



«Σχολή Κοινωνικών Επιστημών»
«Σύγχρονες Δημοσιογραφικές Σπουδές»

Πτυχιακή / Διπλωματική Εργασία

**«Τα Περιφερειακά Μ.Μ.Ε Στην Ψηφιακή Εποχή. Η Περίπτωση Του
Ραδιοφώνου Της ΕΡΤ-ΠΥΡΓΟΥ»**

«Αθανασία Καρούμπαλη»

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Γεωργία Γιολτζίδου

Πάτρα, Ιούνιος 2024

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του/της φοιτητή/φοιτήτριας («Αθανασίας Καρούμπαλη») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.

«Τα Περιφερειακά Μ.Μ.Ε Στην Ψηφιακή Εποχή. Η Περίπτωση
Του Ραδιοφώνου Της ΕΡΤ-Πύργου»

«Αθανασία Καρούμπαλη»

Επιτροπή Επίβλεψης Πτυχιακής / Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπων Καθηγητής/Επιβλέπουσα
Καθηγήτρια:

«Γεωργία Γιολτζίδου»

«Ιδιότητα & Ίδρυμα Υπαγωγής»

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής/Συν-
Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

«»

«Ιδιότητα & Ίδρυμα Υπαγωγής»

Πάτρα, Ιούνιος 2024

«Με την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας, θέλω να εκφράσω τις θερμές ευχαριστίες μου στην Α' Επιβλέπουσα καθηγήτριά μου Δρ. Γεωργία Γιολτζίδου, για την πολύτιμη και καθοριστική για την ολοκλήρωση της εργασίας βοήθεια που μου προσέφερε.

Να ευχαριστήσω επίσης τον Β' Επιβλέποντα καθηγητή μου, κ... για τις πολύ χρήσιμες παρατηρήσεις και διορθώσεις του.

Ευχαριστώ επίσης τους συναδέλφους μου στην ΕΡΤ-Πύργου για την πολύτιμη βοήθεια τους στην εύρεση του αρχειακού υλικού και τη συνέντευξη: Δ. Διαμαντοπούλου, Γ. Γεωργοπούλου, Γ. Αθανασόπουλο Γ. Κοτρέτσο.

Τέλος, ένα πολύ μεγάλο ευχαριστώ στον σύντροφό μου Ηλία και τον γιό μου Χάρη, για την στήριξη και την υπομονή τους όλο αυτό το διάστημα. Η παρούσα διπλωματική είναι αφιερωμένη σε αυτούς »

Περίληψη

Η ανάγκη του ανθρώπου για επικοινωνία είναι έμφυτη, αρχικά γινόταν με την ομιλία και την γραφή και η είδηση μεταδιδόταν από στόμα σε στόμα. Με την πάροδο των ετών η ανάγκη μεταφοράς ενός γεγονότος ή μια είδησης με σκοπό την πληροφόρηση οδήγησε στη δημιουργία των Μ.Μ.Ε. Και παρόλο που ο ρόλος τους επικεντρώθηκε αρχικά στην μετάδοση της πληροφορίας, σταδιακά με την εξέλιξη της τεχνολογίας τα Μ.Μ.Ε παίζουν πλέον καταλυτικό ρόλο στην εξέλιξη της ανθρώπινης κοινωνίας καθώς και στην διαμόρφωση μαζικής συμπεριφοράς, την άσκηση επιρροής και εξουσίας. Σήμερα μπαίνοντας στην ψηφιακή εποχή ο ρόλος τους είναι πλέον καταλυτικός. Με τον όρο Μ.Μ.Ε εννοούμε τον έντυπο τύπο, το ραδιόφωνο, την τηλεόραση και πλέον περνώντας στην ψηφιακή εποχή το διαδίκτυο.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας και η μετάβαση στην ψηφιακή εποχή δημιούργησε ένα νέο τοπίο όσο αφορά την επικοινωνία και την διακίνηση της πληροφορίας. Από τον τηλεγράφο του Κλώντ Σάπε έως την άφιξη της τηλεόρασης και την «ψηφιακή επανάσταση» που με ένα «κλικ» είναι εφικτή η πρόσβαση σε οποιαδήποτε πληροφορία ανά τον κόσμο. Στη νέα ψηφιακή εποχή οι πολίτες έχουν τη δυνατότητα της διάδρασης με την είδηση αλλά και τη συμμετοχή τους σε αυτή. Η αποδοχή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η γρήγορη διάδοση αυτών κυρίως λόγω των smartphones άλλαξαν δραστικά το τοπίο στα Μ.Μ.Ε.

Ο ρόλος των Μ.Μ.Ε σε μια συγκεκριμένη περιοχή είναι σημαντικός. Συμβάλλουν εκτός απ' την πληροφόρηση σε ζητήματα καθημερινά τοπικά που αφορούν την καθημερινή ζωή των πολιτών της περιοχής και στην ανάπτυξη και εξέλιξη του κοινωνικού συνόλου. Η εξέλιξη της τεχνολογίας διαμόρφωσε ένα νέο πλαίσιο και για τα περιφερειακά Μ.Μ.Ε στο τοπίο της ενημέρωσης. Έντυπος Τύπος, Τηλεόραση και ραδιόφωνο προσαρμόζονται στη νέα εποχή.

Η παρούσα εργασία αναφέρεται στα περιφερειακά Μέσα Ενημέρωσης, τη σημαντικότητά τους στις τοπικές κοινωνίες που απευθύνονται αλλά και την εξέλιξή τους. Το τοπικό Ραδιόφωνο και τη προσφορά του στην ενημέρωση, την ψυχαγωγία και την «εξαγωγή» πολιτισμού. Ειδικότερα θα μελετηθεί ο ένας από τους 19 Περιφερειακούς Ραδιοφωνικούς Σταθμούς της ΕΡΤ, η ΕΡΤ-Πύργου. Αποτελεί παράδειγμα Ραδιοφωνικού Σταθμού που λειτουργεί σε τοπικό επίπεδο και με την εξέλιξη της τεχνολογίας προσαρμόστηκε στην νέα εποχή Εκπαίμποντας σε ερτζιανά και μεσσαιά από το 1959 συμβάλλει στην

ενημέρωση και ψυχαγωγία των πολιτών της Ηλείας και της γύρω περιοχής διαδραματίζοντας πρωτεύοντα ρόλο σε σημαντικά ιστορικά γεγονότα. Τα τελευταία χρόνια «εκπέμπει» και διαδικτυακά μέσω της πλατφόρμας Ertecho.

Λέξεις – Κλειδιά

Μ.Μ.Ε, Ψηφιακή Εποχή, Περιφερειακά μέσα, Ραδιόφωνο, ΕΡΤ-Πύργου, Τοπική Κοινωνία.

«The Regional Media in the Digital Age. The case of ERT-Pyrgos Radio»

«Athanasia Karoumpali»

Summary

Man's need for communication is innate. It was originally done through speech and writing, and news was transmitted by word of mouth. Over the years, the need to transfer an event or a news story for information has led to the creation of the mass media. Although their role initially focused on the transmission of information, gradually with the evolution of technology the mass media now play a catalytic role in the evolution of human society as well as in the formation of mass behavior, and the exerting of influence and power. As we enter the digital age, our role is now crucial. With the term mass media we mean the press, the radio, the television and passing into the digital age, the internet.

The evolution of technology and the transition to the digital age created a new landscape in terms of communication and information distribution. From Claude Sape's Telegraph to the arrival of television and the "digital revolution" that with one "click" it is possible to access any information around the world. In the new digital age, citizens have the opportunity to interact with the news and participate in it. The acceptance of social media and the rapid spread of social media mainly due to smartphones have drastically changed the landscape in the mass media.

The role of the mass media in a particular area is important. Apart from providing information on local issues concerning the daily life of the citizens of the region, they also contribute to the development and development of the society as a whole. The development of technology has created a new framework for regional mass media in the information landscape. The press, the television and the radio are adapting to the new era.

This paper refers to the regional media, their importance in the local communities addressed, and their development. However, it also refers to the local radio and its contribution to information, entertainment and the “extraction” of culture. In particular,

one of the 19 regional radio stations of ERT, ERT-Pyrgos, will be studied. It is an example of a radio station that operates locally and with the development of technology it has adapted to the new era broadcasting on airwaves and medium since 1959 and which contributes to the information and entertainment of the citizens of the prefecture of Ileia and the surrounding area playing a key role in important historical events. In recent years it has also been broadcasting online through the Ertecho platform.

Keywords

Mass media, Digital Age, Regional Media, Radio, ERT-Pyrgos, local community.

Περιεχόμενα

Περίληψη	v
Abstract	Error! Bookmark not defined.
Περιεχόμενα	ix
Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων	xi
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια	xii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	4
1. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΜΜΕ	4
1.1 Ιστορική Αναδρομή	4
1.1.1 Ο Τύπος	5
1.1.2 Τα Περιοδικά	9
1.1.3 Η Τηλεόραση	10
1.1.4 Το Ραδιόφωνο	14
1.1.5 Περιφερειακά ΜΜΕ και Πολιτεία	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	18
2. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ Μ.Μ.Ε ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ	18
2.1 Τα Μ.Μ.Ε Στην Ψηφιακή Εποχή	18
2.1.1 Οι Αλλαγές στην Ενημέρωση	20
2.2 Η Μετάβαση Των Περιφερειακών ΜΜΕ Στην Ψηφιακή Εποχή	22
2.2.1 Ο Ρόλος Του Δημοσιογράφου Στην Ψηφιακή Εποχή	23
2.2.2 Οικονομική Κρίση Και Περιφερειακά ΜΜΕ	25
2.2.3 Τα Περιφερειακά ΜΜΕ Την Περίοδο Της Πανδημίας	27
2.2.4 Ο Τύπος Στην Περιφέρεια Σήμερα	29
2.2.5 Η Τηλεόραση στην Περιφέρεια	33
2.2.6 Το Ραδιόφωνο στην Περιφέρεια	35
2.2.6.1 Το Ραδιόφωνο Ως Μέσο Κοινωνικόπονησης Του Σύγχρονου	37
2.2.7 Το Διαδίκτυο	39
2.2.8 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	42
3. ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΤΗΣ ΕΡΤ ΠΥΡΓΟΥ	42
3.1 Σύντομη Ιστορία Του Ραδιοφώνου Στην Ελλάδα	43
3.2 Ιστορική Αναδρομή Του Ραδιόφωνου Της ΕΡΤ-Πύργου	44
3.3 Η Δισκοθήκη	48
3.4 Η Περίοδος Του ‘Μαύρου’	49
3.5 Η ΕΡΤ-Πύργου Σήμερα	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	55
4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	55
4.1 Η Επιστημονική Έρευνα	55
4.2 Το Ερωτηματολόγιο Ως Εργαλείο Της Έρευνας	56
4.2.1 Μέθοδος Και Σκοπός Της Έρευνας	56
4.2.2 Αποτελέσματα Ερωτηματολογίου	58
4.2.3 Δημογραφικά Στοιχεία Συμμετεχόντων	59
4.2.4 Εμπιστοσύνη Στα Περιφερειακά ΜΜΕ ή Όχι	61

4.2.5 Συχνότητα Ενημέρωσης Από Περιφερειακά ΜΜΕ.....	62
4.2.6 Παραδοσιακά ΜΜΕ ή Ψηφιακά ΜΜΕ.....	63
4.2.7 Από Ποια Μέσα Ενημερώνεστε:Τηλεόραση, Εφημερίδες, Ραδιόφωνο,Site	64
4.2.8 Προτιμήσεις Πολιτών:Ειδήσεις, Ενημερωτικές ή Ψυχαγωγικές Εκπομπές	65
4.2.9 Ποιο Μέσο είναι ποιο έγκυρο:Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Διαδίκτυο	66
4.2.10 Χρησιμοποιείτε πάνω από Ένα Μέσο Για να Ενημερώνεστε	67
4.2.11 Ο Τρόπος Ενημέρωσης Έχει Αλλάξει Τα Τελευταία Χρόνια	68
4.2.12 Πρέπει Να Προσαρμοστούν Τα Περιφερειακά ΜΜΕ Στην Ψηφιακή Εποχή. 69	
4.2.13 Σημαντικότητα Των Περιφερειακών ΜΜΕ Στην Τοπική Κοινωνία	70
4.2.14 Πως Αντέδρασε Η Τοπική Κοινωνία Στο Κλείσιμο Της ΕΡΤ-Πύργου	71
4.2.15 Ακούτε ΕΡΤ-Πύργου Μέσω Συχνότητας ή Διαδικτυακά	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	74
5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	74
Βιβλιογραφία.....	78
Παράρτημα Α: «Ερωτηματολόγιο».....	84
Παράρτημα Β: «Ευχαριστήριες Επιστολές προς την ΕΡΤ-Πύργου»	88
Παράρτημα Γ: «Δημοσκόπηση-Αξιολόγηση Focus Bari »	91
Παράρτημα Δ: «Το Μαύρο Μέσα Από Φωτογραφίες ».....	92
Παράρτημα Ε: «Μουσείο ΕΡΤ-Πύργου »	94

Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων

Εικόνα 1 Εφημερίδες «Λόγιος Ερμής» και «Ιονική».....	6
Εικόνα 2 Περιοδικά «Κυψέλη» και «Ημερολόγιον Του Μπουκέτου»	10
Εικόνα 3 ΕΡΤ	11
Εικόνα 4 Σήματα Περιφερειακών Τηλεοπτικών Σταθμών	11
Εικόνα 5 Ραδιοφωνικός Σταθμός Τσιγγιρίδη.....	15
Εικόνα 6 Ερμής.....	25
Εικόνα 7 Εφημερίδα «Αυγή Πύργου».....	31
Εικόνα 8 Ραδιόφωνο.....	42
Εικόνα 9 Σημαίες Χωρών - Ακροατών.....	45
Εικόνα 10 Εγκαταστάσεις ΕΡΤ-Πύργου.....	45
Εικόνα 11 Δισκοθήκη Θησαυρός.....	48

Κατάλογος Πινάκων

Διάγραμμα 1 Φύλο	59
Διάγραμμα 2 Ηλικία	60
Διάγραμμα 3 Σπουδές.....	61
Διάγραμμα 4 Εμπιστοσύνη ή Όχι Στα Περιφερειακά ΜΜΕ	62
Διάγραμμα 5 Καθημερινή ή Όχι Ενημέρωση	63
Διάγραμμα 6 Παραδοσιακά ή Ψηφιακά Μέσα	64
Διάγραμμα 7 Μέσα Με Μεγαλύτερη Ζήτηση	65
Διάγραμμα 8 Ειδήσεις, Ενημέρωση, Ψυχαγωγία.....	66
Διάγραμμα 9 Μέσο Προτίμησης Πολιτών.....	67
Διάγραμμα 10 Χρήση Ενός ή Πολλών Μέσων.....	68
Διάγραμμα 11 Αλλαγή Τρόπου Ενημέρωσης.....	69
Διάγραμμα 12 Ψηφιακά Μετάβαση Των Μέσων	70
Διάγραμμα 13 Σπουδαιότητα Των Τοπικών Μέσων.....	71
Διάγραμμα 14 Κλείσιμο ΕΡΤ-Πύργου	72
Διάγραμμα 15 Fm ή Διαδίκτυο.....	73

Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

Ακολουθούν κάποια παραδείγματα:

ΔΕ	Διπλωματική Εργασία
ΕΑΠ	Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
ΘΕ	Θεματική Ενότητα
Μ.Μ.Ε	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
ΜΚΔ	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
ΕΡΤ	Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση
ΕΜΠ	Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο
ΕΙΡ	Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας
ΠΟΕΣΥ	Πανελλήνια Ομοσπονδία Ένωσης Συντακτών

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάγκη επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων δημιούργησε τη βάση εμφάνισης και εξάπλωσης των Μ.Μ.Ε. Στην αρχαιότητα υπήρχε ο «Κήρυκας» που σεργιανούσε στην αγορά και διέδιδε τα νέα. Ο κήρυκας επιτελούσε αυτήν ακριβώς τη λειτουργία: τη μαζική ενημέρωση και τη διάδοση της είδησης. (Βασιλειάδης Γ 2006).

Με τον όρο Μ.Μ.Ε εννοούμε: α) τις εφημερίδες, τα περιοδικά κλπ. που είναι τα Έντυπα Μέσα, β) το ραδιόφωνο, γ) την τηλεόραση και δ) το διαδίκτυο (μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Blog, YouTube κλπ.).

Το 1436 είναι το σημείο αναφοράς για την εξέλιξη της επικοινωνίας όταν ο Γουτεμβέργιος ανακάλυψε την τυπογραφία και άρχισαν έτσι να τυπώνονται τα βιβλία με τα οποία διευρύνονταν η γνώση, επομένως και η ανταλλαγή απόψεων και ιδεών μεταξύ των ανθρώπων. Η καθηγήτρια του Michigan Elizabeth Eisenstein αναφέρει σχετικά: « Η ανακάλυψη της τυπογραφίας συνέβαλλε στην αφύπνιση του Ευρωπαϊκού πνεύματος και στην άνοδο του μορφωτικού και πνευματικού επιπέδου των λαών της Ευρώπης, επομένως και στην εξέλιξη της επιστήμης». (Eisenstein E.).

Η ανακάλυψη της τυπογραφίας έφερε ραγδαίες εξελίξεις στον τομέα της επικοινωνίας. Από τον Κλωντ Σάπε και τον τηλέγραφο , τον Μορς(1838) με τον ηλεκτρικό τηλέγραφο, τον ασύρματο πομπό του Γουλιέλμου Μαρκόνι (1869), και τον Γκράχαμ Μπελ με την πρώτη τηλεφωνική συσκευή (1876) φτάσαμε στην εφεύρεση του Ραδιοφώνου από τον Αμερικάνο Lee De Forest και τον Καναδό Reginald Fessenden, ως μέσου μαζικής ενημέρωσης, και την γέννηση της τηλεόρασης.(Wikipedia).

Τον προηγούμενο αιώνα κυριάρχησαν ο έντυπος τύπος, το ραδιόφωνο και λίγο αργότερα η τηλεόραση, ως μέσα μετάδοσης-διάδοσης των ειδήσεων. Στην αρχή φάνηκε πως η έλευση του ενός μέσου θα καταργήσει το προηγούμενο, όμως με το πέρασμα των ετών φάνηκε ότι τα τρία βασικά μέσα ενημέρωσης συνυπάρχουν μέχρι και σήμερα, και εναρμονίζονται με την εξέλιξη της τεχνολογίας.

Η έλευση του διαδικτύου και η αλματώδης ανάπτυξη της τεχνολογίας ίσως είναι η μεγαλύτερη βιομηχανική επανάσταση που βιώνει η ανθρωπότητα. Πλέον για την απόκτηση της πληροφορίας και της γνώση απαιτείται η περιήγηση στο διαδίκτυο, όπως πολύ σωστά επισημαίνει ο Ο Pierre Lévy (1999): «Αναμφίβολα ο πιο χρήσιμος κοινωνικά στόχος είναι να εφοδιαζόμαστε με τα μέσα που θα μας επιτρέψουν να καταθέσουμε τις

διανοητικές μας ικανότητές μας στην κατασκευή μιας συλλογικής διάνοιας ή φαντασίας. Τα υπολογιστικά δεδομένα θα παράσχουν στη συνέχεια την τεχνική υποδομή για τον συλλογικό ηλεκτρονικό εγκέφαλο των υπαρχουσών κοινοτήτων». (Ρήγου Μ. 2014).

Η δημιουργία και η εξάπλωση της χρήσης κινητού τηλεφώνου και των 'έξυπνων' απογόνων του και η πανταχού παρούσα σύνδεση με το Διαδίκτυο είναι γεγονότα τα οποία παίζουν πρωτεύοντα ρόλο στην καθημερινότητα του σύγχρονου ανθρώπου ο οποίος πλέον με ένα 'κλικ' και με ελάχιστο οικονομικό αντίτιμο, έχει πρόσβαση σε όλες σχεδόν τις πληροφορίες του κόσμου. Δικαίως κάποιοι αποκαλούν το Διαδίκτυο 'υπερλεωφόρο της πληροφορίας'. Η κοινωνία πλέον «ζει online» και δύναται να μεταβάλλει καταστάσεις σε τέτοια επίπεδα, όπου στο παρελθόν ούτε κατά διάνοια θα μπορούσε να φανταστεί.

Η παρουσία των Μ.Μ.Ε πλέον παίζει καθοριστικό ρόλο στην ευημερία και στην πρόοδο ενός τόπου καθώς και στη διαμόρφωση και καθοδήγηση της κοινής γνώμης. Τα περιφερειακά Μ.Μ.Ε επιτελούν σημαντικό έργο αποτελώντας παράγοντα ανάπτυξης, πληροφόρησης και ενημέρωσης της εκάστοτε περιοχής. Στην αρχή ο τύπος που ενημέρωνε για τα γεγονότα της ημέρας, πολιτικά, κοινωνικά και οικονομικά, μετά η έλευση του ραδιοφώνου έφερε τους κατοίκους και του πιο απομακρυσμένου χωριού σε επαφή με τον πολιτισμό και τέλος η τηλεόραση που έφτασε με αρκετή καθυστέρηση στην επαρχία έφερε την εικόνα. Τα τελευταία χρόνια με την έλευση του διαδικτύου τα Μ.Μ.Ε της περιφέρειας προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα που επιτάσσει η ψηφιακή εποχή. Το διαδίκτυο δημιούργησε νέες πηγές ενημέρωσης και ψυχαγωγίας, την ηλεκτρονική εφημερίδα, τα site και τα blogs και το ιντερνετικό ραδιόφωνο που πλέον μέσα από μια πλατφόρμα επιλέγει κανείς όποιο ραδιοφωνικό σταθμό θέλει χωρίς «παρεμβολές».

Η πληροφορία είναι πιο άμεση, πιο γρήγορη, οποιαδήποτε στιγμή όπου κ' αν βρισκόμαστε.

Η δεκάχρονη οικονομική κρίση, η διετής περίοδος του εγκλεισμού λόγω της πανδημίας covid, που έπληξε ολόκληρο τον πλανήτη έχουν αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και των ανθρώπων που ασχολούνται με την ενημέρωση, κυρίως των δημοσιογράφων, τις συνθήκες εργασίας τους, τον τρόπο συλλογής της είδησης, αλλά και την ασφάλειά τους. Επίσης οι οικονομικές επιπτώσεις που προκάλεσαν στους ειδησεογραφικούς οργανισμούς είναι ανεπανόρθωτες.

Πολλοί υποστηρικτές της ελευθερίας των Μέσων ενημέρωσης εξέφρασαν τον προβληματισμό τους σχετικά με τον περιορισμό της ελευθερίας της έκφρασης και του τύπου και της πληροφόρησης που επέβαλλαν οι κυβερνήσεις την περίοδο του Κορωνοϊού σε ορισμένες χώρες με σκοπό να ενισχύσουν το καθεστώς επιτήρησης των λαών τους. (Tuneva, 2020).

Στη μετά Covid εποχή δημιουργείται πια επιτακτική η ανάγκη για πιο γρήγορη μετάβαση των ΜΜΕ και κυρίως των ΜΜΕ της περιφέρειας στην ψηφιακή τεχνολογία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ Μ.Μ.Ε

Τα Μ.Μ.Ε από την δημιουργία τους μέχρι σήμερα αποτέλεσαν σημαντικό παράγοντα εξέλιξης της κάθε κοινωνίας συμβάλλοντας στην κοινωνική, πολιτική και οικονομική εξέλιξη του κάθε τόπου. Η δύναμη των ΜΜΕ να ενημερώνουν, να καθοδηγούν, να ασκούν κριτική σκέψη, να καλλιεργούν συνειδήσεις, να ψυχαγωγούν και να μορφώνουν αλλά να ασκούν και έλεγχο εδραιώνεται συνεχώς. Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου δημιούργησε ένα νέο τοπίο στα Μέσα ενημέρωσης δημιουργώντας επιτακτική την ανάγκη της ψηφιακής μετάβασης.

Ειδικότερα τα περιφερειακά-τοπικά Μ.Μ.Ε είναι αυτά που έχουν παίξει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη διαμόρφωση της σύγχρονης φυσιογνωμίας της ελληνικής περιφέρειας. Αποτελούν κύτταρο ανάπτυξης της τοπικής κοινωνίας με την πολύμορφη δραστηριότητά τους και την προσφορά των υπηρεσιών τους. Ο ρόλος τους είναι να ενημερώνουν, να ψυχαγωγούν, να προασπίζουν τα τοπικά συμφέροντα και να μένουν ανεξάρτητα από πολιτικές-κομματικές δεσμεύσεις και εξαρτήσεις. Όμως όπως θα δούμε και παρακάτω τα προβλήματα είναι πολλά, έλλειψη τεχνολογικού εξοπλισμού, υψηλό κόστος λειτουργίας σε αντίθεση με τα λιγοστά έσοδα και κυρίως έλλειψη σε ειδικευμένο προσωπικό.

Ο τύπος είναι το πρώτο μέσο ενημέρωσης που αναπτύχθηκε στην ελληνική περιφέρεια πριν από την ελληνική επανάσταση, ενώ το ραδιόφωνο ξεκινά μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο και τέλος πολύ αργότερα η τηλεόραση όταν αναπτύχθηκε πια στην Ελλάδα η ιδιωτική πρωτοβουλία στα τέλη της δεκαετίας του 1980.

1.1 Ιστορική Αναδρομή

Η επικοινωνία αποτελεί βασική προϋπόθεση για την εξέλιξη του ανθρώπου. Οι άνθρωποι των σπηλαίων επικοινωνούσαν μεταξύ τους με κραυγές, που εξελίχθηκαν σιγά σιγά σε ομιλία. Μέσα από την ομιλία μεταδίδεται η σκέψη και κάθε μήνυμα άμεσα. Στην αρχαία Ελλάδα τα μηνύματα μεταδίδονταν μέσω σημάτων καπνού από τις λεγόμενες Φρυκτωρίες, ξύλινοι πύργοι με φλεγόμενους πυρσούς. Στα Βυζαντινά χρόνια επικοινωνούσαν με καμινοβιγλάτορες, φλεγόμενα καμίνια, τα χρησιμοποιούσαν κυρίως για στρατιωτικούς σκοπούς, επιθέσεις κλπ.(Wikipedia).

Οι «Βασιλείες Εφημερίδες» ήταν οι πρώτες εφημερίδες που καταγράφονται στην εποχή του Μεγάλου Αλεξάνδρου και κατέγραφαν γεγονότα που αναφέρονταν στα δρώμενα του Βασιλείου της Μακεδονίας, όπως πληροφορίες για πολιτικά και στρατιωτικά γεγονότα). (Μηχανή Του Χρόνου).

Το 1436 αποτέλεσε σταθμό στην επικοινωνία και στην εξέλιξη του ανθρώπου με την ανακάλυψη της Τυπογραφίας από τον Γουτεμβέργιο. Από εκεί και έπειτα μιλάμε για ΜΜΕ με πρώτο τον έντυπο τύπο που στην Ελλάδα ξεκινά λίγο πριν την επανάσταση να εκδίδεται από Έλληνες σε χώρες του εξωτερικού και λίγο αργότερα στις επαρχιακές πόλεις της επαναστατημένης Ελλάδας.

1.1.1 Ο Περιφερειακός Τύπος

Τύπος-εφημερίδα θεωρείται η έντυπη περιοδική έκδοση η οποία εμπεριέχει πλήθος ειδησεογραφικών γεγονότων της στιγμής που εκδίδεται. Αυτό το έντυπο μέσο επικοινωνίας αποτέλεσε το σημαντικότερο μέσο ενημέρωσης των λαών. Η διαφορά της εφημερίδας από το βιβλίο είναι η διαφορετική διάσταση κοινωνικού χρόνου που υπηρετεί, παρόλο που απευθύνονται και τα δύο σε μια ομάδα ανθρώπων που δεν περιορίζονται από τα όρια του φυσικού χώρου, παρά μόνο από τα όρια της γλώσσας. Το βιβλίο όμως είναι διαχρονικό ενώ η εφημερίδα αντέχει μόνο εικοσιτέσσερις ώρες. Η χτεσινή εφημερίδα είναι μπαγιάτικη. (Μάνδρος 2009).

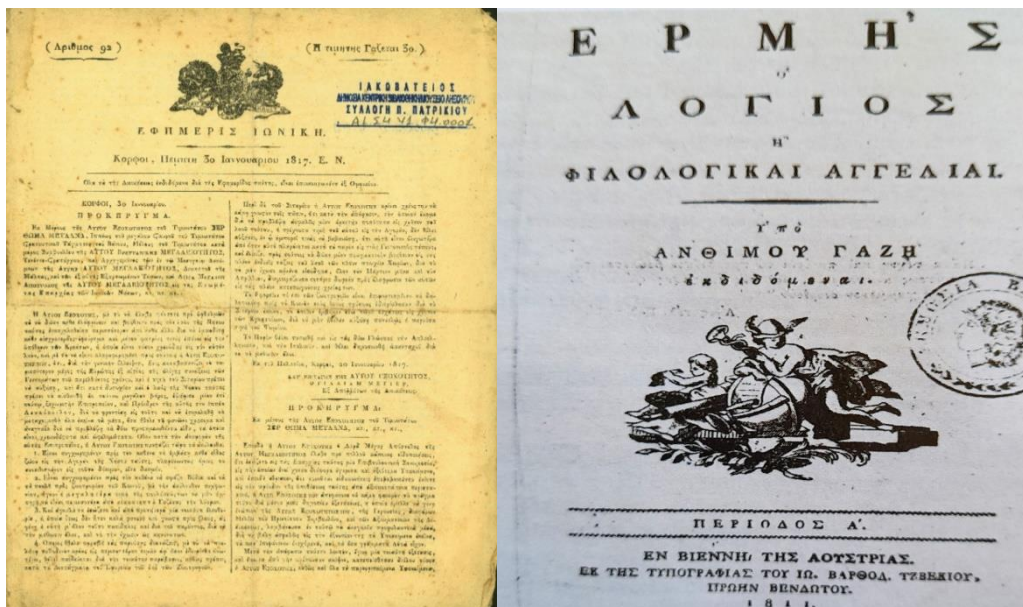
Η αρχή έκδοσης του τύπου στην Ελλάδα ξεκινά περί τα τέλη του 18^{ου} αιώνα, εποχή διάδοσης των ιδεών του διαφωτισμού στην Ελληνική διασπορά, εκεί ξεκίνησε ο προεπαναστατικός τύπος, ενώ ο επαναστατικός τύπος στην ελληνική επαρχία.

Για πρώτη φορά στη Βιέννη της Αυστρίας τον Μάιο του 1784 εκδίδεται η Ελληνική εφημερίδα με τίτλο «Εφημερίς των Μακρίδων Πουλιών» των αδελφών τυπογράφων Πούμπλιο και Γεώργιο Μαρκίδες Πούλιου. Οι ειδήσεις της εφημερίδας είχαν επαναστατικό χαρακτήρα, αναφέρονταν στην Γαλλική επανάσταση, την Ρωσία και στην Τουρκία. Με τη εφημερίδα συνεργάστηκε και ο Ρήγας Φεραίος ο οποίος έδινε πληροφορίες για την τουρκοκρατούμενη Ελλάδα. Η εφημερίδα όμως λίγο αργότερα απαγορεύτηκε και το τυπογραφείο των αδελφών Πούλιου έκλεισε λόγω της διάδοσης των επαναστατικών και απελευθερωτικών ιδεών. Το 1811 με την άδεια της Αυστριακής Κυβέρνησης ο Άνθιμος Γαζής εκδίδει την εφημερίδα «Λόγιος Ερμής» (Εικ.1). Αυτό ήταν η αρχή για να ξεκινήσουν οι ελληνικές εκδόσεις και στο Παρίσι και στο Λονδίνο. Μεταξύ

1811-1821 εκδόθηκαν οι φυλλάδες «Αθήνα», «Μέλισσα», «Μουσείον» και «Ίριδα». Το 1812 πια εκδίδεται και η πρώτη φυλλάδα σε Ελληνικό έδαφος, στα Επτάνησα με τίτλο «Ιονική» (Εικ.1). Ο προεπαναστατικός τύπος αυτήν την περίοδο γνώρισε μεγάλη άνθιση και αποδοχή καθώς βοήθησε πολύ στον ξεσηκωμό των λαό ενάντια στο ζυγό τους.

(Κωνσταντοπούλου 2017).

Επίσημα όμως η πρώτη κυκλοφορία εφημερίδας στην Ελλάδα θεωρείται η «Σάλπιγξ Ελληνική» που εκδόθηκε στην Καλαμάτα τον Αύγουστο του 1821 με την έκρηξη της επανάστασης. Οι εφημερίδες που εκδόθηκαν κατά τη διάρκεια του αγώνα των Ελλήνων διαδραμάτισαν σημαντικότατο ρόλο καθώς ενημέρωναν τον κόσμο για την εξέλιξη του στα πεδία των μαχών (Κωνσταντοπούλου 2017). Εκείνη την περίοδο εκδόθηκαν και άλλες εφημερίδες σε διάφορες επαρχιακές πόλεις της Ελλάδας. Στο Μεσολόγγι τα «Ελληνικά Χρονικά» το 1824, την ίδια χρονιά εκδίδεται και στην Αθήνα η «Εφημερίς των Αθηνών» γραμμένη στη δημοτική, ενώ το 1825 στο Ναύπλιο εκδόθηκε η «Γενική Εφημερίς της Ελλάδας» η οποία μετονομάστηκε σε «Εφημερίς της Κυβερνήσεως» και εκδίδεται μέχρι σήμερα.



Εικ.1 Εφημερίδες: Λόγιος Ερμής κ Ιονική

Διαπιστώνουμε ότι η γέννηση του τύπου στην Ελλάδα δεν αποτελούμε προνόμιο του μετέπειτα εθνικού κέντρου, εκδόσεις εφημερίδων υπήρχαν σε όλη την επαναστατημένη Ελλάδα. Από το 1827, και μετά παρά τα μέτρα που εφάρμοσε ο Καποδίστριας και μετά ο Όθωνας για περιορισμένες εκδόσεις, μέχρι και τις μέχρι και τα τέλη του αιώνα δεκάδες

εκδόσεις εφημερίδων αναπτύχθηκαν σε κάθε επαρχία αλλά και στο κέντρο. Χαρακτηριστικά ο Ν. Πολίτης αναφέρει: « Στην Πάτρα μεταξύ 1840 και 1900 εκδόθηκαν 80 εφημερίδες συν κάποιες σατυρικές και θρησκευτικές» (Πολίτης 1984).

Η γέννηση του τύπου στην Ελλάδα σαφώς ξεκίνησε από την Ελληνική Επαρχία, ήταν προϊόν ολόκληρης της επαναστατημένης Ελλάδας. Μέχρι το τέλος του 19^{ου} αιώνα πολλές ήταν οι εκδόσεις που αναπτύχθηκαν τόσο στην Επαρχία όσο και στην Αθήνα. Το 1832 μάλιστα άνθισε και ο πολιτικός τύπος, οι αντιπολιτευτικές από τη μια, («Ελπίς», «Αιών», «Ανεξάρτητος» κλπ.) και οι φιλοκυβερνητικές από την άλλη («Ελλάς», «Ελληνικός Ταχυδρόμος», «Εθνική»). Οι πολιτικές εφημερίδες της εποχής εκείνης συντελούσαν στην διαμόρφωση του πολιτικού βίου, εξέφραζαν την πολιτική θέση των κομμάτων χωρίς όμως να είναι υποχείριά τους (Βλάχος 2011).

Το 1902 εκδόθηκε στον Πύργο Ηλείας η εφημερίδα «Πατρίς» από τον Λεωνίδα Βαρουξή, ο οποίος εργαζόταν μέχρι εκείνη τη στιγμή ως αρχισυντάκτης στην «Ακρόπολις». Είναι η μακροβιότερη εφημερίδα του Πύργου που εκδίδεται καθημερινά. Μεταξύ 1922-1924 σταμάτησε προσωρινά την κυκλοφορία της γιατί θεωρήθηκε αντιδραστική από την τότε επαναστατική κυβέρνηση. Κατά την περίοδο της κατοχής συνέχισε να εκδίδεται υπό καθεστώς έντονης λογοκρισίας.(Δάβος 2002) Η εφημερίδα εκδίδεται μέχρι σήμερα από τους απογόνους του. Το 2014 η «Πατρίς» ανακηρύχτηκε η πρώτη εφημερίδα σε αναγνωσιμότητα σε όλη την χώρα μετά από έρευνα της εταιρείας Focus Bari.(Μπουλούκος 2018). Ο Πύργος ήταν και είναι μια πόλη με έντονη εκδοτική δραστηριότητα, εκτός από την εφημερίδα «Πατρίς» εκδίδονταν ο «Αδιάλακτος» (1903), «ΗΑυγή» (1956), η «Πρωινή» (1984).

Το 1905 ήταν η χρονιά που επισημοποιήθηκε πια ο τύπος στην Ελλάδα με την δημιουργία του «Αθηναϊκού Πρακτορείου Ειδήσεων». Η ταχύτατη εξέλιξη των τεχνικών μέσων, η ανάπτυξη της επικοινωνίας και η ενίσχυση οικονομικά των εφημερίδων έπαιξε σημαντικό ρόλο στην έκδοση των εφημερίδων. Τις πρώτες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα εκδίδονταν οι εφημερίδες η μια μετά την άλλη.

Το 1912 στην Κρήτη εκδίδεται η «Κρητική Επιθεώρηση». Εκδίδεται και αυτή μέχρι σήμερα με εξαίρεση τα χρόνια της Γερμανικής κατοχής. Είναι μια από τις μακροβιότερες εφημερίδες της Κρήτης αλλά και της Ελλάδας γενικότερα.

Το 1913 εκδίδεται στη Θεσσαλονίκη το «Έθνος» το οποίο αργότερα μεταφέρει την έδρα του στην Αθήνα. Το 1915 η «Ροδιακή» στην Ρόδο, το 1916 η «Σημαία Καλαμάτας» και το 1917 ο «Ριζοσπάστης». (Δρούλια 2002).

Το 1927 ο Ευθύμιος Τζάλλας εξέδωσε στα Γιάννενα την εφημερίδα «Ο Ηπειρώτικος Αγών». Μια εφημερίδα που χαρακτηρίστηκε ως η μεγάλη σχολή της Ηπείρου. Εκείνη τη χρονιά κυκλοφόρησε και η «Πρόοδος» στη Χίο. Οι εκδόσεις εκείνη την περίοδο συνεχίστηκαν με αμείωτο ρυθμό. Εκδίδονται ο «Δημοκράτης» (1827) στη Μυτιλήνη και ο «Κήρυξ» στη Λάρισα (Σήμερα έχει μετονομαστεί σε «Ημερήσιο Κήρυξ», η «Πρόοδος» στις Σέρρες (1929), ο «Ταχυδρόμος» στην Καβάλα (1931), η «Ανατολή» στον Άγιο Νικόλαο της Κρήτης (1932). Το 1936 εκδόθηκε στην Λαμία ο «Λαμιακός Τύπος» και στη Καρδίτσα ο «Νέος Αγών», οι εφημερίδες αυτές σήμερα τυγχάνουν πολύ υψηλής αναγνωσιμότητας. Κατά την διάρκεια του Μεσοπολέμου οι εκδόσεις εφημερίδων συνεχίστηκαν με αμείωτο ρυθμό.(Δρούλια 2002).

Οι εκδόσεις και κυκλοφορίες εφημερίδων σε όλη την ελληνική επικράτεια συνεχίζονται χρόνο με το χρόνο μέχρι και την Γερμανική κατοχή, όπου πια τίθεται υπό τον πλήρη έλεγχο των κατακτητών. Τότε ξεκίνησε και η παράνομη διακίνηση εφημερίδων οι οποίες υπολογίζονται στις 250 περίπου («Αγωνιστής», «Απελευθερωτής», «Εθνική Επανάσταση», «Ελληνικόν Αίμα» κ.α.). Σε καμιά άλλη χώρα κατεχόμενη της Ευρώπης δεν διακινήθηκαν τόσες επαναστατικές φυλλάδες. (Αυγή 2014). Εκείνη την περίοδο η ενημέρωση των ελλήνων πολιτών γινόταν παράνομα.

Μεταπολεμικά γίνεται μια έκρηξη του τύπου της Αθήνας, εκεί αναπτύχθηκαν μεγάλοι εκδοτικοί οργανισμοί οι οποίοι μάλιστα ενισχύθηκαν από την κυβέρνηση, ανέπτυξαν πρακτορεία διανομής, χρησιμοποίησαν επικοινωνιακά μέσα αναπτύσσοντας έτσι τον Αθηναϊκό τύπο με αποτέλεσμα να μειωθούν οι εκδόσεις της περιφέρειας.

Την περίοδο της δικτατορίας ο Γιάννης Γαρεδάκης στα Χανιά εκδίδει «Τα Χανιώτικα Νέα» (Νοέμβριος 1967) η εφημερίδα εκδίδεται ακόμη και σήμερα και σύμφωνα με την ετήσια έρευνα της Focus Bari το 2010 κατείχε ένα πολύ μεγάλο ποσοστό αναγνωσιμότητας, 51% σε ηλικίες 13-70 ατών. Οι καθημερινοί αναγνώστες της εφημερίδας ήταν 48.000 όταν στα Χανιά το 2010 ο πληθυσμός ήταν 92.000.

Εκείνη δε την περίοδο πολλές εφημερίδες εξυπηρέτησαν τις επικοινωνιακές ανάγκες της κοινής γνώμης. Τότε ήταν που συντελέστηκαν και οι περισσότερες μεταβολές στον χώρο της ενημέρωσης. Οι εφημερίδες στις περισσότερες περιπτώσεις εμφανίζονται πολιτικοποιημένες και εκφράζουν κομματικές θέσεις. Κάτι που συμβαίνει μέχρι σήμερα

σε όλη την ελληνική επικράτεια και πολύ περισσότερο στην περιφέρεια, ιδιαίτερα σε περιόδους εκλογών.

Μετά τη δικτατορία υπήρξαν αρκετές εκδοτικές προσπάθειες, η πιο γνωστή ήταν ο «Πρωινός Λόγος» των Τρικάλων το 1974.

Την δεκαετία του '80 πια παρουσιάζεται μεγάλη αύξηση των πωλήσεων των Αθηναϊκών εφημερίδων στην περιφέρεια.(500.000 φύλλα). (Ζαούσης κ' Στράτος 1993). Αρχές δεκαετίας του '90 πια, με την ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας αρχίζει και η αναβάθμιση του περιφερειακού τύπου. Παρόλα αυτά όμως υπάρχουν μεγάλες διαφορές στις εφημερίδες της περιφέρειας, στην ποιότητα, την απήχηση στην τοπική κοινωνία καθώς και στους κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Οι ημερήσιες εφημερίδες της Κρήτης, Της Πελοποννήσου και κυρίως της Θεσσαλίας έχουν μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα από τις εφημερίδες της Μακεδονίας και της Θράκης.(Δρούλια 2002).

1.1.2 περιοδικά

Οι πρώτες εκδόσεις του περιοδικού Ελληνικού τύπου έγιναν στο εξωτερικό και ήταν φιλολογικού χαρακτήρα. Παράδειγμα το περιοδικό «Λόγιος Ερμής» εμπνευστής του οποίου ήταν ο Αδαμάντιος Κοραΐς και διευθυντής ο Άνθιμου Γαζής, εκδόθηκε στη Βιέννη από το 1811 ως το 1821, με σκοπό να φέρει σε επαφή τους Έλληνες λόγιους της διασποράς. Μάλιστα η έκδοσή του είχε εντυπωσιακή εξάπλωση για την εποχή, έφτανε σε πάνω από σαράντα Ελληνικές και Ευρωπαϊκές πόλεις.(Wikipedia).

Το 1845 κυκλοφόρησε στην Κωνσταντινούπολη η «Κυψέλη» από τον σύλλογο εγγράμματων γυναικών, παρά τις αντιδράσεις του ανδρικού τύπου της εποχής.

Και στο Παρίσι λίγο μετά την Επανάσταση εκδόθηκαν πολλά περιοδικά από Έλληνες που μετανάστευσαν εκεί αναζητώντας ένα καλύτερο οικονομικό μέλλον.

Το 1863 κυκλοφόρησε στην Κωνσταντινούπολη το περιοδικό « Ελληνικός Φιλολογικός Σύλλογος», εκείνη την περίοδο εκδίδονταν και στην Αθήνα εννέα περιοδικά.



Εικ.2 Κυψέλη κ' Ημερολόγιον Του Μπουκέτου

Ο περιοδικός τύπος στην Ελληνική επαρχία ξεκινά αρχές 20^{ου} αιώνα με το λογοτεχνικό περιοδικό του Νίκου Παππά που εκδίδεται το 1930 στα Τρίκαλα «Η Επαρχία». Ένα περιοδικό που αναδεικνυε τους λογοτέχνες και ποιητές της περιοχής των Τρικάλων. Μέσα 20^{ου} αιώνα πια κυκλοφόρησαν περιοδικά γενικού περιεχομένου και ποικίλης ύλης τα περισσότερα πλέον στην Αθήνα. Μετά τη μεταπολίτευση ξεκίνησε και η έκδοση περιοδικών πολιτικού περιεχομένου.

1.1.3 Η Τηλεόραση

Η ιστορία της τηλεόρασης ξεκινά στα μισά του 18^{ου} αιώνα. Μηχανικοί πειραματίζονταν σε διάφορες ηλεκτρικές οπτικές και μηχανικές τεχνολογίες επιχειρώντας να αποτυπώσουν και να μεταφέρουν και να αναμεταδώσουν οπτικό υλικό. Τέλη πια του 18^{ου} αιώνα μετά την ανακάλυψη του τηλεφώνου ξεκίνησε η αναμετάδοση κινούμενων εικόνων, ονομάστηκε τηλεφωνοσκόπιο. Το 190 ο Ρώσος επιστήμονας Constantin Perskyi στο πρώτο διεθνές συνέδριο ηλεκτρισμού στο Παρίσι χρησιμοποίησε δημόσια τη λέξη «Television». Έπειτα από αρκετά χρόνια το 1926 έγινε η πρώτη δημόσια παρουσίαση τηλεοπτικής μηχανικής συσκευής από τον Σκωτσέζο εφευρέτη John Logie Baird. (Wikipedia). Στην πρώτη επίδειξή της η τηλεόραση εμφάνισε ένα κινούμενο κεφάλι το οποίο λέγεται ότι ανήκε στην Daisy Elizabeth Gandy, επιχειρηματικό συνέταιρο του John Logie Baird. Η μηχανική τηλεόραση είχε έναν περιστρεφόμενο μηχανισμό που δημιουργούσε βίντεο και το συνόδευε με ήχο. Αυτή ήταν η πρώτη μορφή τηλεόρασης. (iefimerida, 2016). Από τότε μέχρι σήμερα η τηλεόραση εξελίχθηκε, απέκτησε τεράστια δύναμη και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς μας.

Στην Ελλάδα μέχρι και το 1989 λειτουργούσε μόνο η Κρατική τηλεόραση, η Ε.Ρ.Τ με δύο κανάλια την ΕΡΤ1 και την ΕΡΤ2, η οποία λειτουργεί μέχρι και σήμερα αναβαθμισμένη με περισσότερα κανάλια και web site. Η έδρα του κρατικού Φορέα είναι στην Αθήνα αλλά έχει πανελλαδική εμβέλεια.



Εικ.3 ΕΡΤ

Στην περιφέρεια δεν λειτουργούσε κανένα τηλεοπτικό κανάλι μέχρι και το 1989 που σταματά το κρατικό μονοπώλιο και ξεκινά σταδιακά η ιδιωτική πρωτοβουλία να δημιουργεί τηλεοπτικά κανάλια, στην αρχή ξεκίνησαν δύο τηλεοπτικοί ιδιωτικοί σταθμοί στην Αθήνα οι οποίοι μάλιστα σιγά σιγά επικράτησαν σε τηλεθέαση έναντι του κρατικού καναλιού. Η ιδιωτική τηλεόραση άρχισε γρήγορα να εξελίσσεται, να αποκτά δύναμη, να ασκεί επιρροή και να διαμορφώνει συνειδήσεις, να επιδρά καταλυτικά στην ψυχοσύνθεση των πολιτών αλλάζοντας νοοτροπίες. Οι άνθρωποι δε που εργάζονται σε αυτά σιγά σιγά γίνονται stars προκαλώντας τον θαυμασμό των τηλεθεατών.



Εικ.4 Σήματα Περιφερειακών Καναλιών

Οι τοπικοί τηλεοπτικοί σταθμοί ιδρύθηκαν μετά από μια σειρά κοινωνικών αλλαγών που συντελέστηκαν κυρίως στις τοπικές κοινωνίες όπως για παράδειγμα η αποκεντρωμένη κεντρική διοίκηση που έδωσε πολλές αρμοδιότητες στους ΟΤΑ. Αυτό συνοδεύτηκε και από την ανάγκη για ενημέρωση των πολιτών σε θέματα που τους αφορούσαν και είχε ως επακόλουθο την δημιουργία τηλεοπτικών καναλιών.

Μια διαφορετική δραστηριότητα άρχισε να αναπτύσσεται στην επαρχία για τους επιχειρηματίες της κάθε περιοχής εκτός από τα κέρδη που τους επέφερε το μέσο κατάλαβαν ότι μπορούν να ασκούν επιρροή στην τοπική εξουσία και να δημιουργούν πελατειακές σχέσεις.

Η ίδρυση τηλεοπτικών σταθμών περιφερειακής-τοπικής εμβέλειας ξεκινά το 1990. Ο Βόλος κάνει την αρχή με τη Θεσσαλική Ραδιοφωνία Τηλεόραση (Thessalian Radio Television-TRT). Η εμβέλειά του εκτός από την Θεσσαλία φτάνει ως τις Σποράδες και την Βόρεια Εύβοια. Το πρόγραμμά του κυρίως παράγεται από τον ίδιο τον οργανισμό με Θέματα που αφορούν την Κεντρική Ελλάδα.

Σιγά σιγά ο ένας μετά τον άλλον ξεπηδούσαν οι τηλεοπτικοί σταθμοί σε κάθε πόλη της περιφέρειας ανά την Ελλάδα. Το ENA Channel στην Καβάλα, το ΔΕΛΤΑ TV στην Αλεξανδρούπολη, Πέλλα tv στα Γιαννιτσά, ο Λύχνος της Μητρόπολης Πατρών , το Kosmos TV και το ORT TV στον Πύργο, το BEST Channel στην Καλαμάτα και άλλα πολλά.

Το 1993 υπήρχαν στην Ελληνική περιφέρεια 45 τηλεοπτικοί σταθμοί. Οι έδρες των καναλιών ήταν στις πρωτεύουσες κυρίως του κάθε Νομού. Ο ανταγωνισμός, μεγάλος διότι απευθύνονταν σε μια πολύ μικρή αγορά η οποία μοιράζονταν σε διαφημίσεις ανάμεσα στα τηλεοπτικά κανάλια (γιατί κάθε νομός μπορεί να διέθετε πάνω από ένα) και στους τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς. Το πρόγραμμα κατά κύριο λόγο ήταν τοπικού περιεχομένου, ειδήσεις , εκπομπές πολιτικές κυρίως σε περίοδο εκλογών, εκπομπές κοινωνικού περιεχομένου που αφορούν καθημερινά προβλήματα των πολιτών, αθλητικά και κάποιες ταινίες χαμηλού κόστους οι οποίες τις περισσότερες φορές παίζονταν παράνομα και τηλεπωλήσεις. Υπήρχαν φορές που συνεργάζονταν και με εθνικής εμβέλειας κανάλια, κυρίως για κάποιο έκτακτο γεγονός. Τα τεχνικά μέσα που διέθεταν οι περισσότεροι τηλεοπτικοί σταθμοί ήταν ανεπαρκή χαμηλού κόστους κάμερες και κονσόλες με την ανάλογη ποιότητα ήχου και εικόνας. Το προσωπικό επίσης δεν είχε τις απαιτούμενες γνώσεις αλλά και οι συνθήκες εργασίας δεν ήταν οι ιδανικές. Παρόλα αυτά όμως τύγχαναν μεγάλης ακροαματικότητας.

Οι περιφερειακοί τηλεοπτικοί σταθμοί πέρασαν από διάφορα στάδια, προσπαθώντας αρχικά να μοιάσουν στους αθηναϊκούς τόσο σε πρόγραμμα όσο και σε παρουσιαστές. Ξεκίνησαν έτσι χωρίς όμως να καταφέρουν να συναγωνιστούν την ποιότητα αλλά και την ποσότητα των προγραμμάτων των Αθηναϊκών καναλιών που σαφώς υπερεπερέεσαν. Πέρασε αρκετό διάστημα ώστε να καταλάβουν ότι ο ρόλος των καναλιών της περιφέρειας

έπρεπε να είναι διαφορετικός. Σημασία είχε η τοπική ενημέρωση και η ανάδειξη της τοπικής κοινωνίας και των προβλημάτων της. Τα πρώτα δέκα χρόνια λειτουργίας τους τα στοιχεία δείχνουν πως το μέσο ποσοστό παρακολούθησης των τοπικών ή περιφερειακών σταθμών αυξήθηκε σημαντικά για το 52 σύνολο της χώρας. Συγκεκριμένα, από 5,5% το 1993 ανήλθε στο 10,8% το 1998 και σε 16,8% το 2003. Μετά το 1998 όταν έγινε και το «ξεκαθάρισμα» με όσους ερασιτεχνικούς σταθμούς δεν κατάφεραν να επιβιώσουν ξεκίνησε και η μεταστροφή προς την τοπική ενημέρωση και τις τοπικές ειδήσεις. Μάλιστα κάποιοι από αυτούς έκαναν και επενδύσεις σε καλύτερο τεχνικό εξοπλισμό αλλά και σε καλύτερες παραγωγές εκπομπών και έγιναν αποδεκτοί στη συνείδηση των τηλεθεατών. (Παναγιωτοπούλου 2004)

Στις 07/09/2016 σε έρευνα που διεξήχθη από την εταιρεία Interview η οποία και δημοσιεύτηκε στο: www.karfitsa.gr έδειξε ότι καθημερινά το 27,7% των πολιτών παρακολουθεί περιφερειακούς τηλεοπτικούς σταθμούς το 24,3% δύο με τρεις φορές την εβδομάδα, το 9,8 τρεις φορές τον μήνα, το 32,9 σπάνια, ενώ το 4,6% ποτέ. Στην ίδια έρευνα το 57,2 τον πολιτών παρακολουθούσε τοπικές ειδήσεις, το 46,8% πολιτικές εκπομπές, το 28,0% πολιτιστικά, μουσικές εκπομπές το 19,1%, αθλητικά το 6,9%, εκπομπές που αφορούσαν θέματα υγείας το 11% και το 3,5% τηλεπωλήσεις. Σχολιάζοντας την έρευνα ο πολιτικός αναλυτής Δημήτρης Βασιλειάδης αναφέρει σχετικά: « Ένας στους τρεις πολίτες παρακολουθεί καθημερινά τα τοπικά κανάλια, οπου τα περισσότερα από αυτά δεν έχουν τίποτα να ζηλέψουν από αυτά της εθνικής εμβέλειας. Μάλιστα η δύναμη τους στην περιφέρεια είναι μεγαλύτερη». (Στολάκης 2016).

Η περιφερειακή τηλεόραση έχει κερδίσει τον σεβασμό και την αποδοχή μεγάλης μερίδας του κοινού της περιφέρειας για τα 30 χρόνια και πλέον λειτουργίας της, συνάντησε και συναντά αρκετά εμπόδια περνώντας τα χρόνια, παράδειγμα, η άνιση κατανομή του ποσοστού της κρατικής διαφήμισης. Σίγουρα όμως η ελληνική περιφέρεια έχει αναδειχτεί εξαιτίας της μετάδοσης των τοπικών καναλιών, αν δεν υπήρχαν σίγουρα η εικόνα δεν θα ήταν η ίδια.

Το 2014 η κρίση στην Ελλάδα έφερε και το κλείσιμο ή την πώληση πολλών περιφερειακών σταθμών. Το Kosmos TV στον Πύργο, το Κύδων TV της Κρήτης και άλλοι πολλοί ανά την επικράτεια. Η μετάβαση στην ψηφιακή εποχή επίσης έφερε το κλείσιμο αρκετών τηλεοπτικών σταθμών που δεν είχαν το οικονομικό υπόβαθρο να εξελιχθούν τεχνολογικά.

1.1.4 Ραδιόφωνο

Το ραδιόφωνο αποτελεί το μέσο το μέσο εκείνο ενημέρωσης που περιγράφει, σχολιάζει πληροφορίες από το κοινωνικό, πολιτικό και πολιτιστικό του περιβάλλον. Μπορεί να μεταδοθεί σε έναν μεγάλο αριθμό ακρατών οι οποίοι αποτελούν ένα κοινό ανώνυμο που εξαπλώνεται σε μια μεγάλη γεωγραφική περιοχή, αυτομάτως αυτό σημαίνει διαφορετική κουλτούρα, διαφορετικές ιδεολογίες και διαφορετική αντιμετώπισης του εισερχόμενου προγράμματος. Καταλαβαίνουμε εδώ το δημόσιο χαρακτήρα του προϊόντος που παράγει και απευθύνεται σε όλους όσους διαθέτουν μια ραδιοφωνική συσκευή. Επίσης το προϊόν που παράγει καταναλώνεται ακριβώς τη στιγμή που θα το ακούσει ο ακροατής.

Το σημαντικότερο ίσως πλεονέκτημά του σε σχέση με τα άλλα μέσα κυρίως όμως με τον τύπο είναι η ταχύτητά του μπορεί να διακόψει το ραδιοφωνικό του πρόγραμμα οποιαδήποτε στιγμή προκειμένου να μεταδώσει μια είδηση, Χωρίς να διαθέσει πολλά τεχνικά μέσα όπως για παράδειγμα η τηλεόραση που χρειάζεται ολόκληρο συνεργείο. Αυτό όμως που κάνει μοναδικό το ραδιόφωνο είναι η άμεση επαφή του με τον ακροατή και η «παρέα» του.

Η πρώτη ραδιοφωνική απόπειρα εκπομπής ραδιοφωνικής στην Ελλάδα έγινε στις 25 Μαρτίου 1927 , με αφορμή την επέτειο της επανάστασης του 1821, με την χρήση ενός Γερμανικού πομπού 200W. Η εκπομπή μεταδόθηκε και από την Αγγλική πολεμική κομβέρτα «Κουίν Άνν» στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης. Από εκεί και έπειτα η εφεύρεση του Ραδιοφώνου δεν άργησε να διαδοθεί και στην Ελλάδα. Το πρώτο Ραδιόφωνο γεννήθηκε στην Περιφέρεια, στη Θεσσαλονίκη από το Χρήστο. Τσιγγιρίδη το 1928 (Εικ.3), τα επόμενα χρόνια μονοπώλησε το ενδιαφέρον η Κρατική Ραδιοφωνία με κέντρο της Αθήνα αλλά είχε Πανελλαδική εμβέλεια.



Εικ.5 Ραδιοφωνικός Σταθμός Τσιγγιρίδη

Επίσημα το ραδιόφωνο στην Ελλάδα ξεκινά με το Εθνικό ίδρυμα Ραδιοφωνίας (Ε.Ι.Ρ) με τον θρυλικό «Τσοπανάκο» που άρχισε να βγαίνει εκτός πρωτεύουσας με την δημιουργία αρκετών στρατιωτικών ραδιοφωνικών σταθμών από τις ένοπλες δυνάμεις. Τον Μάρτιο του 1947 εγκαινιάζεται ο ραδιοφωνικός σταθμός Θεσσαλονίκης, τον Ιούνιο του 1948 ο σταθμός του Βόλου, τον Ιούλιο του 1950 ο σταθμός στην Πάτρα. Η δημιουργία όλων αυτών των ραδιοφωνικών σταθμών από τις ένοπλες δυνάμεις είχε σκοπό την προβολή της επίσημης Κρατικής ιδεολογίας κυρίως στην περίοδο του εμφυλίου. Όλα αυτά τα ραδιόφωνα πέρασαν αργότερα στη διοίκηση της Ε.Ρ.Τ και λειτουργούν μέχρι σήμερα.

Παρόλο που δόθηκε περισσότερο σημασία στην ανάπτυξη του Ραδιοφώνου σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, σιγά σιγά άρχισε να αναπτύσσεται και στην περιφέρεια όπου διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στις τοπικές κοινωνίες. Η Ελλάδα λόγω της γεωγραφικής της ιδιομορφίας που περιλαμβάνει πολλούς ορεινούς όγκους αλλά και πολλά νησιά ευνόησε τη δημιουργία πολλών ραδιοφωνικών σταθμών σε κάθε περιφέρειά της. Οι πρώτοι ραδιοσταθμοί της περιφέρειας ήταν πειρατικοί από ερασιτέχνες και το πρόγραμμα τους ήταν μουσικό. Την δεκαετία του 1960 η ραδιοπειρατεία άρχισε να εξαπλώνεται σε πολλές πόλεις της Ελλάδας. Οι σταθμοί ήταν μικρής εμβέλειας, εξέπεμπαν αρχικά στα μεσαία κύματα και αργότερα στα FM. Μέσα σε μια εικοσαετία υπήρχαν 5.000-7.000 χιλιάδες ραδιοπειρατές. Αντιμετώπιζαν όμως συνεχείς διώξεις και ποινές έναντι του χουντικού νόμου. Την περίοδο του 1980 κάθε κωμόπολη και χωριό της Ελληνικής Επαρχίας είχε και ένα πειρατικό σταθμό που έπαιζε μουσική και έκανε αφιερώσεις. Οι πρώτες άδειες λειτουργίας λήφθηκαν το 1988.

Λίγο αργότερα στους νόμιμους πλέον ραδιοφωνικούς σταθμούς άρχισαν να δουλεύουν εκεί δημοσιογράφοι από τις τοπικές εφημερίδες και το πρόγραμμά τους άρχισε να έχει πιο ενημερωτικό χαρακτήρα, με εκπομπές κοινωνικές, πολιτικές, ακόμη και με ειδήσεις ανάμεσα στις εκπομπές. Η διαφορά αλλά και η πρωτοτυπία τους σε σχέση με τους ραδιοφωνικούς σταθμούς της πρωτεύουσας είναι ο τοπικός τους χαρακτήρας. Το πρόγραμμά τους χωρίζεται σε ζώνες, ενημερωτικές, πολιτιστικές ή ψυχαγωγικές και ασχολούνται κυρίως με θέματα που αφορούν τον αγρότη, τη νοικοκυρά, τον μαθητή. Αποκτούν σιγά σιγά μερίδιο στη αγορά αναζητώντας διαφημίσεις είτε χορηγίες εκπομπών. Στην αρχή οι περισσότεροι ραδιοφωνικοί σταθμοί δεν είχαν θεματικές εκπομπές μουσικών προγραμμάτων. Όμως αργότερα επειδή αναζητούσαν ακροατήριο μεγαλύτερο διαμόρφωσαν τα ενημερωτικά τους προγράμματα. Έτσι ενημερωτικοί σταθμοί μεταλλάχθηκαν σε μουσικούς, απέκτησαν μεγαλύτερο ακροατήριο κυρίως σε μικρές ηλικίες. (Ζαχαρούλα Βασιλάκη 2006).

1.1.5 Η Στήριξη Των περιφερειακών ΜΜΕ Από Την Πολιτεία

Το τηλεοπτικό τοπίο στην Ελλάδα άρχισε να ξεκαθαρίζει το 1997 με το διαγωνισμό για την αδειοδότηση των περιφερειακών καναλιών αφού πρώτα είχαν τακτοποιηθεί οι άδειες στα πανελλαδικής εμβέλειας κανάλια. Τα Περιφερειακά ΜΜΕ βρίσκονται στην πρώτη γραμμή ενημέρωσης και ψυχαγωγίας ο ρόλος τους και το έργο που προσφέρουν είναι πολύ σημαντικός που αναγνωρίζεται από όλους, όχι όμως πάντα από την πολιτεία. Το κράτος δε στήριξε τη λειτουργία τους και δεν έλαβε μέτρα για την επιβίωσή τους. Τα περιφερειακά Μέσα στηρίχθηκαν στις δικές τους δυνάμεις στις μικρές επενδύσεις των επιχειρηματιών που τα κατείχαν και στην τοπική αγορά. Τα κρατικά κονδύλια μοιράζονταν στα εθνικά κανάλια και ελάχιστα στα επαρχιακά. Στην παρακάτω έρευνα που διεξήχθη από το έγκριτο Ευρωπαϊκό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο, το οποίο ιδρύθηκε από κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης προκειμένου να συμβάλει στην πολιτιστική και επιστημονική ανάπτυξη των κοινωνικών επιστημών. Η έρευνα είχε θέμα τη σημασία των περιφερειακών- τοπικών Μέσων ενημέρωσης και τη στήριξή τους από τα κράτη

Στην έρευνα για τον πλουραλισμό των περιφερειακών Μέσων στην ψηφιακή εποχή που δημοσιεύτηκε το 2020 αναφέρει : «Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης σε περιφερειακό και

τοπικό επίπεδο είναι ιδιαίτερα σημαντικά για τη δημοκρατία. Η σχέση με το τοπικό κοινό τείνει να είναι στενότερη σε σύγκριση με τα εθνικά μέσα ενημέρωσης.

Αυτή η εγγύτητα επιβεβαιώνεται τόσο από τα στατιστικά στοιχεία των αναγνωστών όσο και από το επίπεδο συμμετοχής των αναγνωστών στα μέσα ενημέρωσης. Τα περιφερειακά και τοπικά μέσα μπορούν επίσης να χρησιμεύσουν ως εναλλακτικοί χώροι για συζήτηση για τις ταυτότητες και τις γλώσσες που περιθωριοποιούνται από τα εθνικά μέσα.

Ένα σταθερό κανονιστικό πλαίσιο και μέτρα στήριξης μπορούν να βοηθήσουν τα περιφερειακά μέσα ενημέρωσης στη δημοκρατική αποστολή τους. (Carpello et al. 2016). Αυτό γίνεται όλο και πιο σημαντικό τώρα, όταν όλο και περισσότερες τοπικές και περιφερειακές εφημερίδες και ραδιοτηλεοπτικοί φορείς αγωνίζονται για την επιβίωσή τους. Τα τοπικά μέσα ενημέρωσης είναι επίσης κρίσιμοι θεσμοί για τη διασφάλιση της πολυφωνίας και είναι δείκτης μιας υγιούς δημοκρατικής κοινωνίας. Τείνουν να επικεντρώνονται σε τοπικά ζητήματα, και μπορούν συμβάλλουν στη διευκόλυνση των τοπικών συζητήσεων (UNESCO 2017) ».

Η ίδια έρευνα συμπεριλαμβάνει και τον δείκτη ο οποίος εξετάζει, αν τα κράτη της Ε.Ε. στηρίζουν τα περιφερειακά Μέσα ενημέρωσης με επιδοτήσεις ή άλλα μέτρα. Τα αποτελέσματα που δημοσιεύτηκαν δείχνουν ότι πάνω από τις μισές χώρες πέφτουν στη βάση κινδύνου μεσαίου ή υψηλού, ενώ 12 από αυτές αξιολογούνται στη βάση χαμηλού κινδύνου. Χώρες όπως, η Αυστρία, Βέλγιο, Κροατία, Δανία, Γαλλία, Ουγγαρία, Πορτογαλία, Ισπανία υποστηρίζουν τα τοπικά και περιφερειακά μέσα έχοντας επαρκείς κρατικές ενισχύσεις. Αντίθετα στην Ελλάδα, τη Βουλγαρία την Κύπρο, την Τσεχική Δημοκρατία, την Εσθονία, την Φινλανδία, την Ρουμανία, την Σλοβακία, την Αλβανία και την Τουρκία, το κράτος δεν υποστηρίζει περιφερειακά - τοπικά μέσα ενημέρωσης με επιδοτήσεις.

Όσον αφορά την Ελλάδα και την ένταξή της στην τρίτη και τελευταία κατηγορία, δεν αποτέλεσε έκπληξη γιατί είναι γνωστό ότι δεν στηρίζει τα περιφερειακά ΜΜΕ και η μερίδα του λέοντος των επιδοτήσεων ή των κονδυλίων πηγαίνει στα ΜΜΕ της Αθήνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2. ΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ Μ.Μ.Ε ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ

2.1 Τα Μ.Μ.Ε Στην Ψηφιακή Εποχή

Ο Καθηγητής στο πρόγραμμα διαδραστικών τηλεπικοινωνιών του Πανεπιστημίου της Νέας Υόρκης Clay Shirky σε ομιλία του σε ένα συνέδριο για την τεχνολογία και την ψυχαγωγία είπε, πως στα τελευταία πεντακόσια χρόνια, τέσσερις ήταν εκείνες οι περίοδοι που έφεραν τις τεράστιες αλλαγές στα Μ.Μ.Ε. Η εφεύρεση της τυπογραφίας στα μέσα του 15^{ου} αιώνα, η αμφίδρομη επικοινωνία ο τηλεγράφος και ύστερα το τηλέφωνο τον 19^ο αιώνα, ύστερα οι φωτογραφία, η ηχογράφηση και τέλος ο έλεγχος του ηλεκτρομαγνητικού φάσματος και η αποστολή ήχου και εικόνας μέσω ραδιοκυμάτων, η ανακάλυψη δηλαδή του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης. Ο Clay Shirky θεωρεί το διαδίκτυο ως τη μεγαλύτερη επανάσταση όλων των εποχών καθώς φέρει πολλές αλλαγές μαζί στα Μ.Μ.Ε. Αρκεί το γεγονός ότι είναι το πρώτο στην ιστορία που υποστηρίζει ανταλλαγή μηνυμάτων και συνομιλίες ταυτόχρονα.

Η διάδοση του διαδικτύου αποτελεί σημείο αναφοράς στην κοινωνική, οικονομική, πολιτική και πολιτιστική εξέλιξη τα τελευταία χρόνια, αφού προσδίδει μια νέα διάσταση στον χώρο και στον χρόνο. Καταργεί εμπόδια και αποστάσεις στη διάδοση της πληροφορίας. Ο ψηφιακός κόσμος προσπερνά σύνορα κρατών, πολιτισμούς και ιδεολογίες μεταφέροντας τα γεγονότα άμεσα, σε πραγματικό χρόνο.

Η επικοινωνία στη νέα της μορφή έχει αλλάξει εντελώς την αλληλεπίδραση μεταξύ ατόμων και οργανισμών. Πλέον η ανταλλαγή πληροφοριών είναι γρηγορότερη και αποτελεσματικότερη. Αυτό που παρατηρείται είναι ότι, η ψηφιακή επανάσταση δεν έχει να κάνει μόνο με τις τεχνολογίες αλλά και με τον τρόπο που επηρεάζει την καθημερινή ζωή του ανθρώπου. Αυτό που λέμε «τρίτη βιομηχανική επανάσταση» άλλαξε εντελώς τον τρόπο με τον οποίο μεταδίδεται η πληροφορία σε διάφορους τομείς παγκοσμίως, όπως η παροχή βάσεων για τις επιχειρήσεις να κινηθούν πέρα από τις εθνικές αγορές στις διεθνείς αγορές και να αναβαθμίσουν τη διασύνδεση του κόσμου (Algo Sea Biz, 2018).

Με την έλευση του Web 1 το διαδίκτυο έγινε μια ογκώδης παγκόσμια βιβλιοθήκη καθώς και ο τόπος ανταλλαγής ηλεκτρονικών μηνυμάτων ή διάδοσης απόψεων και διαλογικής συζήτησης σε φόρουμ, blogs και chat rooms. Η εξέλιξη του Web 1 σε Web 2 με τις

οπτικές ίνες και τα ευρυζωνικά δίκτυα απογείωσε τη διάδοση της πληροφορίας δίνοντας την ευκαιρία στους χρήστες είτε να ανεβάζουν είτε να κατεβάζουν πολύ γρήγορα κείμενα, βίντεο, φωτογραφίες, ηχητικά αρχεία. Μιλάμε για έναν παγκόσμιο συμμετοχικό ιστό όπου κυριαρχεί η διάδραση των χρηστών, η δημιουργία των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και η άμεση επαφή τους μέσα από αυτά. Η ζωή εξελίσσεται πλέον εδώ, στα ΜΚΔ. Η Ενημέρωση, η επικοινωνία, η ψυχαγωγία, η εκτόνωση, η κοινωνική επαφή-καταπολέμηση της μοναξιάς, οι συναισθηματικές εμπειρίες, αλλά κυρίως η κατανάλωση. Τα ΜΚΔ αποτελούν πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας όλου του κόσμου (Ρήγου: 240- 246).

Τα ΜΜΕ καθώς εξελίσσονται και εμπλέκονται στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων προσφέρουν, ενημέρωση ψυχαγωγία και γίνονται η καθημερινή ανάγκη του κοινού. Ο Will Irwin το 1911 περιέγραψε την σημαντικότητα της ενημέρωσης στη ζωή του ανθρώπου λέγοντας: « Μια επιτακτική, πρωταρχική ανάγκη του νου, όπως η πείνα του σώματος». (Boorstin J. 1990). Ενώ ο Karl Bucher σχολίασε την εξέλιξη των εφημερίδων προς την νεότεριότητα στα μισά του 19^{ου} αιώνα λέγοντας ότι: « εξελίχθηκαν σε καθοδηγητές της κοινής γνώμης καθώς και όργανα κομματικής πολιτικής». Η εξέλιξη σιγά σιγά άλλαξε και τον ρόλο της δημοσιογραφίας. Εμφανίστηκαν οι συντάκτες οι οποίοι έλεγχαν το τι θα γραφτεί και θα δημοσιευτεί. Οι καπιταλιστικοί ειδησεογραφικοί οργανισμοί δέχονται επιρροές από την πολιτική κατάσταση κάθε φορά και τα οικονομικά συμφέροντα, επομένως η ενημέρωση είναι πια καθοδηγούμενη. (Ρήγου 2014).

Όσο ο κόσμος εξελίσσεται και γίνεται πιο σύνθετος τόσο τα μέσα επικοινωνίας θα υπερισχύουν και θα λαμβάνουν κυρίαρχη θέση έναντι άλλων τομέων της κοινωνικής και οικονομικής ζωής. Ακόμη και οι περισσότεροι κοινωνικοί θεσμοί, προσαρμόζονται πια στις απαιτήσεις της σύγχρονης «διαδικτυακής» κοινωνίας. Η πορεία και διαμόρφωση των σύγχρονων κοινωνιών εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τα μέσα ενημέρωσης και την επικοινωνία

Σε έρευνα του Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων που πραγματοποιήθηκε από τις 05/05 έως τις 13/06 του 2007, σε δείγμα 2995 ατόμων ηλικίας 15 ετών και άνω με σκοπό την αποτύπωση των χαρακτηριστικών χρήσης και προτίμησης των Μέσων ενημέρωσης των Ελλήνων πολιτών, διακρίνουμε πως μεγάλο ποσοστό των πολιτών προτιμά τα νέα

Μέσα για την ενημέρωση του. Το 48% των ερωτηθέντων διαβάζει blogs, το 32% χρησιμοποιεί τα ηλεκτρονικά site των εφημερίδων, ενώ το 34% ακούει ραδιόφωνο μέσω internet.(publicissue.gr).

2.1.1 Οι Αλλαγές Στην Ενημέρωση

Η άνοδος των νέων Μέσων και κυρίως του διαδικτύου έχει αλλάξει τη ζωή μας σε όλους σχεδόν τους τομείς, την επικοινωνία, την ψυχαγωγία, την εργασία, αλλά και τις δραστηριότητές μας γενικότερα. Και όσο το διαδίκτυο εξελίσσεται με την πάροδο του χρόνου τόσο η επίδρασή του αυξάνεται. Νέες υπηρεσίες προστίθενται, οι παλιές βελτιώνονται και – το κυριότερο – οι χρήστες μαθαίνουν να αξιοποιούν τον ιστό αποτελεσματικά για την ικανοποίηση κάθε είδους ανάγκης (Λέανδρος, 2008).

Τα ψηφιακά μέσα θεωρούνται η συνέχεια των παραδοσιακών καθώς έχουν επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό κι έχουν πάρει πολλά από τα χαρακτηριστικά τους. Πιο συγκεκριμένα, στα χαρακτηριστικά των παραδοσιακών μέσων έχουν προστεθεί ιδιότητες κι ευκολίες που προσφέρουν τα ψηφιακά μέσα. (Chadwick, 2013) Σύμφωνα με την Livingstone (όπως παραπέμπεται στο Μακ Κουέιλ 2003): «Αυτό που είναι καινούριο στο διαδίκτυο είναι ότι μπορεί να συνδυάζει μια διαδραστικότητα με εκείνα τα στοιχεία που είναι καινοτόμα στη μαζική επικοινωνία-το απεριόριστο περιεχόμενο, την έκταση της κάλυψης του ακροατηρίου, την οικουμενικότητα της επικοινωνίας». Οπότε τα νέα ψηφιακά μέσα δεν αντικαθιστούν τα παραδοσιακά αλλά στην ουσία είναι η επέκτασή τους. (ΜακΚουέιλ, 2003). Ενώ στα παραδοσιακά μέσα η επικοινωνία στην ουσία γινόταν μεταξύ των ατόμων και της συνομιλίας του από κοντά ή μέσω του γραπτού λόγου και η είδηση που μεταφερόταν χρειαζόταν αρκετό χρόνο ώστε να επεξεργαστεί και να διανεμηθεί, στην online επικοινωνία η διάδοση της είδησης πρέπει να είναι στιγμιαία αφού γίνεται σε πραγματικό χρόνο και ο συνομιλητής απαιτεί άμεση απάντηση. Αυτή είναι και η βασική διαφορά των Νέων μέσων από τα παλιά. Γενικότερα όμως το επάγγελμα του δημοσιογράφου έχει μεταβληθεί καθώς και η σχέση του με το κοινό, αφού το κοινό πλέον συμμετέχει όχι μόνο στην κατανάλωση αλλά και στην παραγωγή της είδησης, δεν αποτελεί δηλαδή ο δημοσιογράφος τον μοναδικό διαχειριστή της είδησης. Επίσης έχει αυξηθεί ο φόρτος εργασίας του αφού το άρθρο που θα συντάξει θα πρέπει να το προσαρμόσει ανάλογα με το μέσο που θα το δημοσιεύσει (εφημερίδα, διαδίκτυο κλπ.). Το

μακροσκελές άρθρο της εφημερίδας δεν έχει ενδιαφέρον όταν δημοσιευτεί στο διαδίκτυο, πρέπει να γίνει πιο περιεκτικό ή ακόμα να συνοδεύεται και από video. (Mayer 2004). Το σημαντικό πάντως είναι ότι παρόλο που ο νέος τρόπος επικοινωνίας μπορεί να γίνει από πολλές και διαφορετικές συσκευές, smartphone, laptop, ipad ή όποια άλλη συσκευή μπορεί να συνδεθεί στο διαδίκτυο, το λειτούργημα του δημοσιογράφου παραμένει αξιόλογο και σημαντικό για την έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί ο πολίτης να λειτουργήσει επαγγελματικά.

Η εξέλιξη του διαδικτύου, και των ψηφιακών δεδομένων έδωσε στους πολίτες την ευκαιρία να επιλέγουν πως να αποκτήσουν πρόσβαση στο περιεχόμενο της είδησης. Σήμερα στην ψηφιακή εποχή, έχουν δημιουργηθεί πολλές πλατφόρμες διανομής της είδησης. Μέσω αυτών των πλατφόρμων καθορίζεται το περιεχόμενο, το πότε και το πώς θα παραδοθεί στο ακροατήριο. (Domingo, D. et. al., 2007).

Από την πλευρά τους οι Οργανισμοί των μέσων προσπαθούν να προσεγγίσουν το κοινό προσφέροντας πολλές επιλογές στον χρήστη ώστε να προσδιορίσει την τελική μορφή του περιεχομένου που θα καταναλώσει. (Λέανδρος, 2008). Αυτή είναι η σημαντικότερη αλλαγή που έφερε η ψηφιακή εποχή και το διαδίκτυο στον τομέα των Μ.Μ.Ε και στη δημοσιογραφία γενικότερα, το ακροατήριο-κοινό έπαψε να είναι ο παθητικός δέκτης της είδησης, αντιδρά και συμμετέχει σε αυτήν (Hirshberg, 2014). Η σχέση επίσης του δημοσιογράφου με το ακροατήριο-κοινό του άλλαξε αφού συμμετέχει στην διαδικασία παραγωγής της είδησης σε συνεργασία μαζί του.

Ο Phillip Mayer σε άρθρο του στο Nieman Report αναφέρει πως το παλιό μοντέλο ενημέρωσης αλλοιώνεται εξαιτίας της τεχνολογίας. Τα προηγούμενα χρόνια υπήρχε ένας συγκεκριμένος αριθμός εφημερίδων, τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών γεγονός που οδηγούσε σε μονοπωλιακές καταστάσεις στην ενημέρωση, επομένως προωθείτο και ένας περιορισμένος αριθμός μηνυμάτων που απευθύνονταν στην μεγάλη μάζα ανθρώπων. Σήμερα έχει αφαιρεθεί η έννοια της μαζικότητας από τα μέσα ενημέρωσης αφού κινούμαστε σε ένα σύστημα με πολλή μηνύματα όπου το καθένα απευθύνεται σε συγκεκριμένο αριθμό ανθρώπων. Ο Mayer υποστηρίζει ότι το τοπίο στα Μέσα ενημέρωσης δεν έχει ξεκαθαρίσει, ακόμη πειραματίζονται στην αναζήτηση νέων πηγών εσόδων που μπορούν να προσφέρουν τα νέα Μέσα. Πιστεύει δε πως η νέα δημοσιογραφία

που θα αναδυθεί θα είναι πιο αντικειμενική από την παλιά που υποστήριζε ένα «ψεύτικο είδος αντικειμενικότητας». (Mayer 2004).

Σίγουρα στο άμεσο μέλλον πολλά μέσα ενημέρωσης δεν θα υφίστανται με την σημερινή τους μορφή και όσα θα παραμείνουν θα έχουν διαφοροποιηθεί όσον αφορά τους στόχους τους και τη δομή τους ώστε να μπορούν να ανταπεξέλθουν στο νέο κοινό. Με βάση τους Eric Schmidt και Jared Cohen (2014), το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της γης ως το 2025 θα έχει πρόσβαση σε όλες τις πληροφορίες του κόσμου μόνο από μια συσκευή η οποία θα χωράει στην παλάμη του χεριού.

Με την ανάπτυξη και διάδοση της ψηφιακής κουλτούρας ξεκινά σταδιακά και η μετάβαση των Ελληνικών ΜΜΕ στην ψηφιακή εποχή. Οι πρώτες εφημερίδες που έκαναν την εμφάνισή τους στο διαδίκτυο είναι η «Καθημερινή» και η «Ελευθεροτυπία» και μάλιστα μιλάμε για «νέες μορφές ενημέρωσης, για καθαρά διαδικτυακά μέσα»(Καϊμάκη 2011) δεν λειτουργούσαν δηλαδή συμπληρωματικά με τις έντυπες εκδόσεις. Αυτό που απογείωσε τις ψηφιακές εκδόσεις ήταν η έλευση του έξυπνου κινητού τηλεφώνου (smartphone) που έδωσε τη δυνατότητα για ενημέρωση οποιαδήποτε ώρα του 24ώρου, σε οποιοδήποτε σημείο.

Σε έρευνα που έκανε το Ινστιτούτο Reuters το 2019 και περιλάμβανε δείγματα από 38 χώρες για να αποτυπώσει τον τρόπο ενημέρωσης των πολιτών στη νέα εποχή των μέσων διαπιστώνεται ότι, στην Ελλάδα το 92% των πολιτών ενημερώνεται από το διαδίκτυο τα νέα της ημέρας, από αυτούς το 65% ενημερώνεται από συσκευή smartphone και 7% των ερωτηθέντων πληρώνουν συνδρομή σε site για να έχουν πρόσβαση στην είδηση. Η Ελλάδα καταγράφει από τα μεγαλύτερα ποσοστά χρήσης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για πρόσβαση στις ειδήσεις, ενώ ένα 27%-35% χρησιμοποιεί μηχανές αναζήτησης. Επίσης οι Έλληνες χρησιμοποιούν για την ανεύρεση της είδησης που τους ενδιαφέρει πάνω από πέντε διαφορετικές πηγές την εβδομάδα, αυτό προκύπτει συχνή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και στην ανεύρεση τυχαίων ειδήσεων-πηγών που μοιράζονται με τους διαδικτυακούς τους φίλους.(Thetoc 2019).

2.2 Η Μετάβαση Των Περιφερειακών ΜΜΕ Στην Ψηφιακή Εποχή

Όπως ήδη αναφέραμε παραπάνω η ψηφιακή επανάσταση επηρέασε καταλυτικά και εξακολουθεί να επηρεάζει τον τομέα της επικοινωνίας-ενημέρωσης αλλά και την συνεχή εξέλιξη των ίδιων των Μέσων φέροντας σε κάθε εποχή τεράστιες αλλαγές. Η εξέλιξη του διαδικτύου είναι αυτή που διαμορφώνει τον τρόπο επικοινωνίας μας με τους άλλους. Νέες υπηρεσίες δημιουργούνται και βελτιώνονται οι παλιές. (Λεάνδρος 2008) Είπαμε άλλωστε ότι η τεχνολογική εξέλιξη δεν επινόησε καινούρια μέσα αλλά βελτίωσε τα παλιά.

Με την ψηφιοποίηση της πληροφορίας εγκαινιάζεται ένα νέο περιβάλλον στο χώρο των Μέσων. Οι επιχειρήσεις έχουν να αντιμετωπίσουν ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον και πρέπει να είναι σε ετοιμότητα ώστε να μπορούν να εκμεταλλευτούν κάθε δυνατότητα ή ευκαιρία που παρουσιάζεται ώστε να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις προκλήσεις της νέας εποχής. Η αμφίδρομη επικοινωνία είναι η νέα δυνατότητα που προσφέρεται από το διαδίκτυο και τα κανάλια διανομής. Ο δέκτης μπορεί πλέον να γίνει πομπός και να χρησιμοποιήσει τα Μέσα σε αλληλεπίδραση με το περιβάλλον του. (Λεάνδρος 2008).

Ο Πρόεδρος της ΠΟΕΣΥ (Πανελλήνιας Ένωσης Συντακτών) κ. Σωτήρης Τριανταφύλλου από το βήμα του Regional Growth Conference, που διεξήχθη στην Πάτρα, αναφέρθηκε στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα περιφερειακά ΜΜΕ όσον αφορά τη χρηματοδότησή τους, γιατί οι προκλήσεις που δημιουργούνται από την διείσδυση των διαδικτυακών ΜΜΕ είναι πολλές, αλλά και στα προβλήματα βιωσιμότητας των δημοσιογράφων. Τόνισε ότι τα περιφερειακά ΜΜΕ έχουν μέλλον και αποτελούν σημείο αναφοράς στην αξιόπιστη ενημέρωση της περιφέρειας αλλά και όλης της Ελλάδας γενικότερα. Επεσήμανε δε την ανάγκη θέσπισης ενός θεσμικού πλαισίου προκειμένου να διασφαλιστούν η διασφάλιση των θέσεων εργασίας, οι μισθολογικές αυξήσεις και οι εργασιακές σχέσεις και μετά το πέρας αυτού του μεταβατικού σταδίου που διανύουμε προς τη μετάβαση της ψηφιακής εποχής.

2.2.1 Ο Ρόλος Του Δημοσιογράφου Στην Ψηφιακή Εποχή

Οι έλευση του διαδικτύου και των ψηφιακών ΜΜΕ έχουν αλλάξει τον ρόλο του δημοσιογράφου και τη δημοσιογραφική κουλτούρα γενικότερα, αφού πλέον το κοινό έχει τη δυνατότητα να συμμετέχει στη διαδικασία παραγωγής της είδησης. (Deuze, 2003). Σε αυτό έχουν συμβάλει ιδιαίτερα τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπου η επικοινωνία

μεταξύ του κοινού είναι πιο εύκολη. Μελέτες που έχουν γίνει στο εξωτερικό έχουν δείξει ότι το κοινό που ενημερώνεται διαμέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κυρίως το κάνει για να είναι συνδεδεμένο με άλλους, να διατηρήσουν τις σχέσεις, να συνομιλούν και να ανταλλάσσουν απόψεις για την επικαιρότητα. (Παπαθανασόπουλος 2013). Αυτή είναι και η βασική διαφορά των νέων Μέσων από τα παραδοσιακά, η διαδραστικότητα και η δικτύωση που προσφέρουν. Κάποιος μπορεί να εκφραστεί με ποικίλους τρόπους όπως, κείμενα, ήχους, εικόνες και βίντεο χωρίς κανένα περιορισμό, μπορεί κάποιος να χρησιμοποιήσει όσες εικόνες και βίντεο θέλει. Έτσι τα νέα Μέσα δίνουν τη δυνατότητα συνδιαλλαγής με άλλα άτομα, της επεξεργασίας κειμένου και του εμπλουτισμού του με βίντεο ή εικόνες, διαγράμματα κ.α. Όλα αυτά πραγματοποιούνται από οπουδήποτε συσκευή επιθυμεί κάποιος. Smartphone, laptop κλπ. (Ρήγου 2014).

Ο δημοσιογράφος σήμερα πρέπει να συμβαδίζει με τις εξελίξεις της εποχής. Να κατανοήσει τις νέες τεχνολογίες για να είναι σε θέση να προσφέρει στο απαιτητικό πλέον κοινό τις ειδήσεις άμεσα, σε πραγματικό χρόνο. (Kolodzy 2015). Οι δημοσιογράφοι σήμερα κάνουν τις περισσότερες δημοσιεύσεις του ψηφιακά, αυτό του δίνει πλεονεκτήματα όπως το μέγεθος του κειμένου το οποίο δεν χρειάζεται να έχει περιορισμό στις λέξεις, ούτε περιορισμοί που να αφορούν τον χρόνο της δημοσίευσης, μπορεί να εμπλουτίσει το κείμενό του με εικόνες και βίντεο και να το διορθώσει ενώ είναι ήδη δημοσιευμένο. Το σημαντικότερο όμως είναι η δυνατότητα αλληλεπίδρασης του δημοσιογράφου με το κοινό του. Το κοινό που μπορεί να συνεργαστεί μαζί του στη διαδικασία παραγωγής της είδησης και γίνεται ενεργό μέλος της δημοσιογραφικής διαδικασίας. (Gilmor 2004). Τα όρια του δημιουργού της είδησης και του καταναλωτή είναι πια δυσδιάκριτα. Υπάρχουν όμως και πολλά προβλήματα στην συνεργασία αυτή που έχουν να κάνουν με την έλλειψη χρόνου, τη δυσκολία χρήσης των νέων τεχνολογιών από τους δημοσιογράφους και στη δημοσιογραφική κουλτούρα γενικότερα. (Paulussen et al 2007).

Σε έρευνα που διεξήχθη σε τέσσερις χώρες της Ευρώπης (Γερμανία, Ισπανία, Βέλγιο, Φιλανδία) και αφορούσε τη διαδικτυακή δημοσιογραφία και κατά πόσο την προτιμούν οι δημοσιογράφοι, η εικόνα ήταν απογοητευτική. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα η επαγγελματική κουλτούρα των κυρίαρχων Μέσων ενημέρωσης ευνοεί μια επαγγελματική προσέγγιση των γεγονότων και οι δημοσιογράφοι κολακεύονται από το παραδοσιακό μοντέλο και δεν είναι πρόθυμοι να χάσουν την ιδιότητα του διαχειριστή της

δημοσιογραφίας. Αδυνατούν ακόμη να καταλάβουν ότι οι ειδήσεις δημιουργούνται από κοινού μετά ακροατήρια τους. Παρόλα αυτά όμως το λειτούργημα του δημοσιογράφου είναι αξιόλογο και απαραίτητο αφού παρέχει έγκαιρα και έγκυρα τις ειδήσεις και κάθε είδους γεγονότα. Οι πολίτες σε κάθε περίπτωση λειτουργούν συμπληρωματικά αφού δεν μπορούν να δράσουν επαγγελματικά και να ενημερώσουν τους άλλους. (Paulussen et al 2007). Όσο όμως η τεχνολογία εξελίσσεται ραγδαία, δεν γνωρίζουμε σε κάποια χρόνια από τώρα τι θα συμβεί. Ήδη στον κλάδο της πληροφορικής αναφέρεται ο όρος τεχνητή νοημοσύνη, όρος που μέσα από την σχεδίαση και υλοποίηση υπολογιστικών συστημάτων μιμείται την ανθρώπινη συμπεριφορά. Η τεχνητή νοημοσύνη μετά από λίγα χρόνια θα αντικαταστήσει πολλά επαγγέλματα και σίγουρα αυτό του δημοσιογράφου. Ήδη πριν ένα χρόνο το Μάιο του 2023 έκανε πρεμιέρα στην ΕΡΤ και στο Ertnews ο «Ερμής», ο νέο παρουσιαστής, προϊόν τεχνητής νοημοσύνης που αντικαθιστά τον κεντρικό παρουσιαστή των ειδήσεων. (www.ertnews.gr).



Εικ6. Ερμής

2.2.2 Οικονομική Κρίση Και Περιφερειακά ΜΜΕ

Η οικονομική κρίση το 2008 η οποία ξεκίνησε με την κατάρρευση της Lehman Brothers και χαρακτηρίστηκε ως χρηματοπιστωτική κρίση, μεταδόθηκε σιγά σιγά στην πραγματική οικονομία. Δημιουργήθηκε η αναταραχή στις αγορές οι οποίες μη μπορώντας να αντλήσουν νέα κεφάλαια σε μια αγορά πτωτική μείωσαν τις παροχές νέων πιστώσεων προκειμένου να διατηρήσουν επάρκεια κεφαλαίων. Η κρίση αυτή πέρασε στις επιχειρήσεις και στα νοικοκυριά. Στην Ελλάδα όμως η κρίση ήταν μεγαλύτερη λόγω της δημοσιοοικονομικής κατάστασης αλλά και της πολιτικής που ακολουθήθηκε. (Buiter&Rahbari, 2010).

Η κρίση στα ΜΜΕ κυρίως στα έντυπα εθνικά και περιφερειακά μπορεί απλά να συνέπεσε με την οικονομική κρίση. Βέβαια ένα μέρος της σίγουρα οφείλεται στον οικονομικό παράγοντα και στην έλλειψη χρηματοδότησης αλλά η κρίση είχε ξεκινήσει προγενέστερα και συντέλεσαν άλλοι λόγοι. Οι κυριότεροι από αυτούς ήταν η αλματώδης ανάπτυξη του διαδικτύου , η εμπλοκή των εκδοτών σε δίκτυα πατρωνίας και φυσικά η έλλειψη αναγνωστικής κουλτούρας του Έλληνα. Εκείνη την περίοδο τα μέτρα που ακολούθησαν την κρίση ήταν η απόλυση υπαλλήλων οι μειώσεις μισθών, η συρρίκνωση των διαφημιστικών εσόδων από την μείωση των τιμών στους διαφημίσεων και σίγουρα το κλείσιμο πολλών επιχειρήσεων. Ο κλάδος περισσότερο στην περιφέρεια βρίσκεται σε κατακόρυφη πτώση. Το τοπίο της δημοσιογραφίας αλλάζει σε εθνικό κ σε τοπικό επίπεδο και αυτό είναι πολύ σοβαρό αν σκεφτούμε ότι τα ΜΜΕ αποτελούν διαύλους επικοινωνίας και ενημέρωσης σημαντικών κοινωνικών φαινομένων όπως η κρίση.

Εκτός όμως από την οικονομική κρίση αλλαγές έχει επιφέρει και η τεχνολογική ανάπτυξη και στο επιχειρηματικό κομμάτι και στα δομικά στοιχεία των ΜΜΕ. Το επιχειρηματικό μοντέλο που είχαν βασιστεί μέχρι τώρα τα ΜΜΕ δέχεται πιέσεις, αφού η αναγνωσιμότητα μειώνεται, οι διαφημίσεις μειώνονται με αποτέλεσμα λιγότερα έσοδα, λιγότερο προσωπικό, λιγότερα φύλλα. Επίσης οι επενδυτές βλέποντας ότι δεν υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης έχασαν το ενδιαφέρον τους για τον κλάδο. (Nielsen 2015).

Στα περιφερειακά ΜΜΕ τα έσοδά τους προέρχονται κυρίως από την τοπική αγορά. Όμως μπαίνοντας στη ψηφιακή εποχή το «παιχνίδι» παίζεται στο διαδίκτυο. Facebook, twitter, tik tok κλπ. προσφέρουν στον διαφημιζόμενο πιο στοχευμένες στις απαιτήσεις τους μορφές διαφήμισης σε μεγαλύτερο αναγνωστικό κοινό και με λιγότερα έξοδα με αποτέλεσμα τα ΜΜΕ να χάνουν μεγάλο κομμάτι από την πίτα. Η περιφερειακή δημοσιογραφία για να καταφέρει να επιβιώσει προσπαθεί να προσαρμοστεί στην ψηφιακή εποχή και τα νέα δεδομένα που παρουσιάζονται και δεσμεύονται σε μια 24ωρη ενημέρωση εύστοχων, πρωτότυπων και έκτακτων ειδήσεων. (Nielsen (2015).

Από επιχειρηματική άποψη τα περιφερειακά ΜΜΕ είναι μικρές ατομικές κυρίως επιχειρήσεις και απευθύνονται γεωγραφικά σε μικρές περιοχές το καθένα, επομένως εξαρτώνται άμεσα από την τοπική στήριξη. Τα έσοδα προέρχονται εκτός διαφημίσεις, από συνδρομές δημοσιεύσεις δελτίων τύπου, αγγελίες ακινήτων και όχι μόνο κλπ., μάλιστα οι υποδομές που διαθέτουν δεν τους επιτρέπουν τη μετάβαση στην ψηφιακή παραγωγή.

(Nielsen 2018). Η ψηφιακή επανάσταση άλλαξε εντελώς το κλίμα. Εξαφάνισε τα παραδοσιακά οικονομικά θεμέλια.

Στην κατάρρευση των περιφερειακών ΜΜΕ σημαντικό ρόλο έπαιξε και η απορρύθμιση στα τέλη της δεκαετίας του '80 που συνέβαλε σημαντικά στην συρρίκνωση και στον μετασχηματισμό τους, αυτό σημαίνει αλλαγές στο ιδιοκτησιακό καθεστώς που έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη ισχυρών τάσεων συγκέντρωσης και οδηγεί σε ολιγοπωλιακό έλεγχο της ενημέρωσης, απόρροια αυτών οι επιπτώσεις στον πλουραλισμό και τη δημοκρατία.

Σήμερα οι πολίτες της τοπικής κοινωνίας στο μεγαλύτερο μέρος τους ενημερώνονται από τα τοπικά ΜΜΕ αλλά προτιμούν μέσα από τις ιστοσελίδες των εφημερίδων ή από τα διαδικτυακά ραδιόφωνα και πολύ περισσότερο μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αξίζει εδώ να αναφέρουμε ότι το 2019 το Facebook ανακοίνωσε ότι μέσα στα επόμενα χρόνια θα κάνει επενδύσεις ύψους 300 δις δολαρίων στα περιφερειακά ΜΜΕ παγκοσμίως και αυτό γιατί έχει δεχθεί κριτική και θεωρείται υπεύθυνο για την περιορισμένη απήχηση των τοπικών ΜΜΕ και κυρίως τον περιορισμό του έντυπου τύπου, αλλά και γιατί κατηγορήθηκε ως εστία παραπληροφόρησης και ψευδών ειδήσεων που ευνοούν τη ρητορική μίσους καθώς και για τον παρεμβατικό του χαρακτήρα στα πολιτικά δρώμενα και στις εκλογές. Θεωρήθηκε επίσης υπεύθυνο και για τα περιορισμένα έσοδα των τοπικών ΜΜΕ αφού οι διαφημίσεις έχουν μεταφερθεί στο διαδίκτυο. Το Facebook έχει σκοπό να στηρίξει τους εκδότες και στις ψηφιακές τους πλατφόρμες αλλά και στα παραδοσιακά Μέσα. (kathimerini.gr).

2.2.3 Τα περιφερειακά ΜΜΕ την περίοδο της Πανδημίας Covid 19.

Μετά τα δέκα «Πέτρινα Χρόνια» της κρίσης τα οποία κατάφεραν σημαντικό πλήγμα τόσο στα έσοδα όσο και στην αξιοπιστία των Μέσων ενημέρωσης, μείωση των φύλλων των εφημερίδων, χαμηλές ακροαματικότητες των ραδιοφωνικών σταθμών και μείωση της διαφημιστικής καμπάνιας της τηλεόρασης, έρχεται η διετία της πρωτοφανούς υγειονομικής κρίσης φέρνοντας την ανθρωπότητα σε εξαιρετικά δύσκολη κατάσταση. Οι επιπτώσεις τρομακτικές κυρίως στην απώλεια ζωής χιλιάδων ανθρώπων, αλλά και σε όλους τους τομείς. Από την κρίση δεν θα μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστη η βιομηχανία των ΜΜΕ που δοκιμάστηκε για άλλη μια φορά. Την ώρα που η ανθρωπότητα δοκιμάζεται

υπάρχει η ανάγκη για έγκαιρη και επιτακτική ενημέρωση, αυτή την ώρα τα ΜΜΕ δέχονται και το μεγαλύτερο πλήγμα με μείωση πωλήσεων του τύπου και κατακόρυφη μείωση των διαφημιστικών εσόδων σε τηλεόραση και ραδιόφωνο, κάτι που έθεσε σε κίνδυνο την ύπαρξη ολόκληρων δημοσιογραφικών οργανισμών οι οποίοι ίσα που κατάφεραν να ορθοποδήσουν την περίοδο της κρίσης, παρόλο που παρατηρήθηκε αύξηση της τηλεθέασης και της επισκεψιμότητας των ειδησεογραφικών ιστοσελίδων. Αύξηση η οποία έγινε ιδιαίτερα αισθητή στα περιφερειακά μέσα. (Τριανταφύλλου 2020). Η έρευνα του «Pew Research Center» η οποία έγινε στο πλαίσιο του προγράμματος «American News Pathways» αναφέρει, έξι στους δέκα Αμερικανούς παρακολουθούσαν ειδήσεις που αφορούσαν την πανδημία τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο. Το 23% των ερωτηθέντων έβλεπε τοπικές ειδήσεις ενώ το 15% έβλεπε εθνικής εμβέλειας ειδήσεις. Shearer (2020).

Το μεγαλύτερο οικονομικό πλήγμα το δέχτηκαν τα έντυπα Μέσα μετά από τις φήμες που κυκλοφόρησαν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για εξάπλωση της πανδημίας μέσω του χαρτιού. (Van Niekerk & Villiers, 2020). Το αποτέλεσμα των δύο ετών της πανδημίας ήταν, οι απώλειες εσόδων που οδήγησαν πολλούς δημοσιογραφικούς οργανισμούς σε όλον τον κόσμο, κυρίως τους περιφερειακούς που ήταν και πιο αδύναμοι οικονομικά, είτε στην αναστολή της λειτουργίας τους, είτε στην απόφαση μείωσης του λειτουργικού τους κόστους με αναστολή πληρωμών και απολύσεις προσωπικού.

Σε μια προσπάθεια αντιμετώπισης της κρίσης αυτής, πολλές κυβερνήσεις ανά τον κόσμο, όπως και η Ελλάδα, προχώρησαν σε μια σειρά μέτρων όπως φορολογικές ρυθμίσεις, αποζημιώσεις ειδικού σκοπού σε περίπτωση αναστολή λειτουργίας ή εργασίας μέρους του προσωπικού, παράταση καταβολής οφειλών κ.α. Με κοινή υπουργική απόφαση του τότε Υπουργού Θεόδωρη Λιβάνιου και του Υφυπουργού Θεόδωρου Σκυλακάκη στο πλαίσιο της διαφημιστικής καμπάνιας « Μένουμε Σπίτι, Μένουμε Ασφαλείς» ενισχύθηκαν με 20 εκ. Ευρώ τα ΜΜΕ (1.232 Μέσα ,εφημερίδες, ιστοσελίδες, τηλεοπτικοί και ραδιοφωνικοί σταθμοί) κατά το πρώτο κύμα της πανδημίας και στα τέλη Σεπτεμβρίου του 2020 η κυβέρνηση προχώρησε και πάλι μέσω διαφημιστικής καμπάνιας για τον Covid-19 σε νέα χρηματοδότηση, μόνο για τα τηλεοπτικά Μέσα, ύψους 2 εκατομμυρίων ευρώ. Στόχος ήταν η στήριξη των Μέσων και η διαφύλαξη των θέσεων εργασίας έτσι ώστε να συνεχιστεί η πολυφωνία στην ενημέρωση των πολιτών με αντικειμενικά κριτήρια.

Ο ο τρόπος που μοιράστηκαν τα ποσά δημιούργησε αντιδράσεις και έντονη πολιτική αντιπαράθεση. Η αντιπολίτευση μίλησε για αδιαφανή κριτήρια και ότι τα περιφερειακά ΜΜΕ αδικήθηκαν. Από την καμπάνια των 20 εκατ. του Α Lockdown το 20% δόθηκε στα κανάλια της περιφέρειας. Οι δε καναλάρχες υποστηρίζουν ότι δεν πήραν πάνω από το 2% (400.000 € 50 τηλεοπτικοί σταθμοί). (Ένωση Τηλεοπτικών Σταθμών Περιφέρειας). Πολλοί μικροί δημοσιογραφικοί οργανισμοί της περιφέρειας με χαμηλό κεφάλαιο αναγκάστηκαν να κλείσουν, εφημερίδες σταμάτησαν την ημερήσια κυκλοφορία και κυκλοφορεί μόνο το Κυριακάτικο φύλλο, άλλες έκλεισαν και διατήρησαν μόνο το ηλεκτρονικό site. Ραδιόφωνα απέλυσαν το λιγοστό προσωπικό που είχαν και λειτουργούν μόνο με playlist. Όσο περνούν τα χρόνια οι συνέπειες της πανδημίας γίνονται όλο και πιο ορατές κυρίως στην περιφέρεια. Έχουν ήδη ξεκινήσει οι διαρθρωτικές αλλαγές στη βιομηχανία των ΜΜΕ και η ψηφιακή μετάβαση φαίνεται να επιταχύνεται. (www.liberal.gr).

2.2.4 Ο Τύπος Στην Περιφέρεια Σήμερα

Η μεταπολεμική ανάπτυξη παγκοσμίως οδήγησε με τη σειρά της στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας, αν και τις πρώτες δεκαετίες υπήρχε έντονα το στοιχείο του συγκεντρωτισμού, ωστόσο έφερε τεράστιες αλλαγές στη σχέση κέντρου-περιφέρειας. Αυτό βοήθησε στην αναβάθμιση των τοπικών Μ.Μ.Ε.

Ο τύπος της περιφέρειας αναβαθμίζεται προς τα τέλη της δεκαετίας του '80. Οι τοπικές εφημερίδες παρουσιάζουν εκτεταμένη τοπική ειδησεογραφία και τυγχάνουν μεγάλης αναγνωσιμότητας σε βαθμό διείσδυσης στην τοπική κοινωνία. (Σκαμνάκης, 2002). Το 2013 η εταιρεία Focus Bari, ιδιαίτερα δημοφιλής για τις έρευνες-δημοσκοπήσεις της στα Μ.Μ.Ε της περιφέρειας, σε έρευνα που διενήργησε, η αναγνωσιμότητα των εφημερίδων της περιφέρειας γενικά ήταν 33% μέσω τύχους και 53% εκτενής. (Focus Bari, 2014).

Η πραγματικότητα στο χώρο του Τύπου σήμερα, έχει άμεση συνάρτηση με τα όσα διαδραματίστηκαν σε οικονομικό - κοινωνικό επίπεδο στη χώρα, την τελευταία δεκαετία τουλάχιστον. Οι διεθνείς ειδήμονες επιμένουν πάντως, ότι το «χαρτί» θα αντέξει 10 -15 χρόνια και πως ειδικά οι εφημερίδες που κρατούν υψηλά standards θα επιβιώσουν και μετά, την ψηφιακή τους μεταμόρφωση. Το διαδίκτυο δημιούργησε ένα ανταγωνιστικό κλίμα ανάμεσα στην παραδοσιακή ενημέρωση και την ηλεκτρονική ενημέρωση. Τα τελευταία χρόνια υπάρχει ραγδαία αύξηση των ιστοσελίδων με ενημερωτικό περιεχόμενο

και η τηλεόραση και οι εφημερίδες άρχισαν να χάνουν τη δύναμη που είχα μέχρι εκείνη τη στιγμή και να λαμβάνουν τη δύναμη αυτή τα ηλεκτρονικά site.(Σμυρναίος 2018). Η πτωτική πορεία των εφημερίδων συνεχίζεται σταθερά τα τελευταία χρόνια, αποκορύφωμα η αρχή της οικονομικής κρίσης 2008-2009. Οι αναγνώστες εγκαταλείπουν το χαρτί και προσελκύονται από τις ηλεκτρονικές εκδόσεις των εφημερίδων, επομένως χάνεται και το ενδιαφέρον των διαφημιστών για την έντυπη έκδοση. Το άρθρο του Αλέξη Παπαχελά σχετικά με την κρίση του έντυπου τύπου στην εφημερίδα «καθημερινή» αναφέρει ότι οι εφημερίδες παγκοσμίως περνούν ίσως την μεγαλύτερη κρίση αυτή τη στιγμή. Οι έντυπες εκδόσεις συρρικνώνονται με ταχύτατους ρυθμούς, ιστορικές εφημερίδες κλείνουν και κανείς δεν μπορεί να προβλέψει για πόσα χρόνια ακόμη θα αντέξει το χαρτί. Πολλές διεθνείς εφημερίδες προσπαθούν να βρουν τρόπους να ισορροπήσουν ανάμεσα στην έντυπη και στην ηλεκτρονική έκδοση. Στην Ελλάδα η κρίση είναι εξίσου μεγάλη. Η συνήθεια της αγοράς τριών ή τεσσάρων εφημερίδων έχει εξαλειφθεί. Οι κυκλοφορίες έχουν μειωθεί δραματικά όπως επίσης και τα διαφημιστικά έσοδα. Ο κλάδος δεν είχε ικανή ηγεσία ώστε να μπορέσει να αντιμετωπίσει την επερχόμενη καταιγίδα, παρότι τα πρώτα σημάδια ήταν ορατά. Εγκλωβίστηκε σε έναν νεοπλουτίστικο κύκλο προσφορών και πολλών ένθετων που συνόδευαν το προϊόν νοθεύοντάς το αφού πολλοί αγόραζαν το φύλλο με βάση την προσφορά και το ένθετο και όχι το περιεχόμενο της εφημερίδας. Το αναγνωστικό κοινό μετατοπίστηκε σιγά σιγά στο διαδίκτυο κυρίως την περίοδο της κρίσης και οι εφημερίδες άρχισαν τη δική τους μάχη επιβίωσης. Ο Bill Grueskin κοσμήτορας στο πανεπιστήμιο της Columbia στη σχολή μεταπτυχιακών σπουδών της δημοσιογραφίας πιστεύει ότι οι εφημερίδες φέρουν μεγάλη ευθύνη για την κατάσταση στην οποία έχουν περιέλθει σήμερα. Και το τεκμηριώνει λέγοντας ότι, όταν το διαδίκτυο ήταν στα πρώτα του βήματα πολλές εφημερίδες αποφάσισαν ότι έπρεπε να διανείμουν τα φύλλα τους online χωρίς να χρειάζεται οι αναγνώστες να πληρώνουν συνδρομή. «Τώρα που οι εκδότες αισθάνονται την ανάγκη να χρεώσουν, οι καταναλωτές είναι απρόθυμοι να πληρώσουν», είπε στην ομιλία του στο Αμερικάνικο κολλέγιο στην Αθήνα.(Bill Grueskin 2013). Όταν έγινε η πρόταση για δωρεάν άρθρα των εφημερίδων στο διαδίκτυο οι εκδότες πίστευαν ότι θα κέρδιζαν από τις διαφημίσεις, καθώς το διαδίκτυο θα αποτελούσε νέα πηγή εσόδων, όμως με το πέρασμα του χρόνου αποδείχθηκε ότι περισσότερες ήταν οι ζημιές και λιγότερα τα έσοδα, τόσο οι συνδρομές όσο και οι διαφημίσεις στα έντυπα μέσα μειώθηκαν αισθητά. (Downie & Schudson 2009).

Η πτώση των εφημερίδων κυρίως της περιφέρειας ξεκινά λίγο μετά την οικονομική κρίση του 2010. Μειώθηκαν οι διαφημίσεις, μειώθηκαν οι μισθοί, μειώθηκε το προσωπικό επομένως μειώθηκαν και τα φύλλα που εκδίδονταν. Κάποιες από αυτές δεν άντεξαν και έκλεισαν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η εφημερίδα «Αυγή» του Πύργου της Οικογένειας Καπογιάννη Α. Το πρώτο φύλλο της εφημερίδας είχε εκδοθεί στις 18 Ιουνίου 1945, είχε δικό της τυπογραφείο και στεγαζόταν σε ένα από τα ωραιότερα νεοκλασικά κτήρια του Πύργου. Σήμερα η εφημερίδα δεν εκδίδεται, συμβαδίζοντας όμως με την εποχή διατηρεί site (<https://avgipyrgou.gr/>) (εικ.4) και διατηρεί και σελίδα στο Facebook.



Εικ.7 Εφημερίδα Η Αυγή

Όμως ο τύπος της περιφέρειας έχει συναντήσει το τελευταίο διάστημα μετά την κρίση και άλλα εμπόδια που έχουν να κάνουν με την κρατική επιχορήγηση και τα κονδύλια τα οποία απορροφούνται κυρίως από τον εθνικό τύπο και γενικότερα τα Μ.Μ.Ε με αποτέλεσμα ο περιφερειακό τύπος να μένει εκτός, και μάλιστα πολλές φορές αυτό γίνεται με σκανδαλώδεις και αδιαφανείς τρόπους. Αν διανεμόνταν ορθά τα κονδύλια τότε ο τύπος της επαρχίας θα μπορούσε να επενδύσει στις νέες τεχνολογίες που απαιτεί η εποχή, θα απορροφούσε προσωπικό και πολλές εφημερίδες δεν θα έκλειναν. (Δρούλια 2002).

Στην ετήσια τακτική Γενική Συνέλευση Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερήσιων Επαρχιακών Εφημερίδων που είχε γίνει στην Αθήνα το Νοέμβριο του 2014 επί Κυβέρνησης Σαμαρά και έλαβαν μέρος εκπρόσωποι όλων των κομμάτων, δόθηκε το μήνυμα από όλους να διασφαλιστεί περισσότερο ο τύπος της περιφέρειας και να εφαρμοστεί με διαφάνεια ο νόμος διανομής κονδυλίων. Το 2016 άλλαξε η τιμολόγηση των διακηρύξεων και προκηρύξεων του δημοσίου στον περιφερειακό τύπο με αποτέλεσμα την απώλεια εσόδων. Και παρόλο που υπήρξαν αντιδράσεις το 2018 έρχεται και άλλο χτύπημα του περιφερειακού τύπου από την Κυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ όπου επικυρώνει την μνημονιακή υποχρέωση κατάργησης των κρατικών δημοσιεύσεων από τις περιφερειακές εφημερίδες.

Πολλές εφημερίδες της περιφέρειας έκλεισαν, αρκετές όμως παρέμειναν, εξελίχθηκαν και μάλιστα υπερέχουν εκείνων πανελλαδικής κυκλοφορίας, όπως προκύπτει από αρκετές έρευνες της εταιρίας Focus Bari που αφορούν τον τοπικό τύπο. Γιατί ο περιφερειακός

τύπος αποτελεί διαχρονικά μέσο ανάδειξης των τοπικών προβλημάτων και μοχλό πίεσης προς την κεντρική εξουσία, αυτός ο ρόλος τις καταξίωσε στην συνείδηση των πολιτών.

Με την επικράτηση της ψηφιακής κουλτούρας ξεκίνησε και η μετάβαση του περιφερειακού τύπου στο διαδίκτυο με πολύ αργά βήματα σε σχέση με τις εφημερίδες του κέντρου. Κάθε εφημερίδα δημιούργησε το δικό της Site που λειτουργεί συμπληρωματικά με την έντυπη έκδοση, κάποιες βέβαια εκδόσεις όπως ήδη αναφέραμε σταμάτησαν την κυκλοφορία και λειτουργούν μόνο μέσω διαδικτύου με δική τους ιστοσελίδα καθώς και σελίδα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κυρίως στο Facebook, με πολύ μικρότερο οικονομικό κόστος. Ένα από τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι ηλεκτρονικές εφημερίδες είναι η μεγαλύτερη προσβασιμότητα, αναζήτηση και διαχείριση ενός μεγάλου όγκου πληροφοριών. Η ιστοσελίδα εμπλουτίζεται και από άλλα στοιχεία όπως υπερσυνδέσμους, πολυμέσα κλπ. ένα σημαντικό πλεονέκτημα όσον αφορά τη μετάβαση του τύπου στο διαδίκτυο είναι η διαχείριση του χώρου του χρόνου, αλλά και οι περιορισμοί είναι λιγότεροι σε σχέση με την έντυπη έκδοση. Ο δημοσιογράφος μπορεί να επεκτείνει το άρθρο του, να το εμπλουτίσει με περισσότερες εικόνες και βίντεο ώστε να τονίσει τη σημαντικότητά του. (Boczowski 2004). Επομένως ένα έντυπο στη διαδικτυακή του μορφή γίνεται πιο δημοφιλές και προσελκύει μεγαλύτερο αριθμό αναγνωστών. Έτσι ο περιφερειακός τύπος παραμένει ζωντανό κύτταρο των τοπικών κοινωνιών και η ενημέρωση των πολιτών για τα θέματα που τους αφορούν δεν σταματά. Βέβαια ο τύπος της περιφέρειας δεν έχει το σύνολο των δημοσιογράφων και των ρεπόρτερ που διαθέτουν οι μεγάλες εκδόσεις του κέντρου, οπότε η μετάβαση στην ψηφιακή εποχή σε πολλές περιπτώσεις είναι χρονοβόρα και δύσκολη.

Στο ερώτημα που παραμένει, εάν το διαδίκτυο αποτελεί απειλή για την βιωσιμότητα των εντύπων ο κάθε αρμόδιος δίνει τη δική του απάντηση. Ο π. Πρόεδρος του Συνδέσμου Ημερήσιων Περιφερειακών Εφημερίδων κ. Ε. Αθανασίου είπε: *« Το διαδίκτυο δεν είναι απειλή για τις εφημερίδες, όταν οι ίδιες οι εφημερίδες συμμετέχουν στο διαδίκτυο. Είναι απειλή για κάποιον ο οποίος δεν συμμετέχει στο διαδίκτυο. Όταν συμμετέχεις πας με τους κανόνες».*

2.2.5 Η Τηλεόραση

Η ψηφιακή μετάβαση ως ιδέα τουλάχιστον σε εργαστηριακό επίπεδο ξεκινά το 1970 με την μετατροπή της εικόνας σε ψηφιακό διαδικό σήμα. Παγκοσμίως όμως η οργανωμένη προσπάθεια ξεκίνησε τέλος της δεκαετίας του 1980. (Galperin, 2002). Αν και η ιδέα στην αρχή ήταν να υιοθετηθούν ομοιογενή συστήματα τα οποία θα έσβηναν τις ασυμβατότητες ανάμεσα στις χώρες, κάποιες αποφάσισαν να υιοθετήσουν διαφορετικά από άλλες χώρες συστήματα (Feng, Lau, Atkin & Lin, 2009). Πάραυτα όμως η ψηφιακή τηλεόραση θεωρείται ένα μεγάλο επίτευγμα, όπου συναντώνται οι τηλεπικοινωνίες, η ψηφιακή επεξεργασία σήματος, τα πολυμέσα και τώρα πια τα δίκτυα δεδομένων (Παπαδάκης, 2015). Το 2006 οι περισσότερες χώρες μέλη της Διεθνούς Τηλεπικοινωνιακής Ένωσης του ΟΗΕ υπέγραψαν στη Γενεύη τη σύμβαση RRC-2006 που στην ουσία η σύμβαση αυτή ήταν το χρονοδιάγραμμα της ψηφιακής μετάβασης των τηλεοπτικών καναλιών (International Telecommunication Union, 2006). Παρόλα αυτά όμως ακόμη και σήμερα υπάρχουν χώρες όπως η Ινδία, η Αιθιοπία και η Χιλή που δεν έχουν ολοκληρώσει αυτή τη μετάβαση.

Στην Ελλάδα η ψηφιακή εποχή ξεκινά από το ΤΕΙ Κρήτης το 2001, όμως το αναλογικό σήμα έπαψε να εκπέμπει τον Φεβρουάριο του 2015, όταν η Digea έκανε τις ανακοινώσεις για την επίγεια ψηφιακή των ιδιωτικών καναλιών. Για τους κρατικούς σταθμούς την υλοποίηση της μετάβασης είχε αναλάβει η ΕΡΤ. Η ψηφιακή τηλεόραση αύξησε από τη μια το εύρος συχνοτήτων και κατέστησε το τηλεοπτικό προϊόν λειτουργικό και πιο ευέλικτο για χρήση μέσω του διαδικτύου. Με λίγα λόγια ανέπτυξε τη συνεργασία ανάμεσα στις διαφορετικές συσκευές και διευκόλυνε τη μετάδοση του τηλεοπτικού σήματος με πολλαπλούς τρόπους και διάφορα μέσα εκτός της τηλεοπτικής συσκευής (έξυπνες τηλεφωνικές συσκευές, ταμπλέτες, ηλεκτρονικούς υπολογιστές), με αποτέλεσμα νέους τρόπους παρακολούθησης των τηλεοπτικών προγραμμάτων αλλάζοντας τα ήθη των τηλεθεατών. Σημαντικό να αναφέρουμε ότι η ψηφιακή μετάβαση έκανε επιτακτική την ανάγκη επανεκπαίδευσης των χρηστών της τηλεόρασης στην χρήση των νέων «έξυπνων» τηλεοράσεων και οδήγησε και στην κατάργηση των εντύπων τηλεοπτικών προγραμμάτων αφού η πληροφόρηση πραγματοποιείται πλέον ψηφιακά. Αυτή η αλλαγή δυσaráεστησε το μεγαλύτερο σε ηλικία κοινό το οποίο δεν ήταν εξοικειωμένο με τις νέες τεχνολογίες, ή εξοικειωνόταν πιο αργά. (Galperin, 2002). Σήμερα η ψηφιακή εποχή συνδυάζει

τηλεόραση, διαδίκτυο και οι «Έξυπνες» τηλεοράσεις επιτρέπουν παράλληλη θέαση καναλιών και προγραμμάτων.

Η απόφαση δημιουργίας τοπικών τηλεοπτικών σταθμών σχεδόν ταυτόχρονα με την γέννηση της ιδιωτικής τηλεόρασης είναι πολύ σημαντική και παίζει καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη της εκάστοτε τοπικής κοινωνίας. Τα κανάλια αυτά, όπως και τα άλλα τοπικά Μέσα ενημέρωσης, -αλλά η εικόνα έχει μεγαλύτερη δύναμη- ασχολούνται με την τοπική ειδησεογραφία, με θέματα αγροτικού ρεπορτάζ, με την τοπική οικονομία, τον πολιτισμό και διάφορα άλλα δρώμενα του τόπου.

Η περιφερειακή τηλεόραση στα 35 σχεδόν χρόνια λειτουργίας της τυγχάνει αποδοχής μεγάλης μερίδας κοινού με σχεδόν 50 κανάλια, αλλά η ανάπτυξή της εξακολουθεί μέχρι και σήμερα συναντά πολλά εμπόδια. Ένα από αυτά είναι και η άνιση κατανομή της κρατικής διαφήμισης. Πολλοί σταθμοί για να χαμηλώσουν το κόστος εκπέμπουν χαμηλώνοντας τα bitrate του σήματός τους με αποτέλεσμα την κακή του ποιότητα στον δέκτη, μειώνουν και το κόστος προγράμματος με αποτέλεσμα την χαμηλή ποιότητα και αισθητική. Στην Ελλάδα ο αριθμός των καναλιών μειώθηκε πολύ κατά την ψηφιακή μετάβαση, ίσως είναι η μόνη χώρα στην Ευρώπη που συνέβη αυτό. Επίσης όλα τα τοπικά κανάλια της επαρχίας μετονομάστηκαν υποχρεωτικά σε περιφερειακά, δίχως όμως να δοθούν τηλεοπτικές άδειες σε όλα, όλα όμως έπρεπε να πληρώνουν αντίτιμο στην Digea για την τηλεοπτική κάλυψη της περιφέρειας στην οποία ανήκουν, άλλος ένας λόγος για να κλείσουν πολλά από αυτά.

Και παρόλο που η περιφέρεια λειτουργεί με άνισους όρους σε σχέση με τα κεντρικά κανάλια, σίγουρα σήμερα η ελληνική περιφέρεια έχει αναβαθμιστεί πολύ από τότε που ξεκίνησε τη λειτουργία της η περιφερειακή τηλεόραση και όλα τα περιφερειακά Μ.Μ.Ε. Παρότι η περιφερειακή τηλεόραση έχει κατακτήσει την αποδοχή μεγάλης μερίδας κοινού, τα 30 και πλέον χρόνια λειτουργίας της, με ενεργά περίπου 50 κανάλια και 100αδες εργαζόμενους, η ανάπτυξή της συνάντησε και συναντά πολλά εμπόδια, μεταξύ άλλων και σε σχέση με το ποσοστό κατανομής της κρατικής διαφήμισης. Ακόμη κι έτσι όμως, λειτουργώντας όχι επί ίσοις όροις με τα κεντρικά κανάλια, οι περισσότεροι θα συμφωνήσουν πως σε γενικές γραμμές, η εικόνα που υπάρχει σήμερα στην ελληνική περιφέρεια δεν θα ήταν η ίδια, αν δεν υπήρχε η περιφερειακή τηλεόραση, όπως επίσης και τα υπόλοιπα περιφερειακά ΜΜΕ.

Η τηλεόραση πλέον έχει προσαρμοστεί στη νέα εποχή, πολλά από τα περιφερειακά κανάλια έχουν μετατρέψει το πρόγραμμα σε ψηφιακό έχουν εξοπλιστεί με κάμερες τελευταίας τεχνολογίας, drones και δεν έχουν τίποτα να ζηλέψουν από τα εθνικά κανάλια. Έχουν περάσει και αυτά στην εποχή των «τεσσάρων οθονών» αλλά και όλων αυτών των επιλογών που προσφέρουν τα νέα δίκτυα ροής προγραμμάτων της σύγχρονης τηλεόρασης μέσω των ψηφιακών δεκτών όπως η smart tv, το smartphone κλπ.

Στο μέλλον -χωρίς να μπορούμε να το πούμε με σιγουριά- δείχνουν ευοίωνες οι ενδείξεις για την περιφερειακή τηλεόραση. Το κοινό δείχνει να ενδιαφέρεται όλο και περισσότερο να ενημερωθεί από τα τοπικά κανάλια της περιοχής του πρώτα για τα γεγονότα που συμβαίνουν γύρω του και ύστερα για τα εθνικά θέματα, γιατί ο κόσμος δεν θα πάψε ποτέ να ενδιαφέρεται για την τοπική ειδησεογραφία και για το τι συμβαίνει στη γειτονιά του.

2.2.6 Το Ραδιόφωνο Στην Περιφέρεια

Το ραδιόφωνο ως μέσο εκπομπής ηχοκυμάτων είναι το λαμπρό παράδειγμα συνάρθρωσης των συμβατικών με τα νέα μέσα. Ακόμη και σήμερα που η ψηφιοποίηση του μέσου είναι πλέον πραγματικότητα το ραδιόφωνο εξακολουθεί να κατέχει τον τίτλο του «Ρομαντικού Τυφλού» (Κρισέλ 1991) και του «Αόρατου» Μέσου (Levis Booth 1989). Και του δόθηκαν οι όροι αυτοί επειδή ακριβώς απουσίαζε από το ραδιόφωνο η εικόνα και το κείμενο, ενώ υπήρχε η δυνατότητα ‘οπτικοποίησης’ των μηνυμάτων μέσω της φαντασίας. Ωστόσο η ψηφιοποίηση του ήχου έφερε το ραδιόφωνο στο διαδίκτυο, πλέον δεν έχουμε μόνο ήχο αλλά και εικόνα.

Έχουμε μπει σε μια περίοδο όπου με την σύγκλιση πολλών και διαφορετικών Μέσων μπορεί κάποιος από την οθόνη ενός υπολογιστή όχι μόνο να ακούει μια εκπομπή αλλά και να βλέπει τους εκφωνητές της σε πραγματικό χρόνο. (Γαζή Αγγελική 2001). Ενδιαφέρον έχει η άποψη του Walter Benjamin (2014) που αναφέρει πως η σχέση κοινού και ραδιοφώνου έχει περάσει και αυτή στη περίοδο της εξέλιξης, η επιστημονική κοινότητα το χαρακτηρίζει ως «Ιστορία Της Απόστασης», δηλαδή η απόσταση μεταξύ ραδιοφωνικού παραγωγού και κοινού έχει μειωθεί. Το κοινό σήμερα έχει τη δυνατότητα μέσω ψηφιακών εφαρμογών και με τη χρήση της πλατφόρμας του Facebook να συμμετέχει στην παραγωγή ραδιοφωνικών εκπομπών, επομένως αλλάζει και ο ρόλος του ραδιοφωνικού παραγωγού ο

οποίος αναλαμβάνει έναν ρόλο κυρίως παρατηρητή και συντονιστή. Επίσης δυναμώνει και η σχέση οικειότητας που αναπτύσσεται μεταξύ των δύο καθώς και η ανταλλαγή συναισθημάτων με την άμεση πρόσβαση του κοινού στην εκπομπή, σε σχέση με το παρελθόν που η επικοινωνία γινόταν μέσω επιστολών ή αργότερα μέσω τηλεφώνου. Αυτή η σχέση που αναπτύσσεται μπορεί να αποβεί επικίνδυνη και να αλλοιώσει τον ρόλο που καλείται να επιτελεί το ραδιόφωνο. Αν όμως ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα η σχέση αυτή μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα ευεργετική και αποδοτική αφού « ο Ακροατής Είναι Το Περιεχόμενο Της Ραδιοφωνικής Εκπομπής». (Walter Benjamin 2014). Από έρευνες της επιστημονικής κοινότητας, η μεγαλύτερη επίδραση του κοινού στο ραδιόφωνο μέχρι σήμερα έγινε το 2004, όταν δημιουργήθηκε και διατέθηκε στο κοινό το κοινωνικό δίκτυο facebook. (Boyd & Elison 2007). Το σημερινό ραδιόφωνο δεν έχει ακροατήριο, έχει κοινό το οποίο είναι θαυμαστής, ακόλουθος ή διαδικτυακός φίλος των διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων.

Το διαδικτυακό ραδιόφωνο (e-Radio) εμφανίζεται για πρώτη φορά το 1993 στις ΗΠΑ με πρωτοπόρο τον Καρλ Μάλαμουντ. Το πιο γνωστό όμως στην ιστορία του ραδιοφώνου διαδικτυακό ραδιόφωνο είναι το NetRadio.com που ξεκίνησε το 1995 στην Αμερική. Από το 2000 και μετά όμως άρχισε να διαδίδεται παγκοσμίως. Στην Ελλάδα σήμερα σχεδόν όλοι οι ραδιοφωνικοί σταθμοί κρατικοί ή μη ‘εκπέμπουν’ διαδικτυακά. (Χατζηλαζάρου 2010).

Το τοπικό ραδιόφωνο ήταν μέχρι πρότινος η πιο διαδεδομένη μορφή ενημέρωσης. Φθινό μέσο, εύκολα προσβάσιμο και καλύπτει μεγάλες γεωγραφικές εκτάσεις υπερνικώντας το πρόβλημα του αναλφαριθμητισμού. Ενημερώνει, εκπαιδεύει, διασκεδάζει.

Σήμερα τα περισσότερα ραδιόφωνα της διατηρούν ακόμη τη συχνότητά τους στα ερτζιανά. Όσα τουλάχιστον έχουν επιβιώσει από την κρίση η οποία μείωσε δραματικά τα έσοδα από τις διαφημίσεις με αποτέλεσμα οι ιδιωτικοί ραδιοσταθμοί της Επαρχίας να μην μπορούν να ανταπεξέλθουν τα λειτουργικά τους έξοδα. Επίσης έχει πληγεί το κομμάτι της ενημέρωσης και της δημοσιογραφίας. Η ενημέρωση και η παρουσίαση κάποιου σημαντικού γεγονότος δεν απαιτούν πια την παρουσία δημοσιογράφου, γίνεται αναμετάδοση από κάποιον άλλον σταθμό εθνικής εμβέλειας. Οι παραγωγοί επίσης σε πολλούς ιδιωτικούς σταθμούς της περιφέρειας έχουν χάσει τη δουλειά τους λόγω των Playlist. Ακόμη και στις περιπτώσεις που υπάρχει εκπομπή παρουσία δημοσιογράφου ή παραγωγού πρέπει οι ίδιοι να έχουν βρει χορηγό διαφημιζόμενο για να μπορέσουν να

πληρωθούν. Αυτό το κλίμα που δημιουργήθηκε μετά το 2000 και κυρίως στην περίοδο της κρίσης απώθησε τους δημοσιογράφους στο να εργαστούν σε ένα ραδιοφωνικό σταθμό.

Όσα Ραδιόφωνα απέμειναν με το λιγοστό προσωπικό που διαθέτουν και με την απαιτούμενη τεχνολογική αναβάθμιση η οποία μάλιστα έχει χαμηλό κόστος εκπέμπουν και διαδικτυακά και τους δίνεται έτσι η δυνατότητα να ακούγονται σε όλη την Ελλάδα και όχι μόνο. Διατηρούν τον τοπικό τους χαρακτήρα, αναβαθμίζουν όμως το πρόγραμμά τους και με μουσικές εκπομπές αλλά και με ενημερωτικές εκπομπές που αφορούν θέματα της νεολαίας απευθυνόμενοι σε πιο μικρές ηλικίες, αφού μπορούν να ακούγονται παντού και από οποιαδήποτε συσκευή.

Το διαδικτυακό ραδιόφωνο χωρίζεται σε δύο κατηγορίες. Πρόκειται για το streaming radio δηλαδή το ραδιόφωνο ζωντανής ροής και το podcasting που είναι μια προμαγνητοφωνημένη ραδιοφωνική εκπομπή την οποία μπορεί κάποιος να την «κατεβάσει» στον υπολογιστή του και να γίνει διαθέσιμη ανά πάσα στιγμή, μάλιστα μπορεί να παύει και να συνεχιστεί από τον χρήστη όσε φορές θέλει. Στα ραδιόφωνα ροής η θεματολογία είναι ίδια με τα συμβατά ραδιόφωνα αφού οι περισσότεροι σταθμοί μεταδίδουν παράλληλα και διαδικτυακά το πρόγραμμά τους ή ακόμη και αν πολλοί από αυτούς έχουν διακόψει τη συχνότητα των ερτζιανών και εκπέμπουν μόνο διαδικτυακά το πρόγραμμά τους έχει ειδήσεις, εκπομπές ενημερωτικού και ψυχαγωγικού περιεχομένου. Αντίθετα ένα podcast περιέχει εξιδεικευμένη θεματολογία και το περιεχόμενο είναι κυρίως ψυχαγωγικό.

Σήμερα το ραδιόφωνο έχει ένα δημόσιο προφίλ προσβάσιμο σε όλους λόγω της διαδικτυακής πλατφόρμας που εκπέμπει. Ενημερώνει το κοινό διατηρώντας ταυτόχρονα έναν ζωντανό διάλογο μαζί του. Το ακροατήριο δεν αποτελεί πια απλά ένα ποσοστό ακροαματικότητας, έχει πρόσωπο, εικόνα και φωνή. Αν και το διαδικτυακό ραδιόφωνο σήμερα έχει αποκτήσει μεγάλο κοινό, το συμβατικό εξακολουθεί να διατηρεί τον χαρακτήρα του και να διατηρεί το κοινό του.

2.2.6.1 Το Ραδιόφωνο ως μέσο κοινωνικοποίησης του Σύγχρονου Ανθρώπου

Ο ρόλος του ραδιοφώνου σήμερα είναι να δημιουργήσει μια νέας μορφής κοινωνικότητα και κατ' επέκταση κοινωνικοποίηση των ανθρώπων. Τα προβλήματα του σύγχρονου ανθρώπου είναι η απομόνωση, η μοναξιά απόρροια της αστικοποίησης και των γρήγορων

ρυθμών της ζωής. Επίσης ο σύγχρονος άνθρωπος με την πληθώρα ενημερωτικών μέσων νοιώθει εγκλωβισμένος σε ένα τεράστιο αδιέξοδο και αυτό διότι δεν είναι εκπαιδευμένος στον καταγισμό πληροφοριών που δέχεται καθημερινά για να μπορεί να τις διαχειριστεί. Όπως δεν μπορεί να διαχειριστεί και τις διαπροσωπικές του σχέσεις νοιώθοντας ανήμπορος. Το ραδιόφωνο σήμερα έχει τη δυνατότητα να ενισχύσει τις διαπροσωπικές σχέσεις του σύγχρονου ανθρώπου. Και αυτό γιατί σήμερα το κοινωνικό και φιλικό περιβάλλον εστιάζεται στο διαδίκτυο. Αυτό το περιβάλλον μπορεί να συνδεθεί μέσα από μια ραδιοφωνική εκπομπή με τους ακροατές να αποκτούν στενότερη σχέση μεταξύ τους να εκφράζονται και να επικοινωνούν. Μπορεί λοιπόν το ραδιόφωνο να αποτελέσει ένα κοινό σημείο αναφοράς.

Σε άρθρο της η δημοσιογράφος Σοφία Χρήστου που σχετίζεται με το ραδιόφωνο ως μέσο αλληλεπίδρασης στην εποχή των Social Network, αναφέρει ότι : «Ερευνητές έχουν τονίσει τη σημασία του διαδικτύου για τον σχηματισμό των ασθενών δεσμών οι οποίοι αποτελούν το θεμέλιο της γεφύρωσης του κοινωνικού κεφαλαίου (Putman 2000)» και διαπιστώνει ότι μέσω του διαδικτυακού ραδιοφώνου την συναισθηματική υποστήριξη του ακροατή μέσω του δικτύου των συν-ακροατών του. Παρατηρεί ότι το Facebook επιτρέπει στους πολίτες να διατηρήσουν ένα μεγάλο σύνολο των ασθενών δεσμών , να μειωθούν τα εμπόδια στην αρχική αλληλεπίδραση, να διευκολύνουν την αναζήτηση πληροφοριών από το κοινωνικό δίκτυο και όλα αυτά να τα παρέχουν σε άλλους. Για τους ραδιοφωνικούς παραγωγούς αυτό το δίκτυο διαδικτυακών φίλων είναι πολύ σημαντικό για το μέλλον τους, παρόλο που δεν προμηνύει καμιά οικονομική αξία, δημιουργεί όμως φήμη. Ο παραγωγός στην ψηφιακή εποχή έχει μετατραπεί σε επιμελητή, επιλέγει το υλικό από την πληθώρα πληροφοριών, από τις μικρές κοινότητες το μεταφέρει σε κοινό μεγαλύτερο και το μετατρέπει έτσι σε μαζική κουλτούρα. (Χρήστου 2016) Είμαστε πια αντιμέτωποι με έναν νέο τρόπο δημιουργίας πολιτισμού και μαζικής κουλτούρας.

2.2.7 Το Διαδίκτυο

Το διαδίκτυο αποτελεί το νέο μέσο επικοινωνίας και μάλιστα με πολλά πλεονεκτήματα. Η ψηφιακή επανάσταση συνέβαλε στην εξέλιξη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης φέρνοντας ταυτόχρονα μαζί της πολλές προκλήσεις.

Το βασικό μέσο ειδησεογραφίας τα τελευταία χρόνια είναι το διαδίκτυο και δεν αφορά μόνο τις μικρές ηλικίες όπως νομίζαμε μέχρι τώρα αλλά όλο το φάσμα ηλικιών. Τα smartphone πλέον μπορούν να εκπαιδεύσουν ακόμη και αυτόν που αρνείται να μάθει, να γνωρίσει το καινούριο. Το κοινό ενημερώνεται καθημερινά από τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρά από τα παραδοσιακά Μέσα και όσο το ενδιαφέρον του κοινού αυξάνεται για αυτόν τον τρόπο ενημέρωσης, τόσο και οι δημοσιογράφοι στρέφονται στο διαδίκτυο ανακαλύπτοντας ταυτόχρονα τις δυνατότητές του, αλλά και για να αντιμετωπίσουν την κρίση στα παραδοσιακά Μέσα. Τα παραδοσιακά Μέσα σήμερα βρίσκονται σε δυσμενή κατάσταση και αντιμετωπίζουν περιβλήματα βιωσιμότητας (Βεγλής – Σπυρίδου 2008) και πολύ περισσότερο τα Μ.Μ.Ε της περιφέρειας όπου τα κονδύλια που προσφέρονται είναι περιορισμένα. Κυρίως η αναγνωσιμότητα του τύπου σε φύλλο έχει περιοριστεί κατά πολύ. Περιορίζονται στους τοπικούς opinionmakers (αρχηγοί οικογενειών, εκπρόσωποι φορέων, υπεύθυνοι επιχειρήσεων κλπ.). Οι εφημερίδες προσπαθούν να δημιουργήσουν αξιόπιστες ιστοσελίδες που να προσελκύουν το ενδιαφέρον του κοινού αλλά και της τοπικής αγοράς προκειμένου να φιλοξενήσουν τις διαφημίσεις τους. Τα ραδιόφωνα με τη σειρά τους κάνουν το ίδιο ή μπαίνουν σε πλατφόρμες e-radio κλπ. Οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί έχουν δημοσιογράφους οι οποίοι εργάζονται αποκλειστικά για τις online εκδόσεις και είναι ανά πάσα στιγμή σε ετοιμότητα να καλύψουν ένα θέμα σε πραγματικό χρόνο.

Παρόλα αυτά όμως εξακολουθεί μια ικανή μερίδα του κοινού στην περιφέρεια να διαβάζει εφημερίδα, και να χρησιμοποιηθεί τη ραδιοφωνική συχνότητα για να ενημερωθεί και να ψυχαγωγηθεί, γιατί τα μέσα αυτά αποτελούσαν και αποτελούν σημεία αναφοράς και παράγοντες συνοχής για τις τοπικές κοινωνίες. Τα περιφερειακά Μέσα ενημέρωσης ήταν πάντα το μέσο για την ανάδειξη των τοπικών προβλημάτων αλλά και μοχλός πίεσης προς τα κέντρα εξουσίας για την επίλυσή τους. Αυτός τους ο ρόλος τα καταξίωσε στις συνειδήσεις των πολιτών. Επίσης τα περιφερειακά μέσα καλύπτουν όλο το φάσμα της τοπικής επικαιρότητας λεπτομερώς. Αυτό δεν μπορεί να το κάνει άλλο μέσο. Υπάρχει πλουραλισμός, δυνατότητα πρόσβασης δημοσιοποίησης όλων των φορέων, ενισχύοντας τη Δημοκρατία και τη διαφάνεια. (Μποκώρος Χ.)

2.2.8 Βιβλιογραφική Επισκόπηση

Πρόκειται για μια ερευνητική εργασία που διενεργείται και που αξιοποιεί επιστημονικές μελέτες ή έρευνες και είναι πολύ σημαντική για την εξέταση του αντικειμένου. Για τη συγκεκριμένη εργασία η βιβλιογραφική ανασκόπηση στηρίχτηκε στην μελέτη ενός Μέσου μαζικής επικοινωνίας, του ραδιοφώνου. Θα αναφερθούμε στα γεγονότα που σχετίζονται με την εφεύρεσή του, καθώς και τις κοινωνικές συνθήκες που επικράτησαν εκείνη την εποχή.

Στη βιβλιογραφία δεν υπάρχει ακριβής ημερομηνία εφεύρεσης του ραδιοφώνου και αυτό έχει την εξήγησή του. Οφείλεται στις διαφορετικές τεχνολογίες που χρησιμοποιούν τη μετάδοση ηλεκτρομαγνητικής ακτινοβολίας και στην αδυναμία να υπάρχει η μεταξύ τους διάκριση. Για να εξεταστούν τα πρώτα βήματα ζωής του ραδιοφώνου πρέπει να καταγραφούν όλες οι ανακαλύψεις και εφευρέσεις που προηγήθηκαν. Τρία ήταν τα στάδια που συντέλεσαν στην εφεύρεση του ραδιοφώνου, η ερασιτεχνική παρατήρηση της ηλεκτρομαγνητικής ακτινοβολίας, η θεωρητική κατανόηση του φαινομένου και η επαλήθευση της μετάδοσης της πληροφορίας χωρίς αντιληπτό μέσο μετάδοσης από τον άνθρωπο.

Η πρώτη παρατήρηση δράσης της ηλεκτρικής ακτινοβολίας καταγράφεται το 1780 από τον Luigi Galvani όταν έκανε πειράματα στατικού ηλεκτρισμού. Το 1860, έναν αιώνα μετά διατυπώνεται η θεωρία του ηλεκτρομαγνητικού πεδίου από τον Clerk Maxwell. (Μπαρμπούτης). Η θεωρία υποστήριζε ότι το ηλεκτρικό ρεύμα μπορεί να ταξιδέψει στο χώρο. Στα 1870 δύο άλλοι εφευρέτες οι William Thomson και Thomas Edison μαζί τους και ο μετεωρολόγος Wilhelm von Bezold παρατήρησαν τη μεταφορά ηλεκτρομαγνητικής ενέργειας σε μορφή σπινθήρων σε εναλλασσόμενα ρεύματα υψηλής τάσης.

Οι Παραπάνω παρατηρήσεις αποτέλεσαν τη βάση δημιουργίας του ασύρματου τηλεγράφου, η πρώτη συσκευή ασύρματης επικοινωνίας στην ιστορία της ανθρωπότητας. Πέρασε πολύς καιρός για να αναγνωριστεί επίσημα αυτή η τεχνολογία, ακόμη και η προσπάθεια του Oliver σε επίσημη επίδειξη της το 1894 έπεσε στο κενό.

Όλες οι βιβλιογραφικές αναφορές αποδίδουν την εφεύρεση του ραδιοφώνου στον Gulielmo Marconi αφού ήταν ο πρώτος που κατάλαβε την σημαντικότητα των παραπάνω τεχνολογικών ανακαλύψεων. Ήταν η εποχή των μεγάλων πολέμων μεταξύ των αυτοκρατοριών που είχαν απομείνει και η είδηση της ανακάλυψης του ασύρματου τηλεγράφου υπήρξε η καλύτερη μέθοδος ανταλλαγής σημάτων για το πολεμικό ναυτικό

τους και η περαιτέρω υιοθέτησή του στη ναυσιπλοΐα αυξάνοντας την ασφάλεια των μεταφορών. Η μετάδοση όμως της ηλεκτρομαγνητικής ακτινοβολίας προς όλες τις κατευθύνσεις και η μη κωδικοποίησή της δημιούργησαν την έλλειψη απορρήτου της ιδιωτικής επικοινωνίας μεταξύ πομπού και δέκτη. Αυτή η αδυναμία υπήρξε το μεγάλο πλεονέκτημα για την ανάπτυξη της ραδιοφωνίας. (Winston).

Ενώ η τεχνολογία υπάρχει, η ανάπτυξη της ραδιοφωνίας καθυστερεί, έρχεται σχεδόν μια εικοσαετία μετά (1920). Η καθυστέρηση της εφαρμογής της ασύρματης επικοινωνίας και της ραδιοφωνίας οφείλεται στον τρόπο χρήσης της ίδιας της τεχνολογίας. (Μπαρμπούτης). Στην περίπτωση της ραδιοφωνίας ο πομπός δεν απευθύνεται σε έναν δέκτη αλλά σε έναν αρκετά μεγάλο αριθμό δεκτών.

Η πρώτη επίδειξη μετάδοσης ανθρώπινης φωνής έγινε το 1892 από τον Nathan Beverly Stabblefield. Η μετάβαση όμως από τη ραδιοτηλεφωνία στη ραδιοφωνία χρονολογείται το 1906 από τον Αμερικανό Lee De Forest. Πρόκειται για την εξέλιξη της λυχνίας του Fleming, την τρίοδο ηλεκτρικής λυχνίας. Η λυχνία αυτή δεν επέτρεπε μόνο την είσοδο του ηλεκτρικού ρεύματος προς μια κατεύθυνση αλλά και ενίσχυε το εισερχόμενο ηλεκτρικό σήμα. Ο Forest, έχοντας ιδρύσει τη δική του εταιρεία ραδιοτηλεφωνίας καταφέρνει την πρώτη μετάδοση προγράμματος ραδιοφωνικής ομιλίας, την πρώτη μετάδοση παράστασης από καλλιτέχνη που ήταν μέσα στο στούντιο, αλλά και την πρώτη εξωτερική μετάδοση από το Metropolitan Opera House. Η επιτυχία του Forest διαπιστώθηκε τα επόμενα χρόνια όταν όλο και περισσότεροι πειραματίζονταν με δικές τους εκπομπές στο ραδιόφωνο. (Μπαρμπούτης). Το 1909 ο Charles Herrold ξεκινά μεταδόσεις δίσκων γραμμοφώνου από το κτήριο της Σχολής Ασύρματης Επικοινωνίας στην Καλιφόρνια. Ο σταθμός του Herrold (6FX) ήταν ο πρώτος σταθμός των ΗΠΑ με ημερήσιο πρόγραμμα.

Στην Ευρώπη η μετάβαση του ραδιοφώνου εξαλλάσσεται αργά. Η πρώτη μετάδοση προγράμματος γίνεται από τον Βελγικό σταθμό OTL στην πόλη Leaken, όπου στήνεται πομπός στον βασιλικό πύργο για να εξυπηρετήσει τις ανάγκες ασύρματης τηλεφωνικής επικοινωνίας της χώρας με την αποικία της στο Κογκό. Ένα χρόνο μετά το 1913 ο OTL εκπέμπει και μουσικά προγράμματα. Ο σταθμός θα λειτουργήσει μέχρι την έναρξη του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου. (Μπαρμπούτης).

Ακριβώς μετά τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο ξεκινά η ραγδαία ανάπτυξη του ραδιοφώνου. Πρόκειται για την πρώτη μορφή μαζικής επικοινωνίας που απευθύνεται στους δέκτες του μηνύματος με τη χρήση ανθρώπινου ήχου. Μέχρι τότε η μαζική επικοινωνία αναφερόταν στον πομπό που απευθύνονταν σε μια απρόσωπη μάζα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3. ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΤΗΣ ΕΡΤ- ΠΥΡΓΟΥ

Ο Gulielmo Manconi είναι από τους ερευνητές που θεωρείται ο εφευρέτης του ραδιοφώνου. Το 1895 κατάθεσε στη Μ.Βρετανία δίπλωμα ευρεσιτεχνίας για την ασύρματη τηλεγραφία χρησιμοποιώντας τις θεωρίες του Γερμανού Φυσικού Heinrich Hertz ο οποίος ανακάλυψε την ασύρματη επικοινωνία, αλλά και του Γάλλου Edouard Branly, που το 1890 που το 1890 κατασκεύασε έναν ανιχνευτή ερτζιανών κυμάτων. (Dilhak,2009). Η ανακάλυψη αυτή του Ιταλού ερευνητή βρήκε συμμάχους και άλλους μελετητές όπως ο Tesla, λόγω των θεωριών της ασύρματης μετάδοσης. Έτσι με την δημιουργία του ραδιοφώνου οι χρήστες είχαν την δυνατότητα να συμμετέχουν σε μια συνομιλία μεταξύ δύο ατόμων αλλά και να συντονιστούν σε έναν ραδιοφωνικό σταθμό.

Το ραδιόφωνο είναι συντροφιά, είναι μνήμη, είναι φαντασία, είναι ο φίλος που έχουμε ανάγκη οποιαδήποτε στιγμή και είναι δίπλα μας. Είναι το μέσο που άντεξε στο χρόνο και αντέχει ακόμη και σήμερα παρόλο που η τεχνολογική εξέλιξη είναι ταχύτατη. Μπαίνοντας στην ψηφιακή εποχή άλλαξε αρκετά από τεχνική άποψη χωρίς όμως να χάσει τη μαγεία του και τη μοναδικότητά του. Έχει διατηρήσει το ύφος του και εξακολουθεί να διατηρεί τον χαρακτήρα του, να προσφέρει στον ακροατή τη «συντροφιά» του, αλλά και τα ίδια ψυχαγωγικά και ενημερωτικά αγαθά που προσέφερε και στο παρελθόν.



Εικ.8 Ραδιόφωνο

Σήμερα υπάρχουν πέντε είδη ραδιοφώνου:

- Το αναλογικό ή συμβατικό ραδιόφωνο που εκπέμπει μέσω συχνοτήτων FM ή AM .
- Το ραδιόφωνο subcarrier,(κυριαρχεί στις Η.Π.Α) όπου ειδικός δέκτης προσφέρει τη δυνατότητα να φιλοξενούνται πάνω από ένας σταθμοί στην ίδια συχνότητα.

- Το ψηφιακό ραδιόφωνο, ένα από τα σύγχρονα επιτεύγματα με διάφορες τεχνολογίες.
- Το δορυφορικό ραδιόφωνο που χρησιμοποιεί κανάλια DVB όπως η ψηφιακή τηλεόραση για να μεταδίδεται ο ήχος.
- Το διαδικτυακό ραδιόφωνο που εκπέμπει μέσω σελίδας του διαδικτύου. (Wikipedia).

3.1. Σύντομη Ιστορική Αναδρομή Του Ραδιοφώνου Στην Ελλάδα

Στη Ελλάδα η ιστορία του ραδιοφώνου ξεκινά την δεκαετία του '20. Το 1923 γίνεται η πρώτη προσπάθεια εγκατάστασης ραδιοφωνικού πομπού. Μετά από αρκετά χρόνια προσπάθειας το 1928 πια λειτούργησε στη Θεσσαλονίκη εξέπεμψε ο πρώτος ιδιωτικός σταθμός με πρωτοβουλία του ραδιοηλεκτρολόγου Χρήστου Τσιγγιρίδη. Ο σταθμός λειτούργησε για 20 χρόνια. Στις 25 Μαρτίου του 1938 λειτούργησε στην Αθήνα ο πρώτος εθνικός ραδιοφωνικός σταθμός και το 1945 συστάθηκε το Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας (Ε.Ι.Ρ) που ανέλαβε τη λειτουργία σταθμού. Μετά την απελευθέρωση ξεκίνησε η δημιουργία ραδιοσταθμών και στην περιφέρεια οι οποίοι υπάγονταν στην δικαιοδοσία του Ε.Ι.Ρ. Δημιουργήθηκαν επίσης πολλοί στρατιωτικοί σταθμοί υπό την δικαιοδοσία των ενόπλων δυνάμεων (Υ.Ε.Ν.Ε.Δ).

Από το 1970 και έπειτα κατακλύστηκαν τα FM αλλά και τα μεσαία από την ιδιωτική πρωτοβουλία τους ιστορικούς «Ραδιοπειρατές» με πρόγραμμα κυρίως μουσικό, που εναντιώνονταν στο κρατικό μονοπώλιο. Ραδιοφωνικός σταθμός εξέπεμψε και από το ΕΜΠ από τους φοιτητές που έμελε να μείνει στην ιστορία κατά τη διάρκεια της εξέγερσης του πολυτεχνείου το 1973.

Αρχές της δεκαετίας του '80 στα πλαίσια εκσυγχρονισμού και προσαρμογής των δομών στις επιταγές της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, άλλαξε και ο θεσμός της ραδιοφωνίας με τον νόμο 1730/1987 σε νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου και η ραδιοφωνία και τηλεόραση λειτουργούν με την μορφή ανώνυμης εταιρίας με έδρα την Αθήνα (Ε.Ρ.Τ) και διατηρώντας στην περιφέρεια τους 19 περιφερειακούς ραδιοσταθμούς που αφομοίωσε από το Ε.Ι.Ρ και την Υ.Ε.Ν.Ε.Δ. Επίσης με υπουργική απόφαση (14631/Ζ2/2691/29.5.87) καθορίστηκε η ίδρυση τοπικών ραδιοσταθμών από Δήμους και Κοινότητες και ένα χρόνο

αργότερα το 1988 με προεδρικό διάταγμα (925/1988) «απελευθερώθηκε» η ιδιωτική ραδιοφωνία. (Wikipedia).

3.2. Ιστορική Αναδρομή Του Ραδιοφώνου Της ΕΡΤ-Πύργου

Ο Ραδιοφωνικός Σταθμός Πύργου (ΕΡΤ Πύργου) είναι ένας από τους 19 περιφερειακούς ραδιοφωνικούς σταθμούς της Γενικής Διεύθυνσης Ραδιοφωνίας της ΕΡΤ. Το πρόγραμμά του είναι ενημερωτικό και ψυχαγωγικό. Οι εγκαταστάσεις του βρίσκονται στον Πύργο Ηλείας.

Η ΕΡΤ Πύργου αποτελεί μια ιδιάζουσα περίπτωση τοπικού Ραδιοφωνικού Σταθμού, καθώς δημιουργήθηκε το 1954 με την κατασκευή του πομπού και εξέπεμψε ως Ραδιοφωνικός Σταθμός Πύργου από το 1959 χάρις το μεράκι κάποιων ιδιωτών Πυργωτών ! Λατρεύτηκε στην κυριολεξία από όλο τον κόσμο! Εξέπεμπε όλο το 24ωρο κυρίως με τραγούδια και αφιερώσεις. Ήταν για χρόνια η συντροφιά και το μέσο διασκέδασης των ακροατών σε πολλές πόλεις της Ελλάδας, όπως ξέρουμε από μαρτυρίες φοιτητών, ταξιτζήδων της Αθήνας και στρατιωτών που υπηρετούσαν σε διάφορα μέρη της χώρας.

Ταυτόχρονα αποτελούσε το σύνδεσμο των αποδήμων μας με την πατρίδα, αφού εξέπεμπε στα μεσαία και ακούγονταν σε πολλές χώρες της Ευρώπης και όχι μόνον. Οι μαρτυρίες ναυτικών πάμπολλες (Μέχρι και το 1996 καλούσαν τον στο σταθμό καπετάνιοι από εμπορικά πλοία εν πλω, από τη Μεσόγειο, τη Διώρυγα του Σουέζ κλπ.). Αλλά και τα γράμματα και τα δώρα, με σημειάκια και οικόσημα από διάφορες πόλεις του εξωτερικού που έφταναν στον Ρ|Σ Πύργου και υπάρχουν ακόμα στα γραφεία μας.



Εικ.9 Οι Σημαίες των Χωρών-ακροατών

Τα έσοδά του προέρχονταν κυρίως από τις αφιερώσεις των ακροατών και από διαφημίσεις. Μάλιστα με τα χρήματα αυτά κατασκευάστηκε το νέο κτίριο που ολοκληρώθηκε το 2003 και στεγάζεται σήμερα ο σταθμός.. Ένα κτίριο που θεωρείται μικρογραφία του Ραδιομεγάρου στην Αθήνα. Διέθετε μια από τις μεγαλύτερες δυσκολίες.



Εικ.10 Εγκαταστάσεις ΕΡΤ-Πύργου

Δεν σταμάτησε να εκπέμπει ούτε μια μέρα, παρά μόνο επί Χούντας που σφραγίστηκε για μικρό χρονικό διάστημα.

Στη συνέχεια και καθαρά για λόγους ύπαρξης, ο τότε διευθυντής του Γ. Ψαρός κατάφερε να τον εντάξει στην ΥΕΝΕΔ, με την προϋπόθεση να παραμείνουν οι εργαζόμενοι στις θέσεις τους. Υπήρξε παράλληλα και όρος πως αν αλλάξει το καθεστώς λειτουργίας του, η παρουσία του να μεταβιβαστεί στον Δήμο του Πύργου.

Το 1982 ο Ραδιοσταθμός Πύργου εντάσσεται στο περιφερειακό δίκτυο της ΕΡΤ και από τότε εξέπεμπε στα FM ως την πραξικοπηματική απόφαση της κυβέρνησης Σαμαρά – Βενιζέλου να ρίξει «μαύρο» στην ΕΡΤ.

Ενώ ήταν ένας σταθμός που ξεκίνησε με αφιερώσεις και ήταν καθαρά ψυχαγωγικού χαρακτήρα από το 1992 και μετά προσπάθησε να διευρύνει το κοινό και να καλύψει όλο το φάσμα ηλικιών των ακροατών. Ξεκίνησαν οι ενημερωτικές εκπομπές κοινωνικού και πολιτικού περιεχομένου και η μετάδοση των τοπικών ειδήσεων. Ταυτόχρονα τα Σαβ/κα συνδεόταν με την ΕΡAsport για τις αθλητικές εκπομπές αλλά και με το πρώτο πρόγραμμα για τίτλους πανελλαδικών ειδήσεων.

Από το παραπάνω ιστορικό προκύπτει η στενή σχέση, σχέση δεκαετιών της ΕΡΤ Πύργου με την τοπική κοινωνία. Το «δικό» τους ραδιόφωνο», ήταν αυτό που τους ενημέρωνε για όσα δεν μπορούσαν ποτέ να πληροφορηθούν από τα ραδιόφωνα των Αθηνών και αφορούσαν τον τόπο τους. Έδινε βήμα στους δικούς τους, πολιτικούς, αυτοδιοικητικούς, συνδικαλιστικούς εκπροσώπους, για να αναπτύξουν τις θέσεις και τις απόψεις τους, χωρίς περιορισμούς.

Ταυτόχρονα όμως ήταν και η δική τους φωνή, που έβγαινε στον «αέρα». Ήξεραν ότι μπορούσαν να καταγγείλουν, να διαμαρτυρηθούν, να ενημερώσουν για τα μικρά και μεγάλα προβλήματα που τους απασχολούσαν, χωρίς αποκλεισμούς και λογοκρισία, να προτείνουν λύσεις πιθανά ή απλά μέσα από την φιλόξενη συχνότητά του να ενημερώσουν για τοπικά εγχειρήματα σε διάφορους τομείς (τέχνη, πολιτισμό, αθλητισμό κλπ).

Είχε γίνει φορέας της τοπικής κοινωνίας, συμμετείχε ενεργά και παρείχε ουσιαστική βοήθεια όπου υπήρχε ανάγκη ανάγκη. Είτε διοργάνωνε είτε συμμετείχε σε ραδιομαραθωνίους για τη συγκέντρωση ειδών πρώτης ανάγκης, φαρμακευτικού υλικού

και ρουχισμού για κοινωνικές ομάδες που είχαν άμεση ανάγκη στην Ελλάδα και στο Εξωτερικό. (Πόλεμος στη Γιουγκοσλαβία, Πόλεμος στο Ιράκ, Σεισμοί Τουρκίας κλπ.). Κατάφερε σε συνεργασία με τη Μητρόπολη Ηλείας να αγοράσει μονάδα αιμοκάθαρσης στο Γενικό Νοσοκομείο του Πύργου για τους Νεφροπαθείς οι οποίοι μέχρι εκείνη τη στιγμή έπρεπε να διανύσουν 100 χιλ.ως την Πάτρα για να εξυπηρετηθούν.(Παράρτημα 1).

Ήταν εκεί σε μεγάλα γεγονότα, όταν η πρόσβαση στην άμεση ενημέρωση, οι πρακτικές οδηγίες για την προστασία των πολιτών δεν μπορούσε να γίνει παρά μόνο από το ραδιόφωνο: σεισμοί του '93 στον Πύργο , φωτιές του 2007 κλπ. (Παράρτημα Α)

Κάθε φορά που οργάνωνε η ΕΡΤ-Πύργου έναν Ραδιομαραθώνιο πλήθος κόσμου κατέκλυζε τον σταθμό προκειμένου να προσφέρει βασικά είδη πρώτης ανάγκης, αλλά και το τηλεφωνικό κέντρο λειτουργούσε αδιάκοπα από συμπολίτες μας που ήθελαν να συνδράμουν οικονομικά. Στον πόλεμο του Ιράκ έφυγαν από την ΕΡΤ-Πύργου 3 κοντέινερ με ρουχισμό, φαρμακευτικά είδη και ξηρά τρόφιμα.

Επίσης είχε διοργανώσει πολλές συναυλίες (Ross Daily, Κώστας Καлдάρης) συμμετέχοντας στα πολιτιστικά δρώμενα του τόπου. Είχε διοργανώσει τον 1^ο και τον 2^ο Πανελλήνιο Διαγωνισμό Δημοτικού τραγουδιού, ίσως το μεγαλύτερο πολιτιστικό γεγονός στην Ηλεία.

Η ΕΡΤ-Πύργου εξέπεμπε στα FM και στα Μεσαία ραδιοκύματα. Διέθετε δύο κεραίες μία των FM. και μία των Μεσαίων. Η εμβέλειά της από τα FM απλωνόταν εκτός συνόρων του νομού, άγγιζε και τους διπλανούς νομούς, Αχαΐα, Μεσσηνία, Αρκαδία, μέχρι και την Ζάκυνθο. Από τα Μεσαία ακουγόταν στην Ευρώπη και στην Αφρική.

Ο σταθμός λειτουργούσε 6 μέρες την εβδομάδα με τοπικές εκπομπές και με συνδέσεις με την Αθήνα. Επίσης λόγω της εμπιστοσύνης που είχε αναπτύξει με την τοπική κοινωνία είχε και πολλές διαφημίσεις τοπικών επιχειρήσεων και καταστημάτων.

Σε μια εσωτερική αξιολόγηση-δημοσκόπηση που είχε γίνει το 1999 από την εταιρία Focus Bari μεταξύ των 19 περιφερειακών σταθμών της ΕΡΤ όσον αφορά την ακροαματικότητα, τις διαφημίσεις , τις ανταποκρίσεις αλλά και τις εκδηλώσεις του σταθμού σε μια προσπάθεια ανοίγματος προς την τοπική κοινωνία η ΕΡΤ-Πύργου βρισκόταν πάντα στις πρώτες θέσεις. Όσον αφορά την αύξηση εσόδων εκείνη την χρονιά (1999) είχε φτάσει το

140% από τις διαφημίσεις , ικανοποιητικό ποσοστό αν αναλογιστεί κανείς τον μικρό πληθυσμό και τον μεγάλο ανταγωνισμό καθώς εκείνη την περίοδο λειτουργούσαν στο σύνολο 11 Ραδιοφωνικοί σταθμοί στον νομό Ηλείας. Επίσης κατείχε την δεύτερη θέση στις πολιτιστικές εκδηλώσεις που διοργάνωνε, εκδηλώσεις υψηλού πολιτιστικού ενδιαφέροντος. (Παράρτημα Β)

Τα έσοδα που αποκόμιζε ο σταθμός από τις διαφημίσεις τα απέδιδε στην ΕΡΤ, καθώς δεν υπάρχει μέχρι και σήμερα ανεξάρτητη διαχείριση και συνδέεται με την οικονομική μονάδα-υπηρεσία της ΕΡΤ. Από εκεί γίνεται και η δαπάνη των λειτουργικών αναγκών και η μισθοδοσία του προσωπικού.

3.3 Η Δισκοθήκη



Εικ.11 Δισκοθήκη- θησαυρός

Ο Σταθμός διέθετε και διαθέτει ακόμη και σήμερα τη μεγαλύτερη δισκοθήκη σε δίσκους 45 στροφών, έτσι κατατάσσεται στην πρώτη θέση ανάμεσα στους 19 περιφερειακούς ραδιοσταθμούς της Ε.Ρ.Τ. Πάνω από 10.000 45άρια έχουν καταγραφεί παρόλο που στην περίοδο της χούντας εξαιτίας της λογοκρισίας πολλά από αυτά καταστράφηκαν. Είχε συσταθεί τότε μια τριμελής επιτροπή και επέλεγε-κατά την κρίση τους- τους «απαγορευμένους» δίσκους και τους κατέστρεφε. Πάνω από 2.000 45άρια είχαν καταστρέψει ρίχνοντάς τα στον ποταμό Αλφειό. Η δισκοθήκη διαθέτει επίσης πολλούς δίσκους με δημοτικά και ρεμπέτικα τραγούδια που είχαν ηχογραφηθεί στην Αμερική, πριν ακόμη ιδρυθούν δισκογραφικές εταιρίες στην Ελλάδα. Ο πρώτος δίσκος είναι ηχογράφηση του 1917. Οι σπάνιες αυτές εκδόσεις δίσκων αλλά και το μεγαλύτερο τμήμα της δισκοθήκης προέρχεται από δωρεές ομογενών. Από το 1996 ξεκίνησε η συνεργασία με τις δισκογραφικές εταιρίες στην Ελλάδα όταν εκείνη την περίοδο είχε σταματήσει η έκδοση βινυλίου λόγω κόστους και οι νέες κυκλοφορίες τραγουδιών ηχογραφούνταν σε cd. Η δισκοθήκη εμπλουτίστηκε με cd των σύγχρονων δημιουργών και ερμηνευτών. Αριθμεί σήμερα 6,500 cd.

Τα τελευταία χρόνια έχει ξεκινήσει η ψηφιοποίηση του αρχειακού υλικού της δισκοθήκης, ξεκινώντας από τους δίσκους 45 στροφών οι οποίοι σήμερα υπολογίζονται στις 7.000. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι σε λίγα χρόνια στην ψηφιοποιημένη πια δισκοθήκη θα έχουν πρόσβαση και οι υπόλοιποι περιφερειακοί της ΕΡΤ αλλά και το Ραδιομέγαρο, θα μπορεί ο κάθε Μουσικός Παραγωγός να αναζητεί πολύ εύκολα το τραγούδι που τον ενδιαφέρει αλλά και τις σπάνιες εκδόσεις που διαθέτει η συγκεκριμένη δισκοθήκη.

3.4 Η Περίοδος Του «Μαύρου»

Λίγο καιρό πριν την 11 η Ιουνίου του 2013, κατά την διάρκεια της γενικής συνέλευσης των δημοσιογράφων μελών της Ένωσης Ημερήσιων Εφημερίδων Πελοποννήσου Ηπείρου Στερεάς Ελλάδας και Νήσων, το πιθανό κλείσιμο της ΕΡΤ αναφέρθηκε στη συζήτηση με αφορμή σχετικό άρθρο στη εφημερίδα «Real News». Ωστόσο δεν εκτιμήθηκε ως άμεσος κίνδυνος, δεδομένου ότι δεν υπήρχε προηγούμενο σε καμιά χώρα του κόσμου να πάψει να εκπέμπει ο δημόσιος ραδιοτηλεοπτικός φορέας με μια και μόνον κυβερνητική απόφαση!

Το απόγευμα της 11ης Ιουνίου 2013 με εντολή της τότε Κυβέρνησης Σαμαρά, μέσω του Υπουργού Τύπου Σίμου Κεδίκογλου κλείνει ο Δημόσιος Ραδιοτηλεοπτικός Φορέας της Ελλάδας, κλείνει η ΕΡΤ στο σύνολό της, κανάλια και ραδιόφωνα καθώς και οι 19 περιφερειακοί σταθμοί ανά την Ελλάδα. Απόφαση πρωτόγνωρη όχι μόνο για τα Ελληνικά δεδομένα αλλά και για την Ευρώπη. Ουδέποτε είχε συμβεί αυτό ούτε σε περιόδους πολεμικών συρράξεων. Ένας ραδιοτηλεοπτικός φορέας να κλείνει, μέσα σε λίγες ώρες να «πέφτουν» ένας ένας οι πομποί και το μαύρο να απλώνεται σε όλη την Ελλάδα. 2600 χιλιάδες υπάλληλοι έμειναν χωρίς δουλειά. Στους περιφερειακούς σταθμούς της ΕΡΤ εκείνη την περίοδο εργάζονταν 300 υπάλληλοι. Στην ΕΡΤ-Πύργου 18 υπάλληλοι έμειναν στον δρόμο κυριολεκτικά χωρίς άλλη πηγή εισοδήματος, με οικογένειες και παιδιά.

Την περίοδο του «μαύρου» η ΕΡΤ Πύργου και οι εργαζόμενοι της που απολύθηκαν εν μία νυκτί αλλά συνέχισαν όρθιοι τον αγώνα ενάντια στην μνημονική πολιτική, πέτυχαν εκείνη την περίοδο να συσπειρώσουν και να ενεργοποιήσουν μεγάλη μερίδα εργαζόμενων που βρίσκονταν στην ίδια θέση, να ενδυναμώσουν τους δεσμούς αλληλεγγύης μαζί τους και κυρίως να κρατήσουν όρθια την τοπική κοινωνία, αποδεικνύοντας στην πράξη ότι κανένας αγώνας δεν πάει χαμένος .

Ήταν ένα ισχυρό σοκ για όλους η ανακοίνωση του τότε υπ. Τύπου και κυβερνητικού εκπροσώπου Σίμου Κεδίκογλου ότι από τα μεσάνυχτα της 11 Ιουνίου του 2013 η ΕΡΤ κλείνει και 2.600 εργαζόμενοι όλων των ειδικοτήτων θα απολύονταν. Ακόμα μεγαλύτερο σοκ ήταν για τους υπαλλήλους ο χαρακτηρισμός «ιερές αγελάδες» που καταλόγισε ο υπουργός.

Οι αρχικές μας αντιδράσεις στην ΕΡΑ Πύργου; Οργή, θλίψη, πανικός. Από εκείνες τις δραματικές πρώτες ώρες που παρακολούθησαν όλοι εμβρόντητοι τις κυβερνητικές ανακοινώσεις ως την στιγμή που έπεσε το μαύρο στις οθόνες της ΕΡΤ, ενστικτωδώς, λειτούργησαν τα δημοκρατικά ανταντακλαστικά όλων, υπαλλήλων και τοπικής κοινωνίας. «Η δημόσια ραδιοφωνία- τηλεόραση υπάρχει για να ενημερώνει, να εκπαιδεύει, να ψυχαγωγεί το λαό, πληρώνεται από τους πολίτες για να λειτουργεί ως τέτοια και έτσι πρέπει να παραμείνει, Ανοιχτή στην κοινωνία». Αυτή ήταν η πρώτη σκέψη όλων. Από το ίδιο βράδυ στην συντριπτική πλειοψηφία οι εργαζόμενοι στην ΕΡΑ Πύργου έμειναν στο κτήριο, να περιφρουρήσουν τις εγκαταστάσεις του και να συνεχίσουν να εκπέμπουν με όποιο κόστος ! Και αυτό συνεχίστηκε και για τα επόμενα δυο χρόνια.

Η αντίδραση της τοπικής κοινωνίας στον “ξαφνικό θάνατο” της ΕΡΤ και κατ επέκταση της ΕΡΑ Πύργου υπήρξε εντυπωσιακή! Πάντα η ΕΡΤ για τους πολλούς ήταν κάτι σαν τον συγγενή που « λατρεύουμε να μισούμε»! Μπορεί να της καταλόγιζαν τα μύρια όσα για τα προγράμματά της, αλλά η ξαφνική τους απώλεια συγκλόνισε τους πάντες. Μέσα σε λίγες ώρες κόσμος είχε κατακλείσει όλους τους χώρους του κτηρίου μας, αλλά και έξω στο προαύλιο της ΕΡΑ Πύργου, το οποίο, σημειώστε βρίσκεται ένα δυο χλμ έξω από τον οικιστικό ιστό της πόλης.

Μέσα στη νύχτα και για αρκετές νύχτες μετά έμειναν εκεί φίλοι, γνωστοί, άγνωστοι ακροατές μας, συνδικαλιστές όλων των πολιτικών και ιδεολογικών αποχρώσεων που είχαν κατά καιρούς φιλοξενηθεί στις ραδιοσυχνότητες του σταθμού, απολυμένοι άλλων κλάδων εργαζομένων, συνάδελφοι από τα τοπικά Μέσα Ενημέρωσης, αιρετοί , μαθητές, νεολαίοι... Τότε φάνηκε πόσο πολύ η τοπική κοινωνία είχε ανάγκη το «δικό της» σταθμό, τη δική της φωνή.

Ήταν εκεί για να υπερασπιστούν τους εργαζόμενους, ήταν εκεί στις πορείες διαμαρτυρίας, στις εκδηλώσεις, στις συνελεύσεις, στις κινηματογραφικές βραδιές, στις συναυλίες που διοργανώθηκαν. Στήριξαν ηθικά και υλικά τον σταθμό με προσφορές που ξεκινούσαν από το να εγκατασταθούν κεραίες σε γειτονικά κτήρια, όταν καταργήθηκε το ιντερνέτ από τα κεντρικά, να συνδέσουν το ρεύμα όταν και αυτό κόπηκε, ως το να μεταδίδουν το πρόγραμμα που εξέπεμπε εκείνη την περίοδο από τοπικά site ακόμα και από τις μεγαφωνικές εγκαταστάσεις του δημοτικού μεγάρου στην κεντρική πλατεία του Πύργου. Αρκετοί μάλιστα, συνεισέφεραν ως αλληλέγγυοι και στο παραγόμενο πρόγραμμα, με αθλητικές και μουσικές εκπομπές. Οι πολίτες συμμετείχαν με το δικό τους τρόπο σ’ αυτό το μοναδικό στα παγκόσμια χρονικά αυτοδιαχειριζόμενο –αυτοδιοικούμενο εγχείρημα, σε αυτόν τον μεγάλο –και σε διάρκεια- αγώνα. Η τοπική κοινωνία με το «τοπικιστικό πνεύμα» που τη διακατέχει αγωνίστηκε για να κρατηθεί ανοιχτή η συχνότητα της ΕΡΤ-Πύργου και συνέβαλε κατά το ήμισυ στην επαναλειτουργία του.

Την περίοδο εκείνη που φούντωναν οι αγώνες των εργαζόμενων, των εκπαιδευτικών, σχολικών φυλάκων, δημοσίων υπαλλήλων, υπαλλήλων του ΤΑΣ (Τομέας Αποκατάστασης Σεισμοπλήκτων) κλπ , η ΕΡΑ Πύργου ήταν ένα ορμητήριο κοινών δραστηριοτήτων και διαρκών συνελεύσεων.

Η ΕΡΑ ΠΥΡΓΟΥ από τις 11 Ιουνίου του 2013 και έως την επίσημη επαναλειτουργία της , 11 Ιουνίου του 2015 , λειτούργησε ως ένα αυτοδιαχειριζόμενο - αυτοδιοικούμενο ραδιόφωνο. Ήταν ένα εγχείρημα η σπουδαιότητα και ο αντίκτυπος του οποίου δεν μπορούσε να εκτιμηθεί επαρκώς, εκείνη την στιγμή. Το γεγονός είναι ότι όλοι οι υπάλληλοι εκείνη τη στιγμή, τεχνικοί, διοικητικοί υπάλληλοι, δημοσιογράφοι , μουσικοί παραγωγοί, για πρώτη φορά συνεργάστηκαν ομόθυμα, ισότιμα, με σεβασμό στις απόψεις του καθενός μας.

Οι αποφάσεις παίρνονταν κατά πλειοψηφία στις συνεχείς συνελεύσεις. Άμεσα λειτούργησαν οι βάρδιες περιφρούρησης του χώρου και του εξοπλισμού μας, οι βάρδιες των τεχνικών ροής του προγράμματος, των δημοσιογράφων, μουσικών παραγωγών κ.α. Συμμετοχή στην καθαριότητα του χώρου, εντός και εκτός του κτηρίου είχαν όλοι. Δημιούργησαν κοινό ταμείο για τα τρέχοντα έξοδα.

Το σημαντικότερο είναι ότι για πρώτη φορά στήθηκε site, -μέχρι εκείνη τη στιγμή ο σταθμός εξέπεμπε μόνο από τη ραδιοφωνική συχνότητα- για την ενημέρωση του κόσμου, όπου ανέβαιναν οι τοπικές ειδήσεις , το πρόγραμμα και όποιες εκδηλώσεις διοργανώνονταν. Όλο το υλικό της ΕΡΤ-Πύργου προωθούνταν στα κεντρικά της ΕΡΤ στην Αθήνα το οποίο έπαιζε τακτικά, ως την ώρα που εισέβαλλαν τα ΜΑΤ στις εγκαταστάσεις της ΕΡΤ στην Αγία .Παρασκευή στις 7 Νοέμβρη του ίδιου χρόνου οπότε και σταμάτησαν όλες οι εκπομπές των συναδέλφων από την Αθήνα. Οι συνάδελφοι εκεί, με τη βοήθεια του συνδικαλιστικού οργάνου, λειτούργησαν την ΕΡΤ -OPEN την οποία επίσης τροφοδοτούσε ο σταθμός με ειδήσεις από την περιφέρεια.

Επίσης δημιουργήθηκε και σελίδα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο Facebook και στο twitter για την επικοινωνία με τους ακροατές. Οι σελίδες αυτές λειτουργούν ακόμη και σήμερα και μάλιστα η συμμετοχή του κόσμου είναι πολύ μεγάλη, αφού καθημερινά στέλνουν μηνύματα, συμμετέχουν στις ειδήσεις δίνοντας πολλά θέματα της επικαιρότητας και αναπαράγουν πολλά από τα θέματα που ανεβάζει ο σταθμός.

3.5 Η ΕΡΤ-Πύργου Σήμερα

Στον Σταθμό μετά την επαναλειτουργία του Φορέα της ΕΡΤ (Ιούνιος 2015) έχουν αλλάξει πολλά. Το προσωπικό έχει μειωθεί δραματικά. Από 18 υπάλληλους που διέθετε πριν την περίοδο του «Μαύρου», σήμερα έχει 6. Τα τελευταία χρόνια δεν γίνονται προσλήψεις προσωπικού στους περιφερειακούς σταθμούς της ΕΡΤ. Με λιγότερο προσωπικό μειώνονται και οι ώρες των εκπομπών τοπικού ενδιαφέροντος. Ενώ στο παρελθόν ο σταθμός είχε πρόγραμμα τοπικού χαρακτήρα από τις 08:00 το πρωί έως τις 20:00 το απόγευμα, σήμερα περιορίζεται σε μια δημοσιογραφική τοπικού περιεχομένου εκπομπή 09:00-11:00, μια εκπομπή πολιτιστικού περιεχομένου 11:00-12:00 και μια εκπομπή με αθλητικά 12:00-13:00. Τις υπόλοιπες ώρες ο σταθμός μένει συνδεδεμένος με τα εθνικής εμβέλειας ραδιοφωνικά προγράμματα, τα οποία εκπέμπουν και σε άλλες συχνότητες στην περιοχή. Οι λιγότερες εκπομπές τοπικού ενδιαφέροντος φέρνουν και χαμηλές ακροαματικότητες γιατί το κοινό θα προτιμήσει άλλους σταθμούς να ενημερωθεί για θέματα του τόπου.

Παρόλα αυτά όμως οι υπάλληλοι εργάζονται συλλογικά και εξακολουθούν να είναι κοντά στους πολίτες, να ενημερώνουν, να ψυχαγωγούν και να δίνουν καθημερινά τον παλμό της τοπικής κοινωνίας. Εξακολουθούν να διοργανώνουν μαζί με τους τοπικούς συλλόγους, τη Δημοτική Αρχή και την Περιφέρεια, μικρούς ραδιομαραθωνίους προκειμένου να βοηθήσουν τους συμπολίτες τους, καθώς και μικρές γιορτές στον προαύλιο χώρο του σταθμού για μικρούς και μεγάλους.

Σήμερα ο σταθμός διατηρεί μόνο μια συχνότητα στα FM που εκπέμπει στους 102,5 και έχει αναβαθμιστεί τεχνολογικά όπως επιτάσσει η ψηφιακή εποχή. Μέσα από την πλατφόρμα Ertecho ο σταθμός ακούγεται διαδικτυακά σε όλο τον κόσμο. Από τεχνικής πλευράς διαθέτει μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας (κονσόλες, μικρόφωνα, Η/Υ, προγράμματα) με αποτέλεσμα την καλύτερη ποιότητα ήχου και την ευκολότερη προετοιμασία των εκπομπών από πλευράς συνεντεύξεων, μοντάζ κλπ. Επίσης η ψηφιοποίηση της δισκοθήκης γίνεται πιο γρήγορα και σε σύντομο διάστημα θα έχει ολοκληρωθεί.

Η επικοινωνία των ακροατών με τον σταθμό γινόταν τόσο τηλεφωνικά όσο και δια ζώσης, καθώς μιλάμε για μια μικρή τοπική κοινωνία και η άμεση επικοινωνία μπορεί να

γίνει πολύ εύκολα. Τα τελευταία χρόνια δε πολλοί από τους ακροατές επικοινωνούν με τον σταθμό μέσω e-mail ή μέσω μηνυμάτων από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ενημερώνουν για πολλά θέματα και κατά κάποιο τρόπο συμμετέχουν και αυτοί στην είδηση.

Η ΕΡΤ-Πύργου είναι ο πρώτος από τους 19 περιφερειακούς σταθμούς που διαθέτει μουσείο με τα παλιά μηχανήματα τα οποία χρονολογούνται από το 1959. Οι υπάλληλοι που απέμειναν μετά την επαναλειτουργία του σταθμού το 2015, συνέλεξαν το υλικό από τις αποθήκες, του έκαναν την απαραίτητη συντήρηση και το διέθεσαν στο κοινό. Το Μουσείο είναι προσβάσιμο στο κοινό και κυρίως σε σχολεία τα οποία διοργανώνουν επισκέψεις στο σταθμό ζώντας από κοντά την «Μαγεία» του ραδιοφώνου. (Παράρτημα Δ).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Η Επιστημονική Έρευνα

Ο όρος έρευνα συνδέεται με πολλά αντικείμενα εφαρμογής και συνίσταται στην αναζήτηση πληροφοριών οι οποίες δεν μπορούν να συλλεχτούν από αλλού. Υπάρχουν διάφορα είδη επιστημονικών ερευνών ανάλογα με το σκοπό που επιδιώκεται από τον κάθε ερευνητή. Συνήθως χωρίζονται σε διερευνητικές, πειραματικές και περιγραφικές. Οι διερευνητικές διατυπώνουν το πρόβλημα με σκοπό την εξέτασή του ή την διατύπωση υποθέσεων, οι πειραματικές ελέγχουν την ορθότητα των υποθέσεων και τέλος οι περιγραφικές προσδιορίζουν και εκτιμούν τα χαρακτηριστικά του προβλήματος. (Σιδηροπούλου Α. – Ντάβου Μ. 2023)

4.2 Το Ερωτηματολόγιο Ως Εργαλείο Της Έρευνας

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί το πλέον συνηθισμένο μέσο επικοινωνίας ανάμεσα στον ερευνητή και τον ερωτώμενο. Πρόκειται για ένα σύνολο ερωτήσεων με σκοπό την συλλογή πληροφοριών από τον ερωτώμενο για το θέμα που διερευνάται. Το ερωτηματολόγιο είναι μέθοδος των κοινωνικών επιστημών η οποία χρησιμοποιείται πιο συχνά λόγω των πλεονεκτημάτων που παρουσιάζει στην ποσοτική έρευνα σε σχέση με άλλες μεθόδους. Η χρήση του γίνεται από Πανεπιστήμια ή φορείς που θέλουν την άποψη του κοινού πάνω σε θέματα πολιτικά, οικονομικά, κοινωνικά και διάφορα άλλα επίκαιρα και παράγει μια εικόνα για τον πληθυσμό διερευνώντας γνώμες, στάσεις, θέσεις. Χωρίζεται στο γραπτό ερωτηματολόγιο το οποίο στο παρελθόν αποστέλλονταν ταχυδρομικά, ενώ σήμερα στέλνεται μέσω mail, messenger, viber ή άλλης μορφής μηνυμάτων από υπολογιστές ή smartphones, Το ερωτηματολόγιο συνέντευξη (interview schedule) και τον οδηγό συνέντευξης (interview guide). Τα πλεονεκτήματά του εστιάζονται κυρίως στον μεγάλο όγκο πληροφοριακού υλικού σε σύντομο χρονικό διάστημα, στη διεξαγωγή έρευνας σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων ταυτόχρονα, την ίδια περίοδο και σε διαφορετικά μέρη και τέλος τα γρήγορα στατιστικά αποτελέσματα. (Παρασκευοπούλου Ι. 1980)

Το ερωτηματολόγιο έχει σκοπό να εκφράσει τους στόχους μιας έρευνας με συγκεκριμένες ερωτήσεις ώστε να συλλεγούν χρήσιμες πληροφορίες για τον ερευνητή ώστε να επιτύχει τους στόχους της έρευνάς του. Το ερωτηματολόγιο αποτελεί χρήσιμο εργαλείο μιας επιτυχημένης έρευνας όταν έχει συνοχή, πληρότητα, σαφήνεια και συντομία καθώς και οδηγίες που αφορούν τη συμπλήρωσή του. Στο ερωτηματολόγιο γίνεται χρήση δύο ειδών ερωτήσεων α) ανοιχτού τύπου ερωτήσεις, β) κλειστού τύπου ερωτήσεις. Στις ανοιχτές ερωτήσεις ο ερωτώμενος απαντά όπως αυτός επιθυμεί και με όσες λεπτομέρειες θέλει. Ενώ στις κλειστές ερωτήσεις οι απαντήσεις έχουν προκαθοριστεί από τον ερευνητή, μπορεί δηλαδή να έχουν μονολεκτικές απαντήσεις (ναι ή όχι) ή μια σειρά από εναλλακτικές απαντήσεις που ο ερωτώμενος πρέπει να βρει ποια αντιστοιχεί στην προτίμησή του. Βέβαια το ερωτηματολόγιο δεν είναι πάντα ένα αξιόπιστο μέσο έρευνας γιατί πολλές φορές οι ερωτώμενοι άλλο απαντούν και άλλο κάνουν, υπάρχουν επίσης ερωτώμενοι που δεν γνωρίζουν το αντικείμενο της έρευνας, παρόλα αυτά όμως απαντούν. Γι' αυτό οι ερωτήσεις πρέπει να είναι διατυπωμένες σωστά ώστε να είναι κατανοητές και τοποθετημένες σε μια λογική σειρά για να γίνουν ενδιαφέρουσες και αποτελεσματικές. (<https://slideplayer.gr>).

4.2.1 Μέθοδος και Σκοπός Της Έρευνας

Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήσαμε τη μέθοδο του ερωτηματολογίου προκειμένου να συλλέξουμε στοιχεία για τα περιφερειακά ΜΜΕ και τη μετάβασή τους στην ψηφιακή εποχή. Το κύριο ερευνητικό ερώτημα είναι: «Ποιος είναι ο ρόλος των Περιφερειακών ΜΜΕ στην ενημέρωση των πολιτών;». Σε αυτό το πλαίσιο η παρούσα μελέτη ερευνά αν οι πολίτες της περιφέρειας εμπιστεύονται τα τοπικά ΜΜΕ για την ενημέρωσή τους, ποιά από αυτά χρησιμοποιούν περισσότερο και ποια προγράμματα τους ενδιαφέρουν. Πόσο σημαντικά τα θεωρούν για την εξέλιξη της τοπικής κοινωνίας και αν πρέπει να εναρμονιστούν με την ψηφιακή εποχή, αλλά και τη σχέση των πολιτών με τα νέα Μέσα ενημέρωσης. Ειδικότερα αναφερθήκαμε στο δημόσιο περιφερειακό ραδιόφωνο και τον ρόλο του στην ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 12 ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών και χωρίζεται σε δύο θεματικές ενότητες. Τα 10 ερωτήματα αφορούν γενικά τα περιφερειακά ΜΜΕ και την

εμπιστοσύνη του κοινού σε αυτά, ενώ η δεύτερη θεματική αφορά 2 ερωτήματα που αναφέρονται ειδικά στο δημόσιο περιφερειακό ραδιόφωνο. Το ερωτηματολόγιο έγινε με την μέθοδο του e-mail, των μηνυμάτων από το Messenger και σε κάποιες περιπτώσεις οι ερωτήσεις έγιναν τηλεφωνικά αφού απευθυνθήκαμε σε πολίτες απομακρυσμένων περιοχών όπου δεν διέθεταν κανέναν από τους προηγούμενους τρόπους επικοινωνίας.

Απευθυνθήκαμε στον Νομό Ηλείας και στα όρια των Νομών Μεσσηνίας, Αρκαδίας και Αχαΐας, όπου δηλαδή εκπέμπει ο σταθμός. Τα δείγματα που συλλέξαμε ήταν από 40 άτομα ηλικίας μεταξύ 20 και 50 και άνω. Το ερωτηματολόγιο τέθηκε στο διάστημα μεταξύ 15 Απριλίου 2024 με 15 Μαΐου 2024. Οι ηλικίες και το φύλο και το επίπεδο σπουδών των ερωτηθέντων επιλέχθηκαν τυχαία.. Απευθυνθήκαμε σε πολίτες περιοχών που έχουν εμβέλεια τα περιφερειακά ΜΜΕ για τα οποία θέσαμε τις ερωτήσεις. Επικοινωνήσουμε με πολίτες του κέντρου που έχουν πιο εύκολα πρόσβαση στα Μέσα και κυρίως στα ΜΔΚ και με πολίτες πιο απομακρυσμένων περιοχών που ίσως κάποιες φορές δεν έχουν πρόσβαση σε όλα τα Μέσα, κυρίως τον Χειμώνα, ανάλογα με τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν. Τις περιοχές τις επιλέξαμε με βάση την εμβέλεια των Μέσων ενημέρωσης της περιοχής. Επίσης στα ορεινά μέρη οι ηλικίες που προσεγγίσαμε ήταν μεγάλες, θέλαμε με αυτό να δούμε εάν στο κοινό μεγάλης ηλικίας διαφοροποιείται η ανάγκη και ο τρόπος ψηφιακής προσέγγισης του σε σχέση με την περίπτωση που το κοινό είναι νεαρής ηλικίας.

Οι δυσκολίες που αντιμετωπίσαμε στην έρευνα ήταν η έλλειψη βιβλιογραφίας σχετικά με παλαιότερες έρευνες έτσι ώστε να υπάρχουν και συγκρίσεις, καθώς επίσης και η δυσκολία τηλεφωνικής επικοινωνίας κυρίως στα άτομα μεγάλων ηλικιών. Παρακάτω παρατίθεται το αποτέλεσμα της έρευνας με την μέθοδο του ερωτηματολογίου το οποίο διεξήχθη σε 40 χρήστες περιφερειακών ΜΜΕ και συλλέχθηκαν δεδομένα ζητώντας τους να απαντήσουν στις ίδιες ερωτήσεις.

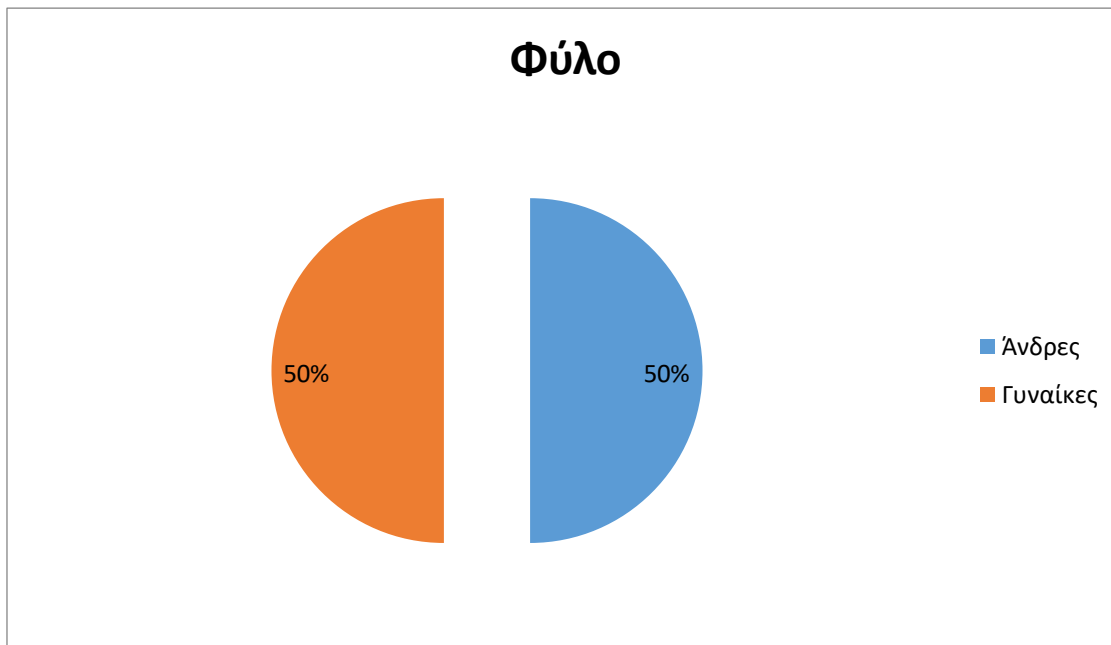
4.2.2 Αποτελέσματα Έρευνας

Οι συμμετέχοντες απάντησαν στις 12 ερωτήσεις του ερωτηματολογίου και τα αποτελέσματα που προέκυψαν ήταν σαφή. Αρχικά απάντησαν στην εμπιστοσύνη που δείχνουν στα περιφερειακά μέσα σε ποσοστό που άγγιξε το 92,5 % και στην καθημερινή τους ενημέρωση από αυτά σε ποσοστό 45% το οποίο είναι πολύ ικανοποιητικό. Και παρόλο που το διαδίκτυο έχει μπει για τα καλά στις ζωές όλων οι μισοί συμμετέχοντες, προτιμούν τα παραδοσιακά μέσα για την ενημέρωσή τους γιατί τα θεωρούν πιο έγκυρα ενώ οι άλλοι μισοί τα νέα μέσα. Το μέσο που προτιμάται είναι το ραδιόφωνο το οποίο θεωρούν και πιο έγκυρο και έπειτα τα site των εφημερίδων , ενώ το μικρότερο ποσοστό των συμμετεχόντων ενημερώνεται από την τηλεόραση. Οι περισσότεροι χρησιμοποιούν καθημερινά πάνω από ένα μέσο για να ενημερώνονται. Αυτό όμως που κερδίζει την προτίμηση όλων είναι το κρατικό ραδιόφωνο, θεωρούν ότι προσφέρει έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση και προάγει τον πολιτισμό του τόπου.

Γενικά, παρόλο που το διαδίκτυο και τα νέα μέσα έχουν εδραιωθεί στις ζωές όλων και έχουν αποκτήσει ισχυρή δύναμη η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δείχνει μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά μέσα που θεωρούνται πιο αξιόπιστα και ικανά να ενημερώσουν και να ψυχαγωγήσουν το κοινό.

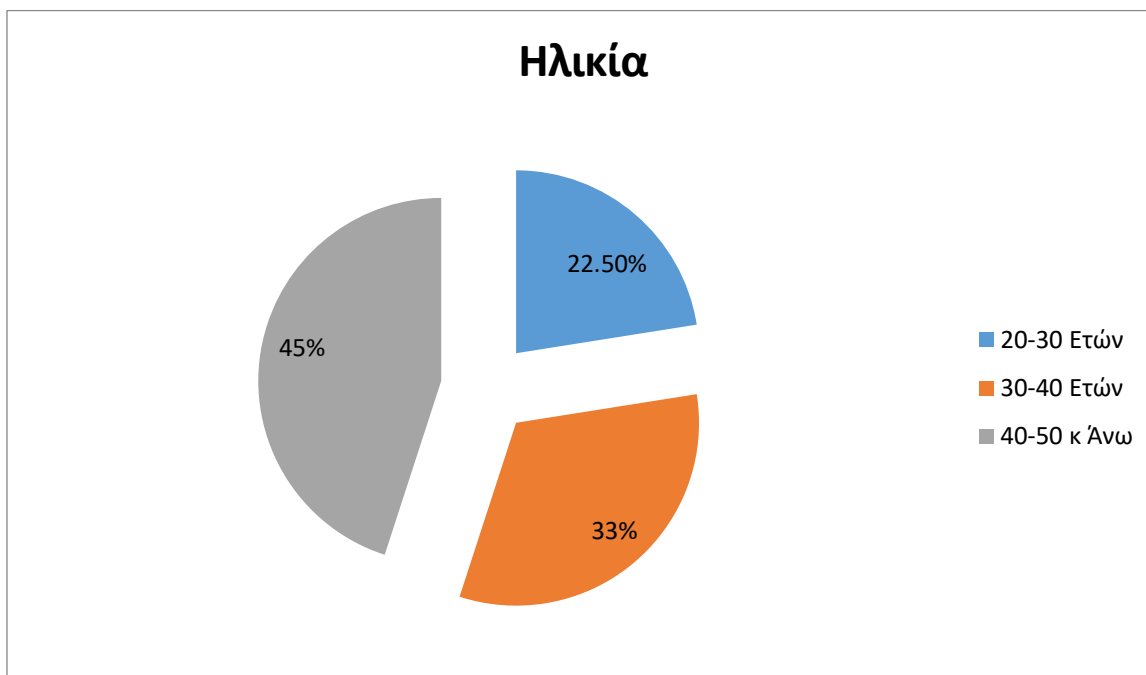
4.2.3 Δημογραφικά στοιχεία Συμμετεχόντων

Στο παρακάτω διάγραμμα αφορά το φύλο των υποβληθέντων στην έρευνα. Τα ποσοστά είναι ισόποσα. 50% είναι οι άνδρες και 50% οι γυναίκες.



Διάγραμμα 1. Φύλο

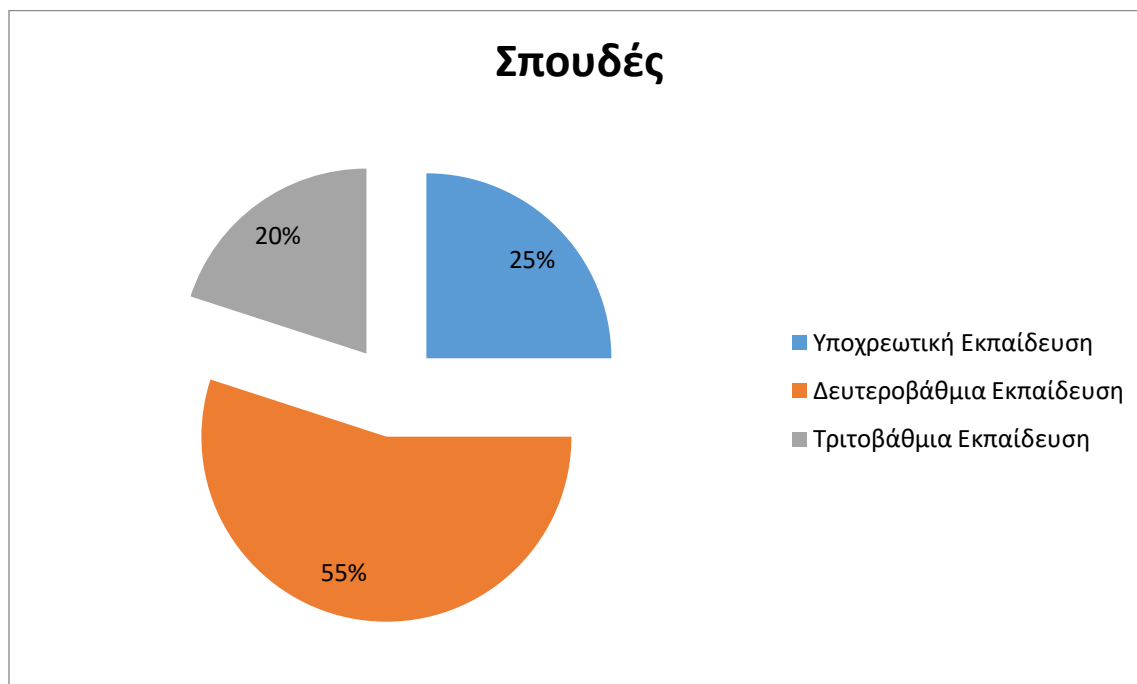
Ακολουθεί το διάγραμμα ηλικιακής πληροφόρησης. Οι ερωτηθέντες χωρίζονται σε τρεις ηλικιακές ομάδες. Είναι ηλικίες 20-30 Ετών που καλύπτουν ποσοστό 22,5%, οι ηλικίες 30-40 Ετών ποσοστό δηλαδή 33% και τέλος οι ηλικίες 40-50 ετών και άνω οι οποίες υπερέρχουν με ποσοστό 45% και παρακολουθούν περισσότερο ειδήσεις και λιγότερο τις ενημερωτικές ή άλλες εκπομπές.



Διάγραμμα 2. Ηλικίες

Τέλος ακολουθεί το διάγραμμα με τις σπουδές που έχουν οι ερωτηθέντες. Το 25% των ερωτηθέντων είναι υποχρεωτικής εκπαίδευσης, το 55% ανήκουν στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση και υπάρχει και ένα 20% των ερωτηθέντων που κατέχουν τίτλους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

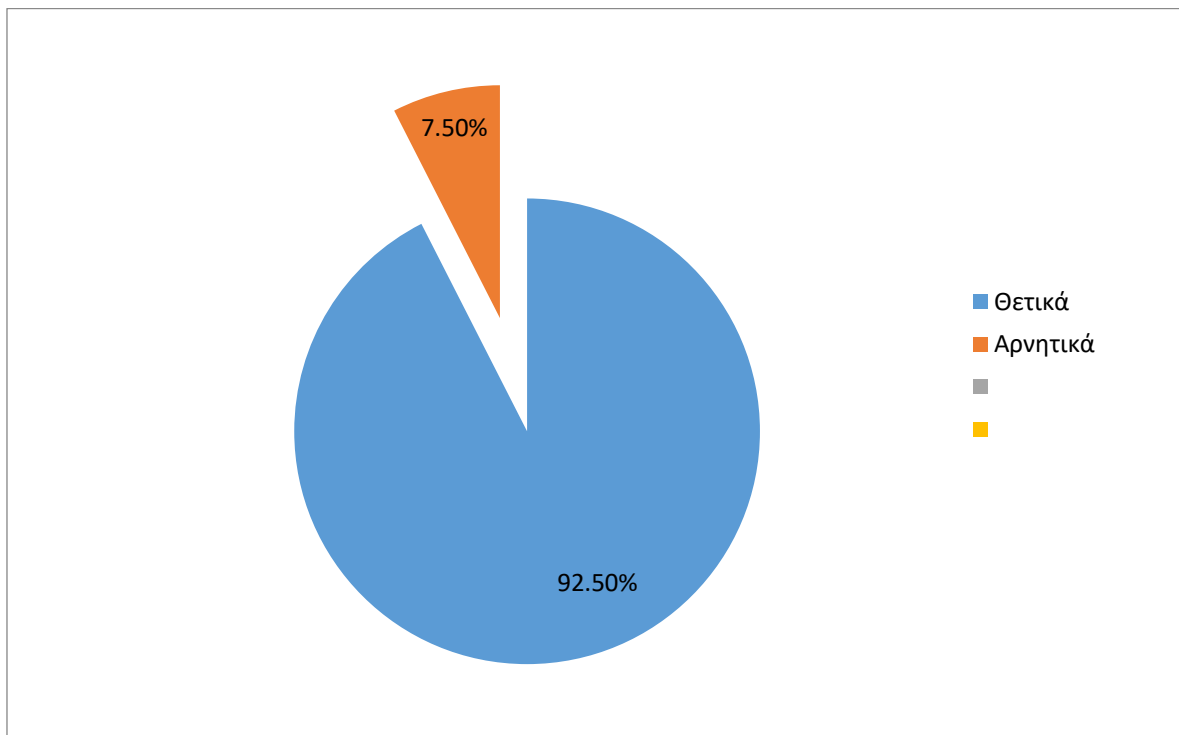
Το τρίτο διάγραμμα αφορά τις σπουδές των ερωτηθέντων. Όσοι είναι υποχρεωτικής εκπαίδευσης καλύπτουν ποσοστό 25%, οι ερωτηθέντες δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό 55%, ενώ το μικρότερο ποσοστό καλύπτουν όσοι έχουν τίτλο πανεπιστημιακής εκπαίδευσης.



Διάγραμμα 3 Σπουδές

4.2.4 Εμπιστοσύνη στα περιφερειακά ΜΜΕ ή στα Εθνικής Εμβέλειας ΜΜΕ;

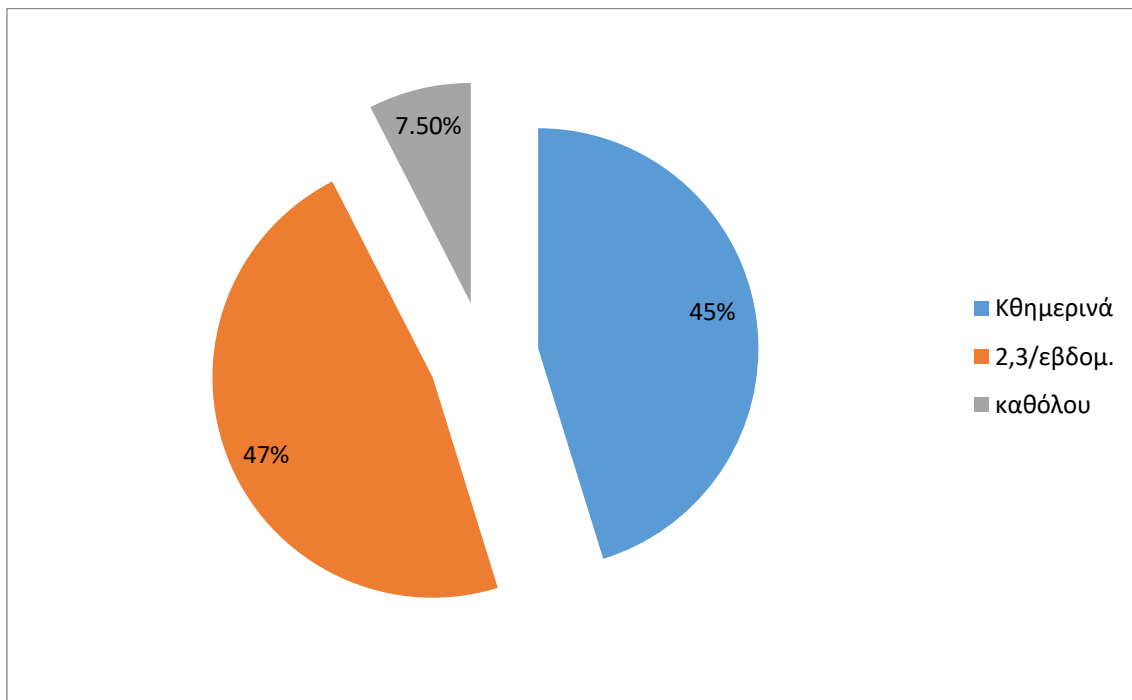
Το διάγραμμα 3 απεικονίζει τις προτιμήσεις των πολιτών όσον αφορά την ενημέρωσή τους από τα περιφερειακά κανάλια σε σχέση με τα εθνικά. Από τους 40 πολίτες που ερωτήθηκαν οι 37, δηλαδή το 92,5% προτιμούν τα περιφερειακά μέσα για την ενημέρωσή τους ενώ μόνο 3 πολίτες, δηλαδή το 7,5% προτιμούν τα εθνικά. Το εύρημα αυτό καταδεικνύει τη σημαντικότητα των περιφερειακών Μέσων στην ενημέρωση των πολιτών.



Διάγραμμα 4. Εμπιστοσύνη στα τοπικά ΜΜΕ

4.2.5 Συχνότητα ενημέρωσης από τα περιφερειακά ΜΜΕ

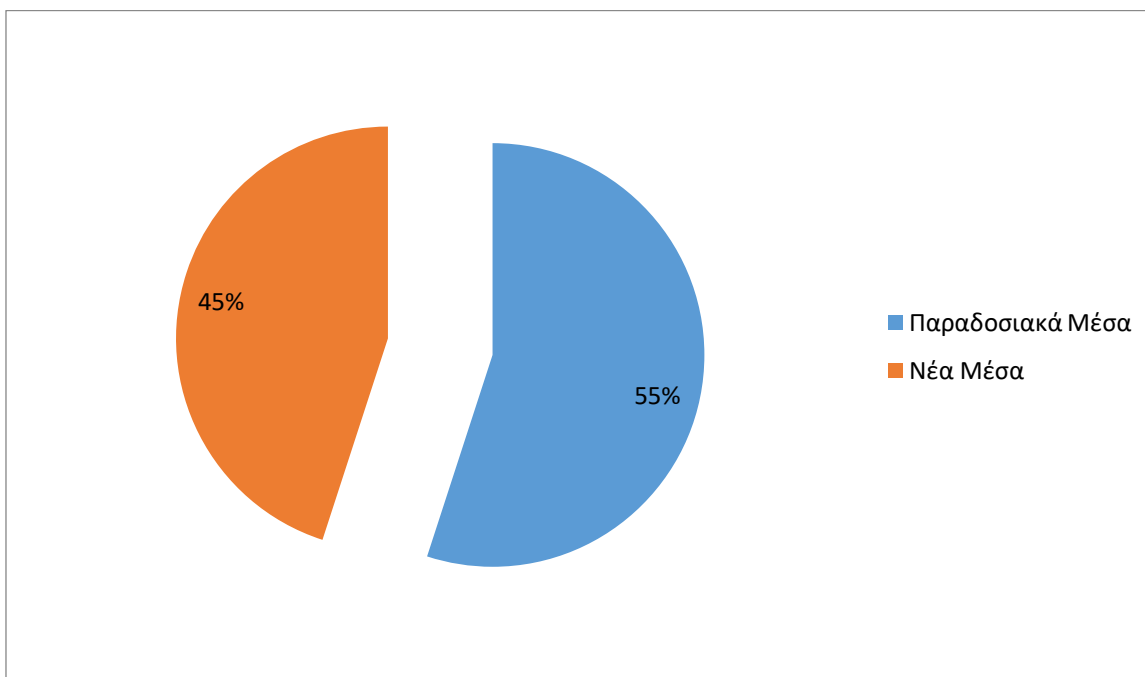
Το διάγραμμα 4 καταδεικνύει αν οι πολίτες ενημερώνονται καθημερινά από τα τοπικά Μέσα. Από τους 40 που ρωτήθηκαν οι 18 ,δηλαδή το 45% απάντησαν ότι ενημερώνονται καθημερινά, οι 19,ένα ποσοστό 47,5%, είπαν δύο με τρεις φορές μέσα στην εβδομάδα και μόνο 3, δηλαδή το 7,5% απάντησαν καθόλου. Άλλο ένα στοιχείο που αποδεικνύει το πόσο εμπιστεύονται τα περιφερειακά ΜΜΕ οι πολίτες της τοπικής κοινωνίας, αποτελούν κομμάτι της καθημερινότητάς τους.



Διάγραμμα 5. καθημερινή ή όχι ενημέρωση

4.2.6 Παραδοσιακά ΜΜΕ και Ψηφιακά ΜΜΕ

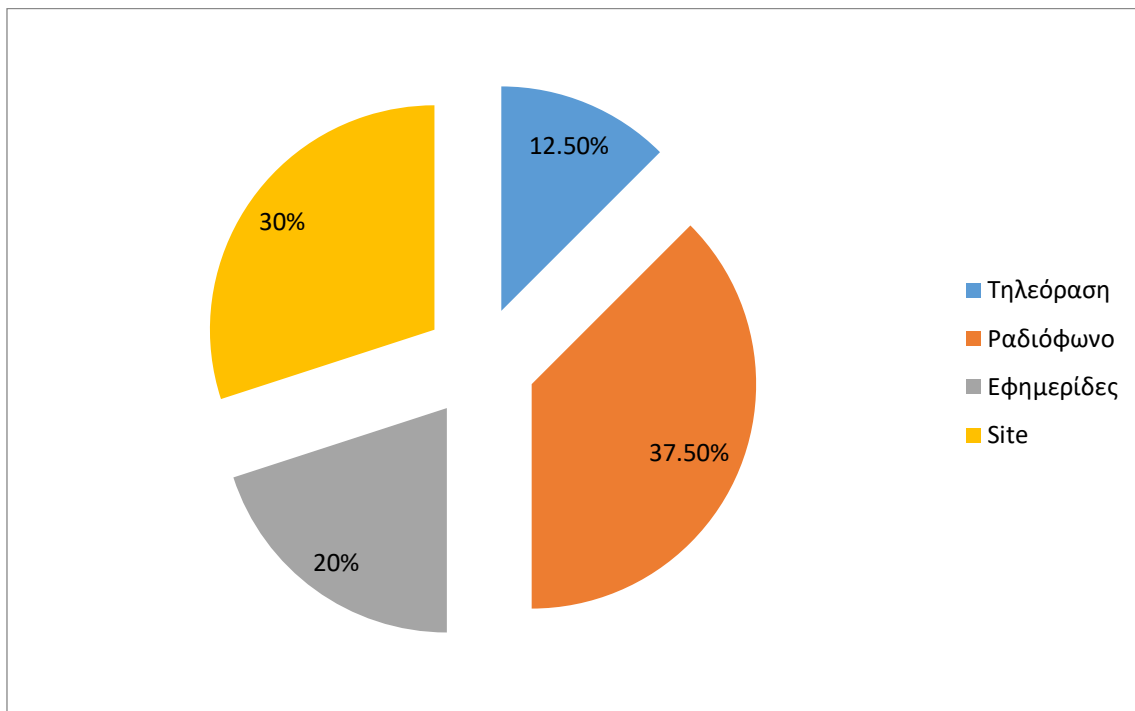
Το διάγραμμα 5 δείχνει την προσαρμογή των χρηστών από τα παραδοσιακά Μέσα στα νέα μέσα. Βασικό κομμάτι της έρευνας είναι αν οι πολίτες σε μια τοπική κοινωνία όπως αυτή που μελετάμε έχουν εξοικειωθεί με τα νέα Μέσα ενημέρωσης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το συγκεκριμένο εύρημα αν σκεφτούμε ότι σήμερα οι περισσότεροι ενημερωνόμαστε από ένα smartphone. Από τους 40 ερωτηθέντες οι 22, δηλαδή το 55% απάντησε τα παραδοσιακά Μέσα, ενώ οι 18, το 45% έδειξαν την προτίμησή τους στα νέα Μέσα. Από το εύρημα διαπιστώνουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των πολιτών θεωρούν τα παραδοσιακά Μέσα πιο έγκυρα για την ενημέρωσή τους. Τα αποτελέσματα έρχονται σε αντίθεση με την έρευνα που έκανε το Ινστιτούτο Reuters το 2019 και δημοσιεύτηκε στο The Toc. Η έρευνα και περιλάμβανε δείγματα από 38 χώρες για να αποτυπώσει τον τρόπο ενημέρωσης των πολιτών στη νέα εποχή των μέσων και κατέγραφε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των Ελλήνων 92%, χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για την ενημέρωσή του. Από αυτούς το 65% κάνει χρήση smartphone.



Διάγραμμα 6. Παραδοσιακά ή Ψηφιακά Μέσα

4.2.7 Από ποια Μέσα ενημερώνεστε; Τηλεόραση, Εφημερίδες, Ραδιόφωνο ή site;

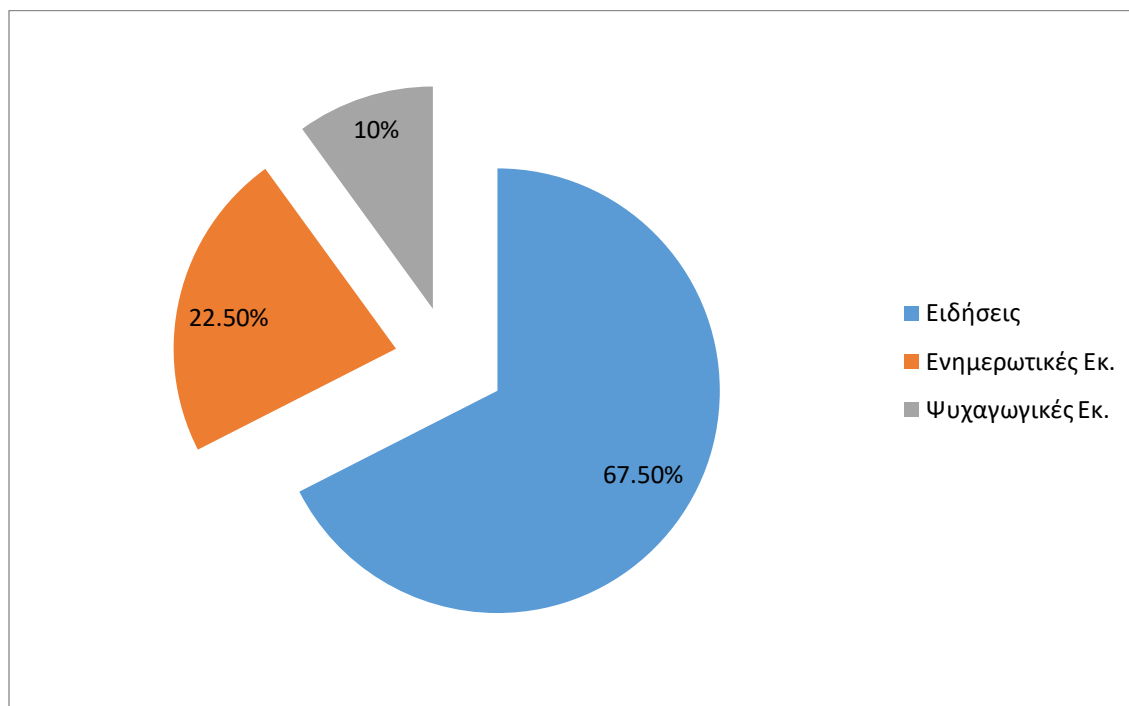
Το διάγραμμα 6 δείχνει από ποιο Μέσο προτιμούν οι πολίτες να ενημερώνονται και να ψυχαγωγούνται. Από το δείγμα των 40 ερωτηθέντων, οι 5, ποσοστό δηλαδή 12,5% απάντησαν τηλεόραση, οι 15, ποσοστό 37,5%, απάντησαν ραδιόφωνο, οι 8 ποσοστό 20%, απάντησαν εφημερίδες και τέλος οι 12 ποσοστό 30% απάντησαν site. Το ποσοστό χρήσης των site ήταν αναμενόμενο, καθώς ο πολίτης έχει πιο εύκολη και γρήγορη πρόσβαση στην ενημέρωση. Εδώ η τηλεόραση δεν έχει υψηλό ποσοστό τηλεθέασης, παρόλο που η δύναμη της εικόνας είναι πιο ισχυρή. Και τέλος το ραδιόφωνο κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό. Το εύρημα αυτό μας βοηθά να καταλάβουμε ότι κάποια μέσα είναι πιο ψηλά στην προτίμηση των πολιτών, όπως για παράδειγμα το ραδιόφωνο.



Διάγραμμα 7. Μέσα με μεγαλύτερη ζήτηση

4.2.8 Προτιμήσεις των Πολιτών: Ειδήσεις, Ενημερωτικές Εκπομπές, Ψυχαγωγικές Εκπομπές

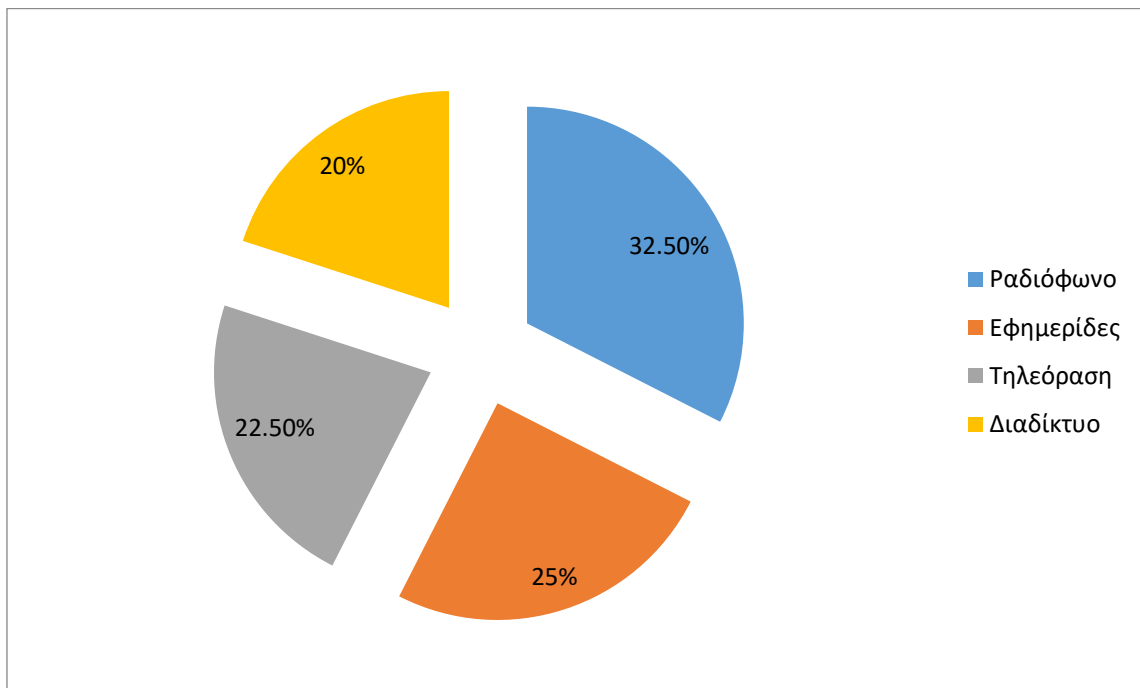
Το διάγραμμα 7 αποτυπώνει ποια εκπομπή είναι ψηλά στην προτίμηση των πολιτών της περιφέρειας. Η πλειοψηφία δείχνει μεγάλη προτίμηση στις ειδήσεις, δηλαδή τους 40 ερωτηθέντες οι 27, ποσοστό 67,5%. Οι 9, ποσοστό 22,5% προτιμούν τις ενημερωτικές εκπομπές και τέλος ένας μικρός αριθμός των 4 πολιτών, ποσοστό δηλαδή 10%, που εκδηλώνουν ενδιαφέρον για τις ψυχαγωγικές εκπομπές.



Διάγραμμα 8. Ειδήσεις-Ενημέρωση-Ψυχαγωγία

4.2.9 Ποιο μέσο είναι πιο έγκυρο: Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Εφημερίδες ή Διαδίκτυο;

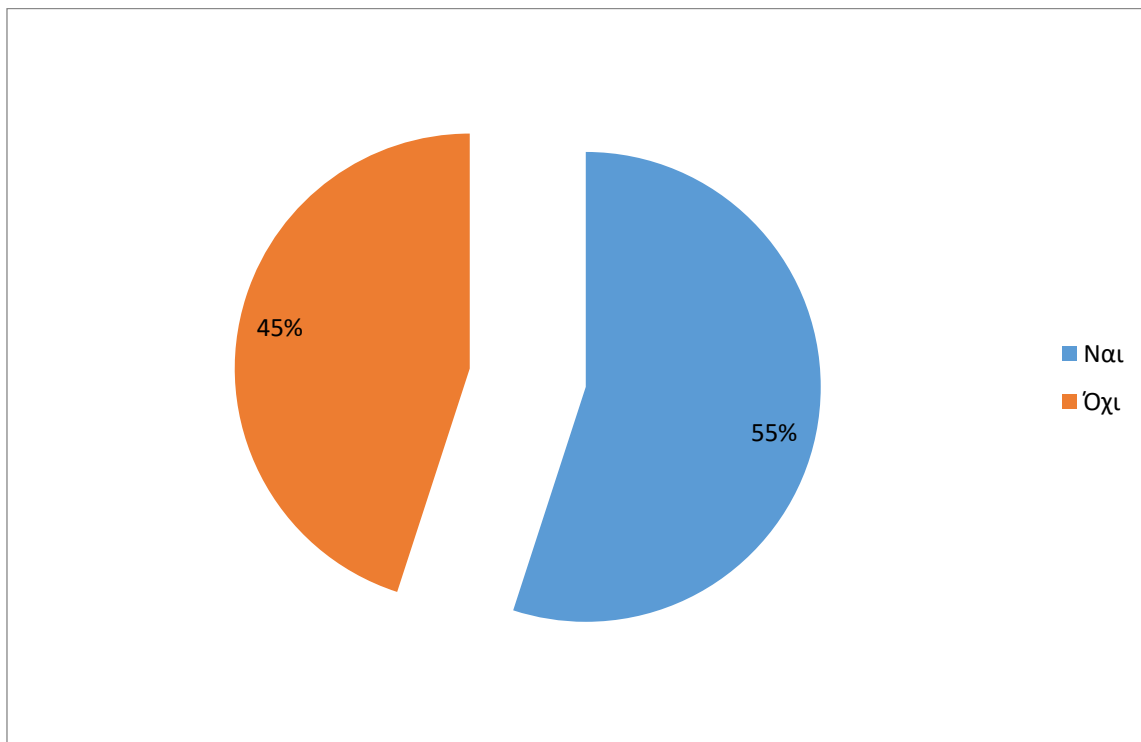
Στο διάγραμμα 8 αποτυπώνει τις προτιμήσεις των πολιτών στο πιο έγκυρο μέσο. Από τους 40 ερωτηθέντες που συμμετείχαν στην έρευνα οι 13 ηλικίας, ποσοστό 32,5%, θεωρούν ως πιο έγκυρο μέσο το Ραδιόφωνο, οι 9, ποσοστό 22,5%, εμπιστεύονται την τηλεόραση, οι 8 ποσοστό 20%, το διαδίκτυο και τέλος 10 από τους ερωτηθέντες, ποσοστό 25%, διαβάζουν εφημερίδες. Διαπιστώνουμε από τα ευρήματα ότι πολίτες πιστεύουν ότι ενημέρωση από το διαδίκτυο δεν είναι έγκυρη.



Διάγραμμα 9. Μέσο Προτίμησης Πολιτών

4.2.10 Χρησιμοποιείτε Καθημερινά Πάνω Από Ένα Μέσο Για την Ενημέρωσή σας;

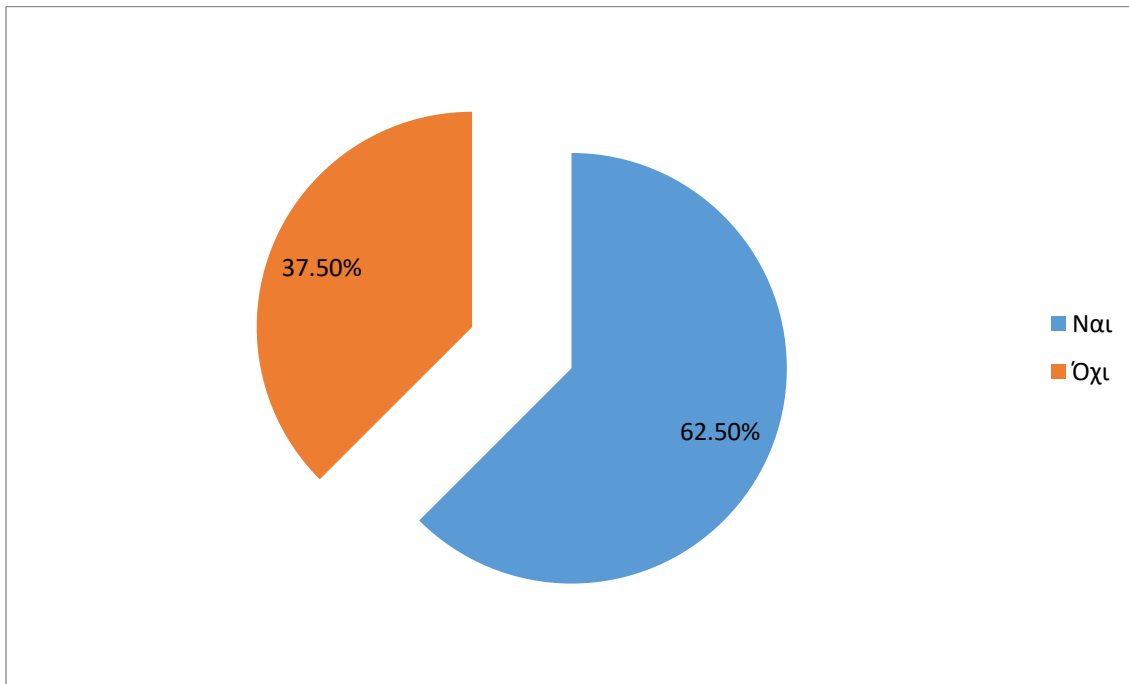
Το διάγραμμα 9 δείχνει τα αποτελέσματα της έρευνας όσον αφορά τη χρήση πολλαπλών μέσων για την καθημερινή ενημέρωση από τους πολίτες. Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν αν χρησιμοποιούν καθημερινά πάνω από ένα μέσο για την ενημέρωσή τους. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων, δηλαδή το 55%, απάντησε ότι χρησιμοποιεί πάνω από ένα μέσο για την ενημέρωσή του καθημερινά. Αυτό το εύρημα υποδηλώνει μια τάση προς την αναζήτηση πλουραλιστικής, πλήρους ενημέρωσης. Το 45% των ερωτηθέντων απάντησε ότι χρησιμοποιεί μόνο ένα μέσο για την καθημερινή του ενημέρωση. Αυτό το ποσοστό είναι επίσης σημαντικό, καθώς υποδεικνύει ότι σχεδόν οι μισοί από τους ερωτηθέντες προτιμούν πιο εστιασμένη προσέγγιση για την ενημέρωσή τους.



Διάγραμμα 10. Χρήση Ενός ή Πολλών Μέσων 1

4.2.11 Ο Τρόπος Ενημέρωσης σας Έχει Αλλάξει Τα Τελευταία Χρόνια;

Το διάγραμμα 10 μας δείχνει κατά πόσο το διαδίκτυο και η ψηφιακή μετάβαση έχουν αλλάξει τη ενημέρωση των πολιτών τα τελευταία χρόνια, αλλά και να διαπιστωθεί κατά πόσο οι πολίτες έχουν προσαρμοστεί με τα νέα Μέσα. Από τους 40 ερωτηθέντες, Οι 25 δηλαδή ποσοστό 62,5%, απάντησαν ότι ο τρόπος ενημέρωσης τους έχει αλλάξει τελευταία ενώ οι 15, ποσοστό 37,5% το δεν έχει αλλάξει. Αρκετά μεγάλο ποσοστό αν σκεφτεί κανείς ότι το διαδίκτυο έχει γίνει αναγκαίο στην καθημερινότητά μας, στην εργασία μας και στον τρόπο ζωής μας γενικότερα.

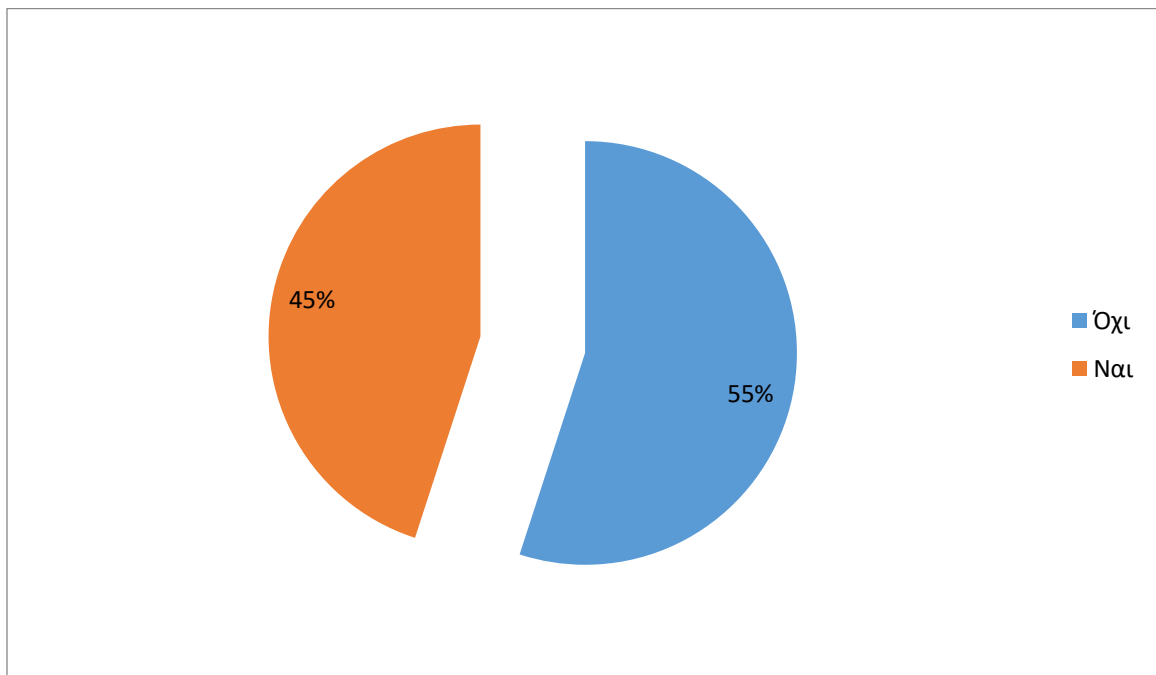


Διάγραμμα 11. Αλλαγή Τρόπου Ενημέρωσης

Το ποσοστό των πολιτών που απάντησαν όχι, δηλαδή το 37,5% είναι κάτοικοι απομακρυσμένων και ορεινών περιοχών των νομών που απευθυνθήκαμε και μεγαλύτερης ηλικίας από αυτούς που απάντησαν ναι.

4.2.12 Τα Περιφερειακά ΜΜΕ πρέπει να προσαρμοστούν στην ψηφιακή Εποχή;

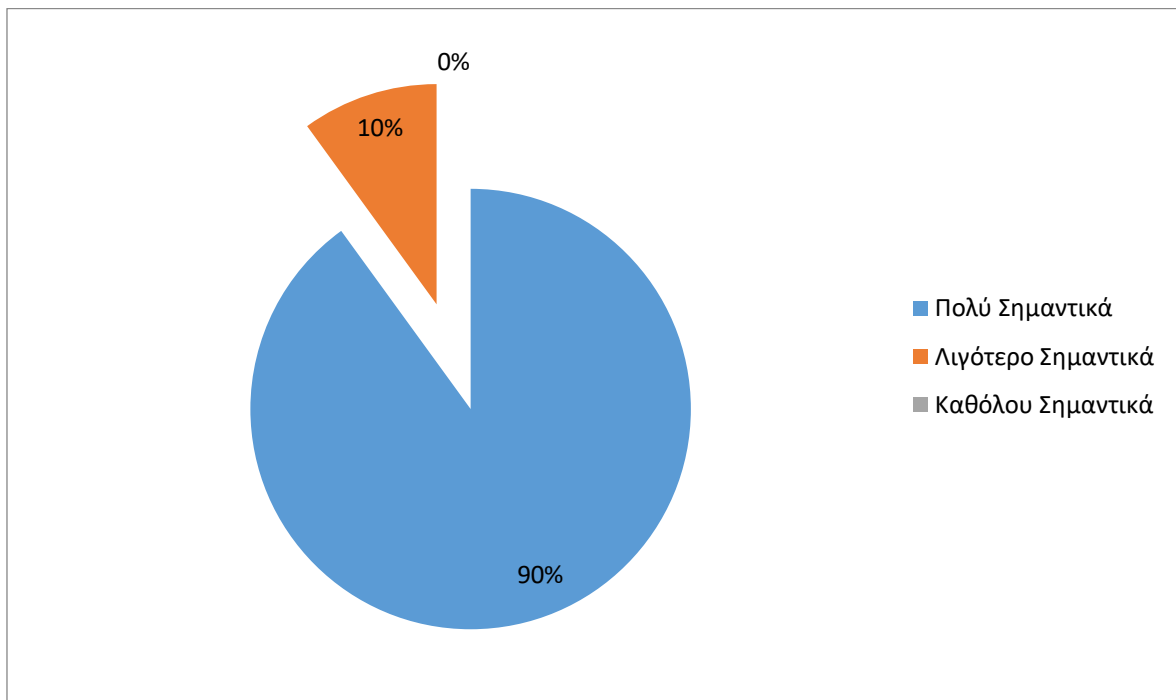
Το διάγραμμα 12, στο ερώτημα της ψηφιακής μετάβασης των Μέσων από τους 40 ερωτηθέντες οι περισσότεροι απάντησαν θετικά, οι 22 δηλαδή ποσοστό 55%, ενώ αρνητικά απάντησαν 18, ποσοστό 45%. Επίσης σημαντικό είναι να αναφέρουμε ότι στο τρίτο υποερώτημα (αδιάφορο) απάντησαν 0. Και σε αυτό το εύρημα οι κάτοικοι ορεινών περιοχών είναι αυτοί που απάντησαν ότι τα Μέσα δεν πρέπει να εξελιχθούν και να προσαρμοστούν στην ψηφιακή εποχή. Το αποτέλεσμα του ερευνητικού ερωτήματος διαφέρει από αντίστοιχες έρευνες του παρελθόντος από τις οποίες προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των Ελλήνων προτιμούν τα νέα μέσα για την ενημέρωσή τους. Η έρευνα του Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων που παραθέσαμε παραπάνω δείχνει ότι το 48% των ερωτηθέντων διαβάζει blogs, το 32% χρησιμοποιεί τα ηλεκτρονικά site των εφημερίδων, ενώ το 34% ακούει ραδιόφωνο μέσω internet.



Διάγραμμα 12. Ψηφιακή Μετάβαση Των Μέσων

4.4.13 Η Σημαντικότητα των Περιφερειακών ΜΜΕ στην Τοπική Κοινωνία

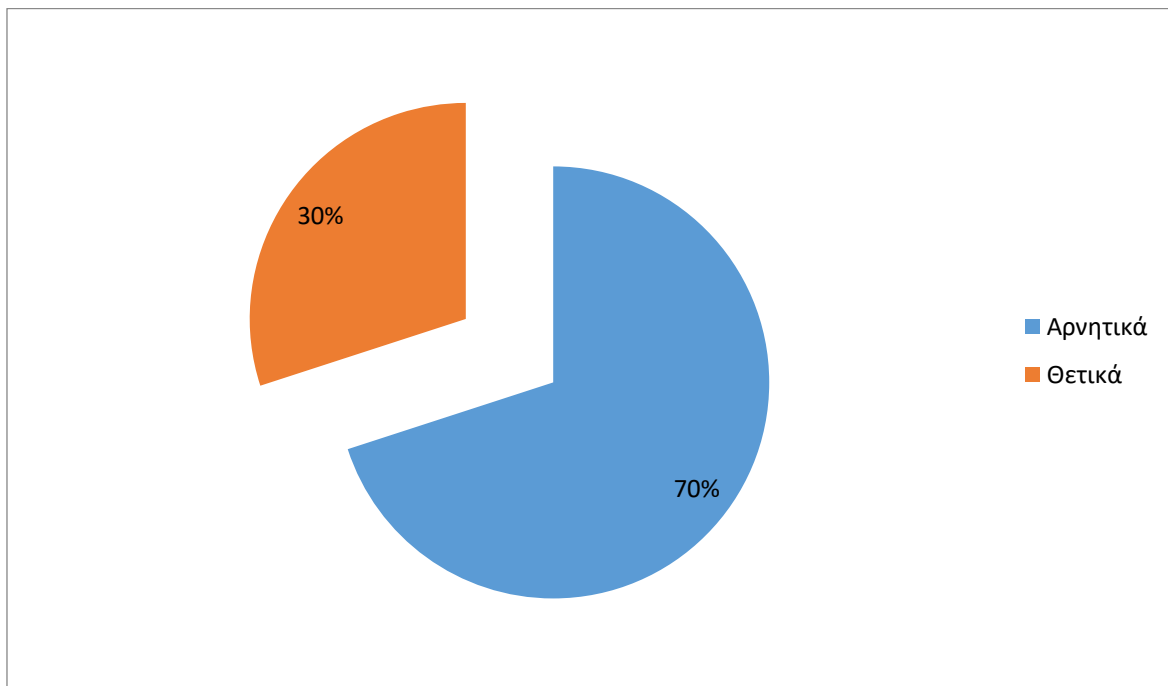
Το διάγραμμα 13 δείχνει πόσο σημαντικό είναι το έργο των περιφερειακών ΜΜΕ για την τοπική κοινωνία. Από τους 40 που ερωτήθηκαν οι 36 απάντησαν ότι είναι πολύ σημαντικά, δηλαδή ποσοστό 90% και μόνο 4, δηλαδή ποσοστό 10% είπαν ότι είναι λιγότερο σημαντικά. Στο τρίτο υποερώτημα απάντησαν 0.



Διάγραμμα 13. Σπουδαιότητα των Τοπικών ΜΜΕ

4.2.14 Πως αντέδρασε η τοπική Κοινωνία στην Είδση κλεισίματος της ΕΡΤ-Πύργου

Το διάγραμμα 14 δείχνει την αντίδραση της τοπικής κοινωνίας στο κλείσιμο ενός ιστορικού ραδιοφωνικού σταθμού όπως η ΕΡΤ-Πύργου. Από το δείγμα των 40 ερωτηθέντων που συμμετείχαν στην έρευνα οι 28, ποσοστό 70%, απάντησαν αρνητικά στο κλείσιμο του κρατικού περιφερειακού Ραδιοφωνικού Σταθμού, ενώ οι 12, δηλαδή ποσοστό 30 %, θετικά έως αδιάφορο. Υπάρχει πάντα ένα ποσοστό πολιτών που θεωρούν ότι ο κρατικός ραδιοτηλεοπτικός φορέας υπόκειται στο εκάστοτε κυβερνητικό σχήμα με αποτέλεσμα την έλλειψη αντικειμενικότητας.



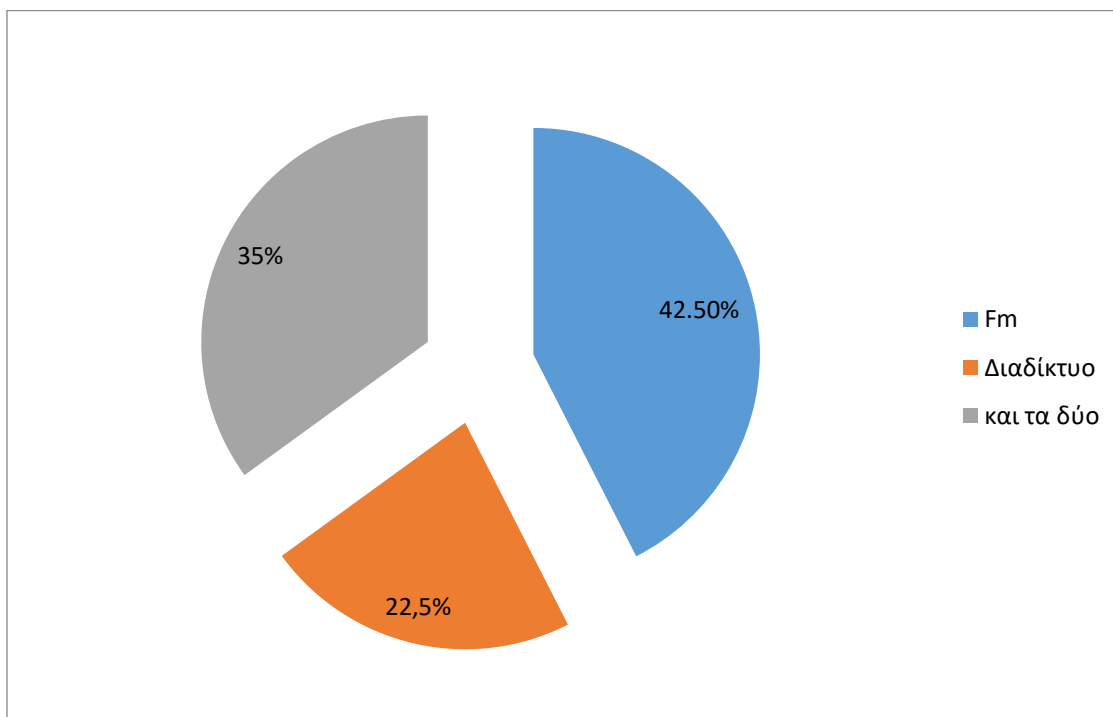
Διάγραμμα 14. Κλείσιμο ΕΡΤ-Πύργου

Επίσης στο ποσοστό 70% ανήκουν πληθυσμιακά περισσότεροι κάτοικοι των απομακρυσμένων περιοχών κυρίως χωριών γι' αυτό και πρόκειται για μεγάλες ηλικίες, που ενημερώνονταν από το κρατικό ραδιόφωνο πολύ πριν φτάσει εκεί η εικόνα, ενώ το ποσοστό 30% αφορά κυρίως κατοίκους της πρωτεύουσας του Νομού.

.

4.2.15 Ακούτε ΕΡΤ-Πύργου μέσω συχνότητας ή διαδικτυακά;

Το διάγραμμα 15 καταγράφει την προσαρμογή των πολιτών από τα παραδοσιακά στα νέα μέσα. Στους 40 ερωτηθέντες οι 14, δηλαδή ποσοστό 35% απάντησαν ότι ακούν το ραδιόφωνο και από τις δύο πηγές ανάλογα με την ώρα της ημέρας δηλαδή πηγαίνοντας στη δουλειά ακούν από το αυτοκίνητο, ενώ όταν βρίσκονται στη δουλειά από τον Η/Υ ή από το smartphone. Οι 17, ποσοστό 35% μόνο από τη συχνότητα και τέλος οι 9 δηλαδή ένα ποσοστό 22,5% μόνο από το internet. Από τα αποτελέσματα των ερωτηθέντων προκύπτει ότι οι περισσότεροι προτιμούν να ακούν ραδιόφωνο και από την συχνότητα και διαδικτυακά ανάλογα με το που βρίσκονται τη δεδομένη στιγμή.



Διάγραμμα 15. Fm ή Διαδίκτυο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα ΜΜΕ αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι των σύγχρονων κοινωνιών. Έχουν συμβάλλει καθοριστικά στις αλλαγές που έχουν επέλθει τα τελευταία χρόνια. Κάνοντας μια αναδρομή στην γέννηση των ΜΜΕ διαπιστώνουμε ότι έχουν ρίζες στο πολύ μακρύ παρελθόν και η ισχύ τους παραμένει διαχρονική. Με το πέρασμα των ετών διαμορφώνεται ο τρόπος άσκησης αυτής της ισχύος καθώς και η επίδρασή τους στην διαμόρφωση-καθοδήγηση της κοινής γνώμης και γενικότερα του οικονομικοπολιτικού γίγνεσθαι.

Τα Μέσα ενημέρωσης άλλαξαν, εξελίχτηκαν όπως επιτάσσει η κάθε εποχή, ο ρόλος όμως που διαδραματίζουν παραμένει ένας μέχρι σήμερα, η ενημέρωση του πολίτη καθώς και η συμβολή τους στην ανάπτυξη του τόπου. Περισσότερο δε, τα περιφερειακά ΜΜΕ λειτουργούν ως βασικός πυλώνας ανάπτυξης της εκάστοτε τοπικής κοινωνίας, στην καλλιέργεια της τοπικής συνείδησης μεταξύ των πολιτών και στη λείανση των τοπικιστικών τους διαφορών. Η περιφέρεια απαλλάσσεται από προκαταλήψεις που την ήθελαν να διαδραματίζει δευτερεύοντα ρόλο στις εξελίξεις.

Σήμερα που οι απαιτήσεις της εποχής είναι διαφορετικές τα περιφερειακά ΜΜΕ οφείλουν να αλλάξουν και να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα της ψηφιακής εποχής, που δίνει τη δυνατότητα στους πολίτες να έχουν πρόσβαση στην ενημέρωση, στην ψυχαγωγία, στον πολιτισμό οπουδήποτε και αν βρίσκονται, οποιαδήποτε στιγμή. Στην ψηφιακή εποχή που διανύουμε, συντελούνται ταχύτατες αλλαγές, αλλαγές που επιβάλλουν τη γρήγορη, συνεχή και έγκυρη ροή της πληροφορίας. Αυτό αποτελεί πρόκληση για τα περιφερειακά ΜΜΕ τα οποία καλούνται να εδραιώσουν την παρουσία τους έναντι των εθνικών Μέσων και να γίνουν ανταγωνιστικά. Σημαντικό ρόλο παίζει εδώ και η πολιτεία η οποία πρέπει να γίνει αρωγός σε αυτή τη προσπάθεια, να εφαρμόσει τη νομοθεσία που αφορά τα περιφερειακά Μέσα και να στηρίξει την ελληνική περιφέρεια. Άλλωστε σε μια κοινωνία που διαρκώς αλλάζει και μεταβάλλεται τα περιφερειακά Μέσα πρέπει να ακολουθούν αυτή την εξέλιξη, να αλλάζουν και να προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα.

Το περιφερειακό ραδιόφωνο αποτελούσε τα προηγούμενα χρόνια το «Γραφικό» μέσο ενημέρωσης, πολιτισμού και ψυχαγωγίας. Σήμερα η δημιουργία του ψηφιακού ραδιοφώνου είναι μονόδρομος, για να μπορέσει να γίνει ανταγωνιστικό να προσφέρει

καλύτερη ποιότητα ήχου καθώς και χρήση πολυμέσων. Μέσω διαδικτύου και της πλατφόρμας που προσφέρει το ραδιόφωνο κατάφερε να γίνει και αυτό ανταγωνιστικό χωρίς να χάσει τη γραφικότητά του.

Σχετικά με τον περιφερειακό ραδιοφωνικό σταθμό της ΕΡΤ-Πύργου εξακολουθεί και σήμερα να αποτελεί σημείο αναφοράς της τοπικής κοινωνίας, πάντα στην υπηρεσία των πολιτών και κοντά τους στα μεγάλα γεγονότα της περιοχής. Ένας ραδιοφωνικός σταθμός που ενημερώνει ψυχαγωγεί και εξακολουθεί να διατηρεί την αμεσότητα που έχει το ραδιόφωνο με τον ακροατή. Και αφού όλα αλλάζουν, η ΕΡΤ-Πύργου μπαίνοντας στην ψηφιακή εποχή απέκτησε το δικό της internetικό ραδιόφωνο και τη δική της σελίδα στα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διευρύνοντας το ακροατήριο της και φτάνοντας την ενημέρωση παντού. Γενικότερα το διαδίκτυο δίνει τη δυνατότητα στα περιφερειακά ΜΜΕ να γίνουν παγκόσμιας εμβέλειας, κάτι που είναι πολύ σημαντικό για την ανάδειξη, την ανάπτυξη και την ενδυνάμωση των τοπικών χαρακτηριστικών του κάθε τόπου. Μια τοπική κοινωνία μπορεί να γίνει γνωστή στο ευρύ κοινό κάτι το οποίο συμβάλει, στην εξαγωγή τοπικών προϊόντων, στην ανάδειξη πολιτισμικών της προϊόντων, στην ανάπτυξη του τουρισμού και γενικότερα στην οικονομική και πολιτιστική της ανάπτυξη.

Στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής παρατηρήσαμε γενικά της πορεία των ΜΜΕ και της ενημέρωσης γενικά, αλλά το εστίασαμε στην περιφέρεια και αναδείξαμε κυρίως την πορεία των περιφερειακών ΜΜΕ κυρίως από την ιδιωτικοποίηση των ραδιοτηλεοπτικών Μέσων και μετά.

Ερμηνεύοντας την έρευνα που κάναμε, συμπεραίνουμε ότι οι πολίτες της τοπικής κοινωνίας αλλάζουν συνήθειες, προσαρμόζονται στις εξελίξεις, κυρίως όμως οι κάτοικοι της πόλης και λιγότερο οι κάτοικοι των πιο απομακρυσμένων περιοχών. Το κοινό στοιχείο όλων όμως είναι ότι εμπιστεύονται τα περιφερειακά ΜΜΕ. Ενδιαφέρονται περισσότερο για την τοπική ενημέρωση και τα προβλήματα που απασχολούν την περιοχή τους.

Ένα μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού της Ηλείας και των όμορων Νομών που διεξήχθη η έρευνα, δηλώνουν «Τοπικιστές», εμπιστεύονται τα περιφερειακά ΜΜΕ για την καθημερινή ενημέρωσή τους, ακόμη και σήμερα που το τοπίο των Μέσων μεταβάλλεται, οι εποχές αλλάζουν, η τεχνολογία εξαλλάσσεται κάνοντας τη ζωή μας πιο εύκολη κυρίως στο κομμάτι της ενημέρωσης όπου με μια έξυπνη συσκευή, οποιαδήποτε χρονική στιγμή και οπουδήποτε μπορούμε να ενημερωθούμε για τα πάντα. Αρκετά μεγάλο είναι το ποσοστό των πολιτών της τοπικής κοινωνίας που εξακολουθούν παραδοσιακά να

διαβάζουν ακόμη τις τοπικές εφημερίδες να βλέπουν ειδήσεις στο τοπικό κανάλι και την αγαπημένη τους μουσική από το τοπικό ραδιόφωνο. Μάλιστα καθημερινά ενημερώνονται όχι από ένα τοπικό μέσο αλλά από περισσότερα που σημαίνει ότι προτιμούν πιο πλουραλιστική και πλήρη ενημέρωση. Οι μικρότερες ηλικίες ενδιαφέρονται για την τοπική ενημέρωση αλλά με άλλο τρόπο, μέσα από τα ηλεκτρονικά site των τοπικών εφημερίδων και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το σημαντικό που προκύπτει είναι ότι μεγάλο μέρος των πολιτών ενημερώνονται από το ραδιόφωνο, παρόλο που η εικόνα έχει μεγαλύτερη δύναμη και το διαδίκτυο είναι πιο ελκυστικό. Σε αυτό παίζει ρόλο το γεγονός ότι ο Νομός Ηλείας και οι γειτονικοί Νομοί είναι κατεξοχήν αγροτικοί, το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού ασχολείται με την γεωργία και κτηνοτροφία, επομένως αφού τις περισσότερες ώρες της μέρας βρίσκονται στο ύπαιθρο τους είναι πιο εύκολη η πρόσβαση στο ραδιόφωνο.

Υπάρχει ένα μεγάλο ποσοστό κατοίκων που αποτελούν ακροατήριο του κρατικού περιφερειακού ραδιοφώνου. Μένουν ικανοποιημένοι από την ενημέρωση που προσφέρει αλλά και από τα ψυχαγωγικά προγράμματα. Ο σταθμός εξακολουθεί να είναι σημείο αναφοράς της τοπικής κοινωνίας, από τα πιο οικεία μέσα ενημέρωσης που προτιμάται από όλες τις ηλικίες. Η προσφορά του στην τοπική κοινωνία και όχι μόνο είναι μεγάλη, ακόμη και σήμερα.

Ο σταθμός τα τελευταία χρόνια εκπέμπει και διαδικτυακά μέσα από την πλατφόρμα Ertecho και εκσυγχρονίζεται παρόλα αυτά από τα ποσοστά που προκύπτουν ότι το ποσοστό που ακούει ραδιόφωνο μέσω Internet είναι αρκετά μικρό.

Στόχος πάντως του σταθμού είναι να διατηρήσει τη σχέση του με το ραδιοφωνικό κοινό και να είναι κοντά στην τοπική κοινωνία και τα προβλήματά της.

Καταλήγουμε ότι στην περιφέρεια και στις τοπικές κοινωνίες τα ΜΜΕ διαδραματίζουν έναν καθοριστικό ρόλο την ενημέρωση και την συμβολή τους στην ανάπτυξη της εκάστοτε τοπικής κοινωνίας κυρίως από την απελευθέρωσή τους από τα κρατικά μονοπώλια και μετά. Κατήργησαν τα «σύνορα» και έφεραν την ελληνική περιφέρεια πιο κοντά στην πρωτεύουσα και στα κέντρα λήψης αποφάσεων. Διαμόρφωσαν σύγχρονες τοπικές κουλτούρες απαλλαγμένες από τις στερεότυπες αντιλήψεις που ίσχυαν και ήθελαν την περιφέρεια να διαδραματίζει δευτερεύοντα ρόλο. Ακόμη και σήμερα που άλλαξαν, μετασχηματίστηκαν και διαφοροποιήθηκαν ακολουθώντας την ψηφιακή εποχή ο ρόλος τους παραμένει ο ίδιος. Παράλληλα ιδιαίτερα θετική ήταν η συμβολή τους στην

καλλιέργεια περιφερειακής συνείδησης μεταξύ των πολιτών και στην μείωση των τοπικιστικών διαφορών.

Στην έρευνα που κάναμε για την παρούσα διπλωματική διαπιστώσαμε ότι ενώ για τον έντυπο τύπο τις περιφέρειες υπάρχει πληθώρα πληροφοριών και έχουν κατά καιρούς γίνει πολλές έρευνες για τα υπόλοιπα περιφερειακά Μέσα, όπως τηλεόραση και ραδιόφωνο, το τοπίο είναι ανεξερεύνητο και υπάρχουν ελάχιστα στοιχεία. Αυτό ίσως θα ήταν μια σημαντική επισήμανση για μια μελλοντική έρευνα για αυτά τα Μέσα.

Επίσης ένα άλλο σημαντικό στοιχείο που συλλέξαμε και αφορά το ραδιόφωνο, που για τους ρομαντικούς λάτρεις του ήταν ο χαρακτήρας του και η προσωπικότητά του, πέρα δηλαδή από την ψυχαγωγία και την ενημέρωση παρείχε και την συντροφιά στον ακροατή. Κατά την εξέλιξή του και τη μετάβαση στην ψηφιακή εποχή θα μπορούσε να διερευνηθεί αν τίθεται υπό απειλή αυτός ο χαρακτήρας. Καθώς επίσης και τον ρόλο που διαδραματίζει το ραδιόφωνο στην περιφέρεια αφού παραμένει αρκετά υψηλό το ποσοστό του στις προτιμήσεις των πολιτών.

Τα ποσοστά που συλλέξαμε από την παρούσα έρευνα είναι ίσως πρωτόγνωρα για την εποχή που διανύουμε αφού το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού στην Ελλάδα από την έλευση του διαδικτύου και μετά προτιμά τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωσή τους, τις ιστοσελίδες τα blogs κλπ. Εδώ παρατηρήσαμε ότι το διαδίκτυο δεν είναι πρώτο στις προτιμήσεις των πολιτών.

Το συμπέρασμα είναι ότι οι ειδήσεις είναι πάντα παρούσες και η δίψα των πολιτών για ενημέρωση είναι πάντα ακόρεστη. Τα ΜΜΕ πάντως πρέπει να συμβαδίζουν με την εξέλιξη και να αναζητούν τρόπους να αναπτυχθούν μέσα από τα νέα δεδομένα που τους προσφέρονται, πάντα με πρωταρχικό στόχο την έγκυρη και αντικειμενική ενημέρωση του πολίτη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Boczkowski P. J. (2004).Digitizing The News. Innvation In Online Newspaper, Massachusets: The MIT Press.

Buiter W. & Rahbari E. (2010). Greece and the fiscal crisis in the EMU, CEPR Policy Insight No 51, 3.

Deuze, M. (2003). The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. New Media & Society, 5(2), 203–230.

Feng, C. G. C., Lau, T. Y., Atkin, D. J., & Lin, C. A. (2009). Exploring the evolution of digital television in China: An interplay between economic and political interests. Telematics and Informatics, 26(4), 333–342. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2008.05.002>

Galperin, H (2002). Can the US transition to digital TV be fixed? Some lessons from two European Union cases. Telecommunications Policy 26 (2002) .

Domingo, D. et. al. (2007). Four dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain. In 8 th International Symposium on Online: <https://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Domingo.pdf>.

Eisenstein.E .(1980) The Unacknowledged Revolution. In The Printing Press as an Agent of Change. Cambridge. Cambridge University Press (Page 3-42).

Kolodzy J. (2015) «Δημοσιογραφία Της Σύγκλισης». Μια Πρακτική εισαγωγή στη αρθρογραφία για τα μέσα, Έντυπα, Οπτικοακουστικά, Ψηφιακά. Εκδ. Κλειδάριθμος.

Nielsen R.K. (2015). Local Jurnalism: The Decline Of Nwespapers and the Rice of Digital Media. Published by I.B. Tauris& Co. Ltd in Association With The Rauters Institute for The Study of the Jurnalism. Univercity Of Oxford.

Paulussen, Steve, A. Heinonen, D. Domingo & T. Quandt 2007. Doing it together. Citizen participation in the professional news making process. Observatorio (OBS*) Journal: 131-154. (: <http://cccd.es/wp/wp-content/uploads/2012/05/148-596-1-PB.pdf>)

Shearer, E. (2020). Local news is playing an important role for Americans during COVID-19 outbreak.

Tuneva, M. (2020). The critical role of press and media councils in time of covid-19. Council of Media Ethics of Macedonia, in North Macedonia. UNESCO.

Walter B.(2014). Radio Benjamin, London , Verso Press

Winston B. (1998) « Media Technology And Society: A History From The Telegraph to The Internet». London: Routledge.

Ελληνική Βιβλιογραφία

Γαζή Αγγελική. « Η Ψηφιακή Πρόκληση: ΜΜΕ Και Δημοκρατία».(Τμήμα Επικοινωνία Και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης ΕΚΠΑ-Εργασίες Διεθνούς Συνεδρίου.) Επιμέλεια Παναγιωτοπούλου Ρ. Αθήνα 2003.

Δάβος Β. (2002) . Η Εφημερίδα Πατρίς του Πύργου 1902-2002. Τα μεγάλα Γεγονότα Και η Ζωή Των Κατοίκων Του Ν.Ηλείας Μέσα Από Τις Ειδήσεις Και Τα Ρεπορτάζ. Πύργος Εφημερίδα «Πατρίς».

Δρούλια λ. (2002). «Ο Ελληνικός Τύπος από το 1784 Έως Σήμερα . Ιστορικές Και Θεωρητικές Προσεγγίσεις». Πρακτικά Διεθνούς Συνεδρίου, Αθήνα. Ινστιτούτο Νεοελληνικών Ερευνών. Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, Αθήνα . (σελ. 254- 262).

Ζαούσης Α.-Στράτος Κ. (1993) «Οι Εφημερίδες 1974-1992), Αθήνα, Εκδ. Γνώση.

Παναγιωτοπούλου Ρ. (2004). «Η Τηλεόραση Εκτός Των Τειχών», Αθήνα, Εκδ. Κατσανιώτη.

Πολίτης Ν. (1984). «Χρονικό Του Πατραϊκού Τύπου 1840-1940». Πάτρα.

ΜακΚουέιλ, Ν. (2003). «Νέα Μέσα-Νέα Θεωρία?» (. Στο «Η θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας για τον 21ο αιώνα»). (σελ. 146-172). Αθήνα, Εκδ. Καστανιώτης.

Ρήγου, Μ. (2014). «Από την ψηφιακή επανάσταση στη ψηφιακή επιτήρηση. Νέα μέσα, δημοσιότητα και πολιτική». Αθήνα, Εκδ. Ι. Σιδέρη.

Μπαρμπούτης Χ. (2001) «Η Δυναμική Του Ραδιοφώνου Στην Ελλάδα». Αθήνα, Εκδ. Παπαζήση.

Χατζηλαζάρου Τ. (2010) «Η Ιστία Του Ραδιοφώνου.115 Χρόνια Από Την Ίδρυσή Του». ΨΙΘΥΡΟΙ

Βασιλάκη Ζ. (2006). «Ιστορική Αναδρομή Ραδιοφώνου (τέλη 19ου αιώνα-1987)», επιμ. Κλεισμάκη Όλγα, Τετράδια Επικοινωνίας Νο 6, Το Ραδιόφωνο στην Ελλάδα, Αθήνα.

Μποκόρος Χ. (2014) «Τα Πλεονεκτήματα Του Περιφερειακού Τύπου» ([Χρήστος Μποκόρος: Τα πλεονεκτήματα του περιφερειακού τύπου | Εφημερίδα TAXYΔΡΟΜΟΣ Βόλου, Μαγνησίας, Θεσσαλίας \(taxydromos.gr\)](#))

Κοκκώνης, Μ., Πασχαλίδης, Γ., Μπαντιμαρούδης, Φ. (2010). «Ψηφιακά Μέσα, ο πολιτισμός του ήχου και του θεάματος». Αθήνα, Εκδ. Κριτική Α.Ε

Λέανδρος, Ν. (2008). «Επιχειρηματικές Στρατηγικές στη Βιομηχανία των Μέσων, Επικοινωνία και Κοινωνία». Αθήνα, Εκδ. Καστανιώτης.

Μάνδρος Σ. (2009) «Για Μια Κοινωνιολογία Των ΜΜΕ». Εκδ. ΙΤΕΑ

Παπαδάκης Ανδρέας Εμμ., (2015). Ψηφιακή Τηλεόραση: Επίγεια Ψηφιακή Τηλεόραση. Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.

Σπυρίδου, Π. & Βέγλης Α., (2006) Διαδικτυακές εφημερίδες στην Ελλάδα: η εξέλιξη ενός ψηφιακού είδους, στο Λεάνδρος, Ν. (επιμ.), The Impact of Internet on the Mass Media in Europe, London: Abramis.

Σωτηροπούλου Α.-Ντάβου Μ. « Η Επιστημονική Έρευνα: Μέθοδοι, Σχεδιασμός και Ανάλυση. Εκδ. Παπαζήση Αθήνα 2023)

Τριανταφύλλου, Σ. (2020). Τα ΜΜΕ & η Δημοσιογραφία σε Μετάβαση, Οι μεταβαλλόμενες συνθήκες εργασίας των δημοσιογράφων στην ψηφιακή εποχή, Αθήνα: Εκδόσεις Δίσιγμα.

Διαδίκτυο

<https://www.amna.gr/home/article/716269/Ta-perifereiaka-MME-simeio-anaforas-axiapistis-enimerosis-stin-Ellada--tonise-o-proedros-tis-POESY--Sot-Triantafyllou>

<https://www.kathimerini.gr/economy/international/1005019/stirixi-300-dis-dol-se-topika-mme-apo-ti-facebook/>

[https://scholar.google.gr/scholar?q=.\(+Boorstin+J.+1990\)&hl=el&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.gr/scholar?q=.(+Boorstin+J.+1990)&hl=el&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar)

[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A6%CF%81%CF%85%CE%BA%CF%84%CF%89%CF%81%CE%AF%CE%B1\(2024\).](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A6%CF%81%CF%85%CE%BA%CF%84%CF%89%CF%81%CE%AF%CE%B1(2024).)

[https://medium.com/@algoeabiz/digital-revolution-marks-the-beginning-ofinformation-era-463aaf915220.](https://medium.com/@algoeabiz/digital-revolution-marks-the-beginning-of-information-era-463aaf915220)

Cappello et al. 2016:<https://www.nature.com/articles/s41598-016-0001-8>

THETOC. (2019). Έρευνα Reuters 2019: Οι Έλληνες και οι ειδήσεις στο διαδίκτυο. Ανακτήθηκε στις 19/8/2020 από <https://www.thetoc.gr/koinwnia/article/ereuna-reuters-2019-oi-ellines-kai-oi-eidiseis-sto-diadiktuo>.

Βλάχος Γ(2004). <http://blekmagazinegroup.blogspot.gr>

Βασιλειάδης Γ. (2006). «Η Επίδραση των ΜΜΕ στη Διαμόρφωση Της Σύγχρονης Κοινωνίας» (http://www.apopsy.gr/2007/t_196/apo_03.htm)

Κωνσταντοπούλου Β. (2017). « Ιστορία Της Εφημερίδας Μέσα Στους Αιώνες» (http://www.freeminds.gr/istoria_efhmeridas)

Μηχανή του Χρόνου, Η Ιστορία της Ελληνικής Ραδιοφωνίας, 13 Φεβρουαρίου 2015: <https://www.youtube.com/watch?v=2GmKN1vOy3k>.

Μηχανή Του Χρόνου, Οι Εφημερίδες Του Τρωϊκού Πολέμου Και Του Μεγάλου Αλεξάνδρου.

Παπαθανασόπουλος Σ.(2013). https://medianalysis.net/2013/06/07/journalism_newmedia

Παρασκευοπούλου Ι. «Μεθοδολογίας επιστημονικής έρευνας» Αθήνα 1980

Στολάκης, Β. (2016). Μετά τους πανελλαδικούς σταθμούς... σειρά παίρνουν τα τοπικά κανάλια.(<https://www.karfitsa.gr/poioi-einai-oi-kanalaxes-tis-thessalo>.)

<https://www.kathimerini.gr/author/sofia-christou/>

<https://www.publicissue.gr/128/iom-media-2007/>

<https://slideplayer.gr/slide/12014534/>

<https://medianalysis.net/2020/12/12/ta-mesa-enhmerosis-stin-epochi-tis-pandimias/>

<https://www.liberal.gr/epikairotita/enishysi-20-ekat-eyro-se-perifereiaka-mme-gia-tis-epiptoseis-tis-pandimias>

<https://www.ertnews.gr/eidiseis/mono-sto-ertgr/premiera-gia-ton-ermi-ton-proto-eikoniko-parousiasti-tis-ellinikis-tileorasis/>

Παράρτημα Α: «Ερωτηματολόγιο Πολλαπλών Επιλογών»

1. Φύλλο

α. Άνδρας

β. Γυναίκα

2. Ηλικία

α. 20-30

β. 30-40

γ. 40-50

δ. 50 και άνω

3.Μορφωτικό Επίπεδο

- α. ΥΕ
- β. ΔΕ
- γ. ΠΕ
- δ. ΙΕΚ

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Για την ενημέρωσή σας προτιμάτε τα περιφερειακά ΜΜΕ ή τα Εθνικά;
 - α. Τοπικά
 - β. Εθνικά
2. Πόσο συχνά παρακολουθείτε τα περιφερειακά ΜΜΕ;
 - α. Καθημερινά
 - β. 2-3 φορές την εβδομάδα
 - γ. καθόλου
- 3.Προτιμάτε τα παραδοσιακά ΜΜΕ για την ενημέρωσή σας ή τα ψηφιακά;
 - α. Τα παραδοσιακά
 - β. Τα ψηφιακά
 - γ. και τα δύο
- 4.Ποια από τα παρακάτω περιφερειακά Μέσα χρησιμοποιείτε περισσότερο;
 - α. Τηλεόραση
 - β. Ραδιόφωνο
 - γ. Εφημερίδες
 - δ. site
5. Τι σας ενδιαφέρει περισσότερο;

α. Ειδήσεις

β. Ενημερωτικές Εκπομπές

γ. Ψυχαγωγία

6. Ποιο Μέσο της περιοχής θεωρείτε πιο έγκυρο για την ενημέρωσή σας;

α. Τηλεόραση

β. Ραδιόφωνο

γ. Εφημερίδες

δ. site

7. Χρησιμοποιείτε πάνω από ένα Μέσο της περιοχής σας για την καθημερινή σας ενημέρωση;

α. Ναι

β. Όχι

8. Ο τρόπος ενημέρωσής σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια έχει αλλάξει;

α. Ναι

β. Όχι

γ. Αν ναι, γιατί

9. Πιστεύετε ότι τα περιφερειακά ΜΜΕ πρέπει να ακολουθήσουν την ψηφιακή εποχή και να εκσυγχρονιστούν;

α. Ναι

β. Όχι

γ. Αδιάφορο

10. Είναι σημαντικά τα περιφερειακά ΜΜΕ για την τοπική κοινωνία;

α. Πολύ σημαντικά

β. Λιγότερο σημαντικά

γ. Καθόλου σημαντικά

11. Πως αντιδράσατε στη είδηση του κλεισίματος του κρατικού ραδιοφώνου (ΕΡΤ-Πύργου) το 2013;

α. Θετικά

β. Αρνητικά

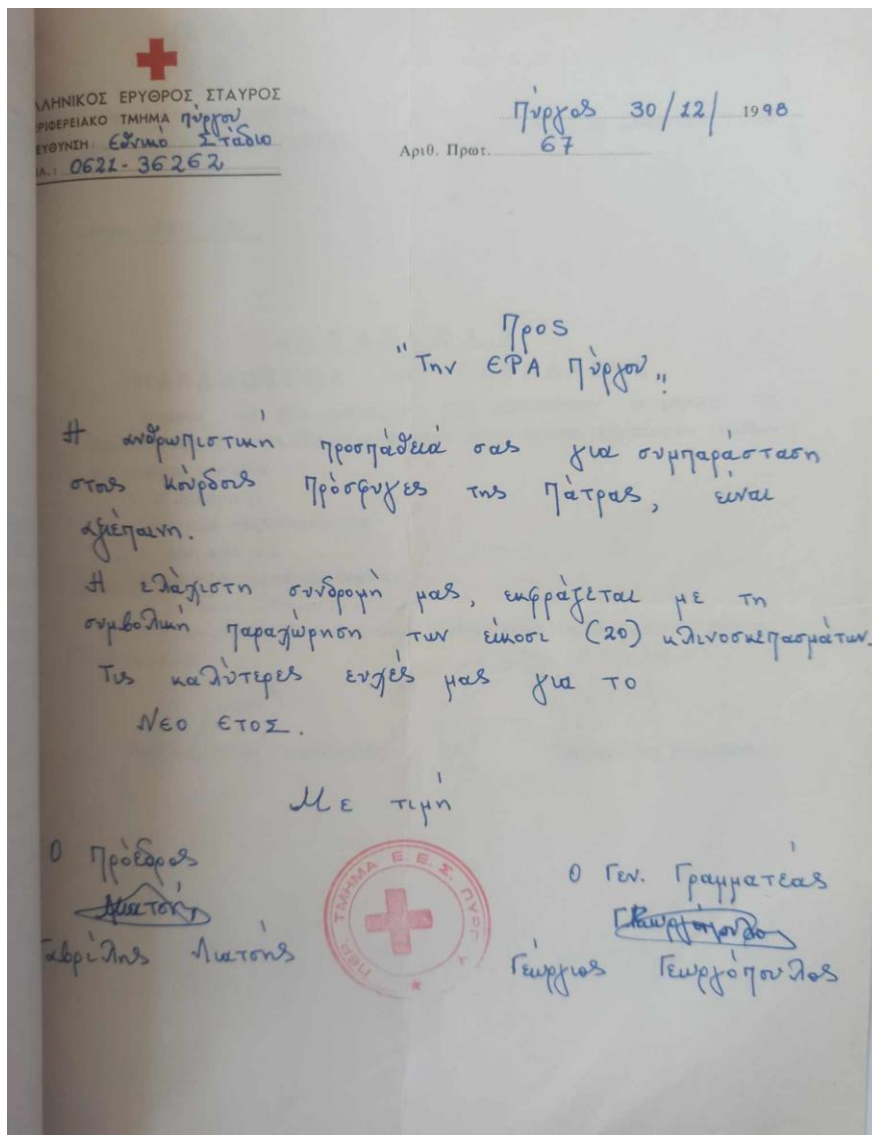
γ. Αδιάφορο

12. Σήμερα ακούτε την ΕΡΤ-Πύργου μέσω συχνότητας ή μέσω διαδικτύου;

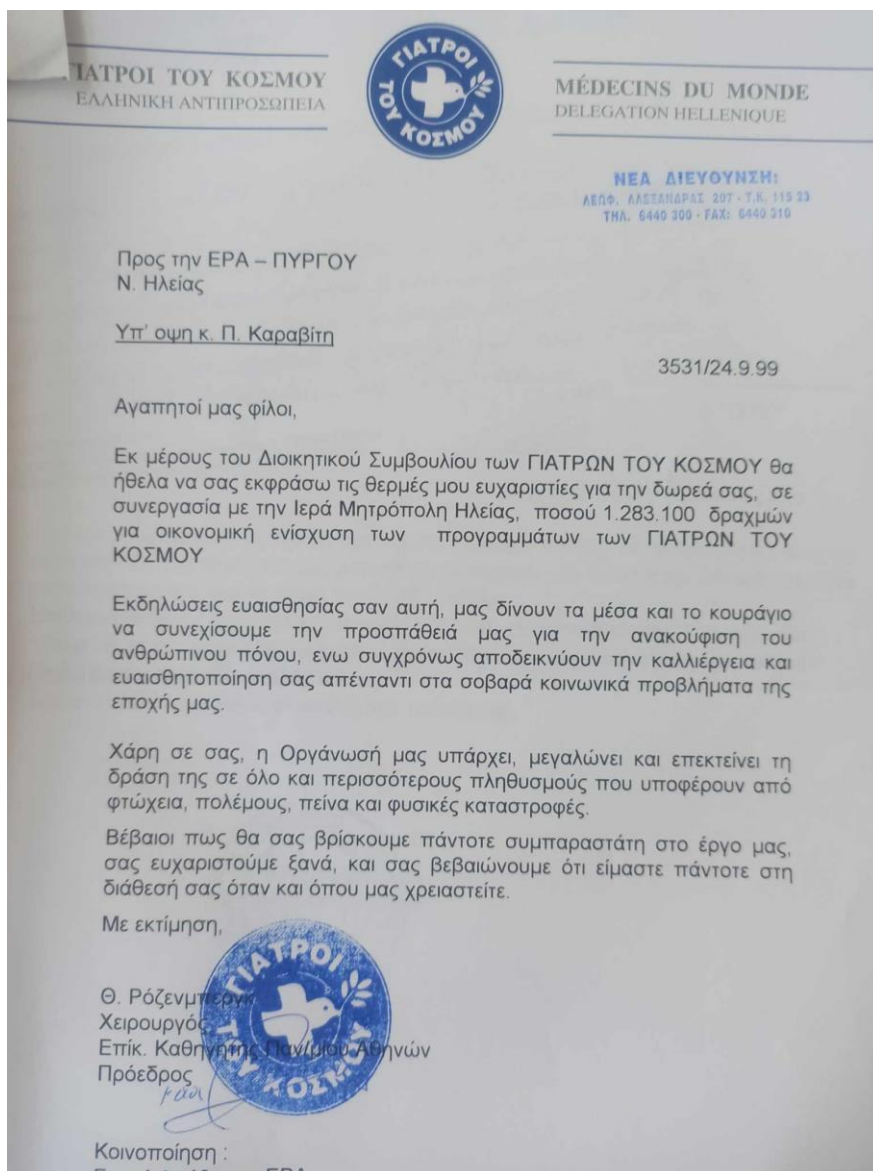
α. Από τα fm

β. Διαδίκτυο

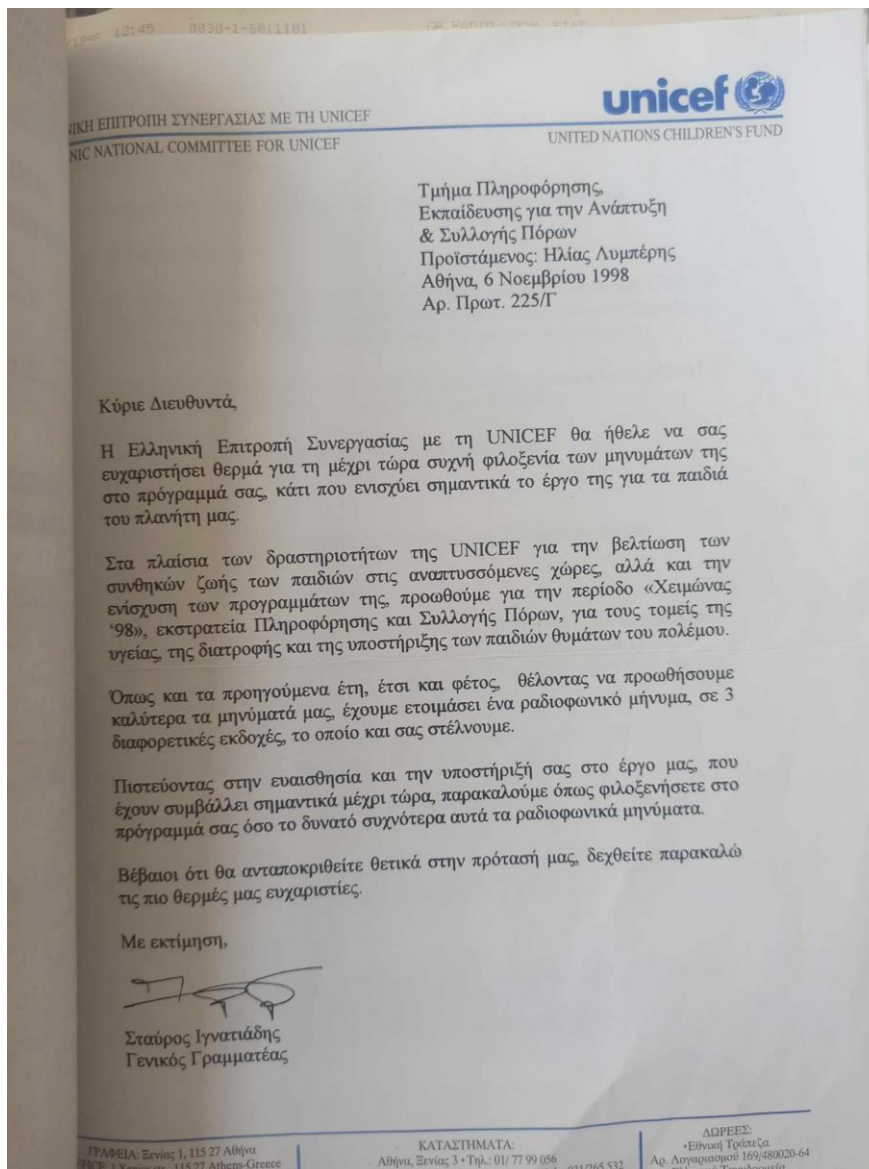
Παράρτημα Β: «Ευχαριστήριες Επιστολές προς την ΕΡΤ-Πύργου για την κοινωνική προσφορά της»



Εικ.12 Επιστολή Ερυθρού Σταυρού



Εικ.13 Επιστολή Γιατροί Του Κόσμου



Εικ.14 Επιστολή Unicef

Παράρτημα Γ: «Δημοσκόπηση-Αξιολόγηση Focus Bari»

	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ σε αποστάσεις (από την πόλη)	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ως ποσοστό αύξησης από τον	ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΧΟΡΗΓΙΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ με ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ (στο πλήρες εβδομαδιαίο ή συντακτών εφημερίδων)	ΑΝΤΑΓΩΓΙΚΕΣ στις ΓΕΙΤΟΝΙΕΣ της ΕΛΛΑΔΑΣ	σε ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ βάση ΔΙΚΤΥΩΣΗ της ΕΡΤ της Περιφέρειας	Η/Υ / Λειτουργία INTERNET
Α Κ Α Τ Η Γ Ο Ρ Ι Α	ΗΡΑΚΛΕΙΟ 11 εκ. ΒΟΛΟΣ 9,5 ΧΑΝΙΑ 8,4 ΚΟΖΑΝΗ 8 ΚΕΡΚΥΡΑ 6 ΡΟΔΟΣ 5,8 ΤΡΙΠΟΛΗ 5,5	ΛΑΡΙΣΑ 750% ΤΡΙΠΟΛΗ 350% ΒΟΛΟΣ 320% ΚΑΛΑΜΑΤΑ 250% ΗΡΑΚΛΕΙΟ 250% ΧΑΝΙΑ 250% ΚΟΜΟΤΗΝΗ 230% ΡΟΔΟΣ 220%	ΧΑΝΙΑ 7 ΠΥΡΓΟΣ 7 ΦΛΩΡΙΝΑ 7	ΧΑΝΙΑ 7 ΡΟΔΟΣ 7	ΚΑΒΑΛΑ (καθημερινή εκπομπή με συνεντεύξεις Δ/ντών ή συντακτών εφημερίδων)	ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ και ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ ΒΟΛΟΣ - ΣΕΡΡΕΣ ΖΑΚΥΝΘΟΣ - ΧΑΝΙΑ ΙΩΑΝΝΙΝΑ - ΤΡΙΠΟΛΗ ΚΑΒΑΛΑ - ΡΕΘΥΜΝΟ (Α) ΚΑΛΑΜΑΤΑ - ΦΛΩΡΙΝΑ ΚΟΖΑΝΗ - ΝΑΥΠΛΙΟ (Α) ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ (Α) ΔΡΑΜΑ (Α) ΓΡΕΒΕΝΑ (Α) ΚΑΙΣΤΟΡΙΑ (Α) ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ ΠΥΡΓΟΣ - ΚΟΜΟΤΗΝΗ ΠΑΤΡΑ ΣΑΜΟΣ (Α) ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΣ (Α)	Από τις πληροφορίες που υπάρχουν (και <u>επιδέχονται</u>)	ΕΧΟΥΝ και τα ΔΥΟ ΦΛΩΡΙΝΑ ΣΕΡΡΕΣ ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ ΠΥΡΓΟΣ
Β Κ Α Τ Η Γ Ο Ρ Ι Α	ΚΟΜΟΤΗΝΗ 4,5 ΛΑΡΙΣΑ 3,8 ΦΛΩΡΙΝΑ 3,6 ΚΑΒΑΛΑ 3,5 ΠΥΡΓΟΣ 3,2 ΣΕΡΡΕΣ 2,9 ΑΙΓΑΙΟ 2,5 ΖΑΚΥΝΘΟΣ 2,3 ΠΑΤΡΑ 2,3	ΚΕΡΚΥΡΑ 190% ΚΑΒΑΛΑ 180% ΚΟΖΑΝΗ 160% ΠΥΡΓΟΣ 140% ΦΛΩΡΙΝΑ 70% ΑΙΓΑΙΟ 40% ΖΑΚΥΝΘΟΣ 7%	ΣΕΡΡΕΣ 2 ΡΟΔΟΣ 2 ΚΟΖΑΝΗ 2 ΠΑΤΡΑ 1	ΠΥΡΓΟΣ 5 ΠΑΤΡΑ 3 ΗΡΑΚΛΕΙΟ 3 ΚΟΖΑΝΗ 2 ΦΛΩΡΙΝΑ 2 ΣΕΡΡΕΣ 2 ΚΑΛΑΜΑΤΑ 1 ΑΙΓΑΙΟ 1 ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ 1	ΣΕΡΡΕΣ (εβδομαδιαία εκπομπή προφοβία εφημερίδων) ΑΙΓΑΙΟ (εβδομαδιαία προφίλ και σχολασμός επικαιρότητας από Δ/ντές ή δημοσιο- γράφους εφημερίδων)	ΔΡΑΙΑ και ΠΟΥ ΑΙΓΑΙΟ ΛΑΡΙΣΑ ΚΕΡΚΥΡΑ ΛΑΡΙΣΑ ΡΟΔΟΣ ΑΡΤΑ (Α)	διάψευση), κανέναν Ρ/Σ δεν πραγματο- ποιεί τέτοιες	ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ Η/Υ ΧΑΝΙΑ ΚΑΒΑΛΑ ΒΟΛΟΣ ΠΑΤΡΑ ΤΡΙΠΟΛΗ ΡΟΔΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΑ
Γ Κ Α Τ Η Γ Ο Ρ Ι Α	ΚΑΛΑΜΑΤΑ 1,5 ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ 732χιλ. ΙΩΑΝΝΙΝΑ 300χιλ.	ΠΑΤΡΑ 0% ΙΩΑΝΝΙΝΑ 0% ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ 30% ΣΕΡΡΕΣ 30%	ΗΡΑΚΛΕΙΟ 0 ΚΑΒΑΛΑ ΚΑΛΑΜΑΤΑ ΚΕΡΚΥΡΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗ ΛΑΡΙΣΑ ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ ΤΡΙΠΟΛΗ ΑΙΓΑΙΟ ΒΟΛΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΑ	ΖΑΚΥΝΘΟΣ 0 ΙΩΑΝΝΙΝΑ ΚΕΡΚΥΡΑ ΛΑΡΙΣΑ ΤΡΙΠΟΛΗ ΚΟΜΟΤΗΝΗ ΒΟΛΟΣ ΚΑΒΑΛΑ	ΖΑΚΥΝΘΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΑ ΚΑΛΑΜΑΤΑ ΚΕΡΚΥΡΑ ΚΟΖΑΝΗ ΚΟΜΟΤΗΝΗ ΛΑΡΙΣΑ ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ ΠΑΤΡΑ ΠΥΡΓΟΣ ΡΟΔΟΣ ΤΡΙΠΟΛΗ ΦΛΩΡΙΝΑ ΧΑΝΙΑ ΒΟΛΟΣ	ΠΟΤΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΛΗΜΝΟΣ (Α) ΉΚΑΡΙΑ (Α) ΧΙΟΣ (Α) ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ (Α) ΣΥΡΟΣ (Α) ΤΡΙΚΑΛΑ (Α) ΚΑΛΥΜΝΟΣ (Α) ΛΕΡΟΣ (Α) ΚΩΣ (Α) ΚΑΡΔΙΤΣΑ (Α)	δικτυώσεις σε καθημερινή βάση.	ΟΥΤΕ Η/Υ, ΟΥΤΕ Λειτουργίες INTERNET ΡΟΔΟΣ ΤΡΙΠΟΛΗ ΖΑΚΥΝΘΟΣ ΚΟΜΟΤΗΝΗ ΛΑΡΙΣΑ ΑΙΓΑΙΟ ΚΕΡΚΥΡΑ ΚΟΖΑΝΗ ΚΑΛΑΜΑΤΑ ΗΡΑΚΛΕΙΟ

Εικ.15 Δημοσκόπηση, 1999

Παράρτημα Δ: «ΤΟ ΜΑΥΡΟ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ»



Εικ.16



Εικ.17



Εικ18 Ο Τοίχος Των Αναμνήσεων

Παράρτημα Ε: «ΜΟΥΣΕΙΟ ΕΡΤ-ΠΥΡΓΟΥ»



Εικ.19 Μικρόφωνα του 1970



Εικ.20 Μπομπινόφωνο, 1960



Εικ.21 Λάμπα Πομπού Κεραίας

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.