



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ:
ΠΩΣ Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΑΛΛΑΖΟΥΝ ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΣΤΑ ΜΕΣΑ
ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ**

ΜΑΡΘΑ ΦΟΥΡΜΟΥΖΗ
Α.Μ.: 15830

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΚΟΥΤΡΑΣ, Αναπληρωτής Καθηγητής

ΠΑΤΡΑ 2021

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή

Πάτρα, Ημερομηνία

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. Αθανάσιος Κούτρας, Επιβλέπων
2. Χριστοδούλου Σωτήριος
3. Ασημακόπουλος Γεώργιος

Υπεύθυνη Δήλωση Φοιτητή

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τη συγκεκριμένη εργασία.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Τμήμα Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Υπολογιστών του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της φοιτήτριας Μάρθας Φουρμούζη που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας εκχωρεί στο Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιοδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα. Ο συγγραφέας διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Abstract	5
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:	13
Η δημοσιογραφία στην εποχή της δημοκρατίας. Σύντομο χρονικό από τον δέκατο έβδομο αιώνα έως τις μέρες μας	13
Η άνοδος της δημοσιογραφίας στην εποχή της δημοκρατίας και των εθνικισμών	13
Η δημοσιογραφία κατά το πρώτο μισό του εικοστού αιώνα	18
Η δημοσιογραφία στην εποχή της τηλεόρασης	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:	25
Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και οι νέες τεχνολογίες.....	25
Τα έντυπα μέσα	25
Τα οπτικοακουστικά μέσα	30
Τα ψηφιακά μέσα	34
Φόβοι και ανησυχίες: Μια έκθεση της Επιτροπής Πολιτισμού, Νεότητας, Παιδείας και Μέσων Μαζικής ενημέρωσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.....	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:	43
Τα blogs, τα κοινωνικά δίκτυα και ο νέος ρόλος του κοινού.....	43
Η εμφάνιση των blogs και η αντίδραση των μέσων μαζικής ενημέρωσης	43
Τα κοινωνικά δίκτυα	46
Ο νέος ρόλος του κοινού της ενημέρωσης	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:	54
Οι δημοσιογράφοι στην ψηφιακή εποχή. Μια νέα ταυτότητα;	54
Μια ήδη περίπλοκη επαγγελματική ταυτότητα	54
Η ταυτότητα των δημοσιογράφων στην εποχή του ίντερνετ	57
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	61
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	67

Abstract

Η παρούσα εργασία επιχειρεί να εξετάσει τη σχέση ανάμεσα στη δημοσιογραφία και τις νέες τεχνολογίες. Υιοθετώντας μια ιστορική προσέγγιση, που εκκινεί από την διάδοση της τυπογραφίας και φτάνει τη σύγχρονη εποχή, αυτή η εργασία έχει ως στόχο να εντάξει τη δημοσιογραφία σε ένα ευρύτερο οικονομικό, κοινωνικό και πολιτιστικό πλαίσιο. Γίνεται εκτεταμένη αναφορά στα διαφορετικά μέσα μαζικής ενημέρωσης και ιδιαίτερα στην εξέλιξή τους υπό την επίδραση της ψηφιακής τεχνολογίας. Αυτή η εργασία επιχειρεί επίσης να συζητήσει τη σχέση ανάμεσα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τον Τύπο, καθώς και τον νέο ρόλο του κοινού, έτσι όπως διαμορφώνεται κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Τέλος, γίνεται προσπάθεια να αναδειχθούν τα ιδιαίτερα στοιχεία που συνθέτουν την ταυτότητα του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και οι σημαντικές μεταβολές της κατά τα τελευταία χρόνια.

This thesis attempts to examine the relationship between journalism and new technologies. Adopting a historical approach, starting from the spread of typography and reaching the modern era, this work aims to integrate journalism into a broader economic, social and cultural context. Extensive reference is made to the different mass media and especially to their evolution under the influence of digital technology. This thesis also attempts to discuss the relationship between social media and the press, as well as the new role of the public in recent decades. Finally, an attempt is made to highlight the special characteristics that compose the identity of the journalistic profession and how it is changing in recent years.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η δημοσιογραφία είναι μια σχετικά πρόσφατη επαγγελματική δραστηριότητα, η οποία αναπτύχθηκε ιδιαίτερα κατά τον δέκατο ένατο και τον εικοστό αιώνα. Η ανάπτυξή της συνδέθηκε με την επικράτηση του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής, καθώς και με την άνοδο της δημοκρατίας και τη συγκρότηση των εθνών-κρατών. Επιπλέον, κατά τον δέκατο ένατο αιώνα, μια σειρά από τεχνολογικές εξελίξεις στον τομέα της τυπογραφίας και των επικοινωνιών ευνόησαν την ανάπτυξη του γραπτού τύπου, ενώ τα έντυπα μέσα μαζικής ενημέρωσης ήταν τα κυρίαρχα και μοναδικά μέσα ενημέρωσης καθ' όλη τη διάρκεια του δέκατου όγδοου και του δέκατου ένατου αιώνα. Μία άλλη εξέλιξη που συνδέθηκε με την ανάπτυξη του γραπτού τύπου και τη συνεπακόλουθη ανάπτυξη της δημοσιογραφίας κατά τη διάρκεια του δέκατου ένατου αιώνα ήταν η ανάπτυξη του αναλφαβητισμού, με την οποία ο Τύπος ανέπτυξε μια αμφίδρομη σχέση.

Παρά τις σημαντικές τεχνολογικές εξελίξεις που έλαβαν χώρα κατά τα τελευταία χρόνια του δέκατου ένατου αιώνα και στις αρχές του εικοστού, το πρώτο μισό του εικοστού αιώνα σημαδεύτηκε από την υποχώρηση της δημοκρατίας και της ελευθερίας του Τύπου, στο πλαίσιο της ανόδου των δικτατορικών καθεστώτων σ' έναν μεγάλο αριθμό ευρωπαϊκών χωρών, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα. Κατά την περίοδο αυτή, ο Τύπος δέχτηκε πολύ ισχυρές πιέσεις από την πλευρά της πολιτικής εξουσίας, ενώ πολλά μέσα μαζικής ενημέρωσης αναγκάστηκαν είτε να σταματήσουν την κυκλοφορία τους, είτε να ενταχθούν στην προπαγάνδα των δικτατορικών καθεστώτων.

Μετά το τέλος του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου, ο αναπτυγμένος κόσμος εισήλθε σε μια νέα εποχή, η οποία γενικά χαρακτηρίστηκε από την οικονομική ευμάρεια και την εδραίωση των δημοκρατικών θεσμών. Σ' αυτό το ευνοϊκό οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο, οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι επιχείρησαν να διευκρινίσουν τους δεοντολογικούς κανόνες

του επαγγέλματός τους και τα δικαιώματα που σχετίζονταν με αυτό μέσα από τη Διακήρυξη του Μονάχου, που υπογράφηκε το 1971.

Τα έντυπα μέσα ήταν τα πρώτα μέσα μαζικής επικοινωνίας και η ανάπτυξή τους συνδέθηκε με την δημιουργία του πρώτου κινητού τυπογραφικού πιεστηρίου από τον Γουτεμβέργιο στα μέσα του δέκατου πέμπτου αιώνα. Χάρη στην ανάπτυξη της τυπογραφίας, αναπτύχθηκε το βιβλίο, το οποίο μέχρι τότε ήταν χειρόγραφο και κυκλοφορούσε σε πολύ περιορισμένο αριθμό αντιτύπων. Αν και αρχικά τα βιβλία που τυπώνονταν διακινούνταν μεταξύ των ιερέων, των ευγενών και των κρατικών αξιωματούχων, μικρότερα έντυπα, φτιαγμένα από φθηνότερα υλικά, διαδόθηκαν μεταξύ των απλών ανθρώπων και φαίνεται ότι έπαιξαν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των ιδεών και των νοοτροπιών της εποχής τους, καθώς και στη δημιουργία ενός κλίματος αμφισβήτησης απέναντι στην απολυταρχία και τη θρησκευτική εξουσία. Το δεύτερο χρονολογικά έντυπο μέσο μαζικής επικοινωνίας είναι η εφημερίδα. Η εφημερίδα, αν και γνώρισε μεγάλη άνθηση κατά τον δέκατο ένατο αιώνα και κατά το πρώτο μισό του εικοστού αιώνα, δέχτηκε σοβαρά πλήγματα από την κυριαρχία της τηλεόρασης και του διαδικτύου, ενώ οι περισσότερες επιχειρήσεις του γραπτού Τύπου επένδυσαν στην ανάπτυξη και στην ενίσχυση της παρουσίας τους στο διαδίκτυο. Στα τέλη της προηγούμενης χιλιετίας, η δεδομένη κυριαρχία του τηλεοπτικού μέσου, σε συνδυασμό με την δυναμική εμφάνιση των ιδιωτικών τηλεοπτικών δικτύων και με την εμφάνιση των πρώτων ψηφιακών μέσων, δημιούργησαν μια σειρά από ανησυχίες και φόβους σχετικά με τον χαρακτήρα του Τύπου και τον ρόλο της δημοσιογραφίας στη νέα εποχή. Οι ανησυχίες και οι φόβοι, έτσι όπως εκφράστηκαν σε μια έκθεση της Επιτροπής Πολιτισμού, Νεότητας, Παιδείας και Πολιτισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που δημοσιεύτηκε το 1997, σχετίζονταν με τη μείωση της κριτικής ικανότητας του κοινού, ως αποτέλεσμα της συρρίκνωσης της ανάγνωσης, με τον ρόλο των νέων μέσων μαζικής ενημέρωσης στο δημοκρατικό πολίτευμα, καθώς και με το μέλλον της δημοσιογραφίας γενικά.

Τα blogs αποτέλεσαν ίσως την πρώτη σύγχρονη μορφή αμφισβήτησης του μονοπωλίου της μεταφοράς της πληροφορίας και του σχολιασμού της επικαιρότητας από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Το φαινόμενο πήρε μεγάλη έκταση κατά τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 2000, οπότε χιλιάδες πολίτες άρχισαν να καταγράφουν και να δημοσιεύουν τις απόψεις τους, σε μια σχέση διαρκούς αλληλεπίδρασης με τους όλο και περισσότερους χρήστες του διαδικτύου. Χωρίς να δεσμεύονται από τους κανόνες και το δεοντολογικό πλαίσιο του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και έχοντας τα πλεονεκτήματα της ελευθερίας, της ελεύθερης πρόσβασης και του μηδενικού κόστους, οι bloggers απείλησαν προς στιγμήν τις επιχειρήσεις του Τύπου, οι οποίες με τη σειρά τους αντιμετώπισαν με εχθρότητα και καχυποψία τον κόσμο των blogs. Στη συνέχεια, ωστόσο, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επέλεξαν να υιοθετήσουν πολλές από τις πρακτικές των blogs, ενώ προχώρησαν ακόμα και στην πρόσληψη διάσημων bloggers.

Μία ακόμη επανάσταση στον τομέα της πληροφορίας και της ενημέρωσης ήρθε με την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία σήμερα χρησιμοποιούνται από δισεκατομμύρια ανθρώπους σε όλα τα μήκη και τα πλάτη της γης. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έδωσαν απεριόριστες δυνατότητες έκφρασης στους χρήστες, ενώ η αμεσότητά τους οδήγησε σε ακόμη μεγαλύτερη ταχύτητα στη μετάδοση των ειδήσεων.

Μία άλλη αλλαγή που έφερε το διαδίκτυο έχει να κάνει με τον ρόλο του κοινού και τη σχέση του με την ενημέρωση. Ο ρόλος του κοινού ισχυροποιήθηκε στην ψηφιακή εποχή. Οι χρήστες όχι μόνο έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνούν άμεσα με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, αλλά μπορούν οι ίδιοι να μεταφέρουν πληροφορίες και γνώμες, ενίοτε και ψευδείς ειδήσεις ή στο πλαίσιο προπαγανδιστικών σκοπών.

Όσο για την ταυτότητα των επαγγελματιών δημοσιογράφων, αυτή εξελίχθηκε σημαντικά στο πέρασμα του χρόνου. Ενώ κατά το μεγαλύτερο μέρος του δέκατου ένατου

αιώνα αυτή δεν ήταν αυτόνομη, αργότερα απέκτησε περισσότερο συγκεκριμένα και σταθερά χαρακτηριστικά. Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, ωστόσο, η ταυτότητα των ανθρώπων που ασκούν τη δημοσιογραφία υπέστη περαιτέρω μεταβολή, ενώ το δημοσιογραφικό επάγγελμα φαίνεται ότι έχει υποβαθμιστεί στην εποχή του διαδικτύου.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εμφάνιση των νέων τεχνολογιών, ιδιαίτερα του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης κατά τη διάρκεια του εικοστού αιώνα, και του διαδικτύου κατά τις τρεις τελευταίες δεκαετίες, επέφεραν σημαντικές αλλαγές, τόσο στα μέσα μαζικής ενημέρωσης όσο και στο επάγγελμα του δημοσιογράφου. Η παρούσα εργασία επιχειρεί να συζητήσει τις αλλαγές αυτές, υιοθετώντας μια ιστορική και ταυτόχρονα μια κοινωνιολογική ματιά.

Το πρώτο κεφάλαιο επιχειρεί να παρουσιάσει την ανάπτυξη της δημοσιογραφίας από τον δέκατο έβδομο αιώνα, εποχή που συνδέθηκε με την ανάπτυξη του καπιταλισμού σε μεγάλο μέρος της Δυτικής Ευρώπης, έως το τέλος του δέκατου ένατου αιώνα, οπότε είχε πλέον εδραιωθεί τόσο η οικονομία της αγοράς, όσο και η κοινοβουλευτική δημοκρατία. Ο κύριος στόχος του κεφαλαίου είναι να παρουσιάσει τις σημαντικότερες εξελίξεις στον Τύπο, καθώς και τη διαμόρφωση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, σε σχέση με τις μεγάλες οικονομικές, πολιτικές, κοινωνικές και πολιτιστικές αλλαγές που έλαβαν χώρα κατά τη συγκεκριμένη περίοδο. Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στις εξελίξεις της μεσοπολεμικής περιόδου και ιδιαίτερα στην άνοδο των ολοκληρωτισμών, που έθεσε σημαντικούς περιορισμούς στην ελεύθερη έκφραση. Κατά την περίοδο αυτή, πολλοί δημοσιογράφοι μετατράπηκαν σε προπαγανδιστές ανελεύθερων καθεστώτων, ενώ όσοι δεν θέλησαν να γίνουν όργανα των δικτατοριών απολύθηκαν και υπέστηκαν ποικίλες διώξεις. Στο τρίτο μέρος του κεφαλαίου, επιχειρείται να αναδειχθεί η περαιτέρω διαμόρφωση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος κατά τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες, οπότε η τηλεόραση αναδείχθηκε σε κυρίαρχο μέσο μαζικής ενημέρωσης.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, επιχειρείται μια ιστορικού περιεχομένου σύνδεση ανάμεσα στην ανάπτυξη των τεχνολογικών μέσων και την ανάπτυξη των μέσων μαζικής ενημέρωσης, γραπτών, οπτικοακουστικών και ψηφιακών. Πώς το βιβλίο συνέβαλε στην μεταβολή των

αντιλήψεων κατά την περίοδο της Αναγέννησης και του Διαφωτισμού; Πώς επιχείρησαν οι εφημερίδες να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό που προέκυψε από την κυριαρχία του τηλεοπτικού μέσου και αργότερα του διαδικτύου; Πώς επηρέασε το ραδιόφωνο την τηλεόραση και σε τι εξελίξεις οδήγησε ο ανταγωνισμός μεταξύ των δύο μέσων; Τέλος, ποιοι ήταν οι φόβοι που προκάλεσε η κυριαρχία της τηλεόρασης και η εμφάνιση του διαδικτύου σχετικά με την αλλαγή στις συνήθειες του κοινού και με την ίδια τη δημοσιογραφία;

Το τρίτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας πραγματεύεται τις μεγάλες αλλαγές που έφερε στην ενημέρωση η εμφάνιση των blogs αρχικά και αργότερα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Πώς αντιμετωπίστηκαν τα blogs από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης; Ποια επιχειρήματα επιστρατεύτηκαν από τους υποστηρικτές τους και ποιοι φόβοι εκφράστηκαν από την πλευρά των επικριτών τους; Το δεύτερο μέρος του τρίτου κεφαλαίου ασχολείται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με τη διάδοσή τους και με τους τρόπους με τους οποίους αυτά μετέβαλαν τις ενημερωτικές συνήθειες των χρηστών του διαδικτύου. Τέλος, το τρίτο κεφάλαιο επιχειρεί να αναδείξει τα νέα χαρακτηριστικά του ευρέος κοινού σε σχέση με την ενημέρωση, έτσι όπως διαμορφώθηκαν και διαμορφώνεται στη νέα ψηφιακή εποχή.

Τέλος, το τέταρτο κεφάλαιο επιχειρεί να εξετάσει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ταυτότητας των δημοσιογράφων. Από πότε μπορούμε να μιλάμε για τη διαμόρφωση μιας ιδιαίτερης δημοσιογραφικής ταυτότητας; Ποια είναι τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά της και πώς αυτή αλλάζει στην εποχή του διαδικτύου;

Η ιστορία του Τύπου και οι αλλαγές που έχουν επηρεάσει τη δημοσιογραφία κατά τις τελευταίες δεκαετίες έχουν απασχολήσει πολλές κατηγορίες επιστημόνων και παρατηρητών. Οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι, οι ιστορικοί του Τύπου, οι κοινωνιολόγοι, οι πολιτικοί επιστήμονες, οι οικονομολόγοι, οι ψυχολόγοι, οι επιστήμονες της πληροφορικής και οι εκπρόσωποι πολλών άλλων ειδικοτήτων και επαγγελμάτων έχουν ασχοληθεί κατά κόρον με το φαινόμενο, με

αποτέλεσμα να υπάρχει σήμερα μια τεράστια βιβλιογραφία γύρω από αυτό. Ο αμείλικτος περιορισμός του χρόνου μάς επέτρεψε να προσεγγίσουμε λίγα μόνο από τα βιβλία και τα άρθρα που πραγματεύονται τα παραπάνω ζητήματα, σε μία προσπάθεια να εντάξουμε τους προβληματισμούς μας σε ένα γενικότερο πλαίσιο και να τεκμηριώσουμε τα κυριότερα από τα επιχειρήματα που διατυπώνονται μέσα στις σελίδες αυτής της εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:

Η δημοσιογραφία στην εποχή της δημοκρατίας. Σύντομο χρονικό από τον δέκατο έβδομο αιώνα έως τις μέρες μας

Η άνοδος της δημοσιογραφίας στην εποχή της δημοκρατίας και των εθνικισμών

Η λέξη «δημοσιογραφία» έκανε για πρώτη φορά την εμφάνισή της στα γαλλικά (*journalisme*) στα τέλη του δέκατου όγδοου αιώνα, συγκεκριμένα το 1778, και άρχισε να χρησιμοποιείται ευρέως κατά τη διάρκεια του δέκατου ένατου αιώνα. Ωστόσο, τα χαρακτηριστικά του επαγγέλματος του δημοσιογράφου άρχισαν να γίνονται περισσότερο συγκεκριμένα κατά τις τελευταίες δεκαετίες του δέκατου αιώνα, όταν σε πολλές χώρες της Δυτικής Ευρώπης άρχισαν να ιδρύονται μεγάλες επιχειρήσεις Τύπου, καθώς και τα πρώτα σωματεία δημοσιογράφων και οι πρώτες δημοσιογραφικές σχολές.¹

Τα πρώτα δημοσιογραφικού περιεχομένου έντυπα, ωστόσο, είχαν αρχίσει να κυκλοφορούν στην Ευρώπη ήδη από τις αρχές του δέκατου έβδομου αιώνα. Η γαλλική περιοδική έκδοση *La Gazette*, που ιδρύθηκε το 1631 και επιβίωσε έως τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο, θεωρείται ένα από τα αρχαιότερα δημοσιογραφικού περιεχομένου έντυπα, ενώ στη Γαλλία είχε προηγηθεί η έκδοση του *Mercurie François* από το 1611 έως το 1648. Η *Gazette* κυκλοφορούσε σε εβδομαδιαία βάση και το τιράζ της κυμαινόταν αρχικά μεταξύ πεντακοσίων και οκτακοσίων αντιτύπων,² ενώ περιελάμβανε ειδήσεις κυρίως πολιτικού και διπλωματικού περιεχομένου.

Κατά την ίδια περίοδο, τα πρώτα δημοσιογραφικά έντυπα εμφανίστηκαν και στην Αγγλία. Από το 1688 έως το 1692, την εποχή της επιτάχυνσης του εκχρηματισμού της αγγλικής

¹ Thomas Ferenczi, *Le journalisme*, Paris : Presses universitaires de France, 2007, 3.

² Ivan Chupin, Nicolas Hubé και Nicolas Kaciak, *Histoire politique et économique des médias en France*. Paris : La Découverte, 2009, 12.

οικονομίας, υπολογίζεται ότι κυκλοφόρησαν συνολικά είκοσι έξι δημοσιογραφικού περιεχομένου εκδόσεις.³ Ως το πρώτο αγγλικό δημοσιογραφικό έντυπο θεωρείται η περιοδική έκδοση *The Athenian Mercury*, που αν και βραχύβια (1690-1697), πιστεύεται ότι επηρέασε σημαντικά βρετανικά έντυπα που εκδόθηκαν σε μεταγενέστερο χρόνο, όπως ο *Observer* και ο *Spectator*. Πράγματι, ο δέκατος έβδομος αιώνας υπήρξε καθοριστικός για την ανάπτυξη της δημοσιογραφίας στην Αγγλία, κυρίως λόγω των πολιτικών εξελίξεων που έλαβαν χώρα κατά την εποχή αυτή. Κατά τη διάρκεια του Αγγλικού Εμφυλίου Πολέμου (1642-1651), αυξήθηκε η ανάγκη του κοινού για ενημέρωση, ενώ η πτώση του βασιλιά επέτρεψε τη διακίνηση των ειδήσεων σε συνθήκες σχετικής ελευθερίας.⁴

Στις ΗΠΑ, κατά τον δέκατο ένατο αιώνα, η ανάπτυξη της δημοσιογραφίας συνδέθηκε με σπουδαίες τεχνολογικές προόδους, όπως η κατασκευή του πρώτου περιστροφικού πιεστηρίου από τον William A. Bullock το 1865 και η εφεύρεση της λινοτυπίας από τον Ottmar Mergenthaler το 1886. Είχε προηγηθεί η καθιέρωση της τεχνικής της λιθογραφίας και η χρωμολιθογραφία, που εμφανίστηκε στην Ευρώπη κατά τα μέσα του δέκατου ένατου αιώνα. Χάρη στη λινοτυπία, ωστόσο, μπορούσαν πλέον να συντίθενται από 8,000 έως 15,000 σελίδες την ώρα, ενώ αυξήθηκε σημαντικά και ο αριθμός των σελίδων των δημοσιογραφικού περιεχομένου εντύπων. Επίσης, σημαντική εξέλιξη για την ανάπτυξη της δημοσιογραφίας υπήρξε η εφεύρεση του τηλεφώνου το 1876. Αν και έπρεπε να περάσουν αρκετά χρόνια μέχρι τα γραφεία των εφημερίδων να προμηθευτούν τηλεφωνικές συσκευές, η αμεσότητα του τηλεφώνου επρόκειτο να αποδειχτεί καθοριστικής σημασίας για την άμεση μετάδοση των πληροφοριών. Φυσικά, πριν από την τηλεφωνική σύνδεση, η δουλειά των δημοσιογράφων είχε επίσης διευκολυνθεί χάρη στη διάδοση του ηλεκτρικού ρεύματος, που επέτρεπε στις μεγάλες

³ Athanase Cuheval-Clarigny, *Histoire de la presse en Angleterre et aux États-Unis*. Paris : Amyot, 1857, 32.

⁴ Martin Conboy, *Journalism. A Critical History*, London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications, 2004, σσ. 27-28.

εφημερίδες των μητροπολιτικών κέντρων να εργάζονται σε εικοσιτετράωρη βάση. Ένας ακόμη σημαντικός σταθμός για την εξέλιξη της δημοσιογραφίας υπήρξε η ίδρυση του πρακτορείου Associated Press το 1846. Αυτή η πρωτοβουλία πέντε εφημερίδων της Νέα Υόρκης, που αποφάσισαν να συνεργαστούν προκειμένου να εξοικονομήσουν χρήματα στην προσπάθειά τους να συγκεντρώνουν ειδήσεις από μακρινά μέρη, επρόκειτο να οδηγήσει στη δημιουργία ενός από τα μεγαλύτερα ειδησεογραφικά πρακτορεία στον κόσμο.⁵

Σε ό,τι αφορά τον ελληνικό Τύπο, τα πρώτα δημοσιογραφικά έντυπα στην ελληνική γλώσσα κυκλοφόρησαν κατά τον δέκατο όγδοο αιώνα, ωστόσο, εκτός των ελληνικών εδαφών. Με τις ελληνικές εκδόσεις ασχολήθηκαν κυρίως οι Έλληνες της διασποράς, τις περισσότερες φορές επηρεασμένοι από τα προτάγματα του Διαφωτισμού και από το όραμα της εθνικής ανεξαρτησίας. Μερικά από τα σημαντικότερα ελληνικά έντυπα που κυκλοφόρησαν στην Ευρώπη πριν από την ίδρυση του ελληνικού κράτους ήταν ο *Λόγιος Ερμής*, που τυπωνόταν στη Βιέννη, οι εφημερίδες *Αθηνά*, *Μέλισσα* και *Μουσεϊόν* που τυπώνονταν στο Παρίσι και η εφημερίδα *Τριδα*, που τυπωνόταν στο Λονδίνο. Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά τη διάρκεια της Ελληνικής Επανάστασης κυκλοφόρησαν στα επαναστατημένα εδάφη πολλές χειρόγραφες εφημερίδες, με ειδήσεις και άρθρα κυρίως προπαγανδιστικού χαρακτήρα, που είχαν ως κύριο στόχο την ενίσχυση του φρονήματος του πληθυσμού. Μετά την ίδρυση του ελληνικού κράτους, τα ελληνικά δημοσιογραφικά έντυπα άρχισαν να εκδίδονται σε πιο σταθερή βάση. Κατά το τελευταίο τέταρτο του δέκατου ένατου αιώνα, άλλωστε, ιδρύθηκαν μερικές από τις πλέον ιστορικές ελληνικές εφημερίδες, όπως ο *Ερμής* (1875) στη Θεσσαλονίκη και οι αθηναϊκές *Ακρόπολις* (1881) και *Εστία* (1894).⁶ Η ελληνική περίπτωση, άλλωστε, δεν είναι η

⁵ Mary Bellis, “The History of Printing and Printing Processes,” 18 Μαρτίου 2019. Διαθέσιμο στο: <https://www.thoughtco.com/history-of-printing-and-printing-processes-1992329>

⁶ «Ο Τύπος στα χρόνια της Ελληνικής Επανάστασης». Διαθέσιμο στο: <https://daysofart.gr/%CE%BD%CE%B5%CE%B1/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1-%CE%BD%CE%B5%CE%B1/o-typos-sta-xronia-tis-epanastasis/>

μόνη που αναδεικνύει τη σχέση του εθνικισμού με την άνοδο του γραπτού Τύπου. Σύμφωνα με μία σε μεγάλο βαθμό αποδεκτή άποψη, οι εφημερίδες και τα περιοδικά έπαιξαν πολύ σημαντικό ρόλων στη διαμόρφωση των φαντασιακών εθνικών κοινοτήτων κατά τη διάρκεια του δέκατου όγδοου και του δέκατου ένατου αιώνα, με την έννοια ότι τα μεμονωμένα άτομα που αποτέλεσαν τα υπό συγκρότηση έθνη συχνά συνενώθηκαν και απέκτησαν κοινή εθνική συνείδηση χάρη στην ανάγνωση του γραπτού Τύπου. Να πώς περιγράφει αυτή τη διαδικασία ο Benedict Anderson, ένας από τους σημαντικότερους ιστορικούς του φαινομένου του εθνικισμού:

Ένας Αμερικανός δεν θα συναντήσει ποτέ και δεν θα μάθει ποτέ τα ονόματα των 240,000,000 συμπατριωτών του Αμερικανών, παρά μόνο ελάχιστων από αυτούς. Δεν έχει ιδέα για το πώς είναι αυτοί σε οποιαδήποτε στιγμή. Αλλά έχει πλήρη πεποίθηση στην πάγια ανώνυμη, ταυτόχρονη δραστηριότητά τους. Κάθε αναγνώστης γνωρίζει καλά ότι το τελετουργικό που εκτελεί ο ίδιος επαναλαμβάνεται ταυτόχρονα από χιλιάδες (ή από εκατομμύρια) άλλους, για τον οποίων την ύπαρξη είναι σίγουρος, ακόμη κι αν δεν έχει την παραμικρή ιδέα γύρω από την ταυτότητά τους. Επιπλέον, κάθε αναγνώστης γνωρίζει ότι αυτό το τελετουργικό επαναλαμβάνεται ακατάπαυστα σε καθημερινή ή σε σχεδόν καθημερινή βάση. Υπάρχει άραγε μια πιο ζωντανή εικόνα της κοσμικής, ιστορικά καθορισμένης, φαντασιακής κοινότητας; Ταυτόχρονα, ο αναγνώστης της εφημερίδας, παρατηρώντας ακριβή αντίγραφα της εφημερίδας που κρατάει στα χέρια του να καταναλώνονται από άλλους ανθρώπους στο μετρό, στο κουρείο ή στη γειτονιά του, επαναβεβαιώνει την πεποίθησή του ότι ο φαντασιακός κόσμος (ο κόσμος που αναπαρίσταται στις εφημερίδες) είναι εμφανώς ριζωμένος στην καθημερινή ζωή... Αυτή η αξιοσημείωτη πίστη της κοινότητας στην ανωνυμία είναι το σήμα κατατεθέν των σύγχρονων εθνών.⁷

⁷ Benedict Anderson, *Imagined Communities*, London: Verso, 1983, σσ. Παρατίθεται στο: James W Carey, "A Short History of Journalism for Journalists: A Proposal and Essay." *Harvard International Journal of Press/Politics* 12, no. 1, 2007, σ. 12-13. <https://doi.org/10.1177/1081180X06297603>.

Από τα παραπάνω γίνεται κατανοητό ότι η ανάπτυξη της δημοσιογραφίας δεν συνδέεται μόνο με την εξέλιξη της τεχνολογίας, αλλά κυρίως με την άνοδο της δημοκρατίας και την αύξηση του ρόλου της κοινωνίας στη διαχείριση των πολιτικών πραγμάτων. Η άνοδος της δημοκρατίας στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης και στις ΗΠΑ, προϊόν της εδραίωσης του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής και παιδί της Γαλλικής Επανάστασης του 1789, έφερε μαζί της την καθολική ψηφοφορία (των ανδρών αρχικά) και την ίδρυση των πρώτων μεγάλων κομματικών σχηματισμών. Οι εκλογές, μαζί με την καθολική ψηφοφορία, ανέδειξαν την ανάγκη ενημέρωσης των πολιτών γύρω από τα πολιτικά πράγματα και τις θέσεις των πολιτικών παρατάξεων, καθώς και την ανάγκη των πολιτικών να επηρεάζουν το εκλογικό τους ακροατήριο μέσω του Τύπου.

Επιπλέον, κατά τη διάρκεια του δέκατου ένατου αιώνα παρατηρήθηκε δραματική αύξηση του αλφαριθμητισμού, τουλάχιστον στα αστικά κέντρα. Οι εφημερίδες άρχισαν να έχουν ως πηγή χρηματοδότησης τις διαφημίσεις και η τιμή τους γινόταν όλο και πιο προσιτή. Έτσι, κατά τις τελευταίες δεκαετίες του αιώνα, οι εφημερίδες δεν απευθύνονταν πλέον σε ένα μορφωμένο κοινό αποτελούμενο από πλούσιους άνδρες, αλλά σε ένα ολόένα και πιο διευρυνόμενο κοινό, που αποτελούνταν από μικροαστούς, υπαλλήλους, εργάτες, ακόμη και από γυναίκες. Εξάλλου, από τα μέσα του δέκατου ένατου αιώνα και μετά, τα έντυπα άρχισαν να γίνονται όλο και πιο ελκυστικά, δημοσιεύοντας φωτογραφίες, με πρωτοπόρο το αμερικανικό *Harper's Magazine*. Ένα άλλο μέσο που αύξησε την κυκλοφορία των εφημερίδων ήταν η δημοσίευση επιφυλλίδων, λογοτεχνικών έργων σε συνέχειες, που λειτουργούσαν για τους αναγνώστες όπως τα σύγχρονα τηλεοπτικά σήριαλ.

Ταυτόχρονα, οι δημοσιογράφοι άρχισαν να έχουν όλο και σημαντικότερο ρόλο στη δημόσια ζωή, μαζί με τους συγγραφείς και τους πολιτικούς. Ένα από τα πολλά ιστορικά παραδείγματα μέσα από τα οποία εκφράστηκε έντονα η δυναμική του Τύπου και της δημοσιογραφίας στη δημόσια ζωή είναι η περίφημη υπόθεση Ντρέιφους, που ξέσπασε στη

Γαλλία το 1894. Με αφορμή την άδικη καταδίκη για κατασκοπεία ενός εβραϊκής καταγωγής λοχαγού του Γαλλικού Στρατού, στη Γαλλία ξέσπασε ένα μεγάλο πολιτικό και κοινωνικό σκάνδαλο, που διήρκεσε για περισσότερο από δέκα χρόνια και το οποίο σε μεγάλο βαθμό τροφοδοτήθηκε από τις εφημερίδες και τους δημοσιογράφους της εποχής.⁸

Αξίζει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι μέχρι τα μέσα του δέκατου αιώνα, οι δημοσιογράφοι ήταν στην πλειοψηφία τους ερασιτέχνες. Επρόκειτο συνήθως για μορφωμένα άτομα, τα οποία είχαν άλλες επαγγελματικές δραστηριότητες (ανώτατοι δημόσιοι, υπάλληλοι, συγγραφείς, δικηγόροι κ.ά.) και τα οποία δεν βιοπορίζονταν από την δημοσιογραφία. Εξάλλου, για τους περισσότερους από αυτούς η δημοσιογραφική δραστηριότητα δεν διαφοροποιούνταν σημαντικά από τις άλλες τους δραστηριότητες και συνήθως αυτοί ασχολούνταν με τη δημοσιογραφία για να ενισχύσουν τη θέση τους στον δημόσιο βίο, την πολιτική ή τις τέχνες και τα γράμματα. Μέχρι εκείνη την εποχή ήταν πολύ περιορισμένος ο αριθμός των ανθρώπων που βιοπορίζονταν από τον Τύπο. Πρόκειται κυρίως για τους διευθυντές των εφημερίδων, τους αντιγραφείς και μερικούς χρονικογράφους. Πράγματι, στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες η δημοσιογραφία αρχίζει να γίνεται ένα ξεχωριστό επάγγελμα κατά τις τελευταίες μόνο δεκαετίες του δέκατου ένατου αιώνα, με την άνθηση του βιομηχανικού Τύπου και τη δημιουργία της αντίστοιχης αγοράς εργασίας.⁹

Η δημοσιογραφία κατά το πρώτο μισό του εικοστού αιώνα

Κατά τα πρώτα χρόνια του εικοστού αιώνα, μία τεχνολογική εφεύρεση που επιτάχυνε τη διάδοση των ειδήσεων ήταν ο ασύρματος τηλεγράφος. Ακολούθησε το ραδιόφωνο, το οποίο

⁸ Géraldine Muhlmann, *A Political History of Journalism*, London: Polity Press, 2008, 34-36.

⁹ Benjamin Ferron, Nicolas Harvey, Olivier Trédan, *Des amateurs dans les médias. Légitimités, autonomie attachements*, Paris: Presses des Mines, 2015, σσ. 16-17.

αποτέλεσε πραγματική επανάσταση στην ενημέρωση, αφού οι ακροατές μπορούσαν πια να ενημερωθούν για τις σημαντικότερες εξελίξεις σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο μόνο με το πάτημα ενός κουμπιού. Ωστόσο, ένα από τα μειονεκτήματα του ραδιοφώνου ήταν ότι οι ραδιοφωνικοί σταθμοί ελέγχονταν άμεσα από το κράτος τις κυβερνήσεις. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τα νέα που μεταδίδονταν από το ραδιόφωνο στην πραγματικότητα να εκφράζουν τις επίσημες θέσεις του κράτους και μόνο.

Όσο για τις εφημερίδες, η κυκλοφορία τους συνέχισε να αυξάνεται κατά τα πρώτα χρόνια του εικοστού αιώνα. Υπολογίζεται ότι στη Γαλλία η κυκλοφορία των εφημερίδων άγγιξε τα πέντε εκατομμύρια στα χρόνια πριν από τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο, ενώ κατά την ίδια περίοδο κορυφώθηκε και η δημοφιλία των εικονογραφημένων περιοδικών ποικίλης ύλης. Κατά τη διάρκεια του πρώτου μισού του εικοστού αιώνα, οι ημερήσιες εφημερίδες κατά κανόνα προωθούσαν λιγότερο ή περισσότερο τις θέσεις συγκεκριμένων πολιτικών παρατάξεων, ενώ σημειώθηκε και μεγάλη διάδοση του εργατικού και κομμουνιστικού εντύπου.

Όσο για τους δημοσιογράφους, αυτοί είχαν αρχίσει ήδη να συμμετέχουν σε συνδικαλιστικές ενώσεις. Στην Ελλάδα, η Ένωση Συντακτών Αθηναϊκών Εφημερίδων, πρόδρομος της σημερινής ΕΣΗΕΑ, ιδρύθηκε το 1914, με στόχο την προώθηση των εργατικών δικαιωμάτων των δημοσιογράφων και με πρώτο πρόεδρο τον λογοτέχνη και δημοσιογράφο Ιωάννη Κονδυλάκη. Παράλληλα, κατά τα πρώτα κιόλας χρόνια από την ίδρυσή της, η Ένωση Συντακτών Αθηναϊκών Εφημερίδων ασχολήθηκε με την κατοχύρωση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και προώθησε το αίτημα της ίδρυσης επαγγελματικής σχολής για τους δημοσιογράφους.¹⁰

¹⁰ Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών. «Ιστορικό». <https://www.esiea.gr/istoriko/>

Κατά τη διάρκεια του μεσοπολέμου, ωστόσο, η δημοσιογραφία και ο Τύπος δέχτηκαν ισχυρά πλήγματα, που κατά κανόνα σχετίζονταν με την άνοδο των δικτατοριών. Από τη φασιστική Ιταλία και τη ναζιστική Γερμανία έως το σοβιετικό κράτος, η λογοκρισία αναδείχτηκε στον μεγαλύτερο εχθρό της δημοσιογραφίας. Πολλά έντυπα αναγκάστηκαν να βάλουν λουκέτο έπειτα από κρατική παρέμβαση και πολλοί δημοσιογράφοι υπέστησαν διώξεις, με τη δικαιολογία ότι διακινούσαν ιδέες που στρέφονταν εναντίον του κράτους. Εξάλλου, η λογοκρισία ήταν μια πρακτική που είχε διαδοθεί ήδη κατά τη διάρκεια του πρώτου παγκοσμίου πολέμου, ενώ στην Ελλάδα εφαρμόστηκε σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό απ' όλες τις μεσοπολεμικές κυβερνήσεις. Επιπλέον, στην Ελλάδα, η επιβολή της δικτατορίας Μεταξά, τον Αύγουστο 1936, επέβαλε ακόμη μεγαλύτερους περιορισμούς στις εφημερίδες, οι περισσότερες από τις οποίες λειτούργησαν στο εξής ως προπαγανδιστικά όργανα του καθεστώτος. Εξάλλου, η δικτατορία της 4ης Αυγούστου προέβη στη σύσταση υφυπουργείου Τύπου και Τουρισμού, το οποίο στην πραγματικότητα λειτούργησε ως μηχανισμός λογοκρισίας και προπαγάνδας.¹¹

Όπως δείξαμε παραπάνω, η διαμόρφωση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος συνδέθηκε πολύ στενά με την εδραίωση της κοινοβουλευτικής δημοκρατίας, της οποίας η προάσπιση αποτέλεσε συστατικό στοιχείο του δημοκρατικού πολιτεύματος. Με αυτή την έννοια, κατά τη διάρκεια της εποχής της ανόδου των ολοκληρωτισμών, πολλοί δημοσιογράφοι κινδύνευσαν να μετατραπούν ή μετατράπηκαν σε προπαγανδιστές, σε όργανα των συμφερόντων ενός ανελεύθερου κράτους.¹²

¹¹ Ευσταθία Παπαστάθη, *Τύπος και πολιτική. Ο ρόλος των έντυπων ΜΜΕ στη σύγχρονη Ελλάδα*, Ανέκδοτη διπλωματική εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη, 2017, σ. 17.

¹² James W. Carey, "A Short History of Journalism for Journalists: A Proposal and Essay." *Harvard International Journal of Press/Politics* 12, no. 1, 2007, σ. 12-13. <https://doi.org/10.1177/1081180X06297603>.

Η φίμωση του Τύπου γνώρισε μεγαλύτερη ένταση μετά την έναρξη του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου και στις περισσότερες χώρες συνδέθηκε με την προάσπιση των εθνικών συμφερόντων. Στη Γαλλία, για παράδειγμα, η κυβέρνηση Dalladier προέβη στην απαγόρευση της κυκλοφορίας της εφημερίδας του Κομμουνιστικού Κόμματος Γαλλίας *L'Humanité*. Πολύ σύντομα, ο Τύπος στην κατεχόμενη Ευρώπη επρόκειτο να περάσει στον έλεγχο των κατακτητών -Γερμανών ναζί στις περισσότερες των περιπτώσεων- με πολλούς εκδότες είτε να αναγκάζονται να κλείνουν τις εφημερίδες τους, είτε να παραιτούνται από τις θέσεις τους. Σε συνθήκες κατοχής, τα έντυπα που κυκλοφορούσαν επίσημα είχαν πια μετατραπεί σε όργανα των κατακτητών, ενώ νέα προπαγανδιστικά έντυπα των δυνάμεων κατοχής έκαναν την εμφάνισή τους στην κατεχόμενη Ευρώπη. Ωστόσο, κατά την ίδια περίοδο πολλοί δημοσιογράφοι πέρασαν στα κινήματα της αντίστασης και πρωτοστάτησαν στην έκδοση παράνομων εφημερίδων, που είχαν ως στόχο τη διατήρηση και την ανύψωση του φρονήματος των πληθυσμών που ζούσαν στις κατεχόμενες χώρες. Στην Ελλάδα, το αντιστασιακό έντυπο άνθησε τόσο στις μεγάλες πόλεις, σε παράνομα αυτοσχέδια τυπογραφεία που στήνονταν σε υπόγεια κατοικιών, όσο και στην ύπαιθρο, ιδιαίτερα από τα τέλη του 1943, οπότε άρχισαν να διευρύνονται τα απελευθερωμένα από την αντίσταση εδάφη.¹³

Η δημοσιογραφία στην εποχή της τηλεόρασης

Το τέλος του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου σηματοδότησε μια νέα εποχή, που σε όλες σχεδόν τις χώρες του δυτικού κόσμου χαρακτηρίστηκε από ταχεία οικονομική ανάπτυξη και από την αύξηση του βιοτικού επιπέδου του μεγαλύτερου μέρους του πληθυσμού. Ταυτόχρονα, εδραιώθηκε η κοινοβουλευτική δημοκρατία και οι δημοκρατικοί θεσμοί στις περισσότερες

¹³ Παπαθανασίου, Ιωάννα. «Προπαγάνδα και ενημέρωση κατά την περίοδο της Κατοχής». 24 Οκτωβρίου 2017. Διαθέσιμο στο: <https://www.youtube.com/watch?v=iPituV1vKj8>

από τις χώρες αυτές. Ο εκδημοκρατισμός εκφράστηκε και στον τομέα της εκπαίδευσης, και σταδιακά καταργήθηκαν οι αποκλεισμοί τόσο στην υποχρεωτική και μέση εκπαίδευση, όσο και στην ανώτατη. Στις περισσότερες χώρες, η ελευθερία του λόγου και η ελευθεροτυπία αποτέλεσαν βασικές αρχές των συνταγμάτων που ψηφίστηκαν μετά το τέλος του πολέμου, ενώ αποκρυσταλλώθηκε και η δεοντολογία του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

Το 1971 δημοσιογράφοι από έξι ευρωπαϊκές χώρες υπέγραψαν στο Μόναχο τη Διακήρυξη για τα καθήκοντα και τα δικαιώματα των δημοσιογράφων, που μέχρι και σήμερα αποτελεί ένα από τα κείμενα αναφοράς για τη δεοντολογία του επαγγέλματος του δημοσιογράφου. Η Διακήρυξη του Μονάχου περιελάμβανε δέκα σημεία ως προς τα καθήκοντα των δημοσιογράφων:

- 1) Τον σεβασμό της αλήθειας, με γνώμονα το δικαίωμα του κοινού για πρόσβαση στην πληροφορία και ανεξάρτητα από τις συνέπειες.
- 2) Την υπεράσπιση της ελευθερίας στην πληροφορία, τον σχολιασμό και την κριτική.
- 3) Τη μετάδοση αποκλειστικά πληροφοριών των οποίων η πηγή είναι γνωστή και τη μη αλλοίωση πληροφοριών.
- 4) Τη μη χρήση αθέμιτων μέσων για την απόσπαση πληροφοριών, φωτογραφιών και άλλων ντοκουμέντων.
- 5) Τον σεβασμό της ιδιωτικής ζωής.
- 6) Τη διόρθωση ανακριβών πληροφοριών.
- 7) Την τήρηση του επαγγελματικού απορρήτου και την προστασία των πηγών από τις οποίες αντλούνται οι πληροφορίες.

8) Τη θεώρηση της λογοκλοπής, της συκοφαντίας, των αβάσιμων κατηγοριών και της δωροληψίας ως σοβαρών επαγγελματικών παραπτώματων.

9) Τον διαχωρισμό του δημοσιογραφικού επαγγέλματος από τη διαφήμιση και την προπαγάνδα.

10) Την αντίσταση σε έξωθεν πιέσεις.

Ως προς τα δικαιώματα των δημοσιογράφων, η Διακήρυξη του Μονάχου προέβλεπε ότι οι δημοσιογράφοι μπορούν να διεκδικούν την ελεύθερη πρόσβαση σε όλες τις πηγές πληροφοριών και το δικαίωμα να ερευνούν όλα τα γεγονότα που αφορούν τη δημόσια ζωή και να αρνούνται οποιαδήποτε επαγγελματική πράξη που αντίκειται στη συνείδηση και τις πεποιθήσεις τους.¹⁴

Μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, η μεγάλη ανακάλυψη που ήρθε να ανανεώσει τον Τύπο και το επάγγελμα του δημοσιογράφου ήταν, φυσικά, η τηλεόραση. Κατά τη δεκαετία του 1960, η τηλεόραση μπήκε στα περισσότερα σπίτια των πολιτών του ανεπτυγμένου κόσμου, ενώ καθιερώθηκαν και τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων. Αν και αρχικά τα τηλεοπτικά δίκτυα, όπως και η ραδιοφωνία, ελέγχονταν από το κράτος, σε διάφορες χώρες άρχισαν να δημιουργούνται τοπικά και ιδιωτικά τηλεοπτικά δίκτυα, τα οποία άρχισαν να αποκτούν όλο και μεγαλύτερη δύναμη κατά τα τελευταία χρόνια του εικοστού αιώνα. Δεν είναι τυχαίο, άλλωστε, ότι τα ιδιωτικά τηλεοπτικά δίκτυα συνδέονταν και συνδέονται με ισχυρά οικονομικά συμφέροντα, ενώ και πολλοί πολιτικοί ηγέτες της σύγχρονης εποχής, όπως ο Μπερλουσκόνι και ο Τραμπ στήριξαν τις πολιτικές τους καριέρες στην τηλεόραση.

¹⁴ “Declaration of the Rights and Duties of Journalists,” <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/International-Declaration>

Σε κάθε περίπτωση, η τηλεόραση συνέβαλε περαιτέρω στον εκδημοκρατισμό της πληροφορίας, καθώς και στην αμεσότητά της. Οι απευθείας συνδέσεις και οι ανταποκρίσεις από διάφορα μέρη του κόσμου άλλαξαν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι βλέπουν τα πράγματα, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τον Πόλεμο του Κόλπου (1990-1991), που αποτέλεσε την πρώτη πολεμική αναμέτρηση που μεταδόθηκε απευθείας από την τηλεόραση.

Το ραδιόφωνο, τα έντυπα μέσα και η τηλεόραση προώθησαν έναν τύπο δημοσιογραφικού επαγγέλματος, που καθοριζόταν σε μεγάλο βαθμό από συγκεκριμένους κανόνες και συγκεκριμένη μεθοδολογία. Μια νέα τεχνολογική εξέλιξη, αυτή της πληροφορικής και του διαδικτύου, επρόκειτο να μεταβάλει άρδην τα δεδομένα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και οι νέες τεχνολογίες

Τα έντυπα μέσα

Τα έντυπα μέσα μαζικής ενημέρωσης και οι τεχνολογικές εξελίξεις που συνδέθηκαν με αυτά αποτελούν τα πρώτα και τα παλαιότερα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Αν και οι άνθρωποι είχαν τη δυνατότητα να γράφουν στο χέρι κείμενα, να τα διακινούν και να τα αναπαράγουν πολύ πριν από την ανακάλυψη της τυπογραφίας από τον Γουτεμβέργιο, το χειρόγραφο κείμενο, ως μέσο επικοινωνίας, απαιτούσε πολύ κόπο και χρόνο και κατ' επέκταση είχε πολύ υψηλό κόστος. Με αυτή την έννοια, η χρήση των χειρόγραφων μέσων επικοινωνίας περιοριζόταν για αιώνες στους κύκλους των μορφωμένων και πλούσιων ελίτ και των προνομιούχων. Στην πραγματικότητα, η εποχή της κυριαρχίας του χειρόγραφου κειμένου στην ανθρώπινη κοινωνία καταλαμβάνει μερικές χιλιετίδες, από το 3,500 προ Χριστού έως τον δέκατο πέμπτο αιώνα, οπότε κατασκευάστηκε η πρώτη τυπογραφική μηχανή.

Ο Γερμανός σιδηρουργός Γουτεμβέργιος (Gutenberg), που έμεινε στην ιστορία ως ο εφευρέτης του τυπογραφικού πιεστηρίου, στην πραγματικότητα δεν εφηύρε κάτι το εντελώς νέο, αφού το μεγαλύτερο μέρος της τεχνολογία που απαιτείται για την εκτύπωση, όπως η κινητή τυπογραφική μηχανή, υπήρχε ήδη και είχε ήδη χρησιμοποιηθεί για πολλά χρόνια. Στην πραγματικότητα, η μαζική αναπαραγωγή και διανομή κειμένων ξεκίνησε στην Ανατολική Ασία γύρω στα 700 μετά Χριστόν. Οι Κινέζοι χρησιμοποιούσαν μια μέθοδο εκτύπωσης που στηριζόταν στη χρήση μιας ξύλινης μηχανής, με την οποία γινόταν η παραγωγή θρησκευτικών κειμένων του βουδισμού. Η βασική διαφορά της τυπογραφικής μεθόδου του Γουτεμβέργιου ήταν ότι αυτή ήταν πιο γρήγορη και αποτελεσματική. Επιπλέον, η ανακάλυψη της τυπογραφικής μεθόδου στην Ανατολική Ασία δεν συνδέθηκε με κάποιου είδους «επανάσταση

της τυπογραφίας», αφού το κοινό που έκανε χρήση των εκτυπωμένων κειμένων ήταν πολύ περιορισμένο.

Αντίθετα, στην Ευρώπη, η αύξηση του αλφαριθμητισμού, πριν ακόμη από την εφεύρεση του Γουτεμβέργιου, συνέβαλε σημαντικά στην επιτυχία της τυπογραφίας, αφού χάρη σ' αυτήν, ήδη πριν από τον Γουτεμβέργιο, είχε δημιουργηθεί μια αγορά έτοιμη να απορροφήσει τα πρώτα τυπωμένα κείμενα. Η ανακάλυψη της τυπογραφίας, από την άλλη, αποτέλεσε προϋπόθεση για την εκδήλωση του κινήματος του Διαφωτισμού και της επιστημονικής επανάστασης που σημάδεψαν τον ευρωπαϊκό κόσμο κατά τον δέκατο έβδομο αιώνα. Εξάλλου, στην ανάπτυξη της τυπογραφίας βοήθησαν επίσης πολλοί αριστοκράτες και θρησκευτικοί αξιωματούχοι της εποχής, οι οποίοι βρήκαν στο έντυπο ένα ιδανικό μέσο για τη διάδοση της θρησκείας, αλλά και για την εκπαίδευση ατόμων που θα μπορούσαν να συμβάλουν στην ανάπτυξη και την οργάνωση των υπό διαμόρφωση κρατικών δομών.

Το 1454, η Βίβλος ήταν το πρώτο βιβλίο που τυπώθηκε μαζικά χάρη στην ανακάλυψη του Γουτεμβέργιου. Η μακραίωνη πρακτική της αντιγραφής στο χέρι επρόκειτο σύντομα να εγκαταλειφθεί, ενώ ξεκινούσε η εποχή της τυπογραφίας, κατά την οποία κυριάρχησε το πρώτο μαζικό μέσο επικοινωνίας. Αυτό δεν ήταν άλλο από το βιβλίο. Το βιβλίο της εποχής ήταν κατά κανόνα μικρότερο σε μέγεθος από αυτό που γνωρίζουμε σήμερα, αλλά ήταν οπωσδήποτε το πρώτο μέσο επικοινωνίας που απέκτησε μαζικό χαρακτήρα και το οποίο έπαιξε κρίσιμο ρόλο στον πολιτιστικό και κοινωνικό μετασχηματισμό που επρόκειτο να γνωρίσει η Ευρώπη κατά την εποχή του περάσματος από τη φεουδαρχία στον καπιταλισμό. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, κατά τον δέκατο έκτο αιώνα τυπώθηκαν στην Ευρώπη περίπου 150,000-200,000 βιβλίων, ενώ ο συνολικός αριθμός των αντιτύπων υπολογίζεται σε 150-200 εκατομμύρια. Κατά την πρώτη περίοδο της διάδοσης της τυπογραφίας, ωστόσο, τα βιβλία δεν διανεμήθηκαν

ομοιόμορφα, αφού οι περισσότεροι άνθρωποι της εποχής ήταν αναλφάβητοι και δεν μπορούσαν να τα χρησιμοποιήσουν.¹⁵

Ωστόσο, κατά την ίδια περίοδο έκαναν την εμφάνισή τους και άλλου είδους έντυπα, μικρότερα σε μέγεθος και φτιαγμένα με φθηνότερα υλικά, των οποίων το περιεχόμενο ήταν προσαρμοσμένο στις ανάγκες του ευρέος κοινού. Αυτά τα έντυπα, οι περίφημες φυλλάδες, περιείχαν σύντομες ιστορίες φανταστικού και θρησκευτικού περιεχομένου και φαίνεται ότι άσκησαν πολύ μεγαλύτερη επίδραση στην κοινωνία από αυτή που πιστεύαμε μέχρι πρόσφατα. Στην Ιταλία της Αναγέννησης, για παράδειγμα, οι φυλλάδες είχαν τόσο μεγάλη διάδοση, ώστε ανησύχησαν την Ιερά Εξέταση, η οποία προσπάθησε να περιορίσει την κυκλοφορία τους μέσω της λογοκρισίας.¹⁶

Πράγματι, η εκτύπωση και η διανομή βιβλίων οδήγησε σε έναν μεγάλο πολιτιστικό μετασχηματισμό, όπως έγινε κατά τη διάρκεια του εικοστού αιώνα με το ραδιόφωνο, την τηλεόραση και το ίντερνετ. Καθώς διαδιδόταν ο αναλφαβητισμός, οι άνθρωποι είχαν πλέον τη δυνατότητα να ανακαλύπτουν πράγματα για τον εαυτό τους και τον κόσμο μέσα από τα βιβλία και δεν χρειαζόταν πλέον να στηρίζονται στη γνώση των ιερέων και των αρχόντων. Κατά τη διάρκεια του δέκατου όγδοου αιώνα, μερικές ακόμη τεχνολογικές εξελίξεις στον χώρο της τυπογραφίας και η χρήση φθηνότερων υλικών, όπως για παράδειγμα υφάσματος αντί για δέρμα για την κατασκευή των εξωφύλλων, συντέλεσαν στη μείωση του κόστους των βιβλίων και στην περαιτέρω εξάπλωσή τους.¹⁷

¹⁵ “Communication in the Real World: An Introduction to Communication Studies. Chapter 15.1: Technological Advances: From the Printing Press to the iPhone.” Διαθέσιμο στο: <https://courses.lumenlearning.com/suny-realworldcomm/chapter/15-1-technological-advances-from-the-printing-press-to-the-iphone/>

¹⁶ Rosa Salzberg, “In the mouths of charlatans. Street performers and the dissemination of pamphlets in Renaissance Italy.” *Renaissance Studies*, 24, 2010, 638-653. <https://doi.org/10.1111/j.1477-4658.2010.00670.x>

¹⁷ “Communication in the Real World: An Introduction to Communication Studies. Chapter 15.1: Technological Advances: From the Printing Press to the iPhone.” Διαθέσιμο στο: <https://courses.lumenlearning.com/suny-realworldcomm/chapter/15-1-technological-advances-from-the-printing-press-to-the-iphone/>

Στις μέρες μας, το βιβλίο εξακολουθεί να αποτελεί ένα σημαντικό μέσο επικοινωνίας, ενώ γύρω από αυτό υπάρχει μια ολόκληρη βιομηχανία, στην οποία εργάζονται πλήθος ειδικοτήτων, από τους εκδότες και τους συγγραφείς έως τους μεταφραστές, τους εικονογράφους, τους επιμελητές, τους βιβλιοπώλες κ.ά. Ωστόσο, η αγορά του βιβλίου υπέστη σημαντικές μεταβολές κατά τις τελευταίες δεκαετίες, κυρίως λόγω της εμφάνισης και της διάδοσης του διαδικτύου. Για παράδειγμα, περιορίστηκαν τα έσοδα των φυσικών βιβλιοπωλείων και πολλά από αυτά αναγκάστηκαν να κλείσουν, με τα ηλεκτρονικά καταστήματα σήμερα να έχουν κυρίαρχο ρόλο στη διακίνηση του βιβλίου. Επιπλέον, η ψηφιακή μορφή του βιβλίου γνώρισε μεγάλη άνθηση και γέννησε πολλούς φόβους και ανησυχίες σχετικά με το μέλλον του εντύπου, όπως συνέβη άλλωστε με τις εφημερίδες και τα περιοδικά.

Σε αντίθεση με το βιβλίο, το περιεχόμενο του οποίου σχεδιάζεται κατά κανόνα για να αντέξει στον χρόνο ή αφορά γενικά θέματα, οι εφημερίδες, από τα πρώτα κιόλας χρόνια της εμφάνισής τους, σχεδιάστηκαν για να παρέχουν στον αναγνώστη πληροφορίες που σχετίζονται με την καθημερινή ζωή της κοινωνίας, καθώς και τα σημαντικότερα γεγονότα της επικαιρότητας. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η πρώτη εβδομαδιαία εφημερίδα κυκλοφόρησε στο Παρίσι το 1631, ενώ η πρώτη εβδομαδιαία εφημερίδα κυκλοφόρησε στη Λειψία το 1660. Υπολογίζεται ότι στα τέλη του δέκατου όγδοου αιώνα, σε μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις, όπως το Παρίσι και το Λονδίνο, κυκλοφορούσαν περί τις διακόσιες εφημερίδες. Σε κάθε περίπτωση, η διάδοση των εφημερίδων λειτούργησε σε αμφίδρομη σχέση με την άνοδο του αλφαριθμητισμού.

Όπως και το βιβλίο, έτσι και οι εφημερίδες, αντιμετώπισαν πολλά προβλήματα κατά τις τελευταίες δεκαετίες, τα οποία επίσης σχετίζονται με τη διάδοση του διαδικτύου. Σε μικρότερο βαθμό η τηλεόραση και με περισσότερο ραγδαίο τρόπο το διαδίκτυο οδήγησαν σε μια δραματική συρρίκνωση του αναγνωστικού κοινού των εφημερίδων και αναπόφευκτα στη μείωση των εσόδων τους. Σε όλο τον κόσμο, πολλοί ιστορικοί τίτλοι αναγκάστηκαν να βάλουν

λουκέτο ή, στην καλύτερη περίπτωση, να αλλάξουν το περιεχόμενο και τη μορφή τους. Στην Ελλάδα, μια τέτοια περίπτωση είναι αυτή της εφημερίδας *Ελευθεροτυπία*, η οποία αν και υπήρξε μία από τις σημαντικότερες εφημερίδες της μεταπολιτευτικής περιόδου, έκλεισε οριστικά το 2014. Πολλές εφημερίδες, ωστόσο, κατόρθωσαν να προσαρμοστούν γρήγορα στα δεδομένα και τις ανάγκες του διαδικτύου, και απέκτησαν ισχυρή ψηφιακή παρουσία. Στις μέρες μας, η επισκεψιμότητα των ιστοσελίδων τους είναι πολλαπλάσια από την κυκλοφορία τους, ενώ αυτές επιβιώνουν οικονομικά χάρη στις ηλεκτρονικές συνδρομές και στις διαφημίσεις που φιλοξενούν στις ιστοσελίδες τους. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα της παρουσίας των εφημερίδων στο διαδίκτυο σχετίζεται φυσικά με την ευκολία στην πρόσβαση. Ενώ πριν από λίγες δεκαετίες, ένας αναγνώστης που ήθελε να διαβάσει ξένες εφημερίδες έπρεπε να πληρώσει ένα ακριβό αντίτιμο και να περιμένει αρκετές μέρες, σήμερα ο κάθε ενδιαφερόμενος με το πάτημα ενός κουμπιού μπορεί να έχει πρόσβαση σε έναν τεράστιο αριθμό εφημερίδων που κυκλοφορούν σε διάφορες χώρες του κόσμου.

Εκτός από το βιβλίο και τις εφημερίδες, το άλλο έντυπο μέσο που αναπτύχθηκε κατά τη διάρκεια του δέκατου ένατου και του εικοστού αιώνα ήταν το περιοδικό. Αν και τα πρώτα περιοδικά κατά κανόνα περιορίζονταν στην αναπαραγωγή ειδήσεων και θεμάτων από τις εφημερίδες, αργότερα άρχισαν να εξειδικεύουν το περιεχόμενό τους, και να αναπτύσσουν ιδιαίτερες θεματολογίες. Το χαρακτηριστικό αυτό, σε συνδυασμό με την πλούσια εικονογράφηση, αποτέλεσε τον κύριο παράγοντα που της επιτυχίας τους.

Τα οπτικοακουστικά μέσα

Η ανάπτυξη του ραδιοφώνου στηρίχτηκε σε μια άλλη σπουδαία τεχνολογική ανακάλυψη, αυτή του τηλέγραφου. Ο τηλέγραφος εφευρέθηκε στα μέσα του δέκατου ένατου αιώνα από τον Samuel Morse, στη βάση ενός συστήματος αποτελούμενου από τελείες και παύλες, οι οποίες χρησίμευαν για τη μετάδοση μηνυμάτων με ηλεκτρικούς παλμούς. Αν οι πρώτοι τηλέγραφοι μπορούσαν να μεταδίδουν μόλις έξι λέξεις το λεπτό, αποτέλεσαν τη βάση του δικτύου επικοινωνίας στο οποίο στηριζόμαστε ακόμα και σήμερα. Ένα μειονέκτημα του τηλέγραφου, ωστόσο, ήταν ότι αυτός δεν μπορούσε να μεταδώσει την ανθρώπινη φωνή, αλλά μόνο τη γλώσσα που μπορούσε να μεταφραστεί σε κωδικοποιημένους ηλεκτρικούς παλμούς.

Ένα ακόμη μειονέκτημα ήταν ότι η λειτουργία του τηλέγραφου στηριζόταν στην ύπαρξη καλωδίων. Στα τέλη του δέκατου ένατου αιώνα, ο Ιταλός Guglielmo Marconi αξιοποίησε τις θεωρίες περί ηλεκτρομαγνητισμού του Heinrich Hertz για να πραγματοποιήσει πειράματα, τα οποία τελικά οδήγησαν στην αποστολή του πρώτου ασύρματου σήματος το 1895. Επρόκειτο για τη γέννηση του ασύρματου τηλεγραφήματος, ενώ το 1901 ο Marconi κατόρθωσε να στείλει το πρώτο ασύρματο μήνυμα στον Ατλαντικό Ωκεανό.¹⁸

Ο Marconi αν και δεν ασχολήθηκε ο ίδιος με τη μετάδοση ήχου, στην πραγματικότητα άνοιξε τον δρόμο για την εφεύρεση του ραδιοφώνου. Πολύ σύντομα, τόσο οι μεγάλες επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, όσο και τα κράτη, άρχισαν να αντιλαμβάνονται την αξία των σχετικών εφευρέσεων και από το 1916, χάρη στον David Sarnoff, που είχε εργαστεί ως τηλεγραφετής στην εταιρεία «Marconi», άνοιξε ο δρόμος για τη διάδοση του οικιακού

¹⁸ “Communication in the Real World: An Introduction to Communication Studies. Chapter 15.1: Technological Advances: From the Printing Press to the iPhone.” Διαθέσιμο στο: <https://courses.lumenlearning.com/suny-realworldcomm/chapter/15-1-technological-advances-from-the-printing-press-to-the-iphone/>

ραδιοφώνου. Πολύ σύντομα, η ραδιοφωνική συσκευή άρχισε να μπαίνει στα σπίτια των ανθρώπων και να γίνεται το κύριο μέσο όχι μόνο της ενημέρωσης, αλλά και της ψυχαγωγίας.

Η ραγδαία αύξηση στη χρήση του ραδιοφώνου κατά τη δεκαετία του 1920 δημιούργησε την ανάγκη για περαιτέρω έλεγχο των επικοινωνιών και της χρήσης των συχνοτήτων. Κατά τα επόμενα χρόνια, το ραδιόφωνο επρόκειτο να εισέλθει στη «χρυσή εποχή» του. Η λήψη έγινε πολύ πιο αξιόπιστη, τα προγράμματα διαφοροποιήθηκαν και εμπλουτίστηκαν, ενώ μεταδίδονταν, εκτός από μουσική, και θεατρικές παραστάσεις.¹⁹

Κατά τη δεκαετία του 1950, η εξέλιξη της τεχνολογίας επέτρεψε τη δημιουργία φορητών ραδιοφωνικών συσκευών, με αποτέλεσμα το ραδιόφωνο να βγει έξω από τον οικιακό χώρο, με τον οποίο είχε τόσο στενά συνδεθεί, και να αποκτήσει ένα μεγάλο πλεονέκτημα έναντι της τηλεόρασης, που μόλις είχε κάνει τη δυναμική της εμφάνιση, αρχικά στα ευκατάστατα σπίτια του αναπτυγμένου κόσμου. Εκτός από τη μικρή φορητή ραδιοφωνική συσκευή, το γνωστό τρανζίστορ, που έγινε πολύ δημοφιλής κατά τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες, δημιουργήθηκε επίσης το ραδιοφώνου του αυτοκινήτου, το οποίο επίσης έγινε είδος μαζικής κατανάλωσης κατά την ίδια περίοδο. Μπροστά στον ανταγωνισμό της τηλεόρασης, το ραδιόφωνο αναγκάστηκε να προσαρμόσει σημαντικά το περιεχόμενό του, και γι' αυτό άρχισε να εγκαταλείπει τη μετάδοση κωμωδιών και άλλων θεατρικών έργων και σύντομα ταυτίστηκε με τη μετάδοση μουσικής και μουσικών εκπομπών.²⁰

Από που ξεκίνησαν όμως τα οπτικά μέσα; Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1840 είχε ήδη αναπτυχθεί η τεχνολογία που σχετίζεται με τη λήψη και την εκτύπωση των φωτογραφιών, ενώ περί τα τέλη του δέκατου ένατου αιώνα, οι φωτογραφίες μπορούσαν πλέον να παράγονται

¹⁹ Στο ίδιο.

²⁰ Στο ίδιο.

με μαζικό τρόπο και είχαν ήδη κατακτήσει μια σημαντική θέση στις εφημερίδες, στα περιοδικά και στα βιβλία.

Ταυτόχρονα, μερικοί φωτογράφοι άρχισαν να πειραματίζονται με τις φωτογραφίες και στα τέλη της δεκαετίας του 1870, πραγματοποιήθηκαν τα πρώτα πειράματα με σειριακή φωτογραφία, τα οποία θεωρούνται ως ο πρόδρομος της κινηματογραφικής ταινίας. Όχι πολύ αργότερα, στη δεκαετία του 1890, ο Thomas Edison προχώρησε στη δημιουργία μιας εταιρείας κινηματογραφικών ταινιών και άρχισε η διάδοση της νέας τεχνολογίας σε όλο τον κόσμο. Ταυτόχρονα, σημειώθηκαν σημαντικές πρόοδοι στον τομέα της ηχογράφησης και της ασύρματης μετάδοσης ήχου, δύο τεχνικές προϋποθέσεις που ήταν θεμελιώδους σημασίας για τη συνένωση των οπτικών και ακουστικών μέσων. Έτσι, οι κινηματογραφικές ταινίες έγιναν το πρώτο μαζικό μέσο που συνδυάζει ηχητική και οπτική επικοινωνία.²¹

Η τεχνολογία του κινηματογράφου αναπτύχθηκε πολύ πιο γρήγορα από αυτήν της τηλεόρασης, επειδή δεν χρειάστηκε να λύσει το πρόβλημα της ηλεκτρομαγνητικής μετάδοσης και λήψης. Πάντως, η τεχνολογία της τηλεόρασης αναπτύχθηκε σε μεγάλο βαθμό κατά τη μεσοπολεμική περίοδο, ενώ ήδη πριν από την έναρξη του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου 1939, η τηλεοπτική μετάδοση είχε γίνει πράξη.

Η αρχική επιτυχία του νέου αυτού μέσου μαζικής ενημέρωσης στηρίχτηκε σε μεγάλο βαθμό στην προηγούμενη εμπειρία του ραδιοφώνου. Με αυτή την έννοια, η τηλεόραση αντέγραψε τις πρακτικές του ραδιοφώνου, κυρίως τις εκπομπές σε πραγματικό χρόνο. Επίσης, η τηλεόραση, όπως και το ραδιόφωνο, στηρίχτηκε οικονομικά στη διαφήμιση, γεγονός που

²¹ “A very short history of cinema.” 18 Ιουνίου 2020. Διαθέσιμο στο: <https://www.scienceandmediamuseum.org.uk/objects-and-stories/very-short-history-of-cinema#:~:text=The%20first%20to%20present%20projected,film%20printer%20all%20in%20one.>

οδήγησε στην ανάπτυξη ανταγωνιστικών σχέσεων ανάμεσα στα δύο αυτά μέσα μαζικής επικοινωνίας.²²

Κατά τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια, η διάδοση της τηλεοπτικής συσκευής είχε καταλυτική επίδραση στις ζωές των ανθρώπων, επηρεάζοντας πρώτα και κύρια την κοινωνικοποίηση και την ψυχαγωγία τους. Είναι χαρακτηριστικό ότι περί τα τέλη της δεκαετίας του 1940 και στα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 1950, στις αμερικανικές πόλεις στις οποίες λειτουργούσαν τηλεοπτικοί σταθμοί σημειώθηκε σημαντική πτώση στα έσοδα των νυχτερινών κέντρων και των κινηματογράφων. Επιπλέον, κατά την ίδια περίοδο οι ετήσιες πωλήσεις τηλεοπτικών συσκευών άρχισαν να ξεπερνούν τις πωλήσεις ραδιοφώνων.²³

Κατά τη δεκαετία του 1960, εμφανίστηκαν επίσης οι έγχρωμες τηλεοπτικές μεταδόσεις, ενώ το περιεχόμενο των τηλεοπτικών προγραμμάτων διαιρέθηκε σε δύο κύριους τομείς: στην ενημέρωση και στην ψυχαγωγία. Κατά τις τρεις πρώτες δεκαετίες της τηλεόρασης ως μέσου μαζικής επικοινωνίας, τα προγράμματα ακολουθούσαν ένα σε γενικές γραμμές κοινό ύφος και περιεχόμενο, πράγμα που επρόκειτο να αλλάξει με τη δημιουργία των ιδιωτικών τηλεοπτικών καναλιών, καθώς και με την εμφάνιση της καλωδιακής και της δορυφορικής τηλεόρασης. Τα παραπάνω είχαν ως αποτέλεσμα την αύξηση του ανταγωνισμού. Ο ανταγωνισμός, άλλωστε, οδήγησε σε περαιτέρω ανάπτυξη της τηλεόρασης και σε σημαντικές αλλαγές στα προγράμματα, τόσο στο επίπεδο της μορφής, όσο και στο επίπεδο του περιεχομένου. Επιπλέον, η ανάπτυξη της ιδιωτικής τηλεόρασης συνδέθηκε συχνά με τη διαπλοκή μεγάλων οικονομικών και πολιτικών συμφερόντων, τα οποία απέκτησαν τεράστια επιρροή χάρη στο τηλεοπτικό μέσο, επιρροή η οποία σε αρκετές περιπτώσεις έθεσε σε κίνδυνο

²² “Communication in the Real World: An Introduction to Communication Studies. Chapter 15.1: Technological Advances: From the Printing Press to the iPhone.” Διαθέσιμο στο: <https://courses.lumenlearning.com/suny-realworldcomm/chapter/15-1-technological-advances-from-the-printing-press-to-the-iphone/>

²³ Στο ίδιο.

το ίδιο το δημοκρατικό πολίτευμα. Επιπλέον, τα ιδιωτικά τηλεοπτικά κανάλια, διαμορφώνοντας προτιμήσεις, συνδέθηκαν με την πτώση του ποιοτικού περιεχομένου της τηλεόρασης και με την περιθωριοποίηση των κρατικών τηλεοπτικών δικτύων, τα οποία σε γενικές γραμμές δεν κινήθηκαν στη λογική της ποιοτικής υποβάθμισης των προγραμμάτων τους.²⁴

Τα ψηφιακά μέσα

Η ψηφιοποίηση της βιομηχανίας των μέσων μαζικής ενημέρωσης αρχίζει να πραγματοποιείται ήδη από τη δεκαετία του 1980. Κατά τα επόμενα χρόνια, μια σειρά από νέα τεχνολογικά μέσα και εργαλεία εμφανίζονται στην αγορά και αρχίζουν να χρησιμοποιούνται από όλο και μεγαλύτερο αριθμό καταναλωτών. Οι νέες τεχνολογικές ανακαλύψεις που εμφανίστηκαν στην αγορά κατά τα τέλη της δεκαετίας του 1990 και κατά τα πρώτα χρόνια της τρίτης χιλιετηρίδας είναι αναρίθμητες και άλλαξαν την καθημερινότητα των ανθρώπων με τρόπο επαναστατικό. Αξίζει να αναφέρουμε μερικές από αυτές: Το κινητό τηλέφωνο, οι υπολογιστές και οι φορητοί υπολογιστές, ο προσωπικός ψηφιακός βοηθός, οι συσκευές MP3, οι ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές, το Bluetooth είναι μερικές μόνο από τις τεχνολογικές ανακαλύψεις της νέας ψηφιακής εποχής. Εκτός από την εκμηδένιση της γεωγραφικής απόστασης στην επικοινωνία, μια εξέλιξη που είχε ήδη αρχίσει να γίνεται πράξη χάρη στην εφεύρεση του τηλέγραφου και του τηλεφώνου, τα νέα τεχνολογικά μέσα έφεραν μαζί τους νέες επαναστατικές αλλαγές, μία από τις οποίες ήταν, φυσικά, η ψηφιοποίηση των δεδομένων, που μπορούσαν τώρα να αποθηκεύονται σε μικρές φορητές συσκευές, να υφίστανται επεξεργασία και να ανταλλάσσονται μεταξύ χρηστών σε ελάχιστο χρόνο.

²⁴ William Hoynes, "Democracy, privatization and public television, Peace Review," 11:1, 1999, σσ. 36-37, DOI: [10.1080/10402659908426228](https://doi.org/10.1080/10402659908426228)

Αν θα έπρεπε να επιλέξει κάποιος μία από τις τεχνολογικές εξελίξεις που σημάδεψαν την ανθρωπότητα κατά τις τελευταίες δεκαετίες ως τη σημαντικότερη όλων, δεν θα δίσταζε να επιλέξει το διαδίκτυο. Πράγματι, οι περισσότεροι υποδέχτηκαν το διαδίκτυο ως μία τεχνολογική και επιστημονική εξέλιξη που θα άνοιγε στην ανθρωπότητα νέους δρόμους για την ανάπτυξη της ανθρώπινης διάνοιας, για την πλήρη κατάργηση των χρονικών και γεωγραφικών αποστάσεων, για την ελευθερία, την αλληλεγγύη και την αδελφосύνη. Σύμφωνα με τους πιο αισιόδοξους και τους φανατικούς υποστηρικτές της ιδέας της προόδου, το διαδίκτυο θα οδηγούσε στην κατάργηση των αποκλεισμών, στην ενίσχυση της συμμετοχής και της δημοκρατίας, καθώς και στην αύξηση της σημασίας του ρόλου των πολιτών. Άλλωστε, ο ρόλος αυτός είχε υποβαθμιστεί από την διάδοση της τηλεόρασης, μια τεχνολογικής εξέλιξης που, παρά τα πλεονεκτήματά της, είχε οδηγήσει πολλούς ανθρώπους στην υιοθέτηση ενός παθητικού ρόλου, αυτού του κλεισμένου σε τέσσερις τοίχους τηλεθεατή.

Πολύ σύντομα, ωστόσο, άρχισαν να εκφράζονται επιφυλάξεις σχετικά με την απόλυτη ελευθερία στον χώρο του διαδικτύου, επιφυλάξεις που σχετίζονται με κινδύνους που ακόμη και σήμερα δεν έχει γίνει δυνατό να εξαλειφθούν από το διαδίκτυο. Η αποθήκευση και η αθέμιτη χρήση ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων, οι οικονομικές απάτες, η ελεύθερη πρόσβαση σε πορνογραφικό υλικό και η ταχύτατη διάδοση ψευδών ή παραπλανητικών ειδήσεων είναι μερικά μόνο από τα προβλήματα που συνδέονται με τη διάδοση της χρήσης του διαδικτύου.

Μία από τις εντυπωσιακές δυνατότητες του διαδικτύου είναι η ενοποίηση του ήχου, της εικόνας και του κειμένου. Με άλλα λόγια, το διαδίκτυο είναι ένα πολυμέσο, το οποίο όμως έχει πολλές ακόμη ιδιότητες. Μέσω ενός υπολογιστή ή ενός κινητού τηλεφώνου, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να ανταλλάξει σε άμεσο χρόνο όχι μόνο γραπτά μηνύματα, αλλά και εικόνες, βίντεο και μουσική. Επιπλέον, το διαδίκτυο προσφέρει στους χρήστες τη δυνατότητα να αντλήσουν πληροφορίες από αναρίθμητες πηγές, καθώς και να ανταλλάξουν πληροφορίες

και αρχεία, που άλλοτε η μεταφορά τους θα φάνταζε σχεδόν αδύνατη. Για παράδειγμα, τα τεύχη μιας έντυπης ημερήσιας εφημερίδας που κυκλοφόρησαν σε διάστημα ενός έτους, κάποτε για να αποθηκευτούν χρειαζόνταν πολλές κούτες ή πολλά ράφια. Σήμερα, χάρη στις ψηφιακές τεχνολογίες, η αποθήκευσή τους θα έπιανε ελάχιστο μόνο ψηφιακό χώρο σ' έναν υπολογιστή ή σε έναν σκληρό δίσκο, ενώ η μεταφορά τους από χρήστη σε χρήση μπορεί να γίνει σε μερικά μόνο δευτερόλεπτα.

Εκτός από τις δυνατότητες που προσφέρει, το διαδίκτυο έχει και μερικά ακόμη σημαντικά πλεονεκτήματα. Είναι ένα πολύ ευέλικτο μέσο, το οποίο ο καθένας μπορεί να χρησιμοποιήσει ανάλογα με τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντά του, και είναι πολύ εύκολο στη χρήση. Επιπλέον, είναι πολύ χαμηλό σε κόστος, όχι μόνο ως μηναία συνδρομή, αλλά και επειδή προσφέρεται δωρεάν σε πολλούς δημόσιους χώρους (σχολεία, πανεπιστήμια, χώροι εστίασης, δημοτικοί χώροι, δημόσιες υπηρεσίες, καταστήματα κ.α.).

Το πέρασμα από τον έντυπο τύπο στον ηλεκτρονικό τύπο αρχίζει να πραγματοποιείται στα τέλη της δεκαετίας του 1990. Σ' αυτήν την πρώτη φάση, οι έντυπες εφημερίδες αρχίζουν να αναρτώνται στο διαδίκτυο, με προφανή στόχο να γίνουν προσβάσιμες σε έναν μεγαλύτερο αριθμό αναγνωστών, σε όλα τα μήκη και τα πλάτη της γης. Αν και η τάση αυτή εκφράστηκε με διαφορετικό τρόπο σε κάθε χώρα, στην εξέλιξη αυτή πρωτοστάτησαν τα ισχυρότερα δημοσιογραφικά συγκροτήματα, τα οποία είχαν στη διάθεσή τους τους αναγκαίους οικονομικούς πόρους για μια τέτοια επένδυση. Εξάλλου, από το 1998 οι επιχειρήσεις των μέσων μαζικής ενημέρωσης αρχίζουν να δημιουργούν τις δικές τους ιστοσελίδες, οι οποίες αρχικά χρησιμοποιούνταν σχεδόν αποκλειστικά από επαγγελματίες των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Σ' αυτό το αρχικό στάδιο της παρουσίας τους στο διαδίκτυο, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ακολούθησαν γενικά δύο δρόμους: Είτε αναρτούσαν στο διαδίκτυο το σύνολο της έντυπης έκδοσής του, είτε περιορίζονταν στην ανάρτηση μιας επιλογής άρθρων και ειδήσεων. Όπως έδειξε μια μελέτη πάνω στις στρατηγικές των γαλλικών μέσων μαζικής

ενημέρωσης, κατά τα πρώτα χρόνια της ψηφιακής εποχής, οι εφημερίδες στην πραγματικότητα επιχείρησαν μέσα από το διαδίκτυο πρωτίστως να ενισχύσουν τη «φίρμα» τους και ταυτόχρονα να τονίσουν την αξία του έντυπου μέσου.²⁵ Με αυτή την έννοια, στην αρχική φάση της σχέσης των μέσων μαζικής ενημέρωσης στον κυβερνοχώρο δόθηκε μεγάλη έμφαση στην υπεροχή της έντυπης έκδοσης και δεν έγιναν σημαντικές προσπάθειες ώστε να κατακτηθεί μια σχετική αυτονομία του ηλεκτρονικού μέσου.

Σε κάθε περίπτωση, η εμφάνιση του ηλεκτρονικού τύπου δεν σηματοδότησε μια σημαντική αλλαγή μόνο στο επίπεδο του μέσου, με το πέρασμα δηλαδή από το χαρτί στον ψηφιακό κόσμο, αλλά και μια σημαντική εξέλιξη στο επίπεδο του περιεχομένου, τόσο προς τις πληροφορίες που μεταδίδονται, όσο και ως προς τον τρόπο με τον οποίο αυτές οργανώνονται, προβάλλονται και διαδίδονται, καθώς και ως προς τον τρόπο πρόσληψής τους από το ευρύ κοινό.²⁶

Φόβοι και ανησυχίες: Μια έκθεση της Επιτροπής Πολιτισμού, Νεότητας, Παιδείας και Μέσων Μαζικής ενημέρωσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής

Αξίζει να σημειωθεί ότι η εμφάνιση και η διάδοση των νέων τεχνολογιών προξένησε φόβους και ανησυχίες σχετικά με το μέλλον των επιχειρήσεων των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης, ιδιαίτερα των έντυπων εφημερίδων και περιοδικών. Είναι χαρακτηριστικό ότι ήδη το 1996, η Επιτροπή Πολιτισμού, Νεότητας, Παιδείας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης εξέφρασε την ανησυχία της σχετικά με τις επιδράσεις των νέων τεχνολογιών στον γραπτό τύπο της Ευρώπης και προχώρησε μάλιστα στη σύνταξη σχετικής έκθεσης. Μέσα από

²⁵ Khaled Zouari, « La presse en ligne : vers un nouveau média ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, no. 1, 2007, σ. 83-84.

²⁶ Khaled Zouari, « La presse en ligne : vers un nouveau média ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, no. 1, 2007, σσ. 82-83.

τη σχετική έκθεση, η Επιτροπή Πολιτισμού, Νεότητας, Παιδείας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υποστήριξε τον γραπτό τύπο έναντι των οπτικοακουστικών μέσων και του διαδικτύου και επιχειρούσε να αναδείξει την ανωτερότητά του:

Ξεκινούμε από την αρχή, ότι τα νέα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης δεν έρχονται να υποκαταστήσουν την εφημερίδα και το περιοδικό. Αντιθέτως πιστεύουμε ότι νέα και παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης έχουν χαρακτήρα συμπληρωματικό, ο δε συνδυασμός τους οδηγεί στην πλήρη και σφαιρική πληροφόρηση.

Η γενική αυτή διαπίστωση συχνά αγνοείται και από τον ίδιο τον γραπτό Τύπο ο οποίος συχνά τα τελευταία χρόνια επιδίδεται σ' ένα παιχνίδι ανταγωνισμού με τα οπτικοακουστικά μέσα, παιχνίδι άνισο, όπως στη συνέχεια θα αναλυθεί, αλλά και άσκοπο, αν δεχθεί κανείς τη διαφορετική λειτουργία και σκοπό των μέσων αυτών επικοινωνίας.

Επιχειρώντας έναν επαναπροσδιορισμό του ρόλου του Τύπου και μια καταγραφή των λειτουργιών που μόνον (ή κυρίως) αυτός μπορεί και είναι ευκατὰ να επιτελέσει (χωρίς αυτό να σημαίνει ότι κάτι τέτοιο συμβαίνει στην πραγματικότητα), διαπιστώνει κανείς ότι ο κατάλογος είναι αρκετά μακρύς.

Κατ' αρχάς η γραπτή μορφή μετάδοσης πληροφοριών απευθύνεται πολύ περισσότερο στην κριτική επεξεργασία και στη λογική του αναγνώστη, ο οποίος διαβάζοντας έχει τη δυνατότητα να σκεφτεί, ν' αφομοιώσει, ν' αναλύσει, να συγκρίνει και να ιεραρχήσει την πληροφορία. Αντιθέτως, ο ήχος ή/και η εικόνα απευθύνονται πολύ περισσότερο στο ανθρώπινο συναίσθημα και στη στιγμιαία αντίδραση του ακροατή-θεατή.

Η ενισχυμένη αυτή δυνατότητα λογικής επεξεργασίας και κριτικής στάσης έναντι της πληροφορίας που αποτυπώνεται στο χαρτί και την οποία μπορεί κανείς ανά πάσα στιγμή να επικαλεστεί και να ανακαλέσει αποτελεί κατεξοχήν λειτουργία του έντυπου μέσου σε αντίθεση με την, επίσης χρήσιμη αλλά διαφορετική, λειτουργία του οπτικοακουστικού μέσου που επιπλέον προσφέρει θέαμα, αμεσότητα, ταχύτητα και ψυχαγωγία, συχνά συνδυάζοντας πολλά άλλα στοιχεία με την καθ' εαυτό πληροφόρηση.

Η γραπτή κριτική, η συνέντευξη, το χρονογράφημα, το άρθρο, η ανάλυση μπορούν να προσφέρουν μία δεύτερη, βαθύτερη ματιά στα γεγονότα από την απλή απεικόνιση ή καταγραφή τους.

Εξάλλου, ο γραπτός λόγος είναι κατά κανόνα είτε ενυπόγραφος είτε μας δίνεται η δυνατότητα να γνωρίζουμε την πηγή του, κάτι που δεν συμβαίνει πάντα στις ραδιοτηλεοπτικές μεταδόσεις των οποίων η πηγή διοχέτευσης δεν είναι πάντα γνωστή.

Η καθημερινή ή περιοδική κυκλοφορία των εντύπων τονώνει και υποκινεί τον δημόσιο διάλογο, αλλά και συντηρεί κοινότητες των αναγνωστών που διασταυρώνουν γνώμες και συζητήσεις με επίκεντρο τονώνει και υποκινεί τον δημόσιο διάλογο, αλλά και συντηρεί κοινότητες των αναγνωστών που διασταυρώνουν γνώμες και συζητήσεις με επίκεντρο διάφορα δημοσιεύματα των εντύπων που ταυτίζονται με τις πολιτικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και άλλες πεποιθήσεις τους. Τα στοιχεία αυτά, καθώς και ο έλεγχος της πολιτικής εξουσίας ή των «αρχών» γενικότερα σε κάθε χώρο, είναι αυτά που προσέδωσαν στον Τύπο τον ιστορικό του ρόλο, ρόλο σύμφυτο με τη δημοκρατία, την ελευθερία και τα ανθρώπινα δικαιώματα.²⁷

Τα επιχειρήματα της Επιτροπής Πολιτισμού Νεότητας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης της Κομισιόν μπορούν να χαρακτηριστούν εκ των υστέρων ως φοβικά απέναντι στην τηλεόραση και στο διαδίκτυο. Ωστόσο, η προσπάθεια της ανάδειξης της αξίας του γραπτού λόγου από την πλευρά της Επιτροπής δεν ήταν χωρίς σημασία, αφού μια σειρά ερευνών γύρω από την επίδραση της τηλεόρασης είχε ήδη αποδείξει ότι η παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων για πολλές ώρες συνδεόταν με την μείωση της αναγνωστικής ικανότητας, γεγονός το οποίο εκ των πραγμάτων οδηγεί στην εξασθένηση της κριτικής σκέψης.²⁸ Σημειώνει

²⁷ Επιτροπή Πολιτισμού, Νεότητας, Παιδείας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, «Εκθεση σχετικά με την επίδραση των νέων τεχνολογιών στο γραπτό τύπο της Ευρώπης», 29 Σεπτεμβρίου 1997. Διαθέσιμο στο: <https://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A4-1997-0289+0+DOC+XML+V0//EL>

²⁸ Marco Ennemoser & Wolfgang Schneider, “Relations of television viewing and reading: Findings from a 4-year longitudinal study,” *Journal of Educational Psychology*, 99(2), 2007, σσ. 364-366. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.99.2.349>

σχετικά η Επιτροπή Πολιτισμού Νεότητας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής:

Αντιθέτως, η σχέση αλληλεπίδρασης αναγνώστη-θεατή της τηλεοπτικής οθόνης ή του υπολογιστή και πληροφορίας, είναι μία τελείως διαφορετική διαδικασία, πιο χρήσιμη από την άποψη της γρήγορης και εξειδικευμένης πληροφόρησης, σαφώς όμως χωρίς στοιχεία έντονης κοινωνικοποίησης.²⁹

Στη συνέχεια, η έκθεση της Επιτροπής αναφερόταν στη σχέση ανάμεσα στη χρήση της νέας ψηφιακής τεχνολογίας στην ενημέρωση και το κοινό:

Μια άλλη σημαντική παρατήρηση αφορά το κοινό στο οποίο απευθύνονται τα διάφορα Μ.Μ.Ε.

Έχει επανειλημμένως διαπιστωθεί από έρευνες και μελέτες και της Επιτροπής ότι η ηλεκτρονική εφημερίδα, το INTERNET, το CD ROM κ.λπ. απευθύνονται προς το παρόν σε όλο διευρυνόμενο, αλλά και κατά κάποιο τρόπο εξειδικευμένο κοινό. Ο βαθμός διείσδυσης τους είναι εξάλλου πολύ ταχύτερος σε κύκλους επαγγελματικών, νέων, εκπαιδευτικών κ.λπ., εν πάση περιπτώσει σε άτομα που διαθέτουν μια ειδική «γνώση».

Η παραδοσιακή εφημερίδα και το περιοδικό εξακολουθούν να απευθύνονται σε μαζικότερο κοινό, που επιθυμεί την γενική ενημέρωση, την ιεράρχηση και την τοποθέτηση της πληροφορίας στο γενικότερο κοινωνικό, πολιτικό και πολιτιστικό πλαίσιο της καθημερινότητας. Επιπλέον, ο Τύπος, τουλάχιστον για ένα μεταβατικό στάδιο, κατά το οποίο οι διαφορές μεταξύ «πληροφοριακά πλουσίων και πληροφοριακά φτωχών» αναπόφευκτα θα εξακολουθούν να υπάρχουν, θα εξασφαλίζει στους τελευταίους ένα σημαντικό επίπεδο πληροφόρησης και μάλιστα στη γλώσσα τους ή ακόμα και στο τοπικό τους ιδίωμα, κάτι που δεν συμβαίνει συνήθως στα δίκτυα των ηλεκτρονικών μέσων.³⁰

²⁹ Στο ίδιο.

³⁰ Στο ίδιο.

Σε αυτό το σημείο, η Επιτροπή επρόκειτο να διαψευσθεί πανηγυρικά σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Πράγματι, μέσα σε πολύ λίγα χρόνια, το διαδίκτυο επρόκειτο να εξαλείψει σχεδόν όλους τους φραγμούς στην ενημέρωση, καταργώντας γεωγραφικές, πολιτιστικές και οικονομικές αποστάσεις στην πρόσβαση στην πληροφορία. Αν και αρκετά ηλεκτρονικά μέσα μαζικής ενημέρωσης διαθέτουν το σύνολο του περιεχομένου τους μόνο στους συνδρομητές τους, πλέον έχει καταργηθεί η εικόνα του πλούσιου επιχειρηματία που διάβαζε ξένο Τύπο πίνοντας τον καφέ του, αφού ακόμα και ένας εγγράμματος αγρότης που ζει σε μια απομακρυσμένη περιοχή μπορεί, χάρη στο διαδίκτυο, να ενημερωθεί από κορυφαία διεθνή μέσα, ενώ στην περίπτωση που δεν γνωρίζει τις γλώσσες, μπορεί να χρησιμοποιήσει τα διάφορα εργαλεία μετάφρασης που υπάρχουν ελεύθερα στο διαδίκτυο.

Μία ακόμα ανησυχία που εξέφραζε στην έκθεσή της η Επιτροπή Πολιτισμού, Νεότητας, Παιδείας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης είχε να κάνει με το ίδιο το επάγγελμα του δημοσιογράφου και με την απώλεια θέσεων εργασίας στα παραδοσιακά μέσα μαζικής ενημέρωσης:

Η ενοποίηση υπηρεσιών επικοινωνίας, πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών επιδρά άμεσα στον κύκλο των εργαζομένων στη σχετική αγορά. Ήδη με την εξάπλωση των οπτικοακουστικών μέσων άλλαξε σημαντικά και ο ρόλος του δημοσιογράφου. Όσο και αν το έργο του παραμένει πάντοτε, έστω και λίγο ιδανικά, η αξιόπιστη και ποιοτική πληροφόρηση, η βιομηχανία περιεχομένου multimedia και η ενοποίηση των διαδικασιών συγκέντρωσης και διανομής της πληροφορίας απαιτούν επιπλέον ειδικευμένες γνώσεις σχετικά με το hardware και το software και γενικότερα την τεχνολογία των υπολογιστών.

Διάφορες μελέτες και έρευνες καταλήγουν στο αισιόδοξο συμπέρασμα δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας στη βιομηχανία περιεχομένου των πολυμέσων. Κανείς εντούτοις δε μιλά για τις θέσεις εργασίας που χάνονται από τον παραδοσιακό χώρο της δημοσιογραφίας των εντύπων μέσων, ο οποίος ήδη πλήττεται σε κάποιες χώρες σημαντικά (π.χ. Γαλλία, Ελλάδα) με την κατάργηση προνομίων και φοροαπαλλαγών, και

όπου, σημειωτέον οι μισθοί είναι σημαντικά (πολύ συχνά και θεαματικά) χαμηλότεροι από τους αντίστοιχους των εργαζομένων σε οπτικοακουστικά μέσα.³¹

Όπως θα δείξουμε στη συνέχεια, αυτή ήταν μια μάλλον εύλογη ανησυχία, αφού οι ανακατατάξεις που προκάλεσε το διαδίκτυο στην αγορά των μέσων μαζικής ενημέρωσης επρόκειτο να θέσουν υπό αμφισβήτηση και να επηρεάσουν όχι μόνο τα εργασιακά δικαιώματα των δημοσιογράφων, αλλά ακόμη και την ίδια την επαγγελματική και κοινωνική τους ταυτότητα.

³¹ Στο ίδιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:

Τα blogs, τα κοινωνικά δίκτυα και ο νέος ρόλος του κοινού

Η εμφάνιση των blogs και η αντίδραση των μέσων μαζικής ενημέρωσης

Ιδιαίτερα η εμφάνιση των blogs ήταν αυτή που έφερε επανάσταση στον κόσμο της ενημέρωσης, με τους bloggers την πραγματικότητα να αποσπούν το προνόμιο μεταφοράς και σχολιασμού των ειδήσεων από τους επαγγελματίες δημοσιογράφους. Σύμφωνα με τον ορισμό ενός έγκριτου βρετανικού λεξικού ο όρος «blog» περιγράφει μία «διαδικτυακή σελίδα, στην οποία ένα άτομο ή μία ομάδα ατόμων προσθέτουν πληροφορίες σε τακτική βάση, συχνά και σε καθημερινή βάση».³²

Από πολύ νωρίς το blogging απέκτησε μεγάλη δημοφιλία, τόσο μεταξύ των ατόμων που βρήκαν ένα νέο μέσο επικοινωνίας ως συγγραφείς, όσο και γενικότερα μεταξύ των χρηστών του διαδικτύου. Ωστόσο, όσο κι αν μερικοί bloggers άρχισαν να νιώθουν ως δημοσιογράφοι, υπάρχουν μερικά σημαντικά σημεία, τα οποία διαφοροποιούν το blogging από τη δημοσιογραφία:

1. Τα blogs είναι μέσα στα οποία παρέχεται απολύτως δωρεάν πρόσβαση σε όλους τους χρήστες του διαδικτύου, ενώ οι δημοσιογράφοι εργάζονται σε επιχειρήσεις του τύπου, οι οποίες λειτουργούν με τους κανόνες της αγοράς. Αν και τα blogs γενικά δεν λειτουργούν με τέτοιους κανόνες, μπορεί, ωστόσο, αρκετά από αυτά να αποφέρουν κέρδος στους δημιουργούς τους, μέσω των διαδικτυακών διαφημίσεων.
2. Με αυτή την έννοια, η επιτυχία ενός blog, έτσι όπως μετριέται από τον αριθμό επισκέψεων είναι σχετική, ενώ οι εφημερίδες, οι ραδιοφωνικοί σταθμοί και τα

³² “Blog,” *Cambridge Dictionary*, διαθέσιμο στο: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/blog>

τηλεοπτικά κανάλια χρειάζονται έναν κατώτατο αριθμό αναγνωστών, ακροατών και τηλεθεατών για να επιβιώσουν οικονομικά.

3. Γενικά, η δημοσιογραφία είναι ένα επάγγελμα με ένα συγκεκριμένο πλαίσιο κανόνων και δεοντολογικών δεσμεύσεων, ενώ τα blogs δημιουργούνται τις περισσότερες φορές από ερασιτέχνες, από άτομα που δεν είχαν και δεν έχουν επαγγελματική εμπειρία ως δημοσιογράφοι. Ωστόσο, και αυτός ο κανόνας δεν είναι απόλυτος, αφού δημοσιογράφοι μπορούν να γίνουν δημιουργοί blogs, όπως και επιτυχημένοι bloggers να περάσουν στον χώρο της επαγγελματικής δημοσιογραφίας.
4. Η άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, όπως σημειώσαμε παραπάνω, δεσμεύεται από ορισμένους κανόνες και περιορισμούς, καθώς και από ορισμένες προϋποθέσεις, όπως είναι για παράδειγμα η συνεργασία με ένα μέσο μαζικής ενημέρωσης. Αντίθετα, για τη δημιουργία ενός blog, το μόνο που χρειάζεται είναι ένας υπολογιστής και σύνδεση στο διαδίκτυο.
5. Μία άλλη διαφορά ανάμεσα στο blogging και τη δημοσιογραφία έχει να κάνει με τον ρόλο του συντάκτη. Στη δημοσιογραφία υπάρχει σαφής διάκριση ανάμεσα στον συντάκτη και στο αναγνωστικό κοινό, ενώ στο blogging οι αναγνώστες μπορεί να είναι και συγγραφείς και το αντίστροφο.
6. Ένα άρθρο εφημερίδας ή μια είδηση που μεταδίδεται στην τηλεόραση αποτελεί κατά κανόνα πρωτότυπη σύνθεση που προκύπτει από την επεξεργασία πρωτογενών πηγών. Αντίθετα, τα άρθρα και οι ειδήσεις που δημοσιεύονται στα blogs στηρίζονται συνήθως σε πληροφορίες που αντλούνται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.
7. Ενώ στις εφημερίδες την ευθύνη για τη σύνταξη έχει συνήθως ένας δημοσιογράφος, στα blogs ένα κείμενο μπορεί να είναι αποτέλεσμα συνεργασίας πολλών ανθρώπων.
8. Ενώ στις εφημερίδες, στους ραδιοφωνικούς σταθμούς και στα τηλεοπτικά κανάλια, οι διευθυντές και οι αρχισυντάκτες είναι υπεύθυνοι να διασφαλίσουν ότι λαμβάνονται

υπόψη οι γνώμες, οι τάσεις και οι επιθυμίες του κοινού, στα blogs, οι αναγνώστες επικοινωνούν απευθείας με τους δημιουργούς / συντάκτες.

9. Μία άλλη σημαντική διαφορά ανάμεσα στα blogs και στα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι ότι στα πρώτα η πληροφορία κινείται από τους χρήστες του διαδικτύου προς αυτά, ενώ τα δεύτερα είναι αυτά που έχουν την ευθύνη της διακίνησης της πληροφορίας προς το κοινό.
10. Τέλος, υπάρχει μία καθιερωμένη αντίληψη από την πλευρά της δημοσιογραφίας ότι οι δημοσιογράφοι αναζητούν την πληροφορία σε ένα καθεστώς ελευθεροτυπίας και δημοκρατικής έκφρασης, ενώ στην πλευρά των blogs επικρατεί η αντίληψη ότι μέσω της πληροφόρησης μπορεί να επιτευχθεί περισσότερη δημοκρατία και περισσότερη ελευθερία στην έκφραση.³³

Τα καθιερωμένα μέσα μαζικής ενημέρωσης αντιμετώπισαν αρχικά με καχυποψία τα blogs και εξέφρασαν συχνά την απαξίωσή τους απέναντι σ' αυτό το νέο φαινόμενο που έφερνε η διάδοση του διαδικτύου. Ένα από τα κύρια επιχειρήματα των μέσων μαζικής ενημέρωσης εναντίον των blogs ήταν ότι από αυτά απουσίαζε οποιοσδήποτε δεοντολογικός κανόνας και ότι αυτά στην πραγματικότητα δρούσαν ανεξέλεγκτα, χωρίς να λογοδοτούν σε κανένα. Με αυτή την έννοια, πάντα σύμφωνα με τον κυρίαρχο λόγο των ανθρώπων των μέσων μαζικής ενημέρωσης, τα blogs μπορούσαν να διασπείρουν ανεπιβεβαίωτες πληροφορίες, ψεύδη, ακόμα και φήμες, συμβάλλοντας στην παραπλάνηση του κοινού και θέτοντας σε κίνδυνο την ίδια τη δημοκρατία. Μία άλλη κατηγορία εναντίον των blogs ήταν ότι το υλικό τους δεν αποτελούσε προϊόν υπεύθυνης έρευνας, δεν ήταν πρωτότυπο και υπήρχε πάντοτε ο κίνδυνος αυτό να είναι υποκινούμενο από σκοτεινά συμφέροντα. Για να απαντήσουν στα παραπάνω, οι θιασώτες των

³³ Βασιλική Καϊμάκη, *Νέες τεχνολογίες της επικοινωνίας: Η δημοσιογραφία στην ψηφιακή εποχή. Στάσεις των Ελλήνων δημοσιογράφων στις αρχές της ψηφιακής διείσδυσης*. Διδακτορική διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα, 2011, σσ. 237-238.

blogs υποστήριζαν ότι η νέα αυτή μορφή έκφρασης μέσω του διαδικτύου ενοχλούσε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης γιατί απειλούσε ευθέως τις πωλήσεις τους και ότι τα blogs μπορούσαν να λειτουργήσουν προς όφελος της δημοκρατίας και της ελευθερίας του λόγου.

Πολύ σύντομα, η επιτυχία που είχαν τα blogs ώθησαν τα επίσημα μέσα μαζικής ενημέρωσης να τα «αγκαλιάσουν» και να επιχειρήσουν να τα ενσωματώσουν. Μάλιστα, πολύ διάσημοι bloggers προσελήφθησαν από μεγάλους οργανισμούς μαζικής ενημέρωσης, ενώ πολλά μέσα μαζικής ενημέρωσης δημιούργησαν τα δικά τους blogs, τα οποία λειτουργούσαν στις σελίδες τους στο διαδίκτυο. Τέλος, πολλά μέσα μαζικής ενημέρωσης άρχισαν να οικειοποιούνται τις πρακτικές των blogs, όπως για παράδειγμα την ανάρτηση σχολίων κάτω από τα άρθρα.³⁴

Τα κοινωνικά δίκτυα

Σύμφωνα με στοιχεία της προηγούμενης δεκαετίας, το Facebook αποτελούσε ήδη το νούμερο ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς και το μέσο κοινωνικής δικτύωσης με τη μεγαλύτερη επιρροή στη διάδοση ειδήσεων και πληροφοριών. Επίσης, μόνο στις ΗΠΑ, το 64% των ενηλίκων χρηστών του διαδικτύου διέθεταν ήδη λογαριασμό στο Facebook, ενώ το 30% του πληθυσμού χρησιμοποιούσε αυτό το μέσο για να ενημερωθεί. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι περίπου εβδομήντα πέντε εκατομμύρια Αμερικανοί, στα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας, ενημερώνονταν για τις εξελίξεις μέσω του Facebook, πράγμα που καθιστούσε το συγκεκριμένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης μακράν τη σημαντικότερη πηγή

³⁴ Βασιλική Καϊμάκη, *Νέες τεχνολογίες της επικοινωνίας: Η δημοσιογραφία στην ψηφιακή εποχή. Στάσεις των Ελλήνων δημοσιογράφων στις αρχές της ψηφιακής διείσδυσης*. Διδακτορική διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα, 2011, σσ. 238-239.

ενημέρωσης σε σχέση με άλλα κοινωνικά δίκτυα και σε σχέση με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης που είναι προσβάσιμα μέσω του διαδικτύου.³⁵

Σύμφωνα με στοιχεία του Ιανουαρίου 2021, το Facebook έχει σήμερα 2,740,000,000 χρήστες σε όλο τον κόσμο, το Youtube 2,291,000,000 χρήστες, το Instagram περισσότερους από ένα δισεκατομμύριο, ενώ το ανερχόμενο TikTok έχει περίπου εφτακόσια εκατομμύρια χρήστες.³⁶

Η εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά τη δεκαετία του 2000 χαρακτηρίστηκε από πολλούς ως επανάσταση και πολύ σύντομα το φαινόμενο άρχισε να απασχολεί τους επιστήμονες διαφόρων κλάδων, οι οποίοι πρότειναν διάφορους ορισμούς για να περιγράψουν το νέο φαινόμενο. Για παράδειγμα, σύμφωνα με έναν ορισμό, τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν «μια ομάδα εφαρμογών του διαδικτύου τα οποία στηρίζονται στην ιδεολογία και τη τεχνολογία του Web 2.0 και τα οποία επιτρέπουν τη δημιουργία και την ανταλλαγή περιεχομένου που δημιουργείται από τους ίδιους τους χρήστες».³⁷

Το επίθετο κοινωνικός (social), του οποίου η χρήση μπορεί να μοιάζει ως πλεονασμός μπροστά από τη λέξη μέσα μαζικής επικοινωνίας (media), αφού τα μέσα μαζική επικοινωνίας έχουν έτσι κι αλλιώς κοινωνικό περιεχόμενο και κοινωνικό χαρακτήρα, τονίζει ορισμένα σημαντικά χαρακτηριστικά, τα οποία διαφοροποιούν τα κοινωνικά μέσα (ή μέσα κοινωνικής δικτύωσης) από τα υπόλοιπα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Τα χαρακτηριστικά αυτά μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

³⁵ Mark Tremayne, "The Facebook Agenda: Global Social Media News Characteristics," *American Communication Journal*, 19:1, 2017, σ. 25.

³⁶ "Most popular social networks worldwide as of January 2021, ranked by number of active users." Διαθέσιμο στο: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

³⁷ Kaplan, A. M. & M. Haenlein. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53:1, 2010, σ. 61.

1. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στηρίζονται στην αρχή της έκφρασης και της συμμετοχής των χρηστών του διαδικτύου, οι οποίοι παράγουν το μεγαλύτερο μέρος του περιεχομένου των νέων μέσων.

2. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν σε όλους τους χρήστες του διαδικτύου να συμμετέχουν στη διακίνηση πληροφοριών, απόψεων, εικόνων, κ.λπ. χρησιμοποιώντας εργαλεία και εφαρμογές που χαρακτηρίζονται από μεγάλο βαθμό ευκολίας στη χρήση τους.

3. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν μηδενικό κόστος χρήσης. Ωστόσο, ένα κόστος που μπορεί να προκύψει για τους χρήστες και το οποίο δεν αποτιμάται σε χρήματα έχει να κάνει με την παραχώρηση προσωπικών δεδομένων και άλλων πληροφοριών που χρησιμοποιούνται κυρίως για διαφημιστικούς (ενίοτε και για πολιτικούς) σκοπούς.

4. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ένα πλούσιο περιεχόμενο το οποίο συνεχώς εξελίσσεται και το οποίο αποτελείται, μεταξύ άλλων, από μαρτυρίες, σχόλια, απόψεις, εικόνες, βίντεο και αρχεία ήχου.

5. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εμπλέκονται σε διάφορες κοινωνικές πρακτικές.³⁸

Μία από τις σημαντικότερες αλλαγές που έφερε η διάδοση των ειδήσεων και της πληροφορίας γενικότερα μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει να κάνει με την αξιολόγηση της πληροφορίας. Πλέον δεν είναι οι εκδότες, οι αρχισυντάκτες και οι δημοσιογράφοι που έχουν το προνόμιο να αποφασίζουν ποια είδηση αξίζει να μεταδοθεί και πόση έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην κάθε ειδησεογραφική πληροφορία. Χάρη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι χρήστες του διαδικτύου είναι αυτοί που αποφασίζουν ποια είδηση και με ποιον τρόπο αξίζει να αναπαραχθεί. Σε αντίθεση με τους δημοσιογράφους, οι χρήστες

³⁸ Stenger, Thomas & Alexandre Coutant, « Médias sociaux : clarification et cartographie. Pour une approche sociologique », *Décisions Marketing*, 70, 2013, σ. 28.

των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν αποφασίζουν ποια είδηση θα αναπαράγουν με επαγγελματικά ή δεοντολογικά κριτήρια, αλλά επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες που σχετίζονται, μεταξύ άλλων, με τα προσωπικά τους ενδιαφέροντα, ακόμη και με την πρόθεσή τους να κοινωνικοποιηθούν ή να αυξήσουν το κοινωνικό τους στάτους. Πιο συγκεκριμένα, έρευνες έχουν δείξει ότι οι χρήστες του διαδικτύου μοιράζονται ειδήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με την πρόθεση να ενισχύσουν το κοινωνικό τους προφίλ έναντι των διαδικτυακών τους φίλων, με την πεποίθηση ότι διαδίδοντας γνώση εμφανίζονται ως περισσότεροι καλλιεργημένοι και «μέσα στα πράγματα».³⁹

Μία ακόμη σημαντική εξέλιξη που έφερε η διακίνηση των ειδήσεων μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχει να κάνει με τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες εκφράζουν τις απόψεις τους πάνω στα ζητήματα της επικαιρότητας. Με αυτή την έννοια, η συμμετοχή του ευρέος κοινού στη διακίνηση της πληροφορίας δεν γίνεται μόνο μέσα από την επιλογή των ειδήσεων και των πληροφοριών που «μοιράζονται», αλλά και μέσα από τα σχόλια και τις αντιδράσεις που συνοδεύουν την κάθε ανάρτηση. Τα σχόλια και οι αντιδράσεις, εξάλλου, δεν χρησιμεύουν μόνο για να εκφραστούν διαφορετικές απόψεις, αλλά και για να μετρηθεί η σημασία μιας είδησης για τους χρήστες.⁴⁰ Με αυτή την έννοια, οι «ειδησεογραφικές» αναρτήσεις που συγκεντρώνουν πολλά σχόλια και αντιδράσεις τείνουν να κυριαρχούν στην ειδησεογραφική ατζέντα, έτσι όπως αυτή διαμορφώνεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Αν και οι παραπάνω πρακτικές θα μπορούσαν να σημάνουν επαναστατικές αλλαγές στον καθορισμό της ατζέντας της ενημέρωσης, πρόσφατες έρευνες έχουν δείξει ότι οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν γενικά την τάση να συμμορφώνονται με την ατζέντα

³⁹ Chei Sian Lee & Long Ma, “News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience,” *Computers in Human Behavior*, 28, 2012, σσ. 333-334.

⁴⁰ Mark Tremayne, “The Facebook Agenda: Global Social Media News Characteristics,” *American Communication Journal*, 19:1, 2017, σ. 27.

που καθορίζουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Για παράδειγμα, μία μελέτη που ερεύνησε τις ειδήσεις που αναπαράγονται στο Twitter και αυτές που δημοσιεύονται από την εφημερίδα New York Times κατέληξε στο συμπέρασμα ότι και τα δύο μέσα είχαν σχεδόν την ίδια ειδησεογραφική ατζέντα.⁴¹

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον, πάντως, παρουσιάζει ο ρόλος που μπορούν να παίξουν τα κοινωνικά δίκτυα στην ενίσχυση της πολιτικής έκφρασης και στη διοργάνωση κοινωνικών και πολιτικών κινητοποιήσεων, ιδιαίτερα σε καθεστώτα στα οποία η δημοκρατία και η ελευθερία του Τύπου είναι υπό διωγμόν. Ο τέτοιος ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποδείχτηκε περίτρανα κατά την περίοδο 2010-2011, όταν αυτά συνέβαλαν καθοριστικά στην εκδήλωση ισχυρών κινημάτων κατά των δικτατορικών καθεστώτων μιας σειράς αραβικών χωρών. Σε κάθε περίπτωση, τα κοινωνικά δίκτυα έχουν τον ρόλο του μέσου που κινητοποιεί τους χρήστες προς τη μία ή την άλλη κατεύθυνση και, παρά την αδιαμφισβήτητη δύναμή τους, δεν είναι αυτά που δημιουργούν τις πολιτικές και κοινωνικές συνθήκες μέσα στις οποίες μπορεί να αναπτυχθεί ένα κίνημα ή μία επανάσταση.⁴²

Ο νέος ρόλος του κοινού της ενημέρωσης

Για πάρα πολλά χρόνια, η σχέση του κοινού με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ήταν σε μεγάλο βαθμό μονοδιάστατη. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ήταν εκείνα που αποφάσιζαν για την ύλη των σελίδων ή των εκπομπών τους, καθώς και αυτά που καθόριζαν την ατζέντα της επικαιρότητας. Ταυτόχρονα, φρόντιζαν να παίρνουν υπόψη και τις ανάγκες του κοινού τους, προκειμένου να διασφαλίζουν την κυκλοφορία, την ακροαματικότητα ή την τηλεθέαση, και

⁴¹ Στο ίδιο.

⁴² Gadi Wolfsfeld, Elad Segev & Tamir Sheaffer, “Social media and the Arab Spring: Politics come first,” *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 2013, σσ. 128-130.

κατ' επέκταση την οικονομική τους ευρωστία. Κατά την περίοδο πριν από την εμφάνιση του διαδικτύου, το κοινό επικοινωνούσε τις προτιμήσεις και τις απόψεις του στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, κυρίως μέσω της κατανάλωσης και όχι με άμεσο τρόπο. Σε κάποιες περιπτώσεις, οι αναγνώστες έστελναν επιστολές στις εφημερίδες και τα περιοδικά για να διατυπώσουν μία άποψη, ή επικοινωνούσαν τηλεφωνικά με τους ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς θεσμούς, αλλά αυτή η σχέση παρέμενε πάντοτε άνιση.

Τα διαδίκτυο άλλαξε άρδην τη σχέση του κοινού με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης με πολλούς τρόπους. Ο πιο γνωστός και ο πιο οικείος είναι τα σχόλια που πλέον φιλοξενούνται στις σελίδες των περισσότερων μέσων μαζικής ενημέρωσης. Η συζήτηση που γίνεται με σχόλια κάτω από τα άρθρα των ηλεκτρονικών μέσων παίρνει συχνά εκρηκτικές διαστάσεις, καθώς πολλοί χρήστες όχι μόνο έρχονται σε αντιπαράθεση ο ένας με τον άλλον, αλλά και ασκούν κριτική απέναντι στα μέσα και στους δημοσιογράφους. Αυτή είναι μια συνηθισμένη τακτική, αφού οι δημοσιογράφοι και γενικά τα μέσα μαζικής ενημέρωσης θεωρούνται μέρος των ελίτ, του κατεστημένου. Η κριτική που εκφράζεται μέσα από τα σχόλια μπορεί να είναι εποικοδομητική, μπορεί όμως και να εντάσσεται και σε έναν γενικότερο καταγγελτικό λόγο, ο οποίος ανθεί στο διαδίκτυο και συχνά συνδέεται με πολιτικές σκοπιμότητες. Αν και τα σχόλια θα μπορούσαν να δώσουν μια χρήσιμη εικόνα για τη στάση του κοινού, τις περισσότερες φορές αυτά λειτουργούν παραπλανητικά, αφού οι άνθρωποι που επιδίδονται στη συγγραφή δεκάδων ή ακόμη και εκατοντάδων σχολίων σε καθημερινή βάση είναι αμφίβολο ότι αντιπροσωπεύουν σημαντικό κομμάτι της κοινωνίας. Πρόκειται συχνά για τα λεγόμενα τρολ, τα οποία κρύβονται πίσω από ψεύτικους λογαριασμούς και ενίοτε εξυπηρετούν σκοπούς που εντάσσονται στο πλαίσιο οργανωμένων προπαγανδιστικών καμπανιών.⁴³

⁴³ S. Bradshaw and P. Howard, "Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation," Oxford Internet Institute, 2017, σσ. 11-12.

Όπως είδαμε στην περίπτωση των blogs, το διαδίκτυο γέννησε επίσης ελπίδες για τη δημιουργία και την ανάπτυξη μιας συμμετοχικής δημοσιογραφίας των πολιτών, η οποία θα λειτουργούσε ως εναλλακτική στη δημοσιογραφία που ασκούσαν οι επαγγελματίες των ισχυρών μέσων μαζικής ενημέρωσης, πολλοί από τους οποίους έχουν συχνά κατηγορηθεί για διαφθορά, συνδιαλλαγή με την πολιτική εξουσία, διαπλοκή, εξυπηρέτηση συμφερόντων και κιτρινισμό. Είτε λόγω ενδογενών αδυναμιών, που είχαν να κάνουν κυρίως με την έλλειψη μεθοδολογίας, τεχνικών μέσων και τεχνικών γνώσεων, είτε λόγω της πίεσης που άσκησαν τα καθιερωμένα μέσα ενημέρωσης, το κίνημα αυτό ατόνησε σχετικά γρήγορα,⁴⁴ ενώ οι χρήστες του διαδικτύου που αισθάνονται την ανάγκη να λειτουργούν ενίοτε ως δημοσιογράφοι στράφηκαν σταδιακά προς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το αίτημα, πάντως, για μια δημοσιογραφία των πολιτών εξακολουθεί να υφίσταται και έχει συνδεθεί με διάφορα σημαντικά πολιτικά και κοινωνικά κινήματα της τελευταίας δεκαετίας, όπως είναι για παράδειγμα το *Occupy Wall Street*, η «αραβική άνοιξη», οι «αγανακτισμένοι» και το πολύ πρόσφατο *Black Lives Matter*.

Ένα άλλο φαινόμενο το οποίο συνδέεται τόσο με τον ενισχυμένο ρόλο του κοινού στην ψηφιακή εποχή, όσο και με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι αυτό των fake news. Η ένταση του φαινομένου είναι ανεξέλεγκτη κατά τα τελευταία χρόνια, με τις ψευδείς πληροφορίες να διαχέονται ταχύτητα στο διαδίκτυο και να διαμορφώνουν αντιλήψεις σχετικά με τα πολιτικά πράγματα, ακόμη και με σοβαρά επιστημονικά ζητήματα, όπως συμβαίνει με την τρέχουσα υγειονομική κρίση.⁴⁵ Όπως προκύπτει από την τελευταία αυτή εμπειρία, τα fake news έχουν

⁴⁴ E. G. Kim & J. W. Hamilton, "Capitulation to capital? OhMyNews as alternative media." *Media, Culture and Society*, 28 (4), 541-560.

⁴⁵ Destiny Apuke Oberiri & Omar Bahiyah, "Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users," *Thematics and Informatics*, 2021, 56, <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>

σχέση με διάφορες θεωρίες συνωμοσίας που κυκλοφορούν στο διαδίκτυο, καθώς και με πολιτικές δυνάμεις με ακραίες εθνικιστικές, ρατσιστικές θέσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:

Οι δημοσιογράφοι στην ψηφιακή εποχή. Μια νέα ταυτότητα;

Μια ήδη περίπλοκη επαγγελματική ταυτότητα

Τι είναι όμως ο δημοσιογράφος; Υπάρχει άραγε ένας σαφής και καθολικός ορισμός; Ακόμη και στις αρχές του προηγούμενου αιώνα, όταν οι δημοσιογράφοι άρχισαν να οργανώνονται σε επαγγελματικές ενώσεις, δεν ήταν εύκολο να δοθεί μια απάντηση στο παραπάνω ερώτημα. Μία απλή και κάπως γενικόλογη απάντηση θα πρότεινε έναν ορισμό, σύμφωνα με τον οποίο, ο δημοσιογράφος είναι ένας επαγγελματίας που βιοπορίζεται μεταφέροντας πληροφορίες και ο οποίος για την εργασία του αυτή αμείβεται από μία επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον χώρο του Τύπου. Ήδη η χρήση του όρου «επαγγελματίας» θέτει ορισμένα ζητήματα, αφού για τους δημοσιογράφους δεν υφίσταται υποχρεωτική επαγγελματική κατάρτιση όπως υφίσταται για παράδειγμα για άλλους επαγγελματίες, όπως είναι οι γιατροί, οι μηχανικοί, οι εκπαιδευτικοί ή οι δικηγόροι. Με άλλα λόγια, ένας δημοσιογράφος, που μπορεί να δουλεύει με επιτυχία και για πολλά χρόνια σε επιχειρήσεις του Τύπου, μπορεί να μην έχει αποφοιτήσει από κάποια σχολή δημοσιογραφίας, ή μπορεί ακόμα να έχει σπουδάσει ένα άλλο επάγγελμα. Ταυτόχρονα, ένας απόφοιτος μιας σχολής δημοσιογραφίας ή μέσω μαζικής ενημέρωσης μπορεί για διάφορους λόγους να μην εργαστεί ποτέ ως δημοσιογράφος. Το δεύτερο ζήτημα έχει να κάνει με τον όρο «πληροφορία», ο οποίος επίσης παρουσιάζει μεγάλη ασάφεια. Είναι δημοσιογράφος ένας άνθρωπος που δουλεύει σε μια επιχείρηση Τύπου, σε ένα τηλεοπτικό κανάλι για παράδειγμα, και ο οποίος μεταφέρει την πληροφορία ότι μία ηθοποιός πήγε για διακοπές; Ή ένας πολίτης που δεν εργάζεται σε κάποιο μέσο μαζικής ενημέρωσης και τυχαίνει να δημοσιοποιήσει σημαντικές πληροφορίες, που σχετίζονται παραδείγματος χάριν με ένα γεγονός του οποίου υπήρξε αυτόπτης μάρτυρας, γίνεται δημοσιογράφος; Και στις δύο παραπάνω απαντήσεις, τείνουμε να απαντήσουμε αρνητικά. Τέλος, πώς ορίζουμε μια

επιχείρηση «Τύπου»; Αυτή η απάντηση ήταν πολύ πιο εύκολο να απαντηθεί στο παρελθόν, όταν οι επιχειρήσεις του Τύπου ταυτίζονταν με την έκδοση μιας ή περισσότερων εφημερίδων. Στις μέρες μας, ωστόσο, οι δημοσιογράφοι παρέχουν τις υπηρεσίες τους σε μέσα πολύ διαφορετικά μεταξύ τους, τόσο ως προς τη μορφή, όσο και ως προς το περιεχόμενο.

Από τα παραπάνω γίνεται κατανοητό ότι οι δημοσιογράφοι έχουν μια περίπλοκη επαγγελματική ταυτότητα, η οποία καθορίζεται από διάφορους εξωτερικούς παράγοντες και μεταβάλλεται συν τω χρόνω. Σε κάθε περίπτωση, ένα από τα χαρακτηριστικά της επαγγελματικής ταυτότητας των δημοσιογράφων σχετίζεται με το γεγονός ότι το επάγγελμα του δημοσιογράφου διαχρονικά συναντιέται και διαπλέκεται με άλλα επαγγέλματα και με άλλες δραστηριότητες. Ιδιαίτερα στο παρελθόν, οι δημοσιογράφοι ήταν σε πολλές περιπτώσεις ταυτόχρονα και συγγραφείς, λογοτέχνες, κριτικοί, ακόμη και επιστήμονες, ενώ στις μέρες μας οι δημοσιογράφοι μπορεί επίσης να επιδίδονται σε δραστηριότητες που σχετίζονται με το θέαμα, τη διασκέδαση, τις κινηματογραφικές παραγωγές, τη διαφήμιση κ.ά. Εξάλλου, η σχέση των δημοσιογράφων με τη λογοτεχνία, καθώς και αυτή των λογοτεχνών με τη δημοσιογραφία είναι ιδιαίτερα προνομιακή, αφού και οι δύο δραστηριότητες προϋποθέτουν ευχέρεια στην έκφραση μέσω του γραπτού λόγου. Έτσι, στην περίπτωση της Ελλάδας, είναι χαρακτηριστικές οι περιπτώσεις σπουδαίων λογοτεχνών που εργάστηκαν ως δημοσιογράφοι ή αρθρογραφούσαν συχνά στον ημερήσιο τύπο (Ιωάννης Κονδυλάκης, Γρηγόριος Ξενόπουλος, Στρατής Μυριβήλης, κ.ά.), ενώ δεν είναι λίγοι και οι δημοσιογράφοι που ασχολήθηκαν με τη λογοτεχνία (Φρέντυ Γερμανός, κ.ά.) Επίσης, κατά τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες αναπτύχθηκε, ιδιαίτερα στις Ηνωμένες Πολιτείες, μια νέου τύπου δημοσιογραφία, η οποία καλλιέργησε μια πιο ελεύθερη λογοτεχνική γραφή και συνδέθηκε κυρίως με την άνθηση των

περιοδικών ποικίλης ύλης.⁴⁶ Φυσικά, δεν είναι λίγοι οι δημοσιογράφοι που αποφασίζουν να ασχοληθούν με τα κοινά, επωφελούμενοι τις περισσότερες φορές από την αναγνωρισιμότητά τους και την προνομιακή σχέση του με το ευρύ κοινό, η οποία ασφαλώς πηγάζει από την επαγγελματική τους ιδιότητα.

Εκτός από τη ρευστότητα, λοιπόν, που χαρακτηρίζει την ταυτότητα του δημοσιογράφου, ένα άλλο χαρακτηριστικό του δημοσιογραφικού επαγγέλματος είναι η αστάθειά του. Η αστάθεια αυτή σχετίζεται με τις εξωτερικές πιέσεις που υφίστανται οι δημοσιογράφοι, είτε πρόκειται για πιέσεις που ασκούνται σ' αυτούς από τα διάφορα κέντρα εξουσίας και τις διάφορες παρεμβάσεις τους στην ενημέρωση, είτε για πιέσεις και αλλαγές που επιφέρουν οι τεχνολογικές εξελίξεις. Έτσι, οι δημοσιογράφοι πρέπει να διαθέτουν συχνά μεγάλη ικανότητα προσαρμογής, προκειμένου να μην βρεθούν εκτός επαγγέλματος.⁴⁷ Εξάλλου, οι πιέσεις που υφίστανται οι δημοσιογράφοι από παράγοντες της πολιτικής και της οικονομίας και στις οποίες ενίοτε υποκύπτουν ορισμένοι δημοσιογράφοι έχουν συντελέσει στη διαμόρφωση μιας αρνητικής όψης του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό της δημοσιογραφικής ταυτότητας είναι ότι αυτή είναι συχνά εξιδανικευμένη. Υπάρχει δηλαδή μία απόσταση ανάμεσα στη θεωρία, που θέλει τον δημοσιογράφο ανεξάρτητο μαχητή της αλήθειας και της δικαιοσύνης, και στην πράξη του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, που λαμβάνει συχνά χώρα σε συνθήκες που πολύ λίγο επιτρέπουν την επιδίωξη τόσο μεγάλων και αόριστων ιδανικών. Με αυτή την έννοια, η

⁴⁶ Αναστασία Χολιβάτου, *Δημοσιογραφία και λογοτεχνία. Η κληρονομιά της Νέας Δημοσιογραφίας και το ελληνικό παράδειγμα*, Ανέκδοτη διδακτορική διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη, 2014, σσ. 103-106.

⁴⁷ Nicolas Pélissier, « La plume dans la toile : l'identité des journalistes à l'épreuve des réseaux numériques », *MédiaMorphoses*, Institut National de l'Audiovisuel (INA), 2002. Διαθέσιμο στο: https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000144/document

δημοσιογραφική ταυτότητα χαρακτηρίζεται επίσης από μεγάλο βαθμό παραδοξότητας, η οποία επίσης προκύπτει από την απόσταση μεταξύ θεωρίας και πρακτικής.⁴⁸

Οι τεχνολογικές εξελίξεις, με τη σειρά τους, επέδρασαν και επιδρούν σημαντικά στη διαμόρφωση της φυσιογνωμίας του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Σε κάθε περίπτωση, όπως θα δείξουμε στη συνέχεια, ο σημερινός δημοσιογράφος, που μπορεί να δουλεύει ακόμα και από το σπίτι του, καθισμένος μπροστά στην οθόνη του υπολογιστή του, διαφέρει σημαντικά από τον δημοσιογράφο των αρχών του περασμένου αιώνα, που έπρεπε συχνά να διανύσει μεγάλες αποστάσεις για να μεταφέρει μια είδηση στην εφημερίδα στην οποία εργαζόταν και με την οποία, στην καλύτερη περίπτωση, μπορούσε να επικοινωνήσει με τηλεγραφήματα ή μέσω τηλεφώνου.

Η ταυτότητα των δημοσιογράφων στην εποχή του ίντερνετ

Με δεδομένη τη ρευστότητα και την προσαρμοστικότητα του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, έτσι όπως διαμορφώθηκε κατά τον δέκατο ένατο και τον εικοστό αιώνα, η ταυτότητα των δημοσιογράφων μεταβλήθηκε περαιτέρω στην ψηφιακή εποχή.

Μία πρώτη σημαντική αλλαγή που υπέστη το δημοσιογραφικό επάγγελμα λόγω του διαδικτύου είναι αυτή που σχετίζεται με τις ίδιες τις δημοσιογραφικές πρακτικές. Σύμφωνα με την αμερικανική δημοσιογραφική παράδοση, η οποία έχει ασκήσει μεγάλη επίδραση στις δημοσιογραφικές πρακτικές σε διεθνές επίπεδο, το δημοσιογραφικό κείμενο οφείλει να απαντάει σε πέντε ερωτηματικές λέξεις, οι οποίες στα αγγλικά αρχίζουν με το γράμμα «w»: Who? What? When? Where? Why? (Ποιος; Τι; Πότε; Πού; Γιατί;)⁴⁹ Αν και αυτός ο κανόνας

⁴⁸ Στο ίδιο.

⁴⁹ Luke Burns, “Additions to the Five Journalistic “W”s,” 31 Ιανουαρίου 2017, διαθέσιμο στο: <https://www.newyorker.com/humor/daily-shouts/additions-to-the-five-journalistic-ws>

επιβιώνει σε μεγάλο βαθμό, το διαδίκτυο έθεσε νέους προβληματισμούς ως προς τις δημοσιογραφικές πρακτικές. Ο κυριότερος από αυτούς τους προβληματισμούς σχετίζεται με τις πηγές. Σύμφωνα με μία άποψη, το διαδίκτυο, με τις αναρίθμητες πηγές που προσφέρει στους δημοσιογράφους, ευνοεί την ερευνητική δημοσιογραφία, καθώς και τη σύνθεση πολλών απόψεων. Από την άλλη, οι σκεπτικιστές απέναντι στον υπερπληθωρισμό των πηγών που έφερε στην επιφάνεια το διαδίκτυο, υπογραμμίζουν ότι πολλές από τις πληροφορίες που μπορεί ένας δημοσιογράφος να αντλήσει από το διαδίκτυο είναι χωρίς αξία, συχνά ακόμα και παραπλανητικές. Με βάση τα παραπάνω, οι περισσότεροι δημοσιογράφοι υποστηρίζουν την άποψη ότι οι επιτόπιες έρευνες δεν θα πρέπει να υποτιμώνται και να εγκαταλείπονται εξαιτίας των διαδικτυακών πηγών και ότι το διαδίκτυο θα πρέπει να αποτελεί συμπληρωματική και όχι αποκλειστική πηγή πληροφοριών για την δημοσιογραφική έρευνα.⁵⁰

Μία άλλη σημαντική αλλαγή που έφερε ο ηλεκτρονικός τύπος έχει να κάνει με την ίδια την δημοσιογραφική γραφή. Τα κείμενα του ηλεκτρονικού τύπου είναι κατά κανόνα μικρότερα σε έκταση από αυτά που δημοσιεύονται στα έντυπα. Αν στις εφημερίδες και στα περιοδικά που κυκλοφορούν σε έντυπη μορφή η κάλυψη των σελίδων με τυπογραφικούς χαρακτήρες είναι μία σημαντική ευθύνη των συντελεστών τους, στο διαδίκτυο τα δημοσιογραφικά κείμενα πρέπει να είναι μικρά και σαφή, προκειμένου να συμβαδίζουν με την ταχύτητα και την αμεσότητα του μέσου.

Αυτό που είναι βέβαιο είναι ότι οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι αντιμετώπισαν τη διάδοση της πληροφορίας στο διαδίκτυο, αρχικά τουλάχιστον με μεγάλη επιφύλαξη, ίσως και ως μια απειλή που έθετε σε κίνδυνο την ίδια τη φύση του επαγγέλματός τους. Η απειλή αυτή έγινε περισσότερο συγκεκριμένη με την εμφάνιση και την επιτυχία που σημείωσαν τα blogs,

⁵⁰ Khaled Zouari, « La presse en ligne : vers un nouveau média ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, no. 1, 2007, σσ. 85-86.

καθώς και μερικές ερασιτεχνικές ιστοσελίδες ειδησεογραφικού περιεχομένου. Αυτή η εξέλιξη προξένησε τον φόβο ότι ο έλεγχος της πληροφορίας θα χανόταν από τα χέρια των επαγγελματιών δημοσιογράφων και ότι η δημοσιογραφία θα καταντούσε μια συνεχής αναπαραγωγή άρθρων απ' άκρη σε άκρη του κυβερνοχώρου. Η εμπειρία, πάντως, έδειξε ότι η ερασιτεχνική δημοσιογραφική δραστηριότητα δεν είναι σε θέση να αντικαταστήσει τον ρόλο των επαγγελματιών δημοσιογράφων. Εξάλλου, τα blogs έγιναν στην πλειοψηφία τους χώροι στους οποίους εκφραζόταν περισσότερο η υποκειμενικότητα των δημιουργών τους και του κοινού τους, ενώ ως προς της ειδησεογραφία, τα περισσότερα από αυτά αρκούνται στην αναπαραγωγή ειδήσεων από τις ιστοσελίδες των μέσων μαζικής ενημέρωσης.⁵¹ Εξάλλου, οι ερασιτέχνες δημοσιογράφοι που καταπιάστηκαν με τα blogs κατά κανόνα δεν είχαν στη διάθεσή τους τα υλικά και τεχνικά μέσα που χρησιμοποιούν οι δημοσιογράφοι για την δημιουργία και την καταγραφή των ειδήσεων (κάμερες, επικοινωνία με ειδησεογραφικά πρακτορεία, διαπιστεύσεις, κ.λπ.).

Μία, σημαντικότερη ίσως, αλλαγή που έφεραν οι νέες τεχνολογίες και η υποχώρηση των παραδοσιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης έχει να κάνει με την απώλεια σε κοινωνικό στάτους που βίωσαν οι δημοσιογράφοι. Σε γενικές γραμμές, κατά τις δύο τελευταίες δεκαετίες, οι δημοσιογράφοι όχι μόνο αναγκάστηκαν να επιμορφωθούν προκειμένου να προσαρμόσουν τη δουλειά τους στις ανάγκες των ηλεκτρονικών μέσων, αλλά είδαν και πολλά από τα προνόμια των οποίων το επάγγελμά τους έχαιρε στο παρελθόν να χάνονται. Στις νέες συνθήκες, οι περισσότεροι δημοσιογράφοι είδαν τον ρόλο τους να υποβιβάζεται σε αυτόν ενός υπαλλήλου γραφείου, που πρέπει να συνθέτει «στεγνά» ειδησεογραφικού περιεχομένου άρθρου, αντλώντας πληροφορίες από το διαδίκτυο ή από το τηλέφωνο, ενώ ταυτόχρονα

⁵¹ François Demers, « Déstructuration et restructuration du journalisme », *tic&société* [En ligne], Vol. 1, n° 1 | 2007. Διαθέσιμο στο: <http://journals.openedition.org/ticetsociete/298> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.298>

αναδείχθηκαν οι νέοι σταρ του επαγγέλματος, οι οποίοι τις περισσότερες φορές συνδέονται με τον χώρο του θεάματος και είναι κατά κανόνα οι δημοσιογράφοι που εργάζονται στα τηλεοπτικά κανάλια. Επιπλέον, στο πλαίσιο και των γενικότερων αναδιαρθρώσεων στην αγορά εργασίας και στις εργασιακές σχέσεις, στο επάγγελμα του δημοσιογράφου τείνουν να επικρατήσουν τα συμβόλαια ορισμένου χρόνου και η μερική απασχόληση, ενώ και οι μισθοί έχουν πέσει κατακόρυφα σε σχέση με το παρελθόν.⁵²

Μία ακόμη αλλαγή έχει να κάνει με το γεγονός ότι οι δημοσιογράφοι όλο και περισσότερο εκπαιδεύονται σε δραστηριότητες που δεν έχουν άμεση σχέση με τη συλλογή και τη μετάδοση της πληροφορίας, ή με τον σχολιασμό της επικαιρότητας. Για παράδειγμα, ένας δημοσιογράφος της σύγχρονης εποχής πρέπει να γνωρίζει όχι μόνο πώς να χρησιμοποιεί τα ψηφιακά μέσα στον μέγιστο βαθμό, αλλά και πώς να χρησιμοποιεί μια ψηφιακή κάμερα, να αναπαράγει και να αποθηκεύει ένα ντοκουμέντο κ.λπ.⁵³

⁵² Στο ίδιο.

⁵³ Στο ίδιο.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η διάδοση της χρήσης του διαδικτύου δεν υπήρξε η μόνη τεχνολογική εξέλιξη που γέννησε φόβους και αμφιβολίες σχετικά με το μέλλον της δημοσιογραφίας. Μπορούμε με ασφάλεια να υποθέσουμε ότι κάθε τεχνολογική εξέλιξη που επηρέασε τον κόσμο των μέσων μαζικής ενημέρωσης, όπως για παράδειγμα η διάδοση του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης, προξένησαν παρόμοια συναισθήματα και προβληματισμούς στον κόσμο της δημοσιογραφίας.

Ήδη από την εποχή της κατασκευής του πρώτου κινητού τυπογραφικού πιεστηρίου από τον Γουτεμβέργιο, τον δέκατο πέμπτο αιώνα, οι φορείς της πολιτικής και της θρησκευτικής εξουσίας της εποχής, αν και χρησιμοποίησαν το βιβλίο για την εξυπηρέτηση των δικών τους αναγκών, είδαν με καχυποψία και με εχθρική διάθεση τη διάδοση του εντύπου ανάμεσα στα χαμηλά κοινωνικά στρώματα. Πράγματι, το βιβλίο, ένα μέσο που γνώρισε μεγάλη άνθηση κατά την περίοδο της Αναγέννησης και του Διαφωτισμού, έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη των νέων επαναστατικών ιδεών, καθώς και στη διάδοση του αλφαριθμητισμού, ενώ οι φυλλάδες που διανέμονταν σε διάφορες πόλεις της Ευρώπης κατά την ίδια περίοδο επηρέασαν καταλυτικά τη διαμόρφωση των συνειδήσεων των ανθρώπων που ανήκαν στα λαϊκά στρώματα κατά την ίδια περίοδο. Αν και η αγορά του βιβλίου υπέστη αλλεπάλληλα σοκ από τη διάδοση του διαδικτύου και των ψηφιακών μέσων, το βιβλίο έχει πλέον ανεχθεί σε έμβλημα του ανθρώπινου πολιτισμού και η χρήση του εξακολουθεί να είναι διαδεδομένη. Αυτό που έχει αλλάξει στην ψηφιακή εποχή είναι κυρίως η αγορά του βιβλίου, αφού πλέον η διακίνηση γίνεται όλο και συχνότερα μέσω διαδικτύου. Αυτή η τάση, άλλωστε, ενισχύθηκε ακόμη περισσότερο κατά τη διάρκεια της πρόσφατης υγειονομικής κρίσης του κορονοϊού.

Ένα ακόμη έντυπο μέσο μαζικής επικοινωνίας, το οποίο επίσης υπέστη τις συνέπειες της ανόδου των ψηφιακών μέσων και το οποίο έχει κατεξοχήν συνδεθεί με το δημοσιογραφικό

επάγγελμα, είναι η εφημερίδα. Οι πρώτες εφημερίδες άρχισαν να κυκλοφορούν στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης κατά τον δέκατο έβδομο αιώνα, ενώ ο δέκατος ένατος αιώνας ήταν η εποχή της απόλυτης κυριαρχίας τους. Οι εφημερίδες ταυτίστηκαν με τα μεγάλα ιδανικά της εποχής, τη δημοκρατία και τους κοινοβουλευτικούς θεσμούς, την ελευθερία του λόγου, τη συγκρότηση των εθνών-κρατών. Κατά το δεύτερο μισό του δέκατου ένατου αιώνα, άρχισε να διαμορφώνεται και η δημοσιογραφική ταυτότητα ως μια ιδιαίτερη επαγγελματική ταυτότητα με λίγο πολύ συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Όπως επιχείρησε να δείξει η παρούσα εργασία, η αστάθεια και ρευστότητα αποτέλεσαν πάντα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της δημοσιογραφικής ταυτότητας, ενώ για πολλά χρόνια οι άνθρωποι που έγραφαν στις εφημερίδες δεν θεωρούσαν την δημοσιογραφία ως την κύρια επαγγελματική τους απασχόληση.

Η εποχή του Μεσοπολέμου χαρακτηρίστηκε από την υποχώρηση της κοινοβουλευτικής δημοκρατίας και την εγκαθίδρυση αυταρχικών, ανελεύθερων καθεστώτων σε μια σειρά χώρες. Αυτή η εξέλιξη οδήγησε στη φίμωση του Τύπου και στην ταυτόχρονη μετατροπή του σε κύριο όργανο της προπαγάνδας των νέων καθεστώτων. Επιπλέον, κατά την ίδια περίοδο, οι δικτατορίες χρησιμοποίησαν το ραδιόφωνο, το οποίο επίσης εντάχθηκε στην προπαγάνδα.

Αν η μεσοπολεμική περίοδος και τα χρόνια του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου χαρακτηρίστηκαν από την καταστολή και την κατάργηση της ελευθεροτυπίας, η μεταπολεμική εποχή σήμανε μια εποχή ευμάρειας και δημοκρατίας, τουλάχιστον για την πλειοψηφία των κατοίκων του αναπτυγμένου κόσμου. Κατά τη «χρυσή εποχή» του καπιταλισμού, όλο και περισσότεροι άνθρωποι είχαν πρόσβαση σε όλο και περισσότερα καταναλωτικά αγαθά, ενώ τα νοικοκυριά άλλαζαν όψη χάρη στις συσκευές της νέας τεχνολογίας, που έκαναν τη ζωή πιο εύκολη και πιο διασκεδαστική. Μια τέτοια συσκευή ήταν φυσικά η τηλεόραση, ένα εκπληκτικό μέσο μαζικής επικοινωνίας, το οποίο είχε τόσο μεγάλη δύναμη, ώστε να αλλάξει τις καθημερινές συνήθειες της πλειοψηφίας των ανθρώπων. Η τηλεόραση, εκτός από

ψυχαγωγικό, είχε και ενημερωτικό χαρακτήρα. Πολλοί δημοσιογράφοι άρχισαν να εργάζονται στα τηλεοπτικά δίκτυα, συχνά ταυτόχρονα με την εργασία τους στις εφημερίδες, ενώ οι πιο λαμπεροί από αυτούς γίνονταν παρουσιαστές ενημερωτικών εκπομπών και εκφωνητές των δελτίων ειδήσεων. Η εμφάνιση των ιδιωτικών τηλεοπτικών δικτύων, αν και ενίσχυσε την ποικιλία των τηλεοπτικών προγραμμάτων και κατ' επέκταση την ψυχαγωγία του κοινού, συνδέθηκε γρήγορα με τα φαινόμενα της διαπλοκής και της προπαγάνδας, γεγονός που έπληξε το κύρος του δημοσιογραφικού επαγγέλματος.

Η εμφάνιση του διαδικτύου στα τέλη της δεύτερης χιλιετίας αποτέλεσε μια ακόμη επανάσταση στον τομέα της επικοινωνίας και της ενημέρωσης. Ωστόσο, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης αντιμετώπισαν τη νέα τεχνολογία αρχικά με φόβο, αν όχι με καχυποψία, αλλά πολύ σύντομα τα περισσότερα κατόρθωσαν να προσαρμοστούν σ' αυτήν. Στην ψηφιακή εποχή, οι περισσότερες επιχειρήσεις του Τύπου διαθέτουν και ηλεκτρονικά και παραδοσιακά μέσα μαζικής ενημέρωσης, αν και τα πρώτα έχουν συνήθως πολύ μεγαλύτερη απήχηση από τα δεύτερα. Σ' αυτό το πλαίσιο, εντάσσεται και η κατακόρυφη πτώση της κυκλοφορίας των εφημερίδων, η έντυπη έκδοση των οποίων απευθύνεται όλο και περισσότερο σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Είναι χαρακτηριστικό ότι ο συνολικός αριθμός των αντιτύπων των ημερήσιων πρωινών και απογευματινών εφημερίδων που πουλήθηκαν στην Ελλάδα κατά το έτος 1981 ήταν περίπου διακόσια πενήντα εκατομμύρια, ενώ τριάντα χρόνια αργότερα, το 2011, οι ετήσιες πωλήσεις των ημερήσιων εφημερίδων σε αντίτυπα μόλις που ξεπερνούσαν τα πενήντα εκατομμύρια.⁵⁴

Η πτώση των εσόδων οδήγησε σχεδόν αναπόφευκτα στη μείωση των θέσεων εργασίας στα παραδοσιακά μέσα μαζικής ενημέρωσης, καθώς και στη μείωση των αποδοχών. Μπορεί

⁵⁴ Μανόλης Γ. Δρεττάκης, «Η κατολίσθηση της κυκλοφορίας των εφημερίδων συνεχίζεται», 11 Μαΐου 2016. Διαθέσιμο στο: https://www.cfsyn.gr/stiles/apopseis/68276_i-katolisthisi-tis-kykloforias-ton-efimeridon-synehizetai

εν των μεταξύ να δημιουργήθηκαν νέα επαγγέλματα στον Τύπο, επαγγέλματα τα οποία είχαν να κάνουν κυρίως με τη χρήση των ψηφιακών νέων μέσων, αλλά το επάγγελμα του δημοσιογράφου έχασε γενικά και σε επίπεδο εισοδήματος και σε επίπεδο κοινωνικού στάτους. Επιπλέον, οι δημοσιογράφοι χρειάστηκε όχι μόνο να καταρτιστούν οι ίδιοι στα νέα τεχνολογικά μέσα, αλλά και να προσαρμόσουν τις τεχνικές τους στις ανάγκες του διαδικτύου. Μία άλλη σημαντική αλλαγή έχει να κάνει με τον τρόπο γραφής των δημοσιογραφικών κειμένων. Αυτά δεν είναι πλέον μακροσκελή ούτε συνηθίζεται ο δοκιμακός χαρακτήρας ή το λογοτεχνικό ύφος που εντοπίζονται συχνά στις εφημερίδες του προηγούμενου αιώνα. Σε γενικές γραμμές, οι δημοσιογράφοι, εφόσον ήθελαν να εξασφαλίσουν μια θέση εργασίας στον νέο ψηφιακό κόσμο, έπρεπε να προσαρμόσουν τη γραφή τους και τον τρόπο δουλειάς του στις απαιτήσεις του.

Μια ακόμη πολύ σημαντική εξέλιξη της ψηφιακής εποχής ήταν η δυναμική εμφάνιση του κοινού στον χώρο ευθύνης των δημοσιογράφων. Πολλοί πολίτες επιχειρήσαν να γίνουν οι ίδιοι δημοσιογράφοι, κυρίως μέσω των blogs, ενώ πολλοί ήταν εκείνη που υποστήριξαν την ανάγκη μιας συμμετοχικής δημοσιογραφίας των πολιτών. Το κίνημα αυτό γνώρισε ιδιαίτερη άνθηση κατά τα πρώτα χρόνια της δεκαετία του 2010, αλλά σύντομα βρέθηκε αντιμέτωπο με πλήθος δυσκολιών που είχαν να κάνουν κυρίως με την έλλειψη τεχνογνωσίας, καθώς και με τον ανταγωνισμό των καθιερωμένων μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Η ανάπτυξη και η διάδοση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης επίσης ενίσχυσε τη συμμετοχή του κοινού στη μετάδοση των πληροφοριών και στον σχολιασμό των ζητημάτων που σχετίζονται με την επικαιρότητα. Το φαινόμενο αυτό δεν έχει μόνο θετικές όψεις, οι οποίες συνοψίζονται στην ελευθερία της έκφρασης και στη δυνατότητα συμμετοχής, αλλά και αρνητικές. Οι αρνητικές όψεις της μετάδοσης της πληροφορίας από το κοινό έχει να κάνει κυρίως με την απουσία ελέγχου και την έλλειψη αξιοπιστίας. Αυτά ακριβώς τα στοιχεία οδήγησαν στο επικίνδυνο φαινόμενο των fake news, τα οποία αποτελούν απειλή για τη

δημοκρατία και όχι μόνο. Κατά το τελευταίο έτος, που σηματοδεύτηκε από την πανδημία του κορονοϊού, φάνηκε ότι τα fake news, τα οποία διακινούνται ταχύτατα μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορούν να οδηγήσουν στην υιοθέτηση επικίνδυνων αντιλήψεων και στάσεων πάνω σε ζητήματα τόσο σοβαρά, όσο αυτό της δημόσιας υγείας.

Στις σύγχρονες δημοκρατικές κοινωνίες, η λογοκρισία δεν θα μπορούσε σε καμία περίπτωση να αποτελέσει μία αποδεκτή λύση για την αντιμετώπιση παρόμοιων φαινομένων. Αυτό που θα μπορούσε να συμβάλει στην αντιμετώπιση των fake news και γενικότερα της προπαγάνδας μέσω του διαδικτύου, ή ακόμη και μέσω του Τύπου, είναι η ανάπτυξη της γνώσης και της κριτικής σκέψης. Για να επιτευχθεί αυτό ίσως οι άνθρωποι θα έπρεπε να στραφούν στο πρώτο μέσο μαζικής επικοινωνίας, στο βιβλίο.

Οι δημοσιογράφοι με τη σειρά τους, αν θέλουν το επάγγελμά τους να ανακτήσει την αίγλη που είχε στο παρελθόν, θα πρέπει, πρώτον, να θυμηθούν τους κανόνες της δεοντολογίας που όρισαν οι προγενέστεροι συνάδελφοί τους, και δεύτερον, να υιοθετήσουν μια περισσότερο κριτική στάση απέναντι στα πράγματα, τέτοια που δεν θα τους κάνει να μοιάζουν με φερέφωνα της εκάστοτε εξουσίας ή των ισχυρών οικονομικών συμφερόντων. Η αποκατάσταση της εγκυρότητας των μέσων μαζικής ενημέρωσης και του κύρους των λειτουργών της δημοσιογραφίας θα μπορούσε επίσης να συμβάλει στην καταπολέμηση των fake news, τα οποία συχνά αναμεταδίδονται ως αντίδραση στην κυριαρχία των μέσων μαζικής ενημέρωσης, που συχνά χαρακτηρίζονται ως συστημικά ή διεφθαρμένα.

Πάντως, η εμπειρία έχει δείξει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το διαδίκτυο γενικότερα μπορούν να γίνουν όπλα για την ενίσχυση του πλουραλισμού, καθώς και για την από τα κάτω κινητοποίηση της κοινωνίας, η οποία σε πολλές περιπτώσεις αποκλείεται από τα «συστημικά» μέσα μαζικής ενημέρωσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

“A very short history of cinema.” 18 Ιουνίου 2020. Διαθέσιμο στο:

<https://www.scienceandmediamuseum.org.uk/objects-and-stories/very-short-history-of-cinema#:~:text=The%20first%20to%20present%20projected,film%20printer%20all%20in%20one.>

“Blog.” *Cambridge Dictionary*. Διαθέσιμο στο:

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/blog>

“Communication in the Real World: An Introduction to Communication Studies. Chapter 15.1: Technological Advances: From the Printing Press to the iPhone.” Διαθέσιμο στο:

<https://courses.lumenlearning.com/suny-realworldcomm/chapter/15-1-technological-advances-from-the-printing-press-to-the-iphone/>

“Declaration of the Rights and Duties of Journalists,”

<https://accountablejournalism.org/ethics-codes/International-Declaration>

“Most popular social networks worldwide as of January 2021, ranked by number of active users.” Διαθέσιμο στο: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

«Ο Τύπος στα χρόνια της Ελληνικής Επανάστασης». Διαθέσιμο στο:

<https://daysofart.gr/%CE%BD%CE%B5%CE%B1/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1-%CE%BD%CE%B5%CE%B1/o-typos-sta-xronia-tis-epanastasis/>

Bellis, Mary. “The History of Printing and Printing Processes,” 18 Μαρτίου 2019. Διαθέσιμο στο: <https://www.thoughtco.com/history-of-printing-and-printing-processes-1992329>

Bradshaw, S., and P. Howard. “Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation.” Oxford Internet Institute, 2017, 1–37.

Burns, Luke. “Additions to the Five Journalistic “W”s.” 31 Ιανουαρίου 2017. Διαθέσιμο στο: <https://www.newyorker.com/humor/daily-shouts/additions-to-the-five-journalistic-ws>

Carey, James W. “A Short History of Journalism for Journalists: A Proposal and Essay.” *Harvard International Journal of Press/Politics* 12, no. 1 (January 2007): 3–16. <https://doi.org/10.1177/1081180X06297603>.

Chupin, Ivan, Hubé Nicolas και Nicolas Kaciaf. *Histoire politique et économique des médias en France*. Paris : La Découverte, 2009.

Conboy, Martin. *Journalism. A Critical History*. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications, 2004.

Cucheval-Clarigny Athanase. *Histoire de la presse en Angleterre et aux États-Unis*. Paris : Amyot, 1857.

Demers, François. « Déstructuration et restructuration du journalisme », *tic&société* [En ligne], Vol. 1, n°1 | 2007. Διαθέσιμο στο: <http://journals.openedition.org/ticetsociete/298> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.298>

Ennemoser, Marco & Schneider Wolfgang. “Relations of television viewing and reading: Findings from a 4-year longitudinal study.” *Journal of Educational Psychology*, 99(2), 2007, 349–368. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.99.2.349>

Ferenczi, Thomas. *Le journalisme*. Paris : Presses universitaires de France, 2007.

Ferron, Benjamin, Harvey Nicolas, Trédan, Olivier. *Des amateurs dans les médias. Légitimités, autonomie attachements*. Paris: Presses des Mines, 2015.

Hoynes, William. “Democracy, privatization and public television, *Peace Review*,” 11:1, 1999, 33-39, DOI: [10.1080/10402659908426228](https://doi.org/10.1080/10402659908426228)

Kaplan, A. M. & M. Haenlein. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53:1, 2010, 59-69.

Kim, E. G., Hamilton J. W. “Capitulation to capital? OhMyNews as alternative media.” *Media, Culture and Society*, 28 (4), 541-560.

Lee, Chei Sian & Long Ma. “News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience.” *Computers in Human Behavior*, 28, 2012, 331-339.

Muhlmann, Géraldine. *A Political History of Journalism*. London: Polity Press, 2008.

Oberiri, Destiny Apuke & Omar Bahiyah. “Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users.” *Thematics and Informatics*, 2021, 56, <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>

Pélissier, Nicolas. « La plume dans la toile : l’identité des journalistes à l’épreuve des réseaux numériques ». *MédiaMorphoses*, Institut National de l’Audiovisuel (INA), 2002. Διαθέσιμο στο: https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000144/document

Poe, Marshall T., *A History of Communications. Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*, Cambridge: Cambridge University Press.

Salzberg, Rosa. “In the mouths of charlatans. Street performers and the dissemination of pamphlets in Renaissance Italy.” *Renaissance Studies*, 24, 2010, 638-653. <https://doi.org/10.1111/j.1477-4658.2010.00670.x>

Stenger, Thomas & Alexandre Coutant. « Médias sociaux : clarification et cartographie. Pour une approche sociologique ». *Décisions Marketing*, 70, 2013, 107-117.

Tremayne, Mark. The Facebook Agenda: Global Social Media News Characteristics. *American Communication Journal*, 19:1, 2017, 25-35.

Wolfsfeld, Gadi, Segev, Elad & Tamir Sheaffer. “Social media and the Arab Spring: Politics come first.” *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 2013, 115-137.

Δρεπτάκης, Μανόλης Γ. «Η κατολίσθηση της κυκλοφορίας των εφημερίδων συνεχίζεται», 11 Μαΐου 2016. Διαθέσιμο στο: https://www.efsyn.gr/stiles/apopseis/68276_i-katolisthisi-tis-kykloforias-ton-efimeridon-synehizetai

Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Αθηνών. «Ιστορικό». <https://www.esiea.gr/istoriko/>

Επιτροπή Πολιτισμού, Νεότητας, Παιδείας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, «Εκθεση σχετικά με την επίδραση των νέων τεχνολογιών στο γραπτό τύπο της Ευρώπης», 29 Σεπτεμβρίου 1997. Διαθέσιμο στο:
<https://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A4-1997-0289+0+DOC+XML+V0//EL>

Καϊμάκη, Βασιλική. *Νέες τεχνολογίες της επικοινωνίας: Η δημοσιογραφία στην ψηφιακή εποχή. Στάσεις των Ελλήνων δημοσιογράφων στις αρχές της ψηφιακής διείσδυσης*. Διδακτορική διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα, 2011.

Παπαθανασίου, Ιωάννα. «Προπαγάνδα και ενημέρωση κατά την περίοδο της Κατοχής». 24 Οκτωβρίου 2017. Διαθέσιμο στο: <https://www.youtube.com/watch?v=iPituV1vKj8>

Παπαστάθη, Ευσταθία. *Τύπος και πολιτική. Ο ρόλος των έντυπων ΜΜΕ στη σύγχρονη Ελλάδα*. Ανέκδοτη διπλωματική εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη, 2017.

Χολιβάτου, Αναστασία. *Δημοσιογραφία και λογοτεχνία. Η κληρονομιά της Νέας Δημοσιογραφίας και το ελληνικό παράδειγμα*. Ανέκδοτη διδακτορική διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη, 2014.