

**Δρ. Δήμητρα Δημητρακοπούλου, Διδάσκουσα Π.Δ. 407/80, Τμήμα Δημοσιογραφίας & Μ.Μ.Ε., Α.Π.Θ.**

**Τίτλος: Η μετεξέλιξη των ειδήσεων στα νέα μέσα και η αναδιαμόρφωση της ημερήσιας θεματολογίας**

*Λέξεις-κλειδιά: νέα μέσα, διαδικτυακή δημοσιογραφία, ημερήσια θεματολογία, weblogs, μέσα κοινωνικής δικτύωσης*

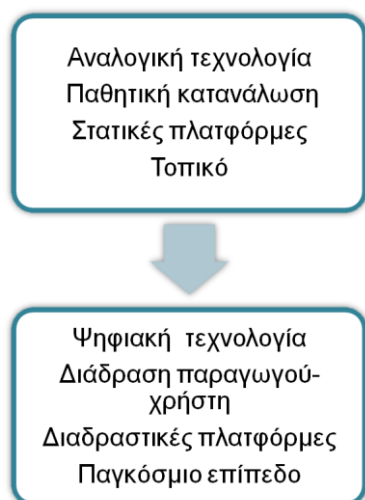
### **Περίληψη**

Η μελέτη διερευνά τη μετεξέλιξη των ειδήσεων μέσα από το πρίσμα της ανάδυσης των νέων μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας, με έμφαση στα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με επίκεντρο τη μορφή και τα χαρακτηριστικά των διαδικτυακών ειδήσεων, η έρευνα προχωρά στη μελέτη των πολυμεσικών και των διαδραστικών στοιχείων που εμπλουτίζουν την ειδησεογραφική εμπειρία. Επιπλέον, εστιάζουμε στις αλλαγές α.) στη διαδικασία παραγωγής ειδήσεων τόσο από το δημοσιογράφο όσο και από το κοινό, β.) στη ροή της πληροφόρησης η οποία πλέον ακολουθεί τη δομή των δικτύων και γ.) στη διαδικασία μετάδοσης των ειδήσεων. Τέλος, εξετάζουμε τις μεταβολές στον καθορισμό της ημερήσιας θεματολογίας, όπως διαμορφώνεται μέσα από την αλληλεπίδραση της ατζέντας των κυρίαρχων και των εναλλακτικών μέσων ενημέρωσης.

### **Ένας διαδραστικός νέος κόσμος**

Ήδη από το 1995 στο βιβλίο του «Ψηφιακός Κόσμος» ο Nicholas Negroponte διέβλεψε ότι στο μέλλον οι αναγνώστες των εφημερίδων θα μπορούσαν να ενημερώνονται μόνο για τις ειδήσεις που τους ενδιαφέρουν. Όχημα αυτής της εξατομικευμένης πληροφόρησης θα ήταν ένα ενημερωτικό-ψυχαγωγικό υβρίδιο με το φανταστικό όνομα “The Daily Me”: μια προσωπική εφημερίδα κάθε χρήστη το περιεχόμενο της οποίας θα το καθόριζε αποκλειστικά και μόνο ο ίδιος.

Οι ψηφιακές αλλαγές που συντελέστηκαν μέσα από το μάρφωμα της σύγκλισης της πληροφορικής, της ραδιοτηλεόρασης και των τηλεπικοινωνιών διέυρυναν τις επιλογές τόσο στο πεδίο της ροής των διαθέσιμων πηγών για τους δημοσιογράφους όσο και στο πεδίο της πρόσβασης στις πληροφορίες από το ίδιο το κοινό. Άλλες φορές εγκολπώνοντας και αξιοποιώντας τις αλλαγές και άλλες φορές οπισθοδρομώντας στις εξελίξεις, το μεντιακό πεδίο μεταλλάσσεται σε ένα χαοτικό και κατακερματισμένο περιβάλλον υπό την επίδραση των δημογραφικών και τεχνολογικών αλλαγών. Οι μεταβάσεις που παρατηρούμε, συντελούνται στα ακόλουθα επίπεδα (εικόνα 1):

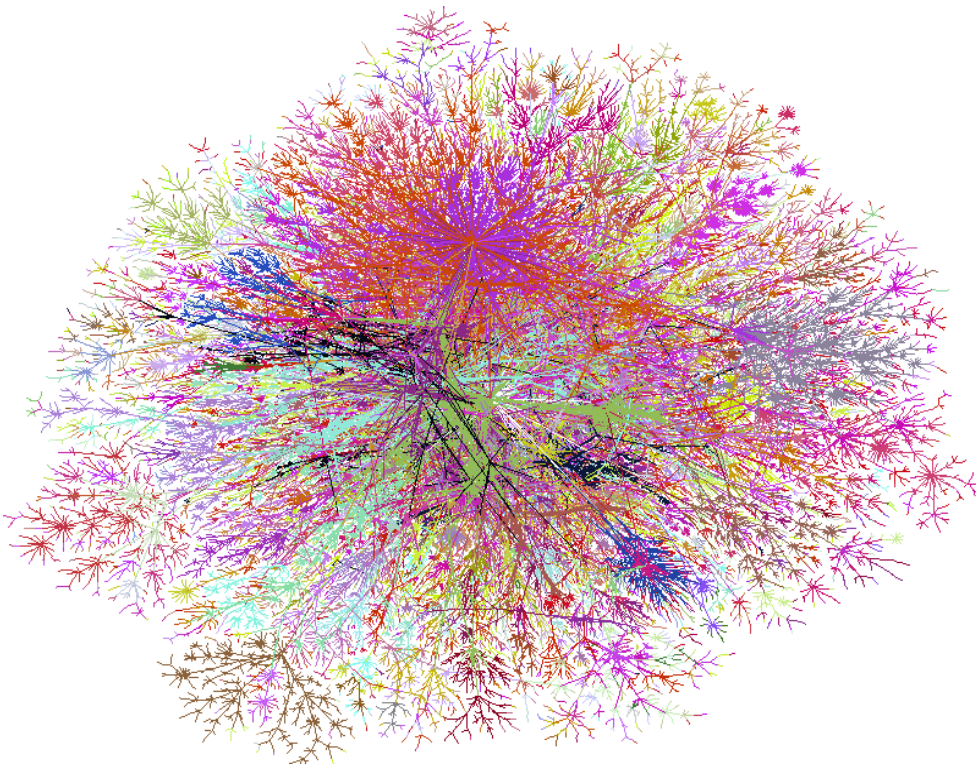


**Εικόνα 1: Μεταβάσεις από την αναλογική στην ψηφιακή εποχή**

Τα νέα αυτά χαρακτηριστικά αναδιαμορφώνουν το πεδίο της ειδησεογραφικής παραγωγής: ο κύριος άξονας της μετεξέλιξης συνίσταται στην μετατόπιση από τη γραμμική και παθητική διαδικασία ενημέρωσης (περιεχόμενο *push*) στη μη γραμμική και εξατομικευμένη διαδικασία επικοινωνίας (περιεχόμενο *pull*).

Μια διάκριση η οποία συνεισφέρει στο να κατανοήσουμε τον τρόπο με τον οποίο το διαδίκτυο ενσωματώνει τα χαρακτηριστικά των παραδοσιακών μέσων και ταυτόχρονα καινοτομεί με τα ρηξικέλευθα χαρακτηριστικά του είναι η διάκριση ανάμεσα στα *διαλογικά* και στα *ομαδικά* μέσα. Τα διαλογικά μέσα, όπως το τηλέφωνο, επιτρέπουν τη συζήτηση και την οριζόντια επικοινωνία (ένας προς έναν). Τα ομαδικά μέσα, από την άλλη, όπως η ραδιοτηλεόραση και ο τύπος, δίνουν τη δυνατότητα της κάθετης επικοινωνίας, από έναν πομπό προς μια ομάδα (ένας προς πολλούς).

Το διαδίκτυο αλλάζει τα δεδομένα, καθώς επιτρέπει την επικοινωνία πολλών προς πολλούς, υποστηρίζοντας τόσο την άμεση και διαπροσωπική συζήτηση (διαλογικό μέσο) όσο και τη μαζική επικοινωνία (ομαδικό μέσο). Στην ουσία, μετατρέπεται στον *καμβά* στον οποίο συγκλίνουν όλα τα μέσα. Χαρακτηριστικό της δύναμης αλλά και της πολυπλοκότητας της διασύνδεσης του διαδικτύου είναι η 'χαρτογράφηση' από τον Bill Cheswick όλων των δικτύων που υπάρχουν στον Ιστό (εικόνα 2).



Εικόνα 2: Internet Mapping Project by Bill Cheswick, <http://cheswick.com/ches/map/gallery/index.html>

Η μετάβαση από την εποχή των έντυπων και των οπτικοακουστικών μαζικών μέσων στην εποχή των δικτυακών ψηφιακών μέσων άλλαξε δομικά τη ροή των πληροφοριών, οι οποίες διοχετεύονται στο κοινό μέσα από τις νέες τεχνολογίες στο πλαίσιο ενός μη γραμμικού μοντέλου που λειτουργεί στη βάση της επικοινωνίας ενός προς ένα, ενός προς πολλούς και πολλών προς πολλούς. Με τον τρόπο αυτό, τα μέσα της μεντιακής παραγωγής και διανομής δόθηκαν και στο κοινό, επαναπροσδιορίζοντας και «ξαναγράφοντας» τη σχέση ανάμεσα στους δημοσιογράφους, τους πολιτικούς φορείς και στην κοινωνία των πολιτών (εικόνα 3).



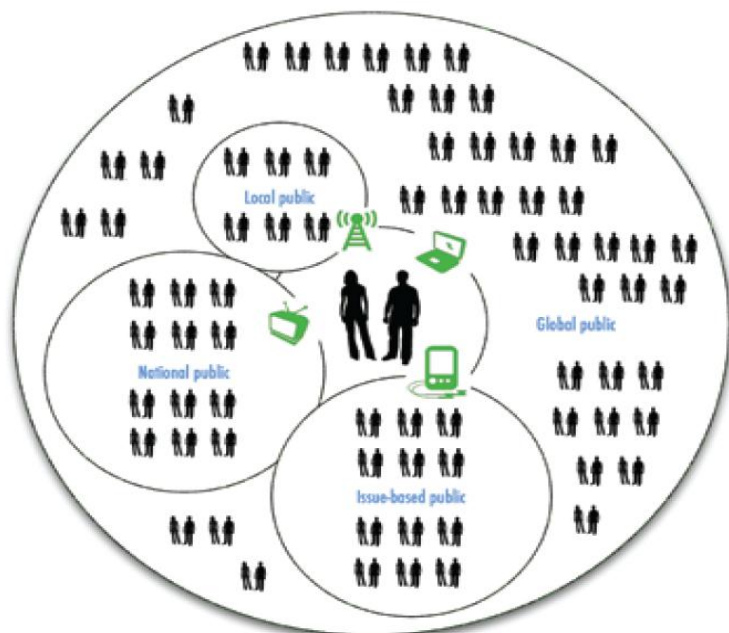
Εικόνα 3: Αλληλεπιδράσεις ανάμεσα στους φορείς της επικοινωνίας μέσα από τις ψηφιακές πλατφόρμες

### **Το κοινό ως συμπαράγωγος ειδήσεων**

Οι αλλαγές συντελούνται σε τρία κυρίως επίπεδα που σχετίζονται με τις νέες δυνατότητες συνέργειας των φορέων επικοινωνίας:

- Οι **δημοσιογράφοι** εμπλέκουν ολοένα και περισσότερο το κοινό τους στη δημοσιογραφική τους δραστηριότητα, παρέχοντας τη δυνατότητα σχολιασμού και εμπλουτισμού της δουλειάς τους, καθώς και άσκησης κριτικής. Οι δημοσιογράφοι είναι πλέον ολοένα και πιο 'εκτεθειμένοι' στα σχόλια και στις επιθέσεις –συχνά- ενός ολοένα και πιο ευερέθιστου και αγανακτισμένου κοινού. Την ίδια όμως στιγμή έχουν τη δυνατότητα να απολαμβάνουν την πληροφοριακή συμβολή μελών του κοινού που λειτουργούν ως αυτόπτες και αυτόκοι μάρτυρες του εξωτερικού κόσμου, που καταγράφουν την καθημερινή πραγματικότητα με τα μέσα που έχουν στη διάθεσή τους.
- Οι **πολιτικοί** ενσωματώνουν με ταχύτατους ρυθμούς στην πολιτική τους επικοινωνία τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προσδοκώντας στην άμεση, διαδραστική και εξωστρεφή επαφή με τους πολίτες. Οι πολιτικοί, ως κεντρικοί φορείς διαμόρφωσης της είδησης, παίρνουν πλέον την ανάγκη και την ένταση της αλλαγής από το ίδιο το κοινό. Ως διαμορφωτές της πολιτικής ατζέντας, τη συγκροτούσαν μέχρι τώρα με το επιτελείο τους. Στην εποχή της ψηφιακής επικοινωνίας και αλληλόδρασης, τη συγκροτούν πλέον και σε συνεργασία με τους ίδιους τους πολίτες.
- Η **κοινωνία των πολιτών** συσπειρώνεται πλέον με ποικίλους τρόπους και ποικίλα μέσα, αξιοποιώντας τις τεχνολογίες web 2.0 (εικόνα 4). Συσπειρώνονται πλέον σε κοινά που λειτουργούν σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο, αλλά και κοινά που έχουν ως άξονα ένα κοινό ζήτημα, θεματική ή πρόβλημα. Μια ενεργή και εναργής κοινωνία των πολιτών εμφανίζεται δυναμικά, συνδιαμορφώνοντας ενεργά τη δημοσιογραφική και πολιτική ατζέντα.

## Users can now participate in publics through a range of media



Εικόνα 4: Public Media 2.0: Dynamic, Engaged Publics, February 2009  
 Center for Social Media, School of Communication, American University  
[http://www.centerforsocialmedia.org/resources/publications/public\\_media\\_2\\_0\\_dynamic\\_engaged\\_publics](http://www.centerforsocialmedia.org/resources/publications/public_media_2_0_dynamic_engaged_publics)

Με γνώμονα αυτές τις αλλαγές, κάνουμε λόγο για την ανάδυση ενός νέου πεδίου δημοσιογραφικής δράσης, το οποίο το συναντάμε ως «συμμετοχική δημοσιογραφία», «δημοσιογραφία των πολιτών ή του κοινού» (Kelly, J., Kayaks, R. & Gold, H., 2009; Bowman & Willis, 2003; Bruns, 2005; Deuze, 2009; Deuze, Bruns & Neuberger, 2007; Deuze & Marjoribanks, 2009; Bruns, & Neuberger, 2007; Domingo et al., 2007; Paulussen, Heinonen, Domingo & Quandt, 2007; Lasica, 2003; Goode, 2009; Gillmor, 2006) διαδραστική ή διαδικτυακή δημοσιογραφία (Carpenter, 2008; Domingo, 2008; Kautsky & Widholm, 2009; Paterson & Domingo, 2008; Steensen, 2009; Thurman, 2008), «εναλλακτική δημοσιογραφία» (Coyer et. al. 2007; Atton & Hamilton 2008; Heinrich, 2008; Atton & Wickenden, 2005; Goode, 2009), ακόμα και ως «μεταδημοσιογραφία» (Matheson, 2004; Wall, 2005), προκαλώντας νέα ερωτηματικά σχετικά με το πώς ορίζεται πλέον ο δημοσιογράφος και πώς θα επανεφευρεθεί ο ρόλος του, αλλά και τη συμμετοχή πλέον του κοινού στη δημοσιογραφική διαδικασία.

Διερευνώντας το βαθμό και τη συμμετοχή του κοινού, σε συνδυασμό με τη διάδραση και τις συνέργειες με τους επαγγελματίες δημοσιογράφους, εντοπίζουμε τις εξής κατηγορίες (εικόνα 5):

<p><b>Διαδραστική/ Διαδικτυακή δημοσιογραφία</b> Αναφέρεται στις πρακτικές της διαδικτυακής δημοσιογραφίας Χρησιμοποιεί τις νέες τεχνολογίες για διαδραστικότητα και συζήτηση</p>	<p><b>Συμμετοχική δημοσιογραφία</b> Το κοινό συνεισφέρει ενεργά στις διαδικασίες συλλογής ειδήσεων, επιλογής και σχολιασμού σε συνεργασία και διάδραση με τους επαγγελματίες δημοσιογράφους</p>	<p><b>Δημοσιογραφία του κοινού</b> Μια μορφή δημοσιογραφίας από και για το κοινό Εμπλέκει ενεργά το κοινό στη διαδικασία παραγωγής ειδήσεων Εξισορροπεί τον έλεγχο ανάμεσα στους δημοσιογράφους και στο κοινό</p>	<p><b>Εναλλακτική δημοσιογραφία</b> Εκπροσωπεί τα συμφέροντα του κοινού Δίνει έμφαση στην άμεση συμμετοχή των πολιτών και στην ανεξαρτησία από τους επαγγελματίες δημοσιογράφους</p>	<p><b>Δημοσιογραφία των πολιτών</b> Δημοσιογραφία της λαϊκής βάσης Συμμετέχουν εξ ολοκλήρου οι πολίτες που είναι ταυτόχρονα και παραγωγοί και χρήστες των ειδήσεων</p>
---	---	---	--	--

Εικόνα 5: Βαθμός και μορφή συμμετοχής του κοινού

Οι νέες αυτές μορφές δημοσιογραφικής πρακτικής προϋποθέτουν την ενεργό εμπλοκή του κοινού στην ειδησεογραφική διαδικασία, προκαλώντας ρωγμές στην μέχρι πρόσφατα αυστηρά προσδιορισμένη διχοτομία ανάμεσα στον παραγωγό και στον καταναλωτή των ειδήσεων. Το κοινό μπορεί πλέον να εμπλέκεται στον καθορισμό (και στη συνδιαμόρφωση) της ατζέντας όχι μόνο παράγοντας πρωτότυπο περιεχόμενο, αλλά αναπτύσσοντας κριτικές παρεμβάσεις στις διαδικασίες προσδιορισμού της ατζέντας των κυρίαρχων μέσων. Ο κύκλος ζωής των ειδήσεων γίνεται πλέον ακόμα πιο περίπλοκος και δυσπροσδιόριστος. Ειδήσεις που εμφανίζονται διαδικτυακά μπορεί να αγνοηθούν εύκολα, θαμμένες μέσα στην αχανή νέα οικονομία της προσοχής.

Τα κυρίαρχα ΜΜΕ παραμένουν ισχυρά στην επιλογή και στον προσδιορισμό της δημόσιας ατζέντας. Ωστόσο, η ανάδυση συμμετοχικών μορφών κλονίζει τη βεβαιότητα ότι ο καθορισμός της ατζέντας γίνεται πλέον αποκλειστικά και μονόδρομα από τα ΜΜΕ προς το κοινό. Οι επιρροές στον καθορισμό της ημερήσιας θεματολογίας στη μεντιακή σφαίρα εντοπίζονται σε τρία κυρίως επίπεδα:

- Στους επαγγελματίες δημοσιογραφικούς κανόνες και πρακτικές
- Στο δια-μεσικό καθορισμό της ατζέντας ('inter-media agenda setting')
- Στο ειδησεογραφικό περιεχόμενο που παράγεται από τους πολίτες.

Ο Jenkins έκανε λόγο για την ανάδυση μιας συμμετοχικής κουλτούρας η οποία έρχεται σε αντίθεση με παλαιότερες έννοιες της παθητικής μεντιακής 'κατανάλωσης': «Αντί να μιλάμε για παραγωγούς μεντιακού περιεχομένου και καταναλωτές που έχουν διακριτούς ρόλους, μπορούμε να τους δούμε ως συμμετέχοντες που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους σύμφωνα με ένα νέο σύνολο κανόνων τους οποίους κανένας από εμάς δεν κατανοεί πλήρως» (2006: 3). Για να προσδιορίσει το θολό πλέον όριο ανάμεσα στους παραγωγούς και στο κοινό, ο Bruns (2005) χρησιμοποίησε τον όρο "producers", συνδυάζοντας τις λέξεις και τις έννοιες "producers" (παραγωγοί) και "users" (χρήστες), ενώ ο Rosen (2006) έκανε λόγο για «τους ανθρώπους που ήταν γνωστοί ως το κοινό» ("people formerly known as the audience"). Οι αλλαγές αυτές προσδιορίζουν τον τρόπο με τον οποίο αλλάζουν οι σχέσεις εξουσίας στις βιομηχανίες των μέσων και στη δημοσιογραφία, μετατοπίζοντας την εξουσία από το δημοσιογράφο στο κοινό. Ο Gillmor, μάλιστα, παρομοιάζει τη δημοσιογραφία των πολιτών με το κίνημα βάσης grassroots movement, στους πρωτεργάτες του οποίου ανήκουν ο Tom Paine και οι επαναστατημένοι pamphleteers (Gillmor, 2006).

Το πεδίο της ενημέρωσης και της επικοινωνίας μετεξελίσσεται σε ένα περισσότερο συμμετοχικό μεντιακό οικοσύστημα, το οποίο εξελίσσει τις ειδήσεις σε μια κοινωνική εμπειρία, όπως έδειξε πρόσφατη έρευνα του Pew Internet (2010) για τις ειδησεογραφικές συνήθειες στις ΗΠΑ. Οι ειδήσεις μετατρέπονται σε μια συμμετοχική δραστηριότητα στην οποία οι άνθρωποι συνεισφέρουν τις δικές τους ιστορίες και εμπειρίες

και αναρτούν τις αντιδράσεις τους στα γεγονότα. Η έρευνα του Pew Internet καταγράφει ότι το 37% των χρηστών του διαδικτύου, τους οποίους ονομάζει “news participators” (συμμετέχοντες στην ειδησεογραφία), έχουν συμμετάσχει στη δημιουργία, σχολιασμό ή διάχυση των ειδήσεων (Purcell et al, 2010).

### **Μια νέα ειδησεογραφική εμπειρία**

Το διαδίκτυο αλλάζει τη σχέση ανάμεσα στους δημοσιογράφους και το κοινό τους από ένα μονόδρομο, γραμμικό, ασύμμετρο μοντέλο επικοινωνίας σε ένα διαδραστικό, μη γραμμικό και συμμετοχικό μοντέλο. Με άλλα λόγια, το διαδίκτυο επιτρέπει τη διάνοιξη ενός διαλόγου ανάμεσα στους παραγωγούς και τους καταναλωτές των ειδήσεων. Οι ειδήσεις δεν είναι πλέον ένα στατικό αγαθό, αλλά ως ένα αγαθό ανοιχτό, κοινωνικό και διαρκώς μεταβαλλόμενο. Με αυτόν τον τρόπο, οι δημοσιογράφοι μπορούν να εμπλουτίζουν το περιεχόμενό τους με τις απόψεις, τις σκέψεις και τις δημιουργικές εκφράσεις του κοινού τους.

Για τον καταναλωτή των ειδήσεων η ψηφιακή επανάσταση δημιουργεί μια αφθονία επιλογών, αλλά ταυτόχρονα κι έναν κατακερματισμό της προσοχής. Οι υπάρχουσες μορφές της μεντιακής διανομής αμφισβητούνται από τα νέα διαδικτυακά κανάλια, τα οποία προσφέρουν προστιθέμενες αξίες: εξατομίκευση, διαδραστικότητα και ανάδραση. Οι καινοτομίες αυτές δεν αλλάζουν μόνο το δομικό χαρακτήρα της μεντιακής κατανάλωσης, αλλά σηματοδοτούν επιπλέον ότι οι καταναλωτές μπορούν τώρα να δρουν ως συμ-παραγωγοί και συν-διανομείς ειδησεογραφικού περιεχομένου.

Οι ειδησεογραφικές συνήθειες του κοινού αλλάζουν σε τέσσερα κυρίως πεδία, καθώς πλέον οι χρήστες του διαδικτύου:

**Επιλέγουν:** αντί να περιμένουν παθητικά το περιεχόμενο, όπως και όποτε τους το προσφέρουν τα ‘παραδοσιακά’ μέσα ενημέρωσης, οι χρήστες εμπλέκονται στην ενεργητική πληροφόρηση: αναζητούν και συγκρίνουν διαφορετικές και εναλλακτικές πηγές πληροφόρησης, εμβαθύνουν στην πληροφορία μέσω μηχανών αναζήτησης, οπτικοποιούν την είδηση με σχετικά βίντεο και φωτογραφικό υλικό και εμπλουτίζουν την ειδησεογραφική τους εμπειρία με τις διαθέσιμες διαδραστικές εφαρμογές.

**Δημιουργούν:** Οι χρήστες επιλέγουν από μια ευρεία πολυμεσική παλέτα τα μέσα και τις διαδραστικές εφαρμογές, τις οποίες χρησιμοποιούν στις προσωπικές τους μορφές αυτοέκφρασης. Πειραματίζονται, επίσης, με τη δημοσίευση περιεχομένου σε μια ποικιλία από πλατφόρμες, από προσωπικά blogs σε κοινωνικά δίκτυα.

**Συζητούν:** Η ανάρτηση σχολίων είναι πλέον πολύ δημοφιλής τακτική στα blogs, όπως και οι ομάδες συζητήσεων στους δικτυακούς τόπους και στα κοινωνικά δίκτυα. Οι χρήστες χρησιμοποιούν τα εργαλεία συζήτησης και διαβούλευσης για να μοιραστούν τα ενδιαφέροντά τους και να κινητοποιηθούν γύρω από συγκεκριμένες δράσεις.

**Συνεργάζονται:** Οι χρήστες αναλαμβάνουν πλέον νέους ρόλους στην αλυσίδα της ειδησεογραφικής παραγωγής, σχολιάζοντας γεγονότα, καταθέτοντας προσωπικές μαρτυρίες, εκθέτοντας απόψεις, αναδεικνύοντας ζητήματα εκτός της κυρίαρχης μεντιακής ατζέντας. Η δημοσιογραφία εμπλουτίζεται ολοένα και περισσότερο από δράσεις και περιεχόμενο που αντλεί από το ίδιο το κοινό (crowdsourcing).

Στην άλλη άκρη της αλυσίδας, οι εκδότες απαιτούν πολύ περισσότερο περιεχόμενο σε όγκο από ό,τι μπορεί να παραχθεί από τους ίδιους τους δημοσιογράφους. Για να κορέσουν τις απαιτήσεις των 24/7 μεντιακών πλατφορμών, οι εκδότες βασίζονται ολοένα και περισσότερο σε εξωτερικούς προμηθευτές για πρωτόλειο ειδησεογραφικό που προέρχεται από τους ίδιους τους πολίτες. Την ίδια στιγμή, αναζητούν νέες επικοινωνιακές εφαρμογές για να κάνουν το περιεχόμενό τους όσο πιο σχετικό με τις ανάγκες του κοινού γίνεται, έτσι ώστε να αναδειχθεί στην υπερσυνδεδεμένη αχανή μάζα του διαδικτύου.

Οι τεχνολογίες web 2.0 παρέχουν στο κοινό δημοφιλείς και προσβάσιμους τρόπους για τη δημοσίευση κειμένου, εικόνων, ήχου & βίντεο. Ο τύπος, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση εμφανίζονται ως ανεπαρκείς για να ενσωματωθούν στις πλατφόρμες συμμετοχής. Ωστόσο, τα παραδοσιακά ΜΜΕ αντιλαμβάνονται τις

αυξανόμενες διαδραστικές δυνατότητες και πειραματίζονται με συμμετοχικές μορφές παραγωγής περιεχομένου με σκοπό να εμπλέξουν το κοινό στην ειδησεογραφική διαδικασία.

Οι ισχυροί μεντιακοί οργανισμοί διαγκωνίζονται για να επικυριαρχήσουν και στο νέο αναδιδόμενο πεδίο των νέων κοινωνικών μέσων και δικτύων. Η αγορά του Flickr (ο δικτυακός τόπος διαμοιράσματος φωτογραφιών που φιλοξενεί πολλές από τις πιο ενδιαφέρουσες περιπτώσεις συμμετοχικής φωτοδημοσιογραφίας) από τη Yahoo το 2005, η απόκτηση του Blogger.com από τη Google το 2003 και του YouTube το 2006, καθώς και η αγορά του Newsvine από το MSNBC το 2007 είναι ορισμένα μόνο παραδείγματα.

Το CNN εφάρμοσε ένα μοντέλο ενσωμάτωσης της δημοσιογραφίας του κοινού στο ειδησεογραφικό του «επιτελείο» του. Μετά από τη δημοσίευση άρθρων από τους χρήστες του (όπως τους πυροβολισμούς στη σχολή Virginia Tech και την κατάρρευση της γέφυρας στη Μινεσότα), δημιούργησε την πλατφόρμα iReport όπου το κοινό αναρτά ελεύθερα το δικό του περιεχόμενο. Σε άλλες περιπτώσεις λογοκρισίας των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης, με την πιο χαρακτηριστική τις διαδηλώσεις στην Τεχεράνη μετά από τις εκλογές στο Ιράν το 2009 η δημοσιογραφία των πολιτών ήταν η μόνη διαθέσιμη δημοσιογραφία.

### **Ο επαναπροσδιορισμός της ημερήσιας θεματολογίας**

Το κίνημα, όμως, της δημοσιογραφίας των πολιτών δεν σηματοδοτεί το τέλος του καθορισμού της ημερήσιας θεματολογίας από τους επαγγελματικούς ή τους κυρίαρχους μεντιακούς οργανισμούς, οι οποίοι εξακολουθούν να επιλέγουν και να ιεραρχούν τις ειδήσεις ακόμα και στη διαδικτυακή ειδησεογραφική σφαίρα (βλ. σχετικά και Althaus & Tewksbury, 2002; McCombs, 2005; Jenkins, 2006). Αυτό όμως που αλλάζει είναι ότι οι κυρίαρχοι παραδοσιακοί οργανισμοί διαγκωνίζονται για να προσελκύσουν την προσοχή του κοινού μαζί με μια πληθώρα διαδικτυακών πηγών. Την ίδια στιγμή, επισημαίνεται μια αναδιανομή εξουσίας στο σύγχρονο μεντιακό οικοσύστημα από τους επαγγελματίες δημοσιογράφους προς τους πολίτες.

Ο Bruns (2003) αναφερόμενος στις διαδικτυακές ειδήσεις, μετασημάτισε τον όρο 'gatekeeper' σε 'gatewatcher' (ο φύλακας της πύλης –πυλωρός- μετασηματίζεται στον παρατηρητή της πύλης), εστιάζοντας στην πρακτική του χρήστη να δημοσιεύει ειδήσεις και όχι να ελέγχει την επιλογή των πληροφοριών υπό τις νέες συνθήκες της πληροφοριακής αφθονίας (για την έννοια της πληροφοριακής εντροπίας, βλ. Καϊτατζή-Γουίτλοκ, 2003).

Στο σύστημα των κυρίαρχων μέσων ενημέρωσης, υπάρχει ιδιαίτερα αυστηρή ιεραρχία ως προς ποιες πηγές προσεγγίζονται από τους δημοσιογράφους και θεωρούνται οι πιο έγκυρες και αξιόπιστες ή τουλάχιστον οι πιο 'ασφαλείς' με την έννοια ότι εκφράζουν την επίσημη άποψη ενός φορέα. Συνήθως οι πηγές αυτές είναι ομάδες ελίτ και θεσμοί με ισχυρή θέση στο κοινωνικό και πολιτικό σύστημα, των οποίων η εξουσία, η νομιμότητα και η ιεραρχική θέση τους εξασφαλίζουν την πρωτοκαθεδρία ως πρωτογενείς-άμεσες πηγές.

Στον αντίθετο πόλο βρίσκεται η εναλλακτική δημοσιογραφία, η οποία υποστηρίζει μια αντίστροφη κυριαρχία με έμφαση στους αυτόπτες μάρτυρες και στις συμμετοχικές και μη-ιεραρχικές μορφές οργάνωσης. Ακολουθεί μια εναλλακτική ιεραρχία στην επιλογή των πηγών, δίνοντας φωνή σε όσους περιθωριοποιούνται από τα κυρίαρχα μέσα. Στην κυρίαρχη δημοσιογραφία ο δημοσιογράφος είναι μέρος του μεντιακού οργανισμού-συστήματος, με αυξημένο βαθμό επαγγελματισμού. Την ίδια στιγμή, ο πολίτης- 'ειδησεογράφος' διατηρεί μια υποκειμενική πολιτική θέση την οποία αναδεικνύει διαδικτυακά.

Η εναλλακτική δημοσιογραφία υποστηρίζει ότι έρχεται να καλύψει τα κενά που θεωρούν ότι έχουν αφήσει τα κυρίαρχα ΜΜΕ, κενά που προκύπτουν από την εμπορευματοποίηση, την ιδιοκτησιακή συγκέντρωση και τη γραφειοκρατική προσέγγιση των κυρίαρχων ΜΜΕ. Στη δική τους ειδησεογραφική δραστηριότητα κυριαρχεί η υποκειμενική μαρτυρία του αυτόπτη μάρτυρα (όπου πρωταγωνιστής & ειδησεογράφος είναι συχνά το ίδιο πρόσωπο), ενώ ισχυρίζονται ότι προσφέρουν πρόσβαση σε μεγαλύτερη ποικιλία 'φωνών'.

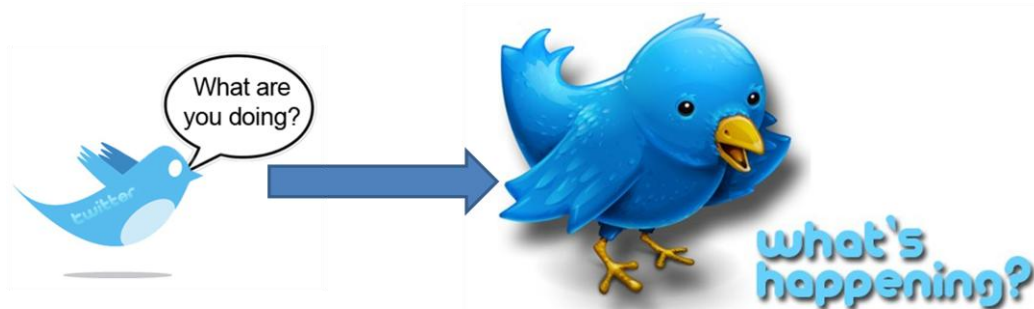
### **Το νέο ειδησεογραφικό πρακτορείο των 140 χαρακτήρων**

Το Twitter εμφανίζεται με τη σύντομη μορφή των 140 χαρακτήρων του ως ένα ψηφιακό εργαλείο 'στιγμιαίας' και άμεσης ενημέρωσης που συγκεντρώνει έναν τεράστιο όγκο μηνυμάτων, τα οποία μπορούν να θεωρηθούν ως μετεξέλιξη των τηλεγραφημάτων των ειδησεογραφικών πρακτορείων. Ως εργαλείο, το Twitter ξεπερνά μάλιστα την ταχύτητα ανάρτησης και μετάδοσης των πληροφοριών τόσο σε τοπικό, όσο και σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Τα έκτακτα γεγονότα αναρτώνται πλέον άμεσα και συχνά μέσω αυτόπτων και αυτήκων μαρτύρων στο Twitter, μετατρέποντάς το σε ένα πληροφοριακό εργαλείο με άμεσα ενημερωτικά αντανακλαστικά. Παραδείγματα όπου το Twitter αναδύθηκε ως δημοσιογραφική πλατφόρμα αποτελούν οι προεδρικές εκλογές στις ΗΠΑ το 2008, οι βομβιστικές επιθέσεις στο Mumbai το Νοέμβριο του 2009, το αεροπορικό ατύχημα των Αμερικανικών αερογραμμών τον Ιανουάριο του 2009, ο σεισμός στη Χιλή το Φεβρουάριο του 2010. Στις περιπτώσεις αυτές, το Twitter λειτούργησε ως πλατφόρμα για ρεπορτάζ από αυτόπτες μάρτυρες των γεγονότων, σε πραγματικό χρόνο, χρησιμοποιώντας το κινητό τους τηλέφωνο ως το πρωτογενές δημοσιογραφικό εργαλείο καταγραφής.

Η πληροφόρηση είναι αδιαμφισβήτητα έγκαιρη διαδικτυακά, ωστόσο παραμένει το ερώτημα αν μπορεί να είναι και έγκυρη. Όσο κι αν διατυπώνονται επιφυλάξεις για τις πληροφορίες που εντοπίζει κανείς στο διαδίκτυο, τόσο παραμένει γεγονός ότι στο διαδίκτυο το λάθος μπορεί να διορθωθεί με ποικίλους τρόπους. Όσο πιθανός είναι ο πολλαπλασιασμός μιας παραπληροφόρησης διαδικτυακά, τόσο πιθανή είναι η διόρθωση είτε από τον ίδιο τον πομπό της πληροφορίας είτε από άλλους χρήστες του διαδικτύου. Την ίδια στιγμή που η ταχύτητα ανάρτησης των ειδήσεων μπορεί να αποτελέσει τροχοπέδη για τη διασταύρωση και την εξακρίβωσή τους, μπορεί εξίσου να χρησιμεύσει για την άμεση διόρθωση του λάθους.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν παραδείγματα όπου στο Twitter, καθώς σε άλλα διαδικτυακά μέσα ελέγχεται η εγκυρότητα και η πρακτική δημοσίευσης των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης αλλά και διευρύνεται η μεντιακή ατζέντα. Χαρακτηριστική είναι η δημοσίευση αναληθών δημοσιευμάτων στην ημερήσιο τύπο σχετικά με τη συνάντηση του Έλληνα πρωθυπουργού Κ. Καραμανλή και του Τούρκου πρωθυπουργού Ρ. Τ. Ερντογάν σε ελληνικές εφημερίδες, η οποία όμως δεν πραγματοποιήθηκε ποτέ λόγω ακύρωσης της επίσκεψης του κ. Ερντογάν την τελευταία στιγμή, σφάλμα το οποίο καταγράφηκε αμέσως στα κοινωνικά μέσα και δίκτυα Twitter και facebook, όπως και blogs, αναδεικνύοντας το θέμα σε κυρίαρχο στην μεντιακή ατζέντα και πυροδοτώντας δεκάδες έντυπα δημοσιεύματα και τηλεοπτικές συζητήσεις για την κρίση της δημοσιογραφίας και τα 'στημένα' ρεπορτάζ. Μέσω των νέων δικτύων, λοιπόν, αφενός καταγράφεται και αναδεικνύεται μια νέα θεματολογία που μπορεί να αγνοείται από τα παραδοσιακά μέσα και αφετέρου ανοίγεται και αναπτύσσεται η συζήτηση περί τύπου με τις αλλαγές που επιφέρουν στο μεντιακό πεδίο.

Το Twitter, ειδικότερα, είναι ένα ισχυρό παράδειγμα της αλλαγής χρήσης που μπορεί να επιφέρει η αξιοποίηση ενός μέσου από το κοινό. Είναι ενδεικτικό ότι το Twitter ξεκίνησε ως εργαλείο καταγραφής της προσωπικής κατάστασης του χρήστη, το οποίο διαφαινόταν μέσα από την προτροπή-ερώτημα της πλατφόρμας "what are you doing?" (τι κάνεις;). Μέσα σε λίγους μήνες από τη λειτουργία του Twitter, του οποίου η δημοφιλία εκτοξεύτηκε πολύ σύντομα, το ερώτημα άλλαξε σε "what is happening?" (τι συμβαίνει), μετακυλίνοντας το πεδίο του ενδιαφέροντος από την προσωπική δράση/δραστηριότητα στην καταγραφή του εξωτερικού περιβάλλοντος/κόσμου (εικόνα 6).



Εικόνα 6: Η μετεξέλιξη του Twitter από εργαλείο καταγραφής της προσωπικής δραστηριότητας σε ενημερωτικό και πληροφοριακό εργαλείο

Ασφαλώς, κάθε πληροφορία στο Twitter δεν συγκροτεί μια δημοσιογραφική δράση, αλλά σίγουρα αποτελεί μια επικοινωνιακή δραστηριότητα. Υπάρχουν αναρτήσεις για κάθε σχεδόν θέμα, οι οποίες συχνά δεν αφορούν κανέναν εκτός από το ίδιο το άτομο και το φιλικό του κύκλο, που ποικίλουν από τυχαίες σκέψεις και παρατηρήσεις μέχρι καθημερινές ασήμαντες λεπτομέρειες. Είναι όμως αδιαμφισβήτητο ότι το Twitter εξελίχθηκε σε μια σημαντική πλατφόρμα που δίνει στο κοινό να δυνατότητα να καταγράφει ειδήσεις, να σχολιάζει και να διαμοιράζεται ειδήσεις γύρω από σημαντικά ζητήματα σε μια διαδικασία κατά την οποία μεμονωμένα άτομα ή συλλογικότητες ασκούν ορισμένες από τις θεσμικές λειτουργίες του επαγγελματία δημοσιογράφου (όπως τη λειτουργία του πυλωρού και του καθορισμού της ημερήσιας θεματολογίας).

### **Η δημοσιογραφία επαναπροσδιορίζεται**

Οι αλλαγές που βιώνει η σύγχρονη δημοσιογραφία, απορρίπτοντας άλλες ως ξένο σώμα και ενσωματώνοντας άλλες που εμπλουτίζουν το προφίλ της και ενδυναμώνουν τη σχέση της με ηλικιακά νέα κοινά, δημιουργούν την ανάγκη για τον επαναπροσδιορισμό της ίδιας της έννοιας της δημοσιογραφίας, αλλά και της διάκρισής της από την ειδησεογραφική δραστηριότητα των πολιτών. Η κυρίαρχη δημοσιογραφία διατηρεί την αμεσότητα και την ισχυρή της θέση στην πρόσβαση στις θεσμικά επίσημα πηγές, καθώς και την εγκυρότητά της στις πολιτικές & οικονομικές ειδήσεις (hard news). Η εναλλακτική διαδικτυακή δημοσιογραφία έχει περιορισμένη πρόσβαση στις θεσμικές πηγές, ενώ η εξάρτησή της από σχόλια και απόψεις την κάνουν ευάλωτη σε κατηγορίες για μεροληψία και υποκειμενικότητα.

Την ίδια στιγμή, τα παραδοσιακά ΜΜΕ παίζουν ακόμα σημαντικό ρόλο στην καθημερινότητα της πλειονότητας των ανθρώπων και επικυριαρχούν στις επικοινωνιακές ροές. Άλλωστε, θα ήταν ξεκάθαρα τεχνολογικά ντετερμινιστική η προσέγγιση που συμπεραίνει ότι συγκεκριμένες τεχνολογίες είναι πιο 'συμμετοχικές' από άλλες. Επιπλέον, ο μειωμένος βαθμός επαγγελματισμού στα εναλλακτικά διαδικτυακά μέσα ενημέρωσης δεν σημαίνει ότι εγκαταλείπονται οι πρακτικές των κυρίαρχων μέσων που θέλουν μια σφιχτή ιεραρχία και φιλτράρισμα των εισερχόμενων και εξερχόμενων πληροφοριών.

Η υποκειμενικότητα, όμως, της εναλλακτικής δημοσιογραφίας σε αντίθεση με την οιονεί 'αντικειμενικότητα' των κυρίαρχων ΜΜΕ μπορεί να εμπνεύσει περισσότερη εμπιστοσύνη σε αυτή τη μορφή ενημέρωσης. Σε παραδείγματα από την παγκόσμια μεντιακή πραγματικότητα, τα κοινωνικά δίκτυα αποτέλεσαν τη μόνη διέξοδο της πληροφορίας, όπως στην περίπτωση των διαδηλωτών στην Τεχεράνη το Μάιο του 2009, οι οποίοι χρησιμοποίησαν το twitter και το facebook για να οργανωθούν και να συσπειρωθούν, αλλά και για να ενημερώσουν την παγκόσμια κοινή γνώμη. Πρόκειται για μια περίπτωση κατά την οποία το κοινωνικό δίκτυο και δημιούργησε το γεγονός (τις διαδηλώσεις) και το μετέδωσε.

Και σε περιπτώσεις όμως που υπάρχει ελευθερία του Τύπου, τα κοινωνικά δίκτυα μετέδωσαν πρώτα την πληροφορία, όπως στις βομβιστικές επιθέσεις στο Μουμπάι το Νοέμβριο του 2008 και στο θάνατο των υπαλλήλων της τράπεζας Marfin στα μαζικά συλλαλητήρια των ΑΔΕΔΥ και ΓΣΕΕ το Μάιο του 2010. Την ημέρα εκείνη (5 Μαΐου 2010) απεργούσαν και οι Ενώσεις Συντακτών και δεν υπήρχε δημοσιογραφική κάλυψη των γεγονότων, με αποτέλεσμα τα νέα μέσα να συγκροτήσουν τη μόνη διαθέσιμη πλατφόρμα

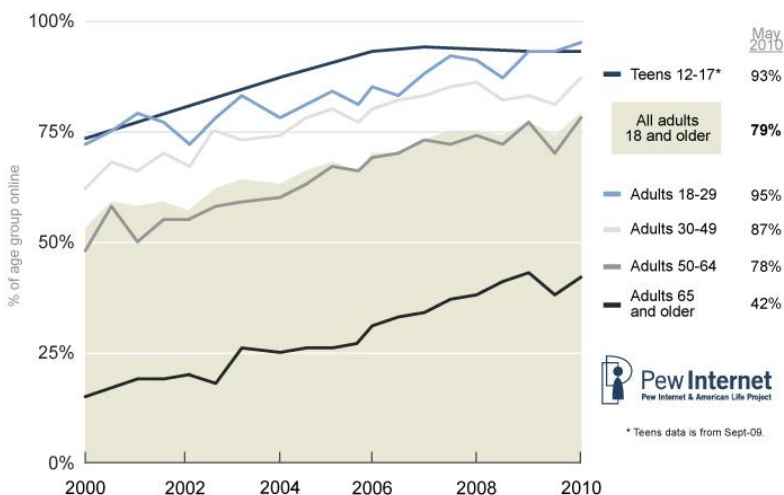
δημοσίευσης ειδήσεων. Μόνο πολλές ώρες αργότερα ενεργοποιήθηκαν τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα, σταματώντας την απεργία και ξεκινώντας την αναμετάδοση ειδήσεων.

Επιβεβαιώνεται βέβαια ότι στο πεδίο των «σκληρών ειδήσεων» (hard news) τα νέα μέσα αναζητούν το κύρος των παραδοσιακών. Πρόσφατη χαρακτηριστική περίπτωση, η διαρροή πάνω από 90 χιλιάδων έμπιστων στρατιωτικών αρχείων τον Ιούλιο του 2010 στο δικτυακό τόπο Wikileaks που αποκαλύπτουν λεπτομέρειες, οι οποίες θα έπρεπε να μείνουν μυστικές, για τον πόλεμο στο Αφγανιστάν. Μετά από την τεράστια αναστάτωση που προκάλεσε η διαρροή, το Wikileaks προχώρησε σε συνεργασία με τα τρία έγκυρα παραδοσιακά μέσα, το περιοδικό *Der Spiegel* και τις εφημερίδες *The Guardian* και *The New York Times*, αναπτύσσοντας μια δημοσιογραφική συνέργεια που επικυρώνει την εγκυρότητα της υπογραφής τους και των δημοσιευμάτων.<sup>1</sup>

Το παράδειγμα αυτό ανοίγει εκ νέου τη συζήτηση περί επωνυμίας και ευθύνης. Τα παραδοσιακά μέσα έχουν την ευθύνη της υπογραφής τους και τα νέα μέσα γίνονται πιο έγκυρα όταν αποκτούν 'ονοματεπώνυμο'. Στα νέα μέσα, όμως, τείνουμε να αναζητάμε το όνομα μόνο σε ένδειξη σοβαρού ποινικού αδικήματος, την ίδια στιγμή που η ανωνυμία υποθάλλει πολλές μικρές προσβολές στο πεδίο του ιδιωτικού βίου. Η συζήτηση γύρω από την ανωνυμία και την επωνυμία στο διαδίκτυο γίνεται πιο επικαιρή από ποτέ και καταγράφεται τόσο στο μεντιακό όσο και στο νομικό πεδίο.

Γεγονός παραμένει ότι η επαγγελματική δημοσιογραφία βιώνει μια σημαντική αλλαγή μέσα από τις διευρυμένες μορφές της διαδικτυακής επικοινωνίας. Αναγνωρίζοντας τις νεόκοπες αλλαγές στο πεδίο τους, η Παγκόσμια Ένωση Εφημερίδων επισημαίνει με μελέτη της ότι η δημοσιογραφία των πολιτών συγκροτεί μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις για τη σύγχρονη επαγγελματική δημοσιογραφία (WAN, 2006). Τις εξελίξεις μένει να ορίσει, μεταξύ άλλων παραγόντων, ο τρόπος διαμόρφωσης των καταναλωτικών μοτίβων των μέσων ειδικά ανάμεσα στα νέα άτομα, τα οποία είναι και οι κύριοι χρήστες του διαδικτύου (εικόνα 7) και τα οποία θα συγκροτήσουν τον κύριο όγκο κοινού των μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας τις επόμενες δεκαετίες.

## Change in internet use by age, 2000-2010



Εικόνα 7: Η διαμόρφωση της χρήσης του διαδικτύου στα ηλικιακά στρώματα από το 2000 μέχρι το 2010, στατιστική καταγραφή του Pew Internet, <http://pewinternet.org/Infographics/2010/Internet-access-by-age-group-over-time-Update.aspx>

<sup>1</sup> Βλ. Wikileaks: Afghan War Diary, 2004-2010, διαθέσιμο στο <http://wardiary.wikileaks.org>. Για τη συνέργεια με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, βλ. Der Spiegel: <http://www.spiegel.de/international/world/0,1518,708314,00.html>  
The Guardian: <http://www.guardian.co.uk/world/series/afghanistan-the-war-logs>  
The New York Times: <http://www.nytimes.com/interactive/world/war-logs.html>

## Βιβλιογραφικές αναφορές

- Althaus, S. L. & Tewksbury, D. (2002). Agenda Setting and the "New" News: Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New York Times, *Communication Research*, Vol. 29 No. 2, April 2002 180-207
- Atton, C. & Hamilton, J. (2008). *Alternative Journalism*, London: Sage Publications
- Atton, C., & Wickenden, E. (2005). Sourcing routines and representation in alternative journalism: A case study approach, *Journalism Studies*, 6(3), 347-359
- Atton, C., & Wickenden, E. (2005). Sourcing routines and representation in alternative journalism: A case study approach, *Journalism Studies*, 6 (3), 347-359
- Beckett, C. (2008). *SuperMedia: Saving journalism so it can save the world*, Oxford: Blackwell Publishing
- Beckett, C., & Mansell, R. (2008). Crossing boundaries: New media and networked journalism, *Communication, Culture & Critique*, 1, 92-104
- Bowman, S. & Willis, C. (2003). *We Media*. How audiences are shaping the future of news and information, The Media Center at The American Press Institute, διαθέσιμο στο [www.hypergene.net/wemedia](http://www.hypergene.net/wemedia) [ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 12/5/2010]
- Bruns, A. (2003). Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news, *Media International Australia incorporating Culture and Policy*, 2003 (107), 31-44
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative online news production*. New York: Peter Lang
- Carpenter, S. (2008). How online citizen journalism publications and online newspapers utilize the objectivity standard and rely on external sources, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85 (3), 531-548
- Center for Social Media, School of Communication, American University. *Public Media 2.0: Dynamic, Engaged Publics*, February 2009, διαθέσιμο στο [http://www.centerforsocialmedia.org/resources/publications/public media 2 0 dynamic engaged publics](http://www.centerforsocialmedia.org/resources/publications/public%20dynamic%20engaged%20publics) [ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 28/5/2010]
- Cheswick, B. Internet Mapping Project, διαθέσιμο στο <http://cheswick.com/ches/map/gallery/index.html> [ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 28/5/2010]
- Coyer, K., Downmunt, T. & Fountain, A. (2007) *The Alternative Media Handbook*, UK: Routledge
- Deuze, M. (2009). Understanding journalism as newswork: How it changes, and how it remains the same, *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5 (2)
- Deuze, M., & Marjoribanks, T. (2009). *Newswork, Journalism*, 10 (5), 555-561
- Deuze, M., Bruns, A., & Neuberger, C. (2007). Preparing for an age of participatory news, *Journalism Practice*, 1 (3), 322-338
- Deuze, M., Bruns, A., & Neuberger, C. (2007). Preparing for an age of participatory news, *Journalism Practice*, 1 (3), 322-338
- Domingo, D. (2008). Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealing with an uncomfortable myth, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (3), 680-704
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., & Vujnovic, M. (2008). Participatory journalism practices in the media and beyond, *Journalism Practice*, 2 (3), 326-342
- Gillmor, D. (2006) *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O'Reilly Media
- Goode, L. (2009). Social news, citizen journalism and democracy, *New Media & Society*, Vol. 11 (8): 1287-1305

- Heinrich, A. (2008). Network journalism: Journalistic practice in interactive spheres. Department of Media, Film and Communication, University of Otago, Dunedin, New Zealand
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: When Old and New Media Collide*, New York: New York University Press
- Καϊτατζή-Γουίτλοκ, Σ. (2003). Η επικράτεια των πληροφοριών, Αθήνα: Κριτική
- Kautsky, R., & Widholm, A. (2009). Online methodology: Analysing news flows of online journalism, *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2), 81-97
- Kelly, J., Kayaks, R. & Gold, H. (2009). *The Rise, Challenges and Value of Citizen Journalism*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University
- Lasica, J.D. (2003) 'What is Participatory Journalism?', *Online Journalism Review*, διαθέσιμο στο <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php> [ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10/5/2009]
- Matheson, D. (2004) 'Weblogs and the Epistemology of the News: Some Trends in Online Journalism', *New Media and Society* 6(4): 443-68
- McCombs, Maxwell(2005) 'A Look at Agenda-setting: past, present and future', *Journalism Studies*, 6: 4, 543-557
- McCombs, M., Willard Hinsley, A., Kaufhold, K. & Lewis, S. C. (επιμ.) (2010). *The Future of News. An Agenda of Perspectives*, San Diego CA: Cognella
- Negroponte, N. (1995). *Ο Ψηφιακός Κόσμος*, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη
- Paterson, C. A., & Domingo, D. (2008). *Making online news: The ethnography of new media production*. New York: Peter Lang
- Paulussen, S., Heinonen, A., Domingo, D., & Quandt, T. (2007). Doing it together: Citizen participation in the professional news making process, *Observatorio (OBS\*) Journal*, 1(3), 131-154
- Purcell, K., Rainie, L. Mitchell, A., Rosenstiel, T. & Olmstead, K. (2010). *Understanding the Participatory News Consumer*, Pew Internet, διαθέσιμο στο <http://pewinternet.org/Reports/2010/Online-News.aspx> [ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 18/5/2010]
- Rosen, J. (2006). *The People Formerly Known as the Audience*, διαθέσιμο στο [http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl\\_frmr\\_p.html](http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr_p.html) [ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 18/5/2010]
- Steensen, S. (2009). Online feature journalism, *Journalism Practice*, 3(1), 13-29
- Thurman, N. (2008). Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media, *New Media & Society*, 10 (1), 139-157
- Wall, M. (2005) 'Blogs of War: Weblogs as News', *Journalism* 6 (2): 153-72
- Wikileaks: *Afghan War Diary, 2004-2010*, διαθέσιμο στο <http://wardiary.wikileaks.org> [ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 25/5/2010].
- Der Spiegel, *The Afghanistan Protocol*, διαθέσιμο στο <http://www.spiegel.de/international/world/0,1518,708314,00.html> [ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 2/9/2010]
- The Guardian, *Afghanistan: The war logs*, διαθέσιμο στο <http://www.guardian.co.uk/world/series/afghanistan-the-war-logs> [ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 2/9/2010]
- The New York Times, *The war logs* διαθέσιμο στο <http://www.nytimes.com/interactive/world/war-logs.html> [ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 2/9/2010]