

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ



**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:**  
**ΤΑ ΚΥΠΡΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ:**  

---

**ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΝΤΥΠΗΣ & ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΩΣ ΠΡΟΣ**  
**ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ**

Έλλη Τουλούπη

Λεμεσός 2011

## **Πνευματικά Δικαιώματα**

Copyright © Έλλη Τουλούπη, 2011

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «Τα κυπριακά μέσα στο διαδίκτυο: Σύγκριση έντυπης και διαδικτυακής εφημερίδας ως προς το οικονομικό περιεχόμενο», εκπονήθηκε από την Έλλη Τουλούπη, φοιτήτρια του η' εξαμήνου του Τμήματος Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του ΤΕΠΑΚ, υπό την επίβλεψη της Δρ. Βάιας Δουδάκη και ολοκληρώθηκε τον Μάιο του 2011.

Βασικός σκοπός της μελέτης είναι να διερευνήσει εάν οι έντυπες και οι διαδικτυακές εφημερίδες είναι πανομοιότυπες, ή εάν γίνεται λόγος για δύο αυτόνομα μέσα, καθώς επίσης σε ποιο βαθμό οι διαδικτυακές εφημερίδες αξιοποιούν όλα τα χαρακτηριστικά όπου προσφέρει το νέο μέσο. Η παρούσα έρευνα υλοποιήθηκε με ποσοτική ανάλυση, και εξήχθησαν ορισμένα συμπεράσματα για την κυπριακή κοινωνία.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	iii
I. Εισαγωγή.....	v
II. Βιβλιογραφική Ανασκόπηση.....	1
α) Πρώιμες μελέτες.....	1
β) Μεταγενέστερες μελέτες.....	4
III. Αναγκαιότητα Έρευνας.....	7
IV. Ερευνητικά Ερωτήματα.....	8
V. Έννοιες και διασαφηνίσεις.....	9
Α) Ηλεκτρονικές εφημερίδες.....	9
Β) Έντυπες εφημερίδες.....	9
Γ) Αυτονομία περιεχομένου.....	10
Δ) Οικονομικό περιεχόμενο.....	10
Ε) Χαρακτηριστικά Διαδικτύου.....	10
VI. Μεθοδολογία.....	10
i) Εφημερίδα.....	11
ii) Γεωγραφική αναφορά του δημοσιεύματος.....	12
iii) Θέμα οικονομίας.....	12
v) Είδος άρθρου.....	15
vi) Έκταση άρθρου.....	15
VII. Περιορισμοί-Προβλήματα.....	15
VIII. Αποτελέσματα.....	16
IX. Συμπεράσματα.....	51
X. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	54
Παράρτημα.....	56
Κωδικοποίηση.....	56

## **I. Εισαγωγή**

Οι εφημερίδες αποτελούν, αδιαμφισβήτητα, ένα μέσο δημόσιας επικοινωνίας, το οποίο κυριαρχεί για τέσσερις σχεδόν αιώνες. Είναι το μέσον όπου κατόρθωσε να διαμορφώσει τις μαζικές κοινωνίες καταναλωτών επί παγκόσμια βάση και κανένας δεν κατόρθωσε να δράσει και να πετύχει συσπείρωση της συλλογικότητας όπου επιθυμούσε χωρίς την χρήση της εφημερίδας. Αναμφίβολα, η πρωτοκαθεδρία των μέσων επικοινωνίας, ανήκει δικαιωματικά στις εφημερίδες. Ακόμη και στην σημερινή κοινωνία με τα νέα δεδομένα και την εξέλιξη των νέων τεχνολογιών (τηλεόραση, ραδιόφωνο, διαδίκτυο), μεγάλη μάζα ανθρώπων προτιμούν η ενημέρωση και η πληροφόρηση τους να προέρχεται από τις εφημερίδες, είτε αυτές είναι έντυπες είτε διαδικτυακές.

Με το πέρασμα του χρόνου, παρατηρείται ραγδαία ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών. Η αλματώδης ανάπτυξη του Διαδικτύου διαμορφώνει τα τελευταία χρόνια μια νέα κατάσταση. Είναι προφανές πως η μοίρα του διαδικτύου έγκειται στην ανάπτυξη και στην εξέλιξη των υφιστάμενων εφαρμογών.

Με την εμφάνιση του διαδικτύου, ήδη συντελείται δραστική αλλαγή ως προς το περιεχόμενο και την ανάπτυξη των εφημερίδων. Οι πλείστες εφημερίδες, προσπαθώντας να είναι συνοδοιπόροι με την εξέλιξη της τεχνολογίας, και συγκεκριμένα με το διαδίκτυο, προσφέρουν την χρήση ηλεκτρονικών διαδικτυακών εφημερίδων. Στην πρώιμη φάση, οι μεγαλύτερες και εγκυρότερες εφημερίδες ανά το παγκόσμιο προσφέρουν δωρεάν το περιεχόμενο και την ενημέρωση των πολιτών. Αυτή η τάση έχει αρχίσει να αντιστρέφεται, δηλαδή ήδη οι περισσότερες μεγάλες εφημερίδες έχουν αρχίσει να χρεώνουν για το περιεχόμενο. Υπάρχουν και εξαιρέσεις, όπου θεωρείται υποχρεωτική η συνδρομή για την πρόσβαση στις διαδικτυακές εφημερίδες.

Οι διαδικτυακές εφημερίδες, πλεονεκτούν στην «εκμετάλλευση» των νέων μέσων, δηλαδή τον συνδυασμό ενός ή περισσότερων του ενός μέσων, όπως γραπτό κείμενο, βίντεο, γραφικά και ήχο. Στόχος η αλληλεπίδραση και η διαλειτουργικότητα των μέσων με το κοινό, ούτως ώστε να μετεξελιχθεί η μονόδρομη επικοινωνία όπου τόσα χρόνια ήταν η επικρατέστερη.

## **II. Βιβλιογραφική Ανασκόπηση**

Η εφημερίδα αποτελεί ένα μέσο δημόσιας επικοινωνίας, όπου κυριαρχεί τέσσερις σχεδόν αιώνες. Με την ανάπτυξη του διαδικτύου, οι πλείστες εταιρείες προσπαθώντας να συμβαδίζουν με την τεχνολογική εξέλιξη, προσφέρουν τις διαδικτυακές εφημερίδες, εκτός από τις έντυπες.

### *α) Πρώιμες μελέτες*

Οι Cao και Li (1995), ο Keizer (1995), καθώς και ο Barnhurst (2002), διαπιστώνουν ότι οι διαδικτυακές εφημερίδες θεωρούνται συμπλήρωμα της έντυπης εφημερίδας. Τα δημοσιευμένα, έντυπα άρθρα συμπληρώνονται από διαδικτυακά άρθρα.

Οι Greer και Mensing, στην έρευνα τους, περιγράφουν τα στάδια μετεξέλιξης των διαδικτυακών εφημερίδων από την ημέρα δημιουργίας τους. Η ανάλυση περιεχομένου έγινε σε 83 διαδικτυακές εφημερίδες στις Ηνωμένες Πολιτείες και διήρκεσε 7 χρόνια (1997-2003). Αυτή η έρευνα στόχο είχε να προβάλει τις νέες τάσεις παρουσίασης, το κείμενο, τα πολυμέσα, την διαδραστικότητα. Οι Gubaman και Greer το 1997, αναφέρουν πως λιγότερο του 1/3 των διαδικτυακών εφημερίδων δεν ανανεώνουν συχνά την ιστοσελίδα τους περισσότερο της μιας ημέρας. Κάποιες εφημερίδες χρησιμοποιούσαν την διαδικτυακή μορφή, αλλά για να παρουσιάσουν κάποιες πληροφορίες επικοινωνίας με την εφημερίδα.

Ο Michel Belair, συντάκτης της *la Planete*, (όπως αναφέρεται στην Καιμάκη, 1997), πιστεύει πως στο διαδίκτυο γίνεται απλά μια αντιγραφή της ύλης του έντυπου και αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα πως χρειάζεται αρκετός χρόνος για να αξιοποιηθεί σωστά το διαδίκτυο. Συμμερίζεται την πιο πάνω άποψη και ο Benoit Mungler (αναφέρεται στην Καιμάκη, 1997), όπου υποστηρίζει ότι οι ηλεκτρονικές εκδόσεις θα πρέπει να θεωρούνται συμπλήρωμα και όχι αντιγραφή του έντυπου. Άρα, ο τύπος θα έχει μέλλον όταν προσφέρει κάτι το διαφορετικό, αφού το διαδίκτυο είναι ένα διαφορετικό μέσο, άρα απαιτεί και διαφορετικό χειρισμό.

Ο Francois Druel (Καιμάκη, 1997), διατυπώνει μια διαφορετική άποψη, δηλαδή εκτιμά πως στο μέλλον οι εφημερίδες θα ασχολούνται κυρίως με την ανάλυση των πληροφοριών, αφού θα είναι ήδη

αναρτημένες στο διαδίκτυο. Διευκρινίζει, πως οι ειδήσεις θα βρίσκονται ήδη στο διαδίκτυο και η δουλειά των δημοσιογράφων της έντυπης εφημερίδας θα είναι μόνο η ανάλυση.

Ο Francis Pisani (Καϊμάκη, 1997) εκφέρει την άποψη ότι οι πλείστοι δεν γνωρίζουν τον τομέα του διαδικτύου, και αυτό έχει ως αποτέλεσμα ένα κακής ποιότητας κείμενο. Συμφωνώντας, με τον Belair και τον Munger, πιστεύει πως υπάρχει μια γενική τάση αντιγραφής των κειμένων στο διαδίκτυο χωρίς να αξιοποιούν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του νέου μέσου.

Οι Kamerer & Bressers το 1998, διαπιστώνουν πως το περιεχόμενο της διαδικτυακής εφημερίδας είναι σχεδόν με αυτό της έντυπης. Η χρήση των πολυμέσων ήταν κυρίως εμφανής το 1997. Η χρήση ήχου άρχισε δειλά-δειλά να εμφανίζεται το 1997 με μόλις το 15,7% να τον υιοθετούν. Το 2003, υπήρξε μια μεγάλη αύξηση στο 43,8%. Παράλληλα, οι Greer & Mensing 1997 σε έρευνα τους, διαπιστώνουν πως η χρήση βίντεο εμφανίζεται το 1997, με ποσοστό υιοθέτησης στο 7,2%, ενώ το 2003 ανέρχεται στο 43,8%. Όσο αφορά την διαδραστικότητα, δινόταν μικρή δυνατότητα να στείλουν κάποιο ηλεκτρονικό μήνυμα στους αρθρογράφους, να σχολιάσουν κάποιο άρθρο κτλ..

Ο Li το 1998, προχώρησε σε ανάλυση περιεχομένου τριών διαδικτυακών εφημερίδων, όπου αποφάνθηκε πως κύρια προτεραιότητα τους είναι να βελτιώσουν την παρεχόμενη πληροφόρηση ώστε να διαφέρει από την έντυπη εφημερίδα, από το να βελτιώσουν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα όπου προσφέρει το διαδίκτυο.

Οι Ha & James το 1998, οι Massey & ο Levy το 1999 καθώς και οι Newhagen, Cordes & Levy το 1995, συμμερίστηκαν την άποψη ότι το κλειδί των διαδικτυακών νέων είναι η διαδραστικότητα.

Ο Xigen Li (1998) πιστεύει πως η διαδικτυακή εφημερίδα προσφέρει περισσότερο κείμενο από την έντυπη έκδοση. Στο διαδίκτυο, το περιεχόμενο πλαισιώνεται με φιλικότητα προς το χρήστη, με γραφικά και πληροφορίες. Οι εφημερίδες θα πρέπει εξοικειώνονται με το νέο διαδικτυακό περιβάλλον.

Οι King, Picard και Towse (1999), συμμερίζονται την πιο πάνω άποψη, υποστηρίζοντας πως οι διαδικτυακές εφημερίδες θεωρούνται πανομοιότυπες των εντύπων. Αναλυτικότερα, αναφέρουν πως τα άρθρα που αναρτώνται στην διαδικτυακή έκδοση είναι παρεμφερή με τα άρθρα της έντυπης. Σπάνια, παρουσιάζεται νέο περιεχόμενο, όπου θα έπρεπε να εμφανίζεται, και να ανανεώνεται κατά την διάρκεια της ημέρας, ούτως ώστε να συμβαδίζει με την λογική του διαδικτυακού μέσου. Όλες

οι πρώιμες μελέτες όπου εκπονήθηκαν για τις διαφορές των δύο μέσων και για το κατά πόσο είναι αυτόνομα, αυτό κατέδειξαν. Το περιεχόμενο και πιο συγκεκριμένα η μορφή του άρθρου δεν θεωρείται «νέα» ή «καινοτόμος».

Ο Barnhurst σε έρευνά του το 2000 (όπως αναφέρεται στους Piessis και Li, 2003), διαπιστώνει πως οι διαδικτυακές εφημερίδες είναι πανομοιότυπες με τις έντυπες εφημερίδες. Ακριβώς την ίδια άποψη συμμερίζεται και η Zingarelli το 2000, αφού σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2000, εξακρίβωσε το πιο πάνω αποτέλεσμα. Παρ' όλα αυτά, διαπίστωσε ακόμη πως γίνεται και μια προσπάθεια να ξεφύγουν από την πρωτότυπη έντυπη έκδοση.

Το 2003, οι ελληνικές ιστοσελίδες, ήταν εντελώς διαφορετικές από την σημερινή πραγματικότητα, αφού δεν είχαν καθόλου εξελιχθεί στον τομέα της διαδικτυακής εφημερίδας. Καμιά από τις εφημερίδες δεν αξιοποιούσε τα στοιχεία της διαδραστικότητας, συζήτησης, ανάδρασης, πολυμέσων, υπερκειμένου, και συχνής ανανέωσης του κειμένου. Παράλληλα το 2003 δεν προσφέρεται ακόμη ούτε η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και η μορφή συνήθως του κειμένου αποτελείται από κείμενο και εικόνες. Δεν υπήρχε ούτε η δυνατότητα παραγωγής ήχου ή video (Δημητρακοπούλου & Σιαπέρα 2005).

Ερευνητές από 16 ευρωπαϊκές χώρες, το 2003, προχώρησαν σε συγκριτική μελέτη των μεγάλων εθνικών εφημερίδων και των αντίστοιχων τους διαδικτυακών. Τα συμπεράσματα τους δεν διαφέρουν, καθόλου, από αυτά των προηγούμενων μελετητών. Κατά μέσο όρο, το 70% των δημοσιευθέντων, διαδικτυακών άρθρων είναι απολύτως ίδια με' αυτά του έντυπου τύπου. Κάποια μικρή διαφορά, όπου διαπιστώθηκε στα δυο αυτά μέσα είναι η έμφαση στις ειδήσεις, στα πρωτοσέλιδα της έντυπης δίνεται έμφαση κυρίως στις σημαντικές ειδήσεις, ενώ στην πρώτη σελίδα της διαδικτυακής έκδοσης, κυρίως στις περιφερειακές ειδήσεις. (Fortunati & Sarrica, 2005). Ωστόσο, παρά τις μικρές διαφορές στην έμφαση, δεν τροποποιείται το γενικό συμπέρασμα των πρώιμων μελετητών/ ερευνών. Συμπεραίνουν, ακόμη, μέσω της δικής τους έρευνας όπου πραγματοποίησε σε 16 ευρωπαϊκές χώρες, πως ελάχιστες έχουν υψηλές διαδραστικές εφαρμογές, και πως οι πλείστες εφημερίδες, χρησιμοποιούν την μορφή, την κουλτούρα και τις πρακτικές της έντυπης εφημερίδας. Εκτός από τα εργαλεία της διαδραστικότητας όπου δεν αξιοποιούνται στο μέγιστο βαθμό, αυτό συμβαίνει και με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα, όπου προσφέρει το υπερκείμενο.



Οι Finneman & Thomasen (2005) και ο Van der Wuff το 2005, παρουσίασαν τα αποτελέσματα της προσωπικής τους έρευνας για τις διαδικτυακές εκδοχές. Οι Finneman & Thomasen (2005), προχώρησαν σε μια συγκριτική γενική διαδικτυακή παρουσίαση των διαδικτυακών εκδοχών και ο Van der Wuff (2005), προχώρησε στην παρουσίαση της ευρωπαϊκής διαδικτυακής εφημερίδας. Τα συμπεράσματα είναι εξίσου όμοια με τις προηγούμενες μελέτες όπου είχαν πραγματοποιηθεί, αφού για την πρώτη περίπτωση αποφάνθηκαν, πως τα πρωτοσέλιδα των έντυπων παρέχουν μια επισκόπηση μεγαλύτερου αριθμού ειδήσεων, όπου αναπτύσσονται και στις υπόλοιπες σελίδες, και προσφέρουν μεγάλο αριθμό συνδέσμων. Καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι τα πρωτοσέλιδα των έντυπων έχουν πλούσιο περιεχόμενο ενώ τα πρωτοσέλιδα των διαδικτυακών έχουν σύνθετη, δύσκολη δομή και φτωχό περιεχόμενο. Η μέση διαδικτυακή εφημερίδα παρουσιάζεται ελλιπής σε πρόσφατες ειδήσεις, παρόλο που αυτή είναι η λογική του μέσου. Παρέχει ορισμένες από τις δυνατότητες για αλληλεπίδραση στο περιεχόμενο και εκδόσεις σε PDF μορφή, αλλά απουσιάζουν τα πολυμέσα. Η αρχική λογική της εφημερίδας αυτής, είναι ο αναγνώστης να ενημερώνεται αναφορικά με τους τίτλους ειδήσεων και η περαιτέρω ενημέρωση του να προέρχεται από τον έντυπο τύπο.

Η διαδικτυακή δημοσιογραφία, δεν έχει υιοθετήσει σε μεγάλο βαθμό τις δυνατότητες και τις τεχνικές του υπερκειμένου, όπως αυτό καταδεικνύει η έρευνα όπου έχει γίνει στα ισπανικά μέσα. (Bonilla, Seixas, Torres et al.)

Εν κατακλείδι, οι επιστήμονες αποφάνθηκαν πως στα αρχικά στάδια ανάπτυξης των ιστοσελίδων ενημερωτικού περιεχομένου, προσφέρονταν λίγο απ' όλα τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του διαδικτύου (νέο κείμενο, πολυμέσα, διαδραστικότητα). Εν ολίγοις, όλες οι πρώιμες μελέτες, όπου έχουν πραγματοποιηθεί κατέδειξαν πως οι διαδικτυακές και οι έντυπες εφημερίδες είναι πανομοιότυπες. Έχουν ακριβώς το ίδιο περιεχόμενο και ακολουθούν και τα δύο την λογική του έντυπου μέσου.

#### ***β) Μεταγενέστερες μελέτες***

Με την πάροδο του χρόνου, αυτό άλλαξε σε ένα μεγάλο βαθμό σε κάποιες χώρες, αφού οι διαδικτυακές εκδόσεις ενημερώνονται συχνά, προσφέρουν άμεση πληροφόρηση, και οι αναγνώστες όταν επισκέπτονται τις διαδικτυακές εκδοχές, γίνονται εμφανείς όλες οι τελευταίες ειδήσεις. Παρατηρήθηκε κάποια βελτίωση, τα τελευταία χρόνια, όσο αφορά το περιεχόμενο και την χρήση των εργαλείων του διαδικτύου. Ως επί το πλείστον, οι εταιρείες κατανοούν και επιμορφώνονται σε

συνεχώς βάση για την λογική και την εξέλιξη του διαδικτύου και προσαρμόζουν τις διαδικτυακές εκδόσεις στα πλαίσια που προσδιορίζει το συγκεκριμένο μέσο.

Ο Deuze σε έρευνες όπου πραγματοποιήθηκαν το 2001 και το 2005, επισημαίνει, πως τα τελευταία χρόνια η κατάσταση αλλάζει άρδην, με τις εφημερίδες να προσπαθούν να προσαρμοστούν στην λογική του νέου μέσου, προσφέροντας βίντεο, ομάδες συζητήσεων, και νέα διαδραστικά μέσα. Στην μελέτη όπου εκπόνησε το 2001, διέκρινε την διαδραστικότητα σε επίπεδα (πλοήγηση, λειτουργική, προσαρμοστική). Με τον όρο πλοήγηση, νοείται η εξερεύνηση του χρήστη στο περιεχόμενο, και η πλοήγηση του στους χώρους της ιστοσελίδας. Με τον όρο λειτουργική διαδραστικότητα, νοείται η συμμετοχή του χρήστη σε ομάδες συζητήσεων και με αυτό τον τρόπο το περιβάλλον γίνεται ακόμη πιο διαδραστικό και φιλικό προς αυτόν. Ο όρος προσαρμοστική λειτουργικότητα, εξηγείται με την εξής ερμηνεία: ο χρήστης μπορεί να είναι ενεργός και να ανανεώνει και από μόνος του την ηλεκτρονική έκδοσή της εφημερίδας. Σύμφωνα και με μια άλλη έρευνα του Deuze (2003), η διαδραστικότητα, προσφέρει στον αναγνώστη την ευχέρεια να μεταδίδει την πληροφορία και όχι μόνο να την λαμβάνει.

Οι Mensing και Greer (2004), διαπιστώνουν ότι στην έντυπη εφημερίδα τα οικονομικά άρθρα που εμφανίζονται είναι γύρω στο 8,7 %, ενώ στην διαδικτυακή κυμαίνεται γύρω στο 20,4%. Σύμφωνα με την εξής διαπίστωση, φαίνεται να είναι και ο Νίκος Λέανδρος, Βάια Δουδάκη, Μάρθα Μιχαηλίδου (2008), όπου πιστεύουν πως στην διαδικτυακή εφημερίδα προσφέρονται περισσότερα άρθρα στις κατηγορίες της πολιτικής, της οικονομίας, της κοινωνίας και της τεχνολογικής ενημέρωσης. Το εν λόγω συμπέρασμα, ίσως να είναι συμπτωματικό και όχι συστηματικό, λόγω της μικρής ερευνητικής περιόδου, όπου έχει πραγματοποιηθεί η έρευνα.

Οι Greer & Mensing (2004), εκφέρουν την άποψη, πως η παρουσίαση των διαδικτυακών ειδήσεων, έχει βελτιωθεί σε μεγάλο βαθμό, παρατηρώντας πως υπάρχει συχνότερη ανανέωση των ιστοσελίδων, και παρέχεται πλήρης ενημέρωση με όλων των ειδών τα θέματα. Η χρήση των πολυμέσων και των διαδραστικών εργαλείων έχει αυξηθεί, στις εφημερίδες των Ηνωμένων Πολιτειών.

Οι Pavlik (1997) και Bucy (2004), ανέλυσαν την εξέλιξη του διαδικτυακού περιεχομένου της εφημερίδας. Το πρώτο στάδιο, ήταν η αντιγραφή του περιεχομένου από την έντυπη εφημερίδα, χωρίς καμία παραλλαγή. Το 1990, οι ιστοσελίδες των εφημερίδων ήταν απλοϊκές και δεν διέφεραν

καθόλου από την μορφή της έντυπης. Το δεύτερο στάδιο, ήταν η χρήση διαδραστικών εργαλείων, όπου συνοδεύουν το κείμενο. Από τα μέσα του 1990 μέχρι το τέλος της δεκαετίας, η διαδικτυακή δημοσιογραφία, γίνεται ανεξάρτητη εν μέρει, ανανεώνοντας συχνότερα το περιεχόμενο της, χρησιμοποιώντας βίντεο και εικόνες, και οι διαδικτυακές ειδήσεις γίνονται περισσότερο διαδραστικές, και ξεφεύγουν από ένα απλό κείμενο, δηλαδή, γίνεται πλέον χρήση εικόνων, συνδέσμων, μηχανών αναζήτησης. Και το τρίτο στάδιο, χαρακτηρίζεται από την αυτονομία των δύο μέσων, και πλέον είναι κατορθωτή η ανεξαρτητοποίησή τους. Δημιουργούνται κείμενα όπου αντικατοπτρίζουν την λογική του διαδικτυακού μέσου, και δεν ακολουθούν πλέον την λογική της έντυπης εφημερίδας. Τα διαδικτυακά εργαλεία, θα μπορούσε να λεχθεί, πως κατοχύρωσαν και αναπτύσσουν τις σχέσεις (φιλικό περιβάλλον, ευκολία στην χρήση κ.α) ανάμεσα στον άνθρωπο και τις διαδικτυακές ειδήσεις.

Ο Bucy (2004), αναφέρει πως μερικοί διαδικτυακοί χώροι προσφέρουν στους χρήστες αρκετά χαρακτηριστικά της διαδραστικότητας. Διακρίνει πως η διαδραστικότητα, πρέπει να χωρίζεται σε δύο τύπους. Ο πρώτος τύπος, αφορά την διαδραστικότητα ανάμεσα στον χρήστη και στο σύστημα ενώ ο δεύτερος τύπος αφορά την μεταξύ χρήστη προς χρήστη διαδραστικότητα. Δηλαδή, εννοεί την επικοινωνία και τις συζητήσεις όπου ενδεχομένως να προκύπτουν ανάμεσα στους αναγνώστες και τα θέματα προς συζήτηση όπου τίθενται. Ο Salaverria σε έρευνά του το 2005 (όπως αναφέρεται στους Σπυρίδου και Βέγλη), διαπιστώνει τα ίδια συμπεράσματα με τον Bucy. Διαπιστώνει πως πλέον δεν προσφέρεται μόνο ένα απλό κείμενο στον αναγνώστη, αλλά υπάρχει περισσότερη διαδραστικότητα και χρησιμοποιούνται τα χαρακτηριστικά του διαδικτύου σε μεγαλύτερο βαθμό.

Η συγκριτική μελέτη (2006), όπου εκπονήθηκε από τους Λέανδρο και Δουδάκη διαπιστώνει βελτίωση, τα τελευταία χρόνια στις ελληνικές διαδικτυακές εκδοχές των εφημερίδων, όσο αφορά την αυθεντικότητα του κειμένου και, την χρήση όλων των χαρακτηριστικών όπου προσφέρει το διαδίκτυο. Επιπρόσθετα, υπάρχουν αρκετές διαφορές ανάμεσα σε οικονομικές και γενικής ειδησεογραφίας εφημερίδες. Έρευνες που πραγματοποιήθηκαν το 2007 στην Ελλάδα, (Δουδάκη&Λέανδρο 2007), υποδηλώνουν πως οι ιστοσελίδες των οικονομικών εφημερίδων έχουν αυτονομία κατά κάποιο βαθμό από την έντυπη έκδοση. Υπάρχουν ακόμη διαδραστικά εργαλεία τόσο στην αρχική σελίδα όσο και στα άρθρα. Σε κάποια σημεία, η διαδικτυακή και η έντυπη έκδοση των οικονομικών εφημερίδων, διατηρούν διαφορετική στρατηγική και εργάζονται ως δύο ξεχωριστά μέσα. Σ' ένα μικρό βαθμό, εντούτοις, υπάρχει μια μικρή εξάρτηση των διαδικτυακών

από την έντυπη έκδοση. Οι ιστοσελίδες, όμως, συνάδουν ήδη με την λογική του μέσου, δηλαδή προσφέρουν άρθρα για τα γεγονότα της ημέρας. Αξιοσημείωτο είναι, πως οι διαδικτυακές εκδόσεις χρησιμοποιούν την ατζέντα των έντυπων εφημερίδων, ούτως ώστε να παρουσιάσουν πρώτες αυτές τα γεγονότα, και την επόμενη μέρα να κυκλοφορήσουν στις έντυπες. Μέσω της έρευνας διαπιστώθηκε πως πλέον θεωρείται κατορθωτή η αξιοποίηση των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων του διαδικτύου. Τόσο στις οικονομικές όσο και στις γενικής ειδησεογραφίας εφημερίδες, είναι δυνατή η χρήση των εργαλείων του διαδικτύου (π.χ χρήσιμοι σύνδεσμοι, συνομιλίες, φόρουμ κ.α). Όλες οι ιστοσελίδες προσφέρουν πολλαπλές επιλογές αναζήτησης ενώ στον τομέα της διαδραστικότητας οι οικονομικού περιεχομένου εφημερίδες είναι πιο εξελιγμένες από τις γενικής ειδησεογραφίας εφημερίδες.

Σε ακόμη μία μελέτη, όπου εκπονήθηκε από την Δουδάκη & Λέανδρο το 2007, και το δείγμα αποτελείτο από 9 ελληνικά μέσα ειδικευμένα στις οικονομικές ειδήσεις, τα ευρήματα έδειξαν πως κάθε εφημερίδα ακολουθεί μια διαφορετική στρατηγική, και δεν υπάρχει κάτι σταθερό. Λόγου χάρι, στη Ναυτεμπορική μόνο το 21% των άρθρων της προέρχεται από την έντυπη έκδοση, σ' αντίθεση με την Ημερησία όπου δημοσιεύει 123 άρθρα στο διαδίκτυο και απ' αυτά τα 87 (70.73%) προέρχονται από την έντυπη. Παράλληλα, τα ευρήματα κατέδειξαν κάτι το διαφορετικό, πως το Κέρδος, δημοσιεύει 119 άρθρα την ημέρα, και τα 37 από αυτά δημοσιεύονται την επόμενη μέρα στην εφημερίδα. Στο θέμα της χρήσης των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων του διαδικτύου, η Ναυτεμπορική έχει την μεγαλύτερη αξιοποίηση των διαδικτυακών εργαλείων από τις άλλες εφημερίδες. Παράλληλα, αυτή η έρευνα έχει αρκετές ομοιότητες με την πιο πάνω έρευνα, για τον λόγο, ότι διαπιστώνουν ξανά πως υπάρχουν αρκετές διαφορές ανάμεσα στην έντυπη και στην αντίστοιχη διαδικτυακή σε κάποια σημεία, και πως σε ορισμένα θέματα λειτουργούν σαν δύο ξεχωριστά μέσα. Όμως, ακόμη δεν εξαλείφθηκε εντελώς, η εξάρτηση της ιστοσελίδας από την εφημερίδα.

### **III. Αναγκαιότητα Έρευνας**

Βασικός στόχος της έρευνας αυτής είναι να διερευνήσει, εάν οι έντυπες και οι διαδικτυακές εφημερίδες στην Κύπρο, είναι πανομοιότυπες, δηλαδή δημοσιεύονται τόσο στην έντυπη εφημερίδα

όσο και στην διαδικτυακή εκδοχή της δημοσιεύματα με ίδιο περιεχόμενο ή εάν μπορεί να λεχθεί πως είναι δύο αυτόνομα μέσα.

#### **IV. Ερευνητικά Ερωτήματα**

**1) Σε ποιο βαθμό οι ηλεκτρονικές και οι αντίστοιχες έντυπες εφημερίδες θεωρούνται αυτόνομες ως προς το οικονομικό περιεχόμενο;**

Τόσο στις διαδικτυακές όσο και στις έντυπες εφημερίδες υπάρχει μια εκτενής κάλυψη των οικονομικών ειδήσεων. Το κοινό ενδιαφέρεται και θέλει να ενημερώνεται για την εξέλιξη της κυπριακής οικονομίας. Στόχος είναι να εξακριβωθεί, σε ποιο βαθμό οι διαδικτυακές και οι έντυπες εκδόσεις των εφημερίδων λειτουργούν αυτόνομα. Μεταδίδουν ακριβώς τις ίδιες πληροφορίες ή κάποιο από τα δύο είδη εφημερίδας ενημερώνει περισσότερο το κοινό; Σύμφωνα με μελέτη που έχει γίνει στην Ελλάδα, (Doudaki, V., Leandros, N., Michailidou, M, (2008) φανέρωσε πως στις ελληνικές διαδικτυακές εκδόσεις των εφημερίδων παρουσιάζονται 143 άρθρα (20,8%) έναντι των έντυπων εφημερίδων, όπου εκδίδουν 90 άρθρα (16,1%) όσο αφορά την οικονομία.

Στην κυπριακή πραγματικότητα όμως τι ισχύει; Τα άρθρα των εφημερίδων είναι τα ίδια με αυτά των διαδικτυακών εκδόσεων ή υπάρχουν διαφοροποιήσεις; Θεωρούνται αυτόνομα μέσα ή έχουν αρκετές ομοιότητες;

**2) Η οικονομική ενημέρωση διαφέρει μεταξύ των οικονομικών εκδοχών της εφημερίδας; Αξιοποιούν οι διαδικτυακές ιστοσελίδες τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του διαδικτύου; (πολυμεσικότητα, διαδραστικότητα, υπερκειμενικότητα).**

Ποιες διαδικτυακές εφημερίδες υπερτερούν στην χρήση των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων του διαδικτύου και ποιες αξιοποιούν περισσότερο αυτά τα χαρακτηριστικά στα δημοσιεύματά τους και στο διαδικτυακό πρωτοσέλιδο τους; Η οικονομική ενημέρωση διαφέρει μεταξύ αυτών των τριών διαδικτυακών εφημερίδων;

Η μεθοδολογία και τα εργαλεία τα οποία θα χρησιμοποιηθούν, ούτως ώστε να εξαχθούν αποτελέσματα θα είναι τα εξής:

Για το ερευνητικό ερώτημα (1) θα ακολουθηθεί η εξής διαδικασία:

Το κύριο ερευνητικό ερώτημα μου, είναι η σύγκριση της διαδικτυακής και έντυπης εφημερίδας ως προς το οικονομικό περιεχόμενο και η εξακρίβωση εάν είναι αυτόνομα ή όχι και αυτό θα μελετηθεί με την ανάλυση περιεχομένου. Το κάθε δημοσίευμα, κατηγοριοποιείται στις κατηγορίες της οικονομίας, όπου είναι στην συνέχεια. Από την προσεκτική ανάγνωση του κάθε δημοσιεύματος, διαπίστωνα εάν είναι όμοιο ή διαφορετικό το έντυπο δημοσίευμα από το διαδικτυακό και γινόταν και παρατήρηση εάν είχαν ακριβώς ίδιο περιεχόμενο και ίδιες εικόνες.

Για το ερευνητικό ερώτημα (2) θα ακολουθηθεί η εξής διαδικασία:

Στο συγκεκριμένο ερευνητικό ερώτημα, η σύγκριση θα γίνει μεταξύ των διαδικτυακών δημοσιευμάτων οικονομικού περιεχομένου, για να διαφανεί εάν τα υπό μελέτη μέσα αξιοποιούν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του διαδικτύου. Τα χαρακτηριστικά του διαδικτύου θα συγκριθούν τόσο στα άρθρα όσο και στην αρχική σελίδα της εφημερίδας. Στόχος είναι, να διερευνηθούν, εάν όλες οι εκδόσεις της διαδικτυακής εφημερίδας χρησιμοποιούν τα πιο πάνω διαδικτυακά χαρακτηριστικά και να πραγματοποιηθεί μια σύγκριση μεταξύ των διαδικτυακών εκδόσεων των εφημερίδων.

## **V. Έννοιες και διασαφηνίσεις**

### ***A) Ηλεκτρονικές εφημερίδες:***

Το διαδίκτυο, δικαίως θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένα μέσο της "σύγχρονης τυπογραφίας", και οι ηλεκτρονικές εφημερίδες λόγω του ενημερωτικού τους χαρακτήρα θεωρούνται Τύπος. Οι μεγάλες ηλεκτρονικές εφημερίδες, χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ως ένα μέσο έκδοσης, ανάρτησης, κυκλοφορίας και διάδοσης των δημοσιευμάτων που περιλαμβάνουν. Οι ηλεκτρονικές εφημερίδες έχουν τίτλο, και κατά το πρότυπο των έντυπων έχουν υπευθύνους της έκδοσης ή της σύνταξης.

### ***B) Έντυπες εφημερίδες:***

Με τον όρο έντυπη εφημερίδα, εννοούμε μια περιοδική έκδοση η οποία απευθύνεται στο αναγνωστικό κοινό και περιέχει πληροφορίες για τα τρέχοντα γεγονότα. Κάποια

χαρακτηριστικά των έντυπων εφημερίδων είναι η ώρα έκδοσης (πρωινή, μεσημβρινή, απογευματινή) και, η περιοδικότητα έκδοσης (ημερήσια, εβδομαδιαία, μηνιαία).

**Γ) Αυτονομία περιεχομένου:**

Με τον όρο αυτονομία, εννοούμε σε ποιο βαθμό τα δύο μέσα, η έντυπη και η αντίστοιχη διαδικτυακή εφημερίδα συνάδουν ή λειτουργούν αυτόνομα ως δύο διαφορετικά μέσα

**Δ) Οικονομικό περιεχόμενο:**

Στην πτυχιακή μου εργασία, μελέτησα την κατηγορία οικονομία, δηλαδή τις διεθνείς και εγχώριες οικονομικές ειδήσεις όπου δημοσιεύονταν στις έντυπες εφημερίδες και στις διαδικτυακές εκδοχές τους. Θέμα προς συζήτηση, το τελευταίο διάστημα τόσο στην Κύπρο όσο και σε χώρες του εξωτερικού, είναι τα οικονομικά προβλήματα, όπου αντιμετωπίζουν οι χώρες. Μέσω της έρευνας μου, θέλω να εξακριβώσω ποιο μέσο ( έντυπο ή διαδικτυακό), καλύπτει τις οικονομικές ειδήσεις, σύμφωνα με την δική του στρατηγική. Λόγου χάρη, το διαδίκτυο προσφέρει γρήγορη και άμεση πληροφόρηση για όλο το 24ωρο. Τα δημοσιεύματα όπου δημοσιεύονται στο διαδίκτυο, δεν πρέπει να είναι το αντίγραφο της έντυπης έκδοσης, αλλά το καθένα να ακολουθεί την δική του στρατηγική.

**Ε) Χαρακτηριστικά Διαδικτύου:**

Στο διαδίκτυο προσφέρεται η χρήση και ο συνδυασμός δύο ή και περισσότερων μέσων, όπως γραπτό κείμενο, εικόνα, γραφικά και ήχος. Στόχος, είναι η αλληλεπίδραση των πολιτών με τα μέσα επικοινωνίας και ανάπτυξη αμφίδρομης επικοινωνίας. Το διαδίκτυο, προσφέρει αυτή τη δυνατότητα, και η αξιοποίηση της γίνεται από όλο και περισσότερες μεγάλες εφημερίδες.

## **VI. Μεθοδολογία**

Στην πτυχιακή μου εργασία, όπου παρουσιάζω προχώρησα σε ανάλυση των άρθρων – δημοσιευμάτων των ημερήσιων κυπριακών εφημερίδων που αναφέρονται στα οικονομικά θέματα της περιόδου 23/2/2011 –1/3/2011. Το δείγμα είναι από τις 23/2/2011 έως τις 9/3/2011, όμως λόγω έλλειψης χρόνου η ανάλυση των άρθρων έγινε μόνο για μια εβδομάδα. Θέλησα, να διερευνήσω

κατά πόσο η έντυπη και η αντίστοιχη της διαδικτυακή εφημερίδα έχουν ομοιότητες στα δημοσιευμένα άρθρα ή θεωρούνται αυτόνομα μέσα. Το δείγμα ελήφθη από 3 έντυπες εφημερίδες και τις 3 αντίστοιχες τους διαδικτυακές εκδόσεις που θα είναι οι εξής: ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΠΟΛΙΤΗΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ, ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΔΙΑΔΙΚΤΥΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ και ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ. Το κριτήριο επιλογής των πιο πάνω εφημερίδων ήταν η υψηλή κυκλοφορία και αναγνωσιμότητα. Οι συγκεκριμένες εφημερίδες είναι οι 3 πρώτες σε κυκλοφορία και αναγνωσιμότητα από το κοινό. Οι διαδικτυακές εφημερίδες θα ελέγχονται 3 φορές την ημέρα (πρωί, μεσημέρι, βράδυ), για να διαφανεί σε ποιο βαθμό ανανεώνονται και εάν ακολουθούν την λογική του διαδικτυακού μέσου, δηλαδή της άμεσης και γρήγορης πληροφόρησης για καθετί το οποίο συμβαίνει στην οικονομία.

Αυτό θα επιτευχθεί με την ποσοτική ανάλυση περιεχομένου, όπου μετά την συλλογή του δείγματος, έγινε η κωδικοποίηση των άρθρων και η εξαγωγή αποτελεσμάτων με την χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS. Σύμφωνα με τον Berelson (όπως αναφέρεται στον Γιαλλουρίδη 2001), «η ανάλυση περιεχομένου είναι μια ερευνητική τεχνική για συστηματική αντικειμενική και ποσοτική περιγραφή εκδηλώσεων των επικοινωνιακών περιεχομένων.» Η ανάλυση περιεχομένου, στοχεύει στην αποκάλυψη μιας πραγματικότητας, όπου εξάγονται συμπεράσματα από ένα πρόδηλο κείμενο ή μη πρόδηλο.

Είναι προφανές, ότι η βαρύτητα αποδίδεται στην ανάλυση περιεχομένου των έντυπων και διαδικτυακών καθημερινών δημοσιευμάτων.

#### ***ι) Εφημερίδα***

Το σώμα ανάλυσης της έρευνας περιλαμβάνει όπως ήδη προαναφέρθηκε τις πρώτες σε μεγάλη αναγνωσιμότητα εφημερίδες. Επιλέγηκαν οι εξής εφημερίδες: ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΠΟΛΙΤΗΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ, ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ και ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ.

- Εφημερίδα : Εδώ επιλέγεται σε ποιο από τα έξι μέσα ανήκει το οικονομικό δημοσίευμα.



**ii) Γεωγραφική αναφορά του δημοσιεύματος:**

Για να μπορέσει να ερευνηθεί ποια οικονομικά δημοσιεύματα έχουν προτεραιότητα στις έντυπες και διαδικτυακές εκδοχές των εφημερίδων γίνεται ο διαχωρισμός ανάλογα και με το είδος της είδησης.

- Διεθνής ή Εγχώρια Οικονομική Είδηση: Στην περίπτωση αυτή, διευκρινίζεται εάν το συγκεκριμένο άρθρο «καλύπτει» την οικονομία της Κύπρου ή αναφέρεται στην διεθνή οικονομία. Είναι ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, για να εξακριβωθεί εάν προσφέρεται ενημέρωση στο αναγνωστικό κοινό τόσο για την εγχώρια όσο και για την διεθνή οικονομική ειδησεογραφία, έτσι διαπιστώνεται εάν το κάθε μέσο καλύπτει όλα τα τρέχοντα θέματα της επικαιρότητας.

**iii) Θέμα οικονομίας**

Πιο αναλυτικά, καταγράφω το περιεχόμενο των δημοσιευμάτων όπου προκύπτει από την ανάλυση της έντυπης και της διαδικτυακής έκδοσης της εφημερίδας:

- Κατηγορίες Οικονομίας: το δημοσίευμα ταξινομείται όσο αφορά την κατηγορία της οικονομίας στην οποία αναφέρεται το περιεχόμενό του. Οι κατηγορίες είναι εξής :
  1. Εργαζόμενοι: Εάν το δημοσίευμα αφορά τους εργαζόμενους, και γίνεται κάποια εκτενής αναφορά σ' αυτούς, τότε ανήκει στην εν λόγω κατηγορία. Ενδεχομένως, να αφορά τους εργαζόμενους για τις υπηρεσίες που προσφέρουν στην παραγωγική διαδικασία, είτε ως εργοδοτούμενοι είτε ως αυτοτελώς εργαζόμενοι.
  2. Επιχειρήσεις: Τα δημοσιεύματα όπου αφορούν τις επιχειρήσεις, και απασχολούν τους εργοδότες ανήκουν στην συγκεκριμένη κατηγορία.
  3. Καταναλωτές: Τα δημοσιεύματα όπου αφορούν τους καταναλωτές, ανήκουν στην συγκεκριμένη κατηγορία
  4. Επενδύσεις: Εάν το δημοσίευμα αφορά τις επενδύσεις όπου γίνονται εντός και εκτός Κύπρου, και γίνεται κάποια εκτενής αναφορά σ' αυτούς, τότε ανήκει στην εν λόγω κατηγορία

5. Εμπορικές Συναλλαγές: Στη θεματική αυτή κατηγορία, περιλαμβάνονται τα δημοσιεύματα για τις εμπορικές συναλλαγές, τις εμπορικές δραστηριότητες, εντός και εκτός της Κύπρου.
6. Αγορές βασικών εμπορευμάτων: Η θεματική κατηγορία αυτή, καλύπτει την αγορά κάποιων βασικών εμπορευμάτων όπου είναι άκρως απαραίτητα για την χώρα, όπως είναι το πετρέλαιο, το φυσικό αέριο, ο χρυσός.
7. Αγορές-Χρηματιστήριο: Στη θεματική αυτή κατηγορία, περιλαμβάνεται οτιδήποτε σχετίζεται με τις χρηματιστηριακές ειδήσεις τόσο τις εγχώριες, όσο και τις διεθνείς. Ειδικότερα, περιλαμβάνονται δημοσιεύματα, όπου είναι σχετικά με πτώση ή άνοδο στο χρηματιστήριο.
8. Πληθωρισμός: Ο πληθωρισμός είναι η συνεχής και η αισθητή αύξηση των τιμών. Σε μια περίοδο κρίσης, ο πληθωρισμός είναι εμφανής, και γι' αυτό συναντήθηκε σε αρκετά από τα δημοσιεύματα.
9. Ανεργία: Η ανεργία, υπάρχει όταν το εργατικό δυναμικό της χώρας δεν απασχολείται πλήρως, αλλά ζητά εργασία και δεν βρίσκει. Δυστυχώς, σε μια περίοδο κρίσης, ο πληθωρισμός είναι εμφανής, και γι' αυτό συναντήθηκε σε αρκετά από τα δημοσιεύματα.
10. Δημόσιο Χρέος: Ως δημόσιο χρέος, εννοείται, το ποσό όπου προέρχεται από τα δάνεια και δεν έχει ακόμη εξοφληθεί.
11. Φορολογία: Το κράτος υποχρεώνεται να επιβάλει φόρους για την αύξηση των εσόδων του και την χρηματοδότηση των δαπανών του. Και κάθε άτομο, υποχρεώνεται να καταβάλλει κάποια αναγκαστική εισφορά προς το κράτος. Υπάρχουν άρθρα όπου το περιεχόμενο τους ανήκει σ' αυτή την κατηγορία.
12. Κρατικός Προϋπολογισμός: Τα δημοσιεύματα όπου αναφέρονται στις προβλεπόμενες δαπάνες και τα προβλεπόμενα έσοδα του κράτους για ένα έτος και εκφράζουν την οικονομική πολιτική της κυβέρνησης, εντάσσονται στην συγκεκριμένη κατηγορία.

13. Ισοτιμίες νομισμάτων: Στην θεματική κατηγορία αυτή, αναφερόμαστε στην ισοτιμία της εγχώριας νομισματικής μονάδας έναντι των ξένων.
14. Δημοσιονομικό Έλλειμμα: Η θεματική κατηγορία αυτή περιλαμβάνει άρθρα, όπου αναφέρονται στο δημοσιονομικό έλλειμμα.
15. Εισαγωγές/Εξαγωγές: Στη θεματική κατηγορία, περιλαμβάνονται τα οικονομικά δημοσιεύματα, όπου αναφέρονται στις διεθνείς και εγχώριες εισαγωγές και εξαγωγές.
16. Ομόλογα: Η κατηγορία αυτή, συμπεριλαμβάνει τα άρθρα όπου αναφέρονται στα ομόλογα.
17. Τουρισμός: Σε αυτή την θεματική κατηγορία, κατατάχθηκαν τα άρθρα όπου αφορούν τον τουρισμό και τις τουριστικές δραστηριότητες εντός και εκτός Κύπρου.
18. Τραπεζικές δραστηριότητες: Η θεματική αυτή περιλαμβάνει όλες τις τραπεζικές συναλλαγές, τις τραπεζικές εξελίξεις και την κατάσταση όπου επικρατεί στις τράπεζες της Κύπρου και του εξωτερικού.
19. ΑΕΠ: Στην θεματική αυτή κατηγορία, συλλέγονται όλα τα δημοσιεύματα που κάνουν λόγο για το ακαθάριστο εγχώριο/εθνικό προϊόν.
20. Αερομεταφορές: Στην κατηγορία αυτή, κατατάχθηκαν οι αναφορές που σχετίζονται με τις εξελίξεις στις κυπριακές και διεθνείς αερογραμμές.

#### **iv) Ομοιότητες Έντυπου-Διαδικτυακού Δημοσιεύματος**

Στη θεματική αυτή ενότητα, κατατάχθηκαν, όλα τα έντυπα και διαδικτυακά δημοσιεύματα, με γνώμονα εάν έχουν ίδιο ή διαφορετικό περιεχόμενο ανάμεσα στο έντυπο και το αντίστοιχο διαδικτυακό μέσο. Έγινε μια προσεχτική ανάγνωση του περιεχομένου των έντυπων και διαδικτυακών άρθρων, και διαπίστωνα ποια δημοσιεύματα είχαν ακριβώς το ίδιο περιεχόμενο, ίδιες εικόνες και το κατέγραφα. Οι τιμές της μεταβλητής αυτής είναι εάν είναι ίδιο ή διαφορετικό το περιεχόμενο του δημοσιεύματος.

**ν) Είδος άρθρου**

1. Ρεπορτάζ: Περιλαμβάνεται όλη η αρθρογραφία με την μορφή ρεπορτάζ-είδηση που αφορά τις οικονομικές ειδήσεις.
2. Γνώμη-Σχόλιο: Στην κατηγορία αυτή, συμπεριλήφθηκαν άρθρα γνώμης, όπου ο δημοσιογράφος εκφράζει τις δικές του απόψεις και πιστεύω όπου αφορούν το εξεταζόμενο θέμα, και εμφανίζουν διαφορετικό τρόπο γραφής και παρουσίασης. Τα σχόλια είναι σύντομα, και είναι η προσωπική άποψη του σχολιαστή.
3. Συνέντευξη: Η συνέντευξη, αποτελείται, από άρθρα όπου υποβάλλονται ερωτήσεις σ' ένα ή και περισσότερα πρόσωπα.
4. Ανάλυση: Στην κατηγορία αυτή, συμπεριλαμβάνονται τα άρθρα εκτεταμένης ανάλυσης όπου αφορούν τα οικονομικά γεγονότα.
5. Άλλο: Σ' αυτή την κατηγορία εντάσσονται οι προσκλήσεις και οι ανακοινώσεις και οτιδήποτε άλλο δημοσίευμα όπου δεν παρουσιάζεται στις πιο πάνω κατηγορίες.

**νι) Έκταση άρθρου**

Στην θεματική αυτή ενότητα γίνεται αναφορά στην έκταση των οικονομικών άρθρων. Η έκταση των άρθρων χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες :

1. Μικρό κείμενο: Η πρώτη κατηγορία είναι το μικρό σε έκταση κείμενο, όπου τα όρια των λέξεων είναι από 1 έως 200 λέξεις.
2. Μεσαίο κείμενο: Η δεύτερη κατηγορία , είναι το μεσαίο σε έκταση κείμενο όπου το όριο των λέξεων είναι από 201 έως 500 λέξεις.
3. Μεγάλο κείμενο: Στην τρίτη κατηγορία, η έκταση του δημοσιεύματος είναι πέραν των 500 λέξεων.

**VII. Περιορισμοί-Προβλήματα**

Οι περιορισμοί της πτυχιακής μου εργασίας έγκεινται, στην μεθοδολογία, δηλαδή, το δείγμα είναι αρκετά μικρό, και γι' αυτό τον λόγο δεν μπορεί να γενικευτεί το αποτέλεσμα της έρευνας. Σίγουρα, υπάρχουν και άλλες κατηγορίες της οικονομίας, όμως τα οικονομικά άρθρα των εφημερίδων όπου

μελέτησα, κάλυπταν μόνο αυτές τις κατηγορίες, όπου κατέγραψα. Έτσι, δεν μπορούσα να συμπεριλάβω και τις υπόλοιπες κατηγορίες, χωρίς να υπάρχει υλικό. Τα χαρακτηριστικά του διαδικτύου, είναι πάρα πολλά, αλλά λόγω έλλειψης χρόνου, μόνο τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά μελετήθηκαν.

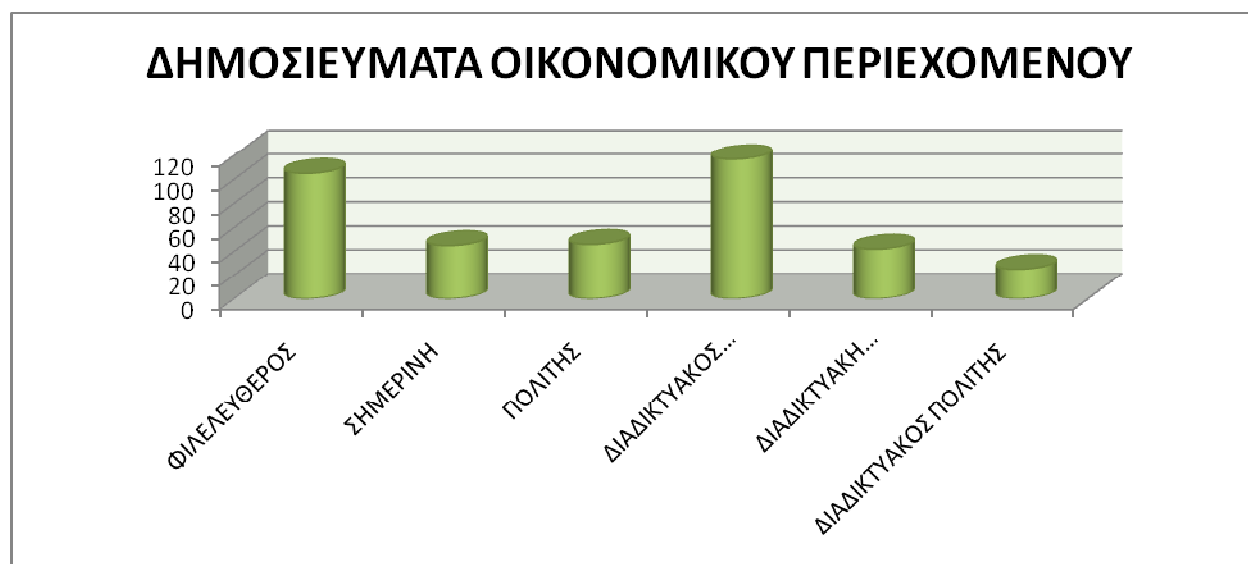
### VIII. Αποτελέσματα

Μέσω του στατιστικού προγράμματος SPSS, έγινε η εισαγωγή των δεδομένων και η εξαγωγή αποτελεσμάτων. Έγιναν συσχετίσεις όλων των μεταβλητών και οι πίνακες δηλώνουν τα αποτελέσματα σε διάστημα μιας εβδομάδας.

#### i) Εφημερίδα

ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	,3	,3	,3
	ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	105	27,6	27,6	27,8
	ΣΗΜΕΡΙΝΗ	45	11,8	11,8	39,6

ΠΟΛΙΤΗΣ	46	12,1	12,1	51,7
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ	117	30,7	30,7	82,4
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ				
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	42	11,0	11,0	93,4
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	25	6,6	6,6	100,0
Total	381	100,0	100,0	

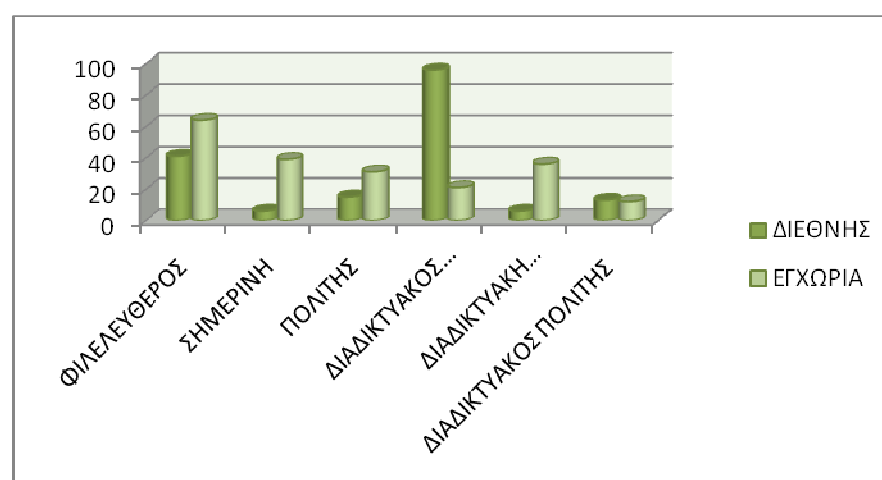


Ο πιο πάνω πίνακας, καταδεικνύει πως σε διάστημα μιας εβδομάδας, συγκεντρώθηκαν 381 οικονομικά άρθρα. Αναλυτικότερα, ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 105 άρθρα για την οικονομία, έναντι του διαδικτυακού ο οποίος δημοσίευσε 117 άρθρα. Η έντυπη έκδοση της ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ δημοσίευσε 45 άρθρα, και η αντίστοιχη διαδικτυακή της έκδοση 42 άρθρα. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 46 άρθρα σε διάστημα 7 ημερών και η διαδικτυακή εφημερίδα ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 25 οικονομικά άρθρα.

## ii) Είδος είδησης

		ΕΙΔΟΣ ΕΙΔΗΣΗΣ	
		ΔΙΕΘΝΗΣ	ΕΓΧΩΡΙΑ
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	41(23,0%)	64(31.5%)
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	39,0%	61,0%
	% of Total	10,8%	16,8%

ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	6(3,4%)	39(19,2%)
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	13,3%	86,7%
	% of Total	1,6%	10,2%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	15( 8,4%)	31(15,3%)
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	32,6%	67,4%
	% of Total	3,9%	8,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	96(53,9%)	21(10,3%)
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	82,1%	17,9%
	% of Total	25,2%	5,5%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	6(3,4%)	36 (17,7%)
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	14,3%	85,7%
	% of Total	1,6%	9,4%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	13(7,3%)	12(5,9%)
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	52,0%	48,0%
	% of Total	3,4%	3,1%



Ο πιο πάνω πίνακας δείχνει πόσα απ' όλα τα οικονομικά άρθρα, εντός μιας εβδομάδας, όπου δημοσιεύτηκαν στην έντυπη και διαδικτυακή εφημερίδα ανήκουν στην εγχώρια ή διεθνή οικονομική ειδησεογραφία. Ο ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, δημοσίευσε 41 άρθρα για την διεθνή οικονομική ειδησεογραφία, και 64 για την εγχώρια οικονομία. Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ δημοσίευσε 6 άρθρα για την διεθνή οικονομία, και 39 για την εγχώρια οικονομία. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 15 άρθρα για την διεθνή και 31 για την εγχώρια ειδησεογραφική οικονομική κατάσταση όπου επικρατεί το τρέχον διάστημα.

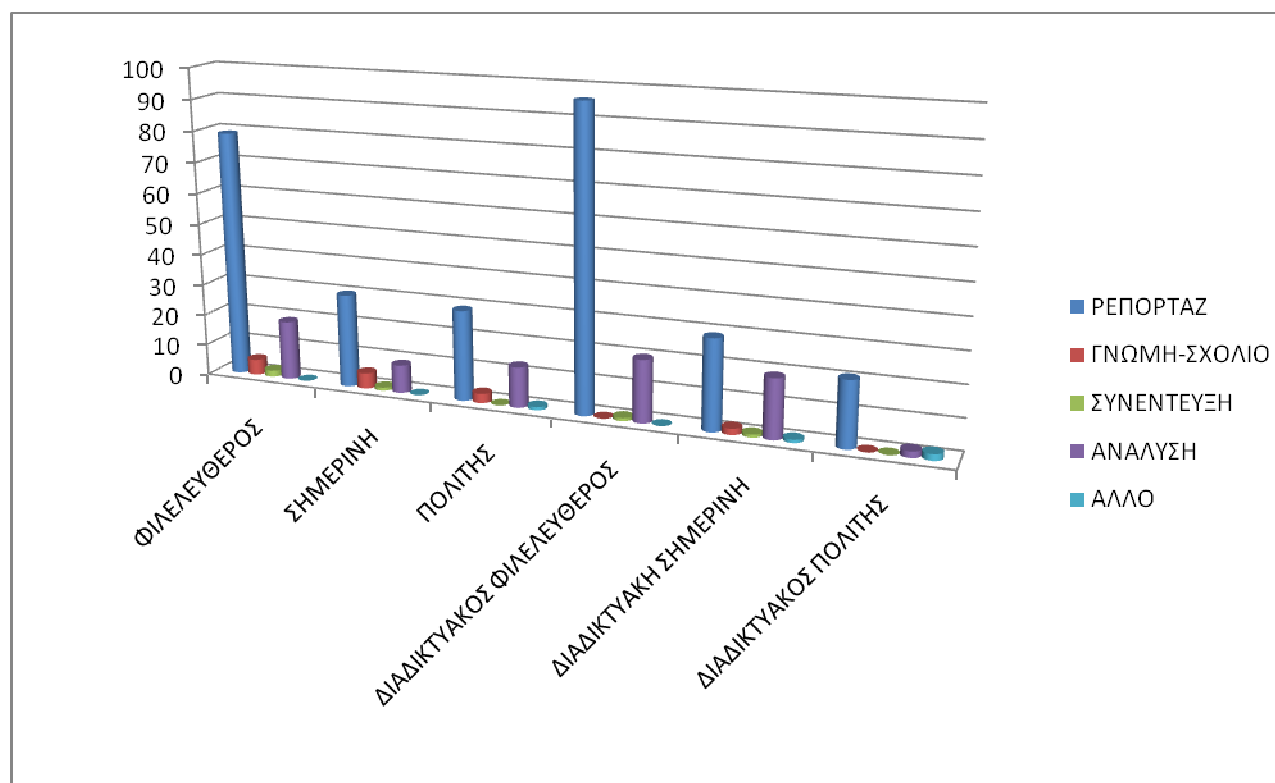
Ο διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, δημοσίευσε 96 άρθρα για την διεθνή οικονομία και 21 άρθρα για την κυπριακή οικονομία. Η διαδικτυακή ΣΗΜΕΡΙΝΗ, παρουσίασε 6 άρθρα για την διεθνή και 36 για την εγχώρια οικονομική είδηση,. Ο διαδικτυακός ΠΟΛΙΤΗΣ, ανάρτησε 15 άρθρα για την οικονομία στις χώρες του εξωτερικού, και 12 για την κυπριακή οικονομία.

### iii) Είδος δημοσιεύματος

		ΕΙΔΟΣ ΑΡΘΡΟΥ				
		ΡΕΠΟΡΤΑ Ζ	ΓΝΩΜ Η- ΣΧΟΛΙ Ο	ΣΥΝΕΝΤΕΥ ΞΕΙΣ	ΑΝΑΛΥΣΗ	ΆΛΛΟ
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟ Σ	Count	79 (27,7%)	5 (40,0%)	2 (33,3%)	19 (26,4%)	0 (,0%)
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	75,2%	4,8%	1,9%	18,1%	,0%



	% of Total	20,7%	1,3%	,5%	5,0%	,0%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	30	5	1	9	0
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	66,7%	11,1%	2,2%	20,0%	,0%
	% within ΕΙΔΟΣ ΑΡΘΡΟΥ	10,5%	33,3%	20,0%	12,5%	,0%
	% of Total	7,9%	1,3%	,3%	2,4%	,0%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	29	3	0	13	1
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	63,0%	6,5%	,0%	28,3%	2,2%
	% within ΕΙΔΟΣ ΑΡΘΡΟΥ	10,2%	20,0%	,0%	18,1%	25,0%
	% of Total	7,6%	,8%	,0%	3,4%	,3%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟ Σ	Count	96	0	1	20	0
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	82,1%	,0%	,9%	17,1%	,0%
	% within ΕΙΔΟΣ ΑΡΘΡΟΥ	33,7%	,0%	20,0%	27,8%	,0%
	% of Total	25,2%	,0%	,3%	5,2%	,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	29	2	1	9	1
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	69,0%	4,8%	2,4%	21,4%	2,4%
	% within ΕΙΔΟΣ ΑΡΘΡΟΥ	10,2%	13,3%	20,0%	12,5%	25,0%
	% of Total	7,6%	,5%	,3%	2,4%	,3%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	21	0	0	2	2
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	84,0%	,0%	,0%	8,0%	8,0%
	% within ΕΙΔΟΣ ΑΡΘΡΟΥ	7,4%	,0%	,0%	2,8%	50,0%
	% of Total	5,5%	,0%	,0%	,5%	,5%

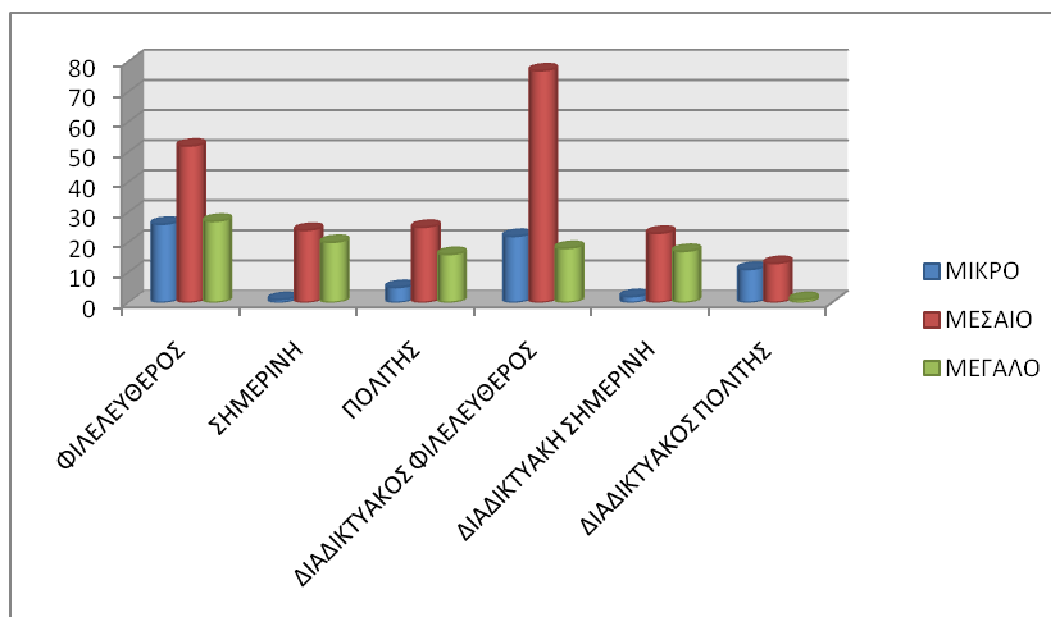


Ο πιο πάνω πίνακας φανερώνει το είδος δημοσιογραφικού κειμένου όλων των δημοσιευμάτων οικονομικού περιεχομένου που εμφανίστηκαν στην έντυπη και στην διαδικτυακή εφημερίδα εντός μιας εβδομάδας. Ο ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, δημοσίευσε 79 ρεπορτάζ, 5 γνώμη-σχόλιο, 2 συνεντεύξεις και 19 δημοσιεύματα ανάλυσης. Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ δημοσίευσε 30 ρεπορτάζ, 5 γνώμη-σχόλιο, 1 συνέντευξη, 9 δημοσιεύματα ανάλυσης. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 29 ρεπορτάζ, 3 δημοσιεύματα γνώμης-σχόλιο, 13 δημοσιεύματα ανάλυσης και στην κατηγορία «Άλλο», είναι ένα άρθρο, το οποίο ήταν πρόσκληση.

Ο διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, δημοσίευσε 96 ρεπορτάζ, 1 συνέντευξη και 20 δημοσιεύματα ανάλυσης. Η διαδικτυακή ΣΗΜΕΡΙΝΗ δημοσίευσε 29 ρεπορτάζ, 2 δημοσιεύματα γνώμη-σχόλιο, 1 συνέντευξη, 9 δημοσιεύματα ανάλυσης και ένα δημοσίευμα όπου εμπίπτει στην κατηγορία «Άλλο» και ήταν ανακοίνωση. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 21 ρεπορτάζ, 2 δημοσιεύματα ανάλυσης και στην κατηγορία «Άλλο», 2 δημοσιεύματα, τα οποία ήταν πρόσκληση και ανακοίνωση.

ν. Έκταση δημοσιευμάτων

		ΕΚΤΑΣΗ ΑΡΘΡΟΥ		
		ΜΙΚΡΟ	ΜΕΣΑΙΟ	ΜΕΓΑΛΟ
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	26	52	27
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	24,8%	49,5%	25,7%
	% within ΕΚΤΑΣΗ ΑΡΘΡΟΥ	38,8%	24,2%	27,3%
	% of Total	6,8%	13,6%	7,1%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	1	24	20
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	2,2%	53,3%	44,4%
	% within ΕΚΤΑΣΗ ΑΡΘΡΟΥ	1,5%	11,2%	20,2%
	% of Total	,3%	6,3%	5,2%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	5	25	16
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	10,9%	54,3%	34,8%
	% within ΕΚΤΑΣΗ ΑΡΘΡΟΥ	7,5%	11,6%	16,2%
	% of Total	1,3%	6,6%	4,2%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	22	77	18
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	18,8%	65,8%	15,4%
	% within ΕΚΤΑΣΗ ΑΡΘΡΟΥ	32,8%	35,8%	18,2%
	% of Total	5,8%	20,2%	4,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	2	23	17
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	4,8%	54,8%	40,5%
	% within ΕΚΤΑΣΗ ΑΡΘΡΟΥ	3,0%	10,7%	17,2%
	% of Total	,5%	6,0%	4,5%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	11	13	1
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	44,0%	52,0%	4,0%
	% within ΕΚΤΑΣΗ ΑΡΘΡΟΥ	16,4%	6,0%	1,0%
	% of Total	2,9%	3,4%	,3%



Ο πιο πάνω πίνακας καταδεικνύει την έκταση όλων των οικονομικών άρθρων εντός μιας εβδομάδας, όπου δημοσιεύτηκαν τόσο στην έντυπη και όσο και στην διαδικτυακή εφημερίδα. Ο ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, δημοσίευσε 26 οικονομικά άρθρα μικρής έκτασης(1 έως 200 λέξεις), 52 άρθρα μεσαίας έκτασης (201 έως 500 λέξεις) και 27 μεγάλης έκτασης (501 λέξεις και περισσότερες). Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ, δημοσίευσε 1 οικονομικό άρθρο μικρής έκτασης, 24 άρθρα μεσαίας έκτασης και 20 μεγάλης έκτασης. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ, δημοσίευσε 5 οικονομικά άρθρα μικρής έκτασης, 25 άρθρα μεσαίας έκτασης και 16 άρθρα μεγάλης έκτασης (501 λέξεις και περισσότερες).

Ο διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, δημοσίευσε 22 οικονομικά άρθρα μικρής έκτασης(1 έως 200 λέξεις), 77 άρθρα μεσαίας έκτασης (201 έως 500 λέξεις) και 18 μεγάλης έκτασης (501 λέξεις και περισσότερες). Η διαδικτυακή ΣΗΜΕΡΙΝΗ, δημοσίευσε 2 οικονομικά άρθρα μικρής έκτασης, 23 άρθρα μεσαίας έκτασης και 17 μεγάλης έκτασης. Ο διαδικτυακός ΠΟΛΙΤΗΣ, δημοσίευσε 11 οικονομικά άρθρα μικρής έκτασης, 13 άρθρα μεσαίας έκτασης και 1 οικονομικό άρθρο μεγάλης έκτασης.

vi) Θέμα Οικονομίας

ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ *ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ Crosstabulation					
			ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ		Total
			OXI	NAI	
	ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	95	<b>10</b>	105
		% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	90,5%	9,5%	100,0%
		% within ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	27,7%	26,3%	27,6%
		% of Total	24,9%	2,6%	27,6%
	ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	38	<b>7</b>	45
		% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	84,4%	15,6%	100,0%
		% within ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	11,1%	18,4%	11,8%
		% of Total	10,0%	1,8%	11,8%
	ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	44	<b>2</b>	46
		% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	95,7%	4,3%	100,0%
		% within ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	12,8%	5,3%	12,1%
		% of Total	11,5%	,5%	12,1%
	ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	108	<b>10</b>	118
		% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	91,5%	8,5%	100,0%
		% within ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	31,5%	26,3%	31,0%
		% of Total	28,3%	2,6%	31,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	36	<b>6</b>	42	
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	85,7%	14,3%	100,0%	
	% within ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	10,5%	15,8%	11,0%	
	% of Total	9,4%	1,6%	11,0%	
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	22	<b>3</b>	25	
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,0%	12,0%	100,0%	
	% within ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	6,4%	7,9%	6,6%	
	% of Total	5,8%	,8%	6,6%	

Ο πιο πάνω πίνακας, συγκρίνει την μεταβλητή όνομα της εφημερίδας, με την μεταβλητή Εργαζόμενοι. Ο εν λόγω πίνακας φανερώνει πόσα οικονομικά άρθρα, όπου αφορούν τους

εργαζόμενους δημοσιεύτηκαν τόσο στην έντυπη όσο και στην διαδικτυακή εφημερίδα. Οι έντυπες εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσαν 10, 7 και 2 άρθρα αντίστοιχα. Οι διαδικτυακές εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ, σε διάστημα επτά ημερών ανάρτησαν 10, 6 και 3 άρθρα αντίστοιχα.

		ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	98	7	105
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	93,3%	6,7%	100,0%
	% within ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ	27,9%	23,3%	27,6%
	% of Total	25,7%	1,8%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	40	5	45
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,9%	11,1%	100,0%
	% within ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ	11,4%	16,7%	11,8%
	% of Total	10,5%	1,3%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	42	4	46
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	91,3%	8,7%	100,0%
	% within ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ	12,0%	13,3%	12,1%
	% of Total	11,0%	1,0%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	112	6	118
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	94,9%	5,1%	100,0%
	% within ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ	31,9%	20,0%	31,0%
	% of Total	29,4%	1,6%	31,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	37	5	42
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,1%	11,9%	100,0%
	% within ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ	10,5%	16,7%	11,0%
	% of Total	9,7%	1,3%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	22	3	25
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,0%	12,0%	100,0%
	% within ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ	6,3%	10,0%	6,6%
	% of Total	5,8%	,8%	6,6%

Η μεταβλητή «Καταναλωτές», σε σύγκριση με την μεταβλητή «Όνομα εφημερίδας», φανερώνει πως ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 7 άρθρα έναντι του αντίστοιχου διαδικτυακού όπου παρουσίασε 6 άρθρα, του πολίτη 4 και του αντίστοιχου διαδικτυακού 3, η έντυπη και η διαδικτυακή Σημερινή δημοσίευσαν τον ίδιο αριθμό άρθρων, δηλαδή 5 οικονομικές ειδήσεις.

		ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	89	<b>16</b>	105
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	84,8%	15,2%	100,0%
	% within ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	27,0%	31,4%	27,6%
	% of Total	23,4%	4,2%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	39	<b>6</b>	45
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	86,7%	13,3%	100,0%
	% within ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	11,8%	11,8%	11,8%
	% of Total	10,2%	1,6%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	41	<b>5</b>	46
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	89,1%	10,9%	100,0%
	% within ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	12,4%	9,8%	12,1%
	% of Total	10,8%	1,3%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	104	<b>14</b>	118
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,1%	11,9%	100,0%
	% within ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	31,5%	27,5%	31,0%
	% of Total	27,3%	3,7%	31,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	35	<b>7</b>	42
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	83,3%	16,7%	100,0%
	% within ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	10,6%	13,7%	11,0%
	% of Total	9,2%	1,8%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	22	<b>3</b>	25
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,0%	12,0%	100,0%
	% within ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	6,7%	5,9%	6,6%
	% of Total	5,8%	,8%	6,6%

Ο πιο πάνω πίνακας, συγκρίνει την μεταβλητή όνομα της εφημερίδας, με την μεταβλητή Επιχειρήσεις. Ο εν λόγω πίνακας φανερώνει πόσα οικονομικά άρθρα, όπου αφορούν τις επιχειρήσεις, δημοσιεύτηκαν τόσο στην έντυπη όσο και στην διαδικτυακή εφημερίδα. Οι έντυπες εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσαν 16, 6 και 5 άρθρα αντίστοιχα. Οι διαδικτυακές εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ, σε διάστημα επτά ημερών ανάρτησαν 14, 7 και 3 άρθρα αντίστοιχα.

		ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ		Total
		ΟΧΙ	ΝΑΙ	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	89	<b>16</b>	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	84,8%	15,2%	100,0%
	% within ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	30,1%	18,8%	27,6%
	% of Total	23,4%	4,2%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	26	<b>19</b>	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	57,8%	42,2%	100,0%
	% within ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	8,8%	22,4%	11,8%
	% of Total	6,8%	5,0%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	37	<b>9</b>	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	80,4%	19,6%	100,0%
	% within ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	12,5%	10,6%	12,1%
	% of Total	9,7%	2,4%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	97	<b>21</b>	118
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	82,2%	17,8%	100,0%
	% within ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	32,8%	24,7%	31,0%
	% of Total	25,5%	5,5%	31,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	26	<b>16</b>	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	61,9%	38,1%	100,0%
	% within ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	8,8%	18,8%	11,0%
	% of Total	6,8%	4,2%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	21	<b>4</b>	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	84,0%	16,0%	100,0%
	% within ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	7,1%	4,7%	6,6%
	% of Total	5,5%	1,0%	6,6%

Στον πιο πάνω πίνακα συγκρίνουμε τα άρθρα όπου αναφέρονται στις επενδύσεις με τις εφημερίδες όπου δημοσιεύουν αυτά τα άρθρα. Η έντυπη εφημερίδα ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 16 άρθρα, η ΣΗΜΕΡΙΝΗ δημοσίευσε 19 άρθρα, και ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 9 άρθρα. Οι διαδικτυακές εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασαν 21, 16, και 4 άρθρα



αντίστοιχα. Συνολικά δημοσιεύτηκαν 85 οικονομικά άρθρα όπου αφορούν την κατηγορία «Επενδύσεις» από όλα τα μέσα.

		ΒΑΣΙΚΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ		Total
		ΟΧΙ	ΝΑΙ	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	92	<b>13</b>	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	87,6%	12,4%	100,0%
	% within ΒΑΣΙΚΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	27,1%	31,0%	27,6%
	% of Total	24,1%	3,4%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	41	<b>4</b>	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	91,1%	8,9%	100,0%
	% within ΒΑΣΙΚΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	12,1%	9,5%	11,8%
	% of Total	10,8%	1,0%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	44	<b>2</b>	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	95,7%	4,3%	100,0%
	% within ΒΑΣΙΚΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	13,0%	4,8%	12,1%
	% of Total	11,5%	,5%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	103	<b>15</b>	118
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	87,3%	12,7%	100,0%
	% within ΒΑΣΙΚΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	30,4%	35,7%	31,0%
	% of Total	27,0%	3,9%	31,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	37	<b>5</b>	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,1%	11,9%	100,0%
	% within ΒΑΣΙΚΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	10,9%	11,9%	11,0%
	% of Total	9,7%	1,3%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	22	<b>3</b>	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,0%	12,0%	100,0%
	% within ΒΑΣΙΚΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	6,5%	7,1%	6,6%
	% of Total	5,8%	,8%	6,6%

Ο πιο πάνω πίνακας, υποδηλώνει πως σε διάστημα μιας εβδομάδας, συγκεντρώθηκαν 42 οικονομικά άρθρα, όπου αφορούν την αγορά βασικών εμπορευμάτων, όπως είναι ο χρυσός, το φυσικό αέριο, το πετρέλαιο. Πιο αναλυτικά, ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 13 σχετικά άρθρα, έναντι του διαδικτυακού ο οποίος δημοσίευσε 15 άρθρα. Η έντυπη έκδοση της ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ δημοσίευσε 4 άρθρα, και η αντίστοιχη διαδικτυακή της 5 άρθρα. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 2 άρθρα σε διάστημα 7 ημερών και η διαδικτυακή εφημερίδα ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 3 άρθρα.

		ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ		Total
		ΟΧΙ	ΝΑΙ	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	86	19	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	81,9%	18,1%	100,0%
	% within ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ	27,1%	29,7%	27,6%
	% of Total	22,6%	5,0%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	37	8	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	82,2%	17,8%	100,0%
	% within ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ	11,7%	12,5%	11,8%
	% of Total	9,7%	2,1%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	33	13	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	71,7%	28,3%	100,0%
	% within ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ	10,4%	20,3%	12,1%
	% of Total	8,7%	3,4%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	105	12	117
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	89,7%	10,3%	100,0%
	% within ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ	33,1%	18,8%	30,7%
	% of Total	27,6%	3,1%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	34	8	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	81,0%	19,0%	100,0%
	% within ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ	10,7%	12,5%	11,0%
	% of Total	8,9%	2,1%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	22	3	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,0%	12,0%	100,0%
	% within ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ	6,9%	4,7%	6,6%
	% of Total	5,8%	,8%	6,6%

Ο πιο πάνω πίνακας, δείχνει πως σε διάστημα μιας εβδομάδας, συγκεντρώθηκαν 64 οικονομικά άρθρα, όπου αφορούν το χρηματιστήριο. Πιο αναλυτικά, ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 19 σχετικά άρθρα, έναντι του διαδικτυακού ο οποίος δημοσίευσε 12 άρθρα. Η έντυπη και η διαδικτυακή έκδοση της ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ δημοσίευσε τον ίδιο αριθμό άρθρων δηλαδή 8. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 13 άρθρα σε διάστημα 7 ημερών και η διαδικτυακή εφημερίδα ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 3 άρθρα.

		ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ ΝΟΜΙΣΜΑΤΩΝ		Total
		ΟΧΙ	ΝΑΙ	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	100	5	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	95,2%	4,8%	100,0%
	% within ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ ΝΟΜΙΣΜΑΤΩΝ	27,5%	29,4%	27,6%
	% of Total	26,2%	1,3%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	43	2	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	95,6%	4,4%	100,0%
	% within ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ ΝΟΜΙΣΜΑΤΩΝ	11,8%	11,8%	11,8%
	% of Total	11,3%	,5%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	43	3	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	93,5%	6,5%	100,0%
	% within ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ ΝΟΜΙΣΜΑΤΩΝ	11,8%	17,6%	12,1%
	% of Total	11,3%	,8%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	112	5	117
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	95,7%	4,3%	100,0%
	% within ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ ΝΟΜΙΣΜΑΤΩΝ	30,8%	29,4%	30,7%
	% of Total	29,4%	1,3%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	40	2	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	95,2%	4,8%	100,0%
	% within ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ ΝΟΜΙΣΜΑΤΩΝ	11,0%	11,8%	11,0%
	% of Total	10,5%	,5%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	25	0	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	100,0%	,0%	100,0%
	% within ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ ΝΟΜΙΣΜΑΤΩΝ	6,9%	,0%	6,6%
	% of Total	6,6%	,0%	6,6%

Ο πιο πάνω πίνακας, συγκρίνει την μεταβλητή όνομα της εφημερίδας, με την μεταβλητή Ισοτιμίες Νομισμάτων. Ο εν λόγω πίνακας φανερώνει πόσα οικονομικά άρθρα, όπου αφορούν τις ισοτιμίες νομισμάτων δημοσιεύτηκαν τόσο στην έντυπη όσο και στην διαδικτυακή εφημερίδα. Οι έντυπες εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσαν 5, 2 και 3 άρθρα αντίστοιχα. Οι διαδικτυακές εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ, σε διάστημα επτά ημερών ανάρτησαν 5, 2 και 0 άρθρα αντίστοιχα.

		ΟΜΟΛΟΓΑ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	96	9	105
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	91,4%	8,6%	100,0%
	% within ΟΜΟΛΟΓΑ	27,2%	32,1%	27,6%
	% of Total	25,2%	2,4%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	42	3	45
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	93,3%	6,7%	100,0%
	% within ΟΜΟΛΟΓΑ	11,9%	10,7%	11,8%
	% of Total	11,0%	,8%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	46	0	46
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	100,0%	,0%	100,0%
	% within ΟΜΟΛΟΓΑ	13,0%	,0%	12,1%
	% of Total	12,1%	,0%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	104	13	117
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,9%	11,1%	100,0%
	% within ΟΜΟΛΟΓΑ	29,5%	46,4%	30,7%
	% of Total	27,3%	3,4%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	39	3	42
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,9%	7,1%	100,0%
	% within ΟΜΟΛΟΓΑ	11,0%	10,7%	11,0%
	% of Total	10,2%	,8%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	25	0	25
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	100,0%	,0%	100,0%
	% within ΟΜΟΛΟΓΑ	7,1%	,0%	6,6%
	% of Total	6,6%	,0%	6,6%

Ο πιο πάνω πίνακας, συγκρίνει την μεταβλητή όνομα της εφημερίδας, με την μεταβλητή Ομόλογα. Ο εν λόγω πίνακας φανερώνει πόσα οικονομικά άρθρα, όπου αφορούν τα ομόλογα δημοσιεύτηκαν τόσο στην έντυπη όσο και στην διαδικτυακή εφημερίδα. Οι έντυπες εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσαν 9, 3 και 0 άρθρα αντίστοιχα. Οι διαδικτυακές εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ, σε διάστημα επτά ημερών ανάρτησαν 13, 3 και 0 άρθρα αντίστοιχα.

		ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ/ΕΞΑΓΩΓΕΣ		Total
		ΟΧΙ	ΝΑΙ	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	99	6	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	94,3%	5,7%	100,0%
	% within ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ/ΕΞΑΓΩΓΕΣ	28,0%	21,4%	27,6%
	% of Total	26,0%	1,6%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	42	3	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	93,3%	6,7%	100,0%
	% within ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ/ΕΞΑΓΩΓΕΣ	11,9%	10,7%	11,8%
	% of Total	11,0%	,8%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	41	5	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	89,1%	10,9%	100,0%
	% within ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ/ΕΞΑΓΩΓΕΣ	11,6%	17,9%	12,1%
	% of Total	10,8%	1,3%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	108	9	117
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,3%	7,7%	100,0%
	% within ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ/ΕΞΑΓΩΓΕΣ	30,6%	32,1%	30,7%
	% of Total	28,3%	2,4%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	39	3	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,9%	7,1%	100,0%
	% within ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ/ΕΞΑΓΩΓΕΣ	11,0%	10,7%	11,0%
	% of Total	10,2%	,8%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	23	2	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,0%	8,0%	100,0%
	% within ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ/ΕΞΑΓΩΓΕΣ	6,5%	7,1%	6,6%
	% of Total	6,0%	,5%	6,6%

Ο πιο πάνω πίνακας, δείχνει πως σε διάστημα μιας εβδομάδας, συγκεντρώθηκαν 28 οικονομικά άρθρα, όπου αφορούν τις εισαγωγές και εξαγωγές όπου πράττουν οι χώρες. Πιο αναλυτικά, ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 6 σχετικά άρθρα, έναντι του διαδικτυακού ο οποίος δημοσίευσε 9 άρθρα. Η έντυπη και η διαδικτυακή έκδοση της ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ δημοσίευσε τον ίδιο αριθμό άρθρων δηλαδή 3. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 5 άρθρα σε διάστημα 7 ημερών και η διαδικτυακή εφημερίδα ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 2 άρθρα.

		ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	96	9	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	91,4%	8,6%	100,0%
	% within ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ	26,9%	37,5%	27,6%
	% of Total	25,2%	2,4%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	44	1	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	97,8%	2,2%	100,0%
	% within ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ	12,3%	4,2%	11,8%
	% of Total	11,5%	,3%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	44	2	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	95,7%	4,3%	100,0%
	% within ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ	12,3%	8,3%	12,1%
	% of Total	11,5%	,5%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	108	9	117
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,3%	7,7%	100,0%
	% within ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ	30,3%	37,5%	30,7%
	% of Total	28,3%	2,4%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	41	1	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	97,6%	2,4%	100,0%
	% within ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ	11,5%	4,2%	11,0%
	% of Total	10,8%	,3%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	23	2	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,0%	8,0%	100,0%
	% within ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ	6,4%	8,3%	6,6%
	% of Total	6,0%	,5%	6,6%

Ο πιο πάνω πίνακας, παρουσιάζει πως σε διάστημα μιας εβδομάδας, συγκεντρώθηκαν 24 οικονομικά άρθρα, όπου αφορούν τον πληθωρισμό. Πιο αναλυτικά, ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 9 σχετικά άρθρα, έναντι του διαδικτυακού ο οποίος δημοσίευσε τον ίδιο αριθμό άρθρων. Η έντυπη και η διαδικτυακή έκδοση της ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ δημοσίευσε τον ίδιο αριθμό

άρθρων δηλαδή 1. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 2 άρθρα σε διάστημα 7 ημερών και η διαδικτυακή εφημερίδα ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 2 άρθρα.

		ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	92	13	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	87,6%	12,4%	100,0%
	% within ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	26,9%	33,3%	27,6%
	% of Total	24,1%	3,4%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	40	5	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,9%	11,1%	100,0%
	% within ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	11,7%	12,8%	11,8%
	% of Total	10,5%	1,3%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	41	5	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	89,1%	10,9%	100,0%
	% within ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	12,0%	12,8%	12,1%
	% of Total	10,8%	1,3%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	106	11	117
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	90,6%	9,4%	100,0%
	% within ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	31,0%	28,2%	30,7%
	% of Total	27,8%	2,9%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	38	4	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	90,5%	9,5%	100,0%
	% within ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	11,1%	10,3%	11,0%
	% of Total	10,0%	1,0%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	24	1	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	96,0%	4,0%	100,0%
	% within ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	7,0%	2,6%	6,6%
	% of Total	6,3%	,3%	6,6%

Στον πιο πάνω πίνακα συγκρίνουμε τα άρθρα όπου αναφέρονται στις εμπορικές συναλλαγές με τις εφημερίδες όπου δημοσιεύουν αυτά τα άρθρα. Η έντυπη εφημερίδα ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 13 άρθρα, η ΣΗΜΕΡΙΝΗ δημοσίευσε 5 άρθρα, και ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 5 άρθρα. Οι διαδικτυακές εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασαν 11, 4, και 1 άρθρα αντίστοιχα. Συνολικά δημοσιεύτηκαν 39 οικονομικά άρθρα όπου αφορούν την κατηγορία «Εμπορικές Συναλλαγές» από όλα τα μέσα.

		ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΟ ΕΛΛΕΙΜΑ		Total
		ΟΧΙ	ΝΑΙ	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	94	11	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	89,5%	10,5%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΟ ΕΛΛΕΙΜΑ	27,6%	26,8%	27,6%
	% of Total	24,7%	2,9%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	41	4	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	91,1%	8,9%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΟ ΕΛΛΕΙΜΑ	12,1%	9,8%	11,8%
	% of Total	10,8%	1,0%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	39	7	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	84,8%	15,2%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΟ ΕΛΛΕΙΜΑ	11,5%	17,1%	12,1%
	% of Total	10,2%	1,8%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	105	12	117
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	89,7%	10,3%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΟ ΕΛΛΕΙΜΑ	30,9%	29,3%	30,7%
	% of Total	27,6%	3,1%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	39	3	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,9%	7,1%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΟ ΕΛΛΕΙΜΑ	11,5%	7,3%	11,0%
	% of Total	10,2%	,8%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	21	4	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	84,0%	16,0%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΟ ΕΛΛΕΙΜΑ	6,2%	9,8%	6,6%
	% of Total	5,5%	1,0%	6,6%

Στον πιο πάνω πίνακα συγκρίνουμε τα άρθρα όπου αναφέρονται στο δημοσιονομικό έλλειμμα με τις εφημερίδες όπου δημοσιεύουν αυτά τα άρθρα. Η έντυπη εφημερίδα ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 11 άρθρα, η ΣΗΜΕΡΙΝΗ δημοσίευσε 4 άρθρα, και ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 7 άρθρα. Οι διαδικτυακές εφημερίδες, ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασαν 12, 3,



και 4 άρθρα αντίστοιχα. Συνολικά δημοσιεύτηκαν 41 οικονομικά άρθρα όπου αφορούν την κατηγορία «Δημοσιονομικό Έλλειμμα» από όλα τα μέσα.

		ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	89	15	104
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	85,6%	14,4%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ	27,4%	27,3%	27,4%
	% of Total	23,4%	3,9%	27,4%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	43	2	45
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	95,6%	4,4%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ	13,2%	3,6%	11,8%
	% of Total	11,3%	,5%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	41	5	46
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	89,1%	10,9%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ	12,6%	9,1%	12,1%
	% of Total	10,8%	1,3%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	90	27	117
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	76,9%	23,1%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ	27,7%	49,1%	30,8%
	% of Total	23,7%	7,1%	30,8%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	39	3	42
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,9%	7,1%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ	12,0%	5,5%	11,1%
	% of Total	10,3%	,8%	11,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	22	3	25
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,0%	12,0%	100,0%
	% within ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ	6,8%	5,5%	6,6%
	% of Total	5,8%	,8%	6,6%

Η μεταβλητή «Δημόσιο Χρέος», σε σύγκριση με την μεταβλητή «Όνομα εφημερίδας», όπως προκύπτουν από τα ευρήματα καταδεικνύει πως ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 15 άρθρα

έναντι του αντίστοιχου διαδικτυακού όπου παρουσίασε 27 άρθρα, του ΠΟΛΙΤΗ 5 και του αντίστοιχου διαδικτυακού 3, η έντυπη και η διαδικτυακή Σημερινή δημοσίευσαν 2 και 3 άρθρα αντίστοιχα.

		ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ		Total
		OXI	ΝΑΙ	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	104	1	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	99,0%	1,0%	100,0%
	% within ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	28,0%	11,1%	27,6%
	% of Total	27,3%	,3%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	45	0	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	100,0%	,0%	100,0%
	% within ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	12,1%	,0%	11,8%
	% of Total	11,8%	,0%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	46	0	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	100,0%	,0%	100,0%
	% within ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	12,4%	,0%	12,1%
	% of Total	12,1%	,0%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	110	7	117
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	94,0%	6,0%	100,0%
	% within ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	29,6%	77,8%	30,7%
	% of Total	28,9%	1,8%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	42	0	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	100,0%	,0%	100,0%
	% within ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	11,3%	,0%	11,0%
	% of Total	11,0%	,0%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	24	1	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	96,0%	4,0%	100,0%
	% within ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	6,5%	11,1%	6,6%
	% of Total	6,3%	,3%	6,6%

Η μεταβλητή «Κρατικός Προϋπολογισμός», σε σύγκριση με την μεταβλητή «Όνομα εφημερίδας», φανερώνει όπως προκύπτουν από τα ευρήματα πως ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 1

άρθρο έναντι του αντίστοιχου διαδικτυακού όπου παρουσίασε 7 άρθρα, του ΠΟΛΙΤΗ 0 και του αντίστοιχου διαδικτυακού 1, η έντυπη και η διαδικτυακή ΣΗΜΕΡΙΝΗ δεν δημοσίευσαν άρθρα.

		ΑΝΕΡΓΙΑ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	101	4	105
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	96,2%	3,8%	100,0%
	% within ΑΝΕΡΓΙΑ	28,5%	14,8%	27,6%
	% of Total	26,5%	1,0%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	40	5	45
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,9%	11,1%	100,0%
	% within ΑΝΕΡΓΙΑ	11,3%	18,5%	11,8%
	% of Total	10,5%	1,3%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	44	2	46
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	95,7%	4,3%	100,0%
	% within ΑΝΕΡΓΙΑ	12,4%	7,4%	12,1%
	% of Total	11,5%	,5%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	109	8	117
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	93,2%	6,8%	100,0%
	% within ΑΝΕΡΓΙΑ	30,8%	29,6%	30,7%
	% of Total	28,6%	2,1%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	37	5	42
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,1%	11,9%	100,0%
	% within ΑΝΕΡΓΙΑ	10,5%	18,5%	11,0%
	% of Total	9,7%	1,3%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	22	3	25
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	88,0%	12,0%	100,0%
	% within ΑΝΕΡΓΙΑ	6,2%	11,1%	6,6%
	% of Total	5,8%	,8%	6,6%

Η μεταβλητή «Ανεργία», σε σύγκριση με την μεταβλητή «Όνομα εφημερίδας», φανερώνει πως ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 4 άρθρα έναντι του αντίστοιχου διαδικτυακού όπου

παρουσίασε 8 άρθρα, ο ΠΟΛΙΤΗΣ 2 και ο αντίστοιχος διαδικτυακός 3, η έντυπη και η διαδικτυακή Σημερινή δημοσίευσαν τον ίδιο αριθμό άρθρων, δηλαδή 5 οικονομικές ειδήσεις για την ανεργία.

		ΑΕΠ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	97	8	105
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,4%	7,6%	100,0%
	% within ΑΕΠ	27,6%	26,7%	27,6%
	% of Total	25,5%	2,1%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	42	3	45
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	93,3%	6,7%	100,0%
	% within ΑΕΠ	12,0%	10,0%	11,8%
	% of Total	11,0%	,8%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	41	5	46
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	89,1%	10,9%	100,0%
	% within ΑΕΠ	11,7%	16,7%	12,1%
	% of Total	10,8%	1,3%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	106	11	117
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	90,6%	9,4%	100,0%
	% within ΑΕΠ	30,2%	36,7%	30,7%
	% of Total	27,8%	2,9%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	39	3	42
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,9%	7,1%	100,0%
	% within ΑΕΠ	11,1%	10,0%	11,0%
	% of Total	10,2%	,8%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	25	0	25
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	100,0%	,0%	100,0%
	% within ΑΕΠ	7,1%	,0%	6,6%
	% of Total	6,6%	,0%	6,6%

Η μεταβλητή «ΑΕΠ», σε σύγκριση με την μεταβλητή «Όνομα εφημερίδας», καταδεικνύει πως ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 8 άρθρα έναντι του αντίστοιχου διαδικτυακού όπου παρουσίασε 11 άρθρα, ο ΠΟΛΙΤΗΣ 5 και ο αντίστοιχος διαδικτυακός δεν ανάρτησε άρθρα, η

έντυπη και η διαδικτυακή Σημερινή δημοσίευσαν τον ίδιο αριθμό άρθρων, δηλαδή 3 οικονομικές ειδήσεις.

		ΑΕΡΟΓΡΑΜΜΕΣ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	102	3	105
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	97,1%	2,9%	100,0%
	% within ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	28,2%	15,8%	27,6%
	% of Total	26,8%	,8%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	42	3	45
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	93,3%	6,7%	100,0%
	% within ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	11,6%	15,8%	11,8%
	% of Total	11,0%	,8%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	40	6	46
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	87,0%	13,0%	100,0%
	% within ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	11,0%	31,6%	12,1%
	% of Total	10,5%	1,6%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	115	2	117
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	98,3%	1,7%	100,0%
	% within ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	31,8%	10,5%	30,7%
	% of Total	30,2%	,5%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	39	3	42
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,9%	7,1%	100,0%
	% within ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	10,8%	15,8%	11,0%
	% of Total	10,2%	,8%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	23	2	25
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,0%	8,0%	100,0%
	% within ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	6,4%	10,5%	6,6%
	% of Total	6,0%	,5%	6,6%

Η μεταβλητή «ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ», σε σύγκριση με την μεταβλητή «Όνομα εφημερίδας», υποδηλώνει πως ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 3 άρθρα έναντι του αντίστοιχου

διαδικτυακού όπου παρουσίασε 2 άρθρα, ο ΠΟΛΙΤΗΣ 6 και ο αντίστοιχος διαδικτυακός 2, η έντυπη και η διαδικτυακή Σημερινή δημοσίευσαν τον ίδιο αριθμό άρθρων, δηλαδή 3 οικονομικές ειδήσεις.

		ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ_ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ		Total
		ΟΧΙ	ΝΑΙ	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	84	21	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	80,0%	20,0%	100,0%
	% within ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ_ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	26,9%	30,4%	27,6%
	% of Total	22,0%	5,5%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	35	10	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	77,8%	22,2%	100,0%
	% within ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ_ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	11,2%	14,5%	11,8%
	% of Total	9,2%	2,6%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	36	10	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	78,3%	21,7%	100,0%
	% within ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ_ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	11,5%	14,5%	12,1%
	% of Total	9,4%	2,6%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	105	12	117
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	89,7%	10,3%	100,0%
	% within ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ_ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	33,7%	17,4%	30,7%
	% of Total	27,6%	3,1%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	32	10	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	76,2%	23,8%	100,0%
	% within ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ_ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	10,3%	14,5%	11,0%
	% of Total	8,4%	2,6%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	19	6	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	76,0%	24,0%	100,0%
	% within ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ_ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	6,1%	8,7%	6,6%
	% of Total	5,0%	1,6%	6,6%

Ο πιο πάνω πίνακας, δείχνει πως σε διάστημα μιας εβδομάδας, συγκεντρώθηκαν 69 οικονομικά άρθρα, όπου αναφέρονται στις τραπεζικές δραστηριότητες. Αναλυτικότερα, ο έντυπος

ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 21 άρθρα έναντι του διαδικτυακού ο οποίος δημοσίευσε 12 άρθρα. Η έντυπη έκδοση της ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ δημοσίευσε 10 άρθρα, και η αντίστοιχη διαδικτυακή τον ίδιο αριθμό άρθρων. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 10 άρθρα σε διάστημα 7 ημερών και η διαδικτυακή εφημερίδα ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 6 οικονομικά άρθρα.

		ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	100	5	105
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	95,2%	4,8%	100,0%
	% within ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ	28,6%	16,1%	27,6%
	% of Total	26,2%	1,3%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	39	6	45
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	86,7%	13,3%	100,0%
	% within ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ	11,1%	19,4%	11,8%
	% of Total	10,2%	1,6%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	42	4	46
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	91,3%	8,7%	100,0%
	% within ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ	12,0%	12,9%	12,1%
	% of Total	11,0%	1,0%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	107	10	117
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	91,5%	8,5%	100,0%
	% within ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ	30,6%	32,3%	30,7%
	% of Total	28,1%	2,6%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	36	6	42
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	85,7%	14,3%	100,0%
	% within ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ	10,3%	19,4%	11,0%
	% of Total	9,4%	1,6%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	25	0	25
	% within ONOMA ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	100,0%	,0%	100,0%
	% within ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ	7,1%	,0%	6,6%
	% of Total	6,6%	,0%	6,6%

Ο πιο πάνω πίνακας, δείχνει όπως προκύπτουν από τα ευρήματα πως σε διάστημα μιας εβδομάδας, συγκεντρώθηκαν 31 οικονομικά άρθρα όπου αναφέρονται στην φορολογία. Αναλυτικότερα, ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 5 άρθρα για την οικονομία, έναντι του διαδικτυακού ο οποίος δημοσίευσε 10 άρθρα. Η έντυπη έκδοση της ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ δημοσίευσε 6 άρθρα, και η αντίστοιχη διαδικτυακή της έκδοση 6 άρθρα. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 4 άρθρα σε διάστημα 7 ημερών και η διαδικτυακή εφημερίδα ΠΟΛΙΤΗΣ δεν δημοσίευσε οικονομικά άρθρα.

		ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ		Total
		OXI	NAI	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	98	7	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	93,3%	6,7%	100,0%
	% within ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	27,1%	36,8%	27,6%
	% of Total	25,7%	1,8%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	44	1	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	97,8%	2,2%	100,0%
	% within ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	12,2%	5,3%	11,8%
	% of Total	11,5%	,3%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	40	6	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	87,0%	13,0%	100,0%
	% within ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	11,0%	31,6%	12,1%
	% of Total	10,5%	1,6%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	114	3	117
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	97,4%	2,6%	100,0%
	% within ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	31,5%	15,8%	30,7%
	% of Total	29,9%	,8%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	41	1	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	97,6%	2,4%	100,0%
	% within ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	11,3%	5,3%	11,0%
	% of Total	10,8%	,3%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	24	1	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	96,0%	4,0%	100,0%
	% within ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	6,6%	5,3%	6,6%
	% of Total	6,3%	,3%	6,6%

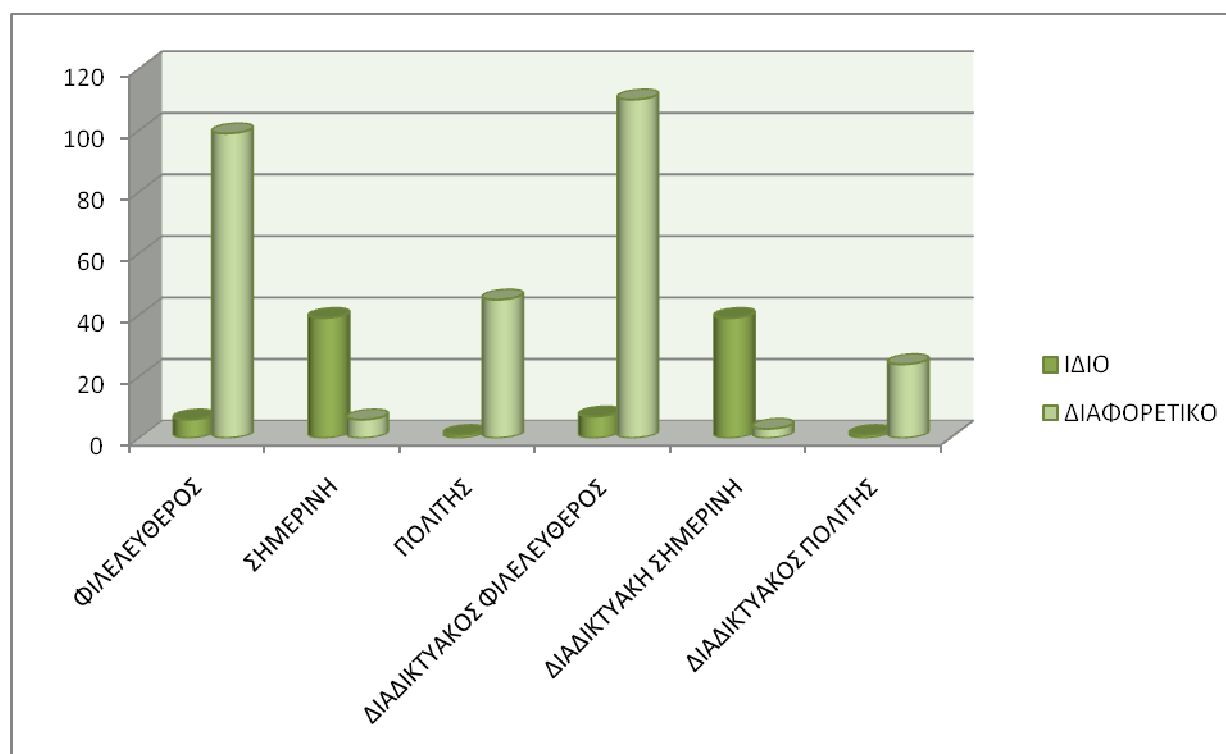
Ο πιο πάνω πίνακας, φανερώνει πως σε διάστημα μιας εβδομάδας, συγκεντρώθηκαν 19 οικονομικά άρθρα για τον τουρισμό. Αναλυτικότερα, ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσίευσε 7 άρθρα για



την οικονομία, έναντι του διαδικτυακού ο οποίος δημοσίευσε 3 άρθρα. Η έντυπη έκδοση της ΣΗΜΕΡΙΝΗΣ δημοσίευσε 1 άρθρο, και η αντίστοιχη διαδικτυακή της έκδοση τον ίδιο αριθμό άρθρων, δηλαδή 1. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ παρουσίασε 6 άρθρα σε διάστημα 7 ημερών και η διαδικτυακή εφημερίδα ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 1 οικονομικό άρθρο για τον τουρισμό.

vi. Ομοιότητες Έντυπου-Διαδικτυακού Περιεχομένου

		ΟΜΟΙΟΤΗΤΕΣ ΕΝΤΥΠΟΥ-ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΑΡΘΡΟΥ		Total
		ΙΔΙΟ	ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟ	
ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	6	99	105
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	5,7%	94,3%	100,0%
	% within ΟΜΟΙΟΤΗΤΕΣ ΕΝΤΥΠΟΥ-ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΟΣ	6,5%	34,4%	27,6%
	% of Total	1,6%	26,0%	27,6%
ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	39	6	45
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	86,7%	13,3%	100,0%
	% within ΟΜΟΙΟΤΗΤΕΣ ΕΝΤΥΠΟΥ-ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΟΣ	41,9%	2,1%	11,8%
	% of Total	10,2%	1,6%	11,8%
ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	1	45	46
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	2,2%	97,8%	100,0%
	% within ΟΜΟΙΟΤΗΤΕΣ ΕΝΤΥΠΟΥ-ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΟΣ	1,1%	15,6%	12,1%
	% of Total	,3%	11,8%	12,1%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	Count	7	110	117
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	6,0%	94,0%	100,0%
	% within ΟΜΟΙΟΤΗΤΕΣ ΕΝΤΥΠΟΥ-ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΟΣ	7,5%	38,2%	30,7%
	% of Total	1,8%	28,9%	30,7%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ	Count	39	3	42
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	92,9%	7,1%	100,0%
	% within ΟΜΟΙΟΤΗΤΕΣ ΕΝΤΥΠΟΥ-ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΟΣ	41,9%	1,0%	11,0%
	% of Total	10,2%	,8%	11,0%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ	Count	1	24	25
	% within ΟΝΟΜΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ	4,0%	96,0%	100,0%
	% within ΟΜΟΙΟΤΗΤΕΣ ΕΝΤΥΠΟΥ-ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΟΣ	1,1%	8,3%	6,6%
	% of Total	,3%	6,3%	6,6%



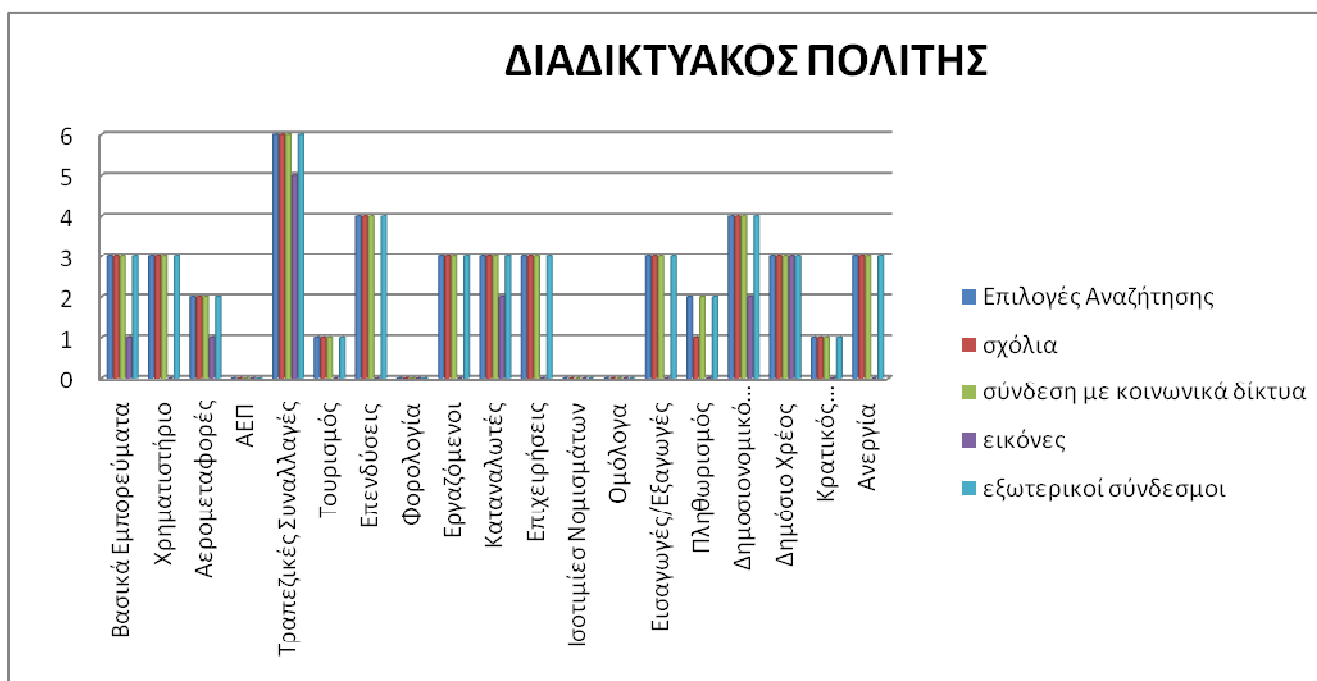
Ο πιο πάνω πίνακας δείχνει πόσα από τα οικονομικά άρθρα, εντός μιας εβδομάδας, όπου δημοσιεύτηκαν στην έντυπη και διαδικτυακή εφημερίδα έχουν ίδιο περιεχόμενο ή διαφορετικό.

Στην πρώτη περίπτωση, παρουσιάζω σε ποιο βαθμό τα δημοσιεύματα της έντυπης έκδοσης ήταν ίδια με της διαδικτυακής έκδοσης των εφημερίδων. Ο ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, δημοσίευσε 105 άρθρα, όπου 6 από αυτά είναι ακριβώς τα ίδια με της διαδικτυακής εφημερίδας, και παρουσίασε 99 άρθρα όπου είχαν διαφορετικό περιεχόμενο. Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ δημοσίευσε 45 άρθρα, όπου 39 από αυτά έχουν ακριβώς το ίδιο περιεχόμενο με την διαδικτυακή, ενώ μόνο 6 είναι διαφορετικά. Ο ΠΟΛΙΤΗΣ δημοσίευσε 46 άρθρα, όπου μόνο ένα είναι ακριβώς το ίδιο με την διαδικτυακή εφημερίδα και 45 έχουν διαφορετικό περιεχόμενο.

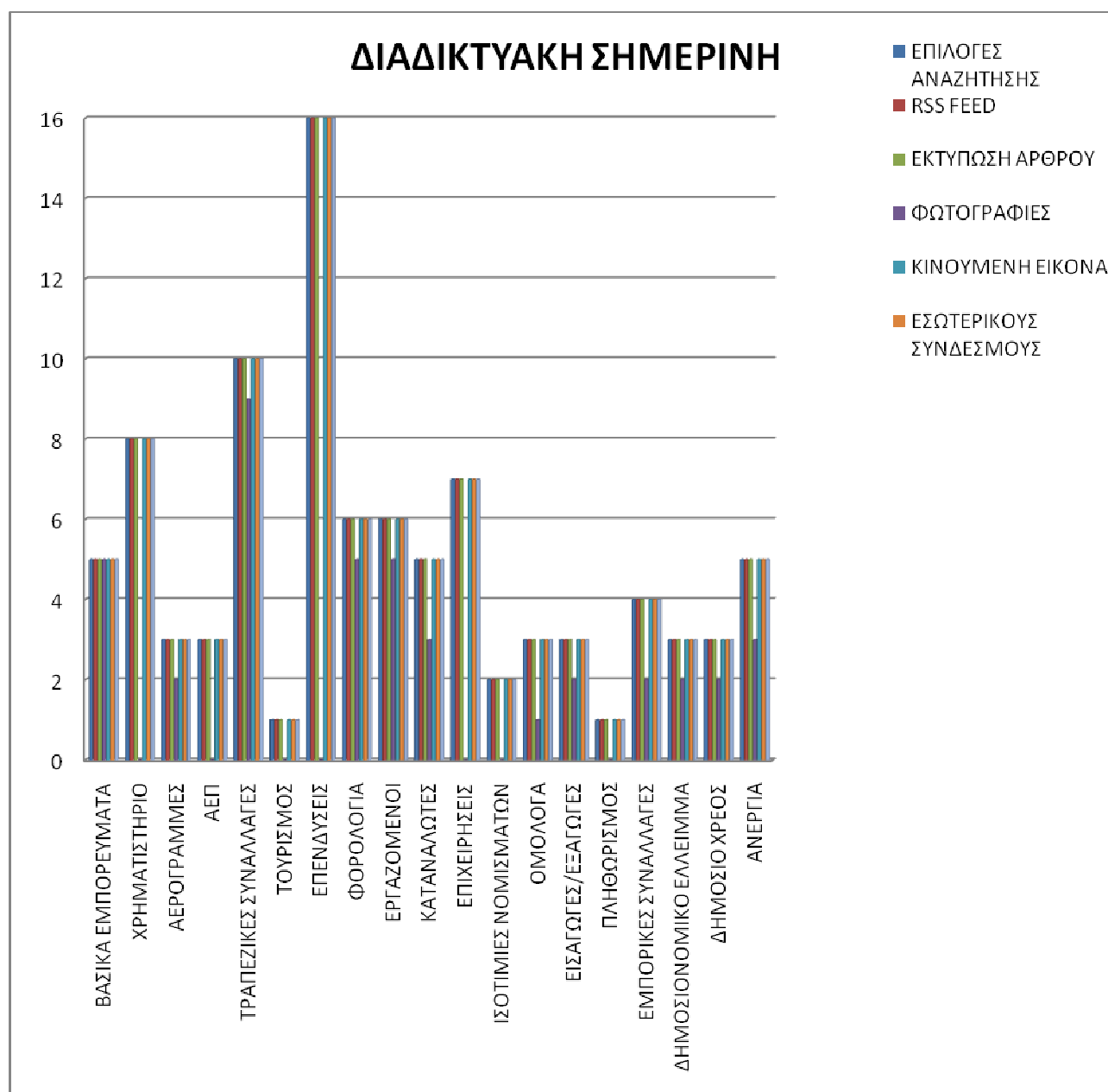
Στην δεύτερη περίπτωση, παρουσιάζω σε ποιο βαθμό τα δημοσιεύματα της διαδικτυακής έκδοσης ήταν ίδια με αυτά της έντυπης έκδοσης της εφημερίδας. Ο διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, δημοσίευσε 117 άρθρα, όπου 7 από αυτά είναι ίδια με την έντυπη έκδοση και τα υπόλοιπα άρθρα (110) είναι διαφορετικά. Η διαδικτυακή ΣΗΜΕΡΙΝΗ, παρουσίασε 42 άρθρα, όπου τα 39 είναι ίδια με την έντυπη έκδοση και μόνο 3 έχουν διαφορετικό περιεχόμενο. Ο διαδικτυακός ΠΟΛΙΤΗΣ,

ανάρτησε 25 άρθρα, και μόνο το 1 είναι ίδιο με την εφημερίδα, και τα υπόλοιπα έχουν διαφορετικό περιεχόμενο, δηλαδή 24 άρθρα.

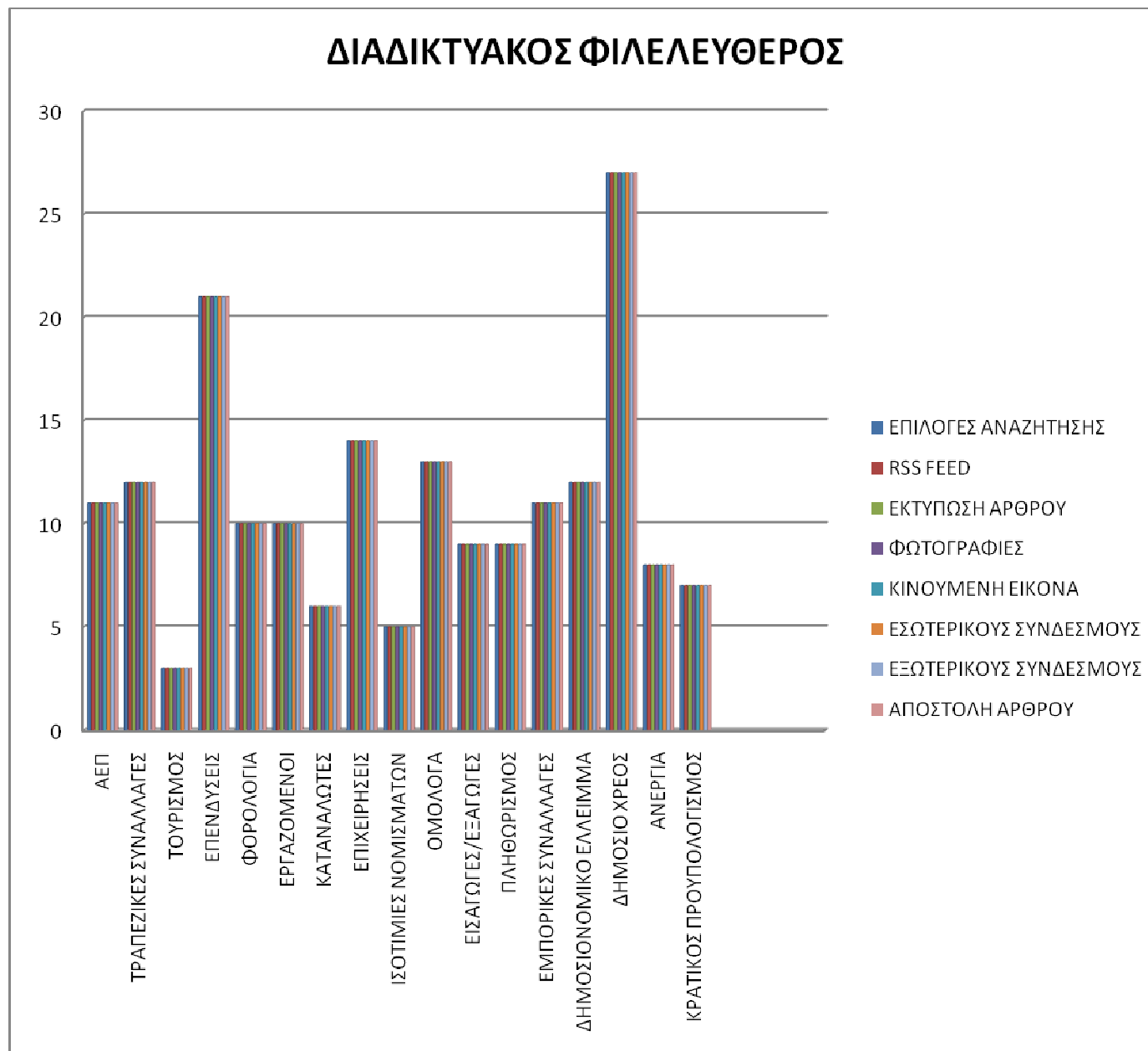
**vii. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα διαδικτύου**



Μόνο ορισμένα δημοσιεύματα των κατηγοριών οικονομίας ( βασικά εμπορεύματα, αερογραμμές, τραπεζικές συναλλαγές, καταναλωτές, εμπορικές συναλλαγές, δημοσιονομικό έλλειμμα) χρησιμοποιούν εικόνες. Όλα τα δημοσιεύματα των κατηγοριών της οικονομίας του Διαδικτυακού Πολίτη, προσφέρουν εξωτερικούς συνδέσμους και ακόμη προσφέρουν την δυνατότητα της μηχανής αναζήτησης. Όλα τα δημοσιεύματα των κατηγοριών της οικονομίας του Διαδικτυακού Πολίτη, προσφέρουν την δυνατότητα της εισαγωγής σχολίων από τους αναγνώστες για το άρθρο, όπου διάβασαν. Όλα τα άρθρα των κατηγοριών της οικονομίας του Διαδικτυακού Πολίτη, προσφέρουν σύνδεση με κοινωνικά δίκτυα.



Όλες οι κατηγορίες της οικονομίας διαθέτουν επιλογές αναζήτησης, rss feed, εκτύπωση άρθρου, κινούμενη εικόνα, εσωτερικούς συνδέσμους, εξωτερικούς συνδέσμους. Μόνο τα θέματα της οικονομίας (βασικά εμπορεύματα, αερογραμμές, τραπεζικές συναλλαγές, φορολογία, εργαζόμενοι, καταναλωτές, ομόλογα, εισαγωγές/εξαγωγές, εμπορικές συναλλαγές, δημοσιονομικό έλλειμμα, δημόσιο χρέος, ανεργία), διαθέτουν και φωτογραφικό υλικό. Και μια αξιοσημείωτη παρατήρηση είναι πως δεν διαθέτουν όλα τα δημοσιεύματα αυτών των κατηγοριών εικόνες.



Σ' όλες τις κατηγορίες της οικονομίας, ο Διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, χρησιμοποιεί τις ακόλουθες επιλογές: επιλογές αναζήτησης, rss feed, εκτύπωση άρθρου, φωτογραφίες, κινούμενη εικόνα, εσωτερικούς συνδέσμους, εξωτερικούς συνδέσμους, και αποστολή άρθρων.

<b>ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΟΥ</b>			
	ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	ΣΗΜΕΡΙΝΗ	ΠΟΛΙΤΗΣ
<b>ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ</b>	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
<b>RSS FEED</b>	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
<b>ΣΥΝΔΕΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ</b>	ΜΕ ΝΑΙ	ΌΧΙ	ΝΑΙ
<b>ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΙΣ</b>	ΝΑΙ	ΌΧΙ	ΝΑΙ

Ο διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ και ΠΟΛΙΤΗΣ, προσφέρουν όλα τα εξεταζόμενα διαδραστικά χαρακτηριστικά. Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ δεν προσφέρει την σύνδεση κοινωνικών δικτύων και την παροχή δημοσκοπήσεων.

<b>ΠΟΛΥΜΕΣΙΚΟΤΗΤΑ ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΟΥ</b>			
	ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	ΣΗΜΕΡΙΝΗ	ΠΟΛΙΤΗΣ
<b>ΕΙΚΟΝΕΣ</b>	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
<b>ΚΙΝΟΥΜΕΝΗ ΕΙΚΟΝΑ</b>	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
<b>ΗΧΟΣ</b>	ΌΧΙ	ΌΧΙ	ΌΧΙ
<b>ΒΙΝΤΕΟ</b>	ΌΧΙ	ΌΧΙ	ΌΧΙ

Ο διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, η ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ο ΠΟΛΙΤΗΣ, προσφέρουν την χρήση εικόνας και κινούμενης εικόνας, ενώ καμία από τις τρεις ηλεκτρονικές εκδόσεις των εφημερίδων δεν διαθέτει ήχο και βίντεο στην πρώτη σελίδα.

	ΥΠΕΡΚΕΙΜΕΝΙΚΟΤΗΤΑ ΠΡΩΤΟΣΕΛΙΔΟΥ		
	ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ	ΣΗΜΕΡΙΝΗ	ΠΟΛΙΤΗΣ
<b>ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ</b>	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
<b>ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ</b>	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

Ο διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, η ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ο ΠΟΛΙΤΗΣ, προσφέρουν τα χαρακτηριστικά της υπερκειμενικότητας.

### **ΙΧ. Συμπεράσματα**

Στο πρώτο ερευνητικό ερώτημα, αποδείχθηκε πως στην Κύπρο ακόμη δεν βελτιώθηκαν οι στρατηγικές της έντυπης εφημερίδας και της διαδικτυακής εκδοχής της. Αυτό φανερώθηκε από τα πιο πάνω αποτελέσματα, αφού ακόμη υπάρχουν αντιγραφές δημοσιευμάτων από την έντυπη εφημερίδα στην ιστοσελίδα. Τα οικονομικά δημοσιεύματα είναι κυρίως μεσαίου έκτασης κείμενο και δεν καλύπτονται όλες οι οικονομικές κατηγορίες. Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, όπου αφορούσε για τα διαδικτυακά εργαλεία, φανέρωσε πως οι τρεις διαδικτυακές εκδόχες της εφημερίδας, δεν αξιοποιούν στο μέγιστο βαθμό την χρήση τους. Οι πλείστες οικονομικές δημοσιεύσεις τόσο στην έντυπη, όσο και στην διαδικτυακή έκδοση είναι ρεπορτάζ. Χρησιμοποιούνται ελάχιστα χαρακτηριστικά, και αξιοσημείωτο είναι πως δεν γίνεται η χρήση των εργαλείων σε όλες τις οικονομικές κατηγορίες.

Με βάση τα αποτελέσματα μας, βλέπουμε πως οι διαδικτυακές εφημερίδες προσφέρουν περισσότερα δημοσιεύματα στις εξής κατηγορίες της οικονομίας: βασικά εμπορεύματα, ανεργία, ΑΕΠ, επενδύσεις, φορολογία, ομόλογα, εισαγωγές/εξαγωγές, κρατικός προϋπολογισμός, δημόσιο χρέος, δημοσιονομικό έλλειμμα. Από τις διαδικτυακές εκδόσεις της εφημερίδας, ο ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, έχει δημοσιεύσει τα περισσότερα άρθρα στις πιο πάνω κατηγορίες.

Οι έντυπες εφημερίδες δημοσίευσαν περισσότερα οικονομικά άρθρα στις εξής κατηγορίες: χρηματιστήριο, αερομεταφορές, τραπεζικές δραστηριότητες, τουρισμός, καταναλωτές, επιχειρήσεις, εισαγωγές/εξαγωγές. Από τις έντυπες εφημερίδες ο ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, δημοσίευσε τα



περισσότερα άρθρα σ' αυτές τις κατηγορίες και μόνο στην οικονομική κατηγορία αερομεταφορές, ο ΠΟΛΙΤΗΣ είχε τις περισσότερες δημοσιεύσεις (σύνολο 6). Ο διαδικτυακός ΠΟΛΙΤΗΣ προσφέρει ελάχιστα δημοσιεύματα (25), έναντι του έντυπου (46). Είναι προφανές, πως είναι ο διπλάσιος σχεδόν αριθμός των δημοσιεύσεων όπου έγινε εντός μιας εβδομάδας.

Όπως διαφάνηκε από την έρευνα, η διαδικτυακή ΣΗΜΕΡΙΝΗ είναι το πιστό αντίγραφο της έντυπης εφημερίδας, με ποσοστό 92,9% ίδιου περιεχομένου και με τις ίδιες εικόνες. Ακόμη, δεν υιοθετεί την λογική του διαδικτυακού μέσου και βρίσκεται στα πρώιμα στάδια των μελετών όπου καταγράφονται στην ενότητα «Βιβλιογραφική Ανασκόπηση». Η πρώτη φάση των μελετών κατέδειξε πως η έντυπη και η διαδικτυακή έκδοση της εφημερίδας ήταν πανομοιότυπες και στο διαδίκτυο γίνεται απλά μια αντιγραφή της ύλης του έντυπου και αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα πως χρειάζεται αρκετός χρόνος για να αξιοποιηθεί σωστά το διαδίκτυο.

Η έντυπη έκδοση της εφημερίδας ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, έχει μόνο ποσοστό 5,7% ίδιου περιεχομένου με την διαδικτυακή. Με βάση τα αποτελέσματα μας, βλέπουμε πως ο διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσιεύει περισσότερα οικονομικά δημοσιεύματα της διεθνούς επικαιρότητας, ενώ ο έντυπος ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ δημοσιεύει περισσότερα άρθρα για την κυπριακή οικονομία. Αυτό, δεν γνωρίζουμε εάν είναι συμπτωματικό, λόγω της μικρής διάρκειας μελέτης του δείγματος, όπου είναι μια εβδομάδα. Εάν όμως έτσι γίνεται καθημερινώς, τότε θα μπορούσε να λεχθεί πως ο διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ συμπληρώνει τον έντυπο στα οικονομικά θέματα.

Τα αποτελέσματα της έρευνας, φανερώνουν πως ακόμη στην Κύπρο, βρισκόμαστε στα πρώιμα στάδια αναφορικά με την ανάπτυξη του διαδικτύου ως αυτόνομου μέσου, για τον λόγο ότι οι διαδικτυακές εφημερίδες δεν παρέχουν πλήρη ενημέρωση για όλα τα οικονομικά θέματα. Άρα δεν μπορούν να θεωρηθούν αυτόνομα μέσα ακόμη, αντίθετα ο Φιλελεύθερος φαίνεται πως συμπληρώνει τον έντυπο, και η Σημερινή είναι το αντίγραφο της έντυπης. Ο Πολίτης, δεν θεωρείται αυτόνομο μέσο, για τον λόγο ότι προσφέρει ελάχιστα δημοσιεύματα, όπου έχουν μικρή έκταση και δεν καλύπτουν όλες τις κατηγορίες της οικονομίας. Οι εκτάσεις των δημοσιευμάτων του διαδικτυακού ΠΟΛΙΤΗ είναι κυρίως μικρό και μεσαίο κείμενο. Όλες σχεδόν οι έντυπες εφημερίδες και οι διαδικτυακές εκδόσεις προσφέρουν δημοσιεύματα μεσαίου μεγέθους έκτασης.

Όσο αφορά τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του διαδικτύου, ο διαδικτυακός ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ, προσφέρει περισσότερα διαδραστικά εργαλεία απ' ότι οι άλλες εφημερίδες. Στις διαδικτυακές

εκδόσεις των εφημερίδων ΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΠΟΛΙΤΗΣ, δεν προσφέρεται η χρήση εικόνων σε όλες τις οικονομικές κατηγορίες. Αλλά ακόμη και, στις κατηγορίες της οικονομίας όπου προσφέρεται, δεν έχουν όλα τα άρθρα εικόνες. Παράλληλα, διαπιστώθηκε πως δεν αξιοποιούνται από καμιά εφημερίδα κάποια διαδραστικά χαρακτηριστικά, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του αρθρογράφου, ή η βαθμολόγηση άρθρου. Όπως διαφάνηκε μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, στην Ελλάδα την περίοδο 2007, (Δουδάκη&Λέανδρο 2007), οι ιστοσελίδες των οικονομικών εφημερίδων έχουν αυτονομία κατά κάποιο βαθμό από την έντυπη έκδοση. Υπάρχουν ακόμη διαδραστικά εργαλεία τόσο στην αρχική σελίδα όσο και στα δημοσιεύματα. Σε κάποια σημεία, η διαδικτυακή και η έντυπη έκδοση των οικονομικών εφημερίδων, διατηρούν διαφορετική στρατηγική και εργάζονται ως δύο ξεχωριστά μέσα. Στην Κύπρο, απ' ότι φαίνεται ακόμη δεν αξιοποιείται στο μέγιστο βαθμό η χρήση των διαδικτυακών χαρακτηριστικών γνωρισμάτων και προσφέρουν ελάχιστα εργαλεία.

Η κατάσταση αυτή όπου επικρατεί στις διαδικτυακές εκδοχές, ίσως να αποτελεί στρατηγική των εφημερίδων, όπως δηλαδή η περίπτωση του ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΥ όπου θεωρείται συμπλήρωμα της έντυπης εφημερίδας. Η στρατηγική τους, δηλαδή μπορεί να έγκειται, στο ότι το διαδικτυακό μέσο συμπληρώνει το έντυπο. Ακόμη, ενδέχεται, να επηρεάζονται και από κάποιους άλλους παράγοντες όπως είναι το οικονομικό. Είναι πολύ σημαντική η οικονομική δυνατότητα, ούτως ώστε να υπάρχει ξεχωριστό προσωπικό για την έντυπη και διαδικτυακή εκδοχή της εφημερίδας. Έτσι θα αποφεύγονται τα πανομοιότυπα δημοσιεύματα, και καθώς χρέος των δημοσιογράφων είναι να καλύπτουν πλήρως όλα τα γεγονότα, δεν θα είναι πλέον συμπληρωματικά, αλλά αυτόνομα μέσα.

## Χ. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ασλανίδου, Σ, & Carrier, J. 2004. *Θεωρητικές προσεγγίσεις για την ανάλυση των ΜΜΕ*. Αθήνα: Τυποθήτω.
- Γιαλλουρίδης, Χ, 2001. *Η Ελληνοτουρκική σύγκρουση: Από την Κύπρο έως τα Ίμια τους S300 και το Ελνσίκι 1995-2000, Η οπτική του Τύπου*. Αθήνα: Τυποθήτω.
- Καϊμάκη, Β, (1997). *Αμφίδρομη επικοινωνία έντυπων ΜΜΕ και internet*. Αθήνα: Παπασωτηρίου.
- King, L & Picard, R & Towse, R (1999). *Η επίδραση του internet στα μέσα*. Αθήνα: Άσπρη Λέξη.
- Παπαδόπουλος, Χ & Οικονομίδης, Μ, 2006. *Πολιτική Οικονομία: Β' Τόμος*. Λευκωσία: ΚΩΝΟΣ.
- Ψύλλα, Μ, 2010. *Μεθοδολογία της ανάλυσης ενός γεγονότος από τον έντυπο λόγο*. Αθήνα: Τυποθήτω.
- Bucy, E., 2004. "Second generation Net news: interactivity and information accessibility in the online environment," *International Journal on Media Management*, 6(1,2), p. 102-113.
- Cao, Z, & Li, X. 2006. Effect of Growing Internet Newspapers on Circulation of U.S Print Newspapers. In X, Li ed. *Internet Newspapers: The making of a mainstream medium*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Κεφ.7
- Deuze, M., 2003. *The web and its journalism: Considering the consequences of different types of news media online*. *New Media & Society*. 5(2), p. 203-230.
- Deuze, M, 2001. "Online journalism: Modelling the first generation of news media on the www," *First Monday*, 6(10). <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/893/802>
- Dimitrakopoulou, D, & Siapera, E. 2005. "Greece: Identical Contents, Lack of Sophistication", in Van der Wurff, R. and Lauf, E. ed. (2005) *Print and Online Newspapers in Europe*. Amsterdam : Het Spinhuis Publishers.
- Doudaki, V & Leandros, N & Michailidou, M., 2008. *Changing value propositions in the online and print editions of Greek national newspapers*.

Greer, J & Mensing, D. 2006. The evolution of online Newspapers: A Longitudinal Content Analysis, 1997-2003. In X, Li ed. *Internet Newspapers: The making of a mainstream medium*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Κεφ.1

Greer, J, & Mensing, D.,2004. *U.S News Web Sites Better, But Small Papers Still Lag*. *Newspapers Research Journal*, 25(2), p. 98-113.

Leandros, N & Doudaki, V., 2009. General interest and specialized newspapers' business models and their impact on print and online content. In A, Albarran & P, Faustino & R, Santos, ed. *The media as a Driver of the Information Society*. Lisbon: Media XXI/Formalpress.

Leandros, N & Doudaki, V., 2007. News and old journalistic practices in the Internet era: opportunities and constraints. In M, Meimaris & D, Gouscos, ed. *Challenges and uses of information diffusion: towards and open society*. Athens: Gutenberg.

Li , X, 2006. Web Page Design and News Retrieval Efficiency: A content Analysis of Five U.S Internet Newspapers. In X, Li ed. *Internet Newspapers: The making of a mainstream medium*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Κεφ.4

Li, X, 2006. Functional Alternatives on Obtaining News Online: An Experimental Study of Three U.S Internet Newspapers. In X, Li ed. *Internet Newspapers: The making of a mainstream medium*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Κεφ.5

Pape, S. & Featherstone, S., 2005. *Newspaper Journalism: A practical introduction*. London: Sage.

Piessis, R & Li, Z. 2006. Cross-media Partnership and Its Effect on Technological Convergence of Online News Content: A Content Analysis of 100 Internet Newspapers. In X, Li ed. *Internet Newspapers: The making of a mainstream medium*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Κεφ.9

Salwen, M. & Garrison, B. & Driscoll, P., 2005. *Online News and the Public*. London: Erlbaum Associates Publishers.

Spyridou, P & Veglis, A. 2008. Exploring structural interactivity in online newspapers. A look at the Greek web landscape. *First Monday*, 13(5).

**Παράρτημα**

**Κωδικοποίηση**

**Τίτλος Άρθρου**

**Ημερομηνία**

**Εφημερίδες**

1= ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ

2=ΣΗΜΕΡΙΝΗ

3=ΠΟΛΙΤΗΣ

4=ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ

5=ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ

6=ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ

**Είδος Είδησης**

1=ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΙΔΗΣΗ

2=ΕΓΧΩΡΙΑ ΕΙΔΗΣΗ

**Έκταση Άρθρου**

1=ΜΙΚΡΟ

2=ΜΕΣΑΙΟ

3=ΜΕΓΑΛΟ

**Είδος Άρθρου**

1=ΡΕΠΟΡΤΑΖ

2=ΓΝΩΜΗ-ΣΧΟΛΙΟ

3=ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

4=ΑΝΑΛΥΣΗ

5=ΑΛΛΟ

**Κατηγορίες Οικονομίας**

**Εργαζόμενοι**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Καταναλωτές**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Επιχειρήσεις**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Επενδύσεις**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Αγορές βασικών εμπορευμάτων**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Αγορές-Χρηματιστήριο**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Αγορές-Ισοτιμίες Νομισμάτων**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Αγορές-Ομόλογα**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Βασικοί Οικονομικοί Δείκτες-Εισαγωγές/Εξαγωγές**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Βασικοί Οικονομικοί Δείκτες-Πληθωρισμός**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Βασικοί Οικονομικοί Δείκτες-Δημόσιο Χρέος**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Βασικοί Οικονομικοί Δείκτες-Δημοσιονομικό Έλλειμμα**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Βασικοί Οικονομικοί Δείκτες-Κρατικός Προϋπολογισμός**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Βασικοί Οικονομικοί Δείκτες-Ανεργία**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Βασικοί Οικονομικοί Δείκτες-ΑΕΠ**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Αερομεταφορές**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Τραπεζικές Δραστηριότητες**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Φορολογία**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Τουρισμός**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία



**Άλλο(προσκλήσεις)**

0= Όχι δεν ανήκει το άρθρο σ' αυτήν την κατηγορία

1=Ανήκει στην κατηγορία

**Ομοιότητες Έντυπου-Διαδικτυακού Άρθρου**

1=Είναι ίδια

2=Είναι διαφορετικά

**Διαδραστικότητα**

**Επιλογές Αναζήτησης**

0=OXI

1=NAI

**RSS Feed**

0=OXI

1=NAI

**Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο Αρθρογράφου**

0=OXI

1=NAI

**Εκτύπωση Άρθρου**

0=OXI

1=NAI

**Σχόλια**

0=OXI

1=NAI

**Βαθμολόγηση Άρθρου**

0=OXI

1=NAI

**Αποστολή άρθρου**

0=OXI

1=NAI

**Ενσωμάτωση της είδησης σε κοινωνικά δίκτυα, όπως είναι το Facebook, Myspace, Twitter**

0=OXI

1=NAI

**Πολυμεσικότητα:**

**Εικόνες**

0=OXI

1=NAI

**Κινούμενη Εικόνα**

0=OXI

1=NAI

**Ήχος**

0=OXI

1=ΝΑΙ

**Βίντεο**

0=ΟΧΙ

1=ΝΑΙ

**Υπερκειμενικότητα:**

**Εσωτερικοί Σύνδεσμοι**

0=ΟΧΙ

1=ΝΑΙ

**Εξωτερικοί Σύνδεσμοι**

0=ΟΧΙ

1=ΝΑΙ