



ψηφιακές δεξιότητες  
για δημοσιογράφους

# ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Τα νέα εργαλεία της δημοσιογραφίας

Θεσσαλονίκη | 27 Νοεμβρίου 2014



Πρόγραμμα  
διά βίου  
μάθησης



IKY



ΕΛΛΗΝΙΚΗ  
ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΑΤΙΚΩΝ ΥΠΟΤΡΟΦΙΩΝ  
STATE SCHOLARSHIPS FOUNDATION

Με την υποστήριξη του Προγράμματος Δια Βίου Μάθησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης.  
Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.



Ευρωπαϊκό έργο Media Hackers: Κάνοντας τις ψηφιακές δεξιότητες πλεονέκτημα για τους δημοσιογράφους  
**Copyright © 2014 Media Hackers Consortium**

All rights reserved

Το σχέδιο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) δεσμεύει μόνο τον συντάκτη της και η Επιτροπή δεν ευθύνεται για τυχόν χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Απαγορεύεται, άνευ γραπτής αδείας του εκδότη, η κατά οποιονδήποτε τρόπο ή μέσω αντιγραφή, φωτοανατύπωση και εν γένει αναπαραγωγή, διανομή, εκμίσθωση, μετάφραση, διασκευή, αναμετάδοση, παρουσίαση στο κοινό σε οποιαδήποτε μορφή (ηλεκτρονική, μηχανική ή άλλη) και η εν γένει εκμετάλλευση του συνόλου ή μέρους του έργου.

**Παραγωγή & Επιμέλεια: ΜΙΛΗΤΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ Α.Ε.**



## περιεχόμενα

1. Ευρωπαϊκό έργο Media Hackers.....	4
2. Η διαδικτυακή εκπαιδευτική πλατφόρμα του Media Hackers.....	6
3. Ενδιαφέροντα Στοιχεία.....	8
4. Ατζέντα Συνεδρίου Media Hackers.....	9
5. Ομιλητές Συνεδρίου.....	10
6. Τοποθετήσεις / Άρθρα	
• Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης (ΕΣΗΕΜ-Θ)	13
• Anna McKane / European Journalism Training Association (EJTA)	13
• Κυριάκος Λίγκας / Μίλητος Συμβουλευτική Α.Ε.	14
• Αιμίλιος Καραμανλής/ Κοιν.Σ.Επ Knowl για την Εκπαίδευση & Δια Βίου Μάθηση	15
7. Δημοσιογραφία και Νέα Μέσα Ενημέρωσης - Σκέψεις και απόψεις από τους ανθρώπους του χώρου.....	16
8. Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών (ΙΚΥ).....	18
9. Ειδικό Αφιέρωμα: Η Ελλάδα γιορτάζει την Παγκόσμια Ημέρα Γυναίκας Επιχειρηματικότητας (WED).....	19
10. Σημειώσεις.....	21

## Ευρωπαϊκό Έργο Media Hackers

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών ο χώρος της δημοσιογραφίας και το επάγγελμα του δημοσιογράφου αλλάζουν ριζικά και με γοργούς ρυθμούς. Οι ψηφιακές τεχνολογίες και το σύγχρονο μάρκετινγκ αλλάζουν το τοπίο της δημοσιογραφίας τόσο βαθιά, όσο κάποτε ο τηλεγράφος και η τηλεόραση. Σήμερα, οι δημοσιογράφοι λειτουργούν σε ένα περιβάλλον ενημέρωσης και επικοινωνίας που γίνεται ολοένα και πιο σύνθετο, το οποίο απαιτεί από αυτούς να αντιλαμβάνονται τις δυνατότητες και να χρησιμοποιούν ταυτόχρονα πολλαπλές πλατφόρμες παραγωγής και τα νέα εργαλεία επικοινωνίας που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες.

Σε ένα τέτοιο περιβάλλον ραγδαίων τεχνολογικών εξελίξεων, τα εργαλεία των νέων μέσων ενημέρωσης και τα κοινωνικά δίκτυα έχουν αλλάξει σημαντικά τον καθημερινό τρόπο επικοινωνίας. Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης δίνουν πλέον τη θέση τους στις καινοτόμες δυνατότητες των νέων μέσων. Οι δημοσιογράφοι πρέπει λοιπόν να ακολουθήσουν τις εξελίξεις και να αποκτήσουν νέες δεξιότητες προκειμένου να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις και προκλήσεις ενός επαγγέλματος που αλλάζει. Θα πρέπει να αποκτήσουν δεξιότητες που θα τους επιτρέψουν να συμμετάσχουν ισότιμα στον ψηφιακό κόσμο.

Η αναβάθμιση των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των δημοσιογράφων είναι ζωτικής σημασίας, όχι μόνο για τους νεοεισερχόμενους στην αγορά εργασίας, αλλά κυρίως για όσους ξεκίνησαν να εργάζονται πριν από την ψηφιακή επανάσταση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια. Υπάρχει πραγματική ανάγκη να ξεπεραστούν τα όρια της παραδοσιακής δημοσιογραφίας και να δημιουργηθούν προγράμματα βασικής τεχνικής κατάρτισης σε πολλαπλές τεχνολογικές πλατφόρμες. Ωστόσο, η επαγγελματική κατάρτιση στο χώρο της δημοσιογραφίας στην Ευρώπη διαφέρει πολύ από χώρα σε χώρα, ενώ σε πολλές περιπτώσεις υπολείπεται των αναγκών και προσδοκιών.

**Το ευρωπαϊκό έργο Media Hackers ανταποκρίνεται στις εξελίξεις στο δυναμικό πεδίο των ΜΜΕ με στόχο να ενισχύσει τις ψηφιακές δεξιότητες των δημοσιογράφων που εργάζονται σε όλους τους τομείς της ενημέρωσης. Στο πλαίσιο του έργου σχεδιάστηκε και αναπτύχθηκε μια καινοτόμος διαδικτυακή εκπαιδευτική πλατφόρμα για νέες δεξιότητες σχετικές με τα μέσα ενημέρωσης.**

# www.mediahackers.eu



/mediahackers



/MediaHackersEU

Μετά από τον εντοπισμό και την ανάλυση αναγκών εκπαίδευσης και υφιστάμενων προγραμμάτων κατάρτισης στην Ευρώπη, οι εταίροι της κοινοπραξίας του Media Hackers κατέγραψαν τη σημερινή κατάσταση και σκιαγράφησαν τις σημαντικότερες εκπαιδευτικές ανάγκες των δημοσιογράφων. Στη συνέχεια εντοπίστηκαν επτά θεματικές ενότητες για εκπαίδευση και κατάρτιση:

- Ψηφιακή Φωτογραφία & Επεξεργασία Εικόνας
- Πλατφόρμες Κοινωνικής Δικτύωσης
- Σύνταξη Κειμένων στο Διαδίκτυο
- Ψηφιακή Αφήγηση
- Ψηφιακή Ιδιοκτησία & Ασφάλεια
- Ψηφιακή Παραγωγή & Επεξεργασία Ήχου
- Δημοσιογραφία Δεδομένων & crowdsourcing

Κατά αυτόν τον τρόπο, η ανάπτυξη του εκπαιδευτικού υλικού ανταποκρίνεται με τον καλύτερο τρόπο στις εκπαιδευτικές ανάγκες του τομέα, καθώς εξασφαλίστηκε εξ αρχής η ενεργός συμμετοχή των επαγγελματιών του χώρου. Πέραν τούτου, σημαντική παράμετρος στη φάση ανάπτυξης του εκπαιδευτικού υλικού, ήταν η συμμετοχή επαγγελματιών στα μέσα επικοινωνίας στην πιλοτική δοκιμή του προγράμματος στην Ελλάδα, την Κύπρο, τη Γερμανία και τη Ρουμανία. Με αυτόν τον τρόπο το εκπαιδευτικό υλικό δοκιμάστηκε και αξιολογήθηκε όσον αφορά την αποτελεσματικότητά του στην ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων και τη βελτίωση των υπηρεσιών στον τομέα των ΜΜΕ.

Με τον τίτλο «Κατάρτιση - Τεχνολογία - Επιχειρηματικότητα | Τα νέα εργαλεία της δημοσιογραφίας» το Συνέδριο που πραγματοποιείται στο πλαίσιο του έργου έρχεται να ολοκληρώσει τις εργασίες της κοινοπραξίας του Media Hackers. Στις επόμενες ενότητες παρουσιάζονται: μία γρήγορη επισκόπηση της διαδικτυακής εκπαιδευτικής πλατφόρμας του Media Hackers, οι βασικές θεματικές του συνεδρίου και το προφίλ των ομιλητών, καθώς και άρθρα, σκέψεις και απόψεις σχετικά με τη δημοσιογραφία και τα Νέα Μέσα Ενημέρωσης.



ψηφιακές  
δεξιότητες  
για δημοσιογράφους

# 2 Η διαδικτυακή εκπαιδευτική πλατφόρμα του Media Hackers

Η διαδικτυακή πλατφόρμα του Media Hackers προσφέρεται δωρεάν και παρέχει βασικές και ουσιαστικές πληροφορίες για όποιον ενδιαφέρεται! Μπορείτε να την επισκεφθείτε στην παρακάτω διεύθυνση:

**[www.training.mediahackers.eu](http://www.training.mediahackers.eu)**

Η πλατφόρμα έχει δημιουργηθεί για να προσφέρει σε όλους την ευκαιρία να επεκτείνουν τις ψηφιακές τους ικανότητες και δεξιότητες. Έτσι, δεν απευθύνεται αποκλειστικά σε δημοσιογράφους, αλλά είναι ανοιχτή σε όποιον τον ενδιαφέρει η ηλεκτρονική δημοσιογραφία, ή απλά η δημιουργία ενός blog ή άλλων μορφών διαδικτυακής δημοσιογραφίας. Μια σειρά από επτά εκπαιδευτικές ενότητες καλύπτει τις βασικές πτυχές και τα ψηφιακά εργαλεία που απαιτούνται για την ενίσχυση και ενδυνάμωση των ψηφιακών σας δεξιοτήτων, ανεξάρτητα από τον τομέα στον οποίο εργάζεστε.

Οι εκπαιδευτικές ενότητες είναι οι εξής:

## Ψηφιακή φωτογραφία & επεξεργασία εικόνας

Η οπτική διάσταση και η χρήση της εικόνας αποτελούν ένα όλο και πιο σημαντικό εργαλείο για την προσέλκυση αναγνωστών - πρόκειται για το βασικό ερέθισμα, την προτροπή για να κάνει 'κλικ' ο επισκέπτης. Αυτή η ενότητα παρουσιάζει τις αρχές της ψηφιακής φωτογραφίας και της επεξεργασίας εικόνας, εξηγεί τις τεχνικές δεξιότητες που απαιτούνται, καθώς και πώς πρέπει να χρησιμοποιείται ο φωτογραφικός εξοπλισμός. Εδώ μπορείτε λοιπόν να μάθετε περισσότερα για τον κατάλληλο εξοπλισμό που θα χρειαστείτε, καθώς και τις πιο σημαντικές online πλατφόρμες που μπορούν να σας βοηθήσουν να αυξήσετε το αναγνωστικό σας κοινό και να κάνετε τη δουλειά σας πιο ελκυστική και ενδιαφέρουσα.



## Πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης



Το Facebook και το Twitter αποτελούν ήδη ένα μεγάλο μέρος της «ψηφιακής μας ζωής». Εκατομμύρια ανθρώπων διατηρούν λογαριασμούς, ενημερώνονται, και δημοσιεύουν τακτικά πλήθος πληροφοριών. Όμως, πώς μπορείτε να επωφεληθείτε ως δημοσιογράφοι από τις κοινωνικές πλατφόρμες των μέσων μαζικής ενημέρωσης; Πώς μπορεί το Facebook ή το Twitter (καθώς και άλλες πλατφόρμες κοινωνικών μέσων δικτύωσης) να υποστηρίξουν το έργο ενός δημοσιογράφου; Αυτό θα το μάθετε σε αυτήν την ενότητα.

## Σύνταξη κειμένων στο διαδίκτυο

Όταν γράφετε για ένα διαδικτυακό κοινό, τα κείμενα και τα άρθρα σας θα πρέπει να παρουσιάζονται με διαφορετικό τρόπο. Το συγγραφικό ύφος και η μορφή των δημοσιεύσεων στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (περιοδικά, εφημερίδες, κλπ.) δεν είναι τα κατάλληλα για τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης. Αυτή η ενότητα παρέχει λοιπόν χρήσιμες συμβουλές και οδηγίες για αποτελεσματική δημοσίευση άρθρων και πληροφοριών στο διαδίκτυο. Παρουσιάζει τις διάφορες πλατφόρμες που υπάρχουν για online δημοσίευση, ενώ σας καθοδηγεί ώστε να μπορείτε να αναπτύσσετε, να μορφοποιείτε, και να δημοσιεύετε διαδικτυακό περιεχόμενο, καθώς και να αξιοποιείτε το live blogging.



## Ψηφιακή αφήγηση

Αποτελεί ίσως κοινό τόπο, αλλά παρόλα αυτά είναι ιδιαίτερα σημαντικό: Ένας δημοσιογράφος πρέπει να ξέρει πώς να αφηγηθεί μια ιστορία. Αλλά τι ακριβώς είναι η ψηφιακή αφήγηση; Ποιές οι διαφορές της από άλλες μορφές 'αφήγησης'; Ποιές επιλογές είναι διαθέσιμες; Αυτή η ενότητα θα σας βοηθήσει να βρίσκετε την κατάλληλη ιστορία, να τη μορφοποιείτε κατάλληλα, να 'στήνετε' τους χαρακτήρες της και τις σκηνές της, καθώς και να χρησιμοποιείτε τα εργαλεία που κάθε φορά χρειάζονται για να τη δημοσιεύσετε.



## Ψηφιακή ιδιοκτησία και ασφάλεια



Ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα των ψηφιακών εκδόσεων είναι η προσβασιμότητά τους - είναι παγκόσμια και χωρίς χρονικούς περιορισμούς. Ωστόσο, δεν είναι 'παγκόσμιο' μονάχα το εν δυνάμει αναγνωστικό σας κοινό, αλλά και αυτοί που προσπαθούν να επωφεληθούν από την εργασία σας! Επομένως, η προστασία της εργασίας σας και τα δικαιώματά σας είναι ακόμα πιο σημαντικά από ό, τι ήταν πριν. Πώς μπορείτε να προστατεύσετε τα πνευματικά σας δικαιώματα; Τι πρέπει να γνωρίζετε για τη διαδικτυακή ασφάλεια; Αυτή η ενότητα σας προσφέρει πληροφορίες σχετικά με την ασφάλεια των πληροφοριών και τη ψηφιακή πνευματική ιδιοκτησία, ενώ παράλληλα προσφέρει και έναν πλήρη οδηγό για την προστασία της εργασίας σας.

## Ψηφιακή παραγωγή & επεξεργασία ήχου

Ένα ενδιαφέρον χαρακτηριστικό της ψηφιακής δημοσιογραφίας είναι η δυνατότητα να συνδυάζει και να επεξεργάζεται διάφορους τύπους μέσων, όπως για παράδειγμα το ηχητικό υλικό. Μάθετε πώς να καταγράφετε και να επεξεργάζεστε αρχεία ήχου για online δημοσίευση! Αποκτήστε τις κατάλληλες τεχνικές γνώσεις για τον ήχο και την παραγωγή του, χρήσιμες δεξιότητες σε δύο πλατφόρμες επεξεργασίας ήχου, γνώση για το σχετικό εξοπλισμό, καθώς και τις πιο δημοφιλείς διαδικτυακές πλατφόρμες.



## Δημοσιογραφία δεδομένων & crowdsourcing



Το διαδίκτυο προσφέρει έναν ωκεανό από δεδομένα και πληροφορίες. Στην πραγματικότητα, ποτέ δεν υπήρξε ανάλογη εποχή κατά την οποία να είναι ευρέως διαθέσιμες τόσες πολλές πληροφορίες και δεδομένα. Ωστόσο, αυτό καθιστά το έργο του δημοσιογράφου όλο και πιο δύσκολο: Από πού μπορείτε να αντλήσετε πληροφορίες και τι δεδομένα έχετε τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσετε για τη δουλειά σας; Η ενότητα αυτή διερευνά τα χαρακτηριστικά της δημοσιογραφίας σε άμεση σχέση με τη χρήση δεδομένων, καθώς και το σημαντικό ρόλο που αυτή η διαδικασία διαδραματίζει στο χώρο των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Περιγράφονται διαθέσιμα εργαλεία, καθώς και η μέθοδος του crowdsourcing.

Αν και η πλατφόρμα δεν μπορεί να απαντήσει σε όλα τα ερωτήματα που σχετίζονται με τη δημοσιογραφία και τα νέα μέσα ενημέρωσης, είναι σίγουρα ένας πολύ καλός τρόπος για να ξεκινήσει κανείς.

- Σχεδόν **9 στους 10 συντάκτες** πιστεύουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια σημαντική ευκαιρία για τις εφημερίδες. Από την ανάλυση 50 μεγάλων ευρωπαϊκών τίτλων προκύπτει ότι στη συντριπτική πλειονότητα των περιπτώσεων, οι εφημερίδες έχουν ανοίξει λογαριασμό σε κοινωνικά δίκτυα. Περισσότερες πληροφορίες: [https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/erjo\\_part2\\_report.pdf](https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/erjo_part2_report.pdf)
- Η πλειοψηφία των δημοσιογράφων χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο στην εργασία τους το Facebook και το Twitter.** Είναι σαφές ότι οι πιο σημαντικές μορφές κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης που χρησιμοποιούν οι δημοσιογράφοι στη δουλειά τους είναι το Facebook και το Twitter. Περισσότερες πληροφορίες: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/quali/journsn\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/quali/journsn_en.pdf)  
Γνωρίζετε ακόμη ότι **"οι περισσότεροι δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν ως πηγή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Twitter και το Facebook;"** Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θεωρούνται όλο και περισσότερο ως ένα σχετικό μέρος της δημοσιογραφικής έρευνας. Οι δημοσιογράφοι υιοθετούν τα νέα εργαλεία, αλλά το κάνουν με προσοχή. Περισσότερες πληροφορίες: <http://www.theguardian.com/media/pda/2010/feb/15/journalists-social-music-twitter-facebook>
- Έχει βρεθεί ότι το **40% των δημοσιογράφων αισθάνονται ότι η ποιότητα της δημοσιογραφίας έχει βελτιωθεί** κατά τα τελευταία δύο χρόνια, παρά την ύφεση και τις σαρωτικές αλλαγές στο χώρο. Στη Γαλλία και την Ισπανία, το ποσοστό αυτό ανεβαίνει στο 60%. Μόνο ένας στους πέντε αισθάνεται ότι η ποιότητα έχει επιδεινωθεί ως αποτέλεσμα. Περισσότερες πληροφορίες: <http://www.saladeprensa.org/art891.pdf>
- Κάποια γεγονότα και στοιχεία σχετικά με τα μέσα ενημέρωσης στην Ελλάδα: Υπάρχουν **4,4 εκατομμύρια χρήστες** κοινωνικών μέσων ενημέρωσης στην Ελλάδα με ένα ποσοστό **41% κοινωνικής διείσδυσης των μέσων αυτών** (2014). Περισσότερες πληροφορίες: <http://wearesocial.net/blog/2014/02/social-digital-mobile-europe-2014/>
- Τι γίνεται με τα Νέα Μέσα Ενημέρωσης στις ΗΠΑ; Τριάντα από τους μεγαλύτερους ψηφιακούς ειδησεογραφικούς οργανισμούς **αντιπροσωπεύουν περίπου 3.000 θέσεις εργασίας.** Περισσότερες πληροφορίες: <http://www.journalism.org/2014/03/26/state-of-the-news-media-2014-overview/>
- Οι γυναίκες στη δημοσιογραφία: Περισσότερες γυναίκες από ποτέ εργάζονται σε μέσα μαζικής ενημέρωσης. Όμως, δεν διαδραματίζουν ισότιμο ρόλο στη σύνταξη εκθέσεων. Σύμφωνα με την εταιρεία Global Media Monitoring, από το 2005, **το 57% του συνόλου των παρουσιαστών ειδήσεων της τηλεόρασης ήταν γυναίκες, ενώ μόνο το 29% των ειδήσεων γράφτηκαν από γυναίκες δημοσιογράφους.** Εν τω μεταξύ, μόνο το 32% των "σκληρών" ειδήσεων γράφτηκε ή καλύφθηκε από γυναίκες. Περισσότερες πληροφορίες: [http://portal.unesco.org/ci/en/files/28397/12435929903gender\\_booklet\\_en.pdf/gender\\_booklet\\_en.pdf](http://portal.unesco.org/ci/en/files/28397/12435929903gender_booklet_en.pdf/gender_booklet_en.pdf)
- Στην μπλογκόσφαιρα: **15,1 εκ γυναίκες** δημοσιεύουν τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα. Περισσότερες πληροφορίες: <http://www.blogger.com/files/BlogHer.CompassPartners.Social%20Media%20Study.ppt.pdf>

# 4 Ατζέντα Συνεδρίου

## Κατάρτιση • Τεχνολογία • Επιχειρηματικότητα Τα νέα εργαλεία της δημοσιογραφίας Αίθουσα Συνεδρίων ΕΣΗΕΜ-Θ

9.00 - 9.30	Προσέλευση & Εγγραφές
9.30 - 9.45	Χαιρετισμοί ΕΣΗΕΜ-Θ & ΜΙΛΗΤΟΣ Α.Ε.
9.45 - 11.00	<b>Ενότητα Α</b> <b>Γιώργος ΔΡΟΓΓΟΥΔΗΣ</b> Μίλτος Συμβουλευτική Α.Ε.   Media Hackers: Αφορμή Νεοτερικότητας <b>Βασίλης ΣΟΛΙΟΠΟΥΛΟΣ</b> ΕΣΗΕΜ-Θ   Οι Ενώσεις Συντακτών ως φορείς καινοτομίας Συζήτηση
11.00 - 11.30	Διάλειμμα / Καφές
11.30 - 13.15	<b>Ενότητα Β</b> Κατάρτιση δημοσιογράφων στην Ευρώπη <b>Γρηγόρης ΠΑΣΧΑΛΙΔΗΣ</b> Πρόεδρος Τμήματος Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ ΑΠΘ <b>Γιάννης ΚΟΤΣΙΦΟΣ</b> Γενικός Διευθυντής, ΕΣΗΕΜ-Θ <b>Δημήτρης ΖΑΦΕΙΡΙΑΔΗΣ</b> Μίλτος Συμβουλευτική Α.Ε. Συζήτηση
13.15 - 14.30	Γεύμα
14.30 - 16.00	<b>Ενότητα Γ</b> Καινοτομία στην πράξη <b>Γιώργος ΤΣΟΥΡΒΑΚΑΣ</b> Αναπληρωτής Καθηγητής Τμήματος Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ ΑΠΘ <b>Ραλλιώ ΛΕΠΙΔΟΥ</b> Δημοσιογράφος - Δημιουργός ka-business.gr <b>Γιάννης ΣΙΔΗΡΟΠΟΥΛΟΣ</b> Δημοσιογράφος - Δημιουργός xanthipress.gr <b>Χρήστος ΚΑΨΑΛΗΣ</b> Δημοσιογράφος - Δημιουργός eklogika.gr
16.00 - 16.15	Διάλειμμα / Καφές
16.15 - 17.00	Συμπεράσματα

## Γιώργος Δρογγούδης

Senior Manager, Μίλντος Συμβουλευτική Α.Ε.

Ο Γιώργος Δρογγούδης έχει εκπαιδεύσει περισσότερα από 15.000 στελέχη, σε πάνω από 400 ελληνικές και διεθνείς εταιρείες και οργανισμούς. Κατέχει ανεπτυγμένη ικανότητα επίτευξης στόχων και ανάπτυξης χρηματοοικονομικών εφαρμογών και οικονομετρικών μοντέλων. Είναι Senior Manager, οικονομικός αναλυτής με μακρόχρονη εμπειρία ενώ κατέχει αποδεδειγμένη ικανότητα διαχείρισης πολλαπλών οικονομικών μοντέλων και έργων. Είναι επαγγελματίας εκπαιδευτής της Microsoft και πιστοποιημένος εκπαιδευτής ενηλίκων. Εξειδικεύεται στη δημιουργία και διαχείριση προϋπολογισμών με εγνωσμένη δεξιότητα στην παραγωγή αποτελεσμάτων εντός προσυμφωνημένου χρόνου και κόστους. Ασχολείται με την παραγωγή οικονομικών αναλύσεων και επιχειρησιακών προβλέψεων κατά παραγγελία σε διάφορους κλάδους της αγοράς, ενώ έχει υπάρξει σύμβουλος επιχειρήσεων με πάνω από 14 έτη εμπειρία σε ανάπτυξη και εφαρμογή εργαλείων διαχείρισης οικονομικών στοιχείων για λογαριασμό υψηλόβαθμων στελεχών επιχειρήσεων. Κατέχει ιδιαίτερα ανεπτυγμένες δεξιότητες παρουσίασης αποτελεσμάτων και διαχείρισης εταιρικών σχέσεων.



## Βασίλης Σολιόπουλος

Υπεύθυνος Ψηφιοποίησης Αρχείου, ΕΣΗΕΜ-Θ

Είναι επαγγελματίας δημοσιογράφος από το 1976, ζει και εργάζεται στη Θεσσαλονίκη. Έχει διατελέσει ανταποκριτής αθηναϊκών εφημερίδων, ραδιοφωνικός παραγωγός και αρχισυντάκτης στο κρατικό ραδιοφωνικό σταθμό ΕΡΤ3, και αρχισυντάκτης σε εφημερίδες και περιοδικά. Είναι μέλος της ΕΣΗΕΜ-Θ. Υπήρξε ειδικός συνεργάτης σε οργανισμούς Τοπικής και Περιφερειακής Αυτοδιοίκησης και από τις θέσεις αυτές κατέχει εμπειρία στην οργάνωση ευρωπαϊκών προγραμμάτων. Σήμερα εργάζεται στην ΕΣΗΕΜ-Θ ως υπεύθυνος για την ψηφιοποίηση του αρχείου εφημερίδων και συμμετέχει ως βασικός συνεργάτης στη σύνταξη και την υλοποίηση ευρωπαϊκών προγραμμάτων.



## Γρηγόρης Πασχαλίδης

Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ // ΑΠΘ

Ο Γρηγόρης Πασχαλίδης είναι Αναπληρωτής Καθηγητής στο Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, όπου διδάσκει μαθήματα σχετικά με τις πολιτιστικές διαστάσεις των μέσων επικοινωνίας, την οπτική επικοινωνία, τη φωτο-δημοσιογραφία και το ντοκιμαντέρ.

### Γιάννης Κοτσιφός | Γενικός Διευθυντής, ΕΣΗΕΜ-Θ

Γεννήθηκα στη Θεσσαλονίκη το 1969. Σπούδασα φιλολογία στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Στην ίδια πόλη ζω και εργάζομαι, τώρα πια (από το 2003) στην Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης και στο Μορφωτικό Ίδρυμά της, ως διευθυντής τους, παλιότερα ως συντάκτης σε εφημερίδες (Καθημερινή, Αγγελιοφόρος - διατήρησα σε αυτήν για χρόνια τη «Σελίδα Βιβλίου»), ακόμη πιο παλιά στο ραδιόφωνο (Ράδιο Παρατηρητής). Έχω επιμεληθεί (γλωσσικά ή τυποτεχνικά) βιβλία, μυθιστορήματα τα περισσότερα, έχω εκδώσει το λογοτεχνικό περιοδικό Τα Ποταμόπλοια (1990-1992) κι έχω συνεργαστεί με περιοδικά (λογοτεχνικά: Παρατηρητής, Φράση, Εντευκτήριο, ή ενημερωτικά: Παράλλαξη), άλλοτε δίνοντας ύλη για τις σελίδες τους, άλλοτε φροντίζοντας για την ύλη τους, μερικές φορές και τα δύο.



### Δημήτρης Ζαφειριάδης | Strategic Management Consultant, Μίλντος Συμβουλευτική Α.Ε.

Ο Δημήτρης Ζαφειριάδης έχει εργαστεί εδώ και δύο δεκαετίες στον ευρύτερο χώρο της επικοινωνίας, με έμφαση στην πολιτική επικοινωνία. Έχει πολυετή εμπειρία και τεχνογνωσία στο σχεδιασμό επικοινωνιακών στρατηγικών, την υλοποίηση διαφημιστικών εκστρατειών και την ανάπτυξη δράσεων προβολής, δημοσιότητας και σχέσεων με Μέσα Ενημέρωσης. Έχει υπηρετήσει σε θέσεις ευθύνης στη διοικητική δομή δημόσιων φορέων και υπηρεσιών, ως Διευθυντής Γραφείου Υπουργού και Δημάρχου Αθηναίων, ενώ έχει διατελέσει υπεύθυνος για την πολιτική επικοινωνίας δημόσιων φορέων και Εκπρόσωπος Τύπου πολιτικού οργανισμού. Είχε τη ευθύνη και έχει συμμετάσχει στη διοργάνωση σημαντικών εκδηλώσεων εθνικού και διεθνούς χαρακτήρα. Εργάζεται στην υλοποίηση συγχρηματοδοτούμενων έργων και ευρωπαϊκών προγραμμάτων από την Ε.Ε.



### Γιώργος Τσουρβάκας | Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ // ΑΠΘ



Ο Γιώργος Τσουρβάκας σπούδασε Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Κοινωνιολογία στο Πάντειο Πανεπιστήμιο και απέκτησε μεταπτυχιακό δίπλωμα Law and Economics από τα Πανεπιστήμια του Hamburg και Stockholm/Linköping, ενώ απέκτησε το διδακτορικό του από το Πάντειο Πανεπιστήμιο πάνω στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας. Είναι Αναπληρωτής Καθηγητής Οικονομίας και Διοίκησης των ΜΜΕ στο τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου της Σχολής Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών. Υπήρξε επισκέπτης Καθηγητής στα Πανεπιστήμια Westminster και City του Λονδίνου. Μελέτες του έχουν δημοσιευθεί στα επιστημονικά περιοδικά European Journal of Law and Economics, Journal of Media Economics, Journal of Media Business Studies, International Journal of Media Management, Journal of Applied Journalism & Media Studies, Journal of Radio and Audio Media, ενώ το 2010 η έρευνα του βραβεύτηκε από την European Media Management Education Association (EMMA).



Η Ραλλιώ Λεπίδου γεννήθηκε στη Σουηδία. Έχει σπουδάσει δημοσιογραφία στο Greenwich College και στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο Πάτρας στις Ανθρώπινες Επιστήμες με ειδικότητα στον Ευρωπαϊκό Πολιτισμό. Έχει πτυχίο Marketing - Management και προγραμματίστριας Αναλύτριας Ηλεκτρονικών Υπολογιστών από το Ελληνικό Κέντρο Παραγωγικότητας και Ανάπτυξης (ΕΛΚΕΠΑ). Από το 1993 έως σήμερα απασχολήθηκε ως δημοσιογράφος σε πανελλαδικής εμβέλειας τηλεοράσεις (ΕΤ3, ΑΝΤ1), ραδιόφωνα, εφημερίδες - περιοδικά, γραφεία τύπου, παρουσιάσεις μεγάλων διοργανώσεων. Τα τελευταία 13 χρόνια εργάζεται στον τηλεοπτικό σταθμό STAR Channel ως ανταποκρίτρια στη Βόρεια Ελλάδα από τη Θεσσαλονίκη. Τον Απρίλιο του 2011 δημιούργησε το μοναδικό ελληνικό διαδικτυακό κανάλι που πραγματεύεται θέματα καινοτομίας και ανάπτυξης, το [www.ka-business.gr](http://www.ka-business.gr), που στόχο έχει την υποστήριξη και προβολή των δραστηριοτήτων της επιχειρηματικής κοινότητας της χώρας μας, εντός και εκτός ελληνικών συνόρων, μέσω των δράσεων που αναπτύσσει. Είναι μέλος στο διοικητικό συμβούλιο της ΕΣΗΕΜ-Θ (Ενωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας και Θράκης) και του Μορφωτικού Ιδρύματος της ΕΣΗΕΜ-Θ. Πρόσφατα έγινε μέλος της UNESCO στο παράρτημα της Θεσσαλονίκης ενώ υπήρξε Πρόεδρος και ιδρυτικό μέλος στη μη κερδοσκοπική εταιρία «Ομάδα Δημοσιογράφων για τα παιδιά» (ΟΔΗΠΑ) αλλά και Αντιπρόεδρος της Εταιρίας Δημοσίων Σχέσεων Βόρειας Ελλάδας. Είναι μητέρα δύο ανήλικων παιδιών.

### **Γιάννης Σιδηρόπουλος**

Δημιουργός [xanthipress.gr](http://xanthipress.gr)

Ο Γιάννης Σιδηρόπουλος είναι δημοσιογράφος. Έχει κάνει σπουδές για τον ελληνικό πολιτισμό και τη δημοσιογραφία. Από το 1994 εργάζεται ως Διευθυντής ειδήσεων στον περιφερειακό τηλεοπτικό σταθμό της Ξάνθης "Κανάλι 6" ενώ, από το 2008, είναι ο ιδρυτής και διευθυντής της διαδικτυακής πύλης ειδήσεων "[xanthipress.gr](http://xanthipress.gr)". Είναι μέλος και περιφερειακός εκπρόσωπος της Ένωσης Συντακτών Ημ. Εφημερίδων Μακεδονίας & Θράκης. Δείχνει μεγάλο ενδιαφέρον σε καίρια ζητήματα, όπως οι μειονότητες, τα ανθρώπινα δικαιώματα, ο ρατσισμός, η ξενοφοβία και η ποικιλομορφία.



### **Χρήστος Καψάλης**

Δημιουργός [eklogika.gr](http://eklogika.gr)



Ο Χρήστος Καψάλης σπούδασε διοίκηση επιχειρήσεων στην Ανωτάτη Βιομηχανική Σχολή Θεσσαλονίκης (νυν Πανεπιστήμιο Μακεδονίας) και άρχισε να ασχολείται με τη δημοσιογραφία και τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας από το 1980. Είναι μέλος της ΕΣΗΕΜ-Θ (Ενωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας - Θράκης). Εργάστηκε σε πολλές εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς. Από τον Απρίλιο του 2009 δημιούργησε και διευθύνει το πολιτικό - εκλογικό portal [www.eklogika.gr](http://www.eklogika.gr) και την εταιρία παροχής υπηρεσιών διαδικτύου [iservices](http://iservices.gr). Είναι άριστος γνώστης των δυνατοτήτων και μεθόδων αξιοποίησης του διαδικτύου, της διαδικτυακής δημοσιογραφίας και της ανάπτυξης ιστοσελίδων, portals και γενικότερα web/mobile εφαρμογών. Έχει λάβει μέρος, είτε ως ομιλητής είτε ως συντονιστής, σε πάνω δεκάδων εκδηλώσεων στη Θεσσαλονίκη και πόλεις της Βόρειας Ελλάδας, με θέματα πολιτικά, οικονομικά, ενεργειακά, οικολογικά, παρουσιάσεις βιβλίων κ.ά.. Αντιστοίχως, συμμετείχε ως προσκεκλημένος δημοσιογράφος - αναλυτής σε πολλά panel τηλεοπτικών σταθμών, κυρίως για πολιτικά θέματα από το 1993 έως και σήμερα. Έχει διδάξει δημοσιογραφία σε αρκετά σεμινάρια που διοργανώθηκαν υπό την αιγίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (1991-1996). Διετέλεσε σύμβουλος επικοινωνίας σε μεγάλες επιχειρήσεις και οργανισμούς (2000-2009). Ο Χρήστος Καψάλης είναι παντρεμένος με τη δημοσιογράφο, μέλος της ΕΣΗΕΜ-Θ, Αθανασία Μπαξεβάνη.

Οι πρόσφατες αλλαγές στον τρόπο που εργάζονται οι δημοσιογράφοι συνετέλεσαν ώστε να γίνει αυτό που πιθανότατα είναι μία από τις μεγαλύτερες επαναστάσεις που έχει βιώσει οποιοσδήποτε τομέας και βιομηχανία στην ιστορία της ανθρωπότητας.

Οι εκπαιδευτές της δημοσιογραφίας έπρεπε να 'γυρίσουν πίσω στα θρανία' και να γράψουν από την αρχή τα μαθήματά τους, καθώς κάθε στάδιο στο επάγγελμα του δημοσιογράφου είναι πλέον διαφορετικό. Από το crowdsourcing, τα μεταδομένα και τα mashups, που κάνουν την έρευνα πολύ πιο εύκολη αλλά και πολύ πιο δύσκολη ταυτόχρονα, μέχρι τον τρόπο που οι δημοσιογράφοι επεξεργάζονται, παράγουν και απεικονίζουν τις ιστορίες τους, και, τέλος, τον τρόπο που τις εκδίδουν, και τις δημοσιεύουν, τα πάντα έχουν αλλάξει.

Νέες τεχνολογίες και νέοι τρόποι για να ασχοληθεί κανείς με τη δημοσιογραφία αναδεικνύονται πιο γρήγορα από ό, τι μπορούν οι εκπαιδευτικοί να τους κατανοήσουν και να μάθουν να τους διδάσκουν.

Και όπως συμβαίνει με κάθε επανάσταση, οι αλλαγές οδήγησαν σε μια δραματική αναστάτωση στον τρόπο που η δημοσιογραφία αμείβεται, ή δεν αμείβεται.

Όλο αυτό έχει κάνει τη σύνταξη, το ρεπορτάζ, τη δημοσιογραφία εν γένει, ιδιαίτερα στις νέες ευρωπαϊκές δημοκρατίες, μια εξαιρετικά επισφαλή εργασία.

Γι' αυτό λοιπόν, χάρηκα όταν άκουσα για το έργο Media Hackers, διότι οι δημοσιογράφοι, οι καθηγητές και οι εκπαιδευτές της δημοσιογραφίας χρειάζονται πράγματι όλη τη βοήθεια που μπορούν να έχουν για να συμβαδίσουν με τις νέες εξελίξεις.

Ευελπιστώ ότι τα online μαθήματα του Media Hackers θα ωφελήσουν πραγματικά τους δημοσιογράφους σε όλη την Ευρώπη, καθώς προσπαθούν να διδαχθούν νέους τρόπους έρευνας, δημοσίευσης, καθώς και χρηματοδότησης της δουλειάς τους.

Το Πανεπιστήμιο City του Λονδίνου, όπου δίδαξα για 17 χρόνια, και όλα τα υπόλοιπα μέλη της European Journalism Training Association, έχουμε προσπαθήσει μέχρι σήμερα να παραμείνουμε ενήμεροι σχετικά με τις νέες τάσεις, όμως όση περισσότερη πρακτική βοήθεια μπορούν να έχουν οι εκπαιδευτικοί, τόσο το καλύτερο.

Τα νέα μαθήματα θα βοηθήσουν τους δημοσιογράφους στις χώρες που συμμετέχουν, ώστε να εργάζονται αποτελεσματικά, ενώ παράλληλα, όσοι περισσότεροι δημοσιογράφοι μπορούν να συνεχίσουν να κάνουν τη δουλειά τους, τόσο ενισχύεται και η δημοκρατία.

Ανυπομονώ να επικοινωνήσω το εκπαιδευτικό υλικό στα μέλη του φορέα European Journalism Training Association, για τα οποία είμαι σίγουρη ότι θα είναι πολύ χρήσιμα.

## Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης (ΕΣΗΕΜ-Θ)



Η μετάδοση των πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο και η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών συνθέτουν την ψηφιακή επανάσταση που αλλάζει καθοριστικά τόσο τον τρόπο που ασκείται η δημοσιογραφία όσο και την αντίληψη του κοινού για την ενημέρωση. Αφουγκραζόμενη τις ραγδαίες αλλαγές στον κλάδο, και ιδιαίτερα στο σύνθετο περιβάλλον που διαμορφώνουν η οικονομική κρίση και οι καταλυτικές αλλαγές στις διαδρομές της πληροφόρησης, η ΕΣΗΕΜ-Θ επισημαίνει και υποστηρίζει την ανάγκη ανάπτυξης ψηφιακών δεξιοτήτων και διαρκούς κατάρτισης των δημοσιογράφων σε αυτό το διαρκώς αναπτυσσόμενο πεδίο.

Γιάννης Κοτσιφός, Γενικός Διευθυντής

Η ψηφιακή εποχή και οι αλλαγές που αυτή επιβάλει δεν άλλαξε μόνο τον τρόπο άσκησης και το περιεχόμενο της Δημοσιογραφίας. Επαναπροσδιορίζει το ρόλο των δημοσιογράφων, απαιτεί πρόσθετες δεξιότητες, επανακαθορίζει προτεραιότητες, πολλαπλασιάζει πομπούς και δέκτες και αλλάζει την εμβέλεια των Μέσων.

Αλλάζει όμως και τους φορείς των δημοσιογράφων, που ως συνδικαλιστικά όργανα καλούνται τώρα να διαχειριστούν όχι μόνο τα δικαιώματα, τις υποχρεώσεις και τις προοπτικές των μελών τους. Καλούνται να πρωταγωνιστήσουν, να προβλέψουν, να προνοήσουν, να σχεδιάσουν και να καινοτομήσουν.

Βασίλης Σολιόπουλος, Υπεύθυνος Ψηφιοποίησης Αρχείου



## Κυριάκος Λίγκας, Μίλητος Συμβουλευτική Α.Ε.

### Ψηφιακές δεξιότητες και τεχνολογίες στην 'αίθουσα σύνταξης': Προκλήσεις και ευκαιρίες στη νέα εποχή της δημοσιογραφίας

Οι ψηφιακές τεχνολογίες αλλάζουν τη δημοσιογραφία, στον ίδιο βαθμό που αλλάζουν την προσωπική και επαγγελματική μας καθημερινότητα - βαθύτερα και γρηγορότερα από ποτέ άλλοτε. Η ανάγκη να αποκτήσουν και να αναπτύξουν οι δημοσιογράφοι ψηφιακές δεξιότητες καθίσταται ως εκ τούτου επιτακτική. Το σύγχρονο τοπίο των ΜΜΕ, οι πολλαπλές πλατφόρμες παραγωγής και επικοινωνίας, φέρνουν στην επιφάνεια προκλήσεις αλλά και ευκαιρίες για παλιότερους και νεοεισερχόμενους επαγγελματίες στο χώρο της δημοσιογραφίας. Από την άλλη μεριά, η κάλυψη και κατανάλωση νέων, ειδησεογραφικού και επικοινωνιακού υλικού, περνούν 'από το κείμενο στα pixels', μεταλλάσσοντας παραδοσιακές πρακτικές και νοοτροπίες. Οι δημοσιογράφοι καλούνται λοιπόν να λογαριαστούν με τη ψηφιακή καινοτομία, να αξιοποιήσουν εργαλεία και τεχνικές, ώστε να είναι σε θέση να προσφέρουν ελκυστικό και ποιοτικό αποτέλεσμα.

Η αναβάθμιση των ψηφιακών δεξιοτήτων των δημοσιογράφων σε όλο το φάσμα της ενημέρωσης και των ΜΜΕ, δε μπορεί παρά είναι η απάντηση στις απαιτήσεις του νέου ψηφιακού περιβάλλοντος επικοινωνίας που συγκροτείται. Επιπλέον, αυτό αποτελεί σημαντικό παράγοντα στη διαδικασία της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης όπως αυτή συνδέεται με το χώρο των μέσων και της επικοινωνίας, αλλά και καθοριστική διάσταση στη στρατηγική τοποθέτησης του ευρωπαϊκού χώρου των ΜΜΕ στα παγκόσμια συμφραζόμενα. Η ανάγκη υπέρβασης των περιορισμών της 'παραδοσιακής' δημοσιογραφίας, αποτελεί την παροντική και μελλοντική πρόκληση για τους επαγγελματίες του χώρου, που θα τους επιτρέψει πλήρη συμμετοχή στον ψηφιακό κόσμο των μέσων και της επικοινωνίας.

Υπάρχει όμως και κάτι ακόμη. Οι ψηφιακές τεχνολογίες, αναθεωρώντας εκ βάθρων το τοπίο της δημοσιογραφίας, ανταποκρίνονται με ριζικά διαφορετικούς τρόπους στα ζητούμενα της διαφάνειας και των ανοικτών διαδικασιών σε μια πορεία συνεχούς εκδημοκρατισμού της κοινωνίας, που προϋποθέτει ίσους όρους συμμετοχής για όλα τα μέλη της. Τα νέα ψηφιακά μέσα στη δημοσιογραφία ανοίγουν νέους δρόμους επιχειρηματικής δράσης που απαιτούν υψηλά δημιουργικά αποθέματα, καινοτόμους τρόπους σκέψης και δράσης, και ευρηματικότητα – στοιχεία πρόδηλα στο επιχειρηματικό πνεύμα των γυναικών.

Το motto λοιπόν του ευρωπαϊκού έργου Media Hackers για την ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων των δημοσιογράφων – «Ας 'hackάρουμε' τα ψηφιακά μέσα» – έχει διπλή σημασία: Αναγνωρίζει τις ανάγκες της νέας εποχής στη δημοσιογραφία, ενώ παράλληλα προωθεί το συμμετοχικό της χαρακτήρα και την ισότιμη αντιπροσώπευση όλων των κοινωνικών ομάδων στα μέσα επικοινωνίας.



STARS Success Yourself®

## Αιμίλιος Καραμανλής Knowl for Education and Lifelong Learning

**Δυνατά σημεία: Ένα εργαλείο, στη διάθεση όλων, προς το συμφέρον όλων**

Σε μια εποχή που οι δημοσιογράφοι καλούνται να προσαρμοστούν στη νέα πραγματικότητα που φέρνει η ψηφιακή επανάσταση στο δυναμικό πεδίο των ΜΜΕ, αναδύεται με σαφήνεια, όχι μόνο η ανάγκη του εφοδιασμού τους με τις κατάλληλες γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις, που θα τους επιτρέψουν να παραμείνουν επίκαιροι και παραγωγικοί, σε ένα περιβάλλον ολοένα πιο σύνθετο, που απαιτεί από αυτούς να αντιλαμβάνονται και να χρησιμοποιούν ταυτόχρονα πολλαπλές πλατφόρμες παραγωγής και τεχνολογικά εργαλεία επικοινωνίας, αλλά και να αναγνωρίσουν εκείνα τα δυνατά τους σημεία, που θα τους κάνουν να ξεχωρίσουν στον επαγγελματικό στίβο και να επιβιώσουν του ανταγωνισμού που υπάρχει σε μια ιδιαίτερα εύκαμπτη αγορά εργασίας.

**Τα δυνατά σημεία** αποτελούν προέκταση των έμφυτων ταλέντων μας. Είναι μια προ-υπάρχουσα τάση για ένα συγκεκριμένο τρόπο συμπεριφοράς που είναι αυθεντική και δίνει ενέργεια σε όποιον τη χρησιμοποιεί, ενώ υποστηρίζει την καλύτερη λειτουργία, ανάπτυξη και απόδοση. Διαφοροποιούνται από τις δεξιότητες, που αναφέρονται στη δυνατότητα ενός ατόμου να επιτυγχάνει κάποιο συγκεκριμένο επιθυμητό αποτέλεσμα, με την ελάχιστη δυνατή προσπάθεια και χρόνο, καθώς ένα δυνατό σημείο, συνεπάγεται, για το άτομο που το χρησιμοποιεί, εκτός από άριστη απόδοση και υψηλή συχνότητα εκτέλεσης, και υψηλή, θετική, ενέργεια. Μια χαρακτηριστική ένδειξη της ενέργειας που αντιλούμε όταν χρησιμοποιούμε ένα δυνατό σημείο είναι το αίσθημα ότι χάνουμε την αίσθηση του χρόνου, λόγω του βαθμού στον οποίο είμαστε απορροφημένοι από μια συγκεκριμένη δραστηριότητα και η μεγάλη ταχύτητα με την οποία μαθαίνουμε νέες πληροφορίες, δραστηριότητες ή προσεγγίσεις που σχετίζονται με αυτό το δυνατό σημείο.

Παρά το γεγονός, ότι υπάρχουν πολύ συγκεκριμένες και αποτελεσματικές προσεγγίσεις με τις οποίες μπορούμε να τα εντοπίσουμε και να αξιοποιήσουμε αποτελεσματικά τα προσωπικά μας δυνατά σημεία, καθώς και αυτά των συνεργατών και του ανθρώπινου δυναμικού μας (επιστημονικά τεστ, παρατήρηση, αυτοαξιολόγηση, coaching sessions, μοντέλο STARS®\* κ.ά.), μόνο ο **ΕΝΑΣ ΣΤΟΥΣ ΤΡΙΣ** από εμάς τα γνωρίζει και τα χρησιμοποιεί στη ζωή ή τη δουλειά του για να αποδίδει όσο καλύτερα μπορεί και να πετυχαίνει τους στόχους του. Την ίδια ώρα η προσέγγιση των δυνατών σημείων, τόσο κατά την επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού, όσο και κατά την κατανομή του στις διαφορετικές τεχνικές εργασίες, αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία διεθνώς.

Τα δυνατά σημεία μπορεί να αναφέρονται στις αξίες και τα πιστεύω μας (π.χ. υπευθυνότητα και αυθεντικότητα), στον τρόπο που δίνουμε και λαμβάνουμε πληροφορίες (π.χ. με ευγένεια ή/και χιούμορ), στο τι μας παρακινεί στην εργασία μας και τη ζωή μας (π.χ. ο ενθουσιασμός, η αγάπη για μάθηση, η εργασιακή ηθική), στο πώς δημιουργούμε σχέσεις με τους άλλους (π.χ. έχοντας ηγετικό ρόλο, ενισχύοντας την ομαδικότητα ή εκφράζοντας το ενδιαφέρον μας για τους άλλους) και φυσικά στον τρόπο που προσεγγίζουμε καταστάσεις, προγραμματίζουμε ή/και λύνουμε προβλήματα (π.χ. δίνοντας έμφαση στη λεπτομέρεια, με αισιοδοξία, αναπτύσσοντας στρατηγική σκέψη κ.ά.).

Αν και δεν υπάρχει ένας συγκεκριμένος αριθμός «τορ δυνατών σημείων» που έχουν οι άνθρωποι, ούτε ένας συγκεκριμένος αριθμός δυνατών σημείων, στα οποία θα πρέπει να εστιάζουμε την προσοχή μας, κατ' απόλυτο τρόπο, κάθε συγκεκριμένη επαγγελματική δραστηριότητα, πέρα από τις κατάλληλες γνώσεις, δεξιότητες και στάσεις με τις οποίες συνδέεται, υλοποιείται με ακόμη μεγαλύτερη επιτυχία, αλλά και ευχάριστη διάθεση, εάν το άτομο ή η ομάδα των ανθρώπων που την αναλαμβάνουν, χρησιμοποιούν ή και συνδυάζουν κατά την εκτέλεση της, αποτελεσματικά, ένα ή περισσότερα από τα δυνατά τους σημεία.

Σύμφωνα με την ερευνητική βιβλιογραφία, οι εργαζόμενοι που αναγνωρίζουν και χρησιμοποιούν τα δυνατά τους σημεία εκφράζουν μεγαλύτερη ικανοποίηση, αίσθηση νοήματος και δέσμευση απέναντι στην εργασία τους, αλλά και γενικότερη ικανοποίηση από τη ζωή τους. Ειδικότερα, η χρήση συγκεκριμένων δυνατών σημείων συμβάλλουν θετικά στο αίσθημα ικανοποίησης που αντλεί ο εργαζόμενος από τη δουλειά του, στην εκδήλωση υγιούς και αισιόδοξης εργασιακής συμπεριφοράς, σε αυξημένο αίσθημα ενεργητικότητας και στην ενίσχυση της αυτοεκτίμησης των εργαζομένων. Εξάλλου, διάφορες ερευνητικές μελέτες, έχουν υποστηρίξει ότι η ανάπτυξη των δυνατών σημείων των εργαζομένων δεν είναι ωφέλιμη μόνο για τους εργαζομένους, αλλά και για τις επιχειρήσεις. Συνδέεται με αύξηση της κερδοφορίας, ενίσχυση της δέσμευσης των εργαζομένων απέναντι στην επιχείρηση, ενίσχυση της παραγωγικότητάς τους, αύξηση των πωλήσεων, ενώ συνδέεται και με τη μείωση της διαρροής των εργαζομένων από την εκάστοτε επιχείρηση.

Ειδικά για τον τομέα της δημοσιογραφίας, η παραμονή στο επάγγελμα και η πλήρης εργασιακή αξιοποίηση φαίνεται να εξαρτάται πλέον όχι μόνο από τα κλασσικά χαρακτηριστικά που αναμένεται να διακρίνουν ένα δημοσιογράφο, όπως η κριτική σκέψη, η έμφαση στη λεπτομέρεια, η επιμονή στην αναζήτηση της αλήθειας, το ενδιαφέρον για τους αναγνώστες/ακροατές, η ικανότητα αφήγησης και η εργασιακή ηθική, αλλά και από χαρακτηριστικά όπως η περιέργεια για τις νέες τεχνολογίες, η αγάπη για τη μάθηση και ο ενθουσιασμός, που μπορούν να τους βοηθήσουν να προσεγγίσουν τις νέες πλατφόρμες παραγωγής και τα σύγχρονα τεχνολογικά εργαλεία επικοινωνίας με ανοιχτό μυαλό και θετική διάθεση.

\* Το μοντέλο STARS® έχει αναπτυχθεί στη βάση state of the art επιστημονικών ερευνών για την ανθρώπινη δυνατότητα και εξέλιξη, τα ταλέντα και τα δυνατά σημεία, τη θετική αξιολόγηση και τον οραματισμό, τη στοχοθέτηση και το σχεδιασμό ενεργειών, καθώς και την αξιολόγηση της επιτυχίας και το οποίο ολοκληρώνεται μέσα από πέντε προσδιορισμένες, αλληλοσυνδεδεμένες και διαδραστικές φάσεις (Strengths awareness and spotting, trial and success, appreciative self-talk and visualization, roadmap forward, και success yourself), οι οποίες συμπληρώνονται από μια δυναμική «χρητογράφηση» επίγνωσης (Reality Check).

«Η θετική πλευρά είναι ότι οι δημοσιογράφοι μπορούν να έχουν τα δικά τους ΜΜΕ, να κάνουν περισσότερα πράγματα, να δικτυωθούν με περισσότερους ανθρώπους και να έχουν στενότερη επαφή με τους αναγνώστες ή τους θεατές. Από την άλλη πλευρά, η ίδια η εξέλιξη αυτή, σε μεγάλο βαθμό, κάτι το οποίο βλέπουμε πολύ συχνά, πηγαίνει πέρα από την ίδια τη δημοσιογραφία. Βλέπουμε ότι τα νέα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν δώσει σε όλους την ευκαιρία να δημιουργήσουν τα δικά τους μέσα ενημέρωσης».

Κώστας Γιαννακίδης, Key Administrator, Protagon.gr, Μάρτιος 2013

«Μέχρι τώρα, τα Νέα Μέσα Ενημέρωσης είναι ένα σημαντικό εργαλείο για τη διάδοση, όπως και για τα μέσα ενημέρωσης των πολιτών μέσω, Facebook, ιστοσελίδων κ.λπ. Επίσης, τα Νέα Μέσα Ενημέρωσης είναι σημαντικά, λόγω των γρήγορων δυνατοτήτων σύνδεσης και ακόμη περισσότερο λόγω του ότι είναι πραγματικά σε θέση να ξεκινήσουν διαφημιστικές καμπάνιες και εκστρατείες τύπου. Όταν σκεφτόμαστε περί ραδιοφωνικών εκπομπών, σκεφτόμαστε επίσης και το Facebook και άλλες ιστοσελίδες, καθώς αυτά τα εργαλεία ενημέρωσης ενδυναμώνουν το ένα το άλλο».

Georg May, Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου // Federal Association for Citizen and Education media & Manager // radio "leine hertz 106.5", Μάρτιος 2013

«Σε γενικές γραμμές υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον στον τομέα του Διαδικτύου. Είναι ταχέως αναπτυσσόμενος. Μπορούμε να πούμε ότι το Διαδίκτυο δεν είναι πλέον ένα μέρος διάσκέδασης, αλλά μάλλον ένα εργαλείο για πληροφόρηση και εργασία ταυτόχρονα. Με άλλα λόγια, δημιουργεί θέσεις εργασίας».

Δημήτρης Δημητρίου, Director // cyprusnews.eu, Μάρτιος 2013

«Για τους δημοσιογράφους, τα νέα μέσα ενημέρωσης έγιναν δημοφιλή, διότι από τη μία πλευρά οι δυνατότητες διάδοσης βελτιώθηκαν, και από την άλλη, οι δημοσιογράφοι έχουν περισσότερες δυνατότητες να εκφραστούν ελεύθερα».

Christian Stadali, Communication Consultant, Μάρτιος 2013

«Γιατί είναι τα Νέα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης τόσο δημοφιλή; Επειδή είναι κάτι που κάθε άτομο μπορεί να χειριστεί και η χρήση τους έχει περάσει από μια μονόπλευρη επικοινωνία σε μια διμερή διασάυρωση. Ο καθένας είναι σε θέση να παράγει κάτι προς τα έξω σε υψηλή ποιότητα με λίγη τεχνογνωσία. Οι τρόποι επικοινωνίας που υπάρχουν είναι αρκετά χρήσιμοι για εμάς, δεδομένου ότι καταστούν την αλληλεπίδραση όσο το δυνατόν πιο γρήγορη».

Jürgen Lauffer, Media Education and Communication Culture, Μάρτιος 2013

«Οι δημοσιογράφοι στη Θεσσαλονίκη βιώνουν στον μέγιστο βαθμό τα προβλήματα που προκαλεί η εξίσωση Κρίση+Έλλειψη Επενδύσεων ΜΜΕ + Απαξίωση Παραδοσιακών ΜΜΕ + Διάλυση της ΕΡΤ».

Για όλα τα προαναφερόμενα, είτε ως γεγονότα είτε ως αιτίες που οδήγησαν στην σημερινή δραματική κατάσταση για τον χώρο της δημοσιογραφίας και των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας γενικότερα, πολλά έχουν γραφεί και πολύ περισσότερα έχουν ειπωθεί σε συνελεύσεις εργαζομένων, ημερίδες και συνέδρια.

Ασχετως όμως της άποψης που έχει καθένας από εμάς και χωρίς να εγκαταλείψουμε διεκδικητικούς αγώνες και κριτικές θέσεις, οφείλουμε να δούμε πώς θα προσαρμοστούμε στα νέα δεδομένα, πώς θα μετατρέψουμε την κρίση σε ευκαιρία. Για την δημοσιογραφία και τους δημοσιογράφους ο προνομιακός χώρος δραστηριοποίησης και ανάπτυξής της είναι το διαδίκτυο. Ίσως όχι μόνο αυτό, αλλά κυρίως αυτό.

Το διαδίκτυο, εξ ορισμού καινοτόμο, προσφέρει ευκαιρίες, ανοίγει δρόμους, έχει αλλάξει έτσι κι αλλιώς τους παραδοσιακούς τρόπους ενημέρωσης αλλά και επικοινωνίας. Αυτή ακριβώς τη διασύνδεση καινοτομίας και δημοσιογραφίας στον κυβερνοχώρο θα διερευνήσουμε συζητώντας στην ημερίδα Καινοτομία στην Πράξη που διοργανώνει η ΕΣΗΕΜ-Θ στο πλαίσιο του προγράμματος Media Hackers».

Χρήστος Καψάλης, eklogika.gr, Νοέμβριος 2014

## Σκέψεις και απόψεις από τους ανθρώπους του χώρου

«Η δημοσιογραφία σήμερα πρέπει να περάσει σε μία νέα τάξη πραγμάτων. Αυτή της Δημιουργίας της είδησης. Να μην κυνηγάμε μόνο την είδηση αλλά και να την δημιουργούμε μέσα από τα νέα «μέσα - εργαλεία της τεχνολογίας» αλλά και από την εμπειρία που έχουμε αποκτήσει. Πρέπει να συνδέσουμε την δημοσιογραφία με την κοινωνία, την επιχειρηματικότητα και την επιστήμη. Οι προκλήσεις είναι πάρα πολλές και ο ανταγωνισμός μεγάλος. Αυτό που θα μας κάνει να ξεχωρίσουμε και εντέλει να επιβιώσουμε, είναι να δημιουργήσουμε νέες ανάγκες και νέα δημοσιογραφικά προϊόντα με στόχευση την εξειδίκευση. Αυτό κάνει το μοναδικό διαδικτυακό κανάλι για την καινοτομία και την ανάπτυξη το [www.ka-business.gr](http://www.ka-business.gr) μέσα από τις δράσεις που έχει αναπτύξει. Ειδικότερα στην έντυπη έκδοσή του, το περιοδικό «ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ», αλλά και τα πολύ-συνέδρια «ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ» που διοργανώνει σε Ελλάδα και Εξωτερικό. Έχει δημιουργήσει ένα δικό του think tank αποτελούμενο από επιχειρηματίες, βιομηχάνους, παραγωγούς, ακαδημαϊκούς, ερευνητές, πολιτικούς, φορείς οικονομικής κατεύθυνσης και δημοσιογράφους».

Ραλλιώ Λεπίδου, [ka-business.gr](http://ka-business.gr), Νοέμβριος 2014

«Το τοπίο των ΜΜΕ σήμερα διαμορφώνεται σε ένα πλαίσιο κρίσης οικονομικής αλλά και προϋπάρχουσας κρίσης των παραδοσιακών μορφών επικοινωνίας και έκφρασης των ΜΜΕ. Στο νέο περιβάλλον, τόσο η δημοσιογραφία όσο και η επιχειρηματικότητα δεν έχουν προσαρμοστεί με ορθόδοξο τρόπο. Αυτό μαρτυρείται από την παντελή απουσία θεσμικής θωράκισης για τους επαγγελματίες δημοσιογράφους αλλά και για την επιχειρηματικότητα που αναπτύσσεται.

Αποτέλεσμα αυτής της κατάστασης είναι το διαδίκτυο, που αποτελεί την κύρια έκφραση της Νέας ή Μετά-Δημοσιογραφίας, να κυριαρχείται από χαμηλή ποιοτική στάθμη δημόσιου λόγου και ενημέρωσης, λαϊκισμό και, συχνά κιτρινισμό ενώ η επιχειρηματικότητα δεν απολαμβάνει τα ανταλλάγματα αυτής της μεγάλης διάδοσης και επισκεψιμότητας και χρησιμοποιείται συχνά ως πάρεργο των συμβατικών μορφών Ενημέρωσης, αλλά σε σχήμα "ευέλικτο" και "όχημα" φορολογικών ελαφρύνσεων για τους μεγάλους ομίλους. Αυτό εξηγείται από τη θεσμική και επιχειρηματική υστέρηση της χώρας, την κρίση αξιών αλλά και την αδυναμία της Ελληνικής Δημοσιογραφίας, κατά τα χρόνια της ομαλότητας, να διαμορφώσει ένα ικανό αξιακό και γνωσιακό πλαίσιο ως θεσμικό οχυρό. Οι νησίδες αξιολογής και αξιόπιστης ενημέρωσης και έρευνας είναι υπαρκτές αποτελούν την ελπίδα για την ποιοτική επάνοδο της δημοσιογραφίας στην ελληνική κοινωνία».

Γιάννης Σιδηρόπουλος, [xanthipress.gr](http://xanthipress.gr), Νοέμβριος 2014

«Τα τελευταία χρόνια, η εκπαίδευση στα ψηφιακά μέσα έχει συμπεριληφθεί στα περισσότερα προγράμματα δημοσιογραφικών σπουδών στην Ευρώπη. Ο βαθμός, όμως, στον οποίο έχουν ενσωματώσει τα προγράμματα αυτά τις σημαντικές καινοτομίες στον τομέα της δημοσιογραφικής πρακτικής, είναι πολύ περιορισμένος, γεγονός που υποδηλώνει αδυναμία να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στις προκλήσεις και τις ευκαιρίες της ψηφιακής εποχής».

Γρηγόρης Πασχαλίδης Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ // ΑΠΘ, Νοέμβριος 2014



ψηφιακές  
δεξιότητες  
για δημοσιογράφους



## Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών

Το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών ιδρύθηκε το 1951 και από τότε έχει μια μακρόχρονη πορεία ιστορικής συμβολής στην προώθηση της εκπαίδευσης, των επιστημών, της τέχνης, της γλώσσας και του Ελληνικού πολιτισμού.

Το ΙΚΥ, ως Εθνικός Φορέας Υποτροφιών, στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων του, σχεδιάζει και υλοποιεί ετησίως τριάντα προγράμματα υποτροφιών στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Οι δικαιούχοι αυτών των υποτροφιών είναι Έλληνες, ομογενείς και αλλοδαποί, από μαθητές και ερευνητές έως επιστήμονες και καλλιτέχνες οι οποίοι επιθυμούν να αποκτήσουν περαιτέρω εφόδια στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό και να διακριθούν στον ακαδημαϊκό και επαγγελματικό στίβο. Στα εξήντα τρία χρόνια παρουσίας του ΙΚΥ, δεκάδες χιλιάδες υπότροφοι χρηματοδοτήθηκαν για την εκπαίδευση και τις σπουδές τους. Το ΙΚΥ, για πάνω από εικοσιπέντε χρόνια (από το 1987), έχει την ευθύνη της διαχείρισης, υλοποίησης και διάδοσης των Ευρωπαϊκών Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων. Το ΙΚΥ είναι Εθνική Μονάδα διαχείρισης του προγράμματος Erasmus+ για τους τομείς της Εκπαίδευσης και Κατάρτισης.

Το ΙΚΥ παραμένει ένας σημαντικός θεσμός για τη διαμόρφωση ερευνητικών συνεργασιών που συμβάλλουν στην πρόοδο και την ανάπτυξη της χώρας και στη διαμόρφωση εκπαιδευτικής πολιτικής. Συμπράττει με Ευρωπαϊκούς Οργανισμούς (Academic Cooperation Association - ACA, Deutscher Akademischer Austauschdienst-DAAD, European Space Agency-ESA, European Organization for Nuclear Research-CERN) με στόχο την από κοινού ανάπτυξη προγραμμάτων ενίσχυσης της ερευνητικής κινητικότητας, αλλά και πολιτικών στον τομέα της διεθνούς ακαδημαϊκής συνεργασίας.

Το ΙΚΥ τον τελευταίο χρόνο έχει εισέλθει σε μια περίοδο αναδιάρθρωσης και διεύρυνσης του ορίζοντά του. Το επόμενο διάστημα αναμένεται να τεθεί σε ισχύ από το ΙΚΥ και το Υπουργείο Εργασίας το νέο πρόγραμμα για πρόσληψη αριστούχων Ιδρυμάτων Ανώτατης Εκπαίδευσης. Το πρόγραμμα είναι παρόμοιο με το πρόγραμμα 2+2 που βρίσκεται σε εξέλιξη αυτό το διάστημα από το ΙΚΥ και την Εθνική Τράπεζα.

Πιο συγκεκριμένα, θα χορηγηθούν υποτροφίες 2 ετών για μεταπτυχιακό στην Ελλάδα σε 300 αριστούχους και στη συνέχεια, στο πλαίσιο προγραμματικής συμφωνίας με το ΙΚΥ, οι υπότροφοι θα προσλαμβάνονται από επιχειρήσεις με καθεστώς πλήρους απασχόλησης για 2 επιπλέον χρόνια. Με αυτόν τον τρόπο το ΙΚΥ συνεισφέρει άμεσα και πρακτικά στο μεγαλύτερο πρόβλημα της χώρας μας, την καταπολέμηση της ανεργίας των νέων.

Τέλος, το ΙΚΥ αναδεικνύεται ως ένας από τους σημαντικότερους θεσμούς που υποστηρίζουν τη γνώση, τη δημιουργικότητα και την καινοτομία δημιουργώντας επιλογές και ευκαιρίες για τους νέους ανθρώπους. Εγκαινιάζοντας νέες μορφές επικοινωνίας ανοίγουμε διάλογο με τους νέους με στόχο την όσο το δυνατόν αμεσότερη διάχυση των πληροφοριών σχετικά με τις νέες δυνατότητες που προσφέρει το Ίδρυμα. Το ΙΚΥ διατηρεί λογαριασμό στο Facebook, το LinkedIn, το Twitter και στο YouTube. Ακόμα έχουμε δημιουργήσει ένα Alumni Group για άτομα τα οποία έχουν επωφεληθεί από το ΙΚΥ είτε μέσω προπτυχιακών, μεταπτυχιακών, μεταδιδακτορικών και άλλων υποτροφιών, είτε μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων (Erasmus, Leonardo da Vinci, Comenius, Grundtvig, European Language Label κτλ).



## Ειδικό Αφιέρωμα Η Ελλάδα γιορτάζει την Παγκόσμια Ημέρα Γυναικείας Επιχειρηματικότητας (WED)!

Η Ελλάδα συμμετείχε με μια δυναμική σειρά από καινοτόμες δραστηριότητες που εμπνέουν, ενδυναμώνουν και υποστηρίζουν τις γυναίκες επιχειρηματίες, στην παγκοσμίως 'πρώτη' **Ημέρα Γυναικείας Επιχειρηματικότητας**. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη παγκόσμια γιορτή για τις γυναίκες που καινοτομούν, δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας, ξεκινούν start-up επιχειρήσεις που κάνουν τις ιδέες πραγματικότητα, και συμβάλλουν στην προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης και της ανθρώπινης ευημερίας σε **144 χώρες**.

Η Ημέρα Γυναικείας Επιχειρηματικότητας (WED) εορτάστηκε στα Ηνωμένα Έθνη, στη Νέα Υόρκη, σε συνεργασία με την Παγκόσμια Εβδομάδα Επιχειρηματικότητας (GEW) και το Υπουργείο Εξωτερικών των ΗΠΑ στις 19 Νοεμβρίου 2014. Η Ελλάδα οργάνωσε τη δική της εκδήλωση WED (19 Νοεμβρίου), η οποία ήταν ένα μίγμα εορτασμού και μοναδικής ευκαιρίας μάθησης μέσω του μοντέλου ανταλλαγής γνώσεων "Knowledge Shots<sup>™</sup>" (το οποίο αναπτύχθηκε από τη Μίλητο Συμβουλευτική Α.Ε.). Τα Knowledge Shots<sup>™</sup> είναι ένα άνευ προηγουμένου ράλι ιδεών, ένα νέο, τολμηρό μοντέλο με συναρπαστική αμεσότητα και ασύγκριτη γοητεία.

**Εξέχουσες προσωπικότητες** συμμετείχαν ως κεντρικοί ομιλητές, εκπροσωπώντας την κυβέρνηση, τις επιχειρήσεις, τα πανεπιστήμια και τα μέσα ενημέρωσης, μεταξύ των οποίων η κα Βάσω Κόλλια (Γενική Γραμματέας Ισότητας των Φύλων, Υπουργείο Εσωτερικών), η κα Κατερίνα Σαββαΐδου (Γενική Γραμματέας Δημοσίων Εσόδων, Υπουργείο Οικονομικών), η κα Μαρία Μπακοδήμου (Δημοσιογράφος & τηλεπαρουσιάστρια) και η κα Μιλαίδη Στούμπου (Microsoft Hellas).

Επιπλέον, η ελληνική ομάδα έχει δημιουργήσει το WED Videoland όπου θα αναρτηθεί ένας «κόσμος» από βίντεο που θα προσφέρουν πρακτικές γνώσεις στις γυναίκες επιχειρηματίες από όλη την Ελλάδα και θα εμπνέουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση! Διακεκριμένες προσωπικότητες συμμετείχαν και κατέγραψαν βίντεο στέλνοντας μηνύματα ενθάρρυνσης σε όλες τις γυναίκες επιχειρηματίες και επίδοξες επιχειρηματίες. Ταυτόχρονα, καλούνται γυναίκες ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, από όλη την Ελλάδα, να στείλουν τα δικά τους βίντεο όπου θα παρουσιάζουν τις επιχειρήσεις τους, τονίζοντας αυτό που τις κάνει διαφορετικές. Όλα τα βίντεο θα αναρτηθούν στη σελίδα **wedvideoland.militos.org**.

Η Ημέρα Γυναικείας Επιχειρηματικότητας σηματοδοτεί επίσης το εναρκτήριο λάκτισμα μιας πρωτοβουλίας Παγκόσμιων Πρέσβων με κορυφαία κολλέγια και πανεπιστήμια από όλο τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένων των πανεπιστημίων του Stanford, Duke, Pennsylvania, Harvard, Babson και Oxford, καθώς και μιας παγκόσμιας ομάδας Πρέσβων από τη Ρουάντα ως τη Μιανμάρ με στόχο να ενεργοποιήσουν τις κοινωνίες τους για συμμετοχή στο κίνημα WED. Η Ελληνίδα Πρέσβειρα της Ημέρας Γυναικείας Επιχειρηματικότητας είναι η Όλγα Σταυροπούλου, μία ενεργή επιχειρηματίς, που κατά τα τελευταία χρόνια έχει προωθήσει δυναμικά την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και είναι ευρέως αναγνωρισμένη από πολλούς ανθρώπους, κυρίως γυναίκες, που αναζητούν συμβουλές, καθοδήγηση και ενθάρρυνση.

Το βασικό σύνθημα της ελληνικής εκστρατείας είναι **«Είμαστε ΟΛΕΣ Πρέσβειρες της Επιχειρηματικότητας»** τονίζοντας τη σημασία που παίζουν σε αυτήν την κοινή προσπάθεια για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας όλοι οι επιχειρηματίες, γυναίκες και άνδρες, **με ειδικότερη έμφαση στο ρόλο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, ως πολλαπλασιαστές και διαμορφωτές κοινής γνώμης**.

<http://www.mediahackers.eu>

[www.facebook.com/mediahackers](http://www.facebook.com/mediahackers)

[www.twitter.com/MediaHackersEU](http://www.twitter.com/MediaHackersEU)



# Let's **hack** into digital media

Isn't about time you become a 'media hacker'?



Innovative Training

Cross Media

Web TV

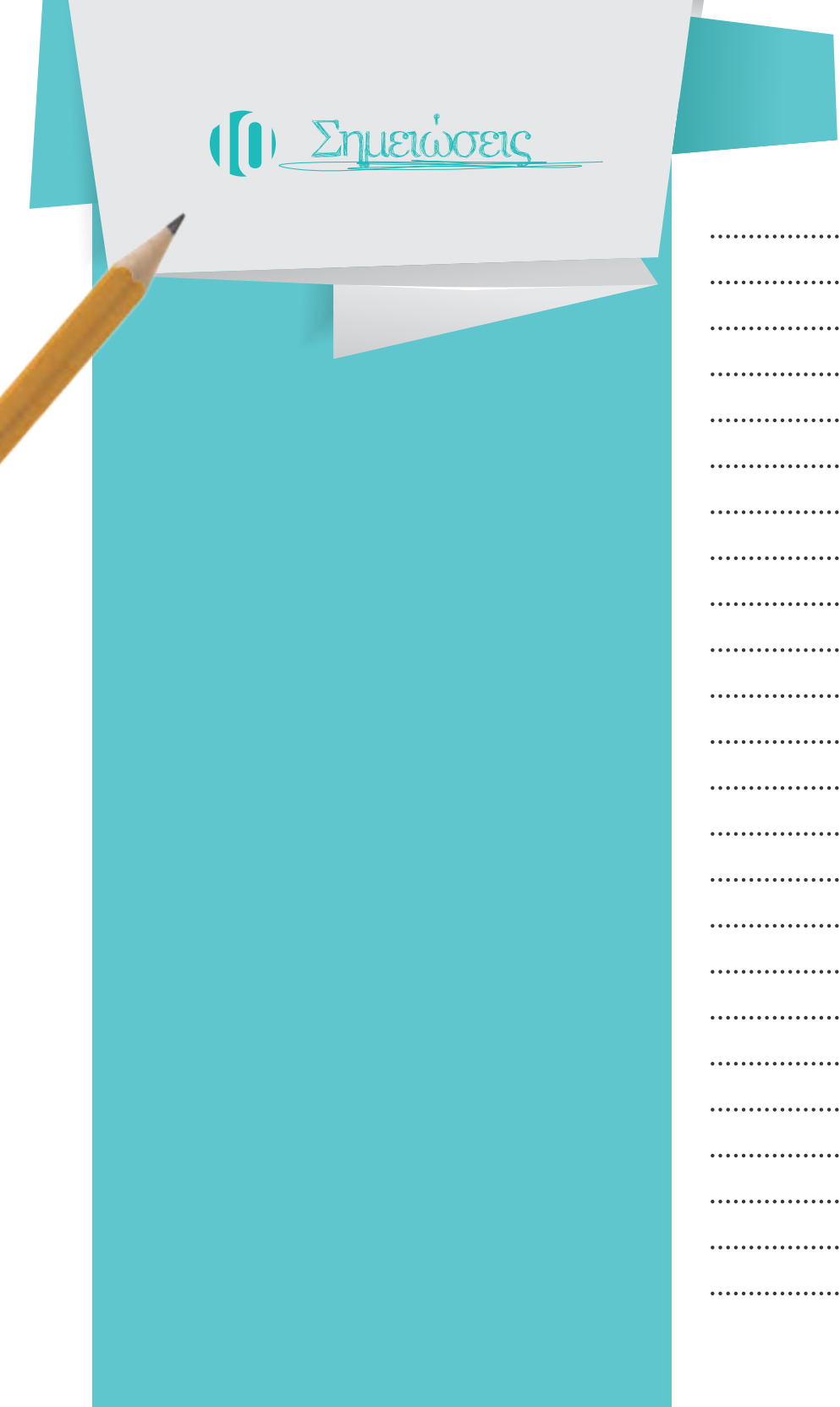
Cloud Applications

Podcasting

partners



This project has been funded with support from the European Commission.







[www.mediahackers.eu](http://www.mediahackers.eu)  
[www.training.mediahackers.eu](http://www.training.mediahackers.eu)