

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ	15
I. ΜΜΕ, ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	21
<i>Σημειώσεις</i>	37
II. ΤΑ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	
ΜΜΕ: Έμφαση στις ποσοτικές των διαστάσεις. Η περιοδολόγησή των, το ακροατήριο, η μετάβαση από τον έντυπο στον ηλεκτρονικό λόγο, τα «μπλοκ» των ΜΜΕ και η έρευνα για τα ΜΜΕ	51
IIα. Τα ΜΜΕ, με έμφαση στις ποσοτικές των διαστάσεις, 1960-2000 .	51
- Προκαταρκτικά σχετικά με την ποσοτική καταγραφή των ΜΜΕ .	51
- Το πρόβλημα της περιοδολόγησης	52
- Μία αρχική περιοδολόγηση	55
- 1960-1967	55
- 1967-1974	56
- 1974-1981	57
- 1981-2000	58
- Ανάλυση ανά ΜΜΕ	60
- Οι εφημερίδες	60
- Τα περιοδικά	63
- Τα έντυπα ΜΜΕ (εφημερίδες και περιοδικά)	65
- Το ραδιόφωνο	67
- Η τηλεόραση	68
- Ο κινηματογράφος	69
- Το βιβλίο	77
- Τα νέα ΜΜΕ	78
- Για το διαδίκτυο	80

- Για τα πολυμέσα	85
- Δυνατότητες και προβλήματα των νέων ΜΜΕ	86
- Η εξέλιξη της ποσότητας του δημοσιογραφικού χάρτη	87
- Τρία στιγμιότυπα: τα ΜΜΕ και το ακροατήριό των στην Ελλάδα κατά τα έτη 1960, 1980 και 2000	89
- 1960	89
- 1980	92
- 2000	99
ΙΙβ. Από τον έντυπο στον ηλεκτρονικό λόγο	109
- Τα «μπλοκ» των ΜΜΕ	116
- Σύνοψη και περιοδολόγηση	117
- Τα ελληνικά ΜΜΕ 1960-2000: μία συνοπτική ποσοτική απεικόνιση	120
- Τα «μπλοκ» εξουσίας των ΜΜΕ και η μορφολογία των	125
- Ο λόγος για την πολιτική και ο λόγος για το εμπόρευμα	127
- Ο πολύτιμος ρόλος της διαφήμισης	134
- Σύνοψη και συμπεράσματα	136
- Η έρευνα για τα ΜΜΕ	140
<i>Σημειώσεις</i>	157
<i>Πίνακες εκτός κειμένου</i>	185

III. Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Διαφήμιση: οι ποιοτικές και ποσοτικές της διαστάσεις, και οι φάσεις της. Τα προεόρτια και τα μεθεόρτια της τηλεόρασης. Η διαφήμιση και τα ΜΜΕ, η θέση της συσκευής της τηλεόρασης και τα προγράμματά της, καθώς και η σφαίρα της πολιτικής επικοινωνίας. Η διαφήμιση στην Ευρώπη και στον κόσμο

IIIα. Ποσοτικές και ποιοτικές πορείες	203
- Οι φάσεις της διαφήμισης	203
- Η προ-τηλεοπτική περίοδος	210
- Η ποσοτική εκτίμηση του ραδιοφωνικού ακροατηρίου – μία αναδρομή	216
- Τηλεόραση: η συνέχεια	223
- Η είσοδος της τηλεόρασης	232

- Η επάνοδος στην ομαλότητα	236
- Τα μεθεόρτια της εμπορικής τηλεόρασης	246
- Μία περιοδολόγηση της τηλεόρασης στην Ελλάδα (1960-2000) ..	258
IIIβ. Για τα ακροατήρια, τα ΜΜΕ και τις κατηγοριοποιήσεις των ..	264
- Τα ΜΜΕ συνολικά	273
- Τα έντυπα γενικά	276
- Οι εφημερίδες	277
- Τα περιοδικά	284
- Το ραδιόφωνο	291
- Η τηλεόραση	295
- Το διαδίκτυο και συμπληρωματικά ο προσωπικός υπολογιστής και η κινητή τηλεφωνία	296
IIIγ. Η θέση της τηλεοπτικής συσκευής στα νοικοκυριά	299
- Η ποσοτικοποίηση στην τηλεοπτική διαφήμιση	302
- Τα τηλεοπτικά (κυρίως) προγράμματα και οι δομές των	306
- Μία τυπολογία τηλεοπτικών εκπομπών	317
- Η σφαίρα της πολιτικής επικοινωνίας και η διαφήμιση	320
- Διαφημιστική δαπάνη και εταιρείες ΜΜΕ στην Ευρώπη και στον κόσμο	327
<i>Σημειώσεις</i>	333
<i>Πίνακες εκτός κειμένου</i>	470

IV. Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η κατανάλωση και το ιστορικό της (1960-2000). Τα ποσοτικά της μέτρα καθώς και σύντομο ιστορικό της δημιουργίας της μάρκας και της εξέλιξής της	479
IVα. Για την κατανάλωση	479
- Σύντομο ιστορικό της κατανάλωσης στην Ελλάδα (1960-2000) ..	486
IVβ. Τα ποσοτικά μέτρα της κατανάλωσης	504
- Συγκεντρωτικά: Χρονική περίοδος 1957-1999	513
- Η δαπάνη για πολιτισμικά είδη	515
- Η σχέση ανάμεσα στη διαφημιστική δαπάνη και την ιδιωτική κατανάλωση	517
- Σύντομη περιγραφή της δημιουργίας της μάρκας (brand) και της εξέλιξης των μαρκών	520

Σημειώσεις	534
Πίνακες εκτός κειμένου	579
V. Η ΣΥΓΚΛΙΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ, ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ	
ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ	591
Οι διαδρομές της σύγκλισής των	591
I	593
II	605
III	624
Σημειώσεις	652
VI. ΕΠΙΛΕΓΟΜΕΝΑ	
Σημειώσεις, σχόλια και παρατηρήσεις για τη σύγκλιση	709
I	709
II	720
III	721
Σημειώσεις	727
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	
743	
A	
1. ΜΜΕ-Εφημερίδες	743
2. ΜΜΕ-Περιοδικά	747
3. ΜΜΕ-Ραδιόφωνο	751
4. ΜΜΕ-Τηλεόραση	757
B	
Μία αναφορά στη συνεχώς διαμορφούμενη τηλεοπτική	
πραγματικότητα	772
Σημειώσεις	777
Ποσοτικά στοιχεία για τα ΜΜΕ: εφημερίδες, περιοδικά, εφημερίδες και	
περιοδικά, ραδιόφωνο και τηλεόραση, για το χρονικό διάστημα	
1960-2000	778
Γ	
Τι θυμούνται από διαφημίσεις και πόσο τους άρεσαν	781
Άποψη για τις διαφημίσεις από την απορρύθμιση και μετά	787
Ποιες ήταν οι πρώτες διαφημίσεις που θυμάστε;	791

Δ	
Σταθάκη, Γ., «Η ελληνική οικονομία, 1974-2004: ένα σχεδιάγραμμα»	792
Ε	
Συνοπτικός πίνακας περιοδολόγησης των ΜΜΕ	800
Η διαχρονική εξέλιξη του αριθμού των συσκευών ραδιοφώνου και τηλεόρασης	803
Μέση πανελλαδική κυκλοφορία περιοδικών – διάστημα 1993-1998 (σε 000 τεύχη)	805
ΣΤ	
5. Κατανάλωση – ψώνια	807
6. Κατανάλωση – χρήση λίστας	812
7. Κατανάλωση – δανεισμός προϊόντων	813
8. Κατανάλωση – επιρροή της διαφήμισης	814
- Ιστοσελίδες	817
- Περιοδικά	819
- Εταιρείες και οργανισμοί ερευνών	819
- Εφημερίδες	819
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ	821
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	833
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΟΡΩΝ	851