

Β.Βεσκούκης

Τέλος εποχής

Αποχαιρετισμός σε ένα έντυπο που μας μεγάλωσε

Πριν από λίγους μήνες, μάθαμε ότι το περιοδικό "BYTE" επρόκειτο να σταματήσει την έκδοσή του για κάποιο διάστημα με την αιτιολογία ότι αγοράστηκε από τον όμιλο CMP ο οποίος θα το επενέκδιδε ανανεωμένο. Οι μήνες πέρασαν και το BYTE δεν επανεκδόθηκε. Επισκεφτήκαμε το site του περιοδικού το οποίο εξακολουθεί να απαντά στο www.byte.com, φέρνοντάς μας στο site του ομίλου CMP. Εκεί υπάρχει μια ανακοίνωση με ημερομηνία 21.12.1998 απ' όπου οι συνδρομητές ενημερώνονται λακωνικά ότι δεν πρόκειται να υπάρξει έντυπη επανέκδοση του έγκριτου περιοδικού. Χαρακτηριστικά η ανακοίνωση αναφέρει: "κατόπιν προσεκτικής εξετάσεως της γραμμής προϊόντων μας, αποφασίσαμε να μην επαναφέρουμε το BYTE σαν έντυπη έκδοση. Ο όμιλος σκοπεύει να επαναθέσει σε λειτουργία το web site του περιοδικού (byte.com) μέσα στο πρώτο τρίμηνο του 1999, συνεχίζοντας την παράδοση στην αντικειμενική εξερεύνηση της τεχνολογίας των υπολογιστών κλπ κλπ".

Δε σκοπεύουμε να θρηνήσουμε το έντυπο, να επιβεβαιώσουμε προβλέψεις, ή να προβούμε σε "αναλύσεις" καφενείου, οι οποίες δεν ήταν ποτέ στη φιλοσοφία των αρθρογράφων του εντύπου που κρατάτε. Θα επιχειρήσουμε όμως να εκφράσουμε αυτό που διαφοροποιεί το έντυπο τούτο εδώ από τα υπόλοιπα του ελληνικού χώρου: μια άποψη, η οποία μπορεί να είναι και εσφαλμένη, είναι όμως ολοσχερώς δική μας: δεν τη διαβάσαμε, δεν την "επιβεβαιώσαμε", ούτε μας υπαγορεύτηκε με τον ένα ή τον άλλο τρόπο.

Τι είναι αυτό που χαρακτηρίζει την τεχνική δημοσιογραφία; Πώς μπορεί να συνυπάρχει η αντικειμενικότητα με την λογική της αγοράς; Πώς πιστοποιούνται δοκιμές και αξιολογήσεις όταν γίνονται από μη πιστοποιημένα επιτελεία που προέρχονται (και ελέγχονται) από εκδοτικούς ομίλους; Πώς οι πάσης φύσεως ισορροπίες επηρεάζουν τα γραφόμενα στα έντυπα της πληροφορικής και τελικά, μήπως υπάρχει ένα άνω φράγμα στην αντικειμενικότητα που μπορεί να τα χαρακτηρίζει;

Παραδείγματα υπάρχουν πλείστα, ιδιαίτερα στον ελληνικό χώρο για τον οποίο μπορούμε να έχουμε κάπως καλύτερη άποψη: πώς να χαρακτηρίσεις ένα προϊόν ως "κακό" όταν ο παραγωγός ή ο αντιπρόσωπος είναι υποψήφιος πελάτης για διαφήμιση; Πώς να μιλήσεις για την απειλή που αισθάνεσαι από το τάδε σύνολο εξελίξεων, όταν, κατά μίαν έννοια το ίδιο σύνολο εξελίξεων σε κρατάει στη ζωή;

Στην κλασσική δημοσιογραφία το "γεγονός" μπορεί να ιδωθεί από πολλές οπτικές γωνίες και το μωσαϊκό των συμφερόντων είναι τόσο πλούσιο, που είναι αρκετά πιθανό να βρει κανείς δημοσιογραφική στέγη. Στην τεχνική δημοσιογραφία υπάρχουν συνεχώς εξελίξεις, τις οποίες ακολουθεί κανείς χρησιμοποιώντας βαθμολογίες (benchmarks) που δεν μπορούν να είναι πάντα και σε όλους αρεστές. Τα benchmarks πάνε πακέτο με τον μπελά των ισορροπιών (είπαμε: υποψήφιοι πελάτες) και συχνά γεμίζουν σελίδες με ανοησίες και ανεύθυνα μαγειρέματα.

Κουτοπονηριές υπάρχουν παντού: από τους εκδότες που έχουν την εξουσία, μέχρι εκείνους που μπορεί και να νομίζουν ότι η συμμετοχή στη συγκριτική δοκιμή χωρίς καταχώρηση διαφήμισης αρκεί για να γίνει γνωστό το προϊόν τους. Οι περισσότεροι υποψιασμένοι μπορούν, ξεφυλλίζοντας ένα οποιοδήποτε έντυπο, να συσχετίσουν τα αναφερόμενα στις

διάφορες στήλες του με τις διαφημιστικές καταχωρήσεις του ίδιου ή κάποιου γειτονικού τεύχους. Είναι κακό αυτό; Όχι κατ' ανάγκη. Εξαρτάται από τη συνολικότερη τοποθέτηση του εντύπου.

Το BYTE υπήρξε αρκετά αξιοπρεπές στον τομέα αυτό. Οι δοκιμές του ωρίμασαν και τα εργαστήριά του μπορούσαν να σταθούν δίπλα σε πολλά πανεπιστημιακά εργαστήρια και μάλιστα στις ΗΠΑ, ενώ δε φαινόταν να του λείπει και η άποψη. Πόσα έντυπα του χώρου μπορούν να επικαλεστούν κάτι τέτοιο στη χώρα μας; Πάραυτα, το BYTE δεν τα κατάφερε. Η ανελλιπή επαφή που είχε από το 1987 με το έντυπο ο υπογράφων, δεν του άφησε την εντύπωση ότι ήταν η έλλειψη διαφήμισης που το έκλεισε. Ίσως να έπεσε θύμα στο παιχνίδι των ισορροπιών του McGraw Hill με άλλους εκδότες. Ίσως κάποιος που έχει τη δύναμη να παρενέβη στο χώρο (και) της τεχνικής ενημέρωσης.

Να το θυμηθείτε, το site του BYTE δε θα ξαναλειτουργήσει και ακόμα και αν κάτι τέτοιο γίνει θα είναι για λίγο, μέχρι να ενσωματωθεί δια της εξαφάνισης στο cmp.com. Η τεχνική δημοσιογραφία δεν αρκεί να είναι αντικειμενική ή απαραίτητη. Πρέπει να είναι και συμβατή με τις ισορροπίες εντός και εκτός δημοσιογραφικού χώρου και όσο η αγορά διαπλέκεται, τόσο η συμβατότητα αυτή γίνεται δυσκολότερη υπόθεση. Στη χώρα μας το παιχνίδι αυτό παίζεται με το βαλκανικό ταμπεραμέντο σε όλη του τη μεγαλοπρέπεια. Όλοι οι μεγάλοι εκδότες έχουν και από ένα τουλάχιστον έντυπο του χώρου. Μόνο που το νόημα κάπου χάνεται και το σύστημα προσπαθεί να ισορροπήσει μεταξύ αξιολόγησης και διαφήμισης, μεταξύ μετάφρασης και πρωτοτύπου, μεταξύ σοβαροφάνειας και σοβαρότητας. Εμείς παρακολουθούμε την τροχιά του σημείου ισορροπίας και προσπαθούμε να την κρίνουμε έξω από το μηχανισμό των μεγαλοεκδοτών. Μείνετε συντονισμένοι._

Δημοσιεύτηκε στο OPEN Newsletter

τον Φεβρουάριο του 1999