμένη	319
Ξενόγλωσση	320
Άλλες πηγές	340
Νόμοι	341