



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Σχολή Επικοινωνίας και
Μέσων Ενημέρωσης

Πτυχιακή εργασία

**ΠΛΗΘΟΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ:
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΘΕΣΗ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ
ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ**

Ραφαέλλα Νεοφύτου

Λεμεσός, Μάιος 2023

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Πτυχιακή εργασία

ΠΛΗΘΟΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ:
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΘΕΣΗ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

της/του

Ραφαέλλα Νεοφύτου

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Δρ. Λία Σπυρίδου

Λεμεσός, Μάιος 2023

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright ©Ραφαέλλα Νεοφύτου, 2023

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα όσα άτομα βοήθησαν για την υλοποίηση της πτυχιακής μου, απαντώντας το ερωτηματολόγιο που ετοίμασα για την έρευνα μου. Οι απόψεις τους ήταν πολύ χρήσιμες και σημαντικές. Επίσης, να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου Δρ. Λία Σπυρίδου για την πολύτιμη συνεργασία που είχαμε καθ' όλη την διάρκεια της πτυχιακής μου καθώς και για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε για την υλοποίηση της.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Πληθοχρηματοδότηση (crowdfunding) αποτελεί σήμερα ένα νέο τρόπο χρηματοδότησης στο Διαδίκτυο. Πιο συγκεκριμένα οι επιχειρηματίες προσπαθούν να αποκτήσουν κεφάλαια μέσω του Διαδικτύου από το «πλήθος», όπου ο καθένας προσφέρει ένα μικρό ποσό. Υπάρχουν διάφορα μοντέλα πληθοχρηματοδότησης, όπως είναι η μορφή δωρεών, δηλαδή η παροχή χρημάτων χωρίς αντάλλαγμα. Ακόμη, υπάρχει το μοντέλο επιβράβευσης που βασίζεται στην προσφορά ενός μη οικονομικού οφέλους στους συνεισφέροντες με αντάλλαγμα την χρηματοδότηση τους. Ακόμη, το μοντέλο του δανεισμού αφήνει τους επιχειρηματίες να ενεργούν ως δανειολήπτες, ενώ τα άτομα που χρηματοδοτούν παίρνουν την θέση των δανειστών. Το τελευταίο μοντέλο είναι το μετοχικό crowdfunding, στο οποίο οι συνεισφέροντες λαμβάνουν μερίδιο από τα κέρδη της επιχείρησης ή από τα δικαιώματα του καλλιτέχνη. Το Crowdfunding εξελίχθηκε και αύξησε τον ενδιαφέρον του κοινού με τις δυνατότητες που έχει. Ισχυρό κίνητρο για τους επιχειρηματίες δεν είναι μόνο η συγκέντρωση χρημάτων, εφόσον το crowdfunding μπορεί να λειτουργήσει και ως μέσο προώθησης και υποστήριξης μαζικής προσαρμογής με βάση τον χρήστη, αλλά και ενίσχυση για καλύτερη γνώση των προτιμήσεων του καταναλωτή (Belleflamme & Lambert, 2014). Ωστόσο, το crowdfunding δεν έχει μελετηθεί αρκετά στην ακαδημαϊκή έρευνα και δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς εξαιτίας της μειωμένης στήριξης των πολιτών. Αναγνωρίζοντας αυτά τα προβλήματα, περιγράφουμε αρχικά την ιστορία του Crowdfunding, εστιάζοντας στις ειδήσεις και στη συνέχεια στο αστικό Crowdfunding, το Διαδικτυακό και στα πλεονεκτήματά του. Στόχος της παρούσας μελέτης είναι να μελετήσουμε την πρόθεση των πολιτών να πληρώνουν για την κατανάλωση ειδησεογραφικού περιεχομένου ώστε να στηρίξουν την παραγωγή αμερόληπτου και χρήσιμου περιεχομένου. Το βασικό εύρημα της ποσοτικής έρευνας που χρησιμοποιήσαμε είναι ότι οι Κύπριοι πολίτες δεν είναι πρόθυμοι να στηρίξουν οικονομικά τα διάφορα μέσα ενημέρωσης εάν αυτά τους το ζητήσουν.

Λέξεις κλειδιά: πληθοχρηματοδότηση, μέσα ενημέρωσης, ειδήσεις

ABSTRACT

Crowdfunding is today a new way of financing on the Internet. More specifically, entrepreneurs try to obtain funds through the Internet from the "crowd", where everyone offers a small amount. There are various models of crowdfunding, such as the form of donations, i.e. giving money without compensation. Also, there is the reward model based on offering a non-financial benefit to contributors in exchange for their funding. The lending model lets entrepreneurs act as borrowers, while the people they finance take the place of lenders. The last model is equity crowdfunding, in which contributors receive a share of the profits of the business or of the artist's royalties. Crowdfunding has evolved and increased interest with its potential. A powerful motivation for entrepreneurs is not only the collection of money, since crowdfunding can also act as a means of promoting and supporting mass customization based on the user, but also a boost for better knowledge of consumer preferences (Belleflamme & Lambert, 2014). However, crowdfunding has been understudied in academic research and underdeveloped due to reduced citizen support. Recognizing these problems, we first describe the history of Crowdfunding, focusing on the news first, and then on Urban Crowdfunding, the Internet and its advantages. The aim of this study is to investigate the intention of citizens to pay for the consumption of news content in order to support the production of unbiased and useful content. Using quantitative research, her main finding is that Cypriot citizens are not willing to financially support the various media if asked to do so.

Keywords: crowdfunding, media, news