

Πως πωλείται η πληροφορία;

Κάθε φορά που συζητάμε για τα νέα Μέσα και την δημοσιογραφία φοβάμαι ότι ανακυκλώνουμε το παράδοξο. Κατ' αρχήν ενώ μιλάμε για την νέα εποχή, στην οποία όλα αλλάζουν, εμείς για το μόνο που προβληματιζόμαστε είναι για το πως θα αναπαράγουμε το παλιό μοντέλο στα νέα μέσα. Αναρωτιόμαστε πως θα κερδίζουν οι επιχειρήσεις και πως θα πληρώνονται οι δημοσιογράφοι σε μια εποχή που υπάρχει τόση δωρεάν πληροφορία.

Νομίζω ότι πρέπει να ανιχνεύσουμε τα πάντα από την αρχή. Να δούμε κατ' αρχήν που βρισκόμαστε. Να ξεχάσουμε ότι ξέρουμε και να ξαναδούμε τα βασικά ζητήματα.

Το πρώτο που πρέπει να παρατηρήσουμε είναι ότι με τις νέες τεχνολογίες η προσφορά πληροφορίας ανά άτομο τείνει να γίνει άπειρη, ενώ η ζήτηση είναι συγκεκριμένη. Το μέγιστο του χρόνου που μπορεί ένα άτομο να αφιερώσει είναι 24 ώρες. Με άπειρη προσφορά και συγκεκριμένη ζήτηση η τιμή τείνει να γίνει μηδέν.

Το δεύτερο που πρέπει να παρατηρήσουμε είναι ότι, σε αντίθεση με τα υλικά προϊόντα, δεν μπορούμε να ξέρουμε την αξία μιας πληροφορίας πριν την καταναλώσουμε. Αν μιλήσουμε για αγοραπωλησία της πληροφορίας, αυτή γίνεται στα τυφλά. Αν κάποιος σας πει ότι έχω μια καλή πληροφορία για τον Μανδραβέλη και θέλω 1.000 ευρώ για να την δώσω, ο πιθανός αγοραστής δεν ξέρει α) αν η πληροφορία είναι καλή και αξίζει τα λεφτά της β) αν είναι άχρηστη, με την έννοια ότι μπορεί να την ξέρει, γ) αν είναι έγκυρη. Υπό την έννοια αυτή είναι πολύ δύσκολο να αποτιμηθεί η πληροφορία πριν την κατανάλωσή της, και για να αποτιμηθεί πρέπει να καταναλωθεί οπότε ξαναγυρίζουμε στο «β».

Τρίτον. Όταν ανταλλάσσουμε υλικά προϊόντα χάνουμε κάτι και κερδίζουμε κάτι άλλο. Δίνουμε το στιλό και παίρνω αυτό που θεωρώ ότι είναι ισάξιο ή αξίζει κάτι παραπάνω. Αλλά το στιλό το χάνω. Δίνοντας μια πληροφορία, δεν την χάνω, την διπλασιάζω. Κάτι που ήξερα μόνο εγώ, τώρα το ξέρει και κάποιος

άλλος. Η έννοια της αποζημίωσης δεν έχει νόημα, διότι εγώ δεν υφίσταμαι ζημία.

Το τέταρτο που πρέπει να αναρωτηθούμε είναι: πότε ακριβώς πουλούσαμε πληροφορία; Πόσοι από εσάς, που ήρθατε στην ημερίδα, πληρώσατε; Ας υποθέσουμε ότι ως δημοσιογράφοι βγάζετε ένα μεγάλο θέμα και αποκλειστικό. Το γράφετε στην εφημερίδα και το βράδυ πηγαίνετε σε ένα μπαρ να τα πιείτε. Θα μπορούσατε να πείτε στους συμπότες σας «Κοιτάξτε να δείτε: έχω ένα φοβερό αποκλειστικό θέμα. Δώστε από ένα ευρώ ο καθένας να σας το πω». Αλλά ας πάμε παραπέρα: πληρώθηκε ο Νεύτων, ο Αϊνστάιν, ο Πλάτων, ο Παστέρ και τόσοι άλλοι που παρήγαγαν πρώτης τάξεως πληροφορία; Αντιθέτως: όταν ρωτήθηκε ο εφευρέτης του εμβολίου κατά της πολυομελίτιδος Jonas Edward Salk, ποιος θα έχει στην ιδιοκτησία του το νέο φάρμακο, απάντησε: «θα έλεγα ο κόσμος. Δεν υπάρχει πατέντα. Μπορείς να πατεντάρεις τον ήλιο;»

Στην πραγματικότητα η πληροφορία σε ολόκληρη την ιστορία διανέμετο δωρεάν. Τον πρώτο καιρό, μάλιστα, οι συγγραφείς, οι επιστήμονες πλήρωναν από την τσέπη τους το χαρτί και τα ταχυδρομικά για να στέλνουν με επιστολές την πνευματική τους παραγωγή. Οι άνθρωποι θέλουν να μοιράζονται τις ιδέες τις σκέψεις, τις εμπειρίες που έχουν το αποτέλεσμα της πνευματικής τους δουλειάς. Νιώθουν καλά όταν το κάνουν. Ο Αρχιμήδης έτρεχε γυμνός στους δρόμους φωνάζοντας «Εύρηκα» όταν ανακάλυψε την Αρχή της Άνωσης και ήθελε να το πει παντού.

Με την εμφάνιση όμως της τυπογραφίας η διάχυση των πληροφοριών είχε κόστος. Κάποιος έπρεπε να πληρώνει το χαρτί και τα μελάνια για να αποκτήσει αυτό που παλιότερα άκουγε δωρεάν ως διήγηση, ως ωδή, ως θούριο. Έτσι αναπτύχθηκε αυτό που λέμε σήμερα «αγορά πληροφοριών» αλλά στην ουσία είχε περισσότερα χαρακτηριστικά από την αγορά των υλικών πραγμάτων, παρά των πληροφοριών. Μπορεί ένα βιβλίο, ένας δίσκος, μια ταινία να κυκλοφορεί σε χιλιάδες ή εκατομμύρια αντίτυπα, αλλά κάθε αντίτυπο είναι μοναδικό. Η ανταλλαγή έχει νόημα: ανταλλάσσεις το υλικό, που πάνω του τυχαίνει να έχει

αποτυπωμένη πληροφορία. Μπορεί να γίνει· δεν είναι άυλη πληροφορία που δεν υπάρχει τρόπος να την αποτιμήσεις.

Παράλληλα επιχειρήθηκε να βρεθεί τρόπος για να πληρώνονται οι δημιουργοί. Παλιότερα πληρωνόταν για τον χρόνο που κατανάλωναν αναπαράγοντας τα πνευματικά έργα. Ο Σεξπιρ δεν πληρωνόταν για τα έργα που έγραφε, πληρωνόταν άμα την και για την αναπαραγωγή τους. Ο Όμηρος (αν ήταν ένας και πραγματικός) πληρωνόταν κάθε φορά που απήγγειλε την Ιλιάδα ή την Οδύσσεια. Οι τροβαδούροι του Μεσαίωνα πληρωνόταν για να τραγουδούν τα δικά τους ή ξένα άσματα, όχι για να τα γράφουν.

Στην βιομηχανική εποχή γίνεται καταμερισμός. Άλλος γράφει, άλλος μοιράζει, κι άλλος εκτελεί ένα πνευματικό έργο. Τότε επιχειρείται να βρεθεί ένας τρόπος να πληρώνονται οι δημιουργοί. Οι πατέρες του αμερικανικού έθνους ξέρουν ότι δεν μπορεί να υπάρξει ιδιοκτησία και συνεπώς ανταλλαγή ιδεών με το χρήμα, αλλά βρίσκουν ένα έξυπνο τρόπο για να ξεπεράσουν την αντίφαση. Λένε ότι οι ιδέες δεν μπορούν να ιδιοκτησία, η έκφραση όμως των ιδεών μπορεί να κατοχυρωθεί δια νόμου για ένα μικρό χρονικό διάστημα. Πέρασαν στο Σύνταγμα το άρθρο 8 που έλεγε «Το Κογκρέσο θα έχει την εξουσία... να προωθήσει την πρόοδο της επιστήμης και των πρακτικών τεχνών, εξασφαλίζοντας, για περιορισμένο χρόνο, στους δημιουργούς και εφευρέτες τα αποκλειστικά δικαιώματα στα έργα και τις ανακαλύψεις τους». Η λογική που κυριάρχησε ήταν ότι μπορεί οι ιδέες να μην έχουν ιδιοκτησία, αλλά το κράτος μπορεί να προστατεύσει την έκφραση της ιδέας. Με άλλα λόγια καθένας μπορεί να γράψει ένα μυθιστόρημα για μια σχολή νεαρών μάγων, αρκεί να μην χρησιμοποιήσει τις ίδιες λέξεις, που χρησιμοποίησε η Τζ. Κ. Ρόουλινγκ.

Πάνω σ' αυτόν τον συμβιβασμό δημιουργήθηκε μια τεράστια «αγορά» πνευματικών προϊόντων, η οποία δούλεψε σχετικά καλά, επειδή ακριβώς η πληροφορία έπρεπε να συνοδεύεται από ένα υλικό μέσο. Φτιάχτηκαν επιχειρήσεις, προσελήφθησαν εργαζόμενοι, επενδύθηκαν κεφάλαια κ.λπ. Έτσι, όμως,

μπερδευτήκαμε: ενώ ανταλλάσσαμε υλικά αγαθά, νομίζαμε ότι πληρώνουμε για πληροφορία. Σήμερα μας φαίνεται ως το πιο φυσικό πράγμα του κόσμου να «πωλείται» η πληροφορία. Με τα ψηφιακά μέσα, όμως, και ειδικά με τα δίκτυα η πληροφορία ξεκολλά από το υλικό της Μέσο και ξαναγίνεται άυλη και μη εμπορεύσιμη. Έτσι συμβαίνει το εξής παράδοξο: ενώ μας φαίνεται πολύ φυσικό να υπάρχει «αγορά άυλης πληροφορίας», μας φαίνεται εντελώς αφύσικο να πληρώσουμε για να διαβάσουμε ένα άρθρο, ή να ακούσουμε ένα τραγούδι στο διαδίκτυο. Μας φαίνεται ανόητο να δώσουμε κάτι, για τίποτε.

Εδώ, λοιπόν, πρέπει να κάνουμε την εξής διαφοροποίηση. Ο καπιταλισμός είναι το πιο παραγωγικό σύστημα που βρέθηκε ποτέ για τα υλικά πράγματα. Η ιδιοκτησία είναι πολύ χρήσιμος θεσμός, γιατί χωρίς ιδιοκτησία θα συνεχίσαμε να σκοτωνόμαστε για την χρήση των μοναδικών υλικών πραγμάτων. Στον πνευματικό χώρο όμως ο σοσιαλισμός είναι πιο παραγωγικός. Όχι μόνο γιατί ισχύει το «ο καθένας σύμφωνα με τις δυνατότητές του, ο καθένας σύμφωνα με τις ανάγκες του», αλλά γιατί το μοίρασμα της πληροφορίας πολλαπλασιάζει την συνολική αξία σε μια κοινωνία. Αυτός που εφηύρε το άροτρο δεν πολλαπλασίασε μόνο την δική του παραγωγή, πολλαπλασίασε την παραγωγή όλων. Αν θέλουμε να μιλήσουμε με μαρξιστικούς όρους στο χώρο της πληροφορίας οι σχέσεις παραγωγής (ιδιοκτησία) έρχονται σε αντίθεση με τις παραγωγικές δυνάμεις (ψηφιακή τεχνολογία). Γι' αυτό κάθε προσπάθεια πάταξης της πειρατείας αποβαίνει μάταια. Όχι μόνο γιατί οι πειρατές είναι πιο έξυπνοι, αλλά επειδή όλο το σύστημα της «ιδιοκτησίας» γίνεται αντιπαραγωγικό. Φτάνεις να ξοδεύεις περισσότερο για να προστατεύσεις την ιδιοκτησία της πληροφορίας, από το να παράγεις νέα πληροφορία.

Πρέπει να αντιληφθούμε τις θεμελιακές αλλαγές που γίνονται στον χώρο της πληροφορίας, αν θέλουμε να προβλέψουμε τι θα γίνει στο χώρο της δημοσιογραφίας. Το σίγουρο είναι ότι δεν μπορούμε να βασίσουμε το μέλλον μας στο παλιό μοντέλο. Οι επιχειρήσεις που πωλούν πληροφορία σε υλικά μέσα θα βουλιάζουν. Αυτό, όμως, μπορεί να είναι ευκαιρία για τους

παραγωγούς της πληροφορίας. Μπορεί να φτιαχτεί ένα νέο μοντέλο, όπου η πληροφορία θα δίδεται δωρεάν και οι παραγωγοί της θα βγάζουν τα προς το ζειν πουλώντας υπηρεσίες πάνω στο προϊόν τους. Όταν ο Brian Ferry ρωτήθηκε τι κάνει για τις χώρες που έχουν μεγάλη πειρατεία στα τραγούδια του απάντησε: «πάω και δίνω συναυλίες. Για να υπάρχει μεγάλη πειρατεία, σημαίνει ότι υπάρχουν πολλοί θαυμαστές που θα πληρώσουν εισιτήριο για να με δούνε». Το ίδιο θα μπορούσαν να κάνουν και οι συγγραφείς: δίνουν δωρεάν το βιβλίο τους στο διαδίκτυο και πληρώνονται για τις διαλέξεις που κάνουν. ήδη υπάρχει αγορά ομιλητών.

Δεν νομίζω ότι υπάρχει κανείς που να ξέρει πως θα είναι το αύριο της δημοσιογραφίας. Το μόνο σίγουρο είναι πως θα είναι διαφορετικό. θα υπάρξουν πολλά υβρίδια νέας μορφής εργασίας και επιχειρηματικότητας. Στο μόνο πάντως που δεν θα μπορούμε να κάνουμε είναι να ζητάμε κάτι υλικό για την άυλη πληροφορία μας.

Ομιλία στην ημερίδα με θέμα «Νέα Μέσα, νέοι ρόλοι για τους δημοσιογράφους» που διοργάνωσε η Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης (ΕΣΗΕΜ-Θ). Θεσσαλονίκη 12 Νοεμβρίου 2009