

Παρέμβαση Α. Χριστοδουλίδη, Συμβούλου Προέδρου-Γενικού Διευθυντή ΑΠΕ/ΜΠΕ.αε.

Εκδηλώσεις για Παγκόσμια Ημέρα Ευχρηστίας

Αθήνα 11/11/2009

Πού βρισκόμαστε σήμερα ;

Ο γνωστός μεγαλοεκδότης Rupert Murdoch συνοψίζει χαρακτηριστικά τη νέα εποχή λέγοντας:

«..Μια δραματική επανάσταση συντελείται στο χώρο των ΜΜΕ και δεν αφορά τους τηλεοπτικούς παρουσιαστές, ούτε τα σκάνδαλα στις εφημερίδες, ούτε τους ενσωματωμένους δημοσιογράφους .Η επανάσταση αυτή αφορά τον τρόπο με τον οποίον η νέα γενιά αναζητεί, συλλέγει , αποθηκεύει και αξιοποιεί τις ειδήσεις» .

Οι νέοι είναι φανερό ότι θέλουν τις ειδήσεις-ενημερωμένες- την ώρα που αυτοί έχουν χρόνο να τις αναζητήσουν και όταν αυτές τους εξυπηρετούν. Θέλουν ακόμα να ερευνούν, να αμφισβητούν τα όσα τους διοχετεύονται και να προσφέρουν μια διαφορετική οπτική με την αμφίδρομη επικοινωνία και τα «μπλοκ» τους. Αναζητούν το διάλογο! «Κοντολογίς θέλουν να ελέγχουν αυτοί τα Μέσα και όχι τα ΜΜΕ να ελέγχουν αυτούς» καταλήγει ο Αυστραλός μεγιστάνας.

(Αξίζει να σημειώσουμε δύο πρόσφατες έρευνες σχετικά με τη χρήση του διαδικτύου στην Ελλάδα: Η πρώτη πανευρωπαϊκή , της Internet & Mobile MC DC", αποκαλύπτει ότι το 63% των Ελλήνων χρηστών έχει δημιουργήσει προφίλ σε κάποια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης (social networking) και το 33% ανανεώνει καθημερινά το προφίλ του.

Η δεύτερη του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου έδειξε ότι 8 στους 10 μαθητές της Ε' και Στ' δημοτικού χρησιμοποιούν ηλεκτρονικούς υπολογιστές και το 65% από αυτούς έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο.)

Ψηφιακή εποχή και ΜΜΕ

-Πολλαπλά ΜΜΕ, παραδοσιακά και νέα, που ανταγωνίζονται σε μια οικονομικά κρίσιμη περίοδο. Η αξία των ειδήσεων περιορίζεται.

-Αλλαγές τεχνολογικές και πολιτιστικές που διαμορφώνουν ένα εντελώς νέο τοπίο για τα ΜΜΕ αλλά και ένα εντελώς νέο επιχειρηματικό μοντέλο. Οι επιχειρήσεις monomedia μετατρέπονται σε multimedia επιχειρήσεις .

-Τα νέα ΜΜΕ (διαδίκτυο, κινητή τηλεφωνία ,ψηφιακή τηλεόραση και ραδιόφωνο) αναπτύσσονται γρήγορα και αλλάζουν τόσο τις ανάγκες όσο και τις συνήθειες των πολιτών και την σχέση τους με τα ΜΜΕ , όσο και τον τρόπο εργασίας των δημοσιογράφων.

-Προσφέρθηκαν σημαντικά εργαλεία για τη δημοσιογραφική κάλυψη (δορυφορικές και ασύρματες συνδέσεις, άμεση μετάδοση βιντεοκειμένου ,φωτογραφιών, ήχου) .

-Πολλαπλασιάστηκαν οι πηγές . Οι πολίτες δεν είναι πια απλοί δέκτες αλλά και συμμετοχοί . (Blogs, Twitter etc)

Το «ακροατήριο» αυτονομείται, απομαζικοποιείται

,εξατομικεύεται και κινητοποιείται-ενεργοποιείται διαδραστικά. Ολοι μας γινόμαστε πομποί και δέκτες.

(Hans -Georg Gadamer , J.D.Lasica)

-Η συνεχής επιμόρφωση-εκπαίδευση είναι αναγκαία για την αντιμετώπιση των αλλαγών και την παρακολούθηση των εξελίξεων.

Προτεραιότητες επιχειρήσεων ΜΜΕ

Μια πρόσφατη έρευνα από την IFRA (διεθνής οργάνωση που ασχολείται με τεχνολογία ΜΜΕ) έδειξε, μεταξύ άλλων ότι:

-Το 63,85% των υπευθύνων πιστεύει ότι είναι αναγκαία να διευρυνθεί ή να αλλάξει πλήρως πολιτική των ΜΜΕ στο διαδίκτυο.

-Το 60,77% υποστηρίζει την ανάγκη δημιουργίας νέων ομάδων αναγνωστών και νέων αγορών.

-Το 42,31% πιστεύει ότι είναι αναγκαίο το περιεχόμενο σε βίντεο και audio

-Το 33,8% υποστηρίζει τις συγχωνεύσεις, την αναγκαιότητα νέων επενδύσεων και τη δημιουργία θυγατρικών για επιμέρους θέματα.

Θα μπορούσαμε συμπερασματικά να πούμε ότι οι αλλαγές στο χώρο των ΜΜΕ οδηγούν:

Σε σημαντικές αγορές , συγχωνεύσεις ,συνέργειες των διαφόρων ΜΜΕ (Αυτό δημιουργεί φόβους για δημιουργία εκδοτικών μονοπωλίων. Βλέπε και συζητήσεις στην ΕΕ) ,στην πολυμεσική λειτουργία και στην πλήρη αξιοποίηση των νέων ΜΜΕ (διαδίκτυο ,κινητή τηλεφωνία) και στον πολυκερματισμό του κοινού.

Οι τάσεις αυτές επιβάλλουν :

-Αλλαγή της δομής των ΜΜΕ (επιστροφή στην κεντρική μονάδα και από εκεί διάχυση σε όλα τα ΜΜΕ- multimedia desk)

-Αλλαγή του τρόπου δουλειάς του δημοσιογράφου (πολυμεσική κάλυψη) . Ηδη σε διάφορες χώρες δημιουργήθηκαν Πανεπιστημιακά Τμήματα για τέτοια εκπαίδευση.

-Αλλαγή στην φιλοσοφία των ΜΜΕ ,του περιεχομένου και της επαφής με τους πολίτες. Διαδραστική επικοινωνία ,άμεση επαφή.

Σύμφωνα με τον καθηγητή James Cornford (University of Newcastle Upon Tyne) αυτοί που πραγματικά προσπαθούν να ενσωματώσουν (integrate) τα νέα ΜΜΕ στην τοπική οικονομία π.χ. προετοιμάζοντας άλλες επιχειρήσεις να τα αξιοποιήσουν, έχουν την μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχίας.

Το ΑΠΕ-ΜΠΕ

Το ΑΠΕ-ΜΠΕ είναι το εθνικό πρακτορείο της χώρας μας. Από το 1994 είναι μια ανώνυμη δημόσια επιχείρηση και σκοπός της είναι :

-- Η συλλογή, επεξεργασία και αξιολόγηση εσωτερικών και διεθνών ειδήσεων, φωτογραφικού και τηλεοπτικού υλικού και η διανομή τους σε όλα τα ΜΜΕ στην Ελλάδα, την Κύπρο και την Ομογένεια.

-- Η ενημέρωση των αλλοδαπών είτε αυτοί κατοικούν στην Ελλάδα, είτε βρίσκονται στο εξωτερικό και η μετάδοση ειδήσεων, σχετικά με τα κύρια πολιτικά, οικονομικά, πολιτιστικά και αθλητικά γεγονότα στη χώρα μας.

Το ΑΠΕ/ΜΠΕ :

-Απασχολεί σήμερα πάνω από 300 άτομα, από τα οποία το 80% δημοσιογράφοι

-Διαθέτει γραφεία στις Βρυξέλλες, την Λευκωσία, την Κωνσταντινούπολη και το Βερολίνο ενώ διαθέτει ανταποκριτές σε άλλες 12 χώρες.

-Διαθέτει πλήρες φωτογραφικό τμήμα

-Από το 2007 διαθέτει ένα μικρό στούντιο παραγωγής τηλεοπτικών ειδήσεων ,τρία συνεργεία κάμεραμαν και δύο μονάδες μοντάζ.

Το ΑΠΕ/ΜΠΕ αποτελεί την κύρια πηγή διεθνών γεγονότων για όλα τα ελληνικά ΜΜΕ και τη μοναδική πηγή διεθνών και εσωτερικών γεγονότων για πολλά περιφερειακά . Το ΑΠΕ/ΜΠΕ είναι επίσης η βασική ,αξιόπιστη ελληνική πηγή για ενημέρωση των ξένων, μέσω του Αγγλικού , Γαλλικού και Ρώσικου on-line δελτίου του και του καθημερινού ηλεκτρονικού αγγλόφωνου και γαλλόφωνου δελτίου που εκδίδει.

Το ΑΠΕ/ΜΠΕ δεν μπορούσε παρά να ακολουθήσει και αυτό τις εξελίξεις και τις αλλαγές που επέβαλλαν οι αλλαγές που αναφέραμε πιο πάνω.

Το ΑΠΕ/ΜΠΕ στο διαδίκτυο

Η παρουσία του ΑΠΕ-ΜΠΕ στο διαδίκτυο ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του '90 ,αναπτύχθηκε σημαντικά λίγο πριν τους Ολυμπιακούς αγώνες και από τότε ενισχύεται με τους εξής στόχους:

-Ικανοποίηση των παραδοσιακών συνδρομητών του (εφημερίδες ,ραδιόφωνα, τηλεοράσεις) αλλά και των νέων συνδρομητών του (κινητή τηλεφωνία, portals, internet sites) .

-Κάλυψη των θεμάτων με όλους τους τεχνικά δυνατούς τρόπους (πολυμεσική δηλαδή λειτουργία).

-Ενίσχυση των εσόδων του με διαφημιστικές καταχωρήσεις.

Η ιστοσελίδα του ΑΠΕ-ΜΠΕ πέρασε από πολλά στάδια . Ο σχεδιασμός και το περιεχόμενο της είχε τους εξής στόχους:

-Ταχύτητα αλλά και αξιοπιστία

-Σφαιρική και χωρίς προκαταλήψεις ενημέρωση.

Βασική αρχή του σχεδιασμού μιας εύχρηστης ιστοσελίδας σύμφωνα με τους ειδικούς είναι:

-Εύκολη χρήση

-Ευκολία στην περιήγηση

-Σιγουριά ότι ο χρήστης θα ολοκληρώσει την αναζήτηση του γρήγορα και χωρίς δυσκολίες

Ή αν θέλετε με τρεις λέξεις :

- Απλότητα (Simplicity)

-Ευκολία (ease)

-Ενδιαφέρον (interest)

(Η αλλιώς Functionality, labeling, usability).

Η ανανέωση της κεντρικής ιστοσελίδας του Αθηναϊκού -Μακεδονικού Πρακτορείου Ειδήσεων υλοποιήθηκε-πριν ένα χρόνο- λαμβάνοντας υπόψη ,πέραν των βασικών αυτών στόχων και των εξής παραμέτρων:

- Άμεση πρόσβαση των χρηστών στον μεγάλο όγκο πληροφοριών

- Προβολή της συνεχούς ροής ειδήσεων σε 24ωρη βάση

- Ανάδειξη των νέων υπηρεσιών (ιντερνετική τηλεόραση, ραδιόφωνο, θεματικές ιστοσελίδες)

- Αισθητική αναβάθμιση με σκοπό την προσέλκυση νέων επισκεπτών

- Καταχώρηση διαφημιστικών banner

Έχοντας τα παραπάνω υπόψη:

- Διατηρήθηκε η προτεραιότητα στην προβολή των κύριων ειδήσεων κατά τρόπο λειτουργικό και εύχρηστο.

Πιο αναλυτικά: Σε κεντρικό σημείο παρουσιάζονται 8 κύριες ειδήσεις, οι οποίες

καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο χώρο του site και μία μεγάλη φωτογραφία με λεξαντοκείμενο, 4 τίτλοι ειδήσεων και η καθημερινή ατζέντα των θεμάτων, οι δείκτες του χρηματιστηρίου και οι σημαντικότερες ειδήσεις της ημέρας σε τίτλους. Κατά την πλοήγησή του ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να επανέλθει στην αρχική σελίδα οποιαδήποτε στιγμή. Σε περίπτωση πολύ σημαντικής είδησης υπάρχει δυνατότητα αξιοποίησης δύο ειδήσεων για την καταχώρηση μιας.

Μερικές από τις ειδήσεις μας συνοδεύονται από βίντεο ενώ καθημερινά μεταδίδονται δύο βιντεοσκοπημένα δελτία ,με υπότιτλους για διευκόλυνση ατόμων με αναπηρία. Παράλληλα λειτουργεί το διαδικτυακό ραδιόφωνο με μουσική, ειδικά προγράμματα και ειδήσεις.

- Τροποποιήθηκε η σχεδίαση με παράλληλους στόχους την γρήγορη εξυπηρέτηση του χρήστη - συνδρομητή (στην ροή ειδήσεων) και την εύκολη πλοήγησή του επισκέπτη (σε τηλεόραση - ραδιόφωνο, εξειδικευμένες ιστοσελίδες).

- Κατηγοριοποιήθηκαν οι ειδήσεις σε ομάδες με αντίστοιχα δυναμικά μενού. (Τελευταία νέα σε τίτλους - Ανακοινώσεις τύπου)

Πιο αναλυτικά: Δημιουργώντας δυναμικά μενού έχουμε ως αποτέλεσμα την εξοικονόμηση και οργάνωση χώρου. (προτιμήθηκε μια διακριτική - ταξινομημένη παρουσίαση αντί μια προβολή πολλών πληροφοριών όπου θα ήταν κουραστική για τον χρήστη)

- Δόθηκε μεγαλύτερη έμφαση στις νέες υπηρεσίες του πρακτορείου που το καθιστούν ένα είδος «portal». Με τις συγκεκριμένες θεματικές ενότητες (Υγεία, Πολιτισμός, Αθλητισμός, Αυτοκίνητο, Αγροτικός κόσμος, Οικονομία, Τουρισμός, Τοπική Αυτοδιοίκηση, Ομογένεια, Ειδήσεις ΝΑ Ευρώπης) το πρακτορείο απευθύνεται πλέον όχι μόνο στον εξειδικευμένο χρήστη-δημοσιογράφο αλλά και στον απλό χρήστη του διαδικτύου.

- Επιλέχθηκε μια χρωματική ισορροπία με στόχο την αισθητική αρτιότητα και την ξεκούραση του επισκέπτη.

Πιο αναλυτικά: Η παρουσία πολυάριθμων διαφημιστικών banner που επικεντρώνουν την προσοχή του επισκέπτη και η ανεξάρτητη σχεδίαση των επί μέρους ιστοσελίδων οδήγησε στη δομή ενός βασικού κορμού με μια εξισορροπημένη λογική (χρωματική ισορροπία με βάση το μπλε χρώμα, σταθερές εικόνες και όχι κινούμενες).

- Ορίστηκαν συγκεκριμένοι χώροι για την προβολή των διαφημιστικών banners (οριζόντια και κάθετη παράθεση)

Και ενώ επιτεύχθηκαν οι περισσότεροι στόχοι εκείνο που μας δημιουργεί προβλήματα είναι η «πολιτική ισορροπία» που ακολουθεί η διεύθυνση του Πρακτορείου για να αποφύγει την κριτική και πιθανώς τις παρεμβάσεις της κυβέρνησης και των πολιτικών κομμάτων. Αυτή όμως η θέση οδηγεί σ' ένα σχεδιασμό που φαίνεται ομοιόμορφος και όχι ελκυστικός. Θεωρώ ,λοιπόν, σημαντική αδυναμία της ιστοσελίδας την καθημερινή

«πινακοθήκη» ,όπως την αποκαλώ των αρχηγών των πολιτικών κομμάτων. Καθημερινή- υποχρεωτική- παράθεση ειδήσεων από όλα τα κόμματα - στη σειρά ανάλογα με την κοινοβουλευτική δύναμή τους - και όχι ιεράρχηση ανάλογα με την δημοσιογραφική τους αξία. Βεβαίως οι σημαντικές ειδήσεις εκτός κομμάτων δεν απουσιάζουν αλλά δεν κυριαρχούν.

Ένα επίσης σημαντικό υστέρημα είναι η απουσία διαδραστικής λειτουργίας. Την αδυναμία αυτή ελπίζουμε να την καλύψουμε με μια πρότασή μας στην «Ψηφιακή Σύγκλυση» για τη δημιουργία μιας πλατφόρμας για νέους (TeenNews -Είσαι μέσα;) η οποία θα προσφέρει μια νέα εντελώς άποψη από πλευράς περιεχομένου, γραφής και παρουσίασης των ειδήσεων αλλά κυρίως θα δίνει τη δυνατότητα επικοινωνίας, συμμετοχής με σχόλια, ειδήσεις, φωτογραφίες ,βίντεο κλπ στους χρήστες και επιπλέον θα τους προσφέρει μέσω εκπαιδευτικών παιχνιδιών δυνατότητες απόκτησης γνώσεων στα θέματα της δημοσιογραφίας. Ελπίζουμε σύντομα να γίνει δεκτή η πρότασή μας η οποία θα ανανεώσει πλήρως την εικόνα που σας παρουσίασα και θα ανταποκρίνεται τόσο στις νέες ανάγκες αλλά και στη αισθητική της εποχής μας. Και ελπίζουμε στην συμμετοχή Ελληνικών Πανεπιστημίων αλλά και άλλων ελληνικών εταιρειών στη δημιουργία και ολοκλήρωση του περιεχομένου της νέας αυτής ιστοσελίδας.