



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Κατασκευή και Επεξεργασία Ερωτηματολογίου με
Θέμα: Απασχόληση Πτυχιούχων Τμημάτων
Σχετικών με τα ΜΜΕ στα ΜΜΕ»**

ΝΤΕΤΣΚΑ ΠΕΤΡΟΥΛΑ
ΜΠΑΚΑΛΟΥ ΕΥΣΤΑΘΙΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΦΕΡΕΝΤΙΝΟΣ ΒΗΣΣΑΡΙΩΝ

ΠΥΡΓΟΣ, 2018

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Πιστοποιείται ότι η πτυχιακή εργασία με θέμα:

**«Κατασκευή και Επεξεργασία Ερωτηματολογίου με Θέμα:
Απασχόληση Πτυχιούχων Τμημάτων Σχετικών με τα ΜΜΕ στα ΜΜΕ»**

των φοιτητριών του Τμήματος ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

ΝΤΕΤΣΚΑ ΠΕΤΡΟΥΛΑ (ΑΜ 1102)

ΜΠΑΚΑΛΟΥ ΕΥΣΤΑΘΙΑ (ΑΜ 1093)

παρουσιάστηκε δημόσια και εξετάσθηκε στο Τμήμα ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ στις
12 / 09 / 2018



Ο ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

Φερεντίνος Βησσαρίων

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Ακόμα δηλώνω ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία και ότι θα αναλάβω πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχθεί ότι δεν μου ανήκει.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 1	ΑΜ	ΥΠΟΓΡΑΦΗ
ΝΤΕΤΣΚΑ ΠΕΤΡΟΥΛΑ/ DECKA PETRULA	1102	 Ο Φοιτητής του Τμήματος DECKA PETRULA ΝΤΕΤΣΚΑ ΠΕΤΡΟΥΛΑ
ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 2	ΑΜ	ΥΠΟΓΡΑΦΗ
ΜΠΑΚΑΛΟΥ ΕΥΣΤΑΘΙΑ	1093	

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει τίτλο «Κατασκευή και Επεξεργασία Ερωτηματολογίου με Θέμα: Απασχόληση Πτυχιούχων Τμημάτων Σχετικών με τα ΜΜΕ στα ΜΜΕ». Με την χρήση των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου, προβάλλονται γραφήματα με τα οποία συγκρίνονται τα αποτελέσματα σε σχέση με την θεωρία. Η ανάλυση έγινε με την βοήθεια των προγραμμάτων SPSS και Microsoft Excel.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία σχετίζεται με την απασχόληση πτυχιούχων τμημάτων ΜΜΕ στα ΜΜΕ. Η εργασία χωρίζεται σε θεωρητικό και ερευνητικό μέρος. Αρχικά, στο θεωρητικό μέρος γίνεται αναφορά στα παραδοσιακά και σύγχρονα ΜΜΕ και πραγματοποιείται μια σύγκριση μεταξύ τους. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στο ρόλος της δημοσιογραφίας και στις υποχρεώσεις των δημοσιογράφων. Ακολουθεί αναφορά στην εκπαίδευση των δημοσιογράφων και το θεωρητικό μέρος ολοκληρώνεται με λεπτομερή παρουσίαση της κατάστασης της ανεργίας των δημοσιογράφων στις μέρες μας. Το δεύτερο μέρος της εργασίας περιλαμβάνει τη διενέργεια μιας έρευνας με σκοπό να αναδείξει την απασχολιστικότητα των αποφοίτων σχολών ΜΜΕ στην Ελλάδα. Επιμέρους στόχοι είναι να αναδειχθεί ο βαθμός στον οποίο οι νέοι δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν τα ΜΜΕ, ο βαθμός στον οποίο οι απόφοιτοι δημοσιογραφίας αξιολογούν τις σπουδές τους και ο βαθμός ανεργίας του συγκεκριμένου επαγγέλματος στην Ελλάδα του σήμερα. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν είναι ιδιαίτερα σημαντικά για την ισχύουσα κατάσταση.

Λέξεις κλειδιά: ΜΜΕ, επικοινωνία, οικονομική κρίση, ανεργία, Ελλάδα

ABSTRACT

The thesis is related to the employment of graduate SME departments in SMEs. The thesis is divided into a theoretical and research part. Initially, in the theoretical part, reference is made to traditional and modern SMEs and a comparison is made between them. then reference is made to the role of journalism and the obligations of journalists. Reference is made to the training of journalists and the theoretical part is completed with a detailed presentation of the situation of journalists' unemployment nowadays. The second part of the work involves conducting a survey to highlight the employability of SME graduates in Greece. Particular objectives are to highlight the extent to which young journalists use SMEs, the extent to which journalists graduates assess their studies and the degree of unemployment in the particular profession in today's Greece. The resulting results are particularly important for the current situation.

Keywords: Mass media, communication, economic crisis, unemployment, Greece

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	6
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	7
ABSTRACT.....	8
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΜΜΕ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΜΜΕ.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΣ ΣΤΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΕΠΟΧΗ.....	16
2.1Ο ρόλος της δημοσιογραφίας.....	16
2.2Εκπαίδευση δημοσιογράφων.....	18
2.3Η ανεργία στους δημοσιογράφους.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	22
3.1. Σκοπός της έρευνας.....	22
3.2. Ερευνητικές υποθέσεις.....	22
3.3. Ερευνητικό εργαλείο.....	22
3.4. Μέθοδος συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων.....	23
3.5. Δεοντολογικά ζητήματα.....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	24
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	64
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	66
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι Ερωτηματολόγιο έρευνας.....	68
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ Αποτελέσματα συσχετίσεων.....	76

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται την απασχολησιμότητα των αποφοίτων σχολών ΜΜΕ στην Ελλάδα της κρίσης. Με άλλα λόγια ερευνάται ο βαθμός στον οποίο οι νέοι δημοσιογράφοι μπορούν να εισέλθουν στο στίβο της εργασίας και να βρουν μια εργασία πάνω στο αντικείμενο των σπουδών τους.

Το ζήτημα είναι ιδιαίτερα σημαντικό γιατί αποτελεί ένα καινοτόμο θέμα μελέτης. Δεν έχει διεξαχθεί άλλη έρευνα με αυτό το θέμα ενώ η διερεύνηση του θα μπορέσει να αποτελέσει έναυσμα για το υπουργείο εργασίας καθώς θα λάβει τα κατάλληλα μέτρα ώστε να αντιμετωπιστεί η ανεργία των δημοσιογράφων. Οι περισσότερες πληροφορίες για αυτό το θέμα βρίσκονται σε επίσημους φορείς των δημοσιογράφων και μεγάλο μέρος του υλικού που θα αναφερθεί κυρίως στο θεωρητικό πλαίσιο της εργασίας έχει παρθεί από διαδικτυακούς τόπους. Σαφώς θα χρησιμοποιηθούν όπου είναι εφικτό άρθρα από επιστημονικά περιοδικά και βιβλία που μπορούν να εντοπιστούν στη βιβλιοθήκη του πανεπιστημίου ώστε η έρευνα ακόμα και στο θεωρητικό της μέρος να έχει εγκυρότητα και αξιοπιστία. Θα αποφευχθούν να χρησιμοποιηθούν προσωπικές απόψεις των δημοσιογράφων και θα γίνει κριτική ανάλυση των επιμέρους στοιχείων που θα παρουσιαστούν.

Η Ελλάδα από το 2008 όπως και άλλες χώρες της Ευρώπης πλήττονται από τα υψηλά ποσοστά ανεργίας γενικά. Έτσι μέσα σε αυτή την κατάσταση δεν θα μπορούσαν να μείνουν αλώβητοι οι δημοσιογράφοι και όπως σε όλα τα επαγγέλματα αναμένεται να έχουν υψηλά ποσοστά ανεργίας. Καθώς τα χρόνια περνούν η οικονομική κρίση αυξάνεται και παράλληλα αυξάνονται και οι αρνητικές της συνέπειες όπως για παράδειγμα τα χρέη των νοικοκυριών, η μείωση του εισοδήματος των κατοίκων της Ελλάδας, η μείωση των θέσεων εργασίας, η αύξηση των ψυχικών διαταραχών κλπ.

Η παρούσα εργασία χωρίζεται σε δύο τμήματα. Το ένα είναι το θεωρητικό και το άλλο είναι το ερευνητικό. Το θεωρητικό μέρος της εργασίας αποτελείται από τρία κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται σύγκριση των παραδοσιακών μέσω σε σχέση με τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας. Ως απόρροια της ταχύτατης εξέλιξης, επιβάλλονται νέοι ορισμοί για να είναι δυνατό να χαρακτηρίζονται με λεπτομέρεια τα χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης γενιάς. Στο δεύτερο κεφάλαιο θα γίνει αναφορά στις σχολές της δημοσιογραφίας στην Ελλάδα τόσο σε πανεπιστημιακό επίπεδο όσο και σε επίπεδο σπουδών. Μικρή αναφορά όπου είναι εφικτό θα γίνει στο πρόγραμμα σπουδών τους. Επιπλέον οι σχολές θα συγκριθούν μεταξύ τους ώστε να προκύψουν ομοιότητες και διαφορές ώστε να φανεί αν η κατάρτιση των δημοσιογράφων είναι η κατάλληλη ή αν θα πρέπει να τροποποιηθεί. Στο τρίτο κεφάλαιο θα γίνει αναφορά στα δημογραφικά χαρακτηριστικά των αποφοίτων αυτών των σχολών, στην απασχόληση και την ανεργία στα ΜΜΕ και στη σύγκριση με αποφοίτους άλλων σχολών ΜΜΕ στην Ευρώπη. Θα γίνει μια προσπάθεια ώστε να εντοπιστούν (αν υπάρχουν) παρόμοιες έρευνες τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Στο ερευνητικό μέρος της εργασίας θα αναφερθεί ο σκοπός της εργασίας, οι επιμέρους στόχοι, οι ερευνητικές υποθέσεις, το ερευνητικό εργαλείο που επιλέχθηκε και πλήρης ανάλυση του, η μέθοδος συλλογής και ανάλυσης δεδομένων και ορισμένα δεοντολογικά ζητήματα της έρευνας. Στη συνέχεια και με βάση τις ερευνητικές υποθέσεις θα αναλυθούν τα δεδομένα που θα συλλεχθούν. Στα συμπεράσματα της

εργασίας συνοψίζονται τα κύρια ευρήματα της, γίνεται σύγκριση τους με τα όσα αναφέρθηκαν στο θεωρητικό μέρος της εργασίας, γίνεται αναφορά στους περιορισμούς της εργασίας και δίνονται προτάσεις για περαιτέρω μελέτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΜΜΕ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΜΜΕ

Τα παραδοσιακά ΜΜΕ είναι η εφημερίδα, το περιοδικό, η τηλεόραση, το ραδιόφωνο κλπ. Τα σύγχρονα ΜΜΕ είναι τα κοινωνικά δίκτυα όπως για παράδειγμα το Facebook, το Twitter κλπ., τα ιστολόγια ή blogs, οι διαδικτυακές εκδόσεις, τα διαδικτυακά ραδιόφωνα, οι τηλεοράσεις μέσω διαδικτύου, τα wikis και οτιδήποτε μπορεί να ονομαστεί σημασιολογικό δίκτυο. Όλα αυτά αναπτύσσονται σε βάρος των παραδοσιακών ΜΜΕ και μάλιστα με ταχείς ρυθμούς (Ανώνυμος, 2009).

Στόχος του σημασιολογικού δικτύου είναι να αναπαραστήσεις τα αντικείμενα με τις ιδιότητές τους, τις σχέσεις μεταξύ των αντικειμένων, τα γεγονότα, τις ενέργειες και τις καταστάσεις καθώς επίσης και τους κανόνες που διέπουν τα διαφορετικά συστήματα. Τα κοινωνικά δίκτυα είναι οι διαδικτυακές τεχνολογικές πλατφόρμες που επιτρέπουν σε κάποιον να δημοσιεύσει ένα περιεχόμενο και πληροφορίες, να αναπτύξει τις επικοινωνιακές του ικανότητες και να αναπτύξει κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές σχέσεις. Η ενσωμάτωση όλων αυτών και ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται σε αυτά οι πληροφορίες εξαρτάται από το κτίσιμο κοινών κωδίκων, γενικών εννοιών και αξιών ακόμα και υπαρξιακού νοήματος (Ανώνυμος, 2009).

Οι χρήστες του διαδικτύου διακρίνονται στους digital natives και στους digital immigrants. Οι digital natives είναι αυτή που μεγάλωσαν μέσα στην ψηφιακή εποχή των υπολογιστών, του κινητού τηλεφώνου, των φορητών παιχνιδομηχανών, των MP3, των ψηφιακών φωτογραφικών μηχανών κλπ. ενώ οι digital immigrants είναι όσοι μεγάλωσαν σε προηγούμενες γενιές και απλά υιοθέτησαν τις ψηφιακές τεχνολογίες. Στον πίνακα 1 παρουσιάζονται οι διαφορές μεταξύ τους (Ανώνυμος, 2009).

Πίνακας 1: Οι διαφορές των digital natives και των digital immigrants (Ανώνυμος, 2009)

Digital Natives	Digital Immigrants
Επιζητούν γρήγορη πρόσβαση στην πληροφορία από διαφορετικές πηγές ταυτόχρονα	Προτιμούν την αργή και ελεγχόμενη ροή πληροφοριών από συγκεκριμένες πηγές.
Είναι multitasking. Μπορούν να κάνουν ταυτόχρονα πολλά πράγματα στο διαδίκτυο.	Προτιμούν να ασχολούνται με ένα πράγμα κάθε φορά και μετά να περνούν σε κάτι άλλο.
Προτιμούν τις φωτογραφίες, τους ήχους και τα βίντεο παρά τα κείμενα.	Προτιμούν να δέχονται αλλά και παράγουν κείμενα παρά εικόνες, ήχους και βίντεο.
Έχουν εξοικειωθεί και για αυτό προκρίνουν τις υπερσυνδέσεις αναζητώντας πληροφορίες.	Προτιμούν τη γραμμική, λογική και σε συνέχειες αφήγηση, είτε ως αποδέκτες είτε ως αποστολείς πληροφοριών.
Προτιμούν να δρουν και να δουλεύουν συλλογικά μαζί με άλλους χρήστες διαδικτυακά.	Προτιμούν την ατομική και ανεξάρτητη εργασία.
Θέλουν να μαθαίνουν κάτι στην ώρα του.	Μαθαίνουν και διδάσκουν μήπως και χρειαστεί κάποια στιγμή...
Προτιμούν την άμεση ικανοποίηση και την άμεση ανταμοιβή.	Προτιμούν ικανοποίηση και επιβράβευση σε μικρές λογικές δόσεις.
Αναζητούν οτιδήποτε είναι σχετικό με τα ενδιαφέροντά τους, άμεσα χρησιμοποιήσιμο και ευχάριστο.	Χρειάζονται λεπτομερείς οδηγίες χρήσης, λίστες και κατηγορίες περιεχομένων για να μην χάνονται.

Ολοένα και περισσότερο αυξάνονται οι χρήστες των νέων ΜΜΕ και έτσι τα παραδοσιακά ΜΜΕ βρίσκονται σε κρίση. Η κρίση αυτή σίγουρα δεν αφορά το σύνολο των χωρών αλλά κυρίως τις ΗΠΑ και τις χώρες του Δυτικού κόσμου. Έτσι λοιπόν παρατηρείται μείωση στους αναγνώστες, μείωση στα έσοδα τους και πτώση στις μετοχές τους. Πολλοί ήταν εκείνοι που υποστήριζαν ότι εν όψει της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης και της εξάπλωσης του διαδικτύου τα παραδοσιακά ΜΜΕ δεν θα μπορούσαν να μείνουν αλώβητα. Έτσι το επάγγελμα του δημοσιογράφου δεν θα μπορούσε να παραμείνει αλώβητο υπό αυτές τις συνθήκες (Ανώνυμος, 2009).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η εφημερίδα Washington Post που έχασε το 3% των αναγνωστών της το 2007, το 4% από τα έσοδα των διαφημίσεων και το 14% από τα έσοδα των μικρών αγγελιών. Παρόμοια κατάσταση επικρατεί και στις υπόλοιπες εφημερίδες στις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες. Παράλληλα όμως η διαδικτυακή εφημερίδα της Washington Post αύξησε κατά 11% τους επισκέπτες της

και κατά 28% τα έσοδα από τις διαφημίσεις. Αυτό σημαίνει ότι οι αναγνώστες δεν χάνονται αλλά προτιμούν πλέον τα νέα ΜΜΕ για να ενημερωθούν (Ανώνυμος, 2009).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΣ ΣΤΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΕΠΟΧΗ

2.1 Ο ρόλος της δημοσιογραφίας

Ο πρωταρχικός σκοπός της δημοσιογραφίας είναι να εξασφαλίσει έναν καλά πληροφορημένο πολίτη για την κοινωνική και πολιτική δομή της κοινωνίας. Ο Αμερικανός κοινωνιολόγος Herbert J. Gans στο βιβλίο του «Η δημοκρατία και οι ειδήσεις» λέει ότι η ίδια η δημοσιογραφία δεν μπορεί να κάνει τίποτα για να μειώσει την πολιτική ανισορροπία μεταξύ πολιτών και οικονομικών, πολιτικών και άλλων οργανώσεων. Η δημοκρατική θεωρία της δημοκρατίας εξακολουθεί να στηρίζεται στην πεποίθηση ότι ένας ενημερωμένος πολίτης θα είναι αφοσιωμένος πολίτης, ότι ένας αφοσιωμένος πολίτης θα είναι πιο συμμετοχικός και πιο ενημερωμένος και ότι το αποτέλεσμα θα είναι μια πιο δημοκρατική κοινωνία. Ο κεντρικός στόχος της δημοσιογραφίας είναι να παρέχει στους πολίτες ακριβείς και αξιόπιστες πληροφορίες που χρειάζονται για να λειτουργήσουν σε μια ελεύθερη κοινωνία. Αυτό περιλαμβάνει μυριάδες ρόλους - βοηθώντας τον ορισμό της κοινότητας, τη δημιουργία κοινής γλώσσας και κοινής γνώσης, τον εντοπισμό των στόχων μιας κοινότητας, τους ήρωες και τους κακοποιούς και την ώθηση των ανθρώπων πέρα από τον εφησυχασμό. Αυτός ο σκοπός περιλαμβάνει επίσης και άλλες απαιτήσεις, όπως η ψυχαγωγία, η λειτουργία ως παρατηρητής και η προσφορά φωνής στους μη έχοντες.

Ένας άλλος σκοπός της δημοσιογραφίας είναι να παρέχει γνώση για όλες τις πτυχές των μέσων ενημέρωσης. Επίσης, η δημοσιογραφία δίνει έμφαση στη συγγραφή και την ανάγνωση της λογοτεχνίας για τα ανθρώπινα θέματα.

Η δημοσιογραφία προωθεί τις αξίες και την ιδεολογία του επαγγέλματος με σκοπό την εκπόνηση μιας πολύπλευρης προσέγγισης. Η δημοσιογραφία ενημερώνει τους πολίτες για την πολιτική ποικιλομορφία της χώρας, τις πολιτικά συναφείς δραστηριότητες και τις ιδέες των συμπολιτών και ποια θέματα αφορούν αυτούς τους πολίτες. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να είναι πολυπρισματικοί: να συμπεριλάβουν σε όλες τις σημαντικές απόψεις από άτομα με διαφορετικές αξίες, συμφέροντα, εισοδήματα.

Η δημοσιογραφία πρέπει, ακόμα, να είναι πιο κοινωνιολογική - περισσότερο για την κατανόηση και την ερμηνεία των βασικών εμπειριών. Αλλά οι τρέχουσες προσπάθειες εξήγησης της δημοσιογραφίας είναι σπάνια ερμηνευτικές ή αναλυτικές με αυτούς τους τρόπους.

Η ηλεκτρονική δημοσιογραφία είναι φαινομενική και μαχητική, αλλά το στυλ της και ο κύκλος των 24ωρων ειδήσεων θέτουν ερωτήματα σχετικά με το πώς η δημοσιογραφία του κυβερνοχώρου μπορεί να προσφέρει αναφορά συμβατή με τα υψηλότερα πρότυπα της δημοσιογραφίας. Οι κυριότεροι οργανισμοί ειδήσεων δυσκολεύονται να εφαρμόσουν παρωχημένα πρότυπα ειδήσεων στο Web, αλλά ανακαλύπτουν ότι δεν είναι εύκολο να μεταφράσουμε τις αρετές της ακρίβειας, της ισορροπίας και της σαφήνειας σε ένα μέσο όπου επικρατούν τα πλεονεκτήματα της ταχύτητας και της επικαιρότητας.

Η τεχνολογία του Ιστού ενίσχυσε τις παραδοσιακές λειτουργίες της δημοσιογραφίας, δίνοντας στους δημοσιογράφους αποτελεσματικούς τρόπους

διερεύνησης. Η ικανότητα αναζήτησης εγγράφων, σύνταξη ιστορικού και εντοπισμός έγκυρων πηγών έχει επεκτείνει την εργαλειοθήκη του δημοσιογράφου. Έχει επίσης εισαγάγει μια ριζικά διαφορετική κουλτούρα βασισμένη στην αλληλεπίδραση, λιγότερους κανόνες και λιγότερα όρια.

Όσον αφορά τις υποχρεώσεις της δημοσιογραφίας, η πρώτη υποχρέωση της δημοσιογραφίας είναι στην αλήθεια. Η δημοκρατία εξαρτάται από το γεγονός ότι οι πολίτες έχουν αξιόπιστα και ακριβή γεγονότα σε ένα ουσιαστικό πλαίσιο. Η δημοσιογραφία δεν επιδιώκει την αλήθεια με απόλυτη ή φιλοσοφική έννοια, αλλά μπορεί - και πρέπει - να την ακολουθήσει με πρακτική έννοια. Αυτή η «δημοσιογραφική αλήθεια» είναι μια διαδικασία που αρχίζει με την επαγγελματική πειθαρχία της συγκέντρωσης και επαλήθευσης των γεγονότων. Οι δημοσιογράφοι προσπαθούν να μεταδώσουν μια δίκαιη και αξιόπιστη περιγραφή της έννοιας τους, που ισχύει μέχρι τώρα, και υπόκεινται σε περαιτέρω διερεύνηση. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο διαφανείς σχετικά με τις πηγές και τις μεθόδους, ώστε το κοινό να μπορεί να κάνει τη δική του αξιολόγηση των πληροφοριών.

Ενώ οι οργανώσεις ειδήσεων απαντούν σε πολλές εκλογικές περιφέρειες, συμπεριλαμβανομένων των διαφημιζόμενων και των μετόχων, οι δημοσιογράφοι σε αυτούς τους οργανισμούς πρέπει να διατηρούν την υπακοή στους πολίτες και το ευρύτερο δημόσιο συμφέρον πάνω από οτιδήποτε άλλο, εάν πρόκειται να παρέχουν τα νέα χωρίς φόβο ή ευνοϊκή μεταχείριση. Αυτή η δέσμευση προς τους πολίτες πρώτα είναι η βάση της αξιοπιστίας μιας οργάνωσης ειδήσεων. Η δέσμευση προς τους πολίτες σημαίνει επίσης ότι η δημοσιογραφία πρέπει να παρουσιάσει μια αντιπροσωπευτική εικόνα όλων των συστατικών ομάδων στην κοινωνία.

Μια άλλη υποχρέωση των δημοσιογράφων είναι η υποχρέωση επαλήθευσης. Οι δημοσιογράφοι βασίζονται σε μια επαγγελματική πειθαρχία για την επαλήθευση των πληροφοριών. Αυτό όμως δε σημαίνει ότι οι δημοσιογράφοι δεν έχουν προκαταλήψεις. Γι αυτό η δημοσιογραφία έχει αναπτύξει διάφορες τεχνικές για τον προσδιορισμό των γεγονότων, προκειμένου να εξασφαλίζεται όσο το δυνατόν περισσότερο η αξιοπιστία της δημοσιογραφικής ερμηνείας.

Ακόμη, η ανεξαρτησία είναι μια βασική απαίτηση της δημοσιογραφίας, ένας ακρογωνιαίος λίθος της αξιοπιστίας της. Η ανεξαρτησία του πνεύματος και του νου, παρά της ουδετερότητας, είναι η αρχή που οι δημοσιογράφοι πρέπει να διατηρούν στο επίκεντρο. Ενώ οι συντάκτες και οι σχολιαστές δεν είναι ουδέτεροι, η πηγή της αξιοπιστίας τους εξακολουθεί να είναι η ακρίβεια, η πνευματική δικαιοσύνη και η ικανότητά τους να ενημερώσουν - όχι η αφοσίωσή τους σε κάποια ομάδα ή αποτέλεσμα.

Η δημοσιογραφία έχει μια ασυνήθιστη ικανότητα να υπηρετεί ως φύλακας σε όσους έχουν εξουσία και η θέση τους επηρεάζει περισσότερο τους πολίτες. Οι δημοσιογράφοι έχουν την υποχρέωση να προστατεύουν αυτή την ελευθερία με το να μην το καταστρέφουν με επιπόλαιη χρήση ή να το εκμεταλλεύονται για εμπορικό κέρδος.

Τέλος, τα μέσα ενημέρωσης είναι οι συνηθισμένοι φορείς δημόσιας συζήτησης και αυτή η ευθύνη αποτελεί τη βάση για τα προνόμια των πολιτών. Θα πρέπει επίσης να προσπαθήσει να αντιπροσωπεύσει δίκαια τις διαφορετικές απόψεις και συμφέροντα στην κοινωνία και να τις τοποθετήσει στο πλαίσιο και όχι να αναδείξει μόνο τις αντιφατικές πλευρές της συζήτησης (Munir, 2013).

2.2 Εκπαίδευση δημοσιογράφων

Σύμφωνα με το Dow Jones News Fund, Inc. (DJNF), τρεις από τους τέσσερις αποφοίτους κολλεγίων προσλαμβάνονται για δημοσιογραφικές θέσεις σε εφημερίδες ειδικευμένες στη μαζική επικοινωνία ή τη δημοσιογραφία. Πολλά εκπαιδευτικά ιδρύματα προσφέρουν προγράμματα στη δημοσιογραφία τόσο σε προπτυχιακό όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο. Ενώ μπορεί κάποιος να προσφέρει εργασία ως δημοσιογράφος χωρίς πτυχίο, υπάρχουν πτυχές της δημοσιογραφίας που διδάσκονται στο πανεπιστήμιο. Μερικά από τα πράγματα που μελετάει κανείς σε ένα πρόγραμμα δημοσιογραφίας περιλαμβάνουν (Frith & Meech, 2007):

- Ηθική στη δημοσιογραφία
- Διεξαγωγή έρευνας και συνεντεύξεων
- Βασικές μορφές δημοσιογραφικής γραφής
- Φωτορεπορτάζ

2.3 Η ανεργία στους δημοσιογράφους

Ο νέος που αποφασίζει να σπουδάσει δημοσιογραφία συχνά θα ακούσει τις ακόλουθες εκφράσεις: «Περαστικά για το επάγγελμα που διάλεξες!», «Πρόσεχε μην γίνεις πουλημένος!», «Ωστε θα είσαι ένας πληρωμένος ψεύτης!», «ΡΟΥΦΙΑΝΕ» κλπ. Το επάγγελμα του δημοσιογράφου σαφώς και δεν είναι εύκολο καθώς καλείται ορισμένες φορές να εργαστεί πολλές ώρες κάτω από αντίξοες συνθήκες. Επιπλέον καλείται να γράψει δημόσια και να ενημερώσει αντικειμενικά ή όσο το δυνατόν πιο αντικειμενικά τον πολίτη. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να ακολουθούν ορισμένους κανόνες και αρχές ή αλλιώς το δικό τους κώδικα δεοντολογίας (Τανάγια, 2015).

Οι σπουδές και η θεωρητική κατάρτιση ενός δημοσιογράφου είναι πολύ σημαντική και ουσιώδης. Οι φοιτητές δημοσιογραφίας τις περισσότερες φορές ξεκινάνε από μια εφημερίδα στην οποία κάνουν την πρακτική τους άσκηση ή στο ραδιόφωνο. Αξίζει να σημειωθεί ότι στη σημερινή εποχή όπως θα αποδειχθεί και στη συνέχεια αυτού του κεφαλαίου το ποσοστό των άνεργων δημοσιογράφων αγγίζει το 60% και είναι ίσως ένα από τα μεγαλύτερα αν όχι το μεγαλύτερο ποσοστό σε σύγκριση με άλλους επαγγελματικούς χώρους και αυτό λειτουργεί ανασταλτικά στο λειτούργημα τους (Τανάγια, 2015).

Η έρευνα του Κάτσικα (2010) έδειξε ότι οι άνεργοι νέοι είναι αρκετοί. Ένα πτυχίο ή ένα μεταπτυχιακό δεν είναι πλέον εφόδιο στο να μην μείνει κάποιος νέος άνεργος. Παλιότερα οι γονείς έστελναν τα παιδιά τους να μεγαλώσουν με σκοπό να αποκατασταθούν επαγγελματικά αλλά τώρα δεν φαίνεται να ισχύει κάτι τέτοιο. Πιο συγκεκριμένα οι άνεργοι από τον Οκτώβριο του 2008 αυξήθηκαν μέχρι τον Οκτώβριο του 2009 και μάλιστα σε ποσοστό 33,8%. Το 2010 τα ποσοστά αυτά έφτασαν στους νέους 15-24 ετών το 27,5% και στα άτομα 25-34 ετών το 12,6%.

Όλα αυτά τα ποσοστά είναι επίσημα από την ΕΛΣΤΑΤ. Η πραγματική ανεργία ή η ημιαπασχόληση βρίσκονται σε εξίσου υψηλά ποσοστά. Με τον όρο

πραγματική ανεργία δηλώνεται όλοι οι νέοι που δεν εργάζονται αλλά δεν είναι γραμμένοι και στα μητρώα του ΟΑΕΔ για τον οποιονδήποτε λόγο. Επιπλέον το 29,2% των νέων ηλικίας 15-24 ετών εργάζεται σε μια θέση επισφαλούς εργασίας ή με ένα συμβόλαιο προσωρινής απασχόλησης. Η Ελλάδα με βάση έρευνα της EUROSTAT, που επικαλείται στο άρθρο του ο Κάτσικας (2010), είναι η μόνη χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην οποία όσο περισσότερα προσόντα έχεις τόσο περισσότερο αβέβαιο είναι αν θα αποκτήσεις μια θέση εργασίας. Στις υπόλοιπες χώρες όσο περισσότερα προσόντα έχει τόσο πιο πιθανό είναι να έχεις μια θέση εργασίας. Υπό αυτές τις συνθήκες δεν είναι παράξενο που οι νέοι 25-34 δεν εγκαταλείπουν την οικία των γονιών τους.

Όσον αφορά το επάγγελμα του δημοσιογράφου βρίσκεται στις πρώτες θέσεις της ανεργίας στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα 20.000 γιατροί, φαρμακοποιοί, οδοντίατροι και δικηγόροι, 2.200 κάτοχοι μεταπτυχιακών και διδακτορικών τίτλων σπουδών και μαζί με αυτούς χιλιάδες εκπαιδευτικοί, μηχανικοί και δημοσιογράφοι πλήττονται από τα υψηλά ποσοστά ανεργίας καθώς δεν έχουν μια θέση εργασίας. Η Ελλάδα βρίσκεται δυστυχώς στην πρώτη θέση όσον αφορά τα ποσοστά ανεργίας γενικά σε πτυχιούχους αλλά την ίδια στιγμή κατατάσσεται στη δεύτερη θέση όσον αφορά την ετεροαπασχόληση. Με άλλα λόγια όσοι πτυχιούχοι εργάζονται, βρίσκονται σε θέσεις εργασίας άσχετες με το αντικείμενο των σπουδών τους (Κάτσικας, 2010).

Ο αριθμός των νέων που αυτή την περίοδο ολοκληρώνουν τις σπουδές τους σε κάποιο τμήμα ΑΕΙ/ΤΕΙ της χώρας είναι περίπου 4.000 κάθε μήνα. Το 20% από αυτούς θα αποτελέσουν νέους άνεργους. Παραπλήσια με τα ποσοστά που συζητήθηκαν πρωτύτερα είναι και άλλες ειδικότητες, όπως για παράδειγμα οι φιλόλογοι, οι θεολόγοι και οι γυμναστές. Οι τρεις αυτές ειδικότητες αποτελούνται από άνεργους τουλάχιστον για τρία χρόνια ή ακόμα και υποαπασχολούμενους. Έρευνες από τα γραφεία διασύνδεσης για όσους σπουδάζουν φιλολογία, παιδαγωγικά, ψυχολογία, κοινωνιολογία, ιστορία, θεολογία, φυσική αγωγή και νηπιαγωγοί δείχνουν ότι μόνο ένας στους έξι αποφοίτους θα βρει μια θέση εργασίας συναφή με το αντικείμενο των σπουδών του. Πολλοί από αυτούς τους πτυχιούχους είναι άνεργοι ή υποαπασχολούμενοι ως και τρία έτη.

Οι κοινωνιολόγοι για παράδειγμα δήλωσαν σε ποσοστό 70% ότι η θέση εργασία τους δεν αφορά καθόλου τις σπουδές τους. Ο ένας στους τέσσερις εκπαιδευτικούς ήταν άνεργος για πάνω από 18 μήνες, οι μισοί απασχολούνταν σε θέσεις εργασίας που δεν αφορούσαν καθόλου τις σπουδές τους και ο ένας στους τέσσερις εργάζονταν σε θέσεις ημιαπασχόλησης που αφορούσαν εργασία σε φροντιστήρια ή παράδοση ιδιαίτερων μαθημάτων. Όσον αφορά τους φυσικούς και τους μαθηματικούς το 30% των νέων ήταν άνεργοι ή υποαπασχολούμενοι για περισσότερο από δύο έτη. Το 15% των αποφοίτων αυτών των σχολών συνέχιζε τις σπουδές του προκειμένου να αποφύγει την ανεργία. Οι άνεργοι θεολόγοι υπολογίζονταν περίπου στους 5.000-6.000 ενώ άλλοι υποαπασχολούνταν ή ετεροαπασχολούνταν. Στους 12.000 έφτανε ο αριθμός των γυμναστών που υποαπασχολούνταν ή ετεροαπασχολούνταν.

Η πρόεδρος της ΕΣΗΕΑ, η κυρία Μαρία Αντωνιάδου (2014) υποστήριξε ότι στην Ελλάδα του σήμερα υπάρχει μια πλήρης απορρύθμιση των εργασιακών σχέσεων και οι δημοσιογράφοι δεν θα μπορούσαν να μείνουν έξω από αυτή την κρίση. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι ο δεύτερος κλάδος στη χώρα που έχει τόσα μεγάλα

ποσοστά ανεργίας. Υπάρχουν πολλές εφημερίδες που έχουν απλήρωτους τους εργαζομένους τους και πάρα πολλά κανάλια. Δεν είναι τυχαίο εξάλλου που πριν από λίγα χρόνια έκλεισε ο τηλεοπτικός σταθμός MEGA. Το πρόγραμμα του σταθμού προβάλλεται μόνο σε επαναλήψεις ενώ τα έσοδα από τις διαφημίσεις του πηγαίνουν κατευθείαν στις τράπεζες καθώς οι πρώην ιδιοκτήτες του χρωστούσαν πολύ μεγάλα ποσά σε δάνεια. Η κυρία Αντωνιάδου υποστήριξε ότι κάποιες εφημερίδες, όπως για παράδειγμα η Ελευθεροτυπία, αποφασίζουν να μην κλείσουν και να μην εκδώσουν άλλη εφημερίδα αλλά οι εργαζόμενοι τους είναι εγκλωβισμένοι με ατομικές συμβάσεις. Φυσικά όπως σε όλα τα επαγγέλματα έτσι και στους δημοσιογράφους έχουν γίνει μειώσεις μισθών. Οι άνεργοι δημοσιογράφοι έφταναν το 30% το 2014 και πολλοί εργάζονται με επίσχεση εργασίας σε διάφορες εφημερίδες. Το μεγαλύτερο πρόβλημα ωστόσο είναι στις αθλητικές εφημερίδες καθώς επίσης και στις οικονομικές.

Πιο πρόσφατα δεδομένα του 2017 δείχνουν ότι η ΕΣΗΕΑ υποστηρίζει ότι το 50% των αποφοίτων δημοσιογραφίας είναι άνεργοι ή είναι απλήρωτοι. Οι εφημερίδες δεν έχουν συντάκτες, τα κανάλια δεν έχουν δελτία ειδήσεων και οι απαιργίες των δημοσιογράφων είναι αρκετές. Σαφώς και διεκδικούν καλύτερες συνθήκες εργασίας, μισθούς και φυσικά καταβολή των δεδουλευμένων τους (Ανώνυμος, 2017α).

Σε αυτό το κεφάλαιο αξίζει να γίνει και μια μικρή αναδρομή στην ανεργία των δημοσιογράφων στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης, δηλαδή από το 2008 και εξής. Το Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΣΗΕΑ πριν λίγες ημέρες κατέθεσε στον Νίκο Παππά, τον υπουργό Ψηφιακής Πολιτικής, ένα κείμενο με βάση το οποίο ζητούσε την ενίσχυση του τύπου στην Ελλάδα. Στη μεταξύ τους συζήτηση τέθηκε το ζήτημα ότι οι εκδότες και όλοι οι ιδιοκτήτες των ΜΜΕ αρνούνταν να συζητήσουν την υπογραφή συλλογικής σύμβασης εργασίας ενώ θα έπρεπε να αποτελέσει προϋπόθεση για αυτούς (Ανώνυμος, 2017β).

Όσον αφορά τις εφημερίδες που έκλεισαν αξίζει να σημειωθεί ότι το 2009-2010 έκλεισαν η Απογευματινή, η Χώρα, η Σφήνα και ο Ελεύθερος Τύπος που επανεκδόθηκε με άλλη ιδιοκτησία. Το 2011-2012 έκλεισαν η Ελευθεροτυπία, ο Αδέσμευτος τύπος, η Αυριανή, ο Ελεύθερος, το Εξπρές, η Ισοτιμία, η Εξέδρα των Σπορ, η Κιτρινόμαυρη Ώρα, το Score Live, το Financial Box, το Βέτο, οι Αποκαλύψεις, ο Φίλαθλος και ο Σύμβουλος. Το 2013-2014 έκλεισαν το Κέρδος, η Παρασκευή και 13, η Νίκη, η Ελλάδα Αύριο, το Derby News, η Newsbomb και ανεστάλη η καθημερινή έκδοση της Βραδυλής. Το 2017 έκλεισαν η Μακεδονία και η Θεσσαλονίκη ενώ άλλες εφημερίδες που έκλεισαν ήταν το Έθνος, το Έθνος της Κυριακής, η Ημερησία και η Ημερησία Σαββατοκύριακου (Ανώνυμος, 2017β).

Όσον αφορά τη πληρωμή των δημοσιογράφων από το 2009 έπεσαν κατά 60%. Θέσεις εργασίας χάθηκαν ενώ σε πολλά ΜΜΕ κυριαρχεί η έναντι πληρωμή. Στην ΕΣΗΕΑ υπάρχουν 669 άνεργοι εκ των οποίων οι 370 προέρχονται από εφημερίδες. Ακόμα 323 δημοσιογράφοι αυτή τη στιγμή βρίσκονται σε επίσχεση εργασίας. Οι άνεργοι είναι πολλοί περισσότεροι στην πραγματικότητα καθώς πολλοί από αυτούς που απολύθηκαν δεν κατάφεραν να απορροφηθούν στα ΜΜΕ που συνέχισαν να λειτουργούν (Ανώνυμος, 2017β).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

3.1. Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι να αναδείξει την απασχολιστικότητα των αποφοίτων σχολών ΜΜΕ στην Ελλάδα της κρίσης. Επιμέρους στόχοι είναι να αναδειχθεί ο βαθμός στον οποίο οι νέοι δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν τα ΜΜΕ, ο βαθμός στον οποίο οι απόφοιτοι δημοσιογραφίας αξιολογούν τις σπουδές τους και ο βαθμός ανεργίας του συγκεκριμένου επαγγέλματος στην Ελλάδα του σήμερα.

3.2. Ερευνητικές υποθέσεις

Οι ερευνητικές υποθέσεις της εργασίας ήταν:

1. Ποιος είναι ο βαθμός χρήσης των ΜΜΕ από τους δημοσιογράφους του σήμερα και ποιος ο βαθμός εμπιστοσύνης τους;
2. Με ποιο τρόπο αξιολογούν οι απόφοιτοι δημοσιογραφίας τις σπουδές τους;
3. Ποιες είναι οι θέσεις εργασίας των δημοσιογράφων στην Ελλάδα της κρίσης; Τι θέλουν να αλλάξει; Ποιος ο βαθμός της ανεργίας σε αυτό τον κλάδο όπως καταγράφεται από τις απαντήσεις τους;

3.3. Ερευνητικό εργαλείο

Το ερευνητικό εργαλείο ήταν το ερωτηματολόγιο. Επιλέχθηκε το ερωτηματολόγιο και όχι η συνέντευξη γιατί σε σύντομο χρονικό διάστημα και με σχετικά μικρό κόστος μπορεί να συμπληρωθεί από τους συμμετέχοντες. Οι κλειστού τύπου ερωτήσεις βοηθούν τους συμμετέχοντες να απαντήσουν γρήγορα και αποτελεσματικά στις ερωτήσεις που τους τίθενται ενώ βοηθούν και τον ερευνητή στην άμεση επεξεργασία τους. Έχουν όμως το μειονέκτημα ότι χρειάζονται περισσότερο χρόνο προκειμένου να κατασκευαστούν (Παρασκευόπουλος, 1998).

Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε από τον ερευνητή της παρούσας εργασίας και για αυτό το λόγο ήταν απαραίτητη η πιλοτική έρευνα. Έτσι αφού δημιουργήθηκε αρχικά χορηγήθηκε σε 5 συμμετέχοντες προκειμένου να μετρηθεί η αξιοπιστία και η εγκυρότητα του ερευνητικού εργαλείου. Πράγματι ήταν έγκυρο και αξιόπιστο καθώς ο δείκτης αξιοπιστίας Cronbach's Alpha ήταν πάνω από 0.70. Πιο συγκεκριμένα ισούταν με 0.90 (Δαφέρμος, 2005).

Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από 4 ερωτήσεις για τα κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων (φύλο, ηλικία, τόπο μόνιμης κατοικίας, μορφωτικό επίπεδο), 3 ερωτήσεις σχετικά με το αν χρησιμοποιούν οι συμμετέχοντες τα ΜΜΕ και ποιο θεωρούν πιο αξιόπιστο, 11 ερωτήσεις σχετικά με τις σπουδές των δημοσιογράφων και 21 ερωτήσεις σχετικά με την ανεργία των δημοσιογράφων και τις θέσεις εργασίας που υπάρχουν στην Ελλάδα του σήμερα.

3.4. Μέθοδος συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων

Όταν το ερευνητικό εργαλείο ήταν έτοιμο ο ερευνητής προσέγγισε τους συμμετέχοντες και ακολουθώντας τα δεοντολογικά ζητήματα, που αναφέρονται στην επόμενη υποενότητα, τους χορήγησε το ερωτηματολόγιο. Το τελικό δείγμα της έρευνας αποτελείται από 101 άτομα και η δειγματοληψία λήφθηκε με τυχαίο τρόπο. Η τυχαία δειγματοληψία βοηθάει τους ερευνητές ώστε να έχουν έγκυρα και αξιόπιστα αποτελέσματα. Αυτό συμβαίνει επειδή κάθε συμμετέχοντας έχει τις ίδιες πιθανότητες να συμπεριληφθεί στο δείγμα. Η συμμετοχή του ενός δεν αποκλείει τη συμμετοχή του άλλου. Παράλληλα, όπως θα φανεί και στα αποτελέσματα της έρευνας, οι συμμετέχοντες προέρχονται από διάφορες γεωγραφικές περιοχές της Ελλάδας γεγονός που προσδίδει ακόμα μεγαλύτερη ασφάλεια για την εγκυρότητα και την αξιοπιστία της έρευνας (Παρασκευόπουλος, 1998).

Πράγματι όταν μετρήθηκε ο συντελεστής αξιοπιστίας Cronbach's Alpha βρέθηκε ότι ήταν 0.85. Καθώς η τιμή του ήταν πάνω από 0.70 έτσι βρέθηκε ότι το ερωτηματολόγιο άρα και τα αποτελέσματα του είναι έγκυρα και αξιόπιστα (Δαφέρμος, 2005).

Όταν συλλέχθηκαν όλα τα δεδομένα του ερωτηματολογίου κωδικοποιήθηκαν και εισήχθησαν στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS 23. Στη συνέχεια μετρήθηκαν οι ποσοστιαίες συχνότητες όλων των ερωτήσεων. Οι δείκτες της ποσοτικής στατιστικής, πχ. μέσος όρος, τυπική απόκλιση κλπ. δεν ήταν δυνατό να μετρηθούν γιατί το σύνολο των ερωτήσεων ήταν κατηγορικού ή ονομαστικού τύπου μεταβλητές.

Όταν μετρήθηκαν οι ποσοστιαίες συχνότητες δημιουργήθηκαν τα κυκλικά διαγράμματα μέσω του προγράμματος Excel 2010. Ο λόγος για τον οποίο έγινε αυτό είναι γιατί τα κυκλικά διαγράμματα με αυτό τον τρόπο είναι πιο εύχρηστα σε σύγκριση με αυτά που προκύπτουν από το SPSS.

3.5. Δεοντολογικά ζητήματα

Ο ερευνητής ενημέρωσε τους συμμετέχοντες ότι οι απαντήσεις τους θα είναι ανώνυμες και εμπιστευτικές και δεν επρόκειτο να κοινοποιηθούν σε τρίτα άτομα. Επιπλέον μετά τη λήξη της έρευνας οι απαντήσεις τους θα καταστραφούν προκειμένου να μην έχει κανείς πρόσβαση σε αυτές. Οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν μόνο για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης και δεν επρόκειτο να χρησιμοποιηθούν με αθέμιτο τρόπο (Παρασκευόπουλος, 1998).

Αν κάποιος συμμετέχοντας δεν επιθυμεί να απαντήσει κάποια ερώτηση μπορεί να το κάνει. Όπως θα αποδειχθεί στο επόμενο κεφάλαιο δεν υπήρξε ούτε μία ερώτηση που να την απάντησαν όλοι οι συμμετέχοντες. Η συμμετοχή τους είναι εθελοντική και ουσιαστικά βοηθάει τον ερευνητή να ολοκληρώσει τις σπουδές του. Αν κάποιος επιθυμεί μπορεί να αποχωρήσει από την έρευνα σε οποιοδήποτε στάδιο της. Ωστόσο δεν υπήρξε καμία αποχώρηση από την έρευνα (Παρασκευόπουλος, 1998).

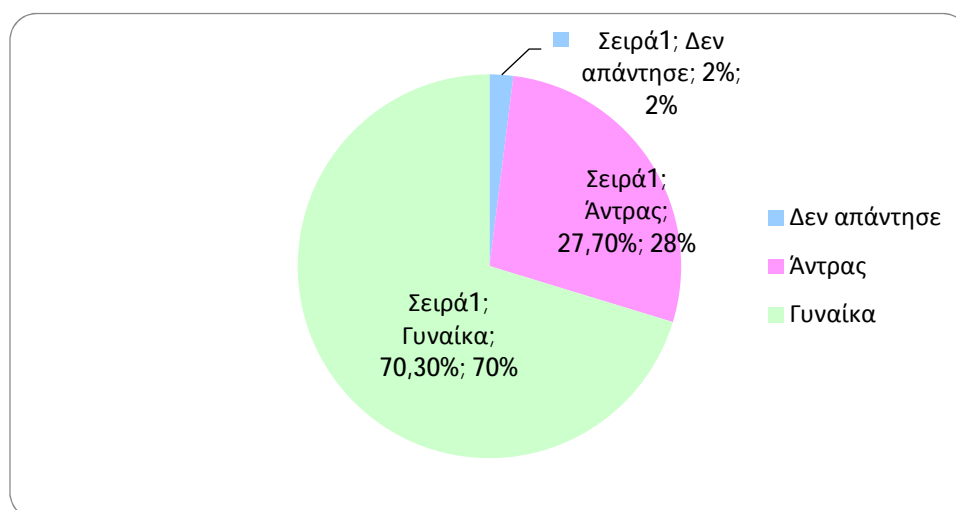
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Πίνακας 1: Το φύλο των συμμετεχόντων

Φύλο	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Άντρας	28	27,7
Γυναίκα	71	70,3

Στην έρευνα συμμετείχαν 101 δημοσιογράφοι, εκ των οποίων οι 27,7% ήταν άντρες και οι γυναίκες 70,3%. Το 2% δεν απάντησαν.

Σχεδιάγραμμα 1: Το φύλο των συμμετεχόντων

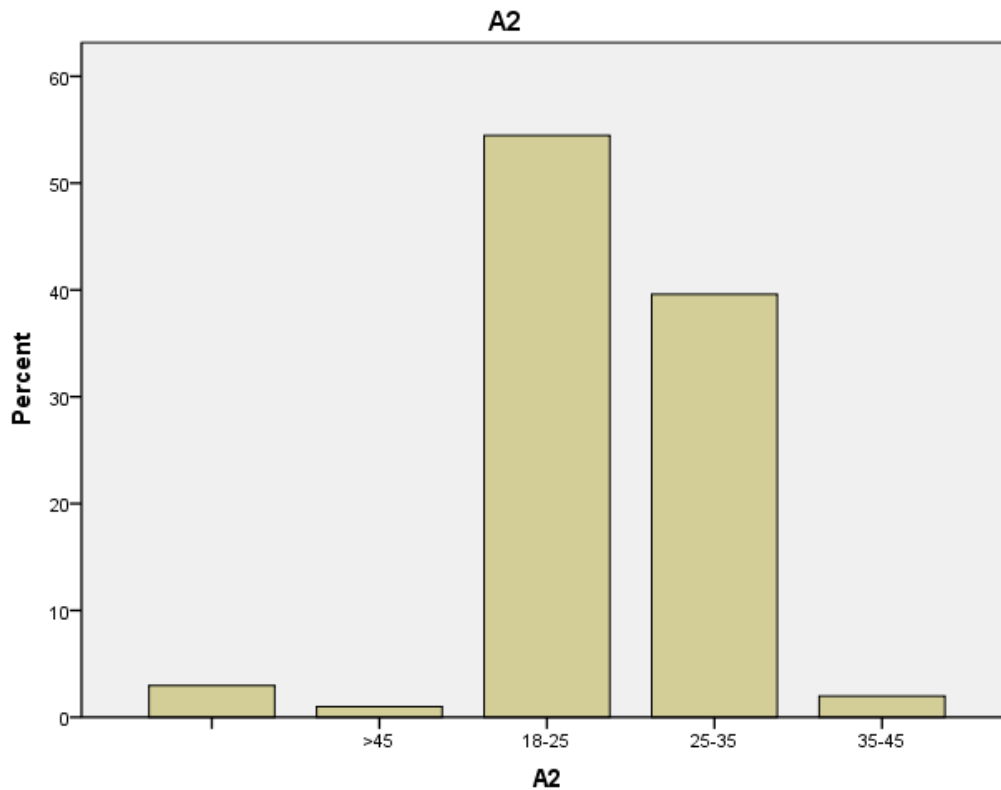


Πίνακας 2: Η ηλικία των συμμετεχόντων

Ηλικία	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
18-25 έτη	55	54,5
25-35 έτη	40	39,6
35-45 έτη	2	2,0
Πάνω από 45 έτη	1	1,0

Όσον αφορά την ηλικία των συμμετεχόντων το 3% δεν έδωσε απάντηση, το 54,5% είχε ηλικία από 18-25 έτη, το 39,6% από 25-35 έτη, το 2% από 35-45 έτη και το 1% άνω από 45 έτη.

Σχεδιάγραμμα 2: Η ηλικία των συμμετεχόντων

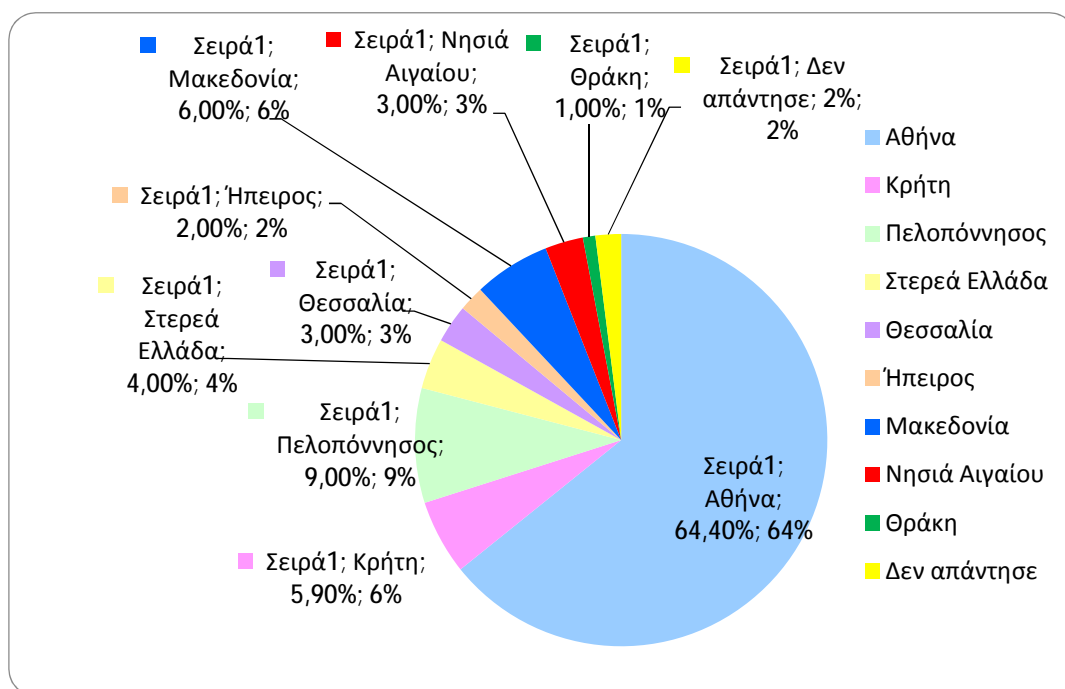


Πίνακας 3: Ο τόπος μόνιμης κατοικίας των συμμετεχόντων

Τόπος μόνιμης κατοικίας	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Αθήνα	65	64,4
Κρήτη	6	5,9
Πελοπόννησος	9	9,0
Στερεά Ελλάδα	4	4,0
Θεσσαλία	3	3,0
Ήπειρο	2	2,0
Μακεδονία	6	6,0
Νησιά του Αιγαίου	3	3,0
Θράκη	1	1,0

Όσον αφορά τον τόπο της μόνιμης κατοικίας των συμμετεχόντων το 64,4% κατοικούσε στην Αθήνα, το 5,9% στην Κρήτη, το 9% στην Πελοπόννησο (Πάτρα, Γύθειο, Κόρινθος, Πύργος, Ναύπλιο), το 4% στη Στερεά Ελλάδα (Βοιωτία, Αργίτιο, Λαμία), το 3% στη Θεσσαλία (Τρίκαλα, Βόλος), το 2% στην Ήπειρο (Γιάννενα), το 6% στη Μακεδονία (Θεσσαλονίκη, Βέροια), το 3% στα Νησιά του Αιγαίου (Ρόδος, Κως), το 1% στη Θράκη και το 2% δεν έδωσε απάντηση.

Σχεδιάγραμμα 3: Ο τόπος μόνιμης κατοικίας των συμμετεχόντων

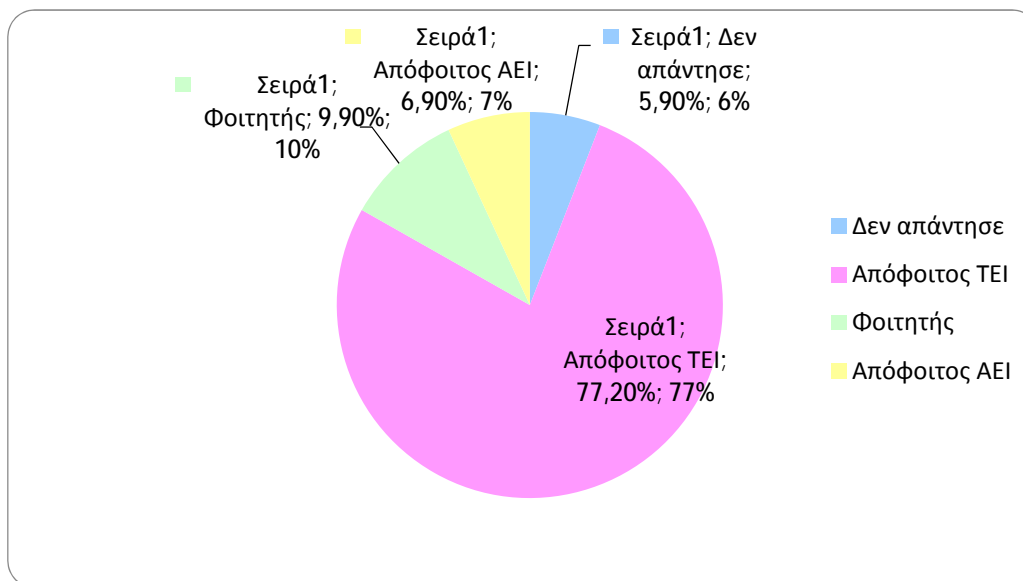


Πίνακας 4: Το μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων

Μορφωτικό επίπεδο	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Απόφοιτοι ΤΕΙ	78	77,2
Απόφοιτοι ΑΕΙ	7	6,9
Φοιτητής/τρια	10	9,9

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων το 5,9% δεν έδωσε απάντηση, το 77,2% ήταν απόφοιτοι ΤΕΙ, το 6,9% ήταν απόφοιτοι ΑΕΙ και το 9,9% ήταν ακόμα φοιτητές.

Σχεδιάγραμμα 4: Το μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων

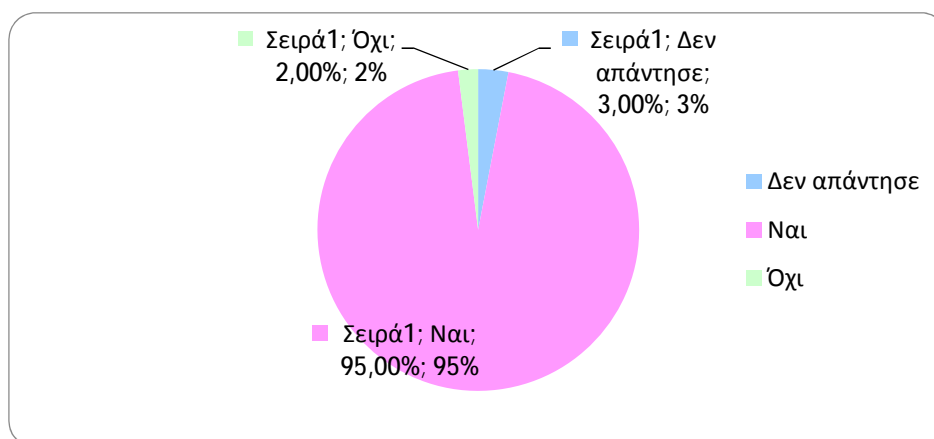


Πίνακας 5: Χρησιμοποιείτε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης;

Χρησιμοποιείτε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ναι	96	95,0
Όχι	2	2,0

Όσον αφορά το αν χρησιμοποιούν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης το 3% δεν έδωσε απάντηση, το 95% απάντησε θετικά ενώ το 2% απάντησε αρνητικά.

Σχεδιάγραμμα 5: Χρησιμοποιείτε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης;

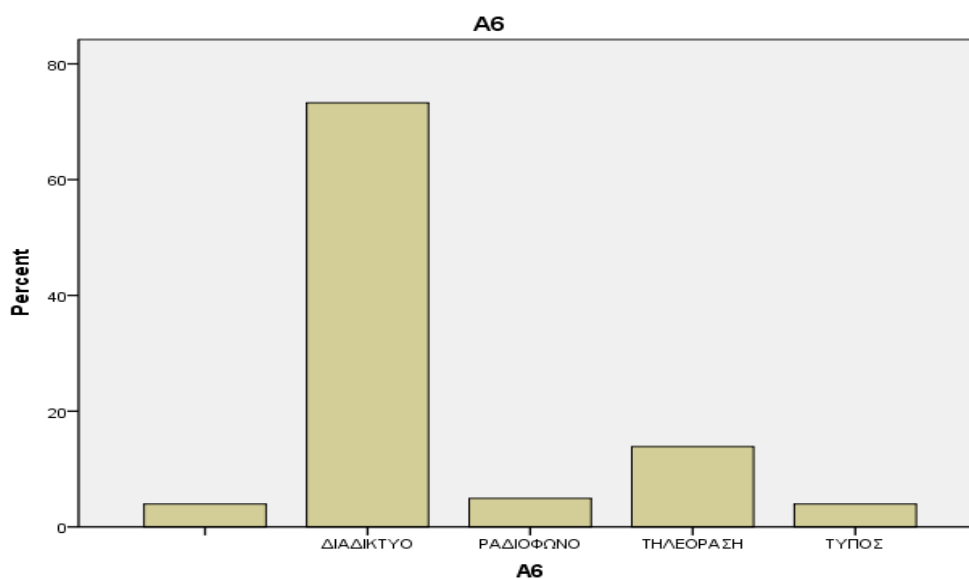


Πίνακας 6: Αν ναι, τι χρησιμοποιείτε περισσότερο;

Αν ναι, τι χρησιμοποιείτε περισσότερο;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Διαδίκτυο	74	73,3
Τύπος	4	4,0
Ραδιόφωνο	5	5,0
Τηλεόραση	14	13,9

Όσον αφορά το μέσο μαζικής ενημέρωσης που χρησιμοποιούν περισσότερο το 4% δεν έδωσε απάντηση, το 73,3% απάντησε το διαδίκτυο, το 4% τον τύπο, το 5% το ραδιόφωνο και το 13,9% την τηλεόραση. Το αποτέλεσμα αυτό είναι αναμενόμενο, δεδομένου ότι το διαδίκτυο θεωρείται πλέον το δημοφιλέστερο μέσο μαζικής ενημέρωσης.

Σχεδιάγραμμα 6: Αν ναι, τι χρησιμοποιείτε περισσότερο;

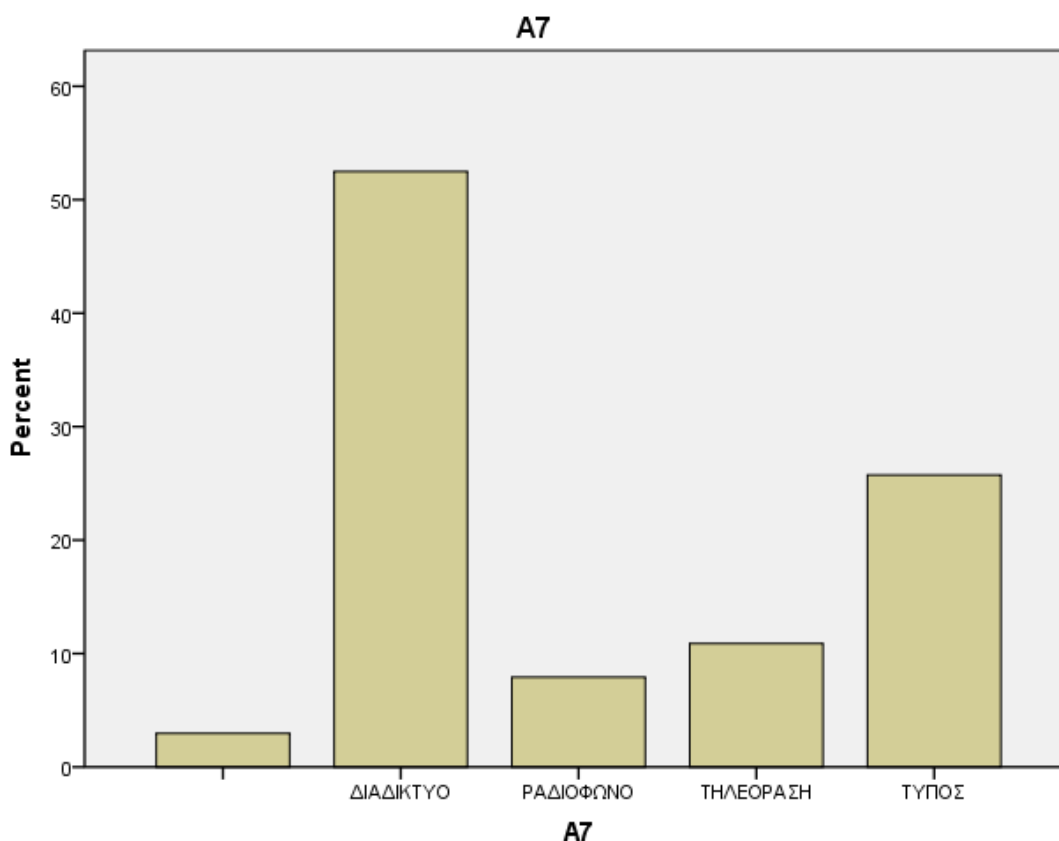


Πίνακας 7: Ποιο μέσο θεωρείτε περισσότερο αξιόπιστο;

Ποιο μέσο θεωρείτε περισσότερο αξιόπιστο;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Διαδίκτυο	53	52,5
Τύπος	26	25,7
Ραδιόφωνο	8	7,9
Τηλεόραση	11	10,9

Στην ερώτηση 7 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το πιο μέσο θεωρούν περισσότερο αξιόπιστο. Το 3% δεν απάντησε, το 52,5% των συμμετεχόντων δήλωσε το διαδίκτυο, το 25,7% τον τύπο, το 7,9% το ραδιόφωνο και το 10,9% την τηλεόραση. Δεδομένου ότι οι πιο πολλοί συμμετέχοντες δήλωσαν πως περισσότερο χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για την ενημέρωσή τους είναι λογικό να το θεωρούν και αξιόπιστο.

Σχεδιάγραμμα 7: Ποιο μέσο θεωρείτε περισσότερο αξιόπιστο;

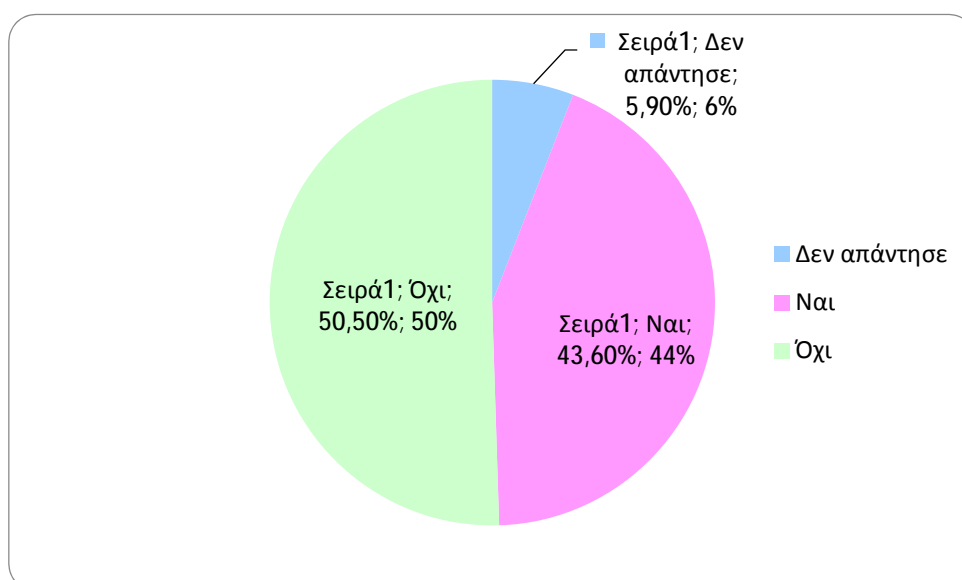


Πίνακας 8: Θεωρείτε ότι τα τμήματα σχετικά με τα ΜΜΕ έχουν άμεση ανταπόκριση με την αγορά εργασίας;

Θεωρείτε ότι τα τμήματα σχετικά με τα ΜΜΕ έχουν άμεση ανταπόκριση με την αγορά εργασίας;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ναι	44	43,6
Όχι	51	50,5

Στην ερώτηση 8 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το αν τα τμήματα σχετικά με τα ΜΜΕ έχουν άμεση ανταπόκριση με την αγορά εργασίας. Το 5,9% των συμμετεχόντων δεν έδωσε απάντηση, το 43,6% απάντησε θετικά ενώ το 50,5% απάντησε αρνητικά. Χαρακτηριστικό είναι ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες απάντησαν αρνητικά σε αυτή την ερώτηση, υποστηρίζοντας ότι τα υπάρχοντα τμήματα ΜΜΕ δεν ανταποκρίνονται στην αγορά εργασίας. Αυτό το γεγονός οφείλεται σε μεγάλο βαθμό και στην οικονομική κρίση που πλήττει τη χώρα μας τα τελευταία χρόνια και έχει αντίκτυπο στον οικονομικό τομέα και στον τομέα εργασίας, γεγονός που επηρεάζει και τον κλάδο των ΜΜΕ.

Σχεδιάγραμμα 8: Θεωρείτε ότι τα τμήματα σχετικά με τα ΜΜΕ έχουν άμεση ανταπόκριση με την αγορά εργασίας;

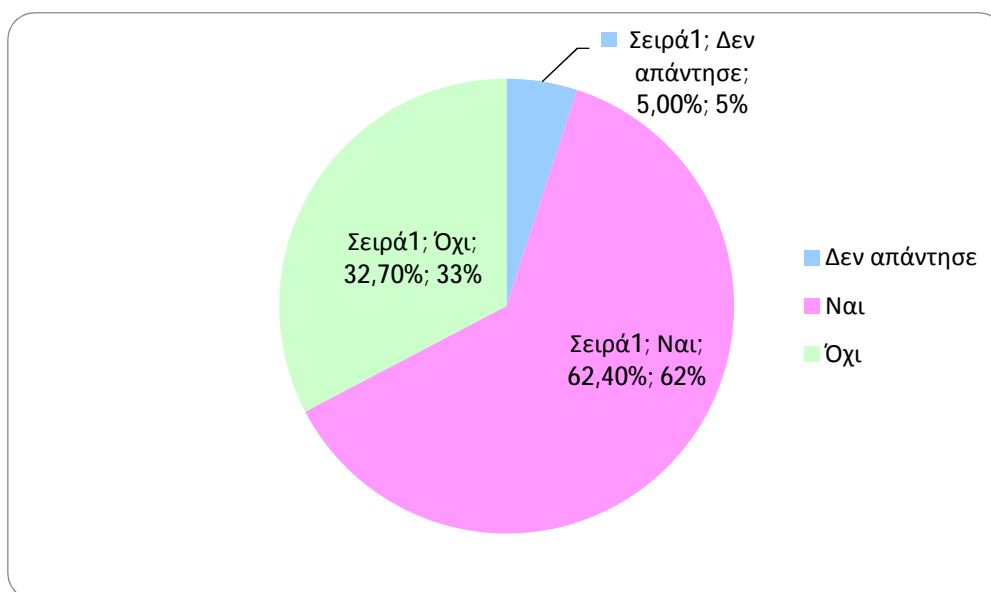


Πίνακας 9: Θεωρείτε ότι τα τμήματα σχετικά με ΜΜΕ έχουν δυνατότητες στην αγορά εργασίας;

Θεωρείτε ότι τα τμήματα σχετικά με ΜΜΕ έχουν δυνατότητες στην αγορά εργασίας;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ναι	63	62,4
Όχι	33	32,7

Στην ερώτηση 9 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το αν θεωρούν ότι τα τμήματα σχετικά με τα ΜΜΕ έχουν τις δυνατότητες στην αγορά εργασίας. Το 5% δεν απάντησε, το 62,4% απάντησε θετικά ενώ το 32,7% απάντησε αρνητικά. Το αποτέλεσμα αυτό δείχνει την αισιοδοξία των συμμετεχόντων για την αγορά εργασίας και την επαγγελματική τους αποκατάσταση.

Σχεδιάγραμμα 9: Θεωρείτε ότι τα τμήματα σχετικά με ΜΜΕ έχουν δυνατότητες στην αγορά εργασίας;

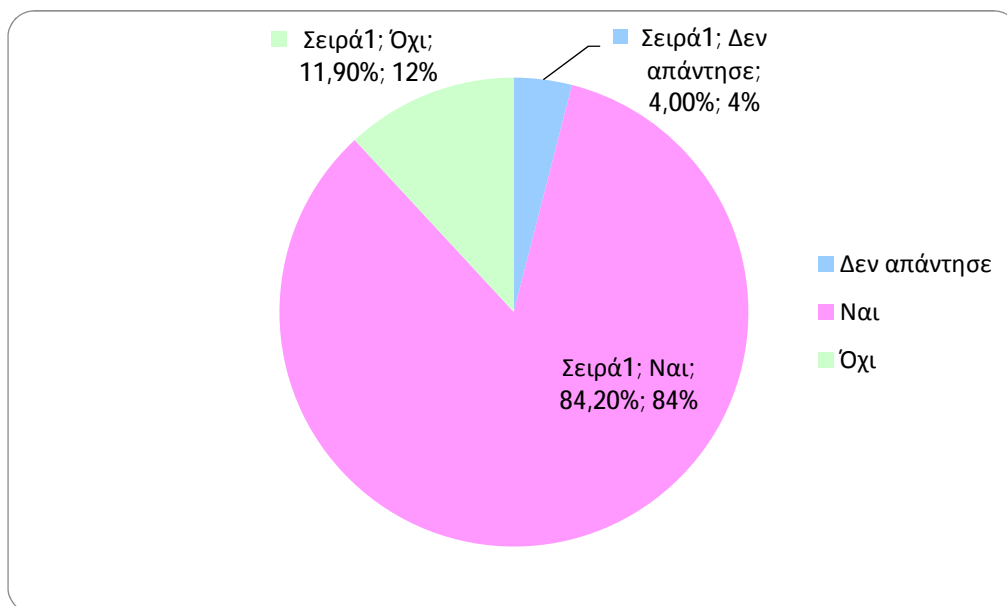


Πίνακας 10: Θεωρείτε ότι οι απόφοιτοι ΜΜΕ μπορούν να ασχοληθούν τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο τομέα

Θεωρείτε ότι οι απόφοιτοι ΜΜΕ μπορούν να ασχοληθούν τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο τομέα	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ναι	85	84,2
Όχι	12	11,9

Στην ερώτηση 10 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το αν θεωρούν ότι οι απόφοιτοι ΜΜΕ μπορούν να ασχοληθούν τόσο στον ιδιωτικό όσο και στο δημόσιο τομέα. Το 4% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 84,2% απάντησε θετικά ενώ το 11,9% απάντησε αρνητικά.

Σχεδιάγραμμα 10: Θεωρείτε ότι οι απόφοιτοι ΜΜΕ μπορούν να ασχοληθούν τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο τομέα

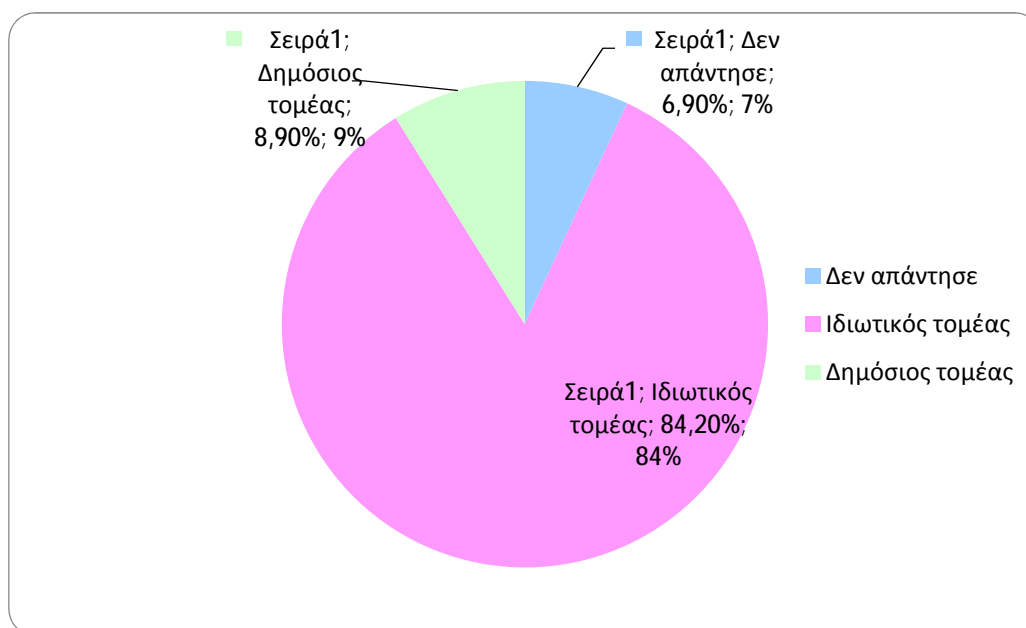


Πίνακας 11: Εάν ναι, σε ποιο τομέα θεωρείτε καλύτερο για την εξέλιξη τους;

Εάν ναι, σε ποιο τομέα θεωρείτε καλύτερο για την εξέλιξη τους;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ιδιωτικός τομέα	85	84,2
Δημόσιος τομέα	9	8,9

Στην ερώτηση 11 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το ποιον τομέα θεωρούν καλύτερο για την εξέλιξη τους. Το 6,9% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 84,2% απάντησε στον ιδιωτικό τομέα ενώ το 8,9% στον δημόσιο τομέα. Χαρακτηριστικό είναι ότι η συντριπτική πλειοψηφία επέλεξε τον ιδιωτικό τομέα. Αυτό το εύρημα δείχνει ότι ο δημόσιος τομέας δεν χαρακτηρίζεται από αμεροληψία και δεν εμπνέει σιγουριά στους απόφοιτους, ενώ αντίθετα ο ιδιωτικός τομέας το κάνει.

Σχεδιάγραμμα 11: Εάν ναι, σε ποιο τομέα θεωρείτε καλύτερο για την εξέλιξη τους;

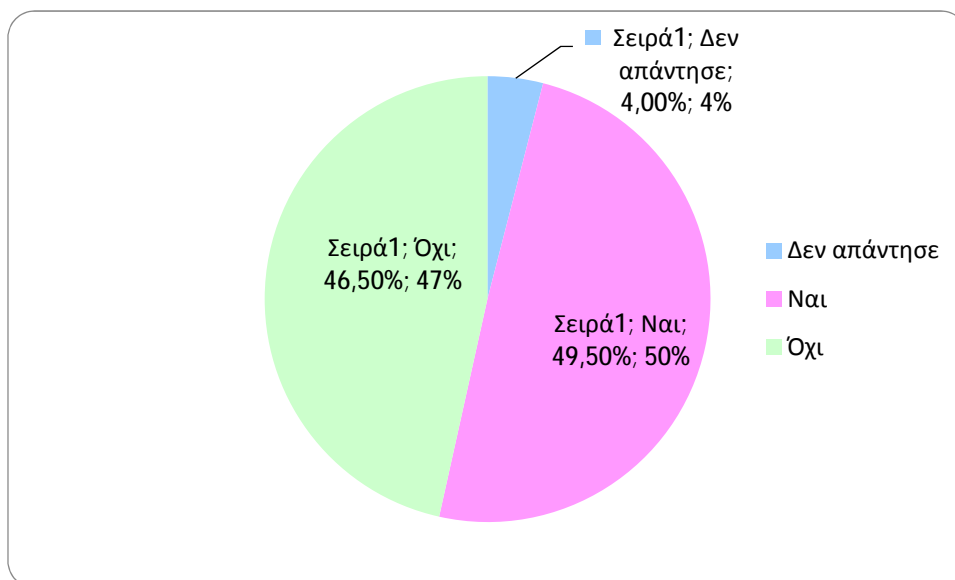


Πίνακας 12: Θεωρείτε ότι η πρακτική άσκηση σας βοήθησε στην εύρεση εργασίας;

Θεωρείτε ότι η πρακτική άσκηση σας βοήθησε στην εύρεση εργασίας;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ναι	50	49,5
Όχι	47	46,5

Στην ερώτηση 12 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το αν θεωρούν ότι η πρακτική τους άσκηση τους βοήθησε στην εύρεση εργασίας. Το 4% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 49,5% απάντησε θετικά ενώ το 46,5% αρνητικά. Το αποτέλεσμα αυτό δείχνει ότι η πρακτική άσκηση δεν αποτελεί ισχυρό εφόδιο για εύρεση εργασίας, καθώς πολλοί συμμετέχοντες παρόλο που έκαναν πρακτική δεν κατάφεραν να βρουν δουλειά..

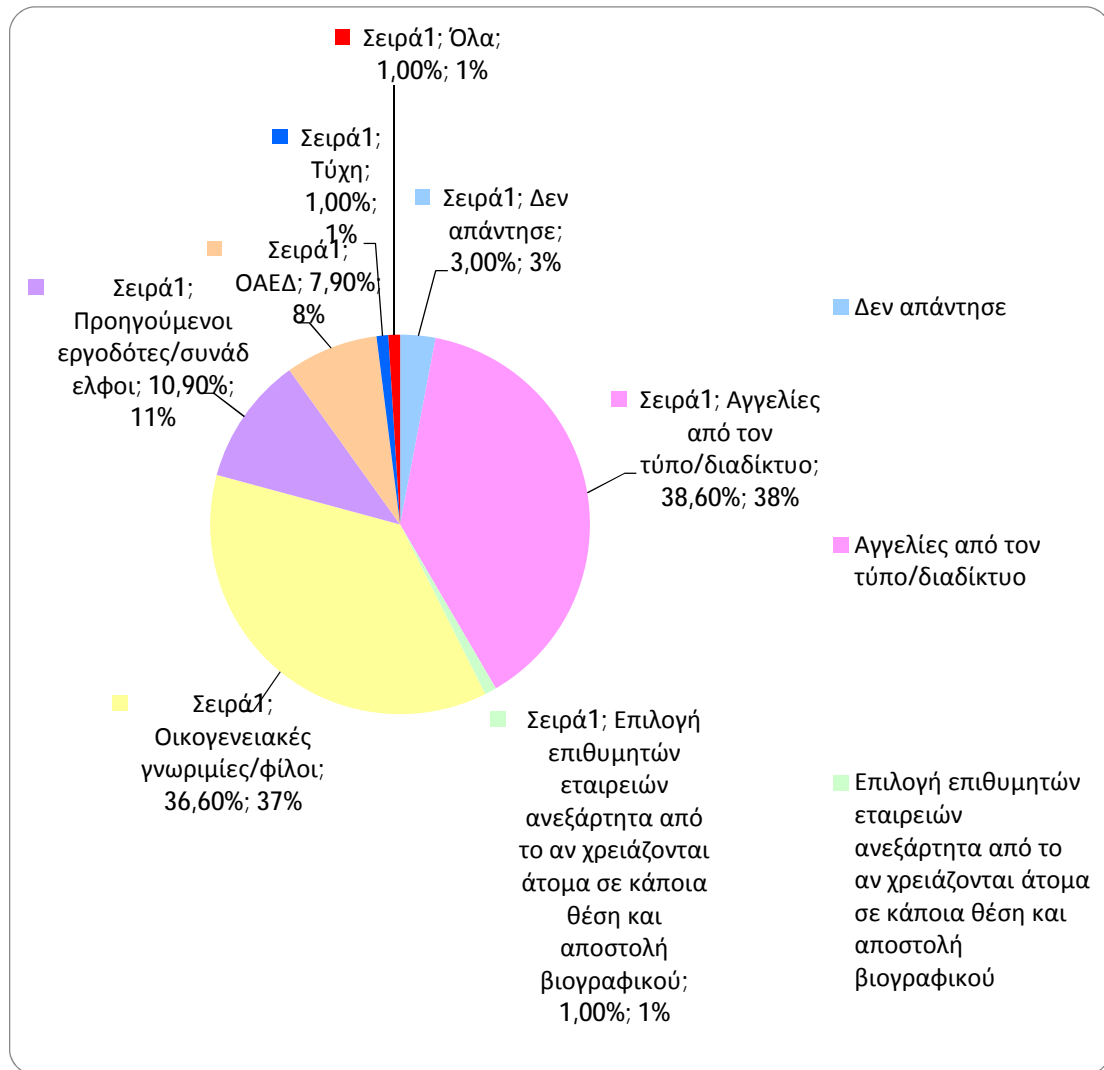
Σχεδιάγραμμα 12: Θεωρείτε ότι η πρακτική άσκηση σας βοήθησε στην εύρεση εργασίας;



Πίνακας 13: Ποιο τρόπο θεωρείτε καλύτερο για την εύρεση εργασίας αποφοίτων ΜΜΕ;

Ποιο τρόπο θεωρείτε καλύτερο για την εύρεση εργασίας αποφοίτων ΜΜΕ;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Αγγελίες από τον τύπο/διαδίκτυο	39	38,6
Οικογενειακές γνωριμίες/φίλοι	37	36,6
Προηγούμενοι εργοδότες/συνάδελφοι,	11	10,9
ΟΑΕΔ	8	7,9
Επιλογή επιθυμητών εταιρειών ανεξάρτητα από το αν χρειάζονται άτομα σε κάποια θέση και η αποστολή βιογραφικού,	1	1,0
Τύχη	1	1,0
Όλα τα παραπάνω	1	1,0

Σχεδιάγραμμα 13: Ποιο τρόπο θεωρείτε καλύτερο για την εύρεση εργασίας αποφοίτων ΜΜΕ;



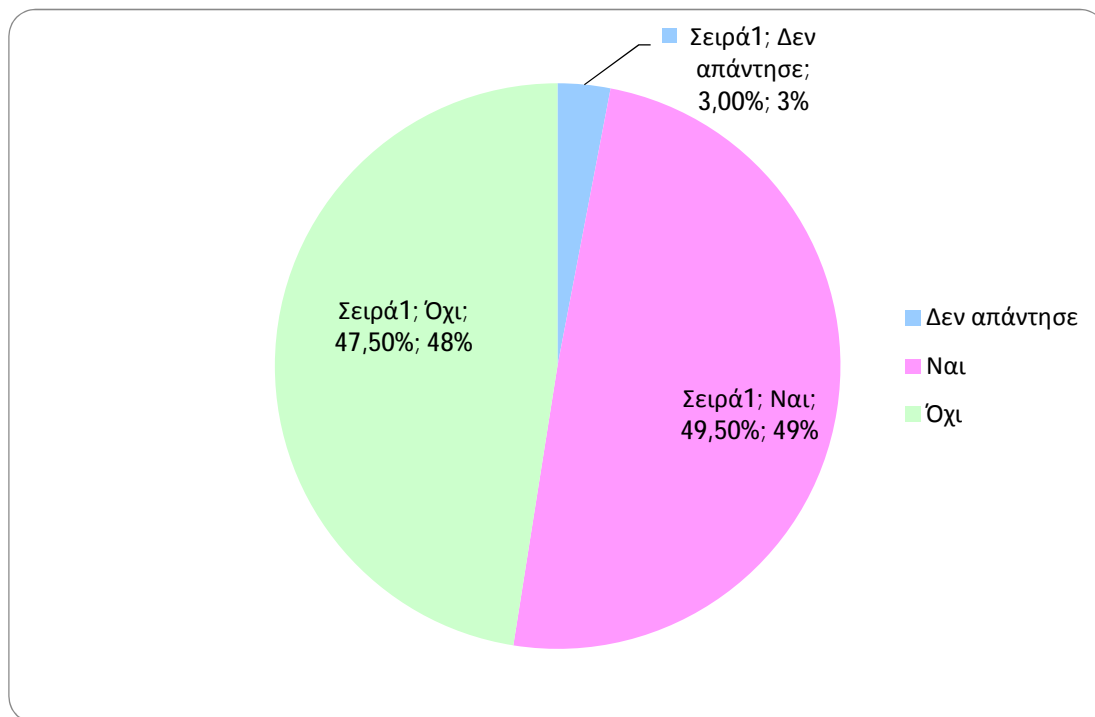
Πίνακας 14: Αυτή τη στιγμή εργάζεστε πάνω στην ειδικότητά σας;

Αυτή τη στιγμή εργάζεστε πάνω στην ειδικότητά σας;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ναι	50	49,5
Όχι	48	47,5

Στην ερώτηση 14 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν για το αν εργάζονται αυτή τη δεδομένη χρονική στιγμή. Το 3% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 49,5%

απάντησε θετικά ενώ το 47,5% αρνητικά. Το εύρημα αυτό ανταποκρίνεται στην υφιστάμενη κατάσταση της Ελλάδας που εξαιτίας της κακής οικονομικής κατάστασης μεγάλο ποσοστό πτυχιούχων είναι άνεργοι.

Σχεδιάγραμμα 14: Αυτή τη στιγμή εργάζεστε πάνω στην ειδικότητά σας;

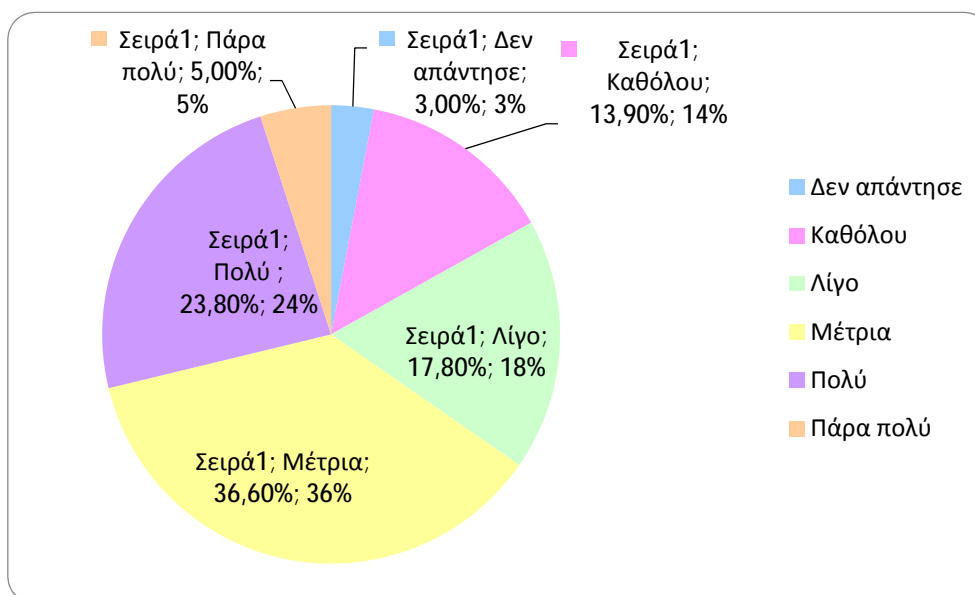


Πίνακας 15: Ποιος είναι ο βαθμός αντιστοιχίας της εργασίας σας με το αντικείμενο σπουδών;

Ποιος είναι ο βαθμός αντιστοιχίας της εργασίας σας με το αντικείμενο σπουδών;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Καθόλου	13	13,9
Λίγο	18	17,8
Μέτρια	37	36,6
Πολύ	24	23,8
Πάρα πολύ	6	5,0

Στην ερώτηση 15 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το βαθμό αντιστοιχίας της εργασίας τους με το αντικείμενο των σπουδών τους. Το 3% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 13,9% απάντησε καθόλου, το 17,8% λίγο, το 36,6% μέτρια, το 23,8% πολύ και το 5% πάρα πολύ. Από αυτό το αποτέλεσμα συμπεραίνουμε ότι στα τμήματα ΜΜΕ το πρόγραμμα σπουδών ανταποκρίνεται σε μεγάλο βαθμό στην πραγματικότητα της αγοράς εργασίας και γενικά των απαιτήσεων του κλάδου.

Σχεδιάγραμμα 15: Ποιος είναι ο βαθμός αντιστοιχίας της εργασίας σας με το αντικείμενο σπουδών;



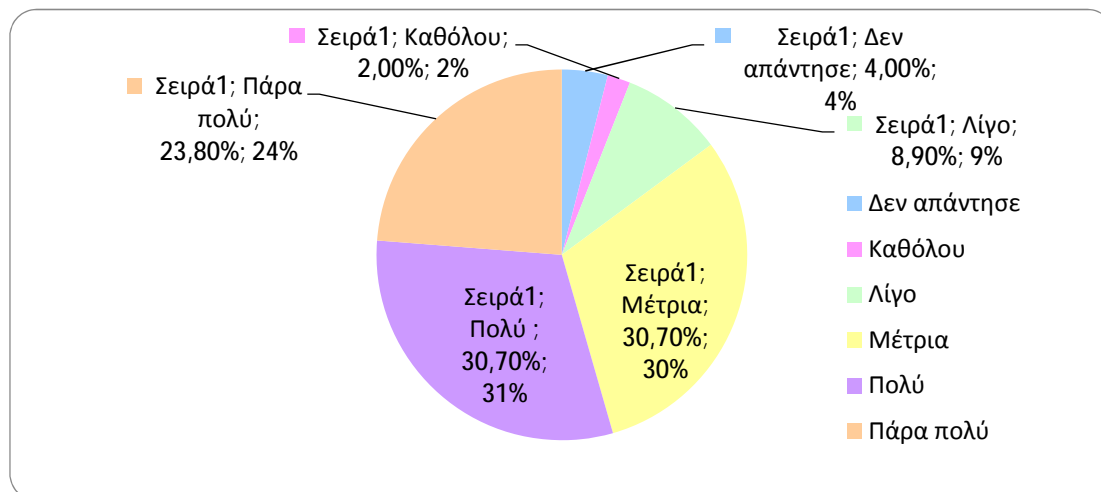
Πίνακας 16: Πόσο σας ενδιέφερε το αντικείμενο του τμήματος στην αρχή των σπουδών;

	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Καθόλου	2	2,0
Λίγο	9	8,9
Μέτρια	31	30,7
Πολύ	31	30,7
Πάρα πολύ	23	23,8

Στην ερώτηση 16 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το πόσο τους ενδιέφερε το αντικείμενο του τμήματος στην αρχή των σπουδών τους. Το 4% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 2% δήλωσε καθόλου, το 8,9% λίγο, το 30,7% μέτρια ή πολύ και το 23,8% πάρα πολύ. Αυτό δείχνει ότι οι περισσότεροι νεοεισερχόμενοι στα τμήματα

MME ήταν συνειδητοποιημένοι για την επιλογή τους να φοιτήσουν σε μια τέτοια σχολή.

Σχεδιάγραμμα 16: Πόσο σας ενδιέφερε το αντικείμενο του τμήματος στην αρχή των σπουδών;

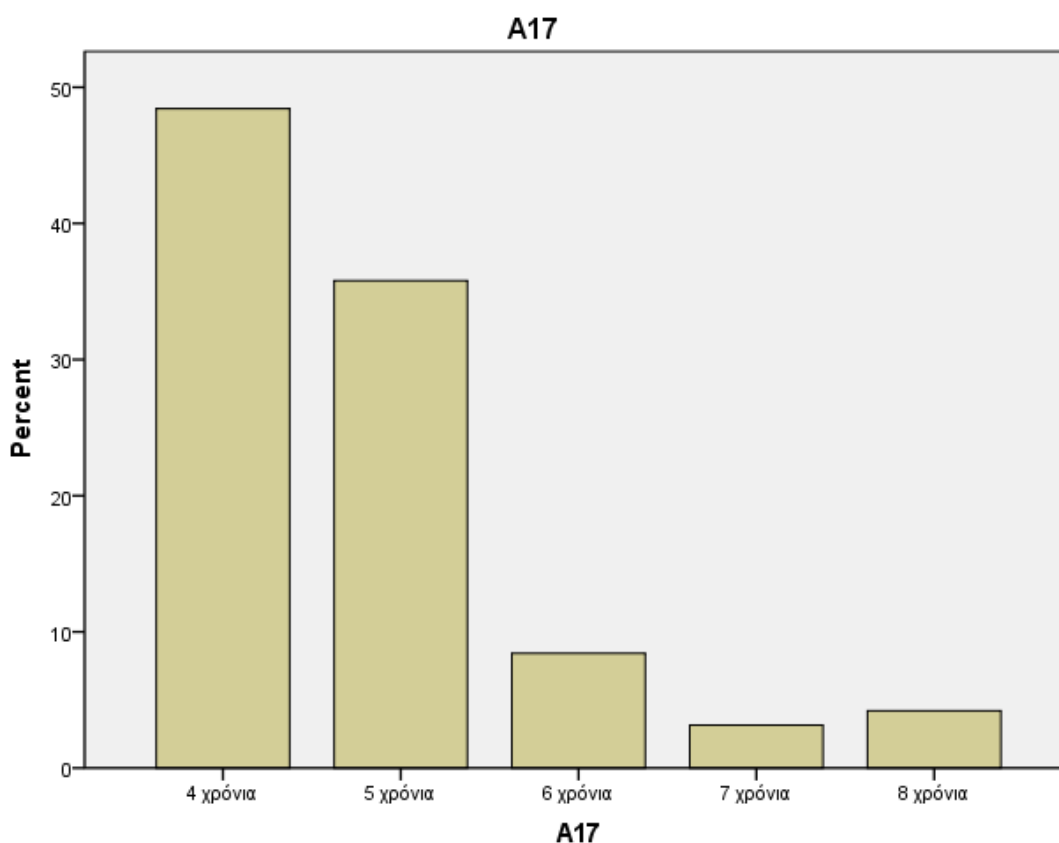


Πίνακας 17: Ποια ήταν η διάρκεια των σπουδών σας;

Ποια ήταν η διάρκεια των σπουδών σας;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
4 χρόνια	46	45,5
5 χρόνια	34	33,7
6 χρόνια	8	7,9
7 χρόνια	3	3,0
8 χρόνια	4	4,0

Στην ερώτηση 17 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με τη διάρκεια των σπουδών τους. Το 5,9% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 45,5% απάντησε 4 έτη, το 33,7% 5 έτη, το 7,9% 6 έτη, το 3% 7 έτη και το 4% 8 έτη.

Σχεδιάγραμμα 17: Ποια ήταν η διάρκεια των σπουδών σας;

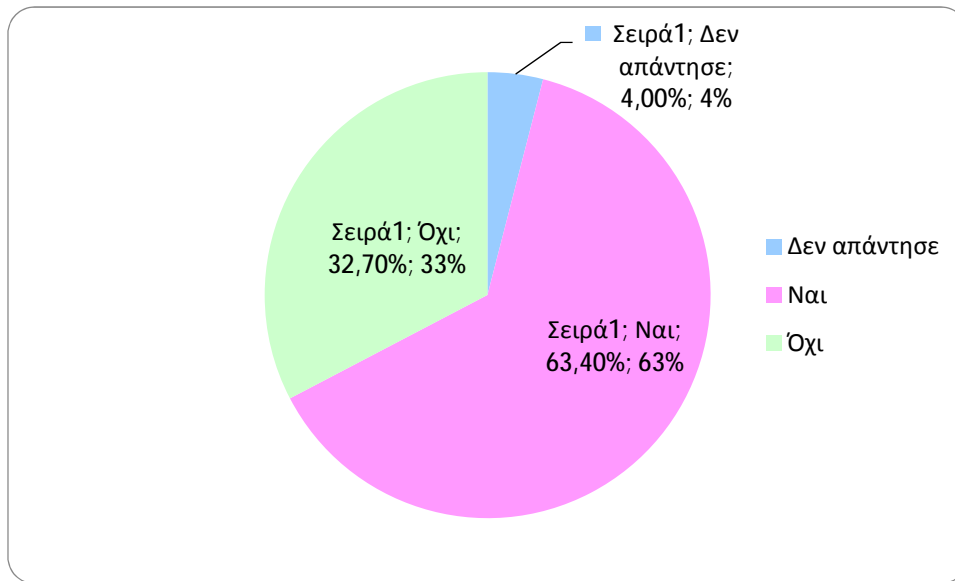


Πίνακας 18: Ήσασταν ικανοποιημένοι από το πρόγραμμα σπουδών του τμήματος σας;

Ήσασταν ικανοποιημένοι από το πρόγραμμα σπουδών του τμήματος σας;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ναι	63	63,4
Όχι	34	32,7

Στην ερώτηση 18 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το αν είναι ικανοποιημένοι από το πρόγραμμα σπουδών του τμήματος τους. Το 4% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 63,4% απάντησε θετικά και το 32,7% αρνητικά. Αυτό το εύρημα είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό για τα τμήματα ΜΜΕ.

Σχεδιάγραμμα 18: Ήσασταν ικανοποιημένοι από το πρόγραμμα σπουδών του τμήματός σας;

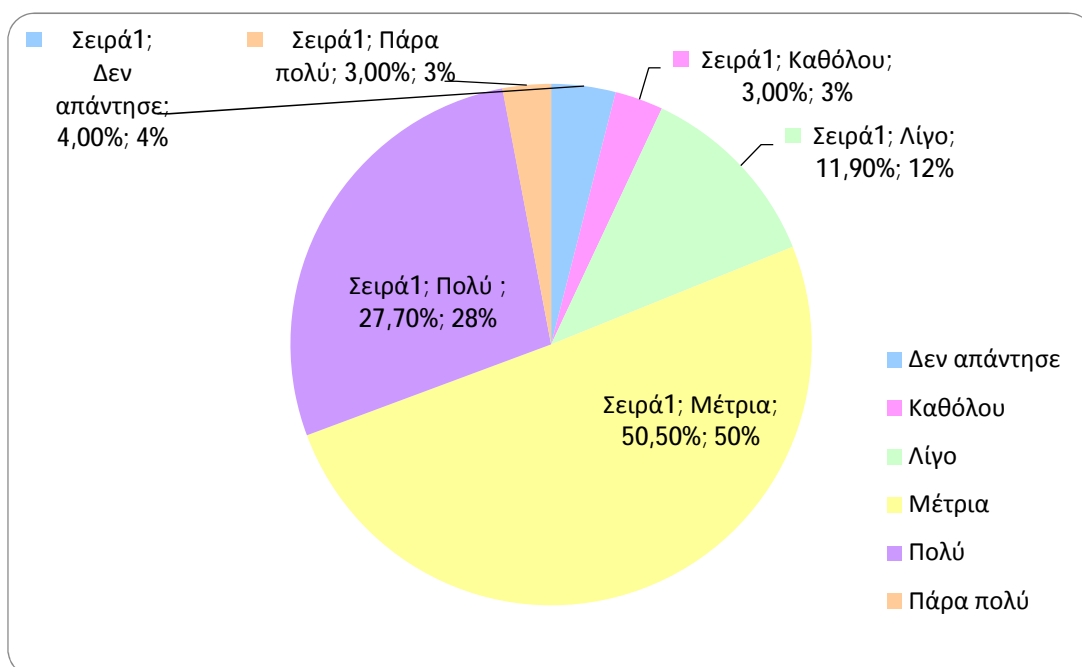


Πίνακας 19: Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι με το πρόγραμμα σπουδών;

Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι με το πρόγραμμα σπουδών;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Καθόλου	3	3,0
Λίγο	12	11,9
Μέτρια	51	50,5
Πολύ	3	27,7
Πάρα πολύ	28	3,0

Στην ερώτηση 19 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το βαθμό που ήταν ικανοποιημένοι με το πρόγραμμα σπουδών τους. Το 4% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 3% δήλωσε καθόλου, το 11,9% λίγο, το 50,5% μέτρια, το 27,7% πολύ και το 3% πάρα πολύ.

Σχεδιάγραμμα 19: Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι με το πρόγραμμα σπουδών;

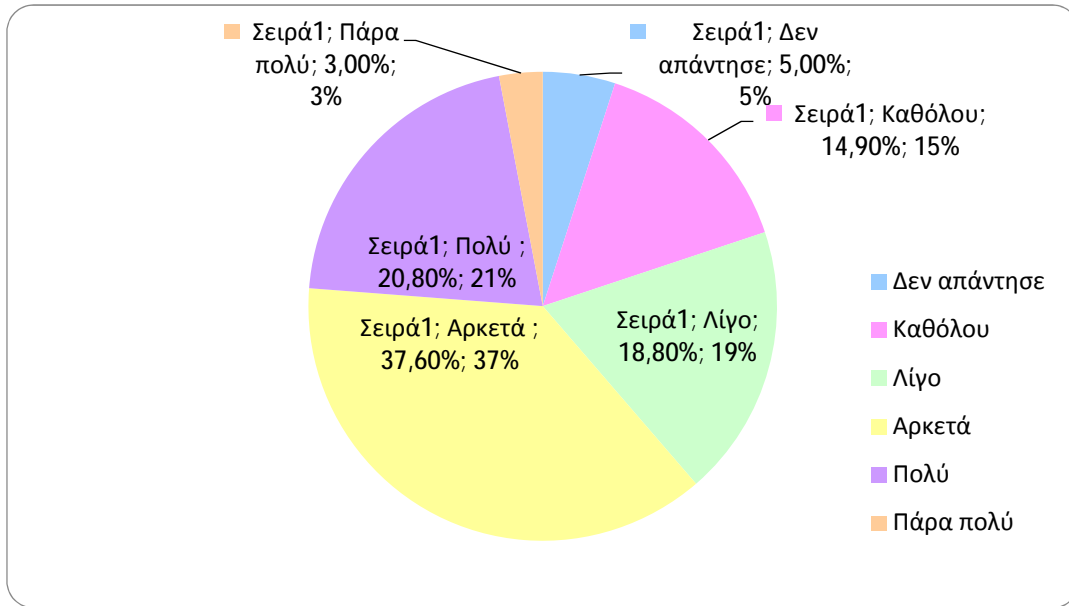


Πίνακας 20: Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι από τις υποδομές του τμήματος;

Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι από τις υποδομές του τμήματος;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Καθόλου	15	14,9
Λίγο	19	18,8
Μέτρια	38	37,6
Πολύ	21	20,8
Πάρα πολύ	3	3,0

Στην ερώτηση 20 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το βαθμό που ήταν ικανοποιημένοι από τις υποδομές του τμήματος τους. Το 5% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 14,9% δήλωσε καθόλου, το 18,8% λίγο, το 37,6% αρκετά, το 20,8% πολύ και το 3% πάρα πολύ.

Σχεδιάγραμμα 20: Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι από τις υποδομές του τμήματος;

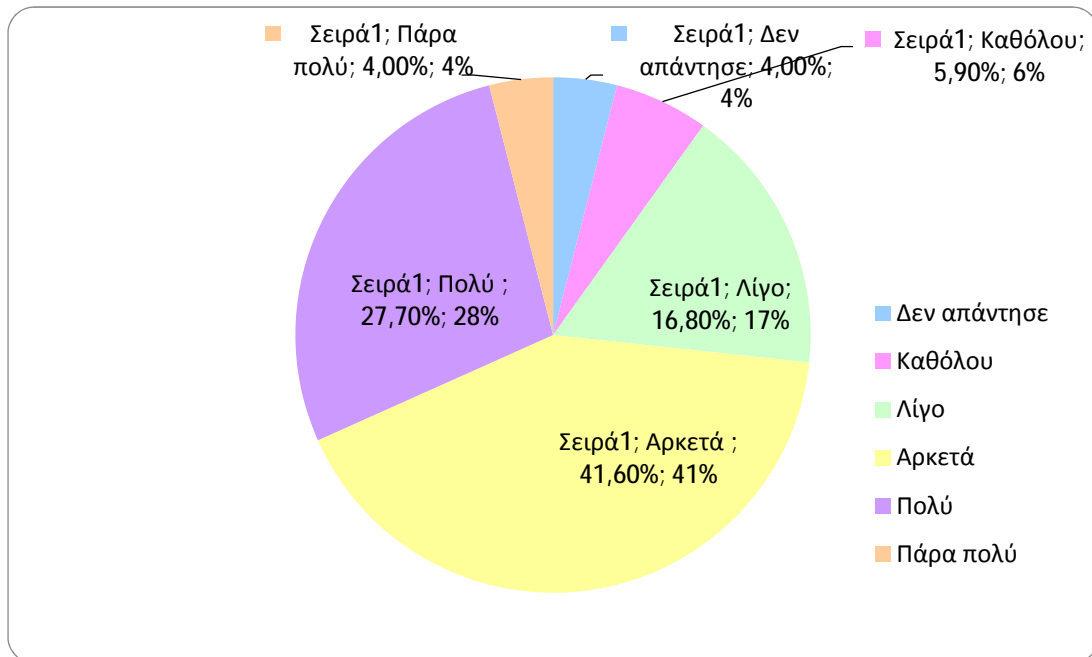


Πίνακας 21: Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι από τους διδάσκοντες του τμήματος;

Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι από τους διδάσκοντες του τμήματος;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Καθόλου	6	5,9
Λίγο	17	16,8
Μέτρια	42	41,6
Πολύ	28	27,7
Πάρα πολύ	4	4,0

Στην ερώτηση 21 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το βαθμό που ήταν ικανοποιημένοι από τους διδάσκοντες του τμήματος τους. Το 4% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 5,9% δήλωσε καθόλου, το 16,8% λίγο, το 41,6% αρκετά, το 27,7% πολύ και το 4% πάρα πολύ.

Σχεδιάγραμμα 21: Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι από τους διδάσκοντες του τμήματος;

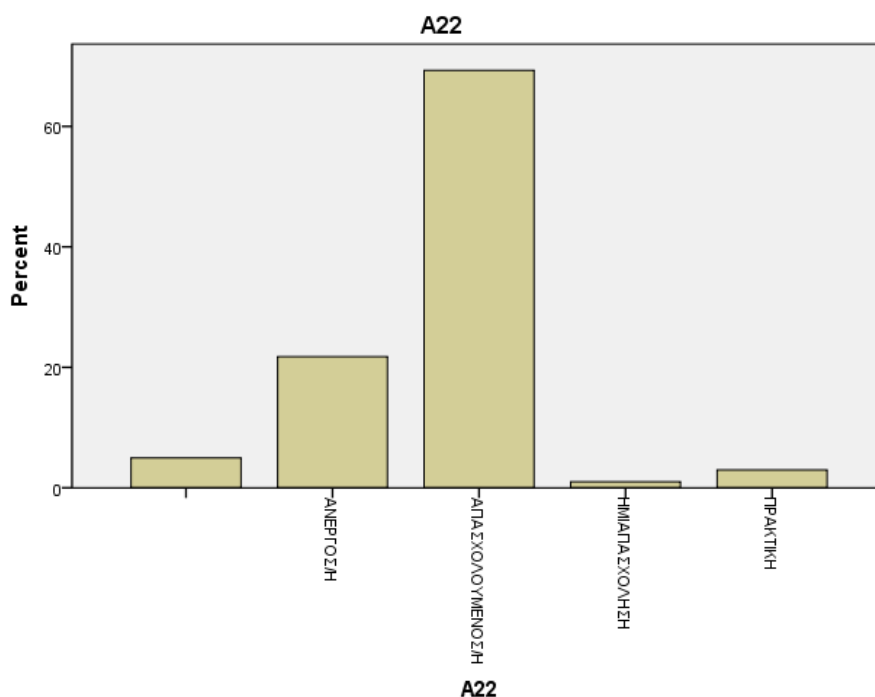


Πίνακας 22: Ποια είναι η κατάσταση σας σήμερα;

Ποια είναι η κατάσταση σας σήμερα;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Απασχολούμενος/η	70	69,3
Άνεργος/η	22	21,8
Πρακτική άσκηση	3	3,0
Ημιαπασχόληση	1	1,0

Στην ερώτηση 22 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το ποια είναι η σημερινή τους κατάσταση. Το 5% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 69,3% δήλωσαν απασχολούμενοι, το 21,8% άνεργοι, το 3% έκαναν πρακτική άσκηση και το 1% ήταν ημιαπασχολούμενοι. Το αποτέλεσμα αυτό είναι αρκετά θετικό δεδομένου ότι πάνω από τους μισούς συμμετέχοντες δήλωσαν ότι εργάζονται. Ωστόσο το ποσοστό των ανέργων είναι υψηλό, γεγονός που οφείλεται κατά κύριο λόγο στην υπάρχουσα οικονομική δυσχέρεια της χώρας.

Σχεδιάγραμμα 22: Ποια είναι η κατάσταση σας σήμερα;

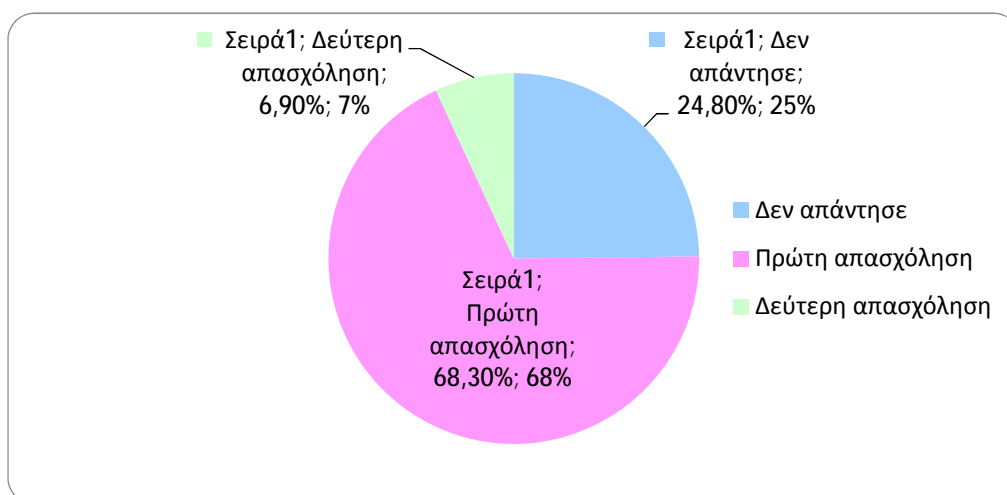


Αν εργάζεστε είναι η πρώτη ή δεύτερη απασχόληση;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Πρώτη απασχόληση	69	68,3
Δεύτερη απασχόληση	7	6,9

Πίνακας 23: Αν εργάζεστε είναι η πρώτη ή δεύτερη απασχόληση;

Στην ερώτηση 23 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το αν η εργασία ήταν η πρώτη ή η δεύτερη απασχόληση. Το 24,8% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 68,3% δήλωσε πως είναι η πρώτη απασχόληση και το 6,9% πως είναι η δεύτερη απασχόληση.

Σχεδιάγραμμα 23: Αν εργάζεστε είναι η πρώτη ή δεύτερη απασχόληση;

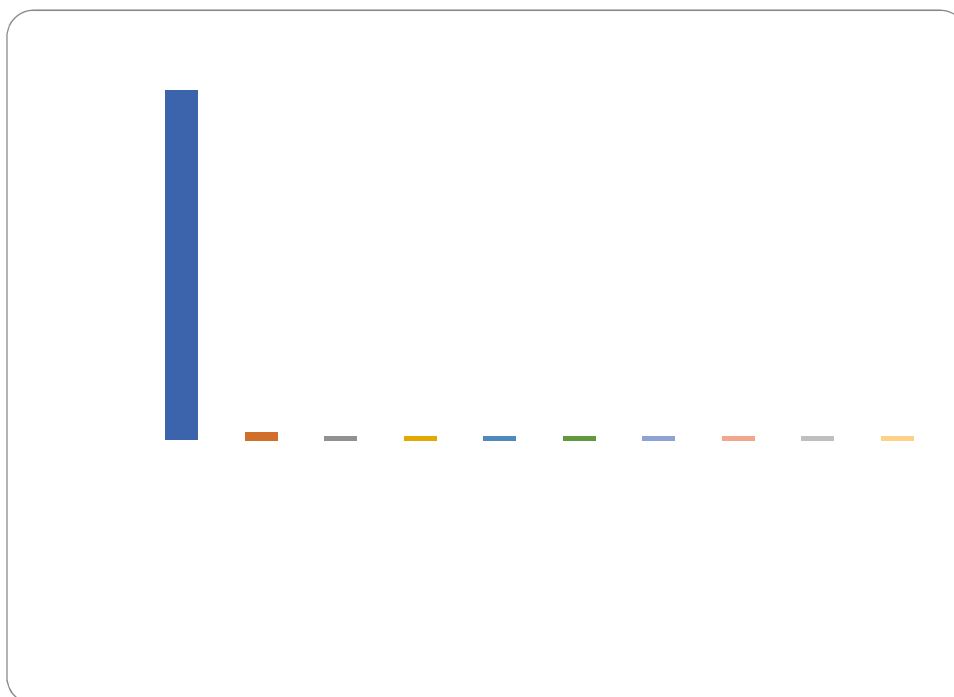


Πίνακας 24: Αν είναι η δεύτερη εργασία σας, η πρώτη ποια είναι;

Αν είναι η δεύτερη εργασία σας, η πρώτη ποια είναι;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
ιδιωτικός υπάλληλος	2	2,0
εταιρεία	1	1,0
promoter	1	1,0
τηλεφωνικό κέντρο	1	1,0
υπεύθυνος σε φεστιβάλ κινηματογράφου	1	1,0
η ίδια	1	1,0
γραμματειακή υποστήριξη	1	1,0
τυπογραφείο	1	1,0
υπάλληλος σε μαγαζί εστίασης	1	1,0

Στην ερώτηση 24 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν αν είναι η δεύτερη εργασία τους ποια είναι η πρώτη. Το 90,1% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 2% απάντησε ιδιωτικός υπάλληλος και το 1% δήλωσε εταιρεία, promoter, τηλεφωνικό κέντρο, υπεύθυνος σε φεστιβάλ κινηματογράφου, η ίδια, γραμματειακή υποστήριξη, τυπογραφείο και υπάλληλος σε μαγαζί εστίασης.

Σχεδιάγραμμα 24: Αν είναι η δεύτερη εργασία σας, η πρώτη ποια είναι;

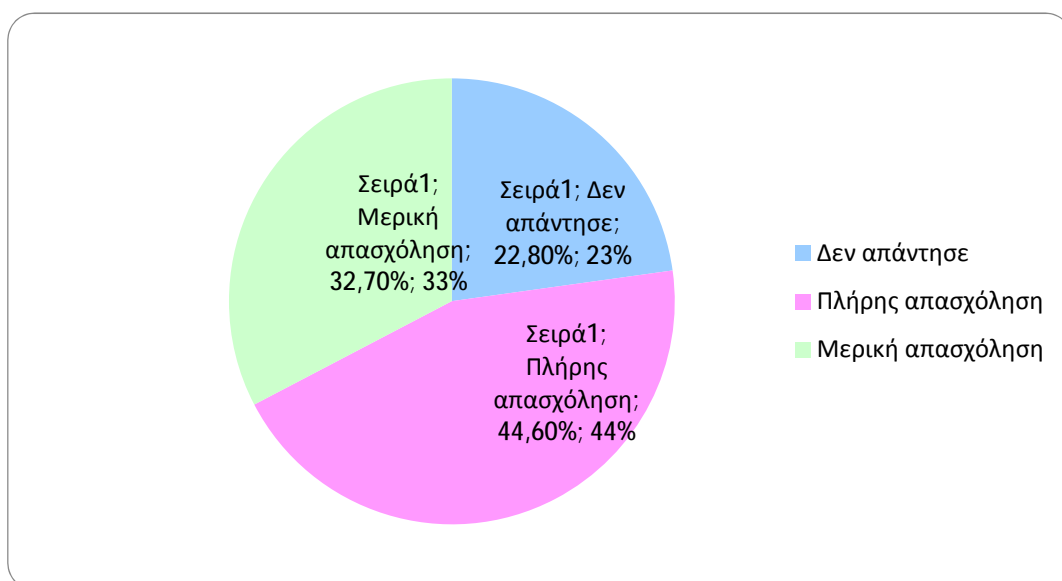


Πίνακας 25: Ασχολείστε με πλήρη ή μερική απασχόληση;

Ασχολείστε με πλήρη ή μερική απασχόληση;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Πλήρης απασχόληση	45	44,6
Μερική απασχόληση	33	32,7

Στην ερώτηση 25 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το αν ασχολούνται με πλήρη ή μερική απασχόληση. Το 22,8% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 44,6% δήλωσε πλήρη απασχόληση ενώ το 32,7% μερική απασχόληση. Επίσης, το αποτέλεσμα αυτό αντικατοπτρίζει τη γενική κατάσταση που επικρατεί στη χώρα μας, δεδομένου ότι πολλοί νέοι εργάζονται με μερική απασχόληση. Το ίδιο ισχύει σε σημαντικό βαθμό και για τους αποφοίτους τμημάτων ΜΜΕ.

Σχεδιάγραμμα 25: Ασχολείστε με πλήρη ή μερική απασχόληση;

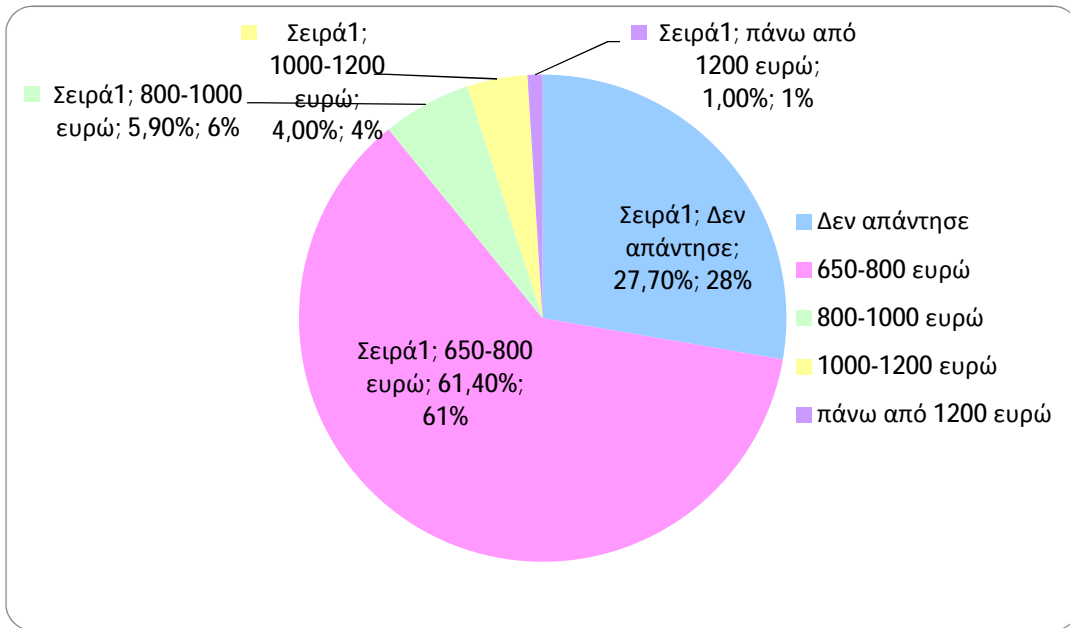


Πίνακας 26: Ο μισθός σας είναι...

Ο μισθός σας είναι...	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
650-800 ευρώ	62	61,4
800-1000 ευρώ	6	5,9
1000-1200 ευρώ	4	4,0
Πάνω από 1200 ευρώ	1	1,0

Στην ερώτηση 26 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το μισθό τους. Το 27,7% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 61,4% δήλωσε 650-800 ευρώ, το 5,9% 800-1000 ευρώ, το 4% 1000-1200 ευρώ και το 1% πάνω από 1200 ευρώ. Άλλο ένα αποτέλεσμα που αντικατοπτρίζει τη γενική κατάσταση που επικρατεί στη χώρα μας και αφορά τους μισθούς οι οποίοι κυμαίνονται σε αρκετά χαμηλά επίπεδα.

Σχεδιάγραμμα 26: Ο μισθός σας είναι...

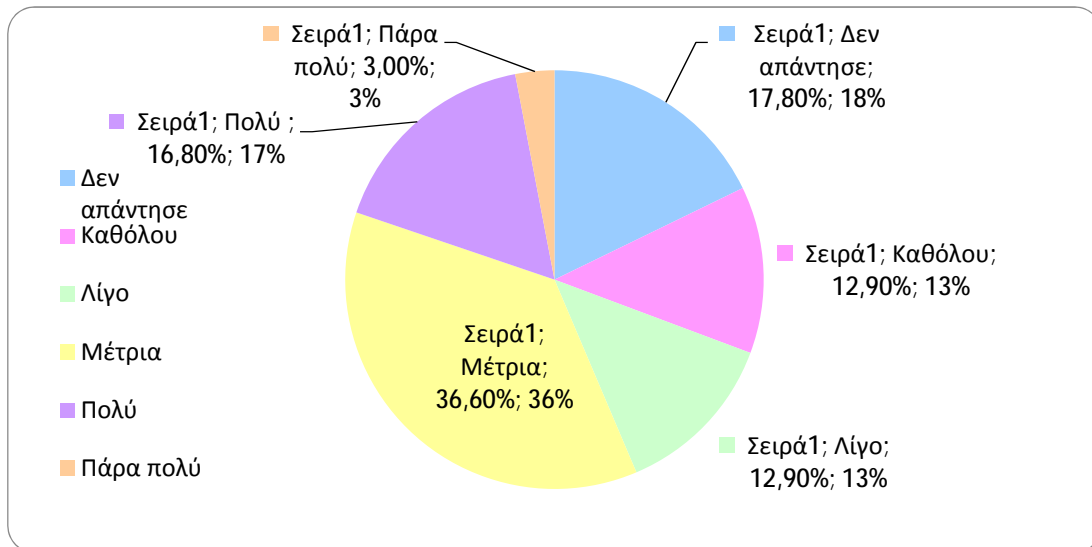


Πίνακας 27: Σε τι βαθμό είστε ευχαριστημένοι από την εργασία σας στα ΜΜΕ τη δεδομένη στιγμή;

Σε τι βαθμό είστε ευχαριστημένοι από την εργασία σας στα ΜΜΕ τη δεδομένη στιγμή;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Καθόλου	13	12,9
Λίγο	13	12,9
Μέτρια	37	36,6
Πολύ	16	16,8
Πάρα πολύ	3	3,0

Στην ερώτηση 27 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το βαθμό που είναι ευχαριστημένοι από την εργασία τους στα ΜΜΕ τη δεδομένη χρονική στιγμή. Το 17,8% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 12,9% δήλωσε καθόλου ή λίγο, το 36,6% μέτρια, το 16,8% πολύ και το 3% πάρα πολύ.

Σχεδιάγραμμα 27: Σε τι βαθμό είστε ευχαριστημένοι από την εργασία σας στα ΜΜΕ τη δεδομένη στιγμή;

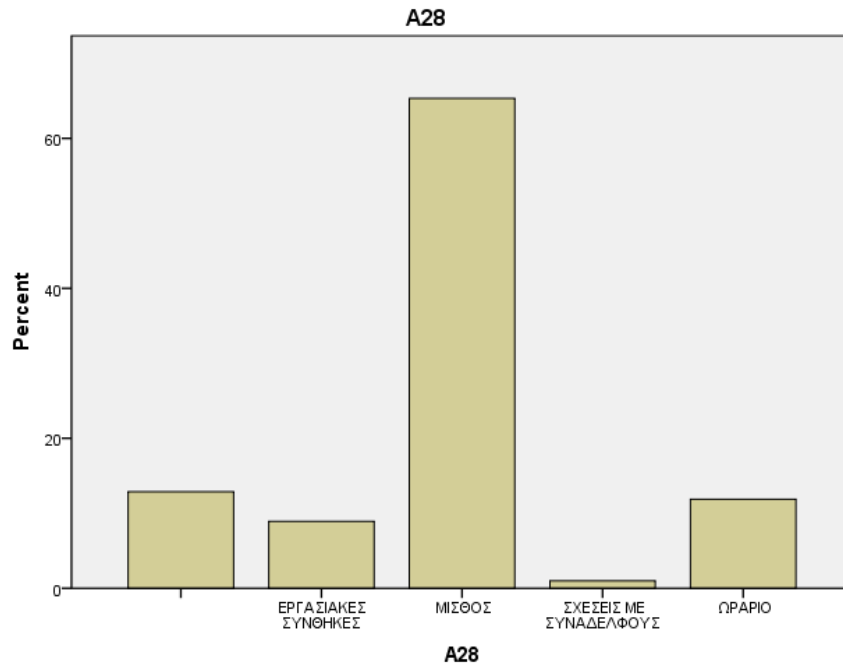


Πίνακας 28: Τι είναι αυτό που θα θέλατε να βελτιώσετε στην εργασία σας στα ΜΜΕ;

Τι είναι αυτό που θα θέλατε να βελτιώσετε στην εργασία σας στα ΜΜΕ;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Μισθός	66	65,3
Ωράριο	12	11,9
Εργασιακές συνθήκες	9	8,9
Σχέσεις με συναδέλφους	1	1,0

Στην ερώτηση 28 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το τι θα ήθελαν να βελτιώσουν στην εργασία τους στα ΜΜΕ. Το 12,9% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 65,3% δήλωσε ο μισθός, το 11,9% το ωράριο, το 8,9% οι εργασιακές συνθήκες και το 1% οι σχέσεις με συναδέλφους. Εξαιτίας της γενικής κατάστασης που επικρατεί στη χώρα μας και αφορά τους μισθούς, οι οποίοι κυμαίνονται σε αρκετά χαμηλά επίπεδα, οι περισσότεροι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι θέλουν να βελτιώσουν στην εργασία τους τις οικονομικές τους απολαβές.

Σχεδιάγραμμα 28: Τι είναι αυτό που θα θέλατε να βελτιώσετε στην εργασία σας στα ΜΜΕ;

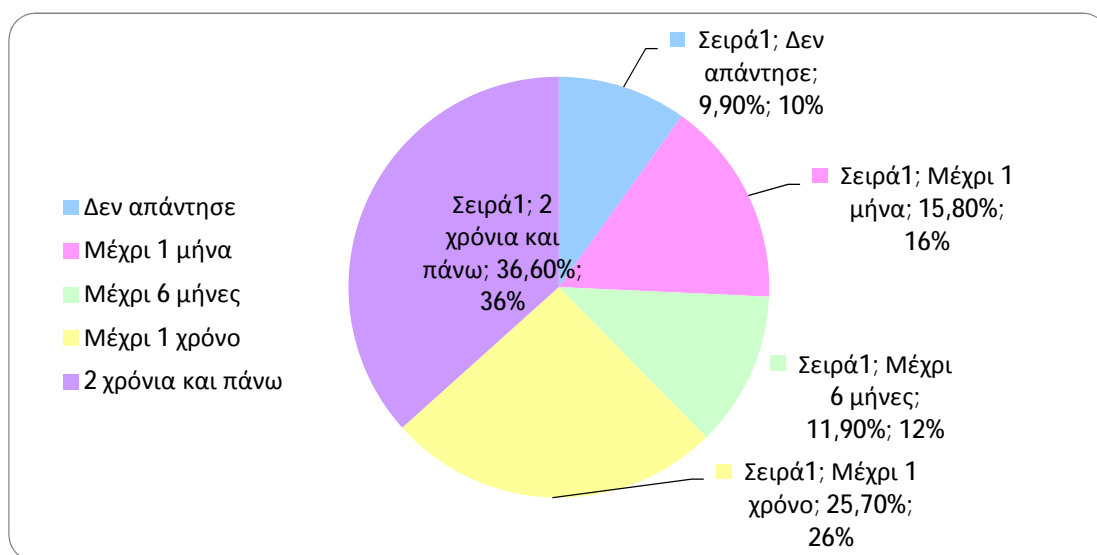


Πίνακας 29: Ποιο ήταν το διάστημα εύρεσης της απασχόλησης;

Ποιο ήταν το διάστημα εύρεσης της απασχόλησης;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
μέχρι 1 μήνα	16	15,8
μέχρι 6 μήνες	12	11,9
μέχρι ένα χρόνο	25	25,7
από 2 χρόνια και πάνω	37	36,6

Στην ερώτηση 29 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το ποιο ήταν το διάστημα εύρεσης της απασχόλησης. Το 9,9% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 15,8% δήλωσε μέχρι 1 μήνα, το 11,9% μέχρι 6 μήνες, το 25,7% μέχρι ένα χρόνο και το 36,6% από 2 χρόνια και πάνω. Το γεγονός ότι οι περισσότεροι άργησαν πολύ να βρουν εργασία είναι ένα ακόμη γεγονός που οφείλεται στη κακή οικονομική κατάσταση της Ελλάδας, η οποία βάζει εμπόδια στην επαγγελματική αποκατάσταση των νέων και πλήττει εξίσου και των κλάδο των ΜΜΕ.

Σχεδιάγραμμα 29: Ποιο ήταν το διάστημα εύρεσης της απασχόλησης;

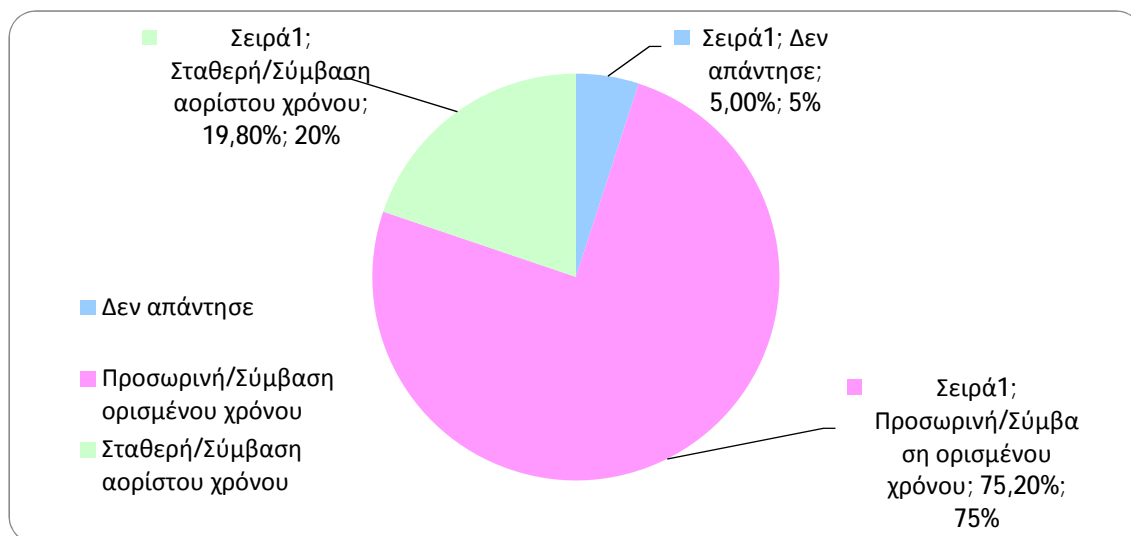


Πίνακας 30: Ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε ότι είναι το είδος απασχόλησης των αποφοίτων ΜΜΕ σήμερα;

Ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε ότι είναι το είδος απασχόλησης των αποφοίτων ΜΜΕ σήμερα;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Προσωρινή /σύμβαση ορισμένου χρόνου	76	75,2
Σταθερή /σύμβαση αορίστου χρόνου	20	19,8

Στην ερώτηση 30 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το ποιο από τα παρακάτω θεωρούν ότι είναι το είδος απασχόλησης των αποφοίτων ΜΜΕ τη σημερινή εποχή. Το 5% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 75,2% δήλωσε η προσωρινή/σύμβαση ορισμένου χρόνου και το 19,8% η σταθερή/σύμβαση αορίστου χρόνου.

Σχεδιάγραμμα 30: Ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε ότι είναι το είδος απασχόλησης των αποφοίτων ΜΜΕ σήμερα;

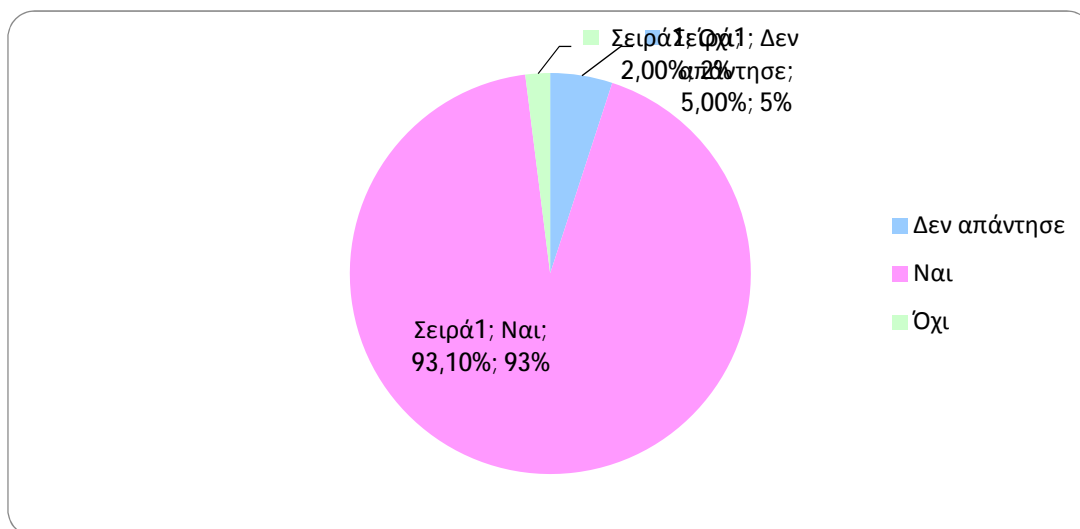


Πίνακας 31: Θεωρείτε πως υπάρχει ποσοστό ανεργίας στους απασχολούμενους στα ΜΜΕ;

Θεωρείτε πως υπάρχει ποσοστό ανεργίας στους απασχολούμενους στα ΜΜΕ;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ναι	94	93,1
Όχι	2	2,0

Στην ερώτηση 31 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το αν θεωρούν πως υπάρχει ποσοστό ανεργίας στους απασχολούμενους στα ΜΜΕ. Το 5% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 93,1% απάντησε θετικά ενώ το 2% αρνητικά.

Σχεδιάγραμμα 31: Θεωρείτε πως υπάρχει ποσοστό ανεργίας στους απασχολούμενους στα ΜΜΕ;

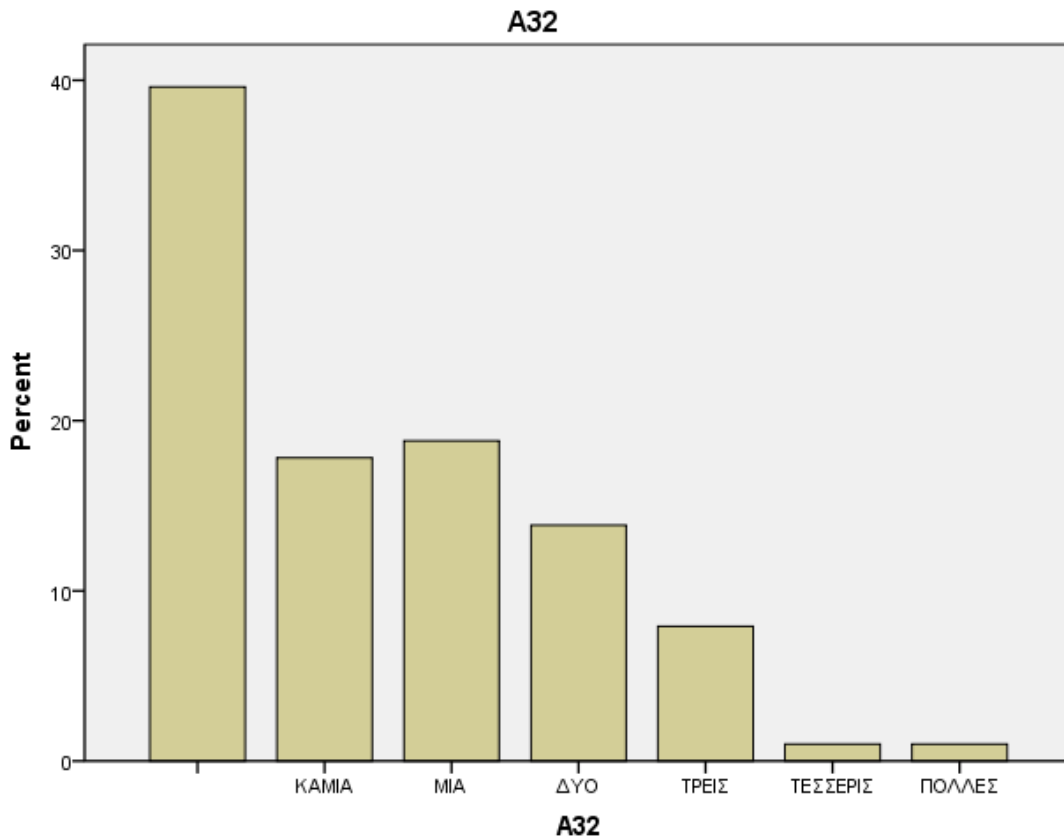


Πίνακας : Πόσες φορές μέχρι τώρα έχετε μείνει άνεργος;

Πόσες φορές μέχρι τώρα έχετε μείνει άνεργος;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Καμία	18	17,8
Μια	19	18,8
Δυο	14	13,9
Τρεις	8	7,9
Τέσσερις	1	1,0
Πολλές	1	1,0

Στην ερώτηση 32 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το πόσες φορές έχουν μείνει άνεργοι μέχρι σήμερα. Το 39,6% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 17,8% δήλωσε καθόλου, το 18,8% μία, το 13,9% δύο, το 7,9% τρεις και το 1% τέσσερις ή περισσότερες φορές.

Σχεδιάγραμμα 32: Πόσες φορές μέχρι τώρα έχετε μείνει άνεργος;

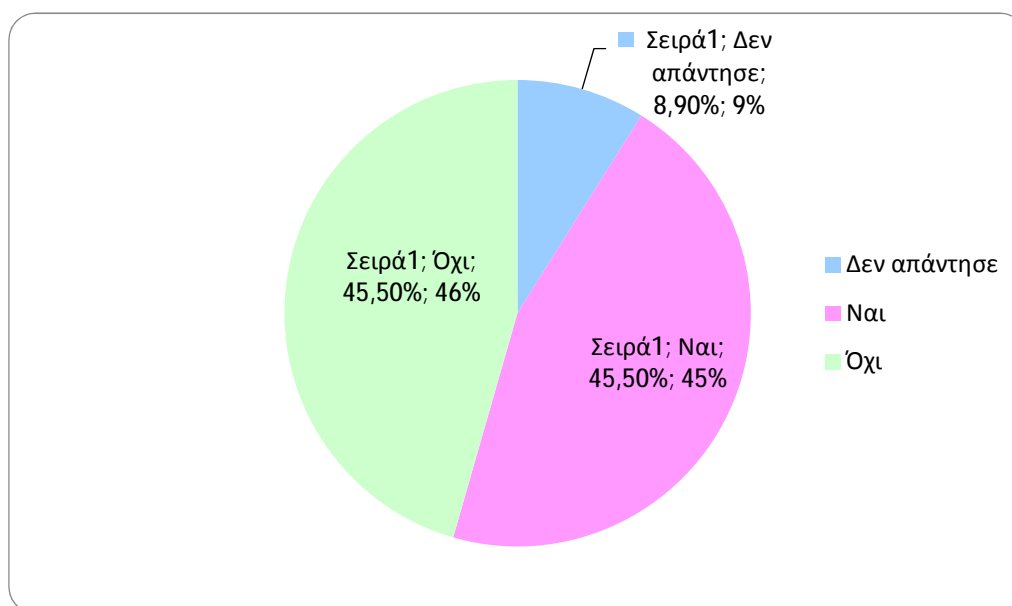


Πίνακας 33: Έχετε συμμετάσχει σε πρόγραμμα κατάρτισης ή σε θέση εργασίας;

Έχετε συμμετάσχει σε πρόγραμμα κατάρτισης ή σε θέση εργασίας;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Ναι	46	45,5
Όχι	46	45,5

Στην ερώτηση 33 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το αν έχουν συμμετάσχει σε πρόγραμμα κατάρτισης ή σε θέση εργασίας. Το 8,9% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 45,5% απάντησε θετικά ενώ το 45,5% αρνητικά. Η συμμετοχή σε προγράμματα κατάρτισης αποτελεί επιπλέον προσόν για επαγγελματική αποκατάσταση και αυτός είναι ένας λόγος για τον οποίο οι απόφοιτοι καταφεύγουν εκεί.

Σχεδιάγραμμα 33: Έχετε συμμετάσχει σε πρόγραμμα κατάρτισης ή σε θέση εργασίας;

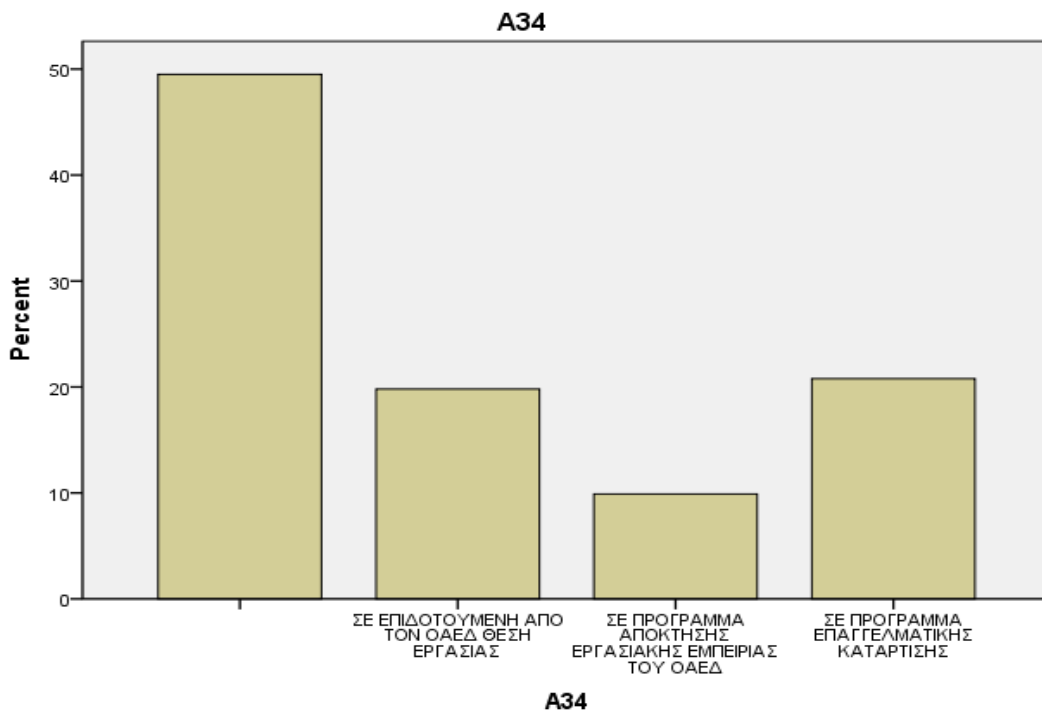


Πίνακας 34: Αν ναι...

Αν ναι...	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Σε πρόγραμμα επαγγελματικής κατάρτισης		20,8
Σε επιδοτούμενη από τον ΟΑΕΔ θέση εργασίας		19,8
Σε πρόγραμμα απόκτησης εργασιακής εμπειρίας του ΟΑΕΔ		9,9

Το 20,8% των συμμετεχόντων απάντησε πως έχει συμμετάσχει σε πρόγραμμα επαγγελματικής κατάρτισης, το 19,8% σε επιδοτούμενη από τον ΟΑΕΔ θέση εργασίας και το 9,9% σε πρόγραμμα απόκτησης εργασιακής εμπειρίας του ΟΑΕΔ. Το 49,5% δεν έδωσε απάντηση στην ερώτηση 34.

Σχεδιάγραμμα 34: Αν ναι...

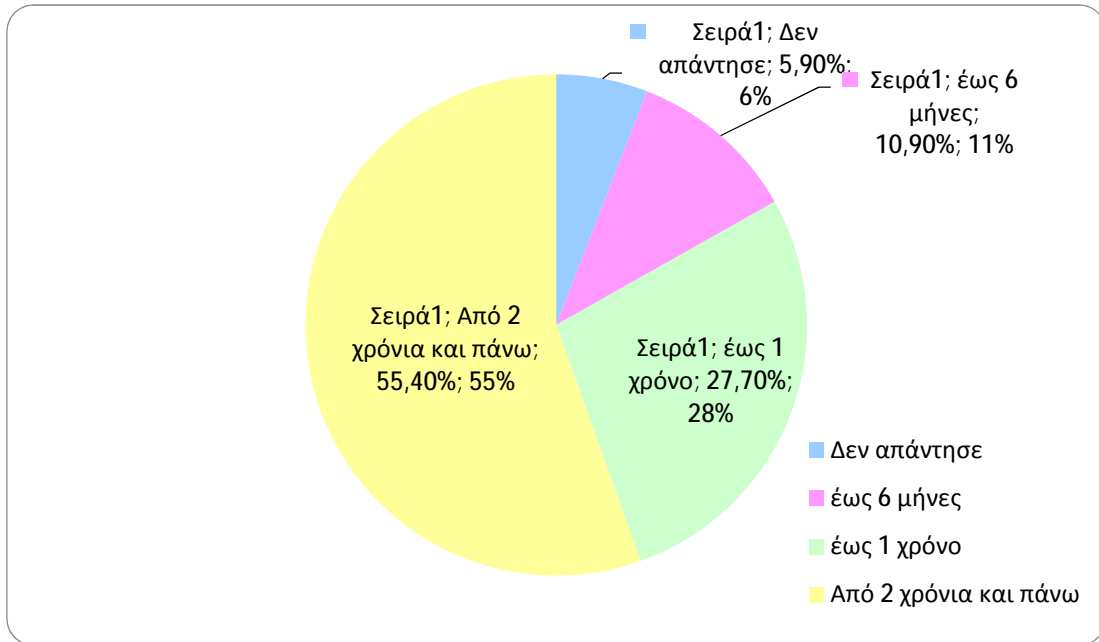


Πίνακας 35: Ποια θεωρείτε ότι είναι η διάρκεια ανεργίας στους απασχολούμενους στα ΜΜΕ σήμερα;

Ποια θεωρείτε ότι είναι η διάρκεια ανεργίας στους απασχολούμενους στα ΜΜΕ σήμερα;	Ποσοστό (%)
Έως 6 μήνες	10,9
Έως 1 χρόνο	27,7
Από 2 χρόνια και πάνω	55,4

Στην ερώτηση 35 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το ποια είναι η χρονική διάρκεια ανεργίας στους απασχολούμενους στα ΜΜΕ τη σημερινή εποχή. Το 5,9% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 10,9% δήλωσε ως 6 μήνες, το 27,7% ως ένα χρόνο και το 55,4% πάνω από 2 χρόνια.

Σχεδιάγραμμα 35: Ποια θεωρείτε ότι είναι η διάρκεια ανεργίας στους απασχολούμενους στα ΜΜΕ σήμερα;

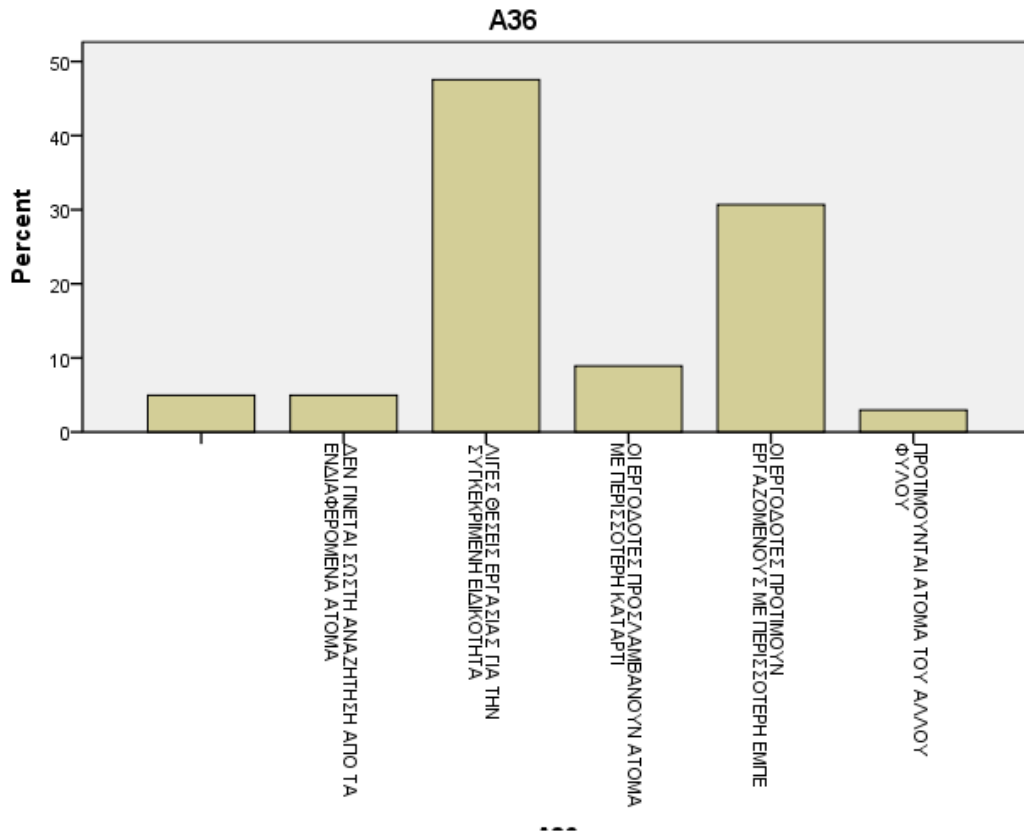


Πίνακας 36: Αν ναι ποιος θεωρείτε ότι είναι ο λόγος ανεργίας;

Αν ναι ποιος θεωρείτε ότι είναι ο λόγος ανεργίας;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Λίγες θέσεις εργασίας για τη συγκεκριμένη ειδικότητα	48	47,5
Οι εργοδότες προτιμούν εργαζομένους με περισσότερη εμπειρία	31	30,7
Προτιμούνται άτομα του άλλου φύλου	3	3,0
Δεν γίνεται σωστή αναζήτηση από τα ενδιαφερόμενα άτομα	5	5,0
Οι εργοδότες προσλαμβάνουν άτομα με περισσότερη κατάρτιση και δεξιότητες	9	8,9

Στην ερώτηση 36 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το λόγο της ανεργίας. Το 5% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 47,5% δήλωσε λίγες θέσεις εργασίας για τη συγκεκριμένη ειδικότητα, το 30,7% οι εργοδότες προτιμούν εργαζομένους με περισσότερη εμπειρία, το 3% προτιμούνται άτομα του άλλου φύλου, το 5% δεν γίνεται σωστή αναζήτηση από τα ενδιαφερόμενα άτομα και το 8,9% οι εργοδότες προσλαμβάνουν άτομα με περισσότερη κατάρτιση και δεξιότητες.

Σχεδιάγραμμα 36: Αν ναι ποιος θεωρείτε ότι είναι ο λόγος ανεργίας;

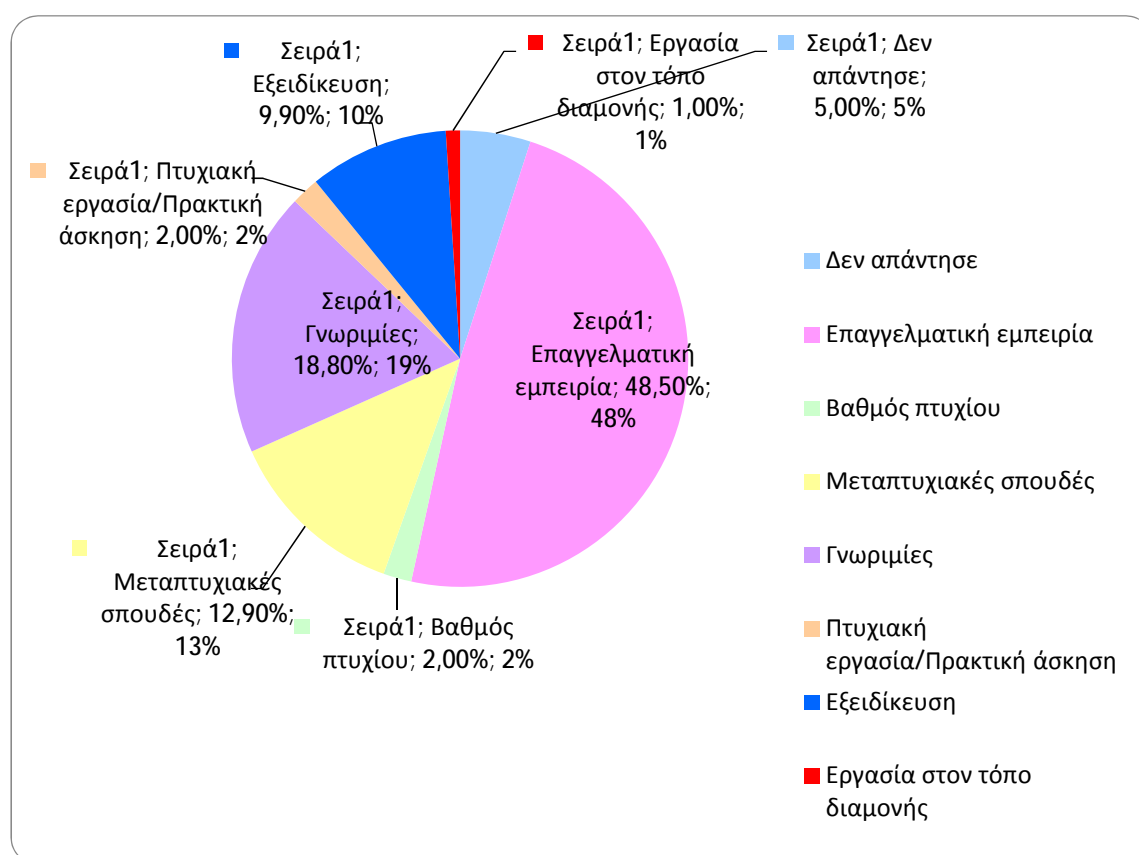


Πίνακας 37: Πιστεύετε πως η μετάβαση των αποφοίτων των ΜΜΕ από τον ακαδημαϊκό (προπτυχιακές ή μεταπτυχιακές σπουδές) στον επαγγελματικό χώρο των ΜΜΕ έχει σχέση με...

Πιστεύετε πως η μετάβαση των αποφοίτων των ΜΜΕ από τον ακαδημαϊκό (προπτυχιακές ή μεταπτυχιακές σπουδές) στον επαγγελματικό χώρο των ΜΜΕ έχει σχέση με...	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Την επαγγελματική εμπειρία	49	48,5
το βαθμό πτυχίου	2	2,0
τις μεταπτυχιακές σπουδές	13	12,9
τις γνωριμίες	19	18,8
την πτυχιακή εργασία/πρακτική άσκηση	2	2,0
την εξειδίκευση	10	9,9
την εργασία στον τόπο διαμονής	1	1,0

Στην ερώτηση 37 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το αν πιστεύουν ότι η μετάβαση των αποφοίτων των ΜΜΕ από τον ακαδημαϊκό (προπτυχιακές ή μεταπτυχιακές σπουδές) στον επαγγελματικό χώρο των ΜΜΕ έχει σχέση με την επαγγελματική εμπειρία (48,5%), το βαθμό πτυχίου (2%), τις μεταπτυχιακές σπουδές (12,9%), τις γνωριμίες (18,8%), την πτυχιακή εργασία/πρακτική άσκηση (2%), την εξειδίκευση (9,9%) και την εργασία στον τόπο διαμονής (1%). Το 5% των συμμετεχόντων δεν έδωσε απάντηση σε αυτή την ερώτηση.

Σχεδιάγραμμα 37: Πιστεύετε πως η μετάβαση των αποφοίτων των ΜΜΕ από τον ακαδημαϊκό (προπτυχιακές ή μεταπτυχιακές σπουδές) στον επαγγελματικό χώρο των ΜΜΕ έχει σχέση με...

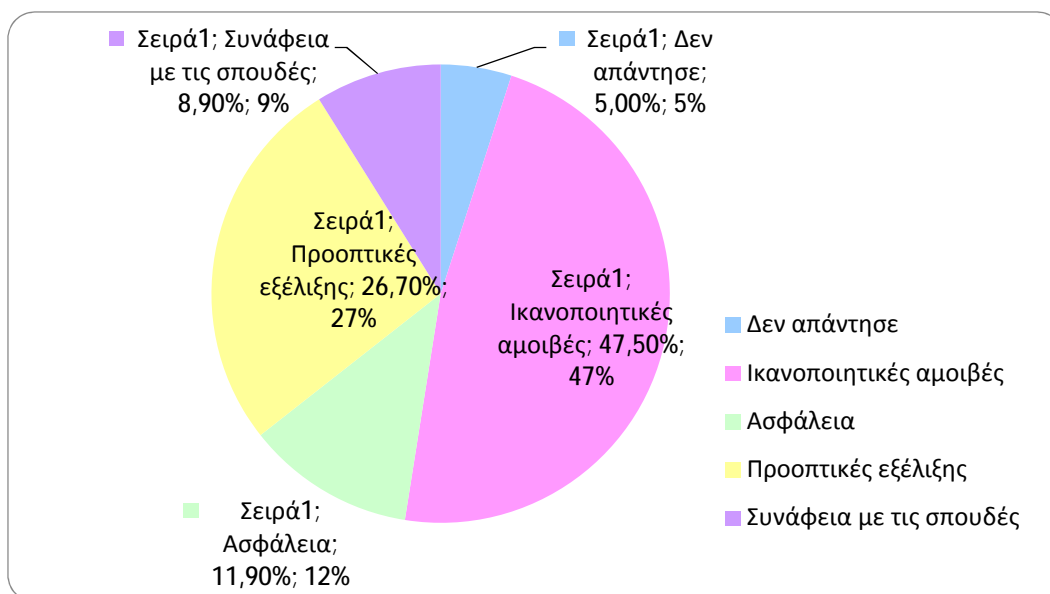


Πίνακας 38: Ποια είναι τα κριτήρια της επιθυμητής εργασίας;

Ποια είναι τα κριτήρια της επιθυμητής εργασίας;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
οι ικανοποιητικές αμοιβές	48	47,5
η ασφάλεια	12	11,9
οι προοπτικές εξέλιξης	26	26,7
η συνάφεια με τις σπουδές	9	8,9

Στην ερώτηση 38 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν για τα κριτήρια της επιθυμητής εργασίας. Το 5% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 47,5% δήλωσε οι ικανοποιητικές αμοιβές, το 11,9% η ασφάλεια, το 26,7% οι προοπτικές εξέλιξης και το 8,9% η συνάφεια με τις σπουδές.

Σχεδιάγραμμα 38: Ποια είναι τα κριτήρια της επιθυμητής εργασίας;

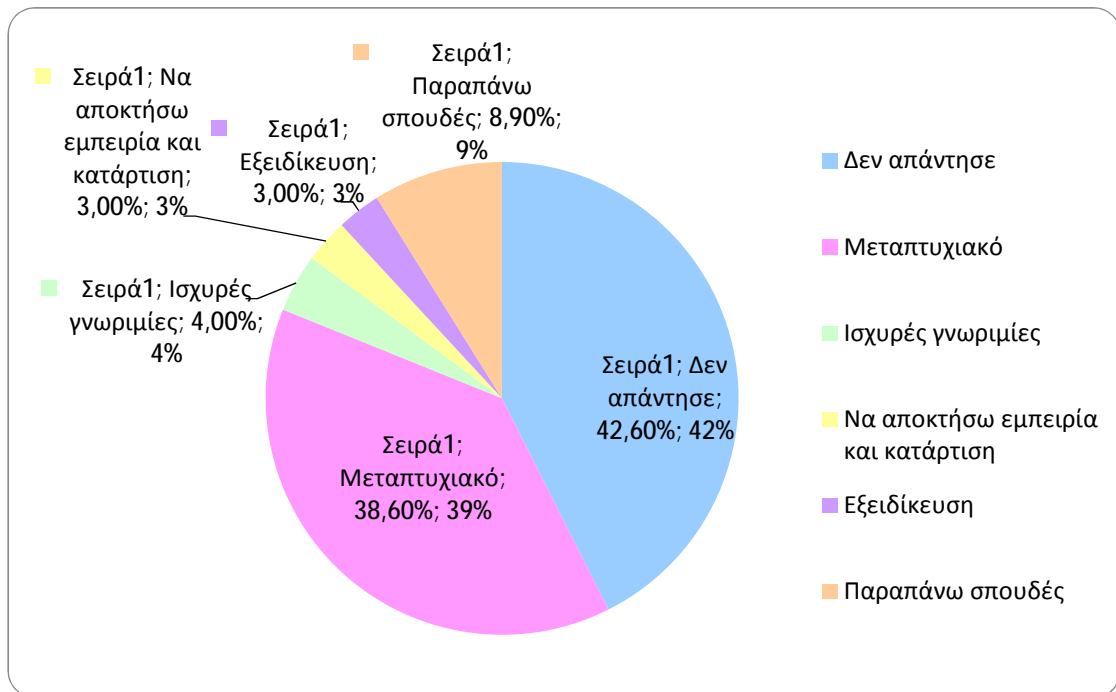


Πίνακας 39: Τι θα επιλέγατε να κάνετε ώστε να γίνετε πιο ανταγωνιστικοί κατά την αναζήτηση εργασίας;

Τι θα επιλέγατε να κάνετε ώστε να γίνετε πιο ανταγωνιστικοί κατά την αναζήτηση εργασίας;	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
Μεταπτυχιακό	39	38,6
Ισχυρές γνωριμίες	4	4,0
Να αποκτήσω εμπειρία και κατάρτιση ή εξειδίκευση	3	3,0
Παραπάνω σπουδές	9	8,9

Στην ερώτηση 39 οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν σχετικά με το τι θα επέλεγαν να κάνουν ώστε να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί κατά τη διάρκεια αναζήτησης της εργασίας. Το 42,6% των συμμετεχόντων δεν απάντησε, το 38,6% δήλωσε μεταπτυχιακό, το 4% ισχυρές γνωριμίες, το 3% να αποκτήσουν εμπειρία και κατάρτιση ή εξειδίκευση και το 8,9% παραπάνω σπουδές. Οι μεταπτυχιακές σπουδές αποτελούν σημαντικά προσόντα για επαγγελματική αποκατάσταση και αυτός είναι ένας λόγος για τον οποίο οι απόφοιτοι καταφεύγουν εκεί.

Σχεδιάγραμμα 39: Τι θα επιλέγατε να κάνετε ώστε να γίνετε πιο ανταγωνιστικοί κατά την αναζήτηση εργασίας;



Στη συνέχεια με τη χρήση των μη παραμετρικών ελέγχων Mann-Whitney και KruskalWallis, πραγματοποιήθηκαν συσχετίσεις μεταξύ των απόψεων των αποφοίτων σχολών ΜΜΕ και των δημογραφικών χαρακτηριστικών φύλο, ηλικία και εισόδημα. Πιο συγκεκριμένα, το φύλο, η ηλικία και το εισόδημα συσχετίστηκαν με τις εξής ερωτήσεις: Χρησιμοποιείται τα ΜΜΕ; Θεωρείτε ότι τα τμήματα σχετικά με τα ΜΜΕ έχουν άμεση ανταπόκριση με την αγορά εργασίας; Θεωρείτε ότι τα τμήματα σχετικά με τα ΜΜΕ έχουν δυνατότητες στην αγορά εργασίας; Θεωρείτε ότι οι απόφοιτοι ΜΜΕ μπορούν να ασχοληθούν τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο τομέα; Θεωρείτε ότι η πρακτική άσκηση σας βοήθησε στην εύρεση εργασίας; Ποιος είναι ο βαθμός αντιστοιχίας της εργασίας σας με το αντικείμενο σπουδών; Πόσο σας ενδιέφερε το αντικείμενο του τμήματος στην αρχή των σπουδών; Ποια ήταν η διάρκεια σπουδών σας; Ήσασταν ικανοποιημένοι από το πρόγραμμα σπουδών του τμήματός σας; Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι από το πρόγραμμα σπουδών; Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι με τις υποδομές του τμήματος; Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι με τους διδάσκοντες του τμήματος; Σε τι βαθμό είστε ευχαριστημένοι από την εργασία σας στα ΜΜΕ τη δεδομένη στιγμή; Τι είναι αυτό που θα θέλατε να βελτιώσετε στην εργασία σας στα ΜΜΕ; Πόσες φορές μέχρι τώρα έχετε μείνει άνεργος;

Ωστόσο, δε βρέθηκε καμία συσχέτιση του φύλου ή της ηλικίας με κάποια από τις παραπάνω ερωτήσεις. Το γεγονός αυτό δείχνει ότι δεν υπάρχει διαχωρισμός των απαντήσεων με βάση το φύλο ή την ηλικία των συμμετέχοντες, δηλαδή οι απόψεις των αποφοίτων τμημάτων ΜΜΕ συμπίπτουν ανεξαρτήτως φύλου και ηλικίας.

Αντιθέτως, εντοπίστηκαν συσχετίσεις του εισοδήματος με την ηλικία ($p=0,019<0,05$), όπου η συμμετέχοντες μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται να έχουν μεγαλύτερο εισόδημα. Επίσης το εισόδημα σχετίζεται με την ερώτηση «Ήσασταν ικανοποιημένοι από το πρόγραμμα σπουδών του τμήματός σας;» ($p=0,041<0,05$), όπου όσο αυξάνεται το εισόδημα, αυξάνεται και η ικανοποίηση των συμμετεχόντων με το πρόγραμμα σπουδών του τμήματός τους. Βρέθηκε ότι το εισόδημα σχετίζεται με την ερώτηση «Σε τι βαθμό ήσασταν ικανοποιημένοι με τους διδάσκοντες του τμήματος;» ($p=0,026<0,05$), όπου όσο αυξάνεται το εισόδημα, αυξάνεται και η ικανοποίηση των συμμετεχόντων με τους διδάσκοντές τους. Τέλος, βρέθηκε συσχέτιση του εισοδήματος των αποφοίτων με την ερώτηση «Τι είναι αυτό που θα θέλατε να βελτιώσετε στην εργασία σας στα ΜΜΕ;» ($p=0,000<0,05$) (βλ. Παράρτημα II).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα εργασία πραγματοποιήθηκε την απασχολισιμότητα των αποφοίτων σχολών ΜΜΕ στην Ελλάδα της κρίσης. Στην έρευνα συμμετείχαν 101 απόφοιτοι δημοσιογραφίας εκ των οποίων το 70,3% ήταν γυναίκες. Η πλειοψηφία της ηλικίας τους ήταν τα 18-25 έτη και κατοικούσαν στην Αθήνα. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες ήταν απόφοιτοι ΤΕΙ δημοσιογραφίας.

Όσον αφορά το αν οι νέοι δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν τα ΜΜΕ, στην πλειοψηφία τους απάντησαν θετικά. Οι δημοσιογράφοι απάντησαν κυρίως ότι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και το θεωρούν ως το πιο αξιόπιστο ΜΜΕ.

Όσον αφορά τις σπουδές δημοσιογραφίας οι συμμετέχοντες απάντησαν ότι δεν θεωρούν ότι τα τμήματα ΜΜΕ έχουν άμεση ανταπόκριση με την αγορά εργασίας και η πρακτική άσκηση άλλοτε βοηθάει τους αποφοίτους και άλλοτε όχι. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων ενδιαφέρονταν για το αντικείμενο σπουδών του τμήματος τους στην αρχή των σπουδών τους και συνήθως οι σπουδές τους διήρκησαν 4 χρόνια. Οι περισσότεροι απόφοιτοι σχολών δημοσιογραφίας ήταν ικανοποιημένοι από το πρόγραμμα σπουδών του τμήματος τους. Οι μισοί απόφοιτοι ήταν ικανοποιημένοι σε μέτριο βαθμό από το πρόγραμμα σπουδών της σχολής τους, τις σπουδές του τμήματος τους και τους διδάσκοντες τους.

Όσον αφορά την αγορά εργασίας των δημοσιογράφων οι συμμετέχοντες απάντησαν ότι έχουν δυνατότητες στην αγορά εργασίας και μπορούν να απασχοληθούν εξίσου τόσο από τον ιδιωτικό όσο και από το δημόσιο τομέα. Ο ιδιωτικός τομέας σύμφωνα με την άποψη τους παρέχει περισσότερες ευκαιρίες εξέλιξης για αυτούς. Ο καλύτερος τρόπος για εύρεση εργασίας των αποφοίτων ΜΜΕ είναι οι αγγελίες από τον τύπο/διαδίκτυο ή οι οικογενειακές γνωριμίες, φίλοι. Οι μισοί συμμετέχοντες εργάζονταν ενώ οι άλλοι μισοί όχι. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων θεωρεί ότι ο βαθμός αντιστοιχίας της εργασίας που έχουν με το αντικείμενο των σπουδών τους είναι μέτριος.

Οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες ήταν απασχολούμενοι και είχαν μία κύρια απασχόληση σχετική με το επάγγελμά τους. Πολλοί λίγοι ήταν εκείνοι που ασκούσαν και ένα δεύτερο επάγγελμα προκειμένου να επιβιώσουν. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων απασχολούνταν με πλήρη απασχόληση. Ο μισθός τους ήταν ως 800 ευρώ μηνιαίος και ήταν μέτρια ικανοποιημένοι από την εργασία τους στα ΜΜΕ τη δεδομένη χρονική στιγμή. Το πρώτο θέμα που θα ήθελαν να αλλάξουν προκειμένου να βελτιωθεί η εργασία τους στα ΜΜΕ ήταν ο μισθός. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες έκαναν 1-2 ή περισσότερα χρόνια να βρουν μια θέση εργασίας και οι περισσότεροι θεώρησαν ότι η προσωρινή/σύμβαση ορισμένου χρόνου είναι το κύριο είδος απασχόλησης των αποφοίτων δημοσιογραφίας τη σημερινή εποχή. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων υποστήριξε ότι υπάρχει ένα πολύ υψηλό ποσοστό ανεργίας στους απασχολούμενους των ΜΜΕ. Ωστόσο η πλειοψηφία του δείγματος δεν έδωσε απάντηση σχετικά με το πόσες φορές έχει μείνει άνεργη μέχρι σήμερα. Το 18,8% απάντησε μία φορά, το 13,9% δύο φορές και όλες οι υπόλοιπες απαντήσεις είχαν πολύ μικρότερο ποσοστό. Αυτό συνέβη γιατί οι συμμετέχοντες θεώρησαν ότι είναι πολύ προσωπική αυτή η ερώτηση και δεν θέλησαν να δώσουν τόσο προσωπικές πληροφορίες για τον εαυτό τους.

Οι συμμετέχοντες χωρίστηκαν περίπου στη μέση όσον αφορά τα προγράμματα κατάρτισης που έχουν παρακολουθήσει και οι περισσότεροι είχαν συμμετάσχει σε ένα πρόγραμμα επαγγελματικής κατάρτισης. Η διάρκεια ανεργίας στους αποφοίτους δημοσιογραφίας φαίνεται πως είναι πάνω από 2 χρόνια. Ο λόγος ανεργίας είναι οι λίγες θέσεις εργασίας για τη συγκεκριμένη ειδικότητα και οι εργοδότες που προτιμούν εργαζόμενους με περισσότερη εμπειρία. Το βασικό κριτήριο για την επιθυμητή εργασία είναι οι ικανοποιητικές αμοιβές και έπειτα οι προοπτικές εξέλιξης. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δεν απάντησε στην ερώτηση τι θα έκαναν για να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί στην αναζήτηση εργασίας, ενώ από αυτούς που απάντησαν η πρώτη απάντηση ήταν ο μεταπτυχιακός τίτλος σπουδών. Η επαγγελματική εμπειρία δόθηκε ως η απάντηση με τη μεγαλύτερη συχνότητα σχετικά με το τι θεωρούν ότι έχει σχέση στη μετάβαση των αποφοίτων των ΜΜΕ από τον ακαδημαϊκό στον επαγγελματικό χώρο.

Τα αποτελέσματα αυτά είναι εξαιρετικά σημαντικά και καλό θα ήταν να δημοσιοποιηθούν στο σύλλογο των δημοσιογράφων καθώς επίσης και στο αρμόδιο υπουργείο ώστε να τροποποιηθεί το πρόγραμμα των σχολών της δημοσιογραφίας. Το υπουργείο εργασίας μπορεί να λάβει τα κατάλληλα μέτρα ώστε να μειωθεί η ανεργία σε αυτό το επάγγελμα. Τα αποτελέσματα θα πρέπει να κοινοποιηθούν σε όλους μέσω σεμιναρίων, συνεδρίων ή και δημοσίευσης τους σε ένα έγκριτο επιστημονικό περιοδικό ώστε να ενημερωθούν όσο το δυνατόν περισσότεροι επιστήμονες. Η ενημέρωση αυτών των αποτελεσμάτων θα βοηθήσει ώστε να καλυτερεύσουν οι συνθήκες τόσο των επαγγελματικής κατάρτισης των δημοσιογράφων όσο και οι συνθήκες στην εργασία τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αντωνιάδου, Μ. (2014). *Ο κλάδος των ΜΜΕ χτυπιέται από την ανεργία*. Στο: <http://www.enikos.gr/media/280348/antoniadou-o-klados-ton-mme-xytietai-apo-tin-anergia>, ανακτήθηκε στις 25/12/2017.
2. Ανώνυμος (2009). *Ο ανταγωνισμός παραδοσιακών ΜΜΕ και νέων μέσων και κοινωνικών δικτύων*. Στο: <https://dimosiografos.wordpress.com/2009/11/21/%CE%BF-%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B4%CE%BF%CF%83%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CE%BC%CE%BC%CE%B5-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BD/>, ανακτήθηκε στις 20/12/2017.
3. Ανώνυμος (2017α). *Ανεργία 50% στους δημοσιογράφους στην Ελλάδα*. Στο: <http://www.ogdoo.gr/epikairota/media/anergia-50-stous-dimosiografous-stin-ellada>, ανακτήθηκε στις 20/12/2017.
4. Ανώνυμος (2017β). *Μαύρα χρόνια για εφημερίδες και δημοσιογράφους – 23 λουκέτα, ανεργία, 60% κάτω οι μισθοί*. Στο: <http://www.bankwars.gr/%CE%9C%CE%B1%CF%8D%CF%81%CE%B1-%CF%87%CF%81%CF%8C%CE%BD%CE%B9%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%B5%CF%86%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%83/>, ανακτήθηκε στις 28/12/2017.
5. Δαφέρμος, Β. (2005). *Κοινωνική στατιστική με το SPSS*. Αθήνα: Ζήτη.
6. Κάτσικας, Χ. (2010). *Στο κόκκινο η ανεργία των πτυχιούχων. Πτυχίο στην ανεργία – μάστερ στην ετεροαπασχόληση η χώρα μας*. Στο: <http://www.tanea.gr/news/greece/article/4555933/?iid=2>, ανακτήθηκε στις 28/12/2017.
7. Παρασκευόπουλος, Ι.Ν. (1998). *Μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
8. Τανάγια, Μ. (2015). *Δημοσιογραφία. Περαιτικά για το επάγγελμα που διάλεξες!* Στο: <http://publishitmagazine.gr/dimosiografia-perastika-gia-to-epaggelma-poy-dialexes/>, ανακτήθηκε στις 20/12/2017.
9. Munir S. (2013). Purposes, Functions and Obligations of Journalism, Available at: <http://www.jdhr.org/publications/media-and-development/Purposes,%20functions%20and%20obligations%20of%20journalism-ISA.pdf>
10. Frith S., Meech P. (2007). Becoming a journalist, Journalism education and journalism culture, Vol 8, Issue 2.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Ερωτηματολόγιο έρευνας:

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ



ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΠΤΥΧΙΟΥΧΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΑ ΜΜΕ

Ενότητα χωρίς τίτλο

1)ΦΥΛΟ

- ΑΝΤΡΑΣ
- ΓΥΝΑΙΚΑ

2)ΗΛΙΚΙΑ

- 18-25
- 25-35
- 35-45
- >45

3)ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΜΟΝΙΜΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑ ΣΑΣ;

9)ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΜΜΕ ΕΧΟΥΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

10)ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΟΙ ΑΠΟΦΟΙΤΟΙ ΜΜΕ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΑΣΧΟΛΗΘΟΥΝ ΤΟΣΟ ΣΤΟ ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΟΣΟ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟΣΙΟ ΤΟΜΕΑ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

11)ΕΑΝ ΝΑΙ ΣΕ ΠΟΙΟ ΤΟΜΕΑ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥΣ;

- ΙΔΙΩΤΙΚΟ
- ΔΗΜΟΣΙΟ

12)ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ Η ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ ΣΑΣ ΒΟΗΘΗΣΕ ΣΤΗΝ ΕΥΡΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

13)ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΥΡΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ ΜΜΕ;

- ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΓΝΩΡΙΜΙΕΣ/ΦΙΛΟΙ
- ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟΙ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ/ΣΥΝΑΔΕΛΦΟΙ
- ΑΓΓΕΛΙΕΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΥΠΟ/ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
- ΟΑΕΔ
- Άλλο:

14) ΑΥΤΗ ΤΗΝ ΣΤΙΓΜΗ ΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΠΑΝΩ ΣΤΗΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ ΣΑΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

15) ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΒΑΘΜΟΣ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΙΑΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΑΣ ΜΕ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ;

- ΚΑΘΟΛΟΥ
- ΛΙΓΟ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΠΟΛΥ
- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

16) ΠΟΣΟ ΣΑΣ ΕΝΔΙΕΦΕΡΕ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΑΡΧΗ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ;

- ΚΑΘΟΛΟΥ
- ΛΙΓΟ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΠΟΛΥ
- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

17) ΠΟΙΑ ΗΤΑΝ Η ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΑΣ;

18) ΗΣΑΣΤΑΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΣΑΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

19)ΣΕ ΤΙ ΒΑΘΜΟ ΗΣΑΣΤΑΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ;

- ΚΑΘΟΛΟΥ
- ΛΙΓΟ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΠΟΛΥ
- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

20)ΣΕ ΤΙ ΒΑΘΜΟ ΗΣΑΣΤΑΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ;

- ΚΑΘΟΛΟΥ
- ΛΙΓΟ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΠΟΛΥ
- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

21)ΣΕ ΤΙ ΒΑΘΜΟ ΗΣΑΣΤΑΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ;

- ΚΑΘΟΛΟΥ
- ΛΙΓΟ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΠΟΛΥ
- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

22)ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΑΣ ΣΗΜΕΡΑ;

- ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ/Η
- ΑΝΕΡΓΟΣ/Η
- Άλλο:

23)ΑΝ ΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΕΙΝΑΙ ΠΡΩΤΗ Η ΔΕΥΤΕΡΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ;

- ΠΡΩΤΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ
- ΔΕΥΤΕΡΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

24)ΑΝ ΕΙΝΑΙ Η ΔΕΥΤΕΡΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ Η ΠΡΩΤΗ ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ;

25)ΑΣΧΟΛΕΙΣΤΕ ΜΕ ΠΛΗΡΗ Η ΜΕΡΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ;

- ΠΛΗΡΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ
- ΜΕΡΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

26)Ο ΜΙΣΘΟΣ ΣΑΣ ΕΙΝΑΙ:

- 650-800
- 800-1000
- 1000-1200
- >1200

27)ΣΕ ΤΙ ΒΑΘΜΟ ΕΙΣΤΕ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ ΣΤΑ ΜΜΕ ΤΗΝ ΔΕΔΟΜΕΝΗ ΣΤΙΓΜΗ;

- ΚΑΘΟΛΟΥ
- ΛΙΓΟ
- ΜΕΤΡΙΑ
- ΠΟΛΥ
- ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

28)ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΘΑ ΘΕΛΑΤΕ ΝΑ ΒΕΛΤΙΩΣΕΤΕ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ ΣΤΑ ΜΜΕ;

- ΜΙΣΘΟΣ
- ΩΡΑΡΙΟ
- ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ
- ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΣΥΝΑΔΕΛΦΟΥΣ

29)ΠΟΙΟ ΗΤΑΝ ΤΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΕΥΡΕΣΗΣ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ;

- ΜΕΧΡΙ 1 ΜΗΝΑ
- ΜΕΧΡΙ 6 ΜΗΝΕΣ
- ΜΕΧΡΙ 1 ΧΡΟΝΟ
- ΑΠΟ 2 ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ ΠΑΝΩ

30)ΠΟΙΟ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ ΜΜΕ ΣΗΜΕΡΑ;

- ΣΤΑΘΕΡΗ/ΣΥΜΒΑΣΗ ΑΟΡΙΣΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ
- ΣΤΑΘΕΡΗ/ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ
- ΠΡΟΣΩΡΙΝΗ/ΣΥΜΒΑΣΗ ΟΡΙΣΜΕΝΟΥ ΧΡΟΝΟΥ

31)ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΠΩΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΝΕΡΓΙΑΣ ΣΤΟΥΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΥΣ ΣΤΑ ΜΜΕ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

32)ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΜΕΧΡΙ ΤΩΡΑ ΕΧΕΤΕ ΜΕΙΝΕΙ ΑΝΕΡΓΟΣ;

33) ΕΧΕΤΕ ΣΥΜΜΕΤΑΣΧΕΙ ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ Η ΣΕ ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

34) ΑΝ ΝΑΙ:

- ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ
- ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΚΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΤΟΥ ΟΑΕΔ
- ΣΕ ΕΠΙΔΟΤΟΥΜΕΝΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΟΑΕΔ ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

35) ΠΟΙΑ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΑΝΕΡΓΙΑΣ ΣΤΟΥΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΥΣ ΣΤΑ ΜΜΕ ΣΗΜΕΡΑ;

- ΕΩΣ 6 ΜΗΝΕΣ
- ΕΩΣ 1 ΧΡΟΝΟ
- ΑΠΟ 2 ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ ΠΑΝΩ

36) ΑΝ ΝΑΙ ΠΟΙΟΣ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ Ο ΛΟΓΟΣ ΑΝΕΡΓΙΑΣ;

- ΛΙΓΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ
- ΟΙ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ ΠΡΟΤΙΜΟΥΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ ΜΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ
- ΟΙ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ ΠΡΟΣΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ
- ΔΕΝ ΓΙΝΕΤΑΙ ΣΩΣΤΗ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ
- ΠΡΟΤΙΜΟΥΝΤΑΙ ΑΤΟΜΑ ΤΟΥ ΑΛΛΟΥ ΦΥΛΟΥ

37) ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΠΩΣ Η ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ ΤΩΝ ΜΜΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ (ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΕΣ Η ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ) ΣΤΟΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΜΜΕ ΕΧΕΙ ΣΧΕΣΗ ΜΕ:

- ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ
- ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ/ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ
- ΒΑΘΜΟΣ ΠΤΥΧΙΟΥ
- ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ
- ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ
- ΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΠΟ ΔΙΑΜΟΝΗΣ
- ΓΝΩΡΙΜΙΕΣ
- ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

38) ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΘΥΜΗΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ;

- ΑΣΦΑΛΕΙΑ
- ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΑΜΟΙΒΕΣ
- ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ
- ΣΥΝΑΦΕΙΑ ΜΕ ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΕΣ
- ΑΛΛΟ

39) ΤΙ ΘΑ ΕΠΙΛΕΓΑΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΩΣΤΕ ΝΑ ΓΙΝΕΤΕ ΠΙΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΙ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ;

[« Πίσω](#)

[Υποβολή](#)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

Αποτελέσματα συσχετίσεων

Mann-Whitney Test

Ranks

Φύλο	N	Mean Rank	Sum of Ranks
------	---	-----------	--------------

A5	Ανδρας	28	48,50	1358,00
	Γυναίκα	70	49,90	3493,00
	Total	98		
A8	Ανδρας	27	53,41	1442,00
	Γυναίκα	68	45,85	3118,00
	Total	95		
A9	Ανδρας	27	54,61	1474,50
	Γυναίκα	69	46,11	3181,50
	Total	96		
A10	Ανδρας	27	49,69	1341,50
	Γυναίκα	70	48,74	3411,50
	Total	97		
A12	Ανδρας	28	55,45	1552,50
	Γυναίκα	69	46,38	3200,50
	Total	97		
A15	Ανδρας	28	48,02	1344,50
	Γυναίκα	70	50,09	3506,50
	Total	98		
A16	Ανδρας	28	48,70	1363,50
	Γυναίκα	69	49,12	3389,50
	Total	97		
A17	Ανδρας	27	47,52	1283,00
	Γυναίκα	68	48,19	3277,00
	Total	95		
A18	Ανδρας	28	47,59	1332,50
	Γυναίκα	69	49,57	3420,50
	Total	97		
A19	Ανδρας	28	44,41	1243,50
	Γυναίκα	69	50,86	3509,50
	Total	97		
A20	Ανδρας	26	47,40	1232,50
	Γυναίκα	69	48,22	3327,50

	Total		95		
A21	Ανδρας		27	45,54	1229,50
	Γυναίκα		69	49,66	3426,50
	Total		96		
A26	Ανδρας		21	38,38	806,00
	Γυναίκα		52	36,44	1895,00
	Total		73		
A27	Ανδρας		23	42,41	975,50
	Γυναίκα		60	41,84	2510,50
	Total		83		
A28	Ανδρας		25	46,72	1168,00
	Γυναίκα		63	43,62	2748,00
	Total		88		
A32	Ανδρας		17	34,38	584,50
	Γυναίκα		43	28,97	1245,50
	Total		60		

Test Statistics^a

	A5	A8	A9	A10	A12	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A26	A27	A28	A32
Mann-Whitney U	952,00	772,00	766,50	926,50	785,50	938,50	957,50	905,00	926,50	837,50	881,50	851,50	517,00	680,50	732,00	299,50

Wilcoxon W	1358,000	3118,000	3181,500	3411,500	3200,500	1344,500	1363,500	1283,000	1332,500	1243,500	1232,500	1229,500	1895,000	2510,500	2748,000	1245,500
Z	-,899	-1,392	-1,623	-,252	-1,661	-,341	-,071	-,117	-,380	-1,124	-,135	-,697	-,548	-,102	-,677	-1,125
Asymptotic Sig. (2-tailed)	,369	,164	,105	,801	,097	,733	,944	,907	,704	,261	,892	,486	,584	,919	,498	,261

a. Grouping Variable: Φύλο

Kruskal-Wallis Test

Ranks		
Ηλικία	N	Mean Rank
A5 18-25 ετών	55	49,76
25-35 ετών	39	48,00

	35-45 ετών	2	48,00
	Πάνω από 45 ετών	1	48,00
	Total	97	
A8	18-25 ετών	53	48,33
	25-35 ετών	38	45,76
	35-45 ετών	2	70,50
	Πάνω από 45 ετών	1	23,50
	Total	94	
A9	18-25 ετών	54	46,45
	25-35 ετών	38	51,50
	35-45 ετών	2	31,50
	Πάνω από 45 ετών	1	31,50
	Total	95	
A10	18-25 ετών	55	48,11
	25-35 ετών	38	49,58
	35-45 ετών	2	42,00
	Πάνω από 45 ετών	1	42,00
	Total	96	
A12	18-25 ετών	54	50,39
	25-35 ετών	39	47,65
	35-45 ετών	2	25,50
	Πάνω από 45 ετών	1	25,50
	Total	96	
A15	18-25 ετών	55	46,53
	25-35 ετών	39	52,45
	35-45 ετών	2	49,50
	Πάνω από 45 ετών	1	49,50
	Total	97	
A16	18-25 ετών	54	48,93
	25-35 ετών	39	47,97
	35-45 ετών	2	42,50
	Πάνω από 45 ετών	1	58,00
	Total	96	

A17	18-25 ετών	53	48,48
	25-35 ετών	38	48,03
	35-45 ετών	2	23,50
	Πάνω από 45 ετών	1	23,50
	Total	94	
A18	18-25 ετών	54	51,06
	25-35 ετών	39	45,04
	35-45 ετών	2	31,50
	Πάνω από 45 ετών	1	79,50
	Total	96	
A19	18-25 ετών	54	46,77
	25-35 ετών	39	50,51
	35-45 ετών	2	60,00
	Πάνω από 45 ετών	1	40,50
	Total	96	
A20	18-25 ετών	54	42,72
	25-35 ετών	38	54,37
	35-45 ετών	2	67,25
	Πάνω από 45 ετών	1	52,50
	Total	95	
A21	18-25 ετών	54	44,85
	25-35 ετών	38	51,95
	35-45 ετών	2	43,00
	Πάνω από 45 ετών	1	78,00
	Total	95	
A26	18-25 ετών	39	33,92
	25-35 ετών	30	37,97
	35-45 ετών	2	48,00
	Πάνω από 45 ετών	1	70,00
	Total	72	
A27	18-25 ετών	46	42,01
	25-35 ετών	33	40,52
	35-45 ετών	2	44,50

	Πάνω από 45 ετών	1	44,50
	Total	82	
A28	18-25 ετών	48	43,99
	25-35 ετών	36	42,44
	35-45 ετών	2	53,00
	Πάνω από 45 ετών	1	82,50
	Total	87	
A32	18-25 ετών	33	29,89
	25-35 ετών	24	31,15
	35-45 ετών	1	27,00
	Πάνω από 45 ετών	1	9,00
	Total	59	

Test Statistics^{a,b}

	A5	A8	A9	A10	A12	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A26	A27	A28	A32
Chi-Square	1,543	3,200	2,730	,658	3,111	1,101	,257	2,867	4,430	1,004	5,480	3,111	9,988	,139	4,845	1,762
df	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,672	,362	,435	,883	,375	,777	,968	,413	,219	,800	,140	,375	,019	,987	,183	,623

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Ηλικία

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	A26	N	Mean Rank
A5	650-800 ευρώ	61	37,20
	800-1000 ευρώ	7	36,00

	1000-1200 ευρώ	4	36,00
	>1200 ευρώ	1	36,00
	Total	73	
A8	650-800 ευρώ	60	35,50
	800-1000 ευρώ	7	38,00
	1000-1200 ευρώ	2	35,50
	>1200 ευρώ	1	18,00
	Total	70	
A9	650-800 ευρώ	60	37,70
	800-1000 ευρώ	7	29,64
	1000-1200 ευρώ	4	33,50
	>1200 ευρώ	1	24,50
	Total	72	
A10	650-800 ευρώ	61	36,72
	800-1000 ευρώ	7	37,14
	1000-1200 ευρώ	3	32,00
	>1200 ευρώ	1	32,00
	Total	72	
A12	650-800 ευρώ	61	37,75
	800-1000 ευρώ	7	31,43
	1000-1200 ευρώ	4	30,13
	>1200 ευρώ	1	57,50
	Total	73	
A15	650-800 ευρώ	61	38,33
	800-1000 ευρώ	7	35,14
	1000-1200 ευρώ	4	20,88
	>1200 ευρώ	1	33,50
	Total	73	
A16	650-800 ευρώ	61	36,96
	800-1000 ευρώ	7	31,71
	1000-1200 ευρώ	3	28,83
	>1200 ευρώ	1	65,00
	Total	72	

A17	650-800 ευρώ	58	34,80
	800-1000 ευρώ	7	31,36
	1000-1200 ευρώ	4	46,13
	>1200 ευρώ	1	62,50
	Total	70	
A18	650-800 ευρώ	61	37,16
	800-1000 ευρώ	7	24,00
	1000-1200 ευρώ	4	51,38
	>1200 ευρώ	1	60,50
	Total	73	
A19	650-800 ευρώ	61	36,75
	800-1000 ευρώ	7	46,71
	1000-1200 ευρώ	4	32,50
	>1200 ευρώ	1	2,00
	Total	73	
A20	650-800 ευρώ	60	35,83
	800-1000 ευρώ	7	46,64
	1000-1200 ευρώ	3	24,67
	>1200 ευρώ	1	5,50
	Total	71	
A21	650-800 ευρώ	60	34,58
	800-1000 ευρώ	7	51,86
	1000-1200 ευρώ	4	47,00
	>1200 ευρώ	1	2,00
	Total	72	
A27	650-800 ευρώ	60	38,82
	800-1000 ευρώ	7	28,36
	1000-1200 ευρώ	4	23,88
	>1200 ευρώ	1	5,00
	Total	72	
A28	650-800 ευρώ	58	30,91
	800-1000 ευρώ	7	51,14
	1000-1200 ευρώ	3	65,00

	>1200 ευρώ	1	69,00
	Total	69	
A32	650-800 ευρώ	37	25,53
	800-1000 ευρώ	5	18,00
	1000-1200 ευρώ	4	11,63
	Total	46	

Test Statistics^{a,b}

	A5	A8	A9	A10	A12	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A27	A28	A32
Chi-Square	,399	1,127	2,039	,604	2,590	2,932	2,926	3,897	8,276	5,687	5,431	9,234	6,165	25,984	5,223
df	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
Asymp. Sig.	,940	,771	,564	,895	,459	,402	,403	,273	,041	,128	,143	,026	,104	,000	,073

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: A26