

Το Μέλλον της Δημοσιογραφίας



ΕΥΓΕΝΙΑ ΣΙΑΠΕΡΑ
ESIAPER@JOUR.AUTH.GR

Ενότητες



- Οικονομική βιωσιμότητα
- Αλλαγές στη δημοσιογραφία:
 - Στις δομές
 - Στους ρόλους
- Κάποια συμπεράσματα

Τα Οικονομικά της (Έντυπης) Δημοσιογραφίας



- Έσοδα από πωλήσεις φύλλων μειωμένα
 - Κυκλοφορίες 2000
 - Κυκλοφορίες 2008
 - Κυκλοφορίες 2009
- Έσοδα από διαφημίσεις μειωμένα
- Αποτελέσματα;
 - Απολύσεις
 - Κλείσιμο εφημερίδων
 - Χαμηλό ηθικό

Κρίσιμα ερωτήματα



- Πού οφείλεται η οικονομική κρίση;
 - Στη γενικότερη οικονομική ύφεση
 - Στην άρνηση της (έντυπης) δημοσιογραφίας να προσαρμοστεί στις νέες μηντιακές συνθήκες =>
 - Στο διαδίκτυο
- Διαδίκτυο
 - Καταστρέφει αλλά και σώζει τη δημοσιογραφία => κρίση και ανανέωση χαρακτηριστικά της δημοσιογραφίας στο βαθμό που αποτελεί θεσμό της νεωτερικότητας (creative destruction, Schumpeter, 1949)

Οικονομική Βιωσιμότητα

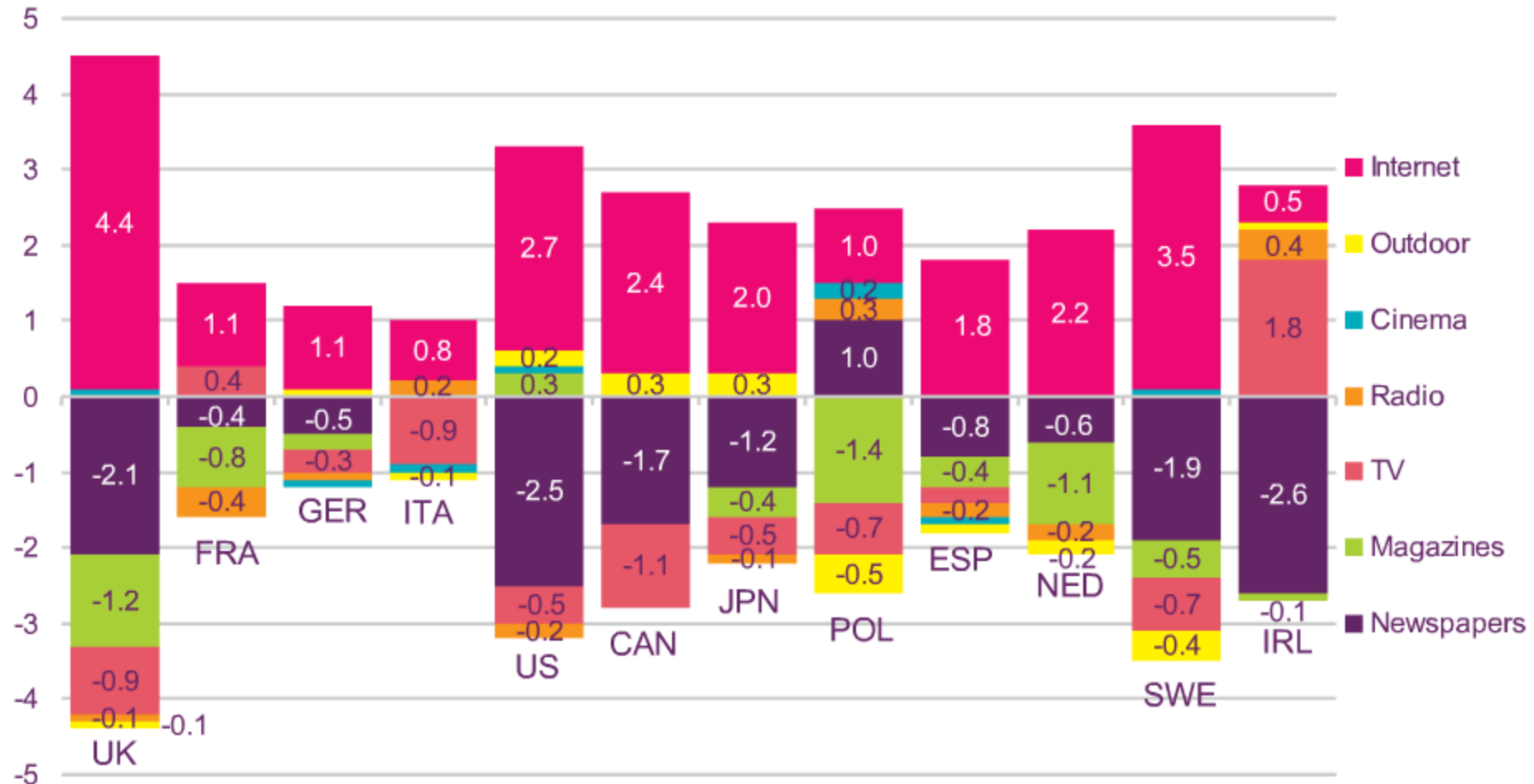


- 14 οικονομικά μοντέλα για τη διαδικτυακή δημοσιογραφία
 - Έσοδα από [διαφημίσεις](#)
 - Έσοδα από δωρεές (π.χ. www.spot.us ή www.propublica.org)
 - Έσοδα από παράλληλες δραστηριότητες (π.χ. αγγελίες ή άλλες υπηρεσίες)
 - Pay walls (π.χ. www.ft.com ή www.wsj.com)
 - Niche δημοσιογραφία (π.χ. www.paidcontent.com)
- Υπάρχει η δυνατότητα εσόδων αλλά...

Figure 1.6

Change in market shares of advertising segments, 2006-2007

Change in share of total advertising spend (percentage points)



Source: World Advertising Trends 2008, published by the World Advertising Research Center

Αλλαγές στις δομές



- Κλασική δομή της δημοσιογραφίας:
 - Δημοσιογράφος=>περιεχόμενο=>αναγνώστες [source => message =>receiver, Shannon & Weaver, 1948]
- Τι γίνεται με την παραγωγή, τα περιεχόμενα και την κατανάλωση των ειδήσεων στην εποχή του διαδικτύου (και του Web 2.0);

Τάσεις στην Παραγωγή



- Σύγκλιση: συνδυασμός τεχνολογίας, τεχνικής, προϊόντων, και μορφών των διαφορετικών τύπων δημοσιογραφίας (έντυπη, τηλεοπτική, ραδιοφωνική και online, Singer, 2004).
 - Σύγκλιση στα [newsrooms](#)
 - Σύγκλιση στις [δημοσιογραφικές πρακτικές](#)
 - Η άνοδος του multimedia δημοσιογράφου



Daily Telegraph, 2007, source: Flickr

Τάσεις στα Περιεχόμενα



- User generated contents
 - Συμμετοχή
 - ✦ Απόλυτη (συμμετοχική δημοσιογραφία, π.χ. www.TVXS.gr)
 - ✦ Εκτενής (π.χ. uploading κείμενα ή φωτογραφίες, crowdsourcing)
 - ✦ Περιορισμένη (π.χ. μόνο σχόλια)
- Άλλες τάσεις:
 - Ενσωμάτωση SNS (π.χ. Facebook, twitter, digg.it κλπ)
 - Προσωποποιημένα και μικρά κείμενα (twitter, 140 chrs.)
 - Μείξη δημοσιογραφικού με διαφημιστικό περιεχόμενο (advertorials)
 - Story ranking (επικοινωνία χρήστη-με-χρήστες)

Τάσεις στην Κατανάλωση



- Χρήση αντι για κατανάλωση:
 - Ενεργής ενασχόληση με τις ειδήσεις
 - Προτίμηση σε UGC
 - Κοινό ηλιακικά νεαρό
- Τρόπος: πολλές φορές τη μέρα, grazing
- Αποτέλεσμα: έμφαση στην αμεσότητα, breaking news, ενημέρωση με τίτλους και soundbites

Συνολικά:

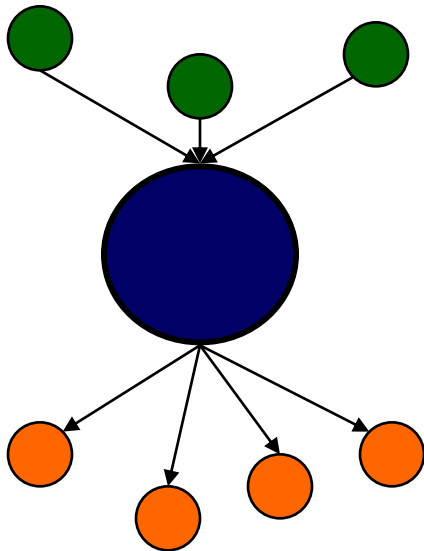
- Αλλάζει η ροή, καταλύονται παραδοσιακοί ρόλοι και όρια
- Παραγωγή ⇔ περιεχόμενα ⇔ χρήση-κατανάλωση-παραγωγή
- Η δημοσιογραφία είναι αναγκασμένη να λάβει υπόψη τις αλλαγές αυτές και να τις ενσωματώσει, αλλάζοντας ταυτόχρονα και η ίδια.
- Γενικά διαφαίνεται η τάση της μετατροπής της δημοσιογραφίας από παροχέα εξειδικευμένων πληροφοριών-υπηρεσιών σε διευκολυντή επικοινωνίας
- Απο-διαμεσολάβηση (disintermediation, Hall, 2001)
- 'Post-journalism' – Deuze, forthcoming

Αλλαγές



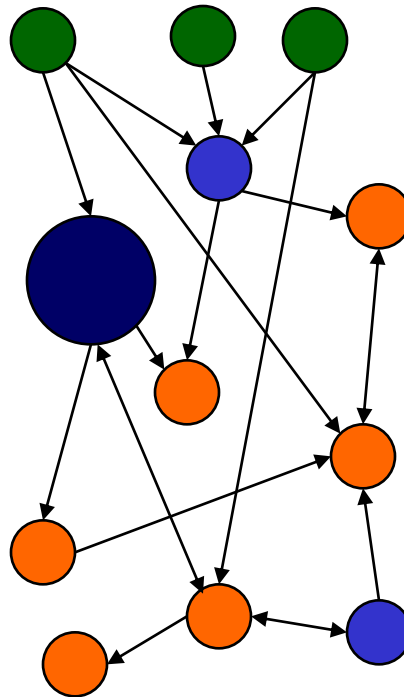
ΧΤΕΣ

Media 1.0



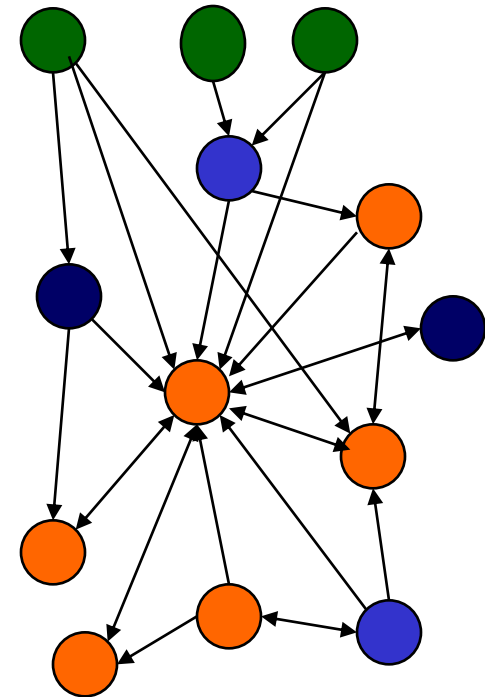
Σήμερα

Media 2.0



Αύριο

Media 3.0



- Παραδοσιακά Μέσα
- Διαφημιστές
- Καταναλωτές
- Νέα Μέσα

Κοινωνικο-Πολιτικός Ρόλος της Δημοσιογραφίας



- Ρόλοι της δημοσιογραφίας:
 - “Όργανο” της δημόσιας σφαίρας (Habermas αλλά και Schudson, 2008)
 - ✦ Να παρέχει αξιόπιστες πληροφορίες για να διαμορφωθεί μια βάσιμη κοινή γνώμη
 - ✦ Να ελέγχει την εξουσία (ερευνητική δημοσιογραφία)
 - ✦ Να παρέχει πλατφόρμα για τη συμμετοχή του κοινού
 - ✦ Να παρέχει ανάλυση
 - ✦ Να οδηγεί στην κινητοποίηση της κοινής γνώμης (και ενίοτε και του κοινού)
- Υπάρχει ακόμα η ανάγκη για αυτούς τους ρόλους;
 - Στο βαθμό που το πολίτευμα είναι ακόμα αντιπροσωπευόμενη δημοκρατία μάλλον ναι
 - Αν ναι, υπάρχει τίποτε από αυτά που δεν δύναται να κάνει η διαδικτυακή δημοσιογραφία (σε όλες τις μορφές της);
 - Αν δεχτούμε όμως ότι βρισκόμαστε σε μεταιχμιακή εποχή [μετάβαση από εθνη-κράτη σε παγκοσμιοποιημένη κοινωνία δικτύων (Castells, 2004)] τότε οι ρόλοι πιθανόν να αλλάξουν...

Το μέλλον...



- Η δημοσιογραφία αλλάζει ως μέρος μιας δυναμικής κοινωνίας – νοσταλγία μάλλον ακατάλληλη.
- Χρειάζεται να κατανοήσουμε το πως διαμορφώνεται ο ευρύτερος κοινωνικο-πολιτικός αλλά και τεχνο-οικονομικός ορίζοντας για να κατανοήσουμε το μέλλον της δημοσιογραφίας.
- Πιθανόν να χρειαστεί να επαναδιαπραγματευτεί τους ρόλους της σε έναν παγκοσμιοποιημένο, τεχνολογικά προηγμένο κόσμο που βασίζεται περισσότερο στα δίκτυα και ολόενα και λιγότερο στα κράτη.
- Επαγασδιαπραγμάτευση σε συνάρτηση με τις νέες ανάγκες που δημιουργούνται και με βάση τις 'αρετές' της (διαδικτυακής ή πολυμεσικής) δημοσιογραφίας
 - Διευκόλυνση (facilitation, mediation)
 - Αξιοπιστία
 - Αμεσότητα-ταχύτητα
 - Πρόσβαση σε πηγές πληροφοριών
 - Παροχή επικοινωνιακών υπηρεσιών με επίκεντρο τους χρήστες