



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ:
"ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ"**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Ο ρόλος των podcast στα free press μέσα ενημέρωσης – Η περίπτωση της
LIFO»**

ΚΟΪΝΑΚΗ ΑΛΚΗΣΤΙΣ

Επιβλέπων καθηγητής: Βαμβακάς Βασίλειος

**ΑΘΗΝΑ
2024-2025**

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας, θα ήθελα να εκφράσω τις βαθύτατες ευχαριστίες, αρχικά στον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Βασίλη Βαμβακά, για την καθοδήγηση και τις συμβουλές. Θα ήθελα, επίσης, να ευχαριστήσω τους τρεις συνεντευξιαζόμενους για τον χρόνο τους και τη συμβολή τους στην έρευνά μου. Τέλος, ένα ιδιαίτερο «ευχαριστώ» θα ήθελα να αφιερώσω στους δικούς μου ανθρώπους για την υπομονή και την υποστήριξή τους όλο αυτό το διάστημα και φυσικά στους συμφοιτητές μου, Κατερίνα και Αντώνη, που ήταν συνοδοιπόροι από την αρχή στο όμορφο αυτό ταξίδι της μάθησης.

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη έχει ως στόχο να εξετάσει την ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή στρατηγική των free press μέσων και τις πιθανές συνέπειες για τη συνολική παρουσία του μέσου στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον. Μελετήθηκε συγκεκριμένα η περίπτωση της LIFO η οποία, από ένα free press μέσο με έντυπη μόνο παρουσία στα μέσα της δεκαετίας του 2000, έχει γίνει ένα μέσο πανελλήνιας εμβέλειας, με πλούσιο περιεχόμενο, μεγάλη απήχηση και ενεργή παρουσία στο ελληνικό podcasting. Πιο συγκεκριμένα, στα πλαίσια της έρευνας μελετήθηκαν τέσσερα επεισόδια από πέντε ενεργές εκπομπές podcast της LIFO, πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με τρεις ακροατές podcast της LIFO και ερευνήθηκε η ιστορία της LIFO, η ταυτότητά της ως free press μέσο, η διανομή των podcast στις πλατφόρμες διανομής ηχητικού περιεχομένου και η ευρύτερη ψηφιακή παρουσία του μέσου. Οι αναλύσεις των δεδομένων ανέδειξαν ευρήματα που αφορούν τα οφέλη από τη χρήση των podcast ως εργαλείο παραγωγής περιεχομένου, τον τρόπο με τον οποίο τα podcast ενισχύουν την ταυτότητα της LIFO ως free press μέσο, την επίδραση των podcast στη σχέση της LIFO με το κοινό της, τα οφέλη από την ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή στρατηγική της LIFO και τέλος, το δημοσιογραφικό μέσο ως παράγοντας απήχησης ενός podcast. Τα αποτελέσματα της έρευνας ανέδειξαν τη δυναμική που έχουν τα podcast ως μέσο εργαλείο παραγωγής και διανομής περιεχομένου και το πώς η αξιοποίησή τους μπορεί να συμβάλλει, όχι μόνο στην ενίσχυση της παρουσίας των free press μέσων στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον, αλλά και στην ενίσχυση της ταυτότητάς τους ως τοπικά μέσα.

Λέξεις κλειδιά: podcast, free press, τοπικά μέσα, ψηφιακά μέσα, LIFO

Abstract

The purpose of this study is to investigate the integration of podcasts into the digital strategy of free press media and their potential impact on the overall presence of these media in the contemporary media landscape. Specifically, it focuses on the case of LIFO, which has evolved from a free press medium with only a print presence in the mid-2000s into a nationwide medium with rich content, significant reach, and an active presence in Greek podcasting. More specifically, as part of this research, four episodes from five active LIFO podcast series were analyzed, interviews were conducted with three LIFO podcast listeners, and the history of LIFO, its identity as a free press medium, the distribution of its podcasts on audio platforms, and its broader digital presence were investigated. The analysis of the data revealed findings regarding the benefits of using podcasts as a content production tool, the ways in which podcasts reinforce LIFO's identity as a free press medium, the impact of podcasts on LIFO's relationship with its audience, the advantages of integrating podcasts into LIFO's digital strategy, and, finally, the role of the media itself as a factor influencing a podcast's reach. The study's results highlight the potential of podcasts as a tool for content creation and distribution, demonstrating how their strategic use can contribute, not only to strengthening the presence of free press media in the contemporary journalistic environment, but also to reinforcing their identity as local media.

Key words: podcast, free press, new media, podcasting, digital media, LIFO

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
Α' ΜΕΡΟΣ – ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	11
1. Η δημοσιογραφία στην ψηφιακή εποχή	11
1.1. Τα ψηφιακά μέσα και τα χαρακτηριστικά τους	11
1.2. Η σύγκλιση των μέσων.....	12
2. Ο ρόλος των podcast στη δημοσιογραφία.....	13
2.1. Από το ραδιόφωνο στα podcast.....	13
2.2. Η άνοδος των podcast και ο ρόλος τους στη δημοσιογραφία.....	14
2.3. Τα podcast στην Ελλάδα.....	17
3. Τα free press μέσα στο σύγχρονο δημοσιογραφικό οικοσύστημα.....	19
3.1. Η ιστορία και τα χαρακτηριστικά των free press μέσων.....	19
3.2. Τα free press στην ψηφιακή εποχή.....	20
Β' ΜΕΡΟΣ – ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	22
1. Σχεδιασμός έρευνας.....	22
1.1. Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα.....	22
1.2. Μεθοδολογική προσέγγιση – ερευνητικός σχεδιασμός.....	22
1.3. Συλλογή δεδομένων – Δειγματοληψία.....	23
1.4. Τρόπος ανάλυσης των δεδομένων.....	26
1.5. Περιορισμοί της έρευνας.....	27
2. Ευρήματα θεματικής ανάλυσης.....	28
2.1. Ευρήματα θεματικής ανάλυσης στο περιεχόμενο των 20 εκπομπών podcast της LIFO.....	28
2.2. Ευρήματα θεματικής ανάλυσης στις συνεντεύξεις των ακροατών.....	33
3. Σύνθεση ευρημάτων – Αποτελέσματα έρευνας.....	35
3.1. Η LIFO ως free press μέσο στην ψηφιακή εποχή.....	35
3.2. Η ψηφιακή στρατηγική της LIFO.....	38
3.3. Τα podcast της LIFO και το περιεχόμενό τους.....	40
3.4. Τα οφέλη από τη χρήση των podcast στην παραγωγή περιεχομένου.....	45
3.5. Τα podcast ως εργαλείο ενίσχυσης της ταυτότητας της LIFO ως free press μέσο.....	48
3.6. Η επίδραση των podcast στη σχέση της LIFO με το κοινό της.....	49

3.7. Τα οφέλη για τη LIFO από την ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή της στρατηγική.....	52
3.8. Η επιρροή της LIFO στην απήχηση των podcast της.....	54
4. Σύνδεση ευρημάτων με τα ερευνητικά ερωτήματα.....	56
4.1. Πώς μπορούν να αξιοποιηθούν τα podcast από τα free press μέσα;.....	56
4.2. Η ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή στρατηγική των free press μέσων.....	58
4.3. Η σύνδεση της απήχησης των podcast με τα δημοσιογραφικά μέσα – παραγωγούς.....	60
5. Συμπεράσματα.....	61
BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....	65
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'.....	71

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τις τελευταίες δεκαετίες η συνεχής ανάπτυξη της τεχνολογίας και η κυριαρχία του διαδικτύου έχουν αλλάξει το δημοσιογραφικό περιβάλλον σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα ψηφιακά μέσα με βασικά χαρακτηριστικά τη διαδραστικότητα, την πολυμεσικότητα και την αμεσότητα (Jenkins, 2006) πρωταγωνιστούν στο σύγχρονο δημοσιογραφικό οικοσύστημα, φέρνοντας σημαντικές αλλαγές, τόσο στη διαδικασία παραγωγής και διανομής του περιεχομένου, όσο και στον τρόπο με τον οποίο το περιεχόμενο αυτό καταναλώνεται από το κοινό.

Στο περιβάλλον αυτό της σύγκλισης όπου παραδοσιακά και νέα μέσα συνυπάρχουν και αλληλοεπιδρούν (υβριδικότητα) (Chadwick, 2013), τα νέα τεχνολογικά εργαλεία αξιοποιούνται από την πλειοψηφία των δημοσιογραφικών μέσων για να ενισχύσουν την παρουσία τους (Jenkins, 2006). Από τα πιο δημοφιλή ψηφιακά μέσα, με δημοτικότητα που διαρκώς ανεβαίνει, είναι τα podcasts. Τον όρο «podcast» εμπνεύστηκε ο Ben Hammersley και πρώτη φορά καταγράφεται σε άρθρο του στο The Guardian τον Φεβρουάριο του 2004. Η λέξη είναι σύνθετη και προέρχεται από τις λέξεις «ipod» και «broadcasting» από τις οποίες προκύπτει και ο ακριβής ορισμός του όρου: ψηφιακό περιεχόμενο σε μορφή ηχητικού αρχείου το οποίο διατίθεται στο κοινό κατ' απαίτηση.

Η λέξη «podcast» ανακηρύχθηκε λέξη της χρονιάς το 2005 από το Oxford Dictionary. Ο Richard Berry (2006) είναι από τους πρώτους που μελέτησαν το podcasting μόλις στα μέσα της δεκαετίας του 2000 και προέβλεψε τη συνεχή του εξέλιξη τα χρόνια που θα ακολουθούσαν. Υποστηρίζει ότι τα podcasts είναι μία επέκταση του ραδιοφώνου ως παραδοσιακό μέσο, με περισσότερες ελευθερίες, ευελιξία και δυνατότητες ως προς την παραγωγή και διανομή του περιεχομένου, οι οποίες και θα το έκαναν ολοένα και πιο δημοφιλές στο μέλλον. Έρευνες παγκοσμίως επιβεβαιώνουν την πρόβλεψη αυτή. Σύμφωνα με το Reuters Institute (Digital News Report, 2023) το 34% του πληθυσμού ηλικίας 18-24 στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, χρησιμοποιεί τα podcast ως βασική πηγή ενημέρωσης, ενώ έρευνα από Statista από το 2019 μέχρι και το 2023 αναφέρει ότι οι ακροατές podcast στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής αυξάνονταν κατά 17% κάθε χρόνο (Leu, 2024). Τα podcasts χρησιμοποιούνται πλέον από παραδοσιακά και νέα μέσα ως ένα ισχυρό εργαλείο παραγωγής περιεχομένου, ακριβώς λόγω των δυνατοτήτων των οποίων παρέχουν. Πιο συγκεκριμένα, εισάγουν νέες μορφές αφήγησης (McHugh, 2016), προσφέρουν τη

δυνατότητα ανάλυσης σε βάθος ενός θέματος, ενισχύουν την αλληλεπίδραση με το κοινό, ενώ η «κατ' απαίτηση» ακρόασή τους δίνει την ευελιξία στο κοινό να τα ακούσουν όποτε και όπου θέλουν.

Στην Ελλάδα τα podcast είναι ένας όρος οικείος και έχουν πλέον αποκτήσει το δικό τους κοινό. Έρευνα του Business Undercover (2022) σε συνεργασία με το Pineapple Studio και την O314, με θέμα την άνοδο του podcasting στην Ελλάδα αναφέρει ως περίοδο-σταθμό για την ανάπτυξη των podcast στην Ελλάδα την περίοδο της πανδημίας. Στην έρευνα συμμετείχαν 240 ακροατές podcast και μεταξύ των ευρημάτων ήταν ότι 7 στους 10 ακολουθούν 1-5 εκπομπές podcast, με τη συντριπτική πλειοψηφία να υποστηρίζει ότι αναζητά στα podcast νέες γνώσεις και ενημέρωση. Το 41% επίσης αναφέρει ότι ακούει podcast 30-60 λεπτά την εβδομάδα, ενώ περισσότεροι από το 50% ότι ακούνε podcast 2-4 φορές την εβδομάδα.

Εξίσου μεγάλη αύξηση παρατηρείται και στον αριθμό των εκπομπών podcast που διατίθενται στο κοινό. Το περιεχόμενό τους ποικίλει και καλύπτει μία ευρεία γκάμα κατηγοριών από την επικαιρότητα, την πολιτική και την κοινωνία, μέχρι τις τέχνες, τον πολιτισμό, την επιστήμη κ.α.. Στην ιστοσελίδα podlist.gr που αποτελεί στην ουσία μία διαδικτυακή βιβλιοθήκη με την πλειοψηφία των ελληνικών podcast, οι εκπομπές podcast που καταγράφονται και έχουν δημιουργηθεί στην Ελλάδα την τελευταία επταετία ξεπερνούν τις 800. Αντίστοιχα, ποικιλομορφία υπάρχει και σε σχέση με τους παραγωγούς. Τα τελευταία χρόνια μεγάλα παραδοσιακά μέσα όπως «Το Βήμα» και «Η Καθημερινή», αλλά και αμιγώς διαδικτυακά μέσα όπως εκείνα της «24 Media», έχουν επενδύσει στο podcasting επιδιώκοντας τη συνολική ενίσχυση της παρουσία τους στο ελληνικό δημοσιογραφικό οικοσύστημα. Μεγάλος παραμένει και ο αριθμός των ανεξάρτητων παραγωγών, μεμονωμένων δηλαδή ατόμων ή ομάδων που ειδικεύονται ή ασχολούνται με έναν συγκεκριμένο τομέα, οι οποίοι διεκδικούν επίσης την προσοχή του κοινού. Μία τρίτη κατηγορία παραγωγών podcast στην Ελλάδα είναι οι εταιρείες που ασχολούνται αποκλειστικά με την παραγωγή podcast. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Pod.gr, η οποία συνεργάζεται με γνωστές προσωπικότητες για να δημιουργήσει podcast που καλύπτουν μία ευρεία γκάμα κατηγοριών, από τη διατροφή, τα ταξίδια και το περιβάλλον, μέχρι τη μόδα, τον αθλητισμό και την εκπαίδευση.

Η παραπάνω σύντομη αναφορά στην εξέλιξη των podcast, στην ποικιλία του περιεχομένου τους και στην κατηγοριοποίηση των παραγωγών των εκπομπών podcast μας βοηθούν να αποκτήσουμε μία πρώτη εικόνα για την ανάπτυξη του μέσου αυτού στην Ελλάδα. Στην παρούσα εργασία θα εστιάσουμε στα podcast που παράγονται από

free press μέσα. Μελετάται συγκεκριμένα η περίπτωση της LIFO η οποία συγκαταλέγεται στα δημοσιογραφικά μέσα με την πιο έντονη παρουσία στο ελληνικό podcasting. Από το 2020 μέχρι και σήμερα έχει δημιουργήσει 35 εκπομπές podcast με κάποιες από αυτές να ανήκουν σταθερά στις πιο δημοφιλείς στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα ελληνικά charts στις πλατφόρμες διανομής ηχητικού περιεχομένου. Η επιλογή της LIFO για να μελετήσουμε το συγκεκριμένο θέμα δεν είναι τυχαία. Η LIFO ξεκίνησε ως μια free press εφημερίδα της Αθήνας και μέσα σε δύο δεκαετίες έχει γίνει ένα διαδικτυακό δημοσιογραφικό μέσο με πανελλήνιο εκτόπισμα. Τα podcast αποτελούν κομμάτι της ψηφιακής της στρατηγικής και αξιοποιούνται για την ενίσχυση του περιεχομένου της και τη διεύρυνση του κοινού της. Μελετώντας τον ρόλο των podcast στα free press μέσα και συγκεκριμένα στην περίπτωση της LIFO, αναδεικνύεται επίσης η εξέλιξη των free press μέσων στην ψηφιακή εποχή. Τα κύρια ερευνητικά ερωτήματα, λοιπόν, τα οποία έχει στόχο να απαντήσει η παρούσα μελέτη είναι τα εξής: α) Πώς μπορούν να αξιοποιηθούν τα podcast από τα free press μέσα; β) Τι επίδραση έχει η ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή στρατηγική των free press μέσων; γ) Ποια η σύνδεση απήχησης ενός podcast με το δημοσιογραφικό μέσο που το παράγει;

Για να απαντηθούν τα παραπάνω ερωτήματα τα οποία σχετίζονται άμεσα με τις αλλαγές στη δημοσιογραφία στην ψηφιακή εποχή, γίνεται αρχικά στο θεωρητικό μέρος μία προσπάθεια χαρτογράφησης του σύγχρονου δημοσιογραφικού περιβάλλοντος. Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται η θεωρία της σύγκλισης των μέσων και η εμφάνιση των ψηφιακών μέσων και των χαρακτηριστικών τους. Στο κεφάλαιο αυτό μελετάται επίσης και πώς τα νέα μέσα έχουν αλλάξει τον τρόπο παραγωγής και διανομής του περιεχομένου αλλά και τη σχέση κοινού - δημοσιογράφου.

Στο δεύτερο κεφάλαιο εστιάζουμε στα podcast. Γίνεται μια εκτενής ανάλυση στα χαρακτηριστικά του ως μέσο και στη σύνδεσή του με το ραδιόφωνο. Στη συνέχεια μελετάται η άνοδος των podcast σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ρόλος τους στη δημοσιογραφία και έπειτα εστιάζουμε στα podcast στην Ελλάδα.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται η σύνδεση με τα free press μέσα. Αποτυπώνεται η ιστορία των free press μέσων, τα χαρακτηριστικά τους και η εξέλιξή τους στην ψηφιακή εποχή.

Στη συνέχεια περνάμε στο ερευνητικό πλαίσιο. Στο πρώτο κεφάλαιο περιγράφεται ο σχεδιασμός της έρευνας. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρονται ο σκοπός της έρευνας, τα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί, τα δεδομένα προς μελέτη, η μέθοδος ανάλυσής τους και οι περιορισμοί που παρατηρήθηκαν. Στην παρούσα μελέτη

προσπαθούμε να απαντήσουμε στα ερευνητικά ερωτήματα μελετώντας την περίπτωση του free press LIFO. Για τις ανάγκες της έρευνας μελετήθηκαν τέσσερα επεισόδια από πέντε συγκεκριμένες εκπομπές podcast της LIFO, οι οποίες είναι οι εξής: «Μικροπράγματα», «LIFO POLITICS», «Αληθινά Εγκλήματα», «Ιστορία μίας πόλης» και «Ηχητικά άρθρα». Επίσης πραγματοποιήθηκαν τρεις συνεντεύξεις με ακροατές podcast της LIFO και μελετήθηκε γενικότερα η ψηφιακή παρουσία της LIFO ως free press μέσο.

Στο δεύτερο κεφάλαιο του ερευνητικού πλαισίου καταγράφονται τα ευρήματα από τη θεματική ανάλυση που χρησιμοποιήθηκε ως μέθοδος για την έρευνα των δεδομένων που προέκυψαν από τις δύο πηγές δεδομένων και συγκεκριμένα, των 20 επεισοδίων podcast της LIFO και των συνεντεύξεων των 3 ακροατών.

Στο τρίτο κεφάλαιο, γίνεται μία σύνθεση ευρημάτων, συνδυάζοντας τα ευρήματα που προέκυψαν από τη θεματική ανάλυση, τη μελέτη της ψηφιακής και έντυπης LIFO, τη διανομή των podcast της LIFO και συνολικά την ψηφιακή παρουσία του μέσου.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται η σύνδεση των ευρημάτων με τα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί.

Τέλος, το έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο περιλαμβάνει τα συμπεράσματα και ζητήματα προς περαιτέρω διερεύνηση στο μέλλον.

Α' ΜΕΡΟΣ – ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

1. Η δημοσιογραφία στην ψηφιακή εποχή

Όπως αναφέρεται και στην εισαγωγή, η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας οδήγησε τη δημοσιογραφία σε μία νέα εποχή στην οποία τα παραδοσιακά και νέα μέσα συνυπάρχουν και αλληλεπιδρούν. Το φαινόμενο αυτό περιγράφεται ως σύγκλιση των μέσων (Jenkins, 2006) και περιλαμβάνει όχι μόνο τις τεχνολογικές, αλλά και τις πολιτισμικές και οικονομικές αλλαγές στο δημοσιογραφικό οικοσύστημα οι οποίες και φαίνεται να επαναπροσδιορίζουν τα ίδια τα μέσα και τον ρόλο τους στην κοινωνία. Πριν χαρτογραφήσουμε το σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον μελετώντας την σύγκλιση των μέσων, είναι χρήσιμο να κάνουμε μία σύντομη αναφορά στα ψηφιακά μέσα και τα χαρακτηριστικά τους.

1.1. Τα ψηφιακά μέσα και τα χαρακτηριστικά τους

Σύμφωνα με τους Lister et al. (2003) ως ψηφιακά μέσα ορίζονται τα μέσα που χρησιμοποιούν την ψηφιακή τεχνολογία για την παραγωγή και τη διάδοση του περιεχομένου. Ο Pavlik (2008) επισημαίνει τα τρία βασικά χαρακτηριστικά τους, την πολυμεσικότητα, τη διαδραστικότητα και την άμεση πρόσβαση. Με τον όρο πολυμεσικότητα περιγράφεται η δυνατότητα των ψηφιακών μέσων να συνδυάζουν κείμενο, ήχο και εικόνα ενισχύοντας έτσι την εμπειρία του κοινού (Bradshaw, 2011). Η διαδραστικότητα από την άλλη αποτυπώνει την εν δυνάμει συμμετοχή του κοινού μέσω σχολίων, κοινοποίησης και δημιουργίας περιεχομένου (Jenkins, 2006), ενώ η άμεση πρόσβαση εστιάζει στην ευκολία του κοινού να εκτεθεί στο περιεχόμενό τους.

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά είναι αυτά που διαχωρίζουν τα παραδοσιακά από τα ψηφιακά μέσα. Τα ψηφιακά μέσα έχουν επαναπροσδιορίσει τη δημοσιογραφία σε κάθε επίπεδο, από την παραγωγή του περιεχομένου και τη διανομή του, μέχρι τον τρόπο που το περιεχόμενο αυτό καταναλώνεται από το κοινό και τη σχέση κοινού - δημοσιογράφου. Η παρούσα εργασία εστιάζει σε ένα ψηφιακό μέσο το οποίο έχει αναδειχθεί τις τελευταίες δεκαετίες, τα podcast. Τα ψηφιακά μέσα συχνά λέγονται και «νέα μέσα» και σύμφωνα με τον Jenkins (2006) και τη θεωρία της σύγκλισης, κάθε νέο μέσο εμπεριέχει μέσα του και ένα παλιό. Αρκετοί μελετητές περιγράφουν τα podcast ως εξέλιξη του ραδιοφώνου κάτι το οποίο ενισχύει τον ισχυρισμό του Jenkins. Η σύνδεση αυτή θα αναλυθεί εκτενώς παρακάτω, ίσως όμως γίνει πιο κατανοητή αφού

πρώτα δούμε τι αναφέρει η βιβλιογραφία για τη θεωρία της σύγκλιση των μέσων και πώς αυτή περιγράφει το σύγχρονο δημοσιογραφικό οικοσύστημα.

1.2. Η σύγκλιση των μέσων

Η σύγκλιση των μέσων έχει πολλές διαστάσεις σύμφωνα με την βιβλιογραφία της επικοινωνίας και των μέσων και εξετάζοντάς τις μπορούμε να αποκτήσουμε μία συνολική εικόνα για το πώς έχει διαμορφωθεί το σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον. Ο Jenkins ήταν από τους πρώτους που προσπάθησε να αποτυπώσει τις διαφορετικές διαστάσεις της σύγκλισης των μέσων μελετώντας τη διαδικασία παραγωγής μίας είδησης, τη διανομή του περιεχομένου, τη σχέση κοινού-δημοσιογράφου και τα ίδια τα δημοσιογραφικά συστήματα. Μία πρώτη διάσταση είναι η τεχνολογική. Η τεχνολογική σύγκλιση εστιάζει στην ενοποίηση των διαφορετικών τεχνολογιών δημιουργώντας νέες μορφές επικοινωνίας, παραγωγής και διάθεσης περιεχομένου (Jenkins, 2001). Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι τα άρθρα στα διαδικτυακά μέσα τα οποία συνδυάζουν άρθρα με πολυμεσικό περιεχόμενο. Η οικονομική ή βιομηχανική σύγκλιση αναφέρεται στη συνεργασία ή συγχώνευση διαφορετικών μέσων (Deuze, 2007). Στο σημερινό ελληνικό δημοσιογραφικό οικοσύστημα κυρίαρχοι δημοσιογραφικοί όμιλοι μέσα από συγχωνεύσεις και εξαγορές έχουν στην ιδιοκτησία τους διαφορετικά είδη μέσων όπως εφημερίδες, κανάλια και ραδιοφωνικούς σταθμούς. Ακόμα μία διάσταση της σύγκλισης των μέσων είναι η σύγκλιση περιεχομένου η οποία αποτυπώνει τη δυνατότητα το ίδιο το περιεχόμενο να διατίθεται μέσω διαφορετικών πλατφορμών και μέσων. Ένα άρθρο, δηλαδή, μπορεί να διατίθεται σε έντυπη μορφή σε μία εφημερίδα και παράλληλα στη διαδικτυακή μορφή του ίδιου μέσου (Pavlik, 2008). Όσον αφορά την αλλαγή στη σχέση κοινού και μέσων, αυτή αποτυπώνεται κυρίως στην πολιτισμική σύγκλιση. Στην ψηφιακή εποχή το κοινό είναι ενεργό στη δημιουργία περιεχομένου. Σχολιάζει, ανατροφοδοτεί και συμμετέχει στην παραγωγή και διανομή του περιεχομένου μέσω της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Jenkins, 2006). Η έννοια της δημοσιογραφίας των πολιτών αποτυπώνει εν μέρει τη σχέση αυτή. Οι πολίτες συμμετέχουν στη συλλογή, τη δημιουργία και την διάδοση περιεχομένου, λειτουργώντας ως συμπλήρωμα ή και ως ανταγωνιστής των παραδοσιακών μέσων (Σιαπέρα Ε. & Δημητρακοπούλου Δ., 2012).

Στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον, όπως συνοπτικά περιγράφεται παραπάνω, η πληροφορία διαδίδεται ταχύτατα και οι ειδήσεις συνοδεύονται από εικόνα και βίντεο. Το κοινό έχει πληθώρα επιλογών για την ενημέρωσή του, συμμετέχει στην παραγωγή περιεχομένου, τα ψηφιακά μέσα έχουν κυρίαρχη παρουσία και τα παραδοσιακά υιοθετούν νέες πρακτικές και αξιοποιούν νέα τεχνολογικά εργαλεία για να ανταγωνιστούν τα νέα μέσα και να προσελκύσουν το κοινό.

Στο περιβάλλον αυτό, τα podcast ως νέο μέσο γίνεται ολοένα και πιο δημοφιλές σε παγκόσμιο επίπεδο και παρακάτω θα εστιάσουμε στα χαρακτηριστικά του και την εξέλιξή του τις τελευταίες δεκαετίες.

2. Ο ρόλος των podcast στη δημοσιογραφία

Σύμφωνα με τον Bonini (2015), τα podcast είναι μια τεχνολογία που χρησιμοποιείται για τη διανομή και την κατ' απαίτηση ακρόαση ηχητικού περιεχομένου που παράγεται από δημοσιογραφικά μέσα, εκπαιδευτικά ιδρύματα και ανεξάρτητους παραγωγούς. Τεχνικά, είναι μια μέθοδος παράδοσης αρχείων ήχου μέσω των λεγόμενων RSS feeds για λήψη και μεταγενέστερη αναπαραγωγή σε διάφορες συσκευές.

2.1. Από το ραδιόφωνο στα podcast

Το ραδιόφωνο για χρόνια ήταν ένα βασικό μέσο ενημέρωσης και ψυχαγωγίας. Η Prokroni (2021) εξετάζει την εξέλιξη των podcast σε δύο φάσεις και τις συσχετίζει με την ύπαρξη του ραδιοφώνου. Στην πρώτη που καλύπτει το διάστημα στα τέλη της δεκαετίας του 2000, τα podcast χρησιμοποιούνταν για τη δημοσίευση ήδη μεταδομένων ραδιοφωνικών εκπομπών. Στη δεύτερη, η παραγωγή περιεχομένου γινόταν αποκλειστικά για διαδικτυακές πλατφόρμες, με αποτέλεσμα το podcast να εξελιχθεί σε μία ανεξάρτητη μορφή μέσου. Ο Berry (2006) υποστηρίζει ότι τα podcast είναι μία επέκταση του ραδιοφώνου στην ψηφιακή εποχή και η μετάβαση αυτή αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα τεχνολογικής και πολιτισμικής σύγκλισης λόγω της πολυπλατυφωμένης διανομής περιεχομένου και της διάδρασης του κοινού με το περιεχόμενο, αντίστοιχα.

Οι ομοιότητες ραδιοφώνου και podcast ενισχύουν τον ισχυρισμό ότι τα podcast είναι κατά έναν τρόπο συνέχεια του ραδιοφώνου. Και τα δύο μέσα έχουν βασικό

στοιχείο την επικοινωνία μέσω ομιλίας και η επικοινωνία αυτή είναι άμεση και προσωπική. Επίσης, τόσο στα podcast, όσο και στο ραδιόφωνο, κυριαρχεί το στοιχείο της αφήγησης το οποίο αξιοποιείται ποικιλοτρόπως για ενημέρωση ή ψυχαγωγία.

Από την άλλη, η βασικότερη διαφορά μεταξύ των δύο μέσων είναι ότι η ακρόαση podcast γίνεται μέσω διαδικτύου και κατ' απαίτηση. Τα podcast προσφέρουν δηλαδή τη δυνατότητα της κατά παραγγελίας ακρόασης παρέχοντας έτσι στο κοινό την ευελιξία να τα ακούσουν όποτε και όπου θέλουν στην συσκευή που θα επιλέξουν (McClung & Johnson, 2010). Επίσης, στο ραδιόφωνο αν και η επικοινωνία με το κοινό είναι άμεση, είναι μονόδρομη. Οι ακροατές συνήθως δεν έχουν τη δυνατότητα της άμεσης συμμετοχής και διάδρασης, όπως στα podcast όπου μπορούν για παράδειγμα να σχολιάσουν ή να κοινοποιήσουν την εκπομπή που θέλουν. Ο Bonini (2015) εστιάζει σε μία ακόμα διαφορά. Επισημαίνει ότι το περιεχόμενο των podcast είναι συχνά πιο εξειδικευμένο στοχεύοντας έτσι σε ένα πιο εξειδικευμένο ακροατήριο. Ο Berry (2015) υποστηρίζει, επίσης, ότι τα podcast ως νέο μέσο εκπροσωπούν ομάδες μειονοτήτων σε αντίθεση με το ραδιόφωνο και άλλα παραδοσιακά μέσα, ενώ οι Spinelli & Dann (2019) επισημαίνουν ότι τα podcast προωθούν την αφήγηση ιστοριών με διαφορετικό και πιο ολοκληρωμένο τρόπο σε σχέση με το ραδιόφωνο.

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι τα podcast αν και μοιράζονται αρκετά κοινά χαρακτηριστικά με το ραδιόφωνο, δεν το αντικαθιστούν, αλλά συμπληρώνουν και επεκτείνουν τις δυνατότητές του.

2.2. Η άνοδος των podcast και ο ρόλος τους στη δημοσιογραφία

Η ακροαματικότητα των podcasts αυξήθηκε ραγδαία τις τελευταίες δύο δεκαετίες όπως επιβεβαιώνουν και σχετικές έρευνες που θα αναφερθούν παρακάτω. Στο γεγονός αυτό συνέβαλε και η δημιουργία πλατφορμών όπως το Spotify, το YouTube Music και το Apple Podcasts με τις οποίες η πρόσβαση του κοινού στο περιεχόμενο έγινε ακόμα πιο εύκολη και άμεση (Bonini, 2015).

Σύμφωνα με το Edison Research το 2023 (The Podcast Consumer 2023: An Infinite Dial Report, 2023) το 64% των ενηλίκων στις ΗΠΑ είχε ακούσει τουλάχιστον ένα podcast στη ζωή του και το 42% δήλωσε ότι ακούει podcast τουλάχιστον μία φορά τον μήνα, ποσοστά αυξημένα κατά 15-20% σε σχέση με το 2019. Επιπλέον, η ίδια έρευνα αναφέρει ότι οι εβδομαδιαίοι ακροατές στις ΗΠΑ ανέρχονται στο 31% του πληθυσμού.

Επίσης, σύμφωνα με έρευνα της Statista σχετικά με τις συνήθειες των ακροατών podcast παγκοσμίως (Leu, 2024), το 2022 οι πλατφόρμες Spotify και Apple podcast είχαν 32 εκατομμύρια και 28,5 εκατομμύρια αντίστοιχα ακροατές podcast κάθε μήνα, σημειώνοντας αύξηση στον μηνιαίο αριθμό ακροατών σε σχέση με έναν χρόνο πριν.

Εξίσου ενδιαφέρον παρουσιάζουν και τα στοιχεία από το Pew Research Center (Podcast use among different age groups, 2023) και τη Statista (Distribution of monthly podcast consumers in the United States in 2022 by gender, 2024) που αφορούν στο καταναλωτικό κοινό. Τα podcast φαίνεται να είναι πιο δημοφιλή στη ηλικιακή ομάδα 18-34 ετών και τα ποσοστά φαίνεται να είναι περίπου ίδια και στα δύο φύλα. Επίσης, έρευνα από το Reuters Digital News Report (2022) αναφέρει ότι η ακρόαση podcast είναι υψηλότερη σε ευρωπαϊκές χώρες και συγκεκριμένα στην Ιρλανδία, τη Σουηδία και την Ισπανία με ένα ποσοστό άνω των 50% των καταναλωτών ψηφιακών ειδήσεων να δηλώνουν ότι ακούνε podcast τακτικά.

Στα πλαίσια της συγκεκριμένης εργασίας αξίζει να κάνουμε μία ξεχωριστή αναφορά στα αμιγώς δημοσιογραφικά podcast τα οποία εστιάζουν στην ενημέρωση και την ανάλυση των ειδήσεων και μπορεί να περιλαμβάνουν ερευνητική δημοσιογραφική έρευνα, απλή παρουσίαση ειδήσεων ή και συνεντεύξεις – συζητήσεις με ειδικούς και διάσημες προσωπικότητες. Σύμφωνα με το Reuters Digital News Report 2021 (2021), το 31% συμμετεχόντων σε παγκόσμια έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2021 ανέφερε ότι άκουσαν δημοσιογραφικά podcast τον τελευταίο μήνα. Το «The Daily» της New York Times, ένα από τα πιο δημοφιλή δημοσιογραφικά podcast παγκοσμίως έχει πάνω από 3 εκατομμύρια ακροατές καθημερινά.

Ακόμα και σε αυτές τις περιπτώσεις όμως τα podcast δεν φαίνεται να αντικαθιστούν τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης αλλά να τα συμπληρώνουν. Είναι, ωστόσο, ένα νέο, καινοτόμο μέσο το οποίο αξιοποιείται πλέον ευρέως από τα παραδοσιακά δημοσιογραφικά μέσα για την ενίσχυση και τη διανομή του περιεχομένου τους και γενικά της συνολικής παρουσίας τους. Παρακάτω θα εστιάσουμε στους τρόπους και κατά συνέπεια στον ρόλο τους στη σύγχρονη δημοσιογραφία όπως αποτυπώνεται στη βιβλιογραφία.

Αρχικά, λόγω των βασικών τους χαρακτηριστικών δηλαδή την ηχητική τους μορφή, την εύκολη πρόσβαση του κοινού σε αυτά και την ευελιξία που παρέχουν, τα podcast αυξάνουν την προσβασιμότητα στην πληροφορία και την ενημέρωση. Ο

τρόπος διανομής τους επιτρέπει στους ακροατές να επιλέγουν τον τόπο και τον χρόνο της ενημέρωσής τους και σύμφωνα με τον Newman et al. (2020), αυτή ακριβώς η ευκολία πρόσβασης φαίνεται να έχει συμβάλει στην αύξηση της ακροαματικότητάς τους. Το ίδιο υποστηρίζει και ο Berry (2016) σύμφωνα με τον οποίο το on-demand στοιχείο των podcast είναι αυτό που έχει παίξει καθοριστικό ρόλο στην άνοδο και την ευρεία κατανάλωσή τους.

Επίσης, αξιοποιώντας το νέο αυτό μέσο τα δημοσιογραφικά μέσα έχουν τη δυνατότητα να παράγουν και να διανέμουν επιπλέον περιεχόμενο. Είναι ένα ακόμα κανάλι επικοινωνίας με το κοινό, πολύ διαφορετικό από όλα τα άλλα. Τα podcast δίνουν τον χρόνο της εμβάθυνσης, της εκτενούς ανάλυσης, ενώ σύμφωνα με τους Markman και Sawyer (2014) μέσω των podcast καλύπτονται θέματα τα οποία αγνοούνται ή λόγω χρόνου δεν αναλύονται από τα παραδοσιακά μέσα, όπως η κλιματική αλλαγή, η κοινωνική δικαιοσύνη κ.α.. Ως μέσο, τα podcast συνδυάζουν την αφήγηση με την έρευνα, την ανάλυση ή ακόμα και την απλή ενημέρωση. Η χρήση της ανθρώπινης φωνής δε, δημιουργεί έναν πιο προσωπικό τόνο επικοινωνίας, κάτι το οποίο σύμφωνα με τους Spinelli και Dann (2019) δημιουργεί μία συναισθηματική εμπλοκή και την εντείνει το αίσθημα της εγγύτητας.

Μία τρίτη διάσταση στη σχέση podcast και δημοσιογραφίας είναι το πώς επηρεάζουν τη σχέση κοινού και δημοσιογράφου. Στα podcast το κοινό έχει τη δυνατότητα να διαδράσει με το περιεχόμενο, να σχολιάσει, συμμετέχοντας έτσι ενεργά στην δημιουργία του περιεχομένου. Τα podcast φαίνεται, λοιπόν, να ενισχύουν και αυτά με τον τρόπο τους τον επαναπροσδιορισμό της επικοινωνίας του κοινού με τους δημοσιογράφους (Newman, et al., 2020). Επιπλέον τα podcast ενισχύουν τη συνολική παρουσία ενός μέσου στα ψηφιακά κανάλια, επιτρέποντας στα μέσα να προσελκύσουν κοινό που δεν παρακολουθεί παραδοσιακά κανάλια ειδήσεων.

Ακόμα ένας λόγος που τα podcast αξιοποιούνται ευρέως από τα δημοσιογραφικά μέσα είναι ο εμπορικός - οικονομικός. Μέσω των podcast τα παραδοσιακά μέσα, όχι μόνο αυξάνουν τη διανομή του περιεχομένου τους στοχεύοντας στην προσέλκυση μεγαλύτερου ποσοστού του κοινού, αλλά ενδέχεται να έχουν και οικονομικό κέρδος. Πλέον τα podcast χρησιμοποιούνται και ως διαφημιστικό μέσο. Έρευνα του Interactive Advertising Bureau (2023) αναφέρει ότι οι επενδύσεις στη διαφήμιση μέσω podcast ξεπέρασαν τα 1,9 δισεκατομμύρια δολάρια στις ΗΠΑ το 2023, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 5% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Αντίθετα το κόστος παραγωγής ενός podcast θεωρείται σχετικά χαμηλό, σε σύγκριση

τουλάχιστον με την παραγωγή περιεχομένου στα παραδοσιακά μέσα όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και ο έντυπος τύπος.

Η ευρεία χρήση των podcast στο σύγχρονη δημοσιογραφία έχει σύμφωνα με τη βιβλιογραφία και προκλήσεις. Σύμφωνα με τους Markman & Sawyer (2014) η μεγάλη ποικιλία podcast μπορεί να δυσκολέψει το κοινό να εντοπίσει το ποιοτικό περιεχόμενο ή ακόμα χειρότερα, λόγω της δυσκολίας ελέγχου στη δημιουργία περιεχομένου, οι πιθανότητες παραπληροφόρησης, ελλιπούς ενημέρωσης ή ακόμα και διασποράς ψευδών ειδήσεων είναι αυξημένες.

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι τα podcast συμβάλλουν σε έναν βαθμό στον μετασχηματισμό της σύγχρονης δημοσιογραφίας. Η ευελιξία που παρέχουν στο κοινό, η εύκολη πρόσβαση, η θεματική ποικιλία και η διαδραστικότητα ενισχύουν τη σχέση κοινού και δημοσιογραφίας. Τα δημοσιογραφικά μέσα τα αξιοποιούν ως νέο μέσο για την διάδοση και διανομή του περιεχομένου τους και για να ενισχύουν τη συνολική τους παρουσία στα ψηφιακά κανάλια.

2.3. Τα podcast στην Ελλάδα

Η βιβλιογραφία για την εξέλιξη των podcast στην Ελλάδα είναι περιορισμένη. Οι Newman et al. (2020) αναφέρουν στο Reuters Digital News Report ότι η αύξηση της ακροαματικότητάς τους τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται και στην Ελλάδα κυρίως λόγω της ποικιλίας περιεχομένου και της ευκολίας στη χρήση τους. Έρευνες όπως αυτή του της Focus Bari το 2021 με θέμα τις ψηφιακές συνήθειες των Ελλήνων επίσης αποτυπώνουν την ανάπτυξη του νέου μέσου στην Ελλάδα, με ένα ποσοστό 15% να δηλώνει ότι είναι τακτικοί ακροατές ηχητικών εκπομπών.

Σημαντική αύξηση στην ακροαματικότητα των podcast και στο ίδιο το περιεχόμενο παρατηρείται την εποχή του κορονοϊού. Το νέο μέσο με την ποικιλία περιεχομένου φαίνεται να κέντρισε το ενδιαφέρον του κοινού την περίοδο της καραντίνας που ο υπήρχε ελεύθερος χρόνος και ο περισσότερος κόσμος στράφηκε σε νέες εναλλακτικές ψυχαγωγίας. Σε αυτό βέβαια συνέβαλε και η σταδιακή εξοικείωση του ελληνικού κοινού με το διαδίκτυο και τα ψηφιακά μέσα. Έρευνα στο Digital Economy and Society Index (DESI) το 2022 αναφέρει ότι περίπου το 80% του ελληνικού πληθυσμού χρησιμοποιεί το διαδίκτυο, ποσοστό ωστόσο χαμηλότερο σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Η πιο πρόσφατη έρευνα για τα podcasts στην Ελλάδα δημοσιεύτηκε τον Δεκέμβρη του 2022 και πραγματοποιήθηκε από το Business

Undercover (2022) σε συνεργασία με το Pineapple Studio και την O314. Στην έρευνα συμμετείχαν 240 ακροατές podcast και κάποια από τα ευρήματα αναφέρθηκαν συνοπτικά και στην εισαγωγή, όπως ότι 7 στους 10 ακολουθούν 1-5 εκπομπές podcast υποδεικνύοντας με τον τρόπο αυτό ότι είναι επιλεκτικοί στο περιεχόμενο που θα ακούσουν. Πάνω από το 50% δήλωσε ότι ακούει podcast 2-4 φορές την εβδομάδα με στόχο την ενημέρωση και την διεύρυνση των γνώσεών τους. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, επίσης, 6 στους 10 ακροατές ήταν γυναίκες, το 41% είχαν ηλικία από 25 – 34 ετών και το 24% ηλικία από 18-24. Επιπλέον, 9 στους 10 είχαν υψηλό επίπεδο μόρφωσης και δήλωσαν ότι ακούνε podcast κάνοντας μία παράλληλη δραστηριότητα. Το 67% επίσης δήλωσε ως προτεινόμενη πλατφόρμα ακρόασης το Spotify και σχεδόν όλοι δήλωσαν ενεργοί χρήστες των κοινωνικών δικτύων και άλλων ψηφιακών πλατφορμών.

Η παρουσία των podcast στην ελληνική δημοσιογραφία γίνεται πιο έντονη τα τελευταία χρόνια. Τα ελληνικά μέσα έχουν επενδύσει στα podcast για να εμπλουτίσουν το περιεχόμενο και να προσελκύσουν μεγαλύτερη μερίδα του καταναλωτικού κοινού, καλύπτοντας μία ευρεία γκάμα περιεχομένου. Στην ελληνική podcast κοινότητα συμμετέχουν πλέον ανεξάρτητοι παραγωγοί και μεγάλα δημοσιογραφικά μέσα. Στην διαδικτυακή ιστοσελίδα podlist.gr που αναφέρθηκε και στην εισαγωγή, τη διαδικτυακή πλατφόρμα που συγκεντρώνει όλα τα ελληνικά podcast και περιλαμβάνει πληροφορίες για την εκπομπή σχετικά με την θεματική, τους δημιουργούς, την συχνότητα των επεισοδίων και τη διάρκειά τους, καταγράφονται 23 ευρύτερες κατηγορίες podcast που καλύπτουν μία ποικιλία θεματικών από τον αθλητισμό, τις επιστήμες, την ιστορία και τη θρησκεία, μέχρι την ενημέρωση, τα αληθινά εγκλήματα, την τεχνολογία, τα παιδιά και την οικογένεια και το «επιχειρείν». Καταγράφονται επίσης 32 «δίκτυα» ως παραγωγοί podcast, τα οποία στην πλειοψηφία τους είναι δημοσιογραφικά μέσα. Το μέσο «Η Καθημερινή» όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή, είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα δημοσιογραφικού μέσου το οποίο έχει δυναμική παρουσία και στον χώρο των ελληνικών podcast. Μέχρι σήμερα έχει δημιουργήσει 14 εκπομπές podcast οι οποίες καλύπτουν ποικίλες θεματικές όπως η μακροοικονομία και οι χρηματαγορές, η καθημερινή επικαιρότητα, το σινεμά, ο αθλητισμός. Αντίστοιχη είναι και η παρουσία της εφημερίδας «Το Βήμα». Έχει δημιουργήσει 12 εκπομπές podcast ποικίλης ύλης από ντοκιμαντέρ και επικαιρότητα, μέχρι αθλητισμό και ανάλυση κοινωνικών θεμάτων. «Το Βήμα Σήμερα» είναι η καθημερινή ηχητική εκπομπή του μέσου, στην οποία συζητούνται θέματα της επικαιρότητας.

Ιδιαίτερα ενεργά στην ελληνική podcast κοινότητα είναι επίσης τα free press «LIFO» και «Athens Voice» τα οποία δημιουργήθηκαν στην Αθήνα και έχουν πλέον δυναμική διαδικτυακή παρουσία και κοινό από όλη την Ελλάδα. Από το 2020 μέχρι το 2024 τα δύο free press μέσα έχουν δημιουργήσει πάνω από 30 εκπομπές podcast το κάθε ένα, καλύπτοντας πολλές και διάφορες θεματικές ενότητες. Το podcasting φαίνεται να αποτελεί πυλώνας της ψηφιακής τους στρατηγικής και ένα εργαλείο για να ενισχύσουν την παρουσία τους στο ελληνικό σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον. Η εξέλιξη των free press μέσων στην ψηφιακή εποχή είναι ένα θέμα που θα τα μελετηθεί περαιτέρω στο επόμενο κεφάλαιο πριν εστιάσουμε συγκεκριμένα στην περίπτωση της LIFO και πώς αξιοποιεί τα podcast ως νέο μέσο.

Από την παραπάνω σύντομη αναφορά στο ελληνικό podcasting, ωστόσο, συμπεραίνουμε ότι η ακρόαση podcast γίνεται με τα χρόνια μία καθημερινή συνήθεια για ολοένα και μεγαλύτερο ποσοστό του κοινού. Παραδοσιακά και νέα μέσα φαίνεται να έχουν επιλέξει να επενδύσουν στο μέσο δημιουργώντας επιπλέον πρωτογενές περιεχόμενο, με απώτερο στόχο να ενισχύσουν την συνολική τους παρουσία και να προσελκύσουν ακόμα μεγαλύτερη μερίδα του κοινού.

3. Τα free press μέσα στο σύγχρονο δημοσιογραφικό οικοσύστημα

Με τον όρο free press μέσα εννοούμε τα έντυπα μέσα με ενημερωτικό ή ψυχαγωγικό περιεχόμενο τα οποία προσφέρονται στο κοινό χωρίς κάποιο κόστος (Franklin, 2006). Συνήθως πρόκειται για εφημερίδες ή περιοδικά πόλης και είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με την τοπική δημοσιογραφία.

3.1. Η ιστορία και τα χαρακτηριστικά των free press μέσων

Τα πρώτα free press μέσα εμφανίστηκαν τη δεκαετία του 1990. Σύμφωνα με τους Gustafsson & Rydén (2010), το μοντέλο των free press μέσων διαδόθηκε και αναπτύχθηκε παγκοσμίως μετά την επιτυχία της εφημερίδας «METRO» στη Σουηδία. Η βασική διαφορά τους από τα παραδοσιακά μέσα εξαρχής ήταν το περιεχόμενό τους και το μοντέλο χρηματοδότησης. Τα free press μέσα διανέμονταν δωρεάν, σε αντίθεση με τα προς πώληση έντυπα μέσα, και τα έσοδά τους βασιζόνταν κατά κύριο λόγο σε διαφημιστικά έσοδα (McManus, 1994). Όσον αφορά το περιεχόμενο, εστίαζαν σε τοπικές ειδήσεις και δράσεις, και σύμφωνα με τον Bakker (2002) δεν εμβάθυναν σε

έρευνα και αναλυτική προσέγγιση των θεμάτων, δίνοντας περισσότερη βαρύτητα στην ψυχαγωγία.

Η εμφάνιση και η εξέλιξη των free press μέσων αποτέλεσε πεδίο συζήτησης για τους θεωρητικούς της δημοσιογραφίας. Ο McChesney (2022) θίγει το ζήτημα της εμπορευματοποίησης της δημοσιογραφίας λόγω της εξάρτησης των free press μέσων από τις διαφημίσεις. Ο Bakker από την άλλη, εστιάζει στην ανάλαφρη ενημέρωση και την έλλειψη έρευνας και ανάλυσης. Οι Franklin (2006) και Picard (2008), πάντως, αναφέρουν ότι η εμφάνιση των free press μέσων έχει συνεισφέρει θετικά στη δημοσιογραφία επισημαίνοντας ότι τα free press μέσα έχουν συμβάλει στην ελεύθερη διακίνηση της πληροφορίας και στο να γίνει η ενημέρωση προσβάσιμη για όλους. Ακόμα και η εστίαση στην τοπική ενημέρωση, θεωρούν ότι ενισχύει και αναδεικνύει τις τοπικές κοινότητες και τα προβλήματά τους, κάτι το οποίο ο Nielsen (2015) ισχυρίζεται ότι ισχύει για όλα τα τοπικά μέσα.

3.2. Τα free press στην ψηφιακή εποχή

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας έφερε αλλαγές και στον τρόπο με τον οποίο τα free press μέσα επιβιώνουν και λειτουργούν. Η κυριαρχία του διαδικτύου και η ποικιλομορφία στις πηγές πληροφόρησης έχουν οδηγήσει σε αύξηση του ανταγωνισμού. Παρά το γεγονός ότι το κοινό έχει στραφεί στις ψηφιακές πηγές ενημέρωσης, τα free press μέσα προσπαθούν να προσαρμοστούν στη νέα ψηφιακή πραγματικότητα, ξεκινώντας με την απόκτηση ψηφιακής παρουσίας. Σύμφωνα με τον Picard (2008) η διαδικτυακή παρουσία των free press μέσων, τους επιτρέπει να προσελκύσουν ακόμα περισσότερο κοινό καταρρίπτοντας έτσι τα γεωγραφικά όρια που συνεπάγεται η περιορισμένη διανομή μίας έντυπης έκδοσης. Τα τοπικά μέσα αποκτούν έτσι και έναν υπερ-τοπικό χαρακτήρα με τη διεύρυνση αυτή να μην είναι μόνο γεωγραφική, αλλά να αφορά και το περιεχόμενό τους (Van Kerkhoven & Bakker, 2014). Πιο συγκεκριμένα, τα τοπικά free press μέσα δεν ασχολούνται μόνο με ό,τι συμβαίνει στην πόλη τους, αλλά εντάσσουν στο περιεχόμενό τους ειδήσεις εθνικής εμβέλειας. Η τοπική εστίαση, σύμφωνα με τον Nielsen (2015) βέβαια παραμένει σημαντική και αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα γενικά των τοπικών μέσων έναντι των μέσων εθνικής εμβέλειας, όχι μόνο λόγω της καλύτερης ενδεχομένως πληροφόρησης, αλλά και γιατί εξυπηρετεί ανάγκες που συχνά αγνοούνται από τα μεγαλύτερα μέσα με εθνική παρουσία.

Επιπλέον, τα free press μέσα πλέον αξιοποιούν μία πληθώρα ψηφιακών εργαλείων και πλατφορμών όπως τα κοινωνικά δίκτυα για την προώθηση και διανομή του περιεχομένου τους (Lister et al., 2003). Ο Couldry (2018) επισημαίνει ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων ενισχύει τη διάδραση και την αλληλεπίδραση με το κοινό ενισχύοντας έτσι τη μεταξύ τους σχέση. Παράλληλα, οι πολυμεσικές μορφές περιεχομένου όπως είναι τα βίντεο και τα podcast που πλέον αξιοποιούν, κάνουν το περιεχόμενό τους πιο πλούσιο και ελκυστικό για το κοινό.

Η ψηφιακή εποχή συνεπάγεται βέβαια και προκλήσεις για τα free press μέσα. Ο έντονος ανταγωνισμός στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον οδηγεί στην ανάγκη για αδιάκοπη παραγωγή περιεχομένου. Σύμφωνα με τον McManus (1994) τα free press ξεχωρίζουν λόγω της ποιότητας και των χαρακτηριστικών του περιεχομένου τους και αυτό ακριβώς είναι και το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα. Στους γρήγορους ρυθμούς της ψηφιακής δημοσιογραφίας θα πρέπει να επιμένουν σε αυτό το στοιχείο που τα διαφοροποιεί και οι O'Neill & O'Connor (2008) επισημαίνει ότι θα πρέπει πάντα επαληθεύουν τις πληροφορίες που δημοσιεύουν.

Ακόμα μία πρόκληση είναι η χρηματοδότηση. Η κύρια πηγή εσόδων για τα free press μέσα ήταν από την αρχή οι διαφημίσεις. Σύμφωνα με τον Picard (2008) η διαφημιστική αγορά έχει στραφεί στις ψηφιακές πλατφόρμες για διαφημίσεις, καθιστώντας αναγκαία την παρουσία των free press μέσων και στην νέα ψηφιακή πραγματικότητα.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι στην ψηφιακή εποχή τα free press μέσα έχουν μεταμορφωθεί. Έχουν αποκτήσει διαδικτυακή παρουσία, αξιοποιούν τις νέες τεχνολογίες και ακολουθούν ψηφιακές στρατηγικές με στόχο να ενισχύσουν την συνολική παρουσία τους στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον. Ο McChesney (2022) επισημαίνει ότι ο ρόλος τους παραμένει σημαντικός για μία δημοκρατική κοινωνία. Στην συγκεκριμένη εργασία μελετάμε μία συγκεκριμένη περίπτωση free press τοπικού μέσου, της LIFO, και όλα τα παραπάνω εντοπίζονται και σε αυτήν την περίπτωση, όπως θα δούμε και στο ερευνητικό μέρος που ακολουθεί.

Β' ΜΕΡΟΣ – ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

1. Σχεδιασμός έρευνας

Στην υπάρχουσα βιβλιογραφία έχει ερευνηθεί η αύξηση της χρήσης και της ακροαματικότητας των podcast παγκοσμίως, καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους έναντι άλλων μορφών περιεχομένου των δημοσιογραφικών μέσων. Η χρήση των podcast συγκεκριμένα από τα free press μέσα ενημέρωσης και ο τρόπος με τον οποίο αξιοποιούνται στην ψηφιακή τους στρατηγική, δεν έχει μελετηθεί έως τώρα και αυτός ακριβώς είναι ο στόχος της παρούσας μελέτης.

1.1. Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα

Στόχος της παρούσας έρευνας είναι να διερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο τα podcast αξιοποιούνται από τα free press μέσα και κατά πόσο τα podcast μπορούν να συμβάλλουν στην ενίσχυση της συνολικής παρουσίας των free press μέσων στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον. Τα ερευνητικά ερωτήματα που διερευνώνται είναι τα εξής:

- 1) Πώς μπορούν να αξιοποιηθούν τα podcast από τα free press μέσα;
- 2) Τι επίδραση έχει η ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή στρατηγική των free press μέσων;
- 3) Ποια η σύνδεση της απήχησης ενός podcast με το δημοσιογραφικό μέσο που το παράγει;

1.2. Μεθοδολογική προσέγγιση – ερευνητικός σχεδιασμός

Στην παρούσα έρευνα προσπαθούμε να απαντήσουμε στα ερευνητικά ερωτήματα μελετώντας την περίπτωση του free press LIFO. Η επιλογή της LIFO δεν είναι τυχαία. Όπως θα δούμε και παρακάτω, από ένα free press μέσο με έντυπη μόνο παρουσία σε περιορισμένη γεωγραφική περιοχή, έχει γίνει ένα μέσο πανελλήνιας εμβέλειας, με πλούσιο περιεχόμενο και μεγάλη απήχηση. Έχει, επίσης, ενεργή παρουσία στο podcasting, όχι μόνο λόγω των πολλών και διαφορετικής θεματολογίας εκπομπών της, αλλά και λόγω της μεγάλης ακροαματικότητάς τους.

Η έρευνα επικεντρώνεται στη μελέτη ενός συγκεκριμένου πλαισίου για αυτό και ακολουθείται η στρατηγική της μελέτης περίπτωσης (Gay et al., 2012), η οποία μας δίνει τη δυνατότητα να εξετάσουμε συγκεκριμένες πρακτικές, στρατηγικές και το κοινό τους στο φυσικό πλαίσιο του μέσου. Για τη διεξαγωγή της έρευνας ακολουθήθηκε η ποιοτική μεθοδολογική προσέγγιση λόγω της πολλαπλότητας των ποιοτικών δεδομένων, του τρόπου συλλογής τους, καθώς και της πολλαπλότητας ανάλυσης και της ερμηνείας αυτών (Τσιώλης, 2014). Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η μελέτη περιεχομένου και η μέθοδος της θεματικής ανάλυσης την οποία θα αναλύσουμε και θα περιγράψουμε στην ενότητα 1.4 του ερευνητικού πλαισίου.

1.3. Συλλογή δεδομένων - Δειγματοληψία

Η συλλογή δεδομένων για την παρούσα εργασία πραγματοποιήθηκε μέσα από τη μελέτη του περιεχομένου της έντυπης και διαδικτυακής LIFO, την ανάλυση τεσσάρων επεισοδίων από πέντε ενεργές εκπομπές podcast της και την πραγματοποίηση συνεντεύξεων σε τρεις ακροατές podcast του μέσου. Ερευνήθηκε, επίσης, η διανομή των podcast της LIFO και η παρουσία του μέσου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η επιλογή των εκπομπών, των επεισοδίων και των συνεντευξιαζόμενων έγινε με τη διαδικασία της δειγματοληψίας κατά την οποία ο ερευνητής επιλέγει τους συμμετέχοντες και τα προς μελέτη δεδομένα της έρευνας, θέτοντας τους όρους και τις προϋποθέσεις που ο ίδιος κρίνει απαραίτητες (Ισαρη & Πουρκός, 2015).

Σχετικά με τη διαδικτυακή και έντυπη LIFO, αρχικά μελετήθηκαν το περιεχόμενο και η αισθητική του διαδικτυακού μέσου. Στη συνέχεια μελετήθηκαν το περιεχόμενο και η αισθητική του 1^{ου} τεύχους της έντυπης LIFO που δημοσιεύτηκε 1 Δεκεμβρίου 2005 και το 838^ο τεύχος που δημοσιεύτηκε 12 Δεκεμβρίου 2024. Τα τεύχη αυτά επιλέχθηκαν με σκοπούμενη δειγματοληψία. Αποτελούν το πρώτο και το πιο πρόσφατο (όταν πραγματοποιήθηκε η έρευνα) τεύχος του free press μέσου σε κυκλοφορία και η επιλογή τους έχει στόχο να διερευνηθούν ομοιότητες και διαφορές. Επίσης, ερευνήθηκε η ψηφιακή παρουσία της LIFO στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ως δείκτης απήχησης του μέσου.

Οι podcast εκπομπές της LIFO οι οποίες μελετήθηκαν είναι οι εξής: «Μικροπράγματα», «Αληθινά Εγκλήματα», «LIFO POLITICS», «Ηχητικά Άρθρα»

και «Ιστορία μιας πόλης». Οι συγκεκριμένες εκπομπές επιλέχθηκαν αρχικά γιατί και οι πέντε είναι ενεργές τουλάχιστον από το 2021, σε αντίθεση με άλλες εκπομπές του μέσου. Επιπλέον, επιλέχθηκαν λόγω της θεματολογίας τους η οποία εξυπηρετεί τη διερεύνηση των ερευνητικών ερωτημάτων. Οι εκπομπές «Μικροπράγματα» και «Αληθινά Εγκλήματα» αξίζει να σημειωθεί ότι ανήκουν στις εκπομπές podcast του μέσου με την υψηλότερη ακροαματικότητα, όπως θα αναφερθεί και στην ενότητα 3.8 του ερευνητικού πλαισίου. Τα επεισόδια τα οποία μελετήθηκαν επιλέχθηκαν με απλή τυχαία δειγματοληψία με μόνο περιορισμό να έχουν δημοσιευτεί το διάστημα από 1^η Οκτωβρίου μέχρι 31^η Δεκεμβρίου 2024. Ο συγκεκριμένος χρονικός περιορισμός ορίστηκε για να μελετηθούν επεισόδια που θα αποτυπώνουν το περιεχόμενο, το ύφος και γενικά τα χαρακτηριστικά των εκπομπών podcast όπως έχουν διαμορφωθεί στο σήμερα. Ακολουθεί μία σύντομη περιγραφή των podcast εκπομπών και καταγραφή των επεισοδίων που επιλέχθηκαν.

Τα «Μικροπράγματα» περιγράφονται από τον ίδιο τον δημοσιογράφο – παραγωγό, Άρη Δημοκίδη, ως μία εκπομπή - ηχητικό ντοκιμαντέρ η θεματολογία τους καλύπτει κοινωνικά θέματα, βιογραφίες κ.α.. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε στις 11 Αυγούστου του 2020. Τα επεισόδια τα οποία μελετώνται είναι τα εξής με σειρά ημερομηνίας δημοσίευσης: «Η σκληρή αλήθεια για τους Έλληνες Ρομά» (26/10/2024), «Η σκληρή αλήθεια για τη Μαρία Κάλλας» (07/12/2024), «Η σκληρή αλήθεια για το μετρό Θεσσαλονίκης» (14/12/2024), «Η σκληρή αλήθεια για τη διαμάχη του Καζαντζίδη με τον Νικολόπουλο» (21/12/2024). Η διάρκεια των επεισοδίων κυμαίνεται από 61 λεπτά μέχρι 71 λεπτά.

Η δεύτερη εκπομπή podcast που επιλέχθηκε είναι η «LIFO POLITICS». Η εκπομπή αναλύει τις πολιτικές εξελίξεις σε παγκόσμιο και διεθνές επίπεδο μέσα από ζωντανές συζητήσεις της δημοσιογράφου Βασιλικής Σιούτη με ειδικούς. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε 12 Φεβρουαρίου του 2021. Δημοσιεύονται συνήθως τέσσερα επεισόδια τον μήνα, χωρίς, ωστόσο, να υπάρχει συγκεκριμένη ημέρα δημοσίευσης. Τα επεισόδια τα οποία μελετήθηκαν είναι τα εξής με σειρά ημερομηνίας δημοσίευσης: «Γιατί κατέρρευσε η Γερμανική Κυβέρνηση» (16/11/2024), «Οι Χριστιανοί της Συρίας και η ανεξιχνίαστη απαγωγή του Μητροπολίτη Χαλεπίου» (14/12/2024), «Η Ε.Ε. πιάστηκε για ακόμα μία φορά αδιάβαστη στη Συρία» (17/12/2024), «Τι άλλαξε στην πολιτική σκηνή το 2024» (26/12/2024). Η διάρκεια των επεισοδίων κυμαίνεται από 31 μέχρι 71 λεπτά.

Η τρίτη εκπομπή που μελετήθηκε είναι τα «Αληθινά Εγκλήματα». Σε κάθε επεισόδιο αναλύεται από τον δημοσιογράφο Νίκο Τσέφλιο ένα αληθινό έγκλημα που έχει πραγματοποιηθεί στην Ελλάδα από τον 19ο αιώνα μέχρι και το πρόσφατο παρελθόν. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε 19 Οκτωβρίου 2020. Νέο επεισόδιο δημοσιεύεται περίπου κάθε δύο εβδομάδες, χωρίς να υπάρχει συγκεκριμένη ημέρα δημοσίευσης. Τα επεισόδια τα οποία μελετήθηκαν είναι τα εξής με σειρά ημερομηνίας δημοσίευσης: «Το μυστήριο της δολοφονίας της Μοσχούλας, της πλούσιας Πλακιώτισσας» (27/10/2024), «"Εταιρεία Δολοφόνων": Μία συμμορία με άτομα υπεράνω υποψίας που σκόρπιζαν φρίκη» (24/11/2024), «Ο δράκος της Δράμας: Η υπόθεση που σόκαρε την Ελλάδα» (08/12/2024) και «Υπόθεση Μονσελά: Δολοφόνος από οίκτο» (15/12/2024). Η διάρκεια των επεισοδίων κυμαίνεται από 33 μέχρι 42 λεπτά.

Η τέταρτη εκπομπή podcast που μελετήθηκε είναι τα «Ηχητικά άρθρα». Στην συγκεκριμένη podcast εκπομπή συντάκτες της LIFO διαβάζουν άρθρα που έχουν δημοσιευτεί στην έντυπη και τη διαδικτυακή LIFO. Το ίδιο το μέσο παρουσιάζει την συγκεκριμένη εκπομπή ως εξής: «Άρθρα της LIFO με ήχο, για όσους δεν έχουν χρόνο να τα διαβάσουν». Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε 10 Ιουνίου 2020 και δεν υπάρχει κάποιο μοτίβο στη συχνότητα δημοσίευσης νέων επεισοδίων. Τα επεισόδια τα οποία μελετήθηκαν είναι τα εξής με σειρά ημερομηνίας δημοσίευσης: «"Γυναίκα με το τατουάζ": Ο Τουλούζ-Λοτρέκ και η τέχνη της δερματοστιξίας» (13/11/2024), «Από τη "Γαλατού" του Βερμέερ, στο "νόμο του μπαγιάτικου ψωμιού" και την ισπανική σούπα σαλμορέχο» (19/11/2024), «Κάτω από το Παρίσι: Μία πόλη γεμάτη κατακόμβες, σκελετούς και rave parties» (10/12/2024), «Μπλε: Ένα χρώμα που άλλαξε τη ροή της ιστορίας» (25/12/2024). Η διάρκεια των επεισοδίων κυμαίνεται από 8 μέχρι 14 λεπτά.

Η πέμπτη εκπομπή podcast που μελετήθηκε είναι η «Ιστορία μιας πόλης». Η ιστορικός Αγιάτη Μπενάρδου σε κάθε επεισόδιο ερευνά ένα θέμα που σχετίζεται με την ιστορία της Αθήνας και συζητά με επιστήμονες που ειδικεύονται στο εκάστοτε θέμα. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε 22 Δεκεμβρίου 2020. Δημοσιεύονται τέσσερα επεισόδια κάθε μήνα χωρίς να υπάρχει συγκεκριμένη ημέρα δημοσίευσης. Τα επεισόδια τα είναι τα εξής με σειρά ημερομηνίας δημοσίευσης: «Οι ερωτοφωλιές στην Αθήνα του Μεσοπολέμου» (04/10/2024), «Πώς διασκεδάζαν οι Αθηναίοι στη Μάντρα του Αττίκς;» (07/11/2024), «Υπήρχαν χωριά στην Αθήνα;» (21/11/2024), «Η καθημερινή ζωή στην Αθήνα μέσα από αρχαίες επιγραφές» (20/12/2024). Η διάρκεια των επεισοδίων κυμαίνεται από 23 μέχρι 29 λεπτά.

Στα πλαίσια της έρευνας πραγματοποιήθηκαν, επίσης, συνεντεύξεις με τρεις ακροατές podcast εκπομπών της LIFO. Για λόγους ευκολίας, για τους συνεντευξιζόμενους χρησιμοποιούνται οι κωδικοί ακροατής Α, ακροατής Β και ακροατής Γ. Η σχετική δειγματοληψία προέκυψε αρχικά από δείγμα ευκολίας (προσβασιμότητας) ως προς τον ακροατή Α (άτομο του φιλικού περιβάλλοντος) με την προϋπόθεση ότι πληρούσε τα κριτήρια που είχαν τεθεί. Στη συνέχεια, οι ακροατές Β και Γ προέκυψαν με την τεχνική της χιονοστιβάδας καθώς ο ακροατής Α, συνέστησε τον ακροατή Β και ο ακροατής Β τον ακροατή Γ, με αποτέλεσμα οι τρεις συνεντευξιζόμενοι να προκύψουν αλυσιδωτά (Ισαρη και Πούρκος, 2015). Σχετικά με τα κριτήρια που τέθηκαν, η μόνη προϋπόθεση ήταν να είναι ακροατές podcast της LIFO. Δεν υπήρχε περιορισμός ως προς την ηλικία, το φύλο, την μόρφωση ή οτιδήποτε άλλο. Σχετικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συνεντευξιζόμενων, αναφέρονται τα εξής: και οι τρεις ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 30 – 35, είναι μόνιμοι κάτοικοι Αθηνών, εργαζόμενοι, άγαμοι και ανήκουν στην κοινωνικοοικονομική θέση μεσαίας τάξης. Οι ακροατές Α και Γ είναι άντρες και ο ακροατής Β γυναίκα. Επίσης, οι ακροατές Α και Β είναι κάτοχοι πτυχίου Ανωτάτης Εκπαίδευσης και ο ακροατής Γ κάτοχος απολυτηρίου λυκείου. Και στους τρεις τέθηκαν οι ίδιες ερωτήσεις οι οποίες σχετίζονται με την ακρόαση podcast γενικά, με την ακρόαση συγκεκριμένα podcast της LIFO και με το ίδιο το free press μέσο.

1.4. Τρόπος ανάλυσης των δεδομένων

Για την ανάλυση των δεδομένων που σχετίζονται με τα επεισόδια και τις εκπομπές podcast που μελετήθηκαν και τις συνεντεύξεις των ακροατών, αξιοποιήθηκε η μέθοδος της θεματικής ανάλυσης, μία ευρέως χρησιμοποιούμενη ποιοτική ερευνητική μέθοδος που στοχεύει στην αναγνώριση, την ανάλυση και την ερμηνεία μοτίβων μέσα σε ένα σύνολο δεδομένων (Braun και Clarke, 2012). Επιπλέον, η θεματική ανάλυση επιτρέπει την αναγνώριση θεμάτων που σχετίζονται με τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα της μελέτης και διευκολύνει τη σύνδεση με τη σχετική με το θέμα βιβλιογραφία, παρέχοντας πρακτικά συμπεράσματα για το θέμα που μελετάται, δηλαδή τον ρόλο των podcast στα free press μέσα ενημέρωσης.

Η διαδικασία της θεματικής ανάλυσης σύμφωνα με τον Τσιώλη (2018) «προϋποθέτει τον ενεργητικό και δημιουργικό ρόλο του ερευνητή, ο οποίος, αναπτύσσοντας μια διαλογική σχέση με τα δεδομένα του, περισσότερο παράγει και

συγκροτεί τα θέματα παρά τα ανακαλύπτει». Στην παρούσα μελέτη, για την ανάλυση των δεδομένων που προέκυψαν από τις δύο πηγές (4 επεισόδια από 5 εκπομπές podcast της LIFO και συνεντεύξεις 3 ακροατών) και στις δύο περιπτώσεις ακολουθήθηκαν τα βήματα που προτείνει ο ίδιος (Τσιώλης, 2018). Αρχικά, έγινε αναλυτική καταγραφή των δεδομένων προς μελέτη. Πιο συγκεκριμένα, καταγράφηκαν παρατηρήσεις που αφορούσαν το περιεχόμενο, το ύφος, την αισθητική και τη διάρκεια των 20 podcast επεισοδίων που μελετήθηκαν. Έγινε, επίσης, μετεγγραφή των τριών συνεντεύξεων. Στη συνέχεια, εντοπίστηκαν επιμέρους στις δύο πηγές δεδομένων, τα στοιχεία εκείνα που αντιστοιχούσαν στα ερευνητικά ερωτήματα και έπειτα πραγματοποιήθηκε η κωδικοποίηση κατά την οποία ερμηνεύτηκαν τα δεδομένα με εννοιολογικό προσδιορισμό. Επόμενο βήμα ήταν η μετάβαση από τους κωδικούς στους θεματικούς άξονες με στόχο τη συγχώνευση των νοημάτων των κωδικών και έπειτα ακολούθησε η παρουσίαση των ευρημάτων. Η παραπάνω διαδικασία αφορά την επαγωγική λογική δεδομένου ότι τα συμπεράσματα προέκυψαν έπειτα από ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν (Τσιώλης, 2014).

Από τη θεματική ανάλυση που εφαρμόστηκε στις δύο πηγές δεδομένων προέκυψαν συνολικά δέκα θεματικές κατηγορίες. Πιο συγκεκριμένα, από τη μελέτη που πραγματοποιήθηκε στο περιεχόμενο των podcast, αναδείχθηκαν οι εξής θεματικές κατηγορίες: (1) η ποικιλία στη θεματολογία των podcast της LIFO, (2) η διερεύνηση θεμάτων και η ποσότητα πληροφόρησης, (3) ο εμπλουτισμός του περιεχομένου με ηχητικά στοιχεία, (4) η αξιοποίηση δημοσιογραφικών πηγών για ενίσχυση αξιοπιστίας του περιεχομένου, (5) οι διαφορετικοί τύποι αφήγησης και (6) η γλώσσα και το ύφος των podcast της LIFO. Από την εφαρμογή της θεματικής ανάλυσης στις συνεντεύξεις των ακροατών προέκυψαν οι εξής τέσσερις θεματικές κατηγορίες: (1) Τα κίνητρα ακρόασης των ακροατών, (2) ικανοποίηση από το περιεχόμενο των podcast της LIFO, (3) τα κριτήρια των ακροατών για την επιλογή podcast και (4) η επίδραση της ακρόασης podcast της LIFO στη σχέση των ακροατών με το free press μέσο.

1.5. Περιορισμοί της έρευνας

Στην παρούσα εργασία διερευνούμε τη σχέση free press μέσων και podcast μελετώντας την περίπτωση της LIFO. Τα ευρήματα που προέκυψαν από την έρευνα αφορούν την περίπτωση της LIFO και δεν μπορούν να γενικευτούν σε όλα τα free press

μέσα στην Ελλάδα. Ωστόσο, από τα ευρήματα της έρευνας γίνεται προσπάθεια να αναδειχθούν τα οφέλη από τη χρήση των podcast για τα free press μέσα γενικότερα.

Ένας δεύτερος περιορισμός που αφορά την έρευνα είναι ότι η μελέτη περιορίστηκε σε πέντε εκπομπές podcast, κάτι που μπορεί να περιορίζει τη γενίκευση των ευρημάτων, καθώς δεν καλύπτονται όλες οι εκπομπές που παράγονται και είναι ενεργές από το free press μέσο.

Ένας τρίτος περιορισμός είναι ο αριθμός των συνεντεύξεων με ακροατές podcast της LIFO. Συγκεκριμένα, πραγματοποιήθηκαν τρεις συνεντεύξεις, γεγονός που ενδέχεται να μην αντικατοπτρίζει πλήρως τη διακύμανση των απόψεων και αντιλήψεων του ευρύτερου ακροατηρίου. Ωστόσο, επιλέχθηκε να αξιοποιηθούν ως πηγή δεδομένων συμπληρωματικά με το περιεχόμενο των podcast εκπομπών της LIFO για να προσεγγίσουμε και το θέμα της επίδρασης των podcast στη σχέση του κοινού με το μέσο.

2. Ευρήματα θεματικής ανάλυσης

Παρακάτω παρουσιάζονται τα ευρήματα που προέκυψαν από τις δύο πηγές δεδομένων και μελετήθηκαν με τη μέθοδο της θεματικής ανάλυσης. Στο σημείο αυτό πρέπει να διευκρινίσουμε ότι τα επιμέρους ευρήματα παρουσιάζονται εκ πρώτης συνοπτικά και στην ενότητα 3 του ερευνητικού πλαισίου πραγματοποιείται η σύνδεσή τους με ευρήματα που προέκυψαν από την έρευνα σχετικά με την ιστορία της LIFO, την ταυτότητά της ως free press μέσο, τη διανομή των podcast στις πλατφόρμες διανομής ηχητικού περιεχομένου και την ευρύτερη ψηφιακή παρουσία της LIFO, στοχεύοντας στην καλύτερη διερεύνηση των ερευνητικών ερωτημάτων.

2.1. Ευρήματα θεματικής ανάλυσης στο περιεχόμενο των 20 εκπομπών podcast της LIFO

Τα ευρήματα της θεματικής ανάλυσης στο περιεχόμενο των 20 εκπομπών podcast της LIFO ανέδειξαν βασικά χαρακτηριστικά των podcast της LIFO που σχετίζονται τόσο με τη θεματολογία και το περιεχόμενό τους, όσο και με την αφήγηση, το ύφος και την ευρύτερη αισθητική τους.

Ένα πρώτο εύρημα είναι η ποικιλία στη θεματολογία των εκπομπών και των επιμέρους επεισοδίων που ερευνήθηκαν. Πιο συγκεκριμένα, η εκπομπή

«Μικροπράγματα» ασχολείται με κοινωνικά και πολιτιστικά θέματα, όπως η σύγχρονη πραγματικότητα των Ελλήνων Ρομά ή λεπτομέρειες για τη ζωή και το έργο των Μαρία Κάλλας και Στέλιο Καζαντζίδη. Η θεματολογία της εκπομπή «LIFO POLITICS» από την άλλη, έχει καθαρά πολιτικό χαρακτήρα και σχετίζεται με την πολιτική επικαιρότητα σε Ελλάδα και εξωτερικό. Για παράδειγμα, σε τρία από τα επεισόδια που μελετήθηκαν, η δημοσιογράφος ασχολείται με τις πολιτικές εξελίξεις στη Γερμανία και στη Συρία. Η εκπομπή «Αληθινά Εγκλήματα» παρουσιάζει σε κάθε επεισόδιο την ιστορία ενός αληθινού εγκλήματος που έχει γίνει στην Ελλάδα, ενώ τα «Ηχητικά Άρθρα» καλύπτουν θέματα γενικού ενδιαφέροντος, από την ιστορία ενός χρώματος («Μπλε: Ένα χρώμα που άλλαξε τη ροή της ιστορίας»), μέχρι την ιστορία του καλλιτέχνη Τουλούζ – Λοτρέκ (««Γυναίκα με το τατουάζ»: Ο Τουλούζ-Λοτρέκ και η τάση της δερματοστιξίας»). Τέλος, η εκπομπή «Ιστορία μιας πόλης» καλύπτει θέματα ιστορικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος για την πόλη της Αθήνας, όπως την ιστορία της Μάντρας του Αττίκ και την καθημερινότητα στην Αρχαία Ελλάδα («Η καθημερινή ζωή στην Αθήνα μέσα από αρχαίες επιγραφές»). Αξίζει να σημειωθεί ότι, ενώ στις εκπομπές «LIFO POLITICS», «Αληθινά Εγκλήματα» και «Ιστορία μιας πόλης» η ευρύτερη θεματολογία είναι συγκεκριμένη (π.χ. πολιτική επικαιρότητα, αληθινό έγκλημα), στις εκπομπές «Μικροπράγματα» και «Ηχητικά Άρθρα», η ευρύτερη θεματολογία διαφέρει από επεισόδιο σε επεισόδιο, όπως αναφέρθηκε στο παραπάνω παράδειγμα.

Ένα δεύτερο εύρημα είναι η εκτενής διερεύνηση των θεμάτων που παρουσιάζονται σε κάθε επεισόδιο και η ποσότητα πληροφόρησης. Πιο συγκεκριμένα, από την έρευνα προέκυψε ότι στις τέσσερις από τις πέντε εκπομπές που μελετήθηκαν και συγκεκριμένα στις «Μικροπράγματα», «Ιστορία μιας πόλης», «LIFO POLITICS» και «Αληθινά Εγκλήματα» οι παραγωγοί δεν μένουν στην απλή παρουσίαση γεγονότων, αλλά προχωρούν σε πολυεπίπεδη ανάλυση, παρέχοντας μεγάλο όγκο πληροφοριών στο κοινό. Για το κάθε θέμα συλλέγουν πληροφορίες με στόχο να παρέχουν στον ακροατή μια ολοκληρωμένη εικόνα επί του θέματος. Το επεισόδιο «Η σκληρή αλήθεια για τη Μαρία Κάλλας» περιλαμβάνει γνωστές και άγνωστες στο ευρύ κοινό πληροφορίες για τη Μαρία Κάλλας, όπως για παράδειγμα ότι πνευματικά δικαιώματα της μουσικής της έχουν τα αδέρφια Νίκος και Παναγιώτης Μιχαλολιάκος, όπως ακούγεται στο τέλος της εκπομπής. Αντίστοιχα, στην εκπομπή «Αληθινά Εγκλήματα» ο δημοσιογράφος παρέχει λεπτομέρειες για την κάθε ιστορία που σχετίζονται, όχι μόνο με τα γεγονότα, αλλά και με το οικογενειακό και ψυχολογικό

υπόβαθρο των εμπλεκόμενων και λεπτομέρειες σχετικά με τα γεγονότα. Στο επεισόδιο «Υπόθεση Μονσελά: Δολοφόνος από οίκτο» εστιάζει στις προσωπικότητες του θύτη και του θύματος, ενώ σε ένα σημείο αναφέρει «το τιμόνι του ford fiesta της Γιόλας είχε πάρει ο Μάνθος». Αντίστοιχα, στο επεισόδιο «Γιατί έπεσε η Γερμανική Κυβέρνηση;» η Βασιλική Σιούτη και ο Φέρρυ Μπατζόγλου αναλύουν τα αίτια που οδήγησαν στην κατάρρευση της γερμανικής κυβέρνησης και όλα τα γεγονότα που συνδέονται με αυτήν και στο επεισόδιο «Η καθημερινή ζωή στην Αθήνα μέσα από αρχαίες επιγραφές» στην εκπομπή «Ιστορία μιας πόλης» η παραγωγός αφηγείται την ιστορία των αρχαίων Ελληνικών επιγραφών και ερευνά το περιεχόμενό τους, συζητώντας με τον ιστορικό και συγγραφέα Άγγελο Ματθαίου. Η ποσότητα πληροφόρησης στις παραπάνω εκπομπές αποτυπώνεται και στη διάρκεια των επεισοδίων. Η διάρκεια των επεισοδίων που μελετήθηκαν της εκπομπής «Μικροπράγματα» κυμαίνεται από 61 μέχρι 71 λεπτά, της εκπομπής «LIFO POLITICS» από 31 μέχρι 71 και της εκπομπής «Αληθινά Εγκλήματα» από 33 μέχρι 42. Από την άλλη, στην εκπομπή «Ηχητικά Άρθρα», η ανάλυση των επιμέρους θεμάτων των επεισοδίων δεν είναι επιφανειακή, αλλά δεν είναι εξίσου διεξοδική όπως στις παραπάνω εκπομπές και αυτό γιατί το περιεχόμενο των podcast προϋπάρχει σε γραπτό κείμενο στη διαδικτυακή LIFO. Αξίζει να αναφέρουμε ότι, αντίστοιχα, η διάρκεια των επεισοδίων που μελετήθηκαν είναι 8 – 14 λεπτά.

Ένα τρίτο εύρημα από τη θεματική ανάλυση στο περιεχόμενο των podcast εκπομπών της LIFO που μελετήθηκαν είναι ο εμπλουτισμός του περιεχομένου με ηχητικά στοιχεία. Σε όλα τα επεισόδια της εκπομπής «Ηχητικά Άρθρα» που μελετήθηκαν, καθ' όλη τη διάρκεια της αφήγησης υπάρχει διακριτική μουσική υπόκρουση. Αντίστοιχα, σε όλα τα επεισόδια της εκπομπής «Αληθινά Εγκλήματα» την αφήγηση ακολουθούν ήχοι όπως ο ήχος των βημάτων στο επεισόδιο για τον Δράκο της Δράμας ή ο ήχος της βροχής στο επεισόδιο για την Εταιρεία Δολοφόνων. Επίσης, σε όλα τα επεισόδια υπάρχει μουσική υπόκρουση με μελωδίες δραματικές και αγωνίας. Η χρήση της μουσικής επένδυσης είναι διαφορετική στην εκπομπή «Μικροπράγματα», καθώς στην αφήγηση παρεμβάλλονται αποσπάσματα από ορχηστρικά κομμάτια για να γίνει ο διαχωρισμός των θεματικών ενοτήτων κατά την ανάλυση ενός θέματος. Το μουσικό στοιχείο εκλείπει εντελώς στην εκπομπή «LIFO POLITICS», ενώ στην «Ιστορία μιας πόλης» είναι σπάνιο. Επίσης, παρατηρήθηκε ότι στα επεισόδια τεσσάρων από τις πέντε εκπομπές και συγκεκριμένα στις «LIFO POLITICS», «Μικροπράγματα», «Αληθινά Εγκλήματα» και «Ιστορία μιας πόλης» υπάρχει η ίδια μουσική εισαγωγή που αποτελεί και σήμα κατατεθέν της εκπομπής, στοιχείο που

εκλείπει από την εκπομπή «Ηχητικά Άρθρα». Αξίζει επίσης να αναφερθεί ότι η ηχογραφημένη φράση «Είναι τα podcast της LIFO» ακούγεται στην εισαγωγή όλων των επεισοδίων που μελετήθηκαν.

Τέταρτο εύρημα είναι η αξιοποίηση δημοσιογραφικών πηγών για ενίσχυση αξιοπιστίας του περιεχομένου. Πιο συγκεκριμένα, στις εκπομπές «Αληθινά Εγκλήματα» και «Μικροπράγματα» παρεμβάλλονται στην αφήγηση ηχητικά αποσπάσματα από ηχογραφημένες συνεντεύξεις που έχουν πάρει οι δημοσιογράφοι – παραγωγοί από ειδικούς ή σχετιζόμενους με το θέμα και ηχητικά αποσπάσματα από σχετικά ρεπορτάζ. Για παράδειγμα, στο επεισόδιο «Η σκληρή αλήθεια για το μετρό της Θεσσαλονίκης» ο δημοσιογράφος εντάσσει στην αφήγησή του αποσπάσματα από βίντεο που αναρτήθηκαν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με το θέμα και από ρεπορτάζ τηλεοπτικών δελτίων ειδήσεων. Το επεισόδιο «Η σκληρή αλήθεια για τη Μαρία Κάλλας» περιλαμβάνει ηχητικά ντοκουμέντα από εμφανίσεις και συνεντεύξεις της Μαρίας Κάλλας και ο δημοσιογράφος εντάσσει στην αφήγησή του αποσπάσματα από συνεντεύξεις των Μαρίας Κουσθένη, Άγγελου Παπαδημητρίου και Χριστόφορο Σταμπόγλη μεταξύ άλλων, που πραγματοποίησε στα πλαίσια του συγκεκριμένου επεισοδίου. Αντίστοιχα, στο επεισόδιο «Ο δράκος της Δράμας: Η υπόθεση που σόκαρε την Ελλάδα» ο δημοσιογράφος – παραγωγός χρησιμοποιεί απόσπασμα από την τηλεοπτική συνέντευξη της Μαгдаληνής Παστριάδου, θύμα του Κυριάκου Παπαχρόνη. Στις εκπομπές «LIFO POLITICS» και «Ιστορία μίας πόλης» οι δημοσιογραφικές πηγές είναι οι ίδιοι οι καλεσμένοι. Σε κάθε επεισόδιο, οι παραγωγοί έχουν έναν διαφορετικό καλεσμένο – ειδήμονα στο εκάστοτε θέμα, όπως ο Γιάννης Μανιάτης, ευρωβουλευτής και αντιπρόεδρος των ευρωσοσιαλιστών στο επεισόδιο «Η Ε.Ε. πιάστηκε για ακόμα μία φορά αδιάβαστη στη Συρία» ή ο Δαβίδ Ναχμία στο επεισόδιο «Πώς διασκέδαζαν οι Αθηναίοι στη Μάντρα του Αττίκ;». Η αξιοποίηση δημοσιογραφικών πηγών εκλείπει στην εκπομπή «Ηχητικά Άρθρα», καθώς ηχογραφείται το γραπτό κείμενο που έχει δημοσιευτεί στην έντυπη ή διαδικτυακή LIFO ως έχει και δεν αναφέρονται δημοσιογραφικές πηγές.

Ένα πέμπτο εύρημα που προέκυψε από τη θεματική ανάλυση στο περιεχόμενο των εκπομπών podcast, είναι οι διαφορετικοί τύποι αφήγησης σε συνάρτηση με τη θεματολογία της κάθε εκπομπής. Πιο συγκεκριμένα στην εκπομπή «Αληθινά Εγκλήματα» κυριαρχεί η δραματοποιημένη αφήγηση. Χρησιμοποιούνται ηχητικά εφέ όπως για παράδειγμα, βήματα, χτύπημα πόρτας κ.α. που αναφέρθηκαν παραπάνω και μουσική υπόκρουση με μελωδίες αγωνίας. Επίσης, ο δημοσιογράφος – παραγωγός

χρησιμοποιεί περιγραφές που ενεργοποιούν τη φαντασία του ακροατή π.χ. «το πτώμα μίας γυναίκας που είχε βρεθεί στη μέση του δρόμου από τη Βραυρώνα προς τον Μαρκόπουλο κινητοποίησε εκείνη την κρύα νύχτα την αστυνομία» ή «η αριστοκρατική Πλακιώτισσα». Στην εκπομπή «Μικροπράγματα», η οποία παρουσιάζεται ως ηχητικό ντοκιμαντέρ, παρατηρείται κυρίως απλή αφηγηματική παρουσίαση και σχολιασμός, κάποιες φορές ωστόσο, χρησιμοποιείται μουσική υπόκρουση που δημιουργεί ατμόσφαιρα προσφέροντας στον ακροατή μεγαλύτερη σύνδεση με το θέμα, όπως αποσπάσματα από τα τραγούδια του Στέλιου Καζαντίδη στο σχετικό επεισόδιο και από τις εμφανίσεις της Μαρίας Κάλλας. Στις εκπομπές «LIFO POLITICS» και «Ιστορία μιας πόλης» κυριαρχεί η διαλογική αφήγηση. Το κάθε θέμα αναλύεται μέσα από τη συζήτηση του δημοσιογράφου – παραγωγού με τον εκάστοτε καλεσμένο για παράδειγμα: ««Φέρνυ Μπατζόγλου, θέλω να μας πεις λίγο, γιατί συμβαίνουν τόσα πολλά και στον κόσμο και στην Ελλάδα(...)», «Θέλετε να μας δώσετε ένα, δύο, τρία – όσα νομίζετε – παραδείγματα επιγραφών από την Αθήνα που να τις θεωρείτε πιο ξεχωριστές;». Από την άλλη, στην εκπομπή «Ηχητικά άρθρα» ο ρόλος του αφηγητή είναι να μεταφέρει γραπτά άρθρα σε ηχητική μορφή. Ο τρόπος αφήγησης είναι ήρεμος, με σταθερό τόνο και δίνεται προτεραιότητα στην αυθεντικότητα του κειμένου.

Τέλος, ένα έκτο εύρημα που προέκυψε σχετίζεται με τη γλώσσα και το ύφος των podcast που μελετήθηκαν, τα οποία φαίνεται και σε αυτήν την περίπτωση να καθορίζονται από τη θεματολογία και το περιεχόμενο της εκπομπής. Στα επεισόδια της εκπομπής «Μικροπράγματα» παρατηρήθηκε ότι η γλώσσα είναι καθημερινή, άμεση και το ύφος χαλαρό, αλλά και αναλυτικό όπου χρειάζεται. Ο Άρης Δημοκίδης απευθύνεται στο κοινό του με έναν τρόπο άμεσο και οικείο («Είναι μεσημέρι στο τελευταίο σχολικό διάλειμμα πριν το Γυμνάσιο να σχολάσει και συνδέομαι στο zoom (...)») και ενίοτε με χιούμορ («σήμερα είμαι εδώ για να αφηγηθώ μία τελείως ελληνική ιστορία») και αφηγείται το εκάστοτε θέμα που έχει ερευνήσει. Στα «Αληθινά Εγκλήματα» από την άλλη, η γλώσσα είναι απλή, σαφής και το ύφος αφηγηματικό και δραματικό, όπως φαίνεται και από τα αποσπάσματα που παρατέθηκαν παραπάνω. Στις εκπομπές «LIFO POLITICS» και «Ιστορία μιας πόλης» το ύφος είναι πιο δημοσιογραφικό, η γλώσσα ελαφρώς πιο εξειδικευμένη («casus belli», «αναγράφεται η τάξη του φόρου») – περισσότερο στο «LIFO POLITICS». Το τελικό αποτέλεσμα, ωστόσο, αναδύει οικειότητα λόγω της ζωντανής συζήτησης μεταξύ καλεσμένων και παραγωγών («θέλω λοιπόν να μας εξηγήσεις τι συμβαίνει», «Θέλω να ξεκινήσουμε

από μερικές πολύ βασικές πληροφορίες πριν πάμε σε ειδικότερα παραδείγματα περιγραφών»).

2.2. Ευρήματα θεματικής ανάλυσης στις συνεντεύξεις των ακροατών

Τα ευρήματα της θεματικής ανάλυσης στις συνεντεύξεις των ακροατών ανέδειξαν τέσσερις βασικές θεματικές κατηγορίες οι οποίες αφορούν τα κίνητρα ακρόασης, την ικανοποίηση από το περιεχόμενο των podcast της LIFO, τα κριτήρια για την επιλογή ενός podcast και την επίδραση της ακρόασης podcast στη σχέση των ακροατών με τη LIFO.

Το πρώτο εύρημα αφορά στα κίνητρα ακρόασης των ακροατών. Και οι τρεις συνεντευξιαζόμενοι δήλωσαν ότι ακούνε τα podcast όταν κάνουν παράλληλα μία άλλη δραστηριότητα και δεν είναι δυνατή η κατανάλωση περιεχομένου με διαφορετικό τρόπο εκείνη τη στιγμή. Ο ακροατής Α για την ακρόαση podcast είπε σχετικά: «(...) συνήθως στο αυτοκίνητο (...) επειδή δεν έχω τη δυνατότητα να... να διαβάσω κάποιο άρθρο ή οτιδήποτε, προτιμώ να ακούω εκείνη τη στιγμή κάτι». Και ο Γ: «Ακούω κυρίως όταν κάνω δουλειές στο σπίτι και κάποιες φορές όταν περπατάω». Επίσης, οι ακροατές ανέφεραν ότι στρέφονται στα podcast τόσο για την ενημέρωση, όσο και για τη διασκέδασή τους. Ο ακροατής Β ανέφερε: «πλέον νιώθω ότι στρέφομαι σε αυτά και για ανάγκες ενημέρωσης», ο ακροατής Α: «και για τα δύο» και ο ακροατής Γ: «σίγουρα μαθαίνω καινούρια πράγματα αλλά νομίζω διασκεδάζεις και λίγο.»

Ένα δεύτερο εύρημα που προέκυψε από τη θεματική ανάλυση είναι η ικανοποίηση των ακροατών από το περιεχόμενο των podcast της LIFO. Και οι τρεις ακροατές δήλωσαν ότι νιώθουν ικανοποιημένοι από την ποιότητα περιεχομένου των podcast εκπομπών που ακούνε εστιάζοντας στην εμβάθυνση σε ζητήματα και στην αντικειμενική παρουσίαση των θεμάτων. Για την εμβάθυνση στα επιμέρους θέματα των επεισοδίων ο ακροατής Γ αναφέρει: «εκτιμώ πραγματικά το πόσο καλή δουλειά γίνεται (...) γίνεται πολύ σοβαρή έρευνα» και ο ακροατής Α: «δίνω σημασία όντως στην έρευνα γιατί θέλω να μάθω από αυτό κάποια πράγματα». Για την αντικειμενικότητα ο ακροατής Β: «(...)είναι κάπως μία πληροφορία σφαιρική και μία πληροφορία αχρωμάτιστη» και για την πρωτοτυπία του περιεχομένου ο ακροατής Α: «ένα ζήτημα που δεν θα σου πέρναγε από το μυαλό ότι θέλεις να μάθεις για αυτό»

Το τρίτο εύρημα αφορά τα κριτήρια των ακροατών για την επιλογή podcast. Ένα κριτήριο για την επιλογή των podcast είναι η θεματολογία. Ο ακροατής Α

αναφέρει σχετικά: «Κυρίως είναι η θεματολογία». Αντίστοιχα, ο ακροατής Β δήλωσε ότι εάν βρει ένα podcast ή ένα επεισόδιο το οποίο θα αγγίζει ένα περιεχόμενο που τον ενδιαφέρει, θα το ακούσει. Ένα ακόμα κριτήριο είναι η ποιότητα και μοναδικότητα του περιεχομένου. Ο ακροατής Α: « (...) κάθε φορά και μία ιστορία διαφορετική που δεν μπορείς να τη βρεις εύκολα ούτε σε ένα άρθρο, ούτε σε ένα ας πούμε τηλεοπτικό προϊόν ή σε κάποιο έργο στην τηλεόραση ή σε κάτι τέτοιο, στον κινηματογράφο». Αντίστοιχα ο ακροατής Γ: «συνδυάζουν πολύ.. πολύ ωραία την ενδιαφέρουσα θεματολογία με την καλή έρευνα. Δεν βρίσκεις άλλα εύκολα (σ.σ. podcast) που να τα συνδυάζουν και τα δύο τόσο καλά». Ένα τρίτο κριτήριο είναι ο αφηγητής - παραγωγός. Ο ακροατής Β αναφέρει: «(...) η αλήθεια είναι ότι έχω μία προτίμηση στον παραγωγό, δηλαδή κάπως έχω επιλέξει τα στήλες podcast που ακούω από τις περσόνες και τους ανθρώπους που τα κάνουν host». Αντίστοιχα, ο ακροατής Γ: «(...) εάν τον ξέρω (σ.σ. τον αφηγητή), και εάν μου αρέσει ο τρόπος που παρουσιάζει κάτι τότε το προτιμώ.» Ένα τέταρτο κριτήριο είναι το ίδιο το μέσο. Από τις συνεντεύξεις προέκυψε ότι για τους ακροατές η επαφή και η εξοικείωση με τη LIFO λειτούργησε ως κίνητρο στην ακρόαση των podcast του μέσου. Ο ακροατής Γ αναφέρει σχετικά: «(...) παρακολουθώ τη LIFO, Και όταν είδα στο spotify ότι έχει podcast, τα έψαξα και έβαλα και άκουσα κάποια» και ο ακροατής Β: «(...)τον κύριο Δημοκίδη τον ήξερα και από παλαιότερα, το πρώτο podcast της LIFO που άκουσα ήταν τα “Μικροπράγματα” και στην πορεία ακολούθησαν και άλλα». Επίσης, οι ακροατές δήλωσαν ότι προτιμούν το πρωτογενές περιεχόμενο, ενώ και οι τρεις δήλωσαν ότι δεν έλκονται από περιεχόμενο όπως αυτό της εκπομπής «Ηχητικά Άρθρα». Ο ακροατής Α: «Δεν είναι το αγαπημένο μου. Είναι στην ίδια κατηγορία που βάζω και τα audiobooks. Είναι μία λύση δηλαδή ανάγκης εάν δηλαδή πραγματικά θέλεις να ακούσεις ένα άρθρο» και ο ακροατής Β: «Ίσως να μην τους έχω δώσει εγώ τον χρόνο (...) και είναι ίσως μία δική μου προκατάληψη στο ότι επιλέγω να ακούσω ένα πρωτογενές περιεχόμενο το οποίο γεννάται εκείνη τη στιγμή από τον παραγωγό»

Ένα τέταρτο εύρημα αφορά την επίδραση της ακρόασης podcast στη σχέση των ακροατών με τη LIFO ως μέσο. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρουμε ότι και οι τρεις ακροατές δήλωσαν αναγνώστες της έντυπης ή/και διαδικτυακής LIFO. Από την έρευνα προέκυψε ότι η ακρόαση podcast είχε σαν αποτέλεσμα οι ακροατές να καταναλώνουν περισσότερο περιεχόμενο του μέσου συνολικά, ενισχύοντας έτσι τη σύνδεση με το ίδιο το μέσο. Πιο συγκεκριμένα, δύο στους τρεις δήλωσαν ότι αξιοποιούν τα podcast της LIFO ως πηγή περιεχομένου, χωρίς να έχουν μειώσει την

ανάγνωση άρθρων του έντυπου ή του διαδικτυακού μέσου. Ο ακροατής Γ είπε σχετικά: «Ακολουθώ τη LIFO στα social και συχνά πέφτω σε άρθρα της και τα διαβάζω. Τώρα απλά ακούω και podcast της». Και ο ακροατής Β, αντίστοιχα : «ο τρόπος εν πάση περιπτώσει που εεε.. έρχομαι σε επαφή με τη LIFO είναι ο ίδιος και τώρα». Επίσης, μέσω των podcast οι ακροατές είχαν την ευκαιρία να μάθουν ή να γνωρίσουν καλύτερα τους δημοσιογράφους του μέσου που είναι και οι δημοσιογράφοι – παραγωγοί των podcast που ακούνε, ενισχύοντας έτσι τελικά την οικειότητα που νιώθουν προς το ίδιο το μέσο. Ο ακροατής Α ανέφερε: «Για να είμαι ειλικρινής όχι, δεν τους γνώριζα. Αλλά τώρα που τους γνωρίζω εκτιμώ τη δουλειά τους» και ο ακροατής Β: «Διαβάζω γενικά χρόνια LIFO και τους ήξερα μέσα από τα άρθρα τους. Απλά τώρα, μέσα από τα podcast, νιώθω ας πούμε σαν να τους ξέρω λίγο καλύτερα». Τέλος, από την έρευνα προέκυψε ακόμα ότι οι ακροατές πιστεύουν πως τα podcast της LIFO αντικατοπτρίζουν και την ταυτότητα του μέσου, κάτι το οποίο φαίνεται να ενισχύει την εκτίμησή τους για τη LIFO ως μέσο. Ο ακροατής Β είπε σχετικά: «Ναι, πιστεύω ότι (σ.σ. τα podcast) την αντανakλούν (σ.σ. την ταυτότητα), τουλάχιστον την αντανakλούν στο τώρα. (...) Νιώθω ότι η LIFO ανταπεξέρχεται στις επιταγές της σύγχρονης πραγματικότητας και ότι είναι γενικά ένα μέσο σύγχρονο (...) έχει μία φρεσκάδα, παρακολουθεί τα γεγονότα, τις εξελίξεις, είναι σε μία πορεία σύμφωνη με αυτές, χωρίς να χάνει τον χαρακτήρα της. (...) Οπότε κάπως το εκλαμβάνω ως ένα μέσο και θεωρώ ότι υπάρχει σύμπνοια» και ο ακροατής Α: «μου αρέσει γενικά η αισθητική και η προσέγγιση που έχει σε διάφορα ζητήματα.. και κάπως έτσι σκέφτηκα να εξερευνήσω και τα podcast. Κάποια περισσότερο κάποια λιγότερο νομίζω ότι ακουμπάνε στο στιλ που έχει η LIFO και στο έντυπο και στο site».

3. Σύνθεση ευρημάτων – Αποτελέσματα έρευνας

Αφού παρουσιάστηκαν παραπάνω τα ευρήματα από τη θεματική ανάλυση στο περιεχόμενο και στις συνεντεύξεις, σε αυτήν την ενότητα πραγματοποιείται η σύνδεσή τους με ευρήματα που προέκυψαν από την έρευνα σχετικά με την ιστορία της LIFO, την ταυτότητά της ως free press μέσο, τη διανομή των podcast στις πλατφόρμες διανομής ηχητικού περιεχομένου και την ευρύτερη ψηφιακή παρουσία της LIFO.

3.1. Η LIFO ως free press μέσο στην ψηφιακή εποχή

Η LIFO είναι ένα από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα free press μέσω στην Ελλάδα. Το πρώτο τεύχος κυκλοφόρησε τον Δεκέμβριο του 2005, μια εποχή που το μοντέλο των free press μέσω αναπτυσσόταν δυναμικά στην Ελλάδα. Από την αρχή ήταν εμφανής η εστίαση στη νεανική και αστική κουλτούρα. Στο πρώτο τεύχος, όλο το εξώφυλλο κάλυπτε ένα έγχρωμο σχέδιο που αποτύπωνε ένα νεαρό ζευγάρι, ενώ ο τίτλος «Όλα για την Αθήνα» προϋπέθετε το κοινό για το περιεχόμενο της εφημερίδας, αποτυπώνοντας αυτό ακριβώς που ήταν, ένας δηλαδή έντυπος οδηγός πόλης για τη ζωή και τα πολιτιστικά δρώμενα στην Αθήνα. Η κυκλοφορία της εφημερίδας ήταν εβδομαδιαία και στα πρώτα τεύχη της το λογότυπο περιλάμβανε και τη λέξη ATHINA γραμμένη με λατινικούς χαρακτήρες, ενισχύοντας έτσι τον τοπικό της χαρακτήρα (Van Kerkhoven, Bakker, 2014). Η διανομή της γινόταν δωρεάν σε διάφορα σημεία της πόλης, όπως καφέ και σταθμούς μετρό, και το βασικό στοιχείο για την οικονομική της βιωσιμότητα ήταν οι στοχευμένες διαφημίσεις ακολουθώντας το μοντέλο που υιοθετούσαν τα free press μέσα διεθνώς (Van Kerkhoven & Bakker, 2014).

Εμπνευστής και δημιουργός της LIFO ήταν ο δημοσιογράφος Στάθης Τσαγκαρουσιάνος, ο οποίος παραμένει εκδότης της μέχρι και σήμερα. Όταν εκδόθηκε το πρώτο τεύχος του free press μέσω το 2005, ο Στάθης Τσαγκαρουσιάνος ήταν ήδη ένας δημοσιογράφος με πολυετή εμπειρία και σημαντικές συνεργασίες. Στο προφίλ του στη διαδικτυακή LIFO, αναφέρονται κάποιες από αυτές και συγκεκριμένα η συνεργασία του με τον Μάνο Χατζιδάκι στο «Τέταρτο του Χατζιδάκι» και με την εφημερίδα «Ελευθεροτυπία». Η ενασχόλησή του με τις εκδόσεις ξεκίνησε τη δεκαετία του 1990. Το 1993 δημιούργησε και εξέδωσε το περιοδικό «Μηδέν Ένα», ένα περιοδικό με πρωτότυπο περιεχόμενο που στόχευε στο νεανικό κοινό και διαφοροποιούνταν από τα περιοδικά της εποχής. Η εμπειρία αυτή συνέβαλλε πιθανά θετικά στην έκδοση της έντυπης LIFO μία δεκαετία σχεδόν αργότερα.

Με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και την εξάπλωση του διαδικτύου, η LIFO επένδυσε σημαντικά στην διαδικτυακή της παρουσία. Το 2007 δημιουργήθηκε η ιστοσελίδα LIFO.gr η οποία εκτός από το περιεχόμενο των έντυπων τευχών περιελάμβανε επιπλέον άρθρα ποικίλης ύλης, όπως άρθρα επικαιρότητας, στήλες γνώμης, συνεντεύξεις κ.α.. Η διαδικτυακή παρουσία της LIFO διεύρυνε τη στόχευση του κοινού της και την έκανε από ένα τοπικό, ένα υπερ-τοπικό μέσο (Van Kerkhoven & Bakker, 2014). Επιπλέον, ο αυξημένος ανταγωνισμός που κυριαρχεί στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον την ώθησε να εμπλουτίσει το περιεχόμενό της και από ένας οδηγός πόλης, να γίνει ένα μέσο που καλύπτει μία ευρεία γκάμα θεματικών όχι

μόνο τοπικού, αλλά και εθνικού ή διεθνούς ενδιαφέροντος. Πιο συγκεκριμένα, στο περιεχόμενο της έντυπης και διαδικτυακής LIFO πλέον κυριαρχούν ειδήσεις για πολιτικά και κοινωνικά θέματα, κάλυψη θεμάτων σχετικά με τον πολιτισμό, προτάσεις διασκέδασης και άρθρα γνώμης. Ακολουθούν τίτλοι ενδεικτικών άρθρων που βλέπουμε στην διαδικτυακή LIFO το διάστημα Οκτώβριος – Δεκέμβριος 2024: «Ερυθρά Θάλασσα: Αμερικανικό μαχητικό αεροσκάφος καταρρίφθηκε από φίλια πυρά» (2024), «Οι φωτογραφίες της χρονιάς από το National Geographic» (2024), «Μια αφόρητα επιπόλαιη “Φάλαйна”» (Αρκουμανέα Λ, 2024), «Τραυματικές τηλεοπτικές στιγμές της παιδικής ποπ κουλτούρας του ’80» (Τριβόλη Δ., 2024).

Ο συνδυασμός της free press φιλοσοφίας με την διαδικτυακή παρουσία του μέσου φαίνεται να συνέβαλαν θετικά στην εξέλιξή της LIFO, διευρύνοντας το κοινό της και καθιστώντας της ένα επιτυχημένο δημοσιογραφικό μέσο στο ελληνικό δημοσιογραφικό σύστημα. Σύμφωνα με τα στατιστικά της ALEXA, το 2016 η διαδικτυακή LIFO αποτελούσε τον ένατο δημοφιλέστερο ενημερωτικό ιστότοπο στην Ελλάδα («Ποια είναι τα μεγαλύτερα ειδησεογραφικά site σε επισκεψιμότητα στην Ελλάδα αυτή την στιγμή», 2016), ενώ σύμφωνα με το διαδικτυακό εργαλείο Semrush («Lifo.gr, December 2024 Traffic Stats», 2025) τον Δεκέμβρη του 2024, η επισκεψιμότητά της ξεπέρασε τις 19.000.000 επισκέψεις ανά μήνα. Στην ανάδειξη της LIFO σε ένα δημοφιλές ενημερωτικό μέσο συνέβαλε η διατήρηση της ταυτότητάς του με τα χαρακτηριστικά ενός free press μέσου, αλλά και η δημοσιογραφική προσέγγιση που ακολουθεί σε θέματα επικαιρότητας. Αρχικά, στα 19 έτη παρουσίας της, έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην ανάδειξη της πολιτιστικής ζωής της Αθήνας. Επίσης, παρότι πλέον έχει μία δυναμική διαδικτυακή παρουσία, εξακολουθεί να κυκλοφορεί έντυπα ένθετα σε εβδομαδιαία βάση, ξεπερνώντας τον αριθμό των 838 στις 12 Δεκεμβρίου 2024. Ο εμπλουτισμός του περιεχομένου αποτυπώνεται πλέον και στα έντυπα τεύχη που περιλαμβάνουν, όχι μόνο οδηγούς διασκέδασης και ψυχαγωγίας, αλλά και άρθρα πολιτικού και κοινωνικού ενδιαφέροντος, συμβάλλοντας έτσι στον εκδημοκρατισμό της πληροφορίας και στην ενίσχυση της δωρεάν ενημέρωσης. Για παράδειγμα, το τεύχος 838 που κυκλοφόρησε τον Δεκέμβρη του 2024 (το πιο πρόσφατο όταν πραγματοποιήθηκε η έρευνα) (LIFO, 2024, τεύχ. 838) περιλαμβάνει ειδησεογραφία για τις τελευταίες εξελίξεις στην Συρία, αλλά και τη στήλη «Πολιτικό Επτάήμερο» της πολιτικής δημοσιογράφου Βασιλικής Σιούτη, με τα πολιτικά νέα της εβδομάδας. Στο σημείο αυτό, αξίζει να προσθέσουμε ότι η επιλογή του κοινού να ενημερωθεί από ένα μη παραδοσιακό μέσο, όπως είναι η LIFO, δεν είναι τυχαία.

Αντανακλά μία βαθύτερη αλλαγή στις συνήθειες πληροφόρησης στην ψηφιακή εποχή λόγω της μειωμένης εμπιστοσύνης που δείχνει το κοινό στα παραδοσιακά μέσα που συχνά θεωρούνται προκατειλημμένα και ελεγχόμενα (Allan & Thorsen, 2009).

Από τα παραπάνω αποκτούμε μία πρώτη εικόνα για την LIFO ως free press μέσο. Από μία δημοφιλής εφημερίδα πόλης, έγινε ένα διαδικτυακό μέσο εθνικής εμβέλειας με ποικίλο και πλούσιο περιεχόμενο, κερδίζοντας την εμπιστοσύνη του κοινού. Η εξέλιξή του για να προσαρμοστεί στην ψηφιακή εποχή αποτυπώνει την ευρύτερη «μεταμόρφωση» των free press μέσων τα οποία καλούνται να προσαρμοστούν στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον για να επιβιώσουν. Η ψηφιακή στρατηγική της LIFO που θα δούμε και παρακάτω στην ενότητα 3.2 έχει συμβάλει στην ανάπτυξη του μέσου και τα podcast που αποτελούν το βασικό αντικείμενο μελέτης μας, είναι κομμάτι αυτής.

3.2. Η ψηφιακή στρατηγική της LIFO

Η LIFO έχει επενδύσει σημαντικά στη διαδικτυακή της παρουσία. Η αρχή έγινε με τη δημιουργία της διαδικτυακής LIFO το 2007 στην οποία και εμπλούτισε το περιεχόμενό της καλύπτοντας μία ευρεία γκάμα θεματικών. Στο διαδικτυακό μέσο είναι ευδιάκριτες οι πέντε βασικές κατηγορίες θεμάτων: ειδήσεις, culture, απόψεις, τρόπος ζωής, podcast. Οι υποκατηγορίες είναι ακόμα περισσότερες και αποτυπώνουν την εξέλιξη της LIFO από ένα free press και τοπικό μέσο, σε ένα μέσο και με διαδικτυακή παρουσία, με περιεχόμενο ποικίλης ύλης, κοινό από όλη την Ελλάδα, διατηρώντας παράλληλα τα βασικά στοιχεία της ταυτότητάς της. Από τη μία παραμένει ένας ενεργός οδηγός πόλης. Μεγάλο μέρος του διαδικτυακού περιεχομένου ανήκει στις κατηγορίες «Culture» και «Τρόπος ζωής» οι οποίες περιλαμβάνουν πολιτιστικά θέματα που σχετίζονται με το θέατρο, τον κινηματογράφο, τη μουσική και γενικά τις τέχνες αλλά και προτάσεις για έξοδο και διασκέδαση στην πόλη. Από την άλλη, εξίσου μεγάλο μέρος του περιεχομένου της ανήκει στην κατηγορία «Ειδήσεις» όπως είναι τα άρθρα εθνικής και διεθνής επικαιρότητας και τα θέματα σχετικά με την οικονομία, τον αθλητισμό, τον πολιτισμό, το περιβάλλον και την επιστήμη. Το περιεχόμενό της περιλαμβάνει, επίσης, άρθρα γνώμης, συνεντεύξεις, αφιερώματα, ζώδια, θέματα αφιερωμένα ειδικά στην LGBTQ κοινότητα ακόμα και διαδικτυακά παιχνίδια και το «LIFO shop» στο οποίο οι αναγνώστες μπορούν να αγοράσουν βιβλία. Τα podcast, όπως είδαμε και παραπάνω αποτελούν πλέον μία ξεχωριστή κατηγορία στην

θεματολογία του μέσου, γεγονός το οποίο αναδεικνύει τη σημασία που έχουν για την ψηφιακή του στρατηγική.

Η ποικιλία στο περιεχόμενο και η εύκολη πρόσβαση σε αυτό μέσω της διαδικτυακής LIFO είναι μόνο ένας λόγος για τον οποίο το μέσο έχει καταφέρει να ενισχύσει την ψηφιακή και συνολική του παρουσία στο ανταγωνιστικό περιβάλλον της σύγχρονης δημοσιογραφίας. Η άμεση ενημέρωση που παρέχει δημοσιεύοντας ειδήσεις σε πραγματικό χρόνο είναι ακόμα ένας, διεκδικώντας την προσοχή και την εμπιστοσύνη του κοινού για την ενημέρωσή του. Αξίζει να αναφερθεί ότι το περιεχόμενο ανανεώνεται κάθε πέντε με δέκα λεπτά και τα δέκα πιο πρόσφατα δημοσιευμένα άρθρα εμφανίζονται και στην αρχική σελίδα του μέσου. Η αξιοποίηση οπτικοακουστικού υλικού είναι ακόμα ένας τρόπος για να ενισχύσει η LIFO τη διαδικτυακή της παρουσία. Φωτογραφίες και βίντεο συνοδεύουν πολλά από τα άρθρα της, κάνοντας το περιεχόμενό της πιο ελκυστικό για το κοινό και τα podcast ως νέο μέσο, έχουν ενταχθεί στο τακτικό περιεχόμενο του μέσου.

Από την ψηφιακή στρατηγική τις LIFO δεν θα μπορούσε να λείπει και η παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα. Η LIFO έχει ενεργή παρουσία στις περισσότερες από τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες όπως είναι το Facebook και το Instagram. Οι ακόλουθοι του λογαριασμού της LIFO στο Facebook τον Νοέμβριο του 2024 ξεπερνούν τις 750.000, ενώ στο Instagram τις 146.000. Στο Facebook οι δημοσιεύσεις είναι πολύ συχνές – περίπου πέντε ανά ώρα – και οδηγούν στα άρθρα που έχουν δημοσιευτεί στην ιστοσελίδα της LIFO. Στο Instagram από την άλλη οι δημοσιεύσεις είναι λιγότερες και επιλεγμένες. Εστιάζουν σε θέματα πολιτιστικά, κοινωνικά και περιλαμβάνουν εικαστικό ειδικά διαμορφωμένο για την πλατφόρμα και ένα σύντομο κείμενο για το εκάστοτε θέμα. Σπάνια δημοσιεύονται θέματα επικαιρότητας και το προφίλ της παραπέμπει περισσότερο στον χαρακτήρα του free press μέσου παρά σε αυτήν ενός δημοσιογραφικού μέσου που επικεντρώνεται στην επικαιρότητα. Η LIFO διατηρεί επίσης λογαριασμό και στο X (πρώην Twitter) έχοντας πάνω από 318.000 ακολούθους, ο λογαριασμός ωστόσο, παραμένει ανενεργός από το 2022.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η LIFO έχει μία δυνατή ψηφιακή παρουσία η οποία έχει συμβάλει στη διαμόρφωση της ταυτότητας του μέσου στο σήμερα. Εξακολουθεί ως free press μέσο να αναδεικνύει θέματα που σχετίζονται με την αστική κουλτούρα και τον πολιτισμό. Από την άλλη, το περιεχόμενό της περιλαμβάνει και ειδησεογραφικά και κοινωνικά θέματα τα οποία προσεγγίζει με σοβαρότητα, αλλά και με μία πιο προοδευτική ματιά. Διατηρεί, επίσης, το άμεσο και προσιτό ύφος της τόσο

στο έντυπο όσο και στο ψηφιακό μέσο και επιδιώκει τη διάδραση με το κοινό. Η LIFO συνεπώς, σήμερα συνδυάζει τη δημοσιογραφική αξιοπιστία με τη μοντέρνα αισθητική δημιουργώντας ένα σύγχρονο, πολυμορφικό free press μέσο.

3.3. Τα podcast της LIFO και το περιεχόμενό τους

Το podcasting όπως είδαμε και παραπάνω περιλαμβάνεται στην ψηφιακή στρατηγική της LIFO και τα podcast αποτελούν σημαντικό κομμάτι του ψηφιακού περιεχομένου του μέσου. Τον Δεκέμβριο του 2024 η LIFO εμφανίζεται ως παραγωγός 35 podcast (πίνακας 1) τα οποία καλύπτουν μία ευρεία γκάμα θεματικών και καταγράφονται συνοπτικά παρακάτω:

«Οι Αθηναίοι»: Σε κάθε επεισόδιο ξεδιπλώνεται η ιστορία ενός άγνωστου για το ευρύ κοινό Αθηναίου με ενδιαφέρουσα ιστορία ζωής. Δημοσιεύτηκαν μόλις 2 επεισόδια τον Σεπτέμβρη και τον Οκτώβρη του 2020.

«Η ταινία της ζωής μου»: Περιλαμβάνει συνεντεύξεις Ελλήνων ηθοποιών σχετικά με γνωστές ταινίες που έγραψαν ιστορία. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Απρίλιο του 2021 και το πιο πρόσφατο τον Ιούνιο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 57.

«Η Πείνα της Ελένης»: Η σεφ Ελένη Ψυχούλη μιλάει για το φαγητό και τη μαγειρική. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Νοέμβριο του 2021 και το πιο πρόσφατο τον Μάρτιο του 2022. Σύνολο επεισοδίων: 13.

«ΑΜΠΑ»: Οι δημοσιογράφοι Λασκαρίνα Λιακάκου και η Λένα Φουτσιτζή συνομιλούν με άλλες γυναίκες για το γυναικείο φύλο στη σύγχρονη εποχή και κάθε πιθανό ζήτημα που τις απασχολεί. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Ιούνιο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Οκτώβριο του 2021. Σύνολο επεισοδίων: 54.

«Θα σου πω στο διάλειμμα»: Η εκπομπή έχει κεντρικό θέμα τη διαφορετικότητα. Κοινό στόχευση είναι τα παιδιά και τα κείμενα που ακούγονται σε κάθε επεισόδιο είναι γραμμένα από εκπαιδευτικό. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Μάρτιο 2022 και το πιο πρόσφατο τρεις μήνες μετά, τον Ιούνιο του 2022. Σύνολο επεισοδίων: 14.

«Μπούλινγκ»: Περιλαμβάνει αφηγήσεις ανθρώπων που έχουν υποστεί κακοποίηση για το φύλο, την καταγωγή, την ηλικία, τη σεξουαλικότητά τους κ.α.. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Ιούνιο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Ιούλιο του 2022. Σύνολο επεισοδίων: 15.

«Το τραγούδι των Ελλήνων». Η δημοσιογράφος Αργυρώ Μποζώνη παίρνει συνεντεύξεις από Έλληνες ερμηνευτές και συνθέτες. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Απρίλιο του 2022 και το πιο πρόσφατο τον Ιούνιο του 2022. Σύνολο επεισοδίων: 15.

«Στο δρόμο»: Τα επεισόδια καλύπτουν ζητήματα γύρω από το ευρύτερο θέμα της μετακίνησης. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Απρίλιο του 2022 και το πιο πρόσφατο τον Οκτώβριο του 2022. Σύνολο επεισοδίων: 30.

«Η Στέγη στη LIFO»: Ο Πάνος Σακκάς συνομιλεί με επιστήμονες για κοινωνικά και επιστημονικά ζητήματα. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Οκτώβριο του 2022 και το πιο πρόσφατο δύο μήνες μετά, τον Δεκέμβριο του 2022. Σύνολο επεισοδίων: 20.

«Fake News»: Ο Άρης Δημοκίδης έρευνα υποθέσεις για τις οποίες υπήρξε διασπορά ψευδών ειδήσεων. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Σεπτέμβριο του 2022 και το πιο πρόσφατο τον Ιανουάριο του 2023. Σύνολο επεισοδίων: 9.

«Ετοιμοι για ζωή»: Έλληνες αθλητές μιλούν για την αξία της καθημερινής προσπάθειας. Η εκπομπή είναι χορηγούμενη από την ασφαλιστική εταιρεία Allianz. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Δεκέμβριο του 2022 και το πιο πρόσφατο τον Φεβρουάριο του 2023. Σύνολο επεισοδίων: 5.

«Άννα Κ.»: Η δημοσιογράφος Άννα Κόκορη συνομιλεί με άτομα της νέας γενιάς για τα προβλήματα που τα απασχολούν. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Ιούνιο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Φεβρουάριο του 2023. Σύνολο επεισοδίων: 80.

«Μέρες – Γιώργος Σεφέρης»: Κάθε επεισόδιο είναι και ένα απόσπασμα από τα Ημερολόγια του Γιώργου Σεφέρη. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Ιούνιο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Φεβρουάριο του 2023. Σύνολο επεισοδίων: 34.

«WTF? Κι όμως συνέβη»: Ο δημοσιογράφος Άγγελος Παπαστεργίου σχολιάζει απρόσμενες ειδήσεις που έχουν δημοσιευτεί στη διαδικτυακή LIFO. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Δεκέμβριο του 2022 και το πιο πρόσφατο τον Απρίλιο του 2023. Σύνολο επεισοδίων: 15.

«Εκτός συνόρων»: Ο δημοσιογράφος Νίκος Ευσταθίου αναλύει θέματα από τη διεθνή επικαιρότητα. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Νοέμβριο του 2022 και το πιο πρόσφατο τον Μάιο του 2023. Σύνολο επεισοδίων: 5

«Τα podcasts του Στάθη Τσαγκαρουσιάνου»: Ο βασικός ομιλητής σε αυτήν την εκπομπή podcast είναι ο εκδότης της LIFO. Η εκπομπή περιλαμβάνει ετερόκλητες

θεματικές από θέματα επικαιρότητας, μέχρι ανέκδοτες ιστορίες διάσημων προσωπικοτήτων που έχει γνωρίσει. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Μάιο του 2022 και το πιο πρόσφατο τον Νοέμβριο του 2023. Σύνολο επεισοδίων: 41

«Αρχείο»: Στα επεισόδια καλεσμένοι εξιστορούν προσωπικά τους βιώματα σε διαφορετικές χώρες και εποχές. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Οκτώβριο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Φεβρουάριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 279.

«Lifo Mini – Series»: Περιλαμβάνει σειρές ηχητικών ντοκιμαντέρ για διάφορα θέματα που σχετίζονται με την ιστορία, την κουλτούρα και την κοινωνία. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Ιούλιο του 2021 και το πιο πρόσφατο τον Μάρτιο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 38

«Pulp Fiction»: Ο δημοσιογράφος και κριτικός κινηματογράφου Θοδωρής Κουτσογιαννόπουλος μιλάει για τον παρόν, το παρελθόν και το μέλλον του ελληνικού και ξένου κινηματογράφου. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Ιούλιο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 86

«The Book Lovers»: Συνεντεύξεις όπου οι καλεσμένοι μιλούν για τα βιβλία που τους διαμόρφωσαν. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Φεβρουάριο του 2021 και το πιο πρόσφατο τον Ιούλιο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 16

«Sex Diaries Uncensored»: Τα επεισόδια περιλαμβάνουν συζητήσεις και έρευνες με αντικείμενο τις ερωτικές επαφές. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Σεπτέμβριο του 2021 και το πιο πρόσφατο τον Αύγουστο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 70.

«Αναγνώσεις»: Καλεσμένοι διαβάζουν αποσπάσματα από γνωστά λογοτεχνικά έργα. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Μάρτιο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 78.

«Πρώτα με ό,τι θες»: Διάσημες προσωπικότητες απαντούν σε ερωτήσεις των ακροατών. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Οκτώβριο του 2022 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 44.

«The Review»: Περιλαμβάνει συζητήσεις για πολιτιστικά επίκαιρα θέματα. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Δεκέμβριο του 2021 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 83.

«Άκου την επιστήμη»: Διακεκριμένοι επιστήμονες μιλούν για τις εξελίξεις στην επιστήμη. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Δεκέμβριο του 2022 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 72.

«Ιστορία μιας πόλης»: Η δημοσιογράφος Αγιάτη Μπενάρδου συνομιλεί με ειδικούς για την ιστορία της Αθήνας. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Δεκέμβριο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 140.

«Μικροπράγματα»: Περιλαμβάνει αυτοτελή ηχητικά ντοκιμαντέρ για διάσημες προσωπικότητες και θέματα. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Αύγουστο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 229.

«Αληθινά Εγκλήματα»: Σε κάθε επεισόδιο ερευνάται μία αληθινή ιστορία εγκλήματος. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Οκτώβριο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2023. Σύνολο επεισοδίων: 72.

«LIFO POLITICS»: Η δημοσιογράφος Βασιλική Σιούτη ερευνά, σχολιάζει και συνομιλεί με καλεσμένους για θέματα εθνικής και διεθνής επικαιρότητας. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Φεβρουάριο του 2021 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 140.

«Ηχητικά Άρθρα»: Τα επεισόδια περιλαμβάνουν επιλεγμένα άρθρα που έχουν δημοσιευτεί στην διαδικτυακή LIFO διατίθενται σε ηχητική μορφή. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Ιούνιο 2020 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 185.

«Radio Lifo»: Σε κάθε επεισόδιο αναλύεται ένα διαφορετικό θέμα που έχει επιλεγθεί από δημοσιογράφους του μέσου. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Ιούλιο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 354.

«Greek Chic»: Η εκπομπή εστιάζει σε ελληνικές συνήθειες και θέματα μαζικής κουλτούρας. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Σεπτέμβριο του 2023 και το πιο πρόσφατο τον Νοέμβριο του 2023. Σύνολο επεισοδίων: 6.

«Βιβλία και Συγγραφείς»: Κάθε επεισόδιο είναι αφιερωμένο σε ένα βιβλίο ή έναν συγγραφέα. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Δεκέμβριο του 2020 και το πιο πρόσφατο τον Μάιο του 2023. Σύνολο επεισοδίων: 180.

«Το κρασί με απλά λόγια»: Η εκπομπή περιλαμβάνει συζητήσεις με ειδικούς σε θέματα κρασιού. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Δεκέμβριο του 2021 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 66.

«Ζούμε, ρε»: Η συγκεκριμένη εκπομπή podcast είναι αφιερωμένη στα άτομα με αναπηρία. Το πρώτο επεισόδιο δημοσιεύτηκε τον Σεπτέμβριο του 2022 και το πιο πρόσφατο τον Δεκέμβριο του 2024. Σύνολο επεισοδίων: 46.

Η παραπάνω καταγραφή είναι σύντομη, αλλά αποτυπώνει την ποικιλία στο περιεχόμενο το οποίο καλύπτει μία ευρεία γκάμα θεματικών, από τη ζωή στην Αθήνα και τον πολιτισμό, μέχρι την επικαιρότητα, την επιστήμη τα αληθινά εγκλήματα και ερευνητικά ηχητικά ντοκιμαντέρ. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι πολλές από τις παραπάνω εκπομπές έχουν σταματήσει να δημοσιεύουν νέα επεισόδια. Τον Δεκέμβριο του 2024 παρατηρούμε ότι στη LIFO.gr είναι «ενεργές» οι 13 από τις 35 συνολικά εκπομπές και συγκεκριμένα οι εξής: «Ρώτα με ό,τι θες», «The Review», «Άκου την επιστήμη», «Μικροπράγματα», «Αληθινά Εγκλήματα», «LIFO POLITICS», «Ηχητικά Άρθρα», «Greek Chic», «Βιβλία και Συγγραφείς», «Το κρασί με απλά λόγια», «Ζούμε, ρε», «Radio Lifo» και «Ιστορία μιας πόλης». Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι βάσει της παραπάνω καταγραφής, η LIFO φαίνεται ότι ξεκίνησε να παράγει podcast το 2020, την περίοδο δηλαδή της πανδημίας, που το κοινό στρεφόταν σε εναλλακτικές μορφές διασκέδασης.

A/A	Εκπομπές podcast της LIFO	Ημ/νία δημοσίευσης 1ου επεισοδίου	Ημ/νία δημοσίευσης πιο πρόσφατου επεισοδίου (μέχρι τον 12/2024)	Σύνολο επεισοδίων
1	«Οι Αθηναίοι»	Σεπτέμβριος 2020	Οκτώβριος 2020	2
2	«Η ταινία της ζωής μου	Απρίλιος 2021	Ιούνιος 2024	57
3	«Η Πείνα της Ελένης»	Νοέμβριος 2021	Μάρτιος 2022	13
4	«ΑΜΠΙΑ»	Ιούνιος 2020	Οκτώβριος 2021	54
5	«Θα σου πω στο διάλειμμα»	Μάρτιος 2022	Ιούνιος 2022	14
6	«Μπούλινγκ»	Ιούνιος 2020	Ιούλιος 2022	15
7	«Το τραγούδι των Ελλήνων»	Απρίλιος 2022	Ιούνιος 2022	15
8	«Στο δρόμο»	Απρίλιος 2022	Οκτώβριος 2022	30
9	«Η Στέγη στη LIFO»	Οκτώβριος 2022	Δεκέμβριος 2022	20
10	«Fake News»	Σεπτέμβριος 2022	Ιανουάριος 2023	9
11	«Έτοιμοι για ζωή»	Δεκέμβριος 2022	Φεβρουάριος 2023	5
12	«Αννα Κ.»	Ιούνιος 2020	Φεβρουάριος 2023	80
13	«Μέρες – Γιώργος Σεφέρης»	Ιούνιος 2020	Φεβρουάριος 2023	34
14	«WTF? Κι όμως συνέβη»	Δεκέμβριος 2022	Απρίλιος 2023	15
15	«Εκτός συνόρων»	Νοέμβριος 2022	Μάιος 2023	5
16	«Τα podcasts του Στάθη Τσαγκαρουσιάνου»	Μάιος 2022	Νοέμβριος 2023	41
17	«Αρχείο»	Οκτώβριος 2020	Φεβρουάριος 2024	279
18	«Lifo Mini – Series»	Ιούλιος 2021	Μάρτιος 2024	38
19	«Pulp Fiction»	Ιούλιος 2020	Δεκέμβριος 2024	86
20	«The Book Lovers»	Φεβρουάριος 2021	Ιούλιος 2024	16
21	«Sex Diaries Uncensored»	Σεπτέμβριος 2021	Αύγουστος 2024	70
22	«Αναγνώσεις»	Μάρτιος 2020	Δεκέμβριος 2024	78
23	«Ρώτα με ό,τι θες»:	Οκτώβριος 2022	Δεκέμβριος 2024	44
24	«The Review»:	Δεκέμβριος 2021	Δεκέμβριος 2024	83
25	«Άκου την επιστήμη»:	Δεκέμβριος 2022	Δεκέμβριος 2024	72
26	«Η ιστορία μίας πόλης»:	Δεκέμβριος 2020	Δεκέμβριος 2024	140
27	«Μικροπράγματα»:	Αύγουστος 2020	Δεκέμβριος 2024	229
28	«Αληθινά Εγκλήματα»:	Οκτώβριος 2020	Δεκέμβριος 2023	72
29	«LIFO POLITICS»:	Φεβρουάριος 2021	Δεκέμβριος 2024	140
30	«Ηχητικά Άρθρα»:	Ιούνιος 2020	Δεκέμβριος 2024	185
31	«Radio Lifo»:	Ιούλιος 2020	Δεκέμβριος 2024	354
32	«Greek Chic»:	Σεπτέμβριος 2023	Νοέμβριος 2023	6
33	«Βιβλία και Συγγραφείς»:	Δεκέμβριος 2020	Μάιος 2023	180
34	«Το κρασί με απλά λόγια»:	Δεκέμβριος 2021	Δεκέμβριος 2024	66
35	«Ζούμε, ρε»:	Σεπτέμβριος 2022	Δεκέμβριος 2024	46

Πίνακας 1: Τα podcast στα οποία η LIFO εμφανίζεται ως παραγωγός το διάστημα 2020 – 2024.

Στην παρούσα εργασία εστιάσαμε σε πέντε ενεργές εκπομπές podcast της LIFO. Κατά τη μελέτη του περιεχομένου τους σε σχέση με το περιεχόμενο του έντυπου

και διαδικτυακού μέσου, παρατηρήθηκε ότι τα podcast λειτουργούν σε κάποιες περιπτώσεις συμπληρωματικά στο ήδη υπάρχον περιεχόμενο της LIFO και σε κάποιες άλλες ως αυτόνομο προϊόν με ανεξάρτητη αξία. Για παράδειγμα, τα επεισόδια της εκπομπής «Ηχητικά Άρθρα» τα οποία στην ουσία περιλαμβάνουν ηχογραφημένα άρθρα που έχουν ήδη δημοσιευτεί στο έντυπο ή/και διαδικτυακό μέσο, δεν αποτελούν πρωτογενές περιεχόμενο. Από την άλλη, οι εκπομπές «LIFO POLITICS» και «Μικροπράγματα» δημοσιεύουν περιεχόμενο που δεν υπάρχει στο έντυπο ή διαδικτυακό μέσο, παρότι υπάρχουν άρθρα με σχετική θεματολογία. Τέλος, οι εκπομπές «Αληθινά Εγκλήματα» και «Ιστορία μίας πόλης» καλύπτουν δύο διαφορετικές κατηγορίες θεματολογίας που δεν υπάρχουν καθόλου στην έντυπη ή διαδικτυακή LIFO.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η LIFO αξιοποιεί τα podcast για τον εμπλουτισμό του περιεχομένου της καλύπτοντας πολλές και διαφορετικές κατηγορίες περιεχομένου, κάποιες από τις οποίες δεν υπάρχουν καθόλου στο έντυπο ή διαδικτυακό μέσο. Τα οφέλη, ωστόσο, από τη χρήση των podcast ως εργαλείο παραγωγής περιεχομένου δεν αφορούν μόνο την κάλυψη μία ευρείας γκάμας θεματολογίας. Σχετίζονται και με την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά του περιεχομένου που παράγεται και προκύπτουν και από τα χαρακτηριστικά των podcast ως νέο μέσο, όπως θα δούμε στην ενότητα 3.4 που ακολουθεί.

3.4. Τα οφέλη από τη χρήση των podcast στην παραγωγή περιεχομένου

Μελετώντας το περιεχόμενο των 20 επεισοδίων podcast της LIFO στα πλαίσια της έρευνας, εντοπίστηκαν σε πολλά από αυτά κοινά χαρακτηριστικά, τα οποία ανέδειξαν τα εν δυνάμει οφέλη από τη χρήση των podcast ως εργαλείο για τη δημιουργία περιεχομένου. Τα οφέλη αυτά σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά των podcast ως ψηφιακό μέσο.

Ένα πρώτο όφελος είναι η δυνατότητα εμβάθυνσης στα θέματα που καλύπτονται στα επιμέρους επεισόδια και η εκτενής ανάλυσή τους μέσω της αφήγησης ή της ζωντανής συζήτησης. Στις εκπομπές «Αληθινά Εγκλήματα» και «Μικροπράγματα» οι δημοσιογράφοι Άρης Δημοκίδης και Νίκος Τσέφλιος πραγματοποιούν δημοσιογραφική έρευνα για το εκάστοτε θέμα και το παρουσιάζουν με αφηγηματικό τρόπο παρέχοντας ολοκληρωμένη και λεπτομερή πληροφόρηση στους ακροατές. Για παράδειγμα, το επεισόδιο «Η σκληρή αλήθεια για τη Μαρία Κάλλας»

διαρκεί 1 ώρα και 15 λεπτά και περιλαμβάνει γνωστές και άγνωστες στο ευρύ κοινό πληροφορίες για τη Μαρία Κάλλας. Στην αφήγηση παρεμβάλλονται επίσης αποσπάσματα συνεντεύξεων των Μαρία Κουσθένη, Άγγελο Παπαδημητρίου και Χριστόφορο Σταμπόγλη μεταξύ άλλων, που πραγματοποίησε ο δημοσιογράφος στα πλαίσια του συγκεκριμένου επεισοδίου. Αντίστοιχα, στην εκπομπή «Αληθινά Εγκλήματα» ο Νίκος Τσέφλιος ερευνά και το οικογενειακό και ψυχολογικό υπόβαθρο των εμπλεκόμενων, όπως στο επεισόδιο «Υπόθεση Μονσελά: Δολοφόνος από οίκτος», διάρκειας 39 λεπτών, στο οποίο εστιάζει στις προσωπικότητες του θύτη και του θύματος. Από την άλλη, στις εκπομπές «LIFO POLITICS» και «Ιστορία μίας πόλης» η ανάλυση στο κάθε επεισόδιο γίνεται μέσα από ζωντανές συζητήσεις με ειδικούς. Στο επεισόδιο «Η Ε.Ε. πιάστηκε για άλλη μία φορά στη Συρία» η Βασιλική Σιούτη συζητά με τον ευρωβουλευτή Γιάννη Μανιάτη για τις εξελίξεις στη Συρία μετά την πτώση του Άσαντ. Με παρόμοιο τρόπο η Αγιάτη Μπενάρδου στο επεισόδιο «Η καθημερινή ζωή στην Αθήνα μέσα από αρχαίες επιγραφές», αφηγείται την ιστορία των αρχαίων Ελληνικών επιγραφών και ερευνά το περιεχόμενό τους, συζητώντας με τον ιστορικό και συγγραφέα Άγγελο Ματθαίου. Τα podcast ως εργαλείο παραγωγής περιεχομένου, φαίνεται, συνεπώς, ότι επιτρέπει στους δημιουργούς να εμβαθύνουν σε ένα θέμα και να το παρουσιάσουν μέσω της αφήγησης ή της ζωντανής συζήτησης με τρόπο κατανοητό και εμπειριστατώμενα, προσδίδοντας στο περιεχόμενο δημοσιογραφική αξία.

Ένα δεύτερο όφελος είναι η δυνατότητα χρήσης ηχητικών στοιχείων, ενισχύοντας με τον τρόπο αυτό, αφενός την εμπειρία του κοινού, και αφετέρου την αξιοπιστία του περιεχομένου. Σε όλα τα επεισόδια της εκπομπής «Αληθινά Εγκλήματα» ακούγονται ήχοι όπως ο ήχος βημάτων ή βροχής, ενώ εντοπίστηκε και μουσική επένδυση με μελωδίες δραματικές και αγωνίας. Στις εκπομπές «Μικροπράγματα» και «Αληθινά Εγκλήματα», επίσης, παρεμβάλλονται στην αφήγηση ηχητικά αποσπάσματα από ρεπορτάζ και εκπομπές σχετικές με το εκάστοτε θέμα, τα οποία ενισχύουν την αυθεντικότητα και τη δημοσιογραφική αξία του περιεχομένου. Για παράδειγμα στο επεισόδιο «Η σκληρή αλήθεια τη διαμάχη του Καζαντζίδη με τον Νικολόπουλο», ακούγονται αποσπάσματα από συνεντεύξεις του Καζαντζίδη για το εν λόγω θέμα. Αντίστοιχα, στο επεισόδιο «Ο “δράκος” της Δράμας η υπόθεση που σόκαρε την Ελλάδα» ακούγονται αποσπάσματα συνεντεύξεων του δολοφόνου Κυριάκου Παπαχρόνη και του θύματος Μαγδαληνή Πασιτιάδου.

Ένα τρίτο όφελος από τη χρήση των podcast στην παραγωγή περιεχομένου σχετίζεται με το πώς το περιεχόμενο που παράγεται, παρουσιάζεται στο κοινό. Η αφήγηση και η ζωντανή συζήτηση επιτρέπει στους παραγωγούς δημοσιογράφους να παρουσιάσουν ένα σύνθετο ή περίπλοκο θέμα με τρόπο κατανοητό. Στην εκπομπή «Η σκληρή αλήθεια για τους Έλληνες Ρομά», ένα πολυδιάστατο κοινωνικό ζήτημα, το θέμα ξεδιπλώνεται μέσα από την αφήγηση του δημοσιογράφου, προσεγγίζεται τμηματικά και ανά κατηγορία: Η ιστορία των Ρομά στην Ελλάδα, Ρομά και Εκπαίδευση, παραβατικότητα, Ρομά και ΜΜΕ, τρόποι ενσωμάτωσης. Αντίστοιχα, στην εκπομπή «LIFO POLITICS» που δεν υπάρχει αφήγηση, αλλά ζωντανή συζήτηση, το περιεχόμενο αναλύεται μέσα από τις ερωτήσεις της δημοσιογράφου και τον διάλογο με τον συνομιλητή. Στο επεισόδιο «Γιατί κατέρρευσε η Γερμανική κυβέρνηση;», η πρώτη ερώτηση προς τον καλεσμένο, Φέρρυ Μπατζόγλου, ήταν η εξής: «(...) Έχουμε πολλές εξελίξεις τελευταία. Θέλω λοιπόν να μας εξηγήσεις τι συμβαίνει. Καταρρέει η γερμανική κυβέρνηση και γιατί;». Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρουμε ότι τα podcast λόγω της χρήσης της ανθρώπινης φωνής, δημιουργεί έναν πιο προσωπικό τόνο επικοινωνίας. Στην περίπτωση των επεισοδίων που μελετήθηκαν, το ρόλο του αφηγητή - παραγωγού έχουν δημοσιογράφοι και τα podcast προσφέρουν τη δυνατότητα στο κοινό να τους γνωρίσει καλύτερα.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι τα podcast ως νέο μέσο μπορούν να συμβάλλουν στην παραγωγή πρωτογενούς ποιοτικού περιεχομένου. Τα πλεονεκτήματά τους σε σχέση με τη δημιουργία περιεχομένου όπως αναλύονται παραπάνω είναι τα ακόλουθα. Πρώτον, παρέχουν τη δυνατότητα εμβάθυνσης και εκτενής ανάλυσης ενός θέματος προσφέροντας έτσι μία ολοκληρωμένη και σε βάθος ενημέρωση στο κοινό. Δεύτερον, παρέχουν τη δυνατότητα χρήσης ηχητικών στοιχείων που ενισχύουν την εμπειρία του ακροατή και την αξιοπιστία του περιεχομένου και τρίτον, ο ζωντανός διάλογος επιτρέπει την παρουσίαση σύνθετων θεμάτων με τρόπο κατανοητό για το κοινό. Τα free press μέσα, συνεπώς, μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα podcast όχι απλώς για τον εμπλουτισμό του περιεχομένου τους, αλλά και για τη δημιουργία ποιοτικού πρωτογενούς περιεχομένου με δημοσιογραφική αξία. Η LIFO φαίνεται να αξιοποιεί κατά αυτόν τον τρόπο τα podcast, δημιουργώντας έτσι περιεχόμενο που αναδεικνύει τη δημοσιογραφική ποιότητα και αξιοπιστία του ίδιου του μέσου.

3.5. Τα podcast ως εργαλείο ενίσχυσης της ταυτότητας της LIFO ως free press μέσο

Όπως είδαμε στην ενότητα 3.2 στο ερευνητικό πλαίσιο, η LIFO στην ψηφιακή εποχή διατηρεί την ταυτότητα του free press μέσου, κάτι το οποίο αποτυπώνεται αφενός στο περιεχόμενό της και αφετέρου στο προσιτό και οικείο ύφος της. Τα podcast, όπως προέκυψε από την έρευνα, χρησιμοποιούνται από τη LIFO για την ενίσχυση της ταυτότητάς της ως free press μέσο στο ψηφιακό περιβάλλον.

Αρχικά, αυτό φαίνεται με τη δημιουργία podcast που αφορούν την Αθήνα. Η LIFO ως free press μέσο ξεκίνησε ως ένας οδηγός πόλης της Αθήνας και η εκπομπή podcast «Ιστορία μιας πόλης» περιλαμβάνει θέματα που σχετίζονται αποκλειστικά με την ιστορία της πόλης αυτής, ενισχύοντας έτσι τον τοπικό χαρακτήρα του μέσου. Για παράδειγμα, το επεισόδιο «Πώς διασκεδάζαν οι Αθηναίοι στη Μάντρα του Αττίκ;» ξεδιπλώνει την ιστορία του Αττίκ και του μαγαζι «Μάντρα» που ήταν από τα πιο δημοφιλή στην Αθήνα τη δεκαετία του 1930. Αντίστοιχα, στο επεισόδιο «Υπήρχαν χωριά στην Αθήνα;» αναλύεται μέσα από τη συζήτηση της ιστορικού – παραγωγού και του καλεσμένου της η ιστορία των οικισμών στην πόλη της Αθήνας. Ένα ακόμα podcast που αφορούσε την Αθήνα ήταν η εκπομπή «Οι Αθηναίοι». Σε κάθε επεισόδιο ξεδιπλώνεται η ιστορία ενός άγνωστου για το ευρύ κοινό Αθηναίου με ενδιαφέρουσα ιστορία ζωής. Αξίζει να σημειωθεί ότι η συγκεκριμένη εκπομπή είχε σύντομη διάρκεια ζωής, ωστόσο, στο διαδικτυακό μέσο διατηρείται ομώνυμη στήλη που περιλαμβάνει συνεντεύξεις Αθηναίων και τις ιστορίες τους.

Η χρήση των podcast για την ενίσχυση της ταυτότητας της LIFO ως free press μέσο φαίνεται και από το ύφος και την αισθητική των podcast εκπομπών της. Στην πλειοψηφία τα podcast της LIFO που μελετήθηκαν υιοθετούν έναν προσιτό τόνο που δημιουργεί στον ακροατή μία αίσθηση αμεσότητας και οικειότητας, αντανakλώντας την αισθητική και το ύφος του ίδιου του μέσου. Στο επεισόδιο «Η σκληρή αλήθεια για τους Έλληνες Ρομά» ο δημοσιογράφος Άρης Δημοκίδης αναφέρει: «Είναι μεσημέρι (...) και συνδέομαι στο zoom με τη μαθήτριά της Τρίτης Γυμνασίου, Ελένη Χαϊδάρογλου». Στις εκπομπές «LIFO POLITICS» και «Η ιστορία μιας πόλης» το ύφος είναι πιο σοβαρό και η γλώσσα πιο εξειδικευμένη. Για παράδειγμα, στα επεισόδια που μελετήθηκαν ακούγονται φράσεις όπως «casus belli», «ευρωκρίση» και «τάξη του φόρου». Η αφήγηση, ωστόσο, γίνεται πιο οικεία στο κοινό λόγω της ζωντανής συζήτησης μεταξύ καλεσμένων και δημοσιογράφου. Στην εκπομπή «Οι Χριστιανοί

της Συρίας και η ανεξιχνίαστη απαγωγή του Μητροπολίτη Χαλεπίου» η Βασιλική Σιούτη αναφέρει: «Είναι μία από τις πιο συγκλονιστικές υποθέσεις που έχω ερευνήσει προσωπικά ως δημοσιογράφος».

Ένας τρίτος τρόπος με τον οποίο η LIFO ενισχύει την ταυτότητά της ως free press μέσο αξιοποιώντας τα podcast, είναι με την προώθηση του περιεχομένου του έντυπου και διαδικτυακού μέσου. Η εκπομπή «Ηχητικά Άρθρα» περιλαμβάνει ηχογραφημένα άρθρα της έντυπης και διαδικτυακής LIFO. Τα podcast στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιούνται ως ένα επιπλέον κανάλι διανομής περιεχομένου. Το περιεχόμενο, δηλαδή, ήδη υπάρχει στην έντυπη ή διαδικτυακή LIFO και τα podcast αξιοποιούνται για την διανομή του περιεχομένου αυτού σε μεγαλύτερο κομμάτι του κοινού, συμβάλλοντας έτσι στην εξωστρέφεια του μέσου και στην ανάδειξη της ταυτότητάς του. Επίσης, η εκπομπή «Μικροπράγματα» έχει το όνομα ομώνυμης στήλης στη διαδικτυακή LIFO. Στο διαδικτυακό μέσο λειτουργεί ως μια ξεχωριστή ιστοσελίδα, με δικές της κατηγορίες και περιεχόμενο. Το περιεχόμενο των podcast εκπομπών είναι πρωτογενές, ωστόσο, η σύνδεση της εκπομπής με τη στήλη «Μικροπράγματα» της LIFO, ενισχύει τη δυναμική του ίδιου του μέσου στο ψηφιακό περιβάλλον.

Από τα παραπάνω προκύπτει τα podcast μπορούν να αξιοποιηθούν για την ενίσχυση της ταυτότητας ενός free press μέσο. Αυτό γίνεται αρχικά με τη δημιουργία σχετικού περιεχομένου που θα αναδεικνύει τον τοπικό του χαρακτήρα. Στην περίπτωση της LIFO, είδαμε ότι το free press μέσο την τελευταία τετραετία έχει δημιουργήσει δύο εκπομπές podcast με περιεχόμενο που σχετίζεται αποκλειστικά με την Αθήνα. Επιπλέον, το ύφος και η αισθητική αποτελούν παράγοντες που καθορίζουν την ταυτότητα των podcast και εφόσον αυτά συνάδουν με το ύφος και την αισθητική του μέσου-παραγωγού, όπως είδαμε και στην περίπτωση της LIFO, αναδεικνύουν και ενισχύουν τελικά την ταυτότητα του ίδιου του free press μέσου. Τέλος, τα podcast μπορούν να αξιοποιηθούν και για την προώθηση του περιεχομένου του έντυπου και διαδικτυακού free press μέσου. Η LIFO μέσα από την εκπομπή «Ηχητικά Άρθρα» προωθεί άρθρα που έχουν δημοσιευτεί στο έντυπο ή/και διαδικτυακό μέσο, τα οποία το κοινό μπορεί να τα καταναλώσει με διαφορετικό τρόπο.

3.6. Η επίδραση των podcast στη σχέση της LIFO με το κοινό της

Η LIFO είναι ένα μέσο με ισχυρή ταυτότητα και αναγνωρισιμότητα και η χρήση των podcast για την παραγωγή και τη διανομή του περιεχομένου φαίνεται να ενισχύει τη σχέση με το υπάρχον κοινό της.

Αρχικά, τα podcast ικανοποιούν μία ακόμα ανάγκη των αναγνωστών του μέσου: την ανάγκη για ενημέρωση και ψυχαγωγία κατά τον «νεκρό», όπως χαρακτηρίστηκε, χρόνο. Πιο συγκεκριμένα, οι ακροατές των podcast της LIFO, οι οποίοι ανήκουν στο κοινό του διαδικτυακού και έντυπου μέσου, δήλωσαν στις συνεντεύξεις ότι ακούνε τα podcast όταν κάνουν παράλληλα μία άλλη δραστηριότητα και δεν είναι δυνατή η κατανάλωση περιεχομένου με διαφορετικό τρόπο εκείνη τη στιγμή. Ο ακροατής Α για την ακρόαση podcast είπε σχετικά: «(...) συνήθως στο αυτοκίνητο (...) επειδή δεν έχω τη δυνατότητα να... να διαβάσω κάποιο άρθρο ή οτιδήποτε, προτιμώ να ακούω εκείνη τη στιγμή κάτι». Ο ακροατής Β είπε επίσης: «Και τελικά αποδείχθηκαν (σ.σ. τα podcast) μία πολύ ωραία παρέα, συντροφιά σε χρόνους που μπορεί να μου φαίνονταν “νεκροί” . (...) Δηλαδή σε χρόνους που δεν κάνω εκ των πραγμάτων κάτι άλλο, λόγω της φύσης της συνθήκης που είμαι εκείνη την περίοδο». Τα podcast, συνεπώς, βλέπουμε ότι αποτελούν ένα εργαλείο διανομής περιεχομένου που επιτρέπει την κατανάλωση περιεχομένου από το κοινό με διαφορετικό τρόπο. Η ευελιξία που παρέχουν, δίνει τη δυνατότητα στο κοινό να καταναλώσει περιεχόμενο της LIFO σε χρόνους που δεν θα μπορούσε να διαβάσει ένα άρθρο του έντυπου ή διαδικτυακού μέσου, με αποτέλεσμα να καταναλώνουν περισσότερο περιεχόμενο του μέσου συνολικά και τελικά να ενισχύεται η σχέση του κοινού με την ίδια τη LIFO ως μέσο. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι δύο στους τρεις ακροατές δήλωσαν ότι αξιοποιούν τα podcast της LIFO ως πηγή περιεχομένου, χωρίς να έχουν μειώσει την ανάγνωση άρθρων του έντυπου ή του διαδικτυακού μέσου. Ο ακροατής Γ είπε σχετικά: «Ακολουθώ τη LIFO στα social και συχνά πέφτω σε άρθρα της και τα διαβάζω. Τώρα απλά ακούω και podcast της». Και ο ακροατής Β, αντίστοιχα : «γνώριζα και παρακολουθούσα και διάβαζα και την έντυπη και την online έκδοση της LIFO, (...) ο τρόπος εν πάση περιπτώσει που εεε.. έρχομαι σε επαφή με τη LIFO είναι ο ίδιος και τώρα...». Προκύπτει, συνεπώς, ότι η ακρόαση podcast δεν φαίνεται να αντικαθιστά ανάγνωση άρθρων στο έντυπο ή το διαδικτυακό περιεχόμενο.

Ένας δεύτερος τρόπος με τον οποίο ενισχύεται η σχέση της LIFO με το κοινό της μέσω των podcast, είναι ενισχύοντας τη σχέση του κοινού με τους δημοσιογράφους του μέσου. Στα πλαίσια της συνέντευξης, οι ακροατές ρωτήθηκαν συγκεκριμένα για τους δημοσιογράφους - παραγωγούς Άρη Δημοκίδη και Βασιλική Σιούτη που ανήκουν

χρόνια στο δυναμικό της έντυπης και διαδικτυακής LIFO. Όπως προέκυψε, η ακρόαση podcast εκπομπών με τους ίδιους στον ρόλο του αφηγητή - δημοσιογράφου είχε σαν αποτέλεσμα το κοινό να τους γνωρίσει καλύτερα. Ο ακροατής Α είπε σχετικά: «Για να είμαι ειλικρινής όχι, δεν τους γνώριζα. Αλλά τώρα που τους γνωρίζω εκτιμώ τη δουλειά τους» και ο ακροατής Β: «Διαβάζω γενικά χρόνια LIFO και τους ήξερα μέσα από τα άρθρα τους. Απλά τώρα, μέσα από τα podcast, νιώθω ας πούμε σαν να τους ξέρω λίγο καλύτερα.»

Ένας τρίτος τρόπος με τον οποίο η LIFO ενισχύει τη σχέση με το κοινό της αξιοποιώντας τα podcast είναι με την παραγωγή ποιοτικού περιεχομένου το οποίο αντανakλά την ταυτότητα του ίδιου του μέσου, κάτι που φαίνεται να αντιλαμβάνονται και να εκτιμούν οι ακροατές, όπως προέκυψε από τις συνεντεύξεις. Σε σχέση με το κατά πόσο τα podcast της LIFO συνάδουν με την ταυτότητα του μέσου, ο ακροατής Β είπε σχετικά: «Νιώθω ότι η LIFO ανταπεξέρχεται στις επιταγές της σύγχρονης πραγματικότητας (...) Και νιώθω ότι σε αυτό βοηθάει πολύ και το γεγονός της online έκδοσης αλλά και των podcast. Οπότε κάπως το εκλαμβάνω ως ένα μέσο και θεωρώ ότι υπάρχει σύμπνοια.». Και αντίστοιχα ο ακροατής Γ: «Κάποια περισσότερο, κάποια λιγότερο, νομίζω ότι ακουμπάνε πολύ καλά το στιλ που έχει η LIFO και στο έντυπο και στο σάιτ». Σε σχέση με την ποιότητα του περιεχομένου οι ακροατές επισημαίνουν την αντικειμενικότητα, την καλή δημοσιογραφική έρευνα που έχει προηγηθεί πριν την παραγωγή του περιεχομένου, αλλά και την ανάδειξη θεμάτων που δεν θίγονται από τα παραδοσιακά μέσα. Ο ακροατής Α ανέφερε για το περιεχόμενο της εκπομπής «Αληθινά Εγκλήματα»: «είναι κάθε φορά και μία ιστορία διαφορετική που δεν μπορείς να τη βρεις εύκολα ούτε σε ένα άρθρο, ούτε σε ένα ας πούμε τηλεοπτικό προϊόν ή σε κάποιο έργο στην τηλεόραση ή σε κάτι τέτοιο, στον κινηματογράφο». Για την αντικειμενικότητα, ο ακροατής Β ανέφερε: «φέρνει (σ.σ. ο δημοσιογράφος – παραγωγός) την πληροφορία την οποία έχουμε ανάγκη να ακούσουμε και δεν πώς να το πω, είναι κάπως μία πληροφορία σφαιρική και μία πληροφορία αχρωμάτιστη και μία πληροφορία την οποία εσύ στην πορεία μπορείς να αφομοιώσεις και να προσλάβεις με τον δικό σου τρόπο». Αντίστοιχα και ο ακροατής Γ: «φαίνεται ότι γίνεται καλή δουλειά κυρίως στην έρευνα και την ανάλυση».

Ένας τέταρτος τρόπος με τον οποίο τα podcast ενισχύουν την σχέση της LIFO με το κοινό της, είναι παρέχοντας τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης με το περιεχόμενο στις πλατφόρμες ηχητικού περιεχομένου και συγκεκριμένα στην πλατφόρμα Spotify. Το κοινό μπορεί να σχολιάσει το ηχητικό περιεχόμενο και αντίστοιχα ο

δημοσιογράφος-παραγωγός να αλληλεπιδράσει με τα σχόλια αυτά. Επιπλέον, το κοινό μπορεί να αξιολογήσει τα podcast σε όλες τις πλατφόρμες ηχητικού περιεχομένου, διατυπώνοντας με έναν διαφορετικό τρόπο σε αυτήν την περίπτωση, τη γνώμη του για την κάθε εκπομπή. Στην περίπτωση της LIFO παρατηρήθηκαν σχόλια κυρίως στα επεισόδια της εκπομπής «Μικροπράγματα». Τα σχόλια αποτυπώνουν τη γνώμη των ακροατών για το κάθε επεισόδιο. Ακολουθούν μερικά παραδείγματα: «η επιλογή θέματος είναι εξαιρετική», «ενδιαφέροντα αυτά που μας λες Άρη», «ευχαριστούμε για την υπέροχη δουλειά». Αξίζει να σημειωθεί ότι ο δημοσιογράφος – παραγωγός έχει αλληλεπιδράσει με τα σχόλια πατώντας το κουμπί «like», δηλώνοντας έτσι την εκτίμησή του.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η ακρόαση podcast ενισχύει τη σχέση των ακροατών με το ίδιο το free press μέσο. Τα podcast ως μέσο παρέχουν πρώτα από όλα ευελιξία την οποία είδαμε ότι αξιοποιεί το κοινό για την κατανάλωση περιεχομένου της LIFO, σε χρόνους που δεν είναι δυνατή η ανάγνωση ενός έντυπου ή διαδικτυακού άρθρου. Επίσης, η χρήση της ανθρώπινης φωνής δημιουργεί έναν πιο προσωπικό τόνο επικοινωνίας, εντείνοντας το αίσθημα της εγγύτητας στους ακροατές, με αποτέλεσμα το κοινό να γνωρίσει καλύτερα τους δημοσιογράφους του free press μέσου. Τέλος, η LIFO αξιοποιεί τα podcast για την παραγωγή περιεχομένου με δημοσιογραφική αξία που συνάδει με την ταυτότητά της ως free press μέσο, κάτι που φαίνεται να αναγνωρίζεται και να εκτιμάται από το κοινό της.

3.7. Τα οφέλη για τη LIFO από την ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή της στρατηγική

Η LIFO επενδύει στα podcast της και τα οφέλη από την ενσωμάτωσή τους στην ψηφιακή στρατηγική του μέσου συνεπάγεται την ενίσχυση της ψηφιακής και εν τέλει και της συνολικής παρουσίας της LIFO στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον.

Ένα πρώτο όφελος είναι ο εμπλουτισμός του ψηφιακού περιεχομένου του free press μέσου. Όπως είδαμε και στην ενότητα 2.3. στο ερευνητικό πλαίσιο, οι εκπομπές podcast αποτελούν μία αυτόνομη κατηγορία περιεχομένου στην αρχική σελίδα της LIFO.gr. Είδαμε, επίσης, ότι καλύπτουν μία ευρεία γκάμα περιεχομένου που ανταποκρίνεται στις διαφορετικές προτιμήσεις του κοινού, ενώ από τις εκπομπές και τα επεισόδια που μελετήθηκαν προκύπτει ότι το περιεχόμενό που παράγεται στα podcast, είναι πρωτογενές, με δημοσιογραφική αξία και αναδεικνύει θέματα και

ευρύτερες θεματικές που δεν καλύπτονται καθόλου ή καλύπτονται ελλιπώς στο διαδικτυακό μέσο. Για παράδειγμα, η εκπομπές «Αληθινά Εγκλήματα» και «Ιστορία μιας πόλης» καλύπτουν θεματολογίες που δεν καλύπτονται στη διαδικτυακή LIFO. Επίσης, στις εκπομπές «Μικροπράγματα», «Αληθινά Εγκλήματα», «Ιστορία μιας πόλης» και «LIFO POLITICS» το περιεχόμενο είναι όχι μόνο πρωτογενές, αλλά γίνεται εκτενής ανάλυση των θεμάτων σε κάθε επεισόδιο, ενισχύοντας και αναδεικνύοντας έτσι τελικά την αξία του ίδιου του μέσου.

Ένα δεύτερο όφελος είναι η διεύρυνση της ψηφιακής παρουσίας της LIFO. Τα podcast διανέμονται όχι μόνο μέσω της διαδικτυακής LIFO, αλλά και μέσω των πλατφορμών διανομής ηχητικού περιεχομένου. Το Spotify, το Apple Podcast και το YouTube Music αποτελούν αυτόνομα ψηφιακά μέσα και ξεχωριστά κανάλια διανομής περιεχομένου, που δίνουν μάλιστα στο κοινό τη δυνατότητα να αλληλεπιδράσει με το περιεχόμενο και να το αξιολογήσει. Στην περίπτωση της LIFO που μελετήθηκε, το free press μέσο αξιοποιεί και τις τρεις πλατφόρμες Spotify, Apple Podcast και YouTube Music ως επιπλέον κανάλια διανομής των podcast του. Η διανομή του περιεχομένου στις συγκεκριμένες πλατφόρμες, οι οποίες χρησιμοποιούνται από κοινό που ενδεχομένως δεν ανήκει στο αναγνωστικό κοινό της LIFO, διευρύνει το κοινό στόχευσης του free press μέσου ενισχύοντας έτσι την εξωστρέφειά του. Και οι τρεις πλατφόρμες δίνουν τη δυνατότητα στον χρήστη να ακολουθήσει την podcast εκπομπή που θέλει και κάθε φορά που δημοσιεύεται νέο επεισόδιο, λαμβάνει ειδοποίηση για να το ακούσει όποτε το επιθυμεί. Για την κάθε εκπομπή και επεισόδιο γράφονται μία μικρή περιγραφή περιεχομένου και επιπλέον λεπτομέρειες όπως ο δημοσιογράφος και ο χρόνος ακρόασης. Για παράδειγμα, για την εκπομπή «LIFO POLITICS» και στις τρεις πλατφόρμες υπάρχει η περιγραφή: «Πολιτική και κοινωνία, συζητήσεις και ρεπορτάζ» και για την εκπομπή «Ιστορία μιας πόλης»: «Η πόλη, οι αλλαγές στο πέρασα των αιώνων, η απaráλλαχτη ουσία που τη συνέχει». Επιπλέον, στις πλατφόρμες Spotify και Apple Podcast υπάρχει η δυνατότητα αξιολόγησης της κάθε εκπομπής, επιτρέποντας την άμεση διάδραση του κοινού με αυτές. Στο Spotify, η εκπομπή «Αληθινά Εγκλήματα» έχει βαθμολογία 4,7/8 με 1.600 βαθμολογήσεις και στο Apple Podcast 4,4/5 με 253 βαθμολογήσεις. Αντίστοιχα, η εκπομπή «Ιστορία μιας πόλης» στο Spotify 4,9/5 με 500 βαθμολογήσεις και στο Apple Podcast 4,7/5 με 169 βαθμολογήσεις.

Ένα τρίτο όφελος είναι ότι τα podcast αποτελούν έναν εναλλακτικό τρόπο κατανάλωσης περιεχομένου από το κοινό. Απευθύνονται στο κοινό που θέλει να

καταναλώσει ηχητικό περιεχόμενο και όχι να διαβάσει ένα άρθρο στο έντυπο ή το διαδικτυακό μέσο. Η εύκολη χρήση και η ευελιξία είναι χαρακτηριστικά των podcast και στην η LIFO φαίνεται να το χρησιμοποιεί για να δημιουργήσει ηχητικό περιεχόμενο που καλύπτει μία ευρεία γκάμα θεματολογίας, προσελκύοντας, έτσι, νέο κοινό και ενισχύοντας τη σχέση με το ήδη υπάρχον. Στις συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν με τους ακροατές, και οι τρεις δήλωσαν ότι ακούνε podcast κάνοντας κάτι άλλο παράλληλα. Επίσης, η δυνατότητα ακρόασης ηχητικού περιεχομένου του μέσου, ενισχύει τη σχέση τους με την ίδια τη LIFO, καθώς καλύπτει την ανάγκη τους για ενημέρωση και ψυχαγωγία σε κάθε συνθήκη.

Ένα τέταρτο όφελος από την ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή στρατηγική της LIFO, είναι η προώθηση του περιεχομένου του έντυπου και διαδικτυακού μέσου. Στην podcast εκπομπή «Ηχητικά Άρθρα», ο ακροατής έχει την δυνατότητα να ακούσει άρθρα που έχουν ήδη δημοσιευτεί στην έντυπη ή/και διαδικτυακή LIFO, βιώνοντας μια ακουστική εμπειρία που περιλαμβάνει, όχι μόνο την αφήγηση, αλλά και τον εμπλουτισμό της με μουσική και ηχητικά στοιχεία. Επίσης, η εκπομπή «Μικροπράγματα» έχει το όνομα ομώνυμης στήλης στη διαδικτυακή LIFO. Στο διαδικτυακό μέσο λειτουργεί ως μία ξεχωριστή ιστοσελίδα, με δικές της κατηγορίες και περιεχόμενο. Το περιεχόμενο των podcast εκπομπών είναι πρωτογενές, ωστόσο, η σύνδεση της εκπομπής με τη στήλη «Μικροπράγματα» της LIFO, ενισχύει τη δυναμική του ίδιου του μέσου στο ψηφιακό περιβάλλον.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η LIFO με την ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή της στρατηγική πρώτον, ενισχύει και διευρύνει την ψηφιακή της παρουσία, δεύτερον προωθεί το περιεχόμενο της έντυπος και διαδικτυακή LIFO και τρίτον ενισχύει τη σχέση της με το υπάρχον και το εν δυνάμει κοινό. Εντάσσοντας τα podcast στην ψηφιακή της στρατηγική η LIFO πετυχαίνει, όχι μόνο να ενισχύσει την διαδικτυακή την ψηφιακή της παρουσία, αλλά και τη συνολική στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον.

3.8. Η επιρροή της LIFO στην απήχηση των podcast της

Σύμφωνα με τα charts του Apple Podcast (Apple Podcasts Top Charts, 2025) τον Ιανουάριο του 2025, οι εκπομπές «Μικροπράγματα», «Αληθινά Εγκλήματα» και «Άκου την Επιστήμη» συγκαταλέγονται στη δεκάδα με τα πιο δημοφιλή podcast στην Ελλάδα. Η θεματολογία, η ποιότητα του περιεχομένου, η αφήγηση, ο αφηγητής-

παραγωγός είναι παράγοντες που καθορίζουν την ταυτότητα και ενδεχομένως και την απήχηση ενός podcast. Στην παρούσα μελέτη διερευνήθηκε κατά πόσο η LIFO ως μέσο, μπορεί να λειτουργήσει ως κίνητρο ακρόασης ενός podcast και να επηρεάσει την απήχηση του.

Αρχικά από τις συνεντεύξεις των ακροατών προέκυψε ότι η επαφή και η εξοικείωση με τη LIFO λειτούργησε ως κίνητρο στην ακρόαση των podcast του μέσου. Ο ακροατής Γ αναφέρει σχετικά: «Γενικά παρακολουθώ τη LIFO και όταν είδα στο spotify ότι έχει podcast, τα έψαξα και έβαλα και άκουσα κάποια» και ο ακροατής Β: «(...) τον κύριο Δημοκίδη τον ήξερα και από παλαιότερα, το πρώτο podcast της LIFO που άκουσα ήταν τα “Μικροπράγματα” και στην πορεία ακολούθησαν και άλλα». Η LIFO εμφανίζεται, επίσης, ως παραγωγός σε όλα τα podcast του μέσου στις πλατφόρμες διανομής ηχητικού περιεχομένου. Επιπλέον, η φράση «Είναι τα podcast της LIFO» ακούγεται στην εισαγωγή όλων των επεισοδίων που μελετήθηκαν, εντάσσοντας έτσι όλα τα podcast παρά τη διαφορετική τους θεματολογία, κάτω από μία ευρύτερη κατηγορία, αυτήν των podcast της LIFO. Προκύπτει, συνεπώς, ότι τα podcast της LIFO φέρουν το brand του μέσου κατά τη διανομή τους στις σχετικές πλατφόρμες, με αποτέλεσμα οι εν δυνάμει ακροατές να μπορούν εύκολα να συνδέσουν τα podcast με ένα μέσο που τους είναι ήδη γνωστό και οικείο.

Από τη μελέτη των πέντε εκπομπών podcast της LIFO προέκυψε, επίσης, η σύνδεση του μέσου με τους δημοσιογράφους – παραγωγούς. Σε τρεις από τις πέντε εκπομπές που μελετήθηκαν, τον ρόλο του αφηγητή-παραγωγού έχουν δημοσιογράφοι με πολυετή εμπειρία και συγκεκριμένα οι Άρης Δημοκίδης, Βασιλική Σιούτη και Νίκος Τσέφλιος. Η θέση και των τριών στον ρόλο του δημοσιογράφου – παραγωγού στις podcast εκπομπές που συμμετέχουν, προσδίδει στα ίδια τα podcast αξιοπιστία και αυθεντικότητα. Οι δύο πρώτοι, ωστόσο, ανήκουν χρόνια στο δυναμικό της LIFO και έχουν ταυτιστεί με το μέσο. Η επιλογή των Δημοκίδη και Σιούτη δεν λειτουργεί, συνεπώς, μόνο ως εγγύηση ποιότητας, αλλά και ως στοιχείο που συνδέει τα podcast με το ήδη διαμορφωμένο και πιστό κοινό του μέσου, αυξάνοντας εν δυνάμει την απήχηση των podcast εκπομπών τους.

Ένας ακόμα τρόπος με τον οποίο η LIFO ως μέσο μπορεί να επηρεάσει την απήχηση των podcast της είναι μέσω της προβολής τους σε διαφορετικές πλατφόρμες προώθησης. Όλα τα podcast του μέσου προβάλλονται μέσα από την LIFO.gr στην οποία και από τελούν μία ξεχωριστή κατηγορία περιεχομένου. Επίσης, προωθούνται στα social media του μέσου τα οποία έχουν μεγάλη απήχηση. Συγκεκριμένα, οι

ακόλουθοι του λογαριασμού της LIFO στο Facebook τον Νοέμβριο του 2024 ξεπερνούν τις 750.000, ενώ στο Instagram τις 146.000. Αυτόματα, συνεπώς, τα podcast διατίθενται σε ένα μεγάλο κομμάτι του κοινού που είναι εν δυνάμει ακροατές.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η LIFO ως μέσο μπορεί να συμβάλλει στην απήχηση των podcast της. Αρχικά, έχει ένα ήδη καθιερωμένο κοινό και η αναγνωρισιμότητα της ενισχύει το ενδιαφέρον των ακροατών για τα podcast της. Επίσης, η επιλογή δημοσιογράφων που ανήκουν στο δυναμικό της στον ρόλο του αφηγητή-παραγωγού μπορεί να αποτελέσει κίνητρο στο ήδη υπάρχον κοινό της για την ακρόαση των αντίστοιχων podcast. Τέλος, η προώθηση των podcast στη διαδικτυακή LIFO και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα κάνει πιο προσβάσιμα στο ευρύ κοινό. Βέβαια, η απήχηση ενός podcast είναι ένα πολυπαραγοντικό ζήτημα. Η σύνδεση των podcast της LIFO με το ίδιο το μέσο δεν αρκεί για να έχει ένα podcast μεγάλη ακροαματικότητα. Αντίθετα, η απήχηση των podcast εκπομπών εξαρτάται από πολλούς ακόμα παράγοντες όπως είναι η ποιότητα του περιεχομένου, η θεματολογία, η διάρκεια ακόμα και η συχνότητα δημοσίευσης νέων επεισοδίων.

4. Σύνδεση ευρημάτων με τα ερευνητικά ερωτήματα

Αφού παρουσιάστηκαν τα ευρήματα της έρευνας, παρακάτω γίνεται η σύνδεση με τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας μελέτης.

4.1. Πώς μπορούν να αξιοποιηθούν τα podcast από τα free press μέσα;

Τα podcast είναι ένα νέο μέσο με ολοένα αυξανόμενη δημοτικότητα τόσο στην Ελλάδα, όσο και διεθνώς. Η αύξηση στην ακροαματικότητά τους αποδίδεται στην ευκολία πρόσβασης (Newman et al., 2020), τη δυνατότητα on-demand ακρόασης (Berry, 2016) και τη μεγάλη ποικιλία περιεχομένου. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τη ιστοσελίδα podlist.gr που συγκεντρώνει όλα τα ελληνικά podcast, καταγράφονται 23 ευρύτερες κατηγορίες podcast που καλύπτουν μία ποικιλία θεματικών από τον αθλητισμό, τις επιστήμες, την ιστορία και τη θρησκεία, μέχρι την ενημέρωση, τα αληθινά εγκλήματα, την τεχνολογία, τα παιδιά και την οικογένεια και το «επιχειρείν». Καταγράφονται επίσης 32 «δίκτυα» ως παραγωγοί podcast, τα οποία στην πλειοψηφία τους είναι δημοσιογραφικά μέσα, μεταξύ αυτών και free press μέσα, όπως η LIFO, τα

οποία στην ψηφιακή εποχή αξιοποιούν τα νέα μέσα για την προώθηση και διανομή του περιεχομένου τους (Lister et al., 2003).

Βάσει των ευρημάτων που προέκυψαν από την έρευνα, τα free press μέσα μπορούν να αξιοποιήσουν τα podcast, αρχικά, για τον εμπλουτισμό του περιεχομένου τους. Με την προσαρμογή τους στην ψηφιακή εποχή, τα free press μέσα έχουν αποκτήσει και διαδικτυακή παρουσία η οποία έχει οδηγήσει στη διεύρυνση του περιεχομένου τους (Van Kerkhoven & Bakker, 2014). Στην περίπτωση της LIFO, το διαδικτυακό μέσο περιλαμβάνει θέματα που καλύπτουν μία ευρεία γκάμα θεματικών εννοιών όπως η πολιτική επικαιρότητα, ο πολιτισμός, οι τέχνες, η κοινωνία. Από ένας οδηγός πόλης έγινε ένα μέσο που καλύπτει τις ανάγκες ενημέρωσης και ψυχαγωγίας του κοινού σε όλη την Ελλάδα. Η αξιοποίηση των podcast επέτρεψε στο μέσο να εμπλουτίσει το περιεχόμενό του ακόμα περισσότερο. Αρχικά, καλύπτονται θέματα και ευρύτερες θεματικές που δεν καλύπτονται από το έντυπο ή το διαδικτυακό μέσο, όπως είναι τα αληθινά εγκλήματα (Markman & Sawyer, 2014). Επιπλέον, τα podcast δίνουν τον απαραίτητο χρόνο για εμβάθυνση και εκτενή ανάλυση. Στο παράδειγμα της LIFO, οι εκπομπές «LIFO POLITICS» και «Μικροπράγματα» περιλαμβάνουν εκτενείς αναλύσεις θεμάτων οι οποίες δεν γίνονται σε σχετικά άρθρα στην έντυπη ή διαδικτυακή LIFO. Ο εμπλουτισμός αυτός του περιεχομένου, σύμφωνα με τις συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν, βρίσκει θετική ανταπόκριση από τους αναγνώστες της LIFO και μέσα από την ακρόαση των podcast φαίνεται να ενισχύθηκε η σχέση τους με το ίδιο το μέσο.

Ένας ακόμα τρόπος αξιοποίησης των podcast από τα free press μέσα είναι για την ενίσχυση της ταυτότητάς τους. Η LIFO μέχρι και σήμερα εξακολουθεί να δημοσιεύει την έντυπη εφημερίδα κάθε εβδομάδα, η οποία παραμένει ένας οδηγός πόλης εμπλουτισμένος με λίγες στήλες που αφορούν την επικαιρότητα. Στο διαδικτυακό μέσο, ο αναγνώστης μπορεί να βρει το περιεχόμενο της έντυπης LIFO και επιπλέον περιεχόμενο το οποίο καλύπτει κατηγορίες όπως αυτές που αναφέρθηκαν παραπάνω. Από την άλλη μπορεί να βρει και θέματα που σχετίζονται με την ταυτότητα του free press μέσου όπως είναι η στήλη «Αθηναίοι» που περιλαμβάνει ιστορίες άγνωστων Αθηναίων με ενδιαφέρουσες ιστορίες. Αντίστοιχα, και για την ανάδειξη της ταυτότητάς της ως το free press μέσο η LIFO φαίνεται να αξιοποιεί τα podcast. Η εκπομπή «Η ιστορία μίας πόλης» περιλαμβάνει θέματα που σχετίζονται με την ιστορία της Αθήνας και είναι μία εκπομπή που αναδεικνύει τον χαρακτήρα του τοπικού μέσου. Η ύπαρξη ευρείας γκάμας περιεχομένου, βέβαια, ενισχύει τον ισχυρισμό των Van

Kerkhoven και Bakker (2014) ότι στην ψηφιακή εποχή τα free press μέσα δεν έχουν έναν αμιγώς τοπικό χαρακτήρα, αλλά έναν υπερ-τοπικό χαρακτήρα που σχετίζεται και με τον εμπλουτισμό του περιεχομένου τους.

Ένας τρίτος τρόπος με τον οποίο τα free press μέσα αξιοποιούν τα podcast είναι για την προώθηση του περιεχομένου του έντυπου και διαδικτυακού μέσου. Στην podcast εκπομπή «Ηχητικά Άρθρα» της LIFO, ο ακροατής έχει την δυνατότητα να ακούσει άρθρα που έχουν ήδη δημοσιευτεί στο έντυπο και διαδικτυακό μέσο, βιώνοντας μια ακουστική εμπειρία που περιλαμβάνει, όχι μόνο την αφήγηση, αλλά και τον εμπλουτισμό της με μουσική και ηχητικά στοιχεία. Σε αυτήν την περίπτωση τα podcast αξιοποιούνται ως ένα ακόμα κανάλι διανομής περιεχομένου.

Η διαφορετική παρουσίαση του περιεχομένου στα podcast είναι έτσι και αλλιώς ένα κίνητρο ακρόασης για τον ακροατή. Η αφήγηση και ο ζωντανός διάλογος που παρατηρήθηκαν και στις άλλες εκπομπές podcast της LIFO, στοχεύουν να δημιουργήσουν στον ακροατή μία αίσθηση οικειότητας, ικανοποιώντας παράλληλα την ανάγκη του για ενημέρωση και ψυχαγωγία. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθούν ξανά τα χαρακτηριστικά του κοινού που ακούει podcast: το 41% είχαν ηλικία από 25 – 34 ετών και το 24% ηλικία από 18-24. Τα podcast, συνεπώς, μπορούν να αξιοποιηθούν από ένα free press μέσο και για την προσέλκυση νεανικού κοινού.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι για τα free press μέσα, τα podcast λειτουργούν και συμπληρωματικά με το έντυπο και ψηφιακό μέσο και ως αυτόνομο προϊόν με ανεξάρτητη αξία. Από τη μία, μπορούν να γίνουν ένα χρήσιμο εργαλείο για την παραγωγή αξιόπιστου πρωτογενούς περιεχομένου με δημοσιογραφική αξία, που θα καλύπτει θεματικές κατηγορίες οι οποίες δεν φαίνεται να καλύπτονται σε ένα έντυπο και διαδικτυακό μέσο. Από την άλλη, μπορούν να αξιοποιηθούν και για την προώθηση του περιεχομένου το οποίο ήδη υπάρχει στο έντυπο ή διαδικτυακό μέσο. Τέλος, εξίσου σημαντική είναι η δυνατότητα αξιοποίησης των podcast για την ενίσχυση της ταυτότητας του ίδιου του τοπικού μέσου με τη δημιουργία σχετικού περιεχομένου, όπως είδαμε ότι συνέβη στην περίπτωση της LIFO. Η τοπική εστίαση, άλλωστε σύμφωνα με τον Nielsen (2015), παραμένει σημαντική και αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα γενικά των τοπικών μέσων έναντι των μέσων εθνικής εμβέλειας.

4.2. Η ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή στρατηγική των free press μέσων

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας έφερε αλλαγές στο δημοσιογραφικό σκηνικό σε παγκόσμιο επίπεδο. Η εμφάνιση των ψηφιακών μέσων άλλαξε τον τρόπο παραγωγής, διάδοσης και κατανάλωσης περιεχομένου. Τα free press μέσα προσαρμόστηκαν στην ψηφιακή πραγματικότητα, αξιοποιώντας τα νέα μέσα και τα διαθέσιμα τεχνολογικά εργαλεία. Μια πρόκληση που καλούνται να αντιμετωπίσουν είναι, όχι απλώς η διατήρηση, αλλά και η ενίσχυση της συνολικής τους παρουσίας στο σύγχρονο ανταγωνιστικό δημοσιογραφικό περιβάλλον. Τα podcast μπορούν να ενσωματωθούν στην ψηφιακή στρατηγική των free press μέσων συμβάλλοντας ποικιλοτρόπως για να το πετύχουν αυτό.

Ένας πρώτος τρόπος είναι ενισχύοντας το ψηφιακό περιεχόμενο των free press μέσων. Στην περίπτωση της LIFO, το free press μέσο αξιοποιεί τα podcast για να εμπλουτίσει το διαδικτυακό του περιεχόμενο. Στην αρχική σελίδα της διαδικτυακής LIFO είναι ευδιάκριτες οι πέντε βασικές κατηγορίες θεμάτων: ειδήσεις, culture, απόψεις, τρόπος ζωής, podcasts. Βλέπουμε ότι τα podcast αποτελούν μία από τις βασικές κατηγορίες θεμάτων διευκολύνοντας έτσι την πρόσβαση του κοινού σε αυτά. Διατίθενται ως επιπλέον περιεχόμενο για το κοινό που τα προτιμά και αποτελεί ένας εναλλακτικός τρόπος κατανάλωσης περιεχομένου. Επίσης, τα podcast ως μέσο, ενδείκνυνται για εμβάθυνση και εκτενή ανάλυση κατά την παραγωγή του περιεχομένου με αποτέλεσμα να παρέχουν πλήρη και αξιόπιστη ενημέρωση στο κοινό. Στην περίπτωση της LIFO, είδαμε ότι περισσότερες εκπομπές που μελετήθηκαν παράγουν πρωτογενές περιεχόμενο με δημοσιογραφική αξία, κάτι το οποίο έχει θετικό αντίκτυπο στη σχέση του κοινού με το ίδιο το free press μέσο.

Ένας δεύτερος τρόπος με τον οποίο τα podcast μπορούν να ενισχύσουν την συνολική παρουσία των free press μέσων στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον είναι διευρύνοντας την ψηφιακή τους παρουσία. Οι πλατφόρμες διανομής ηχητικού περιεχομένου όπως είναι το Spotify, το Apple podcast και το YouTube Music αποτελούν αυτόνομα ψηφιακά μέσα και ξεχωριστά κανάλια διανομής περιεχομένου, που δίνουν μάλιστα στο κοινό τη δυνατότητα να διαδράσει και να αξιολογήσει το περιεχόμενο. Η παρουσία του free press μέσου σε αυτά έχει σαν αποτέλεσμα, αφενός την ανάδειξη του περιεχομένου του και αφετέρου την προσέλκυση νέου κοινού. Στην περίπτωση της LIFO που μελετήθηκε, το free press μέσο αξιοποιεί και τις τρεις πλατφόρμες Spotify, Apple Podcast και YouTube Music ως κανάλια διανομής των podcast του.

Ένας τρίτος τρόπος είναι ενισχύοντας τη σχέση με το ήδη υπάρχον κοινό και στοχεύοντας στη προσέλκυση νέου. Η αφήγηση και ο ζωντανός διάλογος που χαρακτηρίζουν τα podcast δημιουργούν στον ακροατή μία αίσθηση οικειότητας ενισχύοντας τη σχέση του με τον δημοσιογράφο-παραγωγό και το ίδιο το μέσο. Αντίστοιχα, η σχέση κοινού-μέσου ενισχύεται και μέσα από την διάδραση που επιτρέπουν οι πλατφόρμες διανομής ηχητικού περιεχομένου και συγκεκριμένα τα Spotify. Στην περίπτωση της LIFO, είδαμε ότι συγκεκριμένα στην εκπομπή «Μικροπράγματα» οι ακροατές σχολιάζουν σε κάθε επεισόδιο. Τέλος, όσον αφορά τη διεύρυνση του κοινού όπως είδαμε και παραπάνω οι ακροατές podcast ανήκουν κατά κύριο λόγο στην ηλικιακή ομάδα 18 – 24, η αξιοποίηση των podcast, επομένως, μπορεί να προσελκύσει μικρότερες ηλικιακές ομάδες κοινού.

Από τα παραπάνω προκύπτει τα free press μέσα σήμερα καλούνται να ανταπεξέλθουν στις προκλήσεις της ψηφιακής εποχής και τα podcast είναι ένα εργαλείο το οποίο μπορεί να συμβάλει στη ενίσχυση και διεύρυνση της ψηφιακής τους παρουσίας, στην προσέλκυση νέων ομάδων κοινού και τελικά στην ενίσχυση της συνολικής παρουσίας του free press μέσου στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον.

4.3. Η σύνδεση της απήχησης των podcast με τα δημοσιογραφικά μέσα - παραγωγούς

Όπως είδαμε και παραπάνω τα podcast μπορούν να λειτουργήσουν και ως αυτόνομο προϊόν με ανεξάρτητη αξία. Οι προτιμήσεις των ακροατών, είδαμε και στην περίπτωση της LIFO, ότι επηρεάζονται από ένα σύνολο παραγόντων όπως το περιεχόμενο, ο δημοσιογράφος - παραγωγός, η ποιότητα παραγωγής, ακόμα και το ίδιο το μέσο.

Η LIFO είναι ένα μέσο με ισχυρή ταυτότητα και αναγνωρισιμότητα και η επωνυμία της προσελκύει ένα ήδη υπάρχον κοινό. Όπως είδαμε και στο ερευνητικό κομμάτι, οι ακροατές δήλωσαν ότι η εξοικείωση που είχαν ήδη με το free press μέσο συνέβαλε στο να εξερευνήσουν, αρχικά, τα podcast του. Σε δεύτερο χρόνο, η διαπίστωση ότι η θεματολογία και το ύφος των podcast συνάδουν και αντικατοπτρίζουν την ταυτότητα και το κύρος του ίδιου του μέσου είχε θετικό αντίκτυπο στην εμπειρία τους. Στην περίπτωση της LIFO είδαμε, επίσης, ότι μία από τις πιο επιτυχημένες podcast εκπομπές είναι τα «Μικροπράγματα» και πιθανά σε έναν βαθμό αυτό να σχετίζεται με την επιτυχία της ομώνυμης στήλης στο διαδικτυακό μέσο.

Η θετική επίδραση του δημοσιογραφικού μέσου στην απήχηση των podcast του, προϋποθέτει, βέβαια, την εμπιστοσύνη του κοινού σε αυτό. Η LIFO θεωρείται ένα μη παραδοσιακό μέσο, με μεγάλη ωστόσο αναγνωρισιμότητα κάτι που αντανακλά μία βαθύτερη αλλαγή στις συνήθειες πληροφόρησης του κοινού στην ψηφιακή εποχή λόγω της μειωμένης εμπιστοσύνης του στα παραδοσιακά μέσα που συχνά θεωρούνται προκατειλημμένα και ελεγχόμενα (Allan & Thorsen, 2009).

Ένας ακόμα τρόπος με τον οποίο το δημοσιογραφικό μέσο μπορεί να επηρεάσει θετικά την απήχηση ενός podcast είναι η προώθηση του από επιπλέον κανάλια διανομής. Τα podcast από ανεξάρτητους παραγωγούς δημοσιεύονται μόνο στις πλατφόρμες διανομής ηχητικού περιεχομένου, ενώ τα podcast των δημοσιογραφικών μέσων δημοσιεύονται και στις ιστοσελίδες του. Στην περίπτωση της LIFO, τα podcast αποτελούν μία ξεχωριστή κατηγορία στην αρχική σελίδα του διαδικτυακού μέσου, διευκολύνοντας έτσι την πρόσβαση του κοινού σε αυτά. Σύμφωνα με το διαδικτυακό εργαλείο Semrush, τον Νοέμβριο του 2024 η επισκεψιμότητα της διαδικτυακής LIFO ξεπέρασε τις 14.000.000 επισκέψεις, το οποίο σημαίνει ότι υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός εν δυνάμει ακροατών, δεδομένου ότι έχουν απευθείας πρόσβαση στα podcast και από το ίδιο το μέσο. Η προώθηση των podcast στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί επίσης να συμβάλει στην αύξηση της ακροαματικότητας, ιδιαίτερα εάν το δημοσιογραφικό μέσο έχει μεγάλο κοινό σε αυτά.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η ακροαματικότητα των podcast επηρεάζεται άμεσα από την ταυτότητα, την απήχηση και το κύρος του δημοσιογραφικού μέσου που τα παράγει. Η αναγνωρισιμότητα και η αξιοπιστία του μέσου μπορούν να έχουν θετικό αντίκτυπο στην απήχηση των podcast, όπως επίσης και η προώθησή τους από το ίδιο το διαδικτυακό μέσο και τους λογαριασμούς του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

5. Συμπεράσματα

Στόχος της παρούσας εργασία ήταν να εξετάσει τον ρόλο των podcast στα free press μέσα ενημέρωσης εστιάζοντας στο παράδειγμα της LIFO και να διερευνήσει πώς τα podcast μπορούν να ενσωματωθούν στην ψηφιακή στρατηγική των free press μέσων για την ενίσχυση της παρουσίας τους στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον. Επίσης, διερευνήθηκε η σύνδεση της απήχησης των podcast με τα δημοσιογραφικά μέσα - παραγωγούς. Τα δεδομένα τα οποία αξιοποιήθηκαν ήταν, αρχικά, τέσσερα επεισόδια από πέντε εκπομπές podcast της LIFO και τρεις συνεντεύξεις ακροατών της

LIFO. Για την ανάλυσή τους χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της θεματικής ανάλυσης. Επίσης, ερευνήθηκε η έντυπη και διαδικτυακή LIFO, η διανομή των podcast και η συνολική ψηφιακή παρουσία της LIFO.

Σχετικά με τον ρόλο των podcast στα free press μέσα, διερευνήθηκε πώς τα free press μέσα μπορούν να αξιοποιήσουν τα podcast ως εργαλείο ενημέρωσης και ψυχαγωγίας. Από την έρευνα, προέκυψε ότι τα podcast είναι ένα χρήσιμο εργαλείο με το οποίο τα free press μέσα μπορούν, πρώτον, να δημιουργήσουν νέο περιεχόμενο, δεύτερον, να προωθήσουν το περιεχόμενό τους που έχει ήδη δημοσιευτεί στο έντυπο και διαδικτυακό μέσο και τρίτον, να ενισχύσουν την ταυτότητά τους.

Πιο συγκεκριμένα, τα free press μέσα μπορούν να αξιοποιήσουν τα podcast για να παράγουν πρωτογενές περιεχόμενο, καλύπτοντας νέες θεματικές κατηγορίες ή να ενισχύσουν άλλες που ήδη υπάρχουν στο έντυπο και διαδικτυακό μέσο. Στην περίπτωση της LIFO, η εκπομπή podcast «Αληθινά Εγκλήματα» καλύπτει μια κατηγορία που δεν υπάρχει στο διαδικτυακό και έντυπο μέσο, ενώ οι εκπομπές «LIFO POLITICS» και «Μικροπράγματα» εμπλουτίζουν το περιεχόμενο του μέσου που σχετίζεται με κοινωνική και πολιτική επικαιρότητα. Τα podcast μπορούν, επίσης, να αξιοποιηθούν και για την προώθηση του περιεχομένου που έχει ήδη δημοσιευτεί στο free press μέσο. Η εκπομπή «Ηχητικά Άρθρα» ικανοποιεί ακριβώς αυτήν την ανάγκη του μέσου. Περιλαμβάνει ηχογραφήσεις άρθρων που έχουν δημοσιευτεί στην έντυπη ή διαδικτυακή LIFO και το περιεχόμενο προστίθενται ηχητικά στοιχεία που στόχο έχουν να εμπλουτίσουν την εμπειρία του ακροατή. Ένας τρίτος τρόπος με τον οποίο τα free press μέσα μπορούν να αξιοποιήσουν τα podcast είναι για την ενίσχυση της ταυτότητάς τους. Τα free press μέσα, όπως αναφέρθηκε και στη βιβλιογραφία, προσαρμόστηκαν στην ψηφιακή εποχή και έχασαν τον χαρακτήρα του αμιγώς τοπικού μέσου. Με την διαδικτυακή τους παρουσία έχουν αποκτήσει έναν υπερ-τοπικό χαρακτήρα με τη διεύρυνση αυτή να μην αφορά μόνο το κοινό τους, αλλά και το ίδιο τους το περιεχόμενο (Van Kerkhoven & Bakker, 2014). Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε επιβεβαίωσε αυτόν τον ισχυρισμό, ανέδειξε, όμως, παράλληλα ότι η LIFO δεν έχει χάσει την ταυτότητα του τοπικού μέσου, την οποία διατηρεί με τη συνέχιση της κυκλοφορία του έντυπου μέσου και με την δημιουργία σχετικού περιεχομένου στο ψηφιακό περιβάλλον, όπως είναι η εκπομπή podcast «Ιστορία μιας πόλης».

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα της εργασίας σχετίζεται με την ενσωμάτωση των podcast στην ψηφιακή στρατηγική των free press μέσων για την ενίσχυση της

συνολικής τους παρουσίας στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον. Τα podcast είναι ένα ψηφιακό μέσο και χαρακτηρίζεται από πολυμεσικότητα, διαδραστικότητα, και άμεση πρόσβαση (Pavlik, 2008). Μπορεί να αποτελέσει πυλώνας στην ψηφιακή στρατηγική των free press μέσων και να αξιοποιηθεί από τα free press μέσα ως ένα ψηφιακό εργαλείο για την ενίσχυση και διεύρυνση της ψηφιακής τους παρουσίας, την προσέλκυση νέων ομάδων κοινού και τελικά στην ενίσχυση της συνολικής παρουσίας τους στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον. Όσον αφορά την χρήση των podcast για την ενίσχυση της ψηφιακής παρουσίας των free press μέσων, επιτυγχάνεται με τον εμπλουτισμό του διαδικτυακού περιεχομένου του μέσου. Στην περίπτωση της LIFO, τα podcast είναι μια από τις βασικές κατηγορίες στην αρχική σελίδα του διαδικτυακού μέσου, διευκολύνοντας έτσι την πρόσβαση του κοινού σε αυτά. Διατίθενται ως επιπλέον περιεχόμενο και αποτελεί ένας εναλλακτικός τρόπος κατανάλωσης περιεχομένου από το κοινό. Εκτός από την ενίσχυση, τα podcast μπορούν να αξιοποιηθούν και για τη διεύρυνση της ψηφιακής παρουσίας των free press μέσων. Οι πλατφόρμες διανομής ηχητικού περιεχομένου όπως είναι το Spotify, το Apple podcast και το YouTube Music αποτελούν αυτόνομα ψηφιακά μέσα και ξεχωριστά κανάλια διανομής περιεχομένου, και η παρουσία των free press μέσων σε αυτά, όπως προέκυψε από τη θεματική ανάλυση για την περίπτωση της LIFO, έχει σαν αποτέλεσμα αφενός την ανάδειξη του περιεχομένου τους και αφετέρου την προσέλκυση νέου κοινού. Τα podcast μπορούν να ενισχύσουν τη συνολική παρουσία των free press μέσων στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον με έναν ακόμα τρόπο: ενισχύοντας τη σχέση με το ήδη υπάρχον κοινό και στοχεύοντας στη προσέλκυση νέου. Η θεματική ανάλυση ανέδειξε ότι η αφήγηση και ο ζωντανός διάλογος που χαρακτηρίζουν τα podcast δημιουργούν στον ακροατή μία αίσθηση οικειότητας ενισχύοντας τη σχέση του με τον δημοσιογράφο-παραγωγό και το ίδιο το μέσο. Επιπλέον, όπως είδαμε στο θεωρητικό πλαίσιο, οι ακροατές podcast ανήκουν κατά κύριο λόγο στην ηλικιακή ομάδα 18 – 24, η αξιοποίηση των podcast, επομένως, μπορεί να προσελκύσει μικρότερες ηλικιακές ομάδες κοινού.

Ένα τρίτο ζήτημα προς διερεύνηση στην παρούσα εργασία ήταν η σύνδεση της απήχησης των podcast με τα δημοσιογραφικά μέσα- παραγωγούς. Τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν ότι η ακροαματικότητα των podcast επηρεάζεται εν δυνάμει από την ταυτότητα, την απήχηση και το κύρος του δημοσιογραφικού μέσου που τα παράγει, όπως επίσης και από την προώθηση των podcast στο ίδιο το διαδικτυακό μέσο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Βέβαια, η απήχηση των podcast καθορίζεται σε μεγάλο

βαθμό από την θεματολογία, την ποιότητα περιεχομένου, την ποιότητα παραγωγής και τον παραγωγό-αφηγητή. Στην περίπτωση της LIFO, οι ακροατές αναγνώρισαν την δημοσιογραφική αξία συγκεκριμένων εκπομπών, όπως οι «LIFO POLITICS», «Μικροπράγματα», «Ιστορία μιας πόλης» και «Αληθινά εγκλήματα», των οποίων το περιεχόμενο χαρακτήρισαν αξιόπιστο, πρωτογενές, αντικειμενικό, ενδιαφέρον και ολοκληρωμένο.

Η παρούσα μελέτη είχε στόχο είχε να ερευνήσει δύο θέματα για τα οποία η βιβλιογραφία για το ελληνικό δημοσιογραφικό περιβάλλον, είναι περιορισμένη: την εξέλιξη των free press μέσων στην ψηφιακή εποχή και τα podcast ως ένα ψηφιακό μέσο, το οποίο φαίνεται να κερδίζει έδαφος παγκοσμίως. Στην παρούσα έρευνα, μελετήθηκε μόνο το free press μέσω LIFO, γεγονός που μπορεί να επηρέασε τη γενίκευση των αποτελεσμάτων. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να μελετήσουν τη χρήση των podcast και από άλλα free press μέσα ή να εστιάσουν στην προσαρμογή των free press μέσων στην ψηφιακή εποχή και τι αυτή συνεπάγεται. Η παρούσα μελέτη, ωστόσο, αναδεικνύει τη δυναμική που έχουν τα podcast ως μέσο ενημέρωσης και πώς μπορούν να αξιοποιηθούν από τα free press μέσα, όχι μόνο για την ενίσχυση της παρουσίας τους στο σύγχρονο δημοσιογραφικό περιβάλλον, αλλά και για τη διατήρηση της ταυτότητάς τους ως τοπικά μέσα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Ξένες βιβλιογραφικές αναφορές

Allan, S. & Thorsen, E. (2009). Histories of Citizen Journalism. In S. Allan (Eds.), *Histories of Citizen Journalism. Global Perspectives*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.

Bakker, P. (2002). Free daily newspapers - business models and strategies. *International Journal on Media Management*, 4(3), 180–187.
<https://doi.org/10.1080/14241270209389998>

Berry, R. (2006). Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(2), 143–162.
<https://doi.org/10.1177/1354856506066522>

Berry, R. (2015). A Golden Age of Podcasting? Evaluating Serial in the Context of Podcast Histories. *Journal of Radio & Audio Media*, 22(2), 170–178.
<https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1083363>

Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word “radio.” *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 7–22. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1

Bonini, T. (2015). The “Second Age” of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns Del CAC*, 41. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q41_Bonini_EN_0.pdf

Bradshaw, P. (2023). *The Online Journalism Handbook*. Taylor & Francis

Braun V. και V. Clarke, 2012, “Thematic analysis” στο: H. Cooper (επιμ.), *APA Handbook of Research Methods in Psychology*, Ουάσιγκτον: American Psychological Association, 51-77

Chadwick A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. United States of America: Oxford University Press

Couldry, N., Rodriguez, C., Bolin, G., Cohen, J., Goggin, G., Kraidy, M., Iwabuchi, K., Lee, K.-S., Qiu, J., Volkmer, I., Wasserman, H., Zhao, Y., Koltsova, O., Rakhmani, I., Rincón, O., Magallanes-Blanco, C., & Thomas, P. (2018). Media, Communication, and the Struggle for Social Progress. *Global Media and Communication*, 14(2), 173-191.
<https://doi.org/10.1177/1742766518776679>

Deuze M. (2010). Journalism and Convergence Culture. In Allan S. (Eds.), *Companion to News and Journalism*. London and New York: Routledge

Franklin, B. (2006). *Local journalism and local media : making the local news*. Routledge

Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, P. W. (2012). Educational research: Competencies for analysis and applications (10th ed.). Pearson

Gustafsson, K. E., & Rydén, P. (2010). *A history of the press in Sweden*. Nordicom

- Jenkins, H. (2001). *Convergence? I Diverge*. MIT Technology Review. Ανακτήθηκε 3 Νοεμβρίου, 2021, από <https://www.technologyreview.com>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU press
- Lister M., Dovey J., Giddings S., Grant I. & Kelly K. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. London and New York: Routledge
- Markman, K. M., & Sawyer, C. E. (2014). Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 21(1), 20–35
- McChesney, R., & Nichols, J. (2022). *To Protect and Extend Democracy, Recreate Local News Media*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από https://www.freepress.net/sites/default/files/2022-03/to_protect_democracy_recreate_local_news_media_final.pdf
- McClung, S., & Johnson, K. (2010). Examining the Motives of Podcast Users. *Journal of Radio & Audio Media*, 17(1), 82–95. <https://doi.org/10.1080/19376521003719391>
- McHugh, S. (2016). How podcasting is changing the audio storytelling genre. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14: 1, pp.65–82, doi: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.65_1
- McManus, J. H. (1994). *Market Driven Journalism : Let the Citizen beware?*. Sage
- Newman, N., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2023). Digital News Report 2023. In *Reuters Institute*. Reuters Institute. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2619576>
- Nielsen, R. K. (2015). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. I. B. Tauris & Company
- O’Neill, D., & O’Connor, C. (2008). THE PASSIVE JOURNALIST. *Journalism Practice*, 2(3), 487–500. <https://doi.org/10.1080/17512780802281248>
- Pavlik, J.V., 2008. *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University Press
- Picard, R. (2008). *Media Clusters: Local Agglomeration in an Industry Developing Networked Virtual Clusters JIBS Working Paper Series*. Jönköping International Business School. <https://www.robertpicard.net/PDFFiles/mediacusters.pdf>
- Prokopović, A.,M., (2021). PODCASTS AND JOURNALISM. *MEDIA STUDIES and APPLIED ETHICS*, 2(2), 19–31. <https://doi.org/10.46630/msae.2.2021.02>
- Spinelli, M., & Dann, L. (2019). *Podcasting : the audio media revolution*. Bloomsbury Academic
- Van Kerkhoven, M., & Bakker, P. (2014). The Hyperlocal In Practice. *Digital Journalism*, 2(3), 296–309. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.900236>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods (6th ed.)*. Sage.

Ελληνικές βιβλιογραφικές αναφορές

- Ίσαρη, Φ., & Πουρκός, Μ. (2016). *Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας*. Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις
- Σιαπέρα Ε. & Δημητρακοπούλου Δ. (2012). *Διαδίκτυο και Δημοσιογραφία: Παραδοσιακές και Εναλλακτικές Μορφές*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη
- Τσιώλης, Γ. (2014). *Μέθοδοι και τεχνικές ανάλυσης στην ποιοτική κοινωνική έρευνα*. Κριτική
- Τσιώλης, Γ. (2018). Θεματική ανάλυση ποιοτικών δεδομένων. Στο Γ. Ζαϊμάκης (επιμ.), *Ερευνητικές διαδρομές στις Κοινωνικές Επιστήμες. Θεωρητικές – Μεθοδολογικές Συμβολές και Μελέτες Περίπτωσης* (σσ. 97-125). Πανεπιστήμιο Κρήτης – Εργαστήριο Κοινωνικής Ανάλυσης και Εφαρμοσμένης Κοινωνικής έρευνας

Διαδικτυακές πηγές

- Apple Podcasts Top Charts (2025). Apple Podcasts. <https://podcasts.apple.com/gr/charts>
- Digital Economy and Society Index (DESI) 2022. (2022). In *Shaping Europe's digital future*. European Commission. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2022>
- Distribution of monthly podcast consumers in the United States in 2022, by gender. (2024). In Statista. Ανακτήθηκε από: <https://www.statista.com/statistics/188967/distribution-of-us-podcast-consumers-by-gender/>
- Edison Research (2023). *The podcast consumer 2023*. Edison Research. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2023/03/The-Podcast-Consumer-2023-1.pdf>
- Hammersley, B. (2004, 12 Φεβρουαρίου). *Audible revolution*. The Guardian; The Guardian. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>
- Leu, P. (2024, 6 Αυγούστου). *Number of monthly podcast listeners on Spotify and Apple Podcasts in the United States in 2022*. Statista. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.statista.com/statistics/1229112/podcast-listeners-spotify-apple-united-states/>
- Leu, P. (2024, 10 Δεκεμβρίου). *Podcasting: monthly number of listeners in the U.S. 2019-2023*. Statista. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από https://www.statista.com/statistics/786826/podcast-listeners-in-the-us/?utm_source=chatgpt.com
- LIFO (2005, 01 Δεκεμβρίου). *Τεύχος 1*. ΔΟΛ Εκδόσεις. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2024 από <https://www.lifo.gr/issues/view/1>
- LIFO (2024, 20 Δεκεμβρίου). *Τεύχος 838*. ΔΟΛ Εκδόσεις. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2024 από <https://www.lifo.gr/issues/view/838>

Lifo.gr, December 2024 Traffic Stats (2025). *Semrush*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.semrush.com/website/lifo.gr/overview/>

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Nielsen, R. K. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Oxford: The Reuters Institute for the Study of Journalism. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Oxford: The Reuters Institute for the Study of Journalism. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Oxford: The Reuters Institute for the Study of Journalism. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>

Pod.gr. Ανακτήθηκε Ιανουαρίου 31, 2025, από <http://pod.gr>
Podlist.gr. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <http://podlist.gr>

Shearer, E., Liedke, J., Matsa, K. E., Lipka, M., & Jurkowitz, M. (2023). Podcast use among different age groups. In *Pew Research Center*. Ανακτήθηκε από: <https://www.pewresearch.org/journalism/2023/04/18/podcast-use-among-different-age-groups/>

Spotify - Web Player: Music for everyone. *Spotify*. <https://open.spotify.com>

U.S. Podcast Advertising Revenue Study (2024). *Interactive Advertising Bureau*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από https://www.iab.com/wp-content/uploads/2024/05/IAB_US_Podcast_Advertising_Revenue_Study_FY2023_May_2024.pdf

Από τη “Γαλατού” του Βερμέερ στον “Νόμο του Μπαγιατίκου Ψωμιού” και την ισπανική σούπα σαλμορέχο (2024, 19 Νοεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/hxhtika-arthra/apo-ti-galatoy-toy-bermeer-ston-nomo-toy-mpagiatikoy-psomiou-kai-tin>

Γιατί κατέρρευσε η γερμανική κυβέρνηση; (2024, 26 Νοεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/lifo-politics/giati-katerreyse-i-germaniki-kybernisi>

“Γυναίκα με το τατουάζ”: Ο Τουλούζ-Λοτρέκ και η τάση της δερματοστιξίας (2024, 13 Δεκεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/hxhtika-arthra/gynaika-me-tatoyaz-o-toyloyz-lotrek-kai-i-tasi-tis-dermatostixias>

Ερυθρά Θάλασσα: Αμερικανικό μαχητικό αεροσκάφος καταρρίφθηκε από φίλια πυρά. (2024, 22 Δεκεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από: <https://www.lifo.gr/now/world/erythra-thalassa-amerikaniko-mahitiko-aeroskafos-katarrifthike-apo-filia-pyra>

«Εταιρεία δολοφόνων»: Μια συμμορία με άτομα υπεράνω υποψίας που σκόρπιζαν τη φρίκη (2024, 24 Νοεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/alithina-egklimata/etaireia-dolofonon-mia-symmorio-metoma-yperano-yropsias-poy-skorpizan>

Η Ε.Ε. πιάστηκε αδιάβαστη για άλλη μια φορά στη Συρία. (2024, 17 Δεκεμβρίου) *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/lifo-politics/i-ee-piastike-adiabasti-gia-alli-mia-fora-sti-syria>

Η καθημερινή ζωή στην Αθήνα μέσα από τις αρχαίες επιγραφές (2024, 20 Δεκεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/istoria-mias-polis/i-kathimerini-zoi-stin-athina-mesa-apo-tis-arhaies-epigrafes>

Η σκληρή αλήθεια για τη διαμάχη του Καζαντζίδη με τον Νικολόπουλο (2024, 21 Δεκεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/wraia-pragmata/i-skliri-alitheia-gia-ti-diamahi-toy-kazantzidi-me-ton-nikolopoylo>

Η σκληρή αλήθεια για τους Έλληνες Ρομά (2024, 26 Οκτωβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/wraia-pragmata/h-skliri-alitheia-gia-toys-ellines-roma>

Η σκληρή αλήθεια για την Μαρία Κάλλας (2024, 7 Δεκεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/wraia-pragmata/i-skliri-alitheia-gia-tin-maria-kallas>

Η σκληρή αλήθεια για το Μετρό Θεσσαλονίκης (2024, 14 Δεκεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/wraia-pragmata/i-skliri-alitheia-gia-metro-thessalonikis>

Κάτω από το Παρίσι: Μια πόλη γεμάτη κατακόμβες, σκελετούς και rave parties (2024, 10 Δεκεμβρίου). *LIFO.gr*. <https://www.lifo.gr/podcasts/hxhtika-arthra/kato-apo-parisi-mia-poli-gemati-katakombes-skeletoys-kai-rave-parties>

Μια αφόρητα επιπόλαιη “Φάλαйна.” (2024, Νοέμβριος 9). *LiFO.gr*. <https://www.lifo.gr/culture/theatro/mia-aforita-epipolaii-falaina>

Μπλε: Ένα χρώμα που άλλαξε τη ροή της Ιστορίας (2024, 25 Δεκεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Δεκεμβρίου, 2025, <https://www.lifo.gr/podcasts/hxhtika-arthra/mple-ena-hroma-poy-allaxe-ti-roi-tis-istorias>

Ο «δράκος της Δράμας»: Η υπόθεση που σόκαρε την Ελλάδα (2024, 8 Δεκεμβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/alithina-egklimata/o-drakos-tis-dramas-i-ypothesi-poy-sokare-tin-ellada>

Οι “ερωτοφωλιές” στην Αθήνα του Μεσοπολέμου (2024, 4 Οκτωβρίου). *LIFO.gr*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, απ. <https://www.lifo.gr/podcasts/istoria-mias-polis/oi-erotofolies-stin-athina-toy-mesopolemoy>

Οι φωτογραφίες της χρονιάς από το National Geographic. (2024, 21 Δεκεμβρίου). LIFO <https://www.lifo.gr/now/perivallon/oi-fotografies-tis-hronias-apo-national-geographic>
Οι Χριστιανοί της Συρίας και η ανεξιχνίαστη απαγωγή του Μητροπολίτη Χαλεπίου από τζιχαντιστές (2024, 16 Δεκεμβρίου). LIFO.gr. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/lifo-politics/oi-hristianoι-tis-syrias-kai-i-anexihniasti-apagogi-toy-mitropolitι-halepiou>

Ποια είναι τα μεγαλύτερα ειδησεογραφικά site σε επισκεψιμότητα στην Ελλάδα αυτή την στιγμή (2016, 17 Σεπτεμβρίου). Alfavita.gr. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από https://www.alfavita.gr/koinonia/198104_poia-einai-ta-megalytera-eidiseografika-site-se-episkepsimotita-stin-ellada-ayti

Πώς διασκέδαζαν οι Αθηναίοι στη “Μάντρα” του Αττίκ; (2024, 7 Νοεμβρίου). LIFO.gr. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/istoria-mias-polis/pos-diaskedazan-oi-athinaioi-sti-mantra-toy-attik>

Τι άλλαξε στην πολιτική σκηνή το 2024 (2024, 27 Δεκεμβρίου). LIFO.gr. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/lifo-politics/ti-allaxe-stin-politiki-skini-2024>

Το podcasting στην Ελλάδα. (2022). *Business Undercover, Pinapple Studio, O314*. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://cdn.businessundercover.gr/static/podcast-report-22-ox425.pdf>

Το μυστήριο της δολοφονίας της Μοσχούλας, της πλούσιας Πλακιώτισσας (2024, 27 Οκτωβρίου). LIFO.gr. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/alithina-egklimata/mystirio-tis-dolofonias-tis-ploysias-plakiotissas-moshoylas-bathi>

Τριβόλη, Δ. (2024, Δεκέμβριος 8). *Τραυματικές τηλεοπτικές στιγμές της παιδικής ποπ κουλτούρας του '80*. LiFO.gr. <https://www.lifo.gr/stiles/optiki-gonia/traymatikes-tileoptikes-stigmes-tis-paidikis-pop-koyltoyras-toy-80>

Υπόθεση Μονσελά: Δολοφόνος από οίκτο; (2024, 15 Δεκεμβρίου). LIFO.gr. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/alithina-egklimata/ypothesi-monsela-dolofonos-apo-oikto>

Υπήρχαν χωριά στην Αθήνα; (2024, 21 Νοεμβρίου). LIFO.gr. Ανακτήθηκε 31 Ιανουαρίου, 2025, από <https://www.lifo.gr/podcasts/istoria-mias-polis/ypirhan-horia-stin-athina>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄

Απομαγνητοφωνήσεις Συνεντεύξεων

Ακροατής Α

Πόσο συχνά ακούτε podcast και σε ποιο πλαίσιο; Για παράδειγμα στο σπίτι, κατά τη μετακίνησή σας, στη δουλειά; Πού;

Σχετικά συχνά. Σε μία περίοδο ειδικά όταν είχαν πρωτοξεκινήσει να τα ακούω, περίπου μία φορά την εβδομάδα θα άκουγα από ένα podcast. Τώρα λίγο πιο σπάνια, αν δω κάτι που με ενδιαφέρει και πάντα τα ακούω κατά τη μετακίνησή μου, δηλαδή συνήθως στο αυτοκίνητο τα προτιμώ όταν οδηγώ επειδή δεν έχω τη δυνατότητα να... να διαβάσω κάποιο άρθρο ή οτιδήποτε, προτιμώ να ακούω εκείνη τη στιγμή κάτι.

Οκ. Ποιοι παράγοντες σας κάνουν να προτιμήσετε ένα συγκεκριμένο podcast; Δηλαδή γιατί επιλέγετε τα podcast που ακούτε; Είναι η θεματολογία; Είναι ο παρουσιαστής, ο παραγωγός δηλαδή; Η διάρκεια; Θέλετε κάτι σύντομο ή πιο μεγάλο;

Εντάξει αυτό τώρα είναι σχετικό με την κάθε περίπτωση. Κυρίως είναι η θεματολογία, αλλά είναι σε συνδυασμό πάντα με τον παρουσιαστή. Από τον πιο μικρό λόγο που μπορεί να είναι η φωνή του ή ο τρόπος με τον οποίο εκφωνεί τα podcast, μέχρι πραγματικά η δουλειά η οποία κάνει, οι πληροφορίες που μαζεύει. Όλα αυτά, οπότε είναι πολυπαραγοντικό.

Έχετε δηλώσει ότι ακούτε podcast της LIFO. Πώς τα ανακαλύψατε και ποια είναι η γνώμη σας για αυτά;

Πρώτη φορά τα ανακάλυψα από μία φίλη η οποία μου είχε συστήσει μία συγκεκριμένη εκπομπή, τα «Μικροπράγματα» και ήταν νομίζω και τότε στην αρχή του το όλο εγχείρημα με τα podcast. Έτσι δηλαδή ξεκίνησα και μετά με πήγε ξέρετε... με τα σχετικά. Άκουγα το επόμενο.

Εμείς συγκεκριμένα στην παρούσα εργασία μελετάμε τα podcast «Μικροπράγματα», «LIFO POLITICS», «Αληθινά Εγκλήματα», «Ηχητικά Άρθρα» και το «Ιστορία μιας πόλης». Ποια από τα παραπάνω ακούτε και γιατί;

Ξεκίνησα με τα «Μικροπράγματα», δηλαδή αυτό ήταν το podcast που με έβαλε στη.. στον κόσμο των podcast και μετά πήγα στα «Αληθινά Εγκλήματα» γιατί... εντάξει, έχουν και περισσότερο σασπένς, είναι... είναι κάθε φορά και μία ιστορία διαφορετική που δεν μπορείς να τη βρεις εύκολα ούτε σε ένα άρθρο, ούτε σε ένα ας πούμε τηλεοπτικό προϊόν ή σε κάποιο έργο στην τηλεόραση ή σε κάτι τέτοιο, στον κινηματογράφο

Στα «Μικροπράγματα» τι είναι αυτό που σας αρέσει τελικά;

Στην αρχή μου άρεσε ο τρόπος που επιλέγει τα θέματα που πραγματικά δεν είχε... ήταν τελείως ετερόκλητα τα θέματα μεταξύ τους και κάθε φορά είχα ανυπομονησία να δω γιατί άλλο θα μιλήσει κάθε φορά και έτσι μπήκα στη λογική. Αυτό έχω να πω. Ότι κάθε φορά επιλέγει διαφορετική θεματολογία.

Και για όταν τα ακούτε; Δηλαδή η έρευνα είναι αυτή που σας αρέσει ας πούμε; Το πώς μιλάει ο Δημοκίδης; Η παρουσίαση;

Εξαρτάται το podcast. Κάποιες φορές το επιλέγω για το θέμα το οποίο έχει, στο οποίο δίνω σημασία όντως στην έρευνα γιατί θέλω να μάθω από αυτό κάποια πράγματα. Άλλες φορές μου αρέσει η φωνή του Δημοκίδη και ο τρόπος με τον οποίο τα λέει.

Πιστεύετε ότι τα podcast της LIFO αντανakλούν τη συνολική ταυτότητα του συγκεκριμένου free press μέσου; Δηλαδή είναι LIFO podcast;

Είναι αν και την LIFO την είχα... Δηλαδή τα «Αληθινά Εγκλήματα» θεωρώ ότι έχουν πάει ένα βήμα παραπέρα τον χαρακτήρα της LIFO. Δηλαδή δεν είναι ένα απλά ένα αστικού τύπου μέσο επικοινωνίας που σε μία περίοδο είχε και χαρακτηρισμένο, συγκεκριμένο κοινό το οποίο το διάβαζε. Πλέον το έχει διευρύνει μπορείς αν θέλεις να ακούσεις για ένα ζήτημα, για ένα έγκλημα, μια ιστορία κάτι που θα σε κάνει να περάσεις καλά, οπότε το έχει διευρύνει. '

Σε σχέση με podcast άλλων δημοσιογραφικών μέσων και συγκεκριμένα δημοσιογραφικών free press μέσων, όπως είναι η Athens Voice για παράδειγμα, γιατί προτιμάτε της LIFO; Δεν ξέρω αν έχετε ακούσει ή αν γνωρίζετε άλλα.

Athens Voice έχω ακούσει ελάχιστα. Θεωρώ ότι κάποια είναι στην ίδια λογική με της LIFO. Σε σχέση με άλλα που έχω αποπειραθεί να ακούσω, εεε... είναι λίγο πιο «ξύλινα» νιώθω πολλά. Δηλαδή δεν βρίσκεις εύκολα αυτόν τον συνδυασμό που έχει ο Δημοκίδης, που θα σου δώσει μια ιστορία, αλλά θα στην πει και γλαφυρά, με αποτέλεσμα κάθε φορά εσύ να ανυπομονείς να ακούσεις την επόμενη ιστορία. Δηλαδή μπορεί να ακούσεις ότι το επόμενο του θέμα έχει... είναι για ένα ζήτημα που δεν θα σου πέραγε από το μυαλό ότι θέλεις να μάθεις για αυτό, αλλά θα το ακούσεις γιατί πραγματικά ξέρεις ότι κάτι θα σου πει που θα σου κάνει το κλικ.

Τα podcast γενικά εσείς τα αξιοποιείτε περισσότερο για ενημέρωση ή για ψυχαγωγία;

Εεε.. εντάξει, είναι σχετικό. Τώρα ενημέρωση... αμιγώς όχι για ενημέρωση, και πολλές φορές η κατανάλωση ενημέρωσης είναι και ψυχαγωγία. Οπότε στην ουσία για ψυχαγωγία θα έλεγα.

Οκ. Σχετικά με τα podcast «Ηχητικά Άρθα», τα οποία δεν ξέρω αν τα γνωρίζετε. Είναι podcast της LIFO τα οποία κάποιος κάνει ανάγνωση, διαβάζει, άρθρα που έχουν δημοσιευτεί. Ποια είναι η γνώμη σας γιατί διαφοροποιούνται αρκετά σε σχέση με τα κλασικά podcast που έχουμε όλοι στο μυαλό μας.

Δεν είναι το αγαπημένο μου. Είναι στην ίδια κατηγορία που βάζω και τα audiobooks. Είναι μία λύση δηλαδή ανάγκης εάν δηλαδή πραγματικά θέλεις να ακούσεις ένα άρθρο. Δεν είναι το αγαπημένο μου.

Οι δημοσιογράφοι Άρης Δημοκίδης και Βασιλική Σιούτη ανήκουν χρόνια στο δυναμικό της LIFO και γενικά είναι καταξιωμένοι και γνωστοί δημοσιογράφοι χρόνια. Πριν τα podcast τους γνωρίζατε;

Για να είμαι ειλικρινής όχι, δεν τους γνώριζα. Αλλά τώρα που τους γνωρίζω εκτιμώ τη δουλειά τους.

Θεωρείτε ότι τα free press μέσα όπως η LIFO επωφελούνται από τη δημιουργία podcast;

Εννοείται. Και νομίζω ότι είναι μόνο η αρχή, για τον.. γενικότερα για τον free press τύπο, τον free press κλάδο πώς να το πω. Δηλαδή τα podcast ήταν μόνο η αφετηρία όλου αυτού που μας έβαλε στον κόσμο του να μπορούμε να έχουμε περισσότερη πρόσβαση, πιο εύκολη πρόσβαση σε διαφορετικού τύπου περιεχόμενα πολύ εύκολα από το κινητό μας. Δεν είναι απλά ένα άρθρο.

Από όταν ξεκινήσατε να ακούτε τα podcast της LIFO, διαβάζετε περισσότερα άρθρα στην έντυπη και στη διαδικτυακή LIFO ή όχι;

Μπορώ να πω όχι. Και εάν πριν είχα μία πιθανότητα να διαβάσω περισσότερα, τώρα αναλώνομαι περισσότερο στο podcast, στο κομμάτι του podcast.

Ραδιόφωνο ακούτε; Και ανεξάρτητα από το εάν ναι, προσωπικά θεωρείτε ότι υπάρχουν ομοιότητες στην εμπειρία ακρόασης ενός podcast και στην ακρόαση μίας ραδιοφωνικής εκπομπής;

Όταν ξεκίνησα να ακούω podcast μου θύμισαν κάποιες πολύ συγκεκριμένες ραδιοφωνικές εκπομπές που είχαν όντως κάποιο τέτοιου είδους περιεχόμενο. Δηλαδή μπορεί να έλεγαν μία ιστορία, μπορεί να είχαν κάποιους καλεσμένους που να μιλούσαν έτσι γλαφυρά. Δεν ξέρω αν έχεις εικόνα. Που έπαιρναν τηλέφωνο σε κάποιες εκπομπές και έλεγε ο καθένας μια ιστορία. Αυτό μου το θύμιζε πιο πολύ. Τώρα σε σχέση με το τυπικό ραδιόφωνο που είναι ειδησεογραφικό και θα σου το μπλέξει με λίγο μουσική, όχι. Δεν μου είναι τόσο κοντά. Δηλαδή άλλη χρήση κάνω στο ραδιόφωνο, άλλη στο podcast.

Μία παρένθεση σε αυτό. Κάποια podcast όπως είναι τα LIFO POLITICS της Σιούτη που έχει συζητήσεις, είναι ζωντανός διάλογος μεταξύ του δημοσιογράφου και του καλεσμένου. Δεν είναι όπως του Δημοκίδη που παίρνει σε άσχετο χρόνο συνεντεύξεις και τις εντάσσει. Κάτι τέτοιο θα σας παρέπεμπε περισσότερο σε μία ραδιοφωνική εκπομπή;

Εκεί ναι, εννοείται. Και μάλιστα, έτσι όπως το είπατε γιατί εγώ δεν έχω ακούσει τα συγκεκριμένα. Ναι, και μάλιστα είναι και πιο βολικό γιατί θα ξέρεις από πριν τον καλεσμένο, θα ξέρεις εάν σε ενδιαφέρει και θα δεις εάν ας πούμε θα σου αρέσει. Ή μπορείς να το πας κάπου πίσω, να ακούσεις κάποιο κομμάτι καλύτερα. Ενώ στο ραδιόφωνο λες, ωχ το έχασα ή... Πρέπει να πας με τη ροή.

Τελευταία ερώτηση. Ποια πλατφόρμα χρησιμοποιείτε για την ακρόαση podcast και πώς ενημερώνετε για τη δημοσίευση νέου επεισοδίου;

Spotify. Το Spotify χρησιμοποιώ. Ενημερώνομαι συνήθως επειδή τα cookies μου έχουνε.. (γέλια), έχουν φροντίσει ώστε να με ενημερώνει η google μια φορά στο τόσο όταν βγαίνει κάποιο καινούριο άρθρο. Δεν έχω εγγραφεί, δεν είμαι σε κάποιο newsletter. Αυτό. Ή από κάποιον που μπορεί να μου το συστήσει.

Ούτε σε podcast εκπομπή έχετε εγγραφεί; Δηλαδή για παράδειγμα στο Spotify που σου δίνει αυτή τη δυνατότητα.

Όχι δεν το έχω κάνει.

Ακροατής Β

Πόσο συχνά ακούτε podcast και σε ποιο πλαίσιο; Για παράδειγμα όταν είστε στο σπίτι και καθαρίζετε, στα μέσα, στο αυτοκίνητο, στη γυμναστική, στη δουλειά;

Γενικώς ακούω podcast κυρίως κατά τη διάρκεια της μετακίνησής μου από και προς τη δουλειά γιατί μετακινούμαι με τα μέσα, οπότε είναι ένας χρόνος τον οποίο επιλέγω να ακούω podcast, εκτός εάν ξέρω ότι υπάρχει ένα επεισόδιο στα podcast που επιλέγω, που γενικά μου αρέσουν να ακούω, οπότε θα το ακούσω και κάποια άλλη στιγμή πέραν αυτής. Αλλά συνήθως από και προς τη δουλειά.

Και πόσο συχνά ακούτε podcast;

Εεε, εντάξει δεν θα πω καθημερινά, αλλά θα ακούσω σίγουρα ακούω σίγουρα 3 με 4 φορές την εβδομάδα.

Ποιοι παράγοντες σας κάνουν να προτιμήσετε ένα συγκεκριμένο podcast; Δηλαδή στα αγαπημένα σας podcast τι είναι αυτά που σας αρέσουν; Η θεματολογία, ο παραγωγός;

Η αλήθεια είναι ότι έχω μία προτίμηση στον παραγωγό, δηλαδή κάπως έχω επιλέξει τα στήλες podcast που ακούω από τις περσόνες και τους ανθρώπους που τα κάνουν host. Εεε βέβαια, εάν πληροφορηθώ ή πέσει στην υπόληψή μου ένα podcast ή ένα επεισόδιο το οποίο θα αγγίζει ένα περιεχόμενο που με ενδιαφέρει, θα το ακούσω. Αλλά συνήθως γίνομαι trigger από τον άνθρωπο που μιλάει.

Ξέρουμε ότι ακούτε LIFO podcast. Πώς τα ανακαλύψατε και ποια είναι μία γενική γνώμη για αυτά;

Η αλήθεια είναι ότι από την παρέα μου εγώ ήμουν ο τελευταίος άνθρωπος που άκουσε podcast και έτσι, ενώ ήμουν αρκετά επιφυλακτική, σε αυτά με μύησαν οι φίλοι μου. Οπότε άρχισα να ακούω podcast τα οποία που σύστησαν εκείνοι και έτσι κάπως μυήθηκα. Βέβαια τον κύριο Δημοκίδη τον ήξερα και από παλαιότερα, το πρώτο podcast της LIFO που άκουσα ήταν τα «Μικροπράγματα» και στην πορεία ακολούθησαν και άλλα.

Επιφυλακτική γιατί ήσασταν;

Γιατί δεν ήμουν σίγουρη ότι μου αρέσει ο συγκεκριμένος τρόπος κατανάλωσης περιεχομένου. Ενώ είμαι πολύ fan των βιβλίων ή αντίστοιχα του θεάτρου και του ραδιοφώνου, ή ακόμα και του ραδιοφώνου πολλές φορές, ήμουν επιφυλακτική απέναντι στα podcast γιατί ένιωθα ότι απαιτούν έναν βαθμό συγκέντρωσης σε μία συγκυρία που εγώ δεν θα μπορού να παρέχω

Και τελικά;

Και τελικά αποδείχθηκαν μία πολύ ωραία παρέα, συντροφιά σε χρόνους που μπορεί να μου φαίνονταν «νεκρού». Σε πολλά εισαγωγικά «νεκρού». Δηλαδή σε χρόνους που δεν κάνω εκ των πραγμάτων κάτι άλλο, λόγω της φύσης της συνθήκης που είμαι εκείνη την περίοδο. Εεε, και αποδείχθηκαν ένας τρόπος τόσο ποιοτικός, όσο και ευχάριστος.

Στην παρούσα εργασία μελετάμε τα podcast «Μικροπράγματα», «LIFO POLITICS», «Αληθινά Εγκλήματα», «Ηχητικά Άρθρα» και «Ιστορία μίας πόλης». Εσείς ποια από τα παραπάνω ακούτε και γιατί τα ξεχωρίζετε;;

Θα σας είμαι απόλυτα ειλικρινής. Τα Ηχητικά Άρθρα... δεν ακούω τα ηχητικά Άρθρα ούτε τα podcast τα σχετικά με τα εγκλήματα. Δεν μου ταιριάζουν καθόλου σαν άνθρωπο. Εγώ είμαι έτσι. Αλλά ακούω τα «Μικροπράγματα» του κυρίου Δημοκίδη, τα podcast της κυρία Σιούτη καθώς και τις ιστορίες πόλης. Ξεκίνησα όπως είπαμε και προηγουμένως με τα podcast του κυρίου Δημοκίδη οπότε αυτό ήταν και το έναυσμα να ακούω πιο ενεργά τα podcast της LIFO. Μου αρέσουν γιατί. Μου αρέσουν γιατί κάπως στα θέματα της επικαιρότητας, όχι μόνο της πολιτικής, αλλά και της κοινωνικής και της έτσι πιο ευρύτερη καθημερινότητας την οποία βιώνουμε, ο κύριος Δημοκίδης έρχεται να δώσει μία πιο ολοκληρωμένη άποψη σε όλα αυτά τα οποία γίνονται χωρίς απαραίτητα να παίρνει θέση, που επί της ουσίας νιώθω ότι αυτό είναι και το ζητούμενο αυτή τη στιγμή. Και ενώ υπό άλλες συνθήκες μπορεί να χρειαζόταν κανείς να ψάξει, να ανατρέξει σε διάφορες πηγές, σε διάφορα μέσα είτε έντυπα είτε online, κάπως φαίνεται σαν μέσα από τα podcast του να την έχει κάνει ήδη αυτή τη δουλειά και ουσιαστικά να φέρνει την πληροφορία τη στιγμή που εσύ είσαι σε θέση να την ακούσεις και να την προσλάβεις. Και αυτός είναι και ο λόγος που ακούω και τα εεε... και τα podcast με τα... τα «LIFO POLITICS», συγγνώμη. Γιατί σε ένα άλλο, τελείως διαφορετικό αντικείμενο πάλι υπάρχει ένας producer, ένας άνθρωπος, ο άνθρωπος που κάνει host τελοσπάντων αυτή τη σειρά ο οποίος πάλι φέρνει εκείνη τη στιγμή, δεν θα πω στα μάτια μας αλλά στα αυτιά μας, την πληροφορία την οποία έχουμε ανάγκη να ακούσουμε και δεν πως να το πω, είναι κάπως μία πληροφορία σφαιρική και μία πληροφορία αχρωμάτιστη και μία πληροφορία την οποία εσύ στην πορεία μπορείς να αφομοιώσεις και να προσλάβεις με τον δικό σου τρόπο. Και αυτός τελοσπάντων είναι και ο λόγος που εκτιμώ πολύ αυτές τις δύο σειρές που ακούω αυτές τις

σειρές των podcast της LIFO. Την τρίτη σειρά την ακούω γιατί αγαπάω πολύ την Αθήνα. Έχω γεννηθεί εδώ και είμαι κάτοικος Αθηνών και μου αρέσει πάρα πολύ ο τρόπος που συνδέεται το παρελθόν και το παρόν αυτής της πόλης και όλες οι ιστορίες που προκύπτουν μέσα από το κάθε επεισόδιο. Οπότε πολλές φορές όταν θέλω να ακούσω κάτι δεν θα πω πιο ανάλαφρο, αλλά κάτι όχι τόσο αιχμηρό, αλλά ταυτόχρονα καίριο, επιλέγω τη συγκεκριμένη σειρά.

Πιστεύετε ότι τα podcast της LIFO αντανakλούν την ταυτότητα του free press μέσου; Του συγκεκριμένου free press μέσου;

Ναι, πιστεύω ότι την αντανakλούν, τουλάχιστον την αντανakλούν στο τώρα. Η αλήθεια είναι ότι είμαι από τους ανθρώπους που έπαιρνα και τη LIFO και αντίστοιχο free press της πόλης από όταν είχαν μόνο την έντυπη μορφή τους. Και γενικώς τα παρακολουθώ πολλά χρόνια τώρα. Νιώθω ότι η LIFO ανταπεξέρχεται στις επιταγές της σύγχρονης πραγματικότητας και ότι είναι γενικά ένα μέσο σύγχρονο, εεεμ και.. δηλαδή έχει μία φρεσκάδα, παρακολουθεί τα γεγονότα, τις εξελίξεις, είναι σε μία πορεία σύμφωνη με αυτές, χωρίς να χάνει τον χαρακτήρα της. Και νιώθω ότι σε αυτό βοηθάει πολύ και το γεγονός της online έκδοσης αλλά και των podcast. Οπότε κάπως το εκλαμβάνω ως ένα μέσο και θεωρώ ότι υπάρχει σύμπνοια.

Γιατί προτιμάτε τα podcast της LIFO έναντι άλλων δημοσιογραφικών μέσων ή και συγκεκριμένα έναντι άλλων free press δημοσιογραφικών μέσων;

Εεε... νιώθω, τουλάχιστον στα δικά μου μάτια και αυτά πια, νιώθω ότι το συγκεκριμένο μέσο προσπαθεί να διαφυλάξει μία αντικειμενικότητα και μία ίση αντιμετώπιση ή μάλλον ισότιμη αντιμετώπιση απέναντι στα πράγματα η οποία σίγουρα βγαίνει και μέσα από τα podcast της. Επίσης, νιώθω ότι υπάρχει και μία. Ότι είναι ένα μέσο που είναι στην αιχμή αυτή τη στιγμή της καθημερινότητας, οπότε κάποια θέματα τα οποία αγγίζει και στα podcast, αλλά και στην print και online έκδοση, είναι θέματα επίκαιρα, σύγχρονα, τα οποία είναι θέματα που αν μη τι άλλο και εμένα αλλά πιστεύω και το σύνολο του κοινού που παρακολουθεί το ενδιαφέρουν.

Εσείς τα podcast της LIFO τα αξιοποιείτε κυρίως για ενημέρωση ή για ψυχαγωγία; Ή και για τα δύο;

Εεε.. και για τα δύο θα έλεγα, γιατί.. Ενώ ξεκίνησα να τα ακούω σαν μία μορφή ψυχαγωγίας, όπως είπα στους χρόνους που δεν μπορούσα να καταναλώσω κάποιου διαφορετικού είδους περιεχόμενο, πλέον νιώθω ότι στρέφω σε αυτά και για ανάγκες ενημέρωσης. Οπότε θα έλεγα, both. Ότι ισχύουν και οι δύο λόγοι.

Τα podcast «Ηχητικά Άρθρα» τα γνωρίζετε; Και εάν ναι, ποια είναι γνώμη σας για αυτά δεδομένου ότι διαφοροποιούνται αρκετά σε σχέση με τα κλασικά podcast.

Τα γνωρίζω ναι, όπως σας είπα και πριν δεν τα παρακολουθώ. Ίσως να μην τους έχω δώσει εγώ τον χρόνο και την εε.. έτσι προσοχή που τους πρέπει. Και είναι ίσως μία δική μου προκατάληψη στο ότι επιλέγω να ακούσω ένα πρωτογενές περιεχόμενο το οποίο γεννάται εκείνη τη στιγμή από τον παραγωγό μπροστά στο μικρόφωνό του ή στο στούντιό του και δεν απλά αναπαράγεται ένα κείμενο ηχητικά, χωρίς προφανώς να υποβαθμίζω ή να υποτιμώ το συγκεκριμένο περιεχόμενο.

Οι δημοσιογράφοι Άρης Δημοκίδης και Βασιλική Σιούτη και ανήκουν χρόνια στο δημοσιογραφικό δυναμικό της LIFO και είναι καταξιωμένοι δημοσιογράφοι. Εσείς τους γνωρίζατε πριν τα podcast της LIFO;

Ναι, τον Δημοκίδη τον γνώριζα πάρα πολλά χρόνια τώρα, όντως μέσα από τη LIFO. Την κυρία Σιούτη δεν την γνώριζα, την έμαθα έτσι μέσα από τα συγκεκριμένα. Βέβαια επειδή είναι σειρά podcast που με ενδιαφέρει και ανατρέχοντας στο βιογραφικό της, συνειδητοποίησα ότι είναι μία γυναίκα που έχει έναν ρόλο στα πολιτικά... μάλλον στην ενημέρωση θα πω της χώρας και

σίγουρα έχω διασταυρωθεί με άρθρα της και με περιεχόμενο δικό της, αλλά δεν την είχα ποτέ ξεχωρίσει ή μάλλον δεν είχα ποτέ το όνομά της διακρίνει όπως έπρεπε.

Θεωρείτε ότι τα free press μέσα όπως είναι η LIFO, επωφελούνται από τη δημιουργία podcast;

Ναι θεωρώ ότι επωφελούνται. Εεε... και δεν το λέω μόνο ως ακροάτρια podcast. Το λέω και γιατί τα podcast σίγουρα αυτή τη στιγμή αποτελούν και μία παγκόσμια τάση εε και νιώθω ότι τα μέσα τα οποία καταφέρνουν να απαντήσουν σε αυτήν και μάλιστα όχι απλά να απαντήσουν, αλλά να απαντήσουν με έναν τρόπο ποιοτικό και relevant και επίκαιρο για το κοινό τους, είναι τα μέσα εκείνα που σίγουρα είναι τέτοια η ταυτότητά τους. Άρα είναι μέσα τα οποία είναι φρέσκα, είναι μέσα τα οποία είναι άμεσα και είναι και μέσα τα οποία μπορούν να αφογκραστούν το κοινό και τη συνθήκη την οποία βρίσκονται.

Μάλιστα. Εσείς διαβάζετε περισσότερα πλέον θα λέγατε άρθρα στην έντυπη ή τη διαδικτυακή LIFO από όταν ξεκινήσατε να ακούτε τα podcast του μέσου ή όχι;

Εε... κοιτάζτε δεν ξέρω αν είμαι ο κατάλληλος άνθρωπος να απαντήσω αυτήν την ερώτηση δεδομένου ότι εγώ γνώριζα και παρακολουθούσα και διάβαζα και την έντυπη και την online έκδοση της LIFO, οπότε θα απαντήσω ότι η κατανάλωση, η κατανάλωση... δεν μου αρέσει αυτή η λέξη, ο τρόπος εν πάση περιπτώσει που εεε.. έρχομαι σε επαφή με τη LIFO είναι ο ίδιος και τώρα.

Ραδιόφωνο ακούτε; Επίσης προσωπικά θεωρείτε ότι υπάρχουν ομοιότητες στην ακρόαση ενός podcast και στην ακρόαση μίας ραδιοφωνικής εκπομπής; Στην εμπειρία εννοω, συγγνώμη, στην εμπειρία ακρόασης ενός podcast και στην εμπειρία ακρόασης μίας ραδιοφωνικής εκπομπής;

Ενώ μπορώ να αντιληφθώ τις ομοιότητες που έχουν αυτά τα δύο μέσα, επειδή είμαι ένας άνθρωπος που ραδιόφωνο ακούει για διασκέδαση ή όταν θέλει να έχει μία μουσική εμπειρία, για μένα προσωπικά είναι δύο διαφορετικές εμπειρίες και δύο διαφορετικοί τρόποι εεε.. κατανάλωσης θα πω σε πάρα πολλά εισαγωγικά περιεχομένου.

Για την ακρόαση podcast ποια πλατφόρμα χρησιμοποιείτε και πώς...;

To Spotify.

Και πώς ενημερώνεστε για την δημοσίευση ενός νέου επεισοδίου;

Εεε.. είμαι.. Ακούω podcast μέσω του Spotify και η αλήθεια είναι ότι στις εκπομπές που με ενδιαφέρουν και προανέφερα είμαι συνδρομητρια οπότε κάθε φορά που υπάρχει καινούριο επεισόδιο το... ενημερώνομαι και το ακούω. Επίσης πολλές φορές και τα social media, δηλαδή βλέποντας στα social media post και stories, ενημερώνομαι για καινούρια επεισόδια και πηγαίνω αντίστοιχα να τα παρακολουθήσω.

Ακροατής Γ

Πόσο συχνά ακούτε podcast και σε ποιο πλαίσιο; Για παράδειγμα ακούτε στο σπίτι, κατά τη μετακίνησή σας, στη δουλειά;

Ξεκίνησα να ακούω podcast νομίζω μέσα στη δεύτερη καραντίνα. Τότε άκουγα πολύ περισσότερο, αλλά εντάξει... και τώρα... 2 με 3 φορές την εβδομάδα νομίζω. Ακούω κυρίως όταν κάνω δουλειές στο σπίτι και κάποιες φορές όταν περπατάω.

Ποιοι παράγοντες σας κάνουν να προτιμήσετε ένα συγκεκριμένο podcast; Για παράδειγμα η θεματολογία; Το μέσο που το παράγει;

Κυρίως η θεματολογία. Μου αρέσουν τα podcast που έχουν θέματα που ενδιαφέρουν προφανώς αλλά έτσι και κάποια άλλα που μαθαίνω κιόλας κάποια πράγματα. Μετά είναι για μένα και αυτός που μιλάει. Εάν τον ξέρω, και εάν μου αρέσει και ο τρόπος που παρουσιάζει κάτι, τότε το προτιμάω.

Πώς ανακαλύψατε τα podcast της LIFO και ποια είναι η γνώμη σας για αυτά;

Τυχαία κατά κάποιον τρόπο, γιατί παρακολουθώ τη LIFO. Και όταν είδα στο spotify ότι έχει podcast, τα έψαξα και έβαλα και άκουσα κάποια. Μου αρέσει που έχει ποικιλία στα θέματα, που έχει έτσι διάφορα και αγγίζει και σε κάποια κιόλας φαίνεται ότι γίνεται καλή δουλειά στην έρευνα κυρίως και την ανάλυση θεμάτων.

Εμείς στην παρούσα εργασία μελετάμε τις εκπομπές «Μικροπράγματα», «LIFO POLITICS», «Αληθινά Εγκλήματα», «Ηχητικά Άρθρα» και «Ιστορία μιας πόλης». Ποια από τα παραπάνω ακούτε και γιατί;

Ακούω τα «Μικροπράγματα», «Τα Αληθινά Εγκλήματα» και κάποιες φορές το «LIFO POLITICS», ανάλογα με το θέμα που έχει, αν δηλαδή με ενδιαφέρει εκείνη τη στιγμή ή όχι. Τα «Μικροπράγματα» και τα «Αληθινά Εγκλήματα» μου αρέσουν για το περιεχόμενό τους. Έχουν ενδιαφέρον σίγουρα το ίδιο το θέμα, αλλά με κρατάει και ο τρόπος που παρουσιάζονται. Μμμ... Τώρα έχω ξεχωρίσει αυτές τις τρεις γιατί εκτιμώ πραγματικά το πόσο καλή δουλειά γίνεται. Και στα «Μικροπράγματα» και στα «Αληθινά Εγκλήματα» γίνεται πολύ σοβαρή έρευνα και ο τρόπος που παρουσιάζονται είναι απλός και κατανοητός, να το πω έτσι. Εννοώ ότι δίνονται και παραπάνω πληροφορίες κάποιες φορές, εννοώ σε θέματα που μπορεί να μην τα ξέρουμε. Όπως στο politics ας πούμε που γίνεται και συζήτηση, είναι πολύ ενδιαφέρον και με βοηθάει να καταλαβαίνω και πράγματα που είναι σε τομείς που δεν τους ξέρω ακριβώς.

Πιστεύετε ότι τα podcast της LIFO αντανakλούν τη συνολική ταυτότητα του free press μέσου;

Ναι, ναι, βέβαια, θα έλεγα πως ναι. Παίρνω ακόμα την έντυπη τη LIFO όποτε καταφέρνω και τη βρίσκω, διαβάζω και το σάιτ, εεε και μου αρέσει γενικά η αισθητική και η προσέγγιση που έχει σε διάφορα ζητήματα.. και κάπως έτσι σκέφτηκα να εξερευνήσω και τα podcast. Κάποια περισσότερο, κάποια λιγότερο, νομίζω ότι ακουμπάνε πολύ καλά το στιλ που έχει η LIFO και στο έντυπο και στο σάιτ.

Εσείς αξιοποιείτε τα podcast της LIFO περισσότερο για ενημέρωση ή ψυχαγωγία;

Και για ενημέρωση και για ψυχαγωγία. Σίγουρα μαθαίνω καινούρια πράγματα αλλά νομίζω διασκεδάσεις και λίγο. Επίσης, έχουμε συνηθίσει, τουλάχιστον εγώ πάρα πολύ, να διαβάζουμε τις ειδήσεις σε τίτλους και μου αρέσει όταν αναλύονται λίγο περισσότερο. Η επικαιρότητας ας πούμε όπως κάνει η Σιούτη.

Ποια είναι η γνώμη σας για το podcast «Ηχητικά Άρθρα» δεδομένου ότι διαφοροποιείται αρκετά από τα κλασικά podcast;

Ααα έχω ακούσει κάνα δυο επεισόδια.. Είναι όντως διαφορετικά. Σίγουρα έχει θετικά, πχ μπορείς να τα ακούσεις όταν οδηγάς, αλλά και πάλι, είναι πιο... στημένα νιώθω. Δεν ξέρω κάπως έτσι.

Οι δημοσιογράφοι Άρης Δημοκίδης και Βασιλική Σιούτη ανήκουν χρόνια στο δημοσιογραφικό δυναμικό της LIFO και είναι γνωστοί, καταξιωμένοι δημοσιογράφοι. Εσείς τους γνωρίζατε πριν τα podcast της LIFO;

Διαβάζω γενικά χρόνια LIFO, ναι και τους ήξερα μέσα από τα άρθρα τους. Απλά τώρα, μέσα από τα podcast, νιώθω... έτσι ότι τους ξέρω λίγο καλύτερα.

Θεωρείτε ότι τα free press μέσα όπως είναι η LIFO, επωφελούνται από τη δημιουργία podcast;

Ναι σίγουρα. Ειδικά όταν ε... παράγεται ένα καλό περιεχόμενο ή όταν τα podcast πάνε καλά, έχουν ακροαματικότητα ας πούμε και επιτυχία, εεε. Τώρα δεν ξέρω... κάποιος μπορεί να ακούσει όνο podcast και να ενημερώνεται μόνο από εκεί, αλλά και πάλι η LIFO καλύπτει αυτήν του την ανάγκη οπότε κερδίζει.

Εσείς διαβάζετε περισσότερα πλέον θα λέγατε άρθρα στην έντυπη ή τη διαδικτυακή LIFO από όταν ξεκινήσατε να ακούτε τα podcast του μέσου ή όχι;

Το ίδιο θα έλεγα. Ακολουθώ τη LIFO στα social και συχνά πέφτω σε άρθρα της και τα διαβάζω. Τώρα απλά ακούω και τα podcast.

Ραδιόφωνο ακούτε; Επίσης προσωπικά θεωρείτε ότι υπάρχουν ομοιότητες στην εμπειρία ακρόασης ενός podcast και στην εμπειρία ακρόασης μίας ραδιοφωνικής εκπομπής;

Παλιά άκουγα σίγουρα περισσότερο ραδιόφωνο από ότι ακούω τώρα. Ομοιότητες υπάρχουν, όπως ότι και τα δύο τα ακούς ενώ μπορείς να κάνεις κάτι άλλο. Αλλά ραδιόφωνο και τώρα θα βάλω για τη μουσική, όχι για να μάθω, ξέρω 'γω... κάτι, ένα θέμα που με ενδιαφέρει. Θα το βρω στο podcast αυτό.

Για την ακρόαση podcast ποια πλατφόρμα χρησιμοποιείτε και πώς ενημερώνεστε για τη δημοσίευση νέου επεισοδίου;

Το Spotify και για μουσική και για podcast. Είναι εύχρηστο και μπορώ να βρω πολύ εύκολα αυτό που με ενδιαφέρει τη συγκεκριμένη στιγμή. Εκεί ακολουθώ τις εκπομπές, οπότε μου έρχεται ειδοποίηση αν βγάλουν κάποιο καινούριο επεισόδιο.

Και μία τελευταία ερώτηση προτιμάτε τα podcast της LIFO έναντι άλλων δημοσιογραφικών μέσων ή και συγκεκριμένα free press μέσων;

Ακούω και άλλα podcast, αλλά από τη LIFO... νομίζω ότι απλά συνδυάζουν πολύ.. πολύ ωραία την ενδιαφέρουσα θεματολογία με την καλή έρευνα. Δεν βρίσκεις άλλα εύκολα που να τα συνδυάζουν και τα δύο τόσο καλά. Και σίγουρα είναι και ο τρόπος που παρουσιάζονται. Δεν... δηλαδή δεν έχω βαρεθεί ... ποτέ. Το... το αντίθετο νομίζω βασικά. Με κρατάνε πολύ να τα ακούω.