

Η πρόσφατη έκθεση της Human Rights Watch

(<https://www.hrw.org/report/2025/05/08/bad-worse/deterioration-media-freedom-greece>)

καταδεικνύει ότι η ελληνική ενημέρωση αντιμετωπίζει πρωτόγνωρες προκλήσεις: συγκέντρωση εξουσία στα χέρια της πολιτικής, οικονομική συρρίκνωση, αυτολογοκρισία και περιορισμένη κρατική στήριξη.

Αναλυτικά, η Human Rights Watch δημοσίευσε αναφορά 101 σελίδων με τίτλο «*From Bad to Worse: The Deterioration of Media Freedom in Greece*», καταγράφοντας σοβαρή κρίση της ελευθερίας του Τύπου στην Ελλάδα.

Από το 2019, οι δημοσιογράφοι αντιμετωπίζουν παρενοχλήσεις, εκφοβισμό, παρακολούθηση και καταχρηστικές αγωγές, οδηγώντας σε αυτολογοκρισία και περιορισμό της ελευθερίας του Τύπου. Το κράτος χρησιμοποιεί δημόσια κονδύλια για να επηρεάζει την κάλυψη και ασκεί έλεγχο στα δημόσια ΜΜΕ, υπονομεύοντας τη δημοκρατία και το δικαίωμα του κοινού στην πληροφόρηση.

Κύρια ευρήματα της έκθεσης

- Συγκέντρωση ιδιοκτησίας στα μέσα: Λίγα ισχυρά χέρια, συχνά με δεσμούς με την κυβέρνηση, ελέγχουν την ενημέρωση.
- Παρακολούθηση δημοσιογράφων: Χρήση spyware, όπως το Predator, για στοχοποίηση.
- Νομικές πιέσεις: Εκμετάλλευση του νομικού συστήματος μέσω SLAPP αγωγών και περιορισμοί στην πρόσβαση σε δημόσια έγγραφα.
- Διαφάνεια και κρατική διαφήμιση: Έλλειψη διαφάνειας στη διανομή κρατικής διαφήμισης και κατευθυνόμενη ενημέρωση υπέρ της κυβέρνησης.

Η κυβέρνηση υποβαθμίζει τη σοβαρότητα των προβλημάτων, ενώ η διεθνής ανησυχία αυξάνεται.

Η HRW ζητά από την ΕΕ να ασκήσει πίεση για ουσιαστική βελτίωση και προστασία της δημοσιογραφίας.

- Προστασία δημοσιογράφων από παρενόχληση και εκφοβισμό.
- Ενίσχυση του δικαιώματος πληροφόρησης και της πολυφωνίας.
- Δημιουργία περιβάλλοντος που ευνοεί ανεξάρτητη δημοσιογραφία.

Μέσω αυτών των μέτρων, η Ελλάδα μπορεί να εκπληρώσει τις δημοκρατικές δεσμεύσεις της και να ενισχύσει την ελευθερία της έκφρασης.

https://www.hrw.org/sites/default/files/media_2025/05/greece0525%20correspondence.pdf

Σε άλλη φετινή έκθεση η MFRR (Media Freedom Rapid Response)

(<https://www.mfrr.eu/controlling-the-message-challenges-for-independent-reporting-in-greece/>)

υπογραμμίζει ότι η τάση αυτή δεν αφορά μόνο την Ελλάδα, αλλά εντάσσεται σε μια διεθνή συζήτηση για τον έλεγχο των ΜΜΕ από πολιτικές εξουσίες.

Η συγκέντρωση αυτή περιορίζει την ανεξαρτησία των δημοσιογράφων, οι οποίοι καλούνται να ισορροπήσουν ανάμεσα στην αντικειμενική κάλυψη και στις πολιτικές επιταγές, με αυξημένο κίνδυνο αυτολογοκρισίας.

Η MFRR καταγράφει ότι η ελληνική δημοσιογραφία δέχεται πολλαπλές πιέσεις. Η αυτολογοκρισία εντείνεται λόγω φόβου πολιτικών παρεμβάσεων ή οικονομικών πιέσεων. Η δολοφονία του δημοσιογράφου Γιώργου Καραϊβάζ το 2021 ανέδειξε την αδυναμία προστασίας όσων καλύπτουν ευαίσθητα θέματα, όπως η οργανωμένη εγκληματικότητα.

Οι αγωγές τύπου SLAPP χρησιμοποιούνται για να αποθαρρύνουν την κριτική, ενώ η κάλυψη κοινωνικών θεμάτων όπως οι διαδηλώσεις, η μετανάστευση ή η δημόσια υγεία συχνά υποβαθμίζεται ή παρουσιάζεται με προκαταλήψεις.

<https://www.ecpmf.eu/wp-content/uploads/2022/03/Greece-mission-report-MFRR-1.pdf>

Έρευνα της DOI αναδεικνύει την κατάσταση των τοπικών ΜΜΕ, η οποία είναι δραματική. Από το 2007 έχουν κλείσει πάνω από 100 έντυπα, ενώ πολλά άλλα περιορίζουν την έκδοσή τους ή μεταβαίνουν αποκλειστικά σε ψηφιακή μορφή.

Οι οικονομικές πιέσεις από εκτύπωση, χαρτί, ενέργεια και διανομή, σε συνδυασμό με πτώση των διαφημίσεων και των πωλήσεων, οδηγούν σε συρρίκνωση των εφημερίδων.

Το 75% των εφημερίδων θεωρεί ότι η αξία τους δεν αναγνωρίζεται από το κράτος και κρίνει ανεπαρκή τα κυβερνητικά μέτρα στήριξης. Η πανδημία COVID-19 λειτούργησε ως καταλύτης, μειώνοντας δραματικά τα έσοδα και ενισχύοντας την αυτολογοκρισία, περιορίζοντας την έρευνα και αφήνοντας τις τοπικές κοινωνίες με λιγότερες επιλογές ενημέρωσης.

Η πτώση των εσόδων αποτελεί ένα από τα πιο κρίσιμα προβλήματα. Οι εκδότες αναγκάζονται να μειώσουν προσωπικό, να συγχωνεύσουν εκδόσεις ή να περικόψουν το ρεπορτάζ. Η COVID-19 επιδείνωσε την κατάσταση: τα έσοδα από διαφημίσεις μειώθηκαν έως και 40%, ενώ οι πωλήσεις έντυπων εφημερίδων κατέρρευσαν, ιδιαίτερα στις ηλικίες 18-35 που στράφηκαν αποκλειστικά στο διαδίκτυο.

Οι δημοσιογράφοι αναγκάζονται να καλύπτουν πολλαπλούς ρόλους, χωρίς επαρκή εκπαίδευση ή προστασία, γεγονός που ενισχύει την αυτολογοκρισία και τις ανισότητες στην ενημέρωση.

Η περιορισμένη κρατική στήριξη επιδεινώνει την κρίση. Οι εφημερίδες που δεν έλαβαν επαρκή στήριξη βρίσκονται σε άμεσο κίνδυνο κλεισίματος, ενώ η αίσθηση αδιαφορίας δημιουργεί ανασφάλεια στους δημοσιογράφους.

Η έρευνα καταλήγει ότι η στήριξη δεν πρέπει να είναι μόνο οικονομική, αλλά και θεσμική, με μέτρα που ενισχύουν την ανεξαρτησία και την ποιότητα της δημοσιογραφίας, ώστε να διατηρηθεί η πολυφωνία.

<file:///C:/Users/user/Desktop/journalmedia-06-00037.pdf>

Την ίδια ώρα η ελληνική αγορά Μέσων Ενημέρωσης χαρακτηρίζεται από ψηφιακή κατακερματισμένη παρουσία, ευρεία χρήση των κοινωνικών δικτύων για την ενημέρωση και πολύ χαμηλά επίπεδα εμπιστοσύνης στα νέα, τα χαμηλότερα από τα 48 κράτη που εξετάζονται στην έρευνα Digital News Report (<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/greece>).

Η ετήσια έκθεση για την ψηφιακή αναζήτηση της είδησης στηρίζεται σε διαδικτυακές δημοσκοπήσεις που διενεργήθηκαν από την εταιρία YouGov σε 95.000 ανθρώπους σε 47 χώρες. Ενδιαφέρον στοιχείο είναι πως σύμφωνα με τα ευρήματα, τα δύο τρίτα των ερωτηθέντων σε παγκόσμιο επίπεδο παρακολουθούν τουλάχιστον ένα σύντομο (διάρκειας μερικών λεπτών) βίντεο για ένα ειδησεογραφικό θέμα κάθε εβδομάδα, κάτι που αποτυπώνει μια γενικότερη τάση. Σχεδόν τα τρία τέταρτα (72%) αυτής της κατανάλωσης βίντεο πραγματοποιείται στις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, έναντι μόνο 22% για τους ιστοτόπους τους.

Τα παραδοσιακά ΜΜΕ είναι γενικώς κυρίαρχα σε Facebook και το X (πρώην Twitter), ωστόσο το πιο νέο κοινό έχει στραφεί σε TikTok, Instagram, Snapchat και YouTube, με την αναζήτηση της είδησης και της ανάλυσής της να γίνεται μέσα από δημιουργούς περιεχομένου και influencers και όχι από τις “κλασικές” πλατφόρμες ενημέρωσης. Ειδική μνεία γίνεται δε για την περίπτωση του Γάλλου Hugo Décrypte που απασχολεί 25 άτομα στο δικό του brand.

Οι Δημοσιογράφοι Χωρίς Σύνορα (Reporters without Borders) (<https://rsf.org/en/country/greece>) κινούνται στο ίδιο μήκος κύματος στην έκθεσή τους για το 2025: Η ελληνική αγορά μέσων ενημέρωσης χαρακτηρίζεται από ψηφιακό κατακερματισμό των μέσων, υψηλή χρήση των social media για είδηση και τη χαμηλότερη εμπιστοσύνη στα νέα από τις 48 χώρες που μελετήθηκαν, λόγω πολιτικής πόλωσης και ανησυχιών για αθέμιτη επιρροή πολιτικών και ισχυρών επιχειρηματιών.

Η έρευνα φέτος πραγματοποιήθηκε κατά τις μαζικές διαδηλώσεις για τη δεύτερη επέτειο της φονικής τραγωδίας στα Τέμπη το 2023, με εκτεταμένα αιτήματα προς την κυβέρνηση για μεγαλύτερη λογοδοσία και βελτίωση της ασφάλειας των σιδηροδρόμων.

Η εμπιστοσύνη στους θεσμούς, συμπεριλαμβανομένου του δικαστικού συστήματος, βρίσκεται σε ιστορικά χαμηλά, ενώ η κριτική επεκτάθηκε και στα ΜΜΕ για τον τρόπο κάλυψης του συμβάντος. Η εμπιστοσύνη στα ελληνικά ΜΜΕ παραμένει πολύ χαμηλή εδώ και δέκα χρόνια, με μόλις 22% των ερωτηθέντων να δηλώνουν ότι εμπιστεύονται τις ειδήσεις.

Φέτος καταγράφηκε επίσης σημαντική πτώση εμπιστοσύνης σε όλα τα μέσα, ακόμη και στην ΕΡΤ (-11 ποσοστιαίες μονάδες) και τον φιλοκυβερνητικό ΣΚΑΪ (-10 μονάδες).

Δικαστικές υποθέσεις που αφορούν δημοσιογράφους, όπως η αγωγή του πρώην διευθυντή του γραφείου του πρωθυπουργού Γρ. Δημητριάδη για το σκάνδαλο των υποκλοπών, απορρίφθηκαν, κρίνοντας ότι τα ρεπορτάζ ήταν έγκυρα και ηθικά.

Τα podcasts αποκτούν ολοένα μεγαλύτερη σημασία στην Ελλάδα. Αρχικά επικεντρωμένα σε ψυχαγωγία και lifestyle, πλέον ειδησεογραφικοί οργανισμοί όπως Το Βήμα, Καθημερινή και LiFO έχουν δημιουργήσει ειδικά podcasts για ειδήσεις και πολιτική. Παρόλα αυτά, τα ψυχαγωγικά podcasts παραμένουν τα πιο δημοφιλή, με το 9% των Ελλήνων να τα χρησιμοποιούν για ενημέρωση κάθε εβδομάδα.

Η Ελλάδα δεν διαθέτει ένα ενιαίο σύστημα μέτρησης της επισκεψιμότητας των ιστοσελίδων, γεγονός που δυσκολεύει τους εκδότες να ανταγωνιστούν πλατφόρμες όπως το Facebook για διαφημιστικά έσοδα.

Παράλληλα, παρατηρούνται αλλαγές στα αριστερά ΜΜΕ: η Rosa Progressive πουλήθηκε σε εμπορικό όμιλο, ενώ η ΑΥΓΗ έκλεισε την καθημερινή έντυπη έκδοση, με εργαζομένους να διαμαρτύρονται για καθυστερημένες πληρωμές.

Η ελληνική Ομοσπονδία Συντακτών πρόκειται να παρουσιάσει κώδικα δεοντολογίας για τη χρήση AI στα newsgroom, ενώ η ενσωμάτωσή του προχωρά αργά και χωρίς δημόσιες συμφωνίες με εταιρείες AI.

Τα social media παραμένουν η κύρια πηγή ειδήσεων για το 64% των Ελλήνων, με YouTube (30%), Instagram (21%) και TikTok (17%) να αυξάνουν τη χρήση ειδησεογραφικού περιεχομένου, ιδιαίτερα στους νέους. Παράλληλα, αναπτύσσεται ένας ακροδεξιός κύκλος YouTubers που προωθεί συνωμοσιολογικό και συντηρητικό περιεχόμενο, συχνά με μεγαλύτερη απήχηση από τα παραδοσιακά μέσα.

Παράλληλα κατατάσσει την Ελλάδα στη θέση 89 από 180 χώρες που περιλαμβάνει η λίστα, όσον αφορά την ελευθερία του Τύπου με ένα χαμηλό σκορ 55.37 μονάδων.

<https://rsf.org/en/country/greece>

Το Ινστιτούτο Reuters επίσης κρίνει σε έρευνά του για τα ελληνικά μίντια ότι η ελληνική αγορά μέσω ενημέρωσης χαρακτηρίζεται από υψηλή συγκέντρωση μέσω σε συγκεκριμένους ιδιοκτήτες, ψηφιακή κατακερματισμένη παρουσία, μεγάλη χρήση κοινωνικών δικτύων για ενημέρωση και τη χαμηλότερη εμπιστοσύνη στα μέσα ενημέρωσης μεταξύ 47 αγορών, λόγω πολιτικής πόλωσης και ανησυχιών για αθέμιτη επιρροή από πολιτικούς και ισχυρούς επιχειρηματίες.

Τη χρονιά αυτή (2023) οι πολιτικές και δημοσιογραφικές συζητήσεις ήταν ιδιαίτερα πολωτικές, ενισχυμένες από μια παρατεταμένη εκλογική περίοδο (Μάρτιος–Οκτώβριος) με τέσσερις εκλογικές αναμετρήσεις. Κυβέρνηση και αντιπολίτευση παρουσίασαν αντιθετικές αφηγήσεις για την ελευθερία του Τύπου και την κατάσταση της δημοκρατίας.

Τον Σεπτέμβριο 2023 αντικαταστάθηκε το διοικητικό συμβούλιο του ανεξάρτητου Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης με διαδικασίες που προκάλεσαν πολιτικές αντιδράσεις. Ο μόνος που στήριξε την αλλαγή, εκτός της κυβέρνησης, ήταν το ακροδεξιό κόμμα Ελληνική Λύση.

Τα ελληνικά ΜΜΕ ήταν αργά στην εισαγωγή συνδρομητικών μοντέλων online, αλλά εμφανίζονται κινήσεις προς ψηφιακή συνδρομή, όπως η «soft paywall» προσφορά της Καθημερινής. Η δημόσια ΕΡΤ ενίσχυσε το ενημερωτικό της πρόγραμμα με το ERTNEWS και την πλατφόρμα Ertflix, προκαλώντας αντιδράσεις από εμπορικούς σταθμούς για πιθανή αθέμιτη ανταγωνιστικότητα.

Οι κρατικές επιδοτήσεις στους τηλεοπτικούς σταθμούς έχουν μειωθεί σημαντικά, δημιουργώντας προβλήματα αλλά αφήνοντας χώρο για φθηνότερο ενημερωτικό πρόγραμμα. Σημαντικές κινήσεις συγκέντρωσης περιουσιακών στοιχείων περιλαμβάνουν την αγορά του ιστορικού τίτλου Ελευθεροτυπία από τον Ευάγγελο Μαρινάκη και της πλατφόρμας prod.gr από την οικογένεια Βαρδινογιάννη.

Τα κοινωνικά δίκτυα παραμένουν η κύρια πηγή ειδήσεων για το 61% των Ελλήνων χρηστών διαδικτύου, με πτώση της χρήσης του Facebook (44%) και άνοδο του Instagram (20%) και TikTok (14%), ιδιαίτερα στους νεότερους χρήστες. Ωστόσο, οι ελληνικοί εκδότες δυσκολεύονται να προσελκύσουν μεγάλα ακροατήρια στις νέες πλατφόρμες, που κυριαρχούνται από προσωπικότητες των social media και μικρότερα ψηφιακά brands.

<file:///C:/Users/user/Desktop/reuters.pdf>

Μία ανάλογη καταγραφή για τα ελληνικά Μέσα κάνει και η σφυγμομέτρηση της ελληνικής δημοσκοπικής εταιρείας KAPA Research

Η έρευνα της KAPA Research σε συνεργασία με το Εργαστήριο Ειρηνευτικής Δημοσιογραφίας του ΑΠΘ καταγράφει έντονα συμπτώματα κόπωσης από την ενημέρωση (news fatigue). Οκτώ στους δέκα ερωτώμενους (81%) αποφεύγουν την παρακολούθηση ή ανάγνωση ειδήσεων, κυρίως πολιτικών και κοινωνικών θεμάτων.

Η συχνή ενημέρωση οδηγεί σε αποφυγή των ειδήσεων: το 67% ενημερώνεται καθημερινά και το 38% αρκετές φορές την ημέρα, με αποτέλεσμα περισσότεροι από τους μισούς να αποφασίζουν να απέχουν για κάποιο χρονικό διάστημα. Οι περισσότεροι (σχεδόν 9 στους 10) ανέφεραν βελτίωση

της ψυχολογικής τους κατάστασης, παραμένοντας ωστόσο ενήμεροι μέσω πιο χαλαρών μορφών ενημέρωσης, όπως κοινωνικά δίκτυα και ειδοποιήσεις.

Οι νεαρές ηλικίες (17-34 ετών) αποτελούν την πιο δυναμική αγορά για τα μέσα ενημέρωσης. Η τηλεόραση χάνει τον ηγετικό της ρόλο, με μόλις το 33% να την προτιμά ως πηγή ενημέρωσης, σε αντίθεση με το 64% των 55-64 ετών και το 77% των άνω των 65.

Οι νεότεροι στρέφονται περισσότερο στα κοινωνικά δίκτυα (58%) και στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες (55%). Η τάση αυτή υπογραμμίζει την ανάγκη οι παραδοσιακές πηγές ενημέρωσης να επαναπροσδιορίσουν τις στρατηγικές τους και να προσαρμοστούν σε ένα κοινό που προτιμά προσωποποιημένη, χρηστική και ευέλικτη ενημέρωση, συμβατή με τον ρυθμό της καθημερινότητάς του.

<https://big.assets.huffingtonpost.com/athena/files/2025/06/13/684becd7e4b0c4fd78ffbc35.pdf>

Συνδυάζοντας τα ευρήματα των ερευνών και των διεθνών εκθέσεων, η εικόνα είναι ξεκάθαρη: η ελληνική δημοσιογραφία αντιμετωπίζει συγκέντρωση της εξουσίας, πίεση στην ελευθερία του Τύπου, κρίση στην περιφέρεια, οικονομική ασφυξία και ανεπαρκή κρατική στήριξη.

Η συνδυαστική επίδραση αυτών των παραγόντων απειλεί την ίδια τη λειτουργία της δημοκρατίας, περιορίζοντας την πρόσβαση των πολιτών σε αξιόπιστη και πολυφωνική ενημέρωση.

Η ελληνική δημοσιογραφία χρειάζεται άμεσα συνδυασμένα μέτρα:

- Ανεξαρτησία: θεσμικές εγγυήσεις που προστατεύουν τη δημοσιογραφική ελευθερία.
- Στήριξη τοπικών ΜΜΕ: οικονομική και τεχνική, ώστε να διατηρηθεί η πολυφωνία.
- Προστασία δημοσιογράφων: για την κάλυψη ευαίσθητων θεμάτων χωρίς φόβο.
- Καινοτομία και ψηφιοποίηση: για την αντιμετώπιση της πτώσης των έντυπων εσόδων.

Μόνο με συνδυασμένα μέτρα, οι πολίτες θα έχουν πρόσβαση σε πλήρη, αξιόπιστη και πολυφωνική ενημέρωση, και η δημοκρατία θα διατηρήσει το θεμελιώδες δικαίωμά της στην ελεύθερη πληροφόρηση.