



«Σύγχρονες Δημοσιογραφικές Σπουδές»

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

«Προγνωστική Δημοσιογραφία: Τρέχουσα
κατάσταση και ανάγκες εκπαίδευσης»

«Κωνσταντίνος Μαυρίκος»

Επιβλέπων Καθηγητής: «Ανδρέας Βέγλης»

Λαμία, «Ιούνιος», «2023»



«Προγνωστική Δημοσιογραφία: Τρέχουσα
κατάσταση και ανάγκες εκπαίδευσης»

«Κωνσταντίνος Μαυρίκος»

Επιβλέπων Καθηγητής:

«Ανδρέας Βέγλης»

«Καθηγητής & Διευθυντής του Εργαστηρίου
Εφαρμογών Πληροφορικής στα ΜΜΕ του
τμήματος Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ του
Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης»

Λαμία, «Ιούνιος», «2023»

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή (συγγραφέας/δημιουργός) που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διαμονή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταμόρφωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών δικαιωμάτων.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	1
Abstract.....	2
Συλλογιστική της Εργασίας.....	3
Σκοπός Εργασίας.....	4
Ερευνητικά Ερωτήματα.....	5
Περιορισμοί Εργασίας.....	6
Δομή Εργασίας.....	7
1.1 Διαδικτυακή Δημοσιογραφία.....	
1.1.1 Ιστορική Εξέλιξη.....	9
1.1.2 Εφαρμογή της διαδικτυακής δημοσιογραφίας.....	12
1.1.3 Χαρακτηριστικά της διαδικτυακής δημοσιογραφίας.....	14
1.1.4 Μελέτη περίπτωσης – η διαδικτυακή πλατφόρμα Substack.....	15
1.1.5 Η ιστορία του Ben.....	16
1.1.6 Η διαδικτυακή δημοσιογραφία στις Μαλδίβες.....	17
1.2 Δημοσιογραφία Δεδομένων.....	
1.2.1 Ιστορική εξέλιξη.....	20
1.2.2 Εφαρμογή της δημοσιογραφίας δεδομένων.....	24
1.2.3 Χαρακτηριστικά της δημοσιογραφίας δεδομένων.....	26
1.2.4 Μελέτη περίπτωσης – Ο προϋπολογισμός του Τράμπ.....	27
1.2.5 10 παραδείγματα δημοσιογραφίας δεδομένων.....	30
1.3 Προγνωστική Δημοσιογραφία.....	
1.3.1 Ιστορική εξέλιξη.....	36
1.3.2 Εφαρμογή της προγνωστικής δημοσιογραφίας.....	38
1.3.3 Χαρακτηριστικά της προγνωστικής δημοσιογραφίας.....	40
1.3.4 Μελέτη περίπτωσης - Εκλογές.....	41
1.3.5 Μελέτη περίπτωσης – Αθλητικό γεγονός.....	43
1.3.6 Μελέτη περίπτωσης – Πρόβλεψη του Covid.....	44
2. Εισαγωγή στο ερευνητικό κομμάτι.....	46

2.1 Άρθρα Προγνωστικής Δημοσιογραφίας.....	
2.1.1 Εκλογές 2023.....	50
2.1.2 Covid - 19.....	54
2.1.3 Eurovision.....	59
2.1.4 Πανελλήνιες 2022.....	63
2.1.5 Συμπεράσματα.....	67
2.2 Σχολές Δημοσιογραφίας στην Ελλάδα.....	
2.2.1 Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου....	68
2.2.2 Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.....	74
2.2.3 Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας.....	80
2.2.4 Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου.....	85
2.2.5 Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων της Σχολής Κοινωνικών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας.....	86
2.2.6 Συμπεράσματα.....	86
Συμπεράσματα.....	87
Βιβλιογραφικές Αναφορές.....	90

Περίληψη

Η Προγνωστική Δημοσιογραφία αποτελεί τον «πυρήνα» της παρούσας μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας, καθώς είναι ένας νέος αναπτυσσόμενος και πολλά υποσχόμενος δημοσιογραφικός κλάδος.

Η Προγνωστική Δημοσιογραφία αποτελεί την φυσική εξέλιξη της Διαδικτυακής Δημοσιογραφίας αλλά και της Δημοσιογραφίας Δεδομένων. Η εργασία ξεκίνησε από τους δύο προαναφερθέντες κλάδους για να φτάσει τελικά στο νέο «μέλος» της δημοσιογραφικής οικογένειας και να εστιάσει εκεί. Για κάθε κλάδο αναλύθηκε, η ιστορική του εξέλιξη, το πώς εφαρμόζεται, τα κύρια χαρακτηριστικά που το κάνουν διαφορετικό από τα υπόλοιπα, ενώ παράλληλα αναφέρθηκε και κάποιο παράδειγμα του εκάστοτε μέλους ώστε να γίνει πλήρως κατανοητό το θεωρητικό κομμάτι.

Στη συνέχεια της εργασίας, και αφού ολοκληρώσαμε την θεωρητική προσέγγιση της εργασίας, μεταπηδήσαμε στο ερευνητικό πλαίσιο, εκεί που εστιάσαμε σε παραδείγματα εφαρμογής της Προγνωστικής Δημοσιογραφίας αλλά και στις ανάγκες εκπαίδευσης που απαιτούνται για τον συγκεκριμένο κλάδο, όπου έγινε ειδική αναφορά στις πανεπιστημιακές σχολές Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης που υπάρχουν στην Ελλάδα και πώς αυτές μέσω των μαθημάτων τους, μπορούν να εξάγουν τους νέους «εν δυνάμει» δημοσιογράφους της χώρας.

Λέξεις – κλειδιά: Διαδικτυακή Δημοσιογραφία, Δημοσιογραφία Δεδομένων, Προγνωστική Δημοσιογραφία

KONSTANTINOS MAVRIKOS

Abstract

Predictive Journalism is the “core” of this master's thesis, as it is a new developing and promising journalistic sector.

Predictive Journalism is the natural evolution of both Online Journalism and Data Journalism. The thesis started from the two aforementioned sectors to finally reach the new “member” of the journalistic family and focus on it. For each sector, several things were analyzed; for example, its historical evolution, how it is applied and the main characteristics that make it different from the rest. At the same time, an example of each sector was mentioned so that the theoretical part could be fully understood.

Further down in the thesis, after completing its theoretical approach, we proceeded to the research context, where we focused on examples of the application of Predictive Journalism as well as on the training needs required for the specific sector. At this point, a special reference was made to the university media schools that exist in Greece and how, through their courses, they can “shape” the country's young “potential” journalists.

Key Words: Online Journalism, Data Journalism, Predictive Journalism

Συλλογιστική της Εργασίας

Ο λόγος που αποφασίστηκε να αναλυθεί το συγκεκριμένο θέμα και να εστιάσουμε στην Προγνωστική Δημοσιογραφία ήταν επειδή πρόκειται για έναν πολύ σημαντικό κλάδο της Δημοσιογραφίας που κατέχει καταλυτικό ρόλο στις καθημερινές εξελίξεις μιας κοινωνίας και γιατί διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στο σχηματισμό μιας κοινής γνώμης, επηρεάζοντας πολλούς τομείς της καθημερινότητας. Θέλαμε να καταστήσουμε σαφές πώς εξελίχθηκε η Δημοσιογραφία για να φτάσουμε στον συγκεκριμένο κλάδο.

Για αυτό άλλωστε, στο κομμάτι της έρευνας παρουσιάσαμε αρκετά παραδείγματα που εξηγούν διεξοδικά το πόσο χρήσιμη είναι η Προγνωστική Δημοσιογραφία καθώς «πιάνει» τον «παλμό» της κοινωνίας και παράλληλα βοηθήσαμε στο να αντιληφθεί κάποιος το πώς λειτουργεί σαν κλάδος έχοντας ως βασικό συστατικό του τις προβλέψεις.

Τέλος, μέσα από αυτό το θέμα, δείξαμε πως η Εκπαίδευση και η Δημοσιογραφία είναι δύο αλληλένδετοι κλάδοι, όπου μέσω της συνεργασίας τους μπορούν να γίνουν σπουδαία πράγματα και να «γεννηθούν» σπουδαίοι δημοσιογράφοι.

Σκοπός Εργασίας

Ο σκοπός που αποφασίστηκε η σύνταξη της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η παρουσίαση στο ευρύ κοινό ενός νέου αναπτυσσόμενου δημοσιογραφικού κλάδου, αυτού της Προγνωστικής Δημοσιογραφίας.

Ο συγκεκριμένος κλάδος μέσω των προβλέψεων που γίνονται για διάφορους τομείς της καθημερινότητας, μπορεί να καθορίσει τα μέγιστα στο σχηματισμό άποψης των πολιτών και να καθορίσει έτσι τις εξελίξεις. Είναι ένας κλάδος πολλά υποσχόμενος και αυτός είναι ένας λόγος που κέντρισε το ενδιαφέρον μου ώστε να ασχοληθώ μαζί του. Ξεκινώντας την εργασία από την από την Διαδικτυακή Δημοσιογραφία και την Δημοσιογραφία Δεδομένων, καταλήξαμε στην Προγνωστική Δημοσιογραφία, παρουσιάζοντας κάποια παραδείγματα για την πλήρη κατανόησή της.

Στη συνέχεια, αναλύθηκαν κάποια άρθρα Προγνωστικής Δημοσιογραφίας, ώστε οι αναγνώστες αυτής της εργασίας να εμπεδώσουν τα χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου κλάδου αλλά και να κατανοήσουν το πώς λειτουργεί αυτός ο κλάδος και το πώς εκπονούνται άρθρα του. Ακόμη, παρουσιάστηκαν οι πανεπιστημιακές σχολές Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης της χώρας που εστιάζουν με τα μαθήματά τους στην Προγνωστική Δημοσιογραφία ώστε να εκπαιδεύσουν κατάλληλα τους εν δυνάμει νέους δημοσιογράφους. Έτσι θα φανεί κατά πόσο είναι επαρκής ή ελλιπής η εκπαίδευση αυτών μέσα από την φοιτητική τους εκπαίδευση.

Έτσι, η εργασία αυτή, όχι μόνο δίνει «βήμα» στην Προγνωστική Δημοσιογραφία αλλά παρουσιάζει παράλληλα κάποια άρθρα της αλλά και τις ανάγκες Εκπαίδευσης που απαιτούνται ώστε να εξελιχθεί ακόμα περισσότερο ως δημοσιογραφικός κλάδος.

Ερευνητικά Ερωτήματα

Η παρούσα διπλωματική εργασία εστιάζει στην Προγνωστική Δημοσιογραφία, ωστόσο αναλύει παράλληλα και την Διαδικτυακή Δημοσιογραφία αλλά και την Δημοσιογραφία Δεδομένων. Η ανάλυση αυτών των τριών κλάδων γίνεται στο θεωρητικό κομμάτι. Στο κομμάτι της έρευνας, παρουσιάζονται άρθρα Προγνωστικής Δημοσιογραφίας που επιχειρούν να καταστήσουν σαφή όσα ειπώθηκαν στο θεωρητικό πλαίσιο και να γίνει η μεταπήδηση από την θεωρία στην πράξη. Ακόμα, στο δεύτερο σκέλος της έρευνας, αναλύονται οι πανεπιστημιακές σχολές Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης που υπάρχουν στην Ελλάδα και το πώς αυτές παρέχουν την κατάλληλη εκπαίδευση αλλά και τα κατάλληλα εφόδια στους φοιτητές που θέλουν να ασχοληθούν με την Προγνωστική Δημοσιογραφία μέσω των κατάλληλων μαθημάτων.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που υπάρχουν στην παρούσα εργασία και απαντώνται σε αυτή είναι τα εξής:

- 1) Τι είναι η Διαδικτυακή Δημοσιογραφία, ποια τα χαρακτηριστικά της και πώς εφαρμόζεται?
- 2) Τι είναι η Δημοσιογραφία Δεδομένων, ποια τα χαρακτηριστικά της και πώς εφαρμόζεται?
- 3) Τι είναι η Προγνωστική Δημοσιογραφία, ποια τα χαρακτηριστικά της και πώς εφαρμόζεται?
- 4) Ποια είναι η κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα γύρω από την Προγνωστική Δημοσιογραφία?
- 5) Τα ελληνικά Πανεπιστήμια και οι σχολές Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, μέσω των μαθημάτων τους, καλύπτουν τις ανάγκες των φοιτητών τους που επιθυμούν να ασχοληθούν επαγγελματικά με το συγκεκριμένο δημοσιογραφικό κλάδο?

Περιορισμοί Εργασίας

Η παρούσα διπλωματική εργασία χωρίζεται σε δύο βασικούς άξονες. Στον πρώτο άξονα, υπάρχει η θεωρητική προσέγγιση τριών βασικών κλάδων της Δημοσιογραφίας που είναι η Διαδικτυακή Δημοσιογραφία, η Δημοσιογραφία Δεδομένων αλλά και η Προγνωστική Δημοσιογραφία. Στον δεύτερο άξονα, υπάρχει η ερευνητική προσέγγιση που αναλύονται άρθρα Προγνωστικής Δημοσιογραφίας και γίνεται μια σύγκριση των χαρακτηριστικών τους αλλά και μια αναφορά στις πανεπιστημιακές σχολές Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης της χώρας που εστιάζουν στην Προγνωστική Δημοσιογραφία. Ως προς το θεωρητικό πλαίσιο, οι βιβλιογραφικές αναφορές μας κάλυψαν στο έπακρο και μας βοήθησαν στη σύνθεση και τη σύνταξη της εργασίας. Ως προς το ερευνητικό πλαίσιο, οι περιορισμοί που υπήρξαν αφορούσαν τις σχολές του Αργοστολίου και της Καστοριάς, μιας και δεν υπήρχε αρκετή πληροφορία και ενημέρωση για τα μαθήματα που έχουν αλλά και την εκπαίδευση που παρέχουν στους φοιτητές τους.

Δομή Εργασίας

Η εργασία αναλύεται σε δύο βασικούς άξονες. Στο πρώτο κομμάτι υπάρχει το θεωρητικό πλαίσιο αυτής, ενώ στη συνέχεια, το ερευνητικό που εστιάζει στην Προγνωστική Δημοσιογραφία και επεξηγεί την λειτουργία του αλλά και τις ανάγκες εκπαίδευσης που χρειάζονται όσοι ασχολούνται με αυτό.

Το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας εστιάζει στη Διαδικτυακή Δημοσιογραφία. Αναλύει την ιστορική της εξέλιξη, το πώς μπορεί να εφαρμοστεί, ποια έχει ως βασικά της χαρακτηριστικά και επισημαίνεται ως παράδειγμα η ιστορία του Ben αλλά και το τι ισχύει στις Μαλδίβες.

Το δεύτερο κεφάλαιο αναλύει την Δημοσιογραφία Δεδομένων. Και σε αυτό το κεφάλαιο υπάρχει η ιστορική εξέλιξη του είδους, το πώς εφαρμόζεται αλλά και τα βασικά του χαρακτηριστικά. Το παράδειγμα εδώ εστιάζει στον Τράμπ ενώ μέσα από εικόνες παρουσιάζονται και άλλα παραδείγματα Δημοσιογραφίας Δεδομένων.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται λόγος για την Προγνωστική Δημοσιογραφία, που αποτελεί και βασικό θέμα όλης της εργασίας. Και εδώ το κεφάλαιο αναπτύσσεται με την ιστορική εξέλιξη του είδους, το πώς εφαρμόζεται αλλά και την παρουσίαση των βασικών του χαρακτηριστικών. Ως παραδείγματα κατανόησης της Προγνωστικής Δημοσιογραφίας είναι οι εκλογές, η πανδημία του Covid-19 αλλά και ένα αθλητικό γεγονός.

Στο σημείο αυτό ολοκληρώνεται το θεωρητικό κομμάτι της εργασίας και περνάμε στο ερευνητικό. Η έρευνά μας εστιάστηκε σε δύο μέρη. Τα δύο αυτά μέρη αναλύθηκαν σε δύο κεφάλαια, το 4^ο και το 5^ο. Πιο αναλυτικά, στο τέταρτο κεφάλαιο, αναλύθηκαν διεξοδικά άρθρα Προγνωστικής Δημοσιογραφίας για να γίνει κατανοητή η χρήση αυτού του δημοσιογραφικού κλάδου στην καθημερινότητά μας. Τα άρθρα που αναλύθηκαν είχαν ως θεματολογία τους τις Εκλογές 2023, την πανδημία του Covid-19, την Eurovision αλλά και τις Πανελλήνιες Εξετάσεις 2023. Στο τέλος του κεφαλαίου, υπάρχει ένας πίνακας που συγκρίνει αυτά τα άρθρα και ένα τελικό συμπέρασμα που αφορά τα χαρακτηριστικά Προγνωστικής Δημοσιογραφίας.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, η έρευνά μας, εστιάζει στις ανάγκες εκπαίδευσης που υφίσταται η Προγνωστική Δημοσιογραφία. Για τον λόγο αυτό αναλύει τις πανεπιστημιακές σχολές Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης που υπάρχουν στη χώρα, μιλώντας για το πότε ιδρύθηκαν, τι ειδικεύσεις-επιλογές παρέχουν στους φοιτητές τους αλλά και ποια μαθήματά τους εστιάζουν περισσότερο στην Προγνωστική Δημοσιογραφία.

Στο τέλος της εργασίας, υπάρχει μια μικρή παράγραφος που εξάγει τα τελικά συμπεράσματα που προκύπτουν από την ολοκλήρωση της εργασίας.

1.1 Διαδικτυακή Δημοσιογραφία

1.1.1 Ιστορική Εξέλιξη

Οι τεχνολογικές και όχι μόνο εξελίξεις, οι οποίες συντελούνται, προετοίμασαν το έδαφος για τη μετάβαση σε μια νέα εποχή. Στα επιτεύγματα αυτής της θα μπορούσε να συμπεριληφθεί η ανάπτυξη ενός νέου είδους δημοσιογραφίας, η οποία ονομάζεται διαδικτυακή (Singeretal, 2011). Οι ραγδαίες αλλαγές που σημειώνονται στο χώρο των μέσων ενημέρωσης όσον αφορά στην αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και στις ειδήσεις στο διαδίκτυο οδηγούν σε ριζικούς επανασχεδιασμούς των δικτυακών τόπων. Όσο αυξάνεται η δημοτικότητα του διαδικτύου αυξάνονται και οι απαιτήσεις των οργανισμών για τη δημιουργία πρωτότυπου περιεχομένου. Παράλληλα με τις ποικίλες μορφές διανομής δημοσιογραφικού προϊόντος παρατηρείται και μια τάση διάθεσης του προϊόντος σε πολλά κανάλια ταυτόχρονα (Γιομελάκης, 2019). Ως διαδικτυακή ή αλλιώς ψηφιακή δημοσιογραφία ορίζεται μια σύγχρονη μορφή δημοσιογραφίας σύμφωνα με την οποία το εκδοτικό περιεχόμενο διανέμεται μέσω του διαδικτύου. Η είδηση και η επικαιρότητα, τα πρωταρχικά προϊόντα της δημοσιογραφίας, παρουσιάζονται είτε αποκλειστικά είτε σε συνδυασμό ως κείμενο, ήχος, βίντεο ή κάποιες διαδραστικές μορφές και διαδίδονται μέσω και χάρη στην τεχνολογία των ψηφιακών μέσων. Όσο περνάει ο καιρός τόσο τα εμπόδια εισόδου, όσο και το κόστος διανομής ελαττώνονται με αποτέλεσμα αυτός ο τύπος δημοσιογραφίας να γίνεται όλο και πιο προσιτός. Η ροή των πληροφοριών είναι αβίαστη και ελεύθερη, ενώ ταυτόχρονα είναι συνυφασμένη με μεγάλο βαθμό δημιουργικότητας (Siapera & Veglis, 2012).

Κατά τον Pavlic (1997) η εξέλιξη του διαδικτυακού περιεχομένου θα μπορούσε να συνοψιστεί σε τρία στάδια. Κατά το πρώτο στάδιο το έντυπο περιεχόμενο επαναπροσδιορίζεται για τη διαδικτυακή του έκδοση. Κατά τη διάρκεια του δεύτερου σταδίου το περιεχόμενο εμπλουτίζεται με διαδραστικά χαρακτηριστικά, όπως οι υπερσύνδεσμοι. Στο τρίτο στάδιο δημιουργείται το πρωτότυπο ειδησεογραφικό περιεχόμενο, το οποίο προορίζεται αποκλειστικά για το νέο μέσο. Εδώ μιλάμε για νέες μορφές αφήγησης και αυξημένα επίπεδα αλληλεπίδρασης. Όσο περνά ο καιρός η χρονική απόσταση ανάμεσα στο χρόνο που συμβαίνει ένα γεγονός και στην κάλυψή του, μειώνεται δραματικά, ενώ ορισμένες φορές εκμηδενίζεται. Αυτό έχει ως

επακόλουθο οι δημοσιογράφοι να αφιερώνουν όλο και λιγότερο χρόνο στη διερεύνηση ενός θέματος. Οι πρώτες κοινότητες των bloggers γεννήθηκαν στις ΗΠΑ. Η θεματολογία αυτών αφορούσε αποκλειστικά σε θέματα τεχνολογίας, λόγω και των ενασχολήσεων των χρηστών τους. Με την πάροδο του χρόνου και έχοντας ως πρότυπο τις κοινότητες των τεχνολόγων μπόρεσαν και απλοί χρήστες χωρίς ιδιαίτερες γνώσεις να ξεκινήσουν και να δημιουργήσουν τα δικά τους blogs. Υπ' αυτές τις συνθήκες η θεματολογία διευρύνεται και ταυτόχρονα έρχονται στο προσκήνιο τα επιχειρηματικά μοντέλα των τεχνολογιών κοινωνικής δικτύωσης του νέου ιστού (Τσούκης, 2016).

Ο πρώτος τύπος ψηφιακής δημοσιογραφίας φέρει το όνομα teletext και πρωτοεμφανίστηκε το 1970 στο Ηνωμένο Βασίλειο. Το Teletext αποτελεί ένα σύστημα, στο οποίο επιτρέπεται στο κοινό να επιλέξει το περιεχόμενο, που θέλει να διαβάσει και να το δει απευθείας. Βασικό χαρακτηριστικό των πληροφοριών του teletext είναι η συντομία. Ένα από τα πρώιμα παραδείγματα αποτελεί ο Αμερικανός δημοσιογράφος, Hunter S. Thompson, ο οποίος χρησιμοποίησε μια συσκευή φαξ προκειμένου να αναφερθεί το 1971 στην προεκλογική εκστρατεία των ΗΠΑ. Την έλευση του teletext ακολούθησε η έλευση του videotex, του οποίου το prestel ήταν το πρώτο σύστημα στον κόσμο, το οποίο κυκλοφόρησε εμπορικά το 1979 χάρη στο οποίο διάφορες βρετανικές εφημερίδες, όπως οι Financial Times, μπορούν να παραδίδουν ιστορίες εφημερίδων στο διαδίκτυο μέσω αυτού (Smith, 2013). Σε λιγότερο από δέκα χρόνια και συγκεκριμένα το 1986, η Videotex έκλεισε, καθώς δεν μπόρεσε να καλύψει τους τελικούς της χρήστες. Από την πλευρά τους οι αμερικανικές εταιρείες εφημερίδων παρατηρώντας τη νέα τεχνολογία κατάφεραν να δημιουργήσουν τα δικά τους συστήματα videotex. Μεταξύ αυτών ξεχώρισαν το Viewtron, μια υπηρεσία του Knight-Ridder, η Keycom στο Σικάγο και η Gateway στο Λος Άντζελες. Όλα όμως έκλεισαν μέχρι το 1986. Μπαίνοντας στη δεκαετία του 1990, εισχωρούν και σε αρκετές μικρότερες εφημερίδες οι διαδικτυακές υπηρεσίες ειδήσεων. Αυτές ξεκίνησαν χρησιμοποιώντας το λογισμικό BBS και το μόντεμ του τηλεφώνου. Το πρώτο από αυτά ήταν το Albuquerque Tribune κατά το 1989. Το Σεπτέμβριο του 1992 το Computer Gaming World ανακοίνωσε την εξαγορά της Origin Systems από την Electronic Arts στο Prodigy, πριν τη δημοσίευση του επόμενου τεύχους της. Την ίδια δεκαετία οι διαδικτυακοί ειδησεογραφικοί ιστότοποι πολλαπλασιάζονται με ραγδαίους ρυθμούς. Το σύστημα των διαδικτυακών ειδήσεων

υιοθέτησαν το The News το Observer προσφέροντας διαδικτυακές ειδήσεις ως Nando (Wilson, 1992).

Κατά τον Steve Yelvington (1990) το Nando εξελίχθηκε στον πρώτο σοβαρό, επαγγελματικό ιστότοπο ειδήσεων σε ολόκληρο τον παγκόσμιο ιστό. Ξεκίνησε με το όνομα «Nando Land» στην αρχή της ίδιας δεκαετίας (Craig, 2013). Αισθητή πρόοδος της ψηφιακής διαδικτυακής δημοσιογραφίας παρατηρείται την ίδια εποχή όταν αναδύονται τα πρώτα εμπορικά προγράμματα περιήγησης ιστού, το Netscape Navigator κατά το 1994 και ο Internet Explorer κατά το 1995. Μέχρι το 1996, τα περισσότερα ειδησεογραφικά πρακτορεία είχαν εξασφαλίσει τη διαδικτυακή τους παρουσία. Ο κύκλος των ειδήσεων δε σταματά ποτέ την τροχιά του και έρχονται στο προσκήνιο όλο και περισσότερες ψηφιακές μορφές (Scoot, 2005). Το 1998 κάνουν την εμφάνισή τους εταιρείες οι οποίες επιτρέπουν την ανάπτυξη και φιλοξενία blogs ονόματι Edit This Page. Το 1999 έρχονται στο προσκήνιο της διαδικτυακής δημοσιογραφίας το Live Journal (<http://www.livejournal.com/>), και η δημοφιλής πλατφόρμα των Bloggers, η οποία συστάθηκε από την εταιρία Pyra.

Επιπλέον έκανε την εμφάνισή του το Pitas. Αυτό αποτέλεσε το πρώτο μέσο, χάρη στο οποίο μπορούσε κανείς να δημιουργήσει το δικό του blog. Από εδώ και πέρα η δημιουργία νέων blogs αυξάνεται με τρομερή ταχύτητα (Τσούκης, 2016). Το 2001 το Salon, το οποίο ιδρύθηκε το 1995, χαρακτηρίστηκε από την American Journalism Review ως ο εξέχων ανεξάρτητος χώρος δημοσιογραφίας (Zilberstein, 2022). Το 2003 το Google αγόρασε την πλατφόρμα Blogger (<http://www.blogger.com>). Οι χρήστες πολλαπλασιάστηκαν και έφτασαν στο εκατομμύριο (Τσούκης, 2016).

Το 2005 εμφανίστηκε και το Wordpress (<http://wordpress.org/>) . Αυτό αποτελεί ένα ελεύθερο και ανοικτού κώδικα λογισμικό ιστολογίου. Το ίδιο διαθέτει πολλές λειτουργίες και δυνατότητες, ενώ το κομμάτι της στρατηγικής διαχείρισης του περιεχομένου είναι απλό και εύκολο στη χρήση. Ο εν λόγω κώδικας λογισμικού ιστολογίου έχει κερδίσει εκατομμύρια χρήστες και δημιουργούς και πλέον έχει κατακτήσει σημαντικό μερίδιο στο κομμάτι της δημιουργίας ιστολογίου (Τσούκης, 2016).

Πριν από το 2008, οι άνθρωποι του συγκεκριμένου κλάδου πίστευαν πως η δημοσίευση ειδήσεων στο διαδίκτυο θα ήταν τόσο κερδοφόρα, σε σημείο που θα κάλυπτε το κόστος των συμβατικών ειδήσεων (Shirky, 2009). Παρά ταύτα το 2008, η

διαδικτυακή διαφήμιση παρουσίασε μικρότερη από την αναμενόμενη πρόοδο. Το 2008, για πρώτη φορά, περισσότεροι Αμερικανοί ανέφεραν ότι λαμβάνουν τις εθνικές και διεθνείς ειδήσεις τους από το διαδίκτυο και όχι από εφημερίδες. Οι νέοι από 18 έως 29 ετών ενημερώνονται κατά κύριο λόγο μέσω του διαδικτύου (Peters, 2011). Από το 2000, οι περισσότεροι από τους δημοσιογράφους του δυτικού κόσμου εργάζονται σε συστηματική βάση μέσω του διαδικτύου (Deuze, 2003).

1.1.2 Εφαρμογή της διαδικτυακής δημοσιογραφίας

Οι καταχωρίσεις των ειδήσεων γίνονται μέσα από δυναμικές διαδικτυακές διεπαφές. Με τον τρόπο αυτό οι συντάκτες των blogs έχουν τη δυνατότητα να ανεβάζουν τα άρθρα τους από οποιοδήποτε υπολογιστή με σύνδεση στο διαδίκτυο. Ένα προκαθορισμένο blog το συνιστούν κατά κύριο λόγο ο τίτλος και η επικεφαλίδα. Σ' αυτό εμπεριέχεται ακόμη ένα κομμάτι της διεπαφής με τα άρθρα, τοποθετημένα από το πιο πρόσφατο στο πιο παλιό. Κάθε blog μας επιτρέπει επιπλέον την πρόσβαση σε αρχείο παλαιότερων άρθρων και διαθέσιμων σχολίων. Η αξία της ιστοσελίδας βασίζεται αναμφίβολα στο περιεχόμενό της. Η δημοσίευση του περιεχομένου για ανθρώπους με ένα στοιχειώδες υπόβαθρο και κάποιες βασικές γνώσεις υπολογιστών αποτελεί μια απλή και εύκολη διαδικασία. Όλες οι εφαρμογές λογισμικού διακρίνονται λίγο πολύ από παρόμοια χαρακτηριστικά και τις ίδιες δυνατότητες, δεν παύει όμως να ισχύει πως το κάθε ιστολόγιο αποτελεί και μια αυτόνομη μονάδα (Τσούκης, 2016). Οι ειδήσεις παρέχονται στο κοινό με τρόπο ακαθόριστο και ακανόνιστο ανά πάσα ώρα και στιγμή με διαφορετικούς τρόπους και από διαφορετικά μέσα. Οι ισχύουσες συνθήκες επιτρέπουν την παραγωγή ειδήσεων 24 ώρες το εικοσιτετράωρο δίχως να ξεφεύγει η παραμικρή εξέλιξη. Μόνο έτσι μπορεί ένας δημοσιογραφικός οργανισμός να καταστεί βιώσιμος και ανταγωνιστικός. Χάρη στην αμεσότητα, τη διαδραστικότητα, τα πολυμέσα και τους υπερσυνδέσμους οδηγούμαστε σε νέες αφηγηματικές τεχνικές (Γιομελάκης, 2019).

Κάθε σύγχρονος δημοσιογράφος προκειμένου να διευκολύνει το έργο του χρησιμοποιεί πληθώρα εργαλείων. Ένα από αυτά τα εργαλεία είναι το διαδίκτυο, το οποίο απάλλαξε το δημοσιογραφικό έργο από χρονοβόρες τυπογραφικές διαδικασίες. Με τη βοήθεια του διαδικτύου κάθε δημοσιογράφος είναι σε θέση να αναρτά το υλικό του από οποιοδήποτε μέρος και από οποιαδήποτε έξυπνη συσκευή, όντας γερά δεμένοι με την επικαιρότητα. Επίσης χάρη σε εξειδικευμένο λογισμικό και χάρη στα

σύγχρονα προγράμματα και στις εφαρμογές τελευταίας τεχνολογίας, οι δημοσιογράφοι μπορούν να κάνουν τα πάντα, από την επεξεργασία βίντεο έως τη δημιουργία γραφικών. Τα λογισμικά τηλεδιάσκεψης από την πλευρά τους κάνουν εφικτές τις συνεντεύξεις και τις συναντήσεις από απόσταση. Από τη στιγμή που κατοικούμε σε μια ψηφιακή κοινωνία δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτά τα εργαλεία οι δημοσιογράφοι τα εκμεταλλεύονται για να προωθήσουν τη δουλειά τους, για να παρακολουθούν τις έκτακτες ειδήσεις, για να αναζητούν πηγές και για να αλληλεπιδρούν με το κοινό. Την ολοκλήρωση του ρεπορτάζ επιταχύνουν οι ψηφιακές συσκευές εγγραφής και υπηρεσίες μεταγραφής (The Rise of Digital Journalism: Past, Present, and Future, n.d.).

Τέλος αξίζει να αναφέρουμε συνοπτικά τρεις κατηγορίες δημοσιογράφων. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι δημοσιογράφοι, οι οποίοι αξιοποιούν τα ενημερωτικά δελτία προς όφελος της καριέρας τους και για να βελτιώσουν τη δουλειά τους στην παραδοσιακή βιομηχανία πολυμέσων παλαιού τύπου. Αυτοί παρουσιάζονται ως ειδικοί σε ένα εξειδικευμένο θέμα και δημοσιοποιώντας τη δουλειά τους, εξασκούν τις επαγγελματικές τους δεξιότητες και δημιουργούν στοχεύοντας στην πρόοδο. Άλλοι προσφέρουν τα ενημερωτικά δελτία τους δωρεάν ενώ άλλοι χρεώνουν συνδρομή για όσα γράφουν. Τη δεύτερη κατηγορία αποτελούν οι δημοσιογράφοι, οι οποίοι χρησιμοποιούν τα συγκεκριμένα μέσα ώστε να ασκήσουν κριτική στα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης, αποκλείοντας τις εξατομικευμένες μορφές παραγωγής πληροφοριών. Στη συγκεκριμένη περίπτωση παράγονται εναλλακτικές εκδοχές, οι οποίες κατά τη γνώμη τους δεν έχουν υποστηριχθεί επαρκώς. Οι συγκεκριμένοι δημοσιογράφοι μέσω της συνδρομής εξασφαλίζουν την ανεξαρτησία τους και σε πολλές περιπτώσεις ακόμη περισσότερο. Για την τρίτη κατηγορία δημοσιογράφων, τα ενημερωτικά δελτία μοιάζουν με σανίδα σωτηρίας, καθώς δεν υπάρχει γι' αυτούς άλλος τρόπος προκειμένου να αναδείξουν τη δουλειά τους και να ανελιχθούν. Αυτοί οι δημοσιογράφοι είναι επικριτικοί για την οικονομική σκοπιμότητα, την ποιότητα των πληροφοριών και τον ρόλο των εταιρειών τεχνολογίας στα μοντέλα μέσων ενημέρωσης ενημερωτικών δελτίων (Zilberstein, 2022).

1.1.3 Χαρακτηριστικά της διαδικτυακής δημοσιογραφίας

Το όνομά της διαδικτυακής δημοσιογραφίας πηγάζει από το θεμέλιό της. Αυτό είναι μια ιστοσελίδα, στις πρακτικές της οποίας εντάσσονται οι πιο διαδραστικές διαδικασίες. Η διαδικτυακή δημοσιογραφία προσφέρει στους επαγγελματίες αναρίθμητες τεχνολογικές δυνατότητες (Pavlic, 1997). Η σύγκλιση των τρόπων επικοινωνίας, συμβάλλει στην ένταξη και στην εξειδίκευση των πληροφοριών στη διαδικασία της παραγωγής, στη διαδικασία της δημιουργίας και στη διαδικασία διανομής περιεχομένου και μ' αυτό τον τρόπο οδηγούμαστε σ' αυτή τη μορφή δημοσιογραφίας, η οποία ονομάζεται δικτυακή δημοσιογραφία (Τανάγια, 2014).

Μεταξύ των κύριων χαρακτηριστικών του συγκεκριμένου τύπου δημοσιογραφίας εντάσσονται η διαδραστικότητα, η προσαρμογή του περιεχομένου, η υπερκειμενικότητα ή αλλιώς υπερσυνδετικότητα και τέλος η πολυμεσικότητα (Γιομελάκης, 2019).

Η διαδραστικότητα σχετίζεται με την ικανότητα του αναγνωστικού κοινού να συμμετέχει με ποικίλους τρόπους στην ενημερωτική διαδικασία. Κατά τον Jansen (2009) μπορούμε να μιλάμε για τέσσερις τύπους διαδραστικότητας. Ο πρώτος τύπος αναφέρεται στη διαδραστικότητα μετάδοσης, όπου ο χρήστης μπορεί να επιλέγει περιεχόμενο από μια συνεχή ροή σε ένα σύστημα επικοινωνίας μιας κατεύθυνσης, η οποία δεν επιτρέπει ανάδραση. Ο δεύτερος τύπος αναφέρεται στη συμβουλευτική διαδραστικότητα κατά την οποία ο χρήστης δύναται να ζητήσει και να επιλέξει τμήμα από περιεχόμενο, το οποίο έχει ήδη παραχθεί και διατίθεται σε ένα σύστημα διπλής αμφίδρομης κατεύθυνσης. Τον τρίτο τύπο διαδραστικότητας αποτελεί η διαλογική διαδραστικότητα. Εδώ μιλάμε για αμφίδρομη επικοινωνία, η οποία δίνει στο χρήστη τη δυνατότητα να δημιουργεί και να προσφέρει το δικό του περιεχόμενο, εκμεταλλευόμενος το κανάλι. Τέλος, έχουμε τη διαδραστικότητα εγγραφής χάρη στην οποία μπορούμε να καταγράφουμε πληροφορίες γύρω από τις ανάγκες, τις κινήσεις και τις επιλογές των χρηστών, προκειμένου να ενσωματωθούν και να αξιοποιηθούν ως εργαλεία αυτόματης αναγνώρισης και προσαρμογής.

Ως δεύτερο χαρακτηριστικό παραθέτουμε την προσαρμογή του περιεχομένου. Αυτή αναφέρεται στο εξατομικευμένο περιεχόμενο με βάση τις προτιμήσεις του κοινού καθώς και την προσαρμογή της αλληλεπίδρασης με βάση το περιεχόμενο και το δημοσιογράφο. Αυτό το χαρακτηριστικό βοηθά το κοινό να ενημερώνεται μόνο για

θέματα που το ενδιαφέρουν και να επιλέγει υπηρεσίες που καλύπτουν τις ανάγκες του (Γιομελάκης, 2019).

Δίχως τη διακειμενικότητα ο παγκόσμιος ιστός δε θα είχε αυτή τη μορφή με την οποία όλοι τον γνωρίζουμε. Η ίδια επιτρέπει στους δημοσιογράφους να εμπλουτίζουν το ειδησεογραφικό περιεχόμενό τους με πλούσιο υποστηρικτικό υλικό. Το πλήθος των επιλογών μετατρέπει πλέον το δημοσιογράφο από αυστηρό ελεγκτή σε μέντορα. Ο ίδιος αυτός δημοσιογράφος παρακινεί και ενθαρρύνει τους αναγνώστες να προσεγγίζουν τα ζητήματα, τα οποία τους ενδιαφέρουν βιωματικά και όχι επιφανειακά (Γιομελάκης, 2019).

Η πολυμεσικότητα από την πλευρά της θα μπορούσε να οριστεί ως σύγκλιση των μορφών, οι οποίες χρησιμοποιούνται από τα παραδοσιακά μέσα. Ανάμεσα σε αυτές συγκαταλέγονται τα κείμενα και οι εικόνες στις διαδικτυακές ειδήσεις (Γιομελάκης, 2009).

Κατά τον Jenkins (2006) η διαδικτυακή σύγκλιση παρουσιάζει τρεις διαφορετικές εκφάνσεις. Η πρώτη έκφανση είναι η τεχνολογική, η δεύτερη έκφανση είναι η επαγγελματική και η τρίτη έκφανση είναι η πολιτισμική.

Συμπεραίνουμε πως η μη ιεραρχική δομή της διαδικτυακής δημοσιογραφίας είναι αυτή, η οποία της χαρίζει την ετερογένεια και τη διαφορετικότητά της. Είναι φανερό ότι τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά των διαδικτυακών περιβαλλόντων έρχονται σε αντίθεση με τις συγκεντρωτικές και ομοιογενείς παραδοσιακές μορφές δημοσιογραφίας. Δε θα μπορούσαμε να παραβλέψουμε το γεγονός ότι ενθαρρύνεται η επικοινωνία μεταξύ των χωρών και ενισχύεται η συνεργασία των επαγγελματιών δημοσιογράφων με τους ερασιτέχνες δημοσιογράφους πολίτες προκειμένου να ολοκληρωθεί η σύνταξη ενός ολοκληρωμένου άρθρου (Τανάγια, 2014).

1.1.4 Μελέτη περίπτωσης – η διαδικτυακή πλατφόρμα Substack

Η παρούσα ενότητα μελετά τις περιπτώσεις δημοσιογράφων, οι οποίοι έχουν χρησιμοποιήσει την πλατφόρμα ενημερωτικών δελτίων Substack.

Η ιστορία του Substack ξεκίνησε το 2017, οπότε και αυτό αποτελούσε εναλλακτικό χώρο μέσων ενημέρωσης ως αντίδραση στις κριτικές της παραγωγής των θεσμικών και των κοινωνικών μέσων. Η συγκεκριμένη πλατφόρμα επιτρέπει τη σύνταξη και τη

διανομή ψηφιακών ενημερωτικών δελτίων δίνοντας στους δημιουργούς τον έλεγχο. Οι λίστες των συνδρομών των e-mail, τα αρχεία και η πνευματική ιδιοκτησία ελέγχονται από τους δημιουργούς. Το Substack δίνει ιδιαίτερη έμφαση απέναντι σε κάθε τεχνική ή ψηφιακή δεξιότητα. Η πλατφόρμα προσελκύει κυρίως δημοσιογράφους, συγγραφείς, εμπειρογνώμονες και δημιουργούς οπτικού περιεχομένου, οι οποίοι είναι προσανατολισμένοι στην παραγωγή λόγου. Οι δημοσιογράφοι που χρησιμοποιούν το Substack ενδιαφέρονται κατά κύριο λόγο να μοιραστούν και να παράξουν πληροφορίες κειμένου (Hughes).

Η εν λόγω πλατφόρμα ξεκίνησε από γνώστες των μέσων ενημέρωσης έχοντας ως γνώμονα την τεχνολογία και την επιχειρηματικότητα. Στόχος ήταν επίσης να βοηθηθούν οι ανεξάρτητοι συγγραφείς, εξασφαλίζοντας ένα βασικό εισόδημα. Ειδοποιός διαφορά της συγκεκριμένης πλατφόρμας είναι πως δε στηρίζεται σε διαφημίσεις. Για το λόγο αυτό χαρακτηρίζεται ως πηγή ελευθερίας λόγου, εκδημοκρατισμού και τον λόγο και παραγωγής προσωπικού και αξιόπιστου περιεχομένου (Zilberstein, 2022).

Το 2021, το Substack απέκτησε εκατομμύρια χρήστες και περισσότερους από ένα εκατομμύριο συνδρομητές, οι οποίοι πληρώνουν. Οι δέκα κορυφαίοι συγγραφείς του κερδίζουν περισσότερα από 7 εκατομμύρια δολάρια σε ετήσια έσοδα, ποσό που ξεπερνά τον τυπικό μισθό ενός επαγγελματία στο συγκεκριμένο κλάδο. Αξίζει στο σημείο αυτό να αναφέρουμε ξανά πως η εταιρία ξεκίνησε μόλις το 2017 (Zilberstein, 2022).

1.1.5 Η ιστορία του Ben

Το 2014 ο Ben ξεκίνησε ως ανεξάρτητος δημοσιογράφος να γράφει για το hip-hop. Παρά τις συνεργασίες του με περιοδικά επιχειρήσεων και πολιτισμού, ο Ben ένιωθε δυσαρεστημένος από τη συναλλακτική φύση της δουλειάς του. Η επιθυμία του Ben ήταν να οικοδομήσει μια σχέση με τους αναγνώστες του και όχι να γράφει για τους εκδότες προκειμένου να επιβιώσει (Zilberstein, 2022).

Τρία χρόνια αργότερα και συγκεκριμένα το 2017, ο Ben ξεκίνησε ένα ενημερωτικό δελτίο ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σχετικά με τους καλλιτέχνες, τους παραγωγούς και τους θαυμαστές, οι οποίοι καινοτομούν στο χώρο του hip - hop. Με την κίνηση αυτή και αξιοποιώντας την τεχνογνωσία του στο συγκεκριμένο θέμα κατάφερε να

αποκτήσει τη σχέση που πάντα ήθελε να έχει με τους αναγνώστες του (Zilberstein, 2022).

Ο ίδιος δήλωσε ότι εκμεταλλεύτηκε το μεταβαλλόμενο τοπίο στα ψηφιακά μέσα, ώστε να ανελιχθεί δημοσιογραφικά. Παρατήρησε επίσης πως αρκετοί συνάδελφοί του εξασφάλισαν μια βιώσιμη καριέρα και ένα πιστό κοινό. Δεν παραβλέπει το σχεδόν μηδαμινό κόστος καθώς και την αξία που μπορεί να έχει ένα αρχικά μικρό κοινό. Το ενημερωτικό δελτίο του Μπεν αποτελεί πλέον γι' αυτόν επάγγελμα πλήρους απασχόλησης. Οι συνδρομητές του, οι οποίοι πληρώνουν, έχουν ξεπεράσει τους δέκα χιλιάδες. Δηλώνει περήφανος, ενώ ταυτόχρονα οραματίζεται περισσότερα ανεξάρτητα ενημερωτικά δελτία μέσω των οποίων οι συγγραφείς θα κάνουν αυτό που αγαπούν με πλήρη απασχόληση (Zilberstein, 2022).

Η παραπάνω ιστορία του Ben δείχνει ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες δημιουργούν ευκαιρίες τόσο για τη σταδιοδρομία των δημοσιογράφων όσο και για την παραγωγή και τη διανομή περιεχομένου με νέους τρόπους (Zilberstein, 2022).

1.1.6 Η διαδικτυακή δημοσιογραφία στις Μαλδίβες

Η πρώτη διαδικτυακή εφημερίδα στις Μαλδίβες ήταν η Haveeru Online, η οποία κυκλοφόρησε τον Ιανουάριο του 1997. Πριν εδραιώσει την παρουσία της στο διαδίκτυο η ίδια εφημερίδα διαμοίραζε ηλεκτρονικά περιεχόμενο στους συνδρομητές μέσω ενός συστήματος πίνακα ανακοινώσεων. Η Haveeru Online ξεκίνησε τη δράση της το 1994, σε μια εποχή, κατά την οποία το διαδίκτυο δεν ήταν διαθέσιμο στις Μαλδίβες. Έτσι το BBS παρείχε τοπικές και ξένες ειδήσεις σε συνδρομητές, οι οποίοι έκαναν σύνδεση μέσω τηλεφώνου για πρόσβαση σε εκδοτικό και άλλο περιεχόμενο. Σήμερα, η Haveeru Online κατάφερε να προσφέρει μια ποικιλία εκδοτικού περιεχομένου μέσω ενός εξαιρετικά δυναμικού ιστοτόπου στον οποίο η πρόσβαση επιτυγχάνεται μέσω εφαρμογής. Αντίστοιχη πορεία χάραξαν και άλλες έντυπες εφημερίδες όπως η Aafathis και η Miadhu, οι οποίες δημιούργησαν τους δικούς τους ειδησεογραφικούς ιστοτόπους (Rafeeq, 2014). Ο Ζαχίρ προέβλεψε την παρακμή της έντυπης δημοσιογραφίας, η οποία θα σημειωνόταν σε βάθος χρόνου καθώς και την επικείμενη εξέλιξη της διαδικτυακής δημοσιογραφίας. Για να φτάσει σ' αυτό το συμπέρασμα εργάστηκε πολλά χρόνια λαμβάνοντας διάφορους ρόλους. Ένας από αυτούς ήταν αυτός του συντάκτη στο Haveeru Net . Αυτό ήταν ένα σύστημα πίνακα ανακοινώσεων, το οποίο δημιουργήθηκε το 1994 και χρησιμοποιήθηκε ως

πλατφόρμα για την κοινή χρήση ειδήσεων από το Haveeru, ενώ περιλάμβανε και περιεχόμενο ξένων ειδήσεων από το πρακτορείο ειδήσεων AFP. Δύο χρόνια μετά το διαδίκτυο έγινε γνωστό στις Μαλδίβες, ενώ ταυτόχρονα το Haveeru Net έγινε δημοφιλές και απέκτησε περισσότερους από 150 συνδρομητές στην υπηρεσία μέχρι το 1995. Η σύνδεση των χρηστών στο Haveeru Net γινόταν εφικτή μέσω του τηλεφώνου και συγκεκριμένα χάρη στο μόντεμ. Όπως ήταν αναμενόμενο τον Ιανουάριο του 1997 δημιουργήθηκε η Haveeru συγκεκριμένα ένα χρόνο αφού οι NewYork Times ολοκλήρωσαν τη δημιουργία του ιστοτόπου τους. Η Haveeru Online αποτελεί πλέον έναν από τους πιο εξελιγμένους και διαδραστικούς τοπικούς ειδησεογραφικούς ιστοτόπους από άποψη όσον αφορά στη σχεδίαση και στο περιεχόμενο. Η Haveeru επενδύει ακόμη σε τακτικά προγράμματα κατάρτισης και επαγγελματικής αποβλέποντας σε ένα ικανό εργατικό δυναμικό συμπεριλαμβανομένων των δημοσιογράφων και των συντακτών (Rafeeq, 2016).

Πριν την ανάπτυξη της διαδικτυακής δημοσιογραφίας οι έντυπες εφημερίδες μοιράζονταν στην πρωτεύουσα του νησιού. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι αναδυόμενοι ειδησεογραφικοί ιστότοποι να μειώσουν τις αποστάσεις και να καταστήσουν την πρόσβαση στην ενημέρωση ισότιμη προς όλους. Σ' αυτό συνεισέφεραν η αυξημένη πρόσβαση στο διαδίκτυο καθώς και η ευρεία χρήση υπολογιστών, κινητών τηλεφώνων και άλλων φορητών συσκευών. Καταλαβαίνουμε λοιπόν ότι δεν ήταν πάντα δεδομένη η παροχή ενός τεράστιου φάσματος εκδοτικού περιεχομένου εμπλουτισμένου με πολυμέσα και άλλα διαδραστικά στοιχεία από όλους τους κύριους έντυπους ή ηλεκτρονικούς οργανισμούς μέσω των ιστοτόπων τους. Την Haveeru Online στις Μαλδίβες ακολούθησαν οι ειδησεογραφικές ιστοσελίδες Sun.mv και Vnews.mv καθώς και οι ειδησεογραφικοί ιστότοποι Miadhu.com, CNM.mv και Raajje.mv. Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε τους εναλλακτικούς ιστοτόπους ειδήσεων καθώς και ιστολόγια, όπου διεξάγονται συζητήσεις ελεύθερα και γύρω από διάφορα θέματα, με την ταυτόχρονη παρουσία βίντεο και γραφικών ειδήσεων. Η αλληλεπίδραση των χρηστών στη διαδικασία της διαδραστικής δημοσιογραφίας εντοπίζεται επίσης στα σχόλια σε ειδήσεις, τα οποία λόγω και της δημοφιλίας τους παρέχουν στους χρήστες μια δημόσια σφαίρα, όπου μπορούν να συμμετέχουν και να συζητούν σχετικά με σημαντικά πολιτικά, κοινωνικά και οικονομικά ζητήματα, τα οποία καλύπτονται από τους διάφορους ιστοτόπους. Πολλές φορές λόγω του γεγονότος ότι τα σχόλια δεν εποπτεύονταν συστηματικά

μέσω αυστηρών διαδικασιών φύλαξης, η πλατφόρμα σχολίων έπαιρνε τη μορφή μιας πλατφόρμας νέων και εναλλακτικών πληροφοριών της αντίπαλης δημοσιογραφίας. Ανοίγεται λοιπόν ο δρόμος για διαφανείς και δημόσιες συζητήσεις πάσης φύσεως θεμάτων ειδήσεων από τους αναγνώστες (Rafeeq, 2014).

Από το 1986 σημειώθηκε μεγάλη εξέλιξη στη μηχανογράφηση και αυξήθηκε η απήχηση της Haveeru Net και της Haveeru Online. Εξελίχτηκε επίσης το σύστημα διαχείρισης των ειδήσεων καθώς και το σύστημα των πληροφοριών των πολυμέσων. Όλα τα παραπάνω είχαν ως αποτέλεσμα να τρέχουν πολύ πιο γρήγορα οι εργασίες σύνταξης, καθώς οι δημοσιογράφοι μπορούσαν να έχουν εύκολα πρόσβαση σε ένα ψηφιακό αρχείο κειμένων ειδήσεων και φωτογραφιών. Ο σχεδιασμός νέων έργων και οι επανασχεδιασμοί της εφημερίδας ανά τακτά χρονικά διαστήματα δε λείπουν ποτέ. Ο ιστότοπος επανασχεδιάζεται διαρκώς ώστε να αντικατοπτρίζει τις αλλαγές σχεδιασμού, τις προτιμήσεις των σύγχρονων αναγνωστών και τη διαδραστική τεχνολογία (Raffeq, 2016).

1.2 Δημοσιογραφία Δεδομένων

1.2.1 Ιστορική εξέλιξη

Η δημοσιογραφία δεδομένων με πολύ απλά λόγια θα μπορούσε να οριστεί ως το είδος δημοσιογραφίας, το οποίο πραγματώνεται με τη χρήση δεδομένων. Πιο εμπειριστατωμένα θα μπορούσαμε να ορίσουμε τη δημοσιογραφία δεδομένων ως τη διαδικασία εξαγωγής χρήσιμων πληροφοριών από δεδομένα, συγγραφής άρθρου που βασίζεται στις πληροφορίες και συμπερίληψης στο άρθρο διαδραστικών ή και όχι οπτικοποιήσεων, χάρη στις οποίες οι αναγνώστες βρίσκονται σε θέση να καταλάβουν την σπουδαιότητα του άρθρου και μπορούν να εστιάσουν σε πληροφορίες που σχετίζονται με αυτούς (Veglis & Bartsas, 2016).

Οι καταβολές της δημοσιογραφίας δεδομένων εντοπίζονται στο 19^ο αιώνα, οπότε και η Αγγλίδα νοσοκόμα Florence Nightingale, αφού συγκέντρωσε δεδομένα οραματίστηκε τα αίτια του θανάτου των Βρετανών στρατιωτών. Έτσι χαρακτηρίστηκε πρωτοπόρος της δημοσιογραφίας δεδομένων (Horky & Pelka, 2016). Κατά τα μέσα το 1880 ο Frank Leslie, εκδότης της Illustrated Newspaper του Frank Leslie, προσέλαβε ντετέκτιβ προκειμένου να εξασφαλίσει την τεκμηρίωση του λάθους σχετικά με το μολυσμένο γάλα (Cohen, n.d.). Στο ξεκίνημα της δημοσιογραφίας δεδομένων κατά το 1800 συμφωνεί και ο Klein (2016).

Η αρχή της δημοσιογραφίας δεδομένων τοποθετείται χρονικά στο 1952, οπότε και το δίκτυο CBS στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής προσπάθησε αναλύοντας κάποια δεδομένα να προβλέψει τα αποτελέσματα των προεδρικών εκλογών. Ωστόσο η δημοσιογραφία δεδομένων έλαβε σάρκα και οστά το 1967, οπότε και ο Philip Meyer στο The Detroit Free Press με τη χρήση ενός κεντρικού υπολογιστή, προκειμένου να αναλύσει μια έρευνα με κατοίκους του Ντιτρόιτ, ώστε να κατανοήσει και να εξηγήσει τις σοβαρές ταραχές, οι οποίες είχαν ταλανίσει στην πόλη κατά το καλοκαίρι του ίδιου έτους. Κάποια χρόνια αργότερα, ο Guardian στο Ηνωμένο Βασίλειο κατ' ανάλογο τρόπο επιχείρησε να εξετάσει τις φυλετικές ταραχές, χωρίς να παραβλέψει να αναφερθεί στο έργο του Meyer. Ο Meyer κατά τη δεκαετία του 1970 σε συνεργασία με μια ομάδα δημοσιογράφων επιχείρησε να αναλύσει τα πρότυπα επιβολής ποινών στο τοπικό δικαστικό σύστημα βάσει προηγούμενων δεδομένων. Επιπλέον ο Meyer έγραψε ένα βιβλίο με τίτλο Precision Journalism. Στο

συγκεκριμένο βιβλίο παρουσιάζει τα οφέλη, που προκύπτουν από τη χρήση ανάλυσης βάσεων δεδομένων και μεθόδων κοινωνικής έρευνας στο ρεπορτάζ (Houston, 2021).

Έως τα μέσα της δεκαετίας του 1980 οι συγκεκριμένες τεχνικές αξιοποιήθηκαν από ελάχιστους δημοσιογράφους. Μεταξύ αυτών ξεχώρισε ο Έλιοτ Τζάσπιν στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής στο The Providence Journal Bulletin. Εκεί πραγματεύτηκε την ανάλυση βάσεων δεδομένων σχετικά με υποθέσεις επικίνδυνων οδηγών σχολικών λεωφορείων και ένα πολιτικό σκάνδαλο, το οποίο ήταν συνδεδεμένο με στεγαστικά δάνεια. Στο Πανεπιστήμιο Κολούμπια ο δημοσιογράφος και καθηγητής Steve Ross δίδασκε τεχνικές ανάλυσης δεδομένων. Έως τα τέλη της δεκαετίας του 1980, περίπου στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής ξεχώριζαν στην αξιοποίηση δεδομένων ο Meyer, ο Jaspin και ο Steve Doig. Στη διάδοση της δημοσιογραφίας δεδομένων, κατά το 1980, συνετέλεσαν ακόμη η βελτίωση των προσωπικών υπολογιστών καθώς και η ανάπτυξη του λογισμικού – Nine Track Express - από τους Jaspin και Woods. Το συγκεκριμένο λογισμικό επέτρεπε τη μεταφορά δεδομένων σε προσωπικούς υπολογιστές, οι οποίοι χρησιμοποιούσαν φορητή μονάδα ταινίας, παρακάμπτοντας τις έως τότε συνήθεις καθυστερήσεις (Houston, 2021).

Η αξία του ρεπορτάζ με τη βοήθεια υπολογιστή αναγνωρίστηκε το 1989, χάρη στη συμβολή του στις υποθέσεις σχετικά με τις φυλετικές ανισότητες στα στεγαστικά δάνεια. Η επιτυχής ολοκλήρωση του έργου προϋπέθετε τη συνεργασία ενός ερευνητή ρεπόρτερ, ενός ρεπόρτερ δεδομένων και καθηγητών κολεγίου. Την ίδια χρονιά ιδρύεται η Missouri School of Journalism από τον Jaspin, μένοντας γνωστή για τις αναφορές με τη βοήθεια υπολογιστή. Το 1990, διεξήχθη από τον καθηγητή James Brown το πρώτο σχετικό με τη βοήθεια υπολογιστή συνέδριο στην Ινδιανούπολη, το οποίο αποτέλεσε θεσμό για αρκετά χρόνια (Houston, 2021).

Όσο περνάει ο καιρός αυξάνονται και τα σεμινάρια, που πραγματοποιούνται σε ολόκληρο τον κόσμο. Κομβικό σημείο αποτελεί η κυκλοφορία του βιβλίου "Computer-Assisted Reporting: A Practical Guide" το 1996, το οποίο χρησιμοποιείτο ως εγχειρίδιο στα Πανεπιστήμια και στις αίθουσες σύνταξης (Houston, 2021).

Από το 1990 οι δημοσιογράφοι εκτός των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής έχουν την πολυτέλεια να αξιοποιήσουν αμερικάνικα ή και διεθνή δεδομένα για να δημιουργήσουν τα δικά τους σύνολα δεδομένων. Στο Λονδίνο το 1997 ο καθηγητής δημοσιογραφίας Milverton Wallace άρχισε να διοργανώνει ένα ετήσιο συνέδριο με το όνομα NetMedia. Τα μαθήματα αφορούσαν στις βασικές χρήσεις του διαδικτύου, των υπολογιστικών φύλλων και της διαχείρισης βάσεων δεδομένων. Στη Δανία οι δημοσιογράφοι Nils Mulvad και Flemming Svith έγραψαν επίσης ένα δανέζικο εγχειρίδιο για την αναφορά με τη βοήθεια υπολογιστή (Houston, 2021).

Από τα πρώτα χρόνια του 21^{ου} αιώνα το παγκόσμιο δίκτυο της δημοσιογραφίας δεδομένων διευρύνεται αισθητά, με αφετηρία το πρώτο του συνέδριο το 2001 στην Κοπεγχάγη. Τα παγκόσμια συνέδρια συνέβαλαν στην εξάπλωση της χρήσης δεδομένων σε όλη την ανατολική Ευρώπη. Σεμινάρια διοργανώθηκαν επίσης στην Κίνα μέσω του Πανεπιστημίου του Μιζούρι και στην Ινδία μέσω του World Press Institute. Οι καταβολές της εκτίμησης δεδομένων σε γραφήματα και χάρτες εντοπίζονται στο χάρτη του Doig το 1992. Ο χάρτης αυτός αφορούσε στις ταχύτητες του ανέμου και τις ζημιές σε κτίρια στην περιοχή του Μαϊάμι μετά από τυφώνα (Houston, 2021).

Η συλλογή δεδομένων εγκληματικότητας στο Σικάγο από την Google, την οποία δημιούργησε ο Αμερικάνος προγραμματιστής Adrian Holovaty ενίσχυσε το ενδιαφέρον για χαρτογράφηση. Το 2007 ο ίδιος με μια ομάδα δημιούργησε το Every Block, σηματοδοτώντας τη σοβαρή μετάβαση στην .κίνηση ανοιχτών δεδομένων στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής Το 2009 ο δημοσιογράφος Simon Rogers ξεκίνησε το ιστολόγιο δεδομένων του The Guardian. Την ίδια χρονιά το Wikileaks κυκλοφόρησε τα Ημερολόγια του Αφγανικού Πολέμου , που αποτελούνταν από μυστικά έγγραφα και στη συνέχεια τα Ημερολόγια Πολέμου του Ιράκ, παρουσιάζοντας τεράστιο όγκο δεδομένων σε κείμενο (Houston, 2021).

Περίπου το 2010 ο Burt Herman κατάφερε να ενώσει τις δυνάμεις των δημοσιογράφων και των τεχνολόγων, επιτυγχάνοντας την άντληση δεδομένων από τοποθεσίες Web κάνοντάς τα ταυτόχρονα πιο προσιτά και εύχρηστα. Το 2011 το Guardian αξιοποίησε τα δεδομένα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την ανάλυση των φυλετικών ταραχών στις πόλεις του Ηνωμένου Βασιλείου. Τον ίδιο

χρόνο άρχισαν οι προσπάθειες για το πρώτο Data Journalism Handbook, το οποίο προέκυψε ως αποτέλεσμα συνεργασίας συντελεστών από όλο τον κόσμο . (Houston, 2021).Την ίδια χρονιά κυκλοφόρησαν τα αρχεία καταγραφής πολέμου στο Αφγανιστάν. Η κίνηση αυτή ήταν άξια παγκόσμιας προσοχής τράβηξε την παγκόσμια προσοχή και έκτοτε θεωρείται το σημείο εκκίνησης της βασιζόμενης σε δεδομένα δημοσιογραφίας (Vural & Masip, 2021).

Το 2011, η δημοσιογραφία δεδομένων και οι διάφορες μορφές έργων που βασίζονται σε δεδομένα κατάφεραν να αυξήσουν τη δημοτικότητά τους. Λίγο μετά το αποκτούν πιο οργανωμένη συνέδρια και σεμινάρια δημοσιογραφίας δεδομένων, προκειμένου να προωθηθεί ο συγκεκριμένος κλάδος της δημοσιογραφίας. Δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε την παροχή επιχορηγήσεων για τη στήριξη ανάλογων προσπαθειών (Vural & Masip, 2021).

Το 2012 η δημοσιογραφία δεδομένων επεκτείνει την παρουσία της και στην Αφρική. Εκεί ιδρύθηκε ένα μεγάλο εργαστήριο δημοσιογραφίας δεδομένων και πολιτικής τεχνολογίας στην Αφρική, το οποίο ασχολείτο με υποθέσεις σχετικές με το περιβάλλον, την κλιματική αλλαγή, τις γυναίκες, το φύλο, την υγεία και την επιστήμη. Τα ψηφιακά εργαλεία και ειδικότερα όσα σχετίζονται με την οπτικοποίηση αρχίζουν να αξιοποιούνται και σε χώρες, όπως η Ινδία, η Μαλαισία, οι Φιλιππίνες και η Νότια Κορέα. Ταυτόχρονα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενσωματώνονται όλο και πιο συχνά στις έρευνες. Σημαντική ήταν και η συμβολή του δημοσιογράφου Abrajī, ο οποίος καθιέρωσε τα διαδικτυακά μαθήματα στη δημοσιογραφία δεδομένων. Δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε τη δημοσιογράφο Εύα Κωνσταντάρα, η οποία άρχισε να αναπτύσσει εκπαιδευτικά προγράμματα για ερευνητική και δημοσιογραφία δεδομένων σε περιβάλλοντα υψηλού κινδύνου με περιορισμένη πρόσβαση σε δεδομένα για λογαριασμό της Internews (Houston, 2021).

Από το 2015 όλα γίνονται πιο εύκολα, καθώς οι δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν με ευχέρεια τα ψηφιακά εργαλεία, ενώ ταυτόχρονα έχουν εξοικειωθεί με την ανάλυση μη δομημένων δεδομένων. Κείμενα, βίντεο και ήχοι δημιουργούν περιεχόμενο. Τεράστιος όγκος δεδομένων οπτικοποιείται. Στο κομμάτι της εκπαίδευσης των νέων δημοσιογράφων δίνεται μεγάλη έμφαση στις γνώσεις δεδομένων. Τα πάσης φύσεως άρθρα, τα οποία βασίζονται σε δεδομένα γίνονται όλο και περισσότερα. Τέλος με την

πανδημία COVID-19 αποκαλύφθηκε έμπρακτα το εύρος και το βάθος της δημοσιογραφίας δεδομένων σε ολόκληρο τον κόσμο. Οι δημοσιογράφοι συνέλεξαν, ανέλυσαν και οπτικοποιούσαν τα σχετικά με την πανδημία δεδομένα σε καθημερινή βάση, σε σημείο που πολλές φορές αποκάλυπταν τις ελλείψεις των δεδομένων, τα οποία βρίσκονταν στην αρμοδιότητα των αξιωματούχων (Houston, 2021).

1.2.2 Εφαρμογή της δημοσιογραφίας δεδομένων

Η τεχνητή νοημοσύνη και μηχανική συμβάλλουν στην εύρεση ή στην απλοποίηση της ανάπτυξης της ιστορίας (Aldhous, 2017). Συνεισφέρουν ακόμη στην απάντηση απλών ερωτήσεων καθώς και στον εντοπισμό δύσκολων μοτίβων (Woodman, 2019).

Ο δημοσιογράφος δεδομένων δεν παίρνει συνέντευξη από ένα άτομο αλλά τα δεδομένα. Διερευνά τις αρχικές του ιδέες μέσα από αυτά, χρησιμοποιεί στατιστικά εργαλεία, υπολογιστικά φύλλα, σχεσιακές βάσεις δεδομένων, πιο προηγμένο λογισμικό και ανάλυση δικτύου, προκειμένου να αναλύσει τα δεδομένα, να εντοπίσει σημαντικές τάσεις τους και, τέλος να οδηγηθεί σε συγκεκριμένα αποτελέσματα. Η ροή εργασίας της δημοσιογραφίας δεδομένων οργανώνεται σε έξι στάδια. Αυτά είναι η συγκέντρωση των δεδομένων, ο καθαρισμός δεδομένων, η κατανόηση δεδομένων, η επικύρωση των δεδομένων, η οπτικοποίηση των δεδομένων και τέλος η σύνταξη του άρθρου. Προκειμένου να ολοκληρωθεί ένα έργο δημοσιογραφίας δεδομένων είναι απαραίτητο το παρακάτω βήματα να ακολουθηθούν προσεκτικά (Veglis, & Bratsas, 2021).

Η δημοσιογραφία δεδομένων εμπερικλείει ένα αυξανόμενο σύνολο εργαλείων, τεχνικών και προσεγγίσεων στην αφήγηση. Σ' αυτά ανήκουν η παραδοσιακή αναφορά με τη βοήθεια υπολογιστή και οι πιο σύγχρονες εφαρμογές οπτικοποίησης δεδομένων και ειδήσεων (Kayseretal.,n.d.).Ο στόχος σε κάθε περίπτωση είναι δημοσιογραφικός και πιο συγκεκριμένα η παροχή πληροφοριών και αναλύσεων που θα βοηθήσουν στην ενημέρωση όλων μας για σημαντικά θέματα της ημέρας. Κατά το στάδιο της συγκέντρωσης των δεδομένων ο δημοσιογράφος είτε έχει μια ερώτηση, η οποία έχει ανάγκη από δεδομένα, είτε έχει ένα σύνολο δεδομένων, το οποίο χρειάζεται μια ερώτηση. Τα δεδομένα μπορεί να παρέχονται απευθείας από έναν οργανισμό, ενδεχομένως και με τη μορφή ανοιχτών δεδομένων, μπορεί να έχουν προκύψει με τη βοήθεια προηγμένων τεχνικών αναζήτησης, τα δεδομένα μπορούν να

συλλέγονται με τη μετατροπή εγγράφων σε άλλες αναλύσιμες μορφές και τέλος μπορεί να συλλέγονται μέσω παρατήρησης, ερευνών, ηλεκτρονικών φορμών ή πληθοπορισμού (Bradshaw, 2011).

Στο στάδιο του καθαρισμού των δεδομένων εντοπίζονται και διορθώνονται κατεστραμμένα ή εσφαλμένα έγγραφα από ένα σύνολο δεδομένων. Τα ανθρώπινα λάθη αφαιρούνται και τα δεδομένα μετατρέπονται σε μορφή συμβατή με τα υπόλοιπα δεδομένα, τα οποία χρησιμοποιεί ο δημοσιογράφος (Veglis, & Bratsas, 2021).

Όταν καλούμαστε να κατανοήσουμε τα δεδομένα θα πρέπει να έχουμε στο μυαλό μας ότι τα σύνολα δεδομένων είθισται να περιλαμβάνουν διάφορους κωδικούς, αντιπροσωπευτικούς συγκεκριμένων κατηγοριών, ταξινομήσεων ή τοποθεσιών και ειδική ορολογία, η οποία δεν είναι κατανοητή από τους δημοσιογράφους. Πολλές φορές για να αποκτήσουν νόημα τα υπάρχοντα δεδομένα είναι ανάγκη να αναζητηθούν και να προστεθούν καινούρια (Veglis, & Bratsas, 2021).

Στο στάδιο της επικύρωσης των δεδομένων περιλαμβάνεται η διαδικασία διασταυρώνονται τα αρχικά δεδομένα και λαμβάνονται επιπλέον δεδομένα από πηγές προκειμένου να εμπλουτιστεί η διαθέσιμη πληροφορία. Η αξιοπιστία κάθε συνόλου δεδομένων είναι αμφίβολη και για το λόγο αυτό κάθε δημοσιογράφος οφείλει να διερευνά θέματα όπως από ποιον το συγκεντρώθηκαν, πότε συγκεντρώθηκαν, για ποιο σκοπό και με ποιο τρόπο. Για να το πετύχει αυτό ανατρέχει στο ιστορικό της δημιουργίας των δεδομένων (Veglis, & Bratsas, 2021).

Κατά το προτελευταίο στάδιο, αυτό της οπτικοποίησης δεδομένων με τη συνδρομή της περιγραφικής στατιστικής δημιουργείται και μελετάται η οπτική αναπαράσταση των δεδομένων. Πιο συγκεκριμένα η οπτικοποίηση των δεδομένων αποτελεί τη γραφική απεικόνιση αφηρημένων πληροφοριών για σκοπούς ανάλυσης δεδομένων. Η διαδραστική οπτικοποίηση δεδομένων είναι ο μόνος τρόπος να κατανοήσουμε σε βάθος μια υπόθεση. Στη στατική οπτικοποίηση υπάγονται και τα infographics. Αυτά ορίζονται ως γραφικές οπτικές αναπαραστάσεις δεδομένων ή γνώσεων, οι οποίες είναι σε θέση να παρουσιάζουν σύνθετες πληροφορίες γρήγορα και καθαρά. Τα συναντάμε συχνά σε εφημερίδες, για να δείχνουν τον καιρό, καθώς και σε χάρτες, σε σχέδια τοποθεσίας και σε γραφήματα για στατιστικά δεδομένα. Υπάρχουν πολλοί τύποι οπτικοποιήσεων δεδομένων. Κατά τους Heer, Bostock και Ogievetsky (2010) οι τύποι οπτικοποίησης δεδομένων είναι πέντε. Στον πρώτο τύπο ανήκουν τα δεδομένα

χρονοσειρών, στον οποίο περιλαμβάνονται τα διαγράμματα ευρετηρίου, τα στοιβαγμένα γραφήματα, τα μικρά πολλαπλάσια, καθώς και τα γραφήματα ορίζοντα. Η δεύτερη κατηγορία αφορά στις στατιστικές κατανομές και περιλαμβάνει τις γραφικές παραστάσεις QQ, τον πίνακα διασκορπισμού SPLOM και τις παράλληλες συντεταγμένες. Οι χάρτες αποτελούν τον τρίτο τύπο και σ' αυτούς ανήκουν οι χάρτες ροής, οι χάρτες Choropleth, οι χάρτες διαβαθμισμένων συμβόλων και τα χαρτογράμματα. Ο προτελευταίος τύπος είναι οι ιεραρχίες, στις οποίες υπάγονται τα διαγράμματα κόμβων-συνδέσμων, τα διαγράμματα γειννίας και τα διαγράμματα περιβλήματος. Τέλος έχουμε τα δίκτυα με τις υποκατηγορίες των Force-DirectLayout, ArcDiagrams και MatrixViews. Τα γνωστότερα και πιο χρησιμοποιούμενα εργαλεία οπτικοποίησης είναι τα CartoDB, Google Chart Tools, Google Fusion Tables, Tableau Public, Many Eyes και Infogram. (<http://selection.οπτικοποίησηδεδομένων.χ>). Το νόημα στη διαδικασία της οπτικοποίησης είναι να αναδειχθούν πληροφορίες, οι οποίες δεν ήταν απόλυτα ξεκάθαρες στα αρχικά και ακατέργαστα δεδομένα (Veglis, & Bratsas, 2021).

Το τελευταίο στάδιο αναφέρεται στη συγγραφή του άρθρου. Σ' αυτό βοηθούν και τα infographics. Με τη βοήθεια των γραφημάτων παρουσιάζονται οι σύνθετες πληροφορίες γρήγορα και καθαρά. Συχνά χρησιμοποιούνται σε εφημερίδες, για να δείχνουν τον καιρό. Ανάλογα με τον τρόπο δημοσίευσης του άρθρου αυτό λαμβάνει και ορισμένα ειδικά χαρακτηριστικά, ώστε να αξιοποιηθούν οι δυνατότητες κάθε μέσου στο έπακρο. (Veglis & Bratsas, 2021)

1.2.3 Χαρακτηριστικά της δημοσιογραφίας δεδομένων

Τα ψηφιακά δεδομένα αποτελούν από τη μια καταγραφή συνεχών δεδομένων και από την άλλη μετά την καταγραφή τους μετατρέπονται ταυτόχρονα σε ιστορικά αρχεία (probabilistic). Όπως ήδη αναφέρθηκε η συγκεκριμένη διαδικασία ξεκινά ως ανάλυση και καταλήγει σε φιλτράρισμα και οπτικοποίηση των δεδομένων σε μια φόρμα, η οποία θυμίζει αφήγηση. Σημαντικός παράγοντας για τη δημοσιογραφία δεδομένων πέρα από την οπτικοποίηση είναι και η διαδραστικότητα., καθώς για να φτάσουμε στην οπτικοποίηση είναι απαραίτητο να εξαχθούν από τα δεδομένα χρήσιμες πληροφορίες και να γραφτούν άρθρα βασισμένα σε αυτές. (Veglis & Bratsas, 2017)

Η διαδραστικότητα θα μπορούσε να διακριθεί σε διαδραστικότητα περιεχομένου ή αλλιώς του χρήστη προς το σύστημα και σε διαπροσωπική διαδραστικότητα ή αλλιώς

του χρήστη προς τον χρήστη. Η πρώτη αφορά στον έλεγχο, τον οποίο ασκούν οι πελάτες ειδήσεων στην επιλογή και την παρουσίαση του περιεχομένου. Η δεύτερη από την πλευρά της αφορά στις από πρόσωπο σε πρόσωπο συνομιλίες με τη μεσολάβηση ενός δικτύου (Veglis & Bratsas, 2017).

Ο Jensen (1998) από την άλλη μίλησε για τέσσερις τύπους διαδραστικότητας. Στη περίπτωση της μεταδοτικής διαδραστικότητας επιτρέπεται στο χρήστη να επιλέξει από μια συνεχή ροή πληροφοριών με μονόδρομη επικοινωνία. Όταν μιλάμε για συμβουλευτική διαδραστικότητα αναφερόμαστε στην ικανότητα του χρήστη να επιλέξει από μια υπάρχουσα γκάμα προπαραγόμενων πληροφοριών με αμφίδρομη επικοινωνία. Σύμφωνα με τη συνομιλητική διαδραστικότητα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επιτρέπουν στο χρήστη να παράγει και να εισάγει τις δικές του πληροφορίες σε αμφίδρομη επικοινωνία αποθηκεύοντας ή εμφανίζοντας σε πραγματικό χρόνο. Τέλος στην περίπτωση της εγγραφικής διαδραστικότητας τα μέσα μαζικής ενημέρωσης βρίσκονται σε θέση να καταχωρούν πληροφορίες, να προσαρμόζονται και να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις ενέργειες ενός χρήστη.

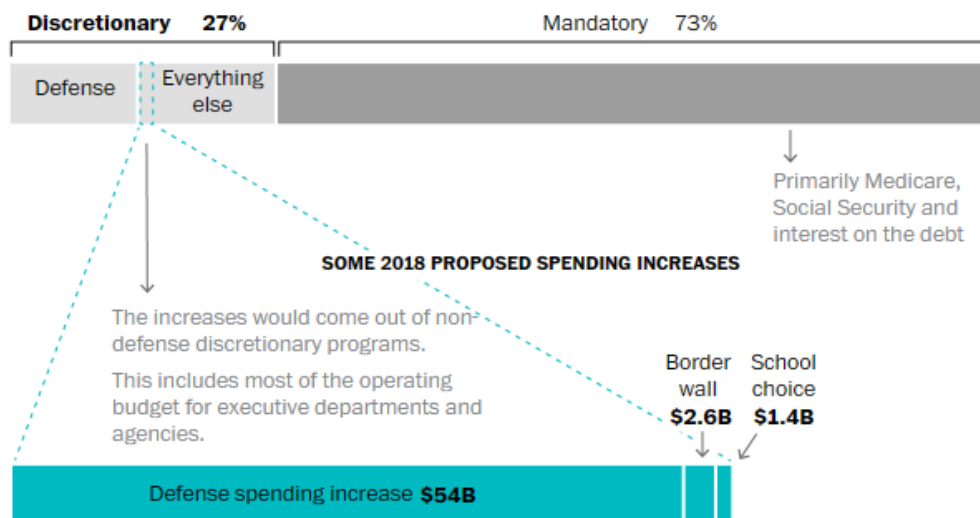
1.2.4 Μελέτη περίπτωσης – Ο προϋπολογισμός του Τράμπ

(<https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-presidential-budget-2018-proposals>)

Το παρόν άρθρο αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα παραδοσιακής έντυπης δημοσίευσης, η οποία αξιοποιεί τη δημοσιογραφία δεδομένων στα ψηφιακά μέσα. Παρουσιάζει μια σειρά από γραφήματα, τα οποία αναπαριστούν τον προτεινόμενο προϋπολογισμό του Προέδρου Τράμπ για την κυβέρνηση των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής (Soffen, & Denise 2018).

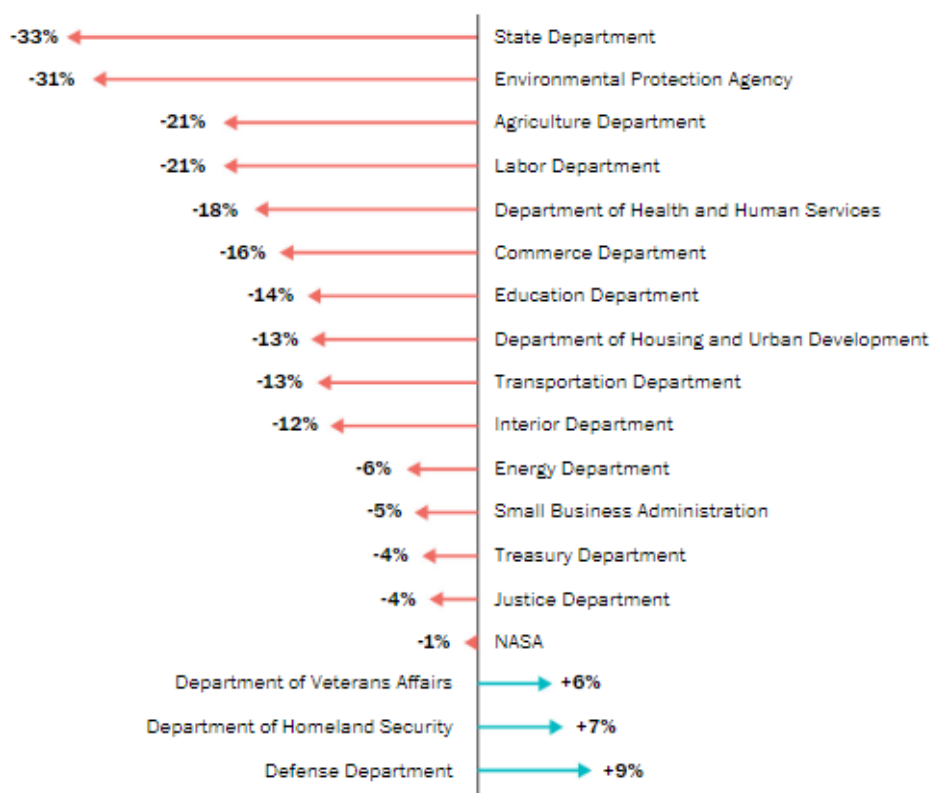
Η συγκεκριμένη πρόταση περιλάμβανε τεράστιες περικοπές σε πολλά τμήματα και αύξηση για το Υπουργείο Άμυνας. Το γεγονός αυτό κέρδισε την προσοχή των μέσων ενημέρωσης και ταυτόχρονα προκάλεσε πολιτικές διαμάχες (Soffen, & Denise 2018).

Εικόνα 1 Τι έκοψε ο Τραμπ



Πηγή εικόνας: <https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-presidential-budget-2018-proposal/>

Εικόνα 2 Τι έκοψε ο Τραμπ



Πηγή εικόνας: <https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-presidential-budget-2018-proposal/>

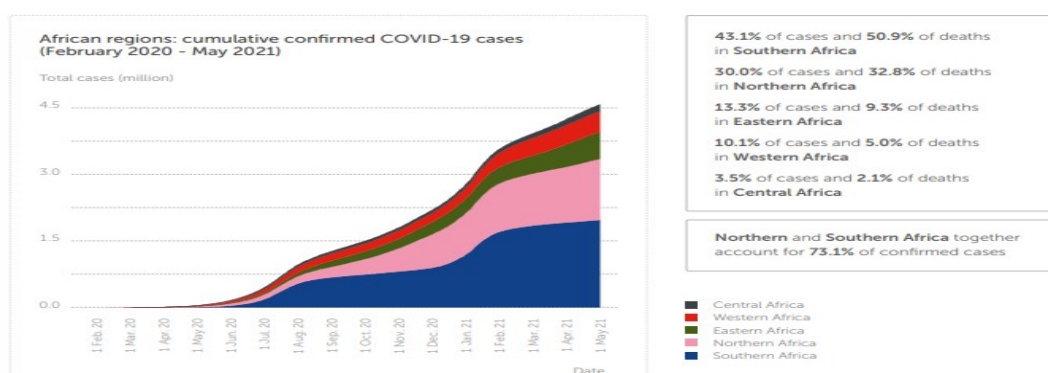
Για κάθε τμήμα που επηρεάζεται δημιουργήθηκαν γραφήματα, τα οποία απεικόνιζαν την αύξηση ή τη μείωση στον προϋπολογισμό του με μπλοκ, σε συνδυασμό με γραφήματα, τα οποία παρουσιάζουν την αλλαγή στον προϋπολογισμό κατά το παρελθόν έτος. Η περιγραφή των προγραμμάτων διακόπτεται από το τμήμα και τον αντίκτυπο του νέου προϋπολογισμού. Αυτό δείχνει τις δυνατότητες μετατροπής των δεδομένων σε γραφήματα και τη συμβολή των ίδιων στη βελτίωση της αφήγησης. Αξίζει να σημειωθεί πως χάρη στα οπτικά ο αναγνώστης παύει να βομβαρδίζεται από έναν τεράστιο όγκο πληροφοριών και κατανοεί τον προϋπολογισμό πολύ πιο εύκολα. Την εμπειρία του χρήστη (UX) της σελίδας, ενισχύει το αναπτυσσόμενο μενού στο επάνω μέρος, το οποίο μεταφέρει τους χρήστες στο τμήμα της επιλογής τους. Δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε το διαρκώς ενημερωμένο αριθμό σχολίων, ο οποίος επιτρέπει στον αναγνώστη να εκφράσει τις απόψεις του και να αλληλεπιδράσει με τη διαδικτυακή κοινότητα (Radcliffe, 2017).

Το τελικό αποτέλεσμα του άρθρου της Washington Post δικαιώνει τη δημοσιογραφία δεδομένων. Είναι εξάλλου αυτονόητο ότι η κατανόηση από τη μεριά του χρήστη βασίζεται στα δεδομένα (Radcliffe, 2017).

1.2.5 10 παραδείγματα δημοσιογραφίας δεδομένων

Μέσω του Vev κατέστη εφικτή η καταγραφή της επιρροής της πανδημίας στην Αφρική και το πώς παραμένει στην περιοχή. Αυτό επετεύχθη με οπτικοποιήσεις δεδομένων και οπτικά στοιχεία, τα οποία συνδέονται με τους ανθρώπους, οι οποίοι επηρεάζονται (Cardello, 2022).

Εικόνα 3 Επιβεβαιωμένα κρούσματα στην Αφρική



Πηγή εικόνας: <https://a-mif.vev.site/covid-19-in-africa/>

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί επίσης η προσφυγική κρίση της Βενεζουέλας, Χάρη σε ένα διαδραστικό χάρτη κατάφερε να αποτυπωθεί ο αριθμός των προσφύγων, οι οποίοι φεύγουν από τη Βενεζουέλα σε σύγκριση με άλλες χώρες. Τα δεδομένα απέδειξαν ότι η συγκεκριμένη προσφυγική κρίση δεν είναι αμελητέα καθώς λαμβάνει ανάλογες διαστάσεις με περισσότερο γνωστές περιπτώσεις. Επικοινωνήθηκαν λοιπόν με αποτελεσματικό τρόπο το μέγεθος και η σημασία της προσφυγικής κρίσης στη Βενεζουέλα (Cardello, 2022).

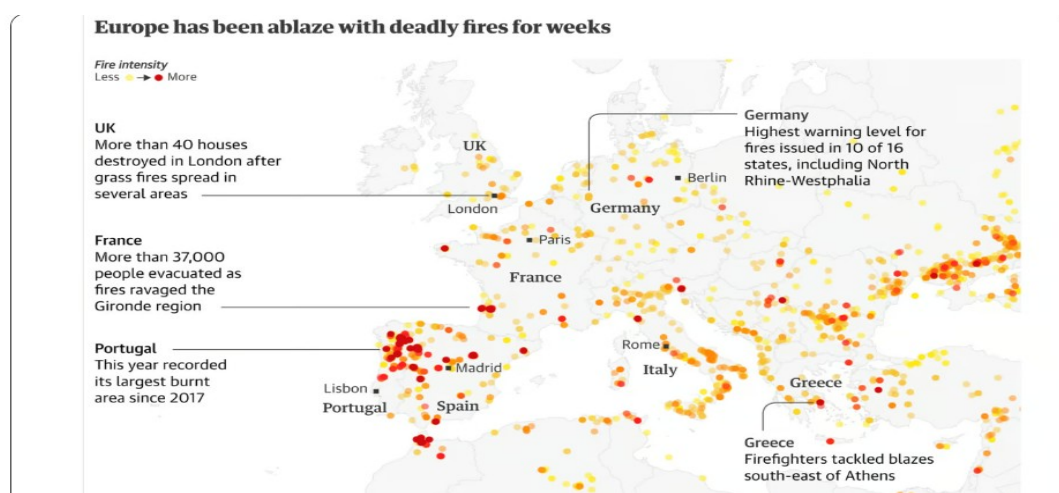
Εικόνα 4 Σημασία των εξαγωγών στη Βενεζουέλα



Πηγή εικόνας: <https://venezuela-refugee-crisis.chartipedia.com/>

Χάρη στην ίδια κατηγορία δημοσιογραφίας κατάφερε να πραγματοποιηθεί η καταγραφή της ζέστης και των πυρκαγιών στην Ευρώπη κατά το καλοκαίρι του 2022. Οι οπτικοποιήσεις δεδομένων απέδειξαν ότι η αύξηση της θερμοκρασίας δεν αποτελεί απλά ένα τοπικό συμβάν. Γίνεται επίσης φανερό ότι η εκτεταμένη εμβέλεια αυτού του κύματος καύσωνα και οι σοβαρές επιπτώσεις της αύξησης της παγκόσμιας θερμοκρασίας λαμβάνουν τρομακτικές διαστάσεις (Cardello, 2022).

Εικόνα 5 Πυρκαγιές στην Ευρώπη κατά το καλοκαίρι του 2022



Πηγή εικόνας: <https://www.vev.design/blog/data-journalism-examples/>

Εικόνα 6 Αύξηση θερμοκρασίας στην Ευρώπη - Οι υψηλότερες θερμοκρασίες ανά μήνα για κάθε Ευρωπαϊκή πρωτεύουσα



Πηγή εικόνας: <https://www.vev.design/blog/data-journalism-examples/>

Η δημοσιογραφία δεδομένων κατάφερε για άλλη μια φορά να φανερώσει με ακρίβεια την αλήθεια καταγράφοντας τα αστυνομικά επεισόδια στη Γερμανία. Πιο συγκεκριμένα διερευνήθηκαν τόσο οι καταχωρημένες όσο και οι μη καταγεγραμμένες περιπτώσεις αστυνομικής βίας στη Γερμανία, καθώς και οι παράγοντες, οι οποίοι καθορίζουν εάν τα θύματα αναφέρουν ή όχι όλα όσα έχουν βιώσει (Cardello, 2022).

Εικόνα 7 Διαφορετικοί τύποι αρχειοθετημένων αναφορών, που οδηγούν σε κατηγορίες

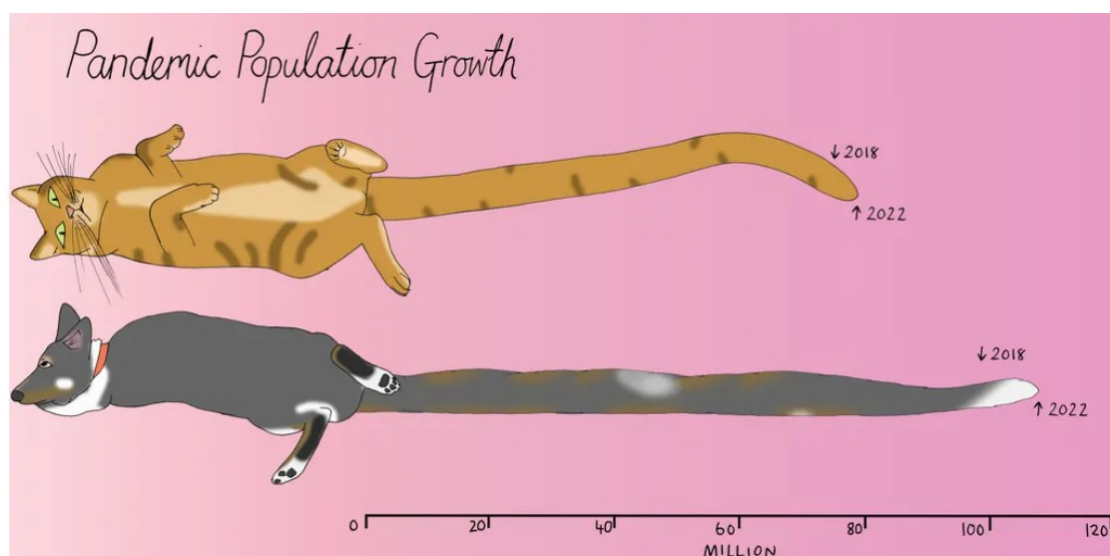


Πηγή εικόνας: <http://anzeigeverhalten-polizeigewalt.de/home-en.html>

Στο σκίτσο απεικονίζεται το ποσοστό των διαφορετικών τύπων αρχειοθετημένων αναφορών, οι οποίες οδηγούν σε κατηγορίες. Με την κύλιση και την περιήγηση στην ιστοσελίδα εμφανίζονται πρόσθετες πληροφορίες. Παρουσιάζει επίσης ενδιαφέρον η παρουσίαση των λόγων για τους οποίους δεν αναφέρονται τα περιστατικά, καθώς και οι τοποθεσίες των χώρων στους οποίους σημειώθηκαν αυτά τα περιστατικά. Όλα τα παραπάνω συνοδεύει η μοντέρνα αισθητική (Cardello, 2022).

Η δημοσιογραφία δεδομένων επεκτείνει την παρουσία της και σε λιγότερο σοβαρά θέματα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το άρθρο της Chalabi (2022), όσον αφορά στα κατοικίδια κατά την περίοδο της πανδημίας. Αυτή συνδύασε στατιστικά, γραφή και καλλιτεχνία στη δουλειά της. Πέτυχε με αυτό τον τρόπο μια παιχνιδιάρικη οπτικοποίηση δεδομένων, η οποία ανέδειξε την αύξηση των γατών και των σκύλων κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Η ειδοποιός της διαφορά εντοπίζεται στην πολύ πιο διασκεδαστική παρουσίαση σε σύγκριση με ένα παραδοσιακό γράφημα ράβδων (Cardello, 2022).

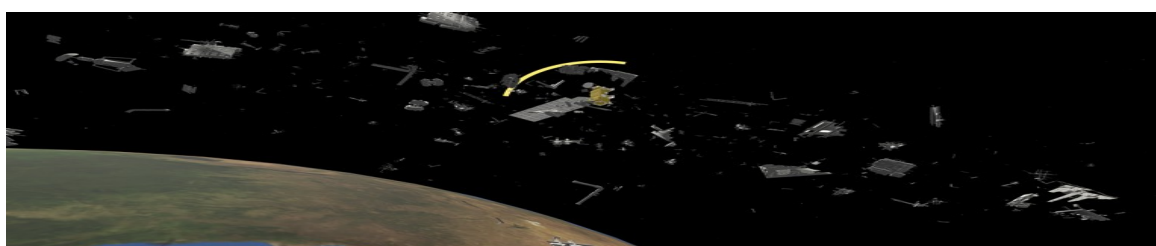
Εικόνα 8 Τα κατοικίδια αποδεικνύονται η αγαπημένη γούρνη παριοχή της ανάπτυξης της πανδημίας



Πηγή εικόνας: <https://www.theguardian.com/news/datablog/2022/jan/21/pets-ownership-pandemic-dogs-cats>

Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης το άρθρο της Hollinger, το οποίο εστιάζει στην απεραντοσύνη του νυχτερινού ουρανού, καθώς και στην τροχιά των χιλιάδων κομματιών ανθρωπογενών συντριμμίων, η οποία κυριολεκτικά πραγματοποιείται πάνω από το κεφάλι μας (Cardello, 2022).

Εικόνα 9 Οπτικοποίηση διαστημικών σκουπιδιών

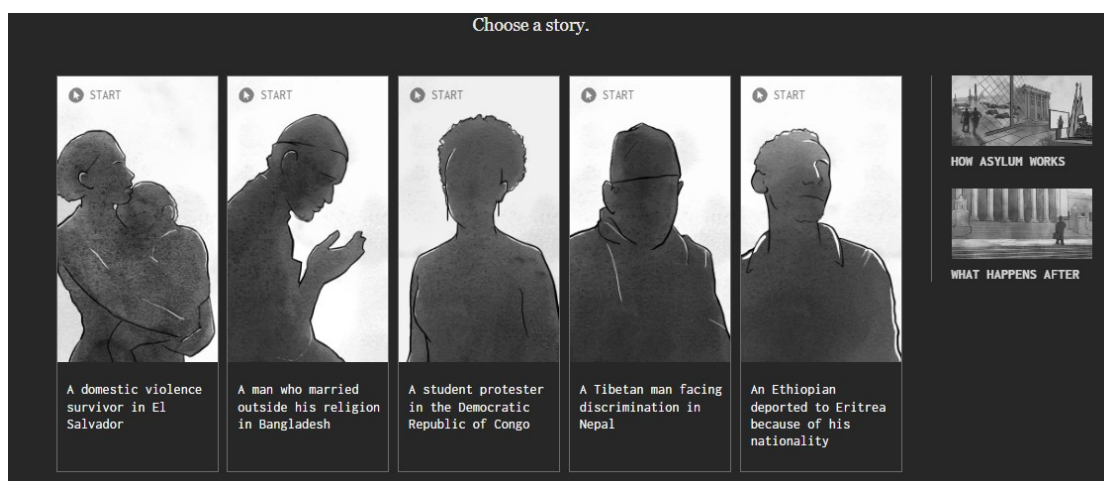


Πηγή εικόνας: <https://ig.ft.com/space-debris/>

Κατέστη λοιπόν σαφές το πόσα σκουπίδια αιωρούνται πάνω από το κεφάλι μας και γιατί αυτό είναι επικίνδυνο.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης ο εξανθρωπισμός με τον οποίο παρουσιάζονται όλα όσα βιώνουν όσοι ζητούν άσυλο. Το διαδραστικό αυτό παιχνίδι μας δίνει τη δυνατότητα να δούμε τον τρόπο με τον οποίο εκλαμβάνεται αυτή η διαδικασία για πέντε άτομα διαφορετικού υποβάθρου. Στη συγκεκριμένη περίπτωση τα δεδομένα μας αφορούν σε εμπειρίες και συναισθήματα (Cardello, 2022).

Εικόνα 10 Το παιχνίδι της αναμονής

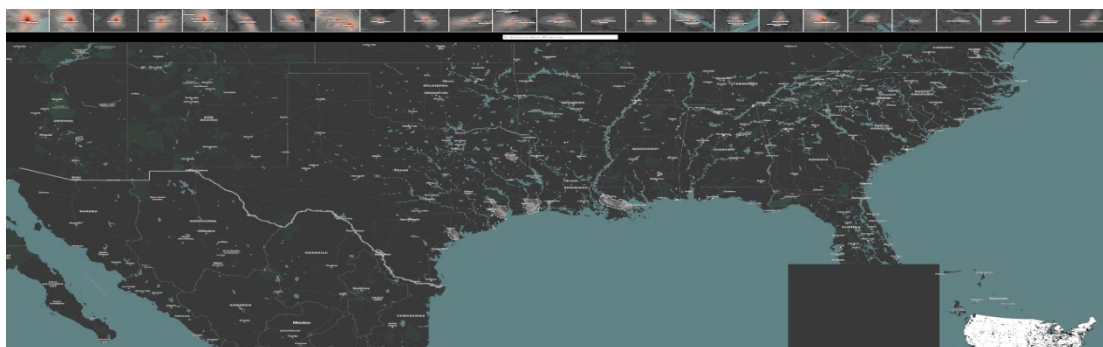


Πηγή εικόνας: <https://projects.propublica.org/asylum/>

Ξεχωρίζουν τα ασπρόμαυρα γραφικά, η ζοφερή μουσική και οι επιλογές να παρατηρούμε ή να συνεχίζουμε. Αποτυπώνονται λοιπόν με τον πλέον διαδραστικό τρόπο η δυσκολία και η απόγνωση όλων όσων αναζητούν μια καλύτερη ζωή (Cardello, 2022).

Δε θα μπορούσε να λείπει η αναφορά σε πολιτικά και σε περιβαλλοντικά ζητήματα, τα οποία επηρεάζουν τον πλανήτη μας. Οι Shaw και Younes (2021) έπειτα από ένα ολοκληρωμένο σύνολο μετρήσεων κατέστησαν σαφή τον τρόπο με τον οποίο η βιομηχανική ατμοσφαιρική ρύπανση προκαλεί καρκίνο στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Το παραπάνω έγινε εφικτό χάρη στον πιο λεπτομερή χάρτη της βιομηχανικής ατμοσφαιρικής ρύπανσης στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (Cardello, 2022) .

Εικόνα 11 Βιομηχανική ατμοσφαιρική ρύπανση

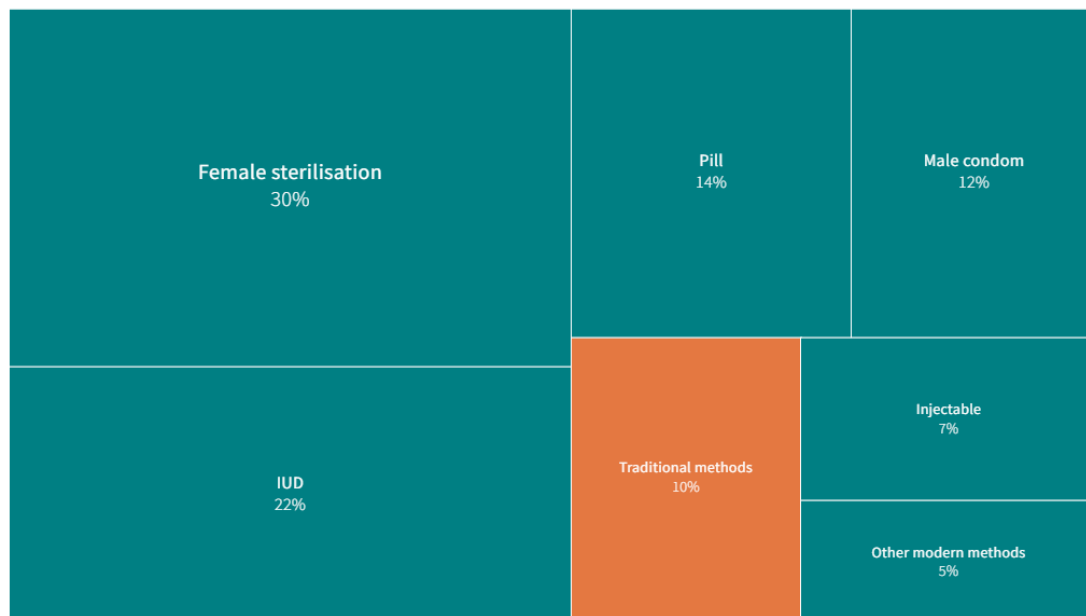


Πηγή εικόνας: <https://projects.propublica.org/toxmap/>

Αυτός ο χάρτης περιγράφει σε βάθος τους σημαντικότερους παράγοντες που συμβάλλουν στη βιομηχανική ατμοσφαιρική ρύπανση, η οποία προκαλεί καρκίνο στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Οι πηγές της ρύπανσης διαμοιράζονται στον χάρτη και η εμβέλεια των ρύπων τους μαρτυρά την απεραντοσύνη αυτού του περιβαλλοντικού ζητήματος (Cardello, 2022).

Ένα ακόμη εξαιρετικό παράδειγμα αποτελεί το άρθρο, το οποίο καλύπτει τις πρακτικές αντισύλληψης σε όλο τον κόσμο (Belmonteetal, 2018).

Εικόνα 12 Πρακτικές αντισύλληψης σε όλο τον κόσμο



Πηγή εικόνας: <https://medicamentalia.org/contraceptives/data-use-barriers/>

Στο συγκεκριμένο γράφημα μέσω της κύλισης, το σχετικό κείμενο εμφανίζεται και κινείται πάνω από τα γραφικά, ενώ ταυτόχρονα πολυάριθμες απεικονίσεις δεδομένων παρουσιάζουν τον τρόπο με τον οποίο η διαθεσιμότητα αντισυλληπτικών επηρεάζει τις γυναίκες σε όλο τον κόσμο (Cardello, 2022).

1.3 Προγνωστική Δημοσιογραφία

1.3.1 Ιστορική εξέλιξη

Ως προγνωστική δημοσιογραφία ορίζεται το αναδυόμενο είδος στη δημοσιογραφία δεδομένων, το οποίο ενσωματώνει προγνωστικές πληροφορίες όπως εκτιμήσεις, προβλέψεις ή τώρα εκπομπές στην παραγωγή ειδήσεων (π.χ. αναφορά, δημοσίευση, διανομή) χρησιμοποιώντας ή βασιζόμενες σε δεδομένα υπολογιστικές τεχνικές όπως η προγνωστική ανάλυση ή οι προσομοιώσεις υπολογιστή (Diakopoulos&Allaham,

2022). Με τη χρήση των αλγορίθμων οι πληροφορίες και τα δεδομένα μετατρέπονται σε ειδήσεις (Nishal&Diakopoulos, 2022).

Κάθε πρόβλεψη συνεπάγεται μια δήλωση ή μια υπόδειξη εκ των προτέρων. Μια πρόβλεψη έχει τη δύναμη να συμπληρώνει τις πληροφορίες, που λείπουν. Με αυτό το σκεπτικό είναι εφικτές οι προβλέψεις για το παρελθόν, το παρόν ή το μέλλον, ακόμη και χωρίς να είναι γνωστή η αλήθεια του θέματος. Οι προβλέψεις, οι οποίες αναφέρονται σε συγκεκριμένα μελλοντικά γεγονότα χαρακτηρίζονται συνήθως ως προβλέψεις, ενώ αυτές, οι οποίες αναφέρονται στο παρόν και στο παρελθόν χαρακτηρίζονται ως οπισθοδρομήσεις (Diakopoulos, 2022).

Η ιδέα των ανθρώπων να αναλύουν το παρελθόν για να προβλέψουν μελλοντικά χαρακτηριστικά χρονολογείται στην πραγματικότητα στον 17ο αιώνα (A Brief History of Predictive Analytics, 2019). Η άνοδος της προγνωστικής ανάλυσης οφείλεται στις τεχνολογικές εξελίξεις των τελευταίων ετών. Η ιστορία της προγνωστικής ανάλυσης ξεκινά το 1689. Το Hadoop και το Map Reduce και οι ταχύτερες CPU καθιστούν την προγνωστική ανάλυση ένα προσβάσιμο εργαλείο για τη λήψη αποφάσεων. Η προγνωστική ανάλυση χρησιμοποιείται εδώ και πολλούς αιώνες. Οι πρώτες εφαρμογές της προγνωστικής ανάλυσης συναντώνται στη ναυτιλία, στο εμπόριο και στα θαλάσσια ταξίδια. Στην ασφαλιστική αγορά Lloyd's του Λονδίνου οι χρηματοοικονομικοί τραπεζίτες, οι οποίοι αποδέχονταν τον κίνδυνο σε ένα δεδομένο θαλάσσιο ταξίδι, έγραφαν με αντάλλαγμα ένα ασφάλιστρο τα ονόματά τους κάτω από τις πληροφορίες κινδύνου, οι οποίες ήταν γραμμένες σε ένα δελτίο, το οποίο δημιουργήθηκε για αυτόν τον σκοπό. Το 1689, ο Έντουαρντ Λόιντ ίδρυσε το καφενείο του Λόιντ. Το συγκεκριμένο έγινε δημοφιλές στους ναυτικούς, τους εμπόρους και τους πλοιοκτήτες, καθώς παρέθετε αξιόπιστα ναυτιλιακά νέα, τα οποία βοηθούσαν την κοινότητα να συζητήσει συμφωνίες, συμπεριλαμβανομένης της ασφάλισης (Watson, 2013).

Κατά τη διάρκεια του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου ο ιδρυτής του PredictiveIndex™, Arnold Daniels, θέλησε να βρει με ποιο τρόπο θα μπορούσε ένα τάγμα να κερδίσει τον πόλεμο με μηδενικές απώλειες. Εστάλη λοιπόν ένας ψυχολόγος να μελετήσει τη μονάδα, παρέχοντας στον Ντάνιελς την πρώτη του έκθεση σε ψυχομετρικά τεστ. Στη συνέχεια, ο Ντάνιελς δημιούργησε το πρώτο

PredictiveIndex™, το οποίο τότε ονομαζόταν PI Worldwide (A Brief History of Predictive Analytics, 2019).

Στα μέσα της δεκαετίας του 1970, η προγνωστική ανάλυση αρχίζει να αναζητά το γιατί, οδηγώντας στη μεγιστοποίηση και τη βελτίωση ποικίλων επιχειρηματικών λειτουργιών. Στο άλμα αυτό συνέβαλε η εξέλιξη των υπολογιστών, οι οποίοι ενίσχυσαν τις δυνατότητες αποθήκευσης και επεξεργασίας, καθιστώντας τις λειτουργίες αποτελεσματικότερες (A Brief History of Predictive Analytics, 2019).

Προς το τέλος του 20ου αιώνα αναπτύσσονται μαθηματικά μοντέλα, τα οποία χρησιμοποιούσαν τεχνικές στάθμισης για τη βαθμολογία συνόλων δεδομένων και προσαρμόστηκαν σε αναλυτικά προγράμματα. Αυτό επέτρεψε στον υπολογιστή να κάνει προτάσεις και να προβλέπει αποτελέσματα με βάση μια σειρά εισροών (A Brief History of Predictive Analytics, 2019).

Το PredictiveIndex™ πλέον χρησιμοποιεί μηχανική εκμάθηση για την ανάλυση τίτλων εργασίας και παρέχει στους χρήστες ακριβή χαρακτηριστικά θέσης με βάση δείγματα από άλλες θέσεις του πραγματικού κόσμου. Με τον τρόπο αυτό ο προγνωστικός δείκτης βελτιώνεται συνεχώς και ανταποκρίνεται καλύτερα στις αλλαγές (A Brief History of Predictive Analytics, 2019).

Στις μέρες μας η πρόσβαση σε νέες και καλύτερες πληροφορίες δίνει χώρο σε άλλους τύπους προγνωστικής ανάλυσης, συμπεριλαμβανομένων των εφαρμογών διατήρησης πελατών, υπερπώλησης και πολλαπλών πωλήσεων. Για παράδειγμα, μια τράπεζα μπορεί να λάβει τις ίδιες πληροφορίες που χρησιμοποιεί για την ασφάλιση δανείων, συμπεριλαμβανομένων κεφαλαίων, εξασφαλίσεων και πιστωτικού ιστορικού, καθώς και δημογραφικά, γεωγραφικά και ψυχογραφικά στοιχεία από το CRM της, και να δημιουργήσει ένα μοντέλο που μπορεί να προβλέψει ποιος έχει τη μεγαλύτερη τάση να πάρει νέο στεγαστικό δάνειο (Watson, 2013).

1.3.2 Εφαρμογή της προγνωστικής δημοσιογραφίας

Οι ειδήσεις ως «μαντεία των μέσων», ρέουν και διαμορφώνουν τις κοινές φαντασιώσεις των προτιμώμενων, πιθανών ή πιθανών μελλοντικών συμβάσεων που επιβάλλουν και θεσπίζουν τρέχουσες ενέργειες. Οι προβλέψεις μπορούν. Η γκάμα των προβλέψεων είναι ευρεία συμπεριλαμβάνοντας τα μέλλοντα, τις ενημερωμένες εκτιμήσεις, τις κερδοσκοπικές εκτιμήσεις και τις εικασίες μελλοντικής εκπλήρωσης

(Neiger 2007). Η αβεβαιότητα των προβλέψεων παραμένει και η έλευση των υπολογιστικών βοηθά τους δημοσιογράφους να οραματίζονται τις επερχόμενες στιγμές. Στην πραγματικότητα, ορισμένοι τομείς όπως η πρόβλεψη του καιρού, οι προεκλογικές εκστρατείες, οι πωλήσεις και το μάρκετινγκ, η πρόληψη του εγκλήματος ή η οικονομική μοντελοποίηση αποκτούν διαφορετική υπολογιστική ισχύ. Οι προβλέψεις βάσει δεδομένων ξεπερνούν την ανθρώπινη τεχνογνωσία και προνοητικότητα (Orrell 2007). Παρά ταύτα η ενσωμάτωσή των αφηγήσεων σε ένα επιστημονικό πλαίσιο είναι αρκετά πρόσφατη (Dahlstorm, 2013). Με τον τρόπο αυτό οδηγούμαστε στη λήψη ορθών αποφάσεων και αποφεύγονται δογματισμοί και αβάσιμες γενικεύσεις (Roberts, 2015).

Πιο πρόσφατα, αυτοί οι ρεπόρτερ άρχισαν να χρησιμοποιούν τεχνητή νοημοσύνη και μηχανική μάθηση για να βοηθήσουν στην εύρεση ή την απλοποίηση της ανάπτυξης της ιστορίας. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να βοηθήσουν στην απάντηση σε απλές ερωτήσεις, όπως το φύλο ενός ασθενούς που τραυματίστηκε από ιατρικές συσκευές όταν η κυβέρνηση προσπάθησε να κρύψει αυτή τη λεπτομέρεια. Ή μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον εντοπισμό δύσκολων μοτίβων, όπως για το Buzzfeed (Aldhous, 2017; Woodman, 2019).

Τα ανθρώπινα όντα είναι κατασκευασμένα να αναρωτιούνται για κάθε μελλοντική υπόθεση. Η προγνωστική δημοσιογραφία από την πλευρά της μπορεί να αποφέρει δημοσιογραφική αξία σε διάφορες διαστάσεις, συμπεριλαμβανομένης της επικοινωνίας προβλέψεων και επεξηγήσεων περίπλοκων συστημάτων, η οποία επιτρέπει την ανάλυση, την αντίθετη σκέψη, την κριτική και την ενημέρωση της μεταγενέστερης κάλυψης ειδήσεων προσανατολίζοντας τις αναφορές, βοηθώντας στην εύρεση γωνιών ή χρησιμεύοντας ως βάση για αναλυτική ερμηνεία (Diakopoulos, 2022). Αφηγήσεις, οι οποίες βασίζονται σε προβλέψεις μπορούν να εντοπιστούν σε διάφορες πτυχές της καθημερινότητας με διάφορες μορφές. Οι αφηγήσεις αυτές μπορεί να θίγουν συγκεκριμένα θέματα, να συνοψίζουν διάφορες πληροφορίες και να οπτικοποιούν γραφήματα (Oghazetal., 2020). Μεταξύ των ενδιαφερόντων της προγνωστικής δημοσιογραφίας πρωταγωνιστούν η πολιτική και ιδιαίτερα οι εκλογές, η υγεία με χαρακτηριστικό παράδειγμα τις προβλέψεις σχετικά

με τον Covid, ο αθλητισμός και άλλα διάφορα κοινωνικά ζητήματα (Diakopoulos, 2022).

Προκειμένου να δημοσιοποιηθεί η πρόβλεψη, οι δημοσιογράφοι ακολουθούν τρία βασικά βήματα. Αρχικά εξηγούν τα αποτελέσματα. Στη συνέχεια κοινοποιούν τις αβεβαιότητές τους, ενώ για το τέλος αφήνουν την οπτικοποίηση. Μέσω της οπτικοποίησης δείχνουν στον αναγνώστη όσα σχετίζονται με τις προβλέψεις. Το τελικό αποτέλεσμα της προγνωστικής δημοσιογραφίας είναι επεξηγηματικό. Κατά τη μοντελοποίηση αυτή αποκαλύπτονται οι αιτιακές σχέσεις μεταξύ των δεδομένων αυτών. Ταυτόχρονα με τις εξηγήσεις, ένας δημοσιογράφος θα πρέπει να τονίσει τουλάχιστον τι συνέβη στην πρόβλεψη, τι προέκυψε και τέλος τι συνέβη με τα ενδιάμεσα δεδομένα (Morris, 2019).

Οι ενημερωμένες γενικεύσεις, οι οποίες βασίζονται σε συστηματικά δειγματοληπτικούς πληθυσμούς διαφέρουν κατά πολύ από τις ασαφείς γενικεύσεις, οι οποίες βασίζονται σε μικρά και μεροληπτικά δείγματα. Όσα έχουν να μας αφηγηθούν ακολουθούν μια συγκεκριμένη δομή, η οποία περιγράφει τις σχέσεις αιτίας και-αποτελέσματος μεταξύ γεγονότων, τα οποία λαμβάνουν χώρα σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο και επηρεάζουν συγκεκριμένους χαρακτήρες και συνεργάζονται αρμονικά με την περιγραφική, την απαγωγική και τη στατιστική. Επιπλέον, οι αφηρημένες αλήθειες μπορούν να αξιοποιηθούν προκειμένου να γενικευτεί μια συγκεκριμένη περίπτωση και ιδανικά να προσφέρει κάποιο επίπεδο προγνωστικής ισχύος σχετικά με το εκάστοτε ζήτημα (Dahlstorm, 2013).

1.3.3 Χαρακτηριστικά της προγνωστικής δημοσιογραφίας

Η ιστορία δεν αποτελεί πάντα τον καλύτερο οδηγό για το μέλλον καθώς πρέπει πάντοτε να λαμβάνεται υπ' όψιν κάθε πιθανός κίνδυνος. Ακόμη και για την παραμικρή πιθανότητα θα πρέπει να μη διαφεύγει της προσοχής μας και να υπολογίζονται οι συνέπειές της. Μια καλή πρόβλεψη πρέπει να καλύπτει τη βάση όλου του προβλήματος προκειμένου να αποφεύγονται τυφλές αναγνώσεις του θέματος. Η γνώση στο συγκεκριμένο τομέα στηρίζεται σε υπαρκτά και μη δεδομένα. Κατά τον Michael Lewis για τους δημοσιογράφους δεδομένων όλη η γνώση είναι πρόβλεψη. Η γνώση συνεπάγεται πρόβλεψη και η πρόβλεψη συνεπάγεται γνώση. Με το ίδιο σκεπτικό λάθος πρόβλεψη συνεπάγεται λανθασμένη γνώση (Morris, 2019).

Αναπόσπαστα χαρακτηριστικά της προγνωστικής δημοσιογραφίας αποτελούν οι διεπαφές, η αβεβαιότητα και η διαφάνεια. Οι διεπαφές οφείλονται στο ευρύ φάσμα οπτικοποιήσεων δεδομένων, από βασικά γραφήματα ράβδων και γραμμών έως χάρτες και πιο εξελιγμένες κινούμενες παρουσιάσεις ή τρισδιάστατες απεικονίσεις. Πολλές από αυτές τις παρουσιάσεις χαρακτηρίζονται από έντονη διαδραστικότητα. Η αβεβαιότητα από την πλευρά της αποτελεί την πιο κρίσιμη πτυχή του συγκεκριμένου είδους δημοσιογραφίας, καθώς οι προβλέψεις, που βασίζονται σε υπολογιστικές μεθόδους είναι πιθανολογικοί ισχυρισμοί, δεν είναι ποτέ απολύτως βέβαιες. Η διαφάνεια αποδίδεται στο γεγονός ότι η αποκάλυψη πρόσθετων πληροφοριών σχετικά με μια πρόβλεψη βοηθά τους άλλους να κατανοήσουν τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιήθηκε αυτή η πρόβλεψη (Diakopoulos, 2022).

Η προγνωστική ευφυΐα επιτρέπει στους δημοσιογράφους πέρα από την πρόβλεψη του αντίκτυπου των ειδήσεων, τη δημιουργία βελτιστοποιημένου περιεχομένου και τον σχεδιασμό της διανομής του. Η προγνωστική δημοσιογραφία συναντά όλο και μεγαλύτερη ανάπτυξη καθώς αυξάνονται με ραγδαίους ρυθμούς τα δεδομένα. Η προγνωστική νοημοσύνη χρησιμοποιείται από τις περισσότερες κορυφαίες αίθουσες συντάξεων του κόσμου, όλες τις παγκόσμιες εταιρείες δημοσίων σχέσεων και μια ταχέως αναπτυσσόμενη ομάδα παγκόσμιων καταναλωτικών εμπορικών σημάτων και μη κυβερνητικών οργανώσεων. Με τον τρόπο αυτό μεταμορφώνεται το προγνωστικό έργο (Quigley, 2021).

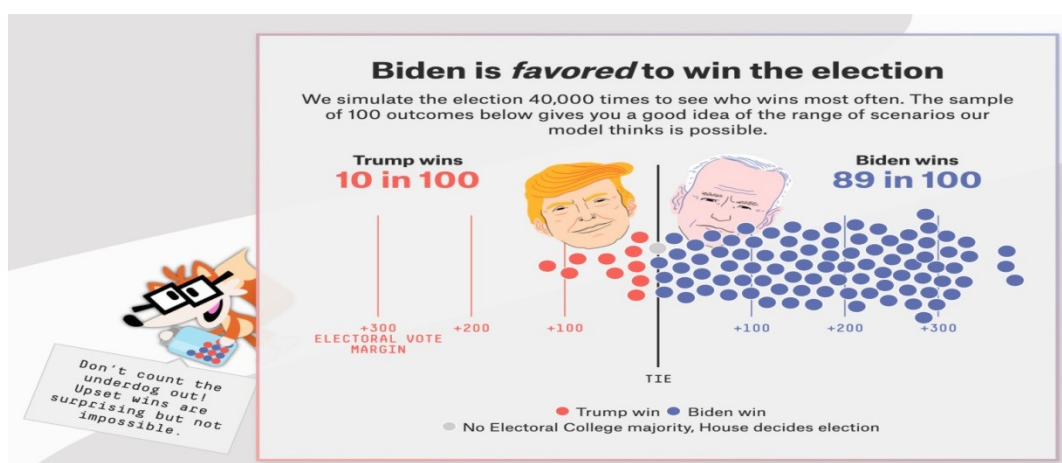
Η προγνωστική δημοσιογραφία ξεχωρίζει, καθώς μπορούν να εντοπιστούν με μεγάλη ταχύτητα οι πιο πρόσφατα δημοσιευμένες ειδήσεις και στη συνέχεια να γίνει πρόβλεψη του επιπέδου επίπτωσής τους τις επόμενες ώρες και ημέρες. Για τον προγνωστικό σχεδιασμό μέσω των χρησιμοποιούνται μεγάλος όγκος δεδομένων και μοντέλα υπολογιστών για τη βελτιστοποίηση της στρατηγικής περιεχομένου (Quigley, 2021).

1.3.4 Μελέτη περίπτωσης - Εκλογές

Οι εκλογές του 2020 στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα. Οι εκλογές του 2016 αποτέλεσαν ισχυρό ερέθισμα για μεγάλο αριθμό

προγνωστών, λόγω της βαθιάς πεποίθησης που επικρατούσε για τη νίκη του Κλίντον. Σε δημοσίευση προβλέψεων προέβησαν το Five Thirty Eight, το The Economist και οι New York Times (Diakopoulos, 2022).


Το Five Thirty Eight έστρεψε την προσοχή του από το ποιος θα ηγηθεί αυτής της κούρσας και ποιος είναι πιθανό να κερδίσει στον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζεται μια πρόβλεψη που επικοινωνεί τι γνωρίζουμε, αλλά και τι δεν γνωρίζουμε καθώς και στα όσα θα μπορούσαν να αλλάξουν. Στη συγκεκριμένη περίπτωση δόθηκε έμφαση σε μια οθόνη αβεβαιότητας με πλαίσιο συχνότητας, στο οποίο κάθε κουκκίδα στην απεικόνιση αντικατόπτριζε ένα τυχαίο αποτέλεσμα από την προσομοίωση μοντέλου. Η αβεβαιότητα μεταξύ των πιθανών αποτελεσμάτων δύσκολα παρακάμπτεται. Στην ακόλουθη εικόνα η Fivey Fox, μας θυμίζει να μην αγνοούμε αυτή την αβεβαιότητα (Silver, 2020).



Πηγή εικόνας: [fivethirtyeight](https://www.fivethirtyeight.com)

Το The Economist δίνει και αυτό έμφαση στην επικοινωνία της αβεβαιότητας. Η αβεβαιότητα αντιμετωπίζεται στο μοντέλο οπτικά. Είναι όμως δύσκολο να γνωρίζουμε αν οι τελικοί χρήστες την λαμβάνουν πραγματικά υπ' όψιν τους, καθώς οι εκάστοτε προβλέψεις αποδίδουν καλύτερα στις μετρήσεις της προσοχής μας (Diakopoulos, 2022).

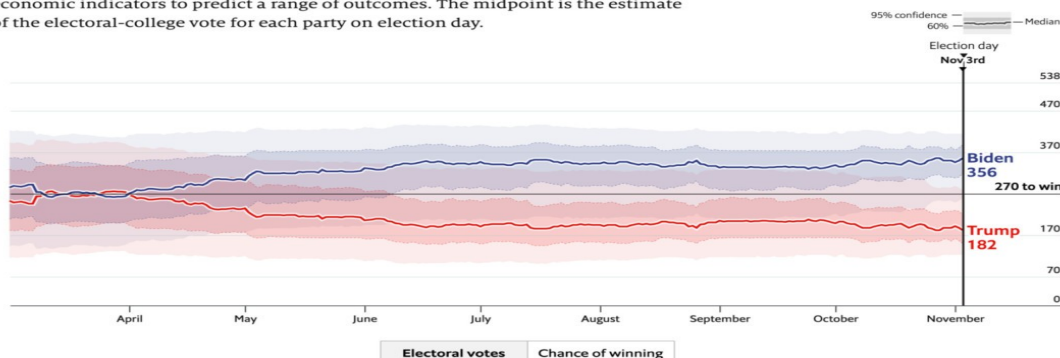
Our final pre-election forecast is that **Joe Biden is very likely to beat Donald Trump** in the electoral college.

	Chance of winning the electoral college	Chance of winning the most votes	Predicted range of electoral college votes (270 to win)
 Joe Biden Democrat	better than 19 in 20 or 97%	better than 19 in 20 or >99%	259-415
 Donald Trump Republican	less than 1 in 20 or 3%	less than 1 in 20 or <1%	123-279

The probability of an electoral-college tie is <1%

Estimated electoral college votes

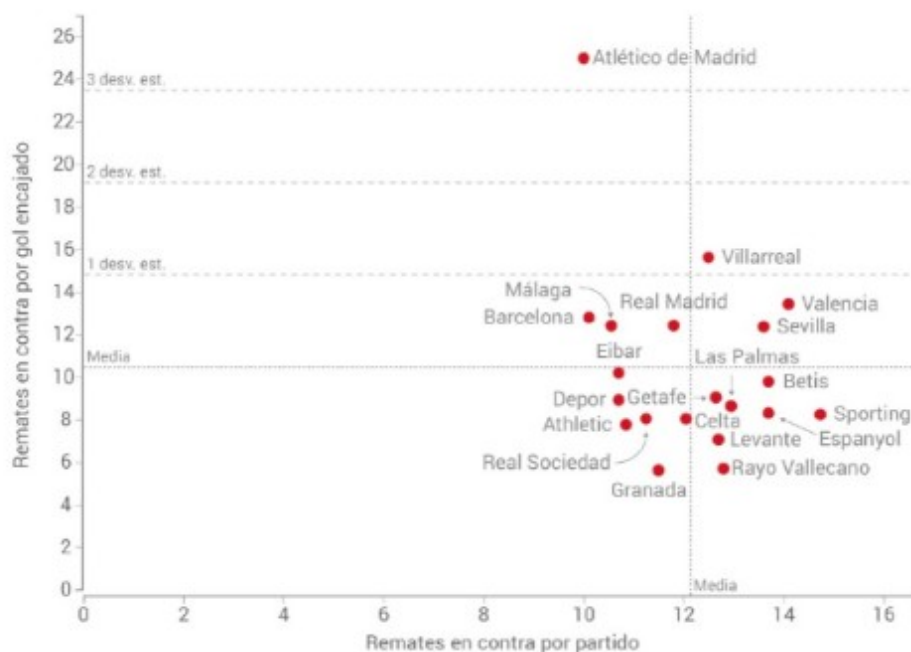
Our model is updated every day and combines state and national polls with economic indicators to predict a range of outcomes. The midpoint is the estimate of the electoral-college vote for each party on election day.



Πηγή εικόνας: [economist](https://www.economist.com)

1.3.5 Μελέτη περίπτωσης – Αθλητικό γεγονός

Το πιθανολογικό μοντέλο που συνέταξε η El País για το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου του 2018 ξεχωρίζει για την πρωτοτυπία και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε στο μοντέλο El País είναι παρόμοια με αυτή που χρησιμοποιείται για τη δημιουργία στοιχημάτων. Τα δεδομένα έχουν μικρό ενδιαφέρον για τους ρεπόρτερ, όχι όμως για την πρόβλεψη. Με το τέλος του Παγκοσμίου Κυπέλλου αποδείχτηκε ότι όσα είχαν πιθανότητα μεταξύ 0 και 10% να συμβούν, συνέβησαν μόνο στο 3% του χρόνου, ενώ γεγονότα που είχαν πιθανότητα άνω του 75% συνέβησαν στο 86% του χρόνου. Σε κάθε περίπτωση το κλειδί είναι να εξακριβωθεί η δημοσιογραφική αξία αυτών των προσεγγίσεων και όχι να επιβεβαιωθεί αν ταιριάζουν με τις προβλέψεις του μοντέλου (Torrijos & Cepero, 2020)



Πηγή εικόνας: [researchgate](https://www.researchgate.net/publication/354111111)

1.3.6 Μελέτη περίπτωσης – Πρόβλεψη του Covid

Οι δημοσιογράφοι με το ξέσπασμα του Covid – 19 επιχείρησαν να ασχοληθούν με τα προγνωστικά μοντέλα και με τις προβλέψεις με στόχο να προβλέψουν τη μελλοντική τάση της πανδημίας. Επιχειρήθηκε η εξέταση της ανταπόκρισης του κοινού στην προγνωστική δημοσιογραφία με την ποιοτική ανάλυση των σχολίων των αναγνωστών σε άρθρα, τα οποία σχετίζονται με τον COVID – 19. Καθ' όλη τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19, οι δημοσιογράφοι χρησιμοποίησαν επιδημιολογικά και προγνωστικά μοντέλα, ώστε να προσφέρουν αναφορές και γραφήματα, τα οποία ενημερώνουν το κοινό για την κλίμακα και τον ρυθμό των κρίσεων υγείας εν μέσω ενός κύματος μπερδεμένων πληροφοριών. Παραμένει ωστόσο άγνωστο το κατά πόσο αυτές οι γεμάτες αβεβαιότητα πληροφορίες γίνονται δεκτές από το κοινό και με ποιο τρόπο μπορεί να επηρεάσουν τη στάση και τα συναισθήματα του κοινού απέναντι στο συγκεκριμένο γεγονός. Δίνεται έμφαση στον τρόπο με τον οποίο αντέδρασε το κοινό στα μοντέλα COVID-19, τα οποία μεταφέρθηκαν σε άρθρα προγνωστικής δημοσιογραφίας, τα οποία δημοσιεύτηκαν σε μέσα ενημέρωσης, τα οποία εδρεύουν στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (Allaham & Diakopoulos, 2022). Τα σχόλια λόγω της αυτόκλητης φύσης του αντικατοπτρίζουν τις ωμές αντιδράσεις των αναγνωστών στο περιεχόμενο των ειδήσεων, παρέχοντας μια πλούσια και έγκυρη εικόνα για το πως ανταποκρίνονται οι άνθρωποι στις προβλέψεις (Hullman et al., 2015). Δόθηκαν επίσης επιπλέον πληροφορίες σχετικά με τη συναισθηματικότητα στη δημόσια

ανταπόκριση σε προγνωστικά μοντέλα στη δημοσιογραφία (Allahammet & Diakopoulos, 2022).

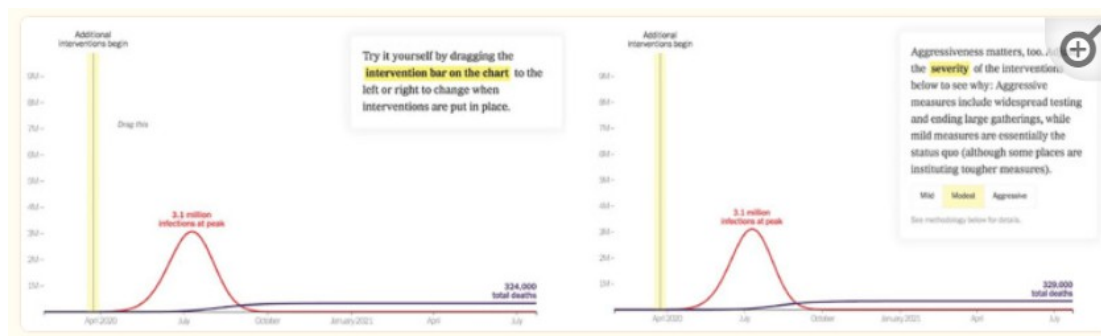
Το σύνολο των δεδομένων βασίστηκε σε ένα σύνολο άρθρων ειδήσεων, τα οποία ενσωμάτωναν πλήθος προγνωστικών πληροφοριών. Στα άρθρα σημειώθηκαν αναφορές στο παρόν και στο μέλλον, σε στοιχεία υπολογιστικής τεχνικής και προσομοίωσης υπολογιστή (Allahammet & Diakopoulos, 2022).

Εικόνα 13 Άρθρα που χρησιμοποιήθηκαν στην ανάλυση δεδομένων

Title	Date Published	Source	Number of Comments Analyzed
How epidemics like COVID-19 end (and how to end them faster)	19 February 2020	The Washington Post	56
How Much Worse the Coronavirus Could Get, in Charts	13 March 2020	The New York Times	341
What 5 Coronavirus Models Say the Next Month Will Look Like	22 April 2020	The New York Times	223
How a sluggish vaccination program could delay a return to normal and invite vaccine-resistant variants to emerge	9 February 2021	The Washington Post	109
Just How Big Could India's True Covid Toll Be?	25 May 2021	The New York Times	39
Where The Latest COVID-19 Models Think We're Headed—And Why They Disagree	28 May 2021	FiveThirtyEight	117

Πηγή εικόνας: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9669507/>

Εικόνα 14 Προβλέψεις



Πηγή εικόνας: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9669507/>

Στην ανωτέρω εικόνα περιγράφεται ο τρόπος με τον οποίο δημιουργούνται οι προβλέψεις, ο προβλεπόμενος αριθμός των μολύνσεων και ο προβλεπόμενος αριθμός των συνολικών θανάτων λόγω COVID, εάν δεν ληφθούν μέτρα ή παρεμβάσεις. Διαφαίνεται επίσης η σχέση μεταξύ των πρώιμων παρεμβάσεων και των προβλέψεων του μοντέλου και ο αντίκτυπος των πρώιμων παρεμβάσεων στον προβλεπόμενο αριθμό λοιμώξεων και συνολικών θανάτων (Allaham & Diakopoulos, 2022).

Επιπλέον επεξηγείται ο τρόπος με τον οποίο το κοινό μπορεί να αλληλεπιδράσει με το μοντέλο αλλάζοντας το πότε μπορούν να ξεκινήσουν οι παρεμβάσεις και το επίπεδο σοβαρότητάς τους. Υπάρχουν τρία επίπεδα σοβαρότητας που αντιπροσώπευε το μοντέλο, το ήπιο, το μέτριο και το επιθετικό. Το κοινό μπορεί να οπτικοποιήσει τον αντίκτυπο κάθε επιπέδου σοβαρότητας της παρέμβασης στον αριθμό των μολύνσεων και στους συνολικούς θανάτους λόγω του COVID(Allaham & Diakopoulos, 2022).

2. Εισαγωγή στο ερευνητικό κομμάτι

Το θεωρητικό κομμάτι ακολουθεί το ερευνητικό και πρακτικό μέρος της παρούσας εργασίας. Η έρευνα αποτελείται από δύο σκέλη. Στο πρώτο σκέλος επιχειρείται η ενασχόληση με άρθρα προγνωστικής δημοσιογραφίας. Σημειώνεται ότι πρόκειται για άρθρα του ελληνικού τύπου, αντλημένα από το διαδίκτυο. Στην επιλογή της θεματολογίας, μας βοήθησε το υπόβαθρο που αποκτήθηκε από την προηγούμενη ενότητα. Προκειμένου να βρούμε τις λέξεις – κλειδιά, οι οποίες θα μας κατευθύνουν στα άρθρα, προσπαθήσαμε να σκεφτούμε τις περισσότερες κοινές και ευρέως διαδεδομένες περιπτώσεις προγνωστικών.

Σε καμία περίπτωση και ταυτόχρονα παρακινούμενοι από την επικαιρότητα δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε την περίπτωση των εκλογών. Δεν είναι λίγες οι δημοσκοπήσεις, οι οποίες πραγματοποιούνται ανά πενταετία. Οι συγκεκριμένες δημοσκοπήσεις παρουσιάζουν ενδιαφέρον καθώς βασίζονται αποκλειστικά στο παρόν και καθεμία από αυτές έχει να διηγηθεί τη δική της ιστορία από διαφορετική οπτική. Έτσι και εδώ κάθε άρθρο βασιζόμενο σε ορισμένο δείγμα έχει να κάνει τη δική του πρόβλεψη. Όπως είναι αναμενόμενο διακρίνονται για το πρωτότυπο περιεχόμενο και την αναλυτική παρουσίαση των εκάστοτε δεδομένων.

Γεγονός, το οποίο σημάδεψε ολόκληρη την ανθρωπότητα αποτελεί ο Covid- 19. Με την εισβολή του στις ζωές μας χιλιάδες και πλέον άνθρωποι κατέφευγαν σε άρθρα όχι μόνο του ελληνικού, αλλά και του διεθνούς τύπου προκειμένου να σχηματίσουν μια έγκυρη και εμπεριστατωμένη άποψη σχετικά με την πορεία της πανδημίας. Τα σενάρια σχετικά με τον Covid – 19 στηρίζονταν στο ρυθμό με τον οποίο εξελισσόταν η πανδημία και στη βάση αυτών προσπαθούσαν να κάνουν προβλέψεις όχι μόνο για

την επόμενη μέρα, αλλά και για ακόμη μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα όπως η ερχόμενη εβδομάδα, ο επόμενος μήνας, το προσεχές τετράμηνο ή και εξάμηνο.

Λόγω των ερεθισμάτων της επικαιρότητας δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε τον ετήσιο διαγωνισμό τραγουδιού της Eurovision. Όσο πλησιάζει ο ετήσιος διαγωνισμός όλο και περισσότερα άρθρα γράφονται. Τα άρθρα αυτά αναφέρονται όχι μόνο στον καθοριστικής σημασίας τελικό αλλά και στους δύο ημιτελικούς. Και στη συγκεκριμένη περίπτωση οι πίνακες των προγνωστικών συμπληρώνονται με βάση τους προηγούμενους διαγωνισμούς καθώς και τις απόψεις των εκάστοτε δειγμάτων.

Το ενδιαφέρον των αναγνωστών κερδίζουν σε ετήσια βάση οι πανελλαδικές εξετάσεις. Άνθρωποι κάθε ηλικίας, γονείς, και παιδιά, μικροί και μεγάλοι με τα συγκεκριμένα άρθρα κατευνάζουν την αγωνία τους και εναποθέτουν τις ελπίδες τους σ' αυτά. Η σημασία τους δεν είναι μικρή καθώς αποτελούν καθοριστικό μέσο για το σχηματισμό μιας εικόνας για το μέλλον. Η επιρροή και του ελάχιστου μορίου κάνει να απαιτείται όλο και πιο λεπτός χειρισμός. Για το λόγο αυτό και όχι μόνο αξίζει η ενασχόληση και με τη συγκεκριμένη περίπτωση.

Στη συνέχεια θα ασχοληθούμε με τις σχολές δημοσιογραφίας, τα μαθήματά τους καθώς και τα όσα μπορούν να προσφέρουν στους εκκολαπτόμενους δημοσιογράφους. Τα τμήματα δημοσιογραφίας στη χώρα μας είναι τρία. Τα δύο από αυτά βρίσκονται στην Αθήνα ενώ το άλλο στη Θεσσαλονίκη (Γάλλου, 2023). Από την άλλη πλευρά δεν είναι λίγες οι ιδιωτικές σχολές δημοσιογραφίας.

Χρέος του καλού και υπεύθυνου δημοσιογράφου είναι να ενημερώνει την κοινή γνώμη όχι μόνο για όσα συμβαίνουν στη χώρα του αλλά και για όσα διαδραματίζονται σε διεθνές επίπεδο. Αρχικά, θα πρέπει να εντοπίσει το θέμα του και αφού το εντοπίσει να το ερευνήσει από κάθε πλευρά. Για να καταφέρει να συλλέξει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες καταφεύγει σε συνεντεύξεις, ανατρέχει σε διάφορες, εξακριβώνει λεπτομέρειες, διασταυρώνει πληροφορίες και αφού συγκεντρώσει και συνδυάσει όλα όσα χρειάζονται προσφέρει στο κοινό του αξιόπιστη και έγκυρη ενημέρωση. Η θεματολογία ποικίλει, μπορεί να αφορά σε ειδήσεις του εξωτερικού, σε οικονομικά θέματα και αναλύσεις, στην πολιτική, στα αθλητικά, σε κοινωνικά ή αστυνομικά και πολεμικά ζητήματα. Προκειμένου να γίνει κάποιος δημοσιογράφος οφείλει να έχει φοιτήσει στα ανάλογα τμήματα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης των Πανεπιστημίων ή ακόμη των δημόσιων ή

ιδιωτικών Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης. Επίσης, δημοσιογράφος μπορεί να γίνει κάποιος ολοκληρώνοντας τις σπουδές του σε κάποια από τις σχολές δημοσιογραφίας των ραδιοτηλεοπτικών σταθμών ή των Κέντρων Ελευθέρων Σπουδών.

Κάθε δημοσιογράφος οφείλει να είναι προικισμένος με εγρήγορση, κριτική σκέψη, διορατικότητα, επιθυμία και όρεξη για αναζήτηση, ευελιξία, γνώσεις και πνευματική καλλιέργεια, μαχητική διάθεση, τόλμη, ευαισθησία απέναντι σε θέματα κοινωνικού προβληματισμού, ετοιμότητα, ανεξαρτησία, τόλμη, ικανότητα για ανάληψη πρωτοβουλιών, αμεροληψία, ευσυνειδησία, εργατικότητα, γλωσσική ευφράδεια, αντικειμενικότητα και αμεροληψία στην ενημέρωση, επιμονή, ευγένεια, περιέργεια με τη θετική χροιά της έννοιας, υπευθυνότητα, σωματική και ψυχολογική αντοχή, ορθή χρήση της μητρικής γλώσσας και του προφορικού ή γραπτού λόγου, ικανότητα επικοινωνίας σε άλλες γλώσσες, μνήμη, παραγωγική και δημιουργική σκέψη, ικανότητα συνδυασμού των γεγονότων με τις καταστάσεις ευελιξία στις δημόσιες σχέσεις καθώς και άριστη γνώση χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Οι επαγγελματικές προοπτικές, οι οποίες ανοίγονται με την ολοκλήρωση των σπουδών δεν είναι λίγες. Στο χώρο της δημοσιογραφίας υπάρχει μεγάλη προσφορά στελεχών από πολλούς χώρους και με διάφορα εκπαιδευτικά προσόντα, ενώ οι θέσεις εργασίας δεν αναπτύσσονται με τους ίδιους ρυθμούς. Οι σύγχρονοι τρόποι ενημέρωσης και η δημιουργία όλο και περισσότερων καναλιών επικοινωνίας ανοίγουν νέες θέσεις εργασίας. Οι επικρατούσες συνθήκες ευνοούν την εξέλιξη του κλάδου. Ένας δημοσιογράφος μπορεί να εργαστεί στον ημερήσιο ή και στον περιοδικό τύπο, σε εθνικούς και ιδιωτικούς ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς, καθώς και σε γραφεία τύπου και δημοσίων σχέσεων, είτε του δημοσίου είτε του ιδιωτικού τομέα. Ως εξωτερικός συνεργάτης μπορεί να γράφει σε περιοδικά και εφημερίδες, να συνεργάζεται με δημοσιογραφικούς οργανισμούς ή και να αναλαμβάνει ρεπορτάζ για διάφορα έντυπα και ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς.

Η δουλειά του δημοσιογράφου ορίζεται ως αρκετά δύσκολη και πολύπλοκη. Το ωράριο είναι διαρκώς μεταβαλλόμενο και ασταθές. Λόγω της φύσης του επαγγέλματος ο υπεύθυνος δημοσιογράφος οφείλει να βρίσκεται σε συνεχή ετοιμότητα σε περίπτωση που προκύπτουν έκτακτα περιστατικά και η ανάγκη για ενημέρωση είναι άμεση. Ταυτόχρονα δε λείπουν τα ταξίδια και οι μετακινήσεις. Τις

παραπάνω δυσκολίες συνοδεύουν το άγχος και η πίεση. Δεν υπερισχύουν όμως έναντι της δράσης και των όσων προσφέρουν οι συγκεκριμένοι επαγγελματίες στους συμπολίτες τους.

2.1 Άρθρα Προγνωστικής Δημοσιογραφίας

2.1.1 Εκλογές 2023

Στην πρωτιά της επικαιρότητας βρίσκονται οι εκλογές. Καθημερινά και όσο αυτές πλησιάζουν γράφονται όλο και περισσότερα άρθρα για τα επικείμενα αποτελέσματα της κάλπης. Κάθε γεγονός επιδρά αισθητά στην εκάστοτε πρόβλεψη και κατά συνέπεια στο τελικό αποτέλεσμα.

(<https://www.odigostoupoliti.eu/ekloges-2023-nea-dimoskopisi-tis-gpo/>)

Αρχικά θα ασχοληθούμε με το άρθρο, το οποίο σχετίζεται με τη δημοσκόπηση μεταξύ 3 και 5 Απριλίου 2023 σε δείγμα 1000 ατόμων για την εφημερίδα «Παραπολιτικά» σχετικά με την πρόθεση ψήφου ενόψει των βουλευτικών εκλογών της 21ης Μαΐου 2023. Σύμφωνα με την ανωτέρω δημοσκόπηση, η διαφορά μεταξύ Νέας Δημοκρατίας και ΣΥΡΙΖΑ βρισκόταν στις 4,8 ποσοστιαίες μονάδες. Ειδικότερα, τα ποσοστά της πρόθεσης ψήφου, όπως καταγράφηκαν σύμφωνα με τη συγκεκριμένη δημοσκόπηση τα ποσοστά κατά αύξουσα σειρά είχαν ως εξής. Στην πρώτη θέση βρισκόταν η Νέα Δημοκρατία με ποσοστό 31,4%, με σχετικά μικρότερη διαφορά ακολουθούσε ο ΣΥΡΙΖΑ με ποσοστό 26,6%. Ενδιαφέρον προκαλεί το ποσοστό των αναποφάσιστων πολιτών, το οποίο αγγίζει το 9,7%. Με ελάχιστη διαφορά και συγκεκριμένα με ποσοστό 9,5%, το ΠΑΣΟΚ ακολουθεί τους αναποφάσιστους. Με πολύ χαμηλότερα ποσοστά έπονται το ΚΚΕ με ποσοστό 6,3%, η επιλογή άλλου κόμματος αγγίζοντας ποσοστό της τάξης 3,7%, η ΜέΡΑ25 καθώς και η Ελληνική Λύση με ποσοστό 3,6%, οι Έλληνες για την Πατρίδα συγκεντρώνουν ποσοστό 2,7%, ποσοστό 1,2% έχουν συγκεντρώσει εξίσου η Εθνική Δημιουργία και όσοι δεν θα ψηφίσουν. Στο τέλος βρίσκεται το λευκό ή το άκυρο με ποσοστό 0,9% (Οδηγός του Πολίτη, 2023).

Επιπλέον στο τέλος του άρθρου παρατίθεται η ερώτηση σχετικά με το ποιος θεωρείται καταλληλότερος για τη θέση του πρωθυπουργού. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ίδιας δημοσκόπησης ο Κυριάκος Μητσοτάκης προηγείται με ποσοστό 46% έναντι του Αλέξη Τσίπρα, ο οποίος συγκέντρωσε ποσοστό 34,2% (Οδηγός του Πολίτη, 2023).

Παρά τις έγκυρες και κατατοπιστικές πληροφορίες, τις οποίες μας παρέχει το συγκεκριμένο άρθρο δεν θα ήταν άδικο και λάθος αν χαρακτηριζόταν φτωχό. Από το συγκεκριμένο άρθρο λείπουν η διαδραστικότητα και η εικονικότητα που όπως είδαμε διέπουν την προγνωστική δημοσιογραφία. Δίχως αυτά ακόμη και η καλύτερη περιγραφή υστερεί μπροστά σε κάθε τύπο αναγνώστη. Η απλή παράθεση ποσοστών δίχως κάποια ιδιαίτερη μορφοποίηση και χρώμα σίγουρα δεν κεντρίζει την προσοχή του αναγνώστη και κατά συνέπεια δεν θα τον κρατήσει ενεργό ώστε να διαβάσει το άρθρο μέχρι το τέλος. Αν μη τι άλλο δεν θα πετύχει ούτε να εστιάσει στα κύρια σημεία του άρθρου και τα συμπεράσματα, τα οποία προκύπτουν από αυτό. Επιπροσθέτως το συγκεκριμένο άρθρο δεν αποτελεί τίποτα παραπάνω από μια απλή παράθεση των αποτελεσμάτων της ανωτέρω δημοσκόπησης. Μια ακόμη αδυναμία για το συγκεκριμένο άρθρο αποτελεί η έλλειψη αναφοράς σε αποτελέσματα δημοσκοπήσεων, οι οποίες διεξήχθησαν προηγουμένως. Θα μπορούσε να υπάρχει μια εκτίμηση σχετικά με την εξέλιξη των όσων αναφέρονται στο άρθρο καθώς και μια παράθεση των όσων ωθούν τους πολίτες στις συγκεκριμένες επιλογές. Εν ολίγοις όλα τα παραπάνω κάνουν το παρόν άρθρο να μοιάζει με μια απλή, πρόχειρη και αδιάφορη παράθεση στοιχείων.

Σε σύγκριση με το προηγούμενο άρθρο θα αναλυθούν όσα έπονται.

<https://www.makthes.gr/ekloghes-2023-ti-dikhnoyn-oi-8-dimoskopiseis-toy-2023-stis-65-monades-i-diafora-nd-me-syriza-630802>

Το παρόν άρθρο λαμβάνει υπ' όψιν τις δημοσκοπήσεις οκτώ εταιρειών για την περίοδο από τον Ιανουάριο μέχρι το Φεβρουάριο του 2023. Κύρια πηγή πληροφόρησης αποτέλεσε η εκλογική έρευνα της ΕΡΤ «Στο Κέντρο» και τα δεδομένα, τα οποία παρουσιάστηκαν τηλεοπτικά από το Γιώργο Κουβαρά το 2023. Πιο συγκεκριμένα οι οκτώ εταιρίες δημοσκοπήσεων είναι η ALCO, η GPO, η METRONANALYSIS, η MRB, η PRORATA, η PULSE καθώς και η RASS. Από τις πρώτες γραμμές παρουσιάζεται ο μέσος όρος, από τον οποίο και προκύπτει ότι η Νέα Δημοκρατία προηγείται με ποσοστό 30,9% έναντι του ΣΥΡΙΖΑ με ποσοστό 24,4%. Στην έρευνα συνέβαλαν ο καθηγητής Συγκριτικής Πολιτικής Γεράσιμος Μοσχονάς καθώς και ο σύμβουλος Στρατηγικής και Επικοινωνίας Ευτύχης Βαρδουλάκης. Σκοπός της έρευνάς τους ήταν να αποτυπωθεί η δημοσκοπική εικόνα, η οποία έχει

καταγραφεί στην αρχή του 2023 και σχετίζεται αυστηρά με την πρόθεση ψήφου (n.d., 2023).



Εικόνα 15 Δεδομένα οκτώ εταιρειών δημοσκοπήσης

Πηγή εικόνας: <https://www.makthes.gr/ekloghes-2023-ti-dikhnoyn-oi-8-dimoskopiseis-toy-2023-stis-65-monades-i-diafora-nd-me-syriza-630802>

Σύμφωνα με τον μέσο όρο, ο οποίος προκύπτει από τις δημοσκοπήσεις των οκτώ εταιριών για την περίοδο από τον Ιανουάριο μέχρι το Φεβρουάριο του 2023, όσον αφορά στην πρόθεση ψήφου, όπως ήδη αναφέρθηκε η Νέα Δημοκρατία προηγείται με διαφορά 6,5 μονάδων από τον ΣΥΡΙΖΑ. Το ΠΑΣΟΚ έπεται στην τρίτη θέση με 10,4%, μπροστά από το ΚΚΕ (5,3%), την Ελληνική Λύση (3,7%) και το ΜέΡΑ25 (2,8%). Μια διαφορά όσον αφορά στα δεδομένα είναι ότι στο συγκεκριμένο άρθρο όντας παλαιότερο συμπεριλαμβάνεται το Εθνικό Κόμμα – Έλληνες του Ηλία Κασιδιάρη, το οποίο συγκεντρώνει κατά μέσο όρο ποσοστό 2,6%. Τα υπόλοιπα κόμματα συγκεντρώνουν συνολικά 4,5%, ενώ αρκετά υψηλό και συγκεκριμένα 15,4% είναι το ποσοστό των αναποφάσιστων, όσων θα ψηφίσουν άκυρο ή λευκό, όσων θα απέχουν και τέλος όσων δηλώνουν ότι δε γνωρίζουν ή δεν απαντούν (n.d., 2023).

Όσα περιγράφηκαν αναλυτικά και κατατοπιστικά απεικονίζονται σε ένα εξίσου αναλυτικό και κατατοπιστικό γράφημα. Το ίδιο γράφημα ξεχωρίζει για το ευδιάκριτο των δεδομένων του καθώς και για την ισορροπημένη παρουσίαση αυτών.

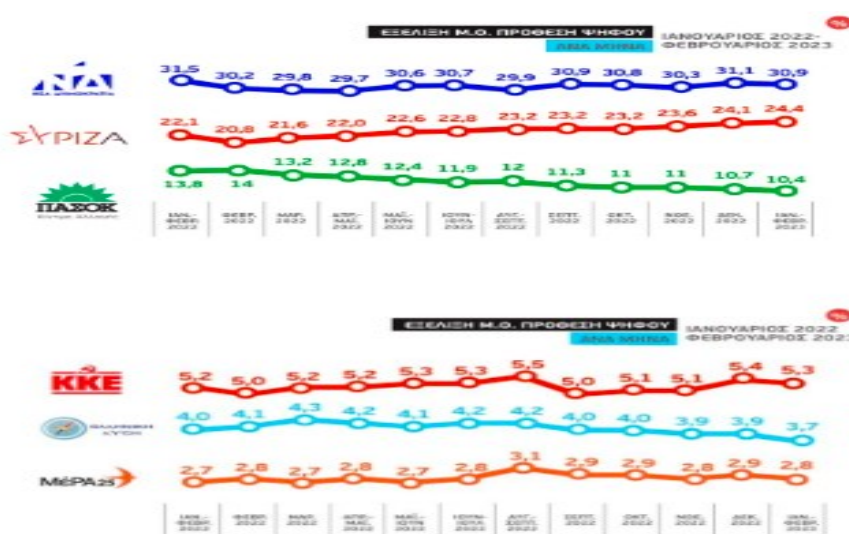


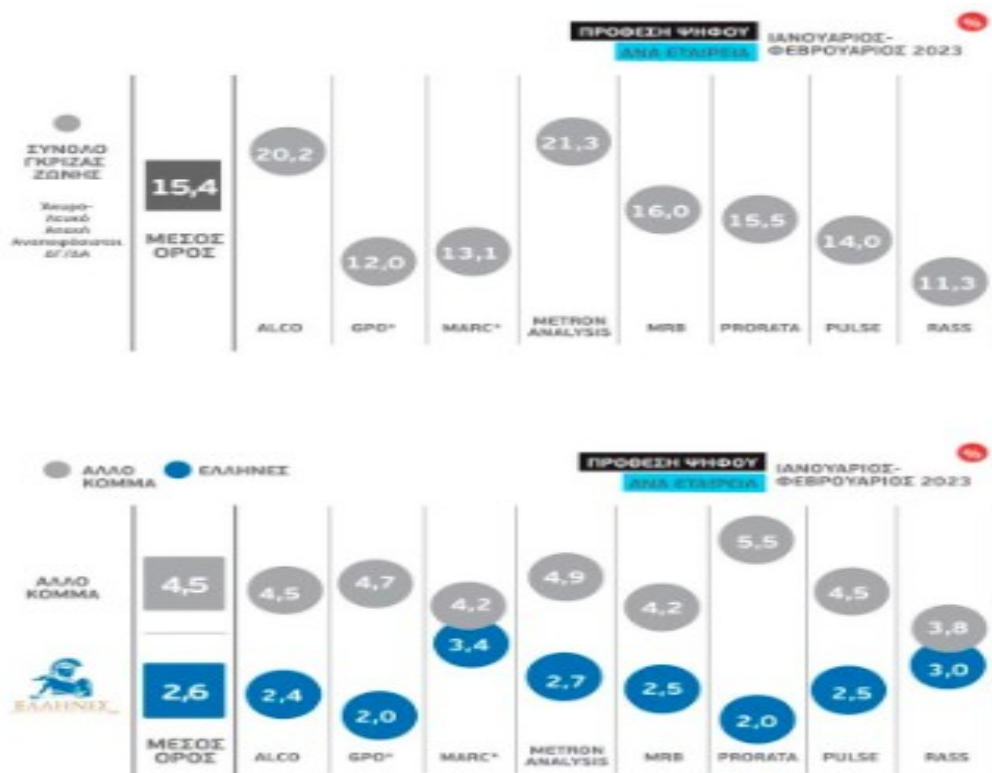
Εικόνα 16 Πρόθεση ψήφου

Πηγή εικόνας: <https://www.makthes.gr/ekloghes-2023-ti-dikhnoyn-oi-8-dimoskopiseis-toy-2023-stis-65-monades-i-diafora-nd-me-syriza-630802>

Το παρόν άρθρο ξεχωρίζει ακόμη για την έμφαση που δίνεται στη διαχρονική πορεία της πρόθεσης ψήφου από τον Ιανουάριο του 2022 έως τον Φεβρουάριο του 2023. Η Νέα Δημοκρατία φαίνεται να προηγείται διαρκώς και σταθερά έναντι του ΣΥΡΙΖΑ, με το προβάδισμα αυτό να μειώνεται σε κάποια φάση. Το αποκορύφωμα της διαφοράς εντοπίζεται κατά το Φεβρουάριο του 2022 με προβάδισμα 9,4%, το οποίο τη στιγμή που συντάχθηκε το άρθρο άγγιζε το 6,5% (n.d., 2023).

Κατά την ίδια περίοδο και σύμφωνα με τις μετρήσεις των ίδιων οκτώ εταιρειών, πτωτική πορεία εμφάνιζε το ΠΑΣΟΚ. Το υψηλότερο ποσοστό που συγκέντρωσε το κόμμα άγγιζε το 14% κατά το Φεβρουάριο του 2023, αν και τη στιγμή κατά την οποία συντασσόταν το άρθρο βρισκόταν στην κατιούσα έχοντας αγγίξει το ποσοστό του 10,4%. Πτώση παρατηρείται και όσον αφορά στο κόμμα της Ελληνικής Λύσης, ενώ το ΚΚΕ και το ΜΕΡΑ25 φαίνεται να κινούνται στα ίδια σχεδόν επίπεδα (n.d. 2023).





Εικόνα 17 Εξέλιξη μέσου όρου πρόθεσης ψήφου

Πηγή εικόνας: <https://www.makthes.gr/ekloghes-2023-ti-dikhnoyn-oi-8-dimoskopiseis-toy-2023-stis-65-monades-i-diafora-nd-me-syriza-630802>

Και εδώ τα γραφήματα διακρίνονται για την αναλυτική και ισορροπημένη παρουσίαση των εκάστοτε δεδομένων.

2.1.2 Covid - 19

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν ακόμη οι προβλέψεις σχετικά με την εξέλιξη της πανδημίας του Covid- 19, η οποία συντάραξε ολόκληρη την ανθρωπότητα. Καθημερινά μεγάλος αριθμός ατόμων κατέφευγε σε προγνωστικά άρθρα που αφορούσαν στην πανδημία και την πορεία αυτής. Άλλους τους ενδιέφερε το πότε θα πάρουν πίσω τη ζωή τους, άλλους το πόσο αυξημένος ήταν ο κίνδυνος. Επιπλέον δεν πρέπει να ξεχνάμε την ημερήσια ενημέρωση, στην οποία πληροφορούμασταν τον αριθμό των κρουσμάτων ανά ημέρα, τον αριθμό των θανάτων, τον αριθμό των

εξιτηρίων, των αριθμό των εισαγωγών σε νοσοκομεία, τον αριθμό των νοσηλευομένων στις μονάδες εντατικής θεραπείας καθώς και τον συνολικό αριθμό των κρουσμάτων, όπως αυτός διαμορφωνόταν.

Για το συγκεκριμένο κομμάτι έχουν επιλεγεί δύο άρθρα. Και τα δύο έχουν γραφτεί στις αρχές του 2020. Το πρώτο αφορά στην εξέλιξη της πανδημίας και στην πρόβλεψη του τέλους αυτής. Το δεύτερο από την πλευρά του προσπαθεί με βάση ορισμένα δεδομένα να προβλέψει τις επιπτώσεις της πανδημίας σε επίπεδο ανεργίας καθώς και σε επίπεδο φτώχειας.

Το παρόν άρθρο επιχειρούσε να δώσει απάντηση σχετικά με την καταληκτική ημερομηνία της πανδημίας βασιζόμενο στο δεδομένα του τεχνολογικού πανεπιστημίου της Σιγκαπούρης καθώς και τις μελέτες του καθηγητή Γιανζί Λούου. Όπως είναι λογικό δε μπορεί να προκύψει εύκολα ένα βέβαιο και απαρέγκλιτο συμπέρασμα. Το παραπάνω οφείλεται στο γεγονός ότι οι πανδημικοί κύκλοι ζωής ποικίλλουν. Τους κύκλους αυτούς επηρεάζουν οι συνθήκες της εκάστοτε χώρας καθώς και τα διαφορετικά μοτίβα, των οποίων η ισορροπία ενδέχεται να διαταραχθεί σε ένα συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο (TA NEA TEAM, 2020).

Οι ερευνητές από τη Σιγκαπούρη εκτίμησαν αρχικά το σημείο καμπής και όρισαν ως τέτοιο την 30η Μαρτίου 2020, ενώ σύμφωνα με τους ίδιους το 97% των κρουσμάτων θα καταγραφόταν στις 9 Μαΐου 2020 και θα φτάσει στο 99% στις 25 Μαΐου 2020. Το τέλος της πανδημίας για τη χώρα μας, σύμφωνα με το συγκεκριμένο μοντέλο, εκτιμάτο στις 13 Ιουλίου 2020 (TA NEA TEAM, 2020).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης και η ενασχόληση με την πορεία της πανδημίας και σε παγκόσμιο επίπεδο, πέρα από το εγχώριο. Σύμφωνα με τις αναλύσεις του ιδρύματος, ως σημείο καμπής για την πανδημία σε ολόκληρο τον πλανήτη ορίστηκε η 11η Απριλίου 2020, ενώ στις 30 Μαρτίου 2020 καταγράφηκε το 97% των κρουσμάτων και θα άγγιζε το 99% στις 17 Ιουνίου του ίδιου έτους. Σε αντίθεση με το εγχώριο επίπεδο σε παγκόσμια κλίμακα το τέλος της πανδημίας έρχεται αργότερα και συγκεκριμένα αναμένεται στις 9 Δεκεμβρίου 2020 (TA NEA TEAM, 2020).

Εφαρμόζοντας τη μέθοδο της προγνωστικής παρακολούθησης και χάρη στην παρατήρηση και την καταγραφή προγνώσεων ο καθηγητής Λούου μαζί με τους

συνεργάτες του στο Πανεπιστήμιο της Σιγκαπούρης κατασκεύασε ένα πειραματικό εργαλείο ειδικά για την εξέλιξη της πανδημίας (Luo, 2020).

Σύμφωνα με το μοντέλο του Λούο η Ελλάδα θα προηγηθεί σε σχέση με τις περισσότερες χώρες της υφελίου. Τα κρούσματα στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής θα εκλείψουν στις 5 Σεπτεμβρίου 2020, στη Βρετανία στις 20 Αυγούστου 2020 και στη Σουηδία με τα λιγότερο αυστηρά μέτρα στις 17 Οκτωβρίου 2020. Η Ιταλία φαίνεται να ελευθερώνεται στις 30 Αυγούστου του 2020, ενώ η Ισπανία πιο νωρίς και συγκεκριμένα στις 2 του ίδιου ακριβώς μήνα. Την απαλλαγή από την πανδημία θα αργήσει να βιώσει το Κατάρ, καθώς πρόκειται για τον Φεβρουάριο του 2021, ταυτόχρονα η ίδια στιγμή θα αργήσει ακόμη περισσότερο για το Μπαχρέιν καθώς αναμένεται τον Απρίλιο του 2021. Η παγκόσμια ανάσα ανακούφισης σύμφωνα με το ίδιο προγνωστικό μοντέλο τοποθετείται στις 27 Νοεμβρίου 2020 (TA NEA TEAM, 2020).

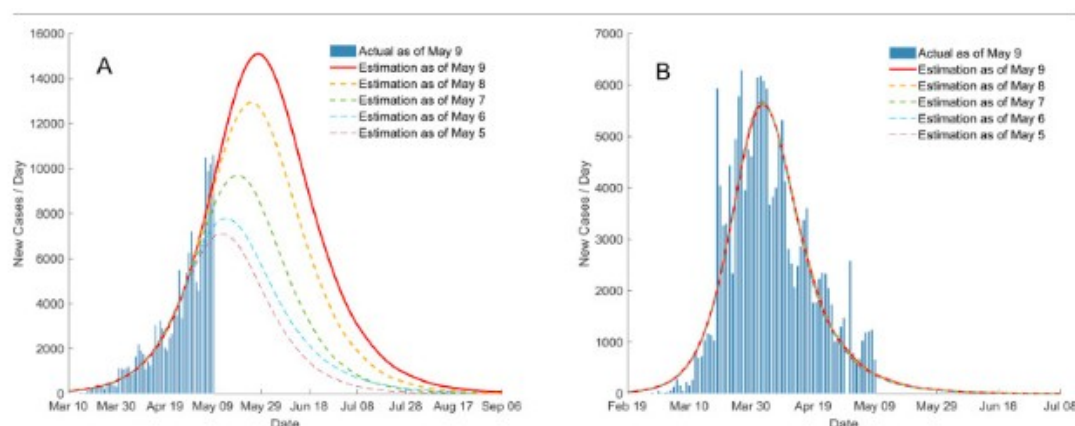
Η εργασία και η μεθοδολογία του Γιανζί Λούο ξεχωρίζουν από οποιαδήποτε άλλη απόπειρα των επιστημόνων να προβλέψουν το άμεσο μέλλον. Αυτή η ειδοποιός διαφορά προκύπτει από την ίδια τη φύση του εργαλείου, το οποίο χρησιμοποιείται στο εν λόγω ερευνητικό εργαστήριο. Με τη συνεκτίμηση πολλών και διαφορετικών παραγόντων, η προγνωστική παρακολούθηση εστιάζει στο μέλλον και όχι απλά στην ανάλυση των ήδη διαθέσιμων δεδομένων (TA NEA TEAM, 2020).

Διακρίνεται επίσης έντονα η απεικόνιση της πανδημίας σε καμπύλη τύπου καμπάνας αντί για το οριζοντιωμένο «S». Με τον τρόπο αυτό ο Λούο, προσαρμόζεται πιο αποτελεσματικά στα υπόλοιπα χαρακτηριστικά της μεθόδου του. Ταυτόχρονα παρουσιάζει με καθαρότητα και σαφήνεια τον κύκλο ζωής της μεταδοτικής νόσου του Covid - 19. Έτσι κι αλλιώς οι ειδήμονες επί του θέματος γνωρίζουν πολύ καλά ότι οι φάσεις εξέλιξης μιας επιδημίας έχουν την ίδια πάντα ακολουθία. Στην αρχή εκδηλώνεται η επιδημία, στη συνέχεια η διάδοσή της επιταχύνεται με ανησυχητικούς ρυθμούς. Τη γρήγορη διάδοση, ακολουθεί το σημείο καμπής όπου τα κρούσματα της μίας ημέρας είναι λιγότερα από εκείνα της προηγούμενης με λογικό επόμενο την επιβράδυνση και κατά συνέπεια την τελική υποχώρηση (TA NEA TEAM, 2020).

Στα μοντέλα των ερευνητών της Σιγκαπούρης παρουσιάζεται μια καμπάνα, η οποία ποικίλει από χώρα σε χώρα. Κοινή σε όλα είναι η παρουσία της ουράς, δηλαδή μια γραμμή περίπου παράλληλη με τον οριζόντιο άξονα, ο οποίος αναπαριστά το χρόνο.

Η πτώση του αριθμού των κρουσμάτων έπεται της ανόδου και της κορύφωσης και η καμπύλη γίνεται επίπεδη. Αφού μείνει για αρκετό καιρό σε πολύ χαμηλές τιμές, αγγίζει το μηδέν και διακόπτεται (TA NEA TEAM, 2020).

Το διαφορετικό σχήμα της καμπάνας από χώρα σε χώρα επηρεάζουν ο τρόπος και ο ρυθμός, με τον οποίο μεταδίδεται η μόλυνση, οι ιδιαιτερότητες του εκάστοτε ιού, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, ο τρόπος ζωής και η στάση του πληθυσμού απέναντι στην εκάστοτε επιδημία. Ο βαθμός συμμόρφωσης ή παράβλεψης των εκάστοτε μέτρων προστασίας επηρεάζει είτε θετικά είτε αρνητικά την εικόνα της καμπύλης. Η ίδια ερευνητική ομάδα δεν παραλείπει την αναφορά σε ευάλωτους, νοσούντες, αναρρώσαντες ή και νεκρούς. Πρόκειται για μια πιο απλή παραλλαγή του μοντέλου, η οποία βασίζεται σε δύο παραμέτρους, τη Β και τη Γ. Με τον τρόπο αυτό υπολογίζονται οι μεταβλητές των ευάλωτων, των ήδη νοσούντων και των ανθρώπων, οι οποίοι έχουν ήδη, αντιμετωπίσει τη νόσο. Η παράμετρος Β αναφέρεται στις ημέρες κατά τις οποίες το εκάστοτε κρούσμα είναι πιο πιθανό να μεταδώσει τον ιό και στη φύση αυτού του ίδιου ιού. Η παράμετρος Γ, από την πλευρά της αναφέρεται στο μέσο αριθμό των ανθρώπων, οι οποίοι μολύνθηκαν από κάποιον φορέα του ιού, καθώς και σε στοιχεία σε σχέση με τη διάδοση και την επιθετικότητα αυτού. Παρά ταύτα ο καθηγητής δηλώνει βέβαιος πως ημερομηνίες εξόδου από την κρίση ανά χώρα θα αλλάζουν διαρκώς. Αυτό οφείλεται στη ρευστή κατάσταση καθώς τα μέτρα που αποφασίζονται από τις κατά τόπους κυβερνήσεις διαφοροποιούνται όπως και η συμπεριφορά των ανθρώπων ως προς τη συμμόρφωση απέναντι στα μέτρα (TA NEA TEAM, 2020).



Εικόνα 18 Προγνωστική παρακολούθηση της πανδημικής ζωής

Τη μοναδικότητα και την αξία του ανωτέρω άρθρου επιβεβαιώνει το ταξίδι του ανά τον κόσμο μέσω των αναπαραγωγών του σε ποικίλους ιστοτόπους διαφόρων χωρών. Ο κόπος με τον οποίο διενεργήθηκε η έρευνα παίρνει σάρκα και οστά στα λεπτομερή γραφήματα. Η ευκρινής παρουσίαση των δεδομένων ενισχύει το κύρος της έρευνας. Ως αστοχία θα μπορούσε να αναφερθεί το γεγονός πως τα άρθρα του ελληνικού τουλάχιστον τύπου τα οποία αξιοποιήσαμε δεν ανέφεραν επακριβώς την πρωτογενή πηγή τους και πολύ περισσότερο δεν παρέθεσαν τα γραφήματα, τα οποία αν μη τι άλλο είναι απαραίτητα και δίνουν ζωντάνια στο άρθρο.

Στο συγκεκριμένο σημείο αξίζει μια μικρή αναφορά σε ένα άρθρο, το οποίο συνδέει την ανεργία και τη φτώχεια με τον Covid- 19. Σύμφωνα με το συγκεκριμένο άρθρο πάνω από 1,5 δισεκατομμύριο αδήλωτοι εργαζόμενοι κινδυνεύουν άμεσα και το συμπέρασμα αυτό προέρχεται από τη Διεθνή Οργάνωση Εργασίας. Πιο συγκεκριμένα η οργάνωση υποστήριξε ότι περίπου 1 δισεκατομμύριο 600 εκατομμύρια εργαζόμενοι στην ανεπίσημη οικονομία, κινδύνευαν άμεσα να χάσουν τα προς το ζην λόγω της πανδημίας του Covid - 19. Με λίγα λόγια ο συγκεκριμένος αριθμός αντιστοιχεί περίπου στο 50% του παγκόσμιου εργατικού δυναμικού. Επιπλέον η μείωση των εργατοωρών παγκοσμίως θα φτάσει το 10,5% στο δεύτερο τρίμηνο για το έτος 2020. Αυτό κατά τον Γκάι Ράϊντερ, επικεφαλής της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας, συνεπάγεται την εξαφάνιση 305 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας πλήρους απασχόλησης. Το μεγαλύτερο πλήγμα σύμφωνα πάλι με το άρθρο υφίστανται η μεταποίηση, η φιλοξενία, οι υπηρεσίες εστίασης, το χονδρικό εμπόριο, το λιανικό εμπόριο, οι εταιρίες ακινήτων και οι επιχειρηματικές δραστηριότητες. Τέλος την τελική αύξηση της παγκόσμιας ανεργίας για το 2020 θα επηρεάσουν οι επιδόσεις της παγκόσμιας οικονομίας το δεύτερο εξάμηνο του ίδιου έτους (euronews, 2020).

Παρά την ενδιαφέρουσα σύνδεση που επιχειρείται και τη γλαφυρότητα των περιγραφών λείπουν και εδώ τα ουσιαστικής σημασίας γραφήματα.

2.1.3 Eurovision

(<https://www.foxbet.gr/289726/eurovision-stoixima>)

Παρακινούμενοι για άλλη μια φορά από την επικαιρότητα δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε ένα πάρα πολύ ευχάριστο γεγονός για ολόκληρη σχεδόν την Ευρώπη. Αυτό δε θα μπορούσε να είναι άλλο από τη γνωστή σε όλους Eurovision. Το παρόν άρθρο αποδεικνύει επιπλέον ότι η πρόγνωση δε θα πρέπει να συνδέεται εσφαλμένα με βαρετές προβλέψεις που αφορούν κατά κύριο λόγο στην οικονομία και στην πολιτική. Όπως θα φανεί παρακάτω η προγνωστική δημοσιογραφία μπορεί να εφαρμοστεί με απόλυτη επιτυχία σε κάθε πεδίο. Κάθε άνθρωπος λοιπόν ανεξαρτήτως ηλικίας καταφεύγει σε άρθρα προγνωστικού περιεχομένου χωρίς να το αντιλαμβάνεται.

Το παρόν άρθρο από οποιαδήποτε άποψη ξεπερνά κάθε προηγούμενο. Με μια γρήγορη κύλιση στην παρούσα σελίδα καθίσταται γρήγορα σαφές το πόσες πληροφορίες μπορεί να λάβει κανείς μέσα από το παρόν δημοσίευμα. Αξίζει να αναφέρουμε ότι η σελίδα ενημερώνεται αυτόματα ανά δευτερόλεπτο, ενισχύοντας την έγκαιρη πληροφόρηση του αναγνώστη σχετικά με το θέμα. Τη στιγμή που γράφεται η παρούσα εργασία, η Ελλάδα έχει ήδη χάσει το εισιτήριο για το μεγάλο τελικό ενώ αυτός αναμένεται από στιγμή σε στιγμή με έντονο ενδιαφέρον.

Το συγκεκριμένο άρθρο πέρα από το φαβορί, τα στοιχεία των προγνωστικών, τα όσα αξίζει να ποντάρουμε, αναφέρεται ακόμη στην πρώτη τελική τριάδα, στην πρώτη τελική πεντάδα καθώς και στην πρώτη τελική δεκάδα. Δε λείπουν οι αναφορές στην τελευταία θέση, οι αναφορές στη νικήτρια χώρα του Televoting καθώς και στη νικήτρια χώρα των Εθνικών Επιτροπών. Τέλος γίνεται αναφορά στην πρώτη μεταξύ των Σκανδιναβικών, των βαλκανικών και του Big-5 (Foxbet team, 2023).

Έχοντας συγκεντρώσει ποσοστό 51% η Σουηδία με τη Loreen και το «Tattoo» της αποτελεί φαβορί, ενώ ταυτόχρονα συγκεντρώνει 1.53 στις αποδόσεις. Οι αναφορές στο παρελθόν επιβεβαιώνουν την εξαιρετική δουλειά, καθώς παρατίθενται προηγούμενες νίκες της ίδιας χώρας. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η επισήμανση πως το γεγονός ότι το εν λόγω κομμάτι δεν έχει κάνει τόσο μεγάλη επιτυχία στην Ευρώπη, σε σημείο να μην εμφανίζεται στο TOP - 10 της θα μπορούσε να ανατρέψει τα δεδομένα. Αντιλαμβανόμαστε ότι μια έγκυρη και καλά δουλεμένη πρόβλεψη θα

πρέπει να λαμβάνει αυστηρά υπ' όψιν τις εξωτερικές συνθήκες και κάθε παραμικρή λεπτομέρεια, η οποία μπορεί να σχετίζεται μ' αυτή, καθώς ακόμη κι αν είναι πολύ μικρή μπορεί να ασκήσει τεράστια επίδραση στο τελικό αποτέλεσμα (Foxbet team, 2023). .

Δεύτερο φαβορί σύμφωνα με τις στοιχηματικές είναι η συμμετοχή της Φινλανδίας με τον ράπερ Käärijä και το τραγούδι «ChaChaCha». Και αυτό διότι αποτελεί ένα κατά κοινή ομολογία ωραίο τραγούδι με εύθυμη ανεβαστική μελωδία και μεγάλη δημοφιλία στη Σκανδιναβία. Τα παραπάνω ενισχύει η ανατρεπτική και εντυπωσιακή ζωντανή εμφάνιση, η οποία αναμένεται για τον τελικό (Foxbet team, 2023)..

Η συμμετοχή της Ουκρανίας θα αποτελέσει και φέτος έναν δισεπίλυτο γρίφο. Ακόμη και αν το «Heart of Steel» των Tvorchi από την Ουκρανία φαίνεται να βρίσκεται σε υψηλή θέση μεταξύ των συμμετοχών δεν είναι είναι τόσο ισχυρό ώστε να χαρίσει μια δεύτερη συνεχόμενη νίκη στη χώρα. Το παραπάνω δεν έχει να κάνει με την ποιότητα του τραγουδιού αλλά με την προτίμηση των φίλων της Eurovision σε πιο ζωντανά τραγούδια. Από την άλλη σε ένα ισχυρό ενδεχόμενο νίκης θα μπορούσε να οδηγήσει το γεγονός ότι το συγκεκριμένο κομμάτι έχει εμπνευστεί από τη σχετικά πρόσφατη πολιορκία της Μαριούπολης. Και την περασμένη χρονιά εξάλλου η Ουκρανία δεν είχε απαραίτητα το πιο ολοκληρωμένο τραγούδι και παρά ταύτα η υποστήριξη του κόσμου λόγω της τότε κατάστασης, της χάρισε την κορυφή. Είναι επομένως αυτονόητο ότι δεν θα πρέπει σε καμία περίπτωση το συναίσθημα να παραγκωνίζεται, καθώς αποτελεί κινητήρια δύναμη των επιλογών μας (Foxbet team, 2023)..

	Σουηδία	1.53
	Φινλανδία	4.00
	Ουκρανία	12.00
	Γαλλία	34.00
	Ισπανία	34.00
	Νορβηγία	34.00
	Ισραήλ	35.00
	Ιταλία	70.00
	Ηνωμένο Βασίλειο	85.00

Εικόνα 19 Eurovision 2023 Top 10

Πηγή εικόνας: <https://www.foxbet.gr/289726/eurovision-stoixima>

Αγορά	Επιλογή
Νικήτρια Eurovision	Φινλανδία
Να τερματίσει στους πρώτους 5	Γαλλία
Να τερματίσει στους πρώτους 5	Νορβηγία
Να μην τερματίσει στους πρώτους 5	Ιταλία
Να τερματίσει στους πρώτους 15	Τσεχία
Να τερματίσει στους πρώτους 15	Κροατία
Τελευταία θέση	Ηνωμένο Βασίλειο

Εικόνα 20 Eurovision 2023 – Προβλέψεις

Πηγή εικόνας: <https://www.foxbet.gr/289726/eurovision-stoixima>

Χώρα	Νίκες	Χρονιά νίκης
Ιρλανδία	7	⇒ 1970, 1980, 1987, 1990, 1993, 1994, 1996
Σουηδία	6	⇒ 1974, 1984, 1991, 1998, 2010, 2012
Γαλλία	5	⇒ 1958, 1960, 1962, 1969, 1977
Λουξεμβούργο	5	⇒ 1961, 1962, 1970, 1973, 1993
Ολλανδία	5	⇒ 1967, 1969, 1996, 1972, 2019
Μικαέλο Σανθιέρο	5	⇒ 1967, 1969, 1976, 1981, 1997
Ισραήλ	4	⇒ 1978, 1979, 1998, 2018
Νορβηγία	3	⇒ 1985, 1990, 2009
Δανία	3	⇒ 1963, 2000, 2013
Ιταλία	3	⇒ 1956, 1990, 2001
Ουγγαρία	3	⇒ 2004, 2016, 2022
Αυστρία	2	⇒ 1966, 2014
Γερμανία	2	⇒ 1982, 2010
Ισπανία	2	⇒ 1968, 1998
Ελβετία	2	⇒ 1959, 1988
Δοκουμεντάν	1	⇒ 2011
Βέλγιο	1	⇒ 1986
Βελγία	1	⇒ 2001
Φινλανδία	1	⇒ 2006
Ελσάδα	1	⇒ 2002
Λατοβία	1	⇒ 2002
Μολδοβ	1	⇒ 1971
Τσεχία	1	⇒ 2008
Παρναυλία	1	⇒ 2017
Ρουσία	1	⇒ 2008
Σερβία	1	⇒ 2007
Πρώτη Πανευρωπαϊκή	1	⇒ 1999

Εικόνα 21 Προηγούμενες νίκες

Πηγή εικόνας: <https://www.foxbet.gr/289726/eurovision-stoixima>

Οι εκτιμήσεις γύρω από το μεγάλο τελικό θα βασιστούν σημαντικά στην εικόνα των δύο τελικών και στις συμμετοχές του Big – 5. Σε καμία περίπτωση και όσα δεδομένα κι αν έχουμε στη διάθεσή μας δε μπορεί να δοθεί ποτέ σαφής απάντηση σχετικά με το νικητή. Όπως ήδη αναφέρθηκε την εκάστοτε πρόβλεψη δυναμώνει η προσφυγή το παρελθόν και κοιτώντας πίσω φαίνεται πώς να είναι σπάνιες και ελάχιστες οι περιπτώσεις, κατά τις οποίες τα διάφορα στοιχηματικά φαβορί δεν επιβεβαιώνονται (foxbet team, 2023).

Στην πρώτη πεντάδα σύμφωνα με της προτιμήσεις του κόσμου θα βρίσκεται σίγουρα η νεαρή Ζάχρα Αφντί της Γαλλίας. Από τη δεκάδα δεν αποκλείεται η Τσεχία. Η επιλογή από μέρους της ενός τραγουδιού, το οποίο συνδυάζει έθνικ και ποπ στοιχεία αναμένεται να κερδίσει το ενδιαφέρον τόσο των εθνικών επιτροπών όσο και του κοινού. Στην πεντάδα των προγνωστικών βρίσκεται επιπλέον η Νορβηγία, χωρίς όμως να απειλεί το δίδυμο Σουηδία – Φινλανδία (foxbet team, 2023).

Από τη δεκαπεντάδα δεν αποκλείεται η Κροατία. Η συγκεκριμένη χώρα παίρνει μέρος στο διαγωνισμό με το τραγούδι «Mama Šć!» των Let 3. Το συγκεκριμένο κομμάτι διακωμωδεί τον Βλάντιμιρ Πούτιν και τον χαρακτηρίζει «μικρό ψυχοπαθή». Η επιλογή αυτή σαφώς και δε θα περάσει απαρατήρητη από το κοινό. Την άποψη πως το κλασικό θα είναι πάντα διαχρονικό φαίνεται να ασπάζεται η Ιταλία, η οποία

κατεβαίνει στο διαγωνισμό με μια κλασική μπαλάντα, που μπορεί να της χαρίσει ακόμη και μια θέση εντός της πρώτης πεντάδας. Όσον αφορά στην τελευταία θέση, αυτή ανήκει στο Ηνωμένο Βασίλειο, το οποίο θα παίζει και εντός έδρας (foxbet team, 2023).

Τη φιλικότητα του άρθρου απέναντι στον αναγνώστη την ενισχύουν οι ερωτήσεις που αφορούν γενικά στη Eurovision. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται το πότε θα διεξαχθεί ο διαγωνισμός, το μέρος στο οποίο θα διεξαχθεί, ο τρόπος με τον οποίο συμμετέχει το κοινό στη διαμόρφωση του αποτελέσματος καθώς και οι εκπρόσωποι της εκάστοτε χώρας για το 2023 (foxbet team, 2023).

2.1.4 Πανελλήνιες 2022

Σε μεγαλύτερο ίσως βαθμό και από τη Eurovision τραβάει την προσοχή σχεδόν όλων των ελληνικών οικογενειών η ανακοίνωση των βάσεων της εισαγωγής στα ελληνικά πανεπιστήμια. Οι μικροί αγωνιούν για το μέλλον τους και οι μεγάλοι για τις επιδόσεις των μικρών συγγενών τους. Η αναμονή μέχρι την ανακοίνωση των βάσεων εισαγωγής είναι ψυχοφθόρα και αγχωτική και για το λόγο αυτό οι γονείς, οι καθηγητές και οι νεαροί μαθητές καταφεύγουν ουκ ολίγες φορές σε ανάλογα άρθρα κατά το διάστημα της αναμονής.

Παρουσιάζεται η εκτιμώμενη πορεία των βάσεων ανά επιστημονικό πεδίο βασιζόμενη στις βαθμολογίες των εξεταζομένων του εκάστοτε πεδίου. Από τις πρώτες γραμμές του άρθρου δίνονται πληροφορίες πως είναι λιγότεροι οι υποψήφιοι, οι οποίοι γράψανε κάτω από τη βάση όπως και οι υποψήφιοι, οι οποίοι συγκέντρωσαν βαθμολογία πάνω από 18. Αυτό κατά τον Στράτο Στρατηγάκη, μαθηματικό, σύμβουλο σταδιοδρομίας και δημιουργό του stadiodromia.gr θα αποτυπωθεί στις επικείμενες βάσεις. Σύμφωνα μ' αυτόν τα μόρια, τα οποία συγκεντρώθηκαν από τους υποψηφίους το 2022, υπολογίζονται με έναν εντελώς διαφορετικό τρόπο. Κάθε τμήμα ορίζει έναν συντελεστή βαρύτητας για κάθε μάθημα. Έτσι τα μόρια των υποψηφίων διαφοροποιούνται από τμήμα σε τμήμα. Κατά συνέπεια τα μόρια της συγκεκριμένης χρονιάς δε μπορούν να συγκριθούν με τα μόρια όπως τα γνωρίζαμε. Το μύθο δυσκολεύει το γεγονός πως το υπουργείο Παιδείας δεν ανακοίνωσε τους μέσους όρους ανά μάθημα (Καντούνης, 2022).

Όπως έχει διαμορφωθεί η ελάχιστη βάση εισαγωγής ένας στους τρεις υποψηφίους δεν θα μπορεί να υποβάλει καθόλου το Μηχανογραφικό του δελτίο και ο δεύτερος στους

τρεις υποψηφίους δεν θα έχει και πολλές επιλογές για το μηχανογραφικό του, καθώς θα μπορεί να δηλώσει μόνο τις σχολές στις οποίες υπερβαίνει την ελάχιστη βάση εισαγωγής (Καντούνης, 2022).

Μετά τις αναφορές, οι οποίες αφορούν στο σύνολο των υποψηφίων δίνονται αναλυτικές πληροφορίες για το κάθε πεδίο.

Στο πρώτο πεδίο θα παρατηρηθεί παντού πτώση, καθώς οι αριστούχοι, οι οποίοι έγραψαν πάνω από 18 στο μάθημα της Γλώσσας, στο μάθημα των Αρχαίων Ελληνικών και στο μάθημα των Λατινικών ήταν λιγότεροι. Το ποσοστό των αριστούχων έχει ελαττωθεί αισθητά. Τη θέση του ποσοστού της τάξης 27,55% των υποψηφίων που αρίστευσαν στο μάθημα της Κοινωνιολογίας, κατέλαβε το 17,96% του μαθήματος των Λατινικών. Κατά συνέπεια στις υψηλόβαθμες σχολές του συγκεκριμένου πεδίου θα σημειωθεί πτώση. Αυτό σε συνδυασμό με το μικρότερο αριθμό υποψηφίων θα οδηγήσει σε πτώση των βάσεων των χαμηλόβαθμων σχολών. Παρά ταύτα τα παραπάνω δεν είναι απόλυτα, καθώς οι ο αριθμός των υποψηφίων του συγκεκριμένου πεδίου είναι μικρότερος από κάθε άλλη φορά. Έτσι λόγω της έλλειψης υποψηφίων δεν αποκλείεται η πτώση των βάσεων και στις χαμηλόβαθμες σχολές. Επιπλέον στην πτώση των βάσεων εισαγωγής στις χαμηλόβαθμες σχολές συμβάλλουν οι αλλαγές στον τρόπο υπολογισμού των μορίων (Καντούνης, 2022).

Μείωση του ποσοστού των αριστούχων παρατηρείται και στο δεύτερο πεδίο. Αύξηση και μάλιστα μικρή σημειώθηκε μόνο στο μάθημα της Χημείας. Συνεπώς και εδώ αναμένεται πτώση των βάσεων στις υψηλόβαθμες σχολές. Και στο τρίτο πεδίο αύξηση των αριστούχων παρατηρείται μόνο στο μάθημα της Χημείας. Αναμενόμενη είναι και εδώ η μείωση των βάσεων. Για το συγκεκριμένο πεδίο αξίζει να αναφέρουμε ότι υπάρχουν λιγότεροι υποψήφιοι με βαθμολογία κάτω από το δέκα. Η ίδια τάση παρατηρείται και σε σχέση με το μάθημα της Βιολογίας. Τα γραπτά κάτω από τη βάση ήταν λιγότερα στο μάθημα της Χημείας. Οι χίλιοι επιπλέον υποψήφιοι στο συγκεκριμένο πεδίο έρχονται να αλλάξουν τα δεδομένα φέρνοντας άνοδο των βάσεων στις χαμηλόβαθμες σχολές του εν λόγω πεδίου (Καντούνης, 2022).

Σε σχέση με το τέταρτο πεδίο σημειώνεται μείωση του αριθμού των αριστούχων σε όλα τα μαθήματα περιμένοντας μείωση των βάσεων στις υψηλόβαθμες σχολές. Από την άλλη πλευρά μειώθηκε ο αριθμός των γραπτών με βαθμό μικρότερο βαθμό από το 10 στη Γλώσσα, στην Πληροφορική και την Οικονομία. Ο αριθμός των γραπτών

με βαθμό κάτω από 10 στο μάθημα των Μαθηματικών αυξήθηκε αλλά ελάχιστα. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να περιμένουμε αύξηση των βάσεων στις χαμηλόβαθμες σχολές. Φέτος καθώς το μάθημα των Μαθηματικών δεν έχει τόσο μεγάλο συντελεστή βαρύτητας, είναι αναμενόμενο οι υποψήφιοι να συγκεντρώνουν περισσότερα μόρια σε σχέση με προηγούμενες χρονιές. Έτσι λοιπόν σημειώνεται άνοδος των βάσεων στις χαμηλόβαθμες σχολές και όχι στις υψηλόβαθμες (Καντούνης, 2022).

Ανθρωπιστικές Σπουδές						
Μάθημα	0 < Βαθμός < 10		Βαθμός > 18		Μέσος Όρος	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Γλώσσα	22,49%	16,85%	1,46%	1,2%	12,31	12,77
Αρχαία Ελληνικά	45,26%	37,20%	3,83%	2,27%	10,43	10,93
Ιστορία	51,18%	47,96%	13,65%	15,56%	10,15	10,68
Κοιν./Λατινικά	43,91%	45,13%	27,55%	17,96%	11,78	10,85
Γενικός Μέσος Όρος					11,17	11,35
Ελάχιστη ΕΒΕ Πεδίου					8,94	9,08
Μέγιστη ΕΒΕ Πεδίου					13,4	13,62
Μελέτη: Στράτος Στρατηγάκης						

Εικόνα 22 Πεδίο ανθρωπιστικών σπουδών

Πηγή εικόνας: <https://www.iefimerida.gr/panellinies/baseis-2022-panellinies-poy-peftoyn-anebainoyn>

Θετικές Σπουδές						
Μάθημα	0 < Βαθμός < 10		Βαθμός > 18		Μέσος Όρος	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Γλώσσα	12,2%	8,7%	1%	0,92%	12,99	13,26
Φυσική	44%	45,04%	16,98%	13,44%	11,17	10,91
Χημεία	41,59%	39,21%	9,34%	12,44%	11,2	11,43
Μαθηματικά	31,8%	34,99%	19,01%	11,88%	12,57	11,75
Γενικός Μέσος Όρος					11,98	11,87
Ελάχιστη ΕΒΕ Πεδίου					9,58	9,50
Μέγιστη ΕΒΕ Πεδίου					14,38	14,25
Μελέτη: Στράτος Στρατηγάκης						

Εικόνα 23 Πεδίο Θετικών σπουδών

Πηγή εικόνας: <https://www.iefimerida.gr/panellinies/baseis-2022-panellinies-poy-peftoyn-anebainoyn>

Σπουδές Υγείας						
Μάθημα	0 < Βαθμός < 10		Βαθμός > 18		Μέσος Όρος	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Γλώσσα	11,77%	9,04%	2,35%	2,19%	13,52	13,78
Φυσική	38,66%	49,84%	18,39%	14,13%	10,79	10,3
Χημεία	31,56%	38,34%	15,38%	16,54%	11,72	11,64
Βιολογία	47,43%	30,74%	17,78%	14,57%	12,46	12,38
Γενικός Μέσος Όρος					12,12	12,03
Ελάχιστη ΕΒΕ Πεδίου					9,7	9,62
Μέγιστη ΕΒΕ Πεδίου					14,54	14,43
Μελέτη: Στράτος Στρατηγάκης						

Εικόνα 24 Πεδίο σπουδών Υγείας

Πηγή εικόνας: <https://www.iefimerida.gr/panellinies/baseis-2022-panellinies-poy-peftoyn-anebainoyn>

Σπουδές Οικονομίας και Πληροφορικής						
Μάθημα	0 < Βαθμός < 10		Βαθμός > 18		Μέσος Όρος	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Γλώσσα	35,05%	26,49%	0,17%	0,19%	10,74	11,4
Μαθηματικά	72,76%	73,56%	2,66%	1,51%	6,9	6,81
Πληροφορική	41,69%	39,84%	21,7%	15,96%	11,3	11,49
Οικονομία	34,31%	35,31%	27,12%	23,13%	12,4	12,15
Γενικός Μέσος Όρος					10,34	10,45
Ελάχιστη ΕΒΕ Πεδίου					8,27	8,36
Μέγιστη ΕΒΕ Πεδίου					12,41	12,54

Μελέτη: Στράτος Στρατηγάκης

Εικόνα 25 Πεδίο σπουδών Οικονομίας και Πληροφορικής

Πηγή εικόνας: <https://www.iefimerida.gr/panellinies/baseis-2022-panellinies-poy-peftoyn-anebainoun>

Και στο παρόν άρθρο υπάρχουν γραφήματα, τα οποία διαφωτίζουν το σκεπτικό γύρω από την πρόβλεψη των βάσεων. Η σύγκριση με τις προηγούμενες χρονιές διαφωτίζει ακόμη περισσότερο όλα όσα έχουν αλλάξει.

2.1.5 Συμπεράσματα

	Εκλογές I	Εκλογές II	Covid I	Covid II	Eurovision	Πανελλήνιες
Διεπαφές	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Αβεβαιότητα	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Διαφάνεια	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Οπτικοποιήσεις δεδομένων		✓	✓		✓	✓
Γραφήματα		✓	✓			
Χάρτες						
Κινούμενες παρουσιάσεις						
Τρισδιάστατες απεικονίσεις						
Διαδραστικότητα						

Όπως αποκαλύπτει ο ανωτέρω πίνακας η προγνωστική δημοσιογραφία στην Ελλάδα δεν είναι και τόσο αναπτυγμένη. Είναι πασιφανές πως λείπουν οι κινούμενες παρουσιάσεις των εκάστοτε αποτελεσμάτων καθώς και οι τρισδιάστατες απεικονίσεις

των δεδομένων, οι οποίες προσδίδουν στο εκάστοτε άρθρο διαδραστικότητα και ζωντάνια, κρατώντας ενεργό το ενδιαφέρον του αναγνώστη. Άξιο σχολιασμού είναι επίσης το γεγονός ότι σε πολλά από τα παραπάνω άρθρα δεν υπήρχε ούτε ένα στοιχειώδες γράφημα, το οποίο να αναπαριστά όλα όσα γράφονται. Κοινό τόπο μεταξύ όλων των άρθρων αποτέλεσαν οι διεπαφές σε συνδυασμό με την αβεβαιότητα και τη διαφάνεια, εφόσον κάθε πρόβλεψη θα έχει κάποια πιθανότητα να μην επαληθευτεί κρύβοντας ταυτόχρονα τη δική της δόση αλήθειας. Παρά ταύτα κάποια άρθρα από αυτά που παρουσιάστηκαν μοιάζουν πλουσιότερα σε σχέση με άλλα. Είδαμε πως άρθρα κοινής θεματολογίας μπορούν να παρουσιάσουν τα ίδια δεδομένα με εντελώς διαφορετικό τρόπο. Αν μη τι άλλο τα γραφήματα τραβούν την προσοχή του αναγνώστη και δίνουν κύρος στα όσα γράφονται. Είναι αξιοπερίεργο το ότι άρθρα, τα οποία αναφέρονται σε θέματα που αφορούν όλους και διατίθεται πληθώρα δεδομένων σχετικά με αυτά. Επιπλέον ο σχεδιασμός ενός πίνακα δεν αποτελεί και τόσο δύσκολη υπόθεση. Από ένα άρθρο σχετικά με τις εκλογές και από ένα άρθρο σχετικά με την πανδημία του Covid – 19 απουσιάζουν παντελώς οι οπτικοποιήσεις και τα γραφήματα.. Γραφήματα εντοπίζονται μόνο στο ένα άρθρο σχετικά με τις εκλογές και σε ένα ακόμη άρθρο σχετικά με την πανδημία του Covid - 19. Σε κανένα από τα άρθρα τα οποία έχουν επιλεγεί για το συγκεκριμένο κομμάτι της εργασίας δεν παρατίθεται ούτε ένας χάρτης, ούτε μια τρισδιάστατη απεικόνιση ούτε μια κινούμενη παρουσίαση. Το ότι τα συναντήσαμε σε άρθρα του εξωτερικού φανερώνει την ανάγκη για αλλαγές και σύμπτωση με τις εξελίξεις.

2.2 Σχολές Δημοσιογραφίας στην Ελλάδα

2.2.1 Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου

Το τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου αποτελεί το πρώτο από τα τμήματα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, το οποίο ιδρύθηκε στο χώρο των ελληνικών Ανώτατων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων. Η λειτουργία του ξεκίνησε κατά το ακαδημαϊκό έτος 1990-1991 ως τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Το 2002 μετονομάστηκε σε τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού, όπως μας είναι γνωστό και μέχρι και σήμερα. Με τον τρόπο αυτό περιγράφεται με μεγαλύτερη ακρίβεια όχι μόνο το περιεχόμενο σπουδών αλλά και η διδακτική και επιστημονική του ταυτότητα, καθώς αποτελεί το μοναδικό τμήμα σε ολόκληρη τη χώρα το οποίο δίνει έμφαση στην κατεύθυνση του πολιτισμού και

της πολιτιστικής διαχείρισης. Το τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου αποβλέπει στη θεωρητική, στην ιστορική και στην εμπειρική διερεύνηση του φαινομένου της επικοινωνίας, στη δημιουργία στελεχιακού δυναμικού δημοσίων υπηρεσιών, δημοσίων σχέσεων και τύπου του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, στην κατάρτιση δημοσιογράφων και στελεχών για τον ημερήσιο και περιοδικό τύπο και για τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης, καθώς και στελεχών όλων των μορφών επικοινωνίας και ενημέρωσης (Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού) .

Το τμήμα στοχεύει να εκπονήσει ερευνητικό έργο στα ειδικά γνωστικά πεδία και συγκεκριμένα στους τομείς της επικοινωνίας, των μέσων και της πολιτιστικής διαχείρισης μέσω της αξιοποίησης διεπιστημονικών και πολυεπιστημονικών προσεγγίσεων, και να προσφέρει υψηλό επίπεδο ακαδημαϊκής γνώσης και εκπαίδευσης στις φοιτήτριες και στους φοιτητές του στα αντίστοιχα επιστημονικά πεδία, καθώς και να τους προετοιμάσει για μια ευδόκιμη επαγγελματική πορεία στο χώρο της δημοσιογραφίας τόσο σε σχέση με τα έντυπα όσο και σε σχέση με τα ηλεκτρονικά και ψηφιακά μέσα, της εφαρμοσμένης επικοινωνίας, χωρίς να παραλείπεται η διαφήμιση και οι δημόσιες σχέσεις και η πολιτιστική διαχείριση. Σε κάθε εγχείρημα από τα παραπάνω αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση η σύνδεση της θεωρίας με την πράξη (Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού).

Κάθε απόφοιτος βγαίνοντας οπλίζεται με επικοινωνιακή ικανότητα, ακαδημαϊκή επάρκεια, τεχνολογικές δεξιότητες, πολιτιστική εξοικείωση, φιλοσοφική προπαιδεία, κριτική σκέψη, επαγγελματική υπευθυνότητα, καθώς και γνώση της αγοράς (Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού).

Οι υποψήφιοι δημοσιογράφοι μπορούν να επιλέξουν μεταξύ τριών κατευθύνσεων. Η πρώτη είναι η κατεύθυνση της Δημοσιογραφίας, η δεύτερη είναι η κατεύθυνση της Διαφήμισης & των Δημοσίων Σχέσεων και η τρίτη και τελευταία είναι η κατεύθυνση του Πολιτισμού & της Πολιτιστικής Διαχείρισης.

Όσον αφορά στην κατεύθυνση της Δημοσιογραφίας απευθύνεται στις φοιτήτριες και στους φοιτητές των οποίων τα επιστημονικά και επαγγελματικά ενδιαφέροντα σχετίζονται με τα Μέσα Ενημέρωσης και τη Δημοσιογραφία γενικότερα. Η συγκεκριμένη κατεύθυνση διακρίνεται για το Εργαστήριο Δημοσιογραφίας (J-Lab), στο οποίο, εντός αυτού διδάσκονται δέκα εργαστηριακά μαθήματα. Οι φοιτητές και

οι φοιτήτριες έρχονται σε επαφή με τα διάφορα είδη δημοσιογραφίας, παράγουν δημοσιογραφικό περιεχόμενο για όλα τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και τα πολυμεσικά περιβάλλοντα, βρίσκονται σε θέση να τεκμηριώνουν και να επαληθεύουν τις πηγές τους καθώς και να καταπολεμούν την παραπληροφόρηση. Έχουν επίσης την ικανότητα κριτική ανάλυση περιεχομένου και της πληροφοριακής διαμεσολάβησης, και εφαρμογή νέων τεχνολογιών και μεθόδων δημοσιογραφικής έρευνας στο ψηφιακό περιβάλλον. Δε θα μπορούσε να λείπει η πρακτική άσκηση στις δημοσιογραφικές τεχνικές, η οποία εμπλουτίζει την πρακτική της δημοσιογραφίας. Με το πέρας των μαθημάτων οι φοιτητές και οι φοιτήτριες διεξάγουν ολοκληρωμένη δημοσιογραφική έρευνα, ραδιοφωνικού, τηλεοπτικού ή online ρεπορτάζ, τηλεοπτικών εκπομπών και μίνι – ντοκιμαντέρ. Με λίγα λόγια παίρνουν μια γεύση από τις επαγγελματικές συνθήκες με τις οποίες θα έρθουν αντιμέτωποι στο εγγύς επαγγελματικό τους μέλλον. Επιπλέον υπό την αιγίδα του τμήματος λειτουργεί ραδιοτηλεοπτικό στούντιο, εντός του οποίου παίρνουν σάρκα και οστά ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές δημοσιογραφικές παραγωγές από τις φοιτήτριες και τους φοιτητές. Επιπροσθέτως το Εργαστήριο Δημοσιογραφίας στηρίζει την έκδοση έντυπων περιοδικών καθώς και ηλεκτρονικών περιοδικών, τη δημιουργία ντοκιμαντέρ και πρωτότυπων βίντεο. Το Εργαστήριο Δημοσιογραφίας συνεργάζεται με ένα ευρύ δίκτυο συνεργασιών και με αξιόλογα ερευνητικά ιδρύματα καθώς και με επαγγελματικούς φορείς από το χώρο των μέσων ενημέρωσης και της δημοσιογραφίας (Βατικιώτης, 2022).

Οι απόφοιτοι και οι απόφοιτες της εν λόγω κατεύθυνσης σταδιοδρομούν στα πεδία των ΜΜΕ, της δημοσιογραφίας και της ψηφιακής παραγωγής περιεχομένου έχοντας έρθει σε επαφή με καίρια προβλήματα, πραγματικά δεδομένα και αληθινά γεγονότα (Βατικιώτης, 2022).

Όσον αφορά στην κατεύθυνση της Διαφήμισης και των Δημοσίων Σχέσεων έχει όραμα να εμπνεύσει και να εκπαιδεύσει τα μελλοντικά δημιουργικά μυαλά και ταλέντα στη διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις, το στρατηγικό σχεδιασμό και τη δημιουργικότητα, τη διήγηση ιστοριών, την αναγκαία όσο ποτέ ψηφιακή καινοτομία και τη start - up επιχειρηματικότητα με θετικό αποτύπωμα. Υιοθετεί μια διεπιστημονική προσέγγιση, παρακολουθώντας τις διεθνείς εξελίξεις στις τεχνολογίες και τις βέλτιστες πρακτικές στην επικοινωνία. Οι φοιτητές και οι φοιτήτριες του συγκεκριμένου πεδίου μαθαίνουν αν είναι περίεργοι με την καλή έννοια, να

πειραματίζονται και να συνεργάζονται. Στην επίτευξη των παραπάνω στόχων συμβάλλει το ευρύ δίκτυο συνεργασιών με ειδικούς από όλο το φάσμα της επικοινωνίας, των επιχειρήσεων, του start - up οικοσυστήματος, των ψηφιακών μέσων και των νέων τεχνολογιών. Η συγκεκριμένη κατεύθυνση ξεχωρίζει ακόμη για την ευκαιρία, που δίνει στους φοιτητές και στις φοιτήτριες να ασκηθούν σε πραγματικά ζητούμενα και προκλήσεις και μέσα στο πλαίσιο των Παγκόσμιων Στόχων του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (Τσακαρέστου, 2022).

Το Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων της εν λόγω κατεύθυνσης έχει ζωτική σημασία γι' αυτή. Λειτουργεί από το 1993, ενώ θεσμοθετήθηκε το 2021. Το Εργαστήριο έχει αναπτύξει ένα εξειδικευμένο πρόγραμμα team coaching με στόχο να ενισχυθεί η ομαδική δουλειά και η διαχείριση συγκρούσεων (Τσακαρέστου, 2022).

Οι απόφοιτες και οι απόφοιτοι διαπρέπουν στην εφαρμοσμένη επικοινωνία, στο μάρκετινγκ, στα ψηφιακά μέσα και στη δημιουργία πρωτότυπου περιεχομένου. Οι ερευνητικές δραστηριότητες του Εργαστηρίου εκτείνονται από τη διαφήμιση και τις καταναλωτικές πρακτικές ως τη διαχείριση κρίσεων, τη νευροηγεσία, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τη start - up επιχειρηματικότητα (Τσακαρέστου, 2022)..

Το εργαστηριακό μάθημα, το οποίο προσφέρεται αφορά στη διαφήμιση και στις δημόσιες σχέσεις και αποτελείται από οκτώ μέρη. Αφετηρία για τα εργαστηριακά μαθήματα αποτελεί το πέμπτο εξάμηνο σπουδών (Τσακαρέστου, 2022).

Το Εργαστήριο Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων συνεργάζεται από το 2018 με τον Antenna Music του Ομίλου Antenna και έχει δημιουργήσει μια σειρά podcast. Σε συνεργασία με τον ίδιο όμιλο υλοποιείται ένα πρότυπο πρόγραμμα επιχειρηματικής εκπαίδευσης και μάθησης βοηθώντας τους φοιτητές και τις φοιτήτριες να σχεδιάζουν και να αναπτύσσουν τις δικές του πρωτότυπες επιχειρηματικές ιδέες (Τσακαρέστου, 2022).

Τέλος η κατεύθυνση Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης απευθύνεται στις φοιτήτριες και στους φοιτητές, των οποίων τα επιστημονικά και τα επαγγελματικά ενδιαφέροντα σχετίζονται με τον πολιτισμό. Ως εκ τούτου οι σπουδαστές και οι σπουδάστριες θα εξοικειωθούν με τη φιλοσοφία, τους κατευθυντήριους άξονες και τις προτεραιότητες της δουλειάς υπό το πρίσμα των τεχνών ερχόμενοι σε επαφή με το θέατρο, τον κινηματογράφο, τη μουσική, τα εικαστικά, την πολιτιστική κληρονομιά

των μουσείων και των πολιτιστικών ιδρυμάτων καθώς και τις πολιτιστικές βιομηχανίες. Τα παραπάνω κάνουν τους φοιτητές και τις φοιτήτριες ικανούς να διοργανώνουν εκδηλώσεις, οι οποίες σχετίζονται με ζητήματα πολιτιστικής επικοινωνίας (Μιχαηλίδου, 2022).

Την κατεύθυνση θεμελιώνει το θεσμοθετημένο Εργαστήριο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης του Τμήματος. Στο πλαίσιο λειτουργίας του διδάσκονται οκτώ υποχρεωτικά εργαστηριακά μαθήματα, τέσσερα κατά τη διάρκεια του τρίτου έτους σπουδών και τέσσερα κατά τη διάρκεια του τέταρτου έτους σπουδών. Η πλειοψηφία των εργαστηριακών μαθημάτων ολοκληρώνεται με τη διοργάνωση ενός πραγματικού έργου από τη μεριά των φοιτητών και των φοιτητριών. Μπορεί να πρόκειται για μια συναυλία, για μια μουσική εκδήλωση, για ένα φεστιβάλ κινηματογράφου, για τη δημιουργία ενός βίντεο, για την διοργάνωση μιας έκθεσης σε κάποιο μουσείο ή και σε έναν χώρο πολιτισμού. Όποια κι αν είναι η φύση της εκδήλωσης έχουν την ανεκτίμητη ευκαιρία να ασκηθούν σε πραγματικές επαγγελματικές συνθήκες (Μιχαηλίδου, 2022).

Στην απόλυτη πρακτική άσκηση των φοιτητών και των φοιτητριών στο πλαίσιο πραγματικών συνθηκών συμβάλλει η συνεργασία του Εργαστηρίου Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης με όλους τους σημαντικούς φορείς πολιτισμού στην Αθήνα αλλά και στην υπόλοιπη Ελλάδα. Οι συνεργασίες αυτές περιλαμβάνουν συνεχείς επισκέψεις σε πολιτιστικούς φορείς, οργανισμούς και ιδρύματα, διαλέξεις από αναγνωρισμένους και διακεκριμένους επαγγελματίες στο πεδίο του πολιτισμού, των πολιτιστικών βιομηχανιών και της πολιτιστικής διαχείρισης γενικότερα (Μιχαηλίδου, 2022).

Αναμφίβολης αξίας συνεργασία αποτελεί αυτή του εργαστηρίου με τη Στέγη του Ιδρύματος Ωνάση από το 2015, για τη διοργάνωση του κύκλου συναυλιών σύγχρονης μουσικής ονόματι «Μια γέφυρα μουσικής πάνω από τη Συγγρού». Άλλες συνεργασίες περιλαμβάνουν, ενδεικτικά, το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, το Θέατρο Τέχνης «Κάρολος Κουν», την Τεχνόπολη του Δήμου Αθηναίων, το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, το Εθνικό Ιστορικό Μουσείο, το Νομισματικό Μουσείο, το πολιτιστικό κέντρο/θερμοκοιτίδα Ρομάντσο, τον πολυχώρο πολιτισμού «Αθηναΐς» και πολλές ακόμη (Μιχαηλίδου, 2022).

Οι απόφοιτοι και οι απόφοιτες του Εργαστηρίου έχουν τη δυνατότητα να δραστηριοποιηθούν επαγγελματικά στο ευρύτερο πεδίο των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών δίνοντας έμφαση στους τομείς της πολιτιστικής επικοινωνίας, της διοργάνωσης εκδηλώσεων καθώς και του ψηφιακού πολιτισμού. Άλλα πρόσφορα πεδία επαγγελματικής απασχόλησης περιλαμβάνουν την επιμέλεια εκθέσεων, τα κινηματογραφικά φεστιβάλ καθώς και τις εταιρείες θεατρικών και πολιτιστικών παραγωγών, τον εκδοτικό χώρο, τις εφαρμογές των νέων μέσων στην ψηφιακή τέχνη, τη μουσειολογία και τη μουσειοπαιδαγωγική (Μιχαηλίδου, 2022).

Όπως και στην παραπάνω κατεύθυνση έτσι και σ' αυτή τα εργαστηριακά μαθήματα ξεκινούν από το πέμπτο εξάμηνο. Και εδώ το εργαστηριακό μάθημα αποτελείται από οκτώ μέρη. Η διαφορά όπως είναι λογικό εντοπίζεται στο αντικείμενο ενασχόλησης καθώς το συγκεκριμένο μάθημα αφορά στον Πολιτισμό και στην Πολιτιστική Διαχείριση (Μιχαηλίδου, 2022). Ως μαθήματα τα οποία επικεντρώνονται στην προγνωστική δημοσιογραφία θα μπορούσαμε να ξεχωρίσουμε από το συγκεκριμένο τμήμα το μάθημα των Πληροφοριακών Οργανισμών: τεχνικές ανάκτησης ψηφιακού περιεχομένου, το μάθημα των Πληροφοριακών πόρων: Πρακτικές χρήσης και επανάχρησης, το μάθημα των Ψηφιακών μεθόδων και έρευνας στο Διαδίκτυο, το μάθημα των Μεγάλων Δεδομένα στην επικοινωνία και στον πολιτισμό. Χάρη στο πρώτο μάθημα οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα έχουν κατανοήσει όλες τις φάσεις σχεδίασης και υλοποίησης συστημάτων για συλλογή, ευρετηρίαση και αναζήτηση κειμένων, καθώς και μεθόδους αξιολόγησης συστημάτων. Επιπρόσθετα, καλύπτονται πιο πρόσφατες τάσεις ανάκτησης πληροφοριών, όπως ανάκτηση πληροφοριών από τον Παγκόσμιο Ιστό. Το δεύτερο μάθημα συνεισφέρει στην εξασφάλιση της ποιότητας και της μακροχρόνιας διαθεσιμότητας του αποτελέσματος των έργων ψηφιοποίησης, στην ευρεία διάχυση της πολιτιστικής μας κληρονομιάς στο διαδίκτυο, καθώς και στη συγκρότηση ενός ενιαίου ψηφιακού πολιτιστικού χώρου ιδιαίτερα ωφέλιμου για την έρευνα, την εκπαίδευση και τη δημιουργική επανάχρηση. Στόχοι του τρίτου μαθήματος είναι να αναπτυχθούν τεχνικές δεξιότητες για τη δημιουργία, χρήση, διάδοση και διαφύλαξη της ψηφιακής γνώσης, να γίνει κριτικός αναστοχασμός πάνω στις μεθόδους και τις πρακτικές παραγωγής, χρήσης και διάδοσης της γνώσης στον ψηφιακό πολιτισμό και να εφαρμοστούν στην πράξη οι ψηφιακές μέθοδοι στην έρευνα, στην εκπαίδευση και στους νέους τομείς απασχόλησης. Όσον αφορά το τελευταίο μάθημα αποσκοπεί στην ευκολότερη

επεξεργασία των μεγάλων χρησιμοποιώντας τα εργαλεία διαχείρισης βάσεων δεδομένων ή τις παραδοσιακές εφαρμογές επεξεργασίας δεδομένων.

2.2.2 Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Το τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών αποτελεί ένα από τα νεότερα Τμήματα του παλαιότερου και μεγαλύτερου Πανεπιστημίου της Ελλάδας. Η λειτουργία του ξεκίνησε κατά το ακαδημαϊκό έτος 1990–1991. Ο στόχος κατά τη συγκεκριμένη περίοδο ήταν να καλυφθούν οι τότε ανάγκες της ακαδημαϊκής διδασκαλίας και έρευνας στο χώρο των επικοινωνιακών σπουδών στη χώρα, μετρώντας είκοσι επτά ολόκληρα χρόνια εξακολουθεί να εξελίσσεται και να αναπτύσσεται προσαρμοζόμενο σε κάθε επιταγή της εκάστοτε χρονικής περιόδου. Οι απόφοιτοι και οι απόφοιτές του διαπρέπουν τόσο στα έντυπα όσο και στα ηλεκτρονικά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, στο χώρο της έρευνας, καθώς και σε άλλες πτυχές της ελληνικής κοινωνίας και του πολιτισμού (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Οι τομείς, στους οποίους μπορούν να διαπρέψουν οι φοιτητές και οι φοιτήτριες μπορεί να σχετίζονται με τις σπουδές πολιτισμού, με την πολιτική επιστήμη, με την κοινωνιολογία, με τη νομική επιστήμη, με την ιστορία, με την ψυχολογία, με την ιστορία της τέχνης, με τη γλωσσολογία, με τις νεοελληνικές σπουδές, με τις νέες τεχνολογίες αλλά και την εφαρμογή τους στην πράξη, με τη δημοσιογραφία, με τη διαφήμιση, με τις δημόσιες σχέσεις, με τη θεωρία και την πρακτική των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Χάρη στο διεπιστημονικό χαρακτήρα του προγράμματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες έχουν την ευκαιρία να ακονίζουν την ικανότητά τους στην κριτική καθώς και στην ανάλυση. Όλα όσα τους διδάσκονται επανδρώνουν πλήρως την επαγγελματική φαρέτρα τους, προκειμένου να ανταπεξέλθουν στις θεμελιώδεις και αμετάβλητες απαιτήσεις του επαγγέλματος της επικοινωνίας, γύρω από την οποία στρέφεται εξάλλου και ολόκληρο το τμήμα (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Το τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης περιλαμβάνει τρεις τομείς. Ο πρώτος είναι ο Τομέας Κοινωνικής και Πολιτικής Ανάλυσης της Επικοινωνίας. Ο δεύτερος είναι ο τομέας Πολιτισμού, Περιβάλλοντος, Επικοινωνιακών Εφαρμογών και Τεχνολογίας. Και τέλος ο τρίτος είναι ο τομέας Ψυχολογίας της Επικοινωνίας,

Επικοινωνιακών Πρακτικών και Σχεδιασμού (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Όσοι φοιτητές και όσες φοιτήτριες επιλέξουν την πρώτη κατεύθυνση θα λάβουν εξειδικευμένη θεωρητική και εφαρμοσμένη γνώση στο πεδίο της Κοινωνικής Πολιτικής και στους βασικούς τομείς, στους οποίους εκείνη εστιάζει. Απώτερος στόχος είναι οι φοιτητές και οι φοιτήτριες να εξοικειωθούν τόσο με τα θεωρητικά όσο και με τα ερευνητικά εργαλεία στην ανάλυση και κατανόηση του ρόλου της Κοινωνικής Πολιτικής στις σύγχρονες κοινωνίες. Επιδιώκεται ακόμη η καλλιέργεια της αναλυτικής και κριτικής ικανότητας, στη διερεύνηση πολύπλοκων κοινωνικών προβλημάτων, στην χάραξη και στην εφαρμογή πολιτικών για την αντιμετώπισή τους, μέσω της αξιοποίησης των δημιουργικών επιστημονικών εργαλείων από διαφορετικές επιστημονικές οπτικές. Οι φοιτητές και οι φοιτήτριες έρχονται ακόμη σε επαφή με τη μεθοδολογία κοινωνικής έρευνας καθώς και με την αξιοποίηση των σύγχρονων εργαλείων της πληροφορικής. Επιπλέον με το πέρας της φοίτησής τους θα βρίσκονται σε θέση να κατανοούν το θεωρητικό διάλογο ως προς τον ρόλο της Κοινωνικής Πολιτικής και ως προς την ανάπτυξη του κοινωνικού κράτους στις σύγχρονες κοινωνίες. Θα επιτευχθεί επιπλέον η εμβάθυνση στη μεθοδολογία της κοινωνικής έρευνας. Τέλος επιδιώκεται μια πλήρης κατάρτιση στο κομμάτι των θεωρητικών και μεθοδολογικών εργαλείων, όπως και στη διερεύνηση και στην αντιμετώπιση επιμέρους κοινωνικών προβλημάτων όπως για παράδειγμα η αγορά εργασίας και η ανεργία, η φτώχεια και η αποστέρηση, η μετανάστευση, η στέγαση, οι έμφυλες ανισότητες, η εκπαίδευση και πολλά άλλα (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Οι επαγγελματικές προοπτικές διαγράφονται λαμπρές καθώς οι απόφοιτοι και οι απόφοιτες θα μπορούν να απορροφηθούν σε επαγγελματικό επίπεδο με αποτελεσματικό τρόπο από δημόσιους, ιδιωτικούς αλλά και κοινωνικούς φορείς, οι οποίοι ασχολούνται με την ανάλυση, με τον σχεδιασμό, με την άσκηση κοινωνικής πολιτικής καθώς και με τη διαχείριση κοινωνικών προβλημάτων. Θα μπορούσαν να δραστηριοποιηθούν επαγγελματικά σε χώρους όπως τα ακαδημαϊκά ιδρύματα, τα ερευνητικά κέντρα, η κεντρική διοίκηση, η περιφερειακή διοίκηση, η τοπική διοίκηση, οι οργανισμοί του δημοσίου, οι ιδιωτικές επιχειρήσεις, οι κοινωνικές επιχειρήσεις καθώς και οι μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Ο δεύτερος τομέας, δηλαδή αυτός του Πολιτισμού, του Περιβάλλοντος, των Επικοινωνιακών Εφαρμογών και της Τεχνολογίας ιδρύθηκε το 1994 και συντονίζει τα γνωστικά αντικείμενα της Θεωρίας της Επικοινωνίας, της Αισθητικής, της Ιστορίας και της Θεωρίας του Πολιτισμού και της Τέχνης, της Προστασίας και της Διαχείρισης της Πολιτιστικής Κληρονομιάς, του Περιβάλλοντος και της Δημοσιότητας, της Έντυπης, Ραδιοφωνικής και Τηλεοπτικής Δημοσιογραφίας και Παραγωγής, και τέλος των Νέων Τεχνολογιών της Πληροφορίας στην Επικοινωνία και στην Εκπαίδευση (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Στο πλαίσιο του τομέα του Πολιτισμού, του Περιβάλλοντος, των Επικοινωνιακών Εφαρμογών και της Τεχνολογίας έχουν ενταχθεί το Εργαστήριο Τεχνών και Πολιτιστικής Διαχείρισης καθώς και το Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία, στην Εκπαίδευση και στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Επιπλέον υπό την αιγίδα του ίδιου τομέα λειτουργεί το Διατομεακό Εργαστήριο των Οπτικοακουστικών Μέσων του Τμήματος Επικοινωνίας και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Επίσης ο τομέας συνεισφέρει στην υλοποίηση του Προγράμματος Προπτυχιακών Σπουδών «Επικοινωνία και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης», καθώς και των Προγραμμάτων Μεταπτυχιακών Σπουδών «Πολιτισμικές και Κινηματογραφικές Σπουδές» και «Ψηφιακά Μέσα Επικοινωνίας και Περιβάλλοντα Αλληλεπίδρασης», του Διδρυματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Τεχνολογίες της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας για την Εκπαίδευση» καθώς και του Προγράμματος Διδακτορικών Σπουδών στην Επικοινωνία και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης του Τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Όσον αφορά στην κατεύθυνση της Ψυχολογίας της Επικοινωνίας, των Επικοινωνιακών Πρακτικών και του Σχεδιασμού δεν είναι λίγα τα εφόδια, τα οποία προσφέρονται στους φοιτητές και στις φοιτήτριες. Τόσο η διαπροσωπική επικοινωνία όσο και η μαζική επικοινωνία βασίζονται στη σχέση, η οποία διαμορφώνεται μεταξύ του υποκειμένου και του αντικειμένου καθώς και στη σύνδεση του εσωτερικού ψυχικού χώρου με το σχεσιακό χώρο της. Γίνεται εστίαση στον τρόπο με τον οποίο τα υποκείμενα, μέσα από προβολές και ταυτίσεις, προσλαμβάνουν τους άλλους, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, αλλά και τον εαυτό τους στις σχέσεις του με αυτούς και με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Η επικοινωνία μπορεί να οριστεί σε επίπεδο διαπροσωπικής επικοινωνίας, ομαδικής επικοινωνίας και δημόσιας ομιλίας. Η

επικοινωνία ασχολείται με ένα ευρύτατο πεδίο φαινομένων, τα οποία παίρνουν όλο και σημαντικότερες διαστάσεις στις σύγχρονες κοινωνίες ανοίγοντας νέους επαγγελματικούς ορίζοντες (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Είναι αναμφίβολο ότι κάθε ειδικευθείς και κάθε ειδικευθείσα στο συγκεκριμένο τομέα θα έχει αναμφίβολα αναπτύξει την επικοινωνιακή ικανότητα και την κριτική αντίληψη της θεωρίας της επικοινωνίας σε διάφορα πλαίσια της διεθνούς και τοπικής ανάπτυξης. Επιπροσθέτως θα βρίσκεται σε θέση να προσεγγίζει ολιστικά γεγονότα και καταστάσεις. Βασική προϋπόθεση αποτελεί η ενημέρωσή του και η εξοικείωσή του πάνω στο θέμα των πρακτικών εκστρατειών επικοινωνίας στο πλαίσιο της δημόσιας επικοινωνίας, της αειφορικής και βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικής αλλαγής. Η θεωρία και η πρακτική των εκστρατειών θα αποτελούν αυθόρμητη επιλογή και αναπόσπαστο κομμάτι της δουλειάς τους. Ακόμη η γνώση των εννοιολογικών και πρακτικών εργαλείων θα συντελέσει στην ανάπτυξη και ανάλυση πρόσφορων στρατηγικών και εκστρατειών επικοινωνίας με στόχο την υποστήριξη της ανάπτυξης και της αλλαγής Έναν ακόμη καίριο στόχο αποτελεί η διεθνής αναπτυξιακή συνεργασία. Υπάρχει διαρκής ενημέρωση όσον αφορά στις στρατηγικές και στις εκστρατείες επικοινωνίας ενώ παρουσιάζονται συχνά οι νέες προοπτικές, τα σύγχρονα ζητήματα και οι εξελίξεις στο εν λόγω επιστημονικό πεδίο. Με λίγα λόγια καλλιεργείται μια κουλτούρα, η οποία στηρίζεται στο βίωμα και στη συνεργατική κουλτούρα με στόχο ένα μαθησιακό οικοσύστημα, το οποίο δημιουργεί μια κοινοτική ομάδα επικοινωνιακών αξιολογητών και πρεσβευτών στο πλαίσιο της δημόσιας επικοινωνίας, της αειφορικής και βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικής αλλαγής (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Από την άλλη οι αρμοδιότητες οι οποίες σχετίζονται με το σχεδιασμό περιλαμβάνουν τον προγραμματισμό των επικοινωνιακών δράσεων, τη συνεχή επικοινωνία με τις πηγές πληροφοριών υπό το πρίσμα της διασφάλισης της υγιούς και αρμονικής επικοινωνιακής δράσης. Είναι αναμφίβολη η παροχή απόλυτης τεχνογνωσίας και υπηρεσιών επικοινωνίας. Η συμμετοχή στην κατάρτιση και στην υλοποίηση σχετικών προγραμμάτων προετοιμάζει κατάλληλα τους εκκολαπτόμενους δημοσιογράφους για τη δυναμική είσοδό τους στην αγορά εργασίας (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Το τμήμα στεγάζει έξι εργαστήρια: το εργαστήριο των Τεχνών και της Πολιτιστικής Διαχείρισης, το εργαστήριο των Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία, στην Εκπαίδευση και στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, το εργαστήριο των Ψυχολογικών Εφαρμογών και του Επικοινωνιακού Σχεδιασμού, το εργαστήριο της Κοινωνικής Έρευνας στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και το εργαστήριο των Οπτικοακουστικών Μέσων (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Όσον αφορά στο εργαστήριο των Τεχνών και της Πολιτιστικής Διαχείρισης ασχολείται με τη διδασκαλία, την έρευνα και τις πρακτικές εφαρμογές και τη σχέση τους με τη συλλογική μνήμη και την πολιτιστική κληρονομιά (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Η λειτουργία του εργαστηρίου της Κοινωνικής Έρευνας στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ξεκίνησε το 2002. Οι έρευνες του εργαστηρίου επικεντρώνονται στις οικονομικές, στις κοινωνικές, στις νομικές και στις πολιτιστικές διαστάσεις του Τύπου, του ραδιοφώνου, της τηλεόρασης και του διαδικτύου. Πρωταγωνιστεί η κοινωνική του έρευνα σχετικά με το διαδίκτυο, τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τα πολυμέσα, τη δορυφορική τηλεόραση, την ψηφιακή τηλεόραση και γενικά για τις νέες τεχνολογίες της επικοινωνίας (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Η ίδρυση του εργαστηρίου των Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία, την Εκπαίδευση και στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης σημειώνεται το 1996, προκειμένου να εξυπηρετήσει εκπαιδευτικές και ερευνητικές ανάγκες στα γνωστικά αντικείμενα της Θεωρίας και των Εφαρμογών των Νέων Τεχνολογιών και των προϊόντων τους, της Ανάπτυξης των Επικοινωνιακών Πρακτικών στην Εκπαίδευση και τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, των Νέων Τεχνολογιών και της Ηλεκτρονικής Επεξεργασίας της Πληροφορίας και της Διαχείρισής της σε Διεθνή Δίκτυα. Όλα τα παραπάνω ανήκουν στον Τομέα του Πολιτισμού, του Περιβάλλοντος, των Επικοινωνιακών Εφαρμογών και της Τεχνολογίας. Η συνεχής σύνδεση του εργαστηρίου με το διαδίκτυο υποστηρίζει την πρακτική εξάσκηση των φοιτητών, είτε προπτυχιακών είτε μεταπτυχιακών, την έρευνα στον τομέα των Νέων Τεχνολογιών με έμφαση στην εφαρμογή τους στον ευρύτερο χώρο της επικοινωνίας, καθώς και τη διεξαγωγή σεμιναρίων, τα οποία σχετίζονται με την επεξεργασία κειμένου, την ηλεκτρονική διαχείριση εντύπου, την οπτική επικοινωνία και την δημοσιογραφική έρευνα με τη

χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και δικτύων (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Το διατομεακό εργαστήριο Οπτικοακουστικών λειτουργεί από το 2001. Παρέχει πλούσιο και άρτιο εξοπλισμό για την άσκηση των φοιτητών, η οποία μπορεί να σχετίζεται με την παραγωγή, με το τηλεοπτικό και ραδιοφωνικό στούντιο, καθώς και με την ψηφιακή κάμερα τηλεοπτικής λήψης. Το συγκεκριμένο εργαστήριο φιλοδοξεί να αποτελέσει μια ειδική μονάδα, χάρη στην οποία οι φοιτητές θα αποκτούν τεχνογνωσία στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, και τις απαιτούμενες δεξιότητες, ώστε μια μέρα να βρίσκονται σε θέση να παράγουν το δικό τους ειδησεογραφικό ή και ψυχαγωγικό πρόγραμμα (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.).

Κατά το Φεβρουάριο του 2001 ιδρύθηκε και το εργαστήριο της Ψυχολογίας της Επικοινωνίας και των Μέσων. Αυτό εξυπηρετεί τις εκπαιδευτικές και τις ερευνητικές ανάγκες, οι οποίες επικεντρώνονται στις εφαρμογές της ψυχολογίας σε επικοινωνιακά φαινόμενα. Στο ίδιο εργαστήριο και πάντα στη διάθεση των φοιτητών και των φοιτητριών βρίσκεται μια μικρή βιβλιοθήκη με συγγράμματα ερευνητικής μεθοδολογίας και πλήρες αρχείο των ερευνητικών εκθέσεων, οι οποίες προέκυψαν από τα ερευνητικά προγράμματα του εργαστηρίου. (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.)

Πιο πρόσφατα και συγκεκριμένο κατά το έτος 2015 ιδρύθηκε το εργαστήριο των Δημοσιογραφικών Σπουδών και των Επικοινωνιακών Εφαρμογών. Εδώ δίνεται έμφαση στη δομή, στη λειτουργία και στην πρακτική του δημοσιογραφικού πεδίου και της εφαρμοσμένης επικοινωνίας. Ιδιαίτερα σημαντική θέση στην ερευνητική του δραστηριότητα καταλαμβάνουν οι εξελίξεις στο πεδίο της οικονομίας και της τεχνολογίας και το αποτύπωμά τους στο χώρο της δημοσιογραφίας και στα μέσα ενημέρωσης. Επίσης, το εν λόγω εργαστήριο, στο προσεχές διάστημα, αποσκοπεί να συμβάλλει στην έρευνα και μελέτη της δημοσιογραφίας καθώς και της εφαρμοσμένης επικοινωνίας (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, n.d.). Όσον αφορά στο συγκεκριμένο τμήμα τα μαθήματα, τα οποία συνεισφέρουν στο κομμάτι της προγνωστικής δημοσιογραφίας είναι η Τεχνολογία της Πληροφορίας στην Επικοινωνία και τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και η Δημοσιογραφία και τα Νέα Μέσα. Το πρώτο αποσκοπεί στη διδασκαλία των Νέων Τεχνολογιών με έμφαση στις

εφαρμογές της νέας τεχνολογίας και της Πληροφορικής σε θέματα επικοινωνίας και μέσων μαζικής ενημέρωσης. Οι φοιτητές και οι φοιτήτριες έρχονται σε επαφή με τις βασικές έννοιες των νέων τεχνολογιών και της πληροφορικής, καθώς και με τη χρήση του Διαδικτύου. Το δεύτερο από την πλευρά του έρχεται να εξετάσει τις ραγδαίες αλλαγές που συντελούνται στο επικοινωνιακό πεδίο και τις πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις που φέρουν στο χώρο της δημοσιογραφίας.

2.2.3 Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας

Από την Αθήνα ανεβαίνουμε στη Θεσσαλονίκη και πιο συγκεκριμένα στο Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, το οποίο ιδρύθηκε το 1991 στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Ως αποστολή έχει να προσφέρει στους φοιτητές και στις φοιτήτριες του την αναγκαία θεωρητική και πρακτική γνώση για άσκηση της Δημοσιογραφίας, να διερευνήσει θέματα, τα οποία σχετίζονται με το αντικείμενο της Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας καθώς και να συμβάλλει στην ουσιαστική κατοχύρωση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Το προπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών του τμήματος αποσκοπεί στην κατάρτιση επιστημόνων ικανών να κατανοούν τη διαμεσολαβημένη επικοινωνία στις διάφορες μορφές, εφαρμογές, διαστάσεις και λειτουργίες της. Από τις φιλοδοξίες δε θα μπορούσε να λείπει η προώθηση της επιστημονικής μελέτης και της διερεύνησης της εξέλιξης και του ρόλου της επιστήμης της δημοσιογραφίας στη σύγχρονη κοινωνία και στο σύγχρονο τρόπο ζωής. Όλα τα παραπάνω επιτυγχάνονται χάρη στο συνδυασμό της θεωρίας με την πρακτική, της ειδικής με τη γενική παιδεία, της επιστημονικής γνώσης με τις επαγγελματικές δεξιότητες, της διεπιστημονικής προσέγγισης με τις καινοτόμες και τεχνολογικές εφαρμογές. Οι απόφοιτοι και οι απόφοιτες με την ολοκλήρωση των σπουδών τους οφείλουν να είναι παραγωγικοί, κοινωνικά υπεύθυνοι και δημιουργικοί επαγγελματίες, ανεξάρτητα από τον τομέα, τον οποίο έχουν επιλέξει να ακολουθήσουν. Οι απόφοιτοι και οι απόφοιτες του τμήματος Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, πέρα από την άριστα επαγγελματική και επιστημονική τους κατάρτιση απολαμβάνουν κάποια επιπλέον προνόμια. Το πρώτο είναι ότι θα καταφέρουν να κατακτήσουν μια δεύτερη γλώσσα και θα έχουν την ευχέρεια να τη μιλάνε άψογα. Όλοι έχουν πρόσβαση σε δεδομένα. Το κλειδί όμως είναι ο τρόπος με τον οποίο αυτά θα αξιοποιηθούν. Οι απόφοιτοι και οι απόφοιτες λοιπόν να αναζητούν, να αναλύουν και να συνθέτουν τα δεδομένα και τις πληροφορίες αξιοποιώντας τα σύγχρονα τεχνολογικά μέσα με ορθό τρόπο.

Επιπλέον θα έχουν εξοικειωθεί στο να εργάζονται εξίσου αποτελεσματικά, είτε σε ατομικό, είτε σε ομαδικό επίπεδο. Η επαφή με τα εργαστήρια και τα εργασιακά περιβάλλοντα βοηθά τους φοιτητές και τις φοιτήτριες να προσαρμόζονται σε νέες εργασιακές συνθήκες και να ανακαινίζουν τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να προσεγγίζουν το αντικείμενο της εργασίας τους με δημιουργικό και καινοτόμο τρόπο και πάντοτε με σεβασμό στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα. Όλα τα παραπάνω προϋποθέτουν την επαγγελματική υπευθυνότητα και την κοινωνική ευαισθησία σε καθετί το οποίο αφορά σε θέματα σχετικά με το φύλο, το φυσικό περιβάλλον και με τα ανθρώπινα δικαιώματα. Έτσι μόνο προάγεται η ελεύθερη, η απροκατάληπτη και η κριτική σκέψη (Οδηγός σπουδών, 2020).

Από το τμήμα χορηγείται ενιαίο πτυχίο με τους φοιτητές και τις φοιτήτριές του να έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν μεταξύ δύο κατευθύνσεων. Η πρώτη αφορά τη Δημοσιογραφία και η δεύτερη τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (Οδηγός σπουδών, 2020).

Πιο συγκεκριμένα, οι απόφοιτοι και οι απόφοιτες της κατεύθυνσης της Δημοσιογραφίας με την ολοκλήρωση της φοίτησής τους θα είναι σε θέση να συνθέτουν δημοσιογραφικά κείμενα διαφόρων ειδών, τα οποία θα προορίζονται για διαφορετικά μέσα ενημέρωσης, όπως έντυπα, οπτικά – ακουστικά καθώς και διαδικτυακά. Θεωρείται αυτονόητο ότι η συλλογή, η ανάλυση και η σύνθεση των στοιχείων και των πληροφοριών θα γίνεται ακολουθώντας τις μεθόδους και τις τεχνικές, οι οποίες διέπουν τη δημοσιογραφική έρευνα. Οι απόφοιτοι και οι απόφοιτες θα χειρίζονται ακόμη με ευχέρεια τις σύγχρονες τεχνολογίες της πληροφορίας και της επικοινωνίας. Απαραέγκλιτη και βιωματική είναι η τήρηση των κανόνων και των αρχών της δημοσιογραφικής δεοντολογίας καθώς και ο σεβασμός και η προαγωγή των αρχών της ελευθερίας της γνώμης, της σκέψης και της ελευθεροτυπίας (Οδηγός σπουδών, 2020).

Όσον αφορά στους αποφοίτους και στις απόφοιτες της κατεύθυνσης των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας εκπαιδεύονται με τέτοιο τρόπο ώστε να εφαρμόζουν τη θεωρία, την οποία έχουν διδαχθεί στους βασικούς τομείς της εφαρμοσμένης επικοινωνίας, όπως τη Δημόσια και Κοινωνική Επικοινωνία, τη Διαφήμιση, τις Δημόσιες Σχέσεις και την Πολιτική Επικοινωνία. Επίσης θα βρίσκονται σε θέση να

διεξάγουν τόσο ποσοτική όσο και ποιοτική έρευνα στο χώρο των επικοινωνιών και να αναλύουν τις πολιτικές, την οικονομία, τη διοίκηση και τη λειτουργία των θεσμών της μαζικής επικοινωνίας μέσα στο σύγχρονο, κοινωνικό και διεθνές περιβάλλον. Όλα αυτά πραγματοποιούνται με τη χρήση και την αξιοποίηση των σύγχρονων τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας και πάντοτε με σεβασμό και προσήλωση στην ιδέα της προώθησης των αρχών της δημοκρατίας και της πλουραλιστικής δημόσιας σφαίρας (Οδηγός σπουδών, 2020).

Το συγκεκριμένο τμήμα συντηρεί έξι εργαστήρια, καθένα από το οποία προσθέτει το δικό του λιθαράκι στο χώρο της δημοσιογραφίας γενικότερα και στην επαγγελματική κατάρτιση των εκκολαπτόμενων δημοσιογράφων ειδικότερα (Οδηγός σπουδών, 2020).

Το πρώτο εργαστήριο είναι αυτό των Εφαρμογών Πληροφορικής στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας. Η ίδρυσή του τοποθετείται χρονικά στις αρχές του 2002. Αποστολή του είναι να εξυπηρετεί τις εκπαιδευτικές και τις ερευνητικές ανάγκες στα γνωστικά αντικείμενα των εφαρμογών αυτοματισμού γραφείου και επιτραπέζιας ηλεκτρονικής τυπογραφίας, των υπηρεσιών διαδικτύου, της οργάνωσης και παρουσίασης ειδησεογραφικού υλικού στο διαδίκτυο, της εφαρμογής και της ανάπτυξης πολυμεσικών εφαρμογών και της παροχής εξ αποστάσεως εκπαίδευσης (Οδηγός σπουδών, 2020)

Όσον αφορά στο εργαστήριο Ηλεκτρονικών Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, αυτό αναλαμβάνει την κάλυψη των αναγκών της πρακτικής άσκησης των φοιτητών και των φοιτητριών στην παραγωγή τόσο ραδιοφωνικών όσο και τηλεοπτικών προγραμμάτων στο πλαίσιο των αντίστοιχων μαθημάτων. Οι χώροι του συγκεκριμένου εργαστηρίου είναι επανδρωμένοι με studio ηχογράφησης, studio τηλεοπτικής λήψης και ελέγχου, αναλογικά και ψηφιακά συστήματα λήψης, εγγραφής και αναπαραγωγής ήχου και εικόνας, πλήρη εγκατάσταση τηλεοπτικού φωτισμού, συστήματα επεξεργασίας, γραμμικού και μη γραμμικού μοντάζ μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών, γεννήτρια ενσωμάτωσης γραφικών και χαρακτήρων, καθώς και μονάδες οπτικών και ηχητικών εφέ. Στην εξέλιξη του εν λόγω εργαστηρίου συμβάλλει η τακτική αναβάθμισή του με την εφαρμογή των νέων τεχνολογιών και τη χρήση των προηγμένων τεχνικών στον τομέα του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης (Οδηγός σπουδών, 2020).

Καινοτόμα, πρωτότυπη και άκρως δημιουργική κίνηση αποτελεί η ίδρυση του εργαστηρίου Ειρηνευτικής Δημοσιογραφίας κατά το 2012, το οποίο καλύπτει ερευνητικές και διδακτικές ανάγκες στα αντικείμενα της ειρηνευτικής δημοσιογραφίας, του ρόλου των νέων και των παραδοσιακών μέσων επικοινωνίας στην οικοδόμηση της ειρήνης, του ρόλου των μέσων επικοινωνίας στην πρόληψη και τη διαχείριση των κρίσεων και των συγκρούσεων, της χρήσης των μέσων επικοινωνίας για την προαγωγή του διαλόγου και την εξάλειψη του λόγου μίσους, των διακρίσεων, της βίας, της μισαλλοδοξίας, της ευθύνης της μετάδοσης, η οποία βαραίνει τα μέσα ενημέρωσης και τέλος της χρήσης των μέσων επικοινωνίας ως εργαλείου στην εκπαίδευση (Οδηγός σπουδών, 2020).

Το εργαστήριο κοινωνικών μέσων από την πλευρά του θέτει ως στόχο τη διερεύνηση των τρόπων με τους οποίους οι άνθρωποι σκέφτονται, νιώθουν, συμπεριφέρονται, και επικοινωνούν στον κόσμο του διαδικτύου. Ακολουθώντας μια διεπιστημονική προσέγγιση, συμβάλλει στην έρευνα και μελέτη της διαδικτυακής επικοινωνίας στο πεδίο της επικοινωνίας της υγείας, στο πεδίο της διαπροσωπικής και κοινωνικής επικοινωνίας, στο πεδίο της διερεύνησης της κοινής γνώμης, στο πεδίο της πολιτικής επικοινωνίας, στο πεδίο του αθλητισμού, στο πεδίο του πολιτισμού καθώς και στο πεδίο της εκπαίδευσης. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον τρόπο με τον οποίο η χρήση των Κοινωνικών Μέσων και των άλλων διαδικτυακών τεχνολογιών αλλάζει την επικοινωνία καθώς και στις κοινωνικές, στις ψυχολογικές, στις οικονομικές και στις τεχνολογικές συνέπειες αυτών των αλλαγών (Οδηγός σπουδών, 2020).

Το εργαστήριο Πολιτισμικών και Οπτικών Σπουδών έχει ορίσει ως στόχο να συμβάλλει στη ανάπτυξη της διεπιστημονικής μελέτης και έρευνας στους τομείς των μορφών και των ειδών του σύγχρονου δημοφιλούς πολιτισμού, όπως έχουν αναπτυχθεί στα έντυπα, στα οπτικά, στα ακουστικά, στα οπτικά - ακουστικά και στα ψηφιακά – διαδικτυακά μέσα, στις σύγχρονες διαδικασίες και στις συνθήκες παραγωγής και διανομής των πολιτισμικών αγαθών, καθώς και στους τρόπους κατανάλωσης και πρόσληψής τους, στις μορφές και στα είδη της σύγχρονης οπτικής επικοινωνίας εστιάζοντας στις κοινωνικές, πολιτικές, αισθητικές και γενικότερα πολιτισμικές διαστάσεις και λειτουργίες της (Οδηγός σπουδών, 2020).

Το εργαστήριο του Ψηφιακού Μάρκετινγκ και της Στρατηγικής Επικοινωνίας έχει ως στόχο την ανάπτυξη της διεπιστημονικής μελέτης και έρευνας στους τομείς του

Μάρκετινγκ Επικοινωνιών με έμφαση στο Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ. Η διεπιστημονικότητά του εκτείνεται σε ένα πραγματικά ευρύ φάσμα. Το εργαστήριο Ψηφιακού Μάρκετινγκ και Στρατηγικής Επικοινωνίας έχει ως στόχο την ανάπτυξη της διεπιστημονικής μελέτης και έρευνας στους τομείς του Μάρκετινγκ Επικοινωνιών με έμφαση στο Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ. Οι κλάδοι με τους οποίους ασχολείται είναι πολλοί. Έναν από αυτούς αποτελεί το Μάρκετινγκ των ψηφιακών καινοτομιών στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνική δικτύωσης. Άλλος αφορά στο Μάρκετινγκ και στην επιχειρηματικότητα νεοφυών επιχειρήσεων με την αξιοποίηση του διαδικτύου, των ψηφιακών επιχειρηματικών μοντέλων, της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της στρατηγικής επικοινωνίας. Το Πολιτικό μάρκετινγκ στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εξετάζει από την πλευρά του το Ψηφιακό μάρκετινγκ για τους πολιτικούς, για τους βουλευτές και για τα κόμματα. Ένα ακόμη ζήτημα για το συγκεκριμένο κλάδο αποτελεί η αποτελεσματική διαχείριση των διαδικασιών επικοινωνίας και των ψηφιακών εργαλείων μάρκετινγκ που συνδέεται με τις πολιτικές δραστηριότητες και τις προεκλογικές εκστρατείες. Ένα ακόμη ζήτημα αποτελεί η αξιοποίηση των ψηφιακών εργαλείων, των μεθόδων και των τακτικών στο πλαίσιο μιας στρατηγικής πολιτικού μάρκετινγκ. Στη συγκεκριμένη ομάδα υπάγεται και το Πολιτιστικό μάρκετινγκ και το μάρκετινγκ των τεχνών στην εποχή του διαδικτύου για θέατρα, φεστιβάλ, μουσεία, όπερα, θεματικά πάρκα, γκαλερί, πολιτιστικές εκδηλώσεις, όπως οι εκθέσεις, τα αθλητικά σωματεία, οι καλλιτέχνες σαν τους ηθοποιούς και τους τραγουδιστές, τα ιστορικά μνημεία, τα ωδεία, οι βιβλιοθήκες, οι τουριστικοί και αρχαιολογικοί χώροι και πάσης φύσεως πολιτιστικοί φορείς. Εδώ εμπίπτει και το Μάρκετινγκ των Τουριστικών Προϊόντων και των Ταξιδιωτικών Προορισμών, το Μάρκετινγκ των Ιδρυμάτων, των Σωματείων και των μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών, το Μάρκετινγκ των Δημοσίων και των Τοπικών Φορέων με την χρήση του διαδικτύου και της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, το Κοινωνικό και Οικολογικό Μάρκετινγκ εν μέσω ψηφιακής εποχής, το Στρατηγικό Μάρκετινγκ των Επικοινωνιών για τη δημιουργία μιας ισχυρής εικόνας και ονομασίας, ολοκληρωμένης στρατηγικής μάρκετινγκ επικοινωνιών, δημιουργία περιεχομένου και μηνύματος, υλοποίηση καμπάνιας, δημιουργία ιστοσελίδων, στρατηγική στις μηχανές αναζήτησης, μάρκετινγκ μέσω κινητής τηλεφωνίας, ηλεκτρονικά μηνύματα και ιντερνετικά ενημερωτικά γράμματα, ηλεκτρονική διαφήμιση, δημιουργία ηλεκτρονικής διάδοσης από στόμα σε στόμα, διαδραστικό μάρκετινγκ, στρατηγική διοίκηση επώνυμου προϊόντος (Οδηγός σπουδών, 2020).

Στην περίπτωση του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης ξεχωρίζουμε τα μαθήματα της Διαδικτυακής Δημοσιογραφίας και των Κοινωνικών Μέσων, της Δημοσιογραφίας Δεδομένων, της Ψηφιοποίησης και της Οπτικοποίησης της Πληροφορίας, της Ανάκτησης και Ανάλυσης Μεγάλων Δεδομένων. Χάρη στο πρώτο μάθημα οι φοιτητές και οι φοιτήτριες βρίσκονται σε θέση να ανταπεξέλθουν στο νέο και διαμορφούμενο περιβάλλον δημοσιογραφίας εφόσον τα παραδοσιακά μέσα αντικαθίστανται με νέα των οποίων η λειτουργία διέπεται από τη συνεχή ενημέρωση και χρήση των νέων τεχνολογιών. Αποκτώνται λοιπόν εξειδικευμένες γνώσεις σε σχέση με τη διαδικτυακή δημοσιογραφία αλλάζοντας το περιεχόμενο, τον τρόπο εργασίας, τον τόπο εργασίας και τη δομή του συστήματος παραγωγής ειδήσεων σε σχέση με την παραδοσιακή δημοσιογραφία. Έχοντας έρθει σε επαφή με το συγκεκριμένο μάθημα οι φοιτητές και οι φοιτήτριες γνωρίζουν τις εφαρμογές αυτοματισμού, τις βασικές υπηρεσίες του διαδικτύου, τις βασικές γνώσεις χρήσης εφαρμογών λογιστικού φύλλου και αναζήτησης στοιχείων σε βάσεις δεδομένων. Το τρίτο μάθημα προσφέρει στους φοιτητές και στις φοιτήτριες τη δυνατότητα να αναπαριστούν επιτυχώς δεδομένα χρησιμοποιώντας γραφικά, κίνηση, διαστάσεις και τρισδιάστατες απεικονίσεις και άλλα πολυμεσικά εργαλεία. Το τελευταίο μάθημα από την πλευρά του καταρτίζει του φοιτητές και τις φοιτήτριες στη διαχείριση και στην ανάλυση Μεγάλων Δεδομένων.

2.2.4 Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου

Γίνεται επιπλέον μια σύντομη αναφορά τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου και στο τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας

Το Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου αποτελεί ένα σύγχρονο τμήμα, το οποίο συνδέει την επιστήμη της Επικοινωνίας με τις Τεχνολογίες της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών. Η Επικοινωνία με χρήση Ψηφιακών Μέσων αποτελεί έναν διεπιστημονικό τομέα, ο οποίος παρουσιάζει ιδιαίτερα μεγάλη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Η ανάπτυξη αυτή είναι ανάλογη της εξίσου ραγδαίας αύξησης της χρήσης του διαδικτύου καθώς και των κοινωνικών δικτύων εισάγοντας καινούριες μορφές επικοινωνίας. Όπως φαίνεται από τη σύντομη περιγραφή το τμήμα κατατάσσεται ανάμεσα στα τμήματα, τα οποία σχετίζονται αμιγώς με την επιστήμη της Πληροφορικής και στα τμήματα, τα οποία σχετίζονται αμιγώς με την επιστήμη της Επικοινωνίας και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Οι

εξειδικευμένες γνώσεις, οι οποίες προσφέρονται από το τμήμα στους φοιτητές και στις φοιτήτριες τους δίνουν τη δυνατότητα να σταδιοδρομήσουν σε διάφορους τομείς όπως της Επικοινωνίας, του Ψηφιακού Μάρκετινγκ, της Ηλεκτρονικής Δημοσιογραφίας και της Δημοσιογραφίας Δεδομένων, του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, της Παραγωγής Πολυμεσικού Οπτικοακουστικού Υλικού, της Διαχείρισης Εταιρικής Ταυτότητας και της Στρατηγικής Επικοινωνίας και Δημοσίων σχέσεων με έμφαση στα ψηφιακά μέσα (Ιόνιο Πανεπιστήμιο, n.d.). Τέλος, στην συγκεκριμένη σχολή δεν υπάρχουν μαθήματα εξειδικευμένα πάνω στην Προγνωστική Δημοσιογραφία, γεγονός που καθιστά τη σχολή ανεπαρκής ως προς την εκπαίδευση των φοιτητών που επιθυμούν την επαγγελματική τους αποκατάσταση πάνω στον συγκεκριμένο δημοσιογραφικό κλάδο.

2.2.5 Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων της Σχολής Κοινωνικών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας

Το τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων της Σχολής Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας στην πόλη της Καστοριάς συνδυάζει και αυτό την επιστήμη της Επικοινωνίας με τις εξελίξεις στα Ψηφιακά Μέσα και το νέο Ψηφιακό Περιβάλλον. Ως αποστολή έχει να προσφέρει θεωρητική και πρακτική γνώση υψηλού επιστημονικού επιπέδου στους σπουδαστές και στις σπουδάστριές του αλλά και να προάγει την έρευνα στο πολυδιάστατο πεδίο της Επικοινωνίας συνδυάζοντας επιπρόσθετα την επιστήμη της Επικοινωνίας με τα Ψηφιακά Μέσα και το νέο Ψηφιακό Περιβάλλον (Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας, n.d.). Τέλος, και σε αυτή την περίπτωση, όπως και στη σχολή του Ιονίου, δεν υπάρχουν μαθήματα που εστιάζουν στην Προγνωστική Δημοσιογραφία. Το γεγονός αυτό καθιστά και αυτό το τμήμα ελλιπές ως προς την επαγγελματική κατάρτιση των φοιτητών που θεωρούν τους εαυτούς τους ως εν δυνάμει προγνωστικούς δημοσιογράφους.

2.2.6 Συμπεράσματα

Οι σχολές δημοσιογραφίας, οι οποίες παρουσιάστηκαν παραπάνω, είναι αναμφίβολο πως προετοιμάζουν τους φοιτητές και τις φοιτήτριες να μούνε στο χώρο εργασίας, που θα επιλέξουν απόλυτα καταρτισμένοι. Επιπλέον η δυνατότητα πρακτικής άσκησης δεν τους αφήνει περιθώριο να μετανιώσουν για την επιλογή τους καθώς πριν σταδιοδρομήσουν θα έχουν έρθει σε επαφή με κάθε επαγγελματική διέξοδο. Δε θα μπορούσε να μείνει ασχολίαστη η σύμπνοια των σχολών δημοσιογραφίας με τα νέα

του κλάδου καθώς και η επάνδρωση των εργαστηρίων με την τελευταία λέξη της τεχνολογίας. Με λίγα λόγια οι εκκολαπτόμενοι δημοσιογράφοι είναι κατάλληλα προετοιμασμένοι για κάθε πρόκληση. Όλα τα παραπάνω οδηγούν στην εκπαίδευση και διάπλαση ολοκληρωμένων, ενημερωμένων και ακατάπαυστων επαγγελματιών, που διαρκώς εξελίσσονται.

Συμπεράσματα

Από τις πρώτες γραμμές της παρούσας εργασίας θα μπορούσαμε να παρομοιάσουμε τη δημοσιογραφία με ένα ζωντανό οργανισμό. Όπως κάθε ζωντανός οργανισμός αναπτύσσεται και αποκτά τα δικά της παρακλάδια. Κάθε παρακλάδι αναπτύσσεται με τη σειρά του ενώ δεν παύει το ένα να προσφέρει στο άλλο και σε κάποιες περιπτώσεις να μοιράζονται κοινά χαρακτηριστικά.

Κάθε κλάδος της δημοσιογραφίας έχει τη δική του ιστορία και όσο ο καιρός περνάει αυτή μεγαλώνει. Όσο κι αν φαίνεται περίεργο οι καταβολές κάθε μελετηθέντος κλάδου εντοπίζονται πολύ μακριά και μάλιστα σε χρονικό πλαίσιο που δε θα μπορούσαμε να φανταστούμε. Σε κάθε κλάδο ξεκινά η περιγραφή ενός ακατόρθωτου και δύσκολου εγχειρήματος, το οποίο εν τέλει λαμβάνει σάρκα και οστά και φτάνει σ' εμάς στην πλήρη μορφή του.

Η πορεία της διαδικτυακής δημοσιογραφίας μοιάζει ανάλογη αυτής του διαδικτύου. Όπως η πρώτη στην αρχή δεν απευθυνόταν σε πολλούς, έτσι και το δεύτερο δεν υπήρχε σε κάθε σπίτι. Μέρα με τη μέρα η διαδικτυακή δημοσιογραφία γίνεται όλο και πιο προσιτή, τόσο από την πλευρά των αναγνωστών όσο και από την πλευρά των συντακτών των άρθρων. Επιπλέον χάρη στην ευρεία χρήση του διαδικτύου βρισκόμαστε στην πλεονεκτική θέση να ενημερωνόμαστε για οτιδήποτε συμβαίνει σε κάθε γωνιά του πλανήτη την ίδια τη στιγμή που αυτό διαδραματίζεται. Ως διαδικτυακή ή αλλιώς ψηφιακή δημοσιογραφία ορίστηκε η σύγχρονη μορφή δημοσιογραφίας σύμφωνα με την οποία το εκδοτικό περιεχόμενο διανέμεται μέσω του διαδικτύου. Πιο συγκεκριμένα, αναλύθηκαν τα βασικά της χαρακτηριστικά όπως η διαδραστικότητα, η υπερκειμενικότητα και η πολυμεσικότητα που την έκαναν να διαφέρει από κάθε προηγούμενο δημοσιογραφικό κλάδο, ενώ τέλος εστιάσαμε και στο πώς μπορεί να εφαρμοστεί και πόσο απαραίτητο είναι το διαδίκτυο για την

αποτελεσματική της χρήση. Η διαδικτυακή δημοσιογραφία παίρνει σάρκα και οστά μέσα από τα blogs.

Η δημοσιογραφία δεδομένων από την πλευρά της έρχεται να βάλει σε τάξη παρακαταθήκες πολλών ετών. Αξιόλογη διακρίνεται η πρόοδος και στην οργάνωση του συγκεκριμένου πεδίου. Χάρη στην εξέλιξή της πάσης φύσεως δεδομένα ταξινομούνται και οργανώνονται πιο γρήγορα από ποτέ, ενώ κάθε πληροφορία διαμορφώνεται και διανέμεται με μεγαλύτερη ακρίβεια και ευκολία. Εν τέλει δημοσιογραφία δεδομένων με πολύ απλά λόγια θα μπορούσε να ορίστηκε ως το είδος δημοσιογραφίας, το οποίο πραγματώνεται με τη χρήση δεδομένων, με αποτέλεσμα την εξαγωγή πληροφοριών ή ακόμη και τη συγγραφή ολόκληρων άρθρων. Δημοσιογραφία δεδομένων εντοπίζεται όπου εντοπίζονται δεδομένα σε όποιο στάδιο της επεξεργασίας τους κι αν βρίσκονται, ενώ κύρια χαρακτηριστικά της αποτελούν η διαδραστικότητα και οι οπτικοποιήσεις.

Έχει επίσης μεγάλη αξία να καταλάβουμε πόσο συχνά ερχόμαστε σε επαφή με άρθρα προγνωστικής δημοσιογραφίας και όσα τα συνοδεύουν δίχως να το αντιλαμβανόμαστε. Το συγκεκριμένο είδος δημοσιογραφίας αποτελεί φωτεινό παράδειγμα της διασύνδεσης των ειδών δημοσιογραφίας και της εξέλιξης αυτών. Κάθε δεδομένο αν αξιοποιηθεί σωστά μπορεί να μας προσφέρει μια έγκυρη και αξιόπιστη πρόβλεψη. Εν ολίγοις η προγνωστική δημοσιογραφία αποτελεί παρακλάδι της δημοσιογραφίας δεδομένων με την ειδοποιό διαφορά ότι ενσωματώνει προγνωστικές πληροφορίες, ενώ από τα χαρακτηριστικά της ξεχωρίζουν η αβεβαιότητα και η διαφάνεια. Σε κάθε περίπτωση, μέσω της έρευνας που διεξήγαμε, έγινε κατανοητό πως η προγνωστική δημοσιογραφία είναι ένας ανερχόμενος δημοσιογραφικά κλάδος που μπορεί να εστιάσει σε πολλούς τομείς της καθημερινότητας και μέσω των προβλέψεών του, να καθοδηγήσει τους πολίτες στο να εξάγουν απόψεις και να βοηθηθούν στην καθημερινή λήψη αποφάσεων.

Φάνηκε πολύ καλά ότι η προγνωστική δημοσιογραφία στην Ελλάδα πρέπει να κάνει ακόμη πολλά βήματα για να φτάσει στο επίπεδο του εξωτερικού. Τα άρθρα προγνωστικής δημοσιογραφίας δεν διαθέτουν τα περισσότερα από τα απαιτούμενα χαρακτηριστικά, ενώ άλλα τη θυμίζουνε μόνο από την άποψη ότι κάνουν μια πρόβλεψη στηριζόμενα και σε παλαιότερα δεδομένα.

Ίσως στο παραπάνω συνεισφέρουν οι καλά οργανωμένες και ενημερωμένες σχολές δημοσιογραφίας της χώρας μας. Το γεγονός ότι οι εκκολαπτόμενοι δημοσιογράφοι έρχονται σε επαφή με κάθε νέα τεχνολογία αποτελεί ελπιδοφόρο προμήνυμα πως ίσως η προγνωστική δημοσιογραφία στην Ελλάδα θα βρίσκεται στην ίδια ευθεία με την προγνωστική δημοσιογραφία στο εξωτερικό. Παρουσιάσαμε αναλυτικά τις πέντε σχολές δημοσιογραφίας που έχει η χώρα μας, αναλύοντας τα προγράμματα σπουδών τους αλλά και τα μαθήματα που διαθέτουν ώστε να παρέχουν την κατάλληλη μόρφωση στους φοιτητές τους που θέλουν να ασχοληθούν επαγγελματικά με το κλάδο της προγνωστικής δημοσιογραφίας.

Ολοκληρώνοντας την παρούσα εργασία καταλαβαίνουμε εύκολα πως το επάγγελμα της δημοσιογραφίας δεν αποτελεί απλή και μονοδιάστατη υπόθεση. Φάνηκε εξάλλου πως οι επιλογές μεταξύ των κατευθύνσεων είναι πολλές. Επιπλέον σε κάθε κατεύθυνση οι εξελίξεις τρέχουν ραγδαία. Αναμφισβήτητα μεταξύ των χαρακτηριστικών των καλών δημοσιογράφων κατατάσσονται η διαρκής κατάρτιση και η ακατάπαυστη ενημέρωση. Κι αυτό διότι κάθε κλάδος διαρκώς αναπτύσσεται, υιοθετεί νέες τεχνικές και καινοτόμα εργαλεία έρευνας. Ανεξαρτήτως κλάδου οι επαγγελματικές ευκαιρίες που ανοίγονται είναι πολλές. Σε αντίθεση με τις χώρες του εξωτερικού σε κάθε δημοσιογραφικό τομέα η χώρα μας βρίσκεται πολύ πίσω και χρειάζεται να κάνει ακόμη αρκετά βήματα. Όπως και να έχει η κατάσταση δεν παύουν να υφίστανται οι πάντα αναγκαίες αρχές, που πρέπει να διέπουν κάθε δημοσιογράφο, όπως η αμεροληψία, η αντικειμενικότητα, ο σεβασμός και η ειλικρίνεια. Χωρίς αυτές εξάλλου καμία τεχνολογία δε θα είχε νόημα.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Aldhous, P. (2017, August 8). We trained a computer to search for hidden spy planes. This is what it found. Retrieved from www.buzzfeednews.com/article/peteraldhous/hidden-spy-planes

Allaham, M. & Diakopoulos, N. (2022, November 15). Predicting COVID: Understanding audience responses to predictive journalism via online comments. Retrieved from https://www.ncbi.nlm.nih.gov.translate.google.com/articles/PMC9669507/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=el&_x_tr_hl=el&_x_tr_pto=wapp#bibr19-14614448221135632

Belmonte, E., Diaz, R., Gavilanes, M., Alvarez, M. & Ramirez, V. (2018, March 16). Cross-examination of a human right. One in ten women around the world doesn't use the contraceptives she needs. We analyse how women exercise this right and how side effects, misogyny, beliefs, and outsiders interfere with it. Retrieved from <https://medicamentalia.org/contraceptives/data-use-barriers/>

Bradshaw, P. (2011, September 22). Data journalism survey: a mixed picture. Data Driven Journalism. Retrieved from http://datadrivenjournalism.net/news_and_analysis/data_journalism_survey_analysis

Cardello, J. (2022, August 30) 10 Data Journalism Examples to Inspire Your Next Feature. Retrieved from <https://www.vew.design/blog/data-journalism-examples/>

Chalabi, M. (2022, January 22) Pets prove to be the pandemic's cute, furry growth area. Retrieved from <https://www.theguardian.com/news/datablog/2022/jan/21/pets-ownership-pandemic-dogs-cats>

Christensen, T. (2023, February 17) What is Digital Journalism?. Retrieved from <https://www.languagehumanities.org/what-is-digital-journalism.htm>

Dahlstrom, M. (2013, November 1) Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. Retrieved from <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.1320645111>

Deuze, M. (2003). The Web and Its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online, University of Amsterdam

Diakopoulos, N. (2022). Predictive journalism: On the role of computational prospection in news media. Retrieved from https://www.cjr.org/tow_center_reports/predictive-journalism-on-the-role-of-computational-prospection-in-news-media.php

Diakopoulos, N. &Allaham, M. (2022) Predicting COVID: Understanding audience responses to predictive journalism via online comments

Euroneewsteam (2020, April 30) Πάνω από 1,5 δισεκατομμύριο «αδήλωτοι» εργαζόμενοι κινδυνεύουν άμεσα, υποστηρίζει η Διεθνής Οργάνωση Εργασίας. Retrieved from <https://gr.euronews.com/2020/04/30/covid19-efialtikis-problepseis-gia-anergia-kai-ftoxeia>

Foxbetteam (2023, May, 13) Eurovision 2023 Στοιχήματα: Τι λένε τα προγνωστικά - Ποιος είναι το φαβορί. Retrieved from <https://www.foxbet.gr/289726/eurovision-stoixima>

Craig, D. (2015, May 3) History of online journalism. Retrieved from <https://jurnalistikadersleri.wordpress.com/2013/09/22/history-of-online-journalism/>

Gray, J., Chambers, L. &Bounegru L.The Data Journalism Handbook. Retrieved from <https://www.oreilly.com/library/view/the-data-journalism/9781449330057/ch01.html>

Hollinger, P. & Learner, S. (2022, June 8) How space debris threatens modern life. Retrieved from <https://ig.ft.com/space-debris/>

Horky, Th. & Pelka, Ph. (2016) Data Visualisation in Sports Journalism Opportunities and challenges of data-driven journalism in German football

Houston, B. (2021, December 13) The history of data journalism A historical take on every critical breakthrough from the 1950s until today. Retrieved from <https://datajournalism.com/read/longreads/the-history-of-data-journalism>

(n.d.)How to forecast an American's vote Religion, not race, is the best single predictor of voting preferences (2018, November 3). Retrieved from <https://www.economist.com/graphic-detail/2018/11/03/how-to-forecast-an-americans-vote>

Hughes, J. (2022, March 17) What Is Substack and How Does It Work? Retrieved from <https://blog.hootsuite.com/what-is-substack/>

Hullman J, Diakopoulos N, Momeni E, et al. (2015) Content, context, and critique: commenting on a data visualization blog

Jansen, J. (1998). Interactivity: Tracking a new concept in media and communication studies

Jenkins, H. (2006). Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture. NYU Press.

Kaberuca, D. (2021) Covid – 19 in Africa. Retrieved from <https://mo.ibrahim.foundation/sites/default/files/2021-06/2021-forum-report.pdf>

Kayser, D., Yang, A., Kayser, N., Howard, A., Teixeira, C., Slobin S., Vermanen, J. & Slobin, S. (n.d.). Why Is Data Journalism Important? Retrieved from <https://datajournalism.com/read/handbook/one/introduction/why-is-data-journalism-important>

Klein, S. (2016, March 16). Infographics in the time of cholera. Retrieved from www.propublica.org/nerds/infographics-in-the-time-of-cholera

Forecasting COVID-19 pandemic: Unknown unknowns and predictive monitoring

Luo, J (2020, May). Forecasting COVID-19 pandemic: Unknown unknowns and predictive monitoring. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162521000342?via%3Dihub>

Morris, E., (2019, November 14) The dos and don'ts of predictive journalism Journalists must be careful to avoid making misleading -- and sometimes even harmful – predictions. Retrieved from <https://datajournalism.com/read/longreads/the-dos-and-donts-of-predictive-journalism>

Neiger, M. (2007) Media Oracles: The Cultural Significance and Political Import of News

Referring to the Future.” Journalism: Theory, Practice & Criticism

Nishal, S., &Diakopoulos, N. (2022). From Crowd Ratings to Predictive Models of Newsworthiness to Support Science Journalism

Oghaz, T., Mutlu, E., Jasser, J., , Yousefi, N. & Ivan G. (2020). Probabilistic Model of Narratives Over Topical Trends in Social Media: A Discrete Time Model
Orrell, David (2007). Apollo's Arrow: The Science of Prediction and the Future of Everything

Pavlic, J. (1997). The impact of technology on journalism, Journalism Studies

Peters, M (2011). Internet Surpasses Television as Main News Source for Young Adults

Quigley, P. (2021, June 2). What is Predictive Media Intelligence?. Retrieved from <https://www.newswhip.com/2021/06/what-is-predictive-media-intelligence/>

Quandt Thorsten, Reich Zvi, Vulnovic Marina (2011), Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers, New York: Wiley-Blackwell

Radcliffe, D. (2017). Data journalism in the US: Tree casestudies and ten general principles for journalists. Retrieved from https://www.academia.edu/35490280/Data_Journalism_in_the_US_Three_case_studies_and_ten_general_principles_for_journalists

Rafeeq, A. (2014). Online journalism: A case study of interactivity of mainstream online news websites of the Maldives. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/320372034_Online_journalism_A_case_study_of_interactivity_of_mainstream_online_news_websites_of_the_Maldives

Rafeeq, A. (2016). Lost in translation: the story of Haveeru. Retrieved from <https://maldivesindependent.com/feature-comment/lost-in-translation-the-story-of-haveeru-124392>

Roberts, P. (2015, November 25) Scenarios, Probability, and Evidence Scholarship, Old and New. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/tops.12479>

Scout, W. (2005). Institutional Theory: Contributing to a Theoretical Research Program

Shaw, A. &Younes, L. (2021, November, 2) The Most Detailed Map of Cancer-Causing Industrial Air Pollution in the U.S. Retrieved from <https://projects.propublica.org/toxmap/>

Shirky, C. (2009). Newspapers And Thinking the Unthinkable

Siapera, E., &Veglis, A. (2012).The handbook of global online journalism.John Wiley & Sons.

Silver, N. (2020, August 12). How FiveThirtyEight's 2020 Presidential Forecast Works — And What's Different Because Of COVID-19. Retrieved from <https://fivethirtyeight.com/features/how-fivethirtyeights-2020-presidential-forecast-works-and-whats-different-because-of-covid-19/>

Singer Jane B, Hermida Alfred, Domingo David, Heinonen Ari, Paulussen Steve,

Smith, E. (2013, June 26). The Texas Tribune shows why non-profit online journalism matters. Retrieved from <https://www.ojr.org/the-texas-tribune-show-why-non-profit-online-journalism-is-important/index.html>

Soffen, K. & Denise L. (2018, May 23). What Trump cut in his agency budgets. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-presidential-budget-2018-proposal/>

(n.d.)The Rise of Digital Journalism: Past, Present, and Future. Retrieved from <https://online.maryville.edu/blog/digital-journalism/>

(n.d.)The waiting time. Retrieved from <https://projects.propublica.org/asylum/>

(n.d.) (2023, February 22). Εκλογές 2023: Τι δείχνουν οι 8 δημοσκοπήσεις του 2023 - Στις 6,5 μονάδες η διαφορά ΝΔ με ΣΥΡΙΖΑ, Η «γκρίζα ζώνη» των αναποφάσιστων - Σύμφωνα με τον μέσο όρο από τις δημοσκοπήσεις των 8 εταιρειών για την περίοδο

Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου 2023, η ΝΔ προηγείται με 30,9% έναντι 24,4% του ΣΥΡΙΖΑ. Retrieved from <https://www.makthes.gr/ekloghes-2023-ti-dikhnoyn-oi-8-dimoskopiseis-toy-2023-stis-65-monades-i-diafora-nd-me-syriza-630802>

(n.d.) (2020, May) Οδηγός Σπουδών . Retrieved from https://www.jour.auth.gr/wp-content/uploads/2020/12/%CE%923-%CE%9F%CE%94%CE%97%CE%93%CE%9F%CE%A3-%CE%A3%CE%A0%CE%9F%CE%A5%CE%94%CE%A9%CE%9D_merged.pdf

(n.d) Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης
Retrieved from https://www.media.uoa.gr/tmima/domi_toy_tmimatos/ergastiria/

Torrijos, J. & Cepero, J. (2020, January 13). Perception of sports data journalism among heavy users. Case study: predictive model during the 2018 Football World Cup in El País. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/341277684_Perception_of_sports_data_journalism_among_heavy_users_Case_study_predictive_model_during_the_2018_Football_World_Cup_in_El_Pais

Veglis, A. & Bratsas, C. (2017). Towards a taxonomy of data journalism

Veglis, A. & Bratsas, C. (2021). Data Journalism: Definition, Skills, Difficulties, and Perspectives

Vural, Z., & Masip, P. (2021). Data Journalism as an innovation in social communication: The case in sports industry

Watson, N., (2013, August, 2012). History of Predictive Analytics: Since 1689. Retrieved from <https://canworksmart.com/history-of-predictive-analytics/>

Wilson, L. (1992). Anatomy of a Rumor. Computer Gaming World

Woodman, S. (2019, October 22). Using the power of machines to complete impossible reporting tasks. Retrieved from www.icij.org/blog/2019/10/using-the-power-of-machines-to-complete-impossible-reporting-tasks

Zilberstein, S. (2022, September 29). Digital Platforms and Journalistic Careers: A Case Study of Substack Newsletters. Retrieved from

https://www.cjr.org/tow_center_reports/digital-platforms-and-journalistic-careers-a-case-study-of-substack-newsletters.php

Βατικιώτης, Π. (2022) Κατεύθυνση Δημοσιογραφίας. Retrieved from <https://cmc.panteion.gr/katefthinseis/dimosiografia>

Γάλλου, Μ. (2023). Οι σχολές δημοσιογραφίας στην Ελλάδα, Αθηνοδρόμιο. Retrived from <https://www.athinodromio.gr/%CE%BF%CE%B9-%CF%83%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%AD%CF%82-%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%83%CE%B9%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B1%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1/>

Γιομελάκης, Δ. (2019). Ειδήσεις στο διαδίκτυο, χρήση και επίδραση τεχνολογικών εργαλείων στο δημοσιογραφικό περιεχόμενο και στα διαδικτυακά ΜΜΕ, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (n.d.). Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ. Retrieved from https://www.media.uoa.gr/tmima/domi_toy_tmimatos/ergastiria/

Κατσούνης, Κ. (2022, July, 15). Βάσεις 2022: Τι δείχνουν τα μέχρι τώρα στοιχεία από τις Πανελλήνιες -Πού πέφτουν, πού ανεβαίνουν. Retrieved from <https://www.iefimerida.gr/panellinies/baseis-2022-panellinies-poy-peftoun-anebainoun>

Μιχαλίδου, Μ. (2022). Εργαστήριο Πολιτισμού και Πολιτιστικής Διαχείρισης. Retrieved from <https://cmc.panteion.gr/katefthinseis/politismos-politistiki-diaxeirisi>

Οδηγός του Πολίτη (2023, April, 8) Εκλογές 2023. Νέα δημοσκόπηση της GPO. Retrieved from <https://www.odigostoupoliti.eu/ekloges-2023-nea-dimoskopisi-tis-gpo/>

Τανάγια, Μ. (2014). Ο ρόλος του Facebook στην αλληλεπίδραση με τους αναγνώστες ενός ηλεκτρονικού περιοδικού, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

TA NEA TEAM (2020, May, 12) Κοροναϊός : Πότε θα τελειώσει η πανδημία; – Οι προβλέψεις για την Ελλάδα. Retrieved from <https://www.tanea.gr/2020/05/12/greece/koronaivos-pote-tha-teleiose-i-pandimia-oi-provlepseis-gia-tin-ellada/>

Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων (n.d.) Στόχοι του τμήματος.
Retrieved from <https://cdm.uowm.gr/stochoi-tmimatos/>

Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας (n.d.) Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας, Αντικείμενο. Retrieved from <https://dmc.ionio.gr/gr/departments/about/>

Τσακαρέστου, Μ. (2022). Κατεύθυνση Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων.
Retrieved from <https://cmc.panteion.gr/katefthinseis/diafimisi-dimosies-sxeseis>

Τσούκης, Ε. (2016). Δημοσιογραφία στο διαδίκτυο, νέες και παραδοσιακές μορφές, το δικαίωμα στη λήθη (right to be forgotten), Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο