

ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ Η ΓΝΩΣΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ

ΣΤΕΛΙΟΣ ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ, ΗΛΙΑΣ ΑΘΑΝΑΣΙΑΔΗΣ, ΑΧΙΛΛΕΑΣ ΚΑΡΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ, ΙΟΥΛΙΑ ΝΤΑΓΚΑ, ΜΑΡΙΑ ΞΕΝΟΦΩΝΤΟΣ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα μελέτη η οποία αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης διεθνούς έρευνας, αποσκοπεί αφενός να καταγράψει την παροχή των ειδήσεων από τα τρία μεγαλύτερα μέσα ενημέρωσης (τηλεόραση, εφημερίδες, διαδίκτυο) και αφετέρου να καταγράψει μια σειρά ερωτημάτων που απασχολούσαν την ελληνική κοινή γνώμη εκείνη την περίοδο σχετικά με την ελληνική και διεθνή επικαιρότητα και συγκυρία. Στην πράξη η μελέτη αποσκοπεί να διερευνήσει σε ποιο βαθμό η παρεχόμενη ενημέρωση του εκλογικού σώματος χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερο πλουραλισμό και είναι πιο πολυδιάστατη σε χώρες στις οποίες τα τηλεοπτικά μέσα οργανώνονται και εποπτεύονται με στόχο την ενημέρωση των πολιτών, σε αντίθεση με χώρες στις οποίες τα μέσα ενημέρωσης υπόκεινται σε έντονες εμπορικές πιέσεις και προσανατολίζονται περισσότερο στην παροχή ψυχαγωγικού περιεχομένου. Η έρευνα εστιάζει το ενδιαφέρον της στη συσχέτιση του τρόπου δημοσιογραφικής κάλυψης με τα πολιτικά δρώμενα.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα μελέτη αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης διεθνούς έρευνας που αποσκοπεί να διερευνήσει σε ποιο βαθμό η παρεχόμενη ενημέρωση του εκλογικού σώματος χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερο πλουραλισμό και είναι πιο πολυδιάστατη σε χώρες στις οποίες τα τηλεοπτικά μέσα οργανώνονται και εποπτεύονται με στόχο την ενημέρωση των πολιτών, σε αντίθεση με χώρες στις οποίες τα μέσα ενημέρωσης υπόκεινται σε έντονες εμπορικές πιέσεις και προσανατολίζονται περισσότερο στην παροχή ψυχαγωγικού περιεχομένου. Η έρευνα εστιάζει το ενδιαφέρον της στη συσχέτιση του τρόπου δημοσιογραφικής κάλυψης με τα πολιτικά δρώμενα. Και αυτό γιατί η συχνή ενημέρωση με ουσιαστικό και διαφοροποιημένο περιεχόμενο προσφέρει περισσότερες δυνατότητες στους πολίτες να αποκτήσουν μια επαρκή, εάν όχι σφαιρική, ενημέρωση για όλα σχεδόν τα επίπεδα της πολιτικής. Άρα, η ενημερωμένη κοινή γνώμη εξαρτάται από την αλληλόδραση ανάμεσα στην προσοχή του κοινού αναφορικά με τις ειδήσεις από τη μία πλευρά, και την παροχή της ενημέρωσης από την άλλη. Επισημαίνεται ότι η συμβατική εστίαση σε ατομικό επίπεδο τείνει να παραβλέπει, εάν όχι να συσκοτίζει, τις μακροχρόνιες επιρροές. Εν ολίγοις, το παρόν κείμενο αποσκοπεί στο να διερευνήσει τον αντίκτυπο της πολιτικής ενημέρωσης και των μέσων ενημέρωσης στο επίπεδο της γνώσης των πολιτών για τις δημόσιες υποθέσεις.

Η ΠΑΡΟΧΗ ΤΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Η τηλεόραση κινείται πλέον όλο και περισσότερο σύμφωνα με τις επιταγές των δυνάμεων της αγοράς και καθίσταται όλο και περισσότερο ψυχαγωγική ως αποτέλεσμα τριών μεγάλων αλλαγών. Κατ' αρχάς έχει αυξηθεί ο αριθμός των ιδιωτικών καναλιών, ενώ τα πάλαι ποτέ προαπαιτούμενα της ποιοτικής παραγωγής έχουν μειωθεί. Ακόμη περισσότερο, οι δημόσιοι τηλεοπτικοί σταθμοί έχουν χάσει σημαντικό μέρος του τηλεοπτικού τους κοινού και σε ορισμένες περιπτώσεις προσομοιάζουν με τους ιδιώτες ανταγωνιστές τους. Αυτές οι τάσεις καταγράφονται σε όλες τις χώρες της Ευρώπης (Hardy, 2008· Jakubowicz και Sukosd, 2008· Iosifidis, 2007), στη Λατινική Αμερική (Lugo-Ocando, 2008), στη Νότια Ασία (Kitley, 2003· Page και Crawley, 2001), και ουσιαστικά σε όλον τον κόσμο (Chadha και Kavoorti, 2005). Μάλιστα, τα τηλεοπτικά συστήματα σε πολλές χώρες του κόσμου έχουν αρχίσει να προσομοιάζουν με το αμερικανικό τηλεοπτικό σύστημα (Hallin και Mancini, 2004).

Το είδος των συνεπειών αυτής της μεταβολής αποτελεί ένα από τα βασικά ερωτήματα της παρούσας μελέτης. Στην Ελλάδα η έλευση της απορρύθμισης επέφερε μια σειρά από επιπτώσεις όπως: χαλαρή εποπτεία, ατελέσφορες προσπάθειες της δημόσιας τηλεόρασης να ανταποκριθεί στη νέα επικοινωνιακή πραγματικότητα, κυριαρχία των ιδιωτικών σταθμών που πλήττονται από οικονομικά προβλήματα, πρόβλημα τηλεπειρατείας, υποβάθμιση της ποιότητας της ενημερωτικής εκροής, αύξηση της τηλεθέασης και αμφισβήτηση των τηλεοπτικών μετρήσεων, συγκέντρωση της ιδιοκτησίας και ζήτημα διαφάνειας, καθώς και αρνητικές επιπτώσεις στο ραδιόφωνο και ιδίως στον Τύπο (βλ. Παπαθανασόπουλος, 2006· Παναγιωτοπούλου, 2010).

Όσον αφορά στην παρεχόμενη ενημέρωση, η ανάδυση των ιδιωτικών σταθμών είχε ως αποτέλεσμα την κυριαρχία τους όχι μόνον απέναντι στη δημόσια τηλεόραση, αλλά και απέναντι στην έντυπη ενημέρωση. Στα είκοσι χρόνια ζωής της από την εμφάνιση της ιδιωτικής τηλεόρασης, στον τομέα της ενημέρωσης τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων συναγωνίζονται συχνά τις εκπομπές ελαφρών κοσμικών ειδήσεων. Οι ιθύνοντες των καναλιών σπάνια αντιστέκονται στον πειρασμό να θυσιάσουν τις ειδήσεις στη *μη είδηση*. Τα παραδείγματα είναι πολλά, σχεδόν καθημερινά. Στο πλαίσιο ενός αγοραίου και ανεξέλεγκτου πεδίου όπου λειτουργεί η ελληνική τηλεόραση, οι ιθύνοντες και οι δημοσιογράφοι δεν τολμούν να αντισταθούν στη λογική του εντυπωσιασμού, και προσελκύονται από την οφθαλμολαγνεία, την ευτέλεια και την κινδυνολογία ή από ένα μίγμα αυτών των στοιχείων. Πρόκειται για τρία συστατικά, που στην πράξη έχουν αντικαταστήσει τις παραδοσιακές δημοσιογραφικές αξίες, και έχουν στην ουσιαστικά υιοθετηθεί και από τα άλλα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Από την άλλη πλευρά, σε λιγότερο από μια δεκαετία, οι περισσότεροι Έλληνες δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν κυρίως την τηλεόραση και λιγότερο τις εφημερίδες και το ραδιόφωνο για την ενημέρωσή τους (ΕΚΚΕ, 2003). Γιατί συμβαίνει αυτό; Αν και οι λόγοι που τα μέλη του κοινού χρησιμοποιούν τα ΜΜΕ για να ικανοποιήσουν τις ενημερωτικές τους ανάγκες ποικίλλουν, γεγονός είναι ότι στην εποχή της σύγκλισης των επικοινωνιών και τα τέσσερα μέσα της ημερήσιας ενημέρωσής μας (τηλεόραση, εφημερίδες, ραδιόφωνο, και διαδίκτυο) αλληλοεπηρεάζονται, αλληλο-ανταγωνίζονται και αλληλοσυμπληρώνονται. Εάν το ραδιόφωνο αφαίρεσε από τον Τύπο το προνόμιο της ανακοίνωσης των ειδήσεων, η τηλεόραση ήρθε να του αποσπάσει και την απεικόνισή τους. Ωστόσο, ο Τύπος παραμένει το μέσο με το οποίο η ενημέρωση παρουσιάζεται με πιο εκτεταμένο και ενδεδεχρή σχολιασμό. Μολονότι είναι ιδιαίτερα δύσκολο να προσδιοριστεί το κίνητρο ή η προσδοκία των μελών του κοινού, όταν επιλέγουν ένα μέσο για να ικανοποιήσουν την ανάγκη ενημέρωσής τους, οι περισσότεροι Ευρωπαίοι, παρά τις επιμέρους γεωγραφικές ή άλλες διαφοροποιήσεις, χρησιμοποιούν πρωτίστως την τηλεόραση για να ενημερωθούν, και κατά δεύτερο λόγο το ραδιόφωνο και τις εφημερίδες ή το διαδίκτυο (Papathanassopoulos και Negrine, 2011: 106-120).

Παρόλα αυτά, με βάση τα παραδοσιακά πρότυπα ενημέρωσης, τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων προσφέρουν σχετικά ελάχιστη ενημέρωση. Ωστόσο, για να αντιληφθούμε την επίδραση της τηλεοπτικής ενημέρωσης, αρχικά είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε την

τηλεόραση ως ένα ξεχωριστό μέσο επικοινωνίας και να εξετάσουμε τις τηλεοπτικές ειδήσεις μέσα στο ευρύτερο τηλεοπτικό περιβάλλον, ιδιαίτερα σε καθεστώς έντονου ανταγωνισμού και εμπορευματοποίησης. Ο συνδυασμός των δυο αυτών παραγόντων επιβάλλει το νέο «ύφος» στην τηλεοπτική ενημέρωση και κατ' επέκταση στη συνολική μας ενημέρωση, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε και προσεγγίζουμε γεγονότα, πρόσωπα και καταστάσεις. Και τούτο διότι η τηλεοπτική ενημέρωση όχι μόνον κυριαρχεί, αλλά και επηρεάζει έντονα στις μέρες μας τον τρόπο παροχής της ενημέρωσης από τα υπόλοιπα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Έτσι, στην παρούσα έρευνα υποθέσαμε ότι όταν οι πολίτες μιας χώρας εκτίθενται συστηματικά σε μια σημαντική ποσότητα «σκληρών» (σοβαρών) ειδήσεων (πολιτική, οικονομία, δημόσια διοίκηση, επιστήμη, τεχνολογία) έναντι των «μαλακών» ειδήσεων (ειδήσεις που αναφέρονται στα διάσημα πρόσωπα, τα ανθρώπινα ενδιαφέροντα, τα αθλήματα, την ψυχαγωγία), οι πολίτες αυτοί θα έχουν καλύτερη, εάν όχι επαρκέστερη γνώση για τα δρώμενα, εθνικά και διεθνή.

Σε σύγκριση με άλλες χώρες (π.χ., Βρετανία, Νορβηγία) υποθέταμε ότι οι Έλληνες πολίτες θα είχαν υψηλότερο βαθμό γνώσης σε σχέση με την οικονομία και την πολιτική, λόγω της συγκυρίας της οικονομικής κρίσης, όπως και σε σχέση με τα αθλητικά (περίοδος διεξαγωγής παγκόσμιου πρωταθλήματος ποδοσφαίρου) και λιγότερο για άλλα σημαντικά διεθνή θέματα και θέματα πολιτισμού (Allberg, Aelst και Curran, 2011). Και αυτό γιατί θεωρούμε ότι η γνώση του κοινού επηρεάζεται από αυτά που αναφέρουν τα μέσα ενημέρωσης σε συνδυασμό βέβαια με την εκάστοτε ζήτηση για ειδήσεις από την πλευρά του κοινού, αν και βεβαίως παραμένει αναπάντητο το ερώτημα γιατί σε κάποιες χώρες η ζήτηση για ειδήσεις είναι υψηλή και σε άλλες χαμηλή.

Υπάρχουν διάφορες προσεγγίσεις σχετικά με τη χαμηλή ζήτηση για ειδήσεις εκ μέρους των πολιτών. Πολλοί μελετητές το αποδίδουν στο γεγονός ότι ένα μεγάλο μέρος των πολιτών αποξενώνεται από τα κοινά (Bauman, 2001), άλλοι στον κατακερματισμό της κοινωνικής ζωής (Couldry, Livingstone και Markham, 2007), άλλοι μελετητές εστιάζουν στην μείωση της αξιοπιστίας των πολιτικών και στον κυνισμό για τους πολιτικούς και την πολιτική (Dalton, Scarrow και Cain, 2004), άλλοι στην πτώση της δυναμικής των συνδικαλιστικών ενώσεων και των κομμάτων που τις υποστηρίζουν (Gray και Caul, 2000), κάποιοι άλλοι δίνουν έμφαση στα χαρακτηριστικά της γενιάς των «μπέμπι μπουμπερ» (Franklin, 2005), ή ακόμη και στην αδυναμία των εθνικών κυβερνήσεων να ανταποκριθούν στην εποχή της παγκοσμιοποίησης (Archibugi, Held και Kohler, 1998). Η αναφορά σε διάφορες ερμηνείες σχετικά με τη ζήτηση των ειδήσεων -και ειδικά με τη χαμηλή- θα μπορούσε να συσχετιστεί τον όγκο της προσφερόμενης ειδησεογραφίας, αν και ελάχιστες ερμηνείες έχουμε αναφορικά με την αύξηση της ζήτησης των ειδήσεων. Μια ερμηνεία που εν μέρει φαίνεται να ανταποκρίνεται και στην ελληνική περίπτωση έχει ως σημείο αναφοράς την κρίση σε όλες τις μορφές της, ιδίως την οικονομική κρίση όταν αυτή είναι σταδιακή αλλά και συνεχής. Σύμφωνα με τον Eric Klinenberg (2008), οι άνθρωποι συνήθως στρέφονται με μεγαλύτερη ένταση στην ημερήσια ειδησεογραφία, επειδή η οικονομική κρίση φαίνεται να αγγίζει κάθε πτυχή της ζωής τους. Συνήθως οι άνθρωποι μπορεί να δραστηριοποιούνται στη ζωή τους σε διαφορετικές σφαίρες δραστηριότητας, όπως η εργασία, η οικογένεια και η ψυχαγωγία. Σήμερα όμως όλες οι σφαίρες αλληλοσυνδέονται και στην πράξη συμπίπτουν.

Η έρευνά μας αποσκοπεί αφενός να καταγράψει την παροχή των ειδήσεων από τα τρία μεγαλύτερα μέσα ενημέρωσης (τηλεόραση – εφημερίδες - διαδίκτυο) και αφετέρου να καταγράψει μια σειρά ερωτημάτων που απασχολούσαν την ελληνική κοινή γνώμη εκείνη την περίοδο σχετικά με την ελληνική και διεθνή επικαιρότητα και συγκυρία.

Έτσι, επιλέξαμε τα δύο μεγαλύτερα σε τηλεθέαση τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων της ιδιωτικής τηλεόρασης (Mega, Alter) και αυτό της δημόσιας τηλεόρασης (NET), τις τρεις μεγαλύτερες σε κυκλοφορία εφημερίδες (*Καθημερινή*, *Νέα* και *Ελευθεροτυπία*) και τους δύο δημοφιλέστερους σε αριθμό επισκεψιμότητας, σύμφωνα με το Alexa, ειδησεογραφικούς ιστότοπους (www.in.gr και www.zougla.gr). Χρησιμοποιήσαμε κοινό πρωτόκολλο

κωδικοποίησης με τις λοιπές χώρες που συμμετείχαν στη διεθνή έρευνα, όπως και το ερωτηματολόγιο της δημοσκοπήσης με αλλαγές μόνον όσον αφορά σε ονόματα τοπικών διασημοτήτων κλπ. Της έρευνας προηγήθηκε εκπαίδευση των ερευνητών στις συμμετέχουσες χώρες ώστε να υπάρχει κοινή αντιμετώπιση στην καταγραφή. Η παρούσα μελέτη διαφέρει σε σχέση με τη διεθνή ως προς το ότι για μια πιο εξειδικευμένη προσέγγιση του ελληνικού επικοινωνιακού συστήματος έχουμε προσθέσει ένα μέσο ανά κατηγορία ΜΜΕ, δηλαδή τη NET, την *Ελευθεροτυπία* και τη *zougla.gr*.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε για την περίοδο 3 διαφορετικών εβδομάδων και η ταξινόμηση βασίζεται σε ομαδοποιημένες κατηγορίες περιεχομένου. Οι εβδομάδες που εξετάστηκαν ήταν:

- 10 - 14 Μαΐου 2010
- 24 - 28 Μαΐου 2010
- 07 - 11 Ιουνίου 2010

Στην εξέταση των μέσων καταγράψαμε το σύνολο των δημοσιευμάτων των υπό διερεύνηση μέσων ενημέρωσης. Δηλαδή, στα 3 τηλεοπτικά κανάλια εξετάσαμε το κεντρικό δελτίο ειδήσεων με εξαίρεση το δελτίο καιρού. Στις 3 εφημερίδες όλα τα δημοσιεύματα του κυρίου σώματος (δεν συμπεριλάβαμε δηλαδή τα ένθετα συνοδευτικά έντυπα ή φυλλάδια), και στους 2 ιστότοπους, όλες τις δημοσιεύσεις που αναρτήθηκαν στη σελίδα μέχρι τις 12.00 το μεσημέρι. Συνολικά καταγράφηκαν 5.923 δημοσιεύματα.

Η έρευνα κοινής γνώμης πραγματοποιήθηκε από την εταιρεία δημοσκοπήσεων Public Issue για λογαριασμό μας, σύμφωνα με τις προδιαγραφές που επέβαλε η διεθνής έρευνα. Πραγματοποιήθηκε δε αμέσως μετά την καταγραφή των μέσων ενημέρωσης του δείγματός μας, και πιο συγκεκριμένα μέσα στην περίοδο 11 - 23 Ιουνίου 2010. Σε αντίθεση με την αντίστοιχη έρευνα δημοσκοπήσης που έγινε στις άλλες χώρες, εμείς δεν προτιμήσαμε να γίνει μέσα από το διαδίκτυο, αλλά τηλεφωνικά επειδή πιστεύουμε ότι το διαδίκτυο δεν έχει ακόμη αναπτυχθεί στην Ελλάδα σε τέτοιο βαθμό ώστε μια έρευνα κοινής γνώμης να αποτυπώνει σωστά τις τάσεις του κοινού. Πιο συγκεκριμένα, η δημοσκόπηση ήταν ποσοτική έρευνα που έγινε τηλεφωνικά στα νοικοκυριά με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, σε άτομα ηλικίας 18 ετών και άνω σε πανελλαδικό επίπεδο κατά την περίοδο 13 - 26 Ιουνίου 2010 σε σύνολο 1002 ατόμων. Ακολουθήθηκε η μέθοδος της πολυδιασταδικής, στρωματοποιημένης δειγματοληψίας.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Οι περισσότερες ειδήσεις καταγράφονται στις εφημερίδες του δείγματος της παρούσας έρευνας (ποσοστό 74,6% επί του συνόλου των δημοσιευμάτων), ακολουθούν οι τηλεοπτικοί σταθμοί και οι διαδικτυακοί τόποι.

Στην τηλεόραση οι περισσότερες ειδήσεις καταγράφονται στο κανάλι *NET* του δημόσιου ραδιοτηλεοπτικού φορέα (ποσοστό 44,7% επί του συνόλου των τηλεοπτικών ειδήσεων του δείγματος). Τα περισσότερα δημοσιεύματα στον Τύπο καταγράφονται στην *Ελευθεροτυπία* (45,25%) και στο διαδίκτυο στον ειδησεογραφικό ιστότοπο *www.zougla.gr* (61,11%).

Πίνακας 1: Κατανομή των ειδήσεων ανά τηλεοπτικό σταθμό, εφημερίδα και ιστοσελίδα

ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	Δημοσιεύματα
MEGA	158
NET	221
ALTER	115
ΣΥΝΟΛΟ	494

ΤΥΠΟΣ	
ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ	1897
ΤΑ ΝΕΑ	1249
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ	1046
ΣΥΝΟΛΟ	4192
ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	
ZOUGLA	756
IN.GR	481
ΣΥΝΟΛΟ	1237
ΣΥΝΟΛΟ	5.923

Πηγή: Δική μας έρευνα

Μεταξύ των τηλεοπτικών μέσων που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα η NET κατέγραψε το μεγαλύτερο μέσο όρο ειδήσεων ανά κεντρικό δελτίο (15) με σημαντική διαφοροποίηση από τα ιδιωτικά Μέσα. Τα ιδιωτικά μέσα, ακολουθώντας το ίδιο στυλ παρουσίασης (μακράς διάρκειας συζητήσεις με ανάλυση ειδήσεων από φιλοξενούμενους κυρίως δημοσιογράφους και πολιτικά πρόσωπα) έχουν σαφώς χαμηλότερο μέσο όρο ειδήσεων ανά δελτίο με το Mega να παρουσιάζεται περισσότερο πολυθεματικό. Η NET παρόλο που διατηρεί το παραδοσιακό στυλ παρουσίασης ειδήσεων (εκφώνηση, ρεπορτάζ) δείχνει να έχει επηρεαστεί από το στυλ παρουσίασης των ιδιωτικών τηλεοπτικών μέσων, δίνοντας μεγαλύτερη βαρύτητα σε όρους διάρκειας και παρουσίασης της πρώτης είδησης, χωρίς ωστόσο να καταφεύγει στην παρουσία πολιτικών προσώπων υπό μορφή συνέντευξης στο στούντιο. Η ανάλυση των ειδήσεων στην περίπτωση της NET περιορίζεται σε αμιγώς δημοσιογραφικές πηγές. Από την άλλη πλευρά, στο δείγμα μας η ελληνική τηλεοπτική ενημέρωση χαρακτηρίζεται από σχετικά μεγάλο ποσοστό «σκληρών» ειδήσεων τόσο στους δημόσιους, όσο και στους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς φορείς (σε βαθμό που υπερέχει αισθητά συγκριτικά με την τηλεοπτική κάλυψη ειδήσεων των άλλων χωρών οι οποίες έλαβαν μέρος στη διεθνή έρευνα που συμμετείχαμε).¹

Πίνακας 2: Μέσος όρος ειδήσεων ανά τηλεοπτικό σταθμό, εφημερίδα, ιστοσελίδα

	Μέσος όρος
ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	
MEGA	11
NET	15
ALTER	8
ΤΥΠΟΣ	

¹. Στη περίοδο της έρευνας, τα ελληνικά κανάλια του δείγματός μας παρουσίαζαν το υψηλότερο ποσοστό «σκληρών» ειδήσεων σε σχέση με οποιαδήποτε άλλη χώρα της διεθνούς μελέτης. Αυτό σε ένα σημαντικό βαθμό αποδίδεται ότι στη συγκεκριμένη περίοδο η ελληνική ειδησεογραφία κατακλυζόταν από αναλύσεις σχετικά με τη διάσωση της χώρας από το Δ.Ν.Τ και την Ε.Ε. Για παράδειγμα, το 80% των ειδήσεων στην ελληνική τηλεόραση αναφερόταν σε «σοβαρές ειδήσεις» (hard news- θέματα για την οικονομία, την πολιτική και την κοινωνία). Η αμέσως επόμενη χώρα ήταν η Κολομβία (73%) κι ακολουθούσαν η Νορβηγία και η Βρετανία. Curran και συνεργάτες *11 Nations Study of Comparative Political Knowledge and Media Consumption*, συνεχιζόμενη έρευνα. Βλέπε υποσημείωση 1.

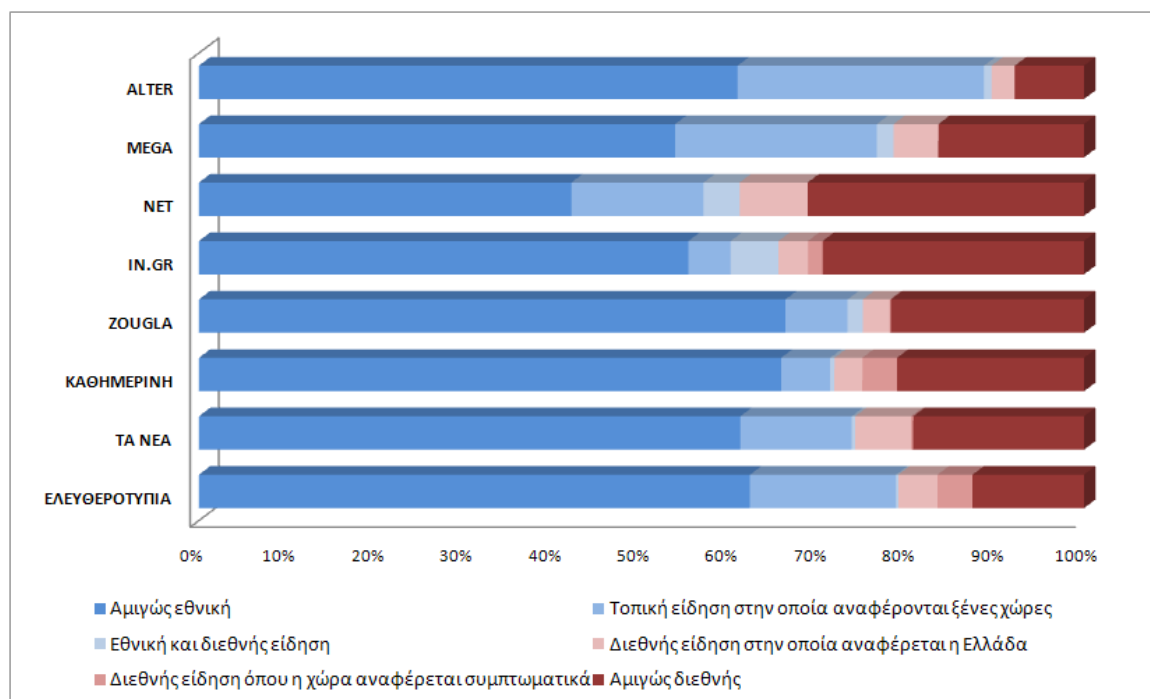
ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ	136
ΤΑ ΝΕΑ	83
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ	95
ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	
ZOUGLA	50
IN.GR	32

Πηγή: Δική μας έρευνα

Είναι γνωστό ότι η επιλογή των ειδήσεων συνδέεται άμεσα με την επικαιρότητα ενός συμβάντος, τη σπουδαιότητα έντασης που έχει για το κοινωνικό σύνολο, την έλλειψη αμφισημίας τους, την πολιτιστική εγγύτητα ή σημασία του, το απροσδόκητο και βεβαίως τις κοινωνικο-πολιτιστικές αξίες της κοινωνίας τις οποίες λαμβάνει υπόψη της και για τούτο προσδοκά να γίνεται αποδεκτή η είδηση (βλ. Galtung και Ruge, 1965). Στο δείγμα των μέσων της έρευνάς μας καταγράφεται, όπως αναμενόταν, ότι τα ελληνικά μέσα θα έδιναν μεγαλύτερη βαρύτητα σε ειδήσεις αμιγώς ελληνικού ενδιαφέροντος και πολύ λιγότερο σε ειδήσεις αμιγώς διεθνούς ενδιαφέροντος. Πέραν από τις δύο αυτές πιο γενικές κατηγορίες, κατατάξαμε τις ειδήσεις σε τοπικές οι οποίες αναφέρονται παράλληλα και σε ξένες χώρες, σε διεθνείς (που κυρίως προέρχονται από διεθνή πρακτορεία ή εφημερίδες ή άλλα μέσα ενημέρωσης) όπου αναφέρεται η Ελλάδα, ή αναφέρεται συμπτωματικά, δηλαδή παρεμπιπτόντως για ένα γεγονός, όπως τα δημοσιονομικά ελλείμματα στις χώρες του Ευρωπαϊκού Νότου καθώς και σε ένα συνδυασμό διεθνούς είδησης όπου ο συντάκτης τη συσχετίζει με ελληνικό ενδιαφέρον.

Στην περίπτωση της τηλεόρασης, οι «σκληρές» ειδήσεις συνοδεύονται ως επί το πλείστον από στοιχεία πλαισίωσης που αφορούν στις επιπτώσεις κάποιας πολιτικής (policy implications) σε σχέση με το προβαλλόμενο γεγονός. Ιδιαίτερα αδύναμη παρουσία έχει το ευρύτερο πλαίσιο μέσα στο οποίο λαμβάνει χώρα το γεγονός, ο προσωποποιημένος τρόπος προβολής του καθώς και η πλαισίωση που αφορά στον κοινωνικό του αντίκτυπο.

Διάγραμμα 1: Κατανομή κατηγοριών ειδήσεων ανά τηλεοπτικό σταθμό, εφημερίδα, ιστοσελίδα



Πηγή: Δική μας έρευνα

Είναι εμφανές ότι τα ελληνικά μέσα ενημέρωσης, έντυπα, τηλεοπτικά και διαδικτυακά, δίνουν, όπως άλλωστε θα ανέμενε κανείς, έμφαση στις ειδήσεις ελληνικού ενδιαφέροντος, αποσπώντας το 61,6% του συνόλου των ειδήσεων του δείγματος. Όπως φαίνεται από το διάγραμμα 1, εάν σε αυτό το ποσοστό προσθέσουμε και τις άλλες κατηγορίες διεθνών ειδήσεων (π.χ., διεθνείς ειδήσεις στις οποίες αναφέρεται η Ελλάδα ή αναφέρεται συμπτωματικά) για τις οποίες υπάρχει ενδιαφέρον, τότε το ποσοστό αυτό αυξάνεται στο 81,22%. Στην περίπτωση αυτή, οι ξένες χώρες αναφέρονται στις ειδήσεις εθνικού ενδιαφέροντος, λόγω της παρόμοιας οικονομικής τους κατάστασης (π.χ. Ισπανία, Πορτογαλία, Ιταλία) ή λόγω του κυρίαρχου ρόλου τους στη λήψη αποφάσεων που αφορούν στις πολιτικές της Ε.Ε. (π.χ. Γερμανία, Γαλλία). Η Ευρώπη κατέχει το μεγαλύτερο αριθμό αναφορών λόγω και των σημαντικών αποφάσεων που λαμβάνονται από τα θεσμικά όργανα της Ε.Ε. για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης στα κράτη – μέλη.

Οι ΗΠΑ έχουν εξίσου σημαντικό αριθμό αναφορών καθώς πέραν της πρωτοκαθεδρίας ως μεγάλης δύναμης, είχε προκύψει το πρόβλημα της διαρροής πετρελαίου στον Κόλπο του Μεξικό καθώς και το ζήτημα της εμπλοκής τους στην ελληνική οικονομική κρίση. Η Βρετανία ακολουθεί με την κάλυψη των εθνικών εκλογών, ενώ η Τουρκία αναφέρεται συχνά λόγω της επίσκεψης του Τούρκου Πρωθυπουργού στην Αθήνα που λαμβάνει χώρα στο υπό εξέταση χρονικό διάστημα. Στα τηλεοπτικά δελτία παρατηρούνται σημαντικές διαφορές ως προς την κάλυψη των διεθνών ειδήσεων με τη δημόσια τηλεόραση να καλύπτει σε όρους διάρκειας και αριθμού ειδήσεων περισσότερο τη διεθνή ειδησεογραφία. Τα διεθνή γεγονότα καλύπτονται με πιο συστηματικό τρόπο από ότι στα ιδιωτικά δελτία ειδήσεων και δεν περιορίζονται σε αμιγώς πολιτικές ειδήσεις. Θα μπορούσε να πει κανείς ότι μπορεί η κάλυψη των σκληρών ειδήσεων να ξεπερνά το μέσο όρο, αλλά στις διεθνείς ειδήσεις υστερεί. Παράλληλα, ως προς το δημοσιογραφικό ύφος, η πλαισίωση των προβαλλόμενων διεθνών ειδήσεων είναι μονοδιάστατη με την έμφαση να δίνεται μόνο στο πλαίσιο της πολιτικής (policy) που σχετίζεται με το προβαλλόμενο γεγονός.

Το επόμενο ερώτημα ήταν σε ποιες χώρες αναφέρονται τα μέσα ενημέρωσης του δείγματός μας. Σύμφωνα με την κλασική μελέτη των Galtung και Ruge (1965), η πλειονότητα

των διεθνών ειδήσεων πηγάζει από το «κέντρο», τις αναπτυγμένες χώρες, όπου δηλαδή εδράζονται και τα μεγαλύτερα πρακτορεία ειδήσεων και τα μεγάλα μέσα ενημέρωσης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι ειδήσεις από τις αναπτυσσόμενες ή λιγότερο αναπτυσσόμενες να είναι ελάχιστες, εκτός και εάν αναφέρονται σε θεομηνίες, καταστροφές ή κοινωνικοοικονομικές κρίσεις. Δεύτερον, η εγγύτητα-γεωγραφική, πολιτισμική και πολιτική, είναι ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας στον καθορισμό της κάλυψης των ειδήσεων στα οπτικά μέσα ενημέρωσης που τείνουν να επιλέγουν θέματα και τεκταινόμενα σε σχέση με τη δική τους γεωγραφική περιοχή. Τρίτον, όπως διαπιστώνουν οι περισσότερες μελέτες, η Δυτική Ευρώπη και οι ΗΠΑ δέχονται το μεγαλύτερο ποσό της κάλυψης στα μέσα, ενώ οι λιγότερο αναπτυγμένες ή αναπτυσσόμενες χώρες δέχονται το μικρότερο. Αξίζει να σημειωθεί ότι στη συγκεκριμένη συγκυρία ο προσανατολισμός των διεθνών θεμάτων στις ΗΠΑ συνδέεται με τη συζήτηση περί της οικονομικής ενίσχυσης της χώρας από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, με τις προκριματικές αμερικανικές εκλογές καθώς και με τη σοβαρή οικολογική καταστροφή που προκάλεσε η διαρροή πετρελαίου στον Κόλπο του Μεξικού. Τέταρτον, παρόλο που οι οριζόντιες ροές όντως υπάρχουν μέσα στον αναπτυσσόμενο, όπως και στον αναπτυγμένο κόσμο, αυτός ο τύπος ροής συνιστά μια ουσιαστικά μικρότερη έκταση της συνολικής κάλυψης απ' ό,τι κάνει η κατακόρυφη ή η "κυκλική" ροή. Πέμπτον, αυτό που καταγράψαμε είναι ότι η πλαισίωση των προβαλλόμενων ειδήσεων τείνει να είναι μονοδιάστατη με την έμφαση να δίνεται μόνο στο πλαίσιο της πολιτικής (policy) που σχετίζεται με το προβαλλόμενο γεγονός.

Αν και παγκοσμίως καταγράφεται μια βελτίωση στην ποσότητα των διεθνών ειδήσεων, το μεγαλύτερο μέρος των διεθνών δρώμενων αντιστοιχεί στις αναπτυγμένες και μεγάλες χώρες, όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση, οι ΗΠΑ και οι μεγάλες χώρες της Ε.Ε. Στις περιπτώσεις όπου παρουσιάζονται θέματα αναφορικά με μικρότερες χώρες ή λιγότερο αναπτυγμένες χώρες αυτές σχετίζονται κυρίως με αρνητικές ειδήσεις (κρίσεις, θεομηνίες, καταστροφές, συγκρούσεις, κλπ.) και ειδικά στην περίπτωση του διαδικτύου με παράξενες ειδήσεις ή ειδήσεις που αφορούν διασημότητες. Στο δείγμα της έρευνάς μας διακρίναμε επίσης τις χώρες σε αυτές που έχουν στα δημοσιεύματα περισσότερο πρωταγωνιστική και σε εκείνες που έχουν λιγότερο πρωταγωνιστική σχέση. Βάσει της εικόνας που σχηματίσαμε φαίνεται ότι η περίπτωση των ελληνικών ΜΜΕ δε διαφέρει από το γενικό κανόνα. Το μεγαλύτερο μέρος της δημοσιογραφικής κάλυψης όσον αφορά στα διεθνή θέματα αφιερώθηκε στα παρακάτω γεγονότα:

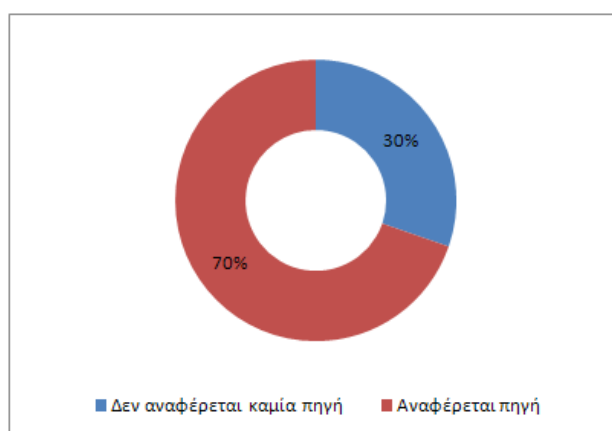
- Συσκέψεις των θεσμικών οργάνων της Ε.Ε. για τη λήψη μέτρων σχετικά με την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης της Ελλάδας και κατ' επέκταση της ευρωζώνης
- Εκλογές στη Βρετανία και σχηματισμός νέας κυβέρνησης συνασπισμού (πρώτο δεκαπενθήμερο Μαΐου).
- Επίσκεψη Ερντογάν στην Ελλάδα (μέσα Μαΐου).
- Συντριβή αεροπλάνου στη Λιβύη (μέσα Μαΐου).
- Ατύχημα (πετρελαιοκηλίδα που δημιουργήθηκε από τη διαρροή πετρελαίου σε εξέδρα άντλησης της BP στον Κόλπο του Μεξικού).
- Επίσκεψη προέδρου του Αφγανιστάν Χαμίτ Καρζάι στον Λευκό Οίκο (μέσα Μαΐου).
- Υπογραφή ρώσο-τουρκικής συμφωνίας για την κατασκευή πυρηνικής ηλεκτροπαραγωγικής μονάδας στην Τουρκία (μέσα Μαΐου).
- Έκρηξη ισλανδικού ηφαιστείου και μεγάλα προβλήματα στις ευρωπαϊκές εναέριες συγκοινωνίες από την ηφαιστειακή τέφρα (μέσα Μαΐου).
- Κρίση στις σχέσεις Βόρειας και Νότιας Κορέας (με αφορμή τη βύθιση νοτιοκορεατικής κορβέτας στα τέλη Μαΐου).
- Έκτακτα μέτρα λιτότητας από την κυβέρνηση Θαπατέρο στην Ισπανία (τέλη Μαΐου).
- Εκλογές στην Ολλανδία (μέσα Ιουνίου).

- Κυρώσεις στο Ιράν από το Συμβούλιο Ασφαλείας του ΟΗΕ για τον τερματισμό του πυρηνικού του προγράμματος (μέσα Ιουνίου).
- Προκριματικές εκλογές στις ΗΠΑ (μέσα Ιουνίου).
- Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου στην Αφρική (μέσα Ιουνίου).

Ένα άλλο θέμα που μας ενδιέφερε να καταγράψουμε είναι εάν στα δημοσιεύματα αφενός αναφέρονται ή όχι οι πηγές στις οποίες βασίζονται οι εκτιμήσεις και τα ρεπορτάζ, και εφόσον αναφέρονται, σε πόσες πηγές συνήθως αναφέρονται. Στο σύνολο του δείγματος, το 71% των δημοσιευμάτων αναφερόταν τουλάχιστον σε μία πηγή και το 29% σε καμία. Πιο συγκεκριμένα, το 31% αναφερόταν σε μία πηγή, το 22% σε δύο πηγές, το 17% σε τρεις πηγές και το 10% σε τέσσερις πηγές. Στην περίπτωση των εφημερίδων τις περισσότερες πηγές ανέφερε η *Ελευθεροτυπία*, στην περίπτωση των τηλεοπτικών δελτίων η NET και μεταξύ των ιστότοπων ο www.zougla.gr.

Πίνακας 3 & Διάγραμμα 2: Αριθμός Πηγών ανά δημοσίευμα – είδηση

Μια πηγή	31%
Δύο πηγές	22%
Τρεις πηγές	17%
Τέσσερις πηγές	10%
Πέντε πηγές	7%
Έξι πηγές	5%
Επτά πηγές	3%
Οχτώ πηγές	2%
Εννέα πηγές	1%



Πηγή: Δική μας έρευνα

Όσον αφορά στο ερώτημα εάν υπάρχει σύγκρουση ή αντίθεση ανάμεσα σε αυτά που υποστηρίζουν οι πηγές των μέσων ενημέρωσης, καταγράψαμε ότι στο 48% των δημοσιευμάτων δεν υπήρχε σύγκρουση, στο 20% υπήρχε σύγκρουση μεταξύ των πηγών αλλά *μόνον* η μία πλευρά αναφερόταν, στο 18% των δημοσιευμάτων υπήρχε σύγκρουση μεταξύ των πηγών αλλά αναφερόταν σε μεγαλύτερο βαθμό η μία πλευρά και στο 14% των δημοσιευμάτων υπήρχε μια ισομερής αντιμετώπιση των υποστηριζόμενων των δύο πλευρών (Διάγραμμα 3).

Διάγραμμα 3: Αντιθέσεις στην εκροή των ΜΜΕ – αντίθεση σε όσα υποστηρίζουν οι πηγές των ΜΜΕ

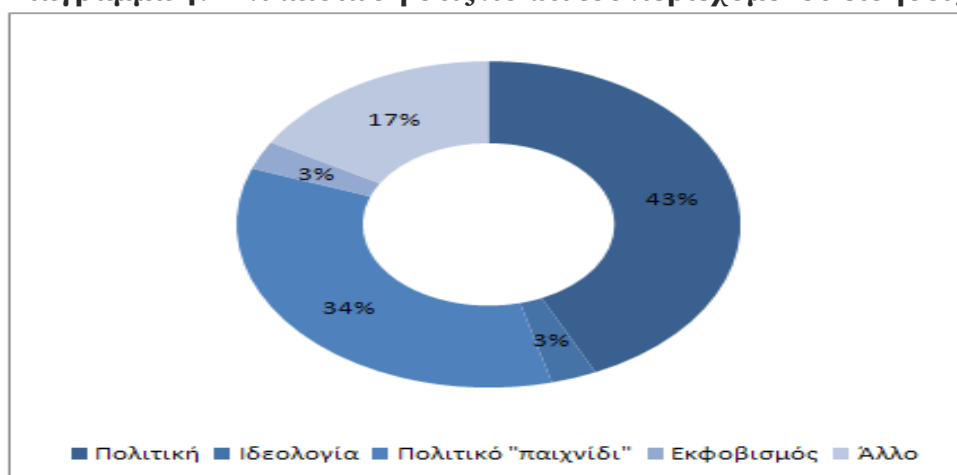


Πηγή: Δική μας έρευνα

Αξίζει πάντως να σημειωθεί ότι συχνότερη αναφορά σε πηγές είχαν οι εφημερίδες του δείγματος, κατά δεύτερο λόγο οι ιστότοποι και κατά πολύ λιγότερο τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων. Σε γενικές γραμμές, μεγάλο ποσοστό πηγών των μέσων ενημέρωσης αποτελούν οι ειδικοί, οι οικονομικοί αναλυτές, γενικότερα οι διαμορφωτές κοινής γνώμης, οι βουλευτές του κυβερνώντος κόμματος στην Ελλάδα και οι υπουργοί, οι ξένοι ηγέτες ή οι πολιτικοί άλλων χωρών γενικότερα και οι επικεφαλής διεθνών οργανισμών ή θεσμών· σε μικρότερο βαθμό οι βουλευτές της αντιπολίτευσης, οι κατηγορούμενοι - κατηγοροί σε υποθέσεις σχετικές με τη Δικαιοσύνη, οι εκπρόσωποι της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Στο ερώτημα *εάν το δημοσίευμα αναφερόταν σε πολιτικές και κοινωνικές επιπτώσεις*, διαπιστώσαμε ότι το 89% των δημοσιευμάτων αναφερόταν σε πολιτικές επιπτώσεις και αυξάνεται σε 98% όσον αφορά στις κοινωνικές επιπτώσεις. Επίσης, διαπιστώσαμε ότι οι εν λόγω αναφορές προέρχονταν κυρίως από τα δημοσιεύματα που εμφανίζονταν στις εφημερίδες του δείγματος, κατά δεύτερο λόγο από τους ιστότοπους και κατά πολύ λιγότερο από τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων. Παρόμοια εικόνα καταγράφεται στις αναφορές στο πολιτικοοικονομικό πλαίσιο και στην προσωποποίηση των ειδήσεων.

Διάγραμμα 4: Η πλαισίωση στις πολιτικού περιεχομένου ειδήσεις



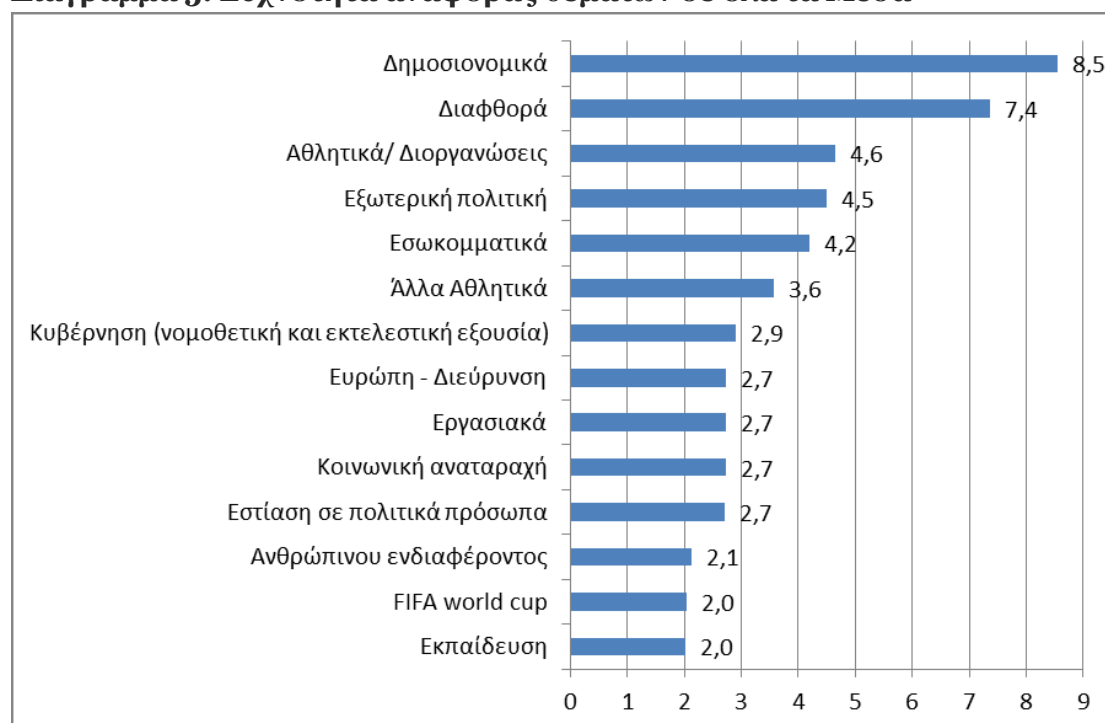
Πηγή: Δική μας έρευνα

Στο ερώτημα *ποια ήταν η πλαισίωση (framing) στις πολιτικού περιεχομένου ειδήσεις*, διαπιστώσαμε ότι το 43% των δημοσιευμάτων αναφερόταν στην πολιτική (policy), το 34% σε θέματα «πολιτικού παιχνιδιού» και το 3% είχε ιδεολογικό περιεχόμενο και αναφερόταν σε θέματα

εκφοβισμού (π.χ., το μέλλον της χώρας, αποβολή από το ευρώ, πτώχευση, κλπ). Το υπόλοιπο 17% έκανε λόγο για άλλα θέματα. Από τα μέσα ενημέρωσης του δείγματος της έρευνάς μας διαπιστώσαμε ότι τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων είχαν σχετικά περισσότερες αναφορές στην πολιτική, οι εφημερίδες σε θέματα πολιτικής στρατηγικής και οι ιστότοποι υιοθέτησαν κατά μία έννοια μια πιο αποστασιοποιημένη στάση, ενδεχομένως λόγω της περιορισμένης έκτασης των δημοσιευμάτων τους.

Όπως ήταν αναμενόμενο, το κύριο θέμα ήταν τα δημοσιονομικά ελλείμματα της χώρας (προσδιορισμός και αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης), η διαφθορά (διερεύνηση διαφόρων σκανδάλων), η εξωτερική πολιτική και τα εσωκομματικά ζητήματα. Τα αθλητικά εν γένει είχαν υψηλή θέση στην ημερήσια θεματολογία και κατά δεύτερο λόγο το κυβερνητικό έργο, η Ευρώπη σε σχέση με την οικονομική κρίση στην Ελλάδα και στα υπόλοιπα ευρωπαϊκά κράτη, τα εργασιακά κλπ. Επίσης, τα εν λόγω κύρια θέματα συχνά εμφανίζονται (ιδίως τα δημοσιονομικά, η διαφθορά και τα εσωκομματικά και τα εργασιακά) ως δευτερεύον θέμα σε πολλές ειδήσεις (Διάγραμμα 5).

Διάγραμμα 5: Συχνότητα αναφοράς θεμάτων σε όλα τα Μέσα



Σημείωση: Στον πίνακα συμπεριλήφθηκαν τα θέματα που συγκέντρωσαν ποσοστό άνω του 2%

Πηγή: Δική μας έρευνα

Σε επίπεδο μέσων του δείγματος, οι εφημερίδες εμφανίζονται να αναφέρονται σε όλα τα θέματα πολύ συχνότερα, αλλά και με πιο εκτενή τρόπο. Τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων έδωσαν μεγαλύτερη έμφαση σε ζητήματα όπως η διαφθορά, τα δημοσιονομικά, τα εργασιακά και τα εσωκομματικά. Οι εφημερίδες επικεντρώθηκαν στα δημοσιονομικά, τη διαφθορά, τα αθλητικά, την εξωτερική πολιτική και τα εσωκομματικά. Τέλος, οι ιστότοποι εστίασαν σε θέματα ανθρωπίνου ενδιαφέροντος, ατυχήματα/ έκτακτες καταστάσεις, κοινωνικές αναταραχές, αθλητικά, «προβλήματα» διασημοτήτων. Αυτή η εικόνα αποτελεί μια ακόμη ένδειξη ότι τα τηλεοπτικά μέσα μπορεί μεν να πληροφορούν σε ένταση, αλλά δεν ενημερώνουν σε έκταση και βάθος, ενώ έκπληξη μας προκάλεσε η έμφαση των θεμάτων των ιστότοπων. Σε γενικές γραμμές, στα διάφορα δημοσιεύματα όπου η οικονομική ύφεση -με βασικό άξονα τις εξελίξεις στην Ελλάδα- είναι το κεντρικό σημείο αναφοράς, η άποψη που εκφράζεται συχνότερα είναι κατά της επιβολής πρόσθετων μέτρων λιτότητας (είτε σε εθνικό, είτε σε διεθνές επίπεδο). Όσον

αφορά στα λίγα δημοσιεύματα που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή, η άποψη που διαφαίνεται είναι υποστηρικτική των μέτρων που ανταποκρίνονται σε αυτή.

Πιο συγκεκριμένα, οι βασικότερες θεματικές που παρατηρήθηκαν όσον αφορά στην *εγχώρια ειδησεογραφία* είναι οι εξής:

- Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα και η δημιουργία του μηχανισμού στήριξης με συμμετοχή των χωρών μελών της ευρωζώνης, της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (ΕΚΤ) και του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (ΔΝΤ).
- Το Μνημόνιο συνεργασίας της Ελλάδας με την Ε.Ε., το ΔΝΤ και την ΕΚΤ.
- Η πολιτική αντιπαράθεση ανάμεσα στα κόμματα στην Ελλάδα σχετικά με τα «Μέτρα για την εφαρμογή του μηχανισμού στήριξης της Ελληνικής οικονομίας από τα κράτη-μέλη της ζώνης του ευρώ και το ΔΝΤ» που έφερε προς ψήφιση στη Βουλή η κυβερνητική παράταξη (πρώτη εβδομάδα Μαΐου).
- Η διογκούμενη κοινωνική αναταραχή με τις περικοπές μισθών, συντάξεων στο δημόσιο τομέα και τις αυξήσεις φόρων γενικότερα στο πλαίσιο των μέτρων λιτότητας.
- Οι κοινωνικές αντιδράσεις για το νέο ασφαλιστικό και συνταξιοδοτικό νομοσχέδιο (μέσα Μαΐου-Ιούνιος).
- Διαφθορά: Το σκάνδαλο Βατοπεδίου με τις αγοραπωλησίες γης και η διερεύνησή του από εξεταστική επιτροπή της Βουλής και από τη Δικαιοσύνη. Η εξέταση πρώην υπουργών (μέσα - τέλη Μαΐου).
- Το σκάνδαλο SIEMENS καθώς και η διερεύνησή του από εξεταστικές επιτροπές της Βουλής. Η εξέταση πρώην υπουργών (μέσα Μαΐου).
- Η πτώση του ελληνικού τουρισμού μετά και το θάνατο τριών εργαζομένων σε τράπεζα που επήλθε από επίθεση με βόμβες μολότοφ (πρώτη εβδομάδα Μαΐου).
- Οι αντιδράσεις για το υπό ψήφιση στα τέλη Μαΐου πρόγραμμα σχετικά με τη διοικητική αναδιάρθρωση της χώρας («Πρόγραμμα Καλλικράτης»)
- Η προσπάθεια για τη διαφάνεια στην πολιτική.
- Οικονομικά προβλήματα ευρωπαϊκών χωρών, όπως της Ισπανίας και της Πορτογαλίας.

Πίνακας 4: Συχνότητα αναφοράς θεμάτων* ανά τηλεοπτικό σταθμό, ιστοσελίδα, εφημερίδα

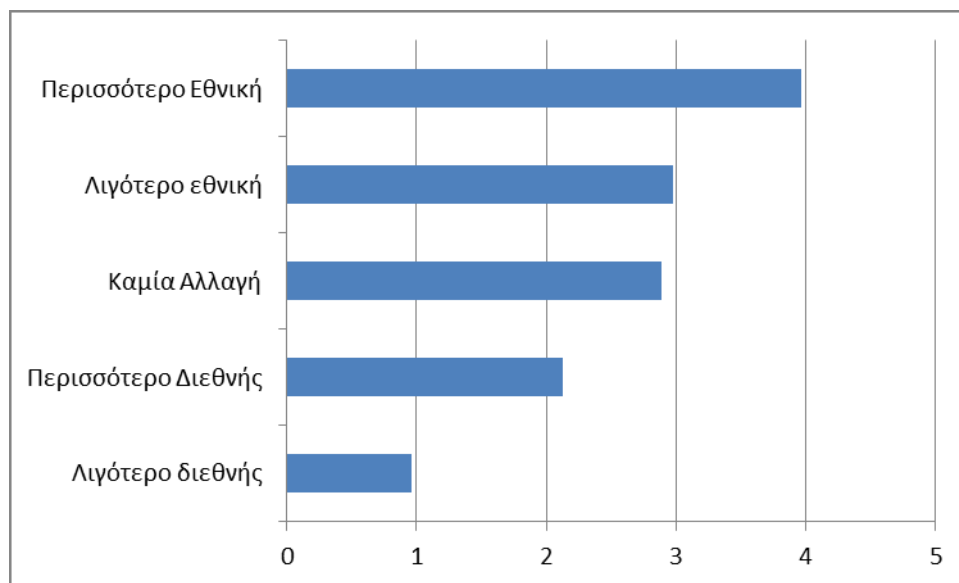
	ALTER	MEGA	NET	IN.GR	ZOUGLA	ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ	ΤΑ ΝΕΑ	Ι
Δημοσιονομική πολιτική	7%	9%	10%	4%	3%	5%	13%	
Διαφθορά	27%	22%	10%	2%	3%	4%	11%	
Αθλητικά / εθνικές διοργανώσεις	0%	0%	0%	4%	3%	6%	0%	
Εξωτερική πολιτική	2%	5%	7%	1%	1%	4%	6%	
Εσωκομματικά	8%	6%	4%	0%	1%	2%	7%	
Άλλα αθλητικά	0%	0%	0%	5%	3%	4%	0%	
Κυβέρνηση (νομοθετική και εκτελεστική εξουσία)	6%	5%	5%	2%	1%	2%	2%	
ΕΕ - Διεύρυνση	7%	6%	5%	3%	1%	1%	2%	
Κοινωνική αναταραχή	3%	4%	3%	3%	5%	4%	1%	
Εργασιακά	10%	8%	5%	2%	1%	2%	5%	
Εστίαση σε πολιτικά πρόσωπα	0%	1%	0%	3%	2%	3%	1%	
Ανθρώπινου Ενδιαφέροντος	0%	1%	0%	2%	12%	2%	0%	
FIFA world cup	1%	0%	2%	5%	1%	1%	1%	
Εκπαίδευση	0%	0%	1%	1%	1%	3%	3%	

*: Στον πίνακα συμπεριλαμβάνονται τα πρώτα 14 θέματα και όχι το σύνολο των θεμάτων, για αυτό και το ποσοστό δεν αθροίζει 100% (κάθετα).

Πηγή: Δική μας έρευνα

Όλα τα μέσα του δείγματος αναφέρθηκαν στη δημοσιονομική κρίση της χώρας και στην αντιμετώπιση της. Όμως η συντριπτική πλειονότητα των δημοσιευμάτων (87%), κατά την εξεταζόμενη περίοδο, δεν είχαν αποκρυσταλλωμένη θέση ως προς τα μέτρα για την αντιμετώπιση της κρίσης, προφανώς γιατί η περίοδος που εξετάσαμε αναφέρεται αμέσως μετά την υποβολή αιτήματος οικονομικής στήριξης από την ελληνική κυβέρνηση προς το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, τις Χώρες της Ευρωζώνης και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Από τα υπόλοιπα δημοσιεύματα που αναλογούν στο 13%, το 4% εξ αυτών θεωρεί ότι η κρίση είναι περισσότερο εθνική (4%) παρά διεθνής (2,1%).

Διάγραμμα 6: Θέση των Μέσων απέναντι στα μέτρα για την αντιμετώπιση της δημοσιονομικής κρίσης



Πηγή: Δική μας έρευνα

Η ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ Η ΓΝΩΣΗ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ

Για να συσχετίσουμε περισσότερο τις ειδήσεις με τη γνώση του κοινού εξετάστηκε κατά πόσο η ορατότητα ή συχνότητα που δίνουν σε διάφορα θέματα τα μέσα ενημέρωσης αντικατοπτρίζεται στη γνώση των απλών ανθρώπων.

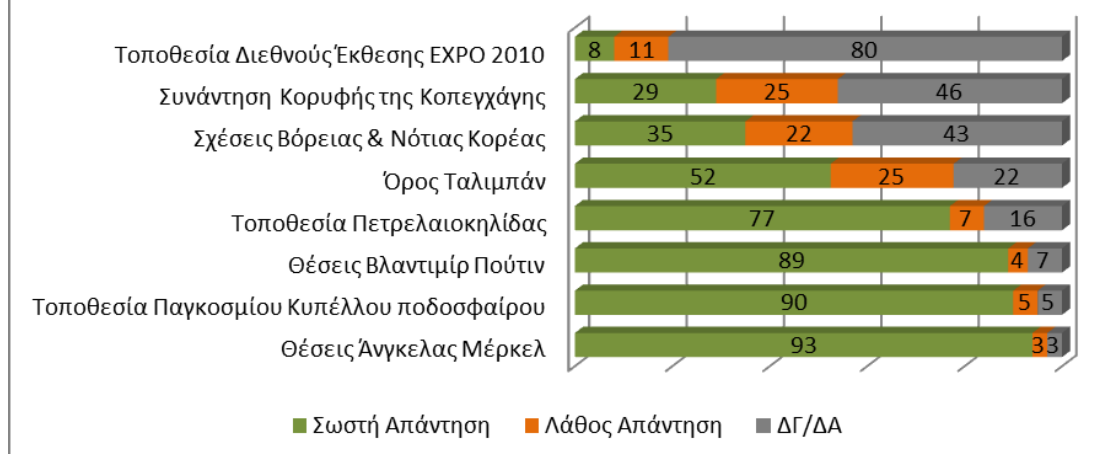
Για το σκοπό αυτό, δημιουργήσαμε μια σειρά από ομάδες ερωτημάτων. Η πρώτη ομάδα ερωτημάτων αναφερόταν σε θέματα και πρόσωπα της διεθνούς επικαιρότητας. Η δεύτερη ομάδα σε θέματα εσωτερικής επικαιρότητας. Στην τρίτη ομάδα ζητήσαμε από τους απλούς ανθρώπους να τοποθετηθούν απέναντι στα πολιτικά κόμματα και σε ειδικά θέματα. Η τέταρτη ομάδα ερωτημάτων αφορούσε στα συναισθήματά τους απέναντι σε θεσμούς και κοινωνικές ομάδες. Η πέμπτη ομάδα ερωτημάτων αφορούσε στην αποτελεσματικότητα, την εμπιστοσύνη και το καθήκον του πολίτη απέναντι στην πολιτική. Η έκτη ομάδα ερωτημάτων αφορούσε στην έκθεση στα μέσα ενημέρωσης και το πολιτικό ενδιαφέρον.

Αναγνωρισιμότητα γεγονότων και προσώπων διεθνούς επικαιρότητας

Στο ερώτημα σχετικά με τη Σύνοδο Κορυφής της Κοπεγχάγης για την Κλιματική Αλλαγή, όπου θέλαμε να δούμε την αναγνωρισιμότητα της εν λόγω διάσκεψης καθώς και σε ποια θέματα, το 29% των ερωτηθέντων έδωσε τη σωστή απάντηση, ενώ το 25% λανθασμένη και το 46% δεν γνώριζε. Πρόκειται για ένα θέμα που αντανακλά όχι μόνον τη σχετικά μικρή κάλυψη οικολογικών θεμάτων από τα ελληνικά μέσα ενημέρωσης, αλλά και το μικρό βαθμό ευαισθητοποίησης των Ελλήνων σε θέματα περιβάλλοντος.

Διάγραμμα 7: Αναγνωρισιμότητα γεγονότων και προσώπων της διεθνούς επικαιρότητας

ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ & ΠΡΟΣΩΠΩΝ ΤΗΣ ΕΣΩΤΕΡΙΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ



Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

Από την άλλη πλευρά, αυτή η εικόνα μετριάζεται όσον αφορά στην ευαισθητοποίηση των Ελλήνων σε περιβαλλοντικά θέματα, καθώς το 77% των ερωτηθέντων απάντησε σωστά στο ερώτημα για το πού έγινε η πρόσφατη έκρηξη σε θαλάσσια εξέδρα άντλησης πετρελαίου. Βέβαια, αυτό ενισχύει την άποψη ότι η γνώση για τα δρώμενα συνδέεται άμεσα με την κάλυψη και την ένταση που δίνουν σε αυτό τα μέσα ενημέρωσης. Σχετική έκπληξη ενδεχομένως να προκαλεί το ποσοστό του 52% που έδωσε σωστή απάντηση στο ερώτημα σε τι αναφέρεται ο όρος Ταλιμπάν.² Επίσης, ενδεχομένως λόγω της συγκυρίας ή και των συχνών αναφορών στο ρόλο της Γερμανίδας Καγκελαρίου Άνγκελα Μέρκελ, το 93% των ερωτηθέντων έδωσε τη σωστή απάντηση όσον αφορά στη θέση την οποία κατέχει. Το ίδιο ισχύει και για τον πρωθυπουργό της Ρωσίας Βλαντιμίρ Πούτιν (Διάγραμμα 7). Μπορεί το 90% των ερωτηθέντων να γνώριζε που διεξαγόταν το παγκόσμιο κύπελλο ποδοσφαίρου, κάτι που ήταν αναμενόμενο, αφού τους αγώνες αφενός τους μετέδιδε καθημερινά η τηλεόραση, και αφετέρου συμμετείχε η εθνική ομάδα ποδοσφαίρου, ωστόσο, το 80% δεν γνώριζε ότι η Διεθνής Έκθεση EXPO 2010 διεξαγόταν στη Σαγκάη. Γεγονός πάντως είναι ότι η εν λόγω έκθεση δεν καλύφθηκε ικανοποιητικά από τα ΜΜΕ.

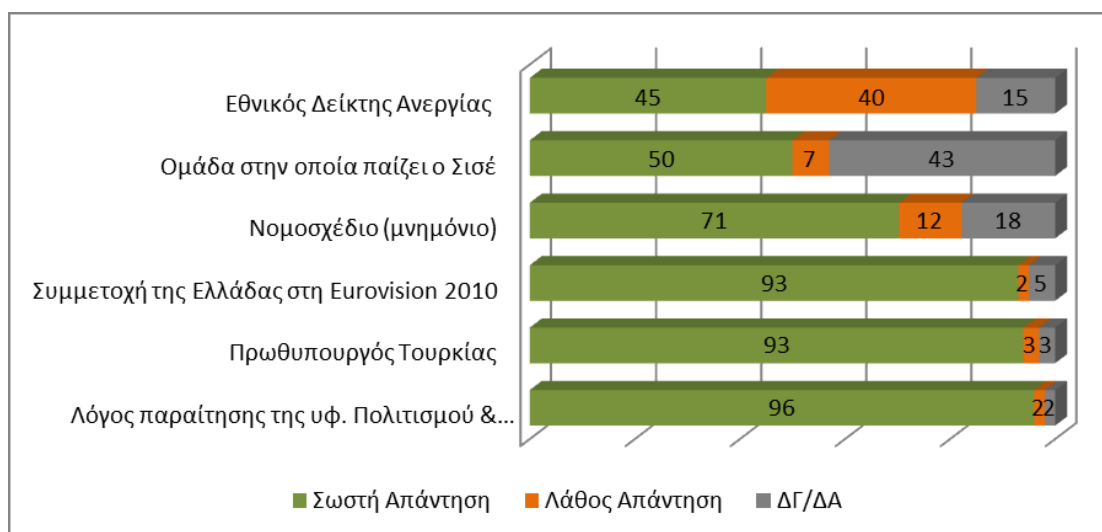
Εσωτερική Επικαιρότητα

Παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα είχε ήδη εισέλθει σε μια περίοδο όπου η ανεργία και οι επακόλουθες απολύσεις βρίσκονταν στο επίκεντρο, μόνον το 45% των ερωτηθέντων έδωσε τη σωστή απάντηση σχετικά με το ύψος της ανεργίας στη χώρα. Από την άλλη πλευρά, το 71% αναγνώρισε σωστά το νομοσχέδιο για τα μέτρα λιτότητας και τις περικοπές των μισθών και των δαπανών -πάντως αναμέναμε το ποσοστό αυτό να ήταν υψηλότερο, αφού αφορούσε πολλές κοινωνικές ομάδες, κάτι που ενδεχομένως να σηματοδοτεί ότι το νομοσχέδιο (Μνημόνιο) «χάθηκε» εν μέρει μέσα στις διαμαρτυρίες και τα συνεχόμενα κύματα απεργιών. Γιατί δεν μπορεί διαφορετικά να εξηγηθεί ότι το 93% των ερωτηθέντων απάντησε σωστά στο ερώτημα του ποιος εκπροσώπησε την Ελλάδα στον πρόσφατο διαγωνισμό της Eurovision (Γιώργος Αλκαίος) και το 96% απάντησε σωστά στο ερώτημα ότι η πρώην υφυπουργός Πολιτισμού & Τουρισμού κα Άντζελα Γκερέκου, παραιτήθηκε από τη θέση της επειδή ο σύζυγός της φοροδιέφευγε. Το 93% πάντως των ερωτηθέντων αναγνώρισε ότι ο πρωθυπουργός της

² Ενδεχομένως το υψηλό ποσοστό γνώσης του όρου Ταλιμπάν να οφείλεται και στη μετωνυμική χρήση του όρου καθώς έχει συνδεθεί με την τρομοκρατία ή το φανατισμό.

Τουρκίας είναι ο Ρετζέπ Ταγίπ Εντοργάν, αλλά μόνον οι μισοί απάντησαν σωστά σε ποια ομάδα παίζει ο ποδοσφαιριστής Τζιπρίλ Σισέ.

Διάγραμμα 8: Αναγνωσιμότητα γεγονότων και προσώπων της εσωτερικής επικαιρότητας



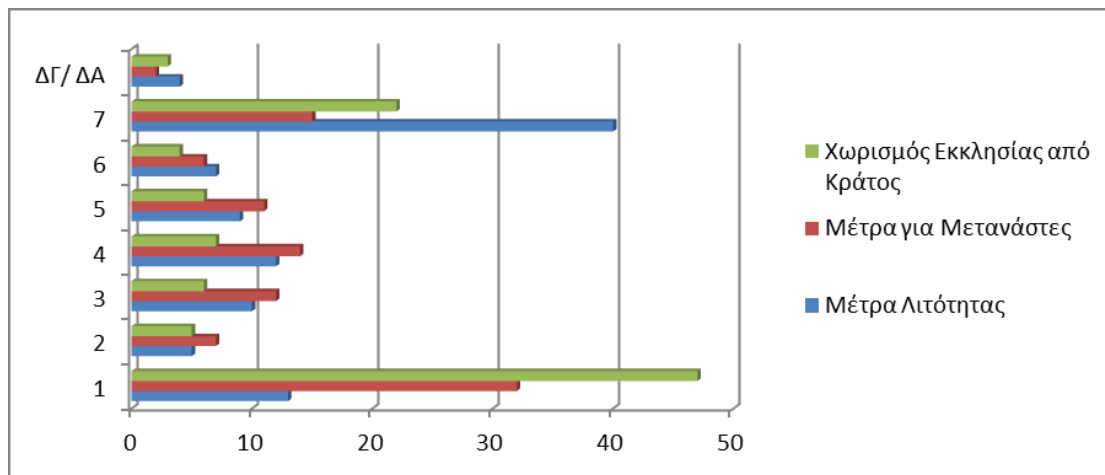
Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

Τοποθέτηση απέναντι σε κόμματα και άλλα ειδικά θέματα

Στη δεύτερη σειρά ερωτημάτων, ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες στο δείγμα, ανάλογα να δηλώσουν εάν είναι υπέρ ή κατά των μέτρων λιτότητας από αυτά που ζήτησαν το ΔΝΤ και η Ε.Ε3, αυστηρότερα ή λιγότερο αυστηρά μέτρα για τους μετανάστες και σε ποιο βαθμό είναι υπέρ ή κατά του χωρισμού εκκλησίας-κράτους. Η βαθμολόγηση έγινε στην κλίμακα 1 έως 7 όπου στο 1 κατατάσσονται όσοι ήταν υπέρ των μέτρων και στο 7 όσοι ήταν κατά. Έτσι, στην υπό εξέταση περίοδο οι μισοί σχεδόν φαίνεται να κατανοούν τη λήψη των μέτρων λιτότητας, οι 3 στους δέκα να ζητούν πιο αυστηρά μέτρα για τους μετανάστες και σχεδόν ένας στους δύο το χωρισμό εκκλησίας κράτους.

Διάγραμμα 9: Θέσεις απέναντι στα μέτρα λιτότητας, τους Μετανάστες και το χωρισμό Εκκλησίας από το Κράτος

³ Το νομοσχέδιο για τη συμφωνία μεταξύ της ελληνικής κυβέρνησης και της «τρόικας» είναι ο Νόμος υπ. αριθ. 3845, Μέτρα για την εφαρμογή του μηχανισμού στήριξης της ελληνικής οικονομίας από τα κράτη – μέλη της Ευρωζώνης και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, ΦΕΚ τχ. 65, τεύχος Α', 6 Μαΐου 2010.



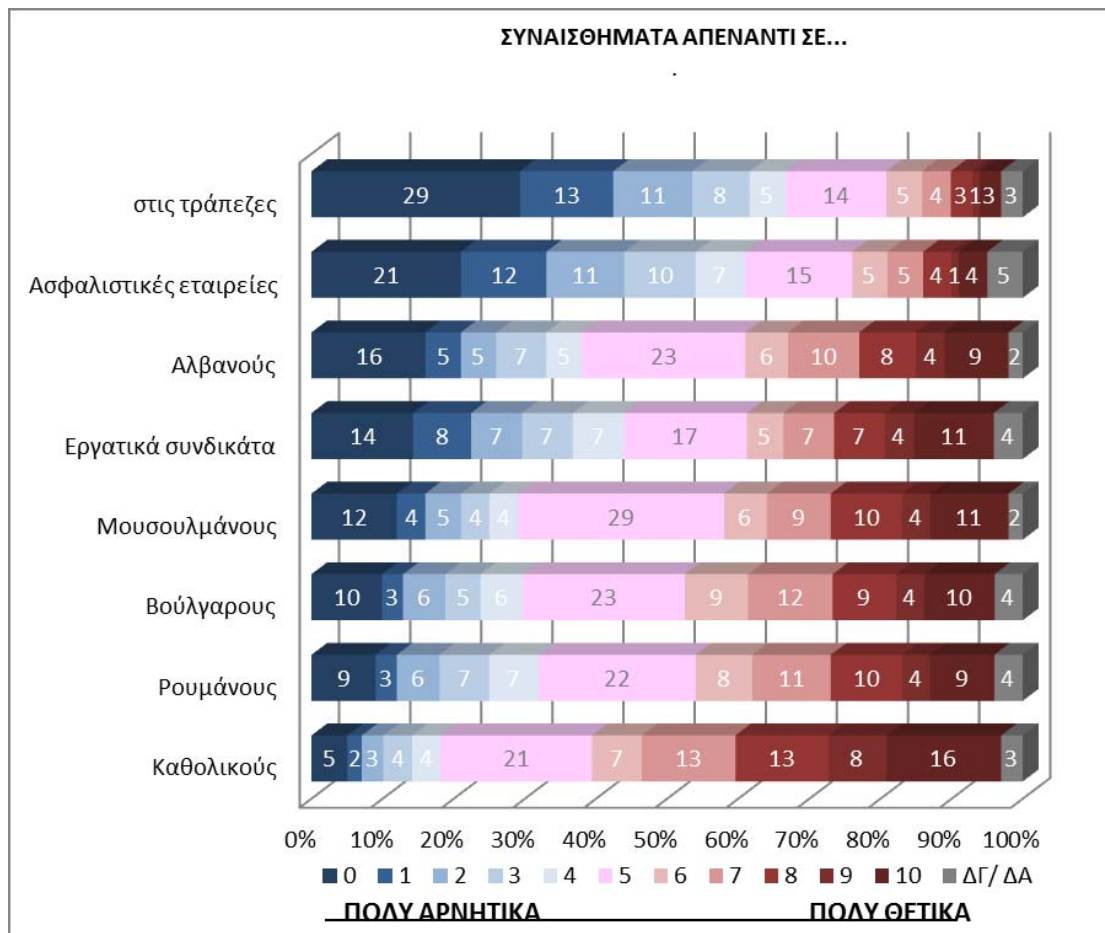
Σημείωση: Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 7, όπου το 1 σημαίνει ότι είναι υπέρ των μέτρων και 7 σημαίνει ότι είναι κατά.

Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

Συναισθήματα απέναντι σε θεσμούς και κοινωνικές ομάδες

Στο ερώτημα σχετικά με τα θετικά και αρνητικά συναισθήματά τους απέναντι σε θεσμούς και κοινωνικές ομάδες -σε μια δεκαβάθμια κλίμακα (από το 0 έως το 10 -όπου το 10 σημαίνει πολύ θετικά και το 0 πολύ αρνητικά συναισθήματα), οι τράπεζες και οι ασφαλιστικές εταιρείες αποκόμισαν τα πιο αρνητικά συναισθήματα των ερωτηθέντων και από τις κοινωνικές ομάδες οι Αλβανοί και οι μουσουλμάνοι.

Διάγραμμα 10: Τοποθέτηση για τους θεσμούς και τις κοινωνικές ομάδες

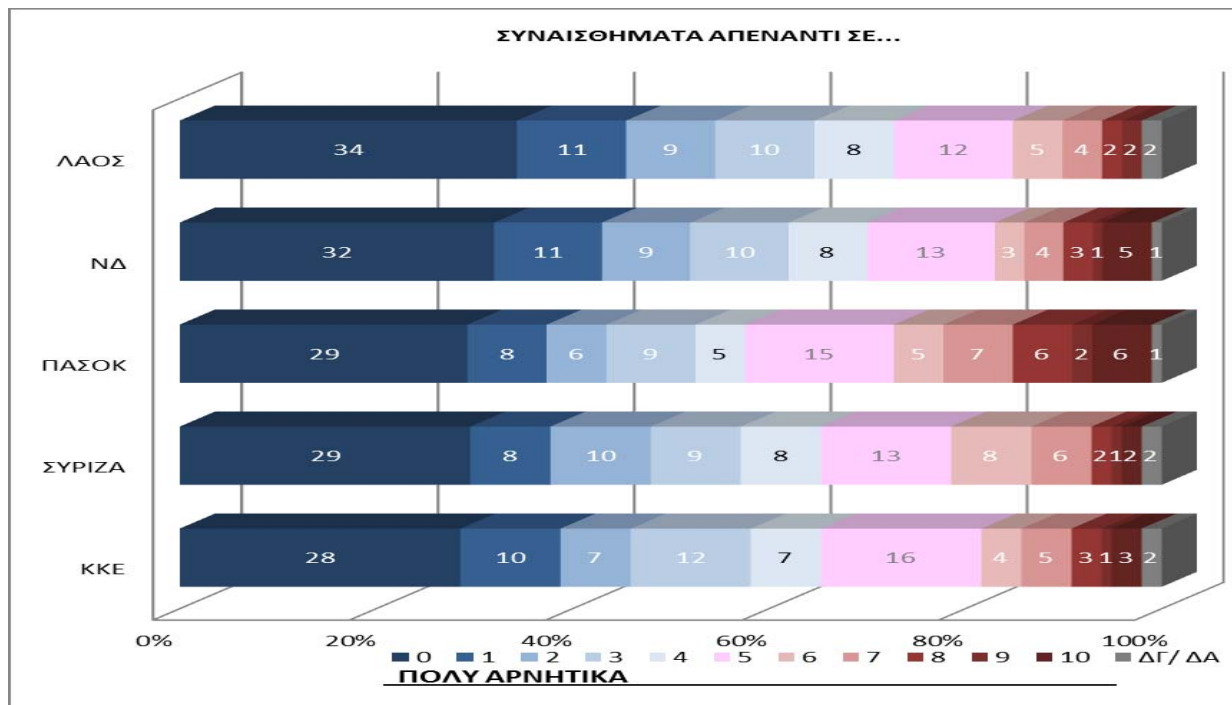


Σημείωση: Σε μια κλίμακα από το 0 έως το 10, όπου το 10 σημαίνει πολύ θετικά συναισθήματα και ο σημαίνει πολύ αρνητικά συναισθήματα, που θα τοποθετούσατε τα συναισθήματα σας απέναντι στους παρακάτω θεσμούς και κοινωνικές ομάδες...

Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

Όταν το ερώτημα αυτό στρέφεται στα πολιτικά κόμματα, τα αρνητικά συναισθήματα κατευθύνονται προς όλα τα κόμματα, λιγότερο ή περισσότερο, ασχέτως εάν έχουν ασκήσει διακυβέρνηση ή όχι.

Διάγραμμα 11: Συναισθήματα της κοινής γνώμης για τα κόμματα

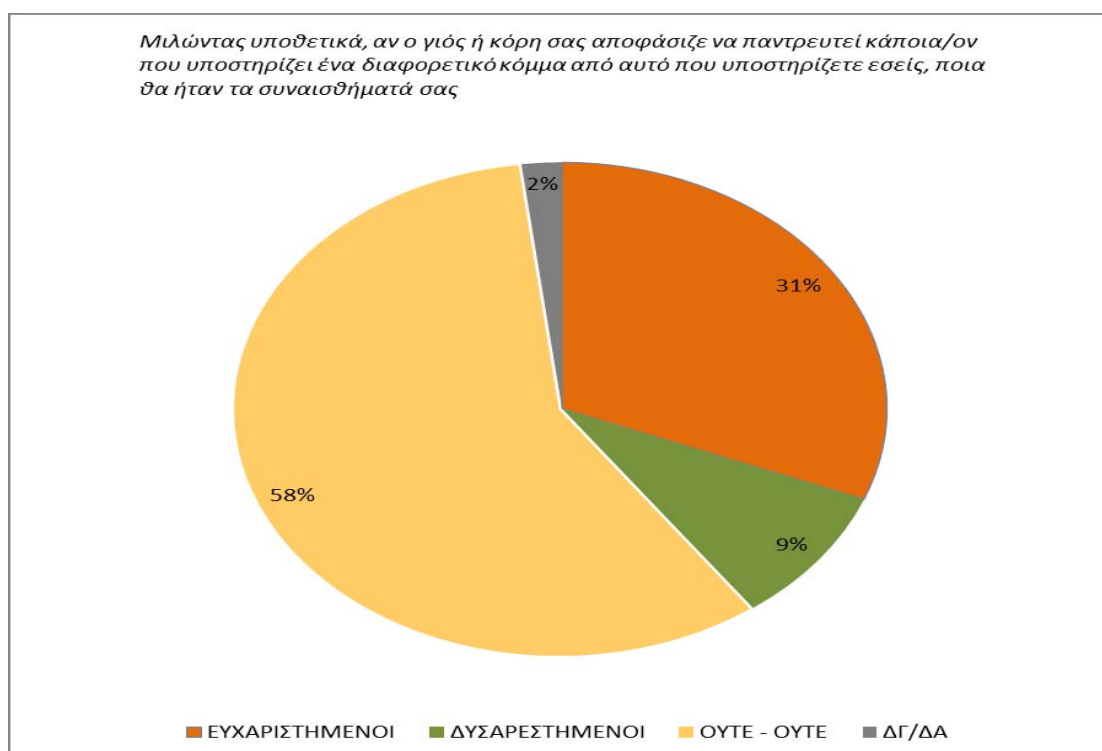


Σημείωση: Σε μια κλίμακα από το 0 έως το 10, όπου το 10 σημαίνει πολύ θετικά συναισθήματα και 0 σημαίνει πολύ αρνητικά συναισθήματα, που θα τοποθετούσατε τα συναισθήματα που έχετε απέναντι στα κόμματα...

Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

Η «απομάκρυνση» των πολιτών από τα πολιτικά κόμματα διαφαίνεται όχι μόνον από μια γενική απαρέσκεια απέναντί τους, αλλά και από χαρακτηριστικές καταστάσεις στην ζωή τους, όπως το εάν θα τους ενοχλούσε σε περίπτωση που ο γιός ή η κόρη τους παντρευόταν κάποια/ον που θα υποστήριζε ένα διαφορετικό κόμμα από αυτούς. Το 58% των ερωτηθέντων απάντησε ότι δεν θα τους πείραζε, ενώ 31% των ερωτηθέντων απάντησε ότι θα ήταν ευχαριστημένοι (6% μάλλον ευχαριστημένοι και 25% ευχαριστημένοι) σε αντίθεση με το 9% που θα ήταν δυσαρεστημένοι (6% μάλλον δυσαρεστημένοι και 3% δυσαρεστημένοι).

Διάγραμμα 12: Συναισθήματα απέναντι στο γάμο του παιδιού τους με υποστηρικτή αντιπάλου κόμματος



Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

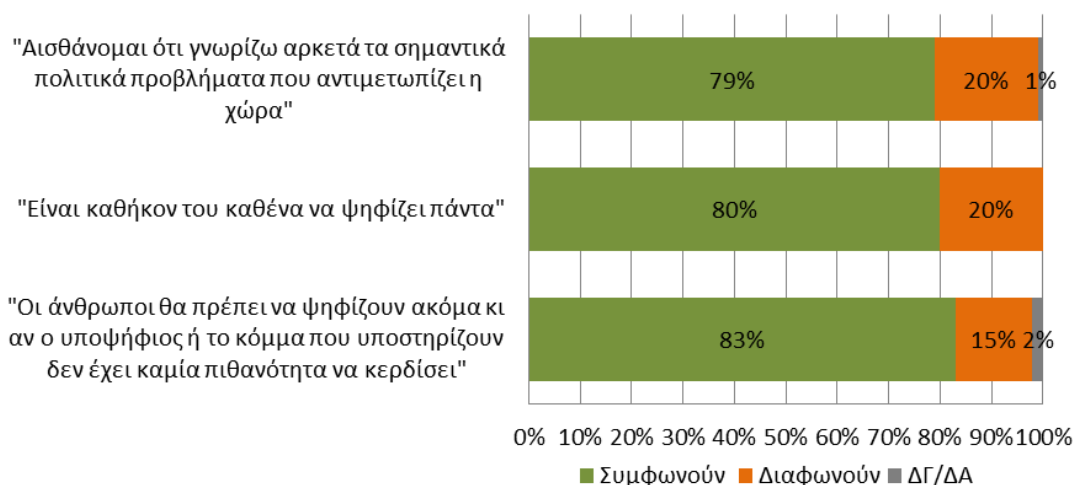
Αποτελεσματικότητα, εμπιστοσύνη και καθήκον του πολίτη απέναντι στην πολιτική

Σε ερωτήματα που σχετίζονται με την εμπιστοσύνη των πολιτών απέναντι στα κόμματα και την πολιτική, προέκυψαν αρκετά αντιθετικές απόψεις. Από τη μία πλευρά, οι ερωτηθέντες, κατά 83%, θεωρούσαν καθήκον τους να ψηφίσουν έστω και εάν ο προτιμώμενος υποψήφιος ή το κόμμα δεν εκλεγόταν ή πίστευαν ότι ήταν καθήκον τους να ψηφίζουν πάντα (80%) ακόμα και εάν το κόμμα τους δεν έχει πιθανότητα επιτυχίας. Από την άλλη, το 33% των ερωτώμενων θεωρούσε ότι η ψήφος των πολιτών δεν επηρεάζει την πολιτική κατάσταση της χώρας και το 91% ότι οι κυβερνήσεις της χώρας σπάνια ή σχεδόν εφαρμόζουν αυτά που εξαγγέλλουν. Επίσης, 79% των ερωτηθέντων «αισθάνονταν ότι γνώριζαν αρκετά τα σημαντικά πολιτικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η χώρα», αλλά το 53% θεωρούσαν ότι δεν είναι καλύτερα «πληροφορημένοι από τον περισσότερο κόσμο για τα πολιτικά και την κυβέρνηση».

Διάγραμμα 13: Θέση της κοινής γνώμης απέναντι στις ηθικές αξίες

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ, ΚΑΘΗΚΟΝ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΗ 1

Από τις πάρακατω απόψεις που κάποιοι υποστηρίζουν θα ήθελα να μου πείτε για κάθε μια από αυτές, εάν εσείς προσωπικά συμφωνείτε, ή διαφωνείτε...

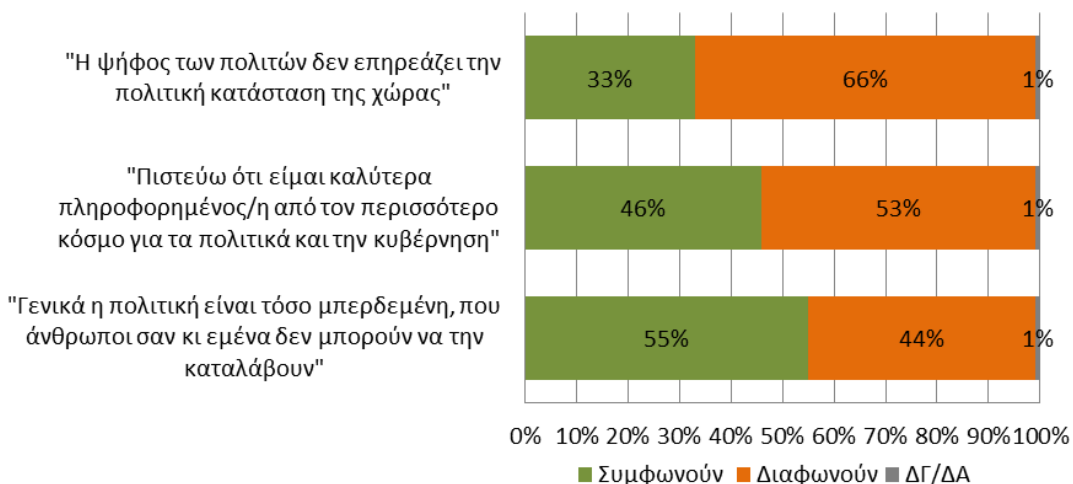


Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

Διάγραμμα 14: Θέση της κοινής γνώμης απέναντι στις ηθικές αξίες

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ, ΚΑΘΗΚΟΝ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΗ 2

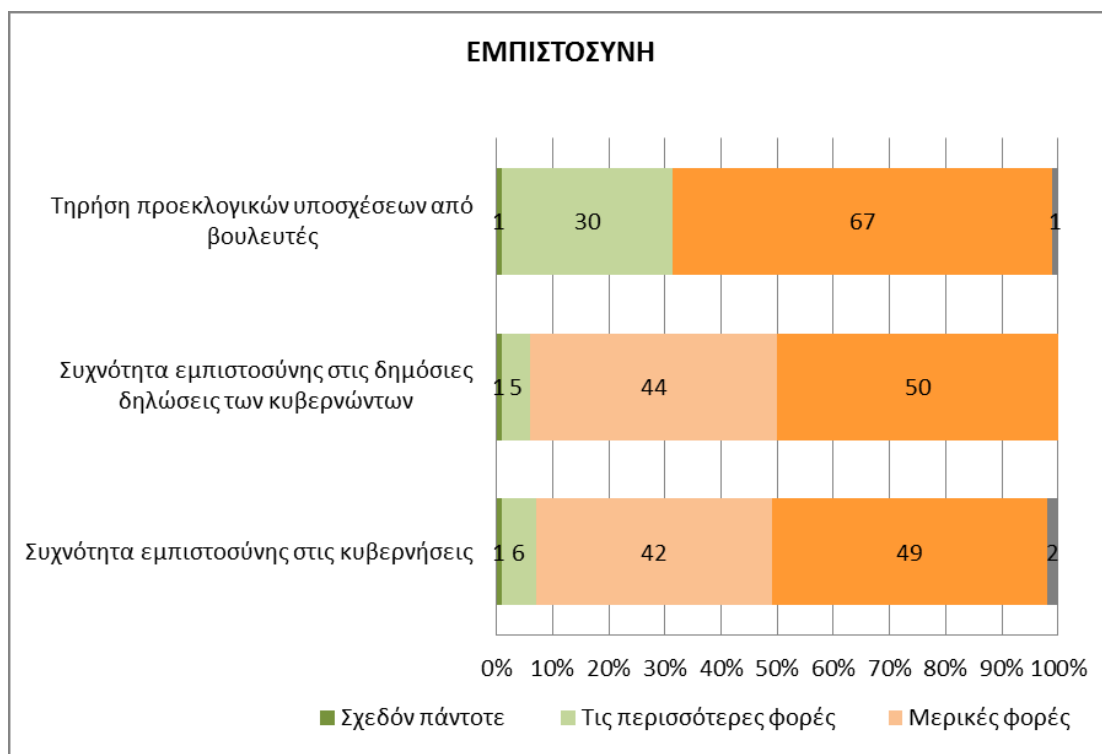
Από τις πάρακατω απόψεις που κάποιοι υποστηρίζουν θα ήθελα να μου πείτε για κάθε μια από αυτές, εάν εσείς προσωπικά συμφωνείτε, ή διαφωνείτε...



Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες της έρευνας, οι κυβερνήσεις όχι μόνον δεν είναι αποτελεσματικές, αλλά και σχεδόν όλοι οι πολιτικοί (98%) δεν κρατούν τις υποσχέσεις τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, να μην υπάρχει εμπιστοσύνη στους κυβερνώντες. Σε σχετική ερώτηση «πόσο συχνά οι πρωθυπουργοί της χώρας λένε την αλήθεια όταν κάνουν δημόσιες δηλώσεις», το 94% των ερωτηθέντων υποστήριξε ότι είναι εξαιρετικά σπάνιο.

Διάγραμμα 15: Εμπιστοσύνη στους πολιτικούς

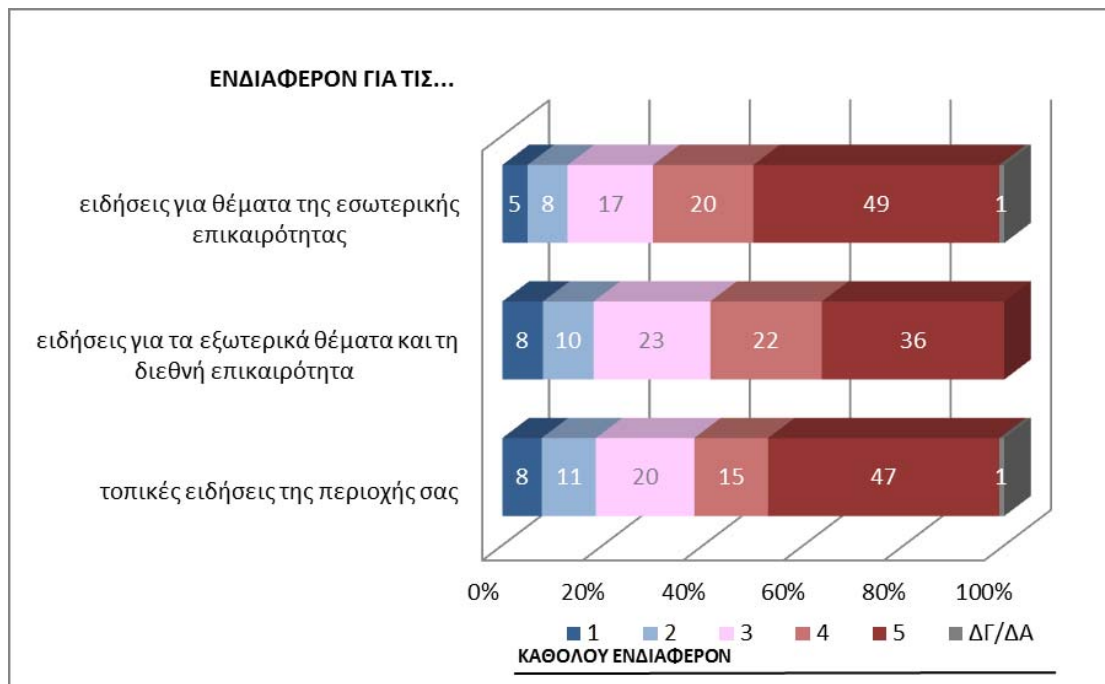


Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

ΕΚΘΕΣΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ

Σχετικά με την έκθεση των ερωτώμενων στα μέσα ενημέρωσης από τα ευρήματα της έρευνας προκύπτουν τα ακόλουθα ενδιαφέροντα στοιχεία. Το 68% των ερωτηθέντων απαντά ότι ενημερώνεται συχνά από τα μέσα ενημέρωσης σχετικά με την πολιτική κατάσταση στην Ελλάδα (16% μερικές φορές, 12% αραιά και 4% ποτέ). Από την ειδησεογραφία τα θέματα που προτιμούν είναι αυτά της εσωτερικής επικαιρότητας, οι τοπικές ειδήσεις της περιοχής τους και λιγότερο τα διεθνή θέματα. (Διάγραμμα 16).

Διάγραμμα 16: Ενδιαφέρον των πολιτών για θέματα της ενημέρωσης



Σημείωση: Σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου το 1 σημαίνει καθόλου ενδιαφέρον και 5 σημαίνει μεγάλο ενδιαφέρον, πόσο σας ενδιαφέρει να παρακολουθείτε...

Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

Το γεγονός αυτό θα μπορούσε να αποδοθεί στο ότι τα μέσα ενημέρωσης (όχι μόνον στην Ελλάδα) στρέφουν τους πολίτες στο να ενημερώνονται κυρίως, περισσότερο για τα τοπικά και εθνικά θέματα και λιγότερο για τα διεθνή. Όπως αναμενόταν, τα νέα τα μαθαίνουν από τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων, κυρίως των ιδιωτικών καναλιών, και συζητούν τα πολιτικά θέματα με συγγενείς και φίλους. Δευτερογενής πηγή ενημέρωσής τους είναι το ραδιόφωνο και οι ενημερωτικές ιστοσελίδες και τελευταίες οι εφημερίδες. Με άλλα λόγια, παρόλο που η χρήση του διαδικτύου, έχει αυξηθεί και στην Ελλάδα, αυτό δεν επιδρά άμεσα στην τηλεοπτική ενημέρωση. Η σαφής προτίμηση στα παραδοσιακά μέσα δείχνει το χαμηλό βαθμό ανάπτυξης των νέων μέσων όσον αφορά το ρόλο τους ως μέσων ενημέρωσης και ιδίως του διαδικτύου στη χώρα μας (Πίνακας 5).

Πίνακας 5: Συχνότητα παρακολούθησης ειδησεογραφίας

ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΑ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

	Μέσος όρος ημερών
Κατά τη διάρκεια μιας συνηθισμένης εβδομάδας, περίπου πόσες μέρες (την εβδομάδα)...; Παρακολούθηση ειδήσεων στην τηλεόραση (στη διάρκεια της εβδομάδας)	5
— Παρακολούθηση ειδήσεων από τα ιδιωτικά κανάλια	4
— Παρακολούθηση δελτίων ειδήσεων από τα κρατικά κανάλια	3,1
Πολιτική συζήτηση με φίλους	3,3
Ακρόαση ειδήσεων στο ραδιόφωνο	2,3
Επίσκεψη ιστοσελίδων με ειδήσεις στο Ίντερνετ	2,1
Ανάγνωση καθημερινών εφημερίδων	1,6

Πηγή: Public Issue για λογαριασμό μας

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι Έλληνες ερωτηθέντες επέδειξαν υψηλό βαθμό γνώσης σε σχέση με τη διεθνή επικαιρότητα, και πιο συγκεκριμένα αναφορικά με θέματα που τέθηκαν πέραν του ελληνικού ενδιαφέροντος και παρέπεμπαν σε διεθνείς προσωπικότητες και ζητήματα (π.χ., Μέρκελ, Πούτιν, πετρελαιοκηλίδα), καθώς και στον προσδιορισμό των αρχηγών των γειτονικών λαών (π.χ., Ερντογκάν). Ωστόσο, η γνώση τους ήταν κατά πολύ μικρότερη για σημαντικά διεθνή θέματα και καταστάσεις που θεωρούν ότι δεν τους αφορούν άμεσα (όπως η Διεθνής Έκθεση 2010, η Συνάντηση Κορυφής της Κοπεγχάγης, κ.ά.). Ωστόσο, θα πρέπει να επισημανθεί ότι στη δική μας έρευνα δεν επιβεβαιώνεται η άποψη που υποστηρίζει ότι η δημόσια τηλεόραση δίνει μεγαλύτερη έμφαση στις «σκληρές» ειδήσεις σε σύγκριση με τα μεγάλα ιδιωτικά κανάλια ή τα κεντρικά τους δελτία ειδήσεων. Όμως, εάν αυτό εξεταστεί στο επίπεδο της ποιοτικής παροχής ειδήσεων («σκληρές» ειδήσεις, διεθνείς ειδήσεις, πλαισίωση γεγονότων), η δημόσια τηλεόραση υπερέχει ελαφρά στην αναλογία των «σκληρών» και των διεθνών ειδήσεων.

Τα στοιχεία της έρευνας κατέδειξαν ότι η συντριπτική πλειονότητα των ειδήσεων αφορά αμιγώς εθνικές ειδήσεις ή/και ειδήσεις που συνδέονται άμεσα με θέματα τοπικού ενδιαφέροντος. Ακόμη και για ζητήματα ή θέματα που έδειξαν να γνωρίζουν οι Έλληνες, αυτά συνδέονται άμεσα με τον κατάλογο των χωρών στις οποίες συνήθως αναφέρονται τα ελληνικά μέσα ενημέρωσης. Ως προς τις καθ' ολοκληρίαν διεθνείς ειδήσεις η δημόσια τηλεόραση δείχνει να τις προτιμά κατά πολύ περισσότερο σε σχέση με την ιδιωτική.

Όπως ήταν αναμενόμενο, λόγω της συγκυρίας της οικονομικής κρίσης, θέματα σχετικά με την οικονομία και την πολιτική ήταν περισσότερο γνωστά όπως επίσης και τα αθλητικά θέματα. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων στο δείγμα της έρευνας, οι Έλληνες εμφανίζονται να είναι κατά πολύ περισσότερο ενημερωμένοι για τους λόγους παραίτησης της υφυπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού και της συμμετοχής του τραγουδιστή Αλκαίου στη Eurovision, παρά για το νομοσχέδιο λιτότητας ή το Μνημόνιο και το ποσοστό ανεργίας της χώρας. Τούτο εν μέρει προκαλεί μικρή έκπληξη, καθώς τα δύο τελευταία συμβάντα απασχόλησαν έντονα την ελληνική κοινωνία εφόσον η οικονομική ύφεση έχει άμεσες επιπτώσεις στη ζωή τους.

Από την άλλη πλευρά, οι ειδήσεις στην Ελλάδα συνοδεύονται ως επί το πλείστον από στοιχεία πλαισίωσης με στόχο την ερμηνεία και σχολιασμό των πολιτικών δρώμενων, συχνά με την προσωποποίηση της πολιτικής, και σπανιότερα αναφορικά με το ευρύτερο πλαίσιο μέσα στο οποίο λαμβάνει χώρα το γεγονός. Σε άλλες χώρες η κυριότερη τάση έγκειται στην προβολή του ευρύτερου πλαισίου του γεγονότος, χωρίς ωστόσο να παραμελείται (όπως συμβαίνει στην ελληνική περίπτωση) ο προσωποποιημένος τρόπος παρουσίασής του (Curran, Iyengar, Lund, and Salovaara-Moring, 2009).

Μπορεί οι εφημερίδες να παρουσιάζουν πολύ περισσότερες ειδήσεις σε σχέση με τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων, ακόμη και σε σύγκριση με τους ιστότοπους, οι εφημερίδες όμως αποτελούν στην πράξη τέταρτη πηγή ενημέρωσης των Ελλήνων. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε το γεγονός ότι ο ελληνικός Τύπος περνά μια από τις πιο δύσκολες, ενδεχομένως την πιο δύσκολη, περίοδο της ιστορίας του. Από την άλλη πλευρά, τα ελληνικά μέσα ενημέρωσης βασίζονται σε μία το πολύ δύο πηγές για την καταγραφή των θεμάτων τους, με τις εφημερίδες να υπερισχύουν καταφανώς ως προς την αναφορά των πηγών τους. Αν και η χρήση του διαδικτύου τείνει να είναι μεγαλύτερη σε σχέση με την αξιοποίηση των εφημερίδων, η διαφορά μεταξύ των δύο μέσων επικοινωνίας και ενημέρωσης είναι μικρή.

Η χρήση του ραδιοφώνου στην Ελλάδα για την ικανοποίηση των ενημερωτικών αναγκών δεν είναι καθόλου περιθωριοποιημένη, όπως ευρέως θεωρείται, αφού ξεπερνά σε συχνότητα χρήσης τόσο το διαδίκτυο όσο και τις εφημερίδες. Άλλωστε σύμφωνα με τα στοιχεία του Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων, η μέση ημερήσια ραδιοακρόαση σημειώνει αξιολογή αύξηση από το 1992 έως σήμερα (Ζώντου, 2008). Οι Έλληνες δεν φαίνεται να είναι ένθερμοι «αναζητητές» των ειδήσεων, ενδεχομένως γιατί κυρίως διαμέσου της τηλεόρασης προσφέρονται πολλές δυνατότητες ενημέρωσης σε διαφορετικές περιόδους στη διάρκεια της ημέρας. Τα αποτελέσματα της δημοσκοπήσης καταδεικνύουν ότι οι Έλληνες έχουν πολύ καλό επίπεδο γνώσης τόσο των «σκληρών» εθνικών ζητημάτων όσο και των «μαλακών» εθνικών ζητημάτων. Ενδεχομένως αυτό να σχετίζεται με την κάλυψη των μέσων ενημέρωσης, καθώς καταγράφεται υψηλή ποσόστωση σκληρών ειδήσεων. Αυτό προφανώς συνδέεται και με το ότι στην ελληνική τηλεόραση και στα μέσα ενημέρωσης γενικότερα, οι σκληρές ειδήσεις (π.χ., οικονομία, πολιτική κλπ.) υπερισχύουν, λόγω της πολιτικοποίησης των ΜΜΕ, των μαλακών (σκανδαλοθηρικών) ειδήσεων. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο, ότι «ελαφρά» τηλεοπτικά δελτία ή σκανδαλοθηρικές εφημερίδες δεν είναι στις πρώτες προτιμήσεις των Ελλήνων, παρά το γεγονός ότι η δραματοποίηση και ο εντυπωσιασμός δεν απουσιάζουν από τις αποκαλούμενες «σκληρές» ειδήσεις είτε αυτές αναφέρονται σε θέματα πολιτικής ή οικονομίας, ακόμη και πιθανής πτώχευσης της χώρας.

Όπως αναφέρθηκε στην εισαγωγή του παρόντος άρθρου, θεωρούμε ότι η γνώση του κοινού επηρεάζεται ή εν πάση περιπτώσει συνδέεται με αυτά που τα μέλη του διαβάζουν, ακούν ή βλέπουν στα μέσα ενημέρωσης. Όπως είδαμε, σχεδόν όλα τα δημοσιεύματα αναφέρονταν σε πολιτικοκοινωνικές επιπτώσεις, με κύρια και δευτερεύουσα θεματολογία τα δημοσιονομικά, τη διαφθορά, τα αθλητικά, την τοπική αυτοδιοίκηση, την εξωτερική πολιτική, τα εσωκομματικά και τα εργασιακά ζητήματα. Όσον αφορά στο βαθμό προσωποποίησης των γεγονότων, είναι αξιοσημείωτο ότι στην ιδιωτική και τη δημόσια τηλεόραση οι τάσεις είναι ταυτόσημες (5,7% και 5,5% αντίστοιχα). Από την άλλη πλευρά, δεν φαίνεται να επηρεάζουν τη γνώση των πολιτών είτε προτιμούν να ενημερώνονται από τη δημόσια ή την ιδιωτική τηλεόραση. Συνεπώς, η γνώση των πολιτών δεν επηρεάζεται μόνο από το περιεχόμενο των μέσων, αλλά και από άλλους παράγοντες (π.χ., πολιτικές πεποιθήσεις, ομάδες αναφορές κλπ.).

Στο δείγμα της έρευνάς μας τόσο η δημόσια, όσο και ιδιωτική τηλεόραση φροντίζουν να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τις συνέπειες της πολιτικής του προβαλλόμενου γεγονότος. Οι κοινωνικές συνέπειες των προβαλλόμενων γεγονότων προβάλλονται, όπως προαναφέραμε, περισσότερο από την ιδιωτική τηλεόραση παρά από τη δημόσια.

Το καλό επίπεδο γνώσης που διαθέτει το κοινό ως προς τα τρέχοντα ζητήματα της επικαιρότητας δεν επιδρά στο βαθμό εμπιστοσύνης που έχει για τα πολιτικά πρόσωπα,⁴ ούτε στο επίπεδο επίγνωσης του ρόλου του ως ενεργό κομμάτι της κοινωνίας των πολιτών. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων δήλωσε, μια απαρέσκεια απέναντι στα μέτρα λιτότητας, τις κυβερνητικές επιλογές, τις τράπεζες, τις ασφαλιστικές εταιρείες και τους μετανάστες που τους θεωρεί ενδεχομένως ως έναν επιπλέον παράγοντα για την αύξηση της ανεργίας. Αυτό πιθανώς να οφείλεται στο ότι η σχέση ανάμεσα στη γνώση και την πολιτική ενημέρωση είναι πολύ πιο σύνθετη από ότι υποθέτουμε. Ακόμη, το επίπεδο εμπιστοσύνης στην πολιτική δεν εξασφαλίζει ή συνεπάγεται γνώση των «σκληρών» επίκαιρων δημόσιων υποθέσεων. Η σχέση μεταξύ τους είναι αδύναμη ή αρνητική.

Ωστόσο, το στοιχείο εκείνο που περισσότερο από κάθε άλλο σηματοδοτεί τη γνώση των πολιτών είναι η πολιτική δράση και η αυτο-εκτίμηση. Δεν είναι τυχαίο ότι οι ερωτηθέντες στην έρευνά μας δηλώνουν ότι έχουν αφήσει στην άκρη τα παλιά κομματικά πάθη, καθώς όχι μόνον εκδηλώνουν έντονη απαρέσκεια απέναντι στα υπάρχοντα κόμματα και τους πολιτικούς που εν γένει τους θεωρούν αναξιόπιστους, αλλά και δεν καθορίζουν την προσωπική/οικογενειακή τους ζωή (π.χ., το ερώτημα για το γάμο) με βάση τα πολιτικά πιστεύω. Με άλλα λόγια, οι ερωτηθέντες εμφανίζονται ιδιαίτερα καχύποπτοι απέναντι στον πολιτικό κόσμο. Παρά ταύτα θεωρούν ότι είναι καθήκον τους να ψηφίζουν πάντα, ακόμη και εάν το κόμμα ή ο υποψήφιος που υποστηρίζουν γνωρίζουν ότι δεν έχει πιθανότητες να εκλεγεί, παρά το γεγονός ότι δεν τους διαφεύγει ότι η ψήφος τους δεν θα επηρεάσει την πολιτική κατάσταση της χώρας. Αυτό σημαίνει ότι ο Έλληνας πολίτης μπορεί να μην έχει καμία εμπιστοσύνη στο υπάρχον πολιτικό σύστημα ή στις πολιτικές δομές, ή/και να αντιλαμβάνεται το τέλος της μεταπολίτευσης, αλλά συνεχίζει να έχει εμπιστοσύνη στη δημοκρατία και τους θεσμούς της (Παναγιωτοπούλου και Παπλιάκου, 2007· Panagiotopoulou 2009). Είναι ενδιαφέρον να εξετάσει κανείς σε ποιο βαθμό η απαξίωση του πολιτικού κόσμου αντανάκλαται στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης ή όχι, αλλά αυτό αποτελεί θέμα μιας άλλης έρευνας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Allberg, T., Aelst, P. and Curran, J. (2011). 'Media Systems and the Political Information Environment: A Cross-national Approach' στο T. Allberg and J. Curran (eds.) *How Media Informs Democracy*. New York: Routledge.
- Aalberg, T., Aelst, P. Van και Curran, J. (2008). 'Media systems and the information environment', εισήγηση στο International Association for Media and Communication Research (IAMCR), Στοκχόλμη.
- Aarts, K. και Semetko, H. (2003). 'The Divided Electorate: Media Use and Political Involvement', *Journal of Politics*, τομ. 65, τχ. 3: 759-784.
- Anderson, C. και Guillory, C. (1997). 'Political Institutions and Satisfaction with Democracy: A Cross-national Analysis of Consensus and Majoritarian Systems', *American Political Science Review*, τομ. 91, τχ. 1: 66-81.
- Archibugi, D., Held, D. και Kohler, M. (1998). *Re-Imagining Political Community*, Cambridge: Polity.

⁴ Η συμμετοχή των Ελλήνων σε επαγγελματικούς συλλόγους φθίνει σταδιακά εφόσον σε εμπειρική έρευνα το 1985 καταγράφηκε ότι το ένα τρίτο των ερωτώμενων (33.6%) συμμετείχε σε αυτούς τους συλλόγους, ενώ το 1989 λιγότεροι από το ένα τέταρτο (23.4%) δήλωσαν μέλος κάποιου επαγγελματικού συλλόγου. Το ίδιο χαμηλή είναι η συμμετοχή σε ΜΚΟ ή/και πολιτικές οργανώσεις σύμφωνα με την πανελλαδική έρευνα του European Social Survey (ESS) που διεξήγαγε το ΕΚΚΕ το 2003 στην οποία η συνολική συμμετοχή ανήλθε σε 20.5% του πληθυσμού (μόνο ΜΚΟ 15,3%), (Παναγιωτοπούλου και Παπλιάκου, 2007: 237-239).

- Bauman, Z. (2001). *The Individualised Society*, Cambridge: Polity.
- Capella, J. και Jamieson, K. (1997). *Spiral of Cynicism*, New York: Oxford University Press.
- Chadha, K. και A. Kavoori (2005). 'Globalisation and national media systems: mapping interactions in policies, markets, and formats' στο J. Curran και M. Gurevitch (eds.) *Mass Media and Society*, 4th edition, London: Arnold.
- Couldry, N., Livingstone, S. και Markham, T. (2007). *Media Consumption and Public Engagement*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Curran, J. (2005). 'What Democracy Requires of the Media' στο G. Overholser και K. Jamieson (eds) *The Press: Institutions of American Democracy*, New York: Oxford University Press.
- Curran, J. και Park, M-Y. (eds) (2000). *De-Westernizing Media Studies*, London: Routledge.
- Curran, J., και Seaton, J. (2003). *Power Without Responsibility*, 6th edition, London: Routledge.
- Curran, J., Iyengar, S., Lund, A. και Salovaara-Moring, I. (2009). 'Media Systems, Public Knowledge, and Democracy: A Comparative Study', *European Journal of Communication*, τομ. 24, τχ. 1: 5-26.
- Curran, J., Salovaara-Moring, I., Coen, S. και Iyengar, S., (2009). 'Crime, Foreigners and Soft News: Questioning a New Orthodoxy', *Journalism*, τομ. 11, τχ. 1: 1-17.
- Dalton, R., Scarrow, S. και Cain, B. (2004). 'Advanced Democracies and the New Politics', *Journal of Democracy*, τομ. 15, τχ. 1: 124-138.
- De Vreese, C. και Boomgaarden, H. (2006). 'News, Political Knowledge and Participation: The Differential Effects of News Media Exposure on Political Knowledge and Participation', *Acta Politica*, τομ. 41, τχ. 4: 317-341.
- EKKE (Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών). *Ελλάδα-Ευρώπη: Κοινωνία- Πολιτική-Αξίες, αποτελέσματα της μεγάλης κοινωνικής έρευνας*, Αθήνα: Νοέμβριος 2003.
- Franklin, M. (2005). *Voter Turnout and the Dynamics of Electoral Competition in Established Democracies Since 1945*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Galtung, J. και Ruge, M. H. (1965). 'The Structure of Foreign News', *Journal of Peace Research*, τομ. 2, τχ. 1: 64-91.
- Gunther, R. και Mughan, A. (eds.) (2000). *Democracy and the Media*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gray, M. και Caul, M. (2000). 'Declining Voter Turnout in Advanced Industrial Democracies, 1950 to 1997: The Effects of Declining Group Mobilization', *Comparative Political Studies*, τομ. 33, τχ. 9: 1091-1122.
- Ζώντου, Ε. (2008). «Το Ελληνικό ραδιόφωνο από την απελευθέρωση των συχνοτήτων έως σήμερα» στο Παπαθανασόπουλος, Σ. (επιμ.) *Ανάλεκτα ΙΟΜ 2007*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Hallin, D., και Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems*, New York: Cambridge University Press.
- Hamilton, J. (2004). *All the News That's Fit to Sell*, Princeton: Princeton University Press.
- Hardy, J. (2008). *Western Media Systems*, Abingdon: Routledge.
- Holbrook, T.M. (2002). 'Presidential campaigns and the knowledge gap', *Political Communication*, τομ. 19, τχ. 4: 437-454.
- Holtz-Bacha, C. και Norris, P. (2001). 'To Entertain, Inform and Educate: Still the Role of Public Television?', *Political Communication*, τομ. 18, τχ. 2: 123-140.
- Iosifidis, P. (2007). *Public Television in the Digital Age*, London: Palgrave Macmillan.
- Jakubowicz, K. και Sukosd, M. (eds) (2008). *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*, Bristol: Intellect.
- Kaase, M. και Newton, K. (1995). *Beliefs in Government*, Oxford: Oxford University Press.
- Iyengar, S. και McGrady, J. (2007). *Media Politics*, New York: Norton.
- Jerit, J., Barabas, J., και Bolsen, T. (2006). 'Citizens, knowledge, and the information environment', *American Journal of Political Science*, τομ. 50, τχ. 2: 266-282.

- Kelly, M., Mazzoleni, G. και McQuail, D. (eds.) (2004). *The Media in Europe*, 3rd edition, London: Sage.
- Kitley, P. (ed) (2003). *Television, Regulation and Civil Society in Asia*, London: Sage.
- Klinenberg, E. (2008). "Are You Ready for the Next Disaster?", *New York Times Magazine*. July 6, 2008.
- Kwak, N. (1999). 'Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis: Education, Motivation, and Media Use', *Communication Research*, τομ. 26, τχ. 4: 385 - 413.
- Krauss, E. (2000). 'Japan: News and Politics in a Media-Saturated Democracy' στο R. Gunther και A. Mughan (eds) *Democracy and the Media*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Lijphart, A. (1999). *Patterns of Democracy*, New Haven: Yale University Press.
- Lugo-Ocando, J. (ed) (2008). *The Media in Latin America*, Maidenhead: Open University Press.
- Newton, K. (1999). 'Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?', *British Journal of Political Science*, τομ. 29: 577-599.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Office of Communications (Ofcom) (2007). *New News, Future News*, London: Ofcom.
- Page, D. και Crawley, W. (2001). *Satellites Over South Asia*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Παναγιωτοπούλου P. (2010) «20 χρόνια ιδιωτικής τηλεόρασης (1989-2009): Ένας απολογισμός», στο *Ζητήματα Επικοινωνίας*, τχ. 10, 9-27.
- Παναγιωτοπούλου P. Παπλιάκου Β. (2007). «Όψεις του κοινωνικού κεφαλαίου στην Ελλάδα», στο: Θ, Μαλούτας, Π. Καφετζής, Ι. Τσίγκανου (επιμ.), *Πολιτική, κοινωνία, πολίτες. Ανάλυση δεδομένων της Ευρωπαϊκής Κοινωνικής Έρευνας (ESS)*, Αθήνα, ΕΚΚΕ, 219-268.
- Panagiotopoulou R. (2009). «Trust in the Media», στο: *de Scripto. A Journal of Media in South East Europe*, No. 01/02, 15-17.
- Parathanassopoulos, S. and Negrine, S. (2011). *European media, structures, policies and identity*. Cambridge: Polity.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2006). *Η τηλεόραση στον 21^ο αιώνα*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Parathanassopoulos, S. (2004). 'Greece' στο M. Kelly, G. Mazzoleni και D. McQuail (eds) *The Media in Europe*, London: Sage.
- Tichenor, P., Donohue, G. και Olien, C. (1970). 'Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge', *Public Opinion Quarterly*, τομ. 34, τχ. 2: 159-170.
- Wieten, J., Murdock, G. και Dahlgren, P. (eds) (2004). *Television Across Europe*, London: Sage.