



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Εθνικόν και Καποδιστριακόν
Πανεπιστήμιον Αθηνών

——— ΙΔΡΥΘΕΝ ΤΟ 1837 ———

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΝΕΑ ΜΕΣΑ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Τα πρωτοσέλιδα του αθηναϊκού τύπου από το 1981 μέχρι σήμερα»

Άννα Διανά

Επιβλέπων καθηγητής: Στέλιος Παπαθανασόπουλος

*Διπλωματική εργασία που κατατίθεται ως μέρος των απαιτήσεων του Προγράμματος
Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Επικοινωνία κατά τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.*

Αθήνα, Αύγουστος 2019

Αφιερωμένο στα παιδιά μου

Μαρήλια, Χρίστο, Κωστή και Νίκο

Ευχαριστίες

Με την κατάθεση της διπλωματικής εργασίας ολοκληρώνεται μια επίπονη αλλά εξαιρετικά ενδιαφέρουσα εκπαιδευτική διαδικασία. Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στους ανθρώπους που με στήριξαν.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ στον επιβλέποντα καθηγητή μου Στέλιο Παπαθανασόπουλο τόσο για το θέμα της έρευνας που μου εμπιστεύτηκε όσο και για την πολύτιμη καθοδήγησή του κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της εργασίας, αλλά και στον καθηγητή Αντώνη Αρμενάκη για την υπομονή που επέδειξε κατά τη διάρκεια των μαθημάτων ώστε να μας φέρει κοντά στη Στατιστική.

Θα ήταν παράλειψη να μην ευχαριστήσω τους συνοδοίπορους μου σε αυτό το εκπαιδευτικό ταξίδι και αρωγούς, όποτε χρειάστηκε, συμφοιτητές μου, Ιωάννα Αρχοντάκη, Εύη Ρίζου, Κώστα Λύρα και Αλέξανδρο Τζάσερ.

Τέλος, ευχαριστώ από την καρδιά μου την οικογένεια μου και τους φίλους μου για την ενθάρρυνση και τη στήριξή τους καθ'όλη τη διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες	2
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	3
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ	6
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	8
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	13
Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ	13
1.1 Μία συνοπτική ανασκόπηση του ευρωπαϊκού Τύπου	13
1.2. Η διαδρομή του ελληνικού Τύπου	17
1.2.1. Ο Τύπος από το 1981 μέχρι σήμερα.....	24
1.2.2. Η εποχή των ενθέτων	28
1.3.1 Οι εφημερίδες στην ψηφιακή εποχή.....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	36
ΤΥΠΟΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ.....	36
2.1. Ο ρόλος των εφημερίδων στη σύγχρονη κοινωνία	36
2.2. Agenda setting και πρωτοσέλιδα.....	40
2.3. Πλαισίωση (framing).....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	47
Η ΕΡΕΥΝΑ	47
3.1. Στοιχεία της έρευνας.....	47
3.1.1. Ταυτότητα και σκοπός της έρευνας.....	47

3.1.2. Περίοδος ανάλυσης	48
3.1.3. Κριτήρια επιλογής των πρωτοσέλιδων	49
3.1.4. Κριτήρια επιλογής των χρονικών περιόδων	51
3.2. Μεθοδολογία της έρευνας	55
3.2.1. Ορισμός και σχεδιασμός.....	55
3.2.2. Η επιλογή της ανάλυσης περιεχομένου	56
3.2.3. Ερωτήματα	57
3.2.4. Σχήμα κωδικοποίησης.....	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	60
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	60
4.1. Μορφολογικά στοιχεία	60
Ερώτημα 1ο	60
Σύνοψη	71
Ερώτημα 2ο	72
Σύνοψη	82
4.1.2. Περιεχόμενο ειδήσεων	83
Ερώτημα 3ο	83
Σύνοψη	90
Ερώτημα 4ο:.....	91
Σύνοψη	97
4.1.3 Ερμηνευτικά πλαίσια πρώτου θέματος.....	97
Ερώτημα 5ο	97
Σύνοψη	104
Ερώτημα 6ο	104
Σύνοψη	111

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	113
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	113
5.1. Διαχρονική εξέλιξη των μορφικών στοιχείων του αθηναϊκού Τύπου.....	113
▶ 1981.....	113
▶ 1989.....	114
▶ 1995:.....	115
▶ 2004:.....	115
▶ 2018:.....	116
5.1.2. Διαχρονική εξέλιξη του περιεχομένου στον αθηναϊκό Τύπο	116
▶ 1981:.....	116
▶ 1989:.....	117
▶ 1995:.....	118
▶ 2004:.....	118
▶ 2018:.....	119
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	120
ΔΙΚΤΥΟΓΡΑΦΙΑ	125

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Διαχρονική εξέλιξη σχήματος εφημερίδων	61
Γράφημα 2: Διαχρονική εξέλιξη του συνολικού αριθμού φωτογραφιών στις πρώτες σελίδες	62
Γράφημα 3: Διαχρονική εξέλιξη βασικών μορφολογικών στοιχείων, φωτογραφία, πίνακες, infographics.....	64
Γράφημα 4: Εξέλιξη βασικών μορφολογικών στοιχείων, φωτογραφία, πίνακες, infographics ανά εξεταζόμενη περίοδο	65
Γράφημα 5: Εκταση φωτογραφίας σε σχέση με τον τίτλο, ανά εξεταζόμενη περίοδο και ανά εφημερίδα	69
Γράφημα 6: Διαχρονική εξέλιξη του βασικού τίτλου ως προς την έκτασή του	72
Γράφημα 7: Εξέλιξη του βασικού τίτλου ως προς την έκτασή του ανά εξεταζόμενη περίοδο και ανά εφημερίδα	74
Γράφημα 8: Διαχρονική εξέλιξη του κύριου θέματος ως προς τη μορφή	76
Γράφημα 9: Χρήση υπέρτιτλου στο κύριο θέμα ανά εξεταζόμενη περίοδο	77
Γράφημα 10: Χρήση υπότιτλων στο κύριο θέμα ανά εξεταζόμενη περίοδο	79
Γράφημα 11: Χρήση μεσότιτλων στο κύριο θέμα ανά εξεταζόμενη περίοδο	80
Γράφημα 12: Χρήση lead στο κύριο θέμα ανά εξεταζόμενη περίοδο	81
Γράφημα 13: Ανάλυση του κύριου θέματος στην πρώτη σελίδα ανά εξεταζόμενη περίοδο.	82
Γράφημα 15: Συνολικός αριθμός ειδήσεων και ειδήσεων που προβάλλονται ολοκληρωμένες στην πρώτη σελίδα ανά εξεταζόμενη περίοδο	85
Γράφημα 16: Μονοθεματικά πρωτοσέλιδα ανά εξεταζόμενη περίοδο	87

Γράφημα 17: Ενυπόγραφες ειδήσεις και άρθρα στο σύνολο του δείγματος.....	88
Γράφημα 18: Κατηγορία κύριου θέματος 1981-2018.....	92
Γράφημα 19: Κατηγορία κύριου θέματος ανά εξεταζόμενη περίοδο	93
Γράφημα 20: Διαχρονική εξέλιξη θεματικών κατηγοριών που προβάλλονται στην πρώτη σελίδα	95
Γράφημα 21: Θεματικές κατηγορίες που προβάλλονται στην πρώτη σελίδα ανά εξεταζόμενη περίοδο.....	95
Γράφημα 22: Διαχρονική εξέλιξη των πλαισίων παρουσίασης του κύριου θέματος	98
Γράφημα 23: Εξέλιξη πλαισίωσης I του κύριου θέματος ανά εξεταζόμενη περίοδο.....	100
Γράφημα 24: Εξέλιξη πλαισίωσης I ανά εφημερίδα	100
Γράφημα 25: «Ελευθεροτυπία»: Πλαισίωση I ανά εξεταζόμενη περίοδο	101
Γράφημα 26: «Τα Νέα»: Πλαισίωση I ανά εξεταζόμενη περίοδο.....	101
Γράφημα 27: «Εθνος»: Πλαισίωση I ανά εξεταζόμενη περίοδο	102
Γράφημα 28: "Η Καθημερινή»: Πλαισίωση I ανά εξεταζόμενη περίοδο	103
Γράφημα 29: «Ελεύθερος Τύπος»: Πλαισίωση I ανά εξεταζόμενη περίοδο	103
Γράφημα 30: Διαχρονική εξέλιξη της πλαισίωσης II	105
Γράφημα 31: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο.....	106
Γράφημα 32: «Ελευθεροτυπία»: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο	107
Γράφημα 33: «Τα Νέα»: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο.....	108
Γράφημα 34: «Εθνος»: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο	109
Γράφημα 35: «Η Καθημερινή»: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο	110
Γράφημα 36: «Ελεύθερος Τύπος»: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο	111

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας: 1: Διατεθέντα αντίτυπα πολιτικών εφημερίδων που εκδίδονται σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη 1992-1999	30
Πίνακας: 2: Μέση ημερήσια κυκλοφορία των εφημερίδων του ερευνητικού δείγματος	50
Πίνακας: 3: Σκίτσα που δημοσιεύτηκαν στην πρώτη σελίδα, 1981-2018	70
Πίνακας: 4: Σκίτσα που εντάχθηκαν στο κύριο θέμα, 1981-2018	71
Πίνακας: 5: Κύριο θέμα με υπογραφή συντάκτη ανά εξεταζόμενη περίοδο και ανά εφημερίδα	89
Πίνακας: 6: Επώνυμα άρθρα και σχόλια στην πρώτη σελίδα ανά εξεταζόμενη περίοδο και ανά εφημερίδα	89

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Συνολικά έσοδα και προβλέψεις από την κυκλοφορία και τη διαφήμιση των εφημερίδων στο διάστημα 2010-2020 (πηγή: www.pwc.com).....	33
Εικόνα 2: Πρόσβαση στο διαδίκτυο: Ποσοστιαία αποτύπωση συμμετοχής πληθυσμού ηλικίας 16-74, α' τρίμηνο 2002-2018. (Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ)	35
Εικόνα 3: Πρωτοσέλιδα χωρίς φωτογραφία ή σκίτσο («Η Καθημερινή» 1981).....	63
Εικόνα 4: Πρωτοσέλιδα με infographics («Τα Νέα» 1995, «Εθνος» 1995)	67
Εικόνα 5: Πρωτοσέλιδα με infographics («Εθνος» 2018, «Η Εφημερίδα των Συντακτών» 2018)	69
Εικόνα 6: Πρωτοσέλιδα (1981) με οκτάστηλο και εξάστηλο τίτλο	75
Εικόνα 7: Πρωτοσέλιδα με υπογραμμισμένο υπέρτιτλο («Τα Νέα» 1981) και υπέρτιτλο με κόκκινα στοιχεία («Εθνος» 2004)	78

Εικόνα 8:Πρωτοσέλιδα με ένα μόνο θέμα («Ελεύθερος Τύπος» 1989, «Ελευθεροτυπία» 2004)	86
--	----

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία στοχεύει στο να καταγράψει και να αναδείξει τις μεταβολές στον αθηναϊκό Τύπο τις τελευταίες δεκαετίες, όπου έχουν συντελεστεί στον ελληνικό χώρο «τεκτονικές» αλλαγές που έχουν επηρεάσει την πορεία του Τύπου.

Οι σημερινές εφημερίδες ουδόλως μοιάζουν με τις εφημερίδες των προηγούμενων δεκαετιών και δη του 1980 και του 1990. Οι διαφοροποιήσεις είναι μεγάλες τόσο σε σχεδιαστικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο περιεχομένου.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις μεταβάλλουν τη γραμματική ενός μέσου, ωστόσο οι βασικές γραμμές παραμένουν διακριτές. Τις μεταβολές που έχουν συντελεστεί στον αθηναϊκό Τύπο από το 1981 έως σήμερα τόσο ως προς το σχεδιαστικό μέρος όσο και ως προς το περιεχόμενο θα επιχειρήσουμε να καταγράψουμε μέσα από την μελέτη πέντε αθηναϊκών εφημερίδων.

Η έρευνα θα επικεντρωθεί σε τρία σημεία: α. Στις μορφικές μεταβολές και στην αισθητική της πρώτης σελίδας, β) στα θέματα που προβάλλονται και γ) στην πλαισίωση των ειδήσεων που ακολουθεί διαχρονικά ο ελληνικός Τύπος.

Λέξεις κλειδιά: Αθηναϊκός Τύπος, ελληνικός Τύπος, εφημερίδες, πρώτη σελίδα, σελιδοποίηση, πλαισίωση.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν συντελεστεί στο επικοινωνιακό πεδίο τόσο διεθνώς όσο και στον ελληνικό χώρο κοσμογονικές αλλαγές.

Η σύγκλιση και η ψηφιοποίηση του επικοινωνιακού πεδίου σε σχέση με την ανάπτυξη του διαδικτύου έχουν επηρεάσει τα παραδοσιακά ΜΜΕ ποικιλοτρόπως. Ο κλάδος των εκδόσεων και κυρίως των εφημερίδων, φαίνεται να έχει υποστεί τις περισσότερες απώλειες από την ανάπτυξη του διαδικτύου. Στην πραγματικότητα η ταχεία ανάπτυξη έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στις εφημερίδες (Bush & Gilbert, 2002).

Οι ψηφιακές τεχνολογίες με εντυπωσιακά γρήγορους ρυθμούς μεταβάλλουν και επιβάλλουν -κατά μια έννοια- νέους κανόνες όχι μόνο στον τρόπο με τον οποίο το περιεχόμενο των Μέσων δημιουργείται και διανέμεται αλλά και τον τρόπο με τον οποίο «καταναλώνεται».

Στο άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον με το νέο πεδίο δυνατοτήτων που έχει δημιουργήσει το διαδίκτυο και τη δυναμική που έχει αποκτήσει διεισδύοντας όλο και περισσότερο στον τομέα της ενημέρωσης εκτοπίζοντας σταδιακά τα παραδοσιακά Μέσα, οι εφημερίδες μεταβάλλουν εμφάνιση και περιεχόμενο επιδιώκοντας να βάλουν τροχοπέδη στη συρρίκνωση του αναγνωστικού κοινού.

Οι εξελίξεις που έχουν επηρεάσει τον Τύπο είναι η ταχύτητα με την οποία οι ειδήσεις φτάνουν στον αναγνώστη, το χαμηλό κόστος διάχυσης των πληροφοριών, η δυνατότητα συνεχούς επικαιροποίησης των ειδήσεων και η δυνατότητα διάδρασης με αποτέλεσμα τη μετατόπιση της διαφήμισης, που αποτελεί κινητήριο μοχλό για τα ΜΜΕ, στο διαδίκτυο (Παπαθανασόπουλος, 2011).

Οι τίτλοι, οι επικεφαλίδες, οι φωτογραφίες και οι λεζάντες, που ενδεχομένως τις συνοδεύουν, ή τα σημεία του κειμένου, που μπορεί να τονίζονται αποτελούν τα μέσα κατασκευής των πλαισίων αλλά και τα μορφικά/γραμματικά στοιχεία που συνθέτουν την πρώτη σελίδα των εφημερίδων.

Στην κατεύθυνση αυτή θα εξετάσουμε πως εξελίσσονται συγκεκριμένα μορφικά χαρακτηριστικά στον αθηναϊκό Τύπο στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών αλλά και τις

αλλαγές που έχουν επέλθει στο περιεχόμενο και στον τρόπο με τον οποίο πλαισιώνονται οι ειδήσεις.

Αναλυτικά, στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας θα κάνουμε μία ανασκόπηση του ευρωπαϊκού και ελληνικού Τύπου από την κυκλοφορία των πρώτων εφημερίδων μέχρι και σήμερα. Ιδιαίτερη αναφορά θα γίνει στις εξελίξεις που συντελέστηκαν στον αθηναϊκό Τύπο από το 1981 μέχρι σήμερα και θα αποτυπωθούν τα χρονολογικά σημεία που αποτέλεσαν ορόσημο για την εξελικτική πορεία των εφημερίδων στη σύγχρονη εποχή. Στο πλαίσιο αυτό, θα εστιάσουμε στην περίοδο όπου γνωρίζουν εκρηκτική άνθηση τα ένθετα και οι προσφορές που διανέμονταν μέσω των εφημερίδων. Επιπροσθέτως θα επικεντρώσουμε το ενδιαφέρον μας στην ψηφιακή εποχή και στον ρόλο του Τύπου, όπως διαμορφώνεται στο νέο αυτό περιβάλλον.

Ο ρόλος του Τύπου στη Δημοκρατία και στη σύγχρονη κοινωνία ανιχνεύεται στο δεύτερο κεφαλαίο μέσα από τη θεωρητική προσέγγιση της έρευνας και ειδικότερα τις θεωρίες της επικοινωνίας σχετικά με τη δημόσια θεματολογία, την πλαισίωση και τις κύριες τυπολογίες της. Στο τρίτο κεφάλαιο καταγράφονται τα στοιχεία της έρευνας, η ταυτότητα και ο σκοπός της, και αναλύεται το θεωρητικό πλαίσιο της μεθοδολογίας που επιλέξαμε για τη διενέργειά της.

Στο ίδιο κεφαλαίο παρουσιάζονται διεξοδικά τα κριτήρια επιλογής των εφημερίδων του αθηναϊκού Τύπου, τα πρωτοσέλιδα των οποίων θα αποτελέσουν το ερευνητικό δείγμα, καθώς και τα κριτήρια επιλογής των χρονικών περιόδων που επιλέχθηκαν για τη συλλογή τους. Τέλος, τέθηκαν τα ερευνητικά ερωτήματα και το σχήμα κωδικοποίησης που καταρτίστηκε για τη διενέργεια της έρευνας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρατίθενται αναλυτικά τα αποτελέσματα για τα ερωτήματα που έχουμε θέσει, καθώς και οι συνόψεις των αποτελεσμάτων για τις διαχρονικές εξελίξεις στα πρωτοσέλιδα του αθηναϊκού Τύπου από το 1981 μέχρι σήμερα.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της έρευνας και η παρουσίαση των συμπερασμάτων στα οποία έχουμε καταλήξει.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη ανασκόπηση της εξελικτικής πορείας των εφημερίδων, από την κυκλοφορία των πρώτων εφημερίδων μέχρι σήμερα.

1.1 Μία συνοπτική ανασκόπηση του ευρωπαϊκού Τύπου

Το 1605 και κατά άλλους το 1609 στο Στρασβούργο, ο τυπογράφος Κάρολος Γιόχανς εκδίδει την πρώτη εβδομαδιαία εφημερίδα που ήταν άτιτλη και θεωρείται η πρώτη εφημερίδα της Ευρώπης.

Ορισμένοι μελετητές της δημοσιογραφίας θεωρούν σαν πρώτη ευρωπαϊκή εβδομαδιαία εφημερίδα τη γερμανική «FRANCFURTER JOURNAL», που εκδόθηκε το 1615 από τον Εινόλφ Έμελ, ενώ ήδη στα τέλη του 17^{ου} αιώνα στη Γερμανία εκδίδονταν 30 ημερήσιες εφημερίδες. Μπορούμε να πούμε ότι η επίσημη ιστορία της δημοσιογραφίας αρχίζει από τη Γερμανία. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι το 1900 εκδίδονταν 45 ημερήσιες εφημερίδες, ανάμεσα στις οποίες η «Frankfuter Zeitung» μία από τις καλύτερες εφημερίδες εκείνης της εποχής, η «Kölnische Zeitung» της Κολωνίας, η «Tagliche Rundschau» του Βερολίνου και άλλες.

Την ίδια χρονική περίοδο είχαμε αντίστοιχες εκδόσεις στην Πράγα και στο Άμστερνταμ και λίγο αργότερα εκδόσεις στην Αγγλία, στη Γαλλία και στην Ιταλία.

Ειδικότερα, το 1631 στο Παρίσι εκδόθηκε η «Gazette», η οποία κυκλοφόρησε σε 1.200 αντίτυπα και είχε εκδότη τον Théophraste Renaudot. Το 1762 μετονομάστηκε σε «La Gazette de France» και εισήγαγε πρωτόγνωρα δημοσιογραφικά δεδομένα για εκείνη την εποχή. Ο Renaudot παρουσίασε για πρώτη φορά το κύριο άρθρο και τη διαφήμιση και επιπλέον υπήρξε ο πρώτος «διακινητής» πρακτόρευσης εφημερίδων, αφού απέκτησε ειδικό προνόμιο από τον βασιλιά Λουδοβίκο ΙΓ να τυπώνει και να πουλάει εφημερίδες, που περιείχαν νέα από το εσωτερικό και το εξωτερικό.

Γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι οι πρώτες γαλλικές εφημερίδες ελέγχονταν απόλυτα και αποκλειστικά από τη γαλλική Βασιλεία και αποτελούσαν προπαγανδιστικό της όργανο. Αλλωστε δεν μπορεί να παραβλέψει κανείς το γεγονός ότι τότε ο γαλλικός Τύπος αποκαλείτο και Τύπος των σαλονιών γιατί πρόσβαση στην πληροφόρηση είχαν μόνο οι ευγενείς, δηλαδή οι κατέχοντες την εξουσία ή οι συναναστρεφόμενοι μ' αυτή.

Παρόλα αυτά ο γαλλικός Τύπος από το 1777 και μετά και συγκεκριμένα με την έκδοση της εφημερίδας «Εφημερίδα των Παρισίων» δημιουργεί την πρώτη πολιτική εφημερίδα. Η κυκλοφορία των εφημερίδων εκείνη την περίοδο στη Γαλλία έφτασε το ένα εκατομμύριο αντίτυπα (Σκλαβούνης, 1995).

Στη Γαλλία, λοιπόν, την περίοδο αυτή ο γαλλικός Τύπος από φιλομοναρχικό όργανο μετατρέπεται σε πολιτικό και ανεξάρτητο. Με την έκρηξη της γαλλικής Επανάστασης, η γαλλική δημοσιογραφία προσλαμβάνει έναν εντελώς διαφορετικό ρόλο. Γίνεται ο θεματοφύλακας του λαού κι από τις 24 Αυγούστου του 1789, ημερομηνία της Διακήρυξης των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, η ελεύθερη διακίνηση των ιδεών χαρακτηρίζει και διακρίνει τις γαλλικές εφημερίδες. Την ίδια περίοδο έχουμε και την εμφάνιση των πρώτων επαναστατικών εφημερίδων, όπως η «Patriote Francais» του Jacques Pierre Brissot, η «Les Revolutions de France et de Brabant» του Desmoulins και η «Le Courrier de Paris a Versailles» του Gorsas. Το 1903 εκδίδονταν στο Παρίσι 60 ημερήσιες εφημερίδες, μεταξύ των οποίων, οι γνωστές και σήμερα «Figaro» και «France Soir», ενώ η εφημερίδα «Journal de France» που εκδόθηκε το 1777 ήταν και η πρώτη καθημερινή εφημερίδα της Γαλλίας.

Στην Αγγλία θεωρείται ότι η αρχαιότερη αγγλική εφημερίδα εκδόθηκε το 1621. Το 1665 εκδόθηκε η δισεβδομαδιαία εφημερίδα «Gazette» της Οξφόρδης, επίσημο όργανο της κυβέρνησης. Με την έλευση του 18^{ου} αιώνα ο αγγλικός Τύπος δημιουργεί τη χρυσή του περίοδο, αφού στο διάστημα αυτό η αγγλική δημοσιογραφία υπήρξε καθόλα αντικειμενική, παρουσιάζοντας παράλληλα κείμενα λιτά και ρεπορτάζ γραμμένα με πρωτότυπο τρόπο και στα οποία κυριαρχούσε το γνωστό λεπτό χιούμορ των Εγγλέζων.

Το 1702 στην Αγγλία κυκλοφόρησε η πρώτη καθημερινή εφημερίδα με τίτλο «Daily Courant». Να επισημάνουμε ότι το 1771 ο έλεγχος στον Τύπο από την κυριαρχούσα τάξη ήταν εμφανής και η λογοκρισία εφαρμοζόταν με διάφορους τρόπους. Άλλες φορές με

απαγορεύσεις δημοσίευσης των συζητήσεων της Βουλής, άλλες φορές με την επιβολή φόρου χαρτοσήμου κι άλλες φορές μέσω της Licensing Act, της υποχρέωσης, δηλαδή για προέγκριση που είχε επιβληθεί το 1662, παρά το γεγονός ότι λίγα χρόνια νωρίτερα και συγκεκριμένα το 1664 το αίτημα της ελευθερίας του Τύπου είχε γίνει ορατό από τον Milton John σε ομιλία του στις 14 Ιουλίου του 1643 (Milton, 2001).

Ότι όμως δεν έγινε στα τέλη του 17^{ου} αιώνα, όπου οι δημοσιογράφοι και οι εκδότες ζητούσαν την πλήρη απομάκρυνση της εξουσίας από τον έλεγχο του Τύπου, έγινε, στις αρχές του 18^{ου} αιώνα και συγκεκριμένα στην πρώτη του 50ετία. Ειδικά το 1726 όπου στην εφημερίδα «Daily Advertiser» δημοσιεύθηκαν οι περίφημες επιστολές του Junius¹, που αποτέλεσαν ορόσημο στο επιτεύγματα της ελευθερίας του Τύπου, ενώ την Πρωτοχρονιά του 1785 ο Τζον Γουόλτερ στο Λονδίνο εκδίδει τη «The Daily Universal Register» που τρία χρόνια αργότερα μετονομάστηκε σε «Times» και έμελλε να γίνει η πιο διάσημη εφημερίδα του κόσμου (The Times, 2019).

Συμπερασματικά και λίγο πριν από την έλευση του 19^{ου} αιώνα, η Γερμανία, η Γαλλία, η Αγγλία μαζί με την Αμερική, υπήρξαν οι δημιουργοί ουσιαστικά της σύγχρονης δημοσιογραφίας και του Τύπου όπως διαμορφώθηκαν κατά τη διάρκεια του επόμενου αιώνα. Μαζί τους και η Ελλάδα, στην επόμενη ενότητα.

Βάσεις, λοιπόν της σύγχρονης δημοσιογραφίας, όπως αυτή αναπτύχθηκε κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα αποτέλεσαν οι προηγούμενοι δύο αιώνες, ο 17^{ος} και 18^{ος} αιώνας. Σ' αυτό το χρονικό διάστημα των 200 ετών ο Τύπος αν και κυνηγήθηκε πολλές φορές από την άρχουσα τάξη, εντούτοις κατόρθωσε να επιβιώσει και μάλιστα να δημιουργήσει συνθήκες τέτοιες ώστε στον επόμενο αιώνα να μπορέσει να αναπτυχθεί πολύπλευρα και ουσιαστικά.

Το 1904 ο Λόρδος Northcliffe εκδίδει τη «Daily Mirror», που ήταν και η πρώτη εφημερίδα λαϊκής απήχησης με αποτέλεσμα ένα νέο είδος εφημερίδας, ο λαϊκός Τύπος, να γνωρίσει τεράστια απήχηση. Μάλιστα, ο Northcliffe υπήρξε μετά τον Εντουάρντ Χάλτον ο δεύτερος

¹ Επιστολές του Junius (Letters of Junius) ήταν μια ιδιωτική συλλογή ανοιχτών επιστολών που δημοσιεύτηκαν στην εφημερίδα και ασκούσαν έντονη κριτική στον Βασιλιά Γεώργιο III (en.Wikipedia). Διαθέσιμο στο: https://en.wikipedia.org/wiki/Letters_of_Junius

εκδότης εθνικού συγκροτήματος, αφού είχε στην κατοχή του, εκτός από τη «Daily Mirror» τη «Daily Mail» (1896) και τους «Times» (1908) (Μανδραβέλης, 2019).

Στη Γαλλία όπου οι εφημερίδες «Petit Journal» (1863) του Μιγιά και «Petit Parisien» (1816) προετοίμασαν το δρόμο των λαϊκών γαλλικών εφημερίδων (Gallica, 2019). Ήδη στη χώρα αυτή κατά τους πρώτους χρόνους του 19^{ου} αιώνα εκδίδονταν τριάντα καθημερινές εφημερίδες με τη διαφορά ότι γρήγορα συγχωνεύτηκαν ή εξαφανίστηκαν με την παρουσία των λεγόμενων εκδοτών που από το 1918 και ύστερα άρχισαν να μονοπωλούν στην αγορά του γαλλικού Τύπου.

Στον 20^ο ο Πρώτος Παγκόσμιος Πόλεμος ανέτρεψε το ισχύον καθεστώς και δημιούργησε μια νέα σχέση αναγνώστη – Τύπου. Η πολιτική των διαφόρων κρατών έδωσε την αφορμή στον εκδότη να εκφράζει μέσω των εφημερίδων πολιτικές θέσεις που ασκούσαν επιρροή στο αναγνωστικό κοινό. Σ' αυτή τη νέα συμπεριφορά ο δημοσιογράφος καλείται κι αυτός με τη σειρά του να δημοσιογραφεί είτε βάσει των εθνικών συμφερόντων της χώρας του, είτε βάσει μιας περίεργης και ιδιόμορφης κατάστασης που πολλές φορές επηρεάζονταν από μια υψηλού επιπέδου προπαγάνδα που τις περισσότερες φορές δεν ήταν ορατή.

Όλα αυτά είχαν σαν συνέπεια να ασκείται και έντονη λογοκρισία από τα γενικά επιτελεία στη Γερμανία, Γαλλία και Αγγλία, ενώ στην Αμερική και κατά τη διάρκεια του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου δεν υπήρχε λογοκρισία, ούτε καν διακριτικού επιπέδου.

Στη διάρκεια του μεσοπολέμου ο ευρωπαϊκός Τύπος φυσιολογικό ήταν ν' απολέσει την αξιοπιστία του, ενώ στην Αμερική αντίθετα το νέο σχήμα ταμπλόιντ που είχαν οι εφημερίδες «New York Daily News» και «New York Daily Mirror», προσέδιδε μία νέα εμπορική ώθηση στον αμερικάνικο Τύπο. Ήταν μάλιστα τόσο ποιοτικά τα βήματα του αμερικάνικου Τύπου που δεν επηρεάστηκαν από την ανάπτυξη και τη διάδοση του ραδιοφώνου (New-York-Daily-Mirror, 2019).

Ο ευρωπαϊκός και αμερικανικός Τύπος προσέδωσαν σημαντική ώθηση στην έντυπη δημοσιογραφία. Με τη δυναμική τους εμφανίστηκαν πολλές και διάφορες καινοτομίες. Τα πρώτα εκδοτικά συγκροτήματα είναι γεγονός, ο λαϊκός Τύπος εμφανίζεται για πρώτη φορά, το ταμπλόιντ κάνει δειλά-δειλά την εμφάνισή του, η σύγχρονη σελιδοποίηση γίνεται για

πρώτη φορά γνωστή το 1923 από τη γαλλική εφημερίδα «Paris – Soir», ενώ η λεγόμενη διάδοση του ραδιοφώνου στη δεκαετία του '30 επέφερε πολύπλευρες επιπτώσεις στην έντυπη δημοσιογραφία και ιδιαίτερα στην έντυπη δημοσιογραφία της Ευρώπης.

Αξίζει να αναφέρουμε την «Berrow's Worcester Journal» την εβδομαδιαία εφημερίδα, που εκδίδεται στη Βρετανία από το 1690 έως σήμερα (2019), ενώ στην ίδια χώρα εκδίδονται 16 ακόμα επαρχιακές εφημερίδες με εκδοτική ζωή με μεγαλύτερη των 200 χρόνων (Berrow's Worcester Journal, 2019). Τέλος στην Ιρλανδία η εφημερίδα «Belfast News Letter», εκδίδεται από το 1795 έως σήμερα (2019) (The News Letter, 2019).

Κατά τη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα είχαμε την πρώτη εμφάνιση των κυριακάτικων εφημερίδων, την εμφάνιση του λεγόμενου εθνικού Τύπου, καθώς και του επαρχιακού Τύπου.

1.2. Η διαδρομή του ελληνικού Τύπου

«Από την άνοιξη στην κρίση» σημειώνει εύγλωττα ο Λέων Καραπαναγιώτης (2002) περιγράφοντας σχηματικά και εν είδει τίτλου την εικόνα του ελληνικού Τύπου τα τελευταία 100-120 χρόνια. Ο επί σειρά ετών εκδότης της εφημερίδας «Τα Νέα» εξηγεί ότι ο ελληνικός Τύπος πέρασε από διάφορες φάσεις, αρχικά αυτή του εκδότη- τυπογράφου, που συναντάται κυρίως στις προγενέστερες του 1873 εφημερίδες. Ακολούθησε η φάση του εκδότη- δημοσιογράφου ιδιαίτερα στην προπολεμική περίοδο και η τελευταία φάση, στην οποία ο ελληνικός Τύπος αποτελεί πλέον προϊόν εκδοτικών επιχειρήσεων.

Η εμφάνιση του ελληνικού Τύπου πριν τη συγκρότηση του σύγχρονου ελληνικού κράτους αποτελεί μια ενδιαφέρουσα εξέλιξη, η οποία επιβεβαιώνει την ύπαρξη μιας οργανωμένης ελληνικής κοινότητας σε οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό επίπεδο και ταυτόχρονα μία έντονη δραστηριότητα της ανερχόμενης ελληνικής αστικής τάξης στο εμπόριο, στο τραπεζικό και χρηματοπιστωτικό τομέα αλλά και στον τομέα της τυπογραφίας και των εκδόσεων. Τα πρώτα ελληνικά έντυπα τα οποία εκδίδονται στη Βιέννη, στο Παρίσι και το Λονδίνο διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο, καθώς συμβάλλουν στη διατήρηση της ελληνικής γλώσσας και μίας πολιτισμικής και ιστορικής ταυτότητας.

Η ελληνική δημοσιογραφία που αρχικά καλλιεργήθηκε στην Ευρώπη, υπήρξε και σταθμός για την παγκόσμια ιστορία του Τύπου. Υπήρξε η πρώτη δημοσιογραφία στον κόσμο που συνέβαλλε ενεργά και ουσιαστικά για την απελευθέρωση ενός λαού. Αν μάλιστα λάβουμε υπόψη ότι η ιστορία της διεθνούς δημοσιογραφίας άρχισε στο ξέφωτο του 1600, τότε η επίσημη και η ουσιαστική δημοσιογραφία άρχισε 100 χρόνια αργότερα στη Βιέννη και συγκεκριμένα την 31^η Δεκεμβρίου του 1790 από τον Ζακυνθινό Γεώργιο Βεντότη. Η πρώτη ελληνική εφημερίδα θεωρείται ότι εκδόθηκε το 1784 στη Βιέννη από τον Ζακυνθινό Γεώργιο Βεντότη χωρίς να είναι γνωστός ο τίτλος αφού κανένα φύλλο της εν λόγω εφημερίδας δεν έχει διασωθεί (Κουμαριανού, 1971).

Η ελληνική δημοσιογραφία έχει τις ρίζες της στο εξωτερικό και συγκεκριμένα αναπτύχθηκε στο περιβάλλον των ελληνικών παροικιών και ειδικότερα στην ελληνική παροικία της Βιέννης. Η Βιέννη εκείνων των χρόνων μαζί με τη Βενετία, τη Ρώμη, το Μιλάνο, την Τεργέστη, την Πέστη, τη Φλωρεντία και τη Μόσχα υπήρξαν το λίκνο της παιδείας και της ελευθερίας του νέου Ελληνισμού με επικεφαλής τους Άνθιμο Γαζή, Νεόφυτο Δούκα, Αθανάσιο Ψαλίδα, Κωνσταντίνο Κούμα και το Ρήγα Βελεστινλή (Λαμπρινός, 1982).

Ο ελληνικός Τύπος εμφανίζεται στα τέλη του 18^{ου} αιώνα στις ευρωπαϊκές παροικίες του απόδημου Ελληνισμού. Εκεί όπου συντελείται ο ελληνικός διαφωτισμός και η εθνική αφύπνιση του Γένους. Οι πρώτες εφημερίδες είδαν το φως της δημοσιότητας στη Βιέννη, τη γενέτειρα της ελληνικής ελευθεροτυπίας και δημοσιογραφίας, όπως αναφέρει και ο ιστορικός Π. Καρυκόπουλος (1984).

Οι πρώτες ελληνικές εφημερίδες δεν ήταν μόνο όργανα διαφώτισης και προετοιμασίας ολόκληρου του Γένους, για την επανάσταση του 1821. Κατά την πρώτη αυτή περίοδο, η οποία χαρακτηρίζεται από την έκδοση της πρώτης ελληνικής εφημερίδας, από τον Ι. Βεντότη (1784) και την «Εφημερίδα» (1790) των αδελφών Μαρκίδων, Πούλιου, όπου την πρωτοβουλία για την έκδοση εφημερίδων παίρνουν κυρίως οι ομογενείς τυπογράφοι.

Στη δεύτερη περίοδο (1811-1891) διακεκριμένοι ομογενείς λόγιοι και άλλοι επώνυμοι του πνεύματος, τόσο από την κοινότητα της Βιέννης, όσο και από αυτήν της Βενετίας, είναι εκείνοι που θ' αναλάβουν τη διεύθυνση των ελληνικών εφημερίδων και περιοδικών.

Έτσι, ο μακρινός πρόγονος της αγωνιζόμενης ελληνικής δημοσιογραφίας Άνθιμος Γαζής, πρωθιερέας του «Αγίου Γεωργίου των Γραικών», εκδίδει το 1811 τον «Λόγιο Ερμή». Ο ιατρός Δ. Αλεξανδρίδης, το 1812 τον «Ελληνικό Τηλέγραφο», τη μόνη προεπαναστατική εφημερίδα, που εξακολούθησε να εκδίδεται στη Βιέννη και μετά το 1821 έως το 1836. Είναι μεγάλου σχήματος και οι συνδρομητές της, το 1816 ανέρχονται σε «δεκάδες εκατοντάδες» σύμφωνα με πληροφορίες, που υπάρχουν από τα αρχεία της εφημερίδας αυτής και μέρος των οποίων σώζεται στ' αρχεία της βιβλιοθήκης της Αυστρίας. Πολλά άρθρα της εφημερίδας αυτής ασχολούνται με τη γαλλική Επανάσταση (Αργυροπούλου & Ταμπάκη, 1983).

Ορισμένες εφημερίδες απαγορεύτηκαν λόγω της μαχητικότητας και της πολιτικής επιρροής που είχαν αρχίσει ν' αποκτούν στην κοινή γνώμη της πόλης στην οποία εκδίδονταν (Βιέννη-Βενετία). Αρκετές εφημερίδες διακόπτουν την κυκλοφορία τους στον τόπο όπου πρωτοεκδόθηκαν και μεταφέρονται στην ελεύθερη Ελλάδα για να συνεχίσουν εκεί τον αγώνα για την ενημέρωση του ελληνικού λαού και την πλήρη απελευθέρωση του ελληνικού κράτους (Σκλαβούνης, 1995).

Η πρώτη ομογενειακή εφημερίδα κατά τη μετεπαναστατική περίοδο στην ευρωπαϊκή ήπειρο είναι η «Lemessenger d' Athenes». Εκδόθηκε το 1875 από τον Κωνσταντίνο Μωράκη, επώνυμο στέλεχος της ελληνικής παροικίας της Βιέννης και βρήκε αμέσως ανταπόκριση από τις εκεί ομογενειακές οργανώσεις. Ήταν εβδομαδιαία, μεγάλου τυπογραφικού σχήματος και εκδιδόταν στην ελληνική αλλά και στη γαλλική γλώσσα.

Η αυστριακή κυβέρνηση παραχώρησε ειδικά άδεια στους Μακεδόνες αδελφούς Πούμπλιο και Γεωργίου Μαρκίδα – Πουλίου, να εκδώσουν στις 31 Δεκεμβρίου του 1790 την μικρού σχήματος τετρασέλιδη εβδομαδιαία «Εφημερίδα» που εκδίδονταν έως το 1798 (Σκλαβούνης, 1995).

Όσον αφορά τις εκδόσεις που έγιναν σε ελληνικό έδαφος, αναφέρουμε την «Ιονική» που εκδόθηκε το 1812 στα Επτάνησα, ενώ ως πρώτη, επίσημη ελληνική εφημερίδα σημειώνουμε τη «Σάλπιγξ Ελληνική» του Ιωάννη Τόμπρου και με διευθυντή της τον Θεόκλητο Φαρμακίδη. (Κουμαριανού, 1971).

Όταν κηρύχθηκε η Επανάσταση αισθητή ήταν η αναγκαιότητα ύπαρξης Τύπου. Αλλά η έκδοση εφημερίδας ήταν πρακτικώς αδύνατη, καθώς δεν υπήρχαν τυπογραφεία. Τυπογραφεία, πριν την Επανάσταση υπήρχαν στη Μοσχόπολη και στις Κυδωνίες της Μ. Ασίας. Αλλά εκείνο της Μοσχόπολης κήκε στην καταστροφή της πόλης από τους Τουρκαλβανούς (1769) εκείνο δε των Κυδωνιών καταστράφηκε από τους Τούρκους όταν ο ιδιοκτήτης του Κ. Τόμπρας τοποθέτησε τα σύνεργά του και τα στοιχεία σε κιβώτια για να στείλει στην Ύδρα. Ο Τόμπρας κατόρθωσε να φύγει αλλά τα κιβώτια έμειναν στην παραλία όπου τα βρήκαν οι Τούρκοι. Υπήρχε επίσης και το τυπογραφείο του Πατριαρχείου αλλά αυτό καταστράφηκε από τους Τούρκους μόλις άρχισε η Επανάσταση (Μάγερ, 1957).

Στην Ύδρα, οι αδελφοί Ιακωβάκης και Μανώλης Τομπάζης είχαν ένα τυπογραφείο αλλά σε κακή κατάσταση. Τα στοιχεία ήταν φαγωμένα και το πιεστήριο ελαττωματικό. Παρόλα αυτά, το τυπογραφείο επισκευασμένο από τον Τόμπρα τελικά λειτούργησε.

Όταν ο Δημήτριος Υψηλάντης ήρθε στην Ελλάδα έφερε μαζί του και ένα πλήρες τυπογραφείο. Προσέλαβε τον Τόμπρα ως τυπογράφο και το τυπογραφείο λειτούργησε στην Καλαμάτα όπου βγήκε η πρώτη ελληνική εφημερίδα με διευθυντή τον Θεόκλητο Φαρμακίδη. Η πρώτη ελληνική εφημερίδα κυκλοφόρησε στις 2 Αυγούστου 1821 στην Καλαμάτα με τίτλο «Σάλπιγξ» με αποκλειστικό σκοπό να πληροφορεί το Γένος για ό,τι γινόταν σχετικά με τους απελευθερωτικούς αγώνες των Ελλήνων απέναντι στον Τουρκικό ζυγό (Κουμαριανού, 1971).

Μετά την κήρυξη της Επανάστασης η Διοίκηση του Αλέξανδρου Μαυροκορδάτου στη Δυτική Ελλάδα εξέδιδε τη χειρόγραφη εφημερίδα «Αιτωλική» του Μεσολογγίου με εκδότη τον Νικόλαο Λουριώτη αρχιγραμματέα της Διοίκησης (1822).

Στο Αγρίνιο επίσης είχαμε τη χειρόγραφη «Αχελώος», καθώς την επίσης χειρόγραφη εφημερίδα «Ψευδοφυλλάδα του Γαλαξιδίου» γνωστή και σαν ψευδοεφημερίδα για τις ψεύτικες και φανταστικές ειδήσεις που απόβλεπαν στην τόνωση του ηθικού των αγωνιζόμενων Ελλήνων. Η εφημερίδα αυτή που κυκλοφόρησε στις 27 Μαρτίου του 1821 ήταν και η πρώτη εφημερίδα που κυκλοφόρησε στη σκλαβωμένη Ελλάδα (Φουρτούνης, 2011).

Τον Μάρτιο του 1824 με έξοδα του Λόρδου Βύρωνα εκδίδεται ο «Ελληνικός Τηλέγραφος» που απευθυνόταν κυρίως στους φιλέλληνες, αλλά και στους Ελλαδίτες – καταχωρώντας άρθρα στη γαλλική, αγγλική και γερμανική γλώσσα. Συντάκτης δε της εφημερίδας ήταν ο Ιταλός Πέτρος Γκάμπας, ο οποίος μετά τον θάνατο Βύρωνα διέκοψε και την έκδοσή της.

Τον ίδιο μήνα και την ίδια χρονιά η Διοίκηση της Ύδρας εκδίδει τη δισεβδομαδιαία εφημερίδα «Ο Φίλος του Νόμου» με συντάκτη τον Ιταλό φιλέλληνα και δικηγόρο Κιάπε, ο οποίος όταν το 1825 κυκλοφόρησε στο Ναύπλιο την επίσημη εφημερίδα της Διοίκησης με τίτλο «Γενική Εφημερίδα» διέκοψε την έκδοση του «Φίλου του Νόμου» και στις 31 Μαρτίου 1827 εξέδωσε την εβδομαδιαία γαλλόφωνη «L' abeille grecque» προκειμένου να πληροφορεί τους φιλέλληνες για την έκβαση του αγώνα (ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ, 2019).

Η πρώτη εφημερίδα στην Αθήνα ήταν «Η Εφημερίς των Αθηνών» (20.8.1824 έως 15.8.1826) και εκδόθηκε από το Γεώργιο Ψύλλα. Η εφημερίδα αυτή ήταν εβδομαδιαία και τυπωνόταν σε τυπογραφείο που έφερε από το εξωτερικό ο Στάνοπ (Ψύλλας, 1981).

Δυστυχώς η έκρυθμη τότε πολεμική κατάσταση που επικρατούσε, ήταν η βασική αιτία που διέκοψε την κυκλοφορία της η «Εφημερίς των Αθηνών», συμπληρώνοντας έναν κύκλο 37 εκδόσεων.

Στις 7 Οκτωβρίου του 1825 με διευθυντή τον Θεόκλητο Φαρμακίδη, εκδίδεται στο Ναύπλιο η «Γενική Εφημερίς της Ελλάδος» που στη συνέχεια μετονομάστηκε σε «Εφημερίς της Κυβερνήσεως» και που συνεχίζει να εκδίδεται έως σήμερα από τις τυπογραφικές εγκαταστάσεις του Εθνικού Τυπογραφείου, δημοσιεύοντας αποκλειστικά και μόνο νομοθετικά κείμενα και διοικητικές πράξεις.

Από το 1834 και ύστερα πρωτοεμφανίζεται και επαρχιακός Τύπος στην Ελλάδα, σημειώνοντας ότι μεταξύ 1862-1900 κυκλοφορούσαν 387 επαρχιακές εφημερίδες, με κυριότερα κέντρα τον Βόλο, τη Θεσσαλονίκη, την Κέρκυρα, την Καλαμάτα, τη Λάρισα και τα Χανιά.

Από το 1843 και μετά κάνουν την εμφάνισή τους εκδόσεις εφημερίδων που ανήκαν σε πολιτικούς, όπως ο «Εθνοφύλαξ» του Θρασύβουλου Ζαΐμη, το «Εθνικό Πνεύμα» του

Κουμουνδούρου, η «Εφημερίδα των Συζητήσεων» του Δεληγιώργη, η «Αλήθεια» του Βούλγαρη, η «Ωρα» του Τρικούπη και η «Πρωία» του Θεόδωρου Δεληγιάννη.

Όταν η Ελλάδα ελευθερώθηκε από τον τούρκικο ζυγό άρχισαν να βγαίνουν οι πρώτες πολιτικές εφημερίδες. Μία από αυτές ήταν ο «Απόλλων» του Πολυζωΐδη, που βγήκε στην αρχή στο Ναύπλιο με σκοπό “να διακηρύξει εις όλον τον κόσμο” ότι μόνη επιθυμία των Ελλήνων είναι να έχουν κυβέρνηση συνταγματική. Ο «Απόλλων» συνέχισε την έκδοση του στην Ύδρα και ήταν έντονα αντικαποδιστριακός. Όταν σκοτώθηκε ο Κυβερνήτης, ο «Απόλλων» χαρακτήρισε την πράξη των Μαυρομιχαλέων πατριωτική.

Οι κυβερνητικοί για να αντιδράσουν στον «Απόλλωνα», δημοσίευσαν το 1831 τον πρώτο περί Τύπου νόμο, σύμφωνα με τον οποίο χρειαζόταν άδεια για την έκδοση της εφημερίδας (Κουμαριανού, 1971).

Σταθμό στα ελληνικά δημοσιογραφικά χρόνια απετέλεσε χρονικά ο «Αιών» του Ι. Φιλήμονα, εφημερίδα που εκδόθηκε ως δισεβδομαδιαία από τις 25 Σεπτεμβρίου 1838 έως τις 11 Αυγούστου 1854 γιατί ο διευθυντής του καταδιώχθηκε για τα αντιγαλλικά του φρονήματα. Ο «Αιών» που αντιπολιτεύτηκε τον Οθωνα και τον Γεώργιο επανεκδόθηκε το 1857 μέχρι και το 1888.

Στην πραγματικότητα η εποχή του ελληνικού Τύπου αρχίζει το 1873 με την «Εφημερίδα» του Δημήτρη Κορομηλά. Πρόκειται για την πρώτη ημερήσια αθηναϊκή εφημερίδα μεγάλου σχήματος και τετρασέλιδη και στην οποία, εργάστηκαν προσωπικότητες όπως οι Αλέξανδρος Παπαδιαμάντης, Κωστής Παλαμάς, Νικόλαος Μωραΐτης, Κωνσταντίνος Παπαρηγόπουλος, Ροΐδης και πολλοί άλλοι. Βασικό χαρακτηριστικό της «Εφημερίδας» ήταν το χρονογράφημα που για πρώτη φορά εμφανίστηκε ως δημοσιογραφικό είδος στις εφημερίδες.

Η «Εφημερίς» στηρίζει όλες τις εκσυγχρονιστικές τάσεις της εποχής, κρατά αποστάσεις από τις κομματικές διαμάχες, στέκεται στο πλευρό του Τρικούπη και τοποθετείται με θετικό τρόπο απέναντι σε όλες τις πολιτικές, κοινωνικές και πολιτιστικές καινοτομίες (Το Βήμα, 1998).

Το 1875 εκδίδεται η πρώτη ελληνική εφημερίδα στη Θεσσαλονίκη από τον Σοφοκλή Γκαρμπολά και με τίτλο «Ερμής» και η οποία διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο την επόμενη 20ετία στην ανάπτυξη της πόλης.

Η περίοδος που ακολουθεί από τη δεκαετία του 1870 μέχρι τις αρχές του 20^{ου} αιώνα χαρακτηρίζεται, όπως επισημαίνει ο Διαμαντής Μπασαντής (2002), από την οργάνωση και τη συγκρότηση του αθηναϊκού επικοινωνιακού χώρου με άξονα την ημερήσια εφημερίδα. Τα έντυπα εξελίσσονται διαμέσου της μετεξέλιξης του δημοσιογραφικού λόγου και του τεχνολογικού εκσυγχρονισμού της εκτυπωτικής διαδικασίας. Σταδιακά η διανομή τους επεκτείνεται στα όρια της πρωτεύουσας και παράλληλα διευρύνεται η κυκλοφορία τους ταυτόχρονα με την επιρροή τους στην κοινή γνώμη και στα πολιτικά πράγματα του τόπου.

Στα επόμενα χρόνια εκδίδονται πολλοί τίτλοι εφημερίδων, μεταξύ των οποίων και η «Εστία»² (1894) των αδελφών Κύρου, η παρουσία της οποίας στον δημοσιογραφικό στίβο προσεγγίζει τον ενάμιση αιώνα. (Κουμαριανού, 2005). Αξιοσημείωτες είναι και οι εκδόσεις της εφημερίδας «Ακρόπολις» από τον Βλάση Γαβριηλίδη το 1883, καθώς η και η εφημερίδα «Εμπρός» που εκδόθηκε το 1896 από τον Δημήτριο Καλαποθάκη.

Από το 1930 εκδόθηκαν αρκετές εφημερίδες που δημιούργησαν τη δική τους ιστορία στον ελληνικό Τύπο. Ενδεικτικά αναφέρουμε τις εφημερίδες «Νέα Πολιτεία», «Εσπερινή», «Ελεύθερος Κόσμος».

Στη διάρκεια της περιόδου 1930-1967 και με την πάροδο του χρόνου, επιβιώνουν διαχρονικά οι εφημερίδες «Ακρόπολις», «Εστία», «Ριζοσπάστης», «Τα Νέα», «Το Βήμα», «Έθνος», «Αθηναϊκή», «Αυγή», «Εθνικός Κήρυξ», «Ελευθεροτυπία», «Βραδυνή», «Καθημερινή», «Δημοκρατική Αλλαγή», «Απογευματινή» και «Μεσημβρινή».

Κατά τη διάρκεια της δικτατορίας (1967-1974) ο αθηναϊκός Τύπος συρρικνώνεται δραματικά αφού διέκοψαν τη λειτουργία τους, οι εφημερίδες «Καθημερινή», «Μεσημβρινή», «Έθνος», «Αυγή», «Δημοκρατική Αλλαγή» και η

² Η «Εστία» αρχικά εκδόθηκε από τον Γεώργιο Δροσίνη το 1889 και στη συνέχεια μεταβιβάστηκε στην οικογένεια Κύρου (Μπασαντής, 2002)

«Αθηναϊκή», ενώ συνέχισαν την έκδοσή τους οι εφημερίδες «Βραδυνή», «Το Βήμα», «Απογευματινή» και «Τα Νέα».

Από τη μεταπολίτευση και μετά (1974-1988) οι εφημερίδες αυτές επανεκδόθηκαν αλλά και εμφανίστηκαν νέες όπως οι «Αυριανή», «Ελεύθερη Ώρα», «24 Ώρες», «Πρώτη», «Δημοκρατικός Λόγος», «Επικαιρότητα» κ.ά.

1.2.1. Ο Τύπος από το 1981 μέχρι σήμερα

Μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 1980, τα πράγματα ήταν ξεκάθαρα: τα ηλεκτρονικά μέσα ελέγχονται από το κράτος, δηλαδή το κυβερνών κόμμα και οι εφημερίδες είχαν στενή, πάγια και σαφή διασύνδεση με τα κόμματα. Η απελευθέρωση των ερτζιανών έριξε στο περιθώριο τη δημόσια ραδιοτηλεόραση, το σκάνδαλο Κοσκωτά διέρρηξε όλους τους παραδοσιακούς δεσμούς των εφημερίδων με τα κόμματα. Σήμερα τα μέσα έχουν πιο χαλαρές σχέσεις με τα κόμματα και τους πολιτικούς. (Ψυχογιός, 2003)

Στον χώρο του Τύπου η πρώτη τομή έγινε από την εφημερίδα «Εθνος». Είναι η εφημερίδα που καθιέρωσε το μικρό σχήμα στην Ελλάδα. Επιδίωξη των δημιουργών της, Γιώργου Μπόμπολα, ως εκδότη και Αλέκου Φιλιππόπουλου ως διευθυντή ήταν να προσφέρουν μία μοντέρνα έκδοση, δροσερή και «εύπεπτη» που ταυτόχρονα θα είχε και ένα σημαντικό πολιτικό βάρος, στοχεύοντας σε μεγάλες κυκλοφορίες, που μόνο τα λαϊκά φύλλα εξασφαλίζουν. Ο σχεδιασμός της εφημερίδας βασίζεται στο αγγλοσαξονικό μοντέλο και πρότυπό της ήταν η Daily Mail. (Κομίνης, 1985). Ωστόσο η εφημερίδα παρά το γεγονός ότι ήταν μικρού σχήματος δεν είχε τα χαρακτηριστικά του ταμπλόιντ.

Η διαφορά της εφημερίδας ταμπλόιντ με τη μεγάλου σχήματος εφημερίδα δεν έχει να κάνει μόνο με το μέγεθος της σελίδας. Αφορά στη θεματολογία και στο κοινό στο οποίο απευθύνεται. Η διάδοση των ταμπλόιντ σχετίζεται με τη στροφή των εφημερίδων σε πιο λαϊκά στρώματα, με θεματολογία πιο ανάλαφρη. Το αναγνωστικό κοινό των εφημερίδων με το παραδοσιακό ευρύ σχήμα απαρτίζεται από ανθρώπους με ένα υψηλό μορφωτικό και εισοδηματικό επίπεδο ενώ οι αναγνώστες των ταμπλόιντ εφημερίδων προέρχονται από την εργατική τάξη, τα πιο χαμηλά κοινωνικά στρώματα (Carlson, 2009).

Η χρονική περίοδος που επέλεξε το «Έθνος» για την μετάλλαξή του σε μικρόσχημη εφημερίδα είναι λίγο πριν τις εκλογές, περίοδος όπου οι πολιτικές συγκρούσεις οξύνονται, το ενδιαφέρον του αναγνωστικού κοινού μεγαλώνει. Ρίχνει το βάρος του σε πιο κοινωνικά θέματα αλλά και στη γυναίκα ωστόσο η περίοδος που κυκλοφόρησε το νέο σχήμα (14 Σεπτεμβρίου 1981), έναν μήνα πριν τις εκλογές του Οκτωβρίου, δεν ήταν η καταλληλότερη για αυτό το μείγμα της δημοσιογραφίας, με αποτέλεσμα η κυκλοφορία τις πρώτες ημέρες να πέφτει ραγδαία αντί να κερδίζει αναγνώστες όντας σε προεκλογική περίοδο. (Κομίνης, 1985)

Η μεταστροφή προς το πολιτικό πρώτο θέμα και με εκμετάλλευση της πόλωσης της προεκλογικής περιόδου ήρθε πολύ σύντομα με επιθετικούς τίτλους και έντονη μαχητικότητα υπέρ του ΠΑΣΟΚ και της Αλλαγής, που ήταν το βασικό του σύνθημα, αναστρέφοντας έτσι την κυκλοφοριακή πορεία και προκαλώντας ανησυχία στον ανταγωνισμό, όπου αρχικά είχε εφησυχάσει. Ενδεικτικό των εντυπώσεων που προκάλεσε το νέο σχήμα της εφημερίδας στον χώρο του Τύπου ακόμη και στους ίδιους τους ανθρώπους του είναι το σχόλιο της Ελένη Βλάχου, εκδότριας της Καθημερινής, η οποία παρά το γεγονός ότι είχε αγγλοσαξονική εμπειρία και εθισμό με το είδος όταν πήρε το πρώτο φύλλο στα χέρια της είπε *«Φέρτε μου τώρα την εφημερίδα, το ένθετο το είδα, καλό είναι»*. (Κομίνης, 1985)

Η εκδοτική επιτυχία του «Εθνους»³ ήταν τόσο μεγάλη που μέχρι το 1985 η πλειοψηφία των εφημερίδων αναγκάστηκε να ακολουθήσει τη νέα τάση υιοθετώντας το μικρό σχήμα.

Με την επανέκδοση του «Εθνους» κάνει και στην Ελλάδα για πρώτη φορά την εμφάνισή του το φαινόμενο της «απόκλισης» (diversification), που συνίσταται στην είσοδο στον χώρο των ΜΜΕ επιχειρηματιών, η κύρια δραστηριότητα των οποίων επικεντρώνεται σε άλλους επιχειρηματικούς τομείς και ο εκδοτικός χώρος αποτελεί μόνο ένα μικρό μέρος της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας (Μπασαντής, 2002: 117).

³ Με βάση τα στοιχεία της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών, το «Έθνος» μέσα σε έναν χρόνο από την έκδοσή του έχει καταστεί η πρώτη κυκλοφοριακά εφημερίδα ξεπερνώντας σε πωλήσεις εφημερίδες όπως «Τα Νέα», η «Ελευθεροτυπία» ή η «Αυριανή». Σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία τον Οκτώβριο 1981 το «Έθνος» κατέχει μερίδιο αγοράς 10,63% (μέση ημερήσια κυκλοφορία 86.266 φύλλα), μερίδιο το οποίο τον Οκτώβριο του 1982 έχει υπερδιπλασιαστεί φτάνοντας στο 23,94% (μέση ημερήσια κυκλοφορία 181.221 φύλλα).

Σε αυτό το πλαίσιο εντάσσεται και το φαινόμενο Κοσκωτά που έφερε αναταράξεις στον ελληνικό Τύπο και όχι μόνο.

Η δεκαετία του 1980 στιγματίστηκε από την εμφάνιση της εκδοτικής εταιρίας «Γραμμή Α.Ε» (1982), του Γιώργου Κοσκωτά, που στην προσπάθειά του να γίνει ένα είδος Έλληνα Μέρντοχ⁴, δαπάνησε περισσότερα από 13 δισεκατομμύρια δρχ. στον εκδοτικό χώρο. Ξεκίνησε με την έκδοση του περιοδικού «Ένα» και επεκτάθηκε εντυπωσιακά με την έκδοση άλλων τεσσάρων περιοδικών («Μία», «ΚΑΙ», «Τέταρτο», «TV3» και «Δύο»), μπαίνοντας παράλληλα και στον χώρο των εφημερίδων. Αγόρασε την «Καθημερινή», τη «Βραδυνή» και την εβδομαδιαία «Εβδόμη» και προχώρησε στην έκδοση της καθημερινής εφημερίδας «24 Ωρες». Επιπλέον ίδρυσε και τον ραδιοφωνικό σταθμό «Sky 100,4».

Με την έκδοση των «24 Ωρών» κορυφώνεται η διείσδυσή του Κοσκωτά στον χώρο του Τύπου. Ήδη έχει δημιουργήσει μία πρότυπη βιομηχανική εκδοτική μονάδα στην Παλλήνη και με τη χρήση των νέων τεχνολογιών εκδίδει μια εφημερίδα μεγάλου σχήματος, στα πρότυπα της «Usa Today» με τεχνολογικές και εκδοτικές καινοτομίες, όπως η μηχανοποίηση ολόκληρης της έκδοσης ή η ηλεκτρονική σελιδοποίηση (Μπασαντής, 2002: 117)

Το πρώτο φύλλο των «24 Ωρών», πολυδιαφημιζόμενο και πολλά υποσχόμενο αφού εκτός των υπερσύγχρονων πιεστηρίων της «Γραμμής» είχε προηγηθεί πλήθος μελετών της αγοράς για τις προτιμήσεις του κοινού, έφτασε σε δυσθεώρητες για την Ελλάδα πωλήσεις: 170.000 φύλλα στην Αθήνα και 105.000 φύλλα στην επαρχία (Ψυχογιός, 1992).

Τον Οκτώβριο όμως του 1988 ο Γιώργος Κοσκωτάς, βρέθηκε κατηγορούμενος για σειρά οικονομικών ατασθαλιών στην Τράπεζα Κρήτης, όπου ήταν πρόεδρος της και τον ίδιο μήνα παραιτήθηκε από τη θέση του προέδρου του Δ.Σ. της «Γραμμής», ενώ στις 4 Νοεμβρίου του ίδιου χρόνου, πούλησε την «Καθημερινή» στο ποσό των 910 εκατ. δρχ. στον εφοπλιστή Αριστείδη Αλαφούζο.

⁴ Ο Ρούπερτ Μέρντοχ, είναι δισεκατομμυριούχος, μεγιστάνας στον χώρο των ΜΜΕ έχοντας υπό τον έλεγχό του, μεταξύ άλλων, το Fox News, τους Times του Λονδίνου και την εφημερίδα Wall Street Journal. [<https://www.forbes.com/profile/rupert-murdoch/#7a9a63a3b1af>]. Πρόσβαση: 20 Αυγούστου 2019.

Σχεδόν μετά από ενάμιση μήνα η εφημερίδα διέκοψε την έκδοσή της. Παρά τον βραχύ βίο της⁵ η έκδοση των «24 Ωρών» άλλαξε τα εκδοτικά δεδομένα σηματοδοτώντας το πέρασμα των αθηναϊκών εφημερίδων στην ηλεκτρονική εποχή.

Σύμφωνα με τους Ζαούση και Στράτο (1993), οι εξελίξεις της περιόδου αυτής, δείχνουν ότι είχε μεταβληθεί σημαντικά ο παραδοσιακός χαρακτήρας των εκδοτικών συγκροτημάτων, καθώς οι περισσότερες εφημερίδες ανήκαν σε ευρύτερους επιχειρηματικούς ομίλους, που επιθυμούσαν να δραστηριοποιηθούν και στον χώρο του Τύπου και ταυτόχρονα εκλείπει και το είδος του παραδοσιακού εκδότη- εφημερίδας ή συγκροτήματος, που κατά κανόνα προέρχονταν από τον χώρο της δημοσιογραφίας.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επισημανθεί ο καθοριστικός ρόλος του αθηναϊκού Τύπου στην αποκάλυψη του σκανδάλου Κοσκωτά και στη δημόσια αντιπαράθεση που ακολούθησε. Το θέμα ανέδειξε η εφημερίδα «Ελευθεροτυπία» και τις αποκαλύψεις της χρησιμοποίησαν όλες οι μεγάλες αθηναϊκές εφημερίδες καθορίζοντας για πρώτη φορά (Μπασαντής, 2002) με τόση ένταση και έμφαση μια πολιτική θεματολογία από την οποία οι πολιτικοί είχαν ελάχιστη συμβολή.

Μιλώντας για τον αθηναϊκό Τύπο θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθούμε σε μία άλλη εφημερίδα που δημιούργησε αρκετά νωρίτερα τη δική της «σχολή». Πρόκειται για την «Αυριανή», η οποία εκμεταλλευόμενη το κενό στην ενημέρωση, που άφησε το καλοκαίρι του 1980 η μεγάλη απεργία των τυπογράφων⁶ κατάφερε να ριζώσει (Κομίνης, 1985).

Η έντονα λαϊκιστική και άκρως επιθετική δημοσιογραφία της εφημερίδας σε συνδυασμό με τη χαμηλότερη τιμή έναντι του ανταγωνισμού⁷ η «Αυριανή» κατάφερε να πετύχει μεγάλες κυκλοφορίες⁸ προσελκύοντας ευρύτερα λαϊκά στρώματα της πόλης και της επαρχίας, που ελάχιστα μέχρι τότε διάβαζαν καθημερινές εφημερίδες (Μπασαντής, 2002).

⁵ Εκλείσσε τον Δεκέμβριο του 1988 (ΕΙΗΕΑ)

⁶ Η απεργία των τεχνικών μελών της ΕΤΗΠΤΑ είχε ως αποτέλεσμα για περισσότερο από έναν μήνα να μην κυκλοφορούν εφημερίδες, εκτός της «Αυγής», του «ΡΙζοσπάστη» και της «Αυριανής» (Ράλλης, 1983)

⁷ Η τιμή πώλησης ήταν στις 5 δρχ. όταν οι άλλες εφημερίδες κόστιζαν 10 δρχ. (Κομίνης, 1985)

⁸ Μέχρι το 1985 αύξησε την κυκλοφορία στα 250.000 φύλλα ημερησίως [<https://www.news247.gr/media/g-koyris-i-ayriani-i-liani-kai-oi-istorikes-kontres-toy-ayrianismoy.6607804.html>] Πρόσβαση: 19 Αυγούστου 2019.

1.2.2. Η εποχή των ενθέτων

Ο Τύπος, όπως και η τηλεόραση και το ραδιόφωνο γνωρίζουν μεγάλη άνθηση και ασκούν τεράστια επιρροή στο κοινό τουλάχιστον έως και το 1996 όπου παρατηρείται έντονη κυκλοφοριακή πτώση άμεσα συνδεδεμένη με τις επιπτώσεις της «απορρύθμισης» των ΜΜΕ.

Εχει προηγηθεί η «χρυσή» εποχή όπου οι εφημερίδες επεκτείνονται στον κυριακάτικο Τύπο.

Ωστόσο, η αστραπιαία ανάπτυξη των τεχνολογιών επιταχύνει και πολλαπλασιάζει τις επιπτώσεις των ανακατατάξεων που αποδυναμώνουν τα διαφημιστικά έσοδα για τις εφημερίδες.

Αυτή την περίοδο οι εφημερίδες στην ανάγκη να προσεγγίσουν μέσα από συνθήκες έντονου ανταγωνισμού το μαζικό κοινό ανακαλύπτουν εκ νέου τα δώρα και τις προσφορές.

Έως και το 1996 οι μεγάλες αθηναϊκές εφημερίδες ενσωματώνουν στην ύλη τους και τον περιοδικό τύπο. Περιοδικά ποικίλης ύλης, όπως το «Εψιλον» της «Ελευθεροτυπίας», ένα περιοδικό που άλλαξε την δομή του κυριακάτικου Τύπου, αφού ήταν το πρώτο που κυκλοφόρησε με εφημερίδα και πολλοί προσπάθησαν έκτοτε να αντιγράψουν, το «Βημαgazino» του «Βήματος», το περιοδικό «Κ» της «Καθημερινής», κ.ά. διατίθενται πλέον με τις εφημερίδες δίνοντας μια άλλη διάσταση στον Τύπο και διευρύνοντας το αναγνωστικό κοινό.

Η στόχευση του εμπλουτισμού των εφημερίδων με ένθετα και περιοδικά ήταν διπλής κατεύθυνσης. Από τη μία πλευρά η διεύρυνση της γκάμας των αναγνωστών και κατ' επέκταση η αύξηση των πωλήσεων και από την άλλη η προσέλκυση στοχεύμενης διαφήμισης σε συγκεκριμένες κατηγορίες του πληθυσμού, όπως είναι οι διαφημίσεις μόνο για γυναίκες, οι διαφημίσεις μόνο για άνδρες, οι διαφημίσεις για αυτοκίνητα και πολλές άλλες κατηγορίες.

Όπως υπογραμμίζει ο Roulet (2009: 64) «απέναντι στο ψηφιακό κύμα και τη μεγάλη διαφημιστική αναταραχή που το συνοδεύει, πολλοί εκδότες εφημερίδων και επικεφαλής ομίλων Μέσων Ενημέρωσης έχουν καταληφθεί από πανικό ενώ ήδη έχουν αποσταθεροποιηθεί από την, σχεδόν, πλήρη εξαφάνιση του πακτωλού των αγγελιών, από τις προσφορές εργασίας ως τα ακίνητα, περνώντας από το αυτοκίνητο, αυτές τις περίφημες μικρές αγγελίες που αποτελούσαν, πριν από μόλις δέκα χρόνια, το 76% των διαφημιστικών εσόδων τα εφημερίδων και που εξαφανίστηκαν όπως το χιόνι στον ήλιο.»

Στην προσπάθειά τους να κερδίσουν αναγνώστες και κυρίως διαφημιζόμενους μπαίνουν δυναμικά στην εποχή των δώρων και των ενθέτων. Περιοδικά για τη μόδα, το αυτοκίνητο, τα αθλητικά, ειδικές εκδόσεις -χορηγούμενες πάντα- για ιστορικά θέματα, θέματα ειδικού ενδιαφέροντος, και δώρα από cd, βιβλία, εγκυκλοπαίδειες, κουπόνια σούπερ μάρκετ, μέχρι και σπίτια. Η εφημερίδα ιδιαίτερα τα κυριακάτικα φύλλα μετατρέπονται σε έναν δωρεάν ένθετο μιας εμπορικής προσφοράς.

Τα δώρα και οι προσφορές από τις εφημερίδες δεν είναι φαινόμενο μόνο της σύγχρονης εποχής. Σύμφωνα με τον Μπακουνάκη (2014) στις 5 Μαΐου 1905 η εφημερίδα «Ακρόπολις» ξεκίνησε μία εκστρατεία προσέλκυσης κοινού προσφέροντας ρολόγια. Με σύνθημα *«έχετε Ωρολόγιον; Σας χαρίζομεν ένα.»* επιχείρησε να ανταποκριθεί στον εντεινόμενο ανταγωνισμό των Μέσων της δεκαετίας του 1900 με την έκδοση πολλών νέων τίτλων.

Η εφημερίδα «Καθημερινή» ήταν η πρώτη που καθιέρωσε το ειδικό σομόν ένθετο για την οικονομία το 1990. Από το φθινόπωρο του 1991 η εφημερίδα «Εθνος» μπαίνει στην αγορά των ενθέτων επιδιώκοντας να βάλει φρένο στην κυκλοφοριακή πτώση που έχει αρχίσει από το 1988 (Ψυχογιός, 1992).

Έτσι στην προσπάθεια ποιοτικής αναβάθμισης η εφημερίδα καθιερώνει καθημερινά ειδικά ένθετα και ένα ολόκληρο αθλητικό έγχρωμο περιοδικό κάθε Δευτέρα. Μπορεί εντέλει τα ένθετα να μην επέζησαν όλα βόηθησαν όμως το «Εθνος» περισσότερο από το μπίνγκο και τα άλλα δώρα που έδινε η εφημερίδα προσελκύοντας ευκαιριακούς αναγνώστες (Ψυχογιός, 1992). Ακολούθησαν όλες οι εφημερίδες με ένθετα, περιοδικά ποικίλης ύλης, αθλητικά αλλά και προσφορές.

Ο πολλαπλασιασμός των ενθέτων (μόδα, αυτοκίνητα, ρολόγια...) για να «τσιμπήσουν» οι διαφημιστές, ο πληθωρισμός των «πρόσθετων προϊόντων» (βιβλία, CD, DVD, στυλό, ηλεκτρονικές συσκευές, καφετιέρες κ.λπ.), τα οποία μετατρέπουν την εφημερίδα σε δωρεάν ένθετο εμπορικής προσφοράς, δεν είναι παρά προφανώς προσωρινές λύσεις ανάγκης, γράφει ο Πάσχος Μανδραβέλης (2009)⁹.

Η πολιτική προσφορών και δώρων που υιοθέτησαν οι περισσότεροι εκδότες προκειμένου να αντιμετωπίσουν την κυκλοφοριακή κάμψη προσωρινά τόνωσε τις πωλήσεις αλλά οδήγησε σταδιακά σε απαξίωση του περιεχόμενου.

«Οι εφημερίδες διαφήμιζαν τις προσφορές τους και αγοράζονταν όλο και περισσότερο για τα dvd και τα άλλα δώρα, που προσέφεραν ενώ η σημασία της αρθρογραφίας και της ενημέρωσης σιγά σιγά περιορίστηκε τουλάχιστον στη συνείδηση των περισσότερων αναγνωστών» (Πλειός, 2013).

Αυτό επιβεβαιώνεται και από τα σχετικά στοιχεία (πίνακας 1) αφού όπως καταδεικνύεται όχι μόνο αποτέλεσαν λύση ανάγκης αλλά ουσιαστικά απέβησαν αναποτελεσματικά εργαλεία αφού στην κούρσα για να κερδίσουν αναγνωστικό κοινό οι εκδοτικές επιχειρήσεις άρχισαν να έχουν ζημιές, ακολούθως φτώχυναν το περιεχόμενό τους διώχνοντας έτσι αναγνώστες.

Πίνακας: 1: Διατεθέντα αντίτυπα πολιτικών εφημερίδων που εκδίδονται σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη 1992-1999 (σε χιλιάδες)

1992	1993	1994	1995	1997*	1998	1999
253.730	244.523	252.313	229.165	210.605	194.640	173.054

Πηγή: Με επεξεργασία στατιστικών στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ για τον Ημερήσιο και Περιοδικό Τύπο

**Τα στοιχεία για το 1996 δεν περιλαμβάνονται στη σχετική έρευνα*

⁹ Άρθρο του Πάσχου Μανδραβέλη στη «Lifo» για το δοκίμιο του Bernard Poulet «Το Τέλος των εφημερίδων και το μέλλον της ενημέρωσης». [<https://www.lifo.gr/mag/features/1862>]. Πρόσβαση: 20 Αυγούστου 2019

1.3.1 Οι εφημερίδες στην ψηφιακή εποχή

Κάποιοι θεωρούν ότι οι αρχές της τρίτης δεκαετίας του 21ου αιώνα αποτελούν χρονολογία-ορόσημο για τα ΜΜΕ. Το ραδιόφωνο οδηγείται στην τρίτη περίοδο της ιστορίας του, η τηλεόραση ενοποιείται με τον υπολογιστή και τις τηλεπικοινωνίες, οι παραδοσιακές, «χάρτινες» εφημερίδες περιορίζουν διαρκώς την κυκλοφορία τους και το διαδίκτυο διαφέρει κατά πολύ από αυτό που οραματίζονταν οι πρωτεργάτες του στις αρχές της δεκαετίας του 1990 (Παπαθανασόπουλος, 2019).

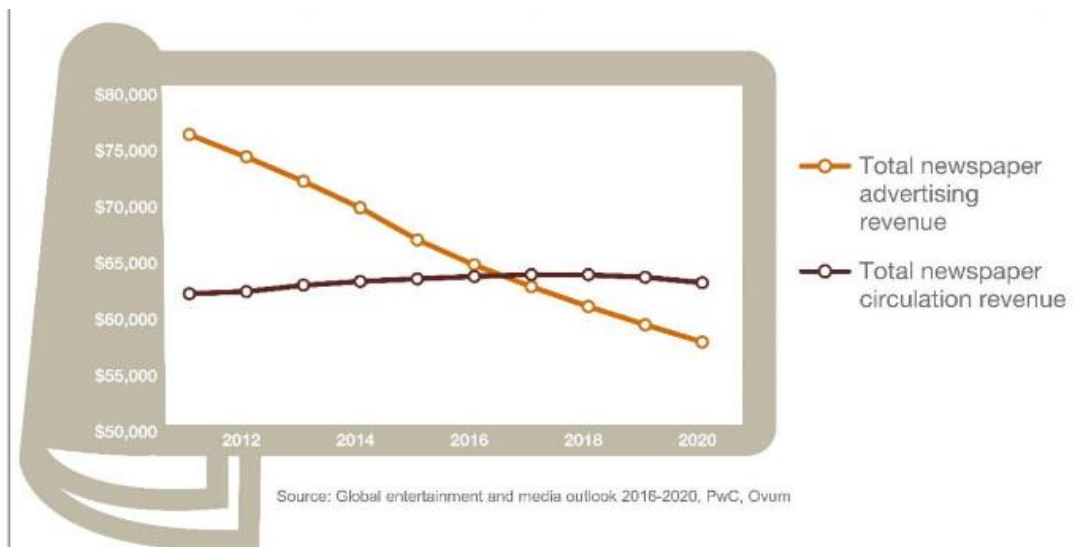
Στον 21ο αιώνα η διαδικτυακή ενημέρωση είτε απευθείας από ενημερωτικές ιστοσελίδες είτε μέσω των social media κερδίζει έδαφος. Έχουμε περάσει επιθετικά από το χαρτί στην ψηφιακή εποχή γεγονός που έχει προκαλέσει αρκετές επιπτώσεις, ακόμη και σε μεγάλες εφημερίδες. Οι εφημερίδες ξεκίνησαν ως το πρώτο Μέσο Ενημέρωσης και επικράτησαν για αρκετά χρόνια, ώσπου και έκανε την εμφάνισή του το ραδιόφωνο. Ακολούθησε η τηλεόραση και σήμερα το διαδίκτυο που διευρύνει εντυπωσιακά τα μερίδια σε ό,τι αφορά την ενημέρωση έχοντας ως βασικά πλεονεκτήματα, την ταχύτητα μετάδοσης της είδησης, τον εμπλουτισμό της με πολυμέσα, την κάλυψη όλου του φάσματος των ειδήσεων- αφού δεν υπάρχει στην πραγματικότητα περιορισμός χώρου- και τη δωρεάν¹⁰, σε αρκετές περιπτώσεις, προσφορά της.

Σε ένα πεδίο χωρίς τις ανάλογες υποδομές και με μικρή σε μέγεθος αγορά, ανεπαρκή να υποστηρίξει ένα πλήθος επικοινωνιακών εκροών, είτε πρόκειται για εφημερίδες, είτε για περιοδικά, κανάλια, ραδιόφωνα, ψηφιακές πλατφόρμες και διαδικτυακές πύλες, η κρίση είναι αναμενόμενη. Η οικονομική κρίση και η έλευση του διαδικτύου απλώς διογκώνουν την προϋπάρχουσα κρίση των μέσων. Η μέση κυκλοφορία των εφημερίδων παρουσιάζει μια επίμονη πτώση. Αυτό σημαίνει ότι η ελληνική αγορά υπό τις παρούσες συνθήκες, ιδίως σε μία περίοδο όταν εγκαταλείπουμε το «Γαλαξία του Γουτεμβέργιου» και οδεύουμε με γοργά ή αργά βήματα προς το «Γαλαξία του Διαδικτύου» είναι εξαιρετικά δύσκολο όχι

¹⁰ Στην Ελλάδα η πλειοψηφία των ενημερωτικών ιστοσελίδων παρέχεται δωρεάν και μόνο η έντυπη έκδοση των εφημερίδων διατίθενται online μέσω συνδρομής.

μόνον να υποστηρίξει νέους τίτλους, αλλά και να συντηρήσει τους ήδη υπάρχοντες (Παπαθανασόπουλος, 2019).

Η PricewaterhouseCoopers (PwC) πραγματοποίησε έρευνα το 2015, on-line, σε συνεργασία με την Παγκόσμια Ένωση Εφημερίδων (WAN). Στην έρευνα συμμετείχαν 4.900 ερωτηθέντες και αφορούσε την αλλαγή στη συμπεριφορά των καταναλωτών αναφορικά με το περιεχόμενο των ειδήσεων και είχε τίτλο «Μεταβαίνοντας σε πολλαπλά Επιχειρηματικά Μοντέλα: πρόβλεψη για την έκδοση εφημερίδων στην Ψηφιακή Εποχή». Οι αναγνώστες που ερωτήθηκαν ήταν από τον Καναδά, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ολλανδία, την Ελβετία, τη Μ. Βρετανία και τις Ηνωμένες Πολιτείες. Η έρευνα επισήμανε ότι ο κλάδος των εκδόσεων εφημερίδων σε παγκόσμιο επίπεδο βρίσκεται σε αναταραχή, καθώς τα έσοδα από τις διαφημίσεις εμφανίζουν απότομη πτώση, η διείσδυση της Ευρυζωνικότητας αυξάνεται και πληθώρα ψηφιακών συσκευών που προσφέρουν ψηφιακό περιεχόμενο κάνουν την εμφάνισή τους στην αγορά. Παρ' όλα αυτά, σε αυτή την εποχή της αβεβαιότητας θα επιβιώσουν όσοι προσαρμόζονται γρήγορα στην πρόκληση μιας μεταβαλλόμενης αγοράς και λαμβάνουν υπόψη τους τις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή (PriceWaterHouseCoopers, 2015). Στον πίνακα που ακολουθεί παρατηρούμε την πορεία των εσόδων από τις διαφημίσεις των εφημερίδων και την κυκλοφορία τους και τις προβλέψεις έως το 2020. Η πτωτική πορεία, ειδικά των εσόδων από τις διαφημίσεις είναι εντυπωσιακή.



Εικόνα 1: Συνολικά έσοδα και προβλέψεις από την κυκλοφορία και τη διαφήμιση των εφημερίδων στο διάστημα 2010-2020 (πηγή: www.pwc.com).

Η Marieke van Donk, συγγραφέας της μελέτης στο Publishing Centre of Excellence της PwC, δήλωσε: «Οι εφημερίδες θα συνεχίσουν να υφίστανται μακροπρόθεσμα και να συνυπάρχουν με άλλα μέσα, αλλά αυτό είναι απίθανο να συμβεί με τη μορφή ή τον όγκο που γνωρίζουμε σήμερα (Van Donk, 2016).

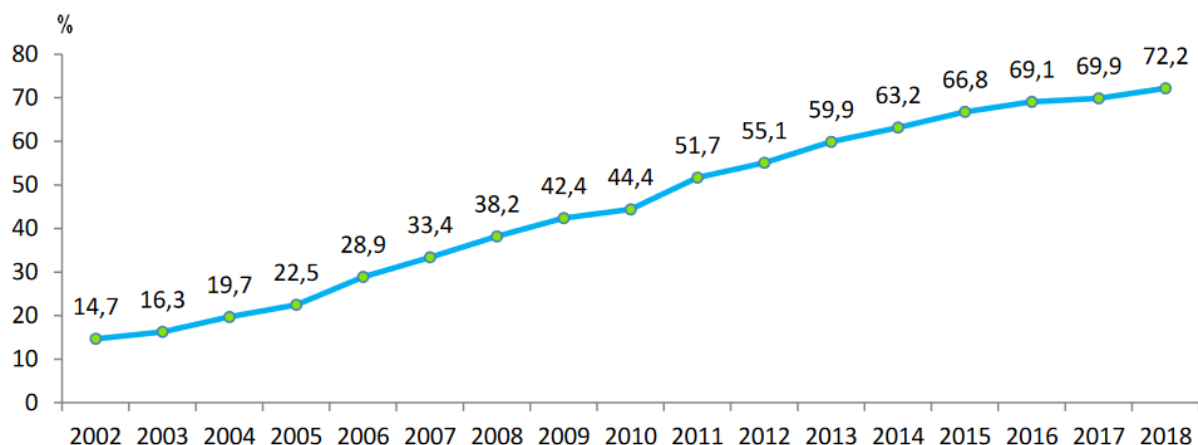
Όσες εφημερίδες προσαρμόσουν τα Επιχειρηματικά τους Μοντέλα και χρησιμοποιούν πολλαπλές Πλατφόρμες και νέες Τεχνολογίες για τη διανομή του περιεχομένου τους αξιοποιώντας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο το όνομα, το περιεχόμενο και το πνευματικό τους κεφάλαιο μπορούν να εξασφαλίσουν ένα on-line κοινό πέρα από το κοινό της παραδοσιακής έντυπης έκδοσης.

Στις on-line εκδόσεις των εφημερίδων οι αναγνώστες πληρώνουν μόνο ένα πολύ μικρό μέρος της δαπάνης που θα πλήρωναν για την έντυπη έκδοση. Παράλληλα, καθώς το διαδίκτυο έχει γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας μας, είναι πολύ πιο εύκολο και βολικό να διαβάσουμε την on-line έκδοση της εφημερίδας μας.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα εφημερίδας που προσαρμόστηκε στην ψηφιακή εποχή και μπόρεσε να ανταπεξέλθει στα νέα δεδομένα είναι η Σουηδική εφημερίδα Dagens Nyheter (DN). Η εφημερίδα έχασε μεγάλο μέρος του αναγνωστικού της κοινού εξαιτίας της γήρανσης τους, της δραματικής μείωσης των διαφημιστικών εσόδων της και της απόλυτης

κυριαρχίας του Facebook και της Google που μονοπώλησαν το ενδιαφέρον του αναγνωστικού κοινού και των διαφημιστών. Η DN πουλούσε το 2000 καθημερινά 370.000 φύλλα ενώ το 2015 περίπου 250.000. Την ίδια χρονιά οι διαδικτυακές συνδρομές ήταν μόλις δύο χιλιάδες. Το 2019, λιγότερο από πέντε χρόνια μετά, η εφημερίδα είναι και πάλι κερδοφόρα με 160.000 συνδρομητές που έχουν πρόσβαση αποκλειστικά στην ηλεκτρονική έκδοση της εφημερίδας και άλλους 170.000 που λαμβάνουν καθημερινά και την έντυπη έκδοση. Η Dagens Nyheter κατάφερε να αποχωρίσει το “χαρτί” από την “εφημερίδα” και με αυτό τον τρόπο να περάσει στην ψηφιακή εποχή. Η στρατηγική τους βασίστηκε στην διαπίστωση ότι οι αναγνώστες – καταναλωτές είναι παραπάνω από πρόθυμοι να πληρώσουν για περιεχόμενα που εκτιμούν ενώ δεν διατίθενται να κάνουν το ίδιο για υλικό που μπορούν να βρουν εύκολα και αλλού. Επικεντρώθηκαν λοιπόν στην παραγωγή ποιοτικής δημοσιογραφίας, παρόλο που είναι ακριβή. Αύξησαν την τιμή της εφημερίδας, κατέργησαν τα δωρεάν φύλλα και, δεδομένης της διαρκούς μείωσης της ζήτησης για την έντυπη έκδοση, μείωσαν το κόστος εκτύπωσης και βελτιστοποίησαν το δίκτυο διανομής. Ταυτόχρονα κατέστησαν ιδιαίτερα εύκολη την αγορά των περιεχομένων της εφημερίδας τους μέσω ψηφιακών πληρωμών. Σταμάτησε να διανέμει το περιεχόμενο της εφημερίδας μέσω των υπηρεσιών ενημέρωσης των διαδικτυακών κολοσσών και ταυτόχρονα παρότρυνε τους ρεπόρτερ της εφημερίδας να αντιμετωπίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως πηγές ιδεών. Παράλληλα, η Dagens Nyheter ξεκίνησε να διαθέτει προσεγμένα προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες της όπως για παράδειγμα, η προσφορά ηλεκτρικού ποδήλατου με το λογότυπο της εφημερίδας έναντι 495 σουηδικών κορόνων (47,5 ευρώ). Δράση που είχε σαν αποτέλεσμα 150 φανατικοί αναγνώστες της να σπεύσουν να το αγοράσουν κατά την πρώτη εβδομάδα της κυκλοφορίας του (Protagon Team, 2019).

Στα ελληνικά δρώμενα η ραγδαία ανάπτυξη του διαδικτύου και η αυξανόμενη χρήση του από τα ελληνικά νοικοκυριά (βλ. εικ. 2) έχει ήδη ανατρέψει τα δεδομένα στον χώρο των εντύπων. Ο αντίκτυπός του διαδικτύου, το οποίο, όπως εκτιμά ο Παπαθανασόπουλος (2019) προκαλεί ακόμη μεγαλύτερη επανάσταση σε σχέση με αυτήν της τηλεόρασης, θα είναι ακόμη βαθύτερος.



Εικόνα 2: Πρόσβαση στο διαδίκτυο: Ποσοστιαία αποτύπωση συμμετοχής πληθυσμού ηλικίας 16-74, α' τρίμηνο 2002-2018. (Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ)

Σύμφωνα με έρευνα του Διανέοσις¹¹ οι Έλληνες διαβάζουν ειδήσεις από 5,6 ενημερωτικές ιστοσελίδες την εβδομάδα κατά μέσο όρο, περισσότερες από όλες τις ευρωπαϊκές χώρες του δείγματος. Ενδεικτικά στη Βρετανία, ο μέσος χρήστης του διαδικτύου ενημερώνεται από 2,3 ιστοσελίδες την εβδομάδα.

Σήμερα η πλειοψηφία των εκδοτικών επιχειρήσεων στα ΜΜΕ έχει στραφεί στο διαδίκτυο είτε με τη δημιουργία ιστοσελίδων είτε με την online διανομή των παραδοσιακών εντύπων φαινόμενο, που αναμένεται να κλιμακωθεί περαιτέρω με τη ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη και την ταχύτατη πρόοδο των χρηστών του διαδικτύου, που εκτιμάται ότι θα καταστήσει τα ηλεκτρονικά Μέσα Ενημέρωσης κυρίαρχα εντείνοντας ακόμη περισσότερο τον υφιστάμενο ανταγωνισμό στον χώρο.

¹¹ Τα βασικά ευρήματα της έρευνας «Οι Ψηφιακές Ειδήσεις στην Ελλάδα 2019» προκύπτουν από το ετήσιο Digital News Report του Ινστιτούτου Reuters στο Πανεπιστήμιο της Οξφόρδης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΥΠΟΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη αναφορά στον ρόλο των εφημερίδων στην σύγχρονη κοινωνία και πως υλοποιείται μέσα από τα πρωτοσέλιδα και την πλαισίωση.

2.1. Ο ρόλος των εφημερίδων στη σύγχρονη κοινωνία

Στην ψηφιακή εποχή η καθημερινότητα των ανθρώπων καθημερινά «βομβαρδίζεται» από μεγάλο όγκο πληροφοριών και ειδήσεων. «Περιεχόμενο παντός είδους, που ο όγκος του αυξάνεται με εκθετικό ρυθμό και καθιστά αδύνατη την άμεση παρακολούθησή του» (Ρήγου, 2014: 180).

Η αλματώδης αύξηση των νοικοκυριών που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο¹² ευνοεί τα ψηφιακά Μέσα Ενημέρωσης που κερδίζουν έδαφος έναντι των παραδοσιακών. Την ίδια ώρα τα ευρήματα της τελευταίας έρευνας του Ευρωβαρόμετρου (Φθινόπωρο 2016) δείχνουν ότι οι Έλληνες τείνουν να εμπιστεύονται όλο και περισσότερο τα διαδικτυακά ΜΜΕ και μάλιστα σε αρκετά υψηλότερα ποσοστά από τους υπόλοιπους Ευρωπαίους¹³.

Η πτώση στην κυκλοφορία των εφημερίδων είναι ραγδαία¹⁴ και καταδεικνύει το γεγονός ότι το κοινό αποστασιοποιείται όλο και περισσότερο από τα παραδοσιακά Μέσα Ενημέρωσης και στρέφεται στα νέα μέσα.

Σε αυτό το περιβάλλον και με δεδομένο ότι «όλες οι μορφές των μέσων επικοινωνίας συνυπάρχουν και συν-εξελίσσονται σε ένα επικοινωνιακό σύστημα που χαρακτηρίζεται

¹² Η επέκταση του ποσοστού των νοικοκυριών με πρόσβαση στο διαδίκτυο ήταν στην Ελλάδα η υψηλότερη από το 2011-2016 μεταξύ των μελών της ΕΕ (Eurostat, Φεβρουάριος 2016)

¹³ Οι Έλληνες που συμμετείχαν στην έρευνα φαίνονται δύσπιστοι έναντι των παραδοσιακών ΜΜΕ ενώ είναι πιο θετικά διακείμενοι απέναντι στο διαδίκτυο (ΕΛ:47%, ΕΥ28:59%)

¹⁴ Σύμφωνα με έρευνα της ΕΛΣΤΑΤ το 2016, σε σχέση με το 2015, παρατηρείται μείωση κατά 15,9% στις συνολικές πωλήσεις εφημερίδων και μείωση 9% στις πωλήσεις των περιοδικών

από τη διαρκή ανάπτυξη, την πολυπλοκότητα και την αναπροσαρμογή» (Παπαθανασόπουλος, 1999:136), δεν είναι εύκολο να αποτυπωθεί με σαφήνεια ο ρόλος του Τύπου στις σύγχρονες δημοκρατίες.

Μπορεί ο Τύπος για περισσότερο από 200 χρόνια να έχει χαρακτηριστεί ως «τέταρτη εξουσία» ωστόσο όλο και περισσότερο δυναμώνει η συζήτηση σε όλον τον κόσμο για τους κινδύνους, που εγκυμονεί η συγκέντρωση τεράστιας επικοινωνιακής δύναμης στα χέρια λίγων μεγιστάνων. Όπως παρατηρεί ο Ψυχογιός (2003), φαίνεται σαν να έχει περάσει ανεπιστρεπτί πλέον η εποχή, που ο Τύπος θεωρούνταν δημοκρατική, απελευθερωτική δύναμη, ο φόβος των απολυταρχικών συστημάτων.

Παρά ταύτα, ο Τύπος αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό φορέα επικοινωνίας στη δημόσια σφαίρα. Με βάση την άποψη που έχει εκφράσει ο Price (1996), το πιο σημαντικό είναι ότι η δημοσιογραφία καθιστά δυνατή την αλληλεπίδραση μεταξύ των πολιτικών πρωταγωνιστών και των θεατών. Από τη μια πλευρά οι ειδήσεις παρέχουν συνεχείς περιγραφές της κατάστασης της πολιτικής σκηνής των ελίτ και από την άλλη πλευρά παρέχεται στο κοινό μια μορφή επιτήρησης.

Για δύσκολους και συχνά συγκρουόμενους ρόλους που πρέπει να εκπληρώνει στις δημοκρατικές κοινωνίες ο Τύπος, κάνει λόγο ο McQuail (2000: 117) συνοψίζοντάς τους ως εξής:

- Την πρόβλεψη μιας συνεχούς παροχής αξιόπιστων και χρήσιμων πληροφοριών με τριπλή στόχευση: Να συμβάλλουν στην εύρυθμη λειτουργία των κοινωνικών θεσμών, να ανταποκρίνονται στις ανάγκες της καθημερινής ζωής και να βοηθούν τους πολίτες να συμμετέχουν στην πολιτική ζωή.

- Την παροχή σειράς υπηρεσιών που αφορούν σε διάφορους κοινωνικούς τομείς, μεταξύ των οποίων, η διαφήμιση, η ψυχαγωγία και η πολιτισμική ανταλλαγή.

- Την παροχή ενός πεδίου διαλόγου και συζήτησης για την έκφραση διαφορετικών απόψεων, πεποιθήσεων και ιδεών και

-την αξιολόγηση και την άσκηση κριτικής σ' εκείνους που διαθέτουν εξουσία και ισχύ και στη δημοσιοποίηση προβληματικών υποθέσεων που έχουν να κάνουν με την κατάχρηση εξουσίας.

Στα δύο τελευταία σημεία στέκεται ιδιαίτερα και ο Price, καταδεικνύοντας ότι ρόλος του Τύπου στη σύγχρονη κοινωνία και στις δημοκρατίες παραμένει ουσιώδης, παρέχοντας στο κοινό τη δυνατότητα μιας μορφής ελέγχου του πολιτικού περιβάλλοντος. «Οι δημοσιογράφοι», επισημαίνει, «καλύπτοντας και παρακολουθώντας τις δραστηριότητες των πολιτικών, παρέχουν στο κοινό τη δυνατότητα να σχηματιστούν γύρω από τις διαφωνίες των ελίτ και με αυτή την έννοια διεκπεραιώνουν μια λειτουργία “στενής παρακολούθησης” για λογαριασμό του ακροατηρίου τους». (Price, 1996: 140-141)

Σε κάθε περίπτωση, τα μέσα σαφώς δεν είναι σαν όλες τις άλλες επιχειρήσεις, καθώς χωρίς αυτά στην εποχή μας δεν είναι δυνατόν να υπάρχουν ούτε πολιτική ούτε πολιτισμός. «Η πολυφωνία είναι αναγκαίος όρος για τη λειτουργία της δημοκρατίας, η ποικιλομορφία των διαύλων είναι απαραίτητη για να υπάρχει πλούσια πολιτιστική ζωή». (Ψυχογιός, 2003)

Ο Τύπος και ειδικά τα μέσα ενημέρωσης της περιφέρειας διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην οικονομική, πολιτική και κοινωνική ζωή του τόπου, αφού επηρεάζουν, ή μάλλον διαμορφώνουν την κοινή γνώμη. Η είδηση αποτελεί εμπορεύσιμο προϊόν, το οποίο για να «πλασαριστεί» καλά στην αγορά υφίσταται πολλές επεξεργασίες και παρεμβάσεις. Η κατάσταση αυτή πολλές φορές κλονίζει τη σχέση εμπιστοσύνης του κοινού με τα ΜΜΕ, οδηγεί στην αποστασιοποίηση του πολίτη, με αποτέλεσμα τη συρρίκνωση της κυκλοφορίας των εφημερίδων. Ο πολίτης δεν αποδέχεται τη ροή της πληροφορίας προς μία κατεύθυνση αλλά επιδιώκει την αμφίπλευρη επικοινωνία που διαμορφώνει συνθήκες διαρκούς και ανοιχτού διαλόγου.

Υπάρχουν πολίτες που δεν λειτουργούν ως παθητικοί δέκτες αλλά ως έγκριτοι αξιολογητές της ύλης και ενεργοί συνδιαμορφωτές της κοινής γνώμης. Αυτοί αναζητούν ΜΜΕ στα οποία να έχουν εμπιστοσύνη και να μπορούν να εκφράζουν την άποψή τους.

Η διάσταση του φαινομένου αυτού εντοπίζεται ιδιαίτερα στις περιφερειακές κοινωνίες αλλά και σε υποσύνολα των μητροπολιτικών κέντρων που παρουσιάζουν ιδιαίτερο

οικονομικό, πολιτιστικό, παραγωγικό, κοινωνικό ή πολιτικό ενδιαφέρον. Αποτελεί την εναλλακτική πρόταση επικοινωνίας η οποία άντεξε καλά στο χρόνο και γι' αυτό είναι πολύ ελπιδοφόρα. (Φίλανδρος, 2018).

Σύμφωνα με τον Νιλ Πόστμαν οι εφημερίδες πρέπει να αποτελούν πηγή «σοφίας» στην τεχνολογική εποχή και να μην εμπλέκονται στην παροχή πληροφοριών, αλλά σε παροχή γνώσεων. Οι εφημερίδες πρέπει να αποτελούν όχι απλώς μια πηγή γνώσεων, αλλά μια πηγή από όπου θα μπορούμε να αντλούμε σοφία. Με τον όρο «σοφία» εννοείται η ικανότητα να γνωρίζει κανείς ποιο τμήμα γνώσεων είναι σχετικό με τη λύση σημαντικών προβλημάτων. Οι γνώσεις, δεν είναι παρά οργανωμένες πληροφορίες, ανεξάρτητες, περιορισμένες σε ένα μοναδικό σύστημα πληροφοριών, που αφορούν τον κόσμο. Κάποιος μπορεί να κατέχει μεγάλο αριθμό γνώσεων σχετικά με τον κόσμο, αλλά να μην είναι καθόλου σοφός. Οι εφημερίδες, ειδικά αυτές εθνικής εμβέλειας, έχουν μεγάλο πλεονέκτημα, καθώς διαθέτουν όχι μόνον τους μηχανισμούς και την τεχνογνωσία του περιεχομένου, αλλά κι ένα αναγνωστικό κοινό δεκτικό στις εξελίξεις (Πόστμαν, 2002).

Στο παρελθόν η εφημερίδα στα κείμενά της πρόσφερε ένα ιστορικό και χρήσιμο πλαίσιο αναφοράς για τις πληροφορίες που δημοσίευε. Με δεδομένη την ταχύτητα της ροής πληροφοριών στη σύγχρονη κοινωνία, η εφημερίδα αποτελεί το μόνο μέσο ικανό να κάνει κάτι τέτοιο προς όφελός μας τον εικοστό πρώτο αιώνα. Σε αντίθεση με τα νέα μέσα, η εφημερίδα έχει παραδοσιακά την εμπιστοσύνη του κοινού¹⁵, συνδέεται με τη ζωή της κοινότητας περισσότερο από κάθε άλλο μέσο και παρά τους παντοδύναμους επιχειρηματίες που τις κατέχουν, οι εφημερίδες ακόμη έχουν συντάκτες και ρεπόρτερ των οποίων τα συμφέροντα δεν κινούνται μόνο με γνώμονα την αγορά (Μεταξά, 2002). Οι εφημερίδες λοιπόν έχουν να επιτελέσουν σημαντικό ρόλο στην ενημέρωση των πολιτών.

Άλλωστε, όπως αναφέρει ο Thompson (1990) τα ΜΜΕ δεν πρέπει να θεωρούνται απλά και μόνο ως δίαυλοι διάχυσης συμβολικών μορφών, αλλά και ως μηχανισμοί που συμβάλλουν καθοριστικά στις κοινωνικές σχέσεις και διαδράσεις, καθώς μαζί με τους υπόλοιπους

¹⁵ Όπως έχουν δείξει έρευνες για την επίδραση της ημερήσιας διάταξης τουλάχιστον για το ενημερωμένο και ενεργητικό κοινό, οι επιρροές του Τύπου είναι ισχυρότερες από των ηλεκτρονικών μέσων. Με βάση έρευνα του Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ του Πανεπιστημίου Αθηνών στους φοιτητές η εφημερίδα εκτιμάται ως το πλέον αξιόπιστο μέσο ενημέρωσης. (Αρμενάκης & Δεμερτζής, 2000).

πολιτικούς θεσμούς, επηρεάζουν καθοριστικά τον τρόπο με τον οποίο συμμετέχουμε στην πολιτική σφαίρα και έχοντας ως δεδομένο ότι μέσω της διαμεσολαβητικής λειτουργίας τους, ορίζουν και οριοθετούν το περιεχόμενο και τα όρια της

2.2. Agenda setting και πρωτοσέλιδα

Σύμφωνα με τον Berkowitz (1992) ο καθορισμός της θεματολογίας είναι η δημιουργία ευαισθητοποίησης του κοινού και η κάλυψη των σημαντικών ζητημάτων από τα Μέσα Ενημέρωσης. Η θεώρηση της ημερήσιας διάταξης περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο τα μέσα προσπαθούν να επηρεάσουν τους θεατές και να δημιουργήσουν μια ιεραρχία επικράτησης ειδήσεων. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης είναι η κύρια σύνδεση μεταξύ των γεγονότων στον κόσμο και των εικόνων στο μυαλό των πολιτών. Οι περισσότερες έρευνες υπογραμμίζουν δυο βασικές παραδοχές σχετικά με τον καθορισμό της ατζέντας:

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης δεν αντικατοπτρίζουν την πραγματικότητα, καθώς τη φιλτράρουν και τη διαμορφώνουν. Η εστίασή τους σε συγκεκριμένα θέματα και ζητήματα, οδηγεί το κοινό να αντιλαμβάνεται αυτά τα θέματα ως πιο σημαντικά από άλλα θέματα (Scheufele, 2000).

Η ιεράρχηση των θεμάτων που προβάλλει ο Τύπος καθορίζει μεν τον τρόπο με τον οποίο ιεραρχεί το κοινό τη θεματολογία επηρεάζοντας ταυτόχρονα την ατζέντα των εξουσιαστικών πολιτικών ομάδων. Αποτέλεσμα είναι τα διάφορα ανταγωνιζόμενα μέρη να προσπαθούν να επιβάλλουν τη δική τους θεματολογία. Υπάρχουν λοιπόν πολλές θεματικές διατάξεις οι οποίες διασταυρώνονται και επικαλύπτονται μεταξύ τους.

Σημαντική πτυχή του ρόλου της μαζικής επικοινωνίας για τον ορισμό της θεματολογίας είναι το χρονικό πλαίσιο μέσα στο οποίο τοποθετείται (Δεμερτζής, 2002). Κάθε Μέσο Ενημέρωσης έχει διαφορετικό δυναμικό ρύθμισης της ατζέντας. Όταν λέμε ρύθμιση εννοούμε τη διαδικασία μέσω της οποίας τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης διαμορφώνουν την ατζέντα τους. Από τη σκοπιά της ρύθμισης της ατζέντας, η ανάλυση της σχέσης μεταξύ των παραδοσιακών μέσων και των νέων εικονικών χώρων έχει σημειώσει αυξανόμενη δυναμική (Weaver, 2007).

Η διαδικασία καθορισμού της ημερήσιας διάταξης είναι μια σύνθετη διαδικασία η οποία συντελείται από τη θεματολογία των Μέσων, τη δημόσια θεματολογία, την πολιτική θεματολογία καθώς και τις μεταξύ τους αλληλεξαρτήσεις. Κάθε τύπος από αυτούς έχει μια ερευνητική παράδοση. Η πρώτη από αυτές ονομάζεται καθορισμός της θεματολογίας των Μέσων, καθώς η κύρια εξαρτημένη μεταβλητή της είναι η σημασία ενός θέματος στην ημερήσια διάταξη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Η δεύτερη ερευνητική παράδοση ονομάζεται καθορισμός της δημόσιας θεματολογίας διότι η κύρια εξαρτημένη μεταβλητή της είναι η σημασία μιας ομάδας θεμάτων στη θεματολογία του κοινού. Η τρίτη ονομάζεται καθορισμός της πολιτικής θεματολογίας καθώς η εξέχουσα πλευρά της συγκεκριμένης παράδοσης εστιάζει στις πολιτικές δράσεις γύρω από ένα θέμα, εν μέρει ως αντίδραση στις θεματολογίες των Μέσων και του κοινού (Dearing & Rogers, 2019).

Το θεωρητικό σχήμα της ημερήσιας διάταξης, στη μορφή που προτάθηκε από τους Shaw και McCombs (1993), ερευνά και προσπαθεί να προσεγγίσει το φαινόμενο των κοινωνικών επιδράσεων και δη αυτών των MME. Οι Shaw και McCombs υποστηρίζουν ότι ο αποδέκτης μαθαίνει πόση κυρίως σημασία να δώσει σ' ένα θέμα μέσω της έμφασης που τα ίδια τα MME επενδύουν σ' αυτό.

Η διαδικασία καθορισμού της ημερήσιας ατζέντας γίνεται και μέσω μιας διαδικασίας γνωστής ως «προσβασιμότητα» (Iyengar, 1990). Η προσβασιμότητα σχετίζεται με το πόσο συχνά και εμφανώς τα Μέσα Ενημέρωσης καλύπτουν ένα ζήτημα γιατί τόσο περισσότερες περιπτώσεις αυτού του ζητήματος καθίστανται προσιτές στις αναμνήσεις του κοινού (Takeshita, 2006).

«Τα προβλήματα που δέχονται τη μεγαλύτερη προσοχή των εθνικών δελτίων γίνονται αυτά τα οποία το κοινό των εφημερίδων και της τηλεόρασης θεωρούν ως τα πλέον σημαντικά προβλήματα του έθνους» σύμφωνα με τους Iyengar και Kinder (Δεμερτζής, 2002).

Το αποτέλεσμα της ρύθμισης της ημερήσιας διάταξης δεν οφείλεται στη λήψη ενός ή πολλών μηνυμάτων, αλλά στο συνολικό αντίκτυπο ενός πολύ μεγάλου αριθμού

μηνυμάτων, καθένα από τα οποία έχει διαφορετικό περιεχόμενο, αλλά όλα αφορούν το ίδιο ζήτημα (Tan & Weaver, 2013).

2.3. Πλαισίωση (framing)

Η πλαισίωση αποτελεί μια διαδικασία μέσω της οποίας προβάλλονται συγκεκριμένες πτυχές μιας ιστορίας που επιτρέπει την ερμηνεία και το πλαίσιο, καθιστώντας έτσι ένα γεγονός ή μια ιστορία πιο κατανοητό για το κοινό (Entman, 2004). Σύμφωνα με τους Berinsky & Kinder (2006) η πλαισίωση είναι η πράξη που καθορίζει τα ζητήματα για τη δημόσια κατανάλωση και τη διάδοση αυτών των ορισμών τους με τη χρήση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Τα πλαίσια συμβάλουν δηλαδή στην κατασκευή του κοινωνικού νοήματος.

Το πλαίσιο ή το θέμα μιας ιστορίας είναι η κεντρική ιδέα που συγκρίνει τα νοήματα για να σχηματίσουν ένα συνεκτικό σύνολο. Ωστόσο, κατασκευάζεται με κατανόηση και ερμηνεία των δομικών σχέσεων και λειτουργιών των διαφόρων σημαινόντων στοιχείων. Η συγκέντρωση των διαρθρωτικών και λεξικών χαρακτηριστικών μιας ειδησεογραφίας είναι μια διαδικασία που ακολουθεί τους κανόνες και τη δομή του λόγου: συντακτική, γραφολογική, θεματική και ρητορική, καθώς και τις ψυχολογικές αρχές της συνοχής και της συνέπειας (Van Dijk, 1988).

Ο Entman (1993) εξηγεί ότι οι πλαισιώσεις, που εντοπίζονται σε ένα δημοσιογραφικό κείμενο είναι στην πραγματικότητα η αποτύπωση της εξουσίας, καθώς αντανακλούν τα συμφέροντα που έπαιξαν ρόλο στη διαμόρφωση του κειμένου, αλλά και τα όρια που θέτει το ίδιο το κείμενο σε μια πολιτική συζήτηση.

Μεταξύ των τεσσάρων διαστάσεων, η συντακτική διάσταση είναι πραγματικά δομική. Η συντακτική διάσταση μπορεί να εντοπιστεί χωρίς σημασιολογική ανάλυση μιας ειδησεογραφικής ιστορίας. Επιπλέον, υπάρχει μια διαδοχική σειρά έντασης ισχύος ανάμεσα στις τέσσερις διαστάσεις που αναφέρθηκαν. Η διάσταση δέσμης ενεργειών είναι δομική υπό την έννοια της οργάνωσης των συμβάντων ή οι ενέργειες και η ισχύς των στοιχείων του καθορίζονται από τις θέσεις τους κατά μήκος της συντακτικής δομής, με

πρόσθετη ισχύ που προέρχεται από τη χρήση ρητορικών και θεματικών δομών. Είναι επομένως δυνατό να ταξινομηθεί η συντακτική διάσταση με τις άλλες τρεις για να κατασκευαστεί μια μήτρα δεδομένων σημαινόντων στοιχείων. Κάθε ειδησεογραφική ιστορία μπορεί να εκπροσωπείται από ένα τέτοιο πλέγμα γεμάτο με μοναδικά στοιχεία (Van Dijk & Kintsch, 1983).

Ο καθορισμός της θεματολογίας από τον Τύπο δεν είναι μια απλή διαδικασία όπου κάποια θέματα προκρίνονται ως ενδιαφέροντα για την προβολή τους στην πρώτη σελίδα. Συνιστά μια κατάσταση πολιτικής αλλά και κοινωνικής επιρροής και αναμφίβολα υπάρχει στενή σχέση του τρόπου με τον οποία τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ιεραρχούν και παρουσιάζουν ένα θέμα με τη σημασία και την ιεράρχηση που αποδίδεται σε αυτό από το αναγνωστικό κοινό.

Ο Entman (1997,) επισημαίνει ότι «η πλαisiώση είναι η επιλογή ορισμένων πλευρών μιας αντιληπτής πραγματικότητας και η ανάδειξή τους σε προεξάρχοντα μέρη ενός επικοινωνιακού κειμένου κατά τρόπο ώστε να προωθείται ένας ιδιαίτερος ορισμός του προβλήματος, αιτιακές ερμηνείες, ηθικές αξιολογήσεις και / ή συστάσεις διαχείρισής του».

Στην κατεύθυνση αυτή η θεωρία της πλαisiώσης βασίζεται στο γεγονός ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης επικεντρώνουν την προσοχή τους σε συγκεκριμένα γεγονότα και στη συνέχεια τα τοποθετούν σε ένα πεδίο νοήματος (De Vreese, 2005).

Η τυπολογία της πλαisiώσης ποικίλει ανάλογα με την περίπτωση και τον επιδιωκόμενο σκοπό. Σύμφωνα με τον Scheuffle έχουμε δύο τύπους, πλαίσια των Μέσων και πλαίσια του κοινού ενώ σύμφωνα με τον Koening έχουμε δομικά, συγκρουσιακά, ανθρώπινου ενδιαφέροντος, οικονομικού ενδιαφέροντος, ηθικής διάστασης, περιεχομένου και μεγα-πλαίσια ή μεγα-αφηγήσεις (Πλειός, 2018).

Άλλες σημαντικές περιπτώσεις πλαisiώσης είναι σύμφωνα με τον Neumann, Just & Crigler (1992), είναι η οικονομική, διπολιτική, συγκρουσιακή, αδυναμίας, ανθρώπινης διάστασης και ηθικής.

Από τις σημαντικότερες τυπολογίες πλαisiώσεων είναι η επεισοδιακή ή περιπτωσιολογική (episodic) και θεματική (thematic) πλαisiώση, η οποία χρησιμοποιείται και στην παρούσα

εργασία. Η κατηγοριοποίηση του περιπτωσιολογικού (γεγονότα και συγκεκριμένα θέματα) και του θεματικού (αφαιρετικά και όχι πρωτογενούς σημασίας θέματα) είναι τυπολογία , που προέρχεται από τον Shanto Iyengar (Iyengar & Simon, 1993).

Σε πρόσφατη μελέτη του Iyengar (Παπαθανασόπουλος, 1997: 267) επισημαίνεται ότι και οι δύο τύποι θεμάτων επηρεάζουν με διαφορετικό τρόπο την υπευθυνότητα. Οι περιπτωσιολογικές ιστορίες κατευθύνουν την εστίαση περισσότερο προς άτομα παρά σε θέματα, απρόσωπους οικονομικούς μηχανισμούς, σε λιγότερο «χειροπιαστές» κοινωνικές τάσεις.

Αξίζει να αναφέρουμε επίσης τα τυπολόγια πλαισίωσης ακόμα δύο ερευνητών. Σύμφωνα με τους Semetko & Vackleburg έχουμε συγκρουσιακό, ανθρώπινου ενδιαφέροντος, απόδοσης ευθυνών, ηθικής διάστασης και οικονομικών επιδράσεων (Semetko & Valkenburg, 2000).

Τέλος, ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει η κατηγοριοποίηση που προτείνει ο Hallahan (1999) σύμφωνα με την οποία διακρίνονται οι πλαισιώσεις καταστάσεων, χαρακτηριστικών, ριψοκίνδυνων επιλογών, δράσεων, θεμάτων, απόδοσης ευθυνών, καθώς και η ειδησεογραφική πλαισίωση.

Η πλαισίωση μπορεί να έχει σκοπό:

- Τη μετάδοση κυρίαρχων πολιτισμικών προτύπων (Πλειός, 2018)
- Την κατανόηση κάποιων γεγονότων
- Την απόδοση έμφασης σε συγκεκριμένο γεγονός
- Τον προσανατολισμό σε συγκεκριμένα γνωστικά σχήματα για την κατανόηση του κόσμου

Οι δημοσιογράφοι όταν γράφουν μια είδηση, στην πραγματικότητα κατασκευάζουν την περιγραφή μιας πτυχής της πραγματικότητας με λέξεις και εικόνες επιλέγοντας ένα πλαίσιο. Φυσικά και θα μπορούσαν να επιλέξουν ένα άλλο πλαίσιο, επιλέγοντας μια άλλη πτυχή που είναι διαφορετική από το θέμα που αναφέρεται, χρησιμοποιώντας άλλες πηγές, άλλη σύνταξη και λεξιλόγιο, άλλες φωτογραφίες (Matthes, 2009). Ο δημοσιογράφος ουσιαστικά θα επιλέξει το πλαίσιο μέσω του οποίου θα παρουσιάσει την ιστορία, δίνοντας

έμφαση στα σημεία που θέλει. Κάθε φορά επιλέγεται η στρατηγική που θα δώσει έμφαση και προτεραιότητα σε ορισμένες πληροφορίες σε βάρος ορισμένων άλλων.

Μια από τις στρατηγικές μπορεί να θεωρηθεί και η παράλειψη, χωρίς να είναι απαραίτητα και η σημαντικότερη. Σχεδόν όλες οι ειδήσεις έχουν παραλείψεις, που άλλες φορές γίνονται σκόπιμα και άλλοτε όχι. Οι παραλείψεις πολλές φορές είναι δικαιολογημένες, καθώς είναι αδύνατο να προσεγγιστεί ένα θέμα από όλες τις οπτικές του, χρησιμοποιώντας όλες τις πιθανές πηγές και εξηγώντας τον ρόλο όλων των παραγόντων άμεσα και έμμεσα.

Η επανάληψη, η διαφορετική θέση των πληροφοριών στα κείμενα και η σύνδεση με ορισμένα κοινωνικά και πολιτισμικά σύμβολα, είναι οι στρατηγικές που χρησιμοποιούν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης για να δώσουν μεγαλύτερη ή μικρότερη αξία και έμφαση σε μια πτυχή της πραγματικότητας (Entman, 2007).

Όπως εξηγεί χαρακτηριστικά στοιχεία, που φαίνονται ασήμαντα στον αμύητο, μια μικρή φράση, μια λέξη που επαναλαμβάνεται διακριτικά μέσα στο κείμενο, ένα σύμβολο και άλλες λεπτομέρειες μπορούν να καθορίσουν την ερμηνεία μιας είδησης, με μεγαλύτερη ένταση από ό, τι όλες οι άλλες φράσεις του κειμένου.

Η επιρροή των πλαισίων μπορεί να είναι ισχυρή ωστόσο δεν είναι της ίδιας αποτελεσματικότητας ή έντασης. Τα πλαίσια επιδρούν στο κάθε άτομο με διαφορετικό τρόπο ακόμα και αν το πλαίσιο έχει κοινό αποτέλεσμα σε μεγάλο κοινό, αυτό δεν μπορεί να είναι καθολικό. Διαφορετικές απαντήσεις από συγκεκριμένα μέλη ακροατηρίου μπορούν να αποδοθούν στα υφιστάμενα πλαίσια τους (Entman, 1993).

Για τον Scheufele (2000), η πλαισίωση επικαλείται ερμηνευτικά σχήματα, επηρεάζοντας έτσι την ερμηνεία των εισερχόμενων πληροφοριών. Και εδώ υπεισέρχεται η προσωπική εμπειρία και γνώση, απόρροια των οποίων είναι οι διαφορές στην ερμηνεία. Ο Goffman (1974) υποστηρίζει ότι όταν τα άτομα συναντούν συγκεκριμένα γεγονότα, εφαρμόζονται ένα ή περισσότερα πλαίσια ή σχήματα ερμηνείας.

Κατά συνέπεια, η επιλογή προβολής ή μη ορισμένων πτυχών μιας ιστορίας οδηγεί τα μέλη του κοινού να έχουν διαφορετικές αντιδράσεις στην ίδια ιστορία (Entman, 1993).

Εν κατακλείδι ο μηχανισμός της πλαισίωσης συνίσταται στη διαδικασία ενός ζητήματος ή μιας κατάστασης μέσα από την επιλογή συγκεκριμένων χαρακτηρισμών, που κατευθύνουν σε μια συγκεκριμένη ερμηνεία. Και όπως αναφέρει η Φανή Κουντούρη (2015), η πλαισίωση ορίζεται ως εξουσιαστικός μηχανισμός στο βαθμό που ο φορέας που μπορεί να καταστήσει την ερμηνεία του ορατή και κυρίαρχη, μπορεί να προσανατολίσει τη δημόσια δράση απηχώντας με τον τρόπο αυτό τον πολιτικό και κοινωνικό συσχετισμό δυνάμεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΕΡΕΥΝΑ

3.1. Στοιχεία της έρευνας

3.1.1. Ταυτότητα και σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η καταγραφή και η ανάλυση των δημοσιευμάτων του αθηναϊκού Τύπου από το 1981 μέχρι σήμερα.

Μέσα από τα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων που έχουν επιλεγεί για τον σκοπό της έρευνας θα εξεταστούν οι αλλαγές, που έχουν συντελεστεί τόσο στο μορφικό επίπεδο όσο σε επίπεδο περιεχομένου.

Η έρευνα εστιάζεται στη διαχρονική εξέλιξη των μορφικών στοιχείων (format) και για τον σκοπό αυτό θα εξεταστούν βασικές παράμετροι, όπως το μέγεθος των τίτλων, οι επικεφαλίδες, οι φωτογραφίες, σκίτσα, γραφήματα, ο αριθμός των θεμάτων στην πρώτη σελίδα, το μέγεθος που καταλαμβάνει το βασικό θέμα, καθώς και το χρώμα που αποτελεί βασικό μορφικό στοιχείο.

Αναφορικά με την ανάλυση περιεχομένου θα εξεταστεί η πλαισίωση του κύριου θέματος και θα καταγραφεί πόσα δημοσιεύματα είναι περιπτωσιολογικά ή θεματολογικά. Επιπλέον θα ποσοτικοποιηθεί ο αριθμός των θεμάτων, που έχουν συγκρουσιακή πλαισίωση, συναινετική ή ακολουθούν ουδέτερη γραμμή, δηλαδή παρουσιάζονται με βάση το πλαίσιο των ίσων αποστάσεων.

Τέλος, θα καταγραφούν οι κατηγορίες που επιλέγονται να συμπεριληφθούν στην πρώτη σελίδα και θα ποσοτικοποιηθούν τόσο ως προς το κύριο θέμα της εφημερίδας όσο και ως προς τα υπόλοιπα θέματα που συμπεριλαμβάνονται.

3.1.2. Περίοδος ανάλυσης

Το χρονικό διάστημα που εξετάζεται είναι από το 1981 μέχρι και το 2018. Με δεδομένο ότι η εξεταζόμενη περίοδος καλύπτει συνολικά 37 χρόνια αποφασίστηκε να διερευνηθούν πέντε εφημερίδες σε πέντε κομβικές χρονολογίες. Οι χρονικές περίοδοι από τις οποίες αντλήθηκε το δείγμα είναι:

- 1981, 1989, 1995, 2004 και 2018

Για την έρευνα συγκεντρώθηκαν τα πρωτοσέλιδα του δευτέρου δεκαπενθημέρου του Σεπτεμβρίου για κάθε μία από τις επιλεγείσες χρονικές περιόδους από τις εξής εφημερίδες:

- «ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ»- «Η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ»

-«ΤΑ ΝΕΑ»

-«ΕΘΝΟΣ»

-«Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ»

-«ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΤΥΠΟΣ»

Συνολικά, συγκεντρώθηκαν 360 πρωτοσέλιδα από πέντε εφημερίδες. Αναλυτικότερα, έχουμε:

Πίνακας: 2: Σύνολο ερευνητικού δείγματος

Χρονική περίοδος	Πρωτοσέλιδα ανά εφημερίδα	Συνολικά πρωτοσέλιδα
14/09- 30/09/1981	15 πρωτοσέλιδα ανά εφημερίδα	Συνολικά 60 πρωτοσέλιδα
12/09- 30/09/1989	15 πρωτοσέλιδα ανά εφημερίδα	Συνολικά 75 πρωτοσέλιδα
14/09- 30/09/1995	15 πρωτοσέλιδα ανά εφημερίδα	Συνολικά 75 πρωτοσέλιδα
14/09- 30/09/2004	15 πρωτοσέλιδα ανά εφημερίδα	Συνολικά 75 πρωτοσέλιδα
13/09- 30/09/2018	15 πρωτοσέλιδα ανά εφημερίδα	Συνολικά 75 πρωτοσέλιδα

3.1.3. Κριτήρια επιλογής των πρωτοσέλιδων

Η πολιτική τοποθέτηση της εφημερίδας αποτέλεσε ένα βασικό κριτήριο , που ελήφθη υπόψη κατά την επιλογή τους, καθώς αποτελεί σημαντική παράμετρο η- όσο το δυνατόν- μεγαλύτερη κάλυψη του ελληνικού πολιτικού φάσματος. Για λόγους αντιπροσωπευτικότητας οι εφημερίδες που επελέγησαν αποτελούν μεν εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας αλλά με σαφή και διαφορετικό πολιτικό προσανατολισμό. Η εφημερίδα «Η Καθημερινή» λιγότερο και περισσότερο ο «Ελεύθερος Τύπος» μπορούν να ενταχθούν σε εφημερίδες με συντηρητικό προσανατολισμό, ανήκοντας στον χώρο της κεντροδεξιάς και στον αντίποδα «Τα Νέα», το «Έθνος», η «Ελευθεροτυπία» και στη συνέχεια «Η Εφημερίδα των Συντακτών», που θα μπορούσαν κατά μία έννοια να ενταχθούν στον κεντροαριστερό χώρο.

Η αποδοχή των εντύπων αυτών από το αναγνωστικό κοινό αποτέλεσε ένα βασικό κριτήριο επιλογής τους. Με βάση τα στοιχεία της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών προκύπτει ότι για όλο το χρονικό διάστημα της έρευνας οι πέντε εφημερίδες κατέχουν σημαντικά μερίδια αγοράς με υψηλές πωλήσεις. Στον πίνακα (3) που ακολουθεί αποτυπώνεται η μέση ημερήσια κυκλοφορία και για τις πέντε εφημερίδες.

Πίνακας: 3: Μέση ημερήσια κυκλοφορία των εφημερίδων του ερευνητικού δείγματος

ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ	1981	1989	1995	2004	2018 ¹⁶
ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ/ΕΦΣΥΝ	120.609	120.882	100.457	81.608	6.565
ΤΑ ΝΕΑ	189.354	132.218	113.684	83.515	16.758
ΕΘΝΟΣ	90.321	107.982	54.471	53.170	3.860
Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ	19.143	15.737	41.986	52.153	14.467
ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΤΥΠΟΣ	-	190.474	103.586	37.043	16.758

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από το ψηφιακό αρχείο της ΕΙΗΕΑ

Όπως προκύπτει από τα σχετικά στοιχεία οι εφημερίδες που επελέγησαν καλύπτουν το 1981, οι μεν τρεις απογευματινές εφημερίδες το 53,9% της συνολικής αγοράς και «Η Καθημερινή» το 10,3% της συνολικής αγοράς των πρωινών εφημερίδων.

Το 1989 τα μερίδια ανέρχονται στο 53,7% και 25,3% αντίστοιχα ενώ το 1995 τη μερίδα του λέοντος στις πωλήσεις των πρωινών εφημερίδων κατέχει «Η Καθημερινή» με το ποσοστό της να φτάνει στο 68,4% ενώ οι τέσσερις απογευματινές έχουν συνολικό ποσοστό 69,1%.

Υψηλά μερίδια από τη συνολική αγορά κατέχουν και το 2004. Το ποσοστό πωλήσεων της «Καθημερινής» είναι 41,2% και οι τέσσερις απογευματινές εφημερίδες έχουν συνολικό μερίδιο αγοράς 69,37%.

Τέλος το 2018 τα μερίδια αγοράς είναι 60,81% και 52,46% αντίστοιχα.

Με βάση τα στοιχεία αυτά γίνεται αντιληπτό ότι εφημερίδες που επιλέχθηκαν αποτελούν τους σημαντικότερους τίτλους στη μεταπολιτευτική ιστορία του αθηναϊκού Τύπου και κατ' επέκταση του ελληνικού Τύπου και τα πρωτοσέλιδα που επιλέχθηκαν για την εκπόνηση της έρευνας είναι αρκούντως αντιπροσωπευτικά και τυγχάνουν ευρείας αποδοχής από το αναγνωστικό κοινό.

¹⁶ Τα συγκεντρωτικά στοιχεία για το 2018 δεν έχουν ακόμη εκδοθεί και η μέση ημερήσια κυκλοφορία που παρατίθεται στον πίνακα προκύπτει κατά προσέγγιση από τα εβδομαδιαία δελτία κυκλοφορίας της ΕΙΗΕΑ

Άλλο ένα κριτήριο για την επιλογή των συγκεκριμένων εφημερίδων ήταν η συνεχής έκδοσή τους από το 1981 μέχρι σήμερα. Οι εφημερίδες «Τα Νέα»¹⁷ και «Η Καθημερινή» κυκλοφορούν σε όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Αντιστοίχως και η εφημερίδα «Έθνος» ανέστειλε την κυκλοφορία της με την κατάρρευση της Πήγασος το 2017 (bankingnews.gr), επανεκδόθηκε την ίδια χρονιά υπό το νέο ιδιοκτησιακό καθεστώς εταιρείας του Ιβάν Σαββίδη (Athensvoice, 2017) και ανέστειλε την έκδοση του καθημερινού φύλλου την 31^η Ιουλίου του τρέχοντος έτους, εξελίξεις οι οποίες ουδόλως επηρέασαν τη συλλογή του δείγματος της έρευνας.

Ο «Ελεύθερος Τύπος» εκδόθηκε τον Απρίλιο του 1983, έκλεισε τον Ιούνιο του 2009 για να ξανανοίξει υπό νέο ιδιοκτησιακό καθεστώς τον Νοέμβριο του ίδιου έτους (Βήμα, 2009). Για αυτόν τον λόγο η εφημερίδα δεν συμπεριλαμβάνεται στο δείγμα ανάλυσης την πρώτη εξεταζόμενη περίοδο (1981).

Η εφημερίδα «Ελευθεροτυπία», της οποίας το πρώτο φύλλο κυκλοφόρησε στις 21 Ιουλίου 1975, ανέστειλε την κυκλοφορία της το 2011. Τον Νοέμβριο του 2012 κυκλοφόρησε η «Εφημερίδα των Συντακτών», ένα συνεταιριστικό εκδοτικό εγχείρημα κυρίως από πρώην εργαζόμενους δημοσιογράφους, τεχνικούς και διοικητικούς στην «Ελευθεροτυπία» και την «Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία» (efsyn.gr). Για τον λόγο αυτό και με δεδομένο ότι η εφημερίδα διατηρεί αρκετά από τα μορφικά στοιχεία της «Ελευθεροτυπίας», καθώς και τον ίδιο πολιτικό προσανατολισμό αποφασίστηκε να συλλεχθεί από αυτήν δείγμα ανάλυσης για την τελευταία χρονική περίοδο (2018), ως συνέχεια της «Ελευθεροτυπίας».

3.1.4. Κριτήρια επιλογής των χρονικών περιόδων

Με δεδομένο ότι το χρονικό διάστημα που εξετάζεται στην παρούσα έρευνα είναι μεγάλο και αφορά 37 έτη, η επιλογή του δείγματος δεν μπορούσε να γίνει για κάθε έτος. Επιπλέον η ανάγκη να καταδειχθούν οι μορφικές αλλαγές και οι εξελίξεις σε ό,τι αφορά το

¹⁷ Η εφημερίδα «Τα Νέα» ανέστειλε για λίγες ημέρες την έκδοσή της τον Αύγουστο του 2017 για λίγες ημέρες και επανεκδόθηκε υπό νέο ιδιοκτησιακό καθεστώς (iefimerida.gr, 2017), αλλά αυτό δεν επηρεάζει τη συλλογή δεδομένων για την παρούσα έρευνα.

περιεχόμενο της πρώτης σελίδας, το δείγμα θα έπρεπε να επιλεγεί από διαφορετικές χρονικές περιόδους που να έχουν κάποια χρονική απόσταση μεταξύ τους.

Το 1981, η πρώτη χρονική περίοδος από την οποία αντλήθηκαν οι μονάδες ανάλυσης είναι μια χρονιά ορόσημο για την πολιτική ιστορία της Ελλάδας με την εκλογή του ΠΑΣΟΚ με ποσοστό 48,06% (protothema.gr) ως πρώτη δύναμη και το οποίο έμελλε να παίξει πρωταγωνιστικό ρόλο στις επόμενες δεκαετίες. Στον χώρο του Τύπου, κομβικό σημείο είναι η κυκλοφορία της πρώτης, μικρού σχήματος εφημερίδας, του «Έθνους» στα πρότυπα του αγγλοσαξονικού Τύπου, που πυροδότησε ραγδαίες εξελίξεις. Όπως χαρακτηριστικά σημειώνει ο Μπασαντής (2002:172) «στο 1981 εντοπίζεται η αρχή των μεγάλων τεχνικών αλλαγών στον αθηναϊκό Τύπο.»

Το 1989, το «βρόμικο '89» όπως έχει χαρακτηριστεί, αποτελεί έτος δραματικών πολιτικών εξελίξεων, με τις διαδοχικές εκλογικές αναμετρήσεις, τη συγκυβέρνηση ΝΔ- Συνασπισμού και την Οικουμενική κυβέρνηση και τις πολιτικές προεκτάσεις του σκανδάλου Κοσκωτά, που οδήγησαν τον Ανδρέα Παπανδρέου στο Ειδικό Δικαστήριο. Το 1989 είναι επίσης χρονιά- ορόσημο για τον χώρο των ΜΜΕ, καθώς καταργείται το κρατικό τηλεοπτικό μονοπώλιο και με την ψήφιση του νόμου 1866/89 στα τέλη 1989 θεσπίζεται το νομικό πλαίσιο για τις ιδιωτικές εκπομπές. Η δυναμική είσοδος της ιδιωτικής ραδιοφωνίας και τηλεόρασης αλλά και οι αναταράξεις που έχει προκαλέσει η διείσδυση στα εκδοτικά δρώμενα του Γιώργου Κοσκωτά, με την έκδοση έναν χρόνο νωρίτερα της εφημερίδας «24 ώρες»¹⁸ επιφέρουν δομικές αλλαγές στον χώρο του Τύπου.

Σταδιακά η εισβολή της ιδιωτικής τηλεόρασης και ραδιοφωνίας στον χώρο της Ενημέρωσης οδηγεί σε σημαντική μετατόπιση από την κυριαρχία των εντύπων μέσω των οπτικοακουστικών. Η εξαετία από το 1989 έως το 1995 αποτελεί την περίοδο «άνθησης» των κυριακάτικων φύλλων και την επέκταση των εφημερίδων και στον περιοδικό τύπο εμπλουτίζοντας τις εκδόσεις τους με ένθετα περιοδικά ή ειδικές εκδόσεις ενώ παράλληλα επιχειρούν να ενισχύσουν την κυκλοφορία τους με πρακτικές προσφορών, τα γνωστά ως «κουπόνια».

¹⁸ Με βάση το αρχείο της ΕΙΗΕΑ η εφημερίδα «24ώρες» κυκλοφόρησε στις 28 Φεβρουαρίου 1988 και έκλεισε στις 24 Δεκεμβρίου 1988.

Είναι η «χρυσή» περίοδος των ΜΜΕ αλλά και της χώρας λόγω της ένταξής της, ως πλήρες μέλος στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση (ΟΝΕ) και έχει υιοθετήσει το ευρώ από το 2002 και έχει εισρεύσει πακτωλός ευρωπαϊκών κονδυλίων για έργα και υποδομές προκειμένου να εναρμονιστούμε με τα ευρωπαϊκά δεδομένα. Επιπροσθέτως η ανάληψη διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων έχει δώσει αναπτυξιακή ώθηση στην οικονομία και τα ΜΜΕ. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι το 1989, υπήρχαν 13 ημερήσιοι τίτλοι με μέση κυκλοφορία 1.27 εκ. αντίτυπα, ενώ το 2006 υπήρχαν 23 ημερήσιοι τίτλοι με μέση κυκλοφορία 417.000 αντίτυπα καθημερινά. Παρ' όλα αυτά όμως το μερίδιο των διαφημιστικών εσόδων έχει αυξηθεί κατά την τελευταία δεκαετία. Το 1988 ήταν 18% ενώ το 2006 σημείωσε αύξηση 1,3% (Παπαθανασόπουλος, 2011)

Από το 2004 και μετά αρχίζει η αντίστροφη μέτρηση για την περίοδο των μνημονίων. Στον χώρο του Τύπου η ραγδαία κάμψη των πωλήσεων και η μείωση των διαφημιστικών εσόδων αρχίζει να δημιουργεί προβλήματα στις εκδοτικές επιχειρήσεις.

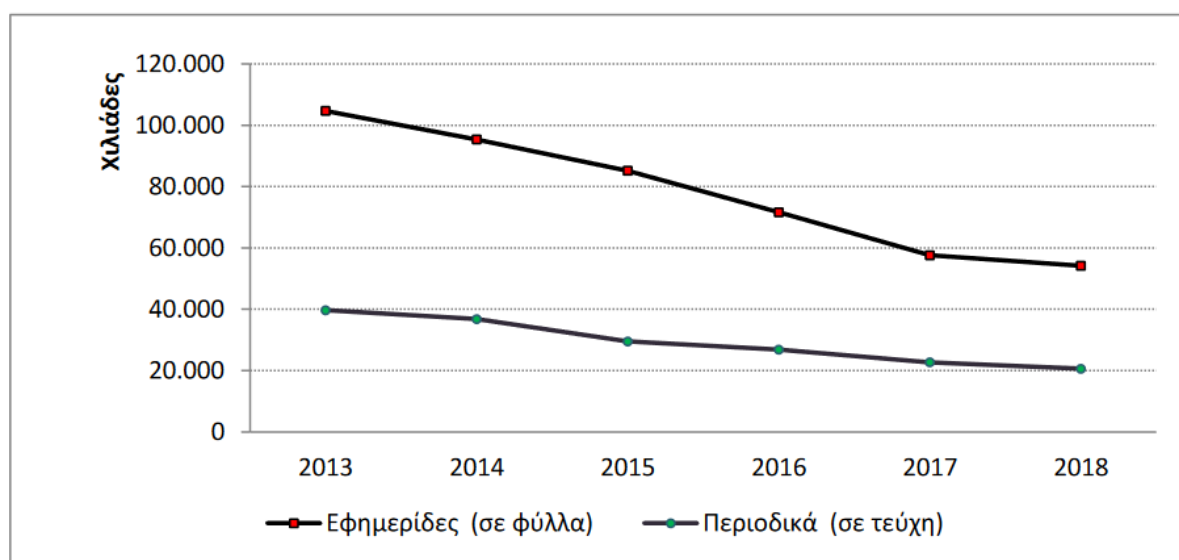
«Σε ένα πεδίο χωρίς τις ανάλογες υποδομές, και σε μια μικρή σε μέγεθος αγορά, ανεπαρκή να υποστηρίξει ένα πλήθος επικοινωνιακών εκροών είτε πρόκειται για εφημερίδες, είτε για περιοδικά, κανάλια, ραδιόφωνα, ψηφιακές πλατφόρμες και διαδικτυακές πύλες, η κρίση ήταν αναμενόμενη. Η οικονομική κρίση και η έλευση του διαδικτύου απλώς διόγκωσαν την ήδη προϋπάρχουσα κρίση των Μέσων.» (Παπαθανασόπουλος, 2019)

Σύμφωνα με τη μελέτη της Διεύθυνσης Οικονομικών Μελετών της Icar Group την περίοδο 2006-2010, η συνολική κυκλοφορία των αθηναϊκών εφημερίδων παρουσίασε πτωτική τάση. Το 2009, πωλήθηκαν συνολικά 16,3% λιγότερα φύλλα, σε σχέση με το 2006, ενώ η μείωση συνεχίστηκε και το 2010. Η συνολική κυκλοφορία των περιοδικών κατέγραψε ανοδική τάση την περίοδο 2004-2007, με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 2,75%, ενώ στη συνέχεια, ακολούθησε φθίνουσα πορεία (μείωση 9,8%, το 2009/08). Η εγχώρια αγορά εφημερίδων και περιοδικών υπολογιζόμενη σε αξία, βάσει πωλήσεων μόνο από την κυκλοφορία των εντύπων, εμφάνισε διαχρονική άνοδο την περίοδο 2001-2007. Ωστόσο, την επόμενη διετία, η αγορά ακολούθησε φθίνουσα πορεία. Το 2009, μειώθηκε κατά 8,6%, σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Η πτωτική τάση της εγχώριας αγοράς συνεχίστηκε και το

2010 με εντονότερο, μάλιστα, ρυθμό, σε σχέση με τα αμέσως προηγούμενα έτη (Βήμα, 2011)¹⁹.

Η κάθετη πτώση των πωλήσεων συνεχίστηκε και τα επόμενα χρόνια παράλληλα με την καθίζηση των διαφημιστικών εσόδων. Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ²⁰, κατά το έτος 2018, σε σχέση με το έτος 2017, παρατηρείται μείωση κατά 5,9% στις συνολικές πωλήσεις εφημερίδων, καθώς και στις επιμέρους κατηγορίες αυτών με εξαίρεση την υποκατηγορία των ημερησίων πολιτικών εφημερίδων όπου παρουσιάζεται αύξηση κατά 2,0% και τις οικονομικές εφημερίδες με αύξηση 6,3%.

Πωλήσεις (σε χιλιάδες) εφημερίδων και περιοδικών (2013-2018)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Η ύφεση και η κυριαρχία της τηλεόρασης και του διαδικτύου έχουν επιφέρει βαρύτατο πλήγμα στον Τύπο με τη ραγδαία πτώση των πωλήσεων τόσο των πρωινών όσο και των απογευματινών εφημερίδων, το κλείσιμο παραδοσιακών τίτλων (ΕΙΗΕΑ, 2019), όπως η

¹⁹ Η κλαδική μελέτη της Ιcar για τις εφημερίδες και τα περιοδικά την περίοδο 2001-2010 δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα το «ΒΗΜΑ». Διαθέσιμο στο: <https://www.tovima.gr/2011/07/21/finance/ptwsi-13-stin-egxwria-agera-ekdosewn-efimeridwn-kai-periodikwn-to-2010/>. Πρόσβαση: 20 Αυγούστου 2019

²⁰ Η τελευταία έρευνα Ημερήσιου και Κλαδικού Τύπου της ΕΛΣΤΑΤ δημοσιεύτηκε τον Απρίλιο του 2018. Διαθέσιμη στο: <http://www.statistics.gr/documents/20181/9e615821-b203-46b8-b17e-f40b44c98f13>. Πρόσβαση: 20 Αυγούστου 2019

«Απογευματινή», η «Ελευθεροτυπία», αλλά και εφημερίδες που έγραψαν τη δική τους ιδιότυπη ιστορία, όπως η «Αυριανή».

3.2. Μεθοδολογία της έρευνας

Στην υποενότητα αυτή θα περιγράψουμε τη μεθοδολογία που ακολουθήσαμε για την εκπόνηση της ερευνητικής εργασίας.

3.2.1. Ορισμός και σχεδιασμός

Με βάση τον στόχο της παρούσας μελέτης, υιοθετήθηκε ένας συνδυασμός ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας.

Η «ανάλυση περιεχομένου» (contest analysis) θεωρείται από τον Berelson (1948) ως μια από τις πλέον αποτελεσματικές τεχνικές του κλάδου των κοινωνικών επιστημών για την έρευνα. Και αυτό διότι μέσω της συγκεκριμένης μεθόδου γίνεται εφικτή η συστηματική ποσοτική και αντικειμενική περιγραφή του γραπτού αλλά και προφορικού λόγου με τελικό στόχο την επεξήγηση και την εξαγωγή συμπερασμάτων (Landsheere, 1979: 6-7).

Απέκτησε σημασία για τις κοινωνικές επιστήμες στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, μέσα από μία σειρά ποσοτικών αναλύσεων των εφημερίδων, κυρίως στις Ηνωμένες Πολιτείες. «Εκστρατείες ενάντια στη φθηνή κίτρινη δημοσιογραφία υποστηρίχτηκαν από στατιστικές μελέτες που έδειχναν ότι οι αξιόλογες ειδήσεις υποχωρούσαν σταδιακά προς όφελος, του κουτσομπολιού, των αθλητικών και των σκανδάλων, σχολιάζει αναφερόμενος στην ανάλυση περιεχομένου ο Robson (2000: 416-417).

Η «ανάλυση περιεχομένου», όπως επισημαίνει ο Αρμενάκης (2015), προκειμένου να επιτευχθεί η συστηματική ανάλυση του υπό εξέταση αντικειμένου (π.χ. ένα αρχείο δεδομένων ή πληροφοριών), προϋποθέτει μια σειρά επιστημονικών διαδικασιών, από τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων, τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις μέχρι το σχήμα κωδικοποίησης, την εξαγωγή και ερμηνεία των αποτελεσμάτων και τα τελικά συμπεράσματα.

Η μέθοδος χρησιμοποιείται για τον προσδιορισμό:

α) των χαρακτηριστικών του περιεχομένου,

β) των χαρακτηριστικών του πομπού της επικοινωνίας,

γ) των χαρακτηριστικών των αποδεκτών της επικοινωνίας και των επιπτώσεών της σε αυτούς, με σκοπό την εξαγωγή εγκύρων συμπερασμάτων (Βάμβουκας, 1991).

3.2.2. Η επιλογή της ανάλυσης περιεχομένου

Η ανάλυση περιεχομένου με έλεγχο αρχείων αποτελεί μια μέθοδο δευτερογενούς ανάλυσης ποιοτικού υλικού που ενδείκνυται για τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας, καθώς μπορεί να έχει εφαρμογή στις εφημερίδες, και ειδικότερα σε τίτλους, κείμενα, φωτογραφίες κ.α.

Η ανάλυση περιεχομένου των μονάδων ανάλυσης ακολουθεί μια σειρά επιστημονικών διαδικασιών στοχεύοντας στην ανάλυση ενός αρχείου πληροφοριών εν προκειμένω των πρωτοσέλιδων των εφημερίδων που έχουν επιλεγθεί για την έρευνα.

Με τη διερεύνηση και εξέταση διαφόρων ειδών ποσοτικοποιούνται τα ποιοτικά χαρακτηριστικά και αντικειμενοποιούνται στο μέγιστο δυνατό τα συμπεράσματα της έρευνας.

Σύμφωνα με τον Αρμενάκη (2015) η διεξαγωγή της έρευνας γίνεται μέσω της δειγματοληψίας. Θεωρητικά, τα δείγματα είναι αντιπροσωπευτικά του ερευνώμενου πληθυσμού, οπότε υπάρχει δυνατότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων. Στη συνέχεια διαμορφώνεται το σύστημα της κωδικοποίησης του πάνω στο οποίο θα κινηθεί η καταγραφή και ανάλυση των μονάδων ανάλυσης με βάση τις εξαρτημένες και ανεξάρτητες μεταβλητές που έχει θέσει.

Η συλλογή στοιχείων περιλαμβάνει παρατηρήσεις/μετρήσεις ενώ η επεξεργασία και ανάλυση περιλαμβάνει αριθμούς, πίνακες συχνοτήτων, διαγράμματα, στατιστικούς ελέγχους ή μοντέλα και γενικότερα χρήση στατιστικής (Αρμενάκης, 2015).

3.2.3. Ερωτήματα

Βασικός στόχος της παρούσας έρευνας είναι η καταγραφή και η εξέλιξη των πρωτοσέλιδων του αθηναϊκού Τύπου. Επειδή οι εφημερίδες, ιδίως σε χώρες όπως η Ελλάδα (Παπαθανασόπουλος, 2004) είναι αυτές που εν πολλοίς θέτουν την ημερήσια ατζέντα, προσπαθήσαμε παράλληλα, πέραν των «γραμματικών/μορφολογικών» στοιχείων των πρωτοσέλιδων, να διακρίνουμε ποια πλαίσια προέβαλλαν στις περιόδους που επιλέξαμε. Καθώς οι επιλέξιμες περίοδοι, όπως προαναφέραμε, αποτελούν ταυτόχρονα και σημεία αναφοράς του ελληνικού- κυρίως αθηναϊκού- Τύπου θέσαμε μια σειρά ερωτημάτων που αφενός έχουν να κάνουν με τα μορφικά στοιχεία των πρωτοσέλιδων και αφετέρου με την κοινωνικοπολιτική τους διάσταση (πλαίσωση).

Δεδομένου του θεωρητικού πλαισίου που έχουμε αναπτύξει, κάνουμε τα εξής ερωτήματα:

Διαχρονική εξέλιξη format πρώτης σελίδας

Ερώτημα 1^ο: Πόσο συχνή είναι η χρήση και πως εξελίσσονται διαχρονικά τα βασικά μορφικά εικαστικά στοιχεία της πρώτης σελίδας, όπως η φωτογραφία, τα infographics και το σκίτσο;

Ερώτημα 2^ο: Πώς εξελίσσονται επικεφαλίδες, υπότιτλοι, μεσότιτλοι και lead, στοιχεία καθοριστικά για το layout της πρώτης σελίδας.

Περιεχόμενο ειδήσεων

Ερώτημα 3^ο: Πώς διαμορφώνεται διαχρονικά ο αριθμός των ειδήσεων που συμπεριλαμβάνονται στην πρώτη σελίδα, πόσες συνεχίζονται στις εσωτερικές σελίδες και πόσο συχνές είναι οι ειδήσεις που φέρουν υπογραφή συντάκτη.

Ερώτημα 4^ο: Σε ποιες θεματικές κατηγορίες εστιάζουν οι εφημερίδες, τόσο στο βασικό θέμα όσο και στις υπόλοιπες ειδήσεις που συμπεριλαμβάνονται στην πρώτη σελίδα.

Ερμηνευτικά πλαίσια

Ερώτημα 5^ο: Ποια πλαισίωση μεταξύ της περιπτωσιολογικής και της θεματολογικής κυριαρχεί στα πρωτοσέλιδα του αθηναϊκού Τύπου;

Ερώτημα 6^ο: Για την παρουσίαση του κύριου θέματος επιλέγεται συγκρουσιακή, συναινετική ή πλαισίωση ίσων αποστάσεων;

3.2.4. Σχήμα κωδικοποίησης

Στο φύλλο κωδικοποίησης συμπεριελήφθησαν μεταβλητές όπως ο τίτλος του πρώτου θέματος, ο συνολικός αριθμός των ειδήσεων που πληρούσαν τα κριτήρια κωδικοποίησης σε κάθε πρωτοσέλιδο, η κατηγορία τόσο του πρώτου θέματος όσο και των υπολοίπων θεμάτων, καθώς και ο τρόπος παρουσίασης της είδησης με βάση τα μορφολογικά/γραμματικά χαρακτηριστικά. Ειδικότερα αν ο τίτλος του δημοσιεύματος καλύπτει όλες τις στήλες της πρώτης σελίδας και αν συνοδεύεται από φωτογραφία, σκίτσο, ή γράφημα.

Από τα πρωτοσέλιδα ως μονάδες ανάλυσης θεωρήθηκαν είτε ο τίτλος, ο υπέρτιτλος, είτε ένα κείμενο, οι εικόνες, είτε ο συνδυασμός κειμένου και συνοδευόμενων φωτογραφιών, σκίτσων ή γραφημάτων. Δεν κωδικοποιήθηκαν ειδήσεις, που παρατίθενται μόνο ως τίτλοι, εκτός από το κύριο θέμα και τις ειδήσεις και τα δημοσιεύματα που περιείχαν φωτογραφία ίση ή μεγαλύτερη από δύο στήλες. Επίσης, από την κωδικοποίηση εξαιρέθηκαν οι ειδήσεις των ενθέτων περιοδικών.

Στην πρώτη σελίδα καταμετρήθηκαν όλες οι φωτογραφίες, τα σκίτσα και τα infographics ανεξαρτήτου μεγέθους ενώ εξαιρέθηκαν οι φωτογραφίες από τις διαφημίσεις.

Καταγράφηκαν τα πρωτοσέλιδα που δεν έχουν βασική φωτογραφία- ως βασική φωτογραφία θεωρήσαμε τις φωτογραφίες μεγέθους τριών ή και περισσότερων στηλών στις μικρού σχήματος εφημερίδες και τεσσάρων ή περισσότερων στηλών στις μεγάλου σχήματος εφημερίδες.

Καταγράψαμε τις πρώτες σελίδες των οποίων η βασική φωτογραφία είναι εκτός του κυρίου θέματος, καθώς και οι πρώτες σελίδες που δεν περιλαμβάνουν βασική φωτογραφία.

Σχετικά με το κύριο θέμα εξετάσαμε αν υπάρχει φωτογραφία, σκίτσο ή infographics έκτασης από δύο στήλες και πάνω.

Επίσης εξετάστηκε αν η πρώτη σελίδα περιλαμβάνει και πόσες ολοκληρωμένες ειδήσεις, δηλαδή αν τα θέματα παρατίθενται ολόκληρα και δεν συνεχίζονται στις εσωτερικές σελίδες της εφημερίδας, πόσα πρωτοσέλιδα έχουν μόνο ένα θέμα, καθώς επίσης και αν το βασικό θέμα φέρει υπογραφή συντάκτη.

Επιπλέον σε κάθε εξεταζόμενο πρωτοσέλιδο κωδικοποιήθηκε το κύριο θέμα και τα επιμέρους θέματα σε έναν κατάλογο οκτώ σχετικών τιμών όπου κάθε τιμή αντιστοιχούσε σε μια θεματική κατηγορία. (π.χ. 1= πολιτική, 2= Ελλάδα, 3= κοινωνία, 4= οικονομία κ.ο.κ.)

Ακολουθώς το κυρίαρχο θέμα κωδικοποιήθηκε με βάση μια σειρά μεταβλητών, προκειμένου να εξεταστεί ο τρόπος παρουσίασης της ειδησεογραφίας. Η επιλογή για τον τρόπο παρουσίασης έγινε ανάμεσα στις εξής τιμές:

Περιπτωσιολογική πλαισίωση (episodic frame) και θεματολογική πλαισίωση (issue frame) και για κάθε μία από τις δύο μεταβλητές η επιλογή έγινε μεταξύ δύο πιθανών τιμών:

1=Κυρίαρχη η περιπτωσιολογική πλαισίωση

2=Κυρίαρχη η θεματική πλαισίωση

Στη συνέχεια κωδικοποιήθηκε ο τρόπος προβολής του κυρίαρχου θέματος με τρόπο συγκρουσιακό, συναινετικό ή ουδέτερο δηλαδή ίσων αποστάσεων και η επιλογή έγινε μεταξύ τριών τιμών:

1=Συγκρουσιακό

2=Συναινετικό

3=Ισων αποστάσεων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1. Μορφολογικά στοιχεία

Ερώτημα 1ο: *Πόσο συχνή είναι η χρήση και πως εξελίσσονται διαχρονικά τα βασικά μορφικά εικαστικά στοιχεία της πρώτης σελίδας, όπως η φωτογραφία, τα infographics και το σκίτσο;*

Αναλύοντας τα μορφικά χαρακτηριστικά του αθηναϊκού Τύπου στο πρώτο δομικό στοιχείο που έπρεπε να εστιάσουμε ήταν στο σχήμα των εφημερίδων. Παραδοσιακά οι εφημερίδες έχουν μέχρι το 1981 υιοθετήσει το ευρύ σχήμα (600-400 mm). Την ανατροπή έκανε το «Έθνος» την ίδια χρονική περίοδο με την έκδοσή του σε μικρό σχήμα (380-300 mm). Στο δείγμα της παρούσας έρευνας, το 1981 το «Έθνος» αποτελεί τη μοναδική εφημερίδα μικρού σχήματος.

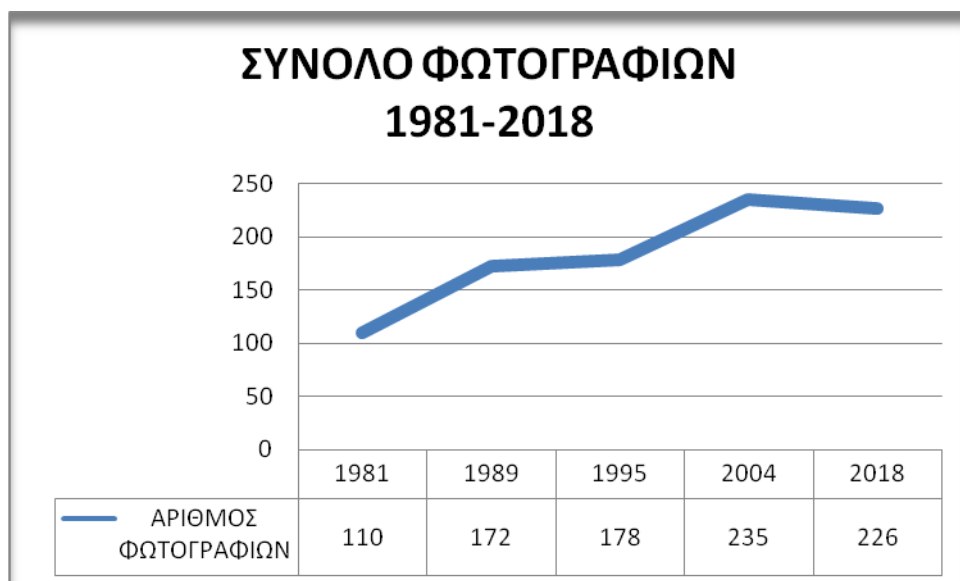
Η επιτυχία του εκδοτικού εγχειρήματος του «Έθνους», η ανάγκη για μείωση των λειτουργικών δαπανών των εφημερίδων, η συρρίκνωση των πωλήσεων αλλά και η τάση να ακολουθούνται οι εξελίξεις στον διεθνή χώρο των ΜΜΕ, οδήγησαν τις εκδοτικές επιχειρήσεις στα μικρού σχήματος φύλλα. Εξαίρεση αποτελεί η εφημερίδα «Καθημερινή», η οποία μίκρυνε μεν τις διαστάσεις της αλλά διατήρησε το ευρύ σχήμα μέχρι και σήμερα. Με βάση την επεξεργασία των δεδομένων οι αθηναϊκές εφημερίδες από το 1981 υιοθέτησαν την έκδοση σε μικρό σχήμα σε ποσοστό 70,8% και σε μεγάλο σχήμα σε ποσοστό 29,2% (γράφημα 1).



Γράφημα 1: Διαχρονική εξέλιξη σχήματος εφημερίδων

Η φωτογραφία αποτελεί βασικό συστατικό της πρώτης σελίδας πριν ακόμη γίνει μέρος της αναγκαίας οπτικοποίησης που έφερε η τηλεόραση και στη συνέχεια το διαδίκτυο. Σε όλη την εξεταζόμενη περίοδο καταγράφηκαν 921 φωτογραφίες ανεξαρτήτου μεγέθους στην πρώτη σελίδα. Οι περισσότερες εντοπίζονται το 2004 όπου διαπιστώνεται μία τάση χρήσης πολλών και μικρών φωτογραφιών στην πρώτη σελίδα και απουσία βασικής φωτογραφίας (στο 56% των πρωτοσέλιδων), η οποία σύμφωνα με την κωδικοποίηση που κάναμε, είναι μεγέθους τριών στηλών και πάνω για τις μικρού σχήματος εφημερίδες και από τέσσερις στήλες και πάνω για τις εφημερίδες μεγάλου σχήματος.

Ως προς τον συνολικό αριθμό των φωτογραφιών, καταμετρήθηκαν 110 φωτογραφίες στα 60 πρωτοσέλιδα του 1981, 172 φωτογραφίες στις 75 πρώτες σελίδες το 1989, 178 φωτογραφίες το 1995, 235 φωτογραφίες το 2004 και 226 φωτογραφίες το 2018.



Γράφημα 2: Διαχρονική εξέλιξη του συνολικού αριθμού φωτογραφιών στις πρώτες σελίδες

Η εικόνα, η φωτογραφία, το σκίτσο, τα γραφήματα ή οι πίνακες αποτελούν ουσιώδη μορφικά γνωρίσματα της πρώτης σελίδας των εφημερίδων. Σε κάθε περίοδο ανάλογα με τις τάσεις αλλά και τις τεχνολογικές εξελίξεις διαπιστώνουμε ότι γίνεται ανελλιπής χρήση των δομικών αυτών στοιχείων, τα οποία δεν αποτελούν μόνο αναπαραστάσεις ή επεξηγηματικά εργαλεία αλλά νοηματοδοτούν περαιτέρω την είδηση, δίνοντας ταυτόχρονα και μία κατεύθυνση στο μήνυμα που επιδιώκουν να περάσουν στον αναγνώστη.

Η δυναμική της εικόνας, όπως ήδη αναφέραμε, αξιοποιείται έστω και σε μικρότερο βαθμό από την πρώτη εξεταζόμενη περίοδο, όπου μόλις πέντε πρωτοσέλιδα δεν έχουν φωτογραφία, τα τέσσερα το 1981 και το ένα το 1989.



Εικόνα 3: Πρωτοσέλιδα χωρίς φωτογραφία ή σκίτσο («Η Καθημερινή» 1981)

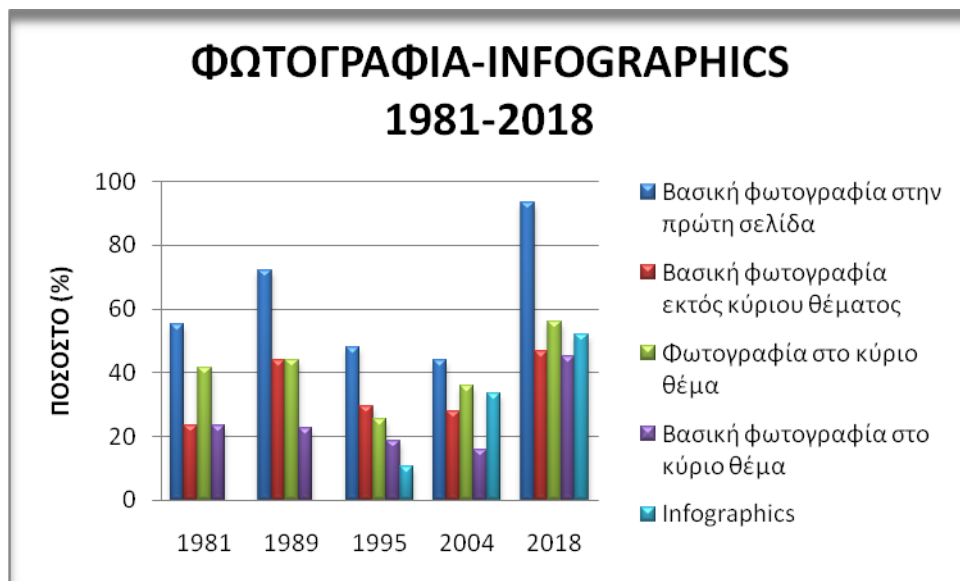
Σε όλες τις υπόλοιπες εξεταζόμενες περιόδους, η φωτογραφία είναι αναπόσπαστο κομμάτι της πρώτης σελίδας και ανάλογα με το μέγεθος και τη θέση συμβάλλει περισσότερο ή λιγότερο στην οπτικοποίηση της ενημέρωσης.

Πρόθεση της φωτογραφίας, όπως χαρακτηριστικά τονίζει ο φωτορεπόρτερ Ντίμης Αργυρόπουλος (Μπασαντής, 1991), είναι πάντα να επικοινωνήσει με το κοινό της. Η φωτογραφία έχει έναν πιο επίκαιρο χαρακτήρα από μία γραπτή περιγραφή. Τα μάτια του αναγνωστικού κοινού πέφτουν πρώτα από όλα στη φωτογραφία, η οποία καταλαμβάνει με την πάροδο του χρόνου όλο και περισσότερο χώρο στις εφημερίδες.



Γράφημα 3: Διαχρονική εξέλιξη βασικών μορφολογικών στοιχείων, φωτογραφία, πίνακες, infographics

Όπως προκύπτει από την επεξεργασία των δεδομένων έξι στις δέκα πρώτες σελίδες του αθηναϊκού Τύπου έχουν βασική φωτογραφία. Στο 34,7% των πρωτοσέλιδων η βασική φωτογραφία δεν σχετίζεται με το κύριο θέμα. Οι εφημερίδες που έχουν επιλέξει το βασικό τους θέμα να συμπληρώνεται με βασική φωτογραφία ανέρχονται στο 25,2% ενώ στο 40,5% καταγράφεται φωτογραφία σε μικρότερη όμως διάσταση από τα μεγέθη, που έχουμε ορίσει για τη βασική φωτογραφία, καθώς και σκίτσο, ή infographics. Στο 20% των εφημερίδων γίνεται χρήση background, infographics, ή πινάκων, η πλειοψηφία των οποίων καταγράφεται την τελευταία εξεταζόμενη περίοδο.



Γράφημα 4: Εξέλιξη βασικών μορφολογικών στοιχείων, φωτογραφία, πίνακες, infographics ανά εξεταζόμενη περίοδο

Αναλύοντας τα αποτελέσματα της έρευνας διαπιστώνουμε ότι η φωτογραφία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο ως προς το lay out της πρώτης σελίδας, από την πρώτη μάλιστα εξεταζόμενη περίοδο, στην οποία- όπως αποτυπώνεται στο γράφημα 4- ένα σημαντικό ποσοστό (55%) έχει βασική φωτογραφία στη σελίδα. Από αυτές, οι 25 (23,3%) είναι ανεξάρτητες από το κύριο θέμα των εφημερίδων. Τα κύρια θέματα των εφημερίδων που συνοδεύονται από βασική φωτογραφία είναι 14 (23,3%) ενώ αυτά που έχουν φωτογραφίες μικρότερου μεγέθους φωτογραφίες είναι 25 (41,6%).

Αυτό που αξίζει να σημειώσουμε ότι το 33,3% των πρωτοσέλιδων (11 πρωτοσέλιδα) με βασική φωτογραφία αφορούν στην εφημερίδα «Εθνος», που ανατρέποντας τα εκδοτικά δεδομένα της εποχής και αντιγράφοντας ουσιαστικά την αγγλοσαξονική σχολή (Daily Mail, Daily Express, Mirror κ.α.) στο σχεδιαστικό της κομμάτι, ρίχνει το βάρος στον εντυπωσιακό τίτλο, στο χρώμα²¹ και στη φωτογραφία, η οποία στο 64,2% των περιπτώσεων (εννιά πρωτοσέλιδα) δεν σχετίζεται με το κύριο θέμα. Αντίθετα οι εφημερίδες μεγάλου σχήματος επιλέγουν η βασική τους φωτογραφία να εντάσσεται στο κύριο θέμα. Η «Ελευθεροτυπία» και «Τα Νέα» έχουν από δύο πρωτοσέλιδα η καθεμία, στα οποία η βασική τους

²¹ Με το «Εθνος» και τα σύγχρονα εκτυπωτικά συστήματα που έφερε ξεκίνησε η εποχή της τετραχρωμίας, την οποία ακολούθησαν στη συνέχεια όλες οι εφημερίδες.

φωτογραφία είναι εκτός του πρώτου θέματος της εφημερίδας ενώ η «Καθημερινή» μόλις ένα.

Η πρωτοπορία που έφερε το «Εθνος» το 1981, όχι μόνο υιοθετείται αλλά εδραιώνεται στο σύνολο του αθηναϊκού Τύπου το 1989. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας το ποσοστό του δείγματος που έχει εντάξει στην πρώτη σελίδα μια βασική φωτογραφία αυξάνεται στο 72% ενώ στο 44% (33 πρωτοσέλιδα) η φωτογραφία δεν συνδέεται με το πρώτο θέμα της εφημερίδας. Αντίστοιχο είναι και το ποσοστό των πρωτοσέλιδων που συνοδεύουν το κύριο θέμα με φωτογραφία μικρότερου μεγέθους.

Στην επόμενη εξεταζόμενη περίοδο, το 1995, εποχή που οι εκδόσεις ενθέτων μαζί με τις εφημερίδες βρίσκονται στο υψηλότερο αναπτυξιακό τους σημείο, ο σχεδιασμός αλλάζει και η βασική φωτογραφία εκτοπίζεται σε μεγάλο βαθμό από την πρώτη σελίδα, με το ποσοστό να ανέρχεται στο 48% αρκετά χαμηλότερα από το 1981 (55%), όπου ο ρόλος της εικόνας δεν ήταν τόσο σημαντικός. Τα κύρια θέματα που έχουν φωτογραφία στο πρώτο θέμα μειώνονται κατακόρυφα (19 πρωτοσέλιδα ή ποσοστό 25,3%) ενώ αυτά που συνοδεύουν το κύριο θέμα με βασική φωτογραφία είναι μόλις 14 (18,6%).

Την περίοδο αυτή συναντάμε και την πρώτη μορφή infographics στα πρωτοσέλιδα του αθηναϊκού Τύπου. Πρόκειται για μια πρακτική που εφαρμόζουν σε μικρή κλίμακα (οκτώ πρωτοσέλιδα) οι εφημερίδες «Ελευθεροτυπία», «Τα Νέα» και το «Εθνος».



Εικόνα 4: Πρωτοσέλιδα με infographics («Τα Νέα» 1995, «Εθνος» 1995)

Αυτό που παρατηρείται σχεδιαστικά είναι ότι το βάρος μετατοπίζεται στον τίτλο, που μεγαλώνει σε μέγεθος σε μια προσπάθεια προσέλκυσης του αναγνώστη και περιορίζεται το μέγεθος της φωτογραφίας αλλά όχι ο συνολικός αριθμός τους. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι το 1995 στις πρώτες σελίδες καταμετρήθηκαν 178 φωτογραφίες και 36 βασικές με το ποσοστό να φτάνει στο 20,2%.

Μια ανάλογη εικόνα παρατηρείται με βάση τα στοιχεία της έρευνας και το 2004, όπου στις πρώτες σελίδες καταμετρήσαμε 235 συνολικά φωτογραφίες από τις οποίες οι 33 είναι βασικές φωτογραφίες (14%). Σε 21 περιπτώσεις η βασική φωτογραφία είναι εκτός του πρώτου θέματος, το οποίο συναντάμε με φωτογραφία μικρότερου μεγέθους από αυτή που έχουμε ορίσει ως βασική, 27 φορές (36%).

Τα infographics αποκτούν σταδιακά ουσιαστικό ρόλο στον σχεδιασμό της πρώτης σελίδας, καθώς καταγράψαμε 25 πρωτοσέλιδα (ποσοστό 33,3%), που κάνουν χρήση των δυνατοτήτων που δίνουν τα νέα σχεδιαστικά εργαλεία εμπλουτίζοντας την πρώτη σελίδα, με πίνακες, γραφήματα ή συνθέσεις φωτογραφιών, περιορίζοντας ταυτόχρονα τα κείμενα. Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα της έρευνας την περίοδο αυτή η εφημερίδα «Τα

Νέα» κάνει ευρεία χρήση infographics (σε ποσοστό 80%) αλλά και ο «Ελεύθερος Τύπος» στον οποίο καταμετρήσαμε infographics σε οκτώ πρωτοσέλιδα (53,3%).

Το 2018 η αισθητική της πρώτης σελίδας είναι εντελώς διαφοροποιημένη. Παρατηρείται μια πλήρης προσαρμογή στο τηλεοπτικό και διαδικτυακό απεικονιστικό πρότυπο με την φωτογραφία, τις χρωματικές αντιθέσεις, τα background και τα infographics να κυριαρχούν. Από την επεξεργασία των δεδομένων προκύπτουν τα εξής:

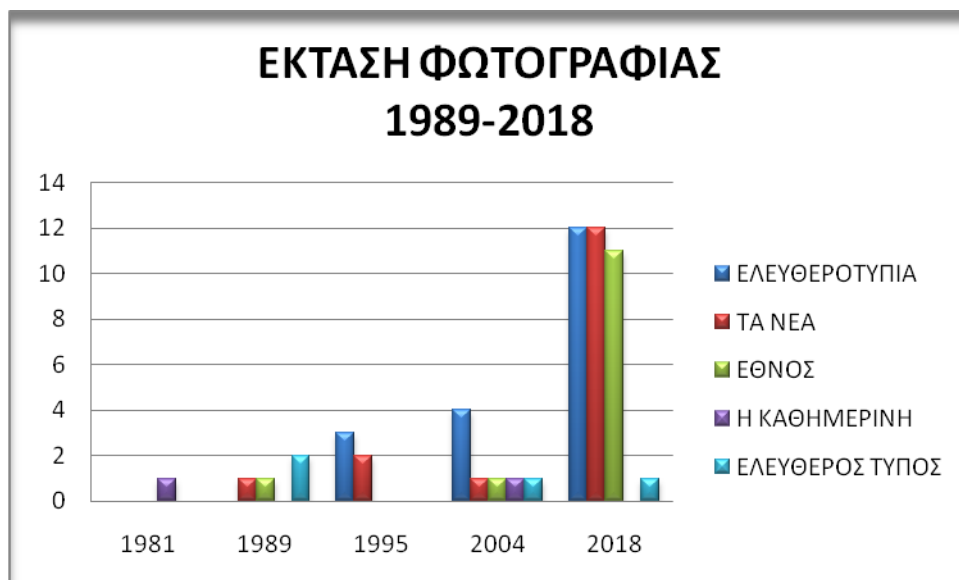
- Το 93,3% του δείγματος (70 πρωτοσέλιδα) έχει βασική φωτογραφία στην πρώτη σελίδα. Σε 35 περιπτώσεις (46,6%) η βασική φωτογραφία είναι ανεξάρτητη από το κύριο θέμα.
- Το 56% των πρωτοσέλιδων πλαισιώνει με φωτογραφίες, το πρώτο θέμα τις εφημερίδες ενώ στο 45,3% καταγράφεται στο κύριο θέμα βασική φωτογραφία. Το 52% των εφημερίδων έχει στην πρώτη του σελίδα infographics, ενθέσεις τίτλων και φωτογραφιών ή background, με το «Εθνος» να κατέχει τα υψηλότερα ποσοστά. Στα 13 από τα 15 πρωτοσέλιδα ο βασικός τίτλος της εφημερίδας αποτυπώνεται σε φόντο καταλαμβάνοντας στις περισσότερες περιπτώσεις όλο το μήκος της σελίδας. Ενδεικτικό είναι το πρωτοσέλιδο της 21ης Σεπτεμβρίου όπου το φόντο όχι μόνο δεν οριοθετείται με πλαίσια αλλά η εικόνα προεκτείνεται, φαίνεται σαν να φεύγει εκτός σελίδας προσδίδοντας έτσι την αίσθηση της κίνησης (Εικ. 5)

Χαρακτηριστικό της οπτικοποίησης πλέον της πρώτης σελίδας και της προσαρμογής στα νέα δεδομένα που έχει επιφέρει το πέρασμα της εφημερίδας στην online διανομή είναι το πρωτοσέλιδο της «Εφημερίδας των Συντακτών» της 25^{ης} Σεπτεμβρίου 2018 όπου ο βασικός τίτλος αποτυπώνεται σε κόκκινο φόντο, συμπληρώνεται με- μικρών διαστάσεων- φωτογραφίες και με την προσθήκη του συμβόλου «►» αποκτά τη μορφή βίντεο (Εικ.5).



Εικόνα 5: Πρωτοσέλιδα με infographics («Εθνος» 2018, «Η Εφημερίδα των Συντακτών» 2018)

Η συμμετρία τίτλου/φωτογραφίας αποτέλεσε άλλο ένα ερευνητικό ερώτημα που συμπεριλάβαμε στα επιμέρους μορφικά στοιχεία της πρώτης σελίδας.



Γράφημα 5: Εκταση φωτογραφίας σε σχέση με τον τίτλο, ανά εξαεταζόμενη περίοδο και ανά εφημερίδα

Καταμετρήθηκαν πόσες από τις φωτογραφίες που συνοδεύουν το κύριο θέμα καταλαμβάνουν ίδιο αριθμό στηλών με τον τίτλο. Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας η

τάση αυτή εντοπίζεται κυρίως στην τελευταία εξεταζόμενη περίοδο αλλά και το 2004. Ειδικότερα, το 2018 σε 36 πρωτοσέλιδα (10%) η φωτογραφία του πρώτου θέματος είναι ίσης έκτασης με τον κύριο τίτλο. Το 2004, καταμετρήθηκαν οκτώ πρωτοσέλιδα (2,2%), το 1995, πέντε πρωτοσέλιδα (1,3%), το 1989 τέσσερα πρωτοσέλιδα (1,1%) και το 1981 μόλις ένα.

Το σκίτσο ως εικαστικό στοιχείο αλλά και συχνά ως πολιτικό σχόλιο εμφανίζεται στην πρώτη σελίδα αρκετά συχνά (καταγράφηκαν 105 σκίτσα στο σύνολο των 360 πρωτοσέλιδων). Σε κάποιες περιπτώσεις το σκίτσο εντάσσεται στο κύριο θέμα πολλές φορές υποκαθιστώντας τη φωτογραφία ενώ συχνή είναι η χρήση του για να αποδοθούν πρόσωπα της επικαιρότητας. Η χρήση είναι εκτεταμένη την πρώτη και τη δεύτερη εξεταζόμενη περίοδο αλλά με την πορεία των χρόνων το σκίτσο φεύγει σταδιακά από την πρώτη σελίδα και έτσι το 2018 δεν συναντάται σε κανένα πρωτοσέλιδο.

Πίνακας: 4: Σκίτσα που δημοσιεύτηκαν στην πρώτη σελίδα, 1981-2018

ΣΚΙΤΣΟ ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΣΕΛΙΔΑ	1981	1989	1995	2004	2018
ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ	19	3	8	1	
ΤΑ ΝΕΑ	21	9	12	13	
ΕΘΝΟΣ	7				
Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ	3	7			
ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΤΥΠΟΣ			1	1	

Από την επεξεργασία των στοιχείων προκύπτει ότι έμφαση στο σκίτσο και στη γελοιογραφία, ως συμπληρωματικό εικαστικό στοιχείο του κύριου θέματος δίνει διαχρονικά η εφημερίδα «Τα Νέα» στην οποία καταμετρήθηκαν 15 σκίτσα. Από τρία το 1981, το 1989 και το 1995 και έξι το 2004. Η «Ελευθεροτυπία» έχει πλαισιώσει το κύριο θέμα της με σκίτσο σε εννέα περιπτώσεις (τρία πρωτοσέλιδα το 1981, ένα το 1989 και πέντε το 1995. Η «Καθημερινή» έχει τρία κύρια θέματα με σκίτσο αντί φωτογραφίας (το 1989) όπως και ο «Ελεύθερος Τύπος» (δύο το 1995 και ένα το 2004).

Πίνακας: 5: Σκίτσα που εντάχθηκαν στο κύριο θέμα, 1981-2018

ΣΚΙΤΣΟ ΣΤΟ ΚΥΡΙΟ ΘΕΜΑ	1981	1989	1995	2004	2018
ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ	3	1	5		
ΤΑ ΝΕΑ	3	3	3	6	
ΕΘΝΟΣ					
Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ		3			
ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΤΥΠΟΣ			2	1	

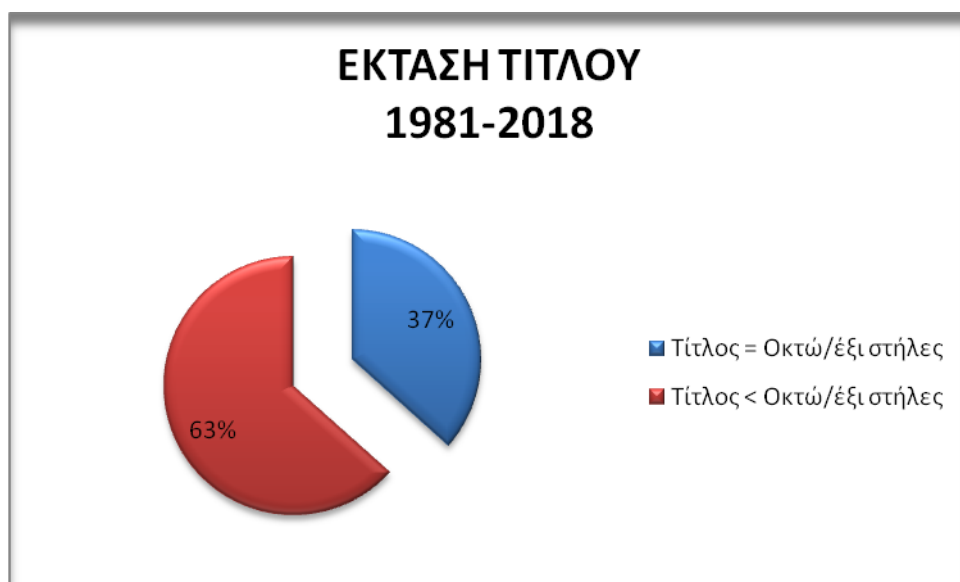
Σύνοψη

Σχετικά με το ερώτημα που τέθηκε για το πόσο συχνή είναι η χρήση και πώς εξελίσσονται διαχρονικά τα βασικά μορφολογικά εικαστικά στοιχεία της πρώτης σελίδας (φωτογραφία σκίτσο, infographics) εξήχθησαν τα εξής αποτελέσματα:

1. Η πλειοψηφία του αθηναϊκού Τύπου (71%) εκδίδεται σε μικρό σχήμα. Το 1981 το 25% των εκδόσεων ήταν μικρού σχήματος και από 1989 μέχρι το 2018 το 80%.
2. Η πλειοψηφία των εφημερίδων (62,8%) επιλέγει να εντάξει στην πρώτη σελίδα φωτογραφία μεγέθους τριών ή και περισσότερων στηλών για τις μικρού σχήματος εφημερίδες και τεσσάρων ή περισσότερων στηλών στις μεγάλου σχήματος.
3. Ο αριθμός των φωτογραφιών στις πρώτες σελίδες αυξάνεται διαχρονικά από το 1981 με μια μικρή κάμψη το 2018, καθώς η πλειοψηφία των εφημερίδων έχει φωτογραφία εξάστηλη μειώνοντας παράλληλα τον χώρο για φωτογραφίες μικρότερου μεγέθους.
4. Για σχεδόν τέσσερις στις δέκα περιπτώσεις (34,7%) η κεντρική φωτογραφία της εφημερίδας δεν σχετίζεται με το κύριο θέμα της.
5. Το κύριο θέμα της εφημερίδας συνοδεύεται από φωτογραφία σε τέσσερα από τα δέκα πρωτοσέλιδα ενώ ένα στα τέσσερα πρωτοσέλιδα έχει βασική φωτογραφία στο πρώτο θέμα.

6. Στο 7,5% των πρωτοσέλιδων το κύριο θέμα συνοδεύεται από σκίτσο αντί φωτογραφίας. Στις πρώτες σελίδες καταμετρήθηκαν συνολικά 105 σκίτσα μέχρι το 2004. Το 2018 καμία εφημερίδα δεν προβάλλει σκίτσο στην πρώτη σελίδα.
7. Τα infographics, εμφανίζονται στα πρωτοσέλιδα από το 1995 και αυξάνονται με γεωμετρική πρόοδο, από 10,6% σε 33,3%, το 2004 και σε 52% το 2018.
8. Στο 15% των πρωτοσέλιδων υπάρχει συμμετρία τίτλου –φωτογραφίας στο κύριο θέμα, χαρακτηριστικό της τελευταίας περιόδου, όπου καταγράφονται συνολικά 36 πρωτοσέλιδα.

Ερώτημα 2ο: Πώς μετασχηματίζονται επικεφαλίδες, υπότιτλοι, μεσότιτλοι και lead, στοιχεία καθοριστικά για το layout της πρώτης σελίδας.



Γράφημα 6: Διαχρονική εξέλιξη του βασικού τίτλου ως προς την έκτασή του

Στο 36.6% των πρωτοσέλιδων το κύριο θέμα εκτείνεται σε όλες τις στήλες. Το φαινόμενο είναι πιο συχνό στις μικρού μεγέθους εφημερίδες όπου από τα 255 πρωτοσέλιδα που εξετάστηκαν στην έρευνα στα 119, σχεδόν στα μισά (46,6%), το βασικό θέμα της εφημερίδας καλύπτει και τις έξι στήλες.

Την πρώτη εξεταζόμενη περίοδο, το 1981, τέσσερις στις δέκα εφημερίδες εκτείνουν τον βασικό τίτλο σε όλες τις στήλες με το «Εθνος» τη μόνη εφημερίδα σε σχήμα ταμπλόιντ να

καταγράφει τα περισσότερα πρωτοσέλιδα (73,3%) με το κύριο θέμα να καλύπτει και τις έξι στήλες (εικ. 6). Η ίδια τάση διαπιστώνεται και στην «Ελευθεροτυπία» με επτά βασικά θέματα στα 15 να καλύπτουν και τις οκτώ στήλες ενώ η «Καθημερινή» και η εφημερίδα «Τα Νέα» επιλέγουν, η μεν πρώτη μόλις δύο φορές οκτάστηλο βασικό τίτλο – η πάγια στρατηγική που ακολουθεί είναι ο πεντάστηλος τίτλος που συναντάται στα 10 από τα 15 πρωτοσέλιδα, η δε δεύτερη έχει οκτάστηλο βασικό κύριο θέμα σε τέσσερα πρωτοσέλιδα.

Η τάση που έφερε το «Εθνος» με το βασικό θέμα να καλύπτει οριζόντια όλες τις στήλες της εφημερίδας είναι πλέον καθολικής αποδοχής το 1989 για τις εφημερίδες μικρού σχήματος. Στα 60 πρωτοσέλιδα μόλις ένα δεν ακολουθεί αυτή τη σχεδιαστική πρακτική. Αναφορικά με τη μεγάλου σχήματος εφημερίδα «Η Καθημερινή» την ίδια περίοδο, το συμπέρασμα που εξάγεται είναι ότι η έκταση του βασικού τίτλου καταλαμβάνει από τέσσερις στήλες (πέντε πρωτοσέλιδα) έως επτά στήλες (τρία πρωτοσέλιδα).

Το 1995 ο εξάστηλος κύριος τίτλος διατηρείται μόνο στην εφημερίδα «Τα Νέα» και μάλιστα σε ποσοστό 100%. Οι άλλες τρεις ταμπλόιντ εφημερίδες έχουν αλλάξει τον σχεδιασμό της πρώτης σελίδας υιοθετώντας πεντάστηλο τίτλο στο 73,3% των περιπτώσεων με την αριστερή κυρίως στήλη να καλύπτεται από «χτυπήματα» ή διαφημίσεις. Η εφημερίδα «Καθημερινή» διατηρεί την ίδια σχεδιαστική φόρμουλα για τον βασικό τίτλο με την έκτασή του να ποικίλει από δίστηλο μέχρι επτάστηλο.

Μόλις τέσσερις εξάστηλους τίτλους συναντάμε στα πρωτοσέλιδα την περίοδο του 2004, από έναν στην «Ελευθεροτυπία» και στον «Ελεύθερο Τύπο» και δύο στην εφημερίδα «Τα Νέα».



Γράφημα 7: Εξέλιξη του βασικού τίτλου ως προς την έκτασή του ανά εξεταζόμενη περίοδο και ανά εφημερίδα

Κυρίαρχη προτίμηση είναι οι πεντάστηλοι τίτλοι που εμφανίζονται 36 φορές στα 60 μικρού σχήματος πρωτοσέλιδα ενώ το «Εθνος» φαίνεται και πάλι να διαφοροποιείται επιλέγοντας κατά κύριο λόγο τετράστηλους τίτλους (σε 13 από τα 15 πρωτοσέλιδα). Σχετικά με την «Καθημερινή» αν και δεν ακολουθεί ένα συγκεκριμένο σχεδιαστικό μοτίβο διαπιστώνουμε ότι η βασική προτίμηση είναι ο κύριος τίτλος να χωροθετείται στη μέση καταλαμβάνοντας έξι στήλες (στο 46,6% των πρωτοσέλιδων) και στις αριστερές και δεξιές στήλες εκτείνονται μονόστηλες ειδήσεις κατά το πρότυπο που έχει υιοθετήσει κυρίως το «Εθνος» με το βασικό θέμα κεντραρισμένο και «χτυπήματα» ειδήσεων στις δύο ακριανές στήλες.

Παρά το γεγονός ότι οι σχεδιαστικές αλλαγές στα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων το 2018 μπορούν να χαρακτηριστούν ως δομικές με δεδομένο ότι κυριαρχεί η εικόνα, οι χρωματικές αντιθέσεις, καθώς και τα infographics ή οι ενθέσεις τίτλων, ωστόσο η έκταση του πρώτου θέματος δεν διαφοροποιείται ιδιαίτερα.



Εικόνα 6: Πρωτοσέλιδα (1981) με οκτάστηλους τίτλους

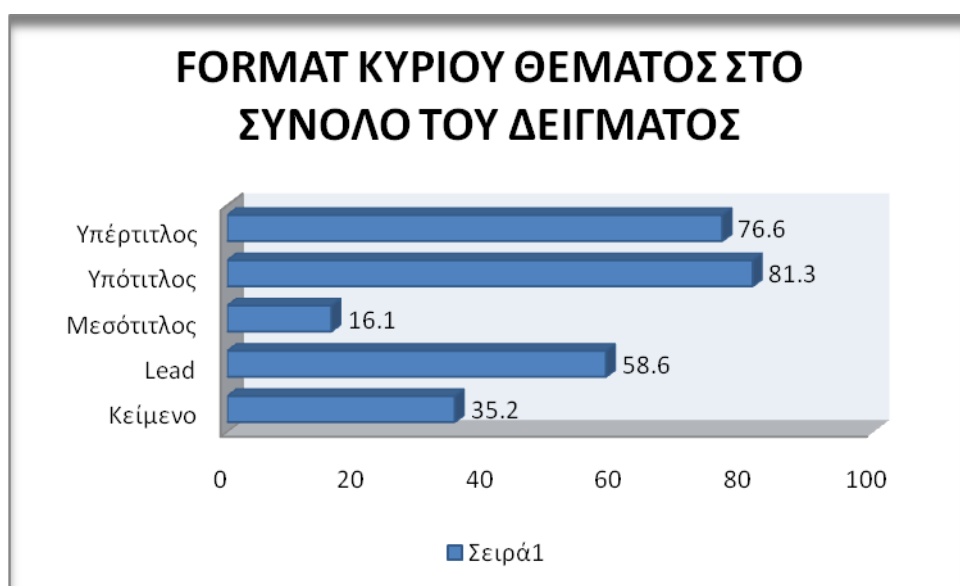
Στο 33,3% των πρωτοσέλιδων το βασικό θέμα καλύπτει όλες τις στήλες. Στο 40% διατηρείται μία στήλη ελεύθερη, στις περισσότερες εφημερίδες η δεξιά (23 πρωτοσέλιδα), για άλλες ειδήσεις ή διαφημίσεις. Δύο στήλες πλαισιώνουν το βασικό θέμα στο 17,3% των πρωτοσέλιδων.

Με την επικράτηση της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου η εφημερίδα αναγκάζεται να προσαρμοστεί και να αναθεωρήσει την εκφραστική λειτουργία της ως Μέσο Ενημέρωσης. Η εφημερίδα γίνεται «μετα-ειδησεογραφική», τονίζει ο επί σχεδόν δύο δεκαετίες διευθυντής της εφημερίδας «Η Καθημερινή», Μίμης Παπαναγιώτου (Μπασαντής, 1991: 247), εξηγώντας ότι εφόσον απευθύνεται σε αναγνώστες οι οποίοι έχουν δει τις ειδήσεις στην οθόνη ή τις έχουν ακούσει στο ραδιόφωνο, η εφημερίδα θα πρέπει να του δώσει τα «μετά την είδηση», «τα μέσα στην είδηση», την ανάλυση των γεγονότων, την ψυχαγωγία και τη χρηστική ενημέρωση που θα του καλύψουν τις επιλογές του.

Με βάση την επεξεργασία των δεδομένων διαπιστώνουμε ότι ο υπέρτιτλος ή το κοινώς λεγόμενο "καπέλο" στη δημοσιογραφική γλώσσα, καθώς και οι υπότιτλοι κάτω από τον βασικό τίτλο είναι τα βασικά μορφικά στοιχεία που χρησιμοποιούνται διαχρονικά στην

πρώτη σελίδα στο σύνολο του δείγματος. Υπότιτλο συναντάμε στα 293 (81,3%) από τα 360 πρωτοσέλιδα και υπέρτιτλο στα 276 (76,6%). Συχνή είναι και η χρήση lead (211 ή ποσοστό 58,6%), ενός μικρού κειμένου- έως 100 λέξεις- που δίνει μια συνοπτική πρώτη εικόνα του θέματος, το οποίο είτε συνεχίζεται στο κείμενο που ακολουθεί είτε ολοκληρώνεται στις εσωτερικές σελίδες της εφημερίδας.

Η ανάλυση της είδησης σε εκτεταμένη μορφή συναντάται σε 127 (35,2%) πρωτοσέλιδα ενώ ακόμη μικρότερη είναι η χρήση μεσότιτλων (58 πρωτοσέλιδα ή ποσοστό 16,1%).



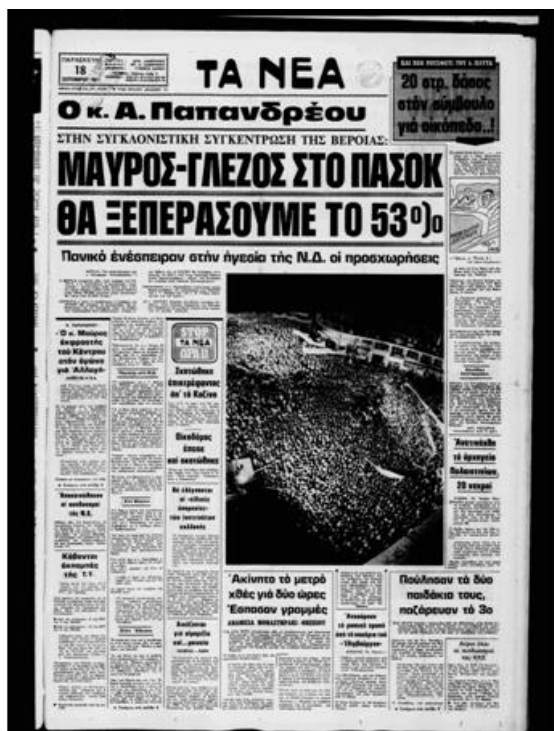
Γράφημα 8: Διαχρονική εξέλιξη του κύριου θέματος ως προς τα «γραμματικά» του στοιχεία

Ο υπέρτιτλος ως «γραμματικό» και εικαστικό στοιχείο της πρώτης σελίδας λειτουργεί συνδυαστικά με τον τίτλο και ακολουθεί αντιστρόφως ανάλογη πορεία: Όσο μεγαλώνει η γραμματοσειρά του κύριου τίτλου, τόσο μικραίνει ο υπέρτιτλος ή παραλείπεται εντελώς. Όπως φαίνεται και γράφημα 9, το 1995 και το 2004 στα πρωτοσέλιδα η χρήση υπέρτιτλου είναι σχεδόν καθολική με ποσοστά 92% και 98,6%, το 1981 και το 2018 σχεδόν επτά στα δέκα πρωτοσέλιδα έχουν «καπέλο» (ποσοστά 68,3% και 65,3%) ενώ η μικρότερη χρήση καταγράφεται το 1989 (57,3%).



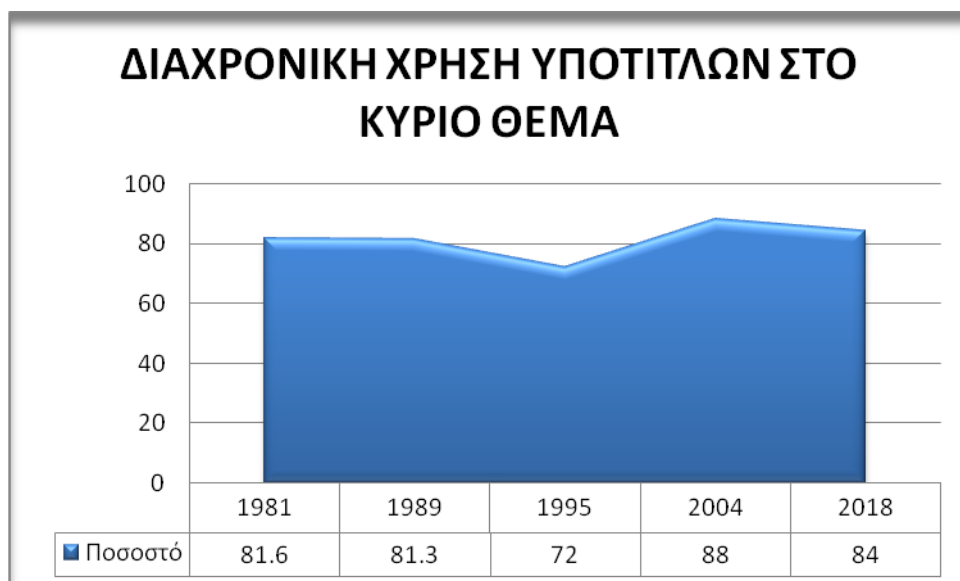
Γράφημα 9: Χρήση υπέρτιτλου στο κύριο θέμα ανά εξεταζόμενη περίοδο

Εστιάζοντας στις διαφορές μεταξύ των περιόδων που εξετάζονται μπορούμε να σημειώσουμε ότι η χρήση πεζών- κεφαλαίων ή ενός μεικτού συστήματος στη σύνθεση του υπέρτιτλου δεν παρουσιάζει διαφοροποιήσεις ωστόσο στις πρώτες περιόδους δίνεται έμφαση με την υπογράμμισή του (Εικ. 6) ή με την επιλογή κάποιων λέξεως σε **bold** ενώ μεταγενέστερα, κυρίως από το 2004 και μετά, το χρώμα αποκτά και στον υπέρτιτλο πρωταγωνιστικό ρόλο. Ένα μέρος ή κάποιες μόνο λέξεις του υπέρτιτλου αποτυπώνεται σε κόκκινο χρώμα (Εικ. 6) ενώ σε άλλες περιπτώσεις επιλέγεται ολόκληρος ο υπέρτιτλος να είναι μονοχρωματικός είτε σε κίτρινο είτε σε μπλε.



Εικόνα 7: Πρωτοσέλιδα με υπογραμμισμένο υπέρτιτλο («Τα Νέα» 1981) και υπέρτιτλο με κόκκινα στοιχεία («Εθνος» 2004)

Οι υπότιτλοι αποτελούν ένα σταθερό μορφικό στοιχείο της πρώτης σελίδας με τη χρήση τους να ακολουθεί μια γραμμική πορεία διαχρονικά. Οι υπότιτλοι, με μαύρα στοιχεία στις πρώτες περιόδους της έρευνας και στη συνέχεια με χρωματιστά, δε δίνουν μόνο τις επεξηγήσεις για το βασικό θέμα αλλά και τον απαραίτητο «αέρα» στην πρώτη σελίδα ώστε να είναι πιο «ανάλαφρη» στο μάτι και να προσελκύει τον αναγνώστη. Όπως αποτυπώνεται και στο γράφημα 10, υπότιτλοι καταγράφονται σε ποσοστά 81,6% το 1981, 81,3% το 1989, 72% το 1995, 88% το 2004 και 84% το 2018



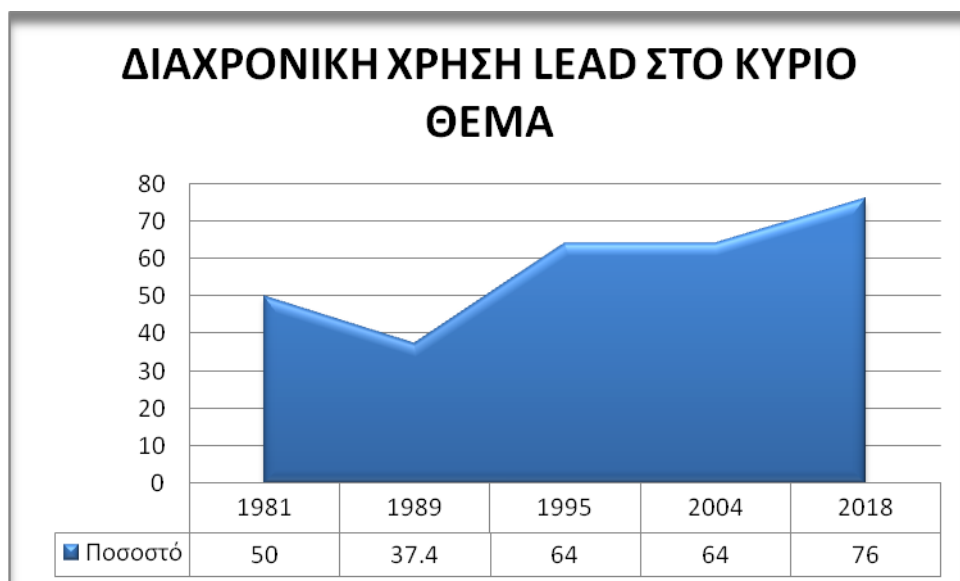
Γράφημα 10: Χρήση υπότιτλων στο κύριο θέμα ανά εξεταζόμενη περίοδο

Οι μεσότιτλοι αποτελούν ένα μορφικό στοιχείο που συναντάται αποκλειστικά στις δύο πρώτες εξεταζόμενες περιόδους, ιδιαίτερα το 1981 (σε 51 από τα 60 πρωτοσέλιδα) όπου το πρώτο θέμα παρατίθεται σχεδόν εξ' ολοκλήρου στην πρώτη σελίδα. Οι μεσότιτλοι βοηθούν νοηματικά ώστε να χωριστεί το κείμενο σε ενότητες αλλά και οπτικά «σπάζοντας» τη μονοτονία του κειμένου, το οποίο στις μεγάλου σχήματος εφημερίδες τη δεκαετία του '90 στις περισσότερες περιπτώσεις εκτείνεται σε όλο το ύψος της πρώτης σελίδας. Από το 1995 δεν συναντάμε μεσότιτλους ακόμη και στην εφημερίδα «Καθημερινή», η οποία συνεχίζει στην πρώτη σελίδα να αναλύει εκτενώς το κύριο θέμα της.



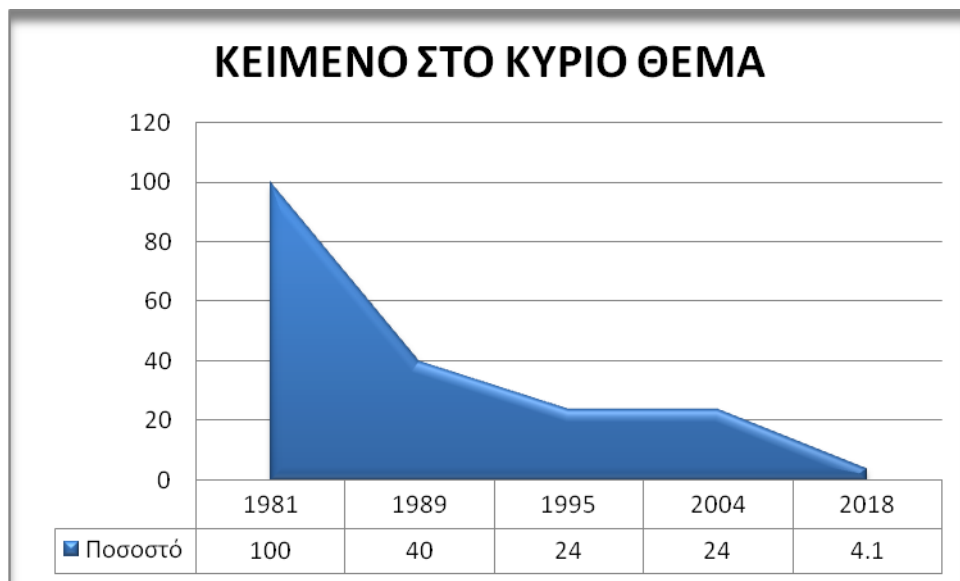
Γράφημα 11: Χρήση μεσότιτλων στο κύριο θέμα ανά εξεταζόμενη περίοδο

Κυριάρχο ρόλο στο βασικό layout της πρώτης σελίδας σε όλη την εξεταζόμενη περίοδο έχει το lead, ένα μικρό κείμενο που αποτυπώνει τις βασικές πληροφορίες του πρώτου θέματος. Με bold γραμματοσειρά, άλλο μέγεθος από το κείμενο- όπου υπάρχει- και σε κάποιες περιπτώσεις με χρώμα, το lead δίνει μια άλλη οπτική αίσθηση στοχεύοντας στο να τραβήξει την προσοχή του αναγνώστη. Η χρήση του lead, όπως φαίνεται και στο σχετικό γράφημα (12), γίνεται σε ποσοστό 50% το 1981, μειώνεται στο 37,4% το 1989, το 1995 και το 2004 καταγράφεται ποσοστό 64%, το οποίο το 2018 αυξάνεται στο 76%.



Γράφημα 12: Χρήση lead στο κύριο θέμα ανά εξεταζόμενη περίοδο

Η αναλυτική παρουσίαση στην πρώτη σελίδα της βασικής ιστορίας που προβάλλει η εφημερίδα αποτελεί πρακτική καθολικής εφαρμογής το 1981 (100%). Το 1989, όπου οι διαστάσεις των εφημερίδων μικραίνουν και η διάταξη του περιεχομένου έχει ξεφύγει από τη σφιχτή δομή που είχαν οι παραδοσιακές εφημερίδες μεγάλου σχήματος, το κείμενο κάτω από το βασικό θέμα αρχίζει να εκλείπει (γράφημα 13). Το ποσοστό μειώνεται στο 40% και από το 1995 ουσιαστικά μόνο η εφημερίδα «Καθημερινή» συνεχίζει να συμπεριλαμβάνει κείμενο στο πρώτο θέμα της.



Γράφημα 13: Ανάλυση του κύριου θέματος στην πρώτη σελίδα ανά εξεταζόμενη περίοδο.

Σύνοψη

Σχετικά με το ερώτημα που έχει τεθεί, δηλαδή πώς μετασχηματίζονται επικεφαλίδες, υπότιτλοι, μεσότιτλοι και lead τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την έρευνα έχουν ως εξής:

1. Σχεδόν τέσσερις στις δέκα εφημερίδες επιλέγουν ο τίτλος να εκτείνεται από το ένα άκρο στο άλλο της εφημερίδας, με την τάση αυτή να είναι ιδιαίτερα έντονη το 1989.
2. Ο υπέρτιτλος ή η επικεφαλίδα έχει σταθερή παρουσία διαχρονικά. Καταγράφεται σε 276 πρωτοσέλιδα (76,6%) και διαφοροποιείται ως προς το μέγεθος ή το χρώμα, τη γραμματοσειρά ή την υπογράμμιση.
3. Απαραίτητο «συστατικό» της πρώτης σελίδας είναι και οι υπότιτλοι που χρησιμοποιούνται σε όλες τις εξεταζόμενες περιόδους σε μεγάλα ποσοστά (από 81,6% έως 88%) εκτός από το 1995, που το ποσοστό μειώνεται στο 72%.

4. Οι μεσότιτλοι αποτελούν ένα μορφικό στοιχείο, το οποίο είχε ευρεία χρήση στις πρώτες σελίδες των εφημερίδων αποκλειστικά το 1981 και το 1989. Στο σύνολο των πρωτοσέλιδων μεσότιτλοι στην κύρια ιστορία της εφημερίδας χρησιμοποιούνται στο 16,1% των περιπτώσεων.
5. Η πλαisiώση της βασικής ιστορίας των εφημερίδων με lead είναι πιο συχνή από το 1995 και μετά όπου η πλειοψηφία των πρωτοσέλιδων παρουσιάζει το πρώτο θέμα με αυτόν τον τρόπο.
6. Στα 127 πρωτοσέλιδα από τα 360 το κύριο θέμα αναλύεται διεξοδικά στην πρώτη σελίδα, καθολικό φαινόμενο το 1981 και με λιγότερη συχνότητα το 1989 και το 1995.

4.1.2. Περιεχόμενο ειδήσεων

Ερώτημα 3ο: *Πώς διαμορφώνεται διαχρονικά ο αριθμός των ειδήσεων που προβάλλονται στην πρώτη σελίδα, πόσες συνεχίζονται στις εσωτερικές σελίδες και πόσο συχνές είναι οι ειδήσεις που φέρουν υπογραφή συντάκτη.*

Η έκδοση των εφημερίδων σε μικρό σχήμα προκάλεσε ουσιαστικά την κατάργηση της ανάπτυξης του βασικού θέματος στην πρώτη σελίδα. Το 1981 η υπάρξη εκτεταμένου κειμένου που δίνει, σχεδόν, το σύνολο των πληροφοριών του βασικού θέματος στην πρώτη σελίδα, είναι καθολική (γραφ. 13). Ακόμη και στην εφημερίδα «Εθνος» που είναι μικρού σχήματος, το κείμενο, έστω και μικρότερης έκτασης έχει δεσπόζουσα θέση. Το 1989 όπου όλες οι εφημερίδες, πλην της εφημερίδας «Καθημερινή», έχουν μετατραπεί σε μικρού σχήματος, τέσσερα στα 10 πρωτοσέλιδα (40%) συμπεριλαμβάνουν κείμενο έστω και συρρικνωμένο, το 1995 και το 2004 το ποσοστό μειώνεται στο 24% και το 2018 μόνο η εφημερίδα «Καθημερινή» διατηρεί μια μορφή ανάλυσης του βασικού θέματος στην πρώτη σελίδα με το ποσοστό να μειώνεται στο 4,1%.

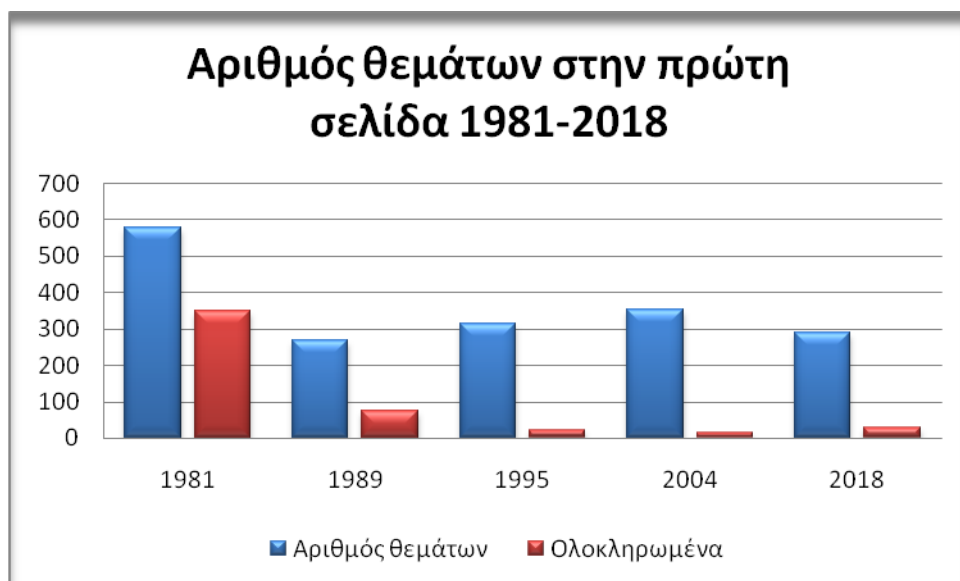
Ο αριθμός των θεμάτων που συμπεριλαμβάνονται στην πρώτη σελίδα βαίνει μειούμενος. Όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό την πρώτη εξεταζόμενη περίοδο εντοπίζεται ο μεγαλύτερος αριθμός θεμάτων αφού το μεγάλο σχήμα των εφημερίδων ενδείκνυται για αυτό. Όπως προκύπτει από την έρευνα το 1981 στις πρώτες σελίδες των τεσσάρων εφημερίδων καταμετρήθηκαν 579 θέματα.

Από αυτά τα 348²² ολοκληρώνονται στην πρώτη σελίδα γεγονός που σημαίνει ότι το αναγνωστικό κοινό μπορούσε να έχει μια σχετικά ολοκληρωμένη εικόνα της ημερησίας θεματογραφίας, διαβάζοντας ολοκληρωμένες στην πρώτη σελίδα τις έξι από τις δέκα ειδήσεις (60,1%).

Η αλλαγή των εφημερίδων σε μικρό σχήμα συρρίκνωσε σημαντικά τον αριθμό των θεμάτων και εκτόπισε τις ολοκληρωμένες ειδήσεις από την πρώτη σελίδα. Το 1989 μετρήθηκαν 270 θέματα και 75 ολοκληρωμένα, το 1995, 314 και 20 ολοκληρωμένα, το 2004, 352 και 13 ολοκληρωμένα, τα οποία όμως είναι άρθρα και γνώμες και όχι ειδήσεις και το τέλος το 2018 καταγράφηκαν 289 θέματα και 27²³ ολοκληρωμένα άρθρα και γνώμες.

²² Στα ολοκληρωμένα θέματα προσμετρούνται και τα κύρια άρθρα των εφημερίδων, οι γνώμες και τα σχόλια.

²³ Τα 24 από τα 27 θέματα είναι άρθρα και σχόλια η πλειοψηφία των οποίων δημοσιεύεται στην πρώτη σελίδα της «Καθημερινής».



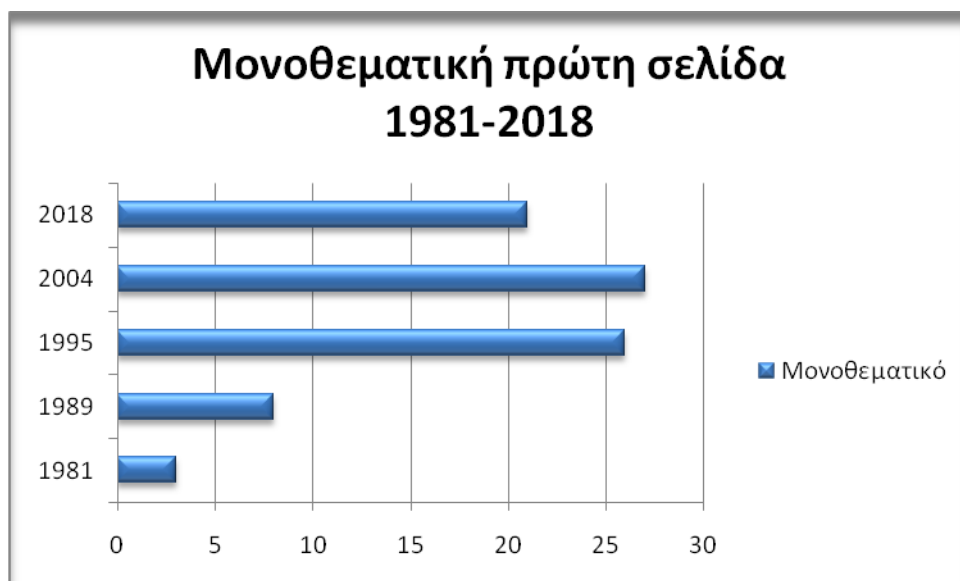
Γράφημα 14: Συνολικός αριθμός ειδήσεων και ειδήσεων που προβάλλονται ολοκληρωμένες στην πρώτη σελίδα ανά εξεταζόμενη περίοδο

Προκειμένου να καταμετρηθούν τα πρωτοσέλιδα που έχουν ένα μόνο θέμα αφαιρέθηκαν οι εφημερίδες μεγάλου σχήματος και το ερευνητικό δείγμα περιορίστηκε στις 255 μονάδες ανάλυσης. Όπως προκύπτει από τα ευρήματα της έρευνας καθόλη την εξεταζόμενη περίοδο το 32,1% των πρωτοσέλιδων φιλοξενεί μόνο ένα θέμα. Το 1981 η εφημερίδα «Εθνος»- η μόνη μικρού σχήματος εφημερίδα- έχει τρία πρωτοσέλιδα μονοθεματικά (20%). Το 1989 καταγράφονται οκτώ μονοθεματικά πρωτοσέλιδα στις εφημερίδες «Τα Νέα» και «Ελεύθερος Τύπος», με το ποσοστό να φτάνει στο 13,3%.



Εικόνα 8: Πρωτοσέλιδα με ένα μόνο θέμα («Ελεύθερος Τύπος» 1989, «Ελευθεροτυπία» 2004)

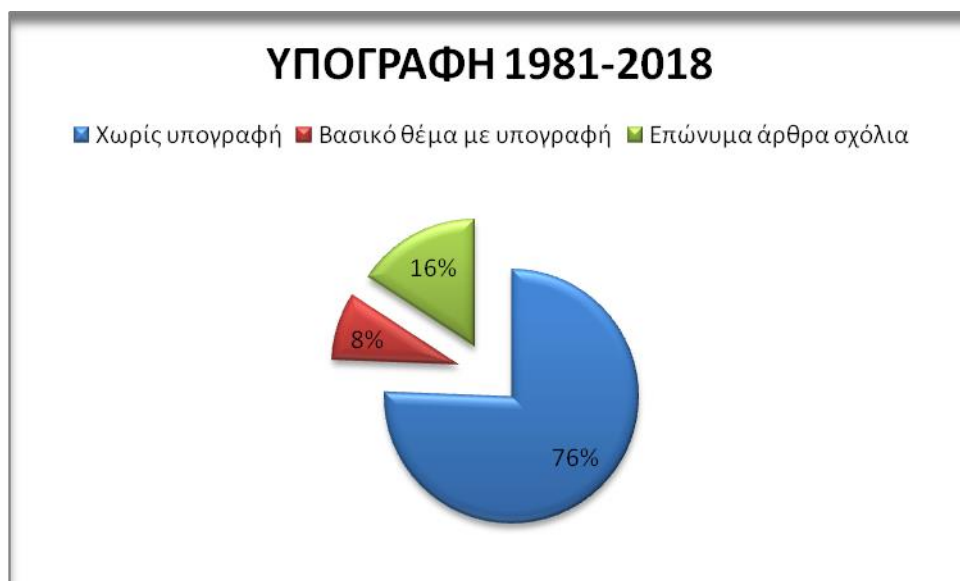
Η τάση για μονοθεματικά πρωτοσέλιδα γενικεύεται το 1995, περίοδος όπου όλες οι εφημερίδες έχουν υιοθέτησει την πρακτική αυτή με αποτέλεσμα το ποσοστό να διαμορφώνεται στο 43,3%. Το ποσοστό ανεβαίνει στο 45% το 2004 με 27 πρωτοσέλιδα μονοθεματικά και τέλος το 2018 καταγράφονται 21 πρώτες σελίδες (35%), στις οποίες περιλαμβάνεται μόνο το κύριο θέμα, με το «Εθνος» να έχει 14 στα 15 πρωτοσέλιδα μονοθεματικά.



Γράφημα 15: Μονοθεματικά πρωτοσέλιδα ανά εξεταζόμενη περίοδο

Η υπογραφή στις δημοσιογραφικές αφηγήσεις και στα ρεπορτάζ, η οποία θεωρείται σήμερα ως δείγμα αξιοπιστίας είναι φαινόμενο που εμφανίζεται στον Τύπο μετά το 1920²⁴ ως ένα αίτημα για αντικειμενικότητα. Από το 1930 το φαινόμενο γενικεύεται παρά τις αντίθετες απόψεις που υποστήριζαν ότι οι εφημερίδες εκείνη την εποχή ήταν συλλογικές ταυτότητες με τα χαρακτηριστικά που τους προσέδιδε ο τίτλος τους ή ο εκδότης και αυτό θα μπορούσε να εκφραστεί μόνο δια της ανωνυμίας. (Μπακουνάκης, 2014:123). Στις περισσότερες ελληνικές εφημερίδες στα τέλη του 19^{ου} αιώνα υπάρχουν ψευδώνυμα αλλά όχι υπογραφές. Η ανωνυμία στην πρώτη σελίδα διατηρείται σε πολύ μεγάλο βαθμό από το 1981 και μετά, όπως φαίνεται και στο παρακάτω γράφημα (16).

²⁴ Η πρώτη υπογεγραμμένη ιστορία στο Associated Press, το οποίο ιδρύθηκε το 1848 μεταδίδεται μόλις το 1925 (Μπακουνάκης, 2014:125)



Γράφημα 16: Ενυπόγραφες ειδήσεις και άρθρα στο σύνολο του δείγματος

Με βάση τις μετρήσεις στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας μόλις το 8,6% (31 δημοσιεύματα) των κυρίων θεμάτων φέρει υπογραφή του συντάκτη. Υπολογίζοντας τα άρθρα, τα σχόλια και τις επιφυλλίδες, που γράφονται επωνύμως το ποσοστό ανεβαίνει στο 24,4%. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα ενυπόγραφα ρεπορτάζ στα πρωτοσέλιδα που καταγράφονται συστηματικά στην πρώτη εξεταζόμενη περίοδο (1981) στην πλειοψηφία τους είναι ανταποκρίσεις και υπογράφονται από τους ανταποκριτές των εφημερίδων και ελάχιστα είναι αυτά που υπογράφονται από τους αρμόδιους συντάκτες.

Αναλυτικά το 1981 καταγράψαμε 27 δημοσιεύματα με υπογραφή (45%) με την «Ελευθεροτυπία» και το «Εθνος» να έχουν τα περισσότερα πρωτοσέλιδα (60% και 53%) αντίστοιχα. Ακολουθούν η «Καθημερινή» με έξι πρωτοσέλιδα (40%) και «Τα Νέα» με τέσσερα πρωτοσέλιδα (26,6%).

Από 1995 η υπογραφή ουσιαστικά εξαφανίζεται αφού καταγράφονται την περίοδο αυτή μόλις τρία θέματα (4%) με υπογραφή²⁵.

²⁵ Το ένα ρεπορτάζ στο πρωτοσέλιδο του «Εθνους» (19-09-1995) με υπογραφή από τον αστυνομικό συντάκτη, Πάνο Σόμπολο, το δεύτερο επίσης στην ίδια εφημερίδα (συνέντευξη Δήμητρας Λιάνη- Παπανδρέου στην Ελένη Καλογεροπούλου) και το τρίτο στην εφημερίδα «Η Καθημερινή» (14-09-1995) με υπογραφή από τον σημερινό διευθυντή της, Αλέξη Παπαχελά.

Το 2004 υπάρχει μόνο ένα ενυπόγραφο ρεπορτάζ στο «Εθνος»²⁶ ενώ το 2018 δεν υπάρχει κανένα κύριο θέμα με υπογραφή.

Στον παρακάτω πίνακα (5) αποτυπώνεται ο αριθμός των ενυπόγραφων άρθρων και ρεπορτάζ ανά εφημερίδα.

Πίνακας: 6: Κύριο θέμα με υπογραφή συντάκτη ανά εξεταζόμενη περίοδο και ανά εφημερίδα

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΣΤΟ ΚΥΡΙΟ ΘΕΜΑ	1981	1989	1995	2004	2018
ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ	9				
ΤΑ ΝΕΑ	4				
ΕΘΝΟΣ	8		2	1	
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ	6		1		
ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΤΥΠΟΣ					

Σε ότι αφορά την αρθρογραφία, τα σχόλια και τις επιφυλλίδες η χρήση τους είναι εκτεταμένη μόνο στην εφημερίδα «Η Καθημερινή», η οποία μέχρι και σήμερα φιλοξενεί σχεδόν σε καθημερινή βάση τέτοιου τύπου αναλύσεις. Στο σύνολο του δείγματος καταγράφονται 57 άρθρα και σχόλια με συντάκτες, μεταξύ άλλων, τον Ιάκωβο Καμπανέλλη, τον Ριχάρδο Σωμερίτη ή τον Παντελή Μπουκάλα που παραμένει έως σήμερα αρθρογράφος στην εφημερίδα «Καθημερινή».

Όπως προκύπτει από την επεξεργασία των δεδομένων το 1981 σε 13 πρωτοσέλιδα δημοσιεύτηκαν ενυπόγραφα άρθρα (21,6%), το 1995 σε 16 (21,3%), το 2004 σε 13 (17,3%) και το 2018 σε 15 (20%)²⁷.

²⁶ Με τίτλο «Η κυβέρνηση σε απορρύθμιση ενώ τα δύσκολα έρχονται» με συντάκτη τον Παναγιώτη Σιάννη

²⁷ Σημειώνεται ότι το 2018 η «Καθημερινή» στα 12 από τα 15 πρωτοσέλιδά της φιλοξενεί δύο ενυπόγραφα σχόλια.

Πίνακας: 7: Επώνυμα άρθρα και σχόλια στην πρώτη σελίδα ανά εξεταζόμενη περίοδο και ανά εφημερίδα

ΕΠΩΝΥΜΑ ΑΡΘΡΑ-ΣΧΟΛΙΑ	1981	1989	1995	2004	2018
ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ					
ΤΑ ΝΕΑ	3				
Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ	10		15	11	15
ΕΘΝΟΣ			1		
ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΤΥΠΟΣ				2	

Σύνοψη

Σχετικά με το ερώτημα για το πώς διαμορφώνεται διαχρονικά ο αριθμός των ειδήσεων που προβάλλονται στην πρώτη σελίδα, πόσες συνεχίζονται στις εσωτερικές σελίδες και πόσο συχνές είναι οι ειδήσεις που φέρουν υπογραφή συντάκτη, εξήχθησαν τα εξής αποτελέσματα:

1. Τρείς στις δέκα εφημερίδες μικρού σχήματος έχουν μόνο ένα θέμα στην πρώτη σελίδα, φαινόμενο που παίρνει ευρύτερες διαστάσεις μετά το 1995.
2. Στον αθηναϊκό Τύπο προβάλλονται διαχρονικά κατά μέσο όρο πέντε θέματα σε κάθε πρωτοσέλιδο.
3. Ο αριθμός των ειδήσεων, που δημοσιεύονται στην πρώτη σελίδα βαίνει διαχρονικά μειούμενος μετά το 1981.
4. Το 32% του συνολικού αριθμού των ειδήσεων της πρώτης σελίδας (1.804) καταμετρήθηκε στα 60 πρωτοσέλιδα του 1981.
5. Το 26,6% των ειδήσεων ολοκληρώνονται στην πρώτη σελίδα, κυρίως μέχρι το 1989.

6. Η συντριπτική πλειοψηφία των ειδήσεων στον αθηναϊκό Τύπο δεν φέρει υπογραφή του δημοσιογράφου. Μόλις το 8,6% των δημοσιευμάτων είναι υπογεγραμμένα.
7. Τα άρθρα γνώμης, τα σχόλια ή οι επιφυλλίδες απουσιάζουν από τον αθηναϊκό Τύπο της περιόδου που εξετάζουμε με εξαίρεση την εφημερίδα «Καθημερινή» που δίνει διαχρονικά έμφαση σε αυτό το είδος του δημοσιογραφικού λόγου.

Ερώτημα 4ο: Σε ποιες θεματικές κατηγορίες εστιάζουν οι εφημερίδες, τόσο στο βασικό θέμα όσο και στις υπόλοιπες ειδήσεις που επιλέγεται να προβληθούν στην πρώτη σελίδα.

Μπορεί θεωρητικά ο Τύπος να προάγει αυτό που ονομάζουμε δημόσια σφαίρα και άρα να πληροφορεί το αναγνωστικό κοινό με ισορροπημένο τρόπο για μια μεγάλη γκάμα θεμάτων (Χαιρετάκης, 2018) ωστόσο όπως προκύπτει από την έρευνα το βασικό πεδίο ενασχόλησης των εφημερίδων στη χώρα μας κατά το εξεταζόμενο χρονικό διάστημα είναι η πολιτική.

Πολύ περισσότερα από τα μισά κύρια θέματα (208) του δείγματος αφορούν στην πολιτική με το ποσοστό να ανέρχεται στο 57,7% με τα θέματα ελληνικού ενδιαφέροντος να ακολουθούν με ποσοστό 22,7% και την οικονομία να διατηρεί εξίσου ένα υψηλό ποσοστό (16,6%). Τα θέματα που επιλέγονται από τη διεθνή ειδησεογραφία προκειμένου να προβληθούν ως το κύριο θέμα της εφημερίδας είναι έξι, καλύπτοντας το 1,6% ενώ τα θέματα κοινωνικού ενδιαφέροντος εντοπίζονται μόνο σε τέσσερα πρωτοσέλιδα²⁸ καλύπτοντας ποσοστό 1,1%.

²⁸ «Έθνος» 2018: «Στο έλεος των κυκλωμάτων το κέντρο της Αθήνας», «Ελεύθερος Τύπος 1989: «Ναρκωτικά: Πόλεμο στους νονούς κήρυξε η κυβέρνηση», «Η Καθημερινή» 1989: «Πόλεμος κατά των ναρκωτικών», «Η Εφημερίδα των Συντακτών» 2018: «Λιντσάρισμα μέρα μεσημέρι στην Ομόνοια».



Γράφημα 17: Κατηγορία κύριου θέματος 1981-2018

Η κατηγορία «Πολιτική» στο κύριο θέμα συγκεντρώνει το 1981 ένα εντυπωσιακό ποσοστό 95%, το οποίο μπορεί να συνδεθεί με το γεγονός ότι η περίοδος που έχει επιλεγεί το δείγμα (12-30/09) είναι λίγες ημέρες πριν τις εκλογές του Οκτωβρίου του 1981. Ενδεικτικό είναι ότι ακόμη και τα τρία δείγματα που έχουν πρώτο θέμα από την κατηγορία «οικονομία» αυτό σχετίζεται άμεσα με τις πολιτικές εξελίξεις.²⁹

Ενδιαφέρον είναι επίσης το εύρημα στο ερευνητικό δείγμα του 1989, όπου κανένα βασικό θέμα δεν προέρχεται από την κατηγορία «Οικονομία» ενώ στα επιμέρους θέματα της πρώτης σελίδας οι ειδήσεις οικονομικού περιεχομένου είναι αρκετά χαμηλά.

²⁹«Η Καθημερινή» (12/09/1981): «Αναστέλλονται τα χρέη αγροτών και βιοτεχνών για μια πενταετία (1982-1987)», «Η Καθημερινή» (29/09/1981): «Πυρετωδώς ετοιμάζονται νέα οικονομικά μέτρα από τα δύο μεγάλα κόμματα», «Η Καθημερινή» (20-21/09/1981): «Η κρισιμότητα των εκλογών προκαλεί ήδη δυσμενείς συνέπειες στην οικονομία».



Γράφημα 18: Κατηγορία κύριου θέματος ανά εξεταζόμενη περίοδο

Αναλυτικά, με βάση την κατηγοριοποίηση του βασικού θέματος, τα 56 (74,6%) είναι πολιτικά ενώ τα 17 (22,6%) προέρχονται από την κατηγορία «Ελλάδα». Μεγάλος αριθμός πρώτων θεμάτων το 1989 αφορά στη δολοφονία Μπακογιάννη από τη 17^η Νοέμβρη και τα οποία εντάσσονται στην κατηγορία «Ελλάδα».

Τέλος, άλλα δύο κύρια θέματα προέρχονται ένα από την κατηγορία «Κοινωνία» και ένα από την κατηγορία «Κόσμος» καλύπτοντας ποσοστό 1,1% η κάθε μία.

Η γενικότερη πολιτική των κομμάτων, τόσο σε επίπεδο συνεννόησης και λειτουργίας όσο και σε επίπεδο στάσης απέναντι στα κρίσιμα ζητήματα του δημόσιου βίου απασχολεί τα πρωτοσέλιδα του αθηναϊκού Τύπου και το 1995. Ωστόσο, όπως προκύπτει από την έρευνα, τα θέματα πολιτικού ενδιαφέροντος μειώνονται σε σχέση με τις προηγούμενες περιόδους και αυξάνονται τα θέματα που σχετίζονται με την οικονομία. Σύμφωνα με τις μετρήσεις το 56% των κύριων θεμάτων αφορούν στην πολιτική ζωή, το 25,3% πρόκειται για ειδήσεις με οικονομική διάσταση, το 17,4% αποτελεί ειδησεογραφία ελληνικού ενδιαφέροντος και στο 1,1% διαμορφώνεται το ποσοστό των κοινωνικών θεμάτων.

Με μικρότερη συχνότητα συνεχίζουν να προβάλλονται τα πολιτικά ζητήματα ως κύρια θέματα το 2004. Το ποσοστό των κύριων θεμάτων που προέρχονται από την κατηγορία «Πολιτική» ανέρχεται σε 36% με το ποσοστό των θεμάτων από την κατηγορία «Ελλάδα»

στο 34,6%. Τα οικονομικά ζητήματα έχουν μπει πλέον δυναμικά στην ημερήσια ατζέντα των εφημερίδων με το ποσοστό να φτάνει στο 29,4%.

Το 2018 με τη χώρα να ταλανίζεται επί σειρά ετών από την κρίση, τα πολιτικά ζητήματα εμφανίζουν τα χαμηλότερα ποσοστά από το 1981 (34,6%) και τα θέματα της οικονομίας να ακολουθούν με ποσοστό 21,3%. Με βάση την επεξεργασία των δεδομένων ένα ποσοστό 8% αφορά θέματα ελληνικού ενδιαφέροντος, 6,6% είναι διεθνείς ειδήσεις και 2,6% είναι κοινωνικά θέματα.

Η συγκρότηση της ημερήσιας διάταξης στην ενημέρωση βασίζεται σε μια αρχή, την οποία περιέγραψε ο Σεραφείμ Φυντανίδης (1999: 39): «Το πιο ενδιαφέρον είναι αυτό που γίνεται όσο το δυνατόν πιο κοντά στον τόπο σου. Η πρώτη επιλογή που έχει ο δημοσιογράφος είναι η γειτονιά του».

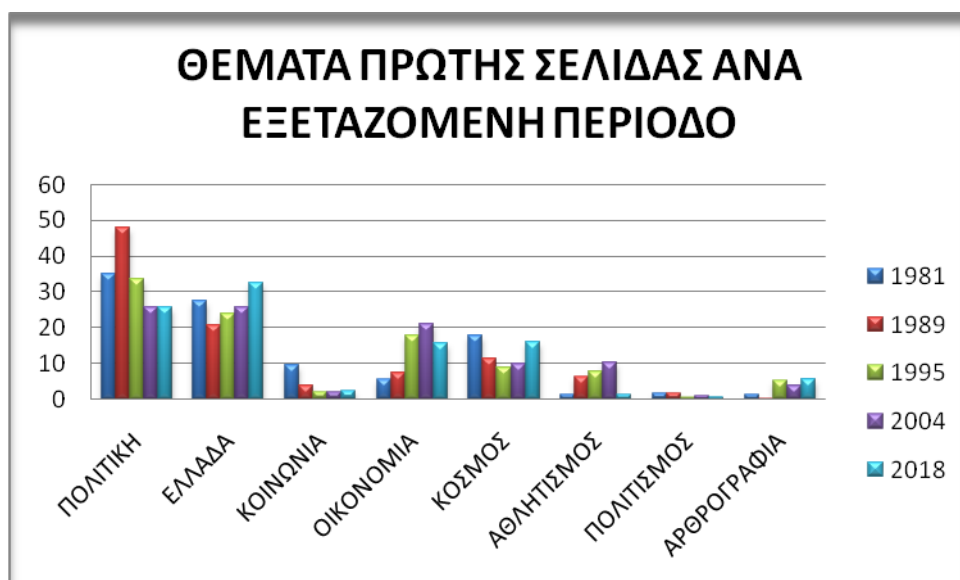
Η «συνταγή» αυτή ακολουθείται και από τις πέντε εφημερίδες, που στις πρώτες σελίδες τους οι ειδήσεις που επιλέγουν να προβάλλουν είναι στη συντριπτική τους πλειοψηφία ελληνικού ενδιαφέροντος. Όπως αποτυπώνεται και στο γράφημα 20 η κατηγορία «Πολιτική» παραμένει ψηλά στην ατζέντα των θεμάτων της πρώτης σελίδας (με ποσοστό 33,2%) καθ' όλη την εξεταζόμενη περίοδο ωστόσο αρκετά συχνά εμφανίζονται και τα θέματα της κατηγορίας «Ελλάδα» (26,2%).

Οι εξωτερικές ειδήσεις, παρά το γεγονός ότι ως πρώτα θέματα εμφανίζονται μόλις έξι φορές, καλύπτονται συστηματικά στην πρώτη σελίδα, με δεδομένο ότι καταγράφεται ένα ποσοστό 13,4%, υψηλότερο από τα οικονομικά θέματα (13%). Στις υπόλοιπες ειδήσεις, μικρότερο μερίδιο κατέχουν οι αθλητικές ειδήσεις (5%), τα κοινωνικά θέματα (4,8%) αλλά και η αρθρογραφία (3,1%).



Γράφημα 19: Διαχρονική εξέλιξη θεματικών κατηγοριών που προβάλλονται στην πρώτη σελίδα

Από την καταμέτρηση των θεμάτων που προβάλλονται στις πρώτες σελίδες των εφημερίδων, συμπεριλαμβανομένου και του πρώτου θέματος διαπιστώνουμε ότι το 1989 αποτελεί την περίοδο όπου καταγράφεται ο μεγαλύτερος αριθμός πολιτικών ειδήσεων (47,8%). Υψηλά είναι τα ποσοστά των θεμάτων που προέρχονται από την κατηγορία «Πολιτική» και το 1981 (35%) ενώ από το 1995 καταγράφεται μια πτωτική πορεία με τα ποσοστά να ανέρχονται στο 33,8% το 1995, στο 25,8% το 2004 και στο 25,6% το 2018.



Γράφημα 20: Θεματικές κατηγορίες που προβάλλονται στην πρώτη σελίδα ανά εξεταζόμενη περίοδο

Οριακές διαφοροποιήσεις καταγράφονται στα θέματα ελληνικού ενδιαφέροντος καθ'όλη την εξεταζόμενη περίοδο με τα ποσοστά να διαμορφώνονται σε 27,4% το 1981, 20,8% το 1989, 23,8% το 1995, 25,8% το 2004 και 32,6% το 2018. Από την έρευνα διαπιστώνουμε ότι τα κοινωνικά θέματα δεν προβάλλονται σε μεγάλο βαθμό στις πρώτες σελίδες των εφημερίδων με τις περισσότερες ειδήσεις να καταγράφονται το 1981 (9,5%) και σταθερά πτωτική τροχιά με ποσοστά 4% το 1989, 2,2% το 1995, 2% το 2004 και μια μικρή ανάκαμψη το 2018 (2,4%). Σε ό,τι αφορά τα θέματα που προέρχονται από την κατηγορία «Οικονομία» τις δύο πρώτες χρονικές περιόδους κινούνται σε χαμηλά επίπεδα (5,6% και 7,4% αντίστοιχα).

Από το 1995 βλέπουμε μια αξιοσημείωτη μετατόπιση του ενδιαφέροντος σε οικονομικά θέματα, τα οποία συναντώνται όλο και πιο συχνά στην πρώτη σελίδα. Το υψηλότερο ποσοστό καταγράφεται το 2004 (21%), μια περίοδο όπου διατηρείται η «ευφορία» από την αναπτυξιακή ώθηση των προηγούμενων χρόνων λόγω της ένταξης της χώρας στην ΟΝΕ και της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων. Σημαντικός αριθμός οικονομικών ειδήσεων φιλοξενούνται στις πρώτες σελίδες των εφημερίδων και το 2018, απόρροια της δεκαετούς οικονομικής κρίσης, που ταλανίζει τη χώρα.

Το ενδιαφέρον για τις διεθνείς ειδήσεις δεν είναι αμελητέο ιδιαίτερα το 1981 όπου καταγράφεται ο μεγαλύτερος αριθμός θεμάτων από την κατηγορία «Κόσμος» με το ποσοστό να φτάνει στο 17,8%. Το ενδιαφέρον για την προβολή θεμάτων από το εξωτερικό δελτίο παραμένει υψηλό και το 1989, (11,5%) αλλά και το 2018 (15,9%). Μονοψήφια ποσοστά καταγράφονται το 1995 και το 2004 (8,9% και 9,9% αντίστοιχα).

Μονοψήφια ποσοστά καταγράφονται και τις άλλες δύο κατηγορίες «Αθλητισμός» και «Πολιτισμός», με εξαίρεση το 2004, όπου το ποσοστό των αθλητικών ειδήσεων ανέρχεται σε 10,3%. Σε ό,τι αφορά τα άρθρα και τις γνώμες που φιλοξενούνται στην πρώτη σελίδα διαπιστώνουμε ότι ο μεγαλύτερος αριθμός καταγράφεται το 2018 (5,8%)³⁰ και το 1995 (5,2%) ενώ τις άλλες περιόδους κινείται από το 0,3% έως το 5,8%.

³⁰ Η εφημερίδα «Καθημερινή» σε αρκετές περιπτώσεις φιλοξενεί δύο άρθρα-γνώμες.

Σύνοψη

Σχετικά με το ερώτημα που θέσαμε για το ποιες είναι οι θεματικές κατηγορίες, στις οποίες εστιάζουν οι εφημερίδες τόσο ως προς το βασικό τους θέμα, όσο και για τις υπόλοιπες ειδήσεις επιλέγεται να προβληθούν στην πρώτη σελίδα εξήχθησαν τα εξής αποτελέσματα:

1. Τα πρωτοσέλιδα του αθηναϊκού Τύπου διαχρονικά ιεραρχούν πολύ ψηλά τα θέματα που προέρχονται από το πεδίο της πολιτικής.
2. Τα πρωτοσέλιδα στα οποία προβάλλεται ως κυρίαρχο, θέμα από την κατηγορία «Πολιτική» είναι 208 (58%).
3. Σταδιακά διαπιστώνεται μια μετακίνηση του ενδιαφέροντος από την πολιτική στην οικονομία και στα θέματα της κατηγορίας «Ελλάδα» ωστόσο οι πολιτικές ειδήσεις διαχρονικά υπερτερούν αριθμητικά των άλλων κατηγοριών.
4. Ως προς το μείγμα των θεματικών κατηγοριών που επιλέγεται να προβληθούν στην πρώτη σελίδα διαπιστώνουμε ότι η «Πολιτική» ιεραρχείται ως πρώτη (33%), με τις ειδήσεις ελληνικού ενδιαφέροντος να ακολουθούν. Αξιοσημείωτος είναι και ο αριθμός των οικονομικών και των διεθνών ειδήσεων.
5. Στη συντριπτική πλειοψηφία των πρωτοσέλιδων το 1981 (95%) και το 1989 (74,6%) το βασικό θέμα είναι πολιτικό.

4.1.3 Ερμηνευτικά πλαίσια πρώτου θέματος

Ερώτημα 5ο: *Για την παρουσίαση του κύριου θέματος επιλέγεται συγκρουσιακή, συναινετική ή πλαισίωση ίσων αποστάσεων;*

«Η εν δυνάμει συγκρουσιακή φύση ενός θέματος το καθιστά είδηση, καθώς οι υποστηρικτές και οι πολέμιοι αντιμάχονται επ' αυτού σε μια δημόσια "αρένα" την οποία στις σύγχρονες κοινωνίες απαρτίζουν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης» υποστηρίζουν οι

Dearing και Rogers (2005) και αυτό αποτυπώνεται και στη θεματολογία που έχει καταγραφεί στο πλαίσιο της έρευνάς μας.

Όπως προκύπτει από τη στατιστική επεξεργασία των δεδομένων στο σύνολο του δείγματος (γραφ. 22), κυριαρχεί η «συγκρουσιακή» πλαισίωση με ποσοστό 40,6% (146 δημοσιεύματα). Ακολουθεί η πλαισίωση των «ίσων αποστάσεων» με 126 δημοσιεύματα και ποσοστό 35% ενώ οι ειδήσεις, η πλαισίωση των οποίων γίνεται με συναινετικό τρόπο είναι 126 και το ποσοστό ανέρχεται στο 24,4%.



Γράφημα 21: Διαχρονική εξέλιξη των πλαισίων παρουσίασης του κύριου θέματος

Την πρώτη εξεταζόμενη περίοδο (1981) παρά το γεγονός ότι πρόκειται για προεκλογική περίοδο και με έντονη πολιτική αντιπαράθεση και υψηλούς τόνους κάτι που αποτυπώνεται και στα πρωτοσέλιδα, ωστόσο η συγκρουσιακή πλαισίωση δεν κυριαρχεί, όπως θα περιμένε κανείς.

Από τα 60 πρώτα θέματα, μόλις τα 20 είναι συγκρουσιακά με το ποσοστό να ανέρχεται στο 33,4% έναντι 36,6% της συναινετικής πλαισίωσης και 30% της παρουσίασης των θεμάτων με ουδέτερο τρόπο.

Η περίοδος αυτή είναι και η μόνη κατά την οποία η συγκρουσιακή προσέγγιση δεν κυριαρχεί. Τη ζυγαριά υπέρ της συναινετικής πλαισίωσης γέρνει η «Η Καθημερινή» όντας πολιτικά προσανατολισμένη στον χώρο της κεντροδεξιάς και η οποία, με πρωτοσέλιδα

όπως «Με δυναμική ανανέωση η ΝΔ διεκδικεί εκλογική νίκη» (18-09-1981) ή «Αναστέλλονται τα χρέη αγροτών και βιοτεχνών για μια πενταετία», επιδιώκει μια άλλη προσέγγιση υποστηρίζοντας την τότε κυβέρνηση της Νέας Δημοκρατίας. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι μόλις ένα πρωτοσέλιδο³¹ έχει συγκρουσιακή πλαισίωση. Όπως φαίνεται και στο γράφημα 23, η περίοδος όπου το στοιχείο της σύγκρουσης κυριαρχεί στην παρουσίαση των θεμάτων, είναι το 2018 όπου φτάνει στο 49,3% ενώ οι ειδήσεις με το ερμηνευτικό πλαίσιο ίσων αποστάσεων ανέρχονται σε ποσοστό 34,6%. Η συναινετική πλαισίωση εντοπίζεται μόνο σε 12 δημοσιεύματα και το ποσοστό κυμαίνεται στο 16%.

Εξίσου ψηλά κινείται η συγκρουσιακή πλαισίωση και το 1989 όπου η πολιτική επικαιρότητα με το σκάνδαλο Κοσκωτά και την παραπομπή του Ανδρέα Παπανδρέου και άλλων τεσσάρων πολιτικών στο Ειδικό Δικαστήριο ευνοεί την παρουσίαση των θεμάτων υπό το συγκρουσιακό πλαίσιο.

Την ανάδειξη των συγκρούσεων ευνοεί η θεματολογία και το 1995 με την υγεία του Ανδρέα Παπανδρέου να έχει επιδεινωθεί και τη Δήμητρα Λιάνη να βρίσκεται στο στόχαστρο μερίδας του Τύπου.³² Τα πλαισιώμενα με συγκρουσιακό τρόπο δημοσιεύματα ανέρχονται σε ποσοστό 40,6%, αυτά που παρουσιάζονται με συναινετικό τρόπο σε ποσοστό 24,4% και όσα τηρούν ίσες αποστάσεις φτάνουν στο 35%.

Το 2004, ο θετικός απόηχος από την επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων παραμένει ακόμη νωπός και παρά το γεγονός ότι αρχίζουν πολύ αχνά τα πρώτα σημάδια της κρίσης με τις Βρυξέλλες να ζητούν έλεγχο των οικονομικών προ του 2000 και την κυβέρνηση να καταθέτει προϋπολογισμό λιτότητας, στα πρωτοσέλιδα εμφανίζεται σημαντικά υψηλό ποσοστό πλαισίωσης ίσων αποστάσεων (36%). Στο 38% ανέρχεται το ποσοστό των θεμάτων που πλαισιώνονται συγκρουσιακά και στο 25,3% αυτά που πλαισιώνονται συναινετικά.

³¹ «Η Καθημερινή» (22-09-1981): «Ράλλης: Οι αντίπαλοί μας είναι και αντίπαλοι της Δημοκρατίας»

³² Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η εφημερίδα «Ελεύθερος Τύπος», δεύτερη σε πωλήσεις εφημερίδα την περίοδο εκείνη, όπου στα 15 κύρια θέματα τα 13 ακολουθούν συγκρουσιακή πλαισίωση, όπως π.χ. στο φύλλο της 15^{ης} Σεπτεμβρίου 1995: «Η εξουσία στους αυλικούς», στο φύλλο της 19^{ης} Σεπτεμβρίου 1995: «Στα πόδια της Δήμητρας υπουργοί και κανάλια» ή στο φύλλο της 27^{ης} Σεπτεμβρίου 1995: «Κρύβουν την αλήθεια- Ανίκανος να ασκήσει τα καθήκοντά του ο Έλληνας πρωθυπουργός».



Γράφημα 22: Εξέλιξη πλαisiώσης Ι του κύριου θέματος ανά εξεταζόμενη περίοδο

Αναλυτικά τα ευρήματα για τον συγκεκριμένο τρόπο πλαisiώσης ανά εφημερίδα έχουν ως εξής:



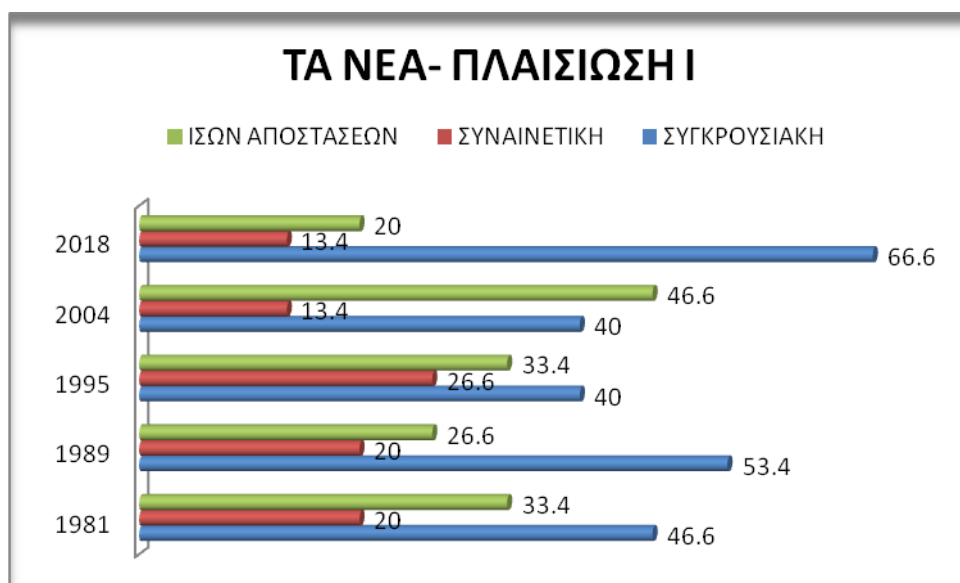
Γράφημα 23: Εξέλιξη πλαisiώσης Ι ανά εφημερίδα

-«Ελευθεροτυπία»: Η πλαisiώση που κυριαρχεί είναι η «συγκρουσιακή» με ποσοστό 49,4% και ακολουθεί η πλαisiώση ίσων αποστάσεων με ποσοστό 32%. Τα δημοσιεύματα που παρουσιάζονται με συναινετικό τρόπο ανέρχονται σε ποσοστό 18,6%.



Γράφημα 24: «Ελευθεροτυπία»: Πλαισίωση Ι ανά εξεταζόμενη περίοδο

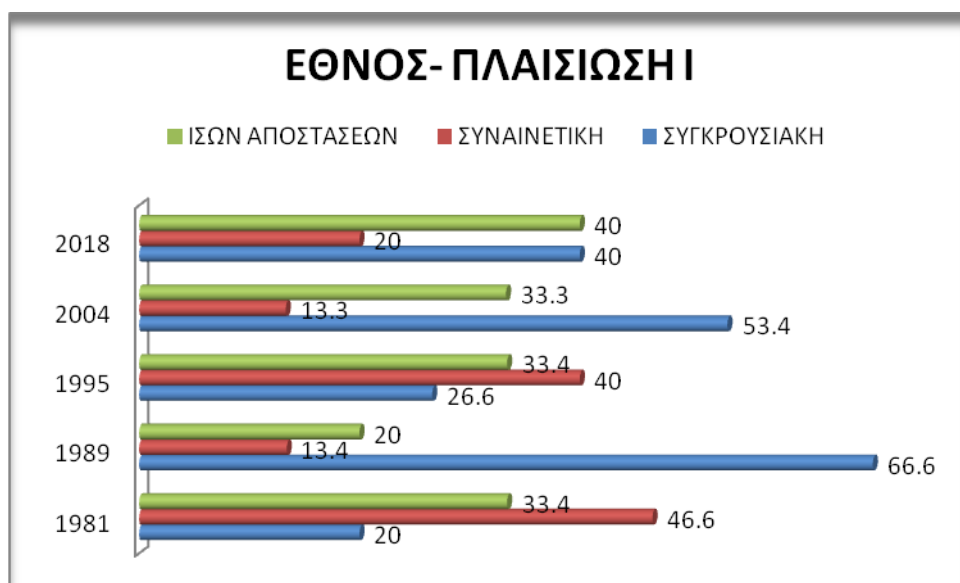
-«Τα Νέα»: Με ποσοστό 44% κυριαρχεί η «συγκρουσιακή» πλαισίωση έναντι 34,6% της πλαισίωσης «ίσων αποστάσεων» και 21,4% της «συναινετικής» πλαισίωσης.



Γράφημα 25: «Τα Νέα»: Πλαισίωση Ι ανά εξεταζόμενη περίοδο

-«Έθνος»: Σχεδόν μοιρασμένα μεταξύ «συγκρουσιακής» πλαισίωσης και πλαισίωσης «ίσων αποστάσεων» είναι τα κύρια θέματα στις πρώτες σελίδες της εφημερίδας με ποσοστά 38,6% και 36% αντίστοιχα. Το υπόλοιπο 25,4% αφορά σε δημοσιεύματα που πλαισιώνονται με τρόπο συναινετικό. Όπως αποτυπώνεται και στο γράφημα 27, το «Έθνος» την πρώτη

εξεταζόμενη περίοδο εμφανίζει υψηλά ποσοστά θεμάτων που παρουσιάζονται με συναινετικό τρόπο, όπως και το 1995.



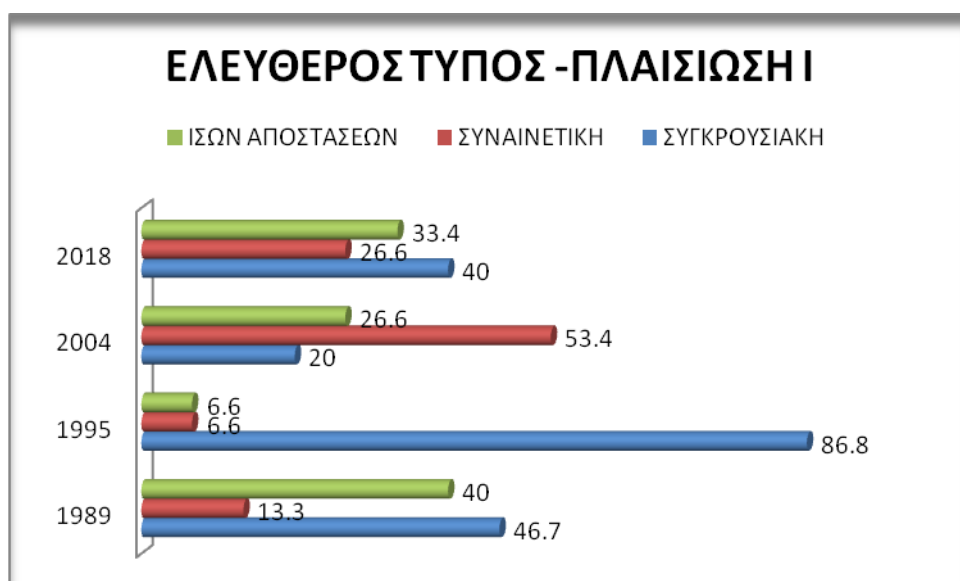
Γράφημα 26: «Εθνος»: Πλαισίωση Ι ανά εξεταζόμενη περίοδο

«Η Καθημερινή»: Αποτελεί την μόνη από τις πέντε εφημερίδες όπου κυριαρχεί στο σύνολο του δείγματος η πλαισίωση «ίσων αποστάσεων» με ποσοστό 42,6%. Επίσης σε υψηλό ποσοστό κυμαίνονται και οι ειδήσεις που επιλέγεται να παρουσιαστούν με συναινετικό τρόπο και φτάνουν το 29,4% ξεπερνώντας τις ειδήσεις με «συγκρουσιακή» πλαισίωση το ποσοστό των οποίων ανέρχεται στο 28%.



Γράφημα 27: "Η Καθημερινή": Πλαισίωση Ι ανά εξεταζόμενη περίοδο

«Ελεύθερος Τύπος»: Οι ειδήσεις που παρουσιάζονται με συγκρουσιακό τρόπο ανέρχονται σε ποσοστό 41,6%, με συναινετικό τρόπο σε ποσοστό 30% και αυτές που έχουν πλαισίωση «ίσων αποστάσεων» φτάνουν στο 28,4%.



Γράφημα 28: «Ελεύθερος Τύπος»: Πλαισίωση Ι ανά εξεταζόμενη περίοδο

Σύνοψη

Αναφορικά με το ερώτημα που θέσαμε για τη συχνότητα της συγκρουσιακής, της συναινετικής ή της πλαισίωσης ίσων αποστάσεων του στην παρουσίαση των κύριων θεμάτων στα πρωτοσέλιδα του αθηναϊκού Τύπου, προκύπτουν τα εξής αποτελέσματα:

1. Η πλαισίωση που κυριαρχεί στο σύνολο των δημοσιευμάτων είναι η συγκρουσιακή (40,6%), με τα υψηλότερα ποσοστά να καταγράφονται το 2018 και το 1989.
2. Ακολουθεί η πλαισίωση των «ίσων αποστάσεων» για το 35% των δημοσιευμάτων. Το υψηλότερο ποσοστό δημοσιευμάτων που τηρούν ουδέτερη στάση καταγράφεται το 2004.
3. Το ποσοστό των ειδήσεων που πλαισιώνεται με συναινετικό τρόπο στο σύνολο του δείγματος ανέρχεται στο 24,4% ενώ το 1981 είναι η περίοδος όπου εμφανίζονται τα περισσότερα δημοσιεύματα που έχουν πλαισίωση συναινετική.
4. Ο «Ελεύθερος Τύπος» εμφανίζει τη μεγαλύτερη συχνότητα «συγκρουσιακής» πλαισίωσης στα πρωτοσέλιδα του 1995 (86,8%).
5. Η μόνη από τις πέντε εφημερίδες της έρευνας, στην οποία κυριαρχεί στο σύνολο του δείγματος η πλαισίωση «ίσων αποστάσεων» με ποσοστό 42,6% είναι η «Καθημερινή».
6. Η «συγκρουσιακή» πλαισίωση κυριαρχεί στις εφημερίδες «Ελευθεροτυπία», «Τα Νέα» και «Εθνος».

Ερώτημα 6ο: Ποια πλαισίωση μεταξύ της «περιπτωσιολογικής» και της «θεματικής» κυριαρχεί στα πρωτοσέλιδα του αθηναϊκού Τύπου;

Οι Παπαθανασόπουλος, Καραδημητρίου και Ηλιάδη (2014: 92) υποστηρίζουν ότι η «τεχνική της πλαισίωσης έγκειται στη μετατροπή της φύσης των γεγονότων μέσω ενός συγκεκριμένου τύπου «στησίματος», ο οποίος εκφράζει την τάση των μέσων να ερμηνεύουν τα γεγονότα σύμφωνα με συγκεκριμένα πρότυπα». Σύμφωνα με τον Iyengar

(1991), η «περιπτωσιολογική» πλαισίωση οδηγεί στην αποσπασματική θέαση ενός προβλήματος, με έμφαση σε ένα μεμονωμένο περιστατικό, ενώ η «θεματική» πλαισίωση παρουσιάζει συλλογικές ή γενικές απεικονίσεις ενός προβλήματος.

Εν προκειμένω, παρά το γεγονός ότι τα πρώτα θέματα των εφημερίδων είναι πολιτικά, θέματα που αποτελούν κατεξοχήν πεδίο για την τοποθέτησή τους σε ένα ευρύτερο μακροκοινωνικό πλαίσιο, δηλαδή να πλαισιωθούν θεματικά ωστόσο στο σύνολο του δείγματος κυριαρχεί η «περιπτωσιολογική» προβολή των θεμάτων. Το 62% των βασικών θεμάτων πλαισιώνεται με αυτό τον τρόπο και μόλις το 38% ακολουθεί «θεματολογική» πλαισίωση.



Γράφημα 29: Διαχρονική εξέλιξη της πλαισίωσης II

Εξετάζοντας την πλαισίωση σε κάθε χρονική περίοδο παρατηρούμε ότι στο σύνολο του δείγματος, τα μεγαλύτερα ποσοστά περιπτωσιολογικής (επεισοδιακής) πλαισίωσης ως προς το περιεχόμενο των δημοσιευμάτων καταγράφονται το 1989 (74,6%) και το 1995 (66,6%).

Αντίθετα, το μεγαλύτερο ποσοστό θεματικής πλαισίωσης διαπιστώνεται το 1981 (45%) και το 2004 (49,4%). Πρόκειται για χρονικές περιόδους όπου η θεματολογία³³ ευνοεί την

³³ Η επικείμενη Αλλαγή με το ΠΑΣΟΚ το 1981 και η επερχόμενη λιτότητα μετά την «ανθηρή» περίοδο που προηγήθηκε των Ολυμπιακών Αγώνων, το 2004.

τοποθέτηση των ειδήσεων ακολουθώντας ουσιαστικά τις αρχές της θεματικής πλαισίωσης σε ένα ευρύτερο πλαίσιο με στόχο τη βαθύτερη κατανόηση των πολιτικών αποφάσεων και εξελίξεων.

Τέλος, το 2018 η «περιπτωσιολογική» πλαισίωση ανέρχεται σε ποσοστό 64% και η «θεματική» σε ποσοστό 36%.

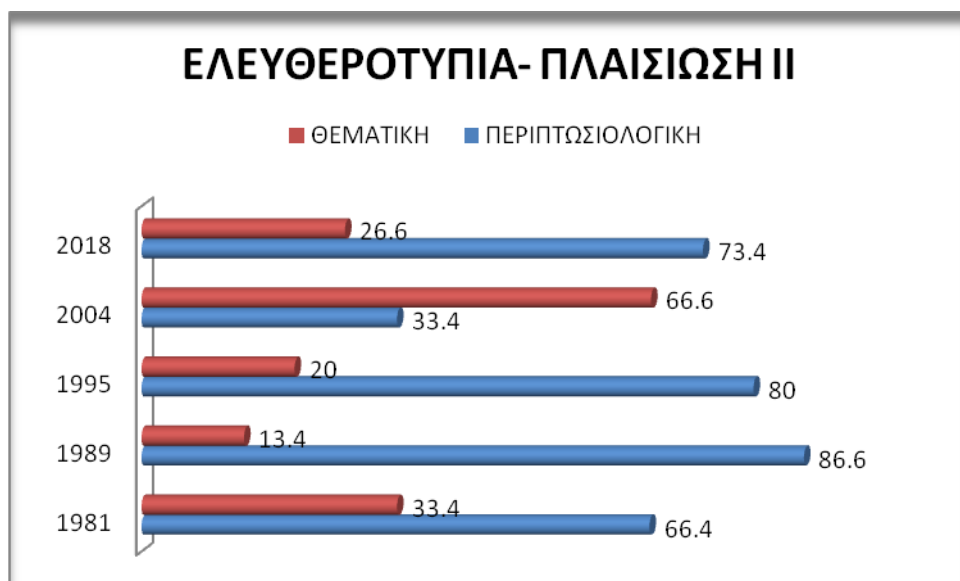


Γράφημα 30: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο

Η «Ελευθεροτυπία» εμφανίζει πολύ υψηλά ποσοστά «περιπτωσιολογικής»³⁴ πλαισίωσης μεταξύ των άλλων εφημερίδων φτάνοντας στο 68%. Οι περίοδοι με τα υψηλότερα ποσοστά αυτού του τρόπου πλαισίωσης των βασικών της θέματων καταγράφονται το 1989 (86,6%) και το 1995 (80%). Στο σύνολο του δείγματος η «θεματική»³⁵ προσέγγιση στον τρόπο παρουσίασης των θεμάτων φτάνει στο 32%.

³⁴ «Ελευθεροτυπία», παραδείγματα «περιπτωσιολογικής» πλαισίωσης: Στο φύλλο της 18^{ης} Σεπτεμβρίου 1981: «Μαύρος- Γλέζος στο ΠΑΣΟΚ», στο φύλλο της 30^{ης} Σεπτεμβρίου 1989: «Π. Κοροβέσης: Ίδου η δολοφονία μου», στο φύλλο της 23^{ης} Σεπτεμβρίου 2004: «Αποπομπή υπουργού για λόγους ασφαλείας»

³⁵ «Ελευθεροτυπία» παραδείγματα «θεματικής» πλαισίωσης: Στο φύλλο της 22^{ης} Σεπτεμβρίου 1981: «16 τολμηρά μέτρα για τη γυναίκα», στο φύλλο της 21^{ης} Σεπτεμβρίου 1989: «Πρώτο εδώλιο για Έλληνα πρωθυπουργό», στο φύλλο της 17^{ης} Σεπτεμβρίου 2018: «Μπορεί μόνο νεοφιλελεύθερα-Ο Κ. Μητσοτάκης παρουσίασε το πρόγραμμα της ΝΔ»

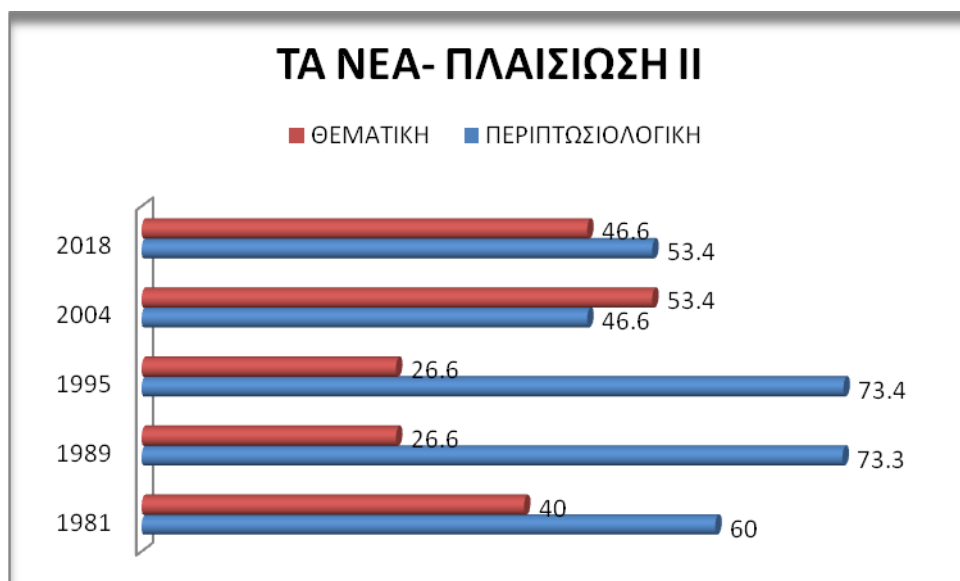


Γράφημα 31: «Ελευθεροτυπία»: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο

Όπως προκύπτει από την επεξεργασία των δεδομένων, η εφημερίδα «Τα Νέα» προσεγγίζει «περιπτωσιολογικά»³⁶ το 61,4% των θεμάτων της στο σύνολο του δείγματος και «θεματικά»³⁷ το 38,6%. Οι περίοδοι με τα μεγαλύτερα ποσοστά «περιπτωσιολογικής» πρόσεγγισης για την εφημερίδα «Τα Νέα» είναι το 1989 (73,3%) και το 1995 (73,4%). Το μικρότερο ποσοστό καταγράφεται το 2004 με τη «θεματική» πλαισίωση να υπερτερεί έναντι της «περιπτωσιολογικής» με ποσοστό 53,4%.

³⁶ «Τα Νέα», παραδείγματα «περιπτωσιολογικής» πλαισίωσης: Στο φύλλο της 27^{ης} Σεπτεμβρίου 1995: «Ανησύχησε όλους ο Ανδρέας», στο φύλλο της 19^{ης} Σεπτεμβρίου 1989: «Οι υποκλοπές στη Βουλή -Αποχή του ΠΑΣΟΚ από την ψηφοφορία»

³⁷ «Τα Νέα», παραδείγματα «θεματικής» πλαισίωσης: Στο φύλλο της 23^{ης} Σεπτεμβρίου 1989: «Βαθαίνει η κρίση της ΚΝΕ», στο φύλλο της 15^{ης} Σεπτεμβρίου 1989: «Πιο βαρύ το κλίμα- Με την πρόταση για παραπομπή», στο φύλλο της 18^{ης} Σεπτεμβρίου 1995: «Στα καζίνο η Ελλάδα αναστενάζει»

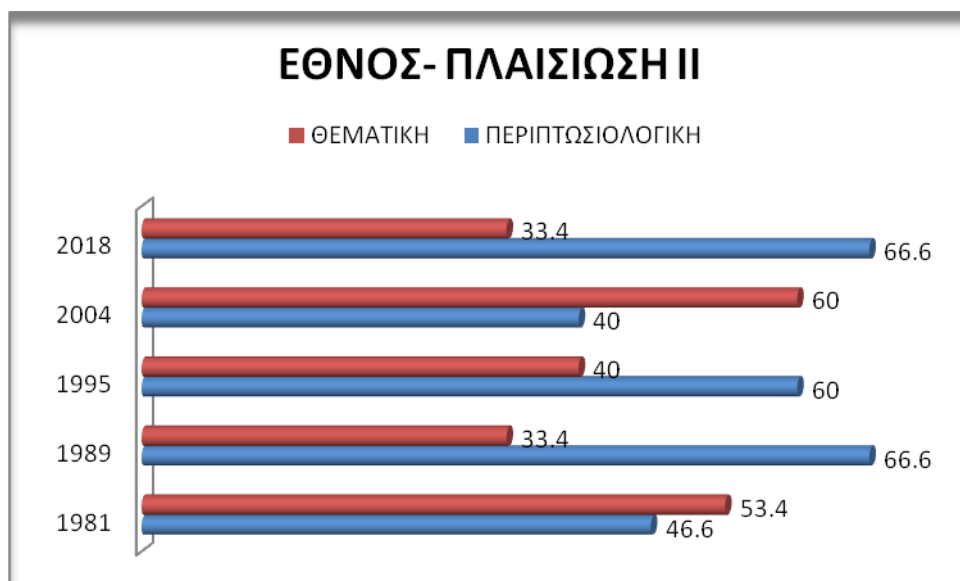


Γράφημα 32: «Τα Νέα»: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο

Στο 54.6% ανέρχονται τα συνολικά δημοσιεύματα στην εφημερίδα «Έθνος», τα οποία πλαισιώνονται «περιπτωσιολογικά»³⁸ και στο 45,4% αυτά που προσεγγίζονται «θεματικά».³⁹ Το 1981 η θεματολογική προσέγγιση κυριαρχεί με οκτώ (53,4%) δημοσιεύματα, όπως και το 2004 όπου μόλις τα έξι στα 15 δημοσιεύματα έχουν «περιπτωσιολογική» πλαισίωση με το ποσοστό της «θεματικής» πλαισίωσης να φτάνει στο 60%. Τις υπόλοιπες χρονικές περιόδους καταγράφεται για το 1989 ποσοστό 66,6% (10 πρωτοσέλιδα) που ακολουθούν «επεισοδιακή» πλαισίωση και 33,4% «θεματική», για το 1995 ποσοστό 60% (εννέα πρωτοσέλιδα) «περιπτωσιολογική» και 40% (έξι πρωτοσέλιδα) «θεματολογική» και τέλος για το 2018 από την επεξεργασία των δεδομένων προκύπτει ότι πρόκειται για μια χρονική περίοδο όπου η «περιπτωσιολογική» πλαισίωση κυριαρχεί με ποσοστό 66,6% έναντι 33,4% της «θεματικής».

³⁸ «Έθνος», παραδείγματα «περιπτωσιολογικής» πλαισίωσης: Στο φύλλο της 28^{ης} Σεπτεμβρίου 1981: «Μάχη στην TV Ανδρέα-Ράλλη», στο φύλλο της 23^{ης} Σεπτεμβρίου 1995: «Έγκλημα: Σκότωναν καρδιές για να βάζουν βηματοδότες».

³⁹ «Έθνος», παραδείγματα «θεματικής» πλαισίωσης: Στο φύλλο της 24^{ης} Σεπτεμβρίου 1989: «Τι ψηφίζει σήμερα ο Έλληνας», στο φύλλο της 22^{ης} Σεπτεμβρίου 2004: «Ουραγοί στην Ευρώπη σε υγεία, παιδεία, πολιτισμό».

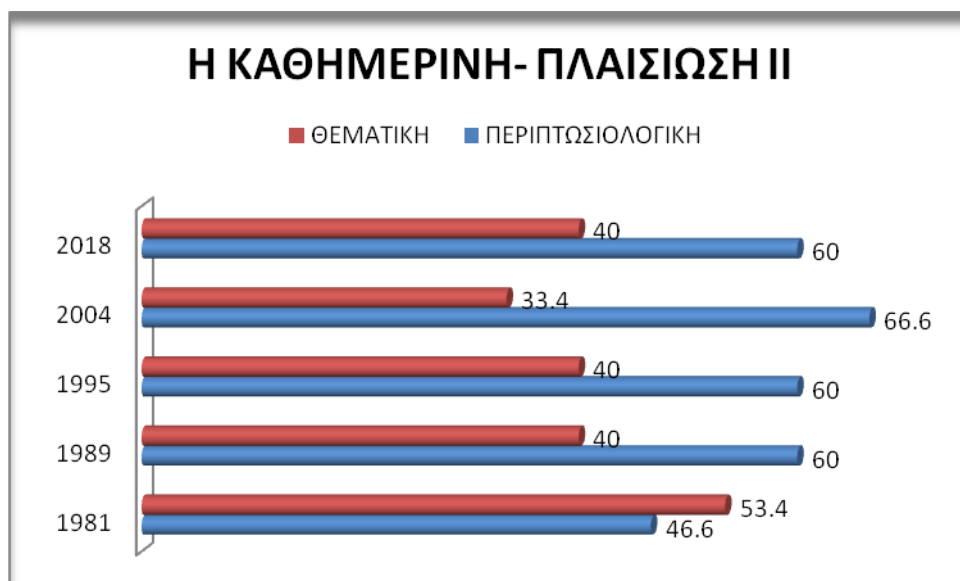


Γράφημα 33: «Εθνος»: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο

Το δεύτερο υψηλότερο ποσοστό «θεματικής»⁴⁰ πλαισίωσης, μετά το «Εθνος» κατέχει η εφημερίδα «Η Καθημερινή» με 31 κύρια θέματα να παρουσιάζονται με αυτό τον τρόπο και το ποσοστό να ανέρχεται στο 41,4% έναντι 58,6% των δημοσιευμάτων που πλαισιώνονται «περιπτωσιολογικά»⁴¹.

⁴⁰ « Η Καθημερινή», παραδείγματα «θεματικής» πλαισίωσης: Στο φύλλο της 29^{ης} Σεπτεμβρίου 1995: «*Βγήκαν τα μεγάλα μαχαίρια στο ΠΑΣΟΚ*», στο φύλλο της 26^{ης} Σεπτεμβρίου 2004: «*Αντιμέτωποι με τα ψεύδη της οικονομίας και των ΜΜΕ*».

⁴¹ « Η Καθημερινή», παραδείγματα «περιπτωσιολογικής» πλαισίωσης: Στο φύλλο της 15^{ης} Σεπτεμβρίου 1981: «*Ορκίζεται την Πέμπτη η νέα κυβέρνηση υπό τον κ. Ράλλη για τη διενέργεια εκλογών*», στο φύλλο της 30^{ης} Σεπτεμβρίου 2018: «*Το σκάνδαλο της Folli Follie τρομάζει τους επενδυτές*».



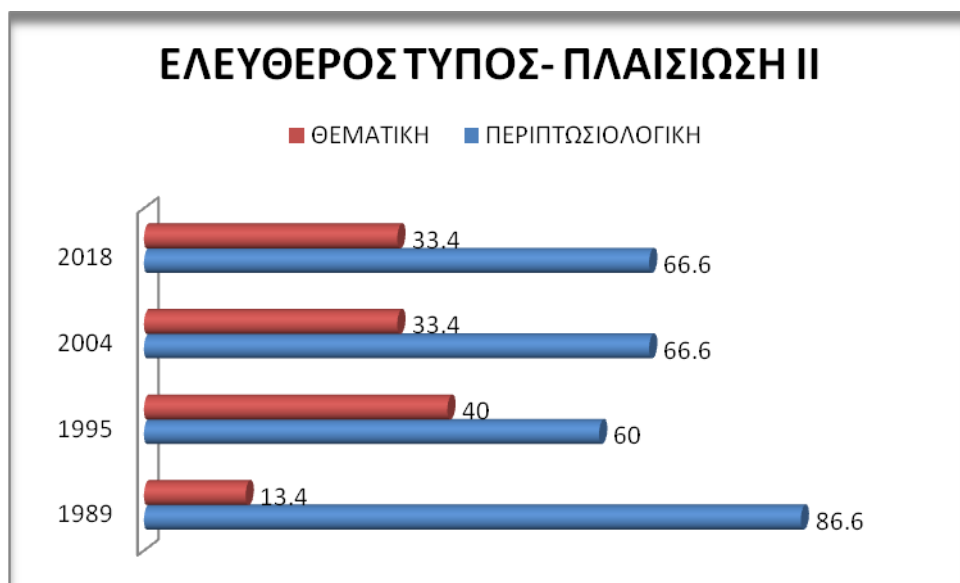
Γράφημα 34: «Η Καθημερινή»: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο

Η «περιπτωσιολογική»⁴² πλαισίωση στην εφημερίδα «Ελεύθερος Τύπος» κινείται στο 70% και η «θεματική»⁴³ στο 30%. Το 1989 καταγράφονται τα περισσότερα «περιπτωσιολογικά» πλαισιωμένα δημοσιεύματα (13) με το ποσοστό να διαμορφώνεται στο 86,6% έναντι 13,4% των δημοσιευμάτων που προσεγγίζονται «θεματικά». Υψηλά ποσοστά «επεισοδιακής» πλαισίωσης καταγράφονται επίσης το 2004 και το 2018, καθώς ανέρχονται στο 66,6% έναντι 33,4% που αποτελεί το ποσοστό των «θεματικά» πλαισιωμένων ειδήσεων.

Τέλος, το 1995 κυριαρχεί και πάλι η περιπτωσιολογική προσέγγιση των θεμάτων με ποσοστό 60% ενώ η «θεματική» κινείται στο 40%.

⁴² «Ελεύθερος Τύπος» παραδείγματα «περιπτωσιολογικής» πλαισίωσης: Στο φύλλο της 30^{ης} Σεπτεμβρίου 1989: «Πέντε συλλήψεις για τη δολοφονία Μπακογιάννη», στο φύλλο της 2^{ης} Σεπτεμβρίου 2018: «5 νέοι διαγωνισμοί για 5.468 προσλήψεις».

⁴³ «Ελεύθερος Τύπος» παραδείγματα «θεματικής» πλαισίωσης: Στο φύλλο της 28^{ης} Σεπτεμβρίου 2004: «Ως εδώ- Όχι άλλες θυσίες στους εργολάβους», στο φύλλο της 25^{ης} Σεπτεμβρίου 1995: «Στο φως η προδοσία- Ο Ανδρέας δέχεται ενυπογράφως το όνομα Μακεδονία».



Γράφημα 35: «Ελεύθερος Τύπος»: Πλαισίωση II ανά εξεταζόμενη περίοδο

Σύνοψη

Αναφορικά με το αρχικό μας ερώτημα για τον αν υπάρχουν διαφοροποιήσεις πλαισίωσης «περιπτωσιολογική», «θεματική» ανάλογα με τη χρονική περίοδο που εξετάζουμε, τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι- στο σύνολο του δείγματος- η «περιπτωσιολογική» πλαισίωση κυριαρχεί έναντι της «θεματικής» πλαισίωσης. Από την έρευνα προκύπτουν τα εξής αποτελέσματα:

1. Στο σύνολο του δείγματος κυριαρχεί με ποσοστό 62% η «περιπτωσιολογική» πλαισίωση, η οποία όπως προαναφέραμε αφορά στην αποσπασματική θέαση ενός προβλήματος, δίνοντας έμφαση σε ένα μεμονωμένο γεγονός χωρίς να το συνδέει με τις αιτίες του.
2. Η «θεματική» πλαισίωση καταγράφει τα υψηλότερα ποσοστά το 1981 και το 2004.
3. Το 1989 και το 1995 καταγράφονται τα περισσότερα δημοσιεύματα που πλαισιώνονται «περιπτωσιολογικά».
4. Το 2018 η «περιπτωσιολογική» πλαισίωση ανέρχεται σε ποσοστό 64% και η «θεματική» σε ποσοστό 36%.

5. Παρατηρούμε ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά περιπτωσιολογικής (επεισοδιακής) πλαισίωσης ως προς το περιεχόμενο των δημοσιευμάτων εμφανίζουν οι εφημερίδες «Ελευθεροτυπία» και «Ελεύθερος Τύπος» το 1989.
6. Τα μεγαλύτερα ποσοστά «θεματικής» προσέγγισης των δημοσιευμάτων εμφανίζουν η εφημερίδα «Εθνος» το 2004 και το 1981, περίοδο κατά την οποία και η εφημερίδα «Καθημερινή» εμφανίζει υψηλά ποσοστά «θεματικής» πλαισίωσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα διπλωματική εργασία επιχείρησε να εντοπίσει και να καταγράψει τις εξελίξεις που έχουν συντελεστεί τις τελευταίες δεκαετίες στον αθηναϊκό Τύπο. Συγκεκριμένα μέσα από τα πρωτοσέλιδα των πέντε ημερήσιων εφημερίδων που αποτέλεσαν το αντιπροσωπευτικό δείγμα, διερευνήθηκαν, οι μεταβολές στην αισθητική και το ύφος των εφημερίδων και τα νέα τεχνολογικά και σχεδιαστικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται.

Σε δεύτερο επίπεδο αντικείμενο της έρευνας αποτέλεσε το περιεχόμενο. Καταγράφηκε η ιεράρχηση της θεματολογίας μέσω των κατηγοριών που επιλέγονται να προταχθούν στην πρώτη σελίδα των εφημερίδων, καθώς και τα πλαίσια με τα οποία παρουσιάζονται.

5.1. Διαχρονική εξέλιξη των μορφικών στοιχείων του αθηναϊκού

Τύπου

► **1981:** Η πλειοψηφία του αθηναϊκού Τύπου το 1981 ακολουθώντας τα πρότυπα των μεγάλων ευρωπαϊκών εφημερίδων τυπώνεται σε ευρύ σχήμα. Την ανατροπή κάνει την ίδια περίοδο η εφημερίδα «Εθνος» που εκδίδεται σε μικρό σχήμα, τύπου ταμπλόιντ χωρίς ωστόσο να έχει καθ' ολοκληρίαν τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ως προς το περιεχόμενο, που συνοδεύουν αυτού του τύπου τις εφημερίδες στον ευρωπαϊκό εκδοτικό χώρο.

Η αισθητική και το ύφος της πρώτης σελίδας ακολουθούν το μοντέλο που υιοθετήθηκε κατά τη μεταπολιτευτική περίοδο, απόλυτα συνυφασμένο με τις τεχνολογικές δυνατότητες της εποχής. Ασπρόμαυρη πρώτη σελίδα, πυκνογραμμένες ειδήσεις καθέτως διατεταγμένες, μικρές εικαστικές παρεμβάσεις με φωτογραφίες και σκίτσα, πηχυαίοι τίτλοι, μεσότιτλοι,

προκειμένου να σπάει η μονοτονία του κειμένου, είναι τα στοιχεία που συνθέτουν την εικόνα των πρωτοσέλιδων στην αυγή της δεκαετίας του 1980.

Όπως προκύπτει από την έρευνα που κάναμε την περίοδο αυτή το βάρος πέφτει στον δημοσιογραφικό λόγο και δευτερεύουσα σημασία έχει η οπτική. Η χρήση φωτογραφιών, βασικό εικαστικό μορφικό στοιχείο της πρώτης σελίδας, είναι περιορισμένη στις μεγάλου σχήματος εφημερίδες αλλά συχνή στο «Εθνος» που φέρνει νέα δεδομένα στον εκδοτικό χώρο, καθώς εστιάζει στον εντυπωσιακό τίτλο και τη φωτογραφία αξιοποιώντας τις εκτυπωτικές δυνατότητες του συστήματος offset.

Ο τίτλος του βασικού θέματος συχνά εκτείνεται σε όλες τις στήλες και πολύ συχνή, σχεδόν καθολική είναι η χρήση υπότιτλων. Σε ελάχιστες περιπτώσεις το βασικό θέμα συνοδεύεται από μεγάλη φωτογραφία ενώ σε πέντε πρωτοσέλιδα δεν υπάρχει καθόλου φωτογραφία. Αντίθετα ο αθηναϊκός Τύπος φαίνεται πως δίνει έμφαση στις γελοιογραφίες, οι οποίες συναντώνται στα πρωτοσέλιδα της εποχής πολύ συχνά.

► **1989:** Αναζητώντας ένα νέο αναγνωστικό κοινό ο αθηναϊκός Τύπος ξεκινά τον εκσυγχρονισμό του στα τέλη της δεκαετίας του 1990. Η οκταετία από το 1981 μέχρι το 1989 αποτελεί τη χρονική περίοδο που συντελείται η μετάβαση των ΜΜΕ από την παραδοσιακή δομή σε μια σύγχρονη δομή. Το 1989 οι εφημερίδες, με εξαίρεση την «Καθημερινή» εγκαταλείπουν το μεγάλο σχήμα και εκδίδονται σε μικρό σχήμα ακολουθώντας την τακτική που υιοθέτησε το «Εθνος» το 1981.

Η συντριπτική πλειοψηφία των εφημερίδων είναι προσανατολισμένη στο μοντέλο της λαϊκής απογευματινής εφημερίδας μικρού σχήματος, μορφή, που διατηρείται μέχρι και σήμερα.

Ως προς την εικονογράφηση της πρώτης σελίδας διαπιστώνουμε ότι η φωτογραφία αποκτά όλο και περισσότερο χώρο στην πρώτη σελίδα. Στις περισσότερες περιπτώσεις δεν αποτελεί συμπληρωματικό στοιχείο του πρώτου θέματος όπως το 1981. Χωροθετείται κυρίως στη βάση της πρώτης σελίδας και επιλέγεται το βασικό θέμα να πλαισιωθεί με φωτογραφίες μικρότερου μεγέθους, αλλά και σκίτσα. Οι τίτλοι μεγεθύνονται και γίνονται πλέον εξάστηλοι. Την περίοδο αυτή οι τίτλοι που εκτείνονται σε όλο το εύρος της

εφημερίδας καταγράφουν τα υψηλότερα ποσοστά τους. Οι μεσότιτλοι διατηρούνται ως μορφικό στοιχείο ενώ ο ρόλος του υπέρτιτλου, όσο μεγαλώνει ο βασικός τίτλος αποκτά δευτερεύουσα σημασία. Το πρώτο θέμα της εφημερίδας εξακολουθεί με πολύ μικρότερη ωστόσο συχνότητα να συνοδεύεται από κείμενο ενώ ο αριθμός των ειδήσεων που προβάλλεται στην πρώτη σελίδα μειώνεται σημαντικά. Εξίσου σημαντική είναι η μείωση του αριθμού των θεμάτων που ολοκληρώνονται στο πρωτοσέλιδο.

► **1995:** Τα κείμενα αντιμετωπίζονται πλέον ιδιαίτερα στις κυριακάτικες εκδόσεις ως εικαστικά στοιχεία για τα ένθετα που προσφέρουν στο αναγνωστικό κοινό. «Το κυρίως σώμα της εφημερίδας θεωρείται ως το περιτύλιγμα των έγχρωμων ιλουστρασιών περιοδικών που έχουν ως ένθετα» σημειώνει ο Δημήτρης Ψυχογιός (2003). Το πέρασμα από το κείμενο στην εικόνα γίνεται ιδιαίτερα εμφανές το 1995. Όσο μικραίνουν τα κείμενα τόσο αυξάνονται οι φωτογραφίες, οι οποίες καταλαμβάνουν όλο και περισσότερο χώρο στις εφημερίδες. Όσο μειώνεται ο αριθμός των ειδήσεων που προβάλλονται στην πρώτη σελίδα τόσο πιο «ανάλαφρη» γίνεται η οπτική για τον αναγνώστη. Τα κενά μεταξύ των ειδήσεων διευρύνονται, οι βασικοί τίτλοι γίνονται πεντάστηλοι και η μια στήλη, είτε αριστερά είτε δεξιά, διατηρείται για «χτυπήματα» ειδήσεων και διαφημίσεις. Η κορυφή και η βάση της πρώτης σελίδας καταλαμβάνονται συχνά από τις διαφημίσεις των ενθέτων και των περιοδικών, που έχουν ήδη κάνει δυναμικά την εμφάνισή τους.

Η τάση ως προς την εικονογράφιση, είναι το βασικό θέμα της εφημερίδας να μην πλαισιώνεται με μεγάλου μεγέθους φωτογραφία, ενώ την περίοδο αυτή συναντάμε και την πρώτη μορφή infographics. Αυτό που παρατηρείται σχεδιαστικά είναι ότι το βάρος μετατοπίζεται στον τίτλο, που μεγαλώνει σε μέγεθος σε μια προσπάθεια προσέλκυσης του αναγνώστη και περιορίζεται το μέγεθος της φωτογραφίας αλλά όχι ο συνολικός αριθμός τους.

► **2004:** Το διαδίκτυο έχει δημιουργήσει ένα νέο πεδίο δυνατοτήτων και ένα νέο μοντέλο στη διανομή, τη διάδοση και την πρόσβαση στην ενημέρωση και την ψυχαγωγία και οι επιπτώσεις στον παραδοσιακό Τύπο είναι κάτι παραπάνω από ορατές. Την περίοδο αυτή, όπου καταμετρήθηκε ο μεγαλύτερος αριθμός φωτογραφιών, διαπιστώνεται μία τάση χρήσης πολλών και μικρών φωτογραφιών στην πρώτη σελίδα και απουσία βασικής

φωτογραφίας. Οι γραφικές αναπαραστάσεις έχουν πια δυναμική παρουσία δίνοντας μία άλλη αισθητική στην πρώτη σελίδα. Την ίδια περίοδο παγιώνεται ο πεντάστηλος βασικός τίτλος ενώ δίνεται μεγάλη έμφαση στους υπέρτιτλους και τους υπότιτλους.

Τα infographics αποκτούν σταδιακά ουσιαστικό ρόλο στον σχεδιασμό της πρώτης σελίδας, καθώς καταγράψαμε 25 πρωτοσέλιδα (ποσοστό 33,3%), που κάνουν χρήση των δυνατοτήτων που δίνουν τα νέα σχεδιαστικά εργαλεία εμπλουτίζοντας την πρώτη σελίδα, με πίνακες, γραφήματα ή συνθέσεις φωτογραφιών, περιορίζοντας ταυτόχρονα τα κείμενα.

► **2018:** Η οπτικοποίηση της είδησης και τα γραφικά έχουν μπει πλέον πολύ δυναμικά στην πρώτη σελίδα της εφημερίδας. Το 2018, η εικόνα ως στοιχείο προσέλκυσης του αναγνώστη αποτελεί ένα από τα βασικά δομικά μορφικά στοιχεία. Μεγάλων διαστάσεων φωτογραφίες, background, χρωματικές αντιθέσεις, φόντο αντί για εικόνα, infographics, συνθέτουν μια δυναμική πλέον πρώτη σελίδα στον αθηναϊκό Τύπο, η οποία φέρει πολλές ομοιότητες με τα περιοδικά ή τις ιστοσελίδες του διαδικτύου.

Η ταχύτητα στην ενημέρωση, απόρροια των νέων τεχνολογιών και της μετατόπισης του αναγνωστικού κοινού στα νέα μέσα, αφήνει ισχυρό αποτύπωμα στις πρώτες σελίδες των εφημερίδων. Μικρός αριθμός θεμάτων στην πρώτη σελίδα, εξάστηλοι εντυπωσιακοί τίτλοι σε εξίσου εντυπωσιακό φόντο, αντικατάσταση κειμένου από μικρούς υπότιτλους που δίνουν μια περιεκτική εικόνα της ειδησεογραφίας και πολύ συχνά πρωτοσέλιδα με ένα μόνο θέμα συνθέτουν μία εικόνα που επιδιώκεται να προσομοιάζει με αυτή του διαδικτύου.

5.1.2. Διαχρονική εξέλιξη του περιεχομένου στον αθηναϊκό Τύπο

► **1981:** Η δεκαετία του 1980, μία έντονη πολιτικά και επικοινωνιακά δεκαετία δημιουργεί ευνοϊκές συνθήκες για τη δυναμική εξάπλωση του αθηναϊκού Τύπου. Η συγκυρία της δεκαετίας ευνοεί ιδιαίτερα την ένταξη των πολιτικών θεμάτων στην ημερήσια ατζέντα. Το πρώτο θέμα των εφημερίδων την περίοδο αυτή είναι πολιτικό και μάλιστα σε ποσοστά που προσεγγίζουν το 100%. Οι πολιτικές ειδήσεις αποτελούν και ένα μεγάλο

ποσοστό της ύλης που προβάλλεται στην πρώτη σελίδα. Το 1981 η υπάρξη εκτεταμένου κειμένου που δίνει, σχεδόν, το σύνολο των πληροφοριών του βασικού θέματος στην πρώτη σελίδα, είναι καθολική. Ένα άλλο χαρακτηριστικό της περιόδου είναι ο μεγάλος αριθμός θεμάτων που προβάλλεται στην πρώτη σελίδα, οι μισές από τις οποίες είναι ολοκληρωμένες.

Η υπογραφή των ρεπορτάζ και των ειδήσεων από τους συντάκτες τους και δη από τους αρμόδιους, που έχουν την εμπειρία στον τομέα τους, αναμφίβολα δημιουργεί μια υπεραξία στον Τύπο. «Ο αριθμός των καλών εξειδικευμένων συντακτών, αυτών που είναι ικανοί να μιλούν ως ίσοι προς ίσους με τους ειδικούς του τομέα τους, είναι αυτός που σφράγισε την ποιότητα των καλύτερων εφημερίδων» (Roulet, 2009: 81).

Αντίστοιχα και η επώνυμη κριτική, ο σχολιασμός και η αρθρογραφία έχουν το δικό τους σημαντικό μερίδιο στην πιστότητα μιας εφημερίδας. Από την έρευνα που κάναμε προκύπτει ότι η υπογραφή στον αθηναϊκό Τύπο⁴⁴ ουσιαστικά εκλείπει από το 1981 και μετά και εντοπίζεται σχεδόν αποκλειστικά στην αρθρογραφία της εφημερίδας «Καθημερινή», που διαχρονικά – εκτός από την περίοδο του 1989- επικεντρώνεται σε αυτό το είδος του δημοσιογραφικού λόγου.

Σε ό,τι αφορά την πλαισίωση, παρά το γεγονός ότι διανύουμε μια υπερπολιτικοποιημένη περίοδο και με έντονη πολιτική αντιπαράθεση και υψηλούς τόνους κάτι που αποτυπώνεται και στα πρωτοσέλιδα, ωστόσο κυριαρχεί η συναινετική πλαισίωση. Το 1981 καταγράφονται τα μεγαλύτερα ποσοστά θεματικής πλαισίωσης. Οι περισσότερες ειδήσεις στην πρώτη σελίδα τοποθετούνται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο με στόχο τη βαθύτερη κατανόηση των πολιτικών αποφάσεων και εξελίξεων.

► **1989:** Η πολιτική αποτελεί τη «δεξαμενή» άντλησης του περιεχομένου του αθηναϊκού Τύπου και το 1989. Σχεδόν η μισή ύλη των εφημερίδων αφορά πολιτικές ειδήσεις, καθώς τόσο το πρώτο θέμα όσο και οι ειδήσεις που επιλέγεται να προταχθούν στην πρώτη σελίδα είναι από την κατηγορία «Πολιτική».

⁴⁴ Σε πολλές περιπτώσεις τα βασικά ρεπορτάζ των εφημερίδων που συμπεριλάβαμε στην έρευνα φέρουν υπογραφή του συντάκτη ωστόσο όχι στην πρώτη σελίδα αλλά στις εσωτερικές όπου συνεχίζονται τα ρεπορτάζ.

Ο αριθμός των ειδήσεων και των ιστοριών που προβάλλονται στην πρώτη σελίδα του αθηναϊκού Τύπου μειώνεται δραστικά, απόρροια αφενός της μετατροπής από το μεγάλο στο μικρό, τύπου ταμπλόιντ, σχήμα αλλά κυρίως λόγω των σχεδιαστικών αλλαγών που στοχεύουν στην οπτικοποίηση των εφημερίδων ώστε να προσαρμόζονται στο τηλεοπτικό απεικονιστικό πρότυπο.

Η πλειονότητα των δημοσιευμάτων το 1989 ήταν περιπτωσιολογικής πλαισίωσης, καταγράφονται μάλιστα τα υψηλότερα ποσοστά αυτού του τύπου πλαισίωσης, γεγονός που ενισχύει την πεποίθηση ο αθηναϊκός Τύπος χειρίστηκε τα πρώτα του θέματα με την οπτική μιας απλής καταγραφής των εξελίξεων. Ωστόσο σε αντίθεση με την προηγούμενη περίοδο, το 1989 όπου η πολιτική επικαιρότητα με το σκάνδαλο Κοσκωτά και την παραπομπή του Ανδρέα Παπανδρέου και άλλων τεσσάρων πολιτικών στο Ειδικό Δικαστήριο ευνοεί την παρουσίαση των θεμάτων υπό το συγκρουσιακό πλαίσιο, το οποίο και κυριαρχεί.

► **1995:** Σε μικρότερη ένταση από τις προηγούμενες χρονικές περιόδους, η γενικότερη πολιτική των κομμάτων, τόσο σε επίπεδο συνεννόησης και λειτουργίας όσο και σε επίπεδο στάσης απέναντι στα κρίσιμα ζητήματα του δημόσιου βίου εξακολουθεί να απασχολεί τα πρωτοσέλιδα του αθηναϊκού Τύπου και το 1995.

Από το 1995 βλέπουμε μια αξιοσημείωτη μετατόπιση του ενδιαφέροντος σε οικονομικά θέματα, τα οποία συναντώνται όλο και πιο συχνά στην πρώτη σελίδα.

Η περίοδος είναι έντονα πολιτικοποιημένη με το ΠΑΣΟΚ σε αποδρομή και την υγεία του Ανδρέα Παπανδρέου επιβαρυμένη και η επιλογή συγκρουσιακής και περιπτωσιολογικής πλαισίωσης προκρίνονται ως προσφορότερες για την παρουσίαση των θεμάτων.

Τα πλαισιώμενα με συγκρουσιακό τρόπο δημοσίευματα ανέρχονται σε ποσοστό 40,6%, αυτά που παρουσιάζονται με συναινετικό τρόπο σε ποσοστό 24,4%.

► **2004:** Ο θετικός απόηχος από την επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων παραμένει ακόμη νωπός και παρά το γεγονός ότι αρχίζουν πολύ αχνά τα πρώτα σημάδια της κρίσης, με τις Βρυξέλλες να ζητούν έλεγχο των οικονομικών προ του 2000 και την

κυβέρνηση να καταθέτει προϋπολογισμό λιτότητας, στα πρωτοσέλιδα εμφανίζεται σημαντικά υψηλό ποσοστό πλαισίωσης ίσων αποστάσεων (36%). Παρόλα αυτά η συγκρουσιακή πλαισίωση υπερτερεί ενώ σχεδόν ένα στα τέσσερα πρώτα θέματα πλαισιώνεται συναινετικά. Και το 2004 η περιπτωσιολογική προσέγγιση των ειδήσεων αποτελεί τον κανόνα.

Ως προς τη θεματολογία την περίοδο αυτή διαπιστώνουμε ότι τα πολιτικά ζητήματα συνεχίζουν να προβάλλονται στην πρώτη σελίδα αλλά με μικρότερη συχνότητα και αυξάνονται θεαματικά οι οικονομικές ειδήσεις.

► **2018:** Με τη χώρα να ταλανίζεται επί σειρά ετών από την κρίση, τα πολιτικά ζητήματα εμφανίζουν τα χαμηλότερα ποσοστά από το 1981 (34,6%) και τα θέματα της οικονομίας ακολουθούν με ποσοστό 21,3%. Τα θέματα που εμπεριέχουν σύγκρουση είναι ψηλά στον αθηναϊκό Τύπο και στη θεματολογία που έχει καταγραφεί σε όλο το χρονικό διάστημα που ερευνήσαμε. Ωστόσο το 2018, η συγκρουσιακή πλαισίωση καταγράφει τα μεγαλύτερα ποσοστά από όλες τις υπόλοιπες περιόδους, ενώ σχεδόν έξι στα δέκα πρώτα θέματα πλαισιώνονται περιπτωσιολογικά.

Η κάθε εφημερίδα διαλέγει τα δικά της επικοινωνιακά εργαλεία προκειμένου να περάσει το μήνυμά της ως πομπός στον δέκτη, δηλαδή το αναγνωστικό της κοινό. Από τη γκάμα των δυνατοτήτων της η εφημερίδα θα επιλέξει αυτό που θεωρεί ότι ταιριάζει στο κοινό της, διαφορετική προτεραιοποίηση στα θέματα, φωτογραφίες και φυσικά στήσιμο της πρώτης σελίδας.

Το αισθητικό ύφος της πρώτης σελίδας έχει αλλάξει άρδην τις τελευταίες δεκαετίες. Η έμφαση από τον δημοσιογραφικό λόγο έχει περάσει στην εικόνα. Ωστόσο, ο σχεδιασμός της πρώτης σελίδας, η σύνθεση των κειμενικών και εικαστικών δεδομένων σε ένα ενιαίο σύνολο έχει την ίδια στόχευση, την προσέλκυση αναγνωστικού κοινού, που σήμερα περισσότερο από ποτέ φυλλοροεί, και την επιβίωση σε ένα δύσκολο και ανταγωνιστικό περιβάλλον.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αργυροπούλου, Ρ., Ταμπάκη, Α. (1983). *Τα Ελληνικά προεπαναστατικά περιοδικά*. Αθήνα: Κέντρο Νεοελληνικών Ερευνών, Ε.Ι.Ε..

Αρμενάκης, Α. (2015). *Σημειώσεις Στατιστικής*. Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Αρμενάκης, Α. & Δεμερτζής, Ν. (2000). *Το Κοινοβούλιο στον Ελληνικό Τύπο*. Στο: Σ. Παπαθανασόπουλος (Επιμ.), *Επικοινωνία και Κοινωνία από τον εικοστό στον εικοστό πρώτο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτης, 401- 420

Βάμβουκας, Μ. Ι. (1991). *Εισαγωγή στην ψυχοπαιδαγωγική έρευνα και μεθοδολογία*. Αθήνα: Γρηγόρης.

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe, IL: Free Press.

Berinsky, A. J., & Kinder, D. R. (2006). Making sense of issues through media frames: Understanding the Kosovo crisis. *The Journal of Politics*, 68(3), 640-656.

Berkowitz, D. (1992). Who sets the media agenda? The ability of policymakers to determine news decisions. *Public opinion, the press, and public policy*, 2, 81-102.

Carlson, M. (2009). Broadsheet Newspapers. *Sterling, Christopher Encyclopedia of Journalism*. SAGE, 224-26.

Δεμερτζής, Ν. (2002). *Πολιτική Επικοινωνία: Διακινδύνευση, Δημοσιότητα, Διαδίκτυο*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήσης.

De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal & Document Design*, 13(1), 51-62.

Rogers, J. W., & Dearing, E. M. (2005). Ορίζοντας τα Θέματα. Τα ΜΜΕ, οι πολιτικοί και το κοινό. επιμ. Δεμερτζής, Ν., μτφ. Τσιλιγιάννης Π., Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήσης.

Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of communication*, 57(1), 163-173.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.

Ζαούσης, Α., & Στράτος, Κ. (1993). *Οι εφημερίδες 1974- 92. Η αθέατη όψη μιας κρίσιμης πορείας*. Αθήνα: Εκδόσεις Γνώση.

Goffman, E., 1974. Frame analysis: an essay on the organization of experience. New York: Harper and Row

Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: Implications for public relations. *Journal of public relations research*, 11(3), 205-242.

Iyengar, S. (1990). The accessibility bias in politics: Television news and public opinion. *International Journal of Public Opinion Research*, 2(1), 1-15.

Iyengar, S., & Simon, A. (1993). News coverage of the Gulf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming, and framing. *Communication research*, 20(3), 365-383.

Καραπαναγιώτης, Λ. (2005). Ο Ελληνικός Τύπος από τον 20^ο στον 21^ο αιώνα. Στο: Λ. Δρούλια (Επιμ.), *Ο Ελληνικός Τύπος 1784 έως σήμερα, ιστορικές και θεωρητικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εθνικό Ιδρυμα Ερευνών, 45-51

Καρυκόπουλος, Π. (1984). *200 Χρόνια Ελληνικού Τύπου 1784-1984*. Αθήνα: Εκδόσεις Γρηγόρη.

Κατσιόγερης, Μ. (2005). Η πρώτη σελίδα, μία προσέγγιση. Στο: *Ο Ελληνικός Τύπος 1784 έως σήμερα, ιστορικές και θεωρητικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Ινστιτούτο Νεοελληνικών Ερευνών Εθνικό Ιδρυμα Ερευνών, 45-51

Κομίνης, Λ. (1985). *Η κρίση του ελληνικού τύπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Κάκτος.

- Κουμαριανού, Α. (1971). *Ο Τύπος στον Αγώνα: 1821-1827, 1*. Αθήνα: Εκδόσεις Ερμής.
- Κουμαριανού, Α. (2005). Ιστορική διαδρομή του Ελληνικού Τύπου, 1780-1922. Στο: Λ. Δρούλια (Επιμ.), *Ο Ελληνικός Τύπος 1784 έως σήμερα, ιστορικές και θεωρητικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, 55-62
- Κουντούρη, Φ. (2015). Η διαμόρφωση των ερμηνευτικών πλαισίων. Στο Φ. Κουντούρη, *Τα δημόσια προβλήματα στην πολιτική ατζέντα*. [ηλεκτρ. βιβλ] Αθήνα:Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/4429>
- Λαμπρινός, Χ. (1982). *Ο Τύπος στον Αγώνα*. Θεσσαλονίκη: Εταιρεία Μακεδονικών Σπουδών.
- Μάγερ, Κ. (1957). *Ιστορία του Ελληνικού Τύπου, τόμος Α΄*. Αθήνα: Εκδόσεις Δημόπουλος.
- Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(2), 349-367.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1993). The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of communication*, 43(2), 58-67.
- McQuail, D. (2000). Τα μέσα επικοινωνίας και το δημόσιο συμφέρον: Μορφές υπευθυνότητας στην «ανοιχτή κοινωνία». Στο: Σ. Παπαθανασόπουλος (Επιμ.), *Επικοινωνία και Κοινωνία από τον εικοστό στον εικοστό πρώτο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτης, 117-134.
- Milton, J. (2001). *Areopagitica, Order of the Long Parliament for the Regulating of Printing. 14 July 1643. A speech for the Liberty of Unlicensed Printing*. New York: Bartleby Com.
- Μπακουνάκης, Ν. (2014). *Δημοσιογράφος ή ρεπόρτερ; Η αφήγηση στις ελληνικές εφημερίδες, 19^{ος}-20^{ος} αιώνες*. Αθήνα: Εκδόσεις Πόλις.
- Μπασαντής, Δ. (2002). *Ο Ημερήσιος Τύπος από τον 18^ο στον 21^ο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Οδυσσέας.

Μπασαντής, Δ., Στράτος, Κ. (1991). *Ο κόσμος των ειδήσεων, από την εφημερίδα στην τηλεόραση*. Αθήνα: Εκδόσεις Γνώση.

Παπαθανασόπουλος, Σ. (2004). *Πολιτική και ΜΜΕ - Η περίπτωση της Νότιας Ευρώπης*. Αθήνα: Εκδόσεις Καταστανιώτη.

Παπαθανασόπουλος, Σ. (2007) *Η δύναμη της τηλεόρασης*. Σειρά: Επικοινωνία και Κοινωνία. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη

Παπαθανασόπουλος, Σ. (2011). «Τα νέα μέσα επικοινωνίας στην Ευρώπη». Στο *Τα μέσα επικοινωνίας στον 21^ο αιώνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

Παπαθανασόπουλος, Σ., Καραδημητρίου, Α., Γιαννούλη, Η. (2014). Η πολιτική ενημέρωση σε περιόδους κρίσης. *Ζητήματα Επικοινωνίας*, 18-19, 89-111.

Papathanassopoulos, S. (2001). The decline of newspapers: the case of the Greek press. *Journalism Studies*, 2(1), 109-123.

Πλειός, Γ. (2013). *Η κρίση και τα ΜΜΕ*, Σειρά: Κοινωνία, Πολιτική και Μέσα Επικοινωνίας. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

Postman, N. (2002). *Η πυξίδα του μέλλοντος. Πώς το παρελθόν μπορεί να βελτιώσει το μέλλον μας*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

Poulet, B. (2009). *Το τέλος των εφημερίδων και το μέλλον της Ενημέρωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Πόλις.

Price, V. (1996). *Κοινή Γνώμη*. Αθήνα: Εκδόσεις Οδυσσέας.

Robson, C. (2000). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg, 416-421

Scheufele, D. A. (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication & Society*, 3(2-3), 297-316.

Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.

Σκλαβούνης, Γ. (1995). *Ιστορία του τύπου*. Περιστέρι: Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ.

Takeshita, T. (2006). Current critical problems in agenda-setting research. *International Journal of Public Opinion Research*, 18(3), 275-296.

Tan, Y., & Weaver, D. H. (2013). Agenda diversity and agenda setting from 1956 to 2004: What are the trends over time?. *Journalism Studies*, 14(6), 773-789.

Thompson J.B. (1990). *Ideology and Modern Culture*. Cambridge: Polity , 265

Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, New Jersey: Erlbaum Publishers.

Van Dijk, T. A., & Kintsch, W. (1983). *Strategies of discourse comprehension*. San Diego: Academic Press.

Weaver, D. H. (2007). Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of communication*, 57(1), 142-147.

Φυντανίδης, Σ. (1999). Η συγκρότηση της ημερήσιας διάταξης στον ελληνικό τύπο. Στο Σ. Παπαθανασόπουλος, Μ. Κομνηνού (Επιμ.) *Ζητήματα δημοσιογραφικής δεοντολογίας*. Σειρά: Επικοινωνία και Κοινωνία. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη, 39-46

Ψύλλας, Γ. (1981). *Εφημερίς Αθηνών 1824 - 1826 / Γ. Ψύλλα*. Αθήνα: εκδόσεις Σπανός - Βιβλιοφιλία.

Ψυχογιός, Δ. Κ. (1992). *Το αβέβαιο μέλλον του αθηναϊκού τύπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Δίαυλος.

Ψυχογιός, Δ. Κ. (2003). *Τι είναι τα μέσα επικοινωνίας*, Σειρά: Επικοινωνία και Κοινωνία. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη, 47-55 & 139-150.

Ψυχογιός, Δ. Κ. (2003). *Τα Έντυπα μέσα επικοινωνίας- Από τον πληρό στο δίκτυο* – Σειρά: Επικοινωνία και Κοινωνία. Διεύθυνση, Στέλιος Παπαθανασόπουλος. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

ΔΙΚΤΥΟΓΡΑΦΙΑ

Athensvoice.gr. (2017). Ξανακυκλοφόρησε το «Έθνος». [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://www.athensvoice.gr/media/372185_xanakykloforise-ethnos [Προσπελάστηκε στις 21 Ιουνίου 2019].

Bankingnews.gr. (2017). Ο Φώτης Μπόμπολας κατάφερε το ακατόρθωτο, έκλεισε τον Πήγασο με ετήσιο τζίρο 40 εκατ. Ευρώ. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.bankingnews.gr/%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/item/312857-o-fwths-mpompolas-katafere-to-akatorthwto,-ekleise-ton-phgaso-me-ethsio-tziro-40-ekat-eyrw.html> [Προσπελάστηκε στις 21 Ιουνίου 2019].

Dianeosis.org. (2019). Οι Ψηφιακές Ειδήσεις στην Ελλάδα 2019. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://www.dianeosis.org/2019/06/digital-news-report-2019/?utm_source=newsletter&utm_campaign=d7d2b50675-EMAIL_CAMPAIGN_2019_06_14_08_10&utm_medium=email&utm_term=0_5bd715c0d4-d7d2b50675-128757305 [Προσπελάστηκε στις 14 Ιουνίου 2019].

Ένωση Ιδιοκτητών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών. (2019). Εφημερίδες που έκλεισαν. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.eihea.com.gr/eihea.php?contentid=153> [Προσπελάστηκε στις 21 Ιουνίου 2019].

Efsyn.gr. (2018). Έγκλημα και σκευωρία. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://www.efsyn.gr/politiki/171490_egklima-kai-skeyoria [Προσπελάστηκε στις 21 Ιουνίου 2019].

Efsyn.gr. (2012). Η ιστορία της «Εφ.Συν.». [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.efsyn.gr/istoria-tis-efsyn> [Προσπελάστηκε στις 21 Ιουνίου 2019].

Εθνικό Τυπογραφείο. (2019). *Από τα τυπογραφεία και τις εφημερίδες του Αγώνα της Ανεξαρτησίας στο σύγχρονο Εθνικό Τυπογραφείο και το ΦΕΚ*. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.et.gr/index.php/ethniko-typografeio/istoriki-anadromi> [Προσπελάστηκε στις 20 Απριλίου 2019].

ΕΛΣΤΑΤ. (2019). Έρευνα χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από νοικοκυριά και άτομα, 2018. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.statistics.gr/documents/20181/d9b4517a-bbad-4c62-a4d9-f8d84a30a9e7> [Προσπελάστηκε στις 16 Αυγούστου 2019].

Iefimerida.gr. (2017). Τελευταίο φύλλο για «Τα Νέα» την Πέμπτη- Εκκενώνεται το κτίριο του ΔΟΛ. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.iefimerida.gr/news/355420/televtaio-fyllo-gia-ta-nea-tin-pemhti-ekkenonetai-ktirio-toy-dol> [Προσπελάστηκε στις 21 Ιουνίου 2019].

Ευρωβαρόμετρο 86 (2016). Κοινή γνώμη στην Ευρωπαϊκή Ένωση. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/index#p=1&instruments=STANDARD> [Προσπελάστηκε στις 19 Αυγούστου 2019].

Μανδραβέλης, Π. (2009). *Ο Τύπος Καίγεται!* [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.lifo.gr/mag/features/1862> [Προσπελάστηκε στις].

Μανδραβέλης, Π. (2019). *Πώς απέκτησαν «καρδιά» οι επιχειρήσεις*. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.kathimerini.gr/722829/opinion/epikairothta/arxeio-monimes-sthles/pws-apekthsan-kardia-oi-epixeirhseis> [Προσπελάστηκε στις 20 Απριλίου 2019].

Μεταξά, Κ. (2002). *Οι εφημερίδες πηγή «σοφίας» στην τεχνολογική εποχή*. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.netschoolbook.gr/webpapers.htm> [Προσπελάστηκε στις 12 Μαΐου 2019].

Παπαθανασόπουλος, Σ. (2019). *Η μετάβαση των ΜΜΕ στην ψηφιακή εποχή*. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://medianalysis.net/2019/02/06/mme-stin-psifiaki-epohi/> [Προσπελάστηκε στις 20 Απριλίου 2019].

PriceWaterHouseCoopers. (2015). *How Newspapers And Magazines Have A Very Different Next 5 Years*. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.pandologic.com/publishers/news-publishers/pwc-report-newspapers-magazines-different-next-5-years/> [Προσπελάστηκε στις 22 Απριλίου 2019].

Protagon. (2019). *Κερδοφόρα εφημερίδα στην ψηφιακή εποχή; Και όμως γίνεται...* [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.protagon.gr/themata/boroun-na-einai-kerdofores-oi-efimerides-stin-psifiaki-epoxi-nai-apantane-oi-souidoi-44341812407> [Προσπελάστηκε στις 30 Απριλίου 2019].

tovima.gr. (2009). *Η ζωή και ο θάνατος του «Ελεύθερου Τύπου»*. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.tovima.gr/2009/06/28/politics/i-zwi-kai-o-thanatos-toy-eleytheroy-typoy/> [Προσπελάστηκε στις 21 Ιουνίου 2019].

Van Donk, M. (2016). *Newspapers & Magazines transitioning from a print past to a digital future – triggering new strategies and wide divergences between markets*. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/pdf/newspapers-and-magazines-outlook-article.pdf> [Προσπελάστηκε στις 2 Μαΐου 2019].

Φίλανδρος, Κ., (2018). *Ο ρόλος του τοπικού και περιοδικού τύπου σήμερα*. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://conference.arcadians.gr/index.php?itemid=9> [Προσπελάστηκε στις 15 Απριλίου 2019].

Φουρτούνης, Β. (2011). *Τα έντυπα της επανάστασης*. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://fourtounis.gr/arthra/2011/14-08/14.html> [Προσπελάστηκε στις].

Χαιρετάκης, Μ. (2018). Για τον ανταγωνισμό στον Τύπο. [διαδίκτυο] Διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://www.efsyn.gr/stiles/apopseis/176679_gia-ton-antagonismo-ston-typo [Προσπελάστηκε στις 09 Ιουνίου 2019].