Archetype



«Ενημερωτές» και «κοινό» αποτελούν μια συμπαγή ομάδα αλληλοεξάρτησης

Δημήτρης Φιλιππίδης - 04/05/2019

Ένας χρόνος Archetype. Η αρχιτεκτονική και τα media σήμερα στην Ελλάδα

Με αφορμή τη συμπλήρωση ενός έτους λειτουργίας του, το Archetype προσκάλεσε σημαντικούς συντελεστές παραγωγής της αρχιτεκτονικής ενημέρωσης να συμμετάσχουν στη συζήτηση με θέμα: "Ένας χρόνος Archetype. Η αρχιτεκτονική και τα media σήμερα στην Ελλάδα".

Οι προσκεκλημένοι κλήθηκαν να διατυπώσουν τις απόψεις τους με βάση το παρακάτω κείμενο.
"Η πορεία των μέσων αρχιτεκτονικής ενημέρωσης στην Ελλάδα έχει πλέον μια αξιόλογη ιστορία. Μέχρι και πριν λίγα χρόνια επρόκειτο για αποκλειστικά έντυπο λόγο. Η ολοκλήρωση της πορείας των επιθεωρήσεων *"Αρχιτεκτονικά Θέματα"* και *"Θέματα Χώρου + Τεχνών"*, το 2013, σηματοδότησε συμβολικά το τέλος μιας

εποχής. Σήμερα όλα βρίσκονται σε μια πρωτοφανή αλλαγή και σε μια νέα τροχιά, καθώς οι πηγές ενημέρωσης και αρχιτεκτονικού προβληματισμού έχουν πολλαπλασιαστεί και διαφοροποιηθεί, αντίστοιχα με τη γενικότερη μεταλλαγή των εργαλείων επικοινωνίας, έντυπων, ηλεκτρονικών και μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Τα ερωτήματα είναι τέσσερα:

α) Τι είδους αρχιτεκτονική ενημέρωση και υλικό πρέπει να προτείνει σήμερα ένα μέσο αρχιτεκτονικής επικοινωνίας στην Ελλάδα; β) Ποιο είναι το προσφορότερο μέσο έτσι ώστε η επικοινωνία αυτή να είναι αποδοτική και αποτελεσματική; γ) Από ποιους ασκείται αυτή η ενημέρωση, αν λάβουμε υπόψη ότι και αρκετοί δημοσιογράφοι “γενικών καθηκόντων” ασχολούνται όλο και περισσότερο με το θέμα; δ) Τι είδους κοινό «καταναλώνει» αυτή την παραγωγή αρχιτεκτονικής επικοινωνίας, από την άποψη της ηλικίας, της παιδείας και της άμεσης ή και καθόλου σχέσης με την αρχιτεκτονική;
Λαμβάνοντας υπόψη αναπόφευκτα και τη διεθνή κατάσταση, ποιες -μπορεί να- είναι οι προοπτικές και το ουσιαστικό περιεχόμενο της αρχιτεκτονικής ενημέρωσης στην Ελλάδα σήμερα;"

Δημήτρης Φιλιππίδης/ Δεν έχω υπόψη μου στατιστικά στοιχεία ώστε να απαντηθούν πειστικά οι ερωτήσεις (γ) και (δ). Εντελώς εμπειρικά, θα θεωρούσα ότι «ενημερωτές» και «κοινό» αποτελούν μια συμπαγή ομάδα αλληλοεξάρτησης, καθώς οι μεν αντλούν ισχύ από τους δε και το αντίστροφο.

Σε αυτή τη στενή σχέση, η εκ τεκμηρίου επαγγελματική κατάρτιση των «παρουσιαστών-ενημερωτών» (ποιοι είναι οι πιο κατάλληλοι να επιτελέσουν το έργο) δεν φαίνεται να μετρά ιδιαίτερα. Με αυτά τα δεδομένα, ακόμα μικρότερη αξία έχει η δεοντολογική συζήτηση που υπονοείται στην ερώτηση (α). Ίσως κρύβει και κάποιου βαθμού υποκρισία. Κάθε μέσο επιλέγει το κοινό του, τόσο απλά. Αυτού του είδους τα φαινόμενα δεν ακολουθούν τέτοιας κατηγορίας κανόνες, αλλά κατευθύνονται από κυρίαρχες δυνάμεις της αγοράς. Η αγορά εκμεταλλεύεται τα διαθέσιμα μέσα ή φροντίζει ώστε να επινοηθούν οι μετεξελίξεις τους για να εξυπηρετηθεί αρτιότερα ο στόχος (η προσφορά πληροφόρησης-προβολής). Όσο για τη μη-δηλωμένη ερώτηση (ε), για τις προοπτικές της αρχιτεκτονικής ενημέρωσης σήμερα στην Ελλάδα, θα προφήτευα ότι είναι απεριόριστες –ακόμα και αν το ίδιο το αντικείμενο συρρικνωνόταν αποφασιστικά (όπως έγινε στην περίοδο της κρίσης), πάλι θα υπήρχαν τεράστια περιθώρια ενημέρωσης μέσω ανεξάντλητων αναδρομών και αναμοχλεύσεων του παρελθόντος, τοπικού και διεθνούς. Όπως φαίνεται από τα παραπάνω, δεν θεωρώ τον εαυτό μου ικανό να ορίσω το «ουσιαστικό περιεχόμενο» της ελληνικής ενημέρωσης.