

Θεσσαλονίκη 21 Φεβρουαρίου 2017

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

«Οι Θεσσαλονικείς και η Ενημέρωση Έρευνα κοινού για τη χρήση των ΜΜΕ στη Θεσσαλονίκη»

Οι τάσεις που διαμορφώνονται στη σχέση των πολιτών με την ενημέρωση είναι το αντικείμενο έρευνας κοινής γνώμης που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό της Δημοτικής Εταιρείας Πληροφόρησης Θεάματος και Επικοινωνίας (ΔΕΠΘΕ) του Δήμου Θεσσαλονίκης και συντάχθηκε σε συνεργασία με την Ένωση Συντακτών Ημερησίων Εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης (ΕΣΗΕΜ-Θ) και το Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ του ΑΠΘ.

Την έρευνα παρουσίασαν και σχολίασαν ο Γενικός Διευθυντής της ΔΕΠΘΕ Φίλιος Στάγκος, ο Διευθυντής της ΕΣΗΕΜ-Θ Γιάννης Κοτσιφός, ο Επίκουρος Καθηγητής ΑΠΘ Νίκος Παναγιώτου και ο Διευθυντής Ερευνών της Palmos Analysis Πασχάλης Τεμεκενίδης. Τη συζήτηση συντόνισε ο δημοσιογράφος Βαγγέλης Πλάκας. Η έρευνα παρουσιάστηκε σήμερα σε ανοιχτή εκδήλωση στην Αίθουσα «Μανόλης Αναγνωστάκης» του Δημαρχείου Θεσσαλονίκης.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από την εταιρεία δημοσκοπήσεων PALMOS-ANALYSIS σε δείγμα 756 κατοίκων των επτά Δήμων του πολεοδομικού συγκροτήματος Θεσσαλονίκης κατά την περίοδο 19-22 Δεκεμβρίου 2016. Τα ευρήματά της επιβεβαιώνουν την θεμελιώδη ανατροπή στη σχέση του κοινού με τα «παραδοσιακά» μέσα ενημέρωσης (εφημερίδες, ραδιόφωνα, τηλεοπτικά δίκτυα) ως αποτέλεσμα δύο, σχεδόν ταυτόχρονων, φαινομένων: της καθοριστικής επιρροής που είχε η διεύθυνση του διαδικτύου η οποία τείνει να ανατρέψει την παραδοσιακή σχέση μεταξύ του κοινού και των παραδοσιακών επαγγελματικών φορέων ενημέρωσης, σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση η οποία συρρίκνωσε τη διαφημιστική δαπάνη και το διαθέσιμο εισόδημα του κοινού (αγορά εφημερίδων).

Ενδεικτικά:

- Το διαδίκτυο (ενημερωτικές ιστοσελίδες) εμφανίζεται στην πρώτη θέση (49%) των μέσων που χρησιμοποιούν οι Θεσσαλονικείς για την **καθημερινή** τους ενημέρωση. Ακολουθούν τα τηλεοπτικά δίκτυα εθνικής εμβέλειας (47%), τα μέσα «κοινωνικής δικτύωσης» (facebook, twitter κλπ) με 40%, το ραδιόφωνο (33%), τα τοπικά-περιφερειακά τηλεοπτικά δίκτυα (18%), ενώ οι εφημερίδες, τοπικές και «αθηναϊκές», εξακολουθούν να είναι μέσο καθημερινής ενημέρωσης μόνο για το 2% και 3% του κοινού αντίστοιχα.
- Το 85% των Θεσσαλονικέων δηλώνει ότι δεν διαβάζει καμία τοπική εφημερίδα, το 76% δεν παρακολουθεί καθόλου τον «αθηναϊκό» Τύπο, το 41% εξακολουθεί να μην έχει την παραμικρή σχέση με τα μέσα «κοινωνικής δικτύωσης», το 40% δεν ενημερώνεται ποτέ από το ραδιόφωνο ή τα τοπικά-περιφερειακά τηλεοπτικά δίκτυα, το 26% δεν «επισκέπτεται» καμία ενημερωτική ιστοσελίδα και το 19% δεν ενημερώνεται ποτέ από τα τηλεοπτικά κανάλια πανελλαδικής εμβέλειας.
- Οι τάσεις αυτές δεν είναι ομοιόμορφες. Οι νεαρές ηλικίες (17-29) και οι πολίτες με ανώτερη εκπαίδευση εμφανίζονται να «εγκαταλείπουν» την τηλεόραση ως μέσο ενημέρωσης προς όφελος του διαδικτύου (ενημερωτικές ιστοσελίδες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης). Αντίθετα, «πιστοί καταναλωτές» των τηλεοπτικών ενημερωτικών προγραμμάτων είναι τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας καθώς και χαμηλότερης εκπαίδευσης.
- Αν εξαιρέσει κανείς εκείνους που δηλώνουν ότι δεν ενημερώνονται καθόλου από το συγκεκριμένο μέσο, ο χρόνος που διαθέτει ο μέσος κάτοικος Θεσσαλονίκης για την ενημέρωσή του κυμαίνεται μεταξύ των 72 λεπτών (μέσα κοινωνικής δικτύωσης), 70 λεπτών (ενημερωτικές ιστοσελίδες), 66 λεπτών (ραδιόφωνο), 65 λεπτών για τα τηλεοπτικά δίκτυα εθνικής εμβέλειας, 53 λεπτών για τις τοπικές-περιφερειακές τηλεοράσεις και 46 και 42 λεπτών για τις εφημερίδες («αθηναϊκές» και τοπικές αντίστοιχα).
- Μεγάλο ενδιαφέρον εμφανίζει ο «βαθμός εμπιστοσύνης» σε κάθε μέσο, όπου στην πρώτη θέση των θετικών απαντήσεων (40%) βρίσκεται ο άμεσος κοινωνικός περίγυρος των Θεσσαλονικέων και ακολουθούν το ραδιόφωνο (27%), τα τοπικά ΜΜΕ (τηλεοράσεις, ιστοσελίδες και εφημερίδες) με 24%, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (21%), ενώ το χαμηλότερο βαθμό εμπιστοσύνης (13% θετικών απαντήσεων και 54% αρνητικών) απολαμβάνουν τα ΜΜΕ εθνικής εμβέλειας («αθηναϊκές» εφημερίδες και ιστοσελίδες, πανελλαδικά τηλεοπτικά κανάλια). Ωστόσο το 81% διάκειται



θετικά απέναντι στη Δημόσια Τηλεόραση («πρέπει να υπάρχει») και το 91% απέναντι στα ιδιωτικά τηλεοπτικά δίκτυα.

- Τέλος, το 14% των Θεσσαλονικέων δηλώνει ότι επισκέπτεται καθημερινά τις ιστοσελίδες των εφημερίδων (σε σχέση με το 2%-3% που τις αγοράζει καθημερινά), ενώ το 10% θα ήταν διατεθειμένο να πληρώσει κάποια συνδρομή για την ενημέρωσή του μέσω διαδικτύου.