

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



Πτυχιακή διατριβή

**ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ: ΑΠΟ
ΤΟΝ ΈΝΤΥΠΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΥΠΟ ΣΤΗΝ
“ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΜΕ ΕΝΑ ΚΛΙΚ”;**

Θεόδωρος Χαραλάμπους

Λεμεσός 2011

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ



Πτυχιακή διατριβή

ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ: ΑΠΟ ΤΟΝ ΈΝΤΥΠΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΥΠΟ ΣΤΗΝ “ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΜΕ ΕΝΑ ΚΛΙΚ”;

Θεόδωρος Χαραλάμπους
Επιβλέπουσα καθηγήτρια:
Κα Δήμητρα Μηλιώνη

Λεμεσός 2011

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Θεόδωρος Χαραλάμους, 2011

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

ΑΦΙΕΡΩΣΗ - ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα εργασία δεν θα μπορούσε να ολοκληρωθεί χωρίς την υποστήριξη της επιβλέπουσας καθηγήτριας κ. Δήμητρας Μηλιώνη. Ιδιαίτερες ευχαριστίες στην οικογένεια, τους φίλους μου και συγκεκριμένα στη Άντρη Χατζημπέη που με στήριξαν στις ατέλειωτες ώρες μελέτης και συγγραφής.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο “Δημοσιογραφία στην Κύπρο: Από τον έντυπο αθλητικό τύπο στην “ενημέρωση με ένα κλικ”;" εκπονήθηκε από τον Θεόδωρο Χαραλάμπους, φοιτητή του Τμήματος ΕΣΔ του ΤΕΠΑΚ υπό την επίβλεψη της Λέκτορας Δήμητρας Μηλιώνη και ολοκληρώθηκε τον Μάιο του 2011.

Η έρευνα αυτή αφορά τη συγκριτική ανάλυση μεταξύ έντυπης και διαδικτυακής εφημερίδας. Στο πρώτο μέρος εξετάζονται οι διαφορές ανάμεσα στα άρθρα έντυπης και διαδικτυακής εφημερίδας και στο δεύτερο μέρος αναλύονται τα διαδικτυακά χαρακτηριστικά που προσφέρουν οι αθλητικές διαδικτυακές ιστοσελίδες.

Η συγκριτική ανάλυση εστιάζει στα άρθρα που παρουσιάζονται τόσο στην έντυπη όσο και στη διαδικτυακή εφημερίδα αναλύοντας διάφορους άξονες. Οι άξονες αυτοί χωρίζονται στην ταχύτητα μετάδοσης μιας είδησης και στον αριθμό λέξεων σε κάθε άρθρο. Επιπλέον εξετάζεται η θεματολογία παίρνοντας ακόμα ένα δείγμα από τις διαδικτυακές ιστοσελίδες, έτσι ώστε να γίνει η σύγκριση ως προς το θέμα και την αθλητική ομάδα στην οποία αναφέρεται το κάθε άρθρο, τόσο στην έντυπη εφημερίδα, όσο και στο διαδίκτυο.

Στο δεύτερο μέρος της έρευνας καταγράφονται 22 διαδικτυακά χαρακτηριστικά, τα οποία χωρίζονται σε διάφορες κατηγορίες, όπως πολυμεσικότητα, διαδραστικότητα, κοινωνική δικτύωση και άλλα ειδικά διαδικτυακά χαρακτηριστικά. Οι ιστοσελίδες εξετάζονται ως προς όλα αυτά τα χαρακτηριστικά, ώστε να διαπιστωθεί σε ποιά επίπεδα βρίσκονται οι διαδικτυακές αθλητικές εφημερίδες στην Κύπρο και πόσα διαδικτυακά χαρακτηριστικά προσφέρουν στον Κύπριο αναγνώστη και χρήστη του διαδικτύου. Παρατηρούμε ότι οι αθλητικές διαδικτυακές εφημερίδες προσφέρουν αρκετά διαδικτυακά χαρακτηριστικά, ωστόσο υπάρχει περιθώριο βελτίωσης και ανάπτυξης ακόμα περισσότερο των ιστοσελίδων τους.

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι η έντυπη εφημερίδα προσφέρει περισσότερη ανάλυση από ότι η διαδικτυακή. Όσον αφορά την ταχύτητα μετάδοσης μιας είδησης τα αποτελέσματα ήταν μοιρασμένα. Με βάση αυτούς τους δύο άξονες παρατηρούμε ότι η έντυπη εφημερίδα στην Κύπρο δεν έχει φτάσει στο τέλος της και μπορεί να συνυπάρχει με τη διαδικτυακή εφημερίδα.

Ωστόσο όλα αυτά εξαρτώνται κατά μεγάλο βαθμό από τους εκδοτικούς οίκους, αφού αν δεν κρατούν «κρυφές» κάποιες ειδήσεις για την έντυπη εφημερίδα, ώστε να έχουν περισσότερες πωλήσεις, και γίνεται η ίδια ανάλυση και στο διαδίκτυο, τότε η έντυπη εφημερίδα θα κινδυνεύσει άμεσα.

Ήδη ένα μεγάλο ποσοστό της ειδησεογραφίας που βρίσκεται στην έντυπη εφημερίδα, το συναντά κανείς και στο διαδίκτυο, άρα δεν θα είναι αρκετοί αυτοί που θα ξοδεύουν χρήματα για να αγοράσουν εφημερίδα από τη στιγμή που θα βρίσκουν την είδηση στο διαδίκτυο. Αν οι εκδοτικοί οίκοι εκμεταλλευτούν την ταχύτητα του διαδικτύου και προσφέρουν όλες τις ειδήσεις πρώτα στο διαδίκτυο, τότε η έντυπη εφημερίδα δεν θα έχει καμιά σημασία.

Μέσα από το πέρασμα του χρόνου και μόνο θα είμαστε σε θέση να πούμε με σιγουριά ότι έχουμε περάσει οριστικά από την έντυπη εφημερίδα στην «ενημέρωση με ένα κλικ».

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Αφιέρωση - Ευχαριστίες.....	4
Περίληψη.....	5
Λίστα πινάκων.....	7
Λίστα διαγραμμάτων.....	8
Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Σπουδαιότητα της εφημερίδας – αναγκαιότητα μελέτης.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Βιβλιογραφική ανασκόπηση.....	5
3.1 Ο Τύπος στην Κύπρο.....	5
3.2 Ο Αθλητικός Τύπος στην Κύπρο.....	6
3.3 Το Διαδίκτυο στην Κύπρο.....	7
3.4 Η δημοσιογραφία στο διαδίκτυο.....	8
Κεφάλαιο 4: Ερευνητικά ερωτήματα.....	10
4.1 Στόχος έρευνας.....	10
4.2 Άξονες συγκριτικής ανάλυσης έντυπων και διαδικτυακών αθλητικών εφημερίδων.....	10
4.2.1 Αμεσότητα.....	10
4.2.2 Θεματολογία.....	11
4.2.3 Όγκος Πληροφοριών.....	12
4.3 Διαδικτυακά Χαρακτηριστικά.....	12
4.3.1 Υπερκειμενικότητα.....	12
4.3.2 Πολυμεσικότητα.....	13
4.3.2 Διαδραστικότητα.....	13
4.3.2 Ειδικά Διαδικτυακά Χαρακτηριστικά (Customization).....	14
4.3.3 Κοινωνική δικτύωση.....	14
Κεφάλαιο 5: Μεθοδολογία.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Αποτελέσματα.....	17
6.1 Συγκριτική ανάλυση μεταξύ έντυπων και διαδικτυακών εφημερίδων.....	17
6.1.1 Αμεσότητα.....	17
6.1.2 Θεματολογία.....	19
6.1.3 Όγκος Πληροφοριών.....	22
6.2 Συγκριτική ανάλυση διαδικτυακών χαρακτηριστικών μεταξύ διαδικτυακών αθλητικών εφημερίδων και αθλητικών πυλών (portals).....	24
6.2.1 Διαδικτυακά Χαρακτηριστικά.....	24
6.2.2 Πολυμεσικότητα.....	25
6.2.3 Διαδραστικότητα.....	26

6.2.4 Ειδικά Διαδικτυακά Χαρακτηριστικά (Customization).....	26
6.2.5 Κοινωνική Δικτύωση	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: συμπερασματα και θεματα προς μελλοντικη διερευνηση.....	29
Βιβλιογραφία	Error! Bookmark not defined.

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑΣ ΜΕΤΑΔΟΣΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ	18
ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΙΔΙΩΝ ΑΡΘΡΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΕΝΤΥΠΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ	19
ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΘΕΜΑ ΑΡΘΡΟΥ	21
ΠΙΝΑΚΑΣ 4: ΟΜΑΔΑ ΑΡΘΡΟΥ	22
ΠΙΝΑΚΑΣ 5: ΜΕΤΡΗΣΗ ΛΕΞΕΩΝ ΑΡΘΡΩΝ ΜΕ ΤΟ ΙΔΙΟ ΘΕΜΑ ΜΕΤΑΞΥ ΕΝΤΥΠΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ	23

ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΕΙΚΟΝΑ 1: ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑΣ ΜΕΤΑΔΟΣΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ	18
ΕΙΚΟΝΑ 2: ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΙΔΙΩΝ ΑΡΘΡΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΕΝΤΥΠΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ	20
ΕΙΚΟΝΑ 3: ΜΕΤΡΗΣΗ ΛΕΞΕΩΝ ΑΡΘΡΩΝ ΜΕ ΙΔΙΟ ΘΕΜΑ ΜΕΤΑΞΥ ΕΝΤΥΠΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ	23
ΕΙΚΟΝΑ 4: ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	24
ΕΙΚΟΝΑ 5: ΠΟΛΥΜΕΣΙΚΟΤΗΤΑ	25
ΕΙΚΟΝΑ 6: ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	26
ΕΙΚΟΝΑ 7: ΕΙΔΙΚΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	27
ΕΙΚΟΝΑ 8: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ.....	28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα έρευνα σχετίζεται με την συγκριτική ανάλυση μεταξύ έντυπης και διαδικτυακής εφημερίδας. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει τροχοδρομήσει νέες τεχνικές στον τομέα μετάδοσης ειδήσεων. Αυτό που εξετάζεται είναι κατα πόσο έχει γίνει η μετάβαση στην Κύπρο από τον αθλητικό έντυπο τύπο στην «ενημέρωση με ένα κλικ», δηλαδή στην ενημέρωση μέσα από το διαδίκτυο. Σκοπός της έρευνας είναι να εντοπίσει τις διαφορές ανάμεσα στην έντυπη και στη διαδικτυακή εφημερίδα, αν μπορούν να συνυπάρχουν καθώς και να αναλύσει τα διαδικτυακά χαρακτηριστικά που προσφέρουν οι αθλητικοί ιστόχρωροι. Η μέθοδος που ακολουθήθηκε είναι η ανάλυση περιεχομένου έντυπων και διαδικτυακών άρθρων.

Η έρευνα χωρίζεται στα ακόλουθα κεφάλαια:

1. Εισαγωγή: Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει επηρεάσει και την έντυπη εφημερίδα. Ως μετεξέλιξη της είναι η διαδικτυακή εφημερίδα, όπου αναφέρεται σε συντομία εξέλιξη των διαδικτυακών εφημερίδων.
2. Σπουδαιότητα εφημερίδας – αναγκαιότητα μελέτης: Παρουσιάζεται η ιστορία της έντυπης εφημερίδας για να αποδειχθεί η σπουδαιότητα της και η τεράστια σημασία που είχε, έτσι ώστε να αξίζει να ερευνηθεί αν υπάρχει η πιθανότητα να φτάσει στο τέλος της
3. Βιβλιογραφική ανασκόπηση: Ανασκόπηση σχετικά με τον τύπο και το διαδίκτυο στην Κύπρο. Επίσης γίνεται αναφορά για τον ρόλο του δημοσιογράφου στο διαδίκτυο. Οι υπόλοιπη βιβλιογραφική ανασκόπηση είναι καταναμεμημένη σε διάφορα σημεία της έρευνας
4. Ερευνητικά Ερωτήματα: Συγκριτική ανάλυση μεταξύ έντυπης και διαδικτυακής αθλητικής εφημερίδας. Μέσα από την έρευνα και τα αποτελέσματα εξετάζεται αν μπορούν να συνυπάρχουν και να συμπληρώνει ο ένας τύπος εφημερίδας τον άλλο.
5. Μεθοδολογία: Η μέθοδος που ακολουθήθηκε είναι η ανάλυση περιεχομένου έντυπης και διαδικτυακής εφημερίδας μέσα από διάφορους άξονες που αναλύονται.
6. Αποτελέσματα: Παρουσίαση με γραφικές παραστάσεις και πίνακες με τα αποτελέσματα της έρευνας
7. Συμπεράσματα και θέματα προς μελλοντική διεύρυνση: Παρουσιάζονται διάφορα στοιχεία που έχουν ερευνηθεί και διάφορα θέματα ώστε να εξελιχθεί το συγκεκριμένο ερευνητικό πεδίο.

Βρισκόμαστε στον 21^ο αιώνα, σε μια εποχή όπου όλες οι δραστηριότητες του ανθρώπου συσχετίζονται με την πληροφορία. Καθημερινά ο άνθρωπος “βομβαρδίζεται” από έναν τεράστιο όγκο πληροφοριών είτε μέσω διαπροσωπικής επαφής είτε μέσα από τα ΜΜΕ. Δικαίως, λοιπόν, η σημερινή κοινωνία μπορεί να χαρακτηριστεί ως Κοινωνία της Πληροφορίας (Jonscher, 1999).

Η τεχνολογία στις μέρες μας “οργιάζει”, ολοένα και αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς. Αυτό έχει αντίκτυπο στον άνθρωπο, ο οποίος με την αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου, έχει επηρεαστεί σε όλους τους τομείς της ζωής του. Σίγουρα ανεπηρέαστη δεν θα μπορούσε να μείνει η έντυπη δημοσιογραφία, είτε αυτή ασχολείται με πολιτικά, οικονομικά, αθλητικά ή άλλα θέματα που

αφορούν την κοινωνία. Η εφημερίδα αποδυναμώνεται σε σημείο που κάποιοι να μιλούν ακόμα και για την εξαφάνισή της και τη θέση της φαίνεται να παίρνει η διαδικτυακή εφημερίδα.

Δεν υπάρχει ακριβής ημερομηνία για τις πρώτες ειδήσεις που κυκλοφόρησαν στο διαδίκτυο. Υπολογίζεται ότι στις αρχές της δεκαετίας του 1990 στις ΗΠΑ δημοσιεύτηκαν οι πρώτες ειδήσεις όταν επτά εφημερίδες είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο (Gunter, 2006). Η πρώτη αμιγώς διαδικτυακή εφημερίδα δημιουργήθηκε γύρω στο 1995, ενώ το 1994 υπήρχαν 60 εφημερίδες που είχαν τη δική τους ιστοσελίδα στις ΗΠΑ (Greer and Mensing, 2006, Li, 2006). Ο Li (2006) υπολογίζει ότι μέχρι το 2006 στις ΗΠΑ υπήρχαν πάνω από 4000 διαδικτυακές εφημερίδες.

Ιδιαίτερη ανάπτυξη του διαδικτύου και ειδικότερα των ειδησεογραφικών ιστοσελίδων φαίνεται να παρουσιάζεται στην Κύπρο αν σκεφτεί κανείς την αναλογία του πληθυσμού του νησιού. Η τεράστια αύξηση των διαδικτυακών εφημερίδων έχει ως αποτέλεσμα την μετάβαση του κοινού από την έντυπη στη διαδικτυακή εφημερίδα, αφού για να αυξάνεται σε τόσο μεγάλο βαθμό ο αριθμός νέων ιστοσελίδων σημαίνει ότι υπάρχει η ανάλογη ζήτηση στην αγορά.

Αφορμή για την έρευνα αυτή στάθηκε ένα άρθρο που αναφέρει ότι ένας από τους μεγαλύτερους εκδοτικούς οίκους στον κόσμο, οι "New York Times" (Θα σταματήσουμε να τυπώνουμε τους New York Times, 2010), σκέφτεται να σταματήσει να τυπώνει τα επόμενα χρόνια και να συνεχίσει να ενημερώνει τους αναγνώστες μόνο διαδικτυακά. Από τη στιγμή που ένας τόσο μεγάλος οργανισμός σκέφτεται να σταματήσει την έντυπη εφημερίδα εύκολα μπορεί να αναλογιστεί κανείς σε πόσο μεγάλη κρίση βρίσκεται ο Τύπος. Οπότε κρίνεται σημαντικό να εξετάσουμε τι συμβαίνει στην Κύπρο.

Στην συγκεκριμένη έρευνα το ενδιαφέρον εστιάζεται στη συγκριτική ανάλυση της έντυπης αθλητικής εφημερίδας με τη διαδικτυακή αθλητική ενημέρωση. Πιο κάτω ακολουθεί η ανάλυση ενός εξειδικευμένου μέσου ενημέρωσης που δεν είναι άλλο από την αθλητική εφημερίδα. Πιο συγκεκριμένα το ενδιαφέρον εστιάζεται στο ποδόσφαιρο, μιας και στην Κύπρο το άθλημα αυτό έχει τεράστια απήχηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ – ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΜΕΛΕΤΗΣ

Από την ύπαρξή του, το ανθρώπινο ον έχει την ανάγκη επικοινωνίας και συναναστροφής με τους γύρω του. Κυρίαρχη μορφή επικοινωνίας κατά την πρώτη εμφάνιση των ΜΜΕ στις κοινωνίες της Φεουδαρχικής Ευρώπης αποτελούσε ο προφορικός λόγος. Κατά την εποχή εκείνη το επίπεδο μόρφωσης των πολιτών ήταν πάρα πολύ χαμηλό, αφού οι περισσότεροι από αυτούς δεν είχαν ούτε τις στοιχειώδεις γνώσεις για να μπορούν να διαβάσουν. Παράλληλα η εξέλιξη της τεχνολογίας αναπτυσσόταν με πολύ αργούς ρυθμούς, με αποτέλεσμα ο προφορικός λόγος να αποτελεί την κύρια μορφή επικοινωνίας μεταξύ τους.

Στην πορεία, με την ανάπτυξη του καπιταλισμού και την έλευση της βιομηχανικής επανάστασης, έκανε την εμφάνισή της και η γραπτή επικοινωνία. Οι εξελίξεις αυτές, σε συνδυασμό με τα νέα μέσα της εποχής, δηλαδή την τυπογραφία, επέφεραν τη μαζικοποίηση της ενημέρωσης. Κατά τον 18^ο-19^ο αιώνα, αναμφισβήτητα ο Τύπος ήταν το κυρίαρχο μέσο ενημέρωσης. Ο ρόλος που διαδραμάτισε κατά την εποχή αυτή ήταν πολύ σημαντικός, αφού εκτός από την ενημέρωση του κοινού, βοηθούσε στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και στη συγκρότηση της δημόσιας σφαίρας (Habermas, 1989), όπως για παράδειγμα γινόταν στη Βρετανία. Σύντομα ανέλαβε έντονα πολιτικό ρόλο και δίκαια χαρακτηρίστηκε ως η τέταρτη εξουσία (Thompson, 1990). Πιθανολογείται, δε, ότι αν δεν υπήρχε η εφημερίδα, η δημοκρατία δεν θα υπήρχε στη μορφή που τη γνωρίζουμε σήμερα.

Σύμφωνα με τα πιο πάνω φαίνεται ότι ο Τύπος έχει τεράστια σημασία στην κοινωνία τόσο ιστορικά όσο και πολιτικά για την κάθε χώρα. Εκτός από την πολιτική ενημέρωση και τη μόρφωση του κοινού για πολλαπλούς σκοπούς, χρησιμοποιείται και για πιο εξειδικευμένα ενδιαφέροντα, όπως είναι ο αθλητισμός. Το κοινό μπορεί να ενημερωθεί για τα αθλητικά δρώμενα σε όλο τον κόσμο μέσα από ένα κομμάτι χαρτί, ταυτόχρονα δε, χρησιμοποιείται και για ψυχαγωγικούς σκοπούς. Μέσα από τον αθλητικό Τύπο, ο αναγνώστης μπορεί να ενημερωθεί για το αγαπημένο του άθλημα, την αγαπημένη του ομάδα και να χαλαρώσει.

Ο αθλητισμός στις μέρες μας έχει τεράστια ζήτηση και όλο και περισσότερο κατακλύζει τα διεθνή ΜΜΕ. Οι εφημερίδες, είτε είναι πολιτικές είτε οικονομικές, αυξάνουν τις σελίδες τους και προσφέρουν περισσότερη αθλητική ενημέρωση στο κοινό (Wenner, 2003). Η αθλητική ενημέρωση είναι ένας τομέας με πολύ μεγάλη απήχηση στο κοινό, με αποτέλεσμα τα τελευταία χρόνια να υπάρχουν εφημερίδες που είναι εξειδικευμένες στα αθλητικά νέα. Παρόλα αυτά είναι ένα θέμα που δεν έχει τύχει της ανάλογης επιστημονικής ανάλυσης στο πεδίο της Κυπριακής αθλητικογραφίας, τόσο ως προς το έντυπο όσο και το διαδικτυακό περιεχόμενο. Ο κίνδυνος όμως για την έντυπη αθλητική ενημέρωση είναι ορατός με την έλευση της αθλητικής διαδικτυακής ενημέρωσης, όπως άλλωστε συμβαίνει με όλα τα έντυπα μέσα ενημέρωσης.

Ένας τρόπος να κρατηθεί στη ζωή ο Τύπος, ο οποίος φέρει τεράστια ιστορία, αλλά και να καταστεί σημαντικός και χρήσιμος και να κρατήσει ζωντανό το όνομα που είχε ως τέταρτη εξουσία. Ήδη αρκετές πολιτικές εφημερίδες εμπλουτίζουν τις σελίδες τους με περισσότερη αθλητική ενημέρωση, αφού είναι ένας από τους τομείς ο οποίος «πουλά» περισσότερο. Με τις σωστές μεθόδους μπορεί να ενδυναμωθεί ακόμη περισσότερο ώστε να μην ελλοχεύει ο κίνδυνος να εξαφανιστεί ο Τύπος.

Η σημασία του Τύπου είναι τεράστια τόσο από ιστορικής άποψης όσο και από οικονομικής πλευράς για τους εκδοτικούς οίκους. Τα έσοδα των οργανισμών μειώνονται συνεχώς λόγω των πωλήσεων

των έντυπων εφημερίδων και κατά συνέπεια τα έσοδα από τις διαφημίσεις, επειδή το κοινό προτιμά όλο και περισσότερο τα διαδικτυακά μέσα. Υπολογίζεται ότι οι αίθουσες τύπου είναι κατά 30% λιγότερες από το 2000 μέχρι σήμερα. Επίσης ένα πολύ σοβαρό πρόβλημα είναι ότι αρκετά άτομα θα μείνουν χωρίς εργασία για τον λόγο ότι μέχρι τώρα αρκετοί ήταν αυτοί που εργάζονταν σε οργανισμούς που εκδίδουν εφημερίδες. Λιγότεροι δημοσιογράφοι παράγουν πλέον τις ειδήσεις, αφού αναγκάζονται να κάνουν λιγότερη πρωτότυπη έρευνα και ερευνητική δημοσιογραφία. Οι δημοσιογράφοι βασίζονται περισσότερο στις ίδιες πρωτογενείς πηγές (π.χ πρακτορεία ειδήσεων) με αποτέλεσμα τη συρρίκνωση της δημόσιας σφαίρας και την απώλεια της πολλαπλότητας.

Συχνά γίνεται λόγος για τη σπουδαιότητα της έντυπης εφημερίδας. Ωστόσο είναι τόσο σημαντικός ο ρόλος της έτσι ώστε με την εξαφάνισή της να επηρεαστεί η κοινωνία μας; Η διαδικτυακή εφημερίδα μπορεί να την αντικαταστήσει επάξια και στο ρόλο της ως «τέταρτη εξουσία»; Μπορούν να συνυπάρχουν τα δύο μέσα ή θα έρθει η στιγμή που το διαδίκτυο θα αντικαταστήσει την εφημερίδα;

Τα ζητήματα που αφορούν την εφημερίδα είναι ένας τεράστιος κύκλος και δεν είναι δυνατόν να απαντηθούν όλα μέσα από αυτή την έρευνα. Οικονομικοί, πολιτικοί και κοινωνικοί λόγοι καθιστούν την έντυπη εφημερίδα ένα σημαντικό μέρος της κοινωνίας και δικαιολογημένα υπάρχει ο φόβος ότι σε περίπτωση που «πεθάνει» θα υπάρχουν πολλές αρνητικές επιπτώσεις.

Η βιομηχανία των ΜΜΕ αποτελείται από τεράστιους εκδοτικούς οίκους που εργοδοτούν πάρα πολλά άτομα. Σε περίπτωση που η έντυπη εφημερίδα πάψει να υπάρχει αυτά τα άτομα θα χάσουν τη δουλειά τους και θα αυξηθεί η ανεργία, αφού η διαδικτυακή εφημερίδα δεν χρειάζεται τόσο προσωπικό όσο χρειάζεται μια έντυπη εφημερίδα για να λειτουργήσει. Επιπλέον μεγάλος αριθμός εταιρειών επενδύει στις εφημερίδες διαφημίζοντας τις υπηρεσίες τους.

Η εφημερίδα ως παραδοσιακό μέσο ενημέρωσης είναι πάντοτε ένα από τα ισχυρότερα όπλα που έχουν οι πολιτικοί στα χέρια τους. Μέσω της εφημερίδας μπορούν να κάνουν δηλώσεις, να προβάλλουν διάφορα θέματα που θέλουν και γενικότερα να χειραγωγούν το κοινό τους. Συχνά οι εφημερίδες είναι «χρωματισμένες», δηλαδή ανήκουν σε κάποιο κόμμα ή υποστηρίζουν κάποια συγκεκριμένη ομάδα ώστε να προσελκύουν το κοινό τους να τις αγοράζει. Στην αντίθετη περίπτωση αυτή η επικοινωνία με το κοινό τους χάνει την αμεσότητά της και γίνεται ακόμη δυσκολότερη. Παρ'όλα αυτά το διαδίκτυο προσφέρει πολλές νέες δυνατότητες για την επικοινωνία πολιτικού-πολίτη και αντίστροφα.

Από την δεκαετία του 1990 είχε αναγγελθεί ότι πλησιάζει η εξαφάνισή της έντυπης εφημερίδας με την έλευση της ιδιωτικής τηλεόρασης στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες. Παρόλα αυτά, μετά από τόσα χρόνια οι εφημερίδες δεν έχουν πεθάνει ακόμα, έστω και αν περνούν κρίση όπως αναφέρει ο Bernard Roulet (2009). Η έντυπη εφημερίδα έχει καταφέρει να μείνει εν ζωή γιατί οι πληροφορίες της είναι αξιόπιστες και αυτό είναι το ισχυρότερο όπλο που έχει στην κατοχή της.

Ο κίνδυνος όμως ακόμα ελλοχεύει. Το πόσο θα κρατήσουν οι έντυπες εφημερίδες και αν μπορούν να έχουν ιδιαίτερη ανάπτυξη, αυτό εξαρτάται από πολλούς παράγοντες και θα φανεί στο πέρασμα του χρόνου. Από τη στιγμή που το διαδίκτυο προσφέρει ολοένα και περισσότερες δυνατότητες, δυσκολεύει ακόμη περισσότερο η επιβίωση και το έργο της έντυπης εφημερίδας. Ακόμη ένας

παράγοντας που θα διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο είναι οι προτιμήσεις του κοινού, δηλαδή αν εμμείνει στον παραδοσιακό τρόπο ενημέρωσης ή αν προτιμήσει τα νέα μέσα. Παράλληλα θα εξαρτηθεί και από τη στρατηγική που θα εφαρμόσουν οι ίδιοι οι εκδοτικοί οίκοι, γιατί αν, για παράδειγμα, χρεώνουν τις διαδικτυακές εφημερίδες, τότε πολλοί είναι που μπορεί να στραφούν πίσω στις έντυπες εφημερίδες.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

3.1 Ο Τύπος στην Κύπρο

Λέγεται ότι σε κάθε χώρα ο Τύπος αποτελεί την απεικόνιση και τον καθρέφτη της κοινωνίας. Ο Κυπριακός Τύπος έχει παρουσία 130 χρόνων και κρίνοντας από τις καταστάσεις που επικρατούσαν στο νησί όλα αυτά τα χρόνια, με τη συνεχόμενη κατοχή τόσο από τους Άγγλους όσο και από τους Τούρκους, η παρουσία του αλλά και η ανάπτυξή του ήταν ιδιαίτερα δύσκολη. (Σοφοκλέους, 1995)

Κάνοντας μια σύντομη ιστορική αναδρομή, η πρώτη Κυπριακή εφημερίδα τυπώθηκε στη Λάρνακα από το Θεόδουλο Κωνσταντινίδη το 1878, χρονιά στην οποία ο Κύπριος δάσκαλος, δημοσιογράφος

και συγγραφέας έφερε στην Κύπρο το πρώτο τυπογραφείο από το Κάιρο. Στο νησί τότε επικρατούσε Αγγλοκρατία και του επέβαλαν να τυπώνεται η εφημερίδα τόσο στα ελληνικά όσο και στα Αγγλικά – με αποτέλεσμα να πάρει την ονομασία «ΚΥΠΡΟΣ-CYPRUS». Με την πάροδο όμως του χρόνου φάνηκε ότι η εφημερίδα είχε μεγάλη απήχηση στους Κύπριους αναγνώστες και έτσι ξεκίνησαν να τυπώνονται εφημερίδες και σε άλλες πόλεις. (Σοφοκλέους, 1995)

Στη συνέχεια κατά την περίοδο του Β' Παγκοσμίου Πολέμου ο Κυπριακός Τύπος αποκτά σταδιακά ελευθερία και ανεξαρτησία. Μεγάλη ήταν η συμβολή του στον απελευθερωτικό αγώνα του 1955-59. Δεν ήταν λίγοι οι Ελληνοκύπριοι δημοσιογράφοι, οι οποίοι καταζητήθηκαν, βασανίστηκαν και φυλακίστηκαν σε στρατόπεδα συγκεντρώσεως, επειδή έγραψαν κάποια άρθρα ενάντια στο κατεστημένο της εποχής. (Σοφοκλέους, 1995)

Φτάνουμε λοιπόν στη σημερινή εποχή. Μέχρι σήμερα έχουν κυκλοφορήσει περισσότερες από 350 ελληνοκυπριακές εφημερίδες και περιοδικά. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι σήμερα κυκλοφορούν εννέα ημερήσιες και δέκα εβδομαδιαίες εφημερίδες στην ελληνική γλώσσα και προσφέρονται στον Κύπριο αναγνώστη.

Με βάση στατιστικά στοιχεία ο Ε/Κ αναγνώστης διαβάζει εφημερίδα μόνο 1-2 ώρες την εβδομάδα, ενώ τό 41% από αυτούς δεν διαβάζει καθόλου εφημερίδες. Επιπλέον οι μη χρήστες του διαδικτύου χρησιμοποιούν περισσότερο τα «παραδοσιακά» ΜΜΕ από τους χρήστες του διαδικτύου. Οι διαφορές είναι εμφανέστερες ως προς την τηλεόραση και το ραδιόφωνο και ήσσονος σημασίας ως προς τις εφημερίδες. Η έρευνα αυτή έχει καταλήξει στο συμπέρασμα ότι μέχρι στιγμής το διαδίκτυο δεν έχει υποκαταστήσει τα άλλα μέσα ως προς την συχνότητα χρήσης τους. (World Internet Project Cyprus, 2010 p.7)

3.2 Ο Αθλητικός Τύπος στην Κύπρο

Το πρώτο κυπριακό αθλητικό έντυπο κυκλοφόρησε στη Λευκωσία το 1928 με την ονομασία «Αθλητική Ηχώ». Η εφημερίδα αυτή εκδιδόταν από συντακτική επιτροπή, τα ονόματα της οποίας δεν αποκαλύφθηκαν ποτέ. Κύριος αρθρογράφος ήταν ο Κώστας Ασιώτης. Η «Αθλητική Ηχώ» είχε μέγεθος 29X21 εκ., το σχήμα της ήταν δίσηλο και ήταν δωδεκασέλιδη, εκτός από το πρώτο τεύχος που ήταν δεκαεξασέλιδο. Από τον καιρό εκείνο υπήρχε ετήσια συνδρομή εσωτερικού, το κόστος της οποίας ήταν τέσσερα σελίνια και του εξωτερικού στα οκτώ σελίνια. (Σοφοκλέους, 1995)

Η έντυπη αθλητική εφημερίδα κινδυνεύει περισσότερο από τις πολιτικές εφημερίδες στο πεδίο της Κύπρου, αν αναλογιστεί κανείς ότι, εκτός από τη διαδικτυακή αθλητική ενημέρωση που προσφέρουν οι οργανισμοί έντυπων εφημερίδων, υπάρχουν και ανεξάρτητες εταιρείες στελεχωμένες με δημοσιογράφους που παρέχουν διαδικτυακή αθλητική ενημέρωση. Με αυτή την εξέλιξη υπάρχει περισσότερος ανταγωνισμός και κατά συνέπεια κίνδυνος για τις έντυπες αθλητικές εφημερίδες. Η διαδικτυακή αθλητικογραφία είναι ένας τομέας που τυγχάνει ιδιαίτερης ανάπτυξης, αφού υπάρχουν αρκετές ιστοσελίδες που προσφέρουν αποκλειστικά αθλητικές ειδήσεις σε αντίθεση με άλλα εξειδικευμένα έντυπα, όπως είναι για παράδειγμα η οικονομία και το κυνήγι, θέματα στα οποία δεν υπάρχει και τόσο μεγάλος ανταγωνισμός.

3.3 Το Διαδίκτυο στην Κύπρο

Η πρόσβαση στο διαδίκτυο για το κοινό της Κύπρου ξεκίνησε το 1995 όταν η ΑΤΗΚ ξεκίνησε να προσφέρει αυτή την υπηρεσία (Σοφοκλέους, 2008). Η πρώτη διαδικτυακή εφημερίδα στην Κύπρο δημιουργήθηκε από την έντυπη εφημερίδα «Σημερινή» το 1998 (Roussou, 2005). Μέχρι το 2000 υπήρχαν έξι παροχές διαδικτύου στην Κύπρο. Η αναλογία πληθυσμού που χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο ήταν 10 προς 1000 κάτοικοι το 1996 και 120 ανά 1000 το 2003. (Newspapers: Print News and Their Online Twins, Roussou N., p. 82). Όσον αφορά την ενημέρωση από διαδικτυακές εφημερίδες ή διαδικτυακά περιοδικά το ποσοστό ανερχόταν στους μισούς από τους χρήστες που ήδη χρησιμοποιούσαν το διαδίκτυο. (Statistical Service of the Republic of Cyprus 2005).

Σήμερα ο αριθμός αυτός έχει εκτοξευθεί τόσο στους χρήστες του διαδικτύου όσο και σε αυτούς που ενημερώνονται από διαδικτυακές εφημερίδες. Παρ' όλα αυτά η Κύπρος μαζί με την Ελλάδα παραμένουν στις χαμηλότερες θέσεις χρήσης του διαδικτύου, με ποσοστά περίπου στο ένα τέταρτο του πληθυσμού να έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο. Η Κύπρος παρουσιάζει μια αγορά περιορισμένη στον χώρο τον ΜΜΕ και συγκεκριμένα υπάρχουν μερικές εφημερίδες που έχουν εξουσία τόσο στις έντυπες όσο και στις διαδικτυακές εκδόσεις. Οι διαδικτυακές εφημερίδες παραμένουν ανεξάρτητες από πολιτικά συμφέροντα και είναι δωρεάν σε αντίθεση με τις έντυπες που οι περισσότερες είναι κομματοποιημένες (Fortunati et al., 2009).

Με την έλευση των τότε νέων ηλεκτρονικών μέσων, όταν ανακαλύφθηκε το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, όλοι πίστευαν ότι η εφημερίδα έφτανε στο τέλος της. Το ίδιο συνέβη με την έλευση του διαδικτύου. Αναμφισβήτητα η εφημερίδα περνά κρίση, ωστόσο υπάρχει ακόμη και πιστεύεται ότι με σωστή διαχείριση και τεχνικές μπορεί να αυξηθούν οι πωλήσεις της και να ξαναβρεί τον χαμένο της ρόλο. Υπάρχει ωστόσο και η αντίθετη άποψη, η οποία διατείνεται ότι το διαδίκτυο θα επηρεάσει στο μέλλον σε ακόμη μεγαλύτερο βαθμό το κοινό και οι εφημερίδες θα φτάσουν στο τέλος τους, αφού όλοι θα ενημερώνονται διαδικτυακά. Όπως επισημαίνει ο Άριστος Μιχαηλίδης, διευθυντής σύνταξης της εφημερίδας «Φιλελεύθερος», «Κάπου έχω διαβάσει ότι το 2012 θα είναι μια σημαδιακή χρονιά 'πολέμου', γιατί θα γίνουν 21 χρονών άνθρωποι που δεν γνωρίζουν πώς ήταν η ζωή πριν από το Google και το διαδίκτυο» (Έχουν μέλλον οι εφημερίδες;, 2010). Όπως αναφέρει ο κ. Μιχαηλίδης, η νεολαία προτιμά να ενημερώνεται με διαφορετικό τρόπο, δηλαδή μέσα από το διαδίκτυο και όχι με τον παραδοσιακό τρόπο της εφημερίδας. Άρα είναι σημαντικό να προωθήσουμε την αξία της έντυπης εφημερίδας με νέες τεχνικές, όπως για παράδειγμα περισσότερη ανάλυση των άρθρων, έτσι ώστε να προσελκύει το κοινό και περισσότερο τους νέους που προτιμούν το διαδίκτυο (Σοφοκλέους, 2008).

3.4 Η δημοσιογραφία στο διαδίκτυο

Το διαδίκτυο διαφέρει σε πολλά σημεία από τον έντυπο τύπο, καθώς έχει το “προνόμιο” να προσφέρει μοναδικά χαρακτηριστικά και μπορούν οι δημοσιογράφοι να προβάλουν ένα γεγονός με διαφορετικό τρόπο από ότι στα υπόλοιπα μέσα. Η διαδικτυακή δημοσιογραφία ορίζεται ως ένα διαφορετικό είδος από τα υπόλοιπα μέσα, όπως είναι ο Τύπος, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, και οι δημοσιογράφοι του χαρακτηρίζονται ως δημοσιογράφοι «διαφορετικής ράτσας». Ένας δημοσιογράφος ο οποίος είναι καλός στην έντυπη εφημερίδα δεν σημαίνει ότι είναι καλός και στον διαδικτυακό τύπο ή και το αντίστροφο.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η δημοσιογραφία στο διαδίκτυο αλλάζει σε μεγάλο βαθμό την εργασία των δημοσιογράφων τόσο στις αίθουσες σύνταξης όσο και στη συγγραφή και συλλογή των ειδήσεων. Στις αίθουσες σύνταξης, η υποβολή ρεπορτάζ γίνεται με τη χρήση υπολογιστή (Deuze, 1999). Οι περισσότερες εργασίες τους γίνονται τώρα με τη βοήθεια ειδικών λογισμικών. Οι δημοσιογράφοι του διαδικτύου δεν έχουν την ευθύνη να βρίσκονται σε αποστολές για να συλλέγουν ειδήσεις, αφού ο ρυθμός που μεταδίδονται οι ειδήσεις είναι τόσο γρήγορος που βρίσκονται καθηλωμένοι σε ένα δωμάτιο με ένα υπολογιστή. Με τη σύνδεση στο διαδίκτυο προλαβαίνουν αναμφισβήτητα να ενημώνονται και να μεταδίδουν τις ειδήσεις έγκαιρα πριν τους προλάβουν άλλοι δημοσιογράφοι. Ωστόσο, δίνεται πλέον έμφαση όχι τόσο στην έρευνα και στην επεξεργασία των ειδήσεων, αλλά στην άμεση δημοσίευσή τους. Σύμφωνα με την έρευνα των Δουδάκη, Λεάνδρου και Μιχαηλίδου (χρονολογία) στις δύο πρώτες σε κυκλοφορία ελληνικές εφημερίδες σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή, οι ηλεκτρονικές εκδόσεις χαρακτηρίζονται από διαφορετική υφή περιεχομένου και από μικρότερα άρθρα. Το γεγονός αυτό είναι πολύ λογικό να συμβαίνει γιατί ο αριθμός των ειδήσεων που παρουσιάζεται καθημερινά στο διαδίκτυο είναι τόσο μεγάλος ώστε δεν υπάρχει ο χρόνος να γίνεται η ανάλυση της κάθε είδησης ξεχωριστά. Έτσι κρίνεται απαραίτητο να εκμεταλλευτεί η έντυπη εφημερίδα αυτή την αδυναμία του διαδικτύου και να προσφέρει ειδήσεις με περισσότερη ανάλυση, βάθος και αξιοπιστία ώστε να προσελκύει ολοένα και περισσότερους αναγνώστες.

Η δημοσιογραφία ως κοινωνική επιστήμη είναι άμεσα συνδεδεμένη με σχέσεις ανάμεσα σε δημοσιογράφους, εκδότες και αναγνώστες. Αρκετές είναι οι έρευνες και οι αναλύσεις που πραγματοποιούνται για να περιγραφεί και να αναλυθεί αυτή η σχέση και οι επιρροές που δημιουργούνται (Tuchman, 1978). Ένα από τα ζητήματα της σχέσης μεταξύ των συντακτών και των αναγνωστών είναι η δύναμη που ασκεί το περιεχόμενο της εφημερίδας στο κοινό.

Αρκετές είναι οι έρευνες οι οποίες έχουν γίνει σχετικά με την επιρροή του Διαδικτύου στην δημοσιογραφία στην Ευρώπη. (Paulussen, 2004 van der Wurff & Lauf, 2005). Παρατηρείται ότι η με την έλευση του διαδικτύου η δημοσιογραφία χωρίζεται σε δύο στρατόπεδα. Από την μια οι δημοσιογράφοι αξιολογούν θετικά το ρόλο του διαδικτύου, όσον αφορά την οργάνωση της εργασίας τους. Καλωσορίζουν το διαδίκτυο και το αξιοποιούν για της επαγγελματικές τους δεξιότητες, πρακτικές και σκοπούς της εργασίας τους. Τα θετικά που αξιολογούν την σπουδαιότητα του διαδικτύου είναι η ταχύτητα μετάδοσης της είδησης, οι πρόσθετες πληροφορίες που έχουν την δυνατότητα να λαμβάνουν και η αλληλεπίδραση τους με το κοινό.

Από την άλλη μεριά όπως υποστηρίζουν οι Ο' Sullivan and Heinonen (2008), οι δημοσιογράφοι διστάζουν να εγκαταλείψουν την παραδοσιακή δημοσιογραφία τόσο σε οργανωτικό όσο και σε επαγγελματικό επίπεδο. Επιπλέον θεωρούν τις πληροφορίες του διαδικτύου αναξιόπιστες. Το πιο

σημαντικό ακόμα είναι ότι δεν θεωρούν το διαδίκτυο το κατάλληλο μέσο ώστε να ενισχύσει την πολιτική, να προάγει την δημοκρατία και να επηρεάσει την κοινή γνώμη.

Ο κίνδυνος της έντυπης εφημερίδας, εκτός από τις διαδικτυακές εφημερίδες και τις ηλεκτρονικές πύλες (portals), απειλείται και από τα ιστολόγια. Δεν είναι μόνο η ηλεκτρονική μορφή που κάνει τα ιστολόγια ένα ιδιαίτερα δημοφιλή τόπο ενημέρωσης. Είναι κυρίως η πλήρης ελευθερία άποψης και γνώμης μαζί με την αμεσότητα της επικοινωνίας με τον αναγνώστη που αναδεικνύει τα ιστολόγια σε ένα από τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης. Οι bloggers ολοένα και αυξάνονται και ως ένα νέο είδος διαδικτυακής ενημέρωσης και δημοσιογραφίας επηρεάζει άμεσα την έντυπη εφημερίδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

4.1 Στόχος έρευνας

Στόχος της έρευνας αυτής είναι η σύγκριση μεταξύ των έντυπων αθλητικών εφημερίδων και των διαδικτυακών αθλητικών εφημερίδων που κυκλοφορούν στην Κύπρο. Η μελέτη εστιάζεται σε δύο κύρια ερευνητικά ερωτήματα και με βάση αυτά προκύπτουν ορισμένοι άξονες οι οποίοι θα μελετηθούν και θα αναλυθούν ώστε να προκύψουν τα ανάλογα συμπεράσματα.

Το πρώτο και κύριο ερευνητικό ερώτημα αφορά τη διαφορά των διαδικτυακών αθλητικών εφημερίδων από τις έντυπες αθλητικές εφημερίδες.

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα της έρευνας αυτής είναι αν θα μπορούσαν να συνυπάρχουν η έντυπη και η διαδικτυακή αθλητική δημοσιογραφία μαζί και αν ναι, με ποιον τρόπο, έτσι ώστε η μια να συμπληρώνει την άλλη. Ουσιαστικά, αυτό το ερώτημα θα απαντηθεί από τα ευρήματα του πρώτου σκέλους της έρευνας. Στην έρευνα που ακολουθεί θα δοθεί μια πιο λεπτομερή και σε βάθος απάντηση, ούτως ώστε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν να είναι ξεκάθαρα.

4.2 Άξονες συγκριτικής ανάλυσης έντυπων και διαδικτυακών αθλητικών εφημερίδων

Οι νέες επικοινωνιακές τεχνολογίες μπορεί να αποδειχθούν ο χειρότερος εχθρός της έντυπης εφημερίδας. Ακόμη και για τους πιο «ρομαντικούς» του είδους, οι οποίοι έχουν υιοθετήσει την καθημερινή συνήθεια της έντυπης εφημερίδας με τον πρωινό τους καφέ, με τα νέα δεδομένα που υπάρχουν στο χώρο, φαίνεται ότι η συνήθεια αυτή κινδυνεύει να ανατραπεί. Η έλευση των “έξυπνων” τηλεφώνων, όπως είναι το i-phone, το blackberry καθώς και άλλες συσκευές όπως το ipad και συνάμα η ανάπτυξη των παροχών διαδικτύου που προσφέρουν εύκολη και γρήγορη ενημέρωση στους χρήστες οπουδήποτε και αν αυτοί βρίσκονται και οποιανδήποτε στιγμή, αποτελούν αναμφισβήτητα τον μεγαλύτερο και άμεσο κίνδυνο. Παράλληλα η δημιουργία ειδικών εφαρμογών (applications) από εκδοτικούς οίκους είναι μια καινοτομία η οποία προσφέρει τις τελευταίες ειδήσεις στους χρήστες. Το BBC, το CNN, οι Times, η Washington Post είναι μόνο μερικά παραδείγματα οργανισμών ΜΜΕ που προσφέρουν συνεχή και έγκαιρη ενημέρωση στο κοινό. Ακόμη και στην Κύπρο έχει δημιουργηθεί η πρώτη ειδησεογραφική εφαρμογή, η οποία κυκλοφόρησε από την kathimerini.com.cy και προσφέρει από φέτος τις υπηρεσίες της στο κυπριακό κοινό. Το 2007, όπως αναφέρει μια έρευνα, 30 εκατομμύρια χρήστες του διαδικτύου είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο από το κινητό τους τηλέφωνο (ComScore, 2007).

4.2.1 Αμεσότητα

Ο πρώτος άξονας στον οποίο θα δοθεί έμφαση για τη σύγκριση ανάμεσα στην Έντυπη Αθλητική Εφημερίδα και τη Διαδικτυακή Αθλητική Εφημερίδα αφορά την αμεσότητα, δηλαδή την ταχύτητα μετάδοσης μιας είδησης. Η ταχύτητα με την οποία παρουσιάζεται η κάθε είδηση είναι από τα κυριότερα στοιχεία που ενδιαφέρουν τον αναγνώστη. Έτσι, το μέσο που παρουσιάζει πρώτο την είδηση συχνά κατέχει τα σκήπτρα στον ανταγωνισμό για την κατάκτηση του κοινού στην

ενημέρωση. Το διαδικτυο σαφώς και έχει το προνόμιο να προσφέρει πιο γρήγορα τις ειδήσεις από ότι η έντυπη εφημερίδα. Πρωταρχικά αυτό που θα εξεταστεί παρακάτω αφορά τη διαφορά ώρας που παρατηρείται στην παρουσίαση μιας είδησης στο διαδικτυο με τις έντυπες εφημερίδες. Επίσης θα εξεταστεί αν τυχόν οι εκδότες μπορούν να αφήσουν μια είδηση «κρυφή», να μην την αποκαλύψουν δηλαδή διαδικτυακά, έτσι ώστε να έχουν περισσότερες πωλήσεις στις εφημερίδες τους. Η διαδικασία που θα ακολουθηθεί είναι η καταγραφή της ίδιας είδησης από τα δύο μέσα και της ώρας που δημοσιεύθηκε. Το πιο πιθανό και λογικό σενάριο είναι να υπάρχει πρώτα η είδηση στο διαδικτυο και την επόμενη μέρα στην εφημερίδα. Σε περίπτωση που μια είδηση έχει εμφανισθεί πρώτα στην εφημερίδα και μετά στο διαδικτυο σημαίνει ότι οι εκδότες χρησιμοποιούν αυτή τη στρατηγική για να προσελκύουν το κοινό ώστε να αγοράζει έντυπες εφημερίδες. Ένα παράδειγμα για το οποίο είναι πιθανόν να συμβαίνει αυτό είναι διάφορες συνεντεύξεις ατόμων που βρίσκονται στον χώρο του αθλητισμού, έτσι ώστε να προσελκύεται το κοινό να αγοράσει την εφημερίδα αφού αυτό το υλικό δεν θα υπάρχει στο διαδικτυο.

4.2.2 Θεματολογία

Ο δεύτερος άξονας που θα μελετηθεί στη συγκεκριμένη έρευνα αφορά τη θεματολογία του κάθε μέσου (agenda). Ο Philip Seib (2000: 113) υποστηρίζει ότι δεν υπάρχει αυθεντικό ρεπορτάζ για διαδικτυακές εφημερίδες. Υποστηρίζει ότι γίνεται μεταφορά της έντυπης ενημέρωσης στο διαδικτυο και ότι δεν είναι ένα νέο μέσο. Η ουσία βρίσκεται στο γεγονός ότι οι εφημερίδες δεν πρέπει να αντιγράφουν το διαδικτυο, όπως επίσης και οι διαδικτυακές εφημερίδες δεν πρέπει να αντιγράφουν τις έντυπες εφημερίδες, αλλά να προσφέρουν ένα διαφορετικό και ξεχωριστό περιεχόμενο. Από τη στιγμή που η θεματολογία σε μια εφημερίδα είναι ίδια με το διαδικτυο, τότε το περιεχόμενο της έντυπης εφημερίδας δεν θα έχει καμιά σημασία και σιγά σιγά θα εξασθενεί μέχρι να φτάσει στο τέλος της. Για να είναι σημαντική η εφημερίδα σήμερα, θα πρέπει να υπάρχει μεγαλύτερη ανάλυση για το κάθε θέμα που αναφέρει. Ουσιαστικά αν δεν γίνει αυτό, όλα θα τα γνωρίζουμε από πριν διότι το διαδικτυο παρουσιάζει πιο γρήγορα τις ειδήσεις. Γι' αυτό το λόγο κρίνεται σημαντικό η θεματολογία της εφημερίδας να αναλύει περισσότερο το κάθε θέμα σε πιο πολύ βάθος και έκταση, ώστε να προσφέρει κάτι διαφορετικό στο κοινό από ότι το διαδικτυο, αλλιώς η ύπαρξη της θα είναι εντελώς "άχρηστη".

Η διαδικασία ανάλυσης αυτού του άξονα θα γίνει με τον συνδυασμό ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας. Η ποσοτική έρευνα πραγματοποιήθηκε με την ανάλυση περιεχομένου, όπως θα δούμε αναλυτικά πιο κάτω. Συγκεκριμένα, καταγράφηκε ποιές ομάδες αφορούσαν το κάθε άρθρο καθώς και ποιο θέμα αναφέρεται (π.χ ποδόσφαιρο, καλαθόσφαιρα, βόλεϊ). Η καταγραφή αυτή έγινε τόσο για τις έντυπες εφημερίδες όσο και για τις διαδικτυακές. Στη συνέχεια γίνεται η σύγκριση ώστε να γίνει δυνατή η εξαγωγή συμπεράσματος ως προς το αν η θεματολογία των δυο μέσων είναι η ίδια. Η ανάλυση αυτού του άξονα θα μας δώσει μια ένδειξη ως προς το περιεχόμενο, δηλαδή σε ποιον τομέα δίνεται περισσότερη έμφαση και αν μέσα από το διαδικτυο υπάρχει περισσότερη πολυφωνία, λόγω του ότι γίνεται συνεχής ενημέρωση και μπορούν οι μικρότερες ομάδες να ακουστούν. Η ποιοτική έρευνα αφορά διάφορα συμπεράσματα που προέκυψαν από τη συγκριτική ανάγνωση όλων των άρθρων τόσο για στην έντυπη όσο και στη διαδικτυακή εφημερίδα. Τα συμπεράσματα αυτά αφορούν κυρίως τους λόγους που μεταδίδεται μια είδηση πρώτα από ένα μέσο και μετά από άλλο καθώς και διαφορές ανάμεσα στα θέματα που παρουσιάζονται.

2.2.3 Όγκος Πληροφοριών

Ο όγκος πληροφοριών που προσφέρεται για το κάθε θέμα είναι ένα πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό που αξίζει να μελετηθεί. Στη συνέχεια θα γίνει καταμέτρηση των λέξεων σε κάθε άρθρο που υπάρχει στην κάθε έντυπη εφημερίδα και θα γίνει σύγκριση με τις λέξεις που υπάρχουν στη διαδικτυακή εφημερίδα. Αυτό θα γίνει με απώτερο σκοπό να βγει ένα συμπέρασμα σχετικά με το ποιο μέσο προσφέρει την περισσότερη ανάλυση ή τις περισσότερες πληροφορίες. Ωστόσο ενδέχεται κάποιο άρθρο να επαναλαμβάνει τα ίδια πράγματα, χωρίς να προσφέρει ουσιαστικά περισσότερες πληροφορίες ή σε βάθος ανάλυση. Έτσι με από αυτό τον άξονα παίρνουμε μόνο μια ένδειξη αν προσφέρει περισσότερες πληροφορίες και όχι ένα γενικό συμπέρασμα.

4.3 Διαδικτυακά Χαρακτηριστικά

Η διαφορά μεταξύ έντυπων και διαδικτυακών αθλητικών εφημερίδων δεν έγκειται μόνο στο περιεχόμενο, αλλά στα μοναδικά χαρακτηριστικά που διαθέτουν οι διαδικτυακές εκδόσεις. Υπερκειμενικότητα, διαδραστικότητα και πολυμεσικότητα (Kenney et al, 2000; Deuze, 2003; Sundar et al, 2003; Doudaki, 2007). είναι τρεις όροι που αφορούν μόνο το διαδίκτυο και επομένως ενσωματώνονται και στις διαδικτυακές εφημερίδες.

Στη συνέχεια θα γίνει προσπάθεια ανάλυσης αυτών των όρων και των διαφορετικών χαρακτηριστικών που προσφέρουν οι διαδικτυακές αθλητικές εφημερίδες και έπειτα θα γίνει η σύγκριση των διαφορών μεταξύ τους, έτσι ώστε να εντοπιστούν οι νέες εφαρμογές που προσφέρει η διαδικτυακή αθλητική εφημερίδα και που ενδεχομένως την κάνουν πιο ελκυστική από την έντυπη εφημερίδα.

Οι διαδικτυακές εφημερίδες κατατάσσονται ως η πρώτη πηγή παροχής πληροφοριών ως προς τη χρήση τους και την αξιοπιστία τους, σύμφωνα με μια έρευνα από την ComScore για τις εφημερίδες στην Αμερική. Το 57% από τους 3050 ερωτηθέντες απάντησαν ότι χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές εφημερίδες ως πρώτη πηγή πληροφοριών, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 27% δήλωσε ότι πρώτη πηγή πληροφοριών αποτελούν οι αθλητικές ειδήσεις από τις διαδικτυακές εφημερίδες.

4.3.1 Υπερκειμενικότητα

Η έννοια της υπερκειμενικότητας βασίζεται στο γεγονός ότι η δομή του διαδικτύου αποτελείται από μια σειρά κειμένων ή περιεχομένου (π.χ εικόνες) που συνδέονται μεταξύ τους με πολλαπλούς συνδέσμους και όχι γραμμικά ή σειριακά. Η υπερκειμενικότητα καταργεί το κλασικό «αρχή-μέση-τέλος» που υπάρχει σε μια έντυπη εφημερίδα αφού στην ουσία σε έναν ιστότοπο από τον ένα σύνδεσμο βρίσκει κανείς τον επόμενο χωρίς να φτάνει σε σημείο που να μην υπάρχει άλλος. Ο χρήστης έχει εύκολη προσπέλαση πληροφοριών με αποτέλεσμα να δημιουργείται ένας νέος τρόπος ενημέρωσης και να καταργείται το κλασικό σειριακό μοντέλο μετάδοσης της πληροφορίας.(π.χ τηλεόραση) Ο χρήστης του διαδικτύου έχει τη δυνατότητα να ελέγχει τη ροή των ειδήσεων και του επιτρέπεται συνεχής ενημέρωση και αλλαγή ειδήσεων. Είναι το μόνο μέσο που μπορεί να προσφέρει ταυτόχρονα αυτές τις δυνατότητες. Και στην εφημερίδα μπορεί κανείς να διαβάσει όποια είδηση θέλει οποιαδήποτε στιγμή, ωστόσο δεν υπάρχει άμεση ενημέρωση. Το ίδιο συμβαίνει και στην τηλεόραση, η οποία μπορεί να προσφέρει συνεχή ενημέρωση, όμως δεν μπορεί κανείς να παρακολουθήσει οποιαδήποτε είδηση τη στιγμή που το θέλει. Αναμφίβολα λοιπόν, το διαδίκτυο είναι το νέο μέσο που προσφέρει έναν συνδυασμό όλων των προηγούμενων μέσων ενημέρωσης

και είναι ικανό να πάρει τη θέση όχι μόνο της εφημερίδας αλλά και της τηλεόρασης στον τομέα της ενημέρωσης.

Ένα κείμενο μπορεί να έχει σύνδεσμο εσωτερικά, δηλαδή εντός της ιστοσελίδας, ή εξωτερικά, δηλαδή να παραπέμπει σε κάποια άλλη ιστοσελίδα. Το πρόβλημα που δημιουργείται από το υπερκείμενο (hypertext), όπως αναφέρει ο Ted Nelson, ο άνθρωπος ο οποίος το επινόησε, είναι ότι δημιουργεί “ένα σύστημα που επιτρέπει μόνο ενσωματωμένους εξωτερικούς συνδέσμους.” (Ted Nelson Discovers Hypertext, 2009) Οι δύο τύποι υπερκειμενικότητας είναι εντελώς διαφορετικοί, καθώς ο εσωτερικός σύνδεσμος παραπέμπει σε ένα άλλο περιεχόμενο της ιστοσελίδας, ενώ ο εξωτερικός σύνδεσμος σε άλλο, νέο περιεχόμενο εκτός της συγκεκριμένης ιστοσελίδας.

Όσον αφορά αυτό τον άξονα δεν θα επιχειρήσω κάποια ανάλυση, απλά γίνεται η αναφορά γιατί η υπερκειμενικότητα είναι ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό που προσφέρει το διαδίκτυο και δεν το βρίσκει κανείς σε οποιοδήποτε άλλο μέσο.

4.3.2 Πολυμεσικότητα

Η πολυμεσικότητα αναφέρεται στη δυνατότητα που παρέχουν τα ψηφιακά μέσα για μετάδοση ειδήσεων-πληροφοριών με τον συνδυασμό βίντεο, ήχου ή εικόνας. Η πολυμεσικότητα δίνει τη δυνατότητα στους δημοσιογράφους να έχουν αυξημένη δημιουργικότητα και να επιλέγουν τη μορφή που θεωρούν πιο κατάλληλη για την κάθε είδηση. Η δυνατότητα αυτή προσφέρει στους δημοσιογράφους την ευχέρεια να μεταδώσουν μια είδηση όσο το δυνατόν καλύτερα στο κοινό και οι αποδέκτες με τη σειρά τους να κατανοήσουν περισσότερο την είδηση ή ακόμα να ψυχαγωγηθούν και να τους προσελκύσει να την παρακολουθήσουν.

Για την ανάλυση αυτού του άξονα θα γίνει διαχωρισμός σε τρία διαφορετικά μέρη που αφορούν: εικόνα, ήχο, συνδυασμό ήχου και εικόνας.

4.3.2 Διαδραστικότητα

Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό που προσφέρει το διαδίκτυο είναι η διαδραστικότητα. Με τον όρο διαδραστικότητα εννοούμε τη δυνατότητα που προσφέρει το διαδίκτυο για αμφίδρομη επικοινωνία. Το διαδίκτυο κατέχει μια ξεχωριστή θέση σε αντίθεση με τα υπόλοιπα παραδοσιακά μέσα (ραδιόφωνο, τηλεόραση) που παρέχουν μόνο πληροφορίες αλλά δεν έχουν τη δυνατότητα να συλλέγουν πληροφορίες από τους χρήστες (ανάδραση). Ο χρήστης συμμετέχει ενεργά στο περιεχόμενο της ιστοσελίδας και γίνεται μέρος αυτής. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να ρυθμίσει ή να αλλάξει το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας. Το μονοπώλιο των δημοσιογράφων και η δύναμή τους ως μοναδική πηγή ειδήσεων δεν υφίσταται πλέον, καθώς μπορούν να εκφράσουν τη γνώμη τους και οι χρήστες. Από τη μια πλευρά η διαδραστικότητα οδηγεί στη συμμετοχική δημοσιογραφία (Bowman and Willis, 2003; Gilmor, 2004), από την άλλη αναζητά τρόπους με τους οποίους το περιεχόμενο που παράγεται από τους χρήστες μπορεί να χρησιμοποιηθεί δημοσιογραφικά ή ακόμα ο δημοσιογράφος να γνωρίζει καλύτερα τις προτιμήσεις του κοινού έτσι ώστε να προτιμά θέματα που έχουν περισσότερη ζήτηση. Παραδείγματα της διαδραστικότητας είναι οι ψηφοφορίες, όπου ο χρήστης δηλώνει τη γνώμη του για ένα συγκεκριμένο ερώτημα-γεγονός, και έτσι μπορεί να ακουστεί η γνώμη του. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται ενεργός και, κατά μία άποψη, συμβάλει στην ψηφιακή δημοκρατία. Επιπρόσθετα μπορεί να αφήσει σχόλια σε άρθρα, να επικοινωνήσει με τους

υπεύθυνους της ιστοσελίδας ή ακόμα και με άλλους αναγνώστες μέσω blogs, forums ή αφήνοντας κάποιο μήνυμα το οποίο θα δημοσιεύσει η ιστοσελίδα αν υπάρχει η κατάλληλη στήλη για τους χρήστες – δυνατότητες που δεν υπάρχουν σε τέτοιο βαθμό στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης.

4.3.2 Ειδικά Διαδικτυακά Χαρακτηριστικά (Customization)

Στην έρευνα αυτή επίσης θα εξεταστούν διάφορα ειδικά διαδικτυακά χαρακτηριστικά, όπως είναι οι μηχανές αναζήτησης, το RSSfeed, το Service Mobile. Οι δυνατότητες αυτές κάνουν την πλοήγηση του χρήστη πιο εύκολη, πιο δημιουργική και δίνουν καλύτερα αποτελέσματα. Μέσα από τις μηχανές αναζήτησης μπορεί να γίνει κανείς δέκτης διαφόρων θεμάτων που τον αφορούν σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα και με μεγάλη ευκολία. Με υπηρεσίες όπως το RSSfeed μπορεί να έχει άμεση ενημέρωση για νέα γεγονότα που εισέρχονται στην ιστοσελίδα. Άλλα χαρακτηριστικά που θα αναζητηθούν στις ιστοσελίδες είναι η μεγέθυνση των γραμμάτων, η δυνατότητα να διαβάσει κανείς ή να κατεβάσει την έντυπη εφημερίδα στον υπολογιστή, η δυνατότητα να κατεβάσει κάποιο podcast και αν υπάρχει χάρτης πλοήγησης.

4.3.3 Κοινωνική δικτύωση

Τέλος θα εξεταστεί αν υπάρχει η δυνατότητα ενσωμάτωσης της είδησης σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως είναι το Facebook και το MySpace και η δυνατότητα προώθησης της είδησης σε κάποιο φίλο. Είναι μια σημαντική δυνατότητα η επιτυχία να μοιράζεται το άρθρο όσο το δυνατόν σε περισσότερους χρήστες. Όπως αναφέρει και η διευθύνουσα σύμβουλος του Δανέζικου ομίλου Det Berlingske Officin, Lisbeth Knudsen: «Οι εφημερίδες μας ως αυτόνομα προϊόντα δεν έχουν πλέον μέλλον αν δεν είναι ικανές να δημιουργήσουν δεσμούς με τις κοινότητες. Δεν πρέπει πλέον να αρκούμαστε στο να παράγουμε περιεχόμενα αλλά να μάθουμε να είμαστε μεσολαβητές, να ενώνουμε και να κινητοποιούμε κοινότητες στο Διαδίκτυο» και συνεχίζει, «Αν δεν είμαστε στα κοινωνικά δίκτυα, οι αναγνώστες θα μας ξεχάσουν» (Poulet, 2009). Είναι σημαντικό μια ιστοσελίδα να είναι μέρος κοινωνικών δικτύων και ειδικά οι εφημερίδες και τα MME, οι ιστοσελίδες των οποίων ενημερώνονται συνεχώς. Έτσι θα μπορούν μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα να προωθήσουν τις ειδήσεις τους χωρίς να χρειάζεται κάποιος να επισκεφθεί αποκλειστικά την ιστοσελίδα τους, γεγονός το οποίο καθιστά την πρόσβαση στις ειδήσεις τους ακόμα πιο εύκολη και γρήγορη. Με αυτό τον τρόπο η εφημερίδα κερδίζει συνεχώς επισκέψεις και αυξάνονται τα άτομα που βλέπουν τις διαφημίσεις της κάθε ιστοσελίδας. Αυτό γίνεται λόγω του ότι στα κοινωνικά δίκτυα σου εμφανίζει μόνο τον τίτλο με σχετική φωτογραφία για το θέμα και για να διαβάσεις ολόκληρο το θέμα σε παραπέμπει στην ιστοσελίδα της εφημερίδας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η μέθοδος που θα ακολουθηθεί για να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα είναι η ανάλυση περιεχομένου. Η ανάλυση περιεχομένου είναι μια μέθοδος ανάλυσης ποιοτικού υλικού το οποίο μπορεί να έχει διάφορες μορφές: κείμενα, συνεντεύξεις, εικόνες, φιλμ κ.λπ. Συνήθως η ανάλυση περιεχομένου εφαρμόζεται σε υλικό προερχόμενο από τα ΜΜΕ (εφημερίδες περιοδικά, τηλεόραση, ραδιόφωνο, διαδίκτυο) (Ιωσηφίδης, 2008, p. 147). Με τον όρο ανάλυση περιεχομένου εννοείται εδώ η συγκριτική ανάλυση του περιεχομένου και των χαρακτηριστικών τόσο των έντυπων αθλητικών εφημερίδων όσο και των διαδικτυακών ιστοσελίδων που παρέχουν αθλητική ενημέρωση.

Για να γίνει μια έρευνα ανάλυσης περιεχομένου χρειάζεται στο πρώτο στάδιο μια θεωρητική επεξεργασία η οποία θα σχετίζεται με το ερευνητικό αντικείμενο και τα ερευνητικά ερωτήματα. Κατά την περίοδο συλλογής των δεδομένων μπορεί να μετασχηματίζονται τα ερευνητικά ερωτήματα και στη συνέχεια ξεκινά η ταξινόμηση, η καταγραφή και η ανάλυσή τους. Το δεύτερο στάδιο αφορά τον καθορισμό των πηγών του υλικού, π.χ τις εφημερίδες με την μεγαλύτερη κυκλοφορία σε ένα δεδομένο χρονικό διάστημα.

Για τον σκοπό της έρευνας έχει γίνει επιλογή οκτώ Κυπριακών Αθλητικών Μέσων Ενημέρωσης εξειδικευμένα σε έντυπη και διαδικτυακή μορφή. Έγινε επιλογή τριών ημερήσιων Αθλητικών εφημερίδων, η «SPORTDAY», η οποία κυκλοφορεί με την «ΑΛΗΘΕΙΑ», η «GOALNEWS», η οποία κυκλοφορεί με την εφημερίδα «ΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΟΣ» και η εφημερίδα «ΓΗΠΕΔΟ», η οποία κυκλοφορεί με την εφημερίδα ΠΟΛΙΤΗΣ. Όσον αφορά την επιλογή των διαδικτυακών ιστοσελίδων επιλέχθηκαν οι αντίστοιχες ιστοσελίδες που έχουν οι τρεις οργανισμοί έντυπων εφημερίδων που ανέφερα πιο πάνω. Συγκεκριμένα, είναι οι ιστοσελίδες www.sport-fm.com.cy, www.sentragoal.com.cy και www.politis-sports.com. Επίσης θα γίνει ανάλυση ακόμα δυο αθλητικών διαδικτυακών ιστοσελίδων, οι οποίες δεν παρέχουν έντυπη ενημέρωση. Οι ιστοσελίδες αυτές είναι το www.protathlima.com και το www.kerkida.net. Η επιλογή των συγκεκριμένων πυλών έγινε με βάση την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα από τους χρήστες με βάση στατιστικά στοιχεία που προσφέρει η έγκυρη εταιρεία στατιστικών www.alexa.com. Με αυτόν τον τρόπο θα μπορεί να γίνει η σύγκριση μεταξύ των πιο πάνω ως προς το αν προσφέρουν διαφορετικές υπηρεσίες, διαφορετικό περιεχόμενο ή τρόπο αρθρογραφίας ή περιέχουν οποιαδήποτε άλλα χαρακτηριστικά που διαφέρουν από τους υπόλοιπους οργανισμούς που προσφέρουν έντυπη ενημέρωση. Επιπρόσθετα, η έρευνα δεν έχει ως σκοπό να αναζητήσει τις διαφορές ανάμεσα στις διαδικτυακές εφημερίδες και τις διαδικτυακές πύλες (portals), γι' αυτό δεν γίνεται καμιά σύγκριση μεταξύ αυτών. Η έρευνα έχει ως σκοπό να αναδείξει τη σημασία των διαδικτυακών χαρακτηριστικών σε σύγκριση με την έντυπη εφημερίδα. Η ανάλυση των διαδικτυακών πυλών γίνεται για να υπάρχει μεγαλύτερο δείγμα ως προς τα διαδικτυακά χαρακτηριστικά αλλά και γιατί, προσφέροντας μόνο αθλητική διαδικτυακή ενημέρωση, ανταγωνίζονται ευθέως τις αθλητικές διαδικτυακές εφημερίδες.

Η περίοδος δειγματοληψίας είναι έξι ημέρες (12/04/11 – 17/04/11). Για να είναι γενικεύσιμη η έρευνα το δείγμα πρέπει να είναι τυχαίο και σαφώς μεγαλύτερο. Ωστόσο για τη συγκεκριμένη έρευνα αυτό δεν είναι εφικτό, εφόσον τα συγκεκριμένα αρχεία, εκτός του ότι είναι αρκετά δύσκολο

να εντοπιστούν στο διαδίκτυο οι ίδιοι τίτλοι από τις έντυπες εφημερίδες στο διαδίκτυο, πολλές ιστοσελίδες δεν κρατούν αρχείο και πολλές από τις πληροφορίες θα χάνονταν.

Η μεθοδολογία που ακολουθείται αφορά την ανάλυση περιεχομένου και χωρίζεται σε δύο μέρη. Στο πρώτο και βασικό μέρος είναι η συγκριτική ανάλυση μεταξύ των έντυπων και των αντίστοιχων διαδικτυακών εφημερίδων, δηλαδή γίνεται σύγκριση ανάμεσα στις εφημερίδες των ίδιων οργανισμών έτσι ώστε να είναι δυνατή η συγκριτική ανάλυση των αποτελεσμάτων

Λόγω του περιορισμένου χρονικού διαστήματος και της τεράστιας πληροφορίας που υπάρχει σε μια εφημερίδα τόσο στην έντυπη όσο και στη διαδικτυακή μορφή, ελήφθη η απόφαση να αναλυθούν μόνο τα πρωτοσέλιδα των εφημερίδων.

Το πρωτοσέλιδο αφορά τη σημαντικότερη είδηση που συμβαίνει εκείνη τη στιγμή όταν αφορά το διαδίκτυο ή στην περίπτωση της εφημερίδας τη σημαντικότερη είδηση της ημέρας. Το διαδίκτυο έχει τη διαρκή δύναμη ως μέσο να καθορίζει κάθε φορά τι είναι σημαντικό, αφού ανανεώνεται αρκετές φορές την ημέρα σε αντίθεση με την εφημερίδα η οποία μπορεί να παρουσιάζει μόνο ένα πρωτοσέλιδο την ημέρα.

Η διαδικασία που ακολουθήθηκε έχει ως εξής: έγινε καταγραφή των πρωτοσέλιδων τίτλων στην έντυπη εφημερίδα και στην συνέχεια αναζήτηση του ίδιου άρθρου στη διαδικτυακή εφημερίδα. Σε περίπτωση που υπήρχε το άρθρο της εφημερίδας στο διαδίκτυο γινόταν καταγραφή των στοιχείων που υπήρχαν για ανάλυση (π.χ. η ώρα που εμφανίζεται στο διαδίκτυο, οι λέξεις του άρθρου, η ομάδα που αφορά, το άθλημα κ.λπ.).

Στη συνέχεια για να γίνει η συλλογή περισσότερων αποτελεσμάτων έγινε καταγραφή των διαδικτυακών πρωτοσέλιδων καταγράφοντας το θέμα που παρουσίαζαν και την ομάδα που αφορούσε το άρθρο. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να μπορεί να γίνει σύγκριση ανάμεσα στα πρωτοσέλιδα. Με βάση αυτό θα εξεταστεί αν στο διαδίκτυο υπάρχει μεγαλύτερη πολυφωνία και ποικιλία ειδήσεων έτσι ώστε να δίνεται η δυνατότητα και στις πιο μικρές ομάδες να έχουν φωνή. Αρκετές μελέτες και έρευνες (Roussou N., 2005, p.85) επικεντρώνονται στη σημασία που έχει το πρωτοσέλιδο σε μια εφημερίδα. Η έρευνα αυτή εξετάζει διάφορα χαρακτηριστικά ενός πρωτοσέλιδου όπως είναι το περιεχόμενο του πρωτοσέλιδου (διαφημίσεις, ειδήσεις, πληροφορίες εξυπηρέτησης) και την μορφή του πρωτοσέλιδου (επικεφαλίδες, γράμματοσειρές, χρώμα κλπ).

Το πρωτοσέλιδο είναι ένα σημαντικό ζήτημα της έντυπης εφημερίδας διότι εκτός του ότι παρουσιάζει τα πιο ενδιαφέροντα θέματα μέσα από το πρωτοσέλιδο, φαίνεται το «χρώμα» που υποστηρίζει η εφημερίδα. Αυτό εμφανίζεται κυρίως στις αθλητικές και πολιτικές εφημερίδες και συνήθως στο πρωτοσέλιδο τονίζει την ομάδα ή το κόμμα που θέλει να παρουσιάσει. Επιπλέον είναι μια τεχνική ώστε να προσελκύσει τον «οπαδό» του κόμματος ή της ομάδας με ένα δυναμικό τίτλο ή τα ανάλογα χρώματα και φωτογραφίες ώστε να τον προσελκύσει να αγοράσει την εφημερίδα.

Το δεύτερο μέρος της έρευνας αφορά τα διαδικτυακά χαρακτηριστικά που προσφέρει η κάθε διαδικτυακή εφημερίδα ή πύλη (portal). Έτσι δημιουργήθηκε ένας πίνακας όπου καταγράφηκαν τα χαρακτηριστικά που θεωρήθηκαν χρήσιμα ανάλογα με τις κατηγορίες που έχουν τεθεί και έγινε έλεγχος στην κάθε ιστοσελίδα, αν υπάρχει το κάθε ένα χαρακτηριστικό ξεχωριστά. Στη συνέχεια εξήχθησαν διάφορα στατιστικά στοιχεία που δηλώνουν το ποσοστό των διαδικτυακών χαρακτηριστικών.

Η στατιστική επεξεργασία των δεδομένων και οι γραφικές παραστάσεις δημιουργήθηκαν με τη βοήθεια του στατιστικού πακέτου SPSS.

Κατά τη διάρκεια της ανάλυσης αυτής έγινε και ποιοτική έρευνα, η οποία αφορά την σύγκριση ανάμεσα στις έντυπες και διαδικτυακές εφημερίδες. Σκοπό έχει να εξάγουμε διάφορα συμπεράσματα που δεν μπορούν να απαντηθούν μέσα από τους άξονες που τέθηκαν πιο πάνω. Παραδείγματος χάριν η απουσία κάποιων άρθρων που υπήρχαν στην έντυπη εφημερίδα αλλά δεν υπήρχαν στο διαδίκτυο απαιτείτο ποιοτική έρευνα ώστε να βρούμε την αιτία που απουσίαζαν αυτά τα άρθρα από το διαδίκτυο. Στη συνέχεια ακολουθεί η παρουσίαση των αποτελεσμάτων και των συμπερασμάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

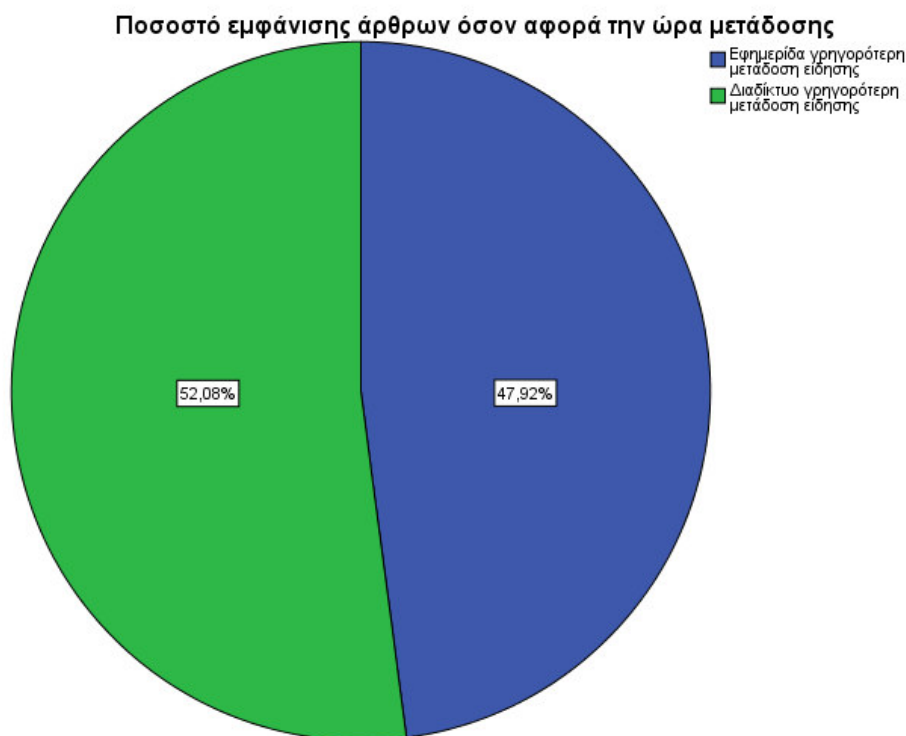
6.1 Συγκριτική ανάλυση μεταξύ έντυπων και διαδικτυακών εφημερίδων

6.1.1 Αμεσότητα

Σύγκριση ταχύτητας μετάδοσης πληροφορίας

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)	Έγκυρο Ποσοστό (%)	Σωρευτικό Ποσοστό (%)
Έγκυρο Εφημερίδα: Γρηγορότερη μετάδοση είδησης	23	23,5	47,9	47,9
Έγκυρο Διαδίκτυο: Γρηγορότερη μετάδοση είδησης	25	25,5	52,1	100,0
Έγκυρο Σύνολο	48	49,0	100,0	
Άκυρο Σύστημα	50	51,0		
Σύνολο	98	100,0		

Πίνακας 1: Σύγκριση ταχύτητας μετάδοσης πληροφορίας



Εικόνα 1: Σύγκριση ταχύτητας μετάδοσης πληροφορίας

Η ταχύτητα μετάδοσης μιας είδησης είναι ίσως ο σημαντικότερος παράγοντας που καθιστά κυρίαρχο ένα μέσο. Από τη στιγμή που το κοινό ενημερώνεται για μια είδηση πρώτα από ένα μέσο, αναμφίβολα θα είναι στις προτιμήσεις του και θα το χρησιμοποιεί περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο μέσο.

Με βάση τα πιο πάνω στατιστικά αποτελέσματα παρατηρείται ότι το διαδίκτυο προηγείται ελαφρώς στην ταχύτητα μετάδοσης μιας είδησης. Κάνοντας μια πρόβλεψη προτού γίνει η έρευνα το λογικό θα ήταν ότι το διαδίκτυο θα προηγείτο της εφημερίδας καθώς έχει τη δυνατότητα να

ανανεώνει συνεχώς τις ειδήσεις του. Ωστόσο αυτό δεν παρατηρείται στην πράξη, καθώς αρκετά θέματα εμφανίζονται πρώτα στην έντυπη εφημερίδα και μετά στο διαδίκτυο.

Το διαδίκτυο δεν έχει φέρει ακόμα το τέλος της έντυπης εφημερίδας με βάση αυτό το χαρακτηριστικό και ούτε η έντυπη εφημερίδα μπορεί να αποτελέσει τροχοπέδη στο διαδίκτυο ώστε να μην μπορεί να αναπτυχθεί. Στην παρούσα φάση που βρισκόμαστε μπορούμε να πούμε ότι το ένα μέσο συμπληρώνει το άλλο, αφού τα ποσοστά ταχύτητας μιας είδησης είναι μοιρασμένα.

Ο λόγος για τον οποίο θεωρούμε ότι συμβαίνει αυτό είναι ο φόβος και τα συμφέροντα των εκδοτικών οίκων. Σε περίπτωση που το διαδίκτυο προηγείτο σε όλες τις ειδήσεις των εφημερίδων, αυτό θα σήμαινε αυτόματα το τέλος της έντυπης εφημερίδας. Οι εκδοτικοί οίκοι με διάφορες τεχνικές, όπως αυτή που παρατηρήθηκε εδώ (δηλαδή, να κρατούν κρυφές κάποιες ειδήσεις ώστε να τις μεταφέρουν αποκλειστικά μέσα από τις έντυπες εφημερίδες και μετά στο διαδίκτυο), κρατούν την εφημερίδα στη ζωή αφού αυξάνονται οι πωλήσεις των έντυπων εφημερίδων. Όπως προέκυψε από την ποιοτική ανάλυση, συνεντεύξεις παραγόντων και ποδοσφαιριστών, ειδήσεις μεταγραφολογίας και άλλα νέα ομάδων είναι από τις κύριες ειδήσεις που ενδιαφέρουν περισσότερο το κοινό και δημοσιεύονται πρώτα στις έντυπες εφημερίδες για να αυξάνονται οι πωλήσεις και η αναγνωσιμότητα.

Στον Πίνακα 1 παρατηρείται ότι υπάρχουν αρκετά άρθρα για τα οποία δεν υπήρχε ώρα για να επιτευχθεί η σύγκριση (n=50, 51%). Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι κατά τη διάρκεια της έρευνας στο διαδίκτυο η ιστοσελίδα sport-fm.com.cy δεν είχε τα άρθρα που αναζητούνταν στο πρωτοσέλιδο αλλά τα μετέφερε στο αρχείο της και εκεί δεν εμφανιζόταν η ώρα δημοσίευσής τους παρά μόνο η ημερομηνία. Έτσι δεν ήταν δυνατή η σύγκριση σε αυτά τα άρθρα όσον αφορά την ταχύτητα.

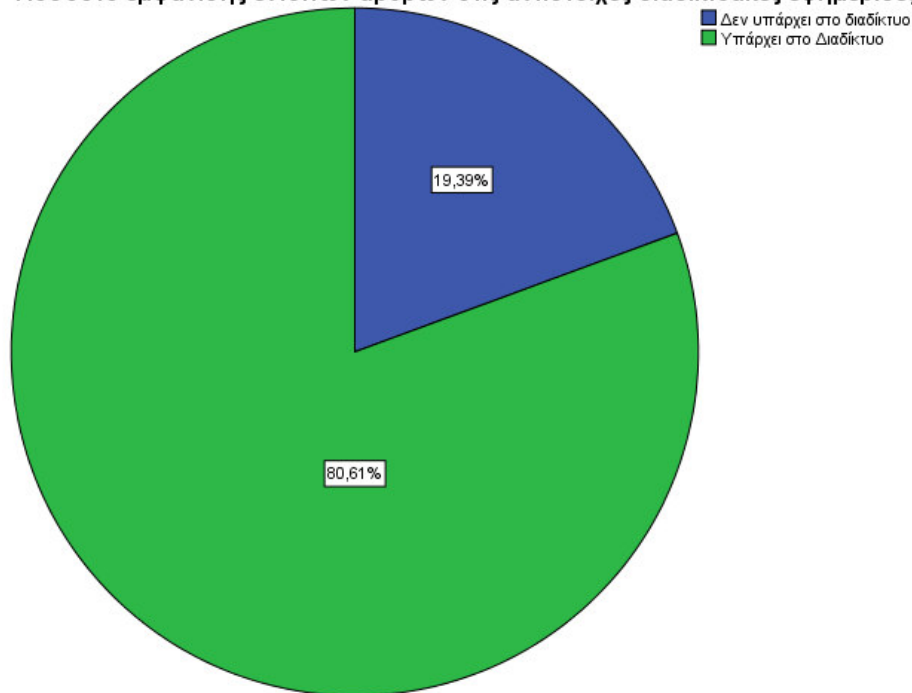
6.1.2 Θεματολογία

**Σύγκριση ίδιων άρθρων μεταξύ
έντυπων και διαδικτυακών εφημερίδων**

		Συχνότητα	Ποσοστό (%)	Έγκυρο Ποσοστό (%)	Σωρευτικό Ποσοστό (%)
Έγκυρο	Δεν υπάρχει στο διαδίκτυο	19	19,4	19,4	19,4
	Υπάρχει στο Διαδίκτυο	79	80,6	80,6	100,0
Σύνολο		98	100,0	100,0	

Πίνακας 2: Σύγκριση ίδιων άρθρων μεταξύ έντυπων και διαδικτυακών εφημερίδων

Ποσοστό εμφάνισης έντυπων άρθρων στις αντίστοιχες διαδικτυακές εφημερίδες

**Εικόνα 2: Σύγκριση ίδιων άρθρων μεταξύ έντυπων και διαδικτυακών εφημερίδων**

Αν η θεματολογία που υπάρχει στο ένα μέσο είναι η ίδια με το άλλο μέσο, τότε το ένα μέσο σιγά σιγά θα εξασθενεί ανάλογα και με τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά που προσφέρει. Στην περίπτωση της έντυπης και της διαδικτυακής εφημερίδας, από τη στιγμή που υπάρχουν ακριβώς τα ίδια θέματα, το κοινό αναμένεται να επιλέγει το διαδίκτυο λόγω των τεράστιων δυνατοτήτων που προσφέρει και αναλύθηκαν σε αυτή την έρευνα, όπως η ταχύτητα μετάδοσης της είδησης και τα διαδικτυακά χαρακτηριστικά.

Από τα στατιστικά στοιχεία της έρευνας παρατηρούμε ότι το 80,6% των άρθρων της έντυπης εφημερίδας υπάρχουν στο διαδίκτυο, ενώ μόλις 19,4% δεν υπάρχουν στο διαδίκτυο. Τα ποσοστά αυτά δείχνουν ότι μπορούμε να μιλάμε για σχεδόν πλήρη μετάβαση της έντυπης εφημερίδας στην διαδικτυακή εφημερίδα. Ωστόσο εξαρτάται από το αν η παρουσίαση των ειδήσεων στο διαδίκτυο είναι πιο έγκαιρη από ότι στην εφημερίδα για να έχει νόημα η είδηση καθώς και αν υπάρχει η ίδια ανάλυση σε σχέση με το άρθρο της έντυπης εφημερίδας.

Για να φτάσουμε στη στιγμή να πούμε ότι η έντυπη εφημερίδα δεν έχει σημασία πλέον στη ζωή μας, θα πρέπει να παρουσιάζονται όλα τα άρθρα στο διαδίκτυο, άρα είναι σημαντικό να δούμε γιατί το 19,4% των άρθρων δεν παρουσιάζεται στο διαδίκτυο. Εξετάζοντας ένα προς ένα τα 19 αυτά άρθρα, καταλήξαμε στα εξής συμπεράσματα:

1. Η εφημερίδα Sportday δεν παρουσιάζει τα ελληνικά και διεθνή άρθρα της στην αντίστοιχη κυπριακή ιστοσελίδα sport-fm.com.cy, αλλά τα παρουσιάζει στην αντίστοιχη ελληνική ιστοσελίδα sport-fm.gr με την οποία συνεργάζεται.
2. Από τη στιγμή που τυπώνεται μια είδηση στην έντυπη εφημερίδα, μέχρι το μεσημέρι ή το απόγευμα οι ειδήσεις τρέχουν. Έτσι μπορεί πλέον να μην είναι αληθής αυτή η είδηση που

αναφέρει η έντυπη εφημερίδα. Στο διαδίκτυο υπάρχει η δυνατότητα να γίνεται συνεχώς ενημέρωση και να απαλείφονται αρχεία που δεν χρειάζονται ή δεν ισχύουν πλέον. Έτσι αντικαθίσταται η είδηση αυτή με τη νέα είδηση. Ένα παράδειγμα είναι ένα άρθρο για τον νέο υπηρεσιακό προπονητή στην ομάδα «Ομόνοια Λευκωσίας» που ανέφερε το όνομα του νέου προπονητή. Όταν έγινε η έρευνα στο διαδίκτυο κατά το μεσημέρι, αυτό το όνομα δεν υπήρχε αλλά είχε αντικατασταθεί από άλλο όνομα που είχε ανακοινώσει η επίσημη ιστοσελίδα της ομάδας. Έτσι, είχε αφαιρεθεί η είδηση για το όνομα που ανέφερε η πρωινή έντυπη εφημερίδα.

3. Υπάρχουν ιστοσελίδες που δεν διατητούν το αρχείο τους για μεγάλο χρονικό διάστημα.
4. Υπάρχει η περίπτωση ο ερευνητής να μην μπορεί να εντοπίσει το αντίστοιχο άρθρο της έντυπης εφημερίδας στο διαδίκτυο.

		Έντυπες Εφημερίδες			Διαδικτυακές Εφημερίδες		
		ΠΟΛΙΤΗΣ	GOALNEWS	SPORTDAY	politis-sports.com	sentragoal.com.cy	sport-fm.com.cy
		Άθροισμα	Άθροισμα	Άθροισμα	Άθροισμα	Άθροισμα	Άθροισμα
Θέμα	ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ	23	25	36	21	24	39
Άρθρου	ΚΑΛΑΘΟΣΦΑΙΡΑ	1	1	5	3	3	1
	ΣΚΟΠΟΒΟΛΗ	1	0	0	1	0	0
	ΒΟΛΕΥ	1	2	0	1	1	1

Πίνακας 3: Θέμα Άρθρου

Από ότι βλέπουμε στον Πίνακα 3, τόσο στις έντυπες εφημερίδες όσο και στις διαδικτυακές εφημερίδες το άθλημα που κυριαρχεί είναι το ποδόσφαιρο. Ο λόγος για τον οποίο κυριαρχεί το ποδόσφαιρο στα πρωτοσέλιδα των έντυπων εφημερίδων, τα οποία ήταν η βάση για την αναζήτηση στο διαδίκτυο, είναι ότι είναι το άθλημα με τη μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα και έτσι, για να κάνουν περισσότερες πωλήσεις οι εκδοτικοί οίκοι, συνήθως το πρωτοσέλιδο αποτελείται από ποδοσφαιρικά θέματα. Παρατηρούμε ότι σε μερικές ιστοσελίδες τα πρωτοσέλιδα αφορούν ελαφρώς λιγότερο το ποδόσφαιρο, ίσως επειδή δεν υπάρχει η πίεση από τους εκδοτικούς οίκους για μεγιστοποίηση των πωλήσεων. Ωστόσο και στο διαδίκτυο το ποδόσφαιρο είναι το κυρίαρχο άθλημα.

		Έντυπες Εφημερίδες			Διαδικτυακές Εφημερίδες		
		ΠΟΛΙΤΗΣ	GOALNEWS	SPORTDAY	politis-sports.com	sentragoal.com.cy	sport-fm.com.cy
		Άθροισμα	Άθροισμα	Άθροισμα	Άθροισμα	Άθροισμα	Άθροισμα

Ομάδα	ΟΜΟΝΟΙΑ	7	8	7	4	9	9
	ΑΝΟΡΘΩΣΗ	4	6	7	6	7	9
	ΑΠΟΕΛ	5	8	8	7	7	7
	ΑΕΚ ΛΑΡΝΑΚΑΣ	1	0	2	1	0	2
	ΑΠΟΛΛΩΝ	1	3	7	2	4	5
	ΑΕΛ	0	0	5	2	0	3
	ΕΘΑ	2	1	4	3	2	2
	ΜΠΑΡΤΣΕΛΟΝΑ	4	0	0	1	1	2
	ΜΑΝΤΣΕΣΤΕΡ	0	0	1	1	0	0
	ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΣ	1	0	1	0	2	0
	ΑΛΚΗ	1	0	0	1	0	0
	ΑΕΠ	0	0	1	0	0	1
	ΕΘΝΙΚΟΣ	0	1	1	0	1	1
	ΑΧΝΑΣ						
	ΕΡΜΗΣ	0	0	0	0	0	0
	ΣΑΛΑΜΙΝΑ	0	1	0	0	0	1

Πίνακας 4: Ομάδα Άρθρου

Ο Πίνακας 4 παρουσιάζει τις ομάδες που αναφέρονται στα άρθρα τόσο στην έντυπη όσο και στη διαδικτυακή εφημερίδα. Σκοπός της σύγκρισης αυτής είναι να ελέγξουμε αν γίνεται ίση κατανομή των θεμάτων όσον αφορά τις ομάδες τόσο στην έντυπη όσο και στη διαδικτυακή εφημερίδα. Επιπλέον, για να δούμε αν σε κάποιο από τα δυο μέσα γίνεται αναφορά και στις φαινομενικά πιο «μικρές» ομάδες. Παρατηρούμε ότι δίνεται περισσότερη έμφαση στις φαινομενικά «μεγαλύτερες» ομάδες, αφού η μεγαλύτερη μάζα ατόμων συντάσσεται με αυτές τις ομάδες και έτσι προσελκύονται να αγοράζουν την εφημερίδα ή στο διαδίκτυο αντίστοιχα να διαβάζουν το άρθρο. Ακόμα μια σημαντική παρατήρηση είναι ότι σε όλα τα πρωτοσέλιδα υπάρχουν οι δυο παραδοσιακές ομάδες της Κύπρου (ο «ΑΠΟΕΛ» και η «Ομόνοια») και στη συνέχεια ακολουθούν οι υπόλοιπες ομάδες.

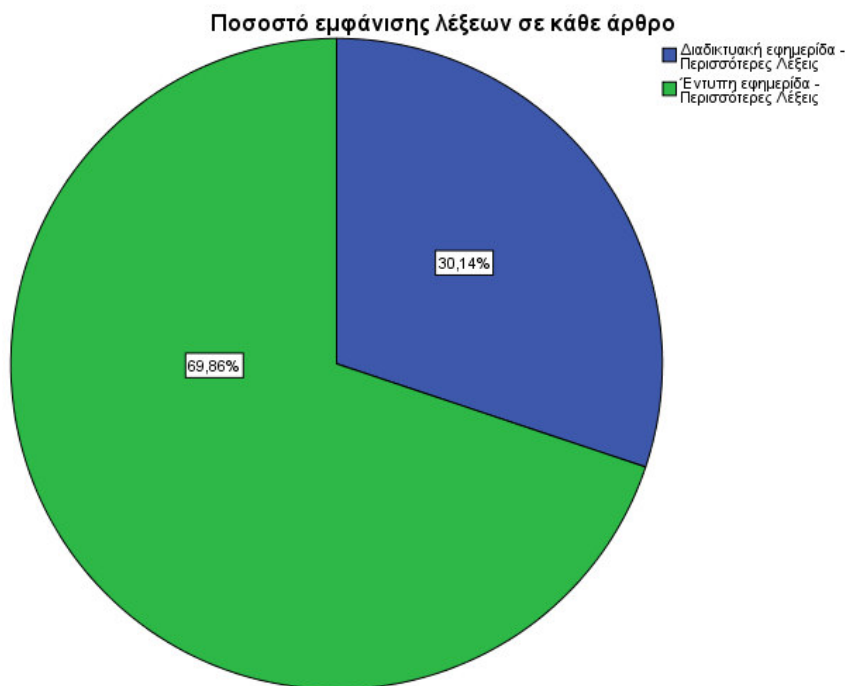
6.1.3 Όγκος Πληροφοριών

Μέτρηση λέξεων άρθρων με ίδιο θέμα μεταξύ έντυπων και διαδικτυακών εφημερίδων

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)	Έγκυρο Ποσοστό (%)	Σωρευτικό Ποσοστό (%)
Έγκυρο Έντυπη Εφημερίδα: Περισσότερες Λέξεις	51	52,0	69,9	100,0

Έντυπη Εφημερίδα: Λιγότερες Λέξεις	22	22,4	30,1	30,1
Σύνολο	73	74,5	100,0	
Άκυρο Σύστημα	25	25,5		
Σύνολο	98	100,0		

Πίνακας 5: Μέτρηση λέξεων άρθρων με το ίδιο θέμα μεταξύ έντυπων και διαδικτυακών εφημερίδων



Εικόνα 3: Μέτρηση λέξεων άρθρων με ίδιο θέμα μεταξύ έντυπων και διαδικτυακών εφημερίδων

Η μέτρηση των λέξεων και η σύγκριση μεταξύ δύο άρθρων είναι μια ένδειξη για το ποιο άρθρο προσφέρει περισσότερες λεπτομέρειες για ένα θέμα. Από τη στιγμή που ένα άρθρο έχει περισσότερες λέξεις και είναι γραμμένο από έναν έμπειρο δημοσιογράφο που δεν συνηθίζει να επαναλαμβάνει τα ίδια σημεία, τότε οι περισσότερες λέξεις ισοδυναμούν με περισσότερες πληροφορίες και μεγαλύτερη ανάλυση και του θέματος που περιγράφει.

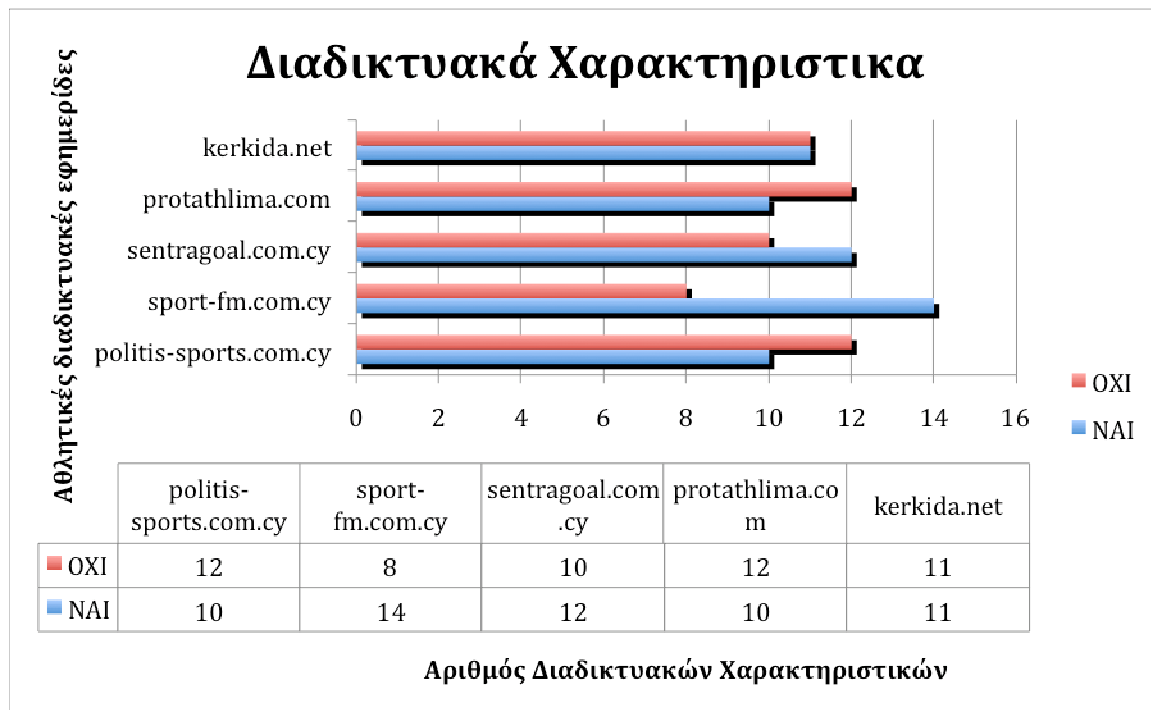
Με βάση τα αποτελέσματα από τη μέτρηση των λέξεων του κάθε άρθρου με το ίδιο θέμα, η εφημερίδα υπερτερεί σε μεγάλο βαθμό έναντι του διαδικτύου. Συγκεκριμένα, 70% των άρθρων προσφέρουν περισσότερες λέξεις από ότι το ίδιο άρθρο στο διαδίκτυο.

Από τη στιγμή που οι έντυπες εφημερίδες προσφέρουν περισσότερο υλικό (και πιθανώς περισσότερη ανάλυση) ενός θέματος, τότε προσελκύουν κοινό που αναζητά την ανάλυση και έχει ή θέλει να διαμορφώσει άποψη για ένα θέμα. Η μεγαλύτερη σε βάθος ανάλυση θεμάτων είναι ένα

σημαντικό στοιχείο που κρατά την έντυπη εφημερίδα στη ζωή μέχρι σήμερα. Οι εκδοτικοί οργανισμοί οφείλουν να επενδύσουν αρκετά σε αυτό το σημείο, ώστε να προσελκύουν κοινό και να κερδίζουν νέους αναγνώστες που αναζητούν περισσότερη εις βάθος ανάλυση θεμάτων.

6.2 Συγκριτική ανάλυση διαδικτυακών χαρακτηριστικών μεταξύ διαδικτυακών αθλητικών εφημερίδων και αθλητικών πυλών (portals)

6.2.1 Διαδικτυακά Χαρακτηριστικά



Εικόνα 4: Διαδικτυακά Χαρακτηριστικά

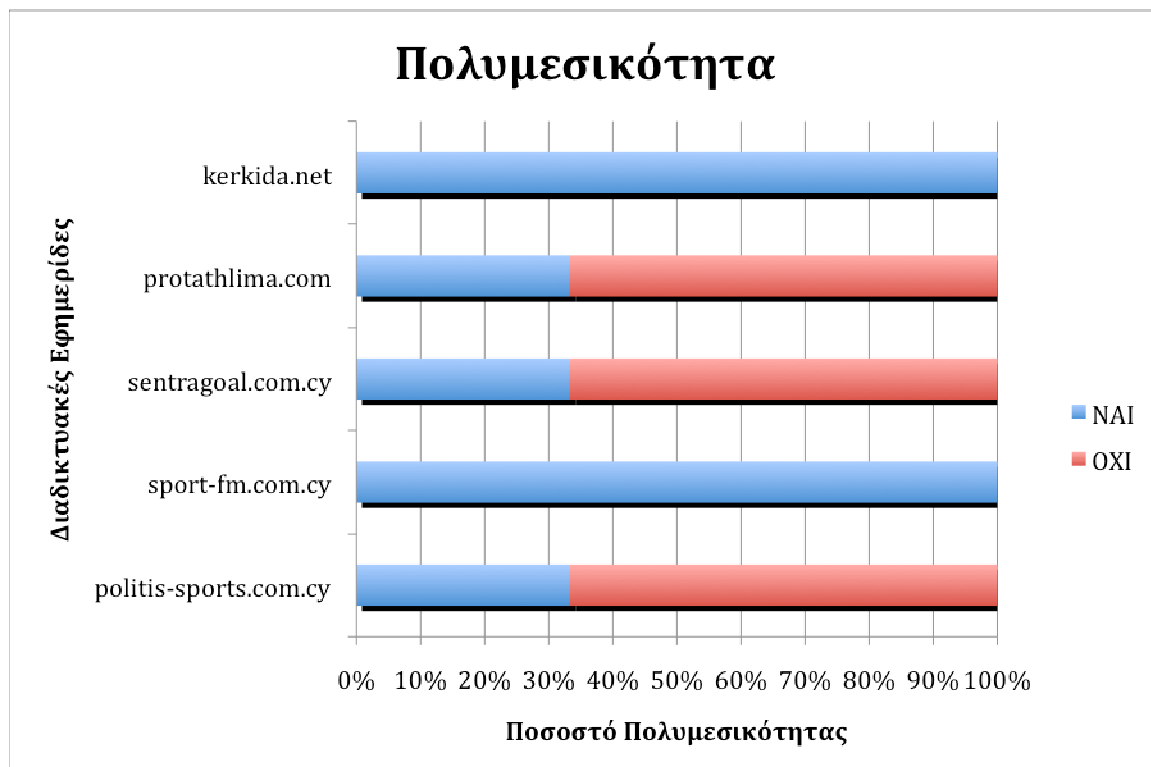
Αυτό το μέρος της έρευνας αφορά 22 διαδικτυακά χαρακτηριστικά τα οποία κατηγοριοποιούνται σε τέσσερα μέρη. Οι κατηγορίες αυτές αφορούν την πολυμεσικότητα που παρέχει η κάθε ιστοσελίδα, τη διαδραστικότητα, την κοινωνική δικτύωση και διάφορα άλλα ειδικά χαρακτηριστικά που θα δούμε σε μεγαλύτερη λεπτομέρεια στις επόμενες γραφικές παραστάσεις.

Η διαδικτυακή εφημερίδα με τα περισσότερα διαδικτυακά χαρακτηριστικά είναι η εφημερίδα sport-fm.com.cy, της οποίας αντίστοιχη έντυπη εφημερίδα είναι η «SPORTDAY». Τελευταία στην σειρά κατάταξης, με τα λιγότερα διαδικτυακά χαρακτηριστικά, είναι η ιστοσελίδα politis-

sports.com.cy, της οποίας αντίστοιχη έντυπη εφημερίδα είναι ο «ΠΟΛΙΤΗΣ», καθώς και η πύλη protathlima.com.

Ο μέγιστος αριθμός διαδικτυακών χαρακτηριστικών είναι 14 από τα 22, δηλαδή ποσοστό 64% και ο μικρότερος αριθμός διαδικτυακών χαρακτηριστικών είναι 10, δηλαδή ποσοστό 45%. Με βάση αυτά τα στατιστικά στοιχεία φανερώνεται ότι οι αθλητικές διαδικτυακές εφημερίδες χρειάζονται μεγαλύτερη ανάπτυξη ώστε να παρέχουν στο κοινό περισσότερα διαδικτυακά χαρακτηριστικά, έτσι ώστε να προσελκύουν περισσότερο κόσμο και να γίνεται η ενημέρωσή τους πιο ενδιαφέρουσα.

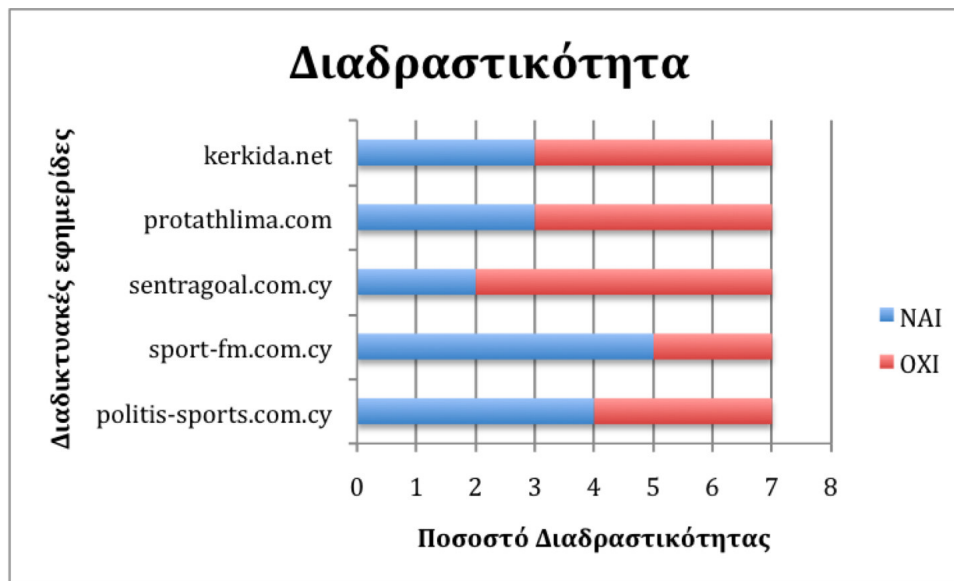
6.2.2 Πολυμεσικότητα



Εικόνα 5: Πολυμεσικότητα

Ο συνδυασμός ήχου και εικόνας κάνουν αναμφίβολα τη μετάδοση της πληροφορίας εκτός από πιο κατανοητή στον χρήστη, πιο ενδιαφέρουσα για να την παρακολουθήσει. Οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν σε αυτό το μέρος της έρευνας ήταν η δυνατότητα παρουσίασης στην ιστοσελίδα βίντεο και ηχητικού περιεχομένου καθώς και η μετάδοση υπηρεσιών live-streaming, όπως στιγμιότυπα από αγώνες και άμεση ανταπόκριση από αγώνες με καταγραφή των φάσεων και αποτελεσμάτων. Παρατηρούμε ότι δύο από τις ιστοσελίδες παρέχουν όλα τα χαρακτηριστικά πολυμεσικότητας, το οποίο είναι αρκετά σημαντικό ώστε να μεταδίδουν πληροφορίες με πιο ελκυστικό τρόπο στο κοινό τους, ενώ οι υπόλοιπες τρεις ιστοσελίδες προσφέρουν πολύ λίγα χαρακτηριστικά πολυμεσικότητας.

6.2.3 Διαδραστικότητα



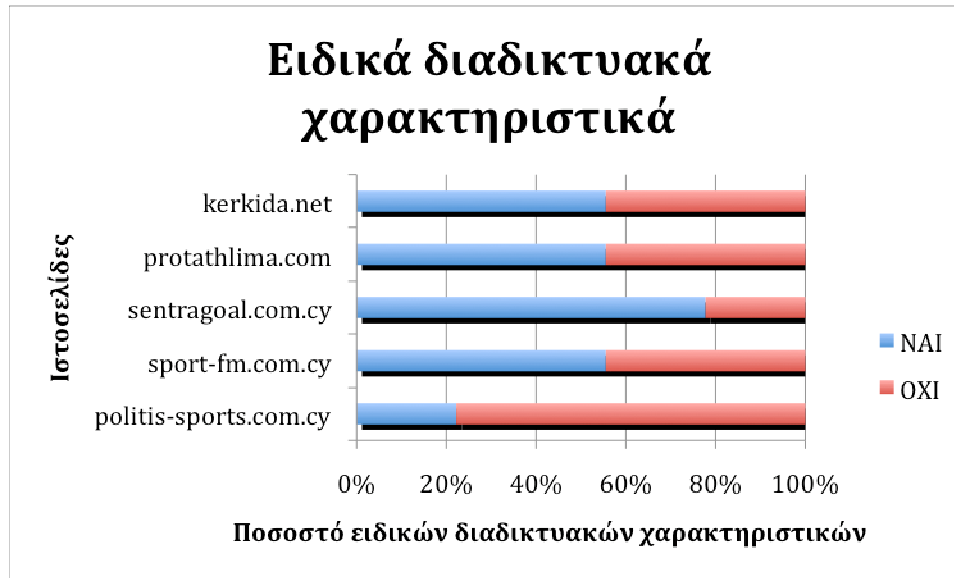
Εικόνα 6: Διαδραστικότητα

Η διαδραστικότητα είναι ένα κύριο χαρακτηριστικό που κάνει τον κόσμο του διαδικτύου πιο ξεχωριστό από τα υπόλοιπα μέσα. Ο χρήστης γίνεται μέρος αυτής της προσπάθειας δημιουργίας περιεχομένου και έχει τη δυνατότητα με διάφορους τρόπους να συμμετέχει.

Οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυση της διαδραστικότητας μιας ιστοσελίδας είναι οι διαδικτυακές ψηφοφορίες, η δυνατότητα σχολιασμού άρθρου, η δυνατότητα επικοινωνίας με τον αρθρογράφο με οποιονδήποτε τρόπο, η δυνατότητα επικοινωνίας με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή με e-mail form στην εταιρεία, η ύπαρξη τηλεφωνικού αριθμού επικοινωνίας καθώς και η δυνατότητα αξιολόγησης ενός άρθρου.

Παρατηρούμε ότι οι διαδικτυακές εφημερίδες και οι αθλητικές πύλες παρέχουν στους χρήστες σχεδόν τα μισά από τα μέσα διαδραστικότητας που καθορίσαμε στην αρχή, εκτός από την εφημερίδα sport-fm.com.cy, η οποία παρέχει περισσότερη διαδραστικότητα. Είναι ένας άξονας ο οποίος χρήζει βελτίωσης από τους υπευθύνους των ιστοσελίδων, καθώς αν το κοινό μπορεί να συμμετέχει περισσότερο μέσα από την ιστοσελίδα, τότε σίγουρα θα την επισκέπτεται πιο συχνά.

6.2.4 Ειδικά Διαδικτυακά Χαρακτηριστικά (Customization)



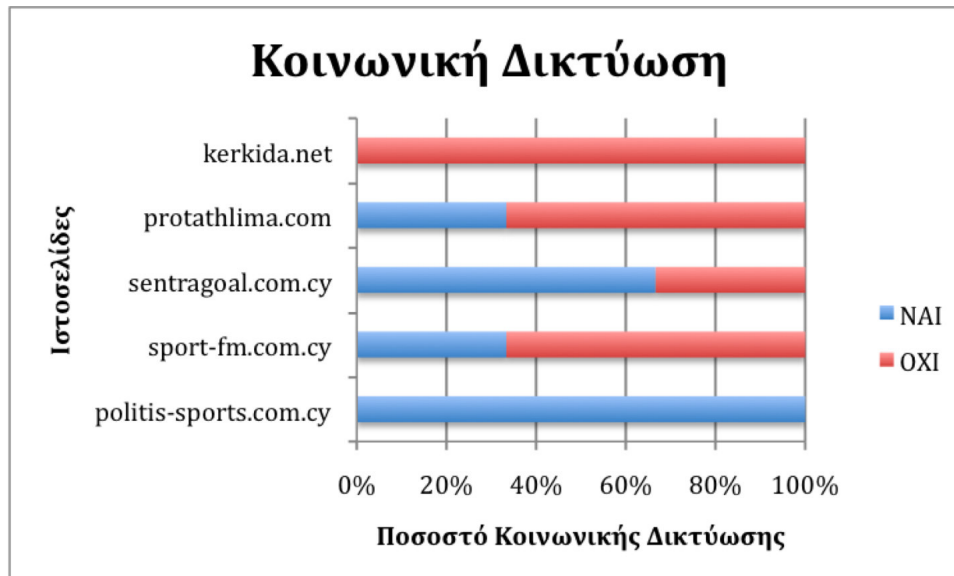
Εικόνα 7: Ειδικά διαδικτυακά χαρακτηριστικά

Ειδικά διαδικτυακά χαρακτηριστικά έχουμε ονομάσει διάφορες εφαρμογές και υπηρεσίες που προσφέρει μια ιστοσελίδα και δεν μπορούσαν να κατηγοριοποιηθούν στους υπόλοιπους άξονες. Οι άξονες αυτοί αφορούν αν έχει η ιστοσελίδα χάρτη πλοήγησης, ώστε να γίνεται πιο εύκολη η πλοήγηση στην ιστοσελίδα, αν μπορεί ο χρήστης να μεγαλώσει το μέγεθος των γραμμάτων ενός άρθρου, ώστε να μπορούν να διαβάσουν άτομα που έχουν πρόβλημα με την όρασή τους. Άλλα χαρακτηριστικά που είναι σημαντικά και ενσωματώθηκαν στην ανάλυση περιεχομένου είναι η δυνατότητα RSS feed για να μπορεί ο αναγνώστης να ενημερώνεται κάθε φορά που υπάρχει νέα είδηση στην ιστοσελίδα και η παρουσίαση σχετικών, δημοφιλέστερων άρθρων και κατηγορία για την κάθε ομάδα, ώστε να μπορεί κανείς να διαβάσει όλες τις ειδήσεις που αφορούν τη συγκεκριμένη ομάδα. Αυτό έχει σκοπό την κατηγοριοποίηση των ειδήσεων ώστε να τις βρίσκει πιο εύκολα και γρήγορα ο αναγνώστης. Τέλος δίνεται η δυνατότητα εγγραφής μέλους στην ιστοσελίδα, που προσφέρει στον αναγνώστη περισσότερες ευκολίες και ίσως πρόσβαση σε αρχεία ή οτιδήποτε άλλο δεν μπορεί να έχει ένας απλός επισκέπτης.

Με βάση τα αποτελέσματα παρατηρούμε ότι τα ποσοστά των ειδικών διαδικτυακών χαρακτηριστικών κυμαίνονται σε μέτρια επίπεδα. Δεν υπάρχουν ούτε αρκετά ψηλά ποσοστά, ούτε αρκετά χαμηλά εκτός από την ιστοσελίδα *politis-sports.com.cy*, η οποία έχει ποσοστό μόλις 22%. Η διαδικτυακή εφημερίδα *sentragoal.com.cy* είναι πρώτη στα ειδικά διαδικτυακά χαρακτηριστικά καθώς παρέχει ποσοστό 80%.

Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό που προσφέρει το διαδίκτυο είναι η επιλογή γλώσσας. Παρατηρήθηκε ότι κανένας ιστότοπος δεν προσφέρει αυτή την επιλογή. Θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο να υπήρχε η επιλογή αλλαγής γλώσσας, ειδικά σε ένα τομέα όπου είναι ο αθλητισμός και ειδικότερα το ποδόσφαιρο στην Κύπρο όπου αγωνίζονται αρκετοί ξένοι ποδοσφαιριστές. Αρκετός κόσμος και ιδιαίτερα ξένοι δημοσιογράφοι ασχολούνται με το ποδόσφαιρο στην Κύπρο, όπου αναμεταδίδουν κυρίως την απόδοση των ποδοσφαιριστών της χώρας τους στα δικά τους μέσα ενημέρωσης.

6.2.5 Κοινωνική Δικτύωση



Εικόνα 8: Κοινωνική Δικτύωση

Η κοινωνική δικτύωση είναι η νέα τάση της μόδας που έχει επηρεάσει τη μεγαλύτερη μάζα χρηστών του διαδικτύου και ειδικά άτομα νεαρής ηλικίας. Περισσότεροι από 500 εκατομμύρια χρήστες είναι εγγεγραμμένοι μόνο στο κοινωνικό δίκτυο facebook (Press Room, 2011). Από αυτό καταλαβαίνουμε πόσο πολύ έχουν εισχωρήσει στην προσωπική μας ζωή τα κοινωνικά δίκτυα. Αρκετές διαδικτυακές ιστοσελίδες έχουν ενσωματώσει στις ιστοσελίδες τους εφαρμογές που προσφέρουν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να διαφημίζουν την ιστοσελίδα τους ή ακόμα και για να ενημερώνουν το κοινό τους μέσα από αυτές.

Οι εφαρμογές που μπορεί να παρέχει μια ιστοσελίδα για τα κοινωνικά δίκτυα είναι η δυνατότητα του χρήστη να προωθήσει ένα άρθρο που παρουσιάζει η ιστοσελίδα στα κοινωνικά δίκτυα όπως είναι το Facebook, το Twitter, το MySpace κ.λπ. Άλλη εφαρμογή είναι να παρέχεται η δυνατότητα παρουσίασης μιας είδησης μέσα από τον προσωπικό λογαριασμό κοινωνικής δικτύωσης του χρήστη, που έχει ως αποτέλεσμα την άμεση ενημέρωσή του για τις τρέχουσες ειδήσεις χωρίς να χρειάζεται να επισκεφθεί την ιστοσελίδα για να γνωρίζει πότε έχει γίνει ανανέωση. Τέλος ο χρήστης μπορεί να μοιραστεί ένα άρθρο που του άρεσε με τους υπόλοιπους «φίλους» που έχει στο κάθε κοινωνικό δίκτυο.

Με βάση το αποτέλεσμα αυτής της έρευνας βλέπουμε ότι οι κυπριακές αθλητικές ιστοσελίδες υστερούν στην ένταξη των ιστοσελίδων τους στην κοινωνική δικτύωση. Η ιστοσελίδα politis-sports.com.cy παρατηρούμε ότι παρέχει όλες τις υπηρεσίες που προσφέρει η κοινωνική δικτύωση, όπως τις αναλύσαμε πιο πάνω. Ο λόγος για τον οποίο είναι η μόνη ιστοσελίδα που παρέχει όλες τις υπηρεσίες αυτές είναι ότι πρόσφατα ανανέωσε την ιστοσελίδα της και εκσυγχρονίστηκε με βάση τις ανάγκες της αγοράς και του κοινού. Στη συνέχεια ακολουθεί η ιστοσελίδα sentragoal.com.cy με

ποσοστό 67%, οι ιστοσελίδες sport-fm.com.cy και protathlima.com με ποσοστό 33% και τέλος η αθλητική πύλη kerkida.net, η οποία δεν προσφέρει καμιά υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΘΕΜΑΤΑ ΠΡΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ

Η έλευση των νέων μέσων επικοινωνίας και μετάδοσης έχουν επιφέρει αρκετές αλλαγές τόσο στον τρόπο που λαμβάνουμε τα μηνύματα, όσο και στην παρουσίαση τους. Η ανάπτυξη του διαδικτύου έχει επηρεάσει αρκετούς τομείς της κοινωνικής δραστηριότητας, μεταξύ των οποίων είναι η έντυπη δημοσιογραφία και κυρίως η εφημερίδα.

Για να υπάρχει μέλλον για την εφημερίδα, τόσο στην έντυπη μορφή της όσο και στο διαδίκτυο (ειδικά η έντυπη εφημερίδα η οποία κινδυνεύει περισσότερο, όπως αναφέρεται από αρκετούς ερευνητές), θα πρέπει γίνουν κάποιες καινοτόμες ενέργειες έτσι ώστε να μην αντιγράφει το ένα μέσο το άλλο, αλλά να συνυπάρχουν και να συμπληρώνει το ένα μέσο τις αδυναμίες του άλλου. Αν κάτι τέτοιο δεν επιτευχθεί, αργά ή γρήγορα θα φτάσουμε στο τέλος της έντυπης εφημερίδας γιατί όπως έχει ειπωθεί κατά καιρούς δεν μπορεί να συναγωνιστεί τις δυνατότητες που προσφέρει το διαδίκτυο.

Σε αρκετές χώρες αναγγέλλεται ότι έχει φτάσει το τέλος της έντυπης εφημερίδας ή έστω ότι περνά μια περίοδο σοβαρής κρίσης. Στην Κύπρο παρατηρούμε ότι βρισκόμαστε σε μια μεταβατική περίοδο, αφού από την έντυπη εφημερίδα έχουν εισέλθει οι νέες τεχνολογίες στη ζωή μας. Όπως φάνηκε από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, οι διαδικτυακοί ιστοχώροι παρέχουν αρκετά διαδικτυακά χαρακτηριστικά, ωστόσο χρειάζονται περαιτέρω ανάπτυξη για να αντεπεξέλθουν στις ανάγκες της σύγχρονης εποχής και να οριστικοποιηθεί η μετάβαση από την έντυπη στη διαδικτυακή δημοσιογραφία.

Κατά την άποψή μου το διαδίκτυο προσφέρει τεράστιες δυνατότητες στον τομέα της πληροφόρησης και γενικότερα στον κόσμο της εφημερίδας. Θεωρώ ότι είναι σε θέση να αντικαταστήσει επάξια και με το παραπάνω την έντυπη εφημερίδα. Αυτό ίσως γίνει κατορθωτό στο μέλλον όταν η σημερινή νεολαία, με τις γνώσεις και τον εθισμό που έχει στις νέες τεχνολογίες, θα προτιμά να ενημερώνεται διαδικτυακά μέσα από συσκευές, όπως κινητά τηλέφωνα και gadgets. Οι συσκευές αυτές σίγουρα στα επόμενα χρόνια θα είναι πιο εξελιγμένες με περισσότερες δυνατότητες και σε συνδυασμό με την ανάπτυξη του διαδικτύου και την πρόσβαση από οποιοδήποτε σημείο η έντυπη εφημερίδα θα χάσει τελείως τη δύναμή της.

Παρόλα αυτά μεγάλη δύναμη για το μέλλον της έντυπης εφημερίδας έχουν οι εκδοτικοί οίκοι. Από τη στιγμή που υπάρχουν οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα, η εφημερίδα πάντα θα βρίσκεται εκεί. Οι εκδοτικοί οίκοι χρησιμοποιούν τεχνικές έτσι ώστε να έχουν περισσότερες πωλήσεις και μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα. Όπως κατέδειξε η παρούσα έρευνα, η μεγαλύτερη ανάλυση στα άρθρα της έντυπης εφημερίδας, όπως επίσης η δυνατότητα να κρατούν οι εφημερίδες “κρυφές” ορισμένες ειδήσεις, παρέχοντάς τις πρώτα στις έντυπες εφημερίδες και μετά στο διαδίκτυο, είναι δύο σημεία που κρατούν την εφημερίδα ακόμα στη ζωή. Ωστόσο, αυτά τα ευρήματα περιγράφουν τη μέχρι στιγμής κατάσταση και μόνο ο χρόνος μπορεί να δείξει αν, και πότε, η έντυπη εφημερίδα θα φτάσει στο τέλος της.

Θα ήταν αρκετά χρήσιμο αυτή η έρευνα να επεκταθεί στο μέλλον. Υπάρχουν αρκετά άλλα στοιχεία που θα βοηθούσε ιδιαίτερα να μελετηθούν για να διερευνηθεί το μέλλον της έντυπης και της διαδικτυακής δημοσιογραφίας, όπως για παράδειγμα μια έρευνα κοινής γνώμης για το μέσο που προτιμά το κοινό για την ενημέρωσή του και γενικότερα μια εις βάθος ανάλυση των αναγκών του κοινού τόσο μέσα από την έντυπη εφημερίδα όσο και μέσα από το διαδίκτυο.

Επιπλέον, αν υπήρχε η δυνατότητα να συνεχιστεί αυτή η έρευνα, θα ήταν σημαντικό να ακολουθήσουμε την αντίθετη μεθοδολογία από αυτή της παρούσας έρευνας. Δηλαδή, θα ήταν σημαντικό να συλλέξουμε πρώτα τα δεδομένα από το διαδίκτυο και μετά να τα αναζητήσουμε και να κάνουμε τη σύγκριση με την έντυπη εφημερίδα. Με αυτό τον τρόπο θα μπορούμε να συγκρίνουμε δεδομένα από τις δυο έρευνες και, εκτός του ότι θα υπάρχει μεγαλύτερο δείγμα για

σύγκριση, θα εξετάσουμε τι συμβαίνει στα άρθρα του διαδικτύου. Πιο συγκεκριμένα, υπολογίζουμε ότι χάθηκαν αρκετά σημαντικά χαρακτηριστικά που προσφέρει το διαδίκτυο από αυτή την έρευνα, όπως για παράδειγμα η άμεση και συνεχής ενημέρωση των αθλητικών ιστοσελίδων.

Συνοψίζοντας η έντυπη εφημερίδα κατείχε σημαντική θέση στην κοινωνία καθώς είχε τη δύναμη να επηρεάζει την κοινή γνώμη και να ασκεί εξουσία. Θεωρείται ότι θα είναι μεγάλη η απώλεια της σε περίπτωση εξαφάνισής της και συχνά γίνεται λόγος ότι δεν πρέπει να χαθεί. Πέραν από το κύρος που κατείχε στην κοινωνία, κατά τη γνώμη μου δεν επηρεάζει σε τίποτα άλλο την κοινωνία, αφού το διαδίκτυο πιστεύω ότι μπορεί να την αντικαταστήσει επάξια.

Κλείνοντας αυτή την έρευνα και αφού είδαμε σε ποιό σημείο βρίσκεται τόσο η έντυπη, όσο και η διαδικτυακή εφημερίδα στην Κύπρο, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι μόνο με το πέρασμα του χρόνου θα είμαστε σε θέση να πούμε με σιγουριά ότι έχουμε περάσει οριστικά και αμετάκλητα από την έντυπη εφημερίδα στην «ενημέρωση με ένα κλικ».

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

«Θα σταματήσουμε να τυπώνουμε τους New york times» ☒.(Παρασκευή, 10 Σεπτεμβρίου 2010

16:34). Retrieved from <http://www.emea.gr/article/96465.html>

Beckett Charlie. (2008). *SuperMedia: Saving journalism so it can save the world* Blackwell.

Casison Jeanie. (2002). Information society. *Incentive*, 176(7), 6.

Doudaki Vaia, Leandros Nikos, & Michailidou Martha. CHANGING VALUE PROPOSITIONS IN THE ONLINE AND PRINT EDITIONS OF GREEK NATIONAL NEWSPAPERS.

Fortunati L, Sarrica M, O'Sullivan J, Balcytiene A, Harro-Loit H, Macgregor P, et al. (2009). The

influence of the internet on european journalism., May 5, 2011.

Leandros Nikos, & Doudaki Vaia. (2009,). General interest and specialized newspapers' business models and their impact on print and online content.

Nikos Leandros, & Vaia Doudaki. (2007). New and old journalistic practices in the internet era: Opportunities and constraints
New and old journalistic practices in the internet era: Opportunities and constraints.

Poulet Bernard. (2009). *Το τέλος των εφημερίδων και το μέλλον της ενημέρωσης* Πόλις.

Press room. (2011). Retrieved May 5, 2011, from <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

Richard Van Der Wurff & Edmund Lauf (Ed.). (2005). *Print and online newspapers in europe: A comparative analysis in 16 countries* Het Sounhuis.

Roussou Nayia. (2005). Newspapers: Print news and their online twins. ()

Ted Nelson Discovers Hypertext. (2009). Retrieved March 10, 2011, from http://www.livinginternet.com/w/wi_nelson.htm

Webster, F. (1995). *Theories of the information society* Routledge.

Wenner, Lawrence A. Παπαθανασόπουλος, Στέλιος. Μεταξά, Κάτια. (2003). *Αθλητισμός και μέσα μαζικής επικοινωνίας* Καστανιώτης.

World Intenet Project Cyprus. (2010). Retrieved May 10, 2011, from <http://ktisis.cut.ac.cy/handle/10488/4758>

Δεμερτζής, Ν., Γιαλαμάς, Β., Δουδάκη, Β., Κύζα, Ε., Κυριακίδης, Χ., Μηλιώνη, Δ., et al. (2010). World internet project cyprus., May 10, 2011.

Έχουν μέλλον οι εφημερίδες;. (2010). Retrieved March 5, 2011, from <http://www.sigmalive.com/inbusiness/news/communication/307395>

Ιωσηφίδης Θεόδωρος. (2008). *Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες* Κριτική.

Κάλλας Γιάννης. (2006). Η ανάδυση μια οικονομίας της πληροφορίας. *Η κοινωνία της πληροφορίας και ο νέος ρόλος των κοινωνικών επιστημών* (pp. 20-21) Νεφέλη.

Παπαθανασόπουλος, Σ. (2004). Πολιτική και ΜΜΕ : η περίπτωση της Νότιας Ευρώπης /. () Καστανιώτης.

Πισιάρα Ερατώ. (2010). Έχουν μέλλον οι εφημερίδες; Retrieved from

<http://www.sigmalive.com/inbusiness/news/communication/307395>

Σοφοκλέους, Α. Κ. (1995-2006). Συμβολή στην Ιστορία του Κυπριακού Τύπου. (Τόμος Α' 1878-1890, Τόμος Δ' 1914-1931 ed.,) Νικοκλής.

Σοφοκλέους, Α. Κ. (2008). Το διαδίκτυο στην Κύπρο. *Τα Κυπριακά Μέσα Μαζικής Μνημέρωσης* () Νικοκλής.

Επιλεγθείσες Ιστοσελίδες για ανάλυση περιεχομένου:

www.sport-fm.com.cy

www.politis-sports.com

www.sentragoal.com.cy

www.protathlima.com

www.kerkida.net