

Τα Νέα Μέσα και η Τρίτη υπόσχεση του Internet

Νίκος Δρανδάκης**

5 αιώνες μετά την εμφάνιση της τυπογραφίας από το Γουτεμβέργιο, το οικονομικό μοντέλο των Media (βιβλία, εφημερίδες, ραδιόφωνο, τηλεόραση, κινηματογράφος, μουσική) παραμένει ακριβώς το ίδιο: πριν να τυπώσεις ένα βιβλίο πρέπει να μαντέψεις αν υπάρχουν υποψήφιοι αγοραστές να το διαβάσουν αλλά και να κάνεις μια καλή υπόθεση για το πόσοι μπορεί να είναι αυτοί - αν τυπώσεις πολύ περισσότερα βιβλία από όσα χρειάζονται, μπορεί να χάσεις τη δουλειά σου.

Η πραγματικά μεγάλη αλλαγή που φέρνουν τα Νέα Μέσα και το Internet είναι η ανατροπή αυτού του μοντέλου παραγωγής και κατανάλωσης. Για πρώτη φορά στην ιστορία της ανθρωπότητας έχουμε ένα Μέσο το οποίο δεν έχει τεράστια κόστη παραγωγής και διανομής της πληροφορίας, δεν έχει χρονικούς και γεωγραφικούς περιορισμούς, και - το κυριώτερο - δεν περιέχει το στοιχείο του ρίσκου. Μπορείς να δημοσιεύσεις χωρίς το φόβο της αποτυχίας.

Πρόκειται για την επαναστατική μετάβαση από ένα κόσμο "φιλτράρισε και μετά δημοσίευσε", σε ένα κόσμο "δημοσίευσε και μετά φιλτράρισε". Οτιδήποτε δημοσιεύεται από οποιονδήποτε, και τα ψηφιακά μετα-φίλτρα είναι αυτά που φροντίζουν ο καθένας να βρίσκει την πληροφορία που χρειάζεται.

Η δημοσιογραφία ως επάγγελμα ήταν η απάντηση στο ερώτημα του 20ου αιώνα «πως ενημερωνόμαστε, πως μοιραζόμαστε ιδέες και πληροφορίες?».

Και δεν θα έχει νόημα στον 21ο αιώνα να πάρουμε ως σημείο αναφοράς την οργάνωση, τη λειτουργία και τις αξίες ενός επαγγελματικού κλάδου και να τις συγκρίνουμε με τις πρακτικές ενός πλήθους ανθρώπων που απαντούν με διαφορετικό τρόπο στο παραπάνω ερώτημα.

Στον 21ο αιώνα, το πλήθος των ανθρώπων που συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγή περιεχομένου στο διαδίκτυο, διαμορφώνουν το νέο παράδειγμα και τις αξίες της δημοσίευσης.

** Σύμβουλος επιχειρήσεων, blogger, και επιστημονικός συνεργάτης και υπεύθυνος διδασκαλίας στο τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού στο Πάντειο Πανεπιστήμιο της Αθήνας στο μάθημα «Social Media και νέες μορφές ψηφιακής οργάνωσης και επικοινωνίας».

Η δημοσιογραφία σταδιακά μετασχηματίζεται . Ο ρόλος του δημοσιογράφου ως κύριο "φίλτρο" της ενημέρωσης(gatekeepers-πυλωροί/ agenda-setting) αποδυναμώνεται. Τα ψηφιακά μετα- φίλτρα των καταναλωτών θα είναι όλο και πιο καθοριστικά. Οι δημοσιογράφοι προσαρμόζονται σε ένα νέο περιβάλλον συμβίωσης και συνεργασίας με τους πολίτες. Τα όρια ανάμεσα τους (θα) τείνουν να γίνουν όλο και πιο δυσδιάκριτα.